

自己效能感에 따른 化粧近接度에 關한 研究

趙 基 予* · 楊 泰 順

*居昌專門大學 皮膚美容科 專任講師, 大邱曉星가톨릭大學校 衣類學科 教授

A Study on the Proximity of Cosmetic to Self by Self-Efficacy

Jo, Ki Yeo* and Yoo, Tai Soon

Full-time Industrial, Dept. of Beauty & Skincare, Keochang Provincial College
Prof., Dept. of Clothing and Textiles, Catholic University of Taegu-Hyosung

Abstract

The purpose of this study was to examine the proximity of cosmetic to self by self-efficacy. The scales used in this study include the scale of Sherer, Mercadante, Maddux, Rrentice-Dunn, Jacobs and Rogers(1982) for general and social self-efficacy, the scale of Ryckman, Roddins, Thorton, and Cantrell(1982) for physical self-efficacy, and the scale developed by the researcher for proximity of cosmetic to self.

The subjects of this study were 885 adult women in Taegu. The data collected were analyzed by using MANOVA, ANOVA, and the Cronbach α reliability was also applied.

The results of this study were summarized as follows:

The persons with high general self-efficacy showed high degrees of joy of change in the sub-factors of proximity of cosmetic to self, while there was no difference in social confidence, skin care, self-satisfaction and instrument of disguise between persons with high general self-efficacy and those with low general self-efficacy. In addition, the persons with high social self-efficacy showed high degree of social confidence, skin care, joy of change, self-satisfaction and instrument of disguise in the sub-factors of proximity of cosmetic to self. And the persons with high physical self-efficacy had high degrees of joy of change and disguise in the sub-factors of proximity of cosmetic to self, while there was no difference in the social confidence, skin care, self-satisfaction between persons with high physical self-efficacy and those with low physical self-efficacy.

I. 서 론

1. 연구문제

인간의 행동을 결정하고 예언해 주는 요인에 대한 설명은 크게 행동의 원인을 유기체 내의 인지적 요인에 두는 이론과 유기체 외의 환경적 요인에 두는 이론으로 발전되어 왔다. 그러나 이 두 가지 과정에서만 인간의 행동을 설명하기는 다소 불충분하다는 점이 지적되어 왔으며, 보다 새로운 관점에서 인간을 이해하고자 하는 시도가 활발하게 진행되어 왔다 (Bandura, 1977).

자기효능감 이론은 이러한 학문적 추세의 일환으로 환경적 요인의 중요성과 더불어 개인 내부의 인지적 요인의 중요성을 강조하고 있으며, 따라서 인간의 행동은 기대, 사고와 신념, 동기유발과 흥미, 심상 및 상징 등의 인지적 요인과 환경적 요인 사이의 상호작용에 의해 변화된다고 할 수 있다 (우희정, 1993).

Bandura (1977)는 자기효능감 기대가 행동을 수행하고 얼마만큼 노력을 기울일 것이며, 또 역경에 직면했을 때 얼마만큼 저항할 것인가를 처음으로 결정하는 것이기 때문에 행동변화에 있어서 가장 강력한 결정요인이 된다고

하였으며, 실제 자기효능감에 대한 지각은 사람들이 추구하는 행위의 방향 뿐만 아니라 그들의 사고 유형과 그들이 경험하는 정서적 반응에 영향을 준다 (Bandura, 1981). 환경과의 상호작용으로 인한 경험은 개인의 효능감 형성에 가장 기본적인 것을 제공한다.

의복작용이나 화장을 하는 것은 자신의 신체에 행하는 행위로써 그 효과를 자신이 직접 확인하기가 어렵기 때문에 일반적으로 사회적 학습을 필요로 하며 사전 준비가 중요하다. 그러기 위해서는 사회적 기준과의 비교나 자신을 어떻게 다른 사람에게 전달할까하는 상황과 관련시킨 목표설정을 필요로 한다 (大坊&神山, 1996). 따라서 화장이나 의복은 단순히 외적인 표현만을 하는 것이 아니라 사회적 표현도구로서 또한 자기 표현의 도구로서 언어를 대신하여 이용되고 있으며, 이러한 표현과정을 통해서 자기효능감이 형성되고 유지되며 변화된다고 볼 수 있다.

현대의 복식문화는 헤어스타일, 액세서리, 화장 등과 함께 토탈패션화 되어 가고 있다. 특히 화장은 복식의 일부분으로서 사회의 전반적인 문화현상을 단적으로 잘 반영하면서 그 시대 의복의 형태와 함께 다양한 미적 요소를 가지고 변천해 왔다. 또한 최근에는 의복보다는 변화가 쉬우며 다양한 자기연출이 가능한 화장에 대한 관심이 높아지고 있다.

인간은 주로 사회적 지위에 따라 자신을 규정하고 인지하는데, 사회적 지위는 그 사회에서 개인이 담당하는 역할 기준 즉, 사회적 기대와 연계되기 때문에 자아평가에 중요한 기준이 되며, 외모단장이나 의복은 착용자의 사회적인 범주를 결정하게 하는 도구로 사용되기도 하며, 사회적 지위가 사회적 평가의 기본 자료가 되기 때문에 자아평가 차원인 자기효능감에 미치는 영향이 크다고 할 수 있다 (우희정, 1993).

따라서 이 연구에서는 사회심리학이나 심리학, 교육학 분야에서 제시된 자기효능감 이론을 도입하여, 성인여성을 대상으로 하여 화장근접도와의 관계를 알아보고, 화장 등의 외모단장이 자기효능감에 어떤 영향을 미치고 있는지를 구체적으로 알아보고자 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

가설 1. 일반적 자기효능감에 따라 화장근접도가 다를 것이다.

