



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

김 주 덕 교수 지도

석사학위 청구논문

여대생 이미지 관리행동이
자아존중감에 미치는 영향

2017

성신여자대학교 뷰티융합대학원
뷰티융합과 메이크업 · 특수분장 전공

임 우 경

여대생 이미지 관리행동이
자아존중감에 미치는 영향

김 주 덕 교수 지도

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함.

2017년 5월

성신여자대학교 뷰티융합대학원
뷰티융합과 메이크업 · 특수분장전공

임 우 경

인 준 서

임우경의 석사학위 논문으로 인준함

2017년 5월

심사위원장 _____인

심 사 위 원 _____인

심 사 위 원 _____인

성신여자대학교 뷰티융합대학원

논문개요

현대인들에게 외모관리는 선택이 아닌 필수가 된지 오래이며, 정보통신의 발달에 따른 환경 및 인식 변화는 미에 대한 욕구를 성별이나 연령에 관계없이 그 범위를 확대시켜가고 있다. 특히 여대생들의 외모는 사회생활이나 취업 면접 등에 직접적인 영향을 미치므로 전문적이고 체계적인 이미지 관리프로그램이 필요하며, 여대생들의 자아존중감에 이미지 관리행동이 미치는 영향을 알아보고자 하였다.

본 연구는 취업면접을 대비하고 있고, 자신만의 개성과 스타일을 위하여 이미지 관리를 하고 있는 서울, 경기, 충청지역 대학교 총 600명의 여대생을 대상으로 설문조사를 실시하여 회수된 설문지 581부를 최종분석에 사용하였다. 자료의 정리와 분석은 SPSS21.0프로그램을 사용하여 빈도와 백분율, Cronbach α , One-way ANOVA(일원변량분석), χ^2 (chi-square)검증 등을 실시하였다. 또한 본연구의 이미지관리 행동과 자아존중감의 관계를 알아보기 위해 Correlation(상관관계분석)과 자아존중감에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석(Multiple Regression)을 실시하였다. 본 연구의 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 여대생들의 자신의 이미지 관리에 대한 고민 정도와 자신의 이미지에 대한 관심도가 높았으며, 이미지 형성에 첫인상이 중요하다고 인식하는 여대생과 첫인상 형성에 영향을 미치는 외모 부분을 메이크업으로 인식하는 여대생도 상당히 높게 나타났으며, 이미지 관리는 외출 할 때만 한다가 54.6%로 많았으며, 관심 부족 때문에 이미지 관리를 하지 않는다는 여대생도 36.4%나 나타났다. 여대생들이 평소 자신의 이미지에 대한 타인의 의식을 많이 하는 것으로 나타났으나 이미지 관리 후 자신의 모습에 만족도에서는 높지 않게 나

타났다. 또, 이미지 관리를 하는 이유가 자신의 단점을 보완하기 위하여 라는 답변이 높게 나타났고, 여대생들이 이미지 관리를 위하여 월평균 지출하는 비용은 5만원 미만으로 나타났다.

둘째, 이미지 관리행동은 내적 이미지와 외적 이미지로 분류하고, 변수에 대한 분석을 통하여 내적 이미지 관리행동은 타인 의식성, 사회 격식성, 자괴의식성 3개의 하위요인으로 도출하였고, 외적 이미지 관리행동은 도구성, 유행성, 대인지향성, 동조성, 과시성 5개의 하위요인으로 도출하여 분석하였다. 여대생의 내적 이미지 관리행동의 결과는 사회 격식성이 가장 높은 것으로 나타났고, 외적 이미지 관리행동은 도구성과 대인지향성이 높게 나타났다.

셋째, 여대생들의 자아존중감은 전반적으로 높게 나타났으며, 4학년 여대생과 인문, 사회계열, 그리고 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 자아존중감이 높게 나타났다.

넷째, 여대생의 일반적 특성으로 자아존중감을 분석한 결과 여대생들은 자아존중감이 높았고, 4학년 여대생과 인문, 사회계열 여대생, 그리고 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 다른 여대생보다 자아존중감이 높았다.

다섯째, 여대생들의 내적 이미지 관리행동과 자아존중감과의 상관관계에서 내적 이미지 관리행동과는 통계적으로 유의미한 상관관계를 보이지 않았으나 내적 이미지 관리행동의 하위요인의 타인 의식성과 자괴 의식성이 높을수록 자아존중감이 낮다고 나타났다.

여섯째, 내적 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향은 내적 이미지 관리행동에서는 사회 격식성이 자아존중감에 가장 큰 영향을 미쳤고, 외적 이

미지 관리행동 중에는 동조성이 자아존중감에 가장 큰 영향을 미쳤으며, 여대생들의 이미지 관리 특성이 자아존중감에 미치는 영향의 결과는 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도가 자아존중감에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

목 차

논문 개요	i
I. 서론	1
1. 연구목적 및 필요성	1
2. 연구문제	4
II. 이론적 배경	5
1. 이미지	5
1) 이미지 정의	5
2) 이미지 관리행동	6
2. 자아존중감	14
3. 여대생들의 특성	16
III. 연구방법 및 절차	19
1. 연구대상	19
2. 연구도구	19
3. 자료 분석	22
IV. 연구결과 및 해석	24
1. 연구대상의 일반적 특성	24
2. 이미지 관리행동의 타당성과 신뢰도 분석	25
3. 여대생의 이미지관리 행동 실태	31

4. 이미지 관리행동과 자아존중감	50
5. 이미지 관리행동과 자아존중감과의 상관관계	67
6. 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향	69
V. 결 론	73
1. 요약 및 결론	73
2. 연구의 한계점 및 제언	75
참 고 문 헌	76
ABSTRACT	82
부 록	86

표 목 차

<표 1> 설문지 구성	22
<표 2> 연구 대상자의 일반적 특성	25
<표 3> 내적 이미지 관리행동 요인분석	27
<표 4> 외적 이미지 관리행동 요인분석	29
<표 5> 신뢰도 검증	30
<표 6> 자신의 이미지 관리에 대한 고민 정도	32
<표 7> 자신의 이미지에 대한 관심도	33
<표 8> 자신의 외모 만족도	35
<표 9> 이미지 형성에서 첫인상의 중요성	37
<표 10> 첫인상 형성에 영향을 미치는 외모 부분	39
<표 11> 이미지 관리 시기	41
<표 12> 이미지 관리를 하지 않는 이유	42
<표 13> 평소 자신의 이미지에 대한 다른 사람의 의식 정도	43
<표 14> 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도	45
<표 15> 이미지 관리를 하는 이유	47
<표 16> 이미지 관리를 위한 월평균 지출 비용	49
<표 17> 내적 이미지 관리행동	50
<표 18> 타인 의식성	52
<표 19> 사회 격식성	53
<표 20> 자괴 의식성	55
<표 21> 외적 이미지 관리행동	56
<표 22> 도구성	58
<표 23> 유행성	59
<표 24> 대인지향성	61

<표 25> 동조성	62
<표 26> 과시성	64
<표 27> 자아존중감	66
<표 28> 내적 이미지 관리행동과 자아존중감과의 관계	67
<표 29> 외적 이미지 관리행동과 자아존중감과의 관계	68
<표 30> 내적 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향	69
<표 31> 외적 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향	71
<표 32> 이미지 관리 특성이 자아존중감에 미치는 영향	72

I. 서 론

1. 연구목적 및 필요성

현대사회에서 외모는 개인을 나타내는 능력이며 경쟁력이고, 생활수준의 향상이 미(美)에 대한 관심과 투자를 증가시키고 있으며, 현대인들에게 외모 관리의 선택이 아닌 필수가 된지 오래이다. 또한, 정보통신의 발달에 따른 환경 및 인식 변화는 미에 대한 욕구를 성별, 연령에 관계없이 그 범위를 점차 확대시켜가고 있다.¹⁾

외모 관리는 자기관리의 핵심이 되며 자신의 외모에 얼마나 만족하는가는 자아존중감 뿐만 아니라 전반적인 생활에 대한 만족에까지 영향을 미친다.²⁾ 외모가 타고나는 것이라고 생각했던 과거와는 달리 외모는 만들어 지고 관리되어진다는 사회 문화적 관념이 형성 되면서 외모 관리에 대한 요구와 기대가 증대되고 있으며,³⁾ 타고난 외모는 노력으로 변화시키고 향상시킬 수 있으며 이를 통해 자신에 대한 만족감도 생각하게 되어 외모가 갖는 힘이나 영향력이 외모 관리의 시작이 된다. 이러한 자신의 신체이미지를 인식하고 평가하는 행위는 자아존중감에 영향을 미치며, 이상적인 것으로 향상시키고자 하는 욕구가 작용하여 다양한 형태의 이미지 관리행동으로 나타난다.

외모와 관련된 사회문화적 태도란 이상적인 외모에 대한 사회기준을 인정하

1) 박보경, (2009), 「여드름 피부가 우울증과 자아존중감에 미치는 영향」, 고신대학교 박사학위논문, p.57

2) 이근재, 김현정, (2015), 「신체이미지와 자아존중감 및 외모관리행도의 상관성」, 대한피부미용학회지, 13권2호, pp.203-211

3) 이해경, (2014), 「여중생과 여고생의 사회문화적 태도, 신체이미지, 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향」 한국산학기술학회지,15권2호, pp.914-922

는 정도로서 내면화 와 인식으로 구별할 수 있다.4)

이미지 관리행동은 단순한 외적인 치장뿐만 아니라 내적, 정신적인 자아회복을 위한 방법이라 할 수 있으며. 특히 외모 관리는 유해한 환경의 자극과 신체의 노화로부터 인체를 보호하고 고도의 산업화로 대중화된 물질사회 속에서 인간에게 긍정적인 자아인식과 자신감을 갖게 하는 내적관리이다.5) 이런 이미지 관리를 통해 풍겨 나오는 외모는 내적으로는 본인의 자아존중감에 영향을 주고 외적으로는 대인관계에 영향을 미친다.6) 사람들은 자신이 바라는 이상적인 외모 이미지를 기준으로 자신을 평가하기 때문이다.

사람들은 삶의 과정에서 자신을 어떻게 알고 있는지를 통해 자신에 대한 만족도가 결정되고, 만족도는 문제대처 행동을 변화시키기도 하며, 자신을 긍정 혹은 부정적으로 평가하는데 영향을 미친다. 자부심이 자신의 노력에 의해 좋은 성과가 나타났을 때의 긍정적인 평가라면 자아존중감은 상황과 관계없이 일생동안 자신의 가치를 얼마나 긍정적으로 평가하는지, 목표를 완수하고 성취할 능력이 있는지, 주변상황에 영향을 미치고 통제할 수 있는지 등의 차원으로 구성된다. 자아존중감은 자기 자신에 대해 행하는 지속적인 평가로 정의7)되며 전통적으로 정신적, 사회적 생활 적응의 한 지표인 동시에 행동의 조절인자로 간주되고 있으며,8) 높은 자아존중감을 가진 사람은 그것을 유지하기 위해 노력하는 반면, 낮은 자아존중감을 가진 사람은 그것을 개선시키기 위해

4) L. J. Heinberg, J. K. Thompson, S. Stormer(1995), "Development and validation of the sociocultural attitude towards appearance questionnaire", *International Journal of Eating Disorders*,17(1), pp.81-89, 재인용

5) 양은순, (2002). 「일반인이 지각하는 피부미용관리에 대한 주관성 연구」 중앙대학교 사회개발대학원 석사학위논문, p.5

6) 신현영, (1999), 「의상치료를 통한 정신장애자의 자기 외모 이미지 변화가 자기존중감과 정서에 미치는 영향」, 건국대학교 대학원 박사학위논문, pp.9-10

7) K. A. King,(1997), "Self-concept and Self-esteem: A Clarification of Team",*journal of school Health* Vol.67 No2, pp.1-5

8) S. D. Hayes, P. R. E. Croker and K. C.Kowalski(1990), "Gender Differences in Physical Self-perceptions, Global self-esteem in Physical Activity: Evaluation of the Physical Self-preception Profile model",*journal of Sport Behavior* Vol.22 No1, pp.1-13

노력한다는 점에서 자아존중감이 이미지 관리행동의 동기적 요소를 갖는다.⁹⁾

이러한 이미지 관리행동과 자아존중감은 대학생 나름대로 단정한 학생 이미지를 표현함과 동시에 예비 사회인으로서 자신의 이미지를 경쟁사회 속에서 자신이 우위에 있고 싶은 욕구를 충족시키기 위해 큰 관심을 갖는다. 특히 사회생활에 첫발을 내딛는 여대생들은 졸업을 앞둔 4학년뿐만 아니라 1학년부터 취업에 대한 고민으로 스트레스를 경험하고 있으며, 장기화된 경기침체로 대학졸업자의 취업률이 낮은 현실이다. 취업과 관련하여 중요성이 부각되는 요소가 바로 면접으로 심각한 취업난 속에서 차별화된 전략 가운데 하나가 취업을 대비한 면접 이미지 만들기이다. 면접은 서류, 시험으로는 평가 되지 않는 용모나 태도, 의사표현력 등 잠재적 능력을 판단할 수 있다. 이러한 이유들로 이미지 관리행동은 취업준비생들에게 면접에 대한 불안을 경감시키고 효율적인 외모 관리를 통해 취업면접에 영향을 주는 요인이 된다.

외모가 사회경제적 이익의 가치를 높이는 것은 외모 경제적 효과에 관한 많은 연구들에서 뒷받침 되고 있으며, 외모와 취업, 경제력, 생존력의 상관성에 관한 연구에서 프로페셔널 이미지 형성과 같은 전략적인 관리는 취업에 중요하게 작용된다. 또한 신체매력과 신체조건이 취업스트레스에 영향을 미치는 요인으로 나타나 외모관심도가 취업스트레스에 요인으로 조사되었으며, 외모에 자신감이 낮은 학생은 취업에 대한 자신감이 떨어지고 취업스트레스가 높아 질 수 있다.¹⁰⁾

여대생뿐만이 아니라 외모는 취업 등 진로와 관련된 면접 결과에 직접적인 영향을 미치므로 보다 전문적이고 체계적인 이미지 관리프로그램이 필요하다. 그럼에도 취업을 앞둔 여대생들의 이미지 관리행동의 특성과 실태를 파악하여

9) 이승희, 박길순,(2011), 「여대생의 자기효능감과 자아존중감에 따른 외모관리행동」복식문화학회 학회지, 19권 5호, pp.1075-1087

10) 전민지, 정상은, 조선화, 한은지, 현지우, 김설희, (2015). 「일부지역 대학생의 자아존중감과 취업, 외모의 관련성 연구」 한국치위생과학회 학회지, pp.518-519

행동특성과 자아존중감과의 상관관계를 규명한 연구는 찾아보기 어렵다는 점에서 이와 관련된 연구가 필요하다고 할 수 있다.

본 연구의 목적은 여대생의 이미지 관리행동이 자아존중감에 유의미한 영향을 미치고 있음을 규명하여 이미지 관리의 중요성을 고취하고 체계적인 이미지 관리프로그램의 필요성을 제시하는데 있다.

2. 연구문제

본 연구는 여대생을 대상으로 내·외적 이미지 관리행동 요인을 분석하고, 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향과 여대생들의 이미지관리 특성이 자아존중감에 미치는 영향을 조사하고자 한다. 이를 위한 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 여대생의 이미지관리 관심 특성에 대하여 알아본다.

연구문제 2. 여대생의 이미지 관리행동에 대하여 알아본다.

연구문제 3. 여대생의 자아존중감에 대하여 알아본다.

연구문제 4. 여대생의 자아존중감과 일반특성을 알아본다.

연구문제 5. 여대생의 이미지 특성이 자아존중감과 상관관계를 알아본다.

연구문제 6. 여대생의 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향을 알아본다.

II. 이론적 배경

1. 이미지

1) 이미지 정의

이미지의 어원은 라틴어의 이마고(Imago)에서 유래하는 것으로 모방을 뜻하며, 사전적 의미로는 어떤 대상물에 대해 연상되는 느낌이나 마음속에 그려지는 형체를 ‘상’이라고 하고, 그 외에 심상(心象), 표상(表象), 영상(映像), 인상(印象) 등의 커뮤니티를 형성하는 것을 의미한다. 이미지는 외부로부터 무엇인가를 인지하고, 태도와 행동으로 반응을 보이는 현상으로서 새로운 것을 지각하는 과정이라 할 수 있다. 또한 이미지는 다양성과 복잡성을 지니고, 주관적이어서 어떤 관점으로 어느 면을 보느냐에 따라서 다르게 적용되며, 여러 경험 등에 의해 표현 되어 진다¹¹⁾.

이미지는 ‘마음속에 그려지는 상(像), 심상(心象), 표상(表象), 영상(映像)’ 등을 뜻하며, 개인에 대한 이미지는 그 사람에 대한 독특하고 고유하며 특이한 느낌이다. 이는 어떠한 대상에 관한 경험에서 생기는 것으로, 개인의 지각을 통해서 의미화 되고 연상에 의해 형성되고 각인되는 것이라고 하였다.¹²⁾

사람은 처음 대면하는 상대방을 장시간 이야기 하지 않아도 그 사람의 옷차림, 외모, 말씨, 행동 등 몇 가지를 통해 상대방에 대한 ‘인상(impression)’을 갖는다. 사람은 이렇게 인식된 ‘인상’으로 상대방을 구분하는데 중요한 작용을

11) 김영란, (2012), 『프로페셔널 이미지 메이킹』, 경춘사, p.25

12) 김승진, (2009), 「이미지메이킹 프로그램이 청소년 자기이미지 및 자기 주도학습 태도에 미치는 영향」, 국제문화대학원대학교, 석사학위논문, p.6

한다. 이러한 작용으로 사람을 순간적으로 구분하거나 멀리서도 알아볼 수 있게 순간적인 판단을 감각적이고 직관적으로 하는 것이 이미지(image)이다.

이미지란 인간의 외부로 나타나는 화장, 헤어스타일, 체형, 의상, 액세서리, 체취 등을 총칭하는 외적인 이미지와 인간의 심리적, 정신적, 정서적인 특성들이 개인에게 독특하게 형성되어 심성, 생각, 습관, 감정 등으로 나타나는 내적 이미지로 분류 한다¹³⁾. 이미지를 구성하는 기호체계와 다른 것들과의 결합에서 의미가 변하고 그것이 시기와 상황에 따라 변한다. 이미지는 추상적인 개념이지만 한 개인의 특정 대상에 대한 신념, 아이디어 인상의 총체라고 할 수 있으며 객관적인 것보다 주관적인 것이라 정의하였다.

2) 이미지 관리행동

이미지 관리행동이란 대인관계에서 중요한 역할을 하는 외모를 자신이 기대하는 대로 다른 사람들에게 보여 질 수 있도록 다양한 도구들을 이용해서¹⁴⁾ 본인이 표현하고자 하는 이미지를 어떤 상황이나 목표에 맞추어 이미지화하여 실현하는 기술로 관리하는 행동들을 말한다.

외모란 자신을 사람들에게 알리기 위하여 스스로 만들어 내는 것이므로 대부분의 사람들은 자신의 외모에 관심을 갖고 외모가 더 나아지도록 노력한다. 외모를 가꾸기 위한 개인의 노력과 의지는 화장이나 의복, 헤어스타일에 신경을 쓰는 것에서부터 피부관리, 체형관리, 등과 같은 이미지관리 행동으로 이어진다.¹⁵⁾

요즘 우리사회에서는 외모도 재능으로 여겨지고 있어 아름다운 외모가 대접

13) 조슬기, (2006), 「외적이미지를 리드하는 여성들의 외모활동 관리행동」, 성신여자대학교 석사학위논문, p.6

14) 전정혜, (2011). 「여성의 이미지 관리행동 관련 변인에 대한 구조분석」, 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위 논문, p.21

15) 임숙자, 황선진, 이종남, 이승희, (2002), 『현대의상사회심리학』, 수학사, 서울, pp.41-69

을 받는다. 외모는 사회생활의 상호작용에서 매우 중요하게 영향을 미치며, 아름다움은 보는 사람의 눈에 달려¹⁶⁾ 있으므로 외모를 가꾸는 것은 자기 자신을 표현하는 중요한 요소이며 경쟁력이다.¹⁷⁾ 현대 사회는 능력만으로 평가되었던 과거와 달리 호감을 주는 이미지가 사회적으로 성공을 가져다준다는 의식이 팽배하고, 따라서 보다 나은 외모를 지향하는 현대인의 관심이 계속 높아지고 있으며, 남성과 여성을 구분하기 어려울 만큼 외모를 가꾸기 위한 이미지 관리행동에 과감한 투자를 하고 있다.¹⁸⁾ 외모관리가 하나의 자기관리 능력으로 평가받는 요즘 사회적으로 인정받고 싶다면 자기 자신의 관리를 하는 것은 다양한 면에서 유리하며, 사람의 이미지에는 내적 이미지(인성: personality)와 외적 이미지(외모:appearance)가 있다.¹⁹⁾ 이미지 관리는 외모나 체형과 같은 신체적인 아름다움뿐만 아니라 이에 수반하는 자아존중감 등의 정신적, 사회적 가치관까지 함축되어 있는 포괄적인 관리를 의미하고 단순한 외적 이미지만이 아닌 외적 이미지에 긍정적인 내적 이미지를 끌어내어 타인에게 호감을 주어 상승효과를 얻을 수 있는 작업인 것이다.

