신 지 현 교수지도

석사학위 청구논문

외적이미지를 리드하는 여성들의 외모관리행동 연구

2006

성신여자대학교 조형대학원

메이크업·스타일리스트전공

조 슬 기

외적이미지를 리드하는 여성들의 외모관리행동 연구

신 지 현 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2006년 5월

성신여자대학교 조형대학원

메이크업·스타일리스트전공

조 슬 기

인 준 서

조슬기의 석사학위논문을 인준함

심사위원_____ ㊞

심사위원_____ ㊞

심사위원_____ ㊞

성신여자대학교 조형대학원

논 문 개 요

21세기의 급변하는 현대적 특징들은 인간의 도덕적, 윤리적 규범과 가치관에 커다란 영향을 주어 인간의 아름다움에 대한 미적가치 기준을 다양하게 변화시켰다. 이에 따라 외적 이미지 관리행동은 외모를 중심으로 한 외면적인 미뿐만 아니라 자신의 의사를 표출하고 가치를 상징하며 외적인 실체와 내적 존재와의 조화로운 아름다움을 추구하는 생활문화로서 뚜렷한 특성을 지니게 되었으며 하나의 문화적인 코드로 인식되고 있다.

본 논문의 서론에서는 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 직업군을 선정한 이유와 필요성을 피력하고 연구내용을 제시하였으며 본론의 이론적 특성에서는 여성들의 이미지 중 외적 이미지와 내적 이미지를 분석하였으며 자아 존중감, 외모관리행동에 관한 고찰을 시도하였다.

연구문제에는 외적 이미지를 리드하는 여성들의 외적 이미지 관심도를 알아보고 외적 이미지의 만족도와 외적 이미지와 자아 존중감과의 상관관계를 알아보았다. 또한 트랜드 관심도와 트랜드의 경로에 대해 알아보고 외적 이미지를 리드하는 여성들이 추구하는 미에 대해 알아보았다. 외적 이미지를 높이기 위해 관심을 두는 서비스는 무엇이며 어떠한 발전을 바라는지 알아보았으며 외적 이미지를 리드하는 여성들의 외모관리행동에 대해 알아보았다.

논문의 검증을 위해 수도권과 부산광역시에 거주하는 항공인, 방송인, 미용인, 호텔리어, 서비스업종인과 같은 직업을 가진 여성을 423명을 조사대상으로 설문조사를 실시하였으며 빈도분석, ANOVA test, 교차분석, 상관분석을 실시하여 자료수집, 표본 집단의 특성 및 통계자료분석 방법을 기술하였다.

실증적 문제에 대하여 자료의 통계분석을 살펴본 결과 호텔리어와 항공인은 자신의 이미지가 곧 직업을 반영하므로 이미지의 중요성이 다른 직업

군에 비해 높은 것으로 나타났고 외적 이미지를 추구하는 미적 선호에는 지성미와 자연미로 나타났다.

외적 이미지를 리드하는 여성들의 외모관리행동에는 메이크업, 의복, 헤어스타일, 네일 아트, 피부 관리, 성형, 건강의 7가지 변인으로 분류되었다. 이들 변인들 중 메이크업 연출시 전체적인 얼굴의 균형과 조화가 가장 높게 나타났고 의복구매에서 본인과의 조화가 가장 높게 나타났고, 헤어 샾을 선택하는 데는 주위사람의 추천이 가장 높게 나타났으며, 네일 관리는 전문 네일 샾에서 받는 것이 가장 높은 것으로 나타났다. 피부 관리는 자택에서 직접관리가 의외로 가장 높게 나타났다. 건강관리에도 충실하여 건강에 대한 관심도가 높았다. 전체적으로 외적 이미지 추구 시에 가장 중요시 하는 부분은 자신의 외적 이미지와의 전체적인 조화를 가장 중요시 여기는 것으로 나타났다.

현대사회에는 문화적 발달과 함께 미의 개념도 모든 여성에게 다양화. 개성화되어가면서 신체 외· 내적인 건강을 포함한 외적 아름다움에 대한 기대와 욕구가 강해지고 있으며 시대가 요구하는 미의 기준은 사회· 문화적인 배경에 따라 약간의 차이를 가지고 있지만 자신의 외모에 대한 노력은 새롭게 자기 자신을 지각하는 계기가 되며, 타인과의 관계에 있어서 인정을 받고 호감을 줄 뿐만 아니라 더 나아가 사회생활에도 긍정적인 자세를 갖도록 해준다.

이러한 외모관리행동은 끊임없이 연구, 발전되고 있으며 본 논문에서는 외적이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 외모관리행동을 연구하여 일반인들의 미적특성을 보다 심층적으로 이해하고 이상적인 미적특성을 제시하여 외모관리행동을 보다 효율적으로 수행되는데 도움이 되고자 하는 연구가 중요한 과제이다.

목 차

논 문 개 요

Ⅰ. 서론 ····· 1

1. 연구의 의의 및 목적 ····· 1

2. 연구내용 및 방법 ····· 3

Ⅱ. 이론적 배경 ····· 5

1. 외적 이미지 ····· 5

1) 이미지 ····· 5

2) 외적 이미지와 내적 이미지 ····· 6

2. 자아 존중감 ····· 7

3. 외모관리행동 ····· 8

1) 외모관리 ····· 8

2) 외모관리행동 유형 ····· 10

Ⅲ. 연구 방법 및 절차 ····· 19

1. 연구문제 ····· 19

2. 측정도구 및 분석 ····· 20

3. 자료 수집 및 연구 대상 ····· 21

Ⅳ. 연구 결과 및 논의 ····· 23
1. 외적 이미지 조사 ····· 23
2. 외적 이미지를 추구하기 위한 미적 관심도 조사 ····· 38
3. 외모관리행동에 대한 조사 ····· 44
1) 화장 (Make-Up) ····· 44
2) 의복 (Costume) ····· 46
3) 헤어스타일 (Hair Style) ····· 47
4) 네일 아트 (Nail Art) ····· 49
5) 피부 관리 (Skin Care) ····· 50
6) 성형 (Plastic Surgery) ····· 51
7) 건강 (Health) ····· 54

Ⅴ. 결론 및 제언 ····· 58

참 고 문 헌

ABSTRACT

부 록

표 목 차

<표 1> 연구 대상자의 일반적 특성 ····· 22
<표 2> 직업별 성형, 트랜드, 건강에 대한 정도 차이 비교 ····· 26
<표 3-1> 타인의 시선을 인식하는 이유에 대한 외적 이미지 만족도 ···· 28
<표 3-2> 트랜드 관심 정도와 외적 이미지 만족도에 대한 상관관계 ···· 29
<표 4-1> 소득에 따라 외적 이미지 추구 노력 정도 비교 ····· 31
<표 4-2> 소득에 따라 외적 이미지 추구 노력 정도의 상관분석 ····· 32
<표 4-3> 연령에 따른 외적 이미지 추구 노력 정도 비교 ····· 32
<표 5-1> 외적 이미지 만족도와 타인의 시선 인식 정도 및 자신의 직업 만족도 상관관계 ····· 34
<표 5-2> 직업별 타인의 시선 인식 정도 ····· 35
<표 5-3> 외적 이미지 추구 정도와 외적 이미지 만족도 및 타인의 시선 인식 정도의 상관관계 ····· 36
<표 5-4> 직업별 타인 시선을 받는 이유 ····· 36
<표 5-5> 직업 만족 시 이유 ····· 38
<표 6-1> 연령과 외적 이미지 추구 정도 및 트랜드 관심 정도의 상관관계 ····· 39
<표 6-2> 연령에 따른 트랜드에 대한 관심 정도 ····· 40
<표 7> 직업별 외적 미 표현에 가장 중요하게 추구하는 사항 ····· 43
<표 8> 뷰티 서비스에 원하는 사항 ····· 43
<표 9-1> 메이크업 연출 시 중요 사항 ····· 44
<표 9-2> 메이크업 연출을 위한 화장품 구매 장소 ····· 46
<표 10> 의복 구매 시 이용하는 장소 ····· 46

<표 11> 헤어스타일 변화 또는 연출 시 가장 중요한 부분 ····· 48
<표 12> 네일 아트 및 관리 시 가장 중요한 부분 ····· 49
<표 13-1> 직업별 성형이 자신의 외적 이미지에 주는 영향 ····· 52
<표 13-2> 외적 이미지 추구 정도에 따른 성형의 영향 ····· 54
<표 14> 건강에 대한 관심 정도 ····· 54

그 림 목 차

<그림 1-1> 직업별 아름다움을 추구하기 위해 중점 두는 사항 ····· 24
<그림 1-2> 연령에 따라 아름답게 추구하기 위해 가장 중점을 두는 사항 ··· 25
<그림 2> 직업별 외적 이미지의 만족 정도 ····· 27
<그림 3> 직업별 외적 이미지를 추구하기 위한 노력 정도 ····· 30
<그림 4-1> 직업별 외적 이미지 추구 후 내면적 변화 ····· 33
<그림 4-2> 직업별 자신의 직업의 만족도 ····· 37
<그림 5-1> 직업별 트랜드에 대한 관심 정도 ····· 39
<그림 5-2> 연령에 따른 트랜드에 정보 경로 ····· 41
<그림 6> 직업별 외적 미 표현에 가장 중요하게 추구하는 사항 ····· 42
<그림 7> 메이크업 연출 시 아름답게 보이고 싶은 부분 ····· 45
<그림 8> 외적 이미지 관리를 위한 의복 구매 시 가장 중요한 부분 ··· 47
<그림 9> 헤어 샾을 선택하는 데 가장 큰 영향을 주는 사항 ····· 48
<그림 10> 네일 아트 및 관리 서비스 받은 장소 ····· 50
<그림 11> 평소 피부 관리 시 이용하는 장소 ····· 51
<그림 12> 직업별 성형에 대한 생각 ····· 53
<그림 13> 직업별 자신의 건강에 대한 관심 ····· 55
<그림 14> 건강관리 방법 ····· 56
<그림 15> 외적 이미지 추구 시 가장 중요한 부분 ····· 57

Ⅰ. 서　론

1. 연구의 의의 및 목적

현대사회는 문화의 발달과 함께 미의 개념도 모든 여성에게 다양화. 개성화 되어가면서 신체 외· 내적인 건강을 포함한 외적 아름다움에 대한 기대와 욕구가 강해지고 있다. 사람을 평가하는 기준에 있어서도 성품과 인성을 중요하게 생각하였던 과거와는 달리 최근에는 외모를 중요시 생각하는 경향이 더욱 증가하고 있다.

오늘날의 이러한 외모 중심 사회에서는 시간의 흐름에 따라 제시하는 미의 기준이 정상적인 기준에서 점차 벗어나고 있다. 여성들이 사회· 문화적으로 만족스러운 자신의 외모를 관리하기 위해 여러 가지 외모관리행동을 적극적으로 행하지만 멋진 외모를 만들지 못한 여성에게는 나태하고 무능하다고 여겨지면서 미의 기준과 경계선이 법적, 행정적 규제가 불분명한 미용행위로 인해 건강에 위해 되거나 잘못된 미용성형으로 후유증을 앓게 되기도 한다. 많은 여성들은 일상적으로 자기비하와 학대를 반복하며 건강을 잃고 자신의 잠재력과 창조적인 힘을 소진하면서 경제적, 시간적 낭비를 하고 있다. 이런 사회적 흐름은 외적 이미지를 지나치게 왜곡한 채 일반 여성들에게 받아들여져 건강에 큰 문제점을 야기하고 있다.

이러한 인위적 미모에 대한 욕구는 많은 개인적, 사회적 부작용을 낳기도 하지만 현실적으로 그런 부작용이나 사회적 역기능을 제거하고 이러한 욕구를 사회적 순기능으로 전환시킬 수만 있다면 그것은 뜻있는 생활개선의 방법으로 활용할 수 있을 것이다. 따라서 이상적인 미의 제시와 바람직한 외모관

리행동의 기준을 제시하는 일이 시급하다. Bloch & Richins(1992)는 이상적인 미의 제시는 외모관리행동(다이어트, 운동, 체중조절, 화장품사용, 의복착용 등)을 촉진시켜 자아 존중감을 향상시키게 하는 경향이 있고 그로 인하여 사회적 이점을 얻게 된다고 하였다.

이러한 이상적인 미를 제시하는 데 있어 외적이미지가 직업을 반영하는 여성들의 특징을 규명하는 연구가 이루어져야 하지만 지금까지의 연구는 일반 성인이나 여대생을 대상으로 외모관리행동을 살펴 본 연구가 대부분이었으며, 이상적인 미적 특성을 제시하는 연구가 거의 없는 실정이다.

본 연구는 이제까지 연구되지 않았던 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들을 대상으로 외적 이미지 만족도와 미적 관심도, 외모관리행동의 특성과 관련성을 규명하고, 외적 이미지와 자아 존중감의 상관관계를 파악하는데 연구의 의의를 가지고 있다. 외적 이미지를 리드하는 직업군 선택에는 직장인들 사이 매력적인 직업을 조사한 결과 20대 여성 19.3%가 방송/연예인을 선택하여 2위로 나타난 결과와[1] 전국 35개 대학 3, 4학년생 3849명을 대상으로 희망 직업을 조사한 결과 여학생의 경우 교사(13.5%), 의상디자이너(4.0%), 항공기 승무원(2.3%) 순으로 나타난 결과를[2] 토대로 이루어졌다. 많은 여성들이 선망하는 스튜어디스, 방송인, 호텔리어와 미용업계 종사자로 나누었으며 이는 여성들의 선망도가 높은 직업일 뿐 만 아니라 외적 이미지가 직업에 반영되는 군으로 분류하였다.

따라서 본 연구의 목적은 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 미적 관심도, 이미지 만족도, 자아존중감과 외모관리행동의 특성을 밝히고 이들 변인에 대하여 인구통계적인 특성에 따른 차이를 알아보며, 외적 이미지와 자아 존중감과의 상관관계를 조사하는 데 있다.

---

1) 국민일보(2006.6) 쿠키 뉴스 제휴사 / 메디컬투데이(www.mdtoday.co.kr)
2) 한국직업능력개발원, 교육인적자원부(2004.5)

따라서 많은 여성들이 선망하는 직업을 가진 여성들의 미적특성을 이해하고 사회적인 흐름을 맹목적으로 따라가거나 부정적 시각을 갖는 것에 그치지 말고 긍정적인 방향을 모색하는 기틀을 마련하고자 한다. 또한 외적 이미지뿐만 아니라 자아 존중감과 같은 심리적 특성을 규명함으로써 미적특성을 보다 심층적으로 이해하고 이상적인 미적특성을 제시하여 일반인들의 외모관리행동을 보다 효율적으로 수행되는데 도움이 되고 심리적인 치료에도 응용 가능한 연구의 기초 자료로 제공되기를 기대한다.

2. 연구내용 및 방법

본 연구의 목적은 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 외적 이미지의 만족도, 미적 관심도와의 관계를 밝히고, 이들 변인에 대한 인구통계적인 특성에 따른 차이를 알아보며, 외모관리행동의 특성과 관련성을 규명하는데 있어 다음과 같이 조사, 분석하였다.

1, 외적 이미지를 리드하는 여성들의 외적 이미지 미적특성 조사

2, 외적 이미지를 리드하는 여성들의 외적 이미지를 추구하기 위한 미적 관심도 조사

3, 외적 이미지를 리드하는 여성들의 외모관리행동에 대한 조사

본 연구의 내용은 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 미적 관심도, 이미지 만족도, 자아 존중감과 외모관리행동의 특성을 밝히고자 하는 연구 목적하에 여성들의 자아 존중감, 외적 이미지, 미적특성에 관한 이론적 배경의 고찰을 실시하고 여성들을 대상으로 한 실증적 연구를 진행한 것이며 연구절차에 따라 본 논문을 다음과 같이 구성하고자 한다.

제 1장에서는 연구의 의의와 목적, 연구내용을 제시한다. 제 2장에서는 연

구목적에서 다루어진 변인들의 이론적 배경을 파악하기 위하여 관련연구를 고찰한다. 제1절에서는 외적 이미지, 2절에서는 외모와 자아 존중감, 3절에서는 미적특성, 4절에서는 외모관리행동을 살펴본다.

제3장에서는 제1장과 제2장의 이론적 연구를 기초로 하여 연구문제를 설정한다. 검증을 위해 구체적인 연구방법으로 측정도구와 자료수집, 표본 집단의 특성 및 통계자료분석 방법을 기술한다.

제4장에서는 각각의 실증적 문제에 대하여 자료의 통계분석 결과를 제시하면서 그에 대한 논의를 실시한다. 그 결과 외적이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 이미지 만족도, 자아 존중감, 미적특성 및 외모관리행동을 인구통계적 변인에 따른 차이를 밝히고, 상호관련성을 알아보며, 관련 요소들이 미치는 인과관계와 상관관계를 밝힌다.

제5장에서는 제시된 연구결과에 근거하여 논문의 결론을 서술하며 또한 이 연구가 가지는 제한점과 후속연구를 위한 제언을 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 외적 이미지

1) 이미지

이미지(Image)는 우리말로 번역하면 심상 혹은 영상이라는 뜻이다. 이미지에 대한 개념과 특성은 실체가 아닌 인간 마음속의 형성된 직관과 감성의 세계를 의미한다. 따라서 모든 이미지는 외적인 힘과 내적인 힘의 상호작용이라고 말하고 외적인 힘이란 눈을 자극하여 망막의 변화를 생기게 하는 빛의 근본을 말하며 내적인 힘이란 외적인 힘을 눈과 두뇌에 의해서 균형을 회복하려는 힘이다.[3)]

이미지의 본질적인 의미는 이미지를 구성하는 기호체계와 다른 기호들과의 결합에서 의미가 변하며 동시에 그것이 해석되는 시기와 상황에 따라 변한다. 즉 이미지는 추상적인 경향임에 명백하다. 이러한 추상적인 개념의 이미지는 한 개인이 특정 대상에 대해 가지는 신념, 아이디어, 인상의 총체라고 할 수 있는데 심리적으로 볼 때 이미지는 인간이 어떠한 대상에 대해 품고 있는 기성개념으로서 영상이며, 이는 지각적인 것과 감정적인 것이 결합된 것으로 파악되며, 객관적인 것이라기보다는 주관적인 것이라고 정의하였다.

---

3) Kepes, Gyorgy(1983) “시각언어” 유한태(역), 서울: 대림서광, p16

2) 외적 이미지와 내적 이미지

이미지에는 외적인 이미지가 있고 내적인 이미지로 분류될 수 있으며 내적인 이미지보다 외적인 이미지는 사람들에게 보여 지기 때문에 다른 사람과 자신을 비교하게 되고, 대부분의 사람들은 자신의 외적 이미지에 대해 지대한 관심을 갖고 외모가 더 나아지도록 노력한다. 외적 이미지는 자기 자신이 만들어 내는 것이라고 할 수 있다.

