

# 자아존중감, 외모관심도와 의복태도 및 화장도에 관한 연구

문 혜 경\* · 유 태 순<sup>+</sup>

대구가톨릭대학교 패션산업학전공 박사\* · 대구가톨릭대학교 패션산업학전공 교수<sup>+</sup>

## A Study of the Self-Esteem, Degree of Apperance Concern, Clothing Attitude and Make-up

Hey-Kyoung Moon\* · Tai-Soon Yoo<sup>+</sup>

Doctoral Course, Major of Fashion Industry, Catholic University of Daegu\*

Professor, Major of Fashion Industry, Catholic University of Daegu<sup>+</sup>

(2003. 2. 19 투고)

### ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the relationship among self-esteem, degree of appearance concern, clothing attitude and make-up to serve as a basis for the development of more differentiated marketing program for clothing and cosmetics industries that takes the delicate psychological characteristics of women into account.

The subjects of this study were 936 adult woman from the age of 20 to the age of 40 living in Daegu.

The data were analyzed by using MAVOVA, ANOVA, frequency analysis, the analysis of confidence coefficient and the Cronbach's  $\alpha$  were also applied.

The result of this study were summarized as follows:

1. The group with a high degree of self-esteem was found out to pursue fashion and interest more than the group with a low degree of self-esteem. The group with a low degree of self-esteem was found out to have higher conformity than the group with a high degree of self-esteem. It was found out that the group with a high degree of self-esteem shows a higher degree of make-up than the group with a low degree of self-esteem.

2. The group with a high degree of appearance concern was found out to pursue fashion and interest more than the group with a low degree of appearance concern. It was found out that the group with a low degree of appearance concern shows a higher conformity than the group with a high degree of appearance concern. The group with a high degree of appearance concern shows a higher degree of makeup than the group with a low degree of appearance concern.

Key words: self-esteem(자아존중감), degree of appearance concern(외모관심도),  
clothing attitude(의복태도), degree of make-up(화장도)

## I. 서론

급격하게 변화하는 사회구조와 경제성장으로 여성들의 대인접촉이 활발해지고 직업의 전문화가 가속화됨에 따라 자신의 이미지를 표현할 기회가 많아지고 외모에 대한 관심도 높아졌다. 외모는 대인 상호작용에서 대화 내용이나 몸짓이상으로 개인을 상대방에게 전달하는 중요한 도구가 되었다. 그러므로 의복뿐만 아니라 화장을 함으로써 자기 수용감이나 자기존중에 기여하여, 열등감 및 우울과 같은 부정적 인식에서 자신감을 높이고 긍정적 방향으로 기분의 변화가 이루어져 자기 향상의 중요한 원동력이 된다.

개인의 신체적 자아 및 자아존중감은 개인의 의복태도에 영향을 미쳐 신체만족도 및 자아존중감의 양상에 따라 의복태도가 달라진다.<sup>1)</sup> 우리 자신과 의복의 관계를 이해하는데 생각하지 않으면 안 되는 것은 신체적 자기가 가지는 사회 심리적 의미이다. 신체는 자기에게나 타인으로부터 직접 보이고 접촉되는 사회적인 대상이기도 하므로 여성들의 심리와 의복태도는 그들의 신체만족도와 자아존중감에 영향을 주는 것을 알 수 있다.<sup>2)</sup> 그러므로 여성들의 외모에 대한 관심은 자아의식을 더 자극하며 신체에 만족하는 여성은 심리적 안정감과 신체 이미지를 더 많이 인식함을 알 수 있다.

여성들은 자신의 능력을 발휘하고자 더 많은 노력을 기울이고 있으며 이렇게 자신을 나타내고자 하는 욕구가 강할수록 의복태도나 화장의 중요성도 높아지고 있다. 그래서 여성들이 의복을 선택하여 착용하게 되거나 화장으로서 자신을 표현하는데 이들의 내면적인 상태는 많은 영향을 미치게 될 것이다.