(1) 내적 이미지 관리행동

‘이미지’가 눈에 보이지 않는 허상으로 상대방에게 전해져 오는 느낌을 머릿속에 표현하는 일이라면 내적 이미지는 외적으로 보이지 않는 이미지 즉, 보이지 않는 정신적인 형상이고²⁰⁾ 가치관, 신념, 이상, 지적 수준을 반영한

16) 조선영, (2013), 「성인여성의 생활연령과 지각연령의 차이가 외모관리행동 및 자아존중감에 미치는 영향」, 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위 논문, p.25.

17) 장혜선, (2014), 「신체이미지와 외모관리행동이 심리적 안정감에 미치는 영향」, 서경대학교 대학원 박사학위논문, p.11

18) 김은희, (2006), 「전문직 미혼 남성의 의복구매·외모관리행동 및 자아존중감과 관계 연구」, 경희대학교 대학원 석사학위논문, p.15

19) 김경호, (2004), 「이미지메이킹의 개념정립과 프로그램의 효과성 분석 연구」, 명지대학교 대학원 박사학위논문, pp.18-19

20) 임숙자, 황선진, 이종남, 이승희, 양윤, (2002). 『현대의상사회심리학』, 수학사, pp.104-113

다. 이미지를 형성하는 내적인 요인에는 모든 사람들을 똑같이 귀하게 여기는 인간 존중사상, 정성을 다하는 마음가짐, 자신이 맡은 일에 정성을 기울이는 성실감, 신뢰감, 상대방을 배려하는 마음 등이 있을 수 있다.

이서윤(2010)²¹⁾의 연구에서 내적 이미지 관리개념을 체면이라 하였고, 체면은 사회적 얼굴로써, 사회적 당위나 기대와의 합치나 일탈에 따른 떳떳함과 부끄러움, 자존심, 사회적 예의 문법을 포함하는 개념으로 본다.²²⁾고 하였다. Brown과 Levinson(1987)도 체면이란 모든 사람들이 자신에 대해 주장하는 공적인 자신의 이미지 라고 정의했다.²³⁾ 또한 원가현(2016)의 연구에서 체면은 타인과의 관계 속에서 자신에게 기대되어지는 수준의 행동을 한다는 측면에서 타인 의식적, 사회적인 성격이라고 했으며, 자신이 상대방에게 한 행동이 상대방에게 부정적인 반응을 이끌어냈을 때 우리가 느끼는 창피함이 자괴성 부끄러움이라고 하였다.²⁴⁾

선행연구를 토대로 본 연구는 내적 이미지 관리행동을 체면행위에서 나타나는 영향으로 타인 의식성과 사회 격식성, 자괴 의식성으로 분류하였다. 내적 이미지 관리행동의 타인 의식성은 남이 자신을 어떻게 평가할지를 의식해서 나의 행동을 남의 시선을 의식하는 것을 의미하고, 격식을 갖추고 예절을 중시하며 개인적으로도 교양 있게 행동하려고 노력하는 정도를 사회 격식성이라고 하였으며, 다른 사람이 나의 의견이나 주장을 받아들이지 않으면 기분이 상하고 자신이 부끄럽고 창피하다고 느끼는 것을 자괴 의식성이라고 하였다.

21) 이서윤, (2010), 「 이미지 관리행동이 심리적 기대효과와 경력성공에 미치는 영향 », 동양대학교대학원 박사학위, pp.52-76

22) 최상진, (2011), 「 한국인의 심리학 », 학지사, pp.96-100

23) Brown, p, & Levinson, S. C.(1987). Politeness: Some universals in language usage (Vol. 4). Cambridge, UK: Cambridge university press.

24) 원가현, (2016), 「 외식소비자의 체면민감성이 자아존중감과 과소소비성향에 미치는 영향 」 계명대학교 대학원 석사학위논문, p.6

(2) 외적 이미지 관리행동

현대는 타고난 이미지도 중요하지만 후천적으로 개발되어지는 이미지가 더욱 중요한 시대다. 외적 이미지란 사람의 외부로부터 나타나는 종합적인 이미지로써 표정, 용모, 복장, 메이크업, 태도, 자세, 말씨 등으로 표현되며, 키가 크다든가 항상 웃는 얼굴이라든가 하는 등의 외모로 그 사람을 기억하게 되는 이미지이다.²⁵⁾ 외적 이미지는 대인지각의 후광효과로 작용하여 개인의 능력과 같은 다른 특징까지 긍정적으로 평가한다.²⁶⁾ 이처럼 상대방에게 호감을 주고 개발할 수 있는 외적인 요인에는 메이크업, 헤어스타일, 패션, 반듯한 자세와 청결한 외모 등이 있으며, 외적 이미지 관리행동의 미용 요인을 나누면 다음과 같다

① 메이크업

메이크업은 외모를 가꾸는 방법 중 얼굴의 이미지 개선효과가 뛰어날 뿐 아니라, 표정과 사람의 인상을 변화시킴으로서 심리적으로 오는 자신감과 안정감, 삶의 의욕이 생기며, 메이크업이 주는 확실한 효과는 하고 난 후에 기분이 좋아지고 자신감과 호감을 받게 되는데 이때 스스로에 대한 자신감이 생기고 적극적인 태도로 사회생활을 영위하게 되며 대인관계도 좋아지게 되는 것이다.²⁷⁾ 또한, 메이크업은 여러 가지 화장품과 도구를 이용하여 얼굴의 장점을 한층 돋보이게 하고 결점을 감추는 창조적인 작업으로, 자신의 이미지를 전달하는 비언어적 수단인 동시에 전체적인 조화를 고려한 토털패션의 중요한 요소이며 외모의 가치를 높여주는 긍정적인 수단이다.²⁸⁾ 김기범·차영

25) 임숙자,황선진, 이종남, 이승희, 양윤, (2002), 『현대의상사회심리학』, 수학사, pp.33-49

26) 김혜리, (2009), 「취업지원자의 외적 이미지가 면접관의 평가에 미치는 영향」, 국제문화대 학원대학교 석사학위논문, p.8

27) 송은영, (2005), 「직장여성의 이미지 향상을 위한 메이크업의 효과성 연구」, 숙명여자대 학교대학원 석사학위논문, p.13

란(2006)도 메이크업이 여성들에게 사회적 역할이나 맥락을 고려한 자기표현 및 인상관리 전략으로 사용되며, 메이크업을 함으로써 아름다움과 사회적으로 인정받고 싶어 하는 욕구, 심리적 만족감 및 자신감을 얻게 된다는 것을 밝혔다. 대인관계를 포함해 사회적인 상황에 대한 불안감이 강한 사람이 메이크업을 하는 것은 불안을 감소시키는데 도움이 되는 것으로 인정되고 있다. 외모에 결점이 있는 여성에게 메이크업으로 결점을 감추어 불안이나 열등감을 어느 정도 해소시켜 심리적 안정감을 주고 자기를 이상적인 자아로 접근시킴으로써 자기평가를 높이는 수단으로 이용되는 것이다.²⁹⁾

② 헤어스타일

헤어스타일은 신체를 장식하는 하나의 방법으로 얼굴 형태나 유행에 따라 여러 가지 모양으로 변하며³⁰⁾, 시대, 민족, 개인에 따라서 다양하지만 모두 의복과 관련 되어 발전하였으며 계급차이 또는 성별을 나타내는 중요한 상징이 되어왔다.³¹⁾ 이미지 관련 선행연구를 보면 주로 머리길이, 헤어컬러 및 가르마의 유무 등의 변인들을 기준으로 이미지를 분류하였다.

외모관리행동에 대한 선행연구를 살펴보면, 신호정(2002)은 20대는 얼굴에 맞추어 조화롭게 헤어스타일을 선택하는 것이 중요하다고 평가하고 긴 직모 스타일이 여자 대학생에게 가장 어울린다고 하였으며, 긴 머리를 한 여성들이 짧은 머리를 한 사람보다 높은 자아존중감을 가진다고 하였다.³²⁾

28) 최은미, 양정순, 김유미, 이윤진, 김기영, (2011) 「 둥근형 얼굴에 어울리는 메이크업과 헤어스타일에 관한 연구 」, 대한미용학회지, 제6권, 제1호, 15-24

29) 김기범, 차영란, (2006) 「 여성의 화장을 통한 미와 자기개념의 사회문화적 의미 분석 」, 한국심리학회지, 제11권, 제1호, pp.107-123

30) 김화영, (2008), 「 헤어스타일의 일러스트레이션에 관한연구 」, 용인대학교경영대학원 석사학위논문, p.16

31) 김양휴, (1996), 「 패션 헤어스타일의 선호와 성격간의 상관성 연구 」, 건국대학교대학원 석사학위논문, p.4

32) 신호정, (2002) 「 현대여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구: 화장, 헤어스타일, 신체 이미지, 성형수술, 의복 중심으로 」, 건국대학교 대학원 박사학위논문, pp.12-14

헤어스타일은 영향력 있는 외모변인의 하나로써 시대적인 문화요소와 사회, 문화 전반의 고정관념과 인간 심리의 필요 및 미적 욕구에 의해 선택, 변화된다.³³⁾

③ 의복(패션)

의복으로 인한 이미지는 대인관계에서 얼굴, 체형과 함께 상대방을 지각하는 중요한 단서가 되며 개인의 사회적 지위, 직업, 역할, 개성, 자신감, 상황, 기타 성격 특징과 지각되는 상황을 규정하는데 도움을 준다.

김희숙은 외모가 문화적 범주의 구별에 있어서 가장 중요하고 상징적인 매개물이며, 외모를 결정하는데 가장 중요한 요인이 화장, 헤어스타일, 복식이라고 하였다.³⁴⁾

따라서 첫인상 형성 상황에서 의복은 착용자의 역할 및 지위와 같은 개인의 외면적 특질과 함께 추상적인 것까지도 전달해 주는 시각적, 비언어적 상징으로써 사용될 수 있다.³⁵⁾

모르는 사람들이 만났을 때 우선 상대방을 판단하는 기준은 외적으로 나타나는 단서에 의해 평가된다. 이때 의복은 외모와 아울러 다른 사람에 대한 인상 형성 시에 사용되는 중요한 단서가 되며, 착용자에 대한 무엇인가를 전달해주는 상징적 역할을 하는 무언의 언어로서 다양한 감정이나 정서를 함께 포함하고 있다.³⁶⁾

실제로 의복은 상대방의 첫 평가에 매우 중요한 작용을 한다. 대흥기획에서

33) 오인영, (2006), 「메이크업과 헤어스타일 유형에 따른 TV 뉴스앵커의 인상형성에 관한 연구」, 경희대학교 대학원 박사학위 논문, pp.20-21

34) 김희숙, (2000), 『화장문화사』, 청구문화사, p.9.

35) 박길순, (2007), 「직장여성의 의복 선택동기와 대인관계성향에 관한 연구」, 국제문화대학교 대학원 석사학위논문, p.1.

36) 강혜원, (1995), 『의상심리학』, 교문사, p.57.

실시한 10년간 소비자 의식변화의 고찰에서도 한국사회에서는 옷을 잘 입어야 제대로 대접을 받는다고 생각하는 사람이 늘고 있다고 밝혔고(동아일보, 2002. 4. 1),³⁷⁾ 의복은 성공적인 사회생활을 하는데 중요시되고 있다고 하였다. 이러한 의식은 꾸준히 늘어 가는 추세이며, 입사 면접시험에서 기업 인사담당자들의 절반가량(48.1%)이 지원자의 옷차림이 마음에 들지 않아 탈락시킨 경험이 있는 것으로 조사됐다. ‘예의를 갖춘 깔끔한 옷차림은 준비된 인재라는 인상을 주는 만큼 합격 가능성을 높이는 데 도움이 된다’ 고 말했다.³⁸⁾

이와 같이 의복은 첫인상 형성에 많은 영향을 미치며 직장여성에게 있어서 패션스타일은 성공적인 사회생활을 하는데 매우 중요한 요소이자 자신의 매력을 돋보이게 해 주며 자신에 대한 평가를 높여주는 역할을 한다.

④ 체형

체형이란 인체의 모양을 말하고 체격을 외견상의 특징으로 분류한 것이다.³⁹⁾ 현대 사회에 여성들은 아름다워야 한다는 것이 하나의 규범이 되었고 외모의 구성요소의 하나인 체형은 인간의 모든 행위에 앞서 자아를 지각 하는데 영향을 받으며,⁴⁰⁾ 체형관리는 외모와 자아존중감 향상에 영향을 주고, 체형의 만족도가 열등감 또는 우울증과 연결되어 정신적으로 영향을 받게 되고, 사회생활에도 영향이 미친다.⁴¹⁾ Schonfeld(1966)⁴²⁾는 체형은 사회성과 성격형

37) 동아일보, (2002. 4. 1.), 옷 잘 입어야 대접받는다, 최근 10년간 소비자 의식변화 <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=020&aid=0000121671> (검색일: 2017.05.30.)

38) 동아일보, (2010. 9. 13.)인사담당자 “입사지원자 48% 옷차림 나빠 탈락 시킨적있다.”<http://news.donga.com/3/all/20100913/31172068/1>(검색일:2017.5.30.)

39) <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1147024&cid=40942&categoryId=32318> 네이버검색 두산백과

40) 이경숙, (2007), 「성인 여성의 외모관심도에 따른 추구이미지와 외모관리행동」, 서경대학교미용예술대학원 석사학위논문, p.15

41) 장혜선, (2014), 「신체이미지와 외모관리행동이 심리적 안정감에 미치는 영향」, 서경대학교대학원 박사학위논문, p.12

42) Schonfield, W. A(1966). Body image disturbance on adolescence. *Archives of*

성에 영향을 미치며 타인에 대한 인상형성과 자기 자신을 보는 관점에도 관여한다고 하였다.

선행연구들을 살펴보면, 임인숙(2004)은 여성의 가치가 일차적으로 육체적 매력으로 평가되는 사회에서 자아존중감 회복이 다이어트와 같은 몸 관리의 가장 중요한 동기라는 것을 강조하였고⁴³⁾, 서화숙(2002)은 비만에 대한 두려움이 비만에 대한 경시로 변화되고, 사회 전반에 날씬함을 아름다움과 동일시하고 자아통제, 우아함, 매력, 젊음 등과 같은 의미를 부여하는 인식이 만연되고 있다고 하였다.⁴⁴⁾ 또한 조혜란·최종명(2007)⁴⁵⁾은 대학생들이 생각하는 가장 효과적인 외모관리방법으로 성별에 관계없이 체중조절을 가장 중요하게 생각하고 있으며, 과반수 정도는 체중조절을 시도한 경험이 있었고, 운동과 식사량의 조절로 체형관리를 한다는 것을 확인하였다.

이와 같이 외적 이미지 관리행동인 미용행동이 첫인상 형성과 대인관계에 많은 영향을 미치는 중요한 요소이다. 본 연구에서 외적 이미지 관리행동은 미용행동과 패션행동을 통한 행동성향으로 재정의 하였다. 외적 이미지 관리행동을 도구성, 유행성, 대인지향, 동조성 및 과시성으로 구분 하였고, 외적 이미지 관리행동의 도구성이란 자신의 이미지나 기분을 변화시키는 수단으로 사용되는 행동성향이고, 유행성이란 유행에 관심이 많아 최신 유행에 맞추려고 신경을 쓰는 행동성향으로 대인지향이란 사회적인 상호관계 속에서 기본적인 예의나 다른 사람을 의식하는 행동성향을 의미하며, 동조성이란 소속감을 표시하는 것으로 타인과 유사한 스타일로 모방하는 행동성향을 말한다. 과시성이란 타인을 의식하여 자신을 부각시키려는 행동성향을 의미하는 것으로 재정

Generalsychiatry. 15: pp.6-21

43) 서화숙, (2002), 「여대생들의 체중조절 경험과 신체적 특성에 따른 신체만족도 및 의복만족도 외모관리행동에 관한 연구」, 상주대학교 대학원 석사학위논문

44) 임인숙, (2004), 「다이어트의 사회문화적 환경: 여대생의 외모차별 경험과 대중매체의 몸 이미지 수용도를 중심으로」, 한국사회학, 제38권, 제2호, pp.165-187

45) 조혜란, 최종명, (2007), 「대학생의 성에 따른 신체만족도와 외모향상행동과의관계」, 한국생활과학회지, 제16권, 4호, pp.825-835

의 하였다.⁴⁶⁾

2. 자아존중감

사람들은 자신에 대한 정보를 경험을 통해 점차 쌓아가면서 자신에 대해 알게 된다. 이 때 자신에 대한 정보들을 바탕으로 ‘나의 이런 점은 긍정적이다, 나의 이런 점은 부정적이다’와 같이 판단하고 평가한다. 생애 초기 아동은 타인과의 의사소통 안에서 그들이 자신한테 보이는 언어나 행동을 통해 자신을 지각하고 자신의 가치를 평가한다. 또한 아동들은 자기에게 갖고 있는 기준이나 기대와 비교하면서 자신의 모습을 판단하기도 하는데(Harter, 2006),⁴⁷⁾ 예를 들어 ‘나는 예쁘게 생겼어’, ‘나는 운동을 잘해’, ‘나는 사람들과 함께 있는 것을 좋아하고 그들 역시 나와 있는 것을 좋아해’와 같이 판단하는 것이다. 이처럼 자신의 특성을 긍정적이거나 부정적으로 평가하는 요소를 ‘자아존중감(self-esteem)’이라고 한다. 그리고 이 자아존중감은 가치, 능력, 통제 이렇게 세 가지 차원으로 이루어져 있다(Curry & Johnson, 1990).⁴⁸⁾

첫 번째는, 가치의 차원은 내가 나를 가치 있다고 생각해서 얼마나 긍정적으로 판단하고 좋아하는지, 혹은 다른 사람들이 자신에 대해 얼마나 가치 있다고 여기고 좋아하는지에 대한 평가의 차원이다. ‘나는 내가 좋아’ 혹은 ‘사람들은 나를 좋아해’와 같은 것이 평가 차원의 예이다.

46) 이서윤, (2010), 「이미지 관리행동이 심리적 기대효과와 경력성공에 미치는 영향」, 동양대학교대학원 박사학위, p.55

47) Harter, S. (2006). The self. In N. Eisenberg, W. Damon & R. M. Lerner (Eds.), Handbook of Child Psychology Hoboken, NJ: John Wiley & Sons pp. 505-570

48) Curry, N. E. & Johnson, C.N. (1990), Beyond self-esteem: Developing a genuine sense of human value. In Research Monograph of the National Association for the Education of Young Children (Vol. 4). Washington DC: NAEYC.

활영역에 중요한 영향력을 가지고 있다고 볼 수 있다.

자아존중감이란 개인의 자기 가치와 자기 수용 정도를 포함한 자신에 대한 느낌으로서 자아개념과 연합된 개인의 능력에 대한 자기 평가로 긍정적인 태도를 의미한다.⁵¹⁾ 자아존중감은 개인의 적용, 건강한 성격발달, 자아실현 및 개인이 느끼는 행복감에 매우 중요한 영향을 미치는 심리적 변인으로써 인간의 행동을 결정하고 설명, 예언하는데 도움을 주며, 개인의 행동, 감정, 동기, 성취 및 인간관계에 이르기까지 폭 넓은 영향을 미치는 요인이라 하였다.⁵²⁾ 자아존중감 형성에 영향을 미치는 또 다른 중요한 요인은 사회적 인식이다. 현대 사회에서는 사람의 가치가 개인의 지능, 신체적 매력 교육 등 성취도에 따라 좌우된다고 하였다. 이러한 성공의 상징을 소유하면 자존감이 상승하고, 반면에 이러한 상징을 상실하거나 취득하지 못하면 열등감이 증가한다고 사람들은 생각한다.⁵³⁾

현대 사회에서 외모는 자아존중감에 중요한 영향을 미치는 요소 중의 하나이며, 그 시대의 사회적인 가치 인식은 그것을 소유한 사람과 소유하지 못한 사람간의 비교의식을 낳게 되어 사람들은 자신을 개성 있는 개체로서 인정하기보다 누군가 다른 대상이나 특별한 기준을 가지고 비교함으로써 평가하여, 그 기준의 적합성 정도에 따라 자신의 자존감 수치를 정하게 되는 것이다.

3. 여대생들의 특성

여대생은 연령이 19-24세로 볼 수 있고 청소년기를 벗어나 자기 자신들에 대한 동료사회의 이목에 대한 관심이 크고 자아의식 또한 성숙의 단계로 접

51) 송인섭, (1990), 『인간심리와 자아개념』, 서울 양서원, pp.389-422

52) 김예주, (2016), 「이미지 메이킹이 긍정적 사고와 자아존중감에 미치는 영향」, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문, p.14.