외적 이미지란 우리가 타인을 지각할 때 사용하는 단서로 신체적 특성, 체격, 얼굴모습, 의복, 화장, 안경과 같은 악세서리, 건강상태, 체취 등을 포함한다. 특히 외적 이미지는 대인관계에서 중요한 역할을 하며 처음 만나는 사람의 외적 이미지는 인상형성에 중요한 영향을 미치며, 메이크업과 의상, 헤어스타일 등은 외적 이미지를 돋보이게 하는 중요한 요소이다.

이에 반해 사람들의 삶, 행복과 불행, 성공과 실패를 가르는 결정적인 이미지는 바로 '자아의 내적 이미지'이다. '지선아 사랑해' 저자 이지선씨는 끔찍한 화상으로 인한 심신의 고통을 이겨내고 누구보다 적극적이고 긍정적인 삶을 살고 있다. 혹독한 시련이 있었지만 이지선 씨 스스로와 그녀의 가족은 결코 굴복하지 않고 긍정적인 자아 이미지로서 방어했을 뿐만 아니라 새로운 내적 이미지를 창조해 내기까지 했다. 긍정적 내적 이미지의 힘은 이처럼 위대한 것이다. 위와 같이 이미지는 대화와 비교하여 그를 둘러싸고 있는 타인에게 무언의 시각적인 의사 전달의 형태로 영향을 미치므로 대화 이전에 일어나는 인지수준과 더 나아가서 기대수준을 결정하는 중요한 결정의 전제조건이 된다.

따라서 본 연구는 이미지의 특징과 외모관리행동을 함께 살펴봄으로써 일반인의 외모관리행동에 이상적인 미적 특성을 제안하려 한다.

2. 자아 존중감

자아 존중감이란 자신에 대한 주관적인 평가로서 자아 존중감이 높다는 것은 자신을 수용, 존중하고 자신을 좋아하며 스스로를 가치 있는 존재로서 느끼는 것이다.[4] 자아 존중감이란 기질적인 것으로 한 개인이 자신에게 가지고 있는 평균적인 자아상이다.

개인이 자신에 대해 갖는 태도 속에 나타나는 가치의 판단으로 자신이 유능하고 중요하며 성공할 수 있고 가치 있다고 믿는 정도를 말하며[5] 자신의 능력, 중요성, 성공여부 등 자신의 가치에 대한 개인적 판단으로 얼마나 자신의 기준에 부합했는가를 분석하고 타인과 비교해서 자신의 수행이 얼마나 훌륭했는가를 분석함으로서 얻어진다.

자아 존중감은 외적과 내적 자아 존중감으로 분류된다. 외적 존중감은 사회적 인식에 의해 반영된 평가이며 내적 존중감은 개인이 속한 환경에서의 개인 자신의 능력 평가다. 이러한 자아 존중감이 행동통제 능력을 좌우하는 근본으로 자아 존중감이 저하되면 무력감과 고립을 초래할 수 있다.

자신의 성취와 타인에 의한 대우 그리고 자신의 신체적 특징과 같은 모든 종류의 영향력에 의해 형성되는 자아 존중감은 학문적, 사회적 성취에 있어 종종 실제능력보다 자아 존중감이 더 많이 반영되어진다. 예외는 있겠지만 대부분의 자아존중감이 낮은 사람들은 부정적이거나 긍정적인 경험에 비교적 공평하고 보완적인 방식으로 반응한다. 즉 긍정적인 사건은 긍정적으로 반응하고, 부정적인 사건은 부정적으로 반응한다. 이에 비하여 자아존중감이 높은

---

4) Rosenberg, M.(1985) "Self-concept and psychological will-being in adolescence. In R. L, Leady(Ed), The development of the self (pp.203-246). Orlando, F L ; Academic Press"

5) Coopersmith, S.(1968) " Studies in Self-Esteem, Scientific American"

사람들은 다른 양상을 보이는데, 긍정적 사건은 긍정적으로 받아들이지만 부정적 사건은 거부하거나 제한하고 상쇄해 버린다. 따라서 긍정적 경험으로부터는 혜택을 얻는 반면 부정적 경험은 덜 심각하게 받아들인다. 이러한 긍정적 착각은 정신건강에 도움이 된다는 최근의 연구와도 일치한다.[6)]

개인이 신체에 대하여 가지는 감정은 그 자신에 대하여 갖는 감정과 유사하다는 것을 발견하였고 자아 존중감과 사람들의 신체용모와는 상관이 높다.[7)] 신체는 자아실현을 위한 개인적 자산으로서 인식되며 아름다운 신체는 자신감과 지배력을 향상시키는 매개체로서 개인적인 만족 혹은 사회적인 성공에서 중요한 영향을 미치는 것으로 자아 존중감은 인간행동의 중요한 동기이고 직업만족도와 밀접한 관련이 있다.

3. 외모관리행동

1) 외모관리

외모 관리란, 다른 사람에게 자신의 모습을 나타내 보일 때 자신이 기대하는 대로 보이도록 하기 위해서 신체관리를 비롯하여 여러 가지 도구 즉, 의복, 화장품, 악세서리, 소품 등을 이용하여 자신의 이미지를 관리하는 것을 의미한다.

자신을 사회적 기준안에서 자신의 외모를 평가하고 이상적인 신체모습과의 차이를 좁혀나가기 위한 목적으로 시행하는 메이크업, 헤어, 네일아트, 의복,

---

6) 최해림(1999) “대학생의 자아존중감, 우울증, 가정적 자아와의 관계” 한국심리학회 : 상담과 심리치료 11(2), 183-197

7) Jourad & Secord(1954) “The appraisal of body cathexis : Body cathexis and self”.

스킨케어 등 다양한 외모관리행동들은 자신을 변화시키고 향상시켜 나가는 동기가 된다. 다시 말하면 외모관리는 자신을 표현하는 수단으로 사회적 상황 내에서 다른 사람들에게 자신의 정체감을 보이는 과정이다. 우리의 일상생활은 다른 사람들과 연관되어 있기 때문에 우리의 외모관리행동은 전혀 생각 없이 이루어지는 것이 아니라는 것이다. 매일 아침 의복을 선택하고 화장을 하는 등 외모를 가꾸는 행동은 다른 사람들이 우리를 어떻게 지각하는 지에 많은 영향을 받는다. 그러므로 외모관리는 자신에 대한 시각적 이미지를 만들어 나갈 뿐만 아니라 상황에 맞추어 외모 상징의 의미를 전달함으로써 자신을 이해시키는 수단이라고 할 수 있다.

인간은 끊임없이 변화는 사회적인 미의 기준 속에서 자신의 신체와 외모에 대해서 지각하고 자신의 신체적 결점과 외모에 대한 정신적인 콤플렉스에서 탈피하고자 하는데, 이를 위해 필요한 것이 외모관리행동인 바, 이러한 외모관리의 노력들을 통하여 자신에 대한 만족감이나 자아 존중감을 상승시킬 수 있게 된다. 자신에 대한 신체, 외모평가는 매스미디어나 준거집단에 의하여 특정 이미지를 강요받거나 다른 사람과의 비교를 강요당하기도 하며 타인과의 비교결과에 의해 신체이미지와 자아존중의 감정이 증가하거나 감소한다. 이러한 감정은 운동, 체중조절 등으로 신체나 외모를 향상시키려고 노력하거나 자신을 돋보이게 하기 위해 여러 가지 외모관리행동이 나타나도록 유발한다. 적절한 외모관리는 그 사람의 일에 대한 능력, 원만한 대인관계, 믿음 등을 통해 긍정적인 평가로까지 연결되며 상호 영향을 주기 때문에 오늘날 적합한 좋은 이미지가 경쟁력이라는 믿음을 주고 있다.

현대는 이미지의 시대라고 불리 울 만큼 좋은 이미지에 대한 동경과 노력이 필요한 시기이다. 겉포장만 보고 선택되어지는 상품은 내용물을 확인하기 이전에 아름답게 포장된 상품을 무의식중에 선택하는 것처럼, 사람을 외모로 판

단할 수 없다고 하지만 현대를 살아가는 사람들은 현실적으로 호감을 느끼는 이미지에 더 많은 매력을 갖는 것이 사실이다. 따라서 사회참여의 기회가 점차 많아짐에 따라 여성들의 외모관리는 개인의 능력으로 생각되어질 만큼 게을리 하거나 소홀히 할 수 없는 과정이 된다. 이러한 이미지의 중요도를 살리기 위한 외모관리행동은 메이크업, 헤어, 피부 관리, 의복, 네일, 성형, 건강 7가지 변인으로 나누어 보았으며 다음에서 구체적으로 살펴보고자 한다. 성형과 건강은 미적인 외모관리행동에 포함되지 않을 수도 있으나 웰빙의 문화적 흐름에 무시될 수 없어 함께 알아보게 되었다.

2) 외모관리행동 유형

Kaiser는 사회적 기준안에서 자신의 외모를 평가하고 이상적인 신체모습과의 차이를 좁혀나가기 위해 메이크업, 의복, 헤어스타일, 피부 관리, 네일, 성형, 등 다양한 외모관리행동을 추구하는 바, 이를 통해 자신을 변화시키고 향상시키는 동기가 된다고 했다. 이러한 동기를 외모관리행동 요소로 분류하였으며 이의 특징을 살펴보고자 한다.

(1) 화장 (Make-up)

메이크업이란 자신의 결점을 커버하고 자기 자신의 개성을 더욱 돋보이게 하여 한층 더 자신의 매력을 높이는 행위라 정의한다. 과거에는 결점을 커버하는데 주안점을 두었다면 현재에는 오히려 자신의 개성을 장점으로 살리는 것에 더 큰 비중을 두고 있다. 즉 메이크업은 자신이 타고난 외모의 장점을 살려 자기표현의 수단으로써 사회가 요구하는 외모조건에 좀 더 밀접하게 갈 수 있는

방법 중의 하나라고 할 수 있다.

신체의 아름다운 부분은 돋보이도록 하고, 약점이나 추한 부분은 수정하거나 위장하는 수단이며 분, 연지 따위를 발라 얼굴을 곱게 매만지는 일로서 메이크업은 기존의 자신에서 벗어나 새로운 자신을 창조하는 행위이다.

대인관계를 포함해 사회적인 상황에 대한 불안감이 강한 사람이 메이크업을 하는 것은 불안을 감소시키데 도움이 되는 것으로 인정되고 있다. 외모에 결점이 있는 여성에게 색조화장으로 결점을 감추어 불안이나 열등감을 어느 정도 해소시켜 심리적 안정감을 주고 자기를 이상적인 자아로 접근시킴으로써 자기평가를 높이는 수단으로 이용되는 것이다.

현대적 의미로 메이크업이란 새로운 어떤 것을 만들어 낸다는 뜻으로, 내적 정신과 외적 감각으로 창조해 내는 것을 말한다. 메이크업을 한다는 것은 다르게 만든다는 것이며 자신에게 없는 새로운 것을 첨가하여 전혀 다른 자신을 만들어 내는 것이다. 또한 자신의 외모 중에서 장점인 부분은 더욱 부각시켜 타인에게 좋은 인상을 심어주는 사회생활의 커뮤니케이션을 위함이며, 단점인 부분은 보완하여 보다 아름다운 이미지의 변신을 추구함에 그 목적이 있으며 개인의 심리적인 측면에서 큰 역할을 담당하고 있고 만족감이라든지 자기충족감 및 정신적 안정감을 부여하고, 생산의욕을 향상시키는데 커다란 의의가 있다. 메이크업은 사회 문화를 반영하는 거울로써 문화적으로 규정되어진 미의 변천에 따라 다양한 사회문화를 반영하는 헤어스타일과 의복의 발전과 밀접한 관계를 유지하며 피부보호와 심리적, 장식적 기능을 수행하고 있다.

(2) 의복 (Costume)

의복은 제 2의 피부로써 신체와 매우 밀접한 관련을 지니고 있으므로 의복을 입음으로 자신의 매력을 돋보이게 해주며 자신에 대한 평가를 높여주는 역할을 하는 만큼 의복의 적절한 선택 또한 자기 자신을 표현하는 중요한 요인이라 할 수 있다. 의복은 '나'라는 개념 속에 포함되어 있고, 나 자신을 평가받는 것과 연관되어 있으며 '나는 누구이며, 내가 누구인지'의 외모를 평가하는 연상에 매우 중요하게 작용한다.

의복은 신체적 외모를 돋보이게 하는 하나의 중요한 요소로서 실제로 상대방의 첫 평가에 매우 중요한 작용을 하며 본인 스스로의 사회활동에서도 돋보이는 의복 착용은 일에 대한 자신감까지 주는 중요한 요인이다. 사회적 상황 속에서 자신의 안정감을 높일 수 있는 의복의 기능을 고려하는 사람일수록 자아 존중감에 대한 효과와 외모 관리의 잠재력을 깨닫고 의복에 대해 흥미를 가지고 있다고 한다. 사람들은 자신의 의복을 통한 외모표현으로 자신의 정체성과 가치를 알리고 기분을 표현하거나 태도를 나타낸다. 즉 의복이 개인간의 관계에서 갖는 가장 중요한 측면은 상징성이며 이를 통해 다른 사람들과의 의사소통을 위한 수단을 제공하게 된다. 위와 같은 배경으로 미루어 보아, 외모관리행동에서 의복은 중요한 변인이라 예상된다.

(3) 헤어스타일 (Hair Style)

헤어스타일(Hair Style)이란 머리 형태나 머리형, 머리 풍을 말하는 것으로 영어로는 헤어 두(Hair do)라고 하며, 프랑스어로는 꼬아퓨르(Coiffure)라고 한다.[8] 예로부터 모발을 가다듬는 것은 신체 보호의 기능 이외에 주술적이며

심미적인 기능을 지녔으며, 인간의 종합적 표현수단의 역할을 하고 있다. 또한 우리조상들은 모발을 소중하게 다루는 것이 부모에게 효를 다하는 것이라고 여겼으며, 모발을 가꾼 모양만 보아도 그 사람의 지위, 계급, 신분, 혼인유무 등을 알 수 있었으므로 헤어스타일은 사회적인 현상을 나타내는 한 부분을 차지하고 있었다고 할 수 있다.

헤어스타일 관련된 연구를 살펴보면, Davis(1976)는 얼굴형은 헤어스타일에 따라서도 다르게 지각된다고 하였다. 얼굴 매력은 눈, 입, 얼굴형태, 머리카락, 그리고 코 순으로 중요하다고 하였으며, 헤어스타일도 인상에 영향을 주는 요인이라고 하였다. 여대생의 경우 짧은 머리일수록 젊고 발랄해 보이는 인상을 준다고 하였으며, 특히 스트레이트 헤어스타일은 청순하며 단정한 느낌을 주며, 컬이 있는 스타일은 노숙하고 성숙한 인상을 준다는 것이다. 앞머리를 내리는 스타일은 넘김 스타일보다 평범하고 수수하고 소극적인 느낌을 주며, 가르마가 있는 스타일은 가르마가 없는 스타일보다 현대적이고 도시적인 느낌을 준다고 하였다.

화장 뿐 아니라 헤어의 변화에서 오는 자기 자신의 자신감은 우위를 판단할 수 없을 만큼 이미지 변화에 영향을 준다. 그만큼 헤어스타일은 얼굴의 인상뿐만 아니라 이미지 전체를 결정할 만큼 매우 중요한 요소이다. 헤어에 대한 여성의 인식은 과거에는 깔끔하면서도 청결한 이미지를 대표적으로 생각하는데 비해 현대에는 스타일과 염색 등의 여러 가지 변화요소들로 새로운 하나의 미를 추구하는 방법이 되고 있다고 하였다.

오늘날의 의류산업의 토탈 패션화 추세와 함께 헤어스타일이 토탈 패션을 갖추는 일부로서 차지하는 비중은 매우 크다.

---

8) 복식사전(1995)

(4) 네일아트 (Nail Art)

네일(Nail)은 영어로 손톱· 발톱을 통칭하는데 네일 컬러(Nail Color)란 손과 발(톱)을 건강하게 관리한다는 에스테틱(Esthetic)적 요소이며 네일 아트는 손톱관리 바탕에 예술적 감각과 디자인을 응용한다는 메이크업(Make-up)적 요소가 강조된다. 손톱관리 서비스에는 손톱 관리(Nail care), 인조 손톱(Artificial nail), 네일 아트(Nail art) 크게 3가지로 나눌 수 있다. 손톱 관리(Nail care)는 손톱의 길이를 정리하고 큐티클을 제거하여 손이나 발에 윤기를 준 뒤 에나멜로 아름답게 바르는 기술의 총칭이다. 인조 손톱(Artificial nail)은 찢어지거나 약한 손톱을 보강하는 랩핑(Wrapping) 서비스와 짧은 손톱을 길게 붙여주는 인조손톱이 있다. 네일 아트(Nail art)는 손톱 관리 서비스 중 가장 다양하고 시각적인 효과가 가장 큰 분야이다. 장식적인 효과는 손 모양에 맞는 손톱의 모양 정리를 기본으로 하고, 일반적으로 디자인 아트, 인조 보석, 손톱에 드릴로 구멍을 내는 댕글, 워터마블, 2D,3D로 이용하여 다양한 색채와 문양의 표현으로 자신만의 독특한 개성을 표현하기도 한다.

피부 관리, 헤어관리에 이어 네일 관리가 여성들의 관심사로 떠오르면서 현대여성은 몇 해 전부터 네일 샵을 즐겨찾고 있으며 서울에만도 수십 개의 네일 샵이 생겨날 정도로 많은 인기를 누리고 있다.

네일 관리에 대한 현대여성의 생각을 묻는 질문에 대해 많은 여성들이 네일 아트는 옷이나 핸드백처럼 값비싼 비용을 투자하지 않아도, 성형수술이나 헤어스타일을 바꾸는 모험을 하지 않고도 저렴한 가격에 휴식과 변화, 그리고 확실한 기분전환을 해준다고 덧붙였다. 이처럼 네일 아트는 자신의 외모관리뿐만 아니라 바쁜 현대인들의 쌓인 스트레스를 풀기위한 하나의 방법으로도 효과적이다. 이미 미국이나 유럽 등에서는 네일 관리는 기본적인 에티켓의 하

나로 에나멜을 바르지 않는 것은 립스틱을 바르지 않은 것과 동일하게 생각할 만큼 하나의 예의로 보았다고 뉴욕 타임즈(1999.8)에서 밝힌 바 있다.

네일의 기본적인 깔끔함과 자신의 피부색이나 입고 있는 옷 스타일에 맞춰 잘 마무리된 네일은 전체적인 이미지를 결정하는 마지막 단계의 코디라고 할 수 있으며 조금만 더 신경 쓴다면 더 좋은 이미지를 다른 사람에게 심어주는 요인이 되기도 한다.

(5) 피부 관리 (Skin Care)

피부란 인체의 외부표면을 덮고 있는 조직으로서 외부로부터 신체를 보호하는 동시에 전신의 대사에 필요한 기능을 영위하는데 중요한 역할을 한다. 피부는 신체의 건강, 호르몬의 분비, 내장기관 등의 내적인 요소와 계절, 기후, 환경 등의 외적인 요소들에 의해서 달라질 수 있다. 그러므로 피부를 정상적으로 보호하고 건강한 피부를 관리하기 위해서는 적당한 운동과 영양섭취, 적절한 휴식 등으로 신체의 건강을 힘쓰면서 자신의 피부에 알맞은 피부 관리를 해야 한다.