여성들에게 있어서 개인의 자아존중감은 신체 이미지나 자신의 외모평가와 상관이 있으며, 이러한 자아존중감은 미적 이상형을 지속적으로 따르기

위해 끊임없이 모방하려는 심리를 가지고 있어 요인에 따라 의복태도와 단정한 옷차림에 영향을 미친다.<sup>3)</sup>

따라서 의복과 화장은 여성들에게 외적인 매력을 향상시킴으로써 타인과의 관계에서나 자신에게도 만족을 줄 수 있다고 본다.

重松 등<sup>4)</sup>은 얼굴의 사소한 부분이라도 화장을 함으로써 심리적 안정과 사회적 적극성을 누린다고 하였다. 이렇듯 문화 발달에 비례해서 미의 개념이 모든 여성에게 일반화되어감에 따라 신체 내적인 건강뿐만 아니라 신체 외적인 건강과 아름다움에 대한 기대와 욕구가 강해지고 있다.

의복에 관한 심리적 특성의 선행연구 중 자아존중감과 의복에 관한 상관연구는 Lennon 등<sup>5)</sup>과 김순구와 박정순<sup>6)</sup>, 김순구와 윤학자<sup>7)</sup>의 연구 등을 들 수 있다. 외모관심도와 의복과의 상관연구로 이은실<sup>8)</sup>의 연구 등이 있다.

화장과 관련된 선행연구는 화장품의 구매행동<sup>9)</sup>, 화장마케팅전략<sup>10)</sup> 등의 연구와 화장의 심리적 접근의 연구<sup>11),12),13),14)</sup>가 있다.

여성들에게 있어서 가장 밀접한 의복과 화장에 대한 연구는 현대사회에서 인간의 삶을 생각해보는 유익한 방법이라고 생각된다. 특히 여성은 신체적 매력으로부터 자신감을 얻으며, 날씬한 몸매 및 신체외모를 강조하는 경향이 있다. 그러므로 신체적 매력을 증가시킬 수 있는 화장이나 의복의 변화를 통해 인간의 심리적 상태를 조절할 수 있을 것이라 기대된다.

따라서 본 연구는 성인여성을 대상으로 자아존중감, 외모관심도와 의복 및 화장도와와의 관계를 알아봄으로써 여성의 세부적인 심리특성을 이용한 여성복산업과 화장품산업에 자료를 제공하여 여성들의 적합한 욕구를 충족시켜줄 수 있는 차별적 마케팅으로 판매 촉진에 영향을 줄 수 있을 것으로 기대된다. 더불어 여성 소비자의 태도와 행동에 심

리적 부담감을 줄여주어 그들의 의식이나, 선호하는 정보를 알고 사람들과의 부조화를 줄여주는 방향으로 변화를 줄 수 있으리라 생각된다.

## II. 이론적 배경

### 1. 자아존중감

자아개념 이론가들은 용어 사용의 혼란을 막기 위해 총합적 자기를 자아개념(self-concept), 자기에 대한 특정 측면을 자기이미지(self-image), 자기에 대한 개인이 지니는 느낌을 자아존중감(self-esteem)으로 구별하여 사용하였다. 자아존중감은 개인의 자기가치와 자기 수용정도를 포함한 자신에 대한 느낌으로서 자기개념들과 연합된 개인의 가치와 능력에 대한 자기평가로서 긍정적인 태도라 정의할 수 있다.<sup>15)</sup> 여기에서 자기평가라는 것은 실제의 자기와 이상적인 자기와의 비교, 개인에 대한 타인의 평가, 성공 혹은 실패자로서 자기 자신을 평가하는 것이라고 할 수 있다. 또한 자아존중감이란 자기 자신에 대한 부정적 또는 긍정적인 평가와 관련된 것으로서 자기수용과 자기존경을 나타내는 것이라 할 수 있다. 자아존중감은 이렇듯 자아의 가치에 대한 느낌을 포함하는 것으로 자신의 자아존중에 영향을 주게 된다. 즉, 전반적으로 자아존중감이 낮은 사람은 자기거부, 자기불만이 원인이 되어 부정적인 감정으로 표출되지만, 자아존중감이 높은 사람은 자신을 존경하며 가치있는 존재로 생각하고 자기발전과 증진을 기대하며 자신을 좋아하는 느낌으로 표출하게 된다. 그러므로 자아존중감은 신체집착, 의복에 대한 관심과도 관련된다.