53) 임철현, (2000), 「낮은 자존감이 신앙에 미치는 영향과 치유방안」, 목원대학교대학원 석사학위논문, p.24

어든 시기라고 할 수 있다.⁵⁴⁾ 이 시기는 자신의 능력과 흥미를 파악하여 진로를 선택하며, 결혼과 가족 형성에 대한 준비를 통해 자신의 정체감을 구체화 하는 발달과업을 성취해야 하는 시기이며⁵⁵⁾ 성인으로 가는 과도기로 외모에 관심이 가장 많아 신체외모에 대한 흥미가 높으며 외모관리를 시작하는 시기로 향후 뷰티 산업의 잠재적 고객이라 볼 수 있고, 여대생들은 미적 감각이 높아 아름다운 외모를 위하여 신경을 쓰고, 단정하고 깨끗한 옷차림과 헤어스타일을 좋아 한다.⁵⁶⁾ 이들은 학업과 사회적 위치에 대한 관심이 많으며 사회활동을 위해 외모관리에 필요한 의복 및 소품, 피부 관리, 헤어스타일 변화, 화장품 등 활발한 소비활동을 지향하고 있으므로 소비와 유행의 집단 계층이라고 할 수 있다.⁵⁷⁾ 여대생들은 대학에 들어가면서 화장을 본격적으로 시작하고 아름다움에 대한 욕구가 높아지면서 자기만의 개성을 찾아가기 위해 능동적으로 활동을 하며 시간과 투자를 아끼지 않고, 유행에 민감하고 메이크업을 통한 이미지 연출에 가장 많은 관심을 보이는 시기이기도 하다.⁵⁸⁾ 여대생들의 또 다른 특징은 자기중심적 경향을 지니며 인내심이 부족하며 이해에 기초한 인간관계로 복잡한 것을 싫어하며 여가를 중시하는 감성주의 세대로 과정보다는 결과를 중시하며 성취감과 독립, 개성을 추구하는 경향을 보이기도 한다.⁵⁹⁾

여대생들을 대상으로 한 선행연구 중 김정희(2006)의 연구에서는 여대생들

54) 김은지, (2013), 「여대생들의 메이크업 화장품 구매행동 및 사용실태에 관한연구」, 숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문, p.37

55) 한상미, (1997). 「한국여대생의 정체성 발달: 독립적 자아와 합류적 자아의 갈등과 변화」. 이화여자대학교대학원 박사학위 논문, pp.18-19

56) 이영애, (2015), 「여대생의 일반적특성이 헤어스타일 결정에 미치는 영향에 관한 연구」, 대구카톨릭대학교보건과학대학원 석사학위논문, p.16

57) 서지혜, (2008), 「여대생들의 자외선에 대한 인지도와 차단방법에 관한 연구」, 숙명여자대학교 석사학위논문, p.40

58) 김나경, (2010), 「여대생의 메이크업제품 구매행동과 성향에 관한 연구」, 숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문, p.33

59) 윤소영, (2007), 「여대생의 외모관리에 대한 의식 및 태도 연구」, 한남대학교대학원 석사학위논문, p.11

은 적극적이고 충실한 생활 태도를 갖는 바람직한 라이프 스타일과 개성적이고 현실적이며 현재 지향적인 집단, 경제적이고 절약하고 사회에 대한 관심이 많은 집단, 소극적이고 내성적인 생활태도를 갖는 집단으로 구분되었으며 대다수 여대생들이 혁신 추구적인 경향과 성취감 및 독립을 추구하는 경향이 높아지고 있다고 하였다.⁶⁰⁾ 이처럼 여대생들은 어느 연령층보다 유행에 민감하고 트렌드를 이끌어나가는 집단으로 높아진 위상과 함께 사회 전반에 영향을 미치는 세력이며 그들은 능동적으로 행동하고 그들의 활동범위가 점차 확대되고 있는 추세를 보이고 있기도 하다.⁶¹⁾

60) 김경희, (2002), 「한·중·일 여대생의 라이프스타일에 따른 피부관리, 화장행동, 구매행동 비교」, 경희대학교 박사학위논문. p.13

61) 신정은, (2010), 「여대생들의 메이크업 트렌드와 컬러선호도에 관한 연구」, 숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문, p.27

Ⅲ. 연구방법 및 절차

1. 연구대상

본 연구는 서울, 경기, 충청지역 대학교에 재학 중인 여대생을 대상으로 1학년부터 4학년까지를 표집으로 하였고, 조사방법은 설문지를 이용하여 응답자가 직접 기입하는 자기기입방법을 사용하였으며, 연구자가 직접 방문 하거나 우편을 통해 발송하여 회수하는 방법을 이용하여 자료를 수집하였다.

조사기간은 2017년 4월 10일부터 4월 28일 까지 18일간에 걸쳐 진행되었으며, 600부를 배부하여 불성실한 설문지 19부를 제외한 581부를 최종 분석 자료로 사용하였다.

2. 연구도구

본 연구에서는 자료 수집을 위한 설문지 기법을 사용하였고 설문지 문항은 이미지관심특성, 내적이미지 관리행동, 외적 이미지 관리행동, 자아존중감, 일반적 특성 등 총 59문항으로 구성되었다.

1) 일반적 특성

조사 대상자의 일반적인 특성은 이서운(2010)⁶²⁾의 선행연구를 바탕으로 본 연구 목적에 맞게 수정·보완 하였으며, 구체적인 구성은 학년, 전공계열, 메이크업을 처음 시작한 시기, 월평균 용돈 등 연구자가 총 4문항으로 구성하였다.

62) 이서운, (2010), 「이미지 관리행동이 심리적 기대효과와 경력성공에 미치는 영향」, 동양대학교대학원 박사학위논문, pp.101-103

2) 이미지관심 특성

이미지관심 특성은 조슬기(2006)⁶³, 김나경(2010)⁶⁴, 이선미(2014)⁶⁵의 선행 연구들을 바탕으로 본 연구자가 연구 목적에 맞게 수정·보완하여 재구성하였으며, 총 11문항으로 명목척도를 사용하였다.

3) 내적이미지 관리행동

내적이미지 관리행동을 측정하기 위해서 최상진, 김기범(2000)⁶⁶과 정명선, 김혜진(2009)⁶⁷, 이서운(2010)⁶⁸의 선행연구를 토대로 본 연구는 내적 이미지 관리행동을 체면행위에서 나타나는 영향으로 타인 의식성과 사회 격식성, 자괴 의식성으로 분류하였다. 총 10개 문항으로 5점(Likert)척도를 사용하였고, 하위요인을 구체적으로 살펴보면 타인 의식성은 남이 자신을 어떻게 평가할지를 의식해서 나의 행동을 남의 시선을 의식하는 것을 의미하고, 사회 격식성은 사회적으로 격식을 갖추고 예의를 중시하며 교양 있게 행동하려 노력하는 정도를 의미하며, 자괴 의식성은 다른 사람이 나의 의견이나 주장을 받아들이지 않으면 기분이 상하고 자신이 부끄럽고 창피하다고 느끼는 것을 의미하는 것으로 본 연구에서 재 정의하였다,

63) 조슬기, (2006), 「외적이미지를 리드하는 여성들의 외모활동 관리행동」, 성신여자대학교 석사학위논문, pp.66-70

64) 김나경, (2010), 「여대생 메이크업 제품 구매행동과 성향에 관한 연구」, 숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문, pp.109-114

65) 이선미, (2014), 「메이크업의 색채가 이미지 효과에 미치는 영향」, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, pp.99-102

66) 최상진, 김기범, (2000), 「최면의 심리적 구조」, 한국심리학회지 제14권 1호 pp.18-202

67) 김혜진, (2009), 「체면 민감성, 과시 소비 성향, 패션 명품 선호도가 패션 명품 복제품의 구매 행동에 미치는 영향」, 복식문화연구 제17권 2호 pp.189-202

68) 이서운, (2010), 「이미지 관리행동이 심리적 기대효과와 경력성공에 미치는 영향」, 동양대학교대학원 박사학위, p.55

4) 외적이미지 관리행동

외적이미지 관리행동은 박정혜(2002),⁶⁹⁾ 최수경(2007),⁷⁰⁾ 이서윤(2010)⁷¹⁾의 선행연구를 토대로 본 연구는 외적이미지 관리행동을 도구성 5문항, 유행성, 대인지향, 동조성 15문항 및 과시성 4문항으로 구분 하였다. 총 24문항으로 5점(Likert)척도를 사용하였고, 하위요인을 구체적으로 살펴보면 도구성은 자신의 이미지나 기분을 변화시키는 수단으로 사용되는 행동성향을 말하고, 유행성은 유행에 관심이 많으며, 최신 유행에 맞추려고 신경을 쓰는 행동성향을 말하며, 대인지향은 사회적인 상호관계 속에서 기본적인 예의나 다른 사람을 의식하는 행동성향을 의미하며, 동조성은 소속감을 표시하는 것으로 타인과 유사한 스타일로 모방하는 행동성향을 의미하며, 과시성은 타인을 의식하여 자신을 부각시키려는 행동성향을 의미하는 것으로 본 연구에서 재정의 하였다.⁷²⁾

5) 자아존중감

자아존중감을 측정을 위해서는 Rosenberg(1965)⁷³⁾가 개발한 측정도구를 사용한 조선영(2013),⁷⁴⁾ 김지현(2015)⁷⁵⁾의 연구에서 토대로 본 연구에 맞게 수

69) 박정혜, (2002), 「추구의복이미지와 의복태도에 따른 색조화장품 색 선호도 연구」, 한국복식학회지 제52권 7호 pp.87-102

70) 최수경, (2007), 「화장행동에 미치는 영향요인」, 경상대학교대학원 박사학위논문, pp.107-130

71) 이서윤, (2010), 「이미지 관리행동이 심리적 기대효과와 경력성공에 미치는 영향」, 동양대학교대학원 박사학위, pp.101-103

72) 이서윤, (2010), 「이미지 관리행동이 심리적 기대효과와 경력성공에 미치는 영향」, 동양대학교대학원 박사학위, pp.52-76

73) Rosenberg,1965), 「Society and the adolescent self-image」, Princeton, NJ: Princeton University Press,

74) 조선영, (2013), 「성인여성의 생활연령과 지각연령의 차이가 외모관리행동 및 자아존중감에 미치는 영향」, 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위 논문, pp.127-128

75) 김지현, (2015), 「40-40대 여성의 피부건강관리가 외모만족 및 자아존중감에 미치는 영향」, 서경대학교대학원 석사학위논문, p.69

정·보완하여 총 10문항으로 5점(Likert)척도를 사용하여 재구성하였다.

<표 1> 설문지 구성

구성	내용	문항수	척도
이미지관리 특성	이미지관리 고민, 관심, 중요성, 영향, 시기, 의식, 이유, 만족, 월평균 지출	12	명목
내 적 이 미 지 관 리 행 동	타인 의식성 사회 격식성 자괴 의식성	5 3 2	5점 Likert 척도
외 적 이 미 지 관 리 행 동	도구성 유행성 대인지향성 동조성 과시성	5 5 4 5 4	5점 Likert 척도
자아존중감	긍정적자아, 부정적자아	10	5점 Likert 척도
일반적 특성	학년, 전공계열, 메이크업 첫 시기, 월평균 용돈	4	명목척도
총 60 문항			

3. 자료 분석

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 21.0 프로그램을 이용하여 분석하였으며, 분석기법은 다음과 같다.

첫째, 연구대상자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 변수의 타당성과 신뢰성을 검증하기 위해 요인분석을 실시하고, Cronbach α 를 산출하였다.

셋째, 여대생들의 이미지 관리와 이미지 관리행동, 그리고 자아존중감을 살펴보기 위해 One-way ANOVA(일원변량분석), χ^2 (Chi-square) 검증, 그리고

빈도분석을 실시하였다.

넷째, 여대생들의 이미지 관리행동과 자아존중감과의 관계를 알아보기 위해 Correlation(상관관계분석)을 실시하였다.

다섯째, 여대생들의 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석(Multiple Regression)을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 해석

1. 연구대상의 일반적 특성

연구대상의 일반적 특성에 대해 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과 <표2>과 같다. 학년별로는 1학년이 38.2%로 가장 많았으며, 다음으로 2학년 36.5%, 3학년 14.5%, 4학년 10.8% 순으로 나타났다. 전공계열별로는 인문, 사회계열이 43.4%로 가장 높은 분포를 보였으며, 다음으로 예, 체능계열 38.4%, 자연, 과학계열 18.2% 순이었다. 화장시작 시기별로는 중학교 시절이 41.1%로 가장 많았으며, 다음으로 고등학교 시절 37.7%, 대학 입학 후 16.0%, 초등학교 시절 5.2% 순으로 차지하였다. 월평균 용돈별로는 30~50만원 미만 36.8%로 가장 높은 분포를 보였으며, 다음으로 20~30만원 미만 28.9%, 20만원 미만 17.6%, 50만 원 이상 16.7% 순으로 나타났다.

<표 2> 연구 대상자의 일반적 특성

구 분		빈도(N)	백분율(%)
학 년	1학년	222	38.2
	2학년	212	36.5
	3학년	84	14.5
	4학년	63	10.8
전공계열	인문, 사회계열	252	43.4
	자연, 과학계열	106	18.2
	예, 체능계열	223	38.4
화장시작 시 기	초등학교 시절	30	5.2
	중학교 시절	239	41.1
	고등학교 시절	219	37.7
	대학 입학 후	93	16.0
월 평 균 용 돈	20만원 미만	102	17.6
	20~30만원 미만	168	28.9
	30~50만원 미만	214	36.8
	50만 원 이상	97	16.7
계		581	100.0

2. 이미지 관리행동의 타당성과 신뢰도 분석

1) 이미지 관리행동의 타당성 분석

요인분석은 다변량 자료의 분석방법 중에서 가장 대표적인 분석방법이다. 분석의 대상이 되는 변수의 수가 많은 경우 이들 사이의 상호관련성을 이용하여 변수 속에 내재된 요인이라고 부르는 소수의 공통적인 새로운 변수를 찾아내어 이들이 지니고 있는 특성으로 전체 자료가 가지고 있는 특성을 설명하고자 하는 통계적 분석방법이다. 본 연구에서는 요인분석 방법으로 주성분분석

을 사용하였으며, 요인 적재치를 높이기 위해 배리맥스 회전을 실시하였고, 요인 적재치는 0.40 이상의 것을 사용하였다.

(1) 내적 이미지 관리행동 요인분석

내적 이미지 관리행동 변수에 대해 요인분석을 실시한 결과는 <표 3>와 같다. <표 4>에서 보는 바와 같이 총 10개의 변인이 추출되었으며, 3개의 요인으로 묶였다. 이 중 요인 1은 35.5%의 설명력이 나타났으며, ‘나의 모습이 남들에게 어떻게 비칠까 걱정하는 편이다’, ‘나는 어떤 행동을 할 때 다른 사람들을 의식하는 편이다’, ‘나는 나에 대해 다른 사람들이 어떻게 생각하는가에 민감한 편이다’, ‘나는 어떤 행동을 할 때 다른 사람들이 어떻게 평가할지를 의식하는 편이다’, ‘나는 다른 사람들의 눈치를 살피는 편이다’의 내용으로 구성되어 “타인 의식성”으로 명명하였고, 요인 2는 20.6%의 설명력이 나타났고, ‘나는 사석에서도 교양 있게 행동하려고 노력하는 편이다’, ‘나는 다른 사람들 앞에서 행동할 때 격식을 차리는 편이다’, ‘나는 다른 사람들에 대해 예절을 중시하는 편이다’의 내용으로 구성되어 “사회 격식성”으로 명명하였으며, 요인 3은 16.1%의 설명력을 나타냈고 ‘나는 다른 사람들이 나의 주장을 받아들이지 않으면 기분이 상한다’, ‘나는 다른 사람들이 나의 의견을 받아들이지 않을 때 부끄러움을 느낀다’의 내용으로 구성되어 “자괴 의식성”으로 명명하였다.

<표 3> 내적 이미지 관리행동 요인분석

구분	요인			
	1	2	3	
타인의 식성	나는 나의 모습이 남들에게 어떻게 비칠까 걱정하는 편이다	0.869	0.139	0.104
	나는 어떤 행동을 할 때 다른 사람들을 의식하는 편이다	0.848	0.192	0.186
	나는 나에게 대해 다른 사람들이 어떻게 생각하는가에 민감한 편이다	0.847	0.154	0.142
	나는 어떤 행동을 할 때 다른 사람들이 어떻게 평가할지를 의식하는 편이다	0.825	0.210	0.117
	나는 다른 사람들의 눈치를 살피는 편이다	0.697	0.107	0.163
사회 격 식 성	나는 사석에서도 교양 있게 행동하려고 노력하는 편이다	0.091	0.820	0.083
	나는 다른 사람들 앞에서 행동할 때 격식을 차리는 편이다	0.246	0.801	0.061
	나는 다른 사람들에 대해 예절을 중시하는 편이다	0.183	0.783	-0.175
자 괴 의 식 성	나는 다른 사람들이 나의 주장을 받아들이지 않으면 기분이 상한다	0.138	-0.009	.881
	나는 다른 사람들이 나의 의견을 받아들이지 않을 때 부끄러움을 느낀다	0.267	-0.014	.830
	고유값	3.551	2.062	1.612
	분산율	35.514	20.628	16.120
	누적분산율	35.514	56.142	72.262

KMO=0.828, Bartlett's test 결과 $\chi^2=2846.162$ (df=45, p=0.000.)

(2) 외적 이미지 관리행동 요인분석

외적 이미지 관리행동에 대해 요인분석을 실시한 결과는 <표 4>와 같다. 외적 이미지 관리행동의 총 24개의 변인이 추출되었으며, 5개의 요인으로 묶였다. 이 중 요인 1(13.9%)은 ‘나는 주변사람의 외적이미지가 마음에 들면 똑같이

해보고 싶다’, ‘나는 유행하는 스타일을 꼭 한번 해보고 싶을 때가 있다’, ‘나는 유행에 맞는 외적이미지가 멋있어 보인다’, ‘나는 유명 연예인의 외적이미지를 보면 나도 그렇게 하고 싶다’, ‘나는 현재 유행하는 외적이미지를 따른다’의 문항으로 구성되어 “유행성”으로 명명하였고, 요인 2(13.6%)는 ‘나는 내가 속한 집단의 외적이미지 기준에 맞추려고 노력한다’, ‘나는 친구들과 비슷하게 외적 이미지를 했을 때 그 그룹의 일원임을 느낀다’, ‘나는 새로운 외적이미지 스타일을 할 때 친구들이 싫어하는 스타일을 하지 않는다’, ‘나는 모임에 가서 내 외적이미지가 다른 사람들과 다르면 불안하다’, ‘나는 주위 사람들과 비슷한 스타일이나 외적이미지를 선택한다’의 내용으로 구성되어 “동조성”으로 명명하였으며, 요인 3(12.8%)은 ‘나는 외적이미지를 바꿔 변화를 주고 싶을 때가 있다’, ‘나는 외적이미지의 상태에 따라 나의 기분이 좌우 된다’, ‘나는 신체적 단점을 보완하기 위해 외적이미지를 연출 한다’, ‘나는 이미지를 바꾸기 위해 외적이미지 스타일을 바꾸어 본다’, ‘나는 외적이미지가 변신의 도구라고 생각한다’의 내용으로 구성되어 “도구성”으로 명명하였다.

요인 4(12.3%)는 ‘나는 외적이미지를 잘 관리한다는 소리를 듣고 싶다’, ‘나는 외적이미지가 대인관계나 사회생활에 있어서 필수라고 생각한다’, ‘나는 외출할 때 외적이미지에 신경을 더 쓰는 편이다’, ‘나는 외적이미지가 상대방에 대한 예의라고 생각한다’, ‘나는 나의 외적이미지가 어떻게 보일까에 대해 신경을 쓴다’는 내용으로 구성되어 “대인지향성”으로 명명하였고, 요인 5(11.2%)는 ‘나는 비싸도 유명상표의 제품이나 유명브랜드 매장을 이용해야 자존심이 세워진다고 생각한다’, ‘나는 모임에서 관심을 끌만한 외적이미지가 좋다’, ‘나는 외적이미지를 위해 가격이 비싸도 구입 한다’, ‘나는 외적이미지가 멋있다는 소리를 듣고 싶다’의 내용으로 구성되어 “과시성”으로 명명하였다.