피부 관리에는 피부를 예방차원에서 볼 때 건강하고 아름다운 피부유지를 위한 관리, 심리적 이완(Relax), 또는 정신적 안정(Well-Being), 생리적 활성(Activation)을 위한 일반관리를 일반 피부 관리 (General skin care)라고 하며 이는 개인의 피부 타입별 전문 화장품 사용, 손을 이용한 마사지(Hand technique), 식이요법 등이 있고, 피부를 치료적 차원에서 과학적인 기구나 기계사용(Electro-esthetic)과 약품을 적용하여 문제점을 해결함으로써 그 효과를 극대화시켜 빠른 시간 내에 문제성 피부를 정상화시키기 위한 관리를 메디컬 피부 관리(Medical skin care)라고 한다.

피부 관리란 결점을 보완하여 아름다움을 돋보이게 수정하는 예술인 동시에

과학적인 학문이다. 피부 관리를 지칭하는 일은 에스테틱(Esthetic) 또는 코스메틱(Kosmetik)이라고 하며 피부에 대한 케어(Care) 혹은 트리트먼트(Treatment)의 의미가 내포되어 있다. Kosmetik이란 단어는 우주 혹은 조화를 의미하는 고대 그리스어의 Kosmos에서 유래된 것이다. 미용에 있어서 Kosmetik은 피부가 지닌 모든 기능을 가능한 한 완전히 유지시켜 미용 상의 문제점들을 방지하고 젊고 아름다우며 깨끗한 피부를 가꾸게 해준다는 의미로 사용된다.[9)]

(6) 성형 (Plastic Surgery)

성형수술은 신체의 매력을 증가시키는 수단인 동시에 근본적인 외모를 향상시키고 긍정적인 심리변화를 가져오는데 많은 도움을 주고 있다.

Cash & Hurton(1990)에 따르면 우리나라 또한 현재 10명 중 4명(38.8%)은 '아름다워 질 수 있다면 성형수술을 할 수 있다'고 생각하는 것으로 나타났다. 사람들이 성형수술을 하려는 중요한 이유들은 외모가 놀랄 만큼 향상되기를 바라는 소망, 자신의 느낌에 대한 향상, 자신의 외모에 대한 칭찬을 받고 싶음, 부정적인 자의식 감소, 어려보이는 효과, 젊어졌다는 느낌 등이라 하였다.

성형수술을 받은 대부분의 여성들은 변화된 외모에 긍정적인 느낌을 가지고 있으며, 자아 존중감 향상과 우울증 감소, 적극적인 사회생활을 하고 의복에 대한 자신의 표현방법에도 수술 전보다 더 과감한 시도를 하며 성격도 외향적으로 바뀌게 된다. 이에 따라 사회적인 반응도 긍정적으로 변할 수 있다. 하지만 성형수술은 정상적인 여성이 더 아름답게 되려는 자기 과시적 욕구를

9) 김기연 외 4명(1997) "피부관리학 I" 수문사

충족시키려는 태도로 인해 더욱 강하게 이루어지고 있으며 아름다운 외모는 높은 자아 존중감을 충족시키려는 개인적 욕구의 한 형태이기도 하다.

우리의 일반적 통념은 개인의 성격이나 능력보다는 신체외모에 더 관심을 가지고 있기 때문에 이와 같은 논쟁은 외모중시와 성형에 대한 합리성을 인정하는 경향으로 작용한다.

(7) 건강 (Health)

건강이란 생리적, 환경적, 신체적, 사회적, 정신적 요인에 의해서 결정되는 바람직한 상태로 개인의 건강은 자신을 포함한 가족, 국가에 중요한 의미를 갖고 있다. 최근에는 건강에 관한 관심과 활동이 증가되면서 건강 그 자체를 정확하게 설명하고자 하는 많은 시도를 하게 되었다. 그러나 '중요한 것은 어떻게 자신의 건강을 적절하게 지켜나가며 이에 대한 책임을 스스로 가져야겠다는 인식을 하고 있는가'이다.[10]

1976년 미국의 사망원인을 분석한 결과 사망 원인 중의 50% 정도는 불건전한 건강행위나 생활습관 때문이었다. 반면 환경학적, 생물학적 요인에 의한 경우는 20% 정도였고, 치료를 받지 않아서 사망한 경우는 10% 정도였다.[11] 이처럼 건강 유지에 있어 건강행위의 중요성은 여러 연구들에서 보고되고 있다. 건강을 지키는 데는 자신의 책임이 큰 비중을 차지하게 되는데, 이때 중요한 것 중 하나가 건강지식이며, 이는 바람직한 건강행위를 이행하는 데 기본이 되는 과학적이고 이론적인 지식으로 정의된다.(문교부, 1987)

---

10) 강영미 외 10명 (1999) "보건교육" 수문사 p7-23

11) Nirtin (1987) "The relationship of parental health-promoting lifestyles to school-age children's self-esteem, perceived health status, ealth beliefs, and health behaviors" Doctoral Dissertation, The University of Texas at Austin

건강개념의 요소에 지적 요소가 포함됨은 사람들이 건강한 생활을 하기 위하여 건강에 대한 정확한 지식을 가지게 될 때, 태도변화에도 직접적인 영향이 오고 그것은 실천에도 영향을 미친다. 이런 건강지식은 건강문제에 대해 접근을 질병의 예방이나 치료의 차원에서 그치는 것이 아니라 생활양식과 건강행위를 긍정적인 방향으로 변화시켜 좋은 습관형성에 영향을 준다.

Ⅲ. 연구 방법 및 절차

1. 연구문제와 연구모형

본 연구는 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 미적 관심도, 이미지만족도, 자아존중감과 외모관리행동의 특성을 밝히고 이들 변인에 대하여 인구통계적인 특성에 따른 차이를 알아보며, 외적 이미지와 자아 존중감과의 상관관계를 조사하는 데 그 목적이 있다.

이러한 연구목적을 기초로 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

1) 연구문제

1. 외적 이미지를 리드하는 여성들의 외적 이미지 관심도를 알아본다.
2. 외적 이미지를 리드하는 여성들의 외적 이미지의 만족도를 알아본다.
3. 외적 이미지를 리드하는 여성들의 외적 이미지와 자아 존중감과의 상관관계를 알아본다.
4. 외적 이미지를 리드하는 여성들의 트랜드 관심도와 트랜드의 경로에 대해 알아본다.
5. 외적 이미지를 리드하는 여성들이 추구하는 미에 대해 알아본다.
6. 외적 이미지를 리드하는 여성들은 외적 이미지를 높이기 위해 관심을 두는 서비스는 무엇이며 어떠한 발전을 바라는지 알아본다.
7. 외적 이미지를 리드하는 여성들의 외모관리행동에 대해 알아본다.

2. 측정도구 및 분석

1) 측정도구

외적 이미지를 리드하는 여성들의 이미지 만족도, 미적 관심도 및 외모관리 행동을 측정하기 위하여 연구목적에 맞도록 문항을 제작하여 사용하였다.

첫째, 외적 이미지의 관심도, 만족도를 측정하는 각 문항은 5점 척도로 구성하였고, 점수가 높을수록 외적이미지의 만족도, 관심도가 높은 사람이고, 점수가 낮을 사람은 외적이미지의 만족도, 관심도가 낮은 사람임을 의미한다.

둘째, 외적 이미지를 추구하기 위한 미적 관심도 조사에서 트랜드와 추구하는 미에 대한 문항과 관심 있는 서비스에 대한 문항으로 구성되었다.

셋째, 외모관리행동에 대한 조사로 의사를 응답케 하였다.

2) 자료분석

본 연구의 통계처리는 SPSSWIN 프로그램(Ver. 10.0)을 사용하였으며, 다음과 같은 통계방법을 적용하여 분석하였다.

첫째, 외적 이미지의 관심도, 만족도에 대한 조사는 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 연구 가설에 따른 분석은 교차분석(Cross Tabulation)을 실시하였다.

셋째, 직업과 연령별로 미적관심도와 외모관리행동의 차이점을 알아보기 위해 다변인 변량분산분석(ANOVA test)으로 비교 분석하였다. 통계적으로 유의한 차이가 있는 경우 Duncan의 사후검정을 실시하였다.

넷째, 외적 이미지와 자아 존중감과의 상관관계를 알아보기 위하여 상관분

석(Correlation Analysis)을 실시하였으며, P값이 0.05이하일 때 통계적으로 유의한 것으로 하였다.

3. 자료 수집 및 연구 대상

1) 연구 대상자의 일반적 특성

전체 연구 대상자의 일반적 특징을 보면 <표1>에서 보는 것과 같다.

연구 대상자의 연령은 최소 17세에서 최대 62세로 평균 29.04세로 20대 이하가 62.4%로 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 30대 29.8%, 40대 6.1%, 50대 이상 1.7% 순으로 나타났다. 결혼 여부는 미혼이 72.3%로 대부분으로 나타났고, 27.7%는 기혼으로 나타났다.

직업은 방송인 27.9%, 항공인 22.2%, 미용업계 18.7%, 기타 16.3%, 호텔리어 14.9% 로 나타났다. 기타 직업으로는 대부분 서비스직이고, 보석 방송인, 디자이너, 헬스강사 등이 포함되어 있었다.

최종학력은 전문대 및 대학교 졸업이 82.5%로 가장 많이 나타났으며, 고등학교 졸업 7.1%, 대학원(석사)대학교 졸업 5.9%, 기타 3.1%, 대학원(박사과정)이상 1.4% 순으로 나타났다. 기타 학력으로는 고등학교 재학생, 대학교 자퇴, 대학교 재학생, 휴학 등이 포함되어 있다.

평균소득으로는 100~200만원이 52.2%로 가장 많았으며, 200~300만원 27.4%, 300~400만원, 500만원 이상 각각 8.3%, 400~500만원 3.8% 순으로 나타났다. 신장은 161~165cm 28.1%, 166~170cm 25.5%, 156~160cm 23.2%, 171cm이상 11.8%, 155cm이하 1.4% 순으로 나타났다. 체중은 51~55kg이 41.4%로 가장 많이 나타났으며, 46~50kg 27.7%, 56~60kg

17.0%, 61kg이상 7.8%, 45kg이하 6.1% 순을 보였다.

<표 1> 연구 대상자의 일반적 특성 N=423

특 성	구 분	N	%
연령	M ± SD	29.04 ± 6.62	
	29세 이하	264	62.4
	30 ~ 39세	126	29.8
	40 ~ 49세	26	6.1
	50세 이상	7	1.7
결혼 여부	미혼	306	72.3
	기혼	117	27.7
직업	항공인	94	22.2
	방송인	118	27.9
	호텔리어	63	14.9
	미용업계	79	18.7
	기타	69	16.3
최종학력	고등학교 졸업	30	7.1
	전문대 및 대학교 졸업	349	82.5
	대학원(석사)대학교 졸업	25	5.9
	대학원(박사과정) 이상	6	1.4
	기타	13	3.1
평균 소득	100 ~ 200만원	221	52.2
	200 ~ 300만원	116	27.4
	300 ~ 400만원	35	8.3
	400 ~ 500만원	16	3.8
	500만원 이상	35	8.3
신장	155cm이하	6	1.4
	156 ~ 160cm	98	23.2
	161 ~ 165cm	161	38.1
	166 ~ 170 cm	108	25.5
	171cm이상	50	11.8
체중	45kg이하	26	6.1
	46 ~ 50kg	117	27.7
	51 ~ 55kg	175	41.4
	56 ~ 60kg	72	17.0
	61kg이상	33	7.8

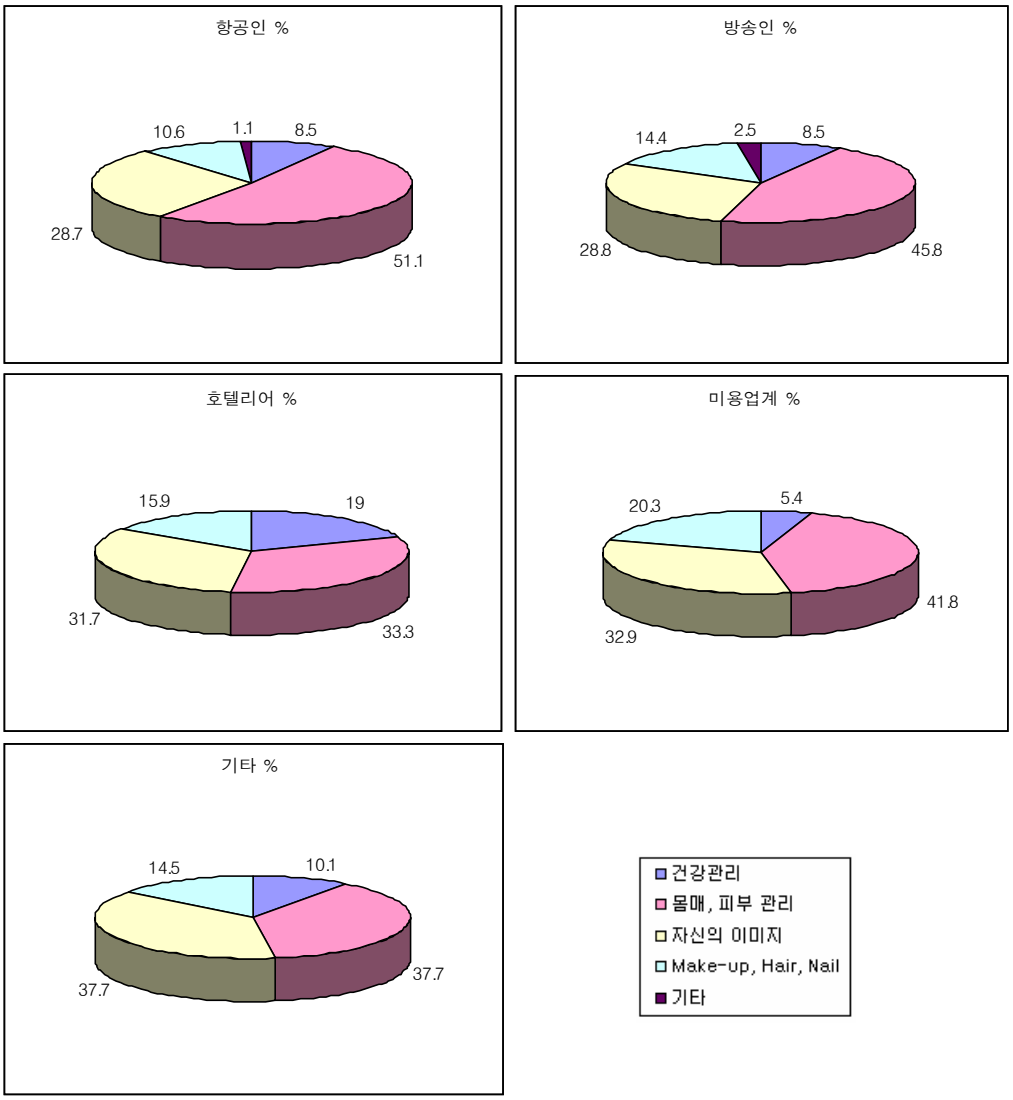
Ⅳ. 연구 결과 및 논의

1. 외적 이미지 조사

1) 외적 이미지 관심도 정도

외적 이미지 관심도란 외모에 대한 매력을 위해 의복과 화장, 장신구등의 신체장식에 대해 지속적인 흥미를 가지는 정도를 의미한다. 외모는 인체와 더불어 인체에 가해지는 의복이나 악세서리, 화장, 머리스타일 등에 의해 결정되고 수정되므로 외모에 대한 관심은 개인이 자신에 대한 이미지를 표현하고 지각하여 변화시키는 것을 포함한다. 이러한 외적 이미지 관심도에서 직업별 아름다움을 추구하기 위해 중점을 두는 사항을 보면 <그림1-1>에서 보는 것과 같이 모든 직종에서 몸매· 피부 관리와 자신의 이미지가 아름답게 추구하기 위해 가장 중점을 두는 것이라고 응답했다. 몸매· 피부 관리 사항에는 항공인 51.1%, 방송인 45.8%, 호텔리어 33.3%, 미용업계 41.8%, 서비스업이 가장 많은 기타에는 37.3%로 가장 높게 나타났으며, 자신의 이미지 문항에는 항공인 28.7%, 방송인 28.8%, 호텔리어 31.7%, 미용업계 32.9%, 기타에는37.3%로 두 번째로 높게 나타났다. 이러한 현상은 사회· 문화적으로 2004년부터 불어온 몸짱, 얼짱의 열풍과 전 세계적인 웰빙의 영향으로 인위적인 장식의 효과보다 실제적이고 자연스러운 아름다움을 중요시하는 것으로 보여진다.

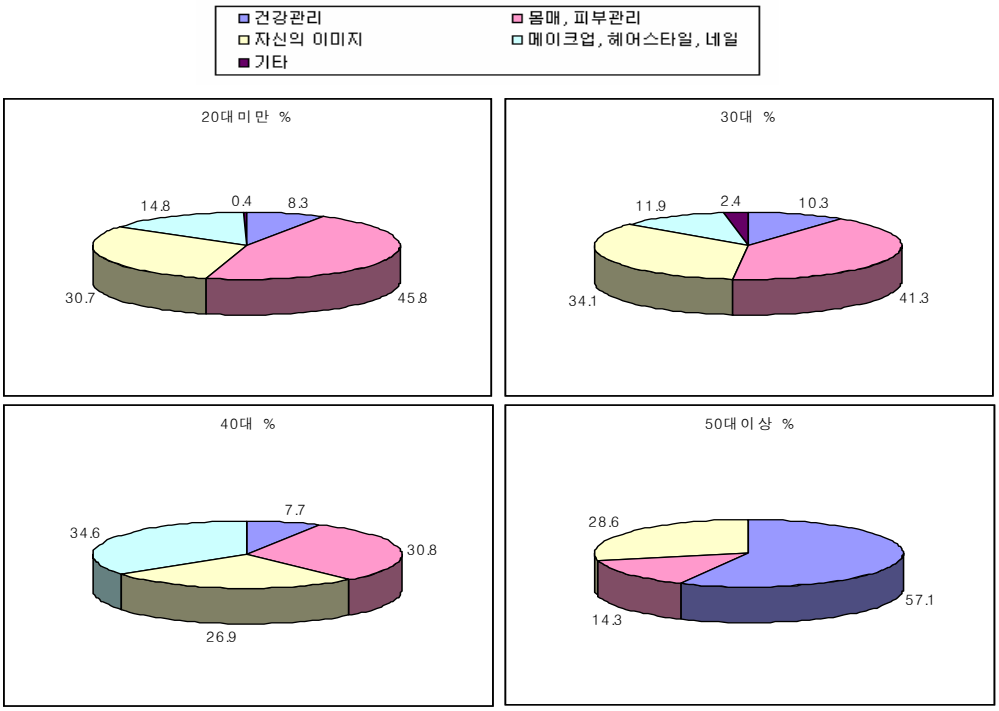
<그림 1-1> 직업별 아름다움을 추구하기 위해 중점 두는 사항



또한 연령에 따라 아름답게 추구하기 위해 가장 중점을 두는 사항을 보면 <그림1-2>에서 보는 것과 같이 20대미만은 몸매, 피부 관리 45.8%가 가장 높게 나타났고, 자신의 이미지는 30.7%로 나타났다. 30대는 몸매, 피부 관리

41.3%, 자신의 이미지 34.1%, 40대는 메이크업, 헤어스타일, 네일 관리가 34.6%로 가장 높았으며 몸매, 피부 관리는 30.8%로 나타났다. 50대 이상은 건강관리가 57.1%로 가장 높게 나타났고, 자신의 이미지 28.6%로 많은 부분을 차지했다.