가설 2. 사회적 자기효능감에 따라 화장근접도가 다를 것이다.

가설 3. 신체적 자기효능감에 따라 화장근접도가 다를 것이다.

2. 용어정의

이 연구에 사용된 용어들은 선행연구를 바탕으로 연구자가 연구의 목적에 맞도록 다음과 같이 개념적·조작적으로 정의하여 사용하였다.

1) 자기효능감 (self-efficacy)

어떤 결과를 얻고자 하는 일련의 행동과정을 성공적으로 조작하고 수행해 낼 수 있는 개인의 능력에 대한 신념을 가리키는 것으로, 특히 상황에 대한 구체적인 자신감을 말한다.

(1) 일반적 자기효능감 (general self-efficacy)

어떤 행동을 시작하고 끝마칠 때까지 노력을 지속하는데 필요한 의지와 어려운 일에 부딪쳤을 때 필요한 자신감으로 일반적 상황과 관련된 구체적인 자신감을 말한다.

(2) 사회적 자기효능감 (social self-efficacy)

어떤 행동을 시작하고 끝마칠 때까지 노력이 지속되는데 필요한 의지와 어려운 일에 부딪쳤을 때 필요한 자신감으로 사회적 기술과 관련된 구체적인 자신감을 말한다.

(3) 신체적 자기효능감 (physical self-efficacy)

자신의 신체적 능력에 대한 지각과 신체적 자기표현에 대한 확신감을 말한다.

2) 화장근접도 (proximity of cosmetic to self)

화장과 관련된 행동을 할 때, 자기자신에 대해서 어떻게 느끼고 생각하고 있는가에 대한 정도를 나타내는 것으로 자기자신과 화장행동 사이의 심리적으로 친밀한 정도를 말한다.

(1) 사회적 자신감 (social confidence)

화장을 하면 적극적으로 행동을 하게 되거나 화장한 사람이 훨씬 더 능력이 있거나 자신감이 있어 보인다고 생각하는 것을 말한다.

(2) 피부관리 (skin care)

피부관리에 관심이 많고 피부를 보호하거나 피부의 결

점을 감추기 위해 화장을 하는 것을 말한다.

(3) 변화의 즐거움 (joy of change)

화장을 할 때나 화장을 하고 난 후 달라진 자기 모습에 즐거워 하는 것을 말한다.

(4) 자기 충족감 (self-satisfaction)

화장이 마음에 들면 자기도 모르게 표정이 밝아지거나 화장한 얼굴이 더 예쁘다고 생각하는 것을 말한다.

(5) 변신의 도구 (instrument of disguise)

화장을 이미지의 변신이나 의복과 조화시킬 수 있는 중요한 악세사리의 하나라고 생각하는 것을 말한다.

II. 이론적 배경 및 선행연구의 고찰

1. 자기효능감 이론

자기효능감이란 기존의 심리학에 관한 이론 및 연구가 지식의 획득이나 반응의 실행에 주로 관심을 가진 반면, 획득된 지식과 반응수행 사이의 상호관계를 도외시했다는 지적과 함께 이 양자를 연계시키기 위해 Bandura (1977)에 의해 제안된 개념으로서 인간의 행동은 환경적 요인과 인지적 요인의 상호작용에 의해 결정되며 환경적 정보는 직접적으로 행동에 영향을 미친다고 하였다. 즉 인간의 행동을 설명하기 위하여 구상한 자기효능감은 이러한 인지적 매개 과정의 하나로 볼 수 있다.

인식된 자기효능감은 주어진 행위수준을 수행하는 가능성의 판단으로 자기효능감을 알고 있을 때부터 행동으로 옮길 때까지의 변화에서 중요한 역할을 한다고 믿는 것으로써, 행위 자체가 아니라 특별한 상황에서 특별한 행위를 하는 인식된 자기효능감은 환경적인 자극들과 상호작용할 때 사고형태와 감정반응에 영향을 미치며 (Tapler, 1996), 개인 활동의 선택, 배경, 대처능력, 확장된 노력의 정도에 영향을 받아서 자기효능감이 높을수록 더 적극적으로 노력한다 (Schadt, 1996).

자신의 능력에 대한 판단은 사고패턴과 정서반응에도 영향을 준다. 스스로 무능력하다고 생각하는 사람들은 실제 이상으로 개인적인 결함에 집착하고 잠재적인 곤란을 상상하기 때문에 스트레스가 유발되고 수행이 방해를 받으며, 과제에 적절한 주의를 기울이지 못하지만, 자기 효능감이 높은 사람은 장면의 요구에 적절한 주의와 노력을 기울이며 장애에 직면했을 때, 그것을 극복하기 위

해 더 많은 노력을 기울이는 경향이 있다 (Bandura, 1983, 1982). 사람은 효능판단을 할 때 지각된 능력, 과제의 난이도, 노력의 정도, 외부도움의 정도, 성공 또는 실패의 패턴 등 여러 가지 단서를 고려한다 (Schunk, 1984).

Bandura(1977)에 의하면 사람들은 자신의 능력을 상회한다고 생각하는 활동을 회피하는 반면 적절하게 대응할 수 있다고 믿는 활동을 선택하는 경향이 있다. 즉 자기 효능감이 낮은 사람들은 어떤 과제를 회피하는데 비해 자기효능감이 높은 사람들은 그 과제를 보다 열심히 수행하려고 하는 경향이 있다.