자아존중감과 의복에 관한 고에란과 심은정의 연구<sup>16)</sup>에서는 여고생의 경우 자아존중감이 유행행동과 자기위주의 의복착용에 음의 영향을 미쳤으며, 자아존중감이 높은 여대생은 유행관심, 자기위주의 의복착용, 의복 과시성, 유행성 의복에 양의 영향을, 동조성의복에는 음의 영향을 나타낸다고

하였다. 자아존중감이 높을 수록 외모에 관심이 많고 다른 사람보다 빠른 시기에 의복을 채택하여 자기다움을 표출하고 싶어함과 동시에 새로운 스타일을 중시한다고 볼 수 있다. 따라서 자아개념이 긍정적일수록 의복동조성은 낮고, 부정적일수록 의복의 동조성은 높으며, 자아존중감이 높을수록 자신을 유능하고 가치있게 여기므로 의복의 동조성에 의존할 필요가 없다고 느끼게 된다. Ford와 Drake<sup>17)</sup>의 연구에서 자아존중감이 높은 여대생은 자신의 신체에 대한 평가도 높았으며, 의복실험을 즐기며, 의복 흥미가 높고, 원하는 의복을 위해 쓸 돈이 충분하다는 느낌이나 옷을 멋있게 조합해서 착용할 수 있어 의복에서도 자신감이 높다고 하였다. 김순구와 박정순의 성인남녀를 대상으로 한 연구<sup>18)</sup>에서 자아존중감이 높은 사람은 의복 관리성이 높고 의복의 동조성과 심리적 의존성은 낮아지게 됨을 알 수 있다.

화장은 자기 자신을 확인시켜줄 뿐만 아니라 강화시켜주는 역할을 하므로 화장요법을 통한 적절한 화장품의 사용은 여성들의 얼굴을 변화시켜줌으로서 자신에 대한 자아개념을 보다 높이게 되었다고 하였다. 또한 사람들의 심적 건강유지와 치료에 도움을 주기 위해 화장요법을 실시한 결과 여성들은 정돈된 옷차림에 신경을 쓰게 되었지만 무엇보다도 자아존중감의 회복과 자기상의 개선에 크게 기여했다는 결과를 가져다 주었다.<sup>19)</sup>

특히 얼굴 등 눈에 띄는 부분에 피부질환을 가지고 있는 환자는 자신에 대한 평가의 저하나 고립감과 피로움을 느끼는 경우를 볼 수 있다. 이들에게 심리적 치료의 일환으로 커버화장이 행해졌고 장기간에 걸쳐 실시한 결과 자아존중감을 높이는 데 성과가 있었다.<sup>20)</sup>

宇山 등<sup>21)</sup>은 여성에게 화장을 실시한 결과 화장 전에 비해 화장 후에는 기분의 변화, 불안상태의 감소, 자신감이 증가했다고 하였으며, 余語 등<sup>22)</sup>은 화장의 가장 큰 심리적 효과는 무엇보다도 화장한 본인의 자신감이나 만족감을 들 수 있다고 하였다.

## 2. 외모 관심도

개인의 외모는 지각자에 의해 어떤 이미지화가 이루어지게 된다. 이미지란 대상으로부터 지각된 모든 정보가 인간의 마음속에서 정보처리를 거쳐 재구성된 하나의 상(像)으로, 지각대상의 다양한 속성에 대한 평가자의 분류방식과 구성방식에 기초를 두고 있으며, 자기외모이미지는 신체와 관련한 여러 요소들에 대한 평가 결과를 반영하는 심상이라고 할 수 있다. 외모이미지는 흔히 비언어적 커뮤니케이션 또는 신체언어라고 불리며 의미 전달을 위해 몸짓, 의복, 장신구 등이 사용되어진다. 외모는 대인지각에 중요한 영향을 미치는 것 중의 하나이고, 의복은 신체적 외모를 돋보이게 하는 중요요소로서 외모가 아름다웠을 때 다른 특성까지 좋게 지각되도록 하는 후광효과를 지녀 외모에 대한 관심을 유발하고, 사회적 적응에 영향을 미치게 된다.