<그림 1-2> 연령에 따라 아름답게 추구하기 위해 가장 중점을 두는 사항



외적이미지를 리드하는 여성들의 직업별 트랜드에 대한 관심의 정도를 보면 항공인, 호텔리어, 기타 업종은 “많다”와 “보통이다”가 많으며, 방송인, 미용업계는 “많다”, “아주 많다”로 트랜드에 대한 관심도가 높게 나타났다. 건강에 대한 관심 정도를 보면 관심이 있다가 53.0%로 가장 많이 나타났으며, “매우 관심이 있다”는 31.7%, “보통이다” 11.3%, “관심이 적다” 3.3%, “특별하게 관

심을 가지고 있지 않다"는 0.7% 순으로 나타나 건강에 대한 관심이 많은 것을 알 수 있었다. 또한 직업별 성형에 대한 생각을 보면 모든 직종에서 "긍정적으로 생각한다."와 "보통이다"고 응답하였다.

외적 이미지를 리드하는 직업군을 가진 여성들은 건강과 트랜드에 관심이 많은 것으로 나타났으며 성형에 대한 생각도 긍정적으로 나타났다. 그러나 성형에 대한 생각에서는 의외로 부정적인 의견도 많았던 것으로 보아 인위적인 미와 자연미의 혼란성이 있는 것으로 보여진다.

직업별 성형에 대한 생각, 트랜드에 대한 관심, 건강에 대한 정도의 차이를 알아보기 위해 ANOVA test를 한 결과는 <표2>에서 보는 것과 같다.

<표 2> 직업별 성형, 트랜드, 건강에 대한 정도 차이 비교 N=423

구 분	항공인		방송인		호텔리어		미용업계		기타		F	P
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD		
성형에 대한 생각	3.64	0.69	3.90	0.97	3.65	0.99	3.77	0.88	3.71	0.82	1.477	0.208*
트랜드의 관심	3.56	0.81	3.96	0.85	3.41	1.04	3.97	0.80	3.61	0.83	7.017	0.000*
건강에 대한 관심	4.11	0.61	4.39	0.65	4.06	0.74	4.18	0.83	3.64	0.95	11.20	0.000*

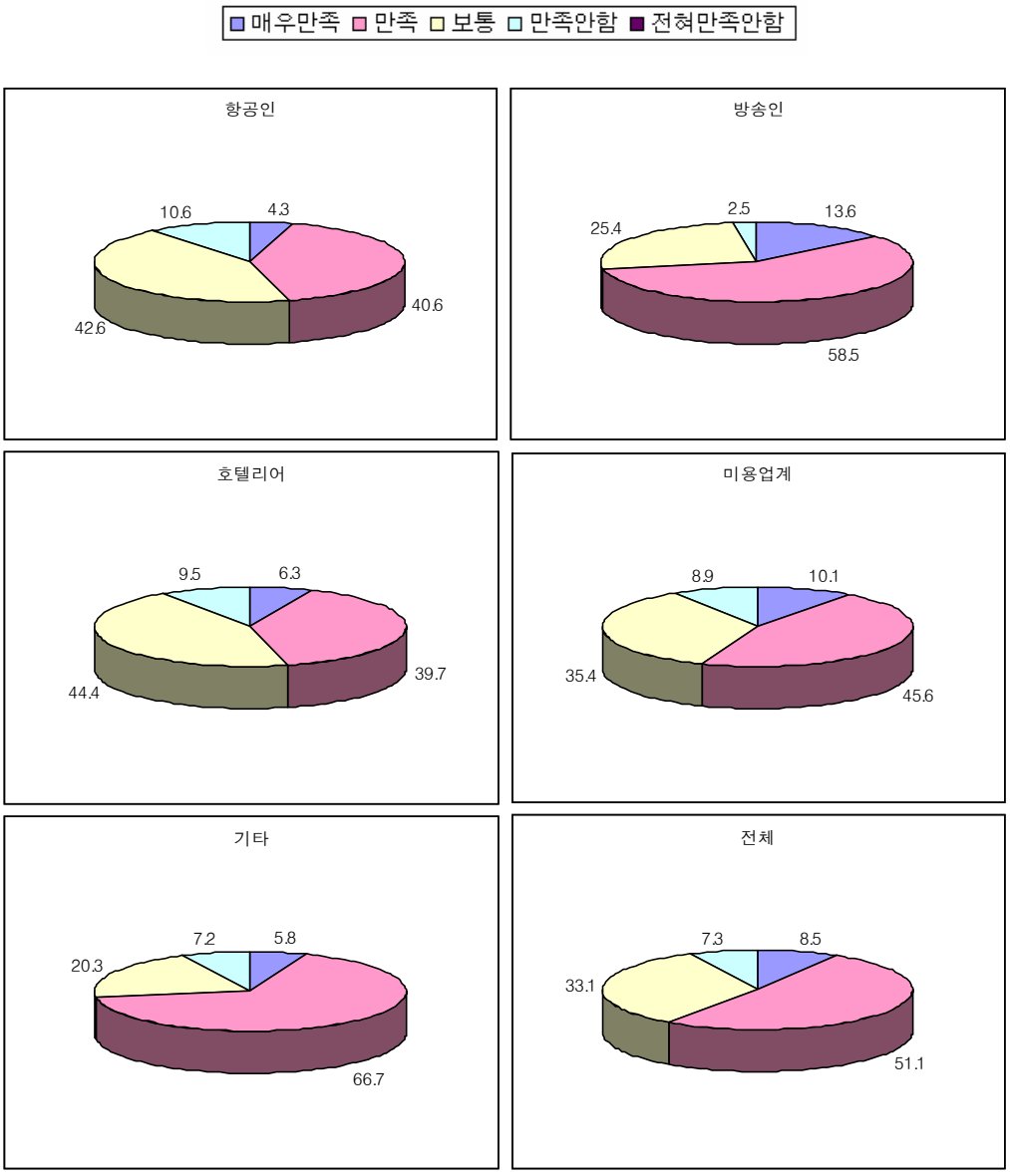
* P < 0.05 ** P < 0.001

2) 외적 이미지 만족도 정도

외적 이미지를 리드하는 여성들의 직업별 외적이미지 만족 정도를 보면 <그림2>에서 보는 것과 같이 모든 직종에서 '만족한다', '보통이다'가 많았으며, 또한 리커트 척도 문항으로 '매우 만족한다' 5점, '만족한다' 4점, '보통이다' 3점, '만족 안한다' 2점, '전혀 만족 안한다' 1점으로 하여 업종간의 평균 비교를 보면 항공인 3.40점, 호텔리어 3.43점보다 기타 업종 3.71점으로 높

았으며, 타인의 시선을 가장 많이 받는 방송인은 3.83점으로 가장 높은 점수를 보여 외적 이미지에 만족도가 가장 높게 나타났다.

<그림 2> 직업별 외적 이미지의 만족 정도



외적 이미지를 리드하는 여성들의 타인의 시선을 인식하는 이유에 대한 외적 이미지 만족을 보면 <표3-1>에서 보는 것과 같이 '매우 만족한다' 5점, '만족한다' 4점, '보통이다' 3점, '만족 안한다' 2점, '전혀 만족 안한다' 1점으로 하여 평균을 비교한 결과 자신감 2.42점, 본인의 직업 영향 2.47점, 아름다운 외적 이미지 2.25점, 지적 능력 2.46점으로 기타 2.85점이 높게 나타났다. 따라서 기타(미래 투자, 삶의 자극)의 이유에서 외적 이미지 만족도가 높은 것을 알 수 있었다.

<표 3-1> 타인의 시선을 인식하는 이유에 대한 외적이미지 만족도

구 분	M±SD	F	P
자신감	2.42±0.71	3.208	0.013*
본인의 직업 영향	2.47±0.70		
아름다운 외적 이미지	2.25±0.79		
지적 능력	2.46±0.65		
기타	2.85±0.99		

* P < 0.05 ** P < 0.001 N=423

(사후검정; 자신감, 본인의 직업 영향, 아름다운 외적 이미지, 지적 능력 < 기타)

또한 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 트랜드 관심 정도와 외적 이미지의 만족도에 대한 상관관계를 보면 <표3-2>에서 보는 것과 같이 상관계수 0.205로 유의한 상관을 보여 트랜드의 관심이 높을수록 외적 이미지에 대한 만족도가 높게 나타나는 것을 알 수 있었다. 이는 외적이미지 만족도가 높을수록 미적표현도가 높아진다는 것을 의미하며 표현도는 트랜드의 관심에도 커다란 영향을 준다.

<표 3-2> 트랜드 관심 정도와 외적이미지 만족도에 대한 상관관계

N=423

구 분	외적이미지 만족도
트랜드 관심 정도	
Pearson 상관계수	0.205**
유의확률	0.000

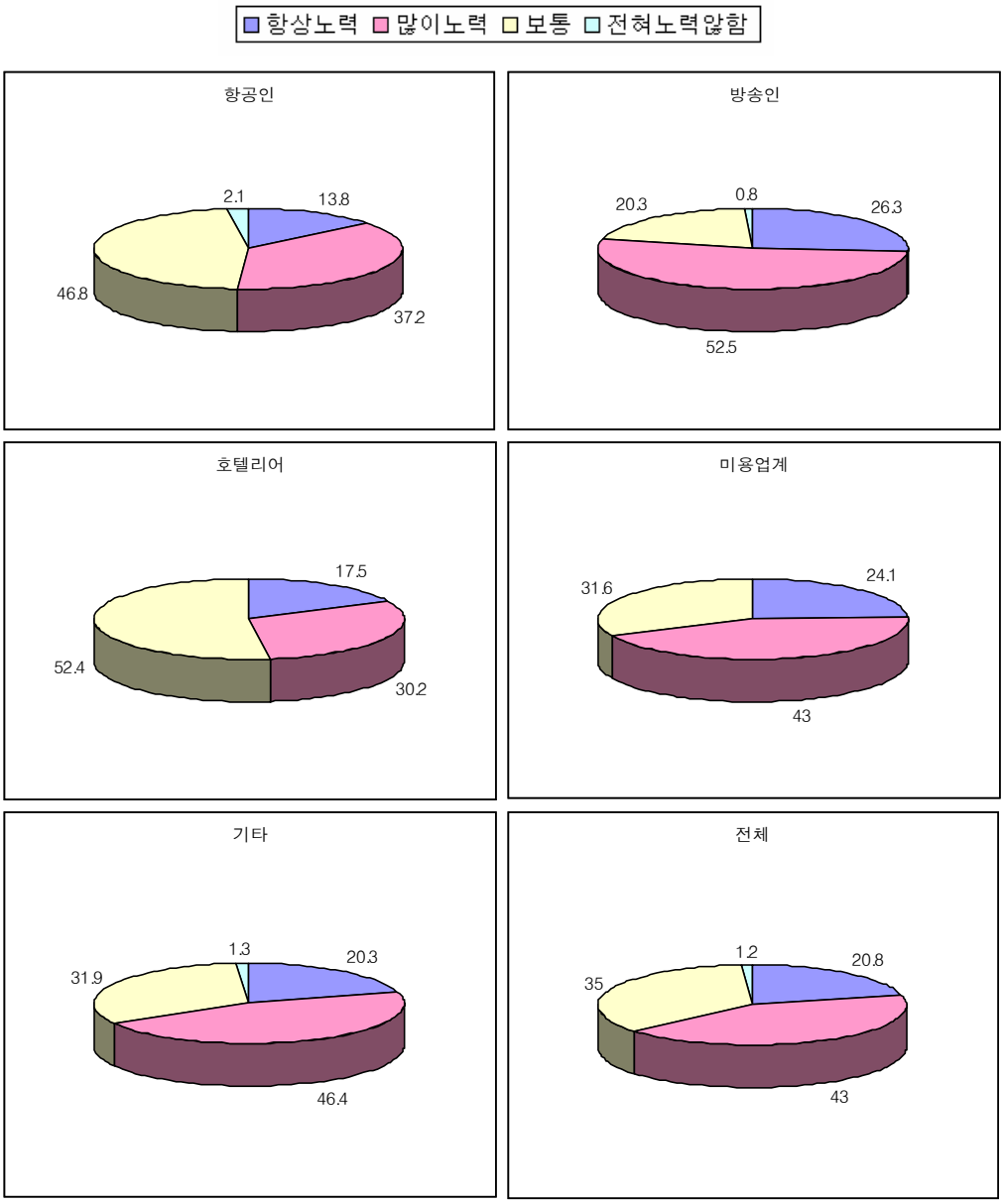
* P < 0.05 ** P < 0.001

3) 외적이미지 노력도 정도

외적 이미지를 리드하는 여성들의 직업별 외적 이미지를 추구하기 위한 노력 정도를 보면 <그림3>에서 보는 것과 같이 '항상 노력한다' 에서는 방송인, 미용업계에서는 항상 노력, 많이 노력이 많았고, 항공인과 호텔리어는 '많이 노력한다' 와 '보통이다' 가 많이 나타났으며, 또한 '항상 노력한다' 4점, '많이 노력한다' 3점, '보통이다' 2점, '전혀 노력하지 않는다' 1점으로 하여 연령별로 평균 비교한 결과를 보면 방송인 1.96점, 미용업계 2.10점보다 호텔리어 2.10점, 항공인 2.37점으로 높게 나타났으며 통계적으로도 유의한 차이가 있었다. 따라서 항공인과 호텔리어가 외적 이미지를 추구하기 위한 노력이 더 높았다. 이는 항공인과 호텔리어는 자신의 이미지가 곧 자신의 직업을 반영하기에 다른 직업군보다 이미지의 중요성이 높은 것으로 보여진다.

오늘날 개인과 기업이 중요시하는 이미지는 현실적인 의미와 가치, 위력을 인간의 내면속으로 더욱 확장하는 것이며 생활을 풍부하게 해주는 것으로 그 이미지에 대한 노력이 절실히 요구되어진다.

<그림 3> 직업별 외적이미지를 추구하기 위한 노력 정도



외적 이미지를 리드하는 여성들의 소득에 따라 외적 이미지를 추구하는데 노력하는 정도를 보면 100~200만원인 경우에는 보통이다가 가장 많은 반면, 200~300만원, 300~400만원, 400~500만원, 500만원 이상에서는 '노력한다'가 많이 나타났다. 특히 500만원 이상에서는 '항상 노력한다' 가 48.6%로 가장 많이 나타났으며, '많이 노력한다' 42.9%로 나타나 월급이 높은 그룹이 외적 이미지 추구에 많은 노력을 하는 것을 알 수 있었다. 통계적으로 유의한 차이를 보기 위해 '항상 노력한다' 4점, '많이 노력한다' 3점, '보통이다' 2점, '전혀 노력하지 않는다' 1점으로 하여 평균을 비교한 결과 <표4-1>에서 보는 것과 같이 평균 점수를 비교한 결과 300~400만원 2.71점, 100~200만원 2.73점, 200~300만원 2.84점보다 400~500만원 3.25점, 500만원 이상 3.37점으로 높게 나타났다.

<표 4-1> 소득에 따라 외적이미지 추구 노력 정도

N=423

구 분	항상노력		많이노력		보통		전혀노력않함		기타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
100~200만원	40	18.1	84	38.0	95	43.0	2	0.9	-	-
200~300만원	22	19.0	55	47.4	38	32.8	1	0.9	-	-
300~400만원	3	8.6	20	57.1	11	31.4	1	2.9	-	-
400~500만원	6	37.5	8	50.0	2	12.5	-	-	-	-
500만원이상	17	48.6	15	42.9	2	5.7	1	2.9	-	-
전 체	**88**	**20.8**	**182**	**43.2**	**148**	**35.0**	**5**	**1.2**	**-**	**-**

따라서 평균 소득에 따라 외적 이미지 추구 노력 정도의 상관관계를 보고자 분석한 결과 상관계수 0.224로 통계적으로 유의한 상관을 보여 평균 소득이

증가할수록 외적 이미지 추구 노력 정도는 높아지는 것을 알 수 있었다.

<표 4-2> 소득에 따라 외적이미지 추구 노력 정도의 상관분석

구 분	외적 이미지 추구 정도
평균 소득	
Pearson 상관계수	0.224
유의확률	0.000**

* P < 0.05 ** P < 0.001 N=423

연령에 대한 외적 이미지 추구 노력 정도를 비교해 보면 <표4-3>에서 보는 것과 같이 '항상 노력한다' 4점, '많이 노력한다' 3점, '보통이다' 2점, '전혀 노력하지 않는다' 1점으로 하여 평균을 보면 20대미만은 2.78점, 30대는 2.94점, 40대는 2.88점, 50대 이상은 2.86점으로 많이 노력하는 쪽으로 나타났으며, 통계적으로는 유의한 차이는 없었다. 이는 외적이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 조사로 일반인들과의 차이는 분명히 있을 것으로 추측된다.

<표 4-3> 연령에 따른 외적이미지 추구 노력 정도 비교

N=423

구 분	M	SD	F	P
20대미만	2.78	0.76	1.431	0.233
30대	2.94	0.75		
40대	2.88	0.77		
50대이상	2.86	0.69		

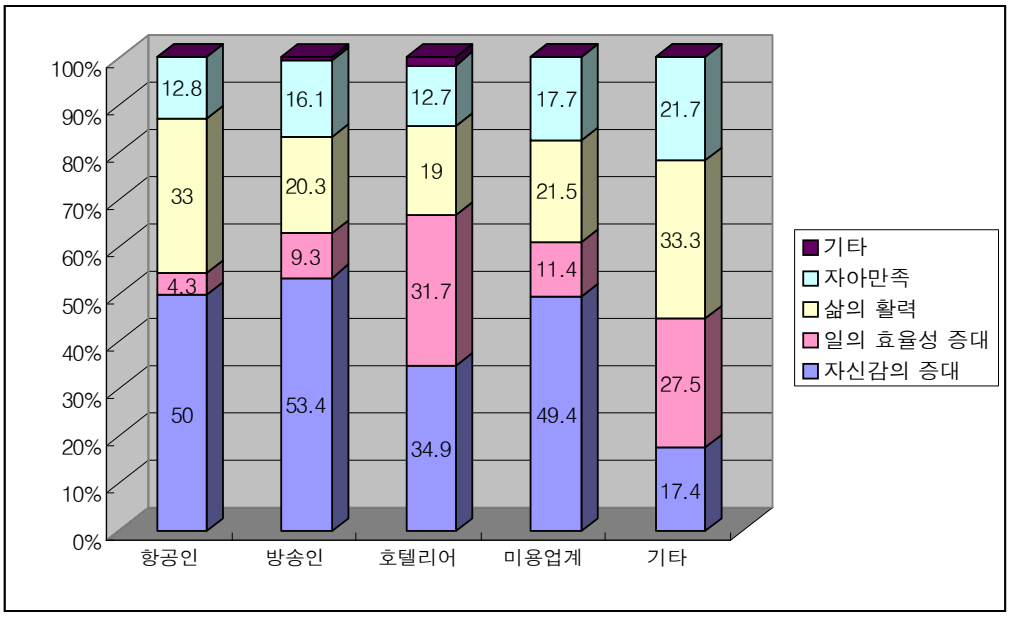
* P < 0.05 ** P < 0.001

4) 외적 이미지와 자아 존중감 상관관계

자아 존중감의 수준은 한 사람이 자기 자신의 가치에 대해 가지고 있는 일반적이고도 전형적인 느낌을 표현하는 것이다. 이와 외적 이미지와의 상관관계를 알아보려 한다.