자기효능감과 유사한 개념으로는 자아개념이나 자아존중, 지각된 능력 등을 들 수 있다. 우선 이 개념들은 인간의 행동에 영향을 미치는 내적 요인으로써 자기자신에 대한 주관적인 개념을 의미하며 환경을 선택적으로 지각하고 경험을 해석하며 행동의 방향을 결정해 준다는 입장을 취하고 있다는 점에서 자기효능감과 유사한 관점으로 해석될 수 있다. 특히 지각된 능력은 성취행동의 조직과 규제에 매우 중요한 역할을 하며, 성취동기를 유발시키는 요인으로 간주되고 있는데 이러한 입장은 자기효능감의 기능과 상당히 유사하다고 본다 (우희정, 1993).

먼저 다차원적인 개념으로 한 개인이 자기에게 부여하는 자기 평가와 관련된 모든 특성들의 구조를 정의되는 자아개념은 대부분이 전반적인 자기 이미지에 관여된 것으로써 전반적인 자아개념은 다른 활동이나, 같은 활동의 다른 수준, 또는 환경에 따라 변화되는 인지의 복잡성을 올바르게 나타내지 못한다. 즉, 혼합된 자아 이미지는 수행과 어느 정도 상관이 있지만 수행자의 내적 타당성을 정확히 예언하는 개념은 되지 못한다고 볼 때 자아개념과 자기효능감은 차이가 난다고 볼 수 있다 (Bandura, 1986).

한편 자아존중은 자기 가치에 대한 평가, 즉 자신의 속성을 얼마나 가치 있게 여기며 자신의 행동이 개인의 가치 기준과 얼마나 잘 일치하느냐에 달려 있는 반면 (Sherer 외, 1982), 자기효능감은 자기 능력의 판단 또는 기대에 관한 것이다. 즉 자기 가치에 대한 판단과 자기 능력에 대한 판단이라는 점에서 차이가 있다고 할 수 있다.

마지막으로 지각된 능력과의 차이점은 자기효능감이란 특정한 행동을 수행할 수 있는 능력에 대한 개인의 판단

이므로 개인의 성취 장면에서 자신의 능력에 대해 가지는 기대라고 할 수 있다. 따라서 그것은 고정된 행위도 아니며 단순히 무엇을 해야 하는가를 아는 것이 아니라 인지적, 사회적, 행동적 하위 기능들을 종합적인 행동 코스로 조직하는 생성 능력이라는 점에서 현재의 능력에 대한 단순한 지각수준을 의미하는 지각된 능력과의 차이를 찾아 볼 수 있다 (Bandura, 1982). 즉 자기효능감은 능력에 대한 기대이므로 능력에 대한 지각보다 오히려 행동 변화에 더 강력하게 영향을 미친다고 볼 수 있다. 왜냐하면 어떤 일을 할 수 있을 것이라는 기대는 더 많은 노력을 하게 하고 이에 따라 행동도 바뀔것이기 때문이다(Bandura, 1981). 이외에도 이 두 개념을 측정하는 도구의 문항에서도 차이가 있는데, 지각된 능력은 현재 자신의 능력에 대한 지각을 묻는 반면, 자기효능감은 자신이 어떤 행동을 할 수 있겠는지에 대한 기대, 즉 효능기대를 묻는 문항으로 구성되어 있다 (우희정, 1993).

2. 화장의 심리적 효용

고대 이집트의 여성이 뜨거운 태양으로부터 피부를 보호하기 위해 황토를 얼굴에 바르고, 벌레가 눈에 들어가는 것을 방지하기 위해 눈 주위를 검은색으로 칠했었다는 사실에서도 알 수 있듯이, 화장의 첫 번째 효용은 생리학적인 건강을 유지하기 위한 것이었다. 또한 제를 올리는 무용수의 화장에서 볼 수 있듯이 종교적인 목적으로 화장을 하는 것도 간과해서는 안될 화장의 효용 중의 하나이다 (春山, 1992). 그러나 현대 문명사회의 여성에 있어서 화장은 생리적 효용이나 종교적 목적 그 이상으로 심리적인 효용을 가지는 행위라고 생각된다.

사회심리학적 관점에서 보면, 화장은 비언어적 의사전달수단의 하나이다. 다른 사람과 상호작용을 할 때에, 그 사람의 외모나 얼굴모양, 표정은 대화의 내용이나 몸짓, 행위 이상으로 그 사람을 상대방에게 전달하는 도구가 될 것이다 (김인자, 1996; 神山 외, 1996; 大防, 1995, 1993a). 화장을 하는 것은 이러한 커뮤니케이션을 원활하게 그리고 효과적으로 행하기 위한 하나의 수단이라고 볼 수 있다 (Theberge & Kernaleguen, 1979). 따라서 화장은 자신을 보다 자기답게 나타내주는 얼굴을 중심으로 행해지는 인상관리 방법, 의도적인 표출법이라고 할 수 있다. 화장은 자신의 신체에 행하는 행위로써 그 효과를

자신이 직접 확인하기는 힘들기 때문에 일반적으로 사회적 학습을 필요로 하며 사전 준비가 중요하다. 그러기 위해서는 사회적 기준과의 비교, 자신을 어떻게 다른 사람에게 전달할까 하는 상황과 관련시킨 목표설정이 문제가 된다. 따라서 사람들은 화장에 관심이 있어도 재빨리 실천하는 것은 망설여지게 된다.