<표 4> 외적 이미지 관리행동 요인분석

	구분	요인				
		1	2	3	4	5
유행성	나는 주변사람의 외적이미지가 마음에 들면 똑같이 해보고 싶다	0.779	0.096	0.192	0.248	0.131
	나는 유행하는 스타일을 꼭 한번 해보고 싶을 때가 있다	0.757	0.022	0.180	0.336	0.089
	나는 유행에 맞는 외적이미지가 멋있어 보인다	0.713	0.178	0.143	-0.120	0.378
	나는 유명 연예인의 외적이미지를 보면 나도 그렇게 하고 싶다	0.659	0.235	0.079	0.377	0.100
	나는 현재 유행하는 외적이미지를 따른다	0.651	0.227	0.128	-0.144	0.291
동조성	나는 내가 속한 집단의 외적이미지 기준에 맞추려고 노력한다	0.128	0.804	0.200	0.124	0.172
	나는 친구들과 비슷하게 외적이미지를 했을 때 그 그룹의 일원임을 느낀다	0.236	0.782	0.101	-0.023	0.271
	나는 새로운 외적이미지 스타일을 할 때 친구들이 싫어하는 스타일을 하지 않는다	0.015	0.759	0.096	0.107	0.049
	나는 모임에 가서 내 외적이미지가 다른 사람들과 다르면 불안하다	0.144	0.724	-0.061	-0.054	0.320
	나는 주위 사람들과 비슷한 스타일이나 외적이미지를 선택한다	0.479	0.554	-0.131	0.261	-0.055
도구성	나는 외적이미지를 바꿔 변화를 주고 싶을 때가 있다	0.152	-0.092	0.805	0.113	-0.143
	나는 외적이미지의 상태에 따라 나의 기분이 좌우된다	0.064	0.156	0.697	0.086	0.368
	나는 신체적 단점을 보완하기 위해 외적이미지를 연출한다	0.043	0.202	0.689	0.029	0.004
	나는 이미지를 바꾸기 위해 외적이미지 스타일을 바꾸어 본다	0.141	-0.020	0.505	0.390	-0.021
	나는 외적이미지가 변신의 도구라고 생각한다	0.190	-0.051	0.503	0.499	0.199
대인지향성	나는 외적이미지가 대인관계나 사회생활에 있어서 필수라고 생각한다	0.132	0.039	0.142	0.730	0.190
	나는 외출할 때 외적이미지에 신경을 더 쓰는 편이다	0.207	0.000	0.325	0.674	0.067
	나는 외적이미지가 상대방에 대한 예의라고 생각한다	-0.057	0.134	-0.125	0.660	0.382
	나는 나의 외적이미지가 어떻게 보일까에 대해 신경을 쓴다	0.204	0.367	0.380	0.626	-0.036
과시성	나는 비싸도 유명상표의 제품이나 유명브랜드 매장을 이용해야 자존심이 세워진다고 생각한다	0.135	0.294	-0.148	0.117	0.764
	나는 모임에서 관심을 끌만한 외적이미지가 좋다	0.249	0.278	0.293	0.132	0.700
	나는 외적이미지를 위해 가격이 비싸도 구입한다	0.278	0.095	0.013	0.307	0.606
	나는 외적이미지가 멋있다는 소리를 듣고 싶다	0.269	0.177	0.371	0.227	0.421
	고유값	3.345	3.257	3.078	2.955	2.698
	분산율	13.939	13.571	12.824	12.311	11.240
	누적분산율	13.939	27.510	40.334	52.645	63.886
		KMO = 0.766, Bartlett's test 결과 $\chi^2=1381.961$ (df=276, p=0.000.)				

2) 신뢰도 검증

신뢰도 검증은 동일한 개념을 측정하기 위하여 여러 문항으로 이루어진 문항들의 일치성을 측정하고자 할 때 이용된다. 신뢰도 분석 절차는 내적 일치도 방법에 의한 Cronbach α 값을 이용하여 각 문항간의 일치성을 분석한다. 이러한 방법을 이용하여 본 연구의 측정도구 신뢰도를 검증한 결과는 <표 5>과 같다. <표 5>에서 보는 바와 같이 Cronbach α 가 내적 이미지 관리행동 0.84, 외적 이미지 관리행동 0.89, 자아존중감 0.86으로, 모두 0.60 이상으로 나타났다. 따라서 본 연구의 측정도구는 신뢰할만한 수준임을 알 수 있다.

<표 5> 신뢰도 검증

구 분	하위요인	문 항수	Cronbach's α
내 적 이 미 지 관 리 행 동	타인 의식성	5	0.90
	사회 격식성	3	0.76
	자괴 의식성	2	0.72
	내적 이미지 관리행동	10	0.84
외 적 이 미 지 관 리 행 동	도구성	5	0.82
	유행성	5	0.82
	대인지향성	5	0.80
	동조성	5	0.85
	과시성	4	0.73
	외적 이미지 관리행동	23	0.89
	자아존중감	10	0.86

3. 여대생의 이미지관리 행동 실태

1) 자신의 이미지관리에 대한 고민 정도

여대생들의 자신의 이미지관리에 대한 고민 정도에 대해 살펴본 결과는 <표 6>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.95로, 여대생들은 자신의 이미지 관리에 대해 고민한 적이 많은 것으로 나타났다. 정영희(2008)⁷⁶⁾의 연구에서도 이미지 관리에 대해 고민해 본 적이 있는 여성이 79.8%로 나타나 본 연구와 유사함을 보였다.

학년별로는 2학년 여대생이 자신의 이미지 관리에 대해 고민한 적이 가장 많았고, 1학년 여대생은 다른 여대생보다 자신의 이미지 관리에 대해 고민한 적이 적었으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=3.22, p<.05$). 전공계열 별로는 인문, 사회계열 여대생이 자신의 이미지 관리에 대해 고민한 적이 가장 많았고, 자연, 과학계열 여대생은 다른 계열 여대생보다 자신의 이미지 관리에 대해 고민한 적이 적었으며, 전공계열에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=5.90, p<.01$).

화장시작 시기별로는 중학교 이전부터 화장을 시작한 여대생이 자신의 이미지 관리에 대해 고민한 적이 가장 많았고, 고등학교 시절에 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 자신의 이미지 관리에 대해 고민한 적이 적었으나 유의미한 차이는 아니었다. 월평균 용돈별로는 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 자신의 이미지 관리에 대해 고민한 적이 많았으며, 월평균 용돈에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=2.94, p<.05$). 이상과 같이 여대생들은 자신의 이미지 관리에 대해 고민한 적이 많았으며, 2학년 여대생과 인문, 사회계열 여대생, 그리고 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 다른 여대생보다 자신의 이미지 관

76) 정영희, (2008), 「이미지메이킹을 위한 메이크업 효과에 관한 연구」숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문, p.34

리에 대해 고민한 적이 많았다.

<표 6> 자신의 이미지 관리에 대한 고민 정도

구분	N	Mean	SD	F	p	
학 년	1학년	222	3.82	0.80	3.22*	0.022
	2학년	212	4.05	0.91		
	3학년	84	3.99	0.61		
	4학년	63	4.03	0.80		
전공계열	인문, 사회계열	252	4.02	0.78	5.90**	0.003
	자연, 과학계열	106	3.71	0.89		
	예, 체능계열	223	3.99	0.82		
화장시작시기	중학교 이전부터	269	3.97	0.83	0.24	0.788
	고등학교 시절	219	3.92	0.79		
	대학 입학 후	93	3.96	0.90		
월 평균 용돈	20만원 미만	102	3.83	0.85	2.94*	0.033
	20~30만원 미만	168	3.85	0.82		
	30~50만원 미만	214	4.03	0.81		
	50만원 이상	97	4.07	0.82		
전체	581	3.95	0.82			

* $p < .05$, ** $p < .01$

2) 자신의 이미지에 대한 관심도

여대생들의 자신의 이미지에 대한 관심도에 대해 살펴본 결과는 <표 7>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.97로, 여대생들은 자신의 이미지에 대한 관심도가 높은 것으로 나타났다.

학년별로는 2학년 여대생이 자신의 이미지에 대한 관심도가 가장 높았고, 1학년 여대생은 다른 여대생보다 자신의 이미지에 대한 관심도가 낮았으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=4.22$, $p < .01$). 전공계열별로는 인문, 사회계열 여대생이 자신의 이미지에 대한 관심도가 가장 높았고, 자연, 과학계열

여대생은 다른 계열 여대생보다 자신의 이미지에 대한 관심도가 낮았으며, 전공계열에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=5.68, p<.01$). 장혜선(2014)⁷⁷⁾의 연구에서도 외모지향의 경로계수는 0.491, C.R값이 11.490으로, 심리적 의욕에 정(+)의 영향을 준다는 결과를 자신의 외모에 관심이 많을수록 심리적으로 의욕적인 것을 알 수 있다고 하였다. 이는 본 연구의 여대생들은 자신의 이미지에 대한 관심도가 높고, 2학년 여대생과 인문, 사회계열 여대생이 다른 여대생보다 자신의 이미지에 대한 관심도가 높게 나타난 결과와 유사하다.

<표 7> 자신의 이미지에 대한 관심도

구	분	N	Mean	SD	F	p
학	1학년	222	3.83	0.77	4.22**	0.006
	2학년	212	4.08	0.86		
	3학년	84	3.98	0.58		
	4학년	63	4.05	0.75		
전공계열	인문, 사회계열	252	4.08	0.79	5.68**	0.004
	자연, 과학계열	106	3.79	0.74		
	예, 체능계열	223	3.92	0.78		
월	20만원 미만	102	3.90	0.82	2.33	0.073
	20~30만원 미만	168	3.86	0.79		
	30~50만원 미만	214	4.03	0.73		
	50만원 이상	97	4.07	0.82		
전	체	581	3.97	0.78		

** $p<.01$

77) 장혜선, (2014) 「신체이미지와 외모관리행동이 심리적 안정감에 미치는 영향」 서경대학교 대학원 박사학위논문, p.12

3) 자신의 외모에 대한 만족도

여대생들의 자신의 외모 만족도에 대해 살펴본 결과는 <표 8>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 2.98로, 여대생들은 자신의 외모 만족도가 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

학년별로는 4학년 여대생이 자신의 외모 만족도가 가장 높았고, 2학년 여대생은 다른 여대생보다 자신의 외모 만족도가 낮았으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=2.74, p<.05$). 전공계열별로는 인문, 사회계열 여대생이 자신의 외모 만족도가 가장 높았고, 예, 체능계열 여대생은 다른 계열 여대생보다 자신의 외모 만족도가 낮았으며, 전공계열에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=3.33, p<.05$).

월평균 용돈별로는 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 자신의 외모 만족도가 높았으며, 월평균 용돈에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=3.81, p<.05$).

이상과 같이 여대생들은 자신의 외모 만족도가 그다지 높지 않았으며, 4학년 여대생과 인문, 사회계열 여대생, 그리고 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 다른 여대생보다 자신의 외모 만족도가 높았다. 서하나(2013)⁷⁸의 연구에서 4학년의 경우 화장 전 외모 만족도가 가장 높다는 결과가 일치했으며, 엄미선(2013)⁷⁹ 연구도 자신의 외모에 대한 만족도 분석 결과 전체적으로 볼 때, ‘그렇다’ 50명 (11.4%), ‘보통이다’ 242명 (55.1%), ‘그렇지 않다’ 147명 (33.5%)으로 본 연구의 자신의 외모 만족도가 그다지 높지 않은 결과와 일치한다.

78) 서하나, (2013), 「색조화장의 인식에 따른 여대생의 외모만족도와기대감」 광주여자대학교 대학원 석사학위논문, p.33

79) 엄미선, (2013), 「여대생의 외모에 대한 인식이 미용성형기술 실태에 미치는 영향」 중앙대학교의약식품대학원 석사학위논문, p.25

<표 8> 자신의 외모 만족도

구분	N	Mean	SD	F	p	
학 년	1학년	222	2.96	0.77	2.74*	0.043
	2학년	212	2.89	0.87		
	3학년	84	3.10	0.77		
	4학년	63	3.17	0.77		
전공계열	인문, 사회계열	252	3.06	0.77	3.33*	0.036
	자연, 과학계열	106	3.01	0.93		
	예, 체능계열	223	2.87	0.79		
월 평균 용돈	20만원 미만	102	2.84	0.87	3.81*	0.010
	20~30만원 미만	168	2.88	0.74		
	30~50만원 미만	214	3.03	0.79		
	50만원 이상	97	3.16	0.90		
전 체	581	2.98	0.81			

p<.05

4) 이미지 형성에서 첫인상의 중요성

이미지 형성에서 첫인상의 중요성에 대해 여대생들의 인식을 살펴본 결과는 <표 9>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 4.35로, 여대생들은 이미지 형성에서 첫인상이 중요하다고 인식하는 것으로 나타났다. 송은영(2009)⁸⁰⁾은 첫인상 형성 요소에 하나인 얼굴에서 인상관리가 중요하다고 밝혀 본 연구의 결과와 유사점을 보여주었다.

학년별로는 학년이 높은 여대생일수록 이미지 형성에서 첫인상이 중요하다고 인식하였으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다(F=5.85, p<.01). 전공계열별로는 인문, 사회계열 여대생이 다른 여대생보다 이미지 형성에서 첫인상이 중요하다고 인식하였고, 자연, 과학계열 여대생은 다른 계열 여대생보다 이

80) 송은영, (2009), 「얼굴이미지메이킹 프로그램이 자아존중감, 긍정적 사고, 얼굴이미지 효능감에 미치는 효과분석」 명지대학교대학원 박사학위논문, p.18

미지 형성에서 첫인상이 덜 중요하다고 인식하였으나 전공계열에 따른 유의미한 차이가 없었다. 이와 같이 고학년으로 갈수록 첫인상의 중요성을 높게 인식하는 이유는 고학년 일수록 취업을 준비하기 때문인 것으로 사료된다.

화장시작 시기별로는 고등학교 시절부터 화장을 시작한 여대생이 다른 여대생보다 이미지 형성에서 첫인상이 중요하다고 인식하였고, 중학교 이전부터 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 이미지 형성에서 첫인상이 덜 중요하다고 인식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

월평균 용돈별로는 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 이미지 형성에서 첫인상이 중요하다고 인식하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 이상에서 여대생들은 이미지 형성에서 첫인상이 중요하다고 인식하였으며, 학년이 높은 여대생일수록 특히 이미지 형성에서 첫인상이 중요하다고 인식하였다.

<표 9> 이미지 형성에서 첫인상의 중요성

구분	N	Mean	SD	F	p	
학 년	1학년	222	4.21	0.68	5.85**	0.001
	2학년	212	4.41	0.71		
	3학년	84	4.44	0.59		
	4학년	63	4.54	0.59		
전공계열	인문, 사회계열	252	4.39	0.66	1.27	0.283
	자연, 과학계열	106	4.26	0.72		
	예, 체능계열	223	4.35	0.68		
화장시작시기	중학교 이전부터	269	4.31	0.71	1.01	0.366
	고등학교 시절	219	4.39	0.62		
	대학 입학 후	93	4.38	0.71		
월 평균 용돈	20만원 미만	102	4.28	0.72	2.37	0.069
	20~30만원 미만	168	4.29	0.67		
	30~50만원 미만	214	4.37	0.69		
	50만원 이상	97	4.49	0.61		
전체	581	4.35	0.68			

** p<.01

5) 첫인상 형성에 영향을 미치는 외모 부분

첫인상 형성에 영향을 미치는 외모 부분에 대해 여대생들의 인식을 살펴본 결과는 <표 10>과 같이 외모 중 첫인상 형성에 메이크업이 영향을 미친다고 인식하는 여대생이 29.5%로 가장 많았으며, 다음으로 피부 18.8%, 기타 16.6%, 체형 16.3%, 의상 15.4%, 헤어 3.4% 순으로 나타났다.

학년별로는 2학년 여대생이 다른 여대생보다 외모 중 첫인상 형성에 피부가 더 큰 영향을 미친다고 인식하였고, 3학년 여대생은 다른 여대생보다 메이크

업이 더 큰 영향을 미친다고 인식하였으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=27.29$, $p<.05$). 전공계열별로는 인문, 사회계열 여대생이 다른 여대생보다 외모 중 첫인상 형성에 피부가 더 큰 영향을 미친다고 인식하였고, 자연, 과학계열과 예, 체능계열 여대생은 인문, 사회계열 여대생보다 메이크업이 더 큰 영향을 미친다고 인식하였으며, 전공계열에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=19.15$, $p<.05$).

화장시작 시기별로는 고등학교 시절부터 화장을 시작한 여대생이 다른 여대생보다 외모 중 첫인상 형성에 메이크업이 더 큰 영향을 미친다고 인식하였고, 대학 입학 후 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 피부와 의상이 더 큰 영향을 미친다고 인식하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 월평균 용돈별로는 20~30만원 미만인 여대생이 다른 여대생보다 외모 중 첫인상 형성에 피부가 더 큰 영향을 미친다고 인식하였고, 30만원 이상인 여대생은 다른 여대생보다 메이크업이 더 큰 영향을 미친다고 인식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

이상과 같이 여대생들은 외모 중 첫인상 형성에 메이크업이 가장 큰 영향을 미친다고 인식하였으며, 3학년 여대생과 자연, 과학계열 및 예, 체능계열 여대생이 다른 여대생보다 외모 중 첫인상 형성에 메이크업이 더 큰 영향을 미친다고 인식하였다. 이 결과는 고선형(2015)⁸¹의 연구에서도 외모관리행동의 하위요인은 화장 헤어관리($b=910$), 성형, 전문관리($b=.749$), 체형, 의복관리($b=.713$) 순으로 나타나 화장, 헤어관리가 외모관리행동에 가장 큰 영향력을 갖고 있는 것으로 나타내어 본 연구와 일맥상통함을 알 수 있다.

81) 고선형, (2015), 「성인의 자아존중감, 외모관리행동 및 신체이미지가 대인관계에 미치는 영향」 한서대학교대학원 박사학위논문, p.58

<표 10> 첫인상 형성에 영향을 미치는 외모 부분

구분	메이크업	헤어	피부	체형	의상	기타	계	χ^2 (df)	p	
학년	1학년	38 (25.3)	4 (2.7)	25 (16.7)	29 (19.3)	26 (17.3)	28 (18.7)	150 (36.6)	27.29* (15)	0.026
	2학년	41 (27.7)	3 (2.0)	40 (27.0)	23 (15.5)	16 (10.8)	25 (16.9)	148 (36.1)		
	3학년	29 (44.6)	4 (6.2)	7 (10.8)	8 (12.3)	11 (16.9)	6 (9.2)	65 (15.9)		
	4학년	13 (27.7)	3 (6.4)	5 (10.6)	7 (14.9)	10 (21.3)	9 (19.1)	47 (11.5)		
전공 계열	인문, 사회계열	46 (24.2)	4 (2.1)	48 (25.3)	34 (17.9)	24 (12.6)	34 (17.9)	190 (46.3)	19.15* (10)	0.038
	자연, 과학계열	23 (34.3)	4 (6.0)	6 (9.0)	9 (13.4)	11 (16.4)	14 (20.9)	67 (16.3)		
	예, 체능계열	52 (34.0)	6 (3.9)	23 (15.0)	24 (15.7)	28 (18.3)	20 (13.1)	153 (37.3)		
화장 시작 시기	중학교 이전부터	57 (28.9)	5 (2.5)	32 (16.2)	36 (18.3)	27 (13.7)	40 (20.3)	197 (48.0)	15.32 (10)	0.121
	고등학교 시절	49 (31.0)	5 (3.2)	32 (20.3)	28 (17.7)	23 (14.6)	21 (13.3)	158 (38.5)		
	대학 입학 후	15 (27.3)	4 (7.3)	13 (23.6)	3 (5.5)	13 (23.6)	7 (12.7)	55 (13.4)		
월평균 용돈	20만원 미만	14 (22.2)	4 (6.3)	9 (14.3)	11 (17.5)	10 (15.9)	15 (23.8)	63 (15.4)	17.50 (15)	0.290
	20~30만원 미만	34 (29.6)	2 (1.7)	28 (24.3)	18 (15.7)	23 (20.0)	10 (8.7)	115 (28.0)		
	30~50만원 미만	53 (31.9)	5 (3.0)	29 (17.5)	29 (17.5)	21 (12.7)	29 (17.5)	166 (40.5)		
	50만원 이상	20 (30.3)	3 (4.5)	11 (16.7)	9 (13.6)	9 (13.6)	14 (21.2)	66 (16.1)		
전체	121 (29.5)	14 (3.4)	77 (18.8)	67 (16.3)	63 (15.4)	68 (16.6)	410 (100.0)			

* p<.05

6) 이미지 관리

(1) 이미지 관리 시기

여대생들의 이미지 관리시기에 대해 살펴본 결과는 <표 11>과 같이 이미지

관리를 외출 할 때만 하는 여대생이 54.6%로 가장 많았으며, 다음으로 항상 한다 27.9%, 특별한 날에만 한다 14.3% 순으로 나타났고, 이미지 관리를 하지 않는 여대생은 1.9%로 매우 적었다. 김나경(2010)⁸²⁾의 선행연구에서는 메이크업 빈도가 전혀 하지 않는다는 여대생이 7.7%로 나타나 지금의 여대생들은 자신을 적극적으로 표현하고 외모 관리에 대한 관심이 높은 것을 알 수 있다.

학년별로는 1학년 여대생이 다른 여대생보다 이미지 관리를 외출할 때 많이 하였고, 2학년 여대생은 다른 여대생보다 항상 하였으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=24.70$, $p<.05$). 전공계열별로는 인문, 사회계열 여대생이 다른 여대생보다 이미지 관리를 항상 하였고, 자연, 과학계열 여대생은 다른 여대생보다 외출할 때와 특별한 날에 많이 하였으며, 전공계열에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=37.79$, $p<.001$).