따라서 외모관심도란 외모에 대한 매력을 위해 의복과 화장, 장신구 등 신체장식에 대해 지속적으로 흥미를 가지는 정도를 의미한다. 또한 인체와 더불어 인체에 가해지는 의복이나 악세서리, 화장, 머리스타일 등에 의해 결정되고 수정됨으로서 개인이 자신에 대한 이미지를 표현하고 지각하며 변화시키는 것을 포함한다.<sup>23)</sup> 외모가 개인의 성격이나 개인에 대한 정보를 타인에게 전달하는데 중요한 역할을 하기 때문에 젊은 층일수록 외모에 대한 관심도가 높으며, 자신의 목표 중의 하나가 되어 외모유지를 위해 의복을 선택하게 된다.<sup>24)</sup>

의복과 화장은 한 개인의 외모를 구성하는 중요한 요소이며, 사회적 비교에 의해 외모평가가 이루어진다. 이상적인 모습이 되기 위해 의복이나 화장과 같은 외모행동을 하게 되고, 그런 행동의 결과는 다시 사회 비교 과정을 통해 평가되는 것과 같이 서로 상관관계를 가지고 있으므로 선택한 의복과 화장은 자기 외모를 결정하는 요소로서 실제 외모향상의 수단이 되어 기대하는 외모를 창조하기 위한 의도적인 행동이라고 할 수 있다.

김양진<sup>25)</sup>의 20대 초반과 후반, 40대, 50대는 자신이 이상적인 외모를 얻기 위한 수단으로 의복을

중요하게 생각한다고 하였고, 의복의 과시성과의 관계는 10대와 20대 초반 40대 50대에서 유의적인 양의 상관관계가 나타나 젊은 층과 나이가 많은 층에서 이상적인 외모에 대한 기대가 클수록 눈에 띄는 의복을 입어 다른 사람에게 과시하고 싶은 욕구가 높게 나타났다고 하였다. 유행관심과의 관계는 30대 초반을 제외한 모든 연령층에서 양의 상관관계가 나타나 이상적인 외모이미지가 높을수록 유행에 관심이 더욱 크다고 하였다.

고애란 등<sup>26)</sup>은 중, 고, 대학생의 경우, 외모를 바꾸고 수정하는 행동(화장, 차려입기)을 통하여 매력적으로 자신을 표현할 수 있게 되므로, 외모와 몸매관리에 대한 관심이 높은 사람은 의복에서 개성을 중요시하고 자신의 신체를 돋보이려고 노력하며 의복으로 사회적 인정을 받으려 하고 성적 매력을 나타낼 수 있는 옷을 선호하게 된다고 하였다. 그래서 외모에 관심이 많은 사람이 본인의 개성을 나타내 줄 수 있는 옷, 날씬하고 예쁘게 보일 수 있는 옷을 착용하며, 매력적이며 몸매관리에 신경을 쓰는 사람은 자기 자신의 섹시함을 나타낼 수 있는 옷을 선호하게 된다.<sup>27)</sup>

여성들의 외모에 대한 관심은 '엘리자베스 아덴의 조사에서도 볼 수 있듯이 30대에서 50대의 여성들은 미에 대한 강렬한 욕구를 나타내었다.'<sup>28)</sup> 이처럼 외모에 대한 의식이 강하게 부각되어 화장을 함으로써 노화개선, 미백 등의 효과를 높여 화장품의 중요성이 커지고 있다.

## 3. 의복 태도

Sproles는 의복태도란 의복의 스타일과 같은 특정 대상이나 의복착용과 같은 특정상황에 대해 특정방법으로 행동하려는 기질이라고 하였다. 박혜선과 김화순<sup>29)</sup>은 개인이 의복에 대해서 가지고 있는 전반적이고 지속적인 특성이라 하였다. 뿐만 아니라 자신의 의복이나 타인이 착용한 의복에 대한 관심과 호기심 등을 포함한다.