화장을 하는 여성은 맨 얼굴의 자신과는 다른 자기를 표현함으로써, 자기를 적극적으로 주장하고 보다 활발한 대인행동을 할 것이다. 또한 이러한 활발한 대인행동이 그 여성에게 자신감이나 자기 충족감을 부여하는 파급적 효과도 생각할 수 있다 (余語, 1995; 松井 외, 1983). 따라서 화장을 하면 자신의 결점을 커버하고 자신감을 얻을 수 있으며, 다른 사람에 대해서는 그 관계에 따른 역할로서 작용하여 관계의 강화와 사회적 승인을 얻고 만족해 한다.

화장에 대한 적극성은 자신의 강한 정도나 대인적 관계에 있어서 안정성을 나타내며, 화장을 하면 덜 긴장하며, 적극적인 화장은 개성을 중시하는 경향을 반영 것이다. 더욱기 화장도는 자기 현시성과 같이 타인과의 관계로 고려할 수 있는 기술과도 강하게 결합되어 있다는 것을 나타내고 있다. 이렇게 화장에는 관심과 수행행동과의 이중성이 있음을 잘 파악함으로써 화장의 의미는 보다 적절히 파악할 수 있을 것이다 (大坊, 1991).

3. 자기효능감과 화장근접도

Bandura(1977)는 효능기대는 인간이 특정 목적에 유효하다고 생각되는 행동을 시작하고, 그리고 장애를 극복하면서 일의 완성을 위해 노력을 지속하는 정도에 영향을 미친다고 생각한다. 적정한 수준의 자신감을 가진 사람은 문제 상황을 두려워하거나 회피하지 않고 적극적으로 도전하고 끈기있게 노력함으로써 자신의 능력을 신장 시켜 나가며 이러한 능력을 바탕으로 더욱 높은 수준의 자기효능감을 형성하게 되어 계속적인 성장을 하게 된다. 그러나 허경철(1991)은 낮은 자기효능감을 가진 사람은 자신에 대한 부정적인 평가로 인하여 시도하면 성공할 문제상황도 회피하게 되고, 조금 더 노력하면 성공할 수 있는 일도 중간에서 포기함으로써 성공적인 경험이나 발전적인 경험을 갖지 못한다고 하였다.

환경과의 상호 작용으로 인한 경험은 사람들의 효능감

형성에 많은 영향을 미친다. 인간은 독립적인 유기체라 기 보다는 사회생활을 하면서 여러 가지 주위환경과의 사회적 상호작용을 하게 되는데, 이때 화장이나 의복은 단순히 외적인 표현만을 하는 것이 아니라 사회적 표현 도구로서, 또한 자기표현의 도구로서 언어를 대신하여 이용될 수도 있다. 이러한 표현과정을 통한 경험에 의해 자기효능감이 형성되고 유지되며 변화된다고 볼 수 있다. 한 개인의 소유물은 그의 자아와 관련이 있으며, 사람들은 다른 사람들에게 자신의 모습을 나타내 보일 때 자신이 기대하는 대로 보이도록 하기 위하여 의복, 화장품, 액세사리, 소품 등을 사용하기도 한다.

화장의 이용도가 높은 사람은 과제 수행에 성공한 경우의 원인을 줄이나 운 등의 외적요인에서 찾는 경우가 적다 (大坊 & 神山, 1996). 화장으로 자신의 외모를 매력적으로 만들어서 성공한 것이라면 그것은 자신의 능력과 노력에 의한 것이라고 생각한다. 매력적인 외모가 자기에게 유익한 사회적 효과를 가져온다고 판단하면 화장의 사용을 높이고 반대로 매력적인 화장을 한 것이 부적당하다고 판단되면 화장의 사용을 감소시키는 것처럼 상황에 따라 화장을 조절하는 것이다. 즉 화장의 이용방법은 개인의 인상관리의 목표나 신체적 외모를 관리함으로써 사회적 효과를 제어하는 능력에 대한 개인의 신념에 좌우된다 (Cash 외, 1985). 이러한 측면은 사회적 매너의 실천에 필요한 사회적 스킬이라는 관점으로 화장행위를 보는 大坊(1990)의 견해와 관련이 있다고 할 수 있다.

화장을 자주하는 여대생과 그렇지 않은 여대생을 비교해 보면, 자주 하는 쪽이 더욱 여성답고, 성역할관은 어느 정도 자유로우며 성공 경험의 원인에 대해서는 자기 자신에게 구하는 (내적 통제) 일이 많다. Cash 등(1985)은 화장품을 자주 사용하는 사람은 비교적 유연하게 사회적인 의미에서의 여성적 역할을 가지고 있으며, 평등한 관점을 가지며, 안정성을 지닌다고 생각할 수 있다. 이것은 인과관계적으로는 특정지울 수 없지만, 적극적으로 화장을 하는 것은 반드시 고정적으로 「보이는」 것만에 비중을 두는 것이 아니라 어쩌면 안정성 있는 자신이 되어서, 타인과의 관계에서도 유연하게 대처할 수 있는 여유가 생기는 것이라고 생각해도 무방할 것이다.