화장시작 시기별로는 중학교 이전부터 화장을 시작한 여대생이 다른 여대생보다 이미지 관리를 항상 하였고, 고등학교 시절부터 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 외출할 때 많이 하였으며, 화장시작 시기에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=17.91$, $p<.05$). 월평균 용돈별로는 20~30만원 미만인 여대생이 다른 여대생보다 이미지 관리를 외출할 때 많이 하였고, 50만원 이상인 여대생은 다른 여대생보다 항상 하였으나 월평균 용돈에 따른 유의미한 차이가 없었다. 이상과 같이 여대생들은 이미지 관리를 외출 할 때 가장 많이 하였으며, 2학년 여대생과 인문, 사회계열 여대생, 그리고 중학교 이전부터 화장을 시작한 여대생이 다른 여대생보다 이미지 관리를 항상 하였다.

82) 김나경, (2010), 「여대생의 메이크업 제품 구매행동과 성향에 관한 연구」 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, p.54

<표 11> 이미지 관리 시기

구분	항상 한다	외출 할 때만 한다	특별한 날에만 한다	하지 않는다	기타	계	χ^2 (df)	p	
학년	1학년	50 (22.5)	131 (59.0)	32 (14.4)	8 (3.6)	1 (0.5)	222 (38.2)	24.70* (12)	0.016
	2학년	76 (35.8)	109 (51.4)	22 (10.4)	2 (0.9)	3 (1.4)	212 (36.5)		
	3학년	22 (26.2)	42 (50.0)	18 (21.4)	-	2 (2.4)	84 (14.5)		
	4학년	14 (22.2)	35 (55.6)	11 (17.5)	1 (1.6)	2 (3.2)	63 (10.8)		
전공 계열	인문, 사회계열	85 (33.7)	139 (55.2)	24 (9.5)	4 (1.6)	-	252 (43.4)	37.79*** (8)	0.000
	자연, 과학계열	16 (15.1)	61 (57.5)	24 (22.6)	5 (4.7)	-	106 (18.2)		
	예, 체능계열	61 (27.4)	117 (52.5)	35 (15.7)	2 (0.9)	8 (3.6)	223 (38.4)		
화장 시작 시기	중학교 이전부터	80 (29.7)	145 (53.9)	37 (13.8)	2 (0.7)	5 (1.9)	269 (46.3)	17.91* (8)	0.022
	고등학교 시절	62 (28.3)	124 (56.6)	29 (13.2)	3 (1.4)	1 (0.5)	219 (37.7)		
	대학 입학 후	20 (21.5)	48 (51.6)	17 (18.3)	6 (6.5)	2 (2.2)	93 (16.0)		
월평균 용돈	20만원 미만	26 (25.5)	54 (52.9)	17 (16.7)	3 (2.9)	2 (2.0)	102 (17.6)	10.69 (12)	0.555
	20~30만원 미만	43 (25.6)	104 (61.9)	16 (9.5)	4 (2.4)	1 (0.6)	168 (28.9)		
	30~50만원 미만	62 (29.0)	113 (52.8)	33 (15.4)	3 (1.4)	3 (1.4)	214 (36.8)		
	50만원 이상	31 (32.0)	46 (47.4)	17 (17.5)	1 (1.0)	2 (2.1)	97 (16.7)		
전체	162 (27.9)	317 (54.6)	83 (14.3)	11 (1.9)	8 (1.4)	581 (100.0)			

* p<.05, *** p<.001

(2) 이미지 관리를 하지 않는 이유

여대생들이 이미지 관리를 하지 않는 이유에 대해 살펴본 결과는 <표 12>와 같다. <표 12>에서 보는 바와 같이 관심 부족 때문에 이미지 관리를 하지 않는 여대생이 36.4%로 가장 많았으며, 다음으로 의지 부족 27.3%, 경제적 문제 18.2%, 시간 부족과 기타 9.1% 순으로 나타났다. 따라서 관심 부족 때문에 이미지 관리를 하지 않는 여대생이 가장 많음을 알 수 있다.

<표 12> 이미지 관리를 하지 않는 이유

구 분	빈도(N)	백분율(%)
경제적 문제	2	18.2
시간 부족	1	9.1
관심 부족	4	36.4
의지 부족	3	27.3
기타	1	9.1
계	11	100.0

7) 평소 자신의 이미지에 대한 다른 사람의 의식 정도

여대생들의 평소 자신의 이미지에 대한 다른 사람의 의식 정도에 대해 살펴본 결과는 <표 13>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.69로, 여대생들은 평소 자신의 이미지에 대해 다른 사람을 의식하는 것으로 나타났다.

학년별로는 2학년 여대생이 평소 자신의 이미지에 대해 다른 사람을 가장 많이 의식하였고, 4학년 여대생은 다른 여대생보다 평소 자신의 이미지에 대해 다른 사람을 덜 의식하였으나 학년에 따른 유의미한 차이가 없었다. 전공 계열별로는 인문, 사회계열 여대생이 평소 자신의 이미지에 대해 다른 사람을 가장 많이 의식하였고, 자연, 과학계열 여대생은 다른 여대생보다 평소 자신의 이미지에 대해 다른 사람을 덜 의식하였으며, 전공계열에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=4.26, p<.05$).

화장시작 시기별로는 고등학교 시절부터 화장을 시작한 여대생이 평소 자신의 이미지에 대해 다른 사람을 가장 많이 의식하였고, 대학 입학 후 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 평소 자신의 이미지에 대해 다른 사람을 덜 의식하였으며, 화장시작 시기에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=4.16, p<.05$). 월평균 용돈별로는 50만원 이상인 여대생이 평소 자신의 이미지에 대해 다른 사람을 가장 많이 의식하였고, 20~30만원 미만인 여대생은 다른 여대생보다

평소 자신의 이미지에 대해 다른 사람을 덜 의식하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

이상과 같이 여대생들은 평소 자신의 이미지에 대해 다른 사람을 의식하였으며, 인문, 사회계열 여대생과 고등학교 시절부터 화장을 시작한 여대생이 다른 여대생보다 평소 자신의 이미지에 대해 다른 사람을 많이 의식하였다.

<표 13> 평소 자신의 이미지에 대한 다른 사람의 의식 정도

구	분	N	Mean	SD	F	p
학	1학년	222	3.69	0.77	0.03	0.993
	2학년	212	3.70	0.85		
	3학년	84	3.68	0.73		
	4학년	63	3.67	0.74		
전공계열	인문, 사회계열	252	3.77	0.75	4.26*	0.015
	자연, 과학계열	106	3.51	0.75		
	예, 체능계열	223	3.68	0.84		
화장시작시기	중학교 이전부터	269	3.72	0.81	4.16*	0.016
	고등학교 시절	219	3.74	0.73		
	대학 입학 후	93	3.47	0.83		
월 평균 용돈	20만원 미만	102	3.71	0.86	2.01	0.112
	20~30만원 미만	168	3.57	0.76		
	30~50만원 미만	214	3.74	0.77		
	50만원 이상	97	3.76	0.80		
전	체	581	3.69	0.79		

* p<.05

8) 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도

여대생들의 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도에 대해 살펴본 결과는 <표14>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.33으로, 여대생들은 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도가 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

학년별로는 4학년 여대생이 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도가 가장 높았고, 2학년 여대생은 여대생보다 다른 이미지 관리 후 자신의 모습에

대한 만족도가 낮았으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=2.67, p<.05$). 서하나(2013)의 연구결과에서도 4학년의 경우 색조화장 후 외모 만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 3학년의 경우에 색조화장 후 외모 만족도가 가장 낮은 것으로 나타난 결과와 본 연구의 결과가 유사함이 나타났다.

또한 전공계열별로는 인문, 사회계열 여대생이 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도가 가장 높았고, 예, 체능계열 여대생은 여대생보다 다른 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도가 낮았으나 전공계열에 따른 유의미한 차이가 없었다. 화장시작 시기별로는 대학 입학 후 화장을 시작한 여대생이 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도가 가장 높았고, 고등학교 시절에 화장을 시작한 여대생은 여대생보다 다른 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도가 낮았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

월평균 용돈별로는 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도가 높았으며, 월평균 용돈에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=2.86, p<.05$). 이상과 같이 여대생들은 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도가 그다지 높지 않았으며, 4학년 여대생과 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 다른 여대생보다 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도가 높았다.

<표 14> 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도

구 분		N	Mean	SD	F	p
학 년	1학년	222	3.30	0.72	2.67*	0.047
	2학년	212	3.26	0.79		
	3학년	84	3.39	0.68		
	4학년	63	3.54	0.67		
전공계열	인문, 사회계열	252	3.36	0.71	0.55	0.577
	자연, 과학계열	106	3.31	0.81		
	예, 체능계열	223	3.29	0.74		
화장시작 시 기	중학교 이전부터	269	3.33	0.75	0.96	0.384
	고등학교 시절	219	3.28	0.73		
	대학 입학 후	93	3.41	0.73		
월 평 균 용 돈	20만원 미만	102	3.16	0.84	2.86*	0.037
	20~30만원 미만	168	3.31	0.71		
	30~50만원 미만	214	3.36	0.67		
	50만원 이상	97	3.44	0.79		
전 체		581	3.33	0.74		

* $p < .05$

9) 이미지 관리를 하는 이유

여대생들이 이미지 관리를 하는 이유에 대해 살펴본 결과는 <표 15>과 같이 단점 보완을 위해서 이미지 관리를 하는 여대생이 50.1%로 가장 많았으며, 다음으로 타인을 의식해서 21.3%, 기타 15.8%, 성공을 위해서 7.1%, 취업을 위해서 5.7% 순으로 나타났다.

김은지(2012)⁸³⁾의 연구결과에서도 결점을 커버하기 위하여 메이크업을 한다는 여대생이 31.7%로 가장 높게 조사되어 본 연구와 유사한 결과를 나타냈다.

학년별로는 1학년 여대생이 다른 여대생보다 타인을 의식해서 이미지 관리를 많이 하였고, 3학년 여대생은 다른 여대생보다 단점 보완을 위해서 이미지 관리를 많이 하였으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=33.73$, $p < .01$),

83) 김은지, (2013), 「여대생들의 메이크업 화장품 구매행동 및 사용실태에 관한 연구」 숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문, p.45

전공계열별로는 자연, 과학계열 여대생이 다른 여대생보다 타인을 의식해서 이미지 관리를 많이 하였고, 예, 체능계열 여대생은 다른 여대생보다 단점 보완을 위해서 이미지 관리를 많이 하였으며, 전공계열에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=15.63$, $p<.05$).

화장시작 시기별로는 고등학교 시절부터 화장을 시작한 여대생이 다른 여대생보다 단점 보완을 위해서 이미지 관리를 많이 하였고, 대학 입학 후 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 타인을 의식해서 이미지 관리를 많이 하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 월평균 용돈별로는 20만원 미만인 여대생이 다른 여대생보다 타인을 의식해서 이미지 관리를 많이 하였고, 30~50만원 미만인 여대생은 다른 여대생보다 단점 보완을 위해서 이미지 관리를 많이 하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

이상과 같이 여대생들은 단점 보완을 위해서 이미지 관리를 가장 많이 하였으며, 3학년 여대생과 예, 체능계열 여대생이 다른 여대생보다 단점 보완을 위해서 이미지 관리를 많이 하였다.

<표 15> 이미지 관리를 하는 이유

구분	성공을 위해서	취업을 위해서	타인을 의식해서	단점 보완을 위해서	기타	계	χ^2 (df)	p	
학년	1학년	13 (5.9)	8 (3.6)	57 (25.7)	108 (48.6)	36 (16.2)	222 (38.2)	33.73** (12)	0.001
	2학년	16 (7.5)	23 (10.8)	41 (19.3)	104 (49.1)	28 (13.2)	212 (36.5)		
	3학년	9 (10.7)	-	14 (16.7)	51 (60.7)	10 (11.9)	84 (14.5)		
	4학년	3 (4.8)	2 (3.2)	12 (19.0)	28 (44.4)	18 (28.6)	63 (10.8)		
전공 계열	인문, 사회계열	21 (8.3)	24 (9.5)	50 (19.8)	116 (46.0)	41 (16.3)	252 (43.4)	15.63* (8)	0.048
	자연, 과학계열	6 (5.7)	3 (2.8)	27 (25.5)	53 (50.0)	17 (16.0)	106 (18.2)		
	예, 체능계열	14 (6.3)	6 (2.7)	47 (21.1)	122 (54.7)	34 (15.2)	223 (38.4)		
화장 시 작 시 기	중학교 이전부터	18 (6.7)	12 (4.5)	59 (21.9)	134 (49.8)	46 (17.1)	269 (46.3)	11.69 (8)	0.165
	고등학교 시절	14 (6.4)	16 (7.3)	44 (20.1)	120 (54.8)	25 (11.4)	219 (37.7)		
	대학 입학 후	9 (9.7)	5 (5.4)	21 (22.6)	37 (39.8)	21 (22.6)	93 (16.0)		
월 평균 용 돈	20만원 미만	9 (8.8)	9 (8.8)	26 (25.5)	41 (40.2)	17 (16.7)	102 (17.6)	20.18 (12)	0.064
	20~30만원 미만	14 (8.3)	15 (8.9)	32 (19.0)	84 (50.0)	23 (13.7)	168 (28.9)		
	30~50만원 미만	11 (5.1)	6 (2.8)	42 (19.6)	123 (57.5)	32 (15.0)	214 (36.8)		
	50만원 이상	7 (7.2)	3 (3.1)	24 (24.7)	43 (44.3)	20 (20.6)	97 (16.7)		
전체	41 (7.1)	33 (5.7)	124 (21.3)	291 (50.1)	92 (15.8)	581 (100.0)			

* p<.05, ** p<.01

10) 이미지 관리를 위한 월평균 지출 비용

여대생들이 월평균 이미지 관리를 위해 지출하는 비용에 대해 살펴본 결과는 <표 16>과 같이 월평균 이미지 관리를 위해 5만원 미만 지출하는 여대생이 28.1%로 가장 많았으며, 다음으로 5~7만원 미만 25.6%, 10만원 이상 25.5%, 7~10만원 미만 20.8% 순으로 나타났다. 장염(2013)⁸⁴의 연구에서도

한 달 용돈 중 미용에 사용하는 금액으로 1-5만원미만 57명(28.5%)의 결과가 나타났고 본 연구와 일맥상통한다.

학년별로는 1학년 여대생이 다른 여대생보다 월평균 이미지 관리를 위해 5만원 미만 지출하였고, 3학년 여대생은 다른 여대생보다 10만원 이상 지출하였으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=31.86$, $p<.001$). 전공계열별로는 인문, 사회계열 여대생이 다른 여대생보다 월평균 이미지 관리를 위해 5만원 미만 지출하였고, 예, 체능계열 여대생은 다른 여대생보다 10만원 이상 지출하였으며, 전공계열에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=21.47$, $p<.01$).

화장시작 시기별로는 중학교 이전부터 화장을 시작 여대생이 다른 여대생보다 월평균 이미지 관리를 위해 10만원 이상 지출하였고, 고등학교 시절부터 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 5만원 미만 지출하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

월평균 용돈별로는 월평균 용돈이 적은 여대생일수록 월평균 이미지 관리를 위해 5만원 미만 지출하였고, 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 10만원 이상 지출하였으며, 월평균 용돈에 따라 유의미한 차이를 보였다($\chi^2=86.95$, $p<.001$). 이는 한 달 용돈이 많을수록 용돈의 여유가 있어 이미지관리를 위해 좀 더 많이 지출하는 것으로 사료된다.

여대생을 대상으로 한 오수영(2011)⁸⁵⁾의 연구에서도 한 달 용돈이 많은 여대생일수록 화장품 구입비로 지출이 높은 것으로 나타나 본 연구와 유사한 결과가 나타났다. 이상과 같이 월평균 이미지 관리를 위해 5만원 미만 지출하는 여대생이 가장 많았으며, 3학년 여대생과 예, 체능계열 여대생, 그리고 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 다른 여대생보다 월평균 이미지 관리를 위해 많은

84) 장 엽, (2013), 「한국과 중국여대생의 외모관심 및 화장품구매 행동비교」 광주여자대학교 석사학위논문, p.16

85) 오수영, (2011), 「여대생의 저가 화장품 사용실태 및 구매행동에 관한 연구」 숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문, p.37

비용을 지출하였다.

<표 16> 이미지 관리를 위한 월평균 지출 비용

구분	5만원 미만	5~7만원 미만	7~10만원 미만	10만원 이상	계	χ^2 (df)	p	
학년	1학년	82 (36.9)	59 (26.6)	40 (18.0)	41 (18.5)	222 (38.2)	31.86*** (9)	0.000
	2학년	52 (24.5)	58 (27.4)	49 (23.1)	53 (25.0)	212 (36.5)		
	3학년	12 (14.3)	16 (19.0)	19 (22.6)	37 (44.0)	84 (14.5)		
	4학년	17 (27.0)	16 (25.4)	13 (20.6)	17 (27.0)	63 (10.8)		
전공 계열	인문, 사회계열	79 (31.3)	76 (30.2)	54 (21.4)	43 (17.1)	252 (43.4)	21.47** (6)	0.002
	자연, 과학계열	25 (23.6)	30 (28.3)	22 (20.8)	29 (27.4)	106 (18.2)		
	예, 체능계열	59 (26.5)	43 (19.3)	45 (20.2)	76 (34.1)	223 (38.4)		
화장 시작 시기	중학교 이전부터	67 (24.9)	71 (26.4)	54 (20.1)	77 (28.6)	269 (46.3)	9.37 (6)	0.154
	고등학교 시절	69 (31.5)	47 (21.5)	48 (21.9)	55 (25.1)	219 (37.7)		
	대학 입학 후	27 (29.0)	31 (33.3)	19 (20.4)	16 (17.2)	93 (16.0)		
월평균 용돈	20만원 미만	45 (44.1)	31 (30.4)	19 (18.6)	7 (6.9)	102 (17.6)	86.95*** (9)	0.000
	20~30만원 미만	67 (39.9)	45 (26.8)	30 (17.9)	26 (15.5)	168 (28.9)		
	30~50만원 미만	43 (20.1)	57 (26.6)	46 (21.5)	68 (31.8)	214 (36.8)		
	50만원 이상	8 (8.2)	16 (16.5)	26 (26.8)	47 (48.5)	97 (16.7)		
전체	163 (28.1)	149 (25.6)	121 (20.8)	148 (25.5)	581 (100.0)			

** p<.01, *** p<.001

4. 이미지 관리행동과 자아존중감

1) 이미지 관리행동

(1) 내적 이미지 관리행동

여대생들의 내적 이미지 관리행동에 대해 살펴본 결과는 <표 17>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.35로, 여대생들은 내적 이미지 관리행동이 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

월평균 용돈에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=3.61, p<.05$).

여대생들은 내적 이미지 관리행동이 그다지 높지 않았으며, 월평균 용돈이 20만원 미만인 여대생이 다른 여대생보다 내적 이미지 관리행동이 높았다.

<표 17> 내적 이미지 관리행동

구분	N	Mean	SD	F	p
학 년	1학년	222	3.30	1.63	0.181
	2학년	212	3.36		
	3학년	84	3.38		
	4학년	63	3.45		
전공계열	인문, 사회계열	252	3.36	1.70	0.184
	자연, 과학계열	106	3.26		
	예, 체능계열	223	3.38		
화장시작시기	중학교 이전부터	269	3.37	1.15	0.316
	고등학교 시절	219	3.35		
	대학 입학 후	93	3.27		
월 평균 용돈	20만원 미만	102	3.43	3.61*	0.013
	20~30만원 미만	168	3.24		
	30~50만원 미만	214	3.39		
	50만원 이상	97	3.36		
월 평균 이미지 관리 지출비용	5만원 미만	163	3.30	0.62	0.600
	5~7만원 미만	149	3.36		
	7~10만원 미만	121	3.36		
	10만원 이상	148	3.38		
전체	581	3.35	0.54		

* $p<.05$

내적 이미지 관리행동의 요인분석 결과로 추출된 3개의 요인 “타인 의식성” “사회 격식성” “자괴 의식성”별로 분석한 결과는 다음과 같다.

① 타인 의식성

여대생들의 타인 의식성에 대해 살펴본 결과는 <표 18>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.35로, 여대생들은 타인 의식성이 그다지 높지 않은 것으로 나타났다. 학년별로는 4학년 여대생이 타인 의식성이 가장 높았고, 1학년 여대생은 다른 여대생보다 타인 의식성이 낮았으나 유의미한 차이는 아니었다. 전공계열별로는 예, 체능계열 여대생이 타인 의식성이 가장 높았고, 자연, 과학계열 여대생은 다른 여대생보다 타인 의식성이 낮았으나 전공계열에 따른 유의미한 차이가 없었다. 화장시작 시기별로는 중학교 이전부터 화장을 시작한 여대생이 타인 의식성이 가장 높았고, 대학 입학 후 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 타인 의식성이 낮았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 월평균 용돈별로는 20만원 미만인 여대생이 타인 의식성이 가장 높았고, 20~30만원 미만인 여대생은 다른 여대생보다 타인 의식성이 낮았으며, 월평균 용돈에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=3.20, p<.05$).