본 연구에서는 심리적 요인에 가장 많은 영향을 끼칠 것이라 생각되는 의복태도 변인을 유행성, 동조성, 흥미성의 3가지로 한정하였다.

### 1) 유행성

유행성은 유행의 확산과정에서 채택 시기가 상대적으로 빠른 정도나 구매 의사 결정 과정에서 다른 사람들에게 영향을 미치는 정도를 말한다. 그리고 유행 스타일을 타인들보다 먼저 채택하며 특정 시기에 널리 받아들여지고 채택되는 스타일 또는 생활양식이며 하나의 사회적 집합현상으로서 의복 부호에 변화를 주는 것이라 할 수 있다.

20세에서 35세 여성들은 자신을 세련된다고 지각하는 경우, 의복의 유행이나 조화로움에 관심이 많고 의복을 통해 자신의 사회, 경제적 신분을 나타내며, 자기 이미지 중 대담함을 자신의 이미지로 생각하는 경우, 의복의 유행성에 관심이 많다. 또한 자존심 강한 사람은 유행에 있어서도 다른 사람보다 빠른 시기에 받아들이며 유행성의복을 더욱 추구하는 경향이 있다.<sup>30)</sup>

의복의 유행성은 착용자의 외모나 연령 및 신체적 조건과 관련이 있어 같은 의복이라도 젊은 착용자가 착용하였을 때 좀더 최신유행으로 지각된다.<sup>31)</sup>

### 2) 동조성

동조성은 한 사회집단에 의해서 전형적으로 받아들여진 옷차림으로 특정한 집단의 규범에 맞도록 옷을 착용하는 것이다. 또한 사람들이 사회적 상호작용에서 집단이나 다른 사람에게서 받는 심리적 압력 때문에 행하는 행동이며, 비슷한 행동을 하거나 또는 조화되는 방향으로 자신의 행동이나 생각을 바꾸는 것이라고 풀이할 수 있다.

대학생은 사회에서 학생의 규범으로 간주되는 바람직한 복장착용에 동조하려는 태도를 가지게 되어 동조성이 강한 학생일수록 의복규범에 높은 의식을 가지고 더 순응하며, 독특성이 강할수록 의복규범은 중요하게 여기지 않고 개성적이라 할 수 있다. 그래서 정서적으로 불안한 학생은 의복에 대한 관심이 높고 의복의 동조성을 중요시한다. 뿐만 아니라 중년 집단은 연령 증가로 인해 내성적이고 소극적으로 변함에 따라 대학생 집단보다 더 동조하게 된다.

김순구와 박정순<sup>32)</sup>의 성인남녀를 대상으로 한

연구에서 자아존중감이 높은 사람은 의복의 동조성은 낮게 나타난다고 하였다. 특히 남성은 여성보다 일반적 태도에서 더 동조적이고 타인과 같게 보이고 싶은 욕구로 의복을 선택하지만 상황에 따른 동조는 여성이 더 높은 것으로 나타났다. 즉, 여성은 특정상황에서 의복동조를 더 중요시한다고 볼 수 있다.

### 3) 흥미성

흥미성은 개인이 의복 구매에 대해 갖는 흥미나 관심도 또는 중요성의 정도를 나타내는 것으로, 연령층에 따른 의복의 중요성과 관심에 차이를 보이게 되어 기혼에 비해 미혼인 경우, 전문대에 재학 중이거나 졸업한 여성들에게서, 그리고 20대 성인 여성에서 주로 높게 나타나게 된다. 이는 이들이 보다 감성적인 경향이 있고 의복을 착용할 때 자신에게 주는 자신감과 즐거움을 더 중시하기 때문에 자신만의 독특한 스타일을 개성있게 연출하는 자기표현의식이 높아 다양한 사회활동과 자신에 대한 투자의 시간이 많기 때문이다. 이와같이 흥미성이 높으면 정보 탐색량이 많아져 채택하는 정보를 수집하고 방문하는 상점의 수도 많아지게 된다.