자기애에 대한 확신이 강한 사람은 불일치하는 정보가 들어와도 자기개념에 영향을 주지 않는다. 그러므로 자

기개념에 대한 확신도가 강한 사람은 보통의 화장을 유지하면서도 자기개념을 보강해서 증강하는 화장에 적극적으로 도전할 것이다. 자기개념에 대한 확신도가 낮으면 자기개념을 변경하지 않으면 안된다. 이 경우 긍정적이든 부정적이든 타인에게서 받은 정보에 의해 자기개념을 바꿀 수밖에 없고 그것에 의해 화장법이나 옷차림도 크게 변화할 것이다. 자기개념에의 확신도가 보통인 사람은 비교적 자기확인 작업을 많이 반복하기 때문에 그 것에 수반되어 화장에 관한 정보에 민감하며, 다양한 화장을 시험해 보기 때문에 소유하는 화장품수가 많으며 화장법도 비교적 다양할 것이다 (大坊 & 神山, 1996). 여성들이 화장을 하는 이유 중의 하나는 맨 얼굴과는 다른 자기를 연출하고 싶어서이며, 화장을 하면 자신감이 생기고 적극적으로 자기를 표현하게 된다. 그리고 화장도 가 높은 사람일수록 적극적으로 다양한 화장행동을 취한다 (永尾, 1987; 松井 외, 1983).

화장이나 옷차림은 자기자신을 확인하며 강화시켜 주는 역할을 하는데, 이러한 방법을 이용하여 환자를 치료하는 방법으로 화장요법 (cosmetics therapy)이나 패션요법이 있는데, 이것은 적절한 화장품의 사용을 통해 얼굴을 변화시키거나 유행하는 옷을 입음으로써 개념의 변화, 특히 자아개념의 개선을 꾀하고자 하는 것이다 (神山, 1990; Seraji, 1986).

III. 연구방법

1. 연구 대상

본 연구는 대구시내에 거주하는 만18세에서 만49세까지의 여성을 대상으로 자료를 수집하였다.

연구의 목적을 이해하고 설문조사에 응하여 준 1050명을 대상으로 설문지를 배부하여, 970부가 회수되었으며 회수된 자료 중에서 잘못이 있거나 한 문항이라도 누락된 자료를 제외한 885명을 최종 연구대상으로 하였다.

2. 측정 도구

1) 자기효능감 측정도구 (Self-Efficacy Scale : SES)

일반적 자기효능감, 사회적 자기효능감을 측정하는 도구로는 Sherer 등(1982)이 제작한 도구를, 신체적 자기효능감을 측정하는 도구로는 Ryckman 등(1982)이 제작한

도구를 번안하여서, 연구 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였다. 1996년 9월과 1996년 11월에 1, 2차 예비조사를 실시하여 문화적 차이로 인해 적합하지 않거나 어렵다고 생각되는 문항과, 요인부하량이 낮은 문항을 본 설문지에서는 제외하고, 일반적 자기효능감 요인 17문항, 사회적 자기효능감 요인 7문항, 신체적 자기효능감 요인 7문항 등 총 31문항을 연구에 사용하였다.

일반적 자기효능감, 사회적 자기효능감 측정도구는 일반적 상황이나 사회적 기술과 관련하여 크게 두 가지 요소, 즉 어떤 행동을 시작하고 끝마칠 때까지 노력이 지속되는데 필요한 의지와 어려운 일에 부딪쳤을 때 필요 한 효능감을 측정하도록 되어 있으며, 신체적 자기효능감 측정 도구는 지각된 신체적 능력 요인과 신체적 자기 표현에 대한 확신 요인으로 구성되어 있다.

각 문항은 5점 척도로 측정하였고, 점수가 높을수록 자기효능감이 높은 사람이고, 점수가 낮은 사람은 자기효능감이 낮은 사람을 의미한다. 각 하위요인별로 Cronbach α 신뢰도를 추정한 결과, 일반적 자기효능감 .75, 사회적 자기효능감 .80, 신체적 자기효능감 .73이었다. 또한 자기효능감 측정도구의 신뢰도는 Cronbach $\alpha = .76$ 이었다.

2) 화장근접도 측정도구

(Proximity of Cosmetic to Self Scale : PCMSS)

화장근접도 측정도구는 연구 목적에 맞게 연구자가 개발한 것을 사용하였다.

1차 설문지로 1996년 9월에 여자대학생 200명을 대상

으로 예비조사를 실시하여 적합하지 않다고 생각되는 문항과 요인 부하량이 낮은 문항은 여자대학생 250명을 대상으로 1996년 11월에 실시한 2차 예비조사에서 제외하였으며, 요인 분석한 결과 5개의 하위 요인이 나왔다 (조기여, 유태순, 1997). 5개의 하위 요인으로는 사회적 자신감 요인 5문항, 변화의 즐거움 요인 5문항, 피부관리 요인 5문항, 자기충족감 요인 5문항, 변신의 도구 요인 6문항 등 총 26문항으로 구성되어 있다. 각 문항은 5점 척도로 측정하였고 점수가 높을수록 화장근접도가 높은 것을 의미한다.

각 하위요인별로 Cronbach α 신뢰도를 추정한 결과, 사회적 자신감 .94, 변화의 즐거움 .89, 피부관리 .82, 자기충족감 .88, 변신의 도구 .92로 나타났으며, 화장근접도 측정 도구의 신뢰도는 Cronbach $\alpha = .89$ 로 높게 나타났다.

3. 자료분석

자료의 통계처리는 SPSS PC+를 사용하였으며, 자기효능감의 각 하위요인에 따라 화장근접도 각 하위요인의 평균 및 표준편차를 산출하였다. 자기효능감이 높거나 낮은 그룹의 중간에 위치한 중성적 경향을 띤 그룹은 이 연구의 통계에서 제외시켰다. 자기효능감의 각 하위요인에 따라 화장근접도가 다를 것인가를 알아보기 위해 단변인변량분석(MANOVA)을 실시하였으며, 통계적으로 유의하게 나타난 단변인변량분석결과를 구체적으로 알아보기 위하여 화장근접도 각 하위요인별로 단변인변량분석(ANOVA)을 실시하였다.