이상과 같이 여대생들은 타인 의식성이 그다지 높지 않았으며, 월평균 용돈이 20만원 미만인 여대생이 다른 여대생보다 타인 의식성이 높았다.

<표 18> 타인 의식성

구분	N	Mean	SD	F	p
학년	1학년	222	3.31	0.87	0.457
	2학년	212	3.36		
	3학년	84	3.35		
	4학년	63	3.48		
전공계열	인문, 사회계열	252	3.37	1.08	0.342
	자연, 과학계열	106	3.26		
	예, 체능계열	223	3.38		
화장시작시기	중학교 이전부터	269	3.37	0.45	0.637
	고등학교 시절	219	3.36		
	대학 입학 후	93	3.29		
월평균용돈	20만원 미만	102	3.45	3.20*	0.023
	20~30만원 미만	168	3.21		
	30~50만원 미만	214	3.41		
	50만원 이상	97	3.39		
월평균이미지관리지출비용	5만원 미만	163	3.30	0.50	0.685
	5~7만원 미만	149	3.39		
	7~10만원 미만	121	3.35		
	10만원 이상	148	3.38		
전체	581	3.35	0.74		

* p<.05

② 사회 격식성

여대생들의 사회 격식성에 대해 살펴본 결과는 <표 19>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.75로, 여대생들은 사회 격식성이 높은 것으로 나타났다.

학년별로는 4학년 여대생이 사회 격식성이 가장 높았고, 1, 2학년 여대생은 다른 여대생보다 사회 격식성이 낮았으나 학년에 따른 유의미한 차이가 없었다. 전공계열별로는 자연, 과학계열 여대생이 다른 여대생보다 사회 격식성이 낮았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 화장시작 시기별로는 고등학교 시절부터 화장을 시작한 여대생이 사회 격식성이 가장 높았고, 대학

입학 후 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 사회 격식성이 낮았으나 유의미한 차이는 아니었다.

월평균 용돈별로는 20만원 미만인 여대생이 사회 격식성이 가장 높았고, 20~30만원 미만인 여대생은 다른 여대생보다 사회 격식성이 낮았으나 월평균 용돈에 따른 유의미한 차이가 없었다. 월평균 이미지 관리 지출비용별로는 월평균 이미지를 관리할 위해 많은 비용을 지출하는 여대생일수록 사회 격식성이 높았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

이상과 같이 여대생들은 사회 격식성이 높았으며, 학년과 전공계열, 화장시작 시기, 월평균 용돈, 그리고 월평균 이미지 관리 지출비용별로는 별다른 차이를 보이지 않았다.

<표 19> 사회 격식성

구	분	N	Mean	SD	F	p
학	1학년	222	3.72	0.62	1.97	0.118
	2학년	212	3.72	0.64		
	3학년	84	3.75	0.54		
	4학년	63	3.92	0.66		
전공계열	인문, 사회계열	252	3.77	0.60	2.29	0.103
	자연, 과학계열	106	3.63	0.65		
	예, 체능계열	223	3.77	0.63		
화장시작 시	중학교 이전부터	269	3.74	0.62	0.55	0.580
	고등학교 시절	219	3.77	0.56		
	대학 입학 후	93	3.69	0.75		
월 평균 용	20만원 미만	102	3.86	0.63	2.13	0.095
	20~30만원 미만	168	3.67	0.62		
	30~50만원 미만	214	3.74	0.57		
월 평균 이 미 지 관 리 지출비용	5만원 미만	163	3.68	0.66	1.01	0.388
	5~7만원 미만	149	3.75	0.58		
	7~10만원 미만	121	3.77	0.59		
	10만원 이상	148	3.80	0.64		
전		581	3.75	0.62		

* p<.05

③ 자괴 의식성

여대생들의 자괴 의식성에 대해 살펴본 결과는 <표 20>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 2.74로, 여대생들은 자괴 의식성이 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

학년별로는 3학년 여대생이 자괴 의식성이 가장 높았고, 1학년 여대생은 다른 여대생보다 자괴 의식성이 낮았으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다 ($F=3.83, p<.05$). 전공계열별로는 예, 체능계열 여대생이 자괴 의식성이 가장 높았고, 인문, 사회계열 여대생은 다른 여대생보다 자괴 의식성이 낮았으나 유의미한 차이는 아니었다. 화장시작 시기별로는 중학교 이전부터 화장을 시작한 여대생이 자괴 의식성이 가장 높았고, 대학 입학 후 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 자괴 의식성이 낮았으나 화장시작 시기에 따른 유의미한 차이가 없었다. 월평균 용돈별로는 30~50만원 미만인 여대생이 자괴 의식성이 가장 높았고, 50만원 이상 인 여대생은 다른 여대생보다 자괴 의식성이 낮았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 월평균 이미지 관리 지출비용별로는 10만원 이상 지출하는 여대생이 자괴 의식성이 가장 높았고, 5~7만원 미만 지출하는 여대생은 다른 여대생보다 자괴 의식성이 낮았으나 유의미한 차이는 아니었다. 이와 같이 여대생들은 자기 의식성이 그다지 높지 않았으며, 3학년 여대생이 다른 여대생보다 자괴 의식성이 높았다.

<표 20> 자괴 의식성

구분	N	Mean	SD	F	p
학 년	1학년	222	2.62	3.83*	0.010
	2학년	212	2.82		
	3학년	84	2.91		
	4학년	63	2.68		
전공계열	인문, 사회계열	252	2.71	0.47	0.626
	자연, 과학계열	106	2.72		
	예, 체능계열	223	2.78		
화장시작시기	중학교 이전부터	269	2.82	2.88	0.057
	고등학교 시절	219	2.70		
	대학 입학 후	93	2.61		
월 평균 용돈	20만원 미만	102	2.76	1.57	0.196
	20~30만원 미만	168	2.67		
	30~50만원 미만	214	2.82		
	50만원 이상	97	2.66		
월 평균 이미지 관리 지출비용	5만원 미만	163	2.75	0.35	0.787
	5~7만원 미만	149	2.69		
	7~10만원 미만	121	2.74		
	10만원 이상	148	2.78		
전체	581	2.74	0.79		

* p<.05

(2) 외적 이미지 관리행동

여대생들의 외적 이미지 관리행동에 대해 살펴본 결과는 <표 21>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.23으로, 여대생들은 외적 이미지 관리행동이 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

월평균 이미지 관리 지출비용별로는 월평균 이미지 관리 지출비용이 많은 여대생일수록 외적 이미지 관리행동이 높았으며, 월평균 이미지 관리 지출비용에 따라 유의미한 차이를 보였다(F=17.80, p<.001).

여대생들의 외적 이미지 관리행동은 그다지 높지 않았으며, 3학년 여대생과 예, 체능계열 여대생, 중학교 이전부터 화장을 시작한 여대생, 월평균 용돈이 많은 여대생일수록, 그리고 월평균 이미지 관리 지출비용이 많은 여대생일수록 다른 여대생보다 외적 이미지 관리행동이 높았다. 김민정(2010)⁸⁶의 연구결과에서도 한 달 용돈이 50만 원 이상인 여대생은 다른 여대생보다 메이크업을 하였으며, 한 달 용돈에 따라 유의미한 차이를 보여 본 연구와 일치하였다.

<표 21> 외적 이미지 관리행동

구분	N	Mean	SD	F	p
학년	1학년	222	3.14	5.79**	0.001
	2학년	212	3.28		
	3학년	84	3.36		
	4학년	63	3.25		
전공계열	인문, 사회계열	252	3.25	3.12*	0.045
	자연, 과학계열	106	3.13		
	예, 체능계열	223	3.26		
화장시작시기	중학교 이전부터	269	3.28	4.29*	0.014
	고등학교 시절	219	3.22		
	대학 입학 후	93	3.12		
월평균 용돈	20만원 미만	102	3.16	3.27*	0.021
	20~30만원 미만	168	3.17		
	30~50만원 미만	214	3.29		
	50만원 이상	97	3.29		
월평균 이미지 관리 지출비용	5만원 미만	163	3.07	17.80***	0.000
	5~7만원 미만	149	3.16		
	7~10만원 미만	121	3.32		
	10만원 이상	148	3.42		
전체	581	3.23	0.47		

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

① 도구성

여대생들의 도구성에 대해 살펴본 결과는 <표 22>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.72로, 여대생들은 도구성이 높은 것으로 나타났다.

학년별로는 학년이 높은 여대생일수록 도구성이 높았으며, 학년에 따라 유

86) 김민정, (2011), 「여대생들의 메이크업 성향과 색조제품 구매행동에 관한 연구」 숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문, p.37

의미한 차이를 보였다($F=8.27, p<.001$). 전공계열별로는 예, 체능계열 여대생이 도구성이 가장 높았고, 자연, 과학계열 여대생은 다른 여대생보다 도구성이 낮았으며, 전공계열에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=10.86, p<.001$). 화장시작 시기별로는 중학교 이전부터 화장을 시작한 여대생이 도구성이 가장 높았고, 대학 입학 후 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 도구성이 낮았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 월평균 용돈별로는 50만원 이상인 여대생이 도구성이 가장 높았고, 20~30만원 미만인 여대생은 다른 여대생보다 도구성이 낮았으며, 월평균 용돈에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=5.49, p<.01$). 월평균 이미지 관리 지출비용별로는 월평균 이미지를 관리하기 위해 많은 비용을 지출하는 여대생일수록 도구성이 높았으며, 월평균 이미지 관리 지출비용에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=15.48, p<.001$).

이상과 같이 여대생들은 도구성이 높았으며, 학년이 높은 여대생일수록, 예, 체능계열 여대생, 월평균 용돈이 50만원 이상인 여대생, 그리고 월평균 이미지를 관리하기 위해 많은 비용을 지출하는 여대생일수록 다른 여대생보다 도구성이 높았다.

<표 22> 도구성

구	분	N	Mean	SD	F	p
학	1학년	222	3.60	0.58	8.27***	0.000
	2학년	212	3.73	0.66		
	3학년	84	3.85	0.53		
	4학년	63	3.98	0.51		
전공계열	인문, 사회계열	252	3.66	0.56	10.86***	0.000
	자연, 과학계열	106	3.58	0.70		
	예, 체능계열	223	3.87	0.59		
화장시작 시기	중학교 이전부터	269	3.78	0.61	2.11	0.122
	고등학교 시절	219	3.69	0.58		
	대학 입학 후	93	3.65	0.66		
월 평균 용돈	20만원 미만	102	3.66	0.66	5.49**	0.001
	20~30만원 미만	168	3.60	0.56		
	30~50만원 미만	214	3.80	0.59		
	50만원 이상	97	3.86	0.63		
월 평균 이 미 지 관 리 지출비용	5만원 미만	163	3.55	0.64	15.48***	0.000
	5~7만원 미만	149	3.62	0.54		
	7~10만원 미만	121	3.77	0.60		
	10만원 이상	148	3.98	0.56		
전 체		581	3.72	0.61		

** p<.01, *** p<.001

② 유행성

여대생들의 유행성에 대해 살펴본 결과는 <표 23>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.21로, 여대생들은 유행성이 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

학년별로는 3학년 여대생이 유행성이 가장 높았고, 1학년 여대생은 다른 여대생보다 유행성이 낮았으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다(F=5.44, p<.01). 전공계열별로는 예, 체능계열 여대생이 유행성이 가장 높았고, 자연, 과학계열 여대생은 다른 여대생보다 유행성이 낮았으나 전공계열에 따른 유의미한 차이가 없었다. 화장시작 시기별로는 중학교 이전부터 화장을 시작한 여

대생이 유행성이 가장 높았고, 대학 입학 후 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 유행성이 낮았으며, 화장시작 시기에 따라 유의미한 차이를 보였다 (F=6.18, p<.01).

월평균 용돈별로는 30~50만원 미만인 여대생이 유행성이 가장 높았고, 20~30만원 미만인 여대생은 다른 여대생보다 유행성이 낮았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 월평균 이미지 관리 지출비용별로는 월평균 이미지 관리를 위해 많은 비용을 지출하는 여대생일수록 유행성이 높았으며, 월평균 이미지 관리 지출비용에 따라 유의미한 차이를 보였다(F=7.16, p<.001). 이상과 같이 여대생들은 유행성이 그다지 높지 않았으며, 3학년 여대생과 중학교 이전부터 화장을 시작한 여대생, 그리고 월평균 이미지 관리를 위해 많은 비용을 지출하는 여대생일수록 다른 여대생보다 유행성이 높았다.

<표 23> 유행성

구 분		N	Mean	SD	F	p
학 년	1학년	222	3.11	0.65	5.44**	0.001
	2학년	212	3.23	0.69		
	3학년	84	3.44	0.53		
	4학년	63	3.17	0.64		
전공계열	인문, 사회계열	252	3.20	0.66	0.18	0.837
	자연, 과학계열	106	3.18	0.65		
	예, 체능계열	223	3.23	0.66		
화장시작 시 기	중학교 이전부터	269	3.27	0.65	6.18**	0.002
	고등학교 시절	219	3.22	0.60		
	대학 입학 후	93	2.99	0.76		
월 평 균 용 돈	20만원 미만	102	3.15	0.70	2.50	0.059
	20~30만원 미만	168	3.14	0.62		
	30~50만원 미만	214	3.30	0.60		
	50만원 이상	97	3.16	0.77		
월 평 균 이 미 지 관 리 지출비용	5만원 미만	163	3.03	0.67	7.16***	0.000
	5~7만원 미만	149	3.19	0.61		
	7~10만원 미만	121	3.28	0.65		
	10만원 이상	148	3.36	0.65		
전 체		581	3.21	0.66		

** p<.01, *** p<.001

③ 대인지향성

여대생들의 대인지향성에 대해 살펴본 결과는 <표 24>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.66으로, 여대생들은 대인지향성이 높은 것으로 나타났다.

학년별로는 3학년 여대생이 대인지향성이 가장 높았고, 1학년 여대생은 다른 여대생보다 대인지향성이 낮았으나 유의미한 차이는 아니었다. 전공계열별로는 예, 체능계열 여대생이 대인지향성이 가장 높았고, 자연, 과학계열 여대생은 다른 여대생보다 대인지향성이 낮았으며, 전공계열에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=5.75, p<.01$). 화장시작 시기별로는 중학교 이전부터 화장을 시작한 여대생이 대인지향성이 가장 높았고, 대학 입학 후 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 대인지향성이 낮았으며, 화장시작 시기에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=3.57, p<.05$).

월평균 용돈별로는 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 대인지향성이 높았으며, 월평균 용돈에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=2.96, p<.05$). 월평균 이미지 관리 지출비용별로는 10만원 이상 지출하는 여대생이 대인지향성이 가장 높았고, 5만원 미만 지출하는 여대생은 다른 여대생보다 대인지향성이 낮았으며, 월평균 이미지 관리 지출비용에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=7.93, p<.001$).

이상과 같이 여대생들은 대인지향성이 높았으며, 예, 체능계열 여대생과 중학교 이전부터 화장을 시작한 여대생, 월평균 용돈이 많은 여대생일수록, 그리고 월평균 이미지 관리를 위해 10만원 이상 지출하는 여대생이 다른 여대생보다 대인지향성이 높았다.

<표 24> 대인지향성

구분	N	Mean	SD	F	p
학년	1학년	222	3.60	1.65	0.177
	2학년	212	3.66		
	3학년	84	3.76		
	4학년	63	3.75		
전공계열	인문, 사회계열	252	3.68	5.75**	0.003
	자연, 과학계열	106	3.48		
	예, 체능계열	223	3.73		
화장시작시기	중학교 이전부터	269	3.73	3.57*	0.029
	고등학교 시절	219	3.64		
	대학 입학 후	93	3.53		
월평균용돈	20만원 미만	102	3.56	2.96*	0.032
	20~30만원 미만	168	3.59		
	30~50만원 미만	214	3.72		
	50만원 이상	97	3.77		
월평균이미지관리지출비용	5만원 미만	163	3.51	7.93***	0.000
	5~7만원 미만	149	3.60		
	7~10만원 미만	121	3.71		
	10만원 이상	148	3.85		
전체	581	3.66	0.65		

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

④ 동조성

여대생들의 동조성에 대해 살펴본 결과는 <표 25>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 2.66으로, 여대생들은 동조성이 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

학년별로는 2학년 여대생이 동조성이 가장 높았고, 4학년 여대생은 다른 여대생보다 동조성이 낮았으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다(F=2.65, p<.05). 전공계열별로는 인문, 사회계열 여대생이 동조성이 가장 높았고, 예, 체능계열 여대생은 다른 여대생보다 동조성이 낮았으며, 전공계열에 따라 유의미한 차이를 보였다(F=9.80, p<.001). 화장시작 시기별로는 중학교 이전부터

화장을 시작한 여대생이 동조성이 가장 높았고, 대학 입학 후 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 동조성이 낮았으나 유의미한 차이는 아니었다.

월평균 용돈별로는 20~30만원 미만인 여대생이 동조성이 가장 높았고, 50만원 이상인 여대생은 다른 여대생보다 동조성이 낮았으나 월평균 용돈에 따른 유의미한 차이가 없었다. 월평균 이미지 관리 지출비용별로는 7~10만원 미만 지출하는 여대생이 동조성이 가장 높았고, 5~7만원 미만 지출하는 여대생은 다른 여대생보다 동조성이 낮았으며, 월평균 이미지 관리 지출비용에 따라 유의미한 차이를 보였다(F=2.81, p<.05).

이상과 같이 여대생들은 동조성이 그다지 높지 않았으며, 2학년 여대생과 인문, 사회계열 여대생, 그리고 월평균 이미지 관리를 위해 7~10만원 미만 지출하는 여대생이 다른 여대생보다 동조성이 높았다.

<표 25> 동조성

구분	N	Mean	SD	F	p
학 년	1학년	222	2.62	2.65*	0.048
	2학년	212	2.76		
	3학년	84	2.59		
	4학년	63	2.53		
전공계열	인문, 사회계열	252	2.81	9.80***	0.000
	자연, 과학계열	106	2.55		
	예, 체능계열	223	2.54		
화장시작 시기	중학교 이전부터	269	2.68	0.32	0.730
	고등학교 시절	219	2.66		
	대학 입학 후	93	2.61		
월 평균 용돈	20만원 미만	102	2.65	1.14	0.332
	20~30만원 미만	168	2.73		
	30~50만원 미만	214	2.66		
	50만원 이상	97	2.56		
월 평균 이미지 관리 지출비용	5만원 미만	163	2.62	2.81*	0.039
	5~7만원 미만	149	2.57		
	7~10만원 미만	121	2.81		
	10만원 이상	148	2.67		
전체	581	2.66	0.71		

* p<.05, *** p<.001

⑤ 과시성

여대생들의 과시성에 대해 살펴본 결과는 <표 26>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 2.95로, 여대생들은 과시성이 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

학년별로는 3학년 여대생이 과시성이 가장 높았고, 1학년 여대생은 다른 여대생보다 과시성이 낮았으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=9.63$, $p<.001$). 전공계열별로는 예, 체능계열 여대생이 과시성이 가장 높았고, 자연, 과학계열 여대생은 다른 여대생보다 과시성이 낮았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 화장시작 시기별로는 중학교 이전부터 화장을 시작한 여대생이 과시성이 가장 높았고, 대학 입학 후 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 과시성이 낮았으나 유의미한 차이는 아니었다.

월평균 용돈별로는 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 과시성이 높았으며, 월평균 용돈에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=7.62$, $p<.001$). 월평균 이미지 관리 지출비용별로는 월평균 이미지 관리 지출비용이 많은 여대생일수록 과시성이 높았으며, 월평균 이미지 관리 지출비용에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=27.08$, $p<.001$).

이상과 같이 여대생들은 과시성이 그다지 높지 않았으며, 3학년 여대생과 월평균 용돈이 많은 여대생일수록, 그리고 월평균 이미지 관리 지출비용이 많은 여대생일수록 다른 여대생보다 과시성이 높았다.