외적 이미지를 리드하는 여성들의 직업별 외적 이미지 추구 후 내면적 변화를 보면 <그림4-1>에서 보는 것과 같이 항공인, 방송인, 미용업계에서는 자신감의 증대와 삶의 활력이 많이 나타났고, 호텔리어는 자신감 증대와 일의 효율성 증대가 많았으며, 기타 업종에서는 삶의 활력, 일의 효율성 증대가 많이 나타났다.

<그림 4-1> 직업별 외적이미지 추구 후 내면적 변화



그리고 자아 존중감과 관련된 연구보고들을 보면 자아 존중감은 직업의 성취에 영향을 주는 요인으로 확인되었고 부정적 신체상에서는 낮은 자아 존중감을 갖는다고 선행연구를 통해 밝히고 있으며 본 연구에서도 아래와 같이 나타남을 알 수 있다.

외적 이미지 만족도와 타인의 시선 인식 정도 및 자신의 직업 만족도에 대한 상관관계를 보면 <표5-1>에서 보는 것과 같이 외적 이미지 만족도와 타인의 시선 인식 정도의 상관계수 0.451로 유의한 상관을 보였고, 또한 자신의 직업 만족도도 0.217로 유의한 상관을 보였다.

따라서 외적 이미지 만족도가 높을수록 타인의 시선을 느끼는 정도가 높게 나타났으며, 자신의 직업의 만족도도 높게 나타나는 것을 알 수 있었다.

<표 5-1> 외적이미지 만족도와 타인의 시선 인식 정도 및 자신의 직업 만족도 상관관계 N=423

구 분	타인의 시선 인식 정도	자신의 직업 만족도
외적이미지 만족도		
Pearson 상관계수	0.451**	0.217**
유의확률	0.000	0.000

* P < 0.05 ** P < 0.001

그리고 직업별 타인의 시선을 느끼는 정도를 보면 <표5-2>에서 보는 것과 같이 항공인은 '조금 느낀다' 56.4%, 방송인은 '많이 느낀다' 37.3%, 호텔리어 '조금 느낀다' 61.9%, 미용업계 '조금 느낀다' 46.8%로 가장 많이 나타났다. 또한 리커트 척도 문항으로 '아주 많이 느낀다' 5점, '많이 느낀다' 4점, '조금 느낀다' 3점, '느끼지 않는다' 2점, '전혀 느끼지 않는다' 1점으로 하여 업종간의 평균 비교를 보면 호텔리어 3.11점보다 기타 업종 3.36점, 항공인

3.37점, 미용업계 3.47점으로 더 높게 나타났으며, 방송인은 3.85점으로 가장 높게 나타나 타인에 대한 시선을 많이 느끼는 것을 알 수 있었다.

<표 5-2> 직업별 타인의 시선 인식 정도

N=423

구 분	아주많이 느낀다		많이 느낀다		조금 느낀다		느끼지 않는다		전혀 느끼지 않는다		M	SD	F	P
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%				
항공인	2	2.1	35	37.2	53	56.4	4	4.3	-	-	3.37	0.60		
방송인	31	26.3	44	37.3	37	31.4	6	5.1	-	-	3.85	0.87		
호텔리어	4	6.3	10	15.9	39	61.9	9	14.3	1	1.6	3.11	0.79	11.0	0.00
미용업계	9	11.4	26	32.9	37	46.8	7	8.9	-	-	3.47	0.81		
기타	5	7.2	21	30.4	37	53.6	6	8.7	-	-	3.36	0.75		
전체	**51**	**12.1**	**136**	**32.2**	**203**	**48.0**	**32**	**7.6**	**1**	**0.2**	**3.48**	**0.81**		

(사후 검증; 호텔레어<기타업종, 항공인, 미용업계<방송인)

* P < 0.05 ** P < 0.001

외적 이미지 추구 노력 정도와 외적 이미지 만족도, 타인의 시선 인식 정도의 상관관계를 보면 <표5-3>에서 보는 것과 같이 외적 이미지 추구 노력 정도와 외적 이미지 만족도는 상관계수 0.432로 유의한 상관을 보였고, 타인의 시선 인식 정도와도 상관계수 0.371로 유의한 상관을 보였다.

따라서 외적 이미지 추구에 대한 노력이 높을수록 외적 이미지의 만족도와 타인의 시선 인식 정도가 높아지는 것을 알 수 있었다.

<표 5-3> 외적이미지 추구 정도와 외적이미지 만족도 및 타인의 시선 인식정도의 상관관계 N=423

구 분	외적이미지 만족도	타인의 시선 인식 정도
외적이미지 추구 정도		
Pearson 상관계수	0.432**	0.371**
유의확률	0.000	0.000

* P < 0.05 ** P < 0.001

직업별 타인의 시선을 받는다고 느끼는 이유를 보면 모든 직종에서 아름다운 외적 이미지, 본인의 직업 영향이 가장 많이 나타났다. 기타의 내용으로는 분위기, 이상해서, 키, 특이해서, 호기심이 포함되어 있었다.

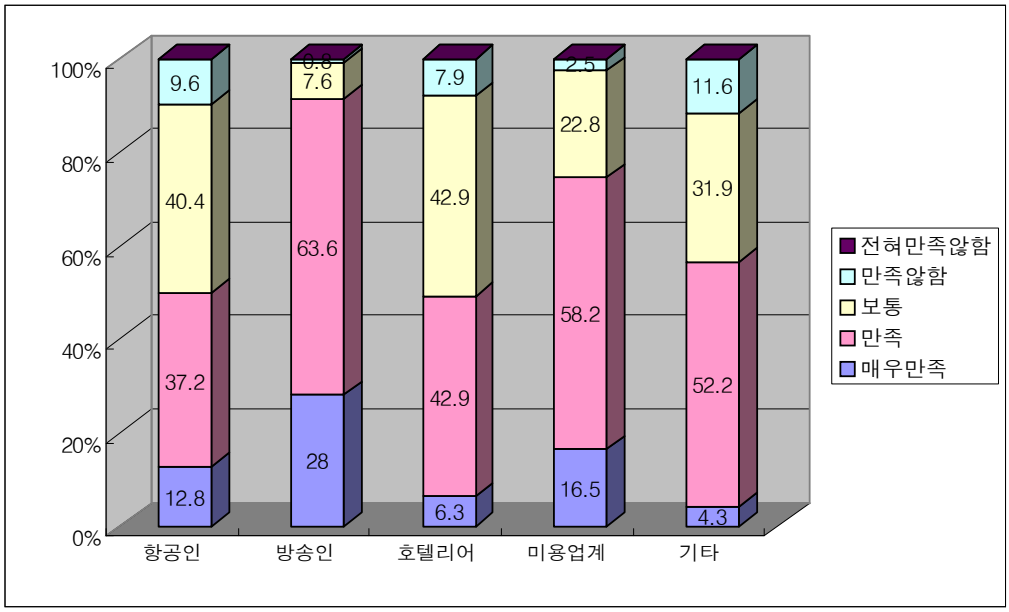
<표 5-4> 직업별 타인 시선을 받는 이유 N=423

구 분	항공인		방송인		호텔리어		미용업계		기타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
자신감	30	31.9	15	12.7	13	20.6	19	24.1	11	15.9
본인의 직업 영향	22	23.4	56	47.5	27	42.9	24	30.4	17	24.6
아름다운 외적이미지	30	31.9	41	34.7	16	25.4	32	40.5	31	44.9
지적 능력	6	6.4	3	2.5	5	7.9	2	2.5	10	14.5
기타	6	6.4	3	2.5	2	3.2	2	3.2	-	-
계	**94**	**100**	**118**	**100**	**63**	**100**	**79**	**100**	**69**	**100**

직업별 자신의 작업 만족도를 보면 <그림4-2>에서 보는 것과 같이 방송인, 미용업계, 기타 업종은 '만족한다'가 많이 나타났고, 항공인, 호텔리어는 '만족한다', '보통이다'가 많이 나타났으며 모든 직종에서 '전혀 만족하지 않는다'는 없었다. 또한 리커트 척도 문항으로 '매우 만족한다' 5점, '만족한다' 4점, '보

통이다' 3점, '만족 하지 않는다' 2점, '전혀 만족 하지 않는다' 1점으로 하여 업종간의 평균 비교를 보면 <그림4-2>에서 보는 것과 같이 항공인 3.53점, 호텔리어 3.48점, 기타 업종 3.49점보다 미용업계 3.89점이 높았으며, 방송인은 4.19점으로 가장 높게 나타나 방송인이 직업의 만족도가 가장 높은 것을 알 수 있었다. 앞에서 살펴본 외적이미지 만족도에서 방송인은 58.5%가 '만족한다'로 가장 높게 나타났다. 이는 외적이미지 만족도가 높을수록 직업 만족도가 높은 것으로 알 수 있다.

<그림 4-2> 직업별 자신의 직업의 만족도



직업 만족 시 이유를 보면 <표5-5>에서 보는 것과 같이 적성에 맞는 직업 45.6%로 가장 많이 나타났으며, 경제적 능력 25.1%, 일반인들의 선망의 직업 15.6%, 아름다움을 유지할 수 있는 환경 11.6%, 기타 2.1% 순으로 나타났

다. 기타 내용으로는 삶의 자극, 미래 투자가 포함되어 있었다.

<표 5-5> 직업 만족 시 이유

구 분	N	%
일반인들의 선망의 직업	66	15.6
경제적인 능력	106	25.1
적성에 맞는 직업	193	45.6
아름다움을 유지할 수 있는 환경	49	11.6
기타	9	2.1
계	**423**	**100.0**

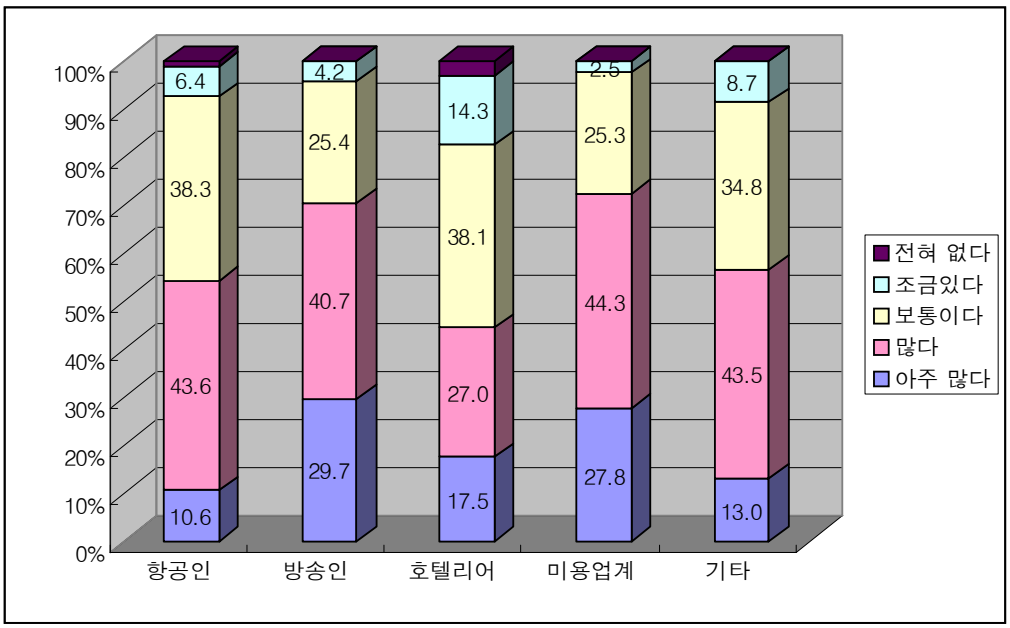
2. 외적 이미지를 추구하기 위한 미적 관심도 조사

1) 트랜드 관심도와 정보경로

직업별 트랜드에 대한 관심의 정도를 보면 <그림5-1>에서 보는 것과 같이 항공인, 호텔리어, 기타 업종은 '많다'와 '보통이다'가 많으며, 방송인, 미용업계는 '많다', '아주 많다'로 트랜드에 대한 관심도가 높게 나타났다.

또한 리커트 5점 척도 문항으로 '아주 많다' 5점, '많다' 4점, '보통이다' 3점, '조금있다' 2점, '전혀없다' 1점으로 하여 업종간의 평균 비교를 보면 <표 6-1>에서 보는 바와 같이 호텔리어 3.41점, 항공인 3.56점, 기타 3.61점보다 방송인 3.96점, 미용업계 3.97점으로 높게 나타나 트랜드에 대한 관심이 높은 것으로 나타났으며, 통계적으로도 유의한 차이가 있었다.

<그림 5-1> 직업별 트랜드에 대한 관심 정도



연령과 외적 이미지 추구 노력 정도 및 트랜드 관심 정도의 상관관계를 보면 <표6-1>에서 보는 것과 같이 연령과 외적 이미지 추구 정도는 상관계수 0.085로 낮은 상관을 보였고, 트랜드 관심 정도는 상관계수 0.101로 조금 유의한 상관을 보였다. 따라서 연령과 외적 이미지 추구 노력 정도는 연령과의 상관없으며, 트랜드 관심정도는 연령이 많을수록 높은 것으로 나타났다.

<표 6-1> 연령과 외적이미지 추구 정도 및 트랜드 관심 정도의 상관관계

구 분	외적이미지 추구 정도	트랜드 관심 정도
연령		
Pearson 상관계수	0.085	0.101
유의확률	0.082	0.037*

연령에 대한 트랜드의 관심 정도를 비교해 보면 <표6-2>에서 보는 것과 같이 '아주 많다' 5점, '많다' 4점, '보통이다' 3점, '조금 있다' 2점, '전혀 없다' 1점으로 하여 평균을 보면 20대미만, 30대는 2.22점, 50대 이상은 3.0점, 40대는 2.77점이였다. 따라서 50대가 트랜드에 대한 관심이 가장 높은 것을 알 수 있었고, 통계적으로도 유의한 차이가 있었다.

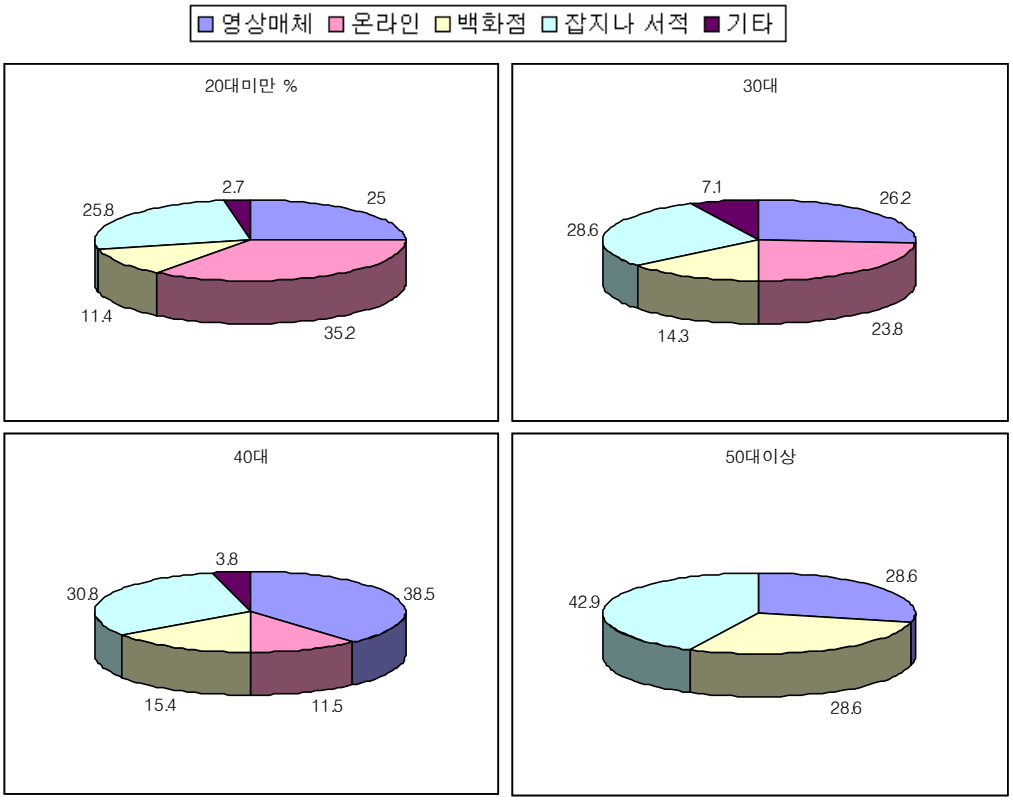
<표 6-2> 연령에 따른 트랜드에 대한 관심 정도 N=423

구 분	M±SD	F	P
20대미만	2.22±0.83	4.928	0.002*
30대	2.22±0.92		
40대	2.77±0.99		
50대이상	3.00±1.15		
전체	**2.26±0.88**		

(사후검증; 20대, 30대<50대) * P < 0.05 ** P < 0.001

연령에 따른 트랜드에 대한 정보 경로를 보면 <그림5-2>에서 보는 것과 같이 20대미만은 온라인 35.2%, 잡지나 서적이 25.8%이고, 30대는 잡지나 서적 28.6%, 영상매체 26.2%, 40대 영상매체 38.5%, 잡지나 서적 30.8%이며, 50대 이상은 잡지나 서적 42.9%, 영상매체 28.6%로 나타났다. 따라서 나이가 적을수록 온라인을 통한 정보 경로가 많았고, 나이가 많을수록 잡지, 서적이나 영상매체를 통한 정보 경로가 많아 연령에 따라 정보 경로가 다른 것을 알 수 있었다.