〈표 1〉 자기효능감에 따른 화장근접도 하위요인의 평균 및 표준편차

화 장 근 접 도		자기효능감					
		일반적		사회적		신체적	
		저	고	저	고	저	고
사회적 자신감	평균	15.42	15.91	15.20	16.03	15.54	15.78
	표준편차	3.58	3.74	3.44	3.81	3.69	3.66
피부 관리	평균	16.51	16.14	16.04	16.51	16.47	16.16
	표준편차	2.87	2.94	2.87	2.87	2.88	2.88
변화의 즐거움	평균	17.01	17.52	16.87	17.55	17.08	17.41
	표준편차	2.90	2.78	2.74	2.87	2.90	2.76
자기 충족감	평균	17.64	17.79	17.30	17.98	17.62	17.73
	표준편차	3.00	2.95	2.98	2.92	3.03	2.91
변신의 도구	평균	20.09	20.26	19.52	20.65	20.01	20.28
	표준편차	3.35	3.51	3.31	3.41	3.44	3.38

IV. 결과 및 고찰

자기효능감에 따른 화장근접도 하위요인의 평균 및 표준편차는 〈표 1〉과 같다.

1. 일반적 자기효능감

일반적 자기효능감에 따라 화장근접도가 다를 것인지 를 알아보기 위해 다변인변량분석을 실시한 결과는 〈표 2〉와 같다.

〈표 2〉 일반적 자기효능감에 따른 화장근접도의 다변인변량분석결과 요약표

Test Name	Value	Approx. F	Hypoth. DF	Error DF	Sig. of F
Pillai's	.026	4.57*	5.00	838.00	.000
Hotellings	.027	4.57*	5.00	838.00	.000
Wilks	.973	4.57*	5.00	838.00	.000
Roys	.026				

*p<.05

〈표 2〉에서 볼 수 있는 바와 같이 일반적 자기효능감의 정도에 따른 화장근접도의 다변인변량분석 통계치가 Wilks Lambda값을 포함하여 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 통계적으로 유의하게 나타난 다변인변량 분석결과를 구체적으로 알아보기 위해 각 화장근접도의 하위요인별로 단변인변량분석을 실시한 결과는 〈표 3〉과 같다.

〈표 3〉 일반적 자기효능감에 따른 화장근접도의 단변인변량분석결과 요약표

Variable	Hypoth. SS	Error SS	Hypoth. MS	Error MS	F	Sig. of F
사회적 자신감	50.98	11342.99	50.98	13.47	3.78	.052
피부 관리	30.13	7116.58	30.13	8.45	3.56	.059
변화의 즐거움	55.27	6794.50	55.27	8.06	6.84*	.009
자기 충족감	4.05	7446.98	4.05	8.84	.45	.498
변신의 도구	6.18	9958.34	6.18	11.82	.52	.470

*p<.05

〈표 3〉에 나타나 있는 바와 같이 변화의 즐거움 ($F=6.84$, $p<.05$)에서는 통계적으로 유의한 차이가 있는

것으로 나타났으나, 사회적 자신감 ($F=3.78$, $p>.05$), 피부 관리 ($F=3.56$, $p>.05$), 자기 충족감 ($F=.45$, $p>.05$) 그리고 변신의 도구 ($F=.52$, $p>.05$)에서는 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 즉 일반적 자기효능감이 높은 사람이 낮은 사람보다 화장을 할 때나 하고 난 후 변화된 자기모습을 보며 더 많이 즐거워한다고 할 수 있다.

2. 사회적 자기효능감

사회적 자기효능감에 따라 화장근접도가 다를 것인지 를 알아보기 위해 다변인변량분석을 실시한 결과는 〈표 4〉와 같다.

〈표 4〉 사회적 자기효능감에 따른 화장근접도의 다변인변량분석결과 요약표

Test Name	Value	Approx. F	Hypoth. DF	Error DF	Sig. of F
Pillai's	.028	5.14*	5.00	875.00	.000
Hotellings	.029	5.14*	5.00	875.00	.000
Wilks	.971	5.14*	5.00	875.00	.000
Roys	.028				

*p<.05

〈표 4〉에서 볼 수 있는 바와 같이 사회적 자기효능감의 정도에 따른 화장근접도의 다변인변량분석 통계치가 Wilks Lambda값을 포함하여 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 통계적으로 유의하게 나타난 다변인변량 분석결과를 구체적으로 알아보기 위해 각 화장근접도의 하위요인별로 단변인변량분석을 실시한 결과는 〈표 5〉와 같다.