<표 26> 과시성

구	분	N	Mean	SD	F	p
학	1학년	222	2.78	0.65	9.63***	0.000
	2학년	212	3.04	0.72		
	3학년	84	3.20	0.68		
	4학년	63	2.87	0.63		
전공계열	인문, 사회계열	252	2.94	0.70	0.66	0.517
	자연, 과학계열	106	2.89	0.66		
	예, 체능계열	223	2.98	0.71		
화장시작 시기	중학교 이전부터	269	3.00	0.71	1.72	0.180
	고등학교 시절	219	2.93	0.66		
	대학 입학 후	93	2.85	0.74		
월 평균 용돈	20만원 미만	102	2.79	0.71	7.62***	0.000
	20~30만원 미만	168	2.83	0.63		
	30~50만원 미만	214	3.01	0.69		
	50만원 이상	97	3.18	0.73		
월 평균 이미지 관리 지출비용	5만원 미만	163	2.64	0.63	27.08***	0.000
	5~7만원 미만	149	2.85	0.60		
	7~10만원 미만	121	3.07	0.66		
	10만원 이상	148	3.28	0.72		
전		581	2.95	0.70		

*** p<.001

2) 자아존중감

여대생들의 자아존중감에 대해 살펴본 결과는 <표 27>과 같이 5점 만점 중 전체 평균이 3.65로, 여대생들은 자아존중감이 높은 것으로 나타났다. 여대생 대상인 고성현(2003)⁸⁷⁾의 연구에서 자아존중감이 전체 평균 4점 만점에 3.07로 높은 편으로 나타났다. 학년별로는 4학년 여대생이 자아존중감이 가장 높았고, 2학년 여대생은 다른 여대생보다 자아존중감이 낮았으며, 학년에 따라 유의미한 차이를 보였다(F=3.71, p<.05). 전공계열별로는 인문, 사회계열 여대생이 자아존중감이 가장 높았고, 자연, 과학계열 여대생은 다른 여대생보다 자

87) 고성현, (2003), 「여대생들의 모발건강관리 태도와 실천행동연구」 인제대학교보건대학원 석사학위논문, p.15

자아존중감이 낮았으며, 전공계열에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=6.23$, $p<.01$). 화장시작 시기별로는 대학 입학 후 화장을 시작한 여대생이 자아존중감이 가장 높았고, 고등학교 시절에 화장을 시작한 여대생은 다른 여대생보다 자아존중감이 낮았으나 유의미한 차이는 아니었다. 월평균 용돈별로는 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 자아존중감이 높았으며, 월평균 용돈에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=4.08$, $p<.01$). 월평균 이미지 관리 지출비용별로는 10만원 이상 지출하는 여대생이 자아존중감이 가장 높았고, 5~7만원 미만 지출하는 여대생은 다른 여대생보다 자아존중감이 낮았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 여대생들은 자아존중감이 높았고, 4학년 여대생과 인문, 사회계열 여대생, 그리고 월평균 용돈이 많은 여대생일수록 다른 여대생보다 자아존중감이 높게 나타났다.

<표 27> 자아존중감

구분	N	Mean	SD	F	p	
학 년	1학년	222	3.69	0.53	3.71*	0.012
	2학년	212	3.56	0.60		
	3학년	84	3.67	0.53		
	4학년	63	3.81	0.63		
전공계열	인문, 사회계열	252	3.73	0.55	6.23**	0.002
	자연, 과학계열	106	3.50	0.56		
	예, 체능계열	223	3.63	0.59		
화장시작 시기	중학교 이전부터	269	3.68	0.58	1.87	0.156
	고등학교 시절	219	3.59	0.55		
	대학 입학 후	93	3.70	0.60		
월 평균 용돈	20만원 미만	102	3.53	0.63	4.08**	0.007
	20~30만원 미만	168	3.60	0.58		
	30~50만원 미만	214	3.69	0.53		
	50만원 이상	97	3.78	0.57		
월 평균 이 미 지 관리 지출비용	5만원 미만	163	3.63	0.56	0.86	0.460
	5~7만원 미만	149	3.61	0.59		
	7~10만원 미만	121	3.65	0.60		
	10만원 이상	148	3.71	0.54		
전 체	581	3.65	0.57			

* $p < .05$, ** $p < .01$

5. 이미지 관리행동과 자아존중감과의 상관관계

1) 내적 이미지 관리행동과 자아존중감과의 상관관계

여대생들의 내적 이미지 관리행동과 자아존중감과의 관계에 대해 살펴본 결과는 <표 28>에서 보는 바와 같이 자아존중감은 타인 의식성($r=-.132$, $p<.01$) 및 자괴 의식성($r=-.265$, $p<.001$)과 통계적으로 유의미한 부적 상관관계를 보였고, 사회 격식성($r=.273$, $p<.001$)과는 통계적으로 유의미한 정적 상관관계를 보였으며, 내적 이미지 관리행동과는 통계적으로 유의미한 상관관계를 보이지 않았다. 따라서 여대생들은 타인 의식성이 높을수록, 사회 격식성이 낮을수록, 자기 의식성이 높을수록 자아존중감이 낮음을 알 수 있다. 본 연구와 상이하나 김희수(2013)⁸⁸의 연구에서도 체면민감성을 사회격식성과 자괴 의식성 창피 의식성으로 분류하여 친사회적 서비스행동에 사회 격식성이 정(+)의 영향을 미치고, 자괴 의식성과 창피 의식성은 친사회적 서비스행동에 모두영향을 미치지 않는 것으로 조사되어 본 연구의 자아존중감에 사회 격식성이 정(+)의 영향을 미친다는 연구결과와 유사한 결과를 보이고 있다.

<표 28> 내적 이미지 관리행동과 자아존중감과의 관계

구 분	타인 의식성	사회 격식성	자괴 의식성	내적 이미지 관리행동
자아존중감	-0.132** (0.001)	0.273*** (0.000)	-0.265*** (0.000)	-0.074 (0.077)

** $p<.01$, *** $p<.001$

88) 김희수, (2013) 「항공사 객실승무원의 체면민감성이 친사회적 서비스행동에 미치는 영향」 세종대학교관광대학원 석사학위논문, p.62

2) 외적 이미지 관리행동과 자아존중감과의 관계

여대생들의 외적 이미지 관리행동과 자아존중감과의 관계에 대해 살펴본 결과는 <표 29>에서 보는 바와 같이 자아존중감은 도구성($r=.192, p<.001$) 및 대인지향성($r=.156, p<.001$)과 통계적으로 유의미한 정적 상관관계를 보였고, 유행성 및 외적 이미지 관리행동과는 통계적으로 유의미한 상관관계를 보이지 않았으며, 동조성($r=-.203, p<.001$) 및 과시성($r=-.090, p<.05$)과는 통계적으로 유의미한 부적 상관관계를 보였다. 따라서 여대생들은 도구성과 대인지향성이 높을수록, 동조성과 과시성이 낮을수록 자아존중감이 높음을 알 수 있다.

김예주(2016)⁸⁹의 연구에서도 이미지 메이킹과 자아존중감의 상관계수가 높게 나타나 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 가지는 것으로 조사되어 본 연구결과와 일맥상통함을 알 수 있다.

<표 29> 외적 이미지 관리행동과 자아존중감과의 관계

구 분	도구성	유행성	대인지향성	동조성	과시성	외적 이미지 관리행동
자아존중감	0.192*** (0.000)	-0.059 (0.154)	0.156*** (0.000)	-0.203*** (0.000)	-0.090* (0.030)	-0.016 (0.693)

* $p<.05$, *** $p<.001$

89) 김예주, (2016), 「이미지 메이킹이 긍정적 사고와 자아존중감에 미치는 영향」 건국대학교 산업대학원 석사학위논문 p.40

6. 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향

1) 내적 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향

여대생들의 내적 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향을 살펴본 결과는 <표 30>과 같다. 약 17.5%($R^2=.175$)의 설명력을 지니며, 여대생들의 자아존중감에는 내적 이미지 관리행동 중 타인 의식성($\beta=-.192$, $p<.001$)과 자괴 의식성($\beta=-.202$, $p<.001$)이 통계적으로 유의미한 부(-)의 영향을 미쳤고, 사회 격식성($\beta=.352$, $p<.001$)은 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서 여대생들은 타인 의식성과 자괴 의식성이 높을수록, 사회 격식성이 낮을수록, 자아존중감이 낮음을 알 수 있는 결과를 나타내었다. 이서윤(2010)⁹⁰의 선행연구에서 자신감과 긴장해소에 사회 격식성이 영향을 준다는 결과를 경로계수 $0.078(t=2.612, p=0.009)$, $0.079(t=2.655, p=0.008)$ 으로 나타내어 본 연구와 유사함을 나타내 주었다.

<표 30> 내적 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향

구 분		자아존중감			
		b	β	t	p
내 적 이 미 지 관 리 행 동	타인 의식성	-0.149	-0.192	-4.281***	0.000
	사회 격식성	0.325	0.352	8.510***	0.000
	자괴 의식성	-0.146	-0.202	-4.881***	0.000
Constant		3.330		21.798***	0.000
R ²		0.175			
F(p)		40.740*** (0.000)			

*** $p<.001$

90) 이서윤, (2010), 「이미지 관리행동이 심리적 기대효과와 경력성공에 미치는 영향」, 동양대학교 박사학위논문. p.75

2) 외적 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향

여대생들의 외적 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향을 살펴본 결과는 <표 31>와 같다. 약 12.0%($R^2=.120$)의 설명력을 지니며, 여대생들의 자아존중감에는 외적 이미지 관리행동 중 도구성($\beta=.170$, $p<.01$)과 대인지향성($\beta=.198$, $p<.001$)이 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤고, 동조성($\beta=-.204$, $p<.001$)과 과시성($\beta=-.123$, $p<.01$)은 통계적으로 유의미한 부(-)의 영향을 미쳤다. 따라서 여대생들은 도구성과 대인지향성이 높을수록, 동조성과 과시성이 낮을수록 자아존중감이 높음을 알 수 있었으며, 외적 이미지 관리행동 중에는 동조성($\beta=-.204$)이 자아존중감에 가장 큰 영향을 미쳤고, 다음으로 대인지향성($\beta=.198$), 도구성($\beta=.170$), 과시성($\beta=-.123$) 순으로 영향을 미친 것을 나타냈다. 이러한 결과는 최수경(2007)⁹¹⁾의 연구에서 도구성, 대인지향성, 동조성, 개성, 과시성으로 유행성을 제외한 모든 변인이 자신감증대와 적극적 상승, 기분전환에 영향을 미치는 결과를 내어 본 연구와 일치하며, 이현주(2008)⁹²⁾의 연구에서도 외모관리행동 중 의복관리행동과 피부 및 미용 관리행동, 진로자기효능감에 자아존중감이 영향을 미친다고 나타나 본 연구결과와도 일치하는 것을 알 수 있다.

91) 최수경, (2007), 「화장행동에 미치는 영향요인」 경상대학교대학원 박사학위논문, p.88

92) 이현주, (2008), 「대학생의 이미지 평가 및 이미지 형성이 진로자기효능감 향상에 미치는 영향」 인하대학교대학원 박사학위논문, p.104

<표 31> 외적 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향

구 분		자아존중감			
		b	β	t	p
외 적 이 미 지 관 리 행 동	도구성	0.160	0.170	3.449**	0.001
	유행성	-0.061	-0.070	-1.417	0.157
	대인지향성	0.175	0.198	3.845***	0.000
	동조성	-0.164	-0.204	-4.546***	0.000
	과시성	-0.101	-0.123	-2.627**	0.009
Constant		3.342		20.444***	0.000
R ²		0.120			
F (p)		15.712*** (0.000)			

** p<.01, *** p<.001

3) 이미지 관리 특성이 자아존중감에 미치는 영향

여대생들의 이미지 관리 특성이 자아존중감에 미치는 영향을 살펴본 결과는 <표 32>와 같다. 약 20.2%(R²=.202)의 설명력을 지니며, 여대생들의 자아존중감에는 이미지 관리 특성 중 자신의 외모 만족도(β =.225, p<.001)와 이미지 형성에서 첫인상의 중요성(β =.139, p<.01), 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도(β =.241, p<.001)가 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서 여대생들은 자신의 외모에 대한 만족도가 높을수록, 이미지 형성에서 첫인상이 중요하다고 인식할수록, 그리고 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도가 높을수록 자아존중감이 높음을 알 수 있다. 이는 전미자(2011)⁹³⁾의 연구에서 이미지 만족도와 상관관계가 이미지 만족도가 높을수록 미용 관심도, 자아존중감, 대인관계에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 본 연구의 결과

93) 전미자, (2011), 「여대생의 베이스 메이크업 선호형태와 만족도가 사회 심리적 변인에 미치는 영향」, 한성대학교예술대학원 석사학위논문, p.57

와 매우 유사한 것을 알 수 있다.

<표 32> 이미지 관리 특성이 자아존중감에 미치는 영향

구 분	자아존중감			
	b	β	t	p
자신의 이미지 관리에 대한 고민 정도	0.018	0.027	0.464	0.643
이미지에 대한 관심도	0.052	0.071	1.235	0.217
이 자신의 외모 만족도	0.158	0.225	5.134***	0.000
미 이미지 형성에서 첫인상의 중요성	0.117	0.139	3.364**	0.001
관 평소 자신의 이미지에 대한 다른 사람의 리 의식 정도	-0.053	-0.073	-1.723	0.085
이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족 도	0.187	0.241	5.489***	0.000
월평균 이미지 관리 지출 비용	0.001	0.003	0.072	0.943
Constant	1.959		10.316***	0.000
R ²		0.202		
F(p)		20.728***(0.000)		

** p<.01, *** p<.001

V. 결 론

1. 요약 및 결론

본 연구는 서울, 경기, 충청지역의 대학교에 재학 중인 여대생 581명을 대상으로 일반적 특성인 학년, 전공계열, 화장 시작시기, 월평균 용돈에 따른 여대생의 이미지 관리 및 이미지 관리행동과 자아존중감에 관해 알아보고, 여대생들의 이미지 관리 행동과 자아존중감과의 관계와 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향을 알아봄으로 여대생들의 욕구에 적합한 이미지 관리 프로그램을 형성하는데 도움이 되는 지표로 사용하는데 의의를 갖고 연구하였다.

연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 여대생들의 자신의 이미지 관리에 대한 고민 정도에 대해 살펴본 결과는 5점 중 전체 평균이 3.95로 나타났고, 자신의 이미지에 대한 관심도는 5점 중 3.97로 높았으며, 이미지 형성에 첫인상이 중요하다고 인식하는 여대생이 5점 만점 중 4.35로 나타나 상당히 높게 인식하는 것으로 조사 되었다. 첫인상 형성에 가장 큰 영향을 미치는 외모 부분은 메이크업이라고 응답한 여대생이 29.5%로 가장 많았고, 이미지 관리는 외출 할 때만 한다는 답변이 54.6%로 나타났으며, 이미지 관리를 하지 않는 이유로는 관심 부족 때문이라고 응답한 여대생도 36.4%였다. 여대생들은 평소 자신의 이미지에 대한 타인의 의식정도가 5점 만점 중 3.69로 의식을 많이 하는 것으로 나타났고, 이미지 관리 후 자신의 모습에 만족도에서는 5점 중 3.33으로 높지 않은 것으로 나타났다. 또, 자신의 단점을 보완하기 위하여 이미지 관리를 한다는 여대생이 50.1%로 높게 나타났으며, 여대생들이 이미지 관리를 위한 월평균 지출 비용은 5만원 미만으로 나타났다.

둘째, 이미지 관리행동은 내적 이미지와 외적 이미지로 분류하고, 내적 이미지 관리행동은 3개의 하위요인으로 외적 이미지 관리행동은 5개의 하위요인으로 분류하여 분석하였다. 내적 이미지 관리행동은 타인 의식성, 사회 격식성, 자괴 의식성으로 외적 이미지 관리행동은 도구성, 유행성, 대인지향성, 동조성, 과시성으로 명명하였다. 여대생의 내적 이미지 관리행동의 결과는 사회 격식성이 5점 만점 3.75 가장 높은 것으로 나타났다.

셋째, 여대생들의 자아존중감에 대해 살펴본 결과는 5점 만점 중 전체평균이 3.65로 대체로 높은 것으로 나타났다. 학년별로는 3.81로 가장 높게 나타났고, 전공계열별로는 인문. 사회계열의 여대생이 3.73으로, 월평균 용돈별로는 용돈이 많을수록 자아존중감이 높은 것으로 조사되었다.

넷째, 여대생들의 내적 이미지 관리행동과 자아존중감과의 관계를 알아본 결과 자아존중감은 내적 이미지 관리행동의 하위요인인 타인 의식성($r=-.132$, $p<.01$) 및 자괴 의식성($r=-.265$, $p<.001$)과 통계적으로 유의미한 부적 상관관계를 보였고, 사회 격식성($r=.273$, $p<.001$)과는 통계적으로 유의미한 정적 상관관계를 보였다. 여대생들의 내적 이미지 관리행동은 통계적으로 유의미한 상관관계를 보이지 않았고, 여대생들의 외적 이미지 관리행동과 자아존중감에서는 자아존중감은 도구성($r=.192$, $p<.001$) 및 대인지향성($r=.156$, $p<.001$)과 통계적으로 유의미한 정적 상관관계를 보였고, 유행성 및 외적 이미지 관리행동과는 통계적으로 유의미한 상관관계를 보이지 않았으며, 동조성($r=-.203$, $p<.001$) 및 과시성($r=-.090$, $p<.05$)과는 통계적으로 유의미한 부적 상관관계를 보였다.

다섯째, 내적 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향을 알아본 결과는 내적 이미지 관리행동 중에는 사회 격식성($\beta=.352$)이 자아존중감에 가장 큰 영향을 미쳤고, 외적 이미지 관리행동 중에는 동조성($\beta=-.204$)이 자아존중감에 가장 큰 영향을 미쳤으며, 여대생들의 이미지 관리 특성이 자아존중감에 미치는 영향을 알아본 결과는 이미지 관리 후 자신의 모습에 대한 만족도(β

=.241)가 자아존중감에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2. 연구의 한계점 및 제언

본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 여대생들의 이미지 관리를 위한 다양한 실태와 관리행동 요인이 자아존중감에 미치는 영향을 알아보기 위해 여대생을 대상으로 설문조사를 실시하였으나, 서울과 경기도 및 일부 충청지역의 여대생들만을 대상으로 하였으므로 본 연구 결과를 전체 여대생으로 일반화하기에는 무리가 있다. 그러므로 향후에는 조사지역과 조사대상 및 표본 집단을 확대하여 연구할 필요가 있다.

둘째, 본 연구는 여대생들의 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향에 관해서만 연구를 진행하였으나, 향후에는 독립변인으로 자아존중감에 커다란 영향을 줄 수 있는 다양한 심리적 변인을 적용하여 심층적이고 과학적인 후속 연구가 필요할 것으로 사료된다.

셋째, 본 연구는 여대생들만을 대상으로 하였으나, 연구대상을 확대하여 취업준비와 자아존중감을 향상 하고자 하는 대상자들에 대한 지속적인 연구로 체계적인 이미지관리 프로그램을 개발하도록 할 필요가 있다. 이를 통하여 학교와 각종 교육기관을 통한 교육확대와 정보 전달이 효과적으로 이루어진다면 대상자들의 이미지 경쟁력 상승과 자존감을 고취시키고 그로 인한 취업률 향상과 대인관계 형성에도 도움이 될 것이라 기대한다.

참 고 문 헌

단행본

- 강혜원, (1995). 『의상심리학』, 교문사.
김영란, (2012). 『프로패셔널 이미지 메이킹』 경춘사.
김희숙, (2000). 『화장문화사』, 청구문화사.
송인섭, (1990), 『인간심리와 자아개념』, 서울 양서원, pp.389-422
송인섭, (1990), 『인간심리와 자아개념』, 서울 양서원.
강혜원, (1995), 『의상심리학』, 교문사.
임숙자, 황선진, 이종남, 이승희, 양윤, (2002), 『현대의상사회심리학』, 수학사.
최상진, (2011), 「한국인의 심리학」, 학지사.

국내문헌

- 고선형, (2015), 「성인의 자아존중감, 외모관리행동 및 신체이미지가 대인관계에 미치는 영향」 한서대학교대학원 박사학위논문.
김경호, (2004), 「이미지메이킹의 개념정립과 프로그램의 효과성 분석 연구」, 명지대대학원 박사학위논문.
김경희, (2002), 「한·중·일 여대생의 라이프스타일에 따른 피부관리, 화장행동, 구매행동 비교」, 경희대학교 박사학위논문.
김기범, 차영란, (2006) 「여성의 화장을 통한 미와 자기개념의 사회문화적 의미 분석」, 한국심리학회지, 제11권, 제1호.
김나경, (2010), 「여대생의 메이크업제품 구매행동과 성향에 관한 연구」, 숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문.
김민정, (2011), 「여대생들의 메이크업 성향과 색조제품 구매행동에 관한 연구」 숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문.
김승진, (2009), 「이미지메이킹 프로그램이 청소년 자기이미지 및 자기 주도 학습 태도에 미치는 영향」, 국제문화대학원대학교, 석사학위논문.
김양휴, (1996), 「패션 헤어스타일의 선호와 성격간의 상관성 연구」, 건국대학교대학원 석사학위논문.