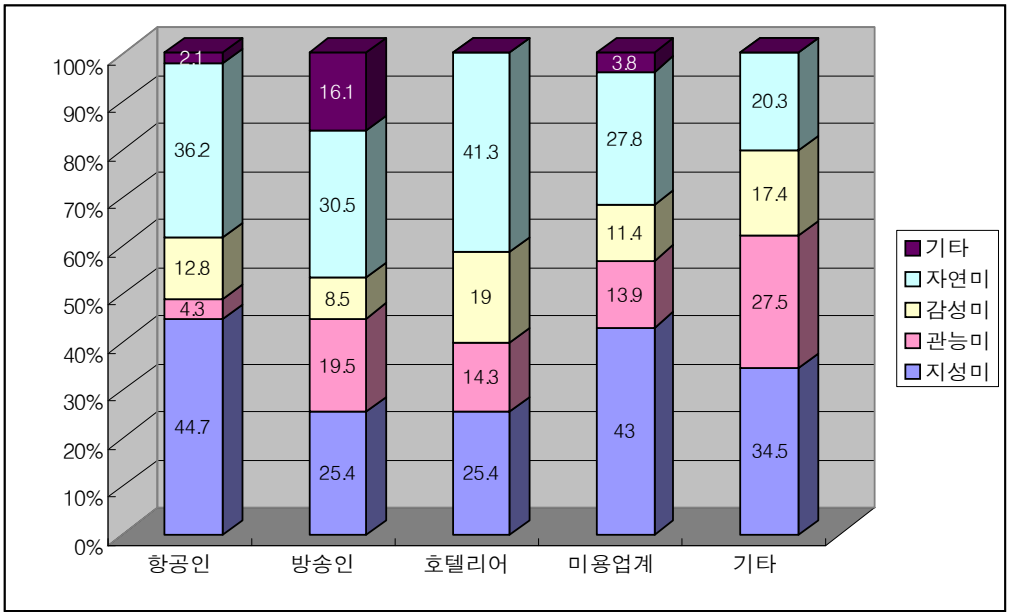
<그림 5-2> 연령에 따른 트랜드에 정보 경로



2) 추구하는 미에 대한 관심

외적인 미 표현하는데 가장 중요하게 추구하는 사항을 직업별로 보면 <그림 6>에서 보는 것과 같이 항공인은 '지성미' 44.7%, '자연미' 36.2%가 대부분을 차지했으며, 방송인은 '자연미' 30.5%, '지성미' 25.4%로 나타났고, 호텔리어는 '자연미' 41.3%, '지성미' 25.4%, 미용업계 '지성미' 43.0%, '자연미' 27.8%, 기타 업종은 '지성미' 34.5%, '관능미' 27.5%로 나타났다. 대부분 직종이 '지성미'와 '자연미'가 많았고, 기타 업종은 '지성미', '관능미'가 많았다.

<그림 6> 직업별 외적 미 표현에 가장 중요하게 추구하는 사항



외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 연령에 따른 미 표현에 가장 중요하게 추구하는 정도를 보면 <표7>에서 보는 것과 같이 20대 미만은 '지성미' 34.8%, '자연미' 31.8%, 30대는 '지성미' 65.7%, '자연미' 33.3%, 40대는 '감성미' 34.6%, '지성미', '관능미' 각각 23.1%, 50대 이상은 '지성미' 42.9%, '자연미' 28.6%로 많은 부분을 자치했다.

중요하게 추구하는 미 표현에는 직업별, 연령별로 알아 본 결과 대체로 '지성미'와 '자연미'가 많은 것으로 나타났다. 이는 인위적인 미모에만 편중되지 않고 내면의 아름다움과 자연스러운 외모를 추구하는 것으로 볼 수 있으며 오늘날의 사회적, 문화적 흐름과도 자연스럽게 연결되는 것을 알 수 있다.

<표 7> 연령에 따른 미 표현에 가장 중요한 추구하는 정도 N=423

구 분	20대미만		30대		40대		50대이상	
	N	%	N	%	N	%	N	%
지성미	92	34.8	45	65.7	6	23.1	3	42.9
관능미	44	16.7	16	12.7	6	23.1	-	-
감성미	36	13.6	9	7.1	9	34.6	1	14.3
자연미	84	31.8	42	33.3	4	15.4	2	28.6
기타	8	3.0	14	11.1	1	3.8	1	14.3
계	**264**	**100.0**	**126**	**100.0**	**26**	**100.0**	**7**	**100.0**

3) 선호하는 뷰티 서비스

뷰티 서비스에 원하는 사항을 보면 <표8>에서 보는 것과 같이 뷰티산업의 '복합적 서비스' 31.2%, '체형별 서비스' 30.5%, '경제적으로 저렴한 서비스' 25.1%, '최신 유행 서비스' 12.8% 순으로 나타났다.

<표 8> 뷰티 서비스에 원하는 사항

구 분	N	%
뷰티산업의 복합적 서비스	132	31.2
체형별 서비스	129	30.5
최신 유행 서비스	54	12.8
경제적으로 저렴한 서비스	106	25.1
기타	2	0.4
계	**423**	**100.0**

3. 외모관리행동에 대한 조사

1) 화장 (Make-Up)

외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 메이크업 연출 시 중요하게 여기는 사항을 보면 <표9-1>에서 보는 것과 같이 본인과의 조화 69.5%로 가장 많이 나타났으며, 직업적 연관 12.1%, 자신의 독특한 개성 11.8%, 트랜드 6.6% 순으로 나타났다.

<표 9-1> 메이크업 연출 시 중요 사항

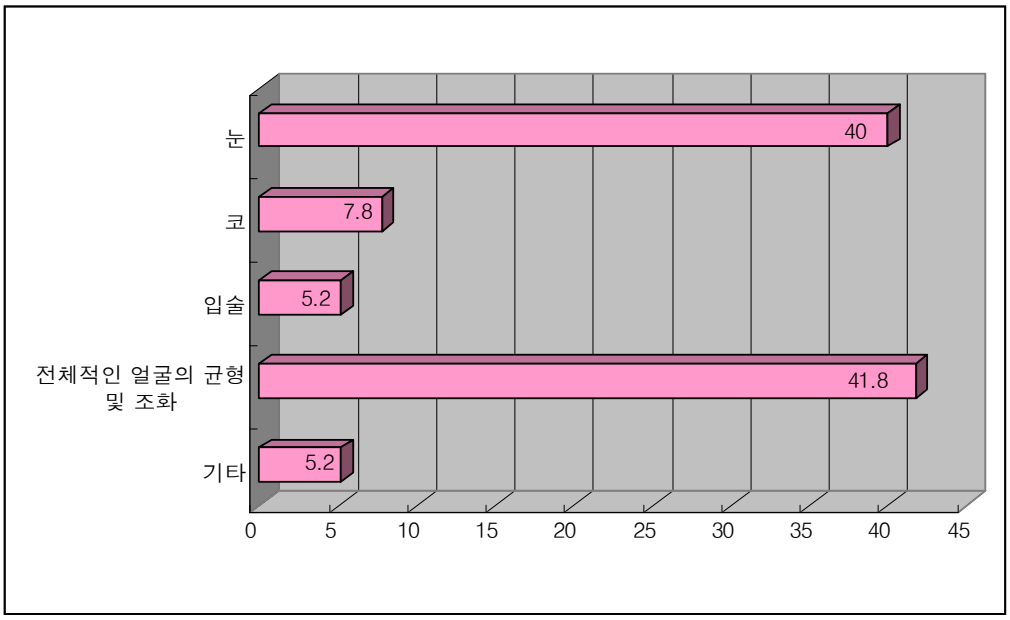
구 분	N	%
트랜트	28	6.6
본인과의 조화	294	69.5
직업적 연관	51	12.1
자신의 독특한 개성	50	11.8
계	**423**	**100.0**

이들의 메이크업 연출 시 아름답게 보이고 싶은 부분은 <그림7>에서 보는 것과 같이 전체적인 얼굴의 균형 및 조화 41.8%, 눈 40.0%, 코 7.8%, 입술, 기타 각각 5.2% 순으로 나타났으며, 기타 내용으로는 피부, 눈썹, 얼굴형, 눈썹 등이 포함되어 있었다.

Cash(1990)에 의하면 화장품의 사용과 자아 이미지와의 관계에서 매우 긍정적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 대부분의 여성이 메이크업을 했을 때의 자기 자신에 대해 보다 긍정적인 외적이미지로 인식한다고 한다. 메이크업은 단순히 외양을 아름답게 할 뿐만 아니라 사회적 활동을 할 때 자신감을

주고 보다 좋은 인상을 줌으로써 인생에 더욱 적극적인 자세를 갖도록 만든다. 한 예로 메이크업을 하지 않은 상태에서 의복을 선택하거나 헤어스타일을 변화시킬 때 만족감은 메이크업을 했을 때의 만족감보다 훨씬 낮게 나타난다. 따라서 메이크업이 주는 확실한 심리적 효과는 자신감과 만족도의 상승이며 메이크업을 하면 기분이 좋아지고 그것이 얼굴표정에도 나타난다.

<그림7> 메이크업 연출 시 아름답게 보이고 싶은 부분



메이크업 연출을 위한 화장품 구매 장소를 보면 <표9-2>에서 보는 것과 같이 백화점 39.0%로 가장 많았으며, 온라인 21.5%, 전문화장품 할인점 20.1%, 기타 7.6% 순으로 나타났다. 기타에는 방문판매, 해외, 협찬, 피부 관리실, 피부과, 테스팅, 회사 샘플 등이 포함되어 있었다. 이러한 기타의견에는 방송인이 대부분이었다.

<표 9-2> 메이크업 연출을 위한 화장품 구매 장소

구 분	N	%
백화점	165	39.0
온라인	91	21.5
면세점	50	11.8
전문화장품 할인점	85	20.1
기타	32	7.6
계	**423**	**100.0**

2) 의복 (Costume)

외적 이미지를 리드하는 여성들의 의복 구매 시 이용하는 장소를 보면 <표 10>에서 보는 것과 같이 백화점 34.3%로 가장 많이 나타났으며, 대형 쇼핑몰 26.2%, 보세 옷가게 18.9%, 기타 7.3% 순으로 나타났다. 기타에는 명품, 디자이너, 아울렛, 협찬, 상설매장, 해외 등이 포함되어 있었다.

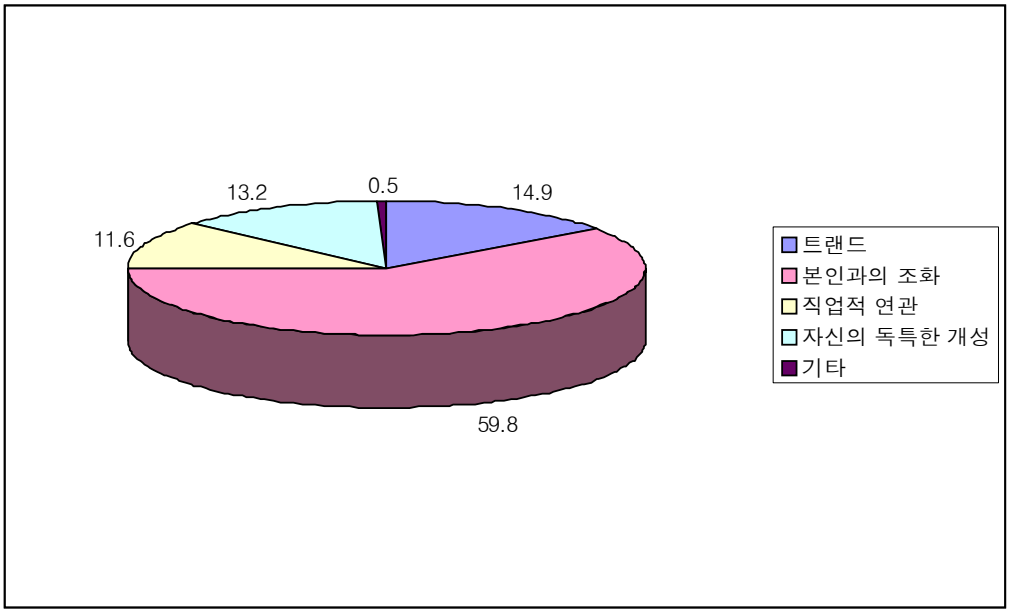
<표 10> 의복 구매 시 이용하는 장소

구 분	N	%
백화점	145	34.3
대형 쇼핑몰	111	26.2
온라인	56	13.2
보세 옷가게	80	18.9
기타	31	7.3
계	**423**	**100.0**

외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 의복 구매 시 가장 중요한 부분을 보면 <그림8>에서 보는 것과 같이 본인과의 조화가 59.8%로 가장

많이 나타났으며, 트랜드 14.9%, 자신의 독특한 개성 13.2%, 직접적 연관 11.6% 순으로 나타났다.

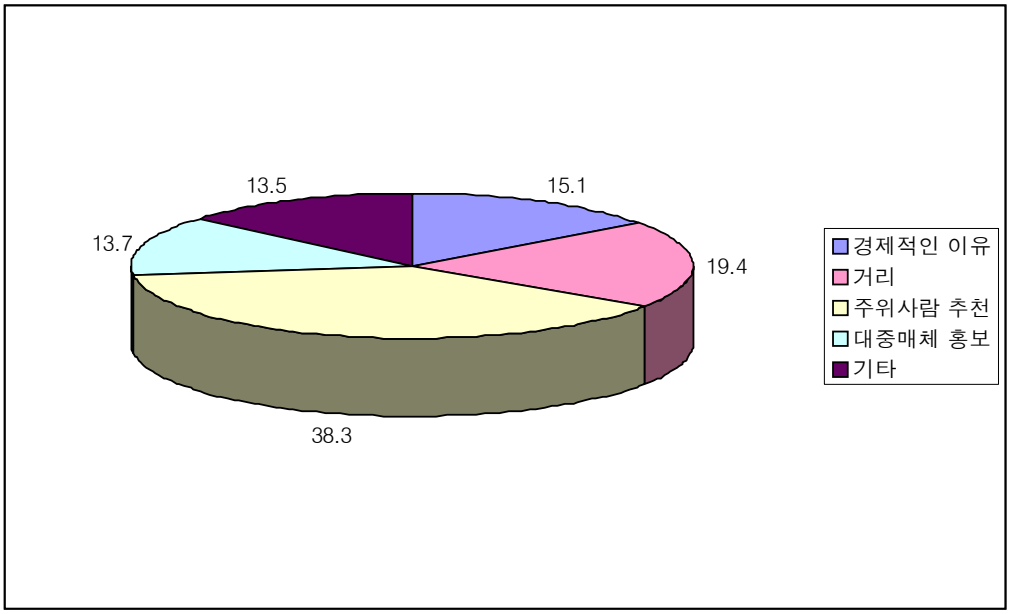
<그림 8> 외적이미지 관리를 위한 의복 구매 시 가장 중요한 부분



3) 헤어스타일 (Hair Style)

헤어 샾을 선택하는 데 가장 영향을 주는 사항을 보면 <그림9>에서 보는 것과 같이 주위사람 추천이 38.3%로 가장 많이 나타났으며, 거리 19.4%, 경제적인 이유 15.1%, 대중매체 홍보 13.7%, 기타 13.5% 순으로 나타났다. 기타로는 단골이 가장 많았고, 실력, 스타일, 서비스 등이 포함되어 있었다. 이 결과는 트랜드에 앞서가는 외적이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 특성과 차이를 보이는 결과로 주위사람의 추천이 가장 높게 나타났다.

<그림 9> 헤어 샾을 선택하는 데 가장 큰 영향을 주는 사항



외적 이미지를 리드하는 여성들의 헤어스타일 변화 또는 연출 시 가장 중요한 부분을 보면 <표11>에서 보는 것과 같이 본인과의 조화가 63.1%로 가장 많이 나타났으며, 자신의 독특한 개성 15.8%, 직업적 연관 12.8%, 트랜드 8.0% 순으로 나타났다.

<표 11> 헤어스타일 변화 또는 연출 시 가장 중요한 부분

구 분	N	%
트랜드	34	8.0
본인과의 조화	267	63.1
직업적 연관	54	12.8
자신의 독특한 개성	67	15.8
기타	1	0.2
계	**423**	**100.0**

4) 네일아트 (Nail Art)

외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 네일 아트 및 관리 시 가장 중요한 사항을 보면 <표12>에서 보는 것과 같이 본인과의 조화가 47.8%로 가장 많이 나타났고, 직업적 연관 27.9%, 자신의 독특한 개성 12.8%, 트랜드 9.0%, 기타 2.6% 순으로 나타났다. 기타로는 없다, 의상과의 조화가 포함되어 있었다.

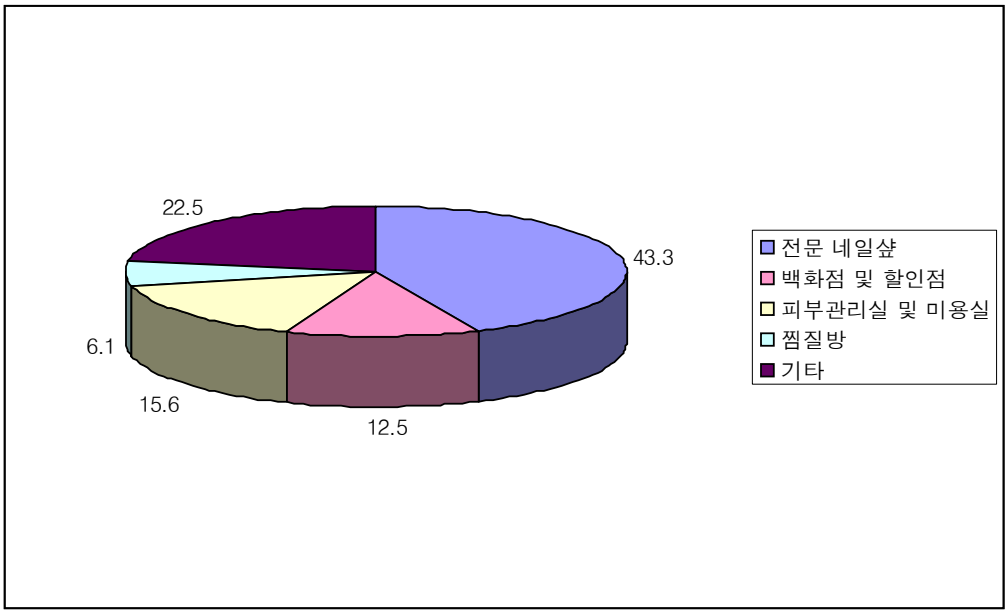
<표 12> 네일 아트 및 관리 시 가장 중요한 부분

구 분	N	%
트랜드	38	9.0
본인과의 조화	202	47.8
직업적 연관	118	27.9
자신의 독특한 개성	54	12.8
기타	11	2.6
계	**423**	**100.0**

네일 아트 및 관리 서비스를 받은 장소를 보면 <그림10>에서 보는 것과 같이 전문 네일 샵이 43.3%로 가장 많이 나타났으며, 기타 22.5%, 피부 관리실 및 미용실이 15.6%, 백화점 및 할인점 12.5%, 찜질방 6.1% 순으로 나타났다. 기타로는 직접관리가 많았고, 안함, 분장실, 협찬 등이 포함되어 있었다. 의외의 반응으로 기타의 의견이 두 번째로 높게 나타났는데 이는 실속 있는 소비를 위한 직접 관리가 주된 이유였으며 자칫 사치스럽게 여겨지는 외모와는 반대로 바람직한 소비 형태를 띄고 있는 설문문항이었다. 이는 피부관리와 같이 외적 이미지를 리드하는 여성들의 미적 관심도와 연결되어 네일 관리에 대한 정보를 보유하고 있어 자택에서 할 수 있는 일상적인 관리에 충

실하다고 사려된다.