〈표 5〉에 나타나 있는 바와 같이 사회적 자신감 ($F=$

〈표 5〉 사회적 자기효능감에 따른 화장근접도의 단변인변량분석결과 요약표

Variable	Hypoth. SS	Error SS	Hypoth. MS	Error MS	F	Sig. of F
사회적 자신감	152.32	11753.87	152.32	13.37	11.39*	.001
피부 관리	48.81	7277.20	48.81	8.27	5.89*	.015
변화의 즐거움	101.32	6963.18	101.32	7.92	12.79*	.000
자기 충족감	99.96	7667.40	99.96	8.72	11.46*	.001
변신의 도구	276.34	9974.72	276.34	11.34	24.35*	.000

*p<.05

11.39, $p<.05$), 피부관리 ($F=5.89$, $p<.05$), 변화의 즐거움 ($F=12.79$, $p<.05$), 자기 충족감 ($F=11.46$, $p<.05$) 그리고 변신의 도구 ($F=24.35$, $p<.05$)에서 모두 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 사회적 자기효능감이 높은 사람이 낮은 사람보다 화장을 하면 더욱 더 적극적으로 행동하게 되거나 화장한 사람이 더 자신감이 있어 보인다고 생각하고 있으며, 松井 등(1985)의 연구에서도 메이컵 화장을 한 사람은 가정밖에서 능동적으로 활동하며, 또한 적극적으로 행동을 있다고 하였다. 또한, 피부관리에도 더 관심이 많으며 또한 화장을 하고 난 후 달라진 자기모습에 더 많이 즐거워하는 것으로 나타났다. 그리고 화장한 자기모습이 더 예쁘다고 느끼며 화장이 이미지의 변신에 더 많은 도움을 준다고 생각하고 있는 것이 밝혀졌다. 이는 Theberge와 Kernaleguen(1979), 大坊(1993b) 등의 연구결과와도 일치한다. Theberge와 Kernaleguen은 화장을 하는 것은 커뮤니케이션을 원활하게 그리고 효과적으로 행하기 위한 하나의 수단이라고 보았으며, 大坊은 화장에 대한 관심은 공적 자기 의식의 정도를 반영하며, 화장을 하는 것은 타인으로부터의 평가에 대한 염려 등 자신이 주위에 어떻게 보이는가와 관련이 있다고 하였다. 岩男 등(1985a)도 화장에 의해 대인적 적극성이 증가한다고 하였으며 杉山 등(1996)은 공적 자기 의식이 높은 사람일수록 T.P.O에 맞추어서 화장을 한다고 하였다.

3. 신체적 자기효능감

신체적 자기효능감에 따라 화장근접도가 다를 것인지를 알아보기 위해 다변인변량분석을 실시한 결과는 〈표 6〉과 같다.

〈표 6〉에서 볼 수 있는 바와 같이 신체적 자기효능감의 정도에 따른 화장근접도의 다변인변량분석 통계치가

〈표 6〉 신체적 자기효능감에 따른 화장근접도의 다변인변량분석결과 요약표

Test Name	Value	Approx. F	Hypothesis DF	Error DF	Sig. of F
Pillai's	.021	3.77*	5.00	875.00	.002
Hotellings	.022	3.77*	5.00	875.00	.002
Wilks	.979	3.77*	5.00	875.00	.002
Roy's	.021				

* $p<.05$

Wilks Lambda값을 포함하여 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 통계적으로 유의하게 나타난 다변인변량분석결과를 구체적으로 알아보기 위해 각 화장근접도의 하위요인별로 단변인변량분석을 실시한 결과는 〈표 7〉과 같다

〈표 7〉 신체적 자기효능감에 따른 화장근접도의 단변인변량분석결과요약표

Variable	Hypothesis SS	Error SS	Hypothesis MS	Error MS	F	Sig. of F
사회적 자신감	39.97	11866.22	39.97	13.50	2.96	.086
피부 관리	3.20	7322.82	3.20	8.33	.38	.535
변화의 즐거움	49.90	7014.61	49.90	7.98	6.25*	.023
자기 충족감	4.49	7762.88	4.49	8.83	.51	.476
변신의 도구	77.46	10173.60	77.46	11.57	6.69*	.010

* $p<.05$

〈표 7〉에 나타나 있는 바와 같이 변화의 즐거움 ($F=6.25$, $p<.05$)과 변신의 도구 ($F=6.69$, $p<.05$)에서는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나, 사회적 자신감 ($F=2.96$, $p>.05$), 피부관리 ($F=.38$, $p>.05$), 자기 충족감 ($F=.51$, $p>.05$)에 있어서는 차이가 없는 것으로 나타났다. 즉 신체적 자기효능감이 높은 사람이 낮은 사람보다 화장을 할 때나 하고 난 후 변화하는 자기모습에 더 많이 즐거워하며, 화장을 이미지의 변신이나 외복과 조화시킬 수 있는 중요한 악세서리의 하나라고 생각하는 정도가 더 크다고 할 수 있다. 이것은 화장을 하면 기분이 좋아져서 얼굴표정에도 그것이 나타나 화장행동과 얼굴표정사이에는 유기적인 상호관계가 있다고 한 余語(1995)의 주장과 일치한다고 생각된다.

V. 결 론

본 연구결과의 통계처리에 대한 고찰을 통해 내린 결론은 다음과 같다.

첫째, 일반적 자기효능감이 높은 사람일수록 화장근접도의 하위요인 중 변화의 즐거움이 높고, 사회적 자신감, 피부관리, 자기 충족감, 변신의 도구는 높은 사람과 낮은 사람사이에는 차이가 없다.

둘째, 사회적 자기효능감이 높은 사람일수록 화장근접도의 하위요인 중 사회적 자신감, 피부관리, 변화의 즐거움, 자기 충족감, 변신의 도구가 높다.

셋째, 신체적 자기효능감이 높은 사람일수록 화장근접도의 하위요인 중 변화의 즐거움, 변신의 도구가 높고, 사회적 자신감, 피부관리, 자기 충족감은 높은 사람과 낮은 사람사이에는 차이가 없다.