또한 흥미성은 자아 개념이 높고, 변화 지향적이며, 부모의 교육과 수입이 높은 사람일수록 의복의 중요성에 영향을 미치게 되므로 흥미성이 높아진다. 20대는 의복전반에 걸쳐 가장 많은 관심을 보이고 있으며 그 다음이 40대와 30대 순으로 의복 흥미성에 관심을 보인다.<sup>33)</sup>

## 4. 화장도

화장도란 평상시 사용하고 있는 기초화장품과 메이크업 화장품의 가짓수를 말한다. 또한 화장도는 화장의 실천에 대해 보유하고 있는 화장품수로 화장에의 적극적인 행동을 나타내는 것이다. 화장에 대한 적극성은 자신의 강한 정도나 대인적 관계에 있어서 안정성을 나타내 화장을 하면 덜 긴장하는 한편 개성을 중시하는 경향을 반영하는 것이다.<sup>34)</sup> 그러므로 화장을 하는 것은 개인의 변신이나

외모관리 그리고 연출동기에서 비롯되고, 자신의 기분을 나타내며 불안의 감소, 자신감의 증대 등의 효용이 있다. 여성의 화장한 얼굴은 자신의 매력성이나 여성적인 느낌을 증가시키기도 하지만 지나칠 경우 도덕성은 낮게 평가된다고 하였듯이 화장은 자기의식이나 기분의 변화라는 본인의 내면성과 밀접한 관련성이 있고 사회적 기술을 포함해 사회적 매너의 하나라고 할 수 있다.<sup>35),36),37)</sup>

화장은 자신의 외모에 결점이 있다고 생각하는 여성에게 있어서 매우 중요하다. 색조화장은 그들의 결점을 감추어 주므로 불안이나 열등감을 어느 정도 해소시켜 주는 역할을 하여 실제 자기를 이상적 자아로 가까이 접근시킴으로써 자기평가를 높여주기 위한 수단으로 이용되는 것이다.<sup>38)</sup> 특히 여대생은 자신의 고민 중 외모가 차지하는 비율이 가장 높으며 색조 화장에 상당한 관심을 가지고 있다. 따라서 색조화장은 여성의 심리세계를 표현하는 기능을 한다. 색은 다양한 상징적인 의미를 지니고 있으며 심리적인 이미지와 결부되어 입술, 볼, 화장, 아이섀도우의 색상이나 농담이 그 사람의 감정이나 심리를 표현할 경우가 많고, 화장을 할 때는 색상으로 자신을 표현하려는 의식이 잠재해 있다.

공유미<sup>39)</sup>는 10-20대 여성의 라이프 스타일에 따른 화장행동에서 유행성집단은 색조화장에 관심이 많고, 집에서라도 화장을 하며 화장품에 관심이 많았다고 하였다. 30대 주부와 직장인은 화장에 가장 신경을 쓰는 집단이지만, 화장하는 시간은 비교적 적은 편이라 하였다. 그러나 40대 주부와 직장인은 화장을 많이 하고, 화장품에 관심도가 높으며, 직장인의 경우가 주부보다 화장에 많은 비용을 투자하고, 전반적으로 화장은 외모를 바꾼다고 인식하여 화장도가 가장 높게 나타났다고 하였다.

## 5. 연구 가설

이상의 이론적 배경과 선행연구의 고찰을 통해서 도출된 본 연구의 가설은 다음과 같다.

- 1) 자기존중감에 따라서 의복태도와 화장도에 차이가 있을 것이다.

- 2) 외모관심도에 따라서 의복태도와 화장도에 차이가 있을 것이다.

## Ⅲ. 연구방법

### 1. 연구대상

본 연구는 2001년 3월 5일부터 2001년 4월 20일 사이에 대구시내에 거주하는 만 20세에서 만 49세까지의 여성을 대상으로 자료를 수집하였다.

연구의 목적을 이해하고 설문에 응해준 1100명을 대상으로 설문지를 배포하여 회수된 것 중 불성실한 설문지를 제외한 936부를 연구에 사용하였다.

연구대상의 인구통계학적 특성은 다음 <표 1>과 같다.

### 2. 측정도구

다음의 측정도구는 1, 2차의 예비조사를 통하여 본 조사에 필요한 설문지를 제작하였으며, 각 도구들은 신뢰도를 검증 받은 것이다.