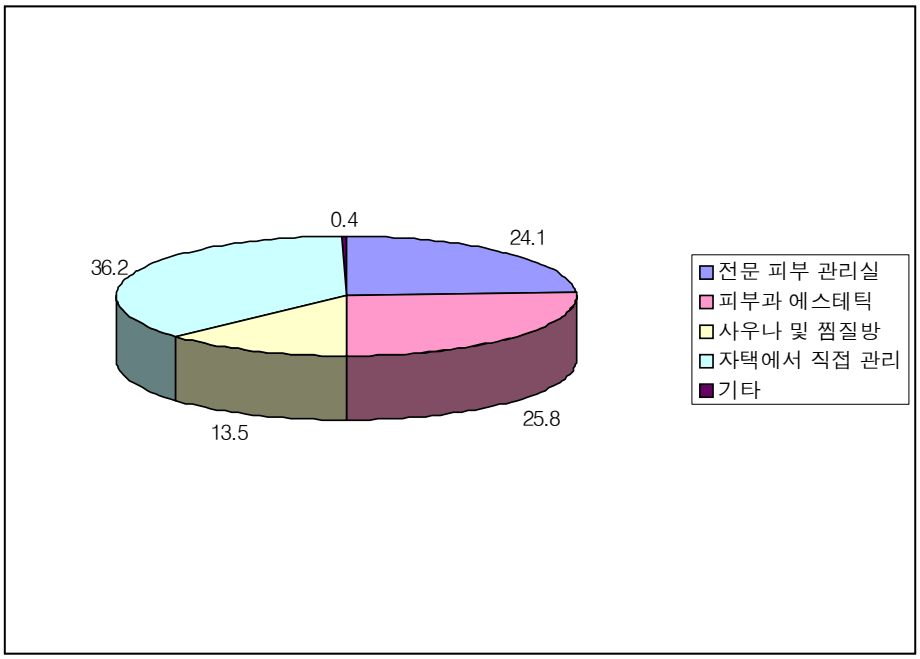
<그림 10> 네일 아트 및 관리 서비스 받은 장소



5) 피부 관리 (Skin Care)

외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 평소 피부 관리 시 이용하는 장소를 보면 <그림11>에서 보는 것과 같이 자택에서 직접 관리가 36.2%로 가장 많이 나타났으며, 피부과 에스테틱 25.8%, 전문 피부 관리실 24.1%, 사우나 및 찜질방 13.5% 순으로 나타났다. 이러한 결과는 네일 관리와 함께 외적 이미지를 리드하는 여성들의 미적 관심도와 연결되어 피부 관리에 대한 정보를 보유하고 있어 자택에서 할 수 있는 일상적인 관리에 충실하다고 사려 되어진다.

<그림 11> 평소 피부 관리 시 이용하는 장소



6) 성형 (Plastic Surgery)

외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 직업별 성형이 자신의 외적 이미지에 주는 영향을 보면 <표13-1>에서 보는 것과 같이 기타를 제외하고는 모든 직종에서 '자신감 부여'가 가장 많이 나타났고, 다음으로는 항공인은 '자아만족'이며, 방송인, 호텔리어, 미용업계는 '열등감 해소'가 많이 나타났다. 기타 업종은 '삶의 활력'이 가장 많았다.

<표 13-1> 직업별 성형이 자신의 외적이미지에 주는 영향

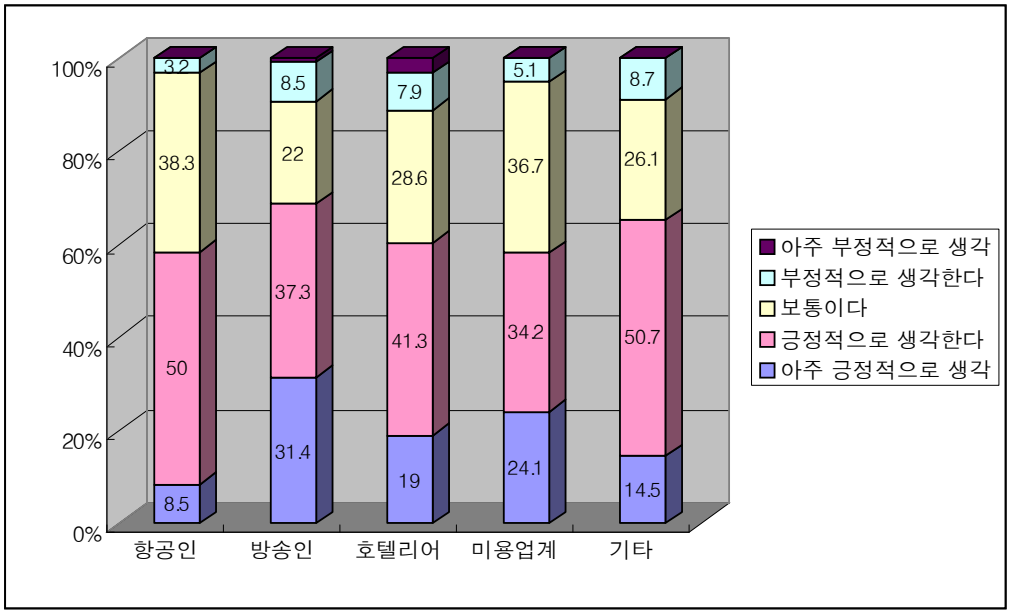
N=423

구 분	항공인		방송인		호텔리어		미용업계		기타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
열등감 해소	13	13.8	30	25.4	17	27.0	15	19.0	12	17.4
삶의 활력	14	14.9	12	10.2	7	11.1	13	16.5	24	34.8
자신감 부여	48	51.1	59	50.0	24	38.1	37	46.8	20	29.0
자아만족	19	20.2	16	13.6	15	23.8	12	15.2	16	18.8
기타	-	-	1	0.8	-	-	2	2.5	-	-
계	**94**	**100.0**	**118**	**100.0**	**63**	**100.0**	**79**	**100.0**	**69**	**100.0**

외적 이미지를 리드하는 여성들의 직업별 성형에 대한 생각을 보면 <그림 12>에서 보는 것과 같이 모든 직종에서 '긍정적으로 생각한다'와 '보통이다'고 응답했다.

또한 리커트 척도 문항으로 '아주 긍정적으로 생각한다' 5점, '긍정적으로 생각한다' 4점, '보통이다' 3점, '부정적으로 생각한다' 2점, '아주 부정적으로 생각하다' 1점으로 하여 직업간의 평균 비교를 보면 항공인 3.64점, 방송인 3.90점, 호텔리어 3.65점, 미용업계 3.77점, 기타 업종 3.71점으로 나타났다. 직업에 따른 비교에서 방송인이 긍정적으로 생각하는 빈도가 높았으나 의외로 부정적인 시각의 빈도가 적지 않았다. 이는 외적이미지의 만족도와 연관되어 자신의 외모에 자신감으로 성형에는 시선을 돌리지 않는 것으로 보여진다.

<그림12> 직업별 성형에 대한 생각



외적 이미지 추구 노력 정도에 따라 성형의 영향을 보면 <표13-2>에서 보는 것과 같이 외적 이미지 추구 노력 정도가 '항상 노력하는 그룹'은 '자신감 부여와 자아만족'이 많이 나타났고, '많이 노력하는 그룹'은 '자신감 부여와 삶의 활력'이 많이 나타났으며, '보통인 그룹'은 '자신감 부여와 열등감 해소'가 많고, '전혀 노력하지 않는 그룹'은 '자신감 부여'가 많았다. 전체적으로도 자신감 부여가 44.4%, 열등감 해소 20.6%로 가장 많은 부분을 자치했다.

<표 13-2> 외적이미지 추구 정도에 따른 성형의 영향 N=423

구 분	열등감 해소		삶의 활력		자신감 부여		자아만족		기타	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
항상 노력한다	13	14.8	10	11.4	49	55.7	16	18.2	-	-
많이 노력한다	32	17.6	37	20.3	82	45.1	31	17.0	-	-
보통이다	41	27.7	22	14.9	55	37.2	27	18.2	3	2.0
전혀 노력하지 않는다	1	20.0	1	20.0	2	40.0	1	20.0	-	-
전체	**87**	**20.6**	**70**	**16.5**	**188**	**44.4**	**75**	**17.7**	**3**	**0.7**

7) 건강 (Health)

외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 건강에 대한 관심 정도를 보면 <표14>에서 보는 것과 같이 '관심이 있다'가 53.0%로 가장 많이 나타났으며, '매우 관심이 있다'는 31.7%, '보통이다' 11.3%, '관심이 적다' 3.3%, '특별하게 관심을 가지고 있지 않다'는 0.7% 순으로 나타났다.

<표 14> 건강에 대한 관심 정도

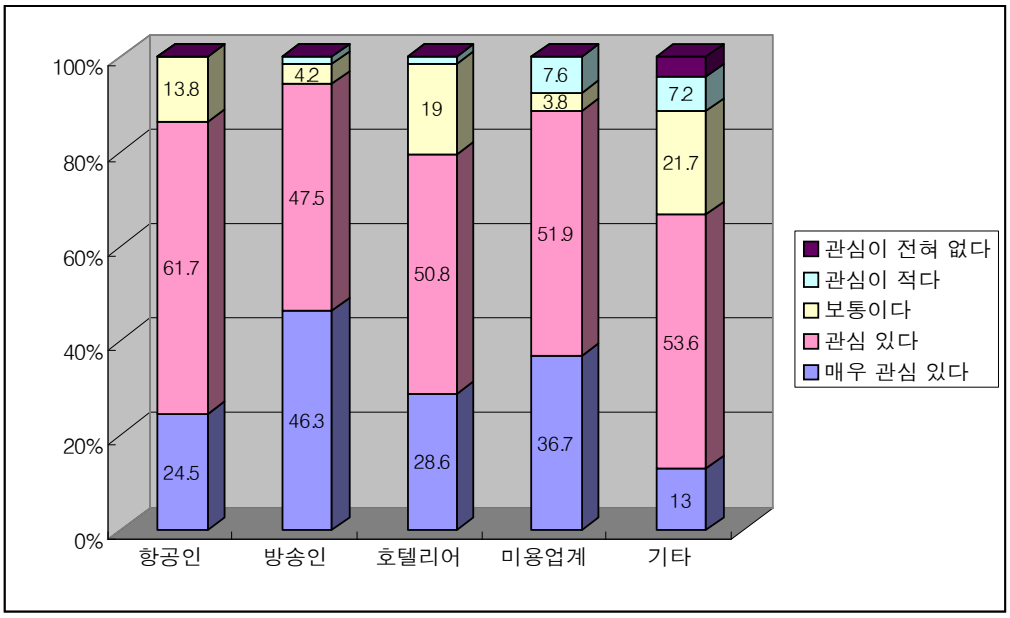
구 분	N	%
매우 관심이 있다	134	31.7
관심이 있다	224	53.0
보통이다	48	11.3
관심이 적다	14	3.3
특별하게 관심을 가지고 있지 않다	3	0.7
계	**423**	**100.0**

직업별 자신의 건강에 대한 관심을 보면 <그림 13>에서 보는 것과 같이 기타 업종을 제외하고는 '관심있다', '매우 관심있다' 가 대부분을 차지했다.

또한 5점 척도 문항으로 '매우 관심있다' 5점, '관심 있다' 4점, '보통이다' 3점, '관심이 적다' 2점, '특별한 관심이 없다' 1점으로 하여 업종간의 평균 비교를 보면 기타 업종은 3.64점으로 가장 낮아 관심이 적었으며, 호텔리어 4.06점, 항공인 4.11점보다 미용업계 4.18점, 방송인 4.39점으로 높게 나타나 건강에 대한 관심이 높게 나타났으며, 통계적으로도 유의한 차이가 있었다.

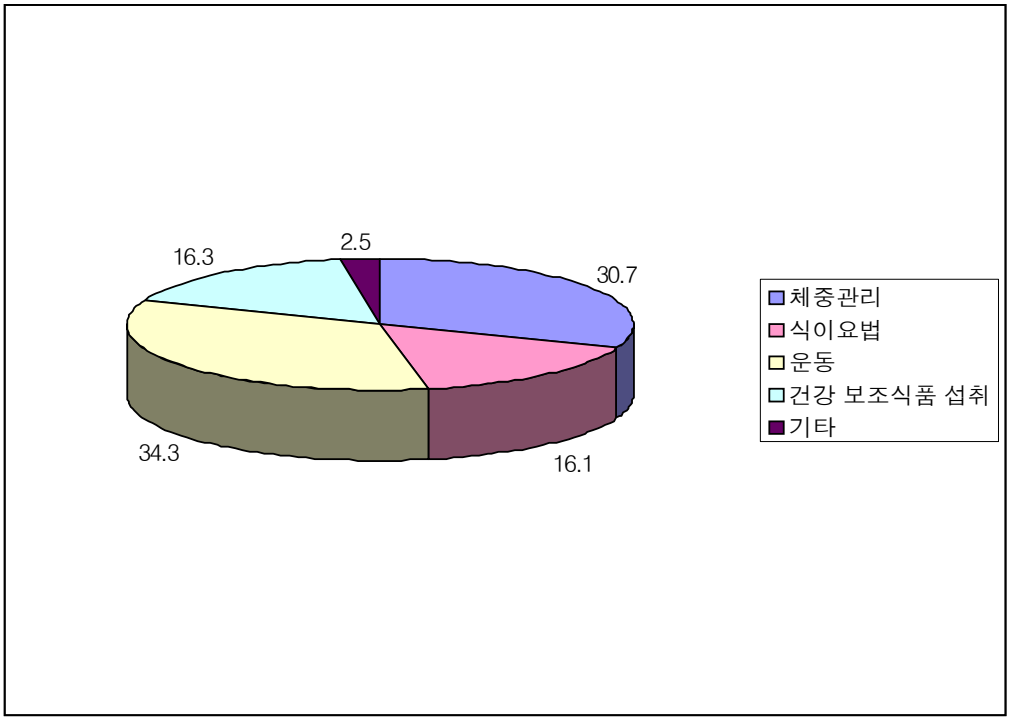
(사후검정; 기타 업종 < 호텔리어, 방송인 < 미용업계, 방송인)

<그림 13> 직업별 자신의 건강에 대한 관심



건강관리 방법을 보면 <그림14>에서 보는 것과 같이 운동이 34.3%, 체중관리 30.7%, 건강 보조식품 섭취 16.3%, 식이요법 16.1% 기타 2.5% 순으로 나타났다. 기타의 내용으로는 규칙적인 식사, 긍정적인 사고, 규칙적인 생활 등이 포함되어 있었다. 건강관리는 현대의 웰빙(Well-Being)의 문화적 흐름과 발맞추어 굉장한 관심을 불러일으키고 있다. 이에 외적 이미지를 리드하는 여성 또한 외적인 미에 국한 되지 않고 건강을 위한 외모관리행동이 이루어지는 것을 알 수 있다.

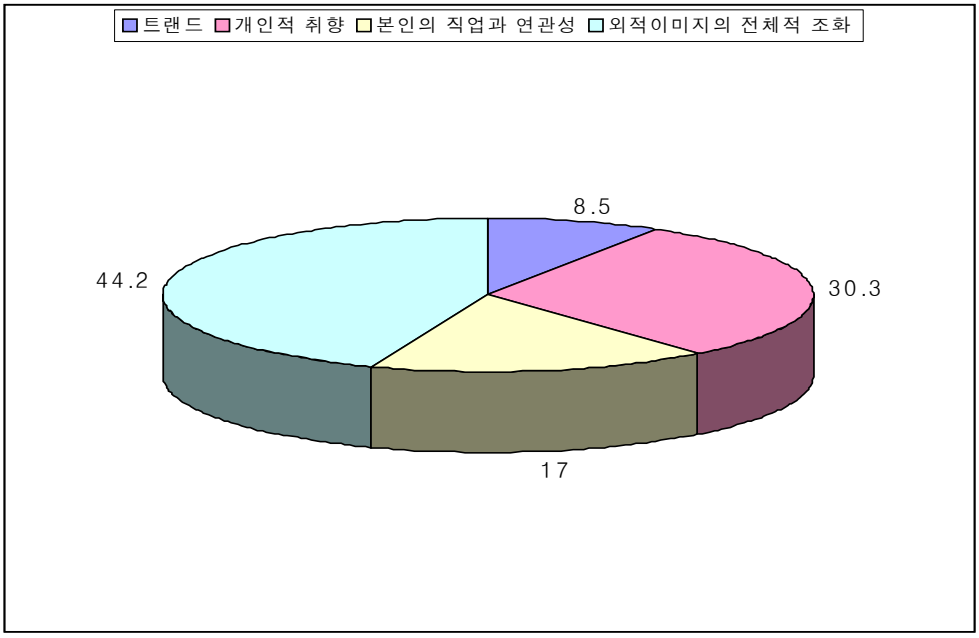
<그림 14> 건강관리 방법



위와 같이 외모관리행동을 7가지 변인으로 분석해 보았다. 모든 변인들 중 건강과 성형에 대한 변인을 제외한 5가지 변인을 분석해 본 결과 결론적으로 전체적으로 외적 이미지 추구 시 가장 중요한 부분으로 <그림 15>에서 보는 것과 같이 외적 이미지의 전체적 조화가 44.2%로 가장 많이 나타났으며, 개인적 취향 30.3%, 본인의 직업과 연관성 17.0%, 트랜드 8.5% 순으로 나타났다.

이 연구의 내용에서 외적 이미지를 리드하는 여성들은 트랜드에 맹목적으로 좇지 않고 자신의 외적 이미지의 전체적인 조화를 가장 중요하게 여기는 것을 알 수 있었으며 일반인의 외모관리행동의 이상적인 미를 제시하는 데 큰 의미가 있다고 보여진다.

<그림 15> 외적이미지 추구 시 가장 중요한 부분



Ⅴ. 결론 및 제언

미의 기준은 시대와 문화에 따라 변화를 가져왔으며 오늘날에는 건강미가 있는 날씬함이 선호되고 있다. 역사적으로 여성은 1950년대에는 다소 비만적인 체형이 이상적이었으나 현대 특히 1980년대 이후에는 날씬하면서 건강한 체형이 이상적이라 할 수 있다. 오늘날은 매스컴의 영향으로 전 세계의 젊은이들이 날씬한 체형을 선호하고 있다. 최근에는 여성들의 사회참여의 기회가 많아지면서 외모에 대한 사회적 관심이 더욱 고조되어 가고 있는 것이 사실이다. 매스컴에서 이상적인 미의 모델을 지나치게 제시함으로 인하여 여성들은 자기 자신을 비하하는 신체평가를 하게 되며 자아존중감이 저하하게 된다.

시대가 요구하는 미의 기준은 사회· 문화적인 배경에 따라 약간의 차이를 가지고 있지만 자신의 외모에 대한 노력은 새롭게 자기 자신을 지각하는 계기가 되며, 동시에 자기를 사회와 연결시켜 객관적 평가를 받게 되는 계기가 된다. 따라서 이러한 변화를 통한 긍정적인 외모변화는 타인과의 관계에 있어서 인정을 받고 호감을 줄 뿐만 아니라 더 나아가 사회생활에도 긍정적인 자세를 갖도록 해준다.