그러나 표본의 집단을 성인여성으로 하였기 때문에 이 연구의 결과를 청소년기에 있는 여성이나 노년기의 여성에게까지 일반화시키기에는 신중해야 할 것이다.

참 고 문 헌

1. 김인자 역(Alder R.B), 인간관계와 자기표현, 중앙적성출판부, 1996.
2. 우희정, 가정환경과 아동의 자기-효능감간의 인과모형 탐색, 전남대학교대학원 박사학위논문, 1993.
3. 조기아, 유태순, 자기효능감, 화장근접도, 의복근접도와의 상관관계, 한국복식학회지, 제32호, 183~200, 1997.
4. 허경철, Bandura의 자아효능감 발달 이론과 자주성 함양을 위한 교수-학습방법, 한국교육, 18, 67~84, 1991.
5. Bandura, A., Social Foundations of Thought and Action : A Social Cognitive Theory. New Jersey: Prentice-Hall, 1986.
6. Bandura, A., Self-Evaluative and Self-Efficacy Mechanisms Governing the Motivational Effects of Goal Systems, Journal of Personality and Social Psychology, 45, 1017~1028, 1983.
7. Bandura, A., Self-Efficacy Mechanism in Human Agency, American Psychologist, 37(2), 122~147, 1982.
8. Bandura, A., & Schunk, D. H., Cultivating Competence, Self-Efficacy, and Intrinsic Interest through Proximal Self-motivation, Journal of Personality and Social Psychology, 41, 586~598, 1981.
9. Bandura, A., Self-Efficacy, Toward a Unifying Theory of Behavioral Change, Psychological Review, 84, 191~125, 1977.
10. Cash, T., Rissi, J. & Chapman, R. Not Just Another Pretty Face: Sex Roles, Locus of Control, and Cosmetic Use. Personality and Social Psychology Bulletin, 11, 246~257, 1985.
11. Ryckman, R.M., Robbins, M.A., Thornton, B. & Cantrell, P., Development and Validation of a Physical Self-Efficacy Scale, Journal of Personality and Social Psychology, 42(5), 891~900, 1982.
12. Schadt, D.O., The Effects of Career Counseling On the Psychosocial Well -Being, Career Decision-Making Self-Efficacy, and Self-Esteem of Midlife Women, Unpublished Doctoral Dissertation, The University of Memphis, 1996.
13. Schunk, D.H., Self-Efficacy Perspective on Achievement Behavior, Educational Psychologist, 19, 48~58, 1984.
14. Seraji, M.D., "Psychocosmetic" Treatment of Depression : A Comparative Study, Unpublished Doctoral Dissertation, Union Graduate School Cincinnati, 1986.
15. herer, M., Maddux, J.E., Mercanante, B., Prentice-dunn, S., Jacobs, B., & Rogers, R.W., The Self-Efficacy Scale: Construction and Validation, Psychological Reports, 51, 663~671, 1982.
16. Tapler, D.A., The Relationship Between Health Value, Self-Efficacy, Health Benefits, Health Barriers, and Health Beahvior, Unpublished Doctoral Dissertation, Texas Woman's University, 1996.
17. Theberge, L. & Kernaleguen, A., Importance of Cosmetics Related to Aspects of the Self, Perceptual and Motor Skills, 48, 827~830, 1979.
18. 大坊郁夫, 神山進, 被服と化粧の社會心理學, 北大路書房, 1996.
19. 大坊郁夫, 顔と魅力, 日本纖維製品消費科學誌, 36(1), 661~666, 1995.
20. 大坊郁夫, 魅力の心理學-化粧, 美のコミュニケーション(2), 化粧文化, 28, 114~128, 1993a.
21. 大坊郁夫, 小西啓史, 化粧行動スタイルと 社會的スキル, 日本應用心理學 第60回 大會發表論文集, 270~271, 1993b.
22. 大坊郁夫, 外見印象管理と社會的 スキル, 日本グル-ブダイナミックス學會第39回會大發表論文集, 11 5~116, 1991.
23. 大坊郁夫, 社會的スキルとしてのマナ-行動, 化粧文化, 22, 30~40, 1990.
24. 杉山眞理, 小林武雄, 女子大學生・母親・女子社員間の化粧の心理的效果, 日本纖維機械學會誌, 19(8), 205~211, 1996.
25. 松井豊, 岩男壽美子, 菅原健介, 化粧の心理的效用(V)-生きがい・充實感との關係から-, 日本社會心理學會 第26回大會發展論文集, 104~105, 1985.
26. 松井豊, 山本美理子, 岩男壽美子, 化粧の心理的效用, マ-ケティング・リサ-チ, 21号, 30~41, 1983.
27. 神山進, 苗村久惠馬, 杉一重, 裝いの情報傳達內容に関する研究, 日本纖維製品消費科學誌, 37(4), 184~194, 1996.
28. 神山進, 衣服と裝身の心理學, 關西衣生活研究會, 1990.
29. 岩男壽美子, 松井豊, 化粧の 心理的效用(III) -化粧後の心理的變化-, 日本社會心理學會 第25回大會 發展論文集, 12 8~129, 1985a.
30. 余語莫夫, 感情の傳染現象ならびに化粧の心理的效用をめぐって, 日本纖維製品消費科學誌, 36(9), 561~ 566, 1995.
31. 永尾松夫, 女性における化粧意識, 化粧文化, 8, 133~144, 1987.
32. 春山行末, 化粧: おしゃれの文化史1, 平凡社, 1992.