- 김예주, (2016), 「이미지 메이킹이 긍정적 사고와 자아존중감에 미치는 영향」, 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 김은지, (2013), 「여대생들의 메이크업 화장품 구매행동 및 사용실태에 관한 연구」, 숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문.
- 김은희, (2006), 「전문직 미혼 남성의 의복구매·외모관리행동 및 자아존중감과 의 관계 연구」, 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 김혜리, (2009), 「취업지원자의 외적 이미지가 면접관의 평가에 미치는 영향」, 국제문화대학원대학교 석사학위논문.
- 김혜진, (2009), 「체면 민감성, 과시 소비 성향, 패션 명품 선호도가 패션 명품 복제품의 구매 행동에 미치는 영향」, 복식문화연구 제17권 2호 .
- 김화영, (2008), 「헤어스타일의 일러스트레이션에 관한연구」, 용인대학교경영대학원 석사학위논문.
- 김희수, (2013), 「항공사 객실승무원의 체면민감성이 친사회적 서비스행동에 미치는 영향: 신경증의 조절효과를 중심으로」 세종대학교관광대학원 석사학위논문.
- 박길순, (2007), 「직장여성의 의복 선택동기와 대인관계성향에 관한 연구」, 국제문화대학교 대학원 석사학위논문.
- 박보경, (2009), 「여드름 피부가 우울증과 자아존중감에 미치는 영향」, 고신대학교 박사학위논문.
- 박정혜, (2002) 「추구의복이미지와 의복태도에 따른 색조화장품 색 선호도 연구」, 한국복식학회지 제52권 7호.
- 서지혜, (2008), 「여대생들의 자외선에 대한 인지도와 차단방법에 관한 연구」, 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 서하나, (2013), 「색조화장의 인식에 따른 여대생의 외모만족도와기대감」 광주여자대학교대학원 석사학위논문.
- 서화숙, (2002), 「여대생들의 체중조절 경험과 신체적 특성에 따른 신체만족도 및 의복만족도 외모관리행동에 관한 연구」, 상주대학교 대학원 석사학위논문.
- 송은영, (2005), 「직장여성의 이미지 향상을 위한 메이크업의 효과성 연구」, 숙명여자대학교대학원 석사학위논문.
- 송은영, (2009), 「얼굴이미지메이킹 프로그램이 자아존중감, 긍정적 사고, 얼굴이미지 효능감에 미치는 효과분석」 명지대학교대학원 박사학위논문.

- 신정은, (2010), 「여대생들의 메이크업 트렌드와 컬러선호도에 관한 연구」, 숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문.
- 신현영, (1999), 「의상치료를 통한 정신장애자의 자기 외모 이미지 변화가 자기존중감과 정서에 미치는 영향」, 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 신효정, (2002), 「현대여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구: 화장, 헤어스타일, 신체이미지, 성형수술, 의복 중심으로」, 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 양은순, (2002). 「일반인이 지각하는 피부미용관리에 대한 주관성 연구」 중양대학교 사회개발대학원 석사학위논문.
- 엄미선, (2013), 「여대생의 외모에 대한 인식이 미용성형기술 실태에 미치는 영향」 중앙대학교의약식품대학원 석사학위논문.
- 오수영, (2011), 「여대생의 저가 화장품 사용실태 및 구매행동에 관한 연구」 숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문.
- 오인영, (2006), 「메이크업과 헤어스타일 유형에 따른 TV 뉴스앵커의 인상형성에 관한 연구」, 경희대학교 대학원 박사학위 논문.
- 원가현, (2016), 「외식소비자의 체면민감성이 자아존중감과 과시소비성향에 미치는 영향」 계명대학교 대학원 석사학위논문.
- 윤소영, (2007), 「여대생의 외모관리에 대한 의식 및 태도 연구」, 한남대학교 대학원 석사학위논문.
- 이경숙, (2007), 「성인 여성의 외모관심도에 따른 추구이미지와 외모관리행동」, 서경대학교미용예술대학원 석사학위논문.
- 이근재. 김현정, (2015), 「신체이미지와 자아존중감 및 외모관리행도의 상관성」, 대한피부미용학회지,13권2호.
- 이서윤, (2010), 「이미지 관리행동이 심리적 기대효과와 경력성공에 미치는 영향」, 동양대학교 박사학위논문.
- 이선미, (2014), 「메이크업의 색채가 이미지 효과에 미치는 영향」, 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.
- 이승희, 박길순, (2011), 「여대생의 자기효능감과 자아존중감에 따른 외모관리행동」복식문화학회 학회지, 19권 5호.
- 이영애, (2015), 「여대생의 일반적특성이 헤어스타일 결정에 미치는 영향에 관한 연구」, 대구카톨릭대학교보건과학대학원, 석사학위논문.
- 이현주, (2008), 「대학생의 이미지 평가 및 이미지 형성이 진로자기효능감 향상에 미치는 영향」 인하대학교대학원 박사학위논문.

- 이혜경, (2014), 「여중생과 여고생의 사회문화적 태도, 신체이미지, 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향」 한국산학기술학회지,15권2호.
- 임철현, (2000), 「낮은 자존감이 신앙에 미치는 영향과 치유방안」, 목원대학교대학원 석사학위논문.
- 장 열, (2013), 「한국과 중국여대생의 외모관심 및 화장품구매 행동비교」 광주여자대학교 석사학위논문.
- 장혜선, (2014), 「신체이미지와 외모관리행동이 심리적 안정감에 미치는 영향」, 서경대학교대학원 박사학위논문.
- 전미자, (2011), 「여대생의 베이스 메이크업 선호형태와 만족도가 사회 심리적 변인에 미치는 영향」, 한성대학교예술대학원 석사학위논문.
- 전민지, 정상은, 조선휘, 한은지, 현지우, 김설희, (2015). 「일부지역 대학생의 자아존중감과 취업, 외모의 관련성 연구」 한국치위생과학회 학회지.
- 전정혜, (2011). 「여성의 이미지관리행동 관련 변인에 대한 구조분석」, 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위 논문.
- 정영희, (2008), 「이미지메이킹을 위한 메이크업 효과에 관한 연구」숙명여자대학교원격대학원 석사학위논문.
- 조선영, (2013), 「성인여성의 생활연령과 지각연령의 차이가 외모관리행동 및 자아존중감에 미치는 영향」, 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위 논문.
- 조슬기, (2006), 「외적이미지를 리드하는 여성들의 외모활동 관리행동」,성신여자대학교 석사학위논문.
- 조혜란, 최종명, (2007), 「대학생의 성에 따른 신체만족도와 외모향상행동과의 관계」, 한국생활과학회지, 제16권, 4호.
- 최상진, 김기범, (2000), 「최면의 심리적 구조」, 한국심리학회지 제14권 1호.
- 최수경, (2007), 「화장행동에 미치는 영향요인」 경상대학교대학원 박사학위 논문.
- 최수경,(2007), 「화장행동에 미치는 영향요인」, 경상대학교대학원 박사학위 논문.
- 최은미, 양정순, 김유미, 이윤진, 김기영, (2011), 「둥근형 얼굴에 어울리는 메이크업과 헤어스타일에 관한 연구」, 대한미용학회지, 제6권, 제1호.
- 한상미, (1997), 「한국여대생의 정체성 발달: 독립적 자아와 합류적 자아의 갈등과 변화」, 이화여자대학교대학원 박사학위 논문.

국외문헌

- Brown, p, & Levinson, S. C.(1987). Politeness: Some universals in language usage (Vol. 4). Cambridge, UK: Cambridge unibersity press.
- Curry, N. E. & Johnson, C.N. (1990), Beyond self-esteem: Developing a genuine sense of human value. In Research Monograph of the National Association for the Education of Young Children (Vol. 4). Washington DC: NAEYC.
- Damon, W. & Hart, D. (1982). The development of self-understanding from infancy through adolescence. Child Development, pp.841-864
- Harter, S. (2006). The self. In N. Eisenberg, W. Damon & R. M. Lerner (Eds.), Handbook of Child Psychology Hoboken, NJ: John Wiley & Sons pp. 505-570
- K. A. King,(1997), “Self-concept and Self-esteem: A Clarification of Team”,journal of school Health Vol.67 No2, pp.1-5
- L. J. Heinberg, J. K. Thompson, S. Stormer(1995), “Development and validation of the sociocultural attitude towards appearance questionnaire”, International Journal of Eating Disorders,17(1), pp.81-89, 재인용
- Rosenberg,1965, “Society and the adolescent self-image”, Princeton, NJ: PrincetonUniversity Press. 재인용.
- S. D. Hayes, P. R. E. Croker and K. C.Kowalski(1990), “Gender Differences in Physical Self-perceptions, Global self-esteem in Physical Activity: Evaluation of the Physical Self-preception Profile model”,journal of Sport Behavior Vol.22 No1, pp.1-13
- Schonfield, W. A(1966). Body image disturbance on adolescence. Archives of Generalsychiatry. 15: pp.6-21

기타 자료

- 네이버 지식백과, ‘자아 존중감’, <http://terms.naver.com/entry.nhn?>
- 동아일보, (2002. 4. 1.), 옷 잘입어야 대접받는다, 최근 10년간 소비자 의식변화
- 동아일보, (2010. 9. 13.)인사담당자 “입사지원자 48% 옷차림나빠 탈락 시킨적있다.”

<http://news.donga.com/3/all/20100913/31172068/1>(검색일:2017.5.30.)

<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1147024&cid=40942&categoryId=32318>

네이버검색 두산백과

<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=020>

&aid=0000121671(검색일: 2017.05.30.)

ABSTRACT

Influence of Image Management Behaviors on Self-Esteem
in Female College Students

Lim, Woo Kyung

Make-up and Special effect make-up Major

The Graduate School of Convergence Design and Arts

Sungshin Women's University

For modern people, appearance management has long been mandatory, not a matter of choice, and the changes in the environment and awareness that are brought about by the development of IT have increased people's needs for beauty regardless of gender and age. Specifically, female college students need a professional and systematic image management program as their appearance exerts a direct influence on their social lives and job interview.

In this study, a survey was conducted on 600 female college students who made preparations for job interviews and took care of their own images to build unique individuality and style. The answer sheets from 581 students were gathered, and the collected data were analyzed. As for data analysis, a SPSS 21.0 was employed to obtain statistical data on frequency,

percentage and Cronbach alpha coefficients, and one-way ANOVA and χ^2 (chi-square) test were carried out. A correlation analysis was made to look for connections between image management behaviors and self-esteem, and a multiple regression analysis was used to determine the impact of image management behaviors on self-esteem. The findings of the study were as follows:

First, the female college students were concerned a lot about their own image management and had a strong interest in their own images. A large number of them considered first impression to be important for image building, and a good number of them viewed makeup as the part of appearance that affected first impression as well. Many that accounted for 54.6 percent took care of their own images only when they went out, and as many as 36.4 percent didn't do that because they weren't interested. The students were usually conscious of others a lot about their images, but they weren't satisfied much with their own looks after they took care of their images. As for the reason for image management, many answered they wanted to make up for their shortcomings. The students spent a mean of less than 50 thousand won on a monthly basis to take care of their images.

Second, image management behaviors were classified into internal and external ones, and three were selected as the subfactors of internal image management behaviors after the variables were analyzed: other-

consciousness, social formality and self-consciousness. And five were selected as the subfactors of external image management behaviors: instrumentality, fashionability, interpersonal orientation, conformity and conspicuousness. Social formality was the most common internal image management behavior of the female college students, and instrumentality and interpersonal orientation were dominant in terms of external image management behaviors.

Third, the self-esteem of the female college students was high in general. The students who were in their fourth year, who majored in humanities or social sciences and whose monthly mean allowance was larger were better self-esteemed.

Fourth, when the self-esteem of the students was analyzed as one of general characteristics, they had a high self-esteem, and the students who were seniors, who majored in humanities or social sciences and whose monthly mean allowance was larger were better self-esteemed.

Fifth, concerning correlation between internal image management behaviors and self-esteem, there was no statistically significant correlation between the two, but less other-consciousness and less self-consciousness that were the subfactors of internal image management behaviors led to lower self-esteem.

Sixth, in regard to the impact of internal image management behaviors on self-esteem, social formality was the internal image management

behavior to exercise the greatest influence on self-esteem. In terms of external image management behaviors, conformity exerted the largest influence on self-esteem. As to the influence of image management characteristics on self-esteem, satisfaction with their own looks after image management had the most impact on self-esteem.

<부록 1>

여대생의 이미지관리 행동이 자아존중감에 미치는 영향

안녕하십니까?

먼저 바쁘신 시간 중에도 본 설문에 응해 주셔서 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

본 설문지는 여대생의 이미지관리 행동과 자아존중감과의 관련성을 규명해 보고 이미지 관리의 기초적인 특성을 알아보기 위한 연구입니다.

따라서 설문지에 대한 응답에는 정답이 없으며, 편안한 마음으로 주의 깊게 읽으시고 귀하의 솔직한 답변만을 작성하여 주시기 바랍니다.

본 설문지 응답에 대한 자료는 순수하게 연구목적을 위해서만 사용될 뿐, 기타 상업적 목적으로는 일체 사용되지 않을 것을 약속드립니다.

끝으로, 귀하의 성실한 답변은 본 연구목적을 달성하는데 있어 매우 귀중한 자료로 이용될 것입니다. 바쁘신 중에 번거로운 시간이 되겠지만 성의 있는 답변 부탁드립니다. 다시 한번, 진심으로 감사드립니다.

2017년

성신여자대학교 대학원 뷰티융합대학원
뷰티융합과 메이크업. 특수분장학 전공
연구자 : 임 우 경

popo7602@naver.com

지도교수 : 김 주 덕 교수님

I. 다음은 이미지관리에 관한 질문입니다.

각 질문마다 귀하의 생각과 가까운 번호에 **한 개만 '✓'표** 해주시기 바랍니다.

1. 귀하의 본인의 **이미지 관리에 대해 고민해 보신 적이 있으십니까?**

- ① 매우 많음 ② 많음 ③ 보통 ④ 적음 ⑤ 매우 적음

2. 귀하의 **이미지에 대한 관심도**는 어느 정도입니까?

- ① 매우 높음 ② 높음 ③ 보통 ④ 낮음 ⑤ 매우 낮음

3. 귀하의 **자신의 외모에 만족** 하십니까?

- ① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족

4. 귀하의 **첫인상이 이미지 형성에 중요**하다고 생각하십니까?

- ① 매우 중요함 ② 중요함 ③ 보통 ④ 중요하지 않음 ⑤ 전혀 중요하지 않음

5. 귀하의 **첫인상 형성에 가장 큰 영향**을 미치는 것은 무엇이라 생각하십니까?

- ① 외모(5-1문항으로) ② 학벌 ③ 신분 ④ 성격 ⑤ 사회적 능력 ⑥ 기타()

5-1 위 문항의 ① **외모**에서 구체적으로 어떤 부분이 **첫인상 형성에 영향**을 미친다고 생각하십니까?

- ① 메이크업 ② 헤어 ③ 피부 ④ 체형 ⑤ 의상 ⑥ 기타()

6. 귀하의 **이미지 관리**를 언제 하십니까?

※ 이미지관리는 (메이크업, 헤어, 네일, 피부, 의상)을 포함합니다.

- ① 항상 한다. ② 외출 할 때만 한다. ③ 특별한 날에만 한다.

- ④ 하지 않는다. (6-1문항으로) ⑤ 기타()

6-1. 귀하가 이미지 관리를 ④ **하지 않는다.** 라고 한 이유는 무엇입니까?

- ① 경제적 문제 ② 시간 부족 ③ 관심 부족 ④ 의지 부족 ⑤ 기타()

7. 귀하의 **평소 자신의 이미지에 대해 다른 사람**을 의식하는 편입니까?

- ① 매우 의식함 ② 의식함 ③ 보통 ④ 의식하지 않음 ⑤ 전혀 의식하지 않음

8. 귀하는 **이미지 관리 후 자신의 모습에 만족** 하십니까?

- ① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족

9. 귀하가 **이미지 관리**를 하는 이유는 무엇입니까?

- ① 성공을 위해서 ② 취업을 위해서 ③ 타인을 의식해서 ④ 단점 보완을 위해서
⑤ 기타()

10. 귀하는 **이미지 관리(메이크업, 헤어, 네일, 피부, 의상)**를 위해 **월평균 어느 정도 지출**하십니까?

- ① 5만원 미만 ② 5만원~7만원 미만 ③ 7만원~10만원 미만 ④ 10만 원 이상

II. 다음은 귀하의 **내적 이미지관리 행동**에 관한 질문입니다.

각 항목에 대해서 귀하가 생각하는 정도를 표시(√) 해 주십시오.

순번	이미지 관리 행동 중 내적 이미지에 관한 질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 어떤 행동을 할 때 다른 사람들이 어떻게 평가할지를 의식하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 어떤 행동을 할 때 다른 사람들을 의식하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 나에 대해 다른 사람들이 어떻게 생각하는가에 민감한 편이다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 나의 모습이 남들에게 어떻게 비칠까 걱정하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 다른 사람들의 눈치를 살피는 편이다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 다른 사람들 앞에서 행동할 때 격식을 차리는 편이다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 다른 사람들에 대해 예절을 중시하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 사석에서도 교양 있게 행동하려고 노력하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 다른 사람들이 나의 주장을 받아들이지 않으면 기분이 상한다.	①	②	③	④	⑤
10	나는 다른 사람들이 나의 의견을 받아들이지 않을 때 부끄러움을 느낀다.	①	②	③	④	⑤

III. 다음은 귀하의 **외적 이미지관리 행동**의 관한 질문입니다.

각 항목에 대해서 귀하가 생각하는 정도를 표시(√) 해 주십시오
 ※외적 이미지관리 행동에는 (메이크업, 헤어, 네일, 피부, 의상)을 포함합니다.

순번	외적 이미지관리 행동 중 도구성에 관한 질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 이미지를 바꾸기 위해 외적이미지 스타일을 바꾸어 본다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 외적이미지가 변신의 도구라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 외적이미지의 상태에 따라 나의 기분이 좌우된다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 외적이미지를 바꿔 변화를 주고 싶을 때가 있다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 신체적 단점을 보완하기 위해 외적이미지를 연출한다.	①	②	③	④	⑤

순번	외적 이미지관리 행동 중 유행성, 대인지향, 동조성에 관한 질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 유명 연예인의 외적이미지를 보면 나도 그렇게 하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 유행하는 스타일을 꼭 한번 해보고 싶을 때가 있다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 주변사람의 외적이미지가 마음에 들면 똑같이 해보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 유행에 맞는 외적이미지가 멋있어 보인다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 현재 유행하는 외적이미지를 따른다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 외적이미지가 상대방에 대한 예의라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 외적이미지가 대인관계나 사회생활에 있어서 필수라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 외출할 때 외적이미지에 신경을 더 쓰는 편이다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 나의 외적이미지가 어떻게 보일까에 대해 신경을 쓴다.	①	②	③	④	⑤
10	나는 주위 사람들과 비슷한 스타일이나 외적이미지를 선택한다.	①	②	③	④	⑤

11	나는 새로운 외적이미지 스타일을 할 때 친구들이 싫어하는 스타일을 하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
12	나는 내가 속한 집단의 외적이미지 기준에 맞추려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
13	나는 친구들과 비슷하게 외적이미지를 했을 때 그 그룹의 일원임을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
14	나는 모임에 가서 내 외적이미지가 다른 사람들과 다르면 불안하다.	①	②	③	④	⑤

순번	외적 이미지관리 행동 중 과시성에 관한 질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 외적이미지가 멋있다는 소리를 듣고 싶다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 외적이미지를 잘 관리한다는 소리를 듣고 싶다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 외적이미지를 위해 가격이 비싸도 구입한다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 비싸도 유명상표의 제품이나 유명브랜드 매장을 이용해야 자존심이 세워진다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 모임에서 관심을 끌만한 외적이미지가 좋다.	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 귀하의 자아존중감에 대한 질문입니다.
 각 항목에 대해서 생각하는 정도를 표시(√) 하십시오.

순번	문항정보	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 내가 다른 사람들처럼 가치 있는 사람이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
2	나는 좋은 성품을 가졌다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 대체로 내가 실패자라고 생각하는 경향이 있다	①	②	③	④	⑤
4	나는 대부분의 다른 사람들만큼 일을 잘할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 자랑할 만한 것이 별로 없다	①	②	③	④	⑤

6	나는 나 자신에 대하여 긍정적인 태도를 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 나 자신에 대하여 대체로 만족하고 있다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 나 자신을 좀 더 존중 할 수 있으면 좋겠다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 가끔 나 자신이 쓸모없는 사람이라는 느낌이 든다	①	②	③	④	⑤
10	나는 때때로 나에게 좋은 점이 전혀 없다는 생각이 든다.	①	②	③	④	⑤

V. 다음은 귀하의 **일반적 특성**에 관한 질문입니다.

각 항목에 대해서 생각하는 정도를 표시(√) 하십시오.

1. 귀하는 몇 학년 입니까?

- ① 1학년 ② 2학년 ③ 3학년 ④ 4학년

2. 귀하의 전공계열은 무엇입니까?

- ① 인문, 사회 계열 ② 자연, 과학 계열 ③ 예, 체능 계열

3. 귀하가 메이크업을 처음 시작한 시기는 언제입니까?

- ① 초등학교시절 ② 중학교시절 ③ 고등학교시절 ④ 대학 입학 후 ⑤ 하지 않음

4. 귀하의 월평균 용돈은 얼마나 되십니까?

- ① 20만원 ② 20-30만원 ③ 30-50만원 ④ 50만원 이상