본 연구는 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들의 외적 이미지의 만족도, 미적 관심도, 외모관리행동의 특성과 관련성을 규명하고 외적인 미뿐만 아니라 자아 존중감과 같은 심리적 특성을 규명함으로써 미적특성을 보다 심층적으로 이해하고 이상적인 미적특성을 제시하여 일반인들의 외모관리행동을 보다 효율적으로 수행되는데 도움이 되고자 하였다.

첫째, 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들은 외적 이미지 만족도와 미적 관심도가 높게 나타났으며 외적 이미지 만족도가 높을수록 자아 존중감과 직업 만족도에 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 직업과 연령과 소득에 따른 이미지 추구 노력에 대해서는 소득이 높을수록 투자행동과 노력이 상승됨으로 나타났고, 연령에 따라 노력정도의 상관은 없었으며 이미지의 중요성이 높은 호텔리어와 항공인이 노력정도가 가장 높은 것으로 나타났다. 이는 호텔리어와 항공인은 자신의 이미지가 곧 직업을 반영하므로 이미지의 중요성이 다른 직업군에 비해 높은 것과 연관된다.

셋째, 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들은 외적 이미지를 추구하기 위해 트랜드에 대한 높은 관심을 보였으며 트랜드의 관심도는 연령이 많을수록 높은 것으로 확인되었다. 트랜드에 대한 정보 경로를 이용하는 것으로는 나이가 적을수록 온라인을 통한 정보 경로 이용이 많았고, 나이가 많을수록 잡지, 서적이나 영상매체를 통한 정보 경로 이용을 많이 추구하는 것으로 나타났다. 또한 외적 이미지를 추구하는 미적 선호는 지성미와 자연미를 선호하는 것으로 나타났다.

넷째, 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들은 외적 이미지를 높이기 위해 중점을 두는 곳은 몸매, 피부 관리로 나타났으며 50대 이상의 연령에는 건강관리로 나타났고, 이들은 뷰티산업의 복합적 서비스를 원하는 것으로 나타났다.

다섯째, 외적 이미지를 리드하는 여성들의 외모관리행동에는 메이크업, 의복, 헤어스타일, 네일 아트, 피부 관리, 성형, 건강의 7가지 변인으로 분류되었다. 이들 변인들 중 건강관리 방법은 운동이 34.3%(145명) 가장 높게 나타났으며, 메이크업 연출시 전체적인 얼굴의 균형과 조화가 41.8%(177명)로 가장 높게 나타났다. 의복구매에서 본인과의 조화가 59.8%(253명)로 가장 높게 나타났고, 헤어 샵을 선택하는 데는 주위사람의 추천이 38.3%(162명)로 가장 높게 나타났으며, 네일 관리는 전문 네일 샵에서 받는 것이 43.3%(183명)로 가장 높은 것으로 나타났다. 피부 관리는 자택에서 직접관리가 36.2%(153명)

로 의외로 가장 높게 나타났다. 이러한 이유는 외적 이미지를 리드하는 여성들의 미적 관심도와 연관되어 피부 관리에 대한 정보를 보유하고 있어 자택에서 할 수 있는 일상적인 관리에 충실하다고 보여 진다. 또한 외적 이미지 추구 노력 정도에 따라 성형의 영향을 보면 전체적으로 자신감 부여가 44.4%, 열등감 해소 20.6%로 가장 많은 부분을 자치했다. 건강관리 방법은 운동이 34.3%, 체중관리 30.7%, 건강 보조식품 섭취 16.3%, 식이요법 16.1% 기타 2.5% 순으로 나타났다. 기타의 내용으로는 규칙적인 식사, 긍정적인 사고, 규칙적인 생활 등이 포함되어 있었다.

위의 7가지 변인 중 미적인 외모관리행동과는 다른 부분인 건강과 성형을 제외한 5가지 변인 모두 외적 이미지 추구 시에 가장 중요시 하는 부분은 외적이미지의 전체적인 조화가 44.2%(187명)로 나타났다. 미를 추구하는 데 있어 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성들은 트랜드의 중요성보다 자신의 전체적인 이미지를 중요시하는 것으로 나타났다.

본 연구의 결과와 한계점을 고려하여 후속 연구의 제언하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 연구대상은 주로 수도권과 부산광역시에 집중되어 있어 연구결과를 전국의 외적 이미지를 리드하는 직업을 가진 여성에 일반화시키는 데는 무리가 있다고 할 수 있으며, 연구대상자는 10대에서 60대까지로 넓은 영역이나 연령대별 비율이 고르지 못해 좀 더 포괄적인 연령층을 선정하여야 할 것이다.

둘째, 외모관리행동을 측정하는 데 있어 좀 더 명확하고 구체적인 측면에서 다양한 측정이 이루어져야 할 것이다.

셋째, 미적인 요소만이 강조된 외모관리행동이 좀 더 건강한 외적 이미지 관리를 위한 계속적인 연구가 요구된다.

참 고 문 헌

참 고 저 서

강영미 외 10명(1999) “보건교육” 서울 : 수문사 p7-23

김기연 외 4명(1997) “피부관리학Ⅰ” 서울 : 수문사

Jourad & Secord(1954) “The appraisal of body cathexis : Body cathexis and self” Journal of Psychology Vol, 17, No, 5, pp 343-347

Kepes, Gyorgy(1983) “시각언어” 유한태(역), 서울: 대림서광, p16

참 고 논 문

강혜원(1974) “대학생의 개성과 유행을 중심으로 한 의상행위와 성격 특성과의 관계” 연세대학교, 연세총논

이화순(2002) "화장의 사회. 심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구" 박사학위논문, 경희대학교 대학원

전경란(2001) "여성의 욕구, 자아존중감과 성형 및 의복태도의 관련 연구" 박사학위논문, 성신여자대학교 대학원

정규진(2004) "자기표현과 외모관리 행동 및 신체노출 관련연구" 석사학위논문. 연세대학교 대학원

Bloch, P. H. & Richins, M. L.(1992)“ You look "marvelous": the pursuit of beauty and the marketing concept. Psychology and Marketing” 9,3~15, 심정은(1996) “청소년기의 자의식 및 체중조절 행동과 의복 행동과의 관련 연구” 석사학위논문, 연세대학교 대학원, p.11에서 재인용

Nirtin, M. A.(1987) “The relationship of parental health-promoting lifestyles to school-age children's self-esteem, perceived health status, ealt beliefs, and health behaviors” Doctoral Dissertation, The University of Texas at Austin

Rosenberg, M.(1985) "Self-concept and psychological will-being in adolescence. In R. L, Leady(Ed),The development of the self (pp.203-246). Orlando, Academic Press"

학 술 지

도주연· 권영숙(1992) “Hair style 변화에 의한 얼굴 이미지 요인과 분석” 한국의류학회. 339-346 (8쪽)

오상화(2002) “대중매체 소비가 여대생의 신체변형에 대한 태도 및 행동에 미치는 영향과 그 매개 과정” 한국 심리학회 3(2), 141-160

이인자· 정하신(1988) "의복 선택 요인과 욕구와의 상관성에 관한 연구" 한국의류학회지

최해림(1999) “대학생의 자아존중감, 우울증, 가정적 자아와의 관계” 한국심리학회 : 상담과 심리치료 11(2), 183-197

Franzoi. S. L. & Steohanie, A. S. 1984 : 김선희(2003) “외모에 대한 사회, 문화적 태도와 외모관리 행동에 관한 연구-20대 여성 중심으로 ” 대한가정학회지

ABSTRACT

Research on Female interest in Beauty in order to Follow after their Management Behaviour

Cho, Seul-Gi
Major Make-up. Stylist
Graduate School of Plastic Arts
Sungshin Woman's University

The aims of this project were : 1)firstly, to find out women's, who can lead an external image, satisfaction of external image, interest in beauty and features of appearance management behaviour 2)to understand not only external beauty but also mentality such as self esteem.

Therefore, we can understand features of beauty deeply and guide consumers in their appearance management behaviour effectively by showing them ideal features of beauty.

<Main purposes>

1. Research into female exteranl image, who can guide.
2. Research on female interest in beauty in order to follow after their appearance.
3. Research on female appearance management behaviour.

Data were administered to 423 female such as cabin crews, people in the broadcasting industry, beauty artists, hoteliers and service men living in Seoul and Busan. For the analysis of the data, SPSS11.0 for window program has been activated. This program includes frequency, cross analysis, ANOVA TEST, and related analysis.

The results of this study were as follows;

1) Female, who lead image, their Interest and satisfaction on External image have been high. Also, these results can effect their self esteem and job satisfaction.

2) When it comes to efforts to keep up with their own image regarding their job, age and income, their efforts will be higher as their income is higher.

On the other hand, there is no connection between age and effort. As for the job, hoteliers and cabin crews show more interests and efforts than any other else.

3) Female, who guide image and appearance, show their interests in trend a lot and their interest will be increased when they are older.

Especially, young people use internet search whereas the old prefer magazines, books or medias. They prefer 'beauty enhanced by intellect' and 'natural beauty'.

4) Female, who lead image and appearance, they focus on body, skin care. People over 50 concerned about their health matters and they want mutiful beauty service.

5) Appearance management behaviour can be divided into makeup, hair, nail, skin care, health, plastic operation.

Mostly, they take care of their health via workout (34.3%). As far as make-up is concerned, the balance and harmony on their faces are shown highly(41.8%). When people purchase clothes, one's harmony is the most important matter(59.8%).

Most people would be influenced by recommendation from others when they want to do their hair(38.3%). Also, people often visit professional nail shops(43.3%) and they tend to get people their houses so that they can get home service comfortablely when they want to take care of their skin(36.2%). According to this study, people make an effort of their balance of external image and appearance.

<부 록>

외적이미지를 리드하는 여성들의 외모관리행동에 대한 연구

안녕하십니까?

본 설문지는 외적 이미지를 리드하는 직업군의 여성들을 대상으로 이미지 만족도와 미적 관심도와 미적 표현도의 특징과 관련성을 규명해보고 외모관리행동의 특성을 알아보기 연구입니다.

본 설문지에 대한 응답에는 옳고 그른 것이 없으며, 또한 **완전히 익명으로 처리** 되며, 본 연구 이외의 다른 목적으로는 **절대** 사용되지 않습니다.
또한 질문에 대한 응답 중에 한 문항이라도 빠지면 연구 자료로 활용 될 수 없으므로 빠짐없이 응답하여 주시기 바랍니다.

성신여자대학교 대학원 메이크업 · 스타일리스트학과
지도교수 : 신 지 현 박사
연 구 자 : 조 슬 기

다음은 귀하의 인구 통계학적 특성을 알고자 하는 문항입니다.
해당되는 문항에 솔직하게 응답해 주시면 감사하겠습니다.

1. 귀하의 나이는 어떻게 됩니까?
만_____세

2. 귀하의 결혼 여부는 어디에 해당됩니까?
① 미혼 ② 기혼

3. 귀하의 직업은 다음 중 어디에 해당됩니까?
① 항공인 ② 방송인 ③ 호텔리어
④ 미용업계 ⑤ 기타( )

4. 귀하의 최종학력은 다음 중 어디에 해당됩니까?
① 고등학교 졸업 ② 전문대 및 대학교 졸업 ③ 대학원(석사)대학교 졸업
④ 대학원(박사과정) 이상 ⑤기 타( )

5. 귀하의 한달 평균 소득은 얼마입니까?
① 100~200만원 ② 200~300만원 ③ 300~400만원
④ 400~500만원 ⑤ 500만원 이상

6. 귀하의 신장은 얼마입니까?
① 155cm이하 ② 156~160cm ③ 161~165cm
④ 166~170cm ⑤ 171cm이상

7. 귀하의 체중은 다음 중 어디에 해당됩니까?
①45kg이하 ② 46~50kg ③ 51~55kg
④56~60kg ⑤ 61kg이상

다음 사항은 귀하의 외적이미지와 자아 존중감에 대한 질문입니다. 질문을 읽고 해당번호에 ✔표를 해주시거나 알맞은 말을 적어주십시오.
질문에 해당하는 부분에 솔직하게 응답해 주시면 감사하겠습니다.

8. 귀하는 귀하의 외적 이미지에 만족하십니까?
① 매우 만족한다. ② 만족한다. ③ 보통이다.
④ 만족하지 않는다. ⑤ 전혀 만족하지 않는다.

9. 귀하의 외적인 미를 표현하는데 가장 중요하게 추구하는 미는 다음 중 어디에 해당됩니까?
① 지성미 ② 관능미 ③ 감성미
④ 자연미 ⑤ 기타( )

10. 귀하는 평소 자신의 외적이미지를 추구하기 위해 얼마나 노력하십니까?
① 항상 노력한다. ② 많이 노력한다. ③ 보통이다.
④ 전혀 노력하지 않는다. ⑤ 기타( )

11. 귀하는 외적이미지를 보다 아름답게 추구하기 위해 가장 중점을 두는 것은 어디입니까?
① 건강관리 ② 몸매 · 피부 관리 ③ 자신의 이미지
④ 메이크업 · 헤어스타일 · 네일 관리 ⑤ 기타( )

12. 귀하는 평소 타인의 시선을 느끼십니까?
① 아주 많이 느낀다. ② 많이 느낀다. ③ 조금 느낀다.
④ 느끼지 않는다. ⑤ 전혀 느끼지 않는다.

13. 만일 귀하가 타인에게 시선을 받는다고 느낀다면 그 이유는 다음 중 어디에 해당된다고 생각하십니까?
① 자신감 ② 본인의 직업 영향 ③ 아름다운 외적 이미지
④ 지적 능력 ⑤ 기타( )

14. 귀하는 자신의 외적이미지 추구 시 가장 중요하다고 생각되는 부분은 무엇이라고 생각하십니까?
① 트랜드 ② 개인적 취향 ③ 본인의 직업과 연관성
④ 외적이미지의 전체적 조화 ⑤ 기타( )

15. 귀하가 외적이미지를 아름답게 추구한 후 내면적으로 가장 크게 변화되는 것은 어느 것입니까?
① 자신감의 증대 ② 일의 효율성 증대 ③ 삶의 활력
④ 자아만족 ⑤ 기타 ( )

16. 귀하는 성형에 대해 어떻게 생각하십니까?
① 아주 긍정적으로 생각한다. ② 긍정적으로 생각한다. ③ 보통이다.
④ 부정적으로 생각한다. ⑤ 아주 부정적으로 생각한다.

17. 귀하는 성형이 자신의 외적이미지에 어떠한 영향을 준다고 생각하십니까?
① 열등감 해소 ② 삶의 활력 ③ 자신감 부여
④ 자아만족 ⑤ 기타( )

18. 귀하는 트랜드에 대해 어느 정도 관심을 가지고 있습니까?
① 아주 많다. ② 많다. ③ 보통이다.
④ 조금 있다. ⑤ 전혀 없다.

19. 귀하는 트랜드 정보를 주로 어디에서 얻고 있습니까?
① 영상매체 ② 온라인 ③ 백화점
④ 잡지나 서적 ⑤ 기타( )

20. 귀하는 자신의 직업에 만족하십니까?
① 매우 만족한다. ② 만족한다. ③ 보통이다
④ 만족하지 않는다. ⑤ 전혀 만족하지 않는다.

21. 귀하가 자신의 직업에 만족하신다면 그 이유가 다음 중 어디에 해당된다고 생각합니까?
① 일반인들의 선망의 직업 ② 경제적인 능력 ③ 적성에 맞는 직업
④ 아름다움을 유지할 수 있는 환경 ⑤ 기타( )

다음은 건강과 외적 이미지의 관심도와 표현도를 조사하기 위한 질문입니다.
질문에 해당하는 부분에 솔직하게 응답해 주시면 감사하겠습니다.

22. 귀하는 자신이 건강에 대해 관심이 있습니까?
① 매우 관심 있다. ② 관심 있다. ③ 보통이다.
④ 관심이 적다. ⑤ 특별하게 관심을 가지고 있지 않다.

23. 귀하는 건강을 위해 어떠한 관리를 하십니까?
① 체중관리 ② 식이요법 ③ 운 동
④ 건강 보조식품 섭취 ⑤ 기타( )

24. 귀하는 메이크업 연출 시 가장 중요하게 여기는 것은 다음 중 어디에 해당됩니까?
① 트랜드 ② 본인과의 조화 ③ 직업적 연관
④ 자신의 독특한 개성 ⑤ 기타( )

25. 귀하가 메이크업 연출 시 가장 아름답게 보이고 싶은 곳은 어디입니까?
① 눈 ② 코 ③ 입술
④ 전체적인 얼굴의 균형 및 조화 ⑤ 기타( )

26. 귀하가 메이크업 연출을 위한 화장품 구매 시 주로 이용하는 장소는 어디입니까?
① 백화점 ② 온라인 ③ 면세점
④ 전문화장품 할인점 ⑤ 기타( )

27. 귀하가 외적이미지 관리를 위한 의복 구매 시 가장 중요하게 여기는 부분은 무엇입니까?
① 트랜드 ② 본인과의 조화 ③ 직업적 연관
④ 자신의 독특한 개성 ⑤ 기타( )

28. 귀하가 의복 구매 시 주로 이용하는 장소는 어디입니까?
① 백화점 ② 대형 쇼핑몰 ③ 온라인
④ 보세 옷가게 ⑤ 기타( )

29. 귀하가 헤어스타일 변화 또는 연출 시 가장 중요하게 여기는 부분은 무엇입니까?
① 트랜드 ② 본인과의 조화 ③ 직업적 연관
④ 자신의 독특한 개성 ⑤기타( )

30. 귀하가 헤어 샾을 선택하는 데 가장 큰 영향을 주는 것은 다음 중 어디에 해당됩니까?
① 경제적인 이유 ② 거리 ③주위사람 추천
④ 대중매체 홍보 ⑤ 기타( )

31. 귀하가 네일 아트 및 관리 시 가장 중요하게 여기는 것은 다음 중 어디에 해당됩니까?
① 트랜드 ② 본인과의 조화 ③ 직업적 연관
④ 자신의 독특한 개성 ⑤ 기타( )

32. 네일 아트 및 관리 서비스를 받는 장소는 다음 중 어디에 해당됩니까?
① 전문 네일샾 ② 백화점 및 할인점 ③ 피부관리실 및 미용실
④ 찜질방 ⑤ 기타( )

33. 귀하는 평소 피부 관리 시 이용하는 장소는 어디입니까?
① 전문피부 관리실 ② 피부과 에스테틱 ③ 사우나 및 찜질방
④ 자택에서 직접 관리 ⑤ 기타( )

34. 뷰티 서비스에 원하는 것은 다음 중 어디에 해당됩니까?
① 뷰티산업의 복합적 서비스 ② 체형별 서비스 ③ 최신 유행 서비스
④ 경제적으로 저렴한 서비스 ⑤ 기타( )

※ 바쁘신 시간에 긴 설문을 응하여 주셔서 진심으로 감사드립니다.