#### 1) 자아존중감 측정도구(Self-Esteem Scale: SES)

자아존중감을 측정하기 위해 Rosenberg(1965), 이훈진과 원호택(1995) 등이 번안한 것을 사용하여 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 총 11문항으로 구성하였다. 자아존중감의 전체 신뢰도 계수 Cronbach  $\alpha$ 는 .89이다.

#### 2) 외모 관심도 측정도구(Appearance Concern Scale: ACS)

외모에 대한 관심도를 측정하기 위해 양계민(1993)의 외모관심도 척도를 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 총 12문항을 연구에 사용하였다. 외모관심도의 전체 신뢰도 계수 Cronbach  $\alpha$ 는 .80이다.

&lt;표 1&gt; 응답자의 인구통계학적 특성

인구통계적변인	변인의구분	빈도	백분율(%)
연 령	20 대	279	30
	30 대	373	40
	40 대	276	27
결혼여부	미 혼	292	31
	기 혼	640	68
학 령	고졸 이하	260	28
	대재, 전문대졸	314	34
	대졸 이상	362	39
직 업	학 생	189	20
	전업주부	392	42
	전문직	188	20
	기 타	161	24
월평균수입	150만원 이하	178	19
	151~250 만원	346	38
	251~350 만원	162	17
	350만원 이상	222	24
월 평 균 의복구입비	5만원 미만	334	36
	5~10 만원	273	29
	10~20 만원	202	22
월 평 균 화장품구입비	20만원 이상	126	13
	3만원 미만	304	32
	3~4 만원	242	26
	4~6만원 사이	390	42

### 3) 의복태도 측정도구(Clothing Attitude Scale: CAS)

의복태도를 측정하기 위해 이영선(1991), 문선정(1994), 김운정(1992), 변선영(2000)등의 3가지 유형을 기초로 하여 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 총 15개의 문항으로 구성하였다. 의복 태도의 전체 신뢰도 계수 Cronbach  $\alpha$ 는 유행성이 .67, 동조성이 .71, 흥미성이 .88이다.

### 4) 화장도 측정도구(Make-Up Degree Scale: MUDS)

본 연구에서는 사용중인 화장품의 종류와 갯수를 측정하기 위해 연구자가 필요하다고 생각되는 화장품 종류를 예비조사하여 26개 항목으로 제시하였다. 화장도의 전체 신뢰도 계수 Cronbach  $\alpha$ 는 .90이다.

## 3. 자료분석

의복태도와 화장도가 자아존중감, 외모관심도 등 심리적인 특성과 어떤 관계가 있는지 알아보기 위해 자료분석은 SPSS PC<sup>+</sup> 통계프로그램을 사용하여 자아존중감 및 외모관심도에 따라 화장도와 의복태도의 하위요인의 평균 및 표준편차를 산출하였다. 각 하위요인에 따라 의복태도와 화장도가 차이가 있을 것인가를 알아보기 위해 자아존중감, 외모관심도를 독립변인으로 보고, 의복태도와 화장도를 종속변인으로 해서 다변인변량분석을 실시하였으며, 통계적으로 유의하게 나타난 다변인변량분석 결과를 구체적으로 알아보기 위하여 의복태도와 화장도의 각 하위요인별로 단변인변량분석을 하였다.

### IV. 결과 및 논의

#### 1. 자아존중감과 의복태도 및 화장도와의 관계

자아존중감에 따른 의복태도와 화장도의 평균 및 표준편차 결과는 <표 2>과 같다.

<표 2> 자아존중감에 따른 의복태도 및 화장도의 평균 및 표준편차

	의복태도						화장도	
	유행성		동조성		흥미성		저	고
	저 (N=513)	고 (N=423)	저 (N=513)	고 (N=423)	저 (N=513)	고 (N=423)		
평균	10.69	12.94	13.00	10.97	20.45	23.29	42.96	49.84
표준편차	2.95	3.07	3.43	3.59	3.73	3.94	15.11	15.63

자아존중감정도에 따라 의복태도 및 화장도에 차이가 있는지를 알아보기 위해 다변인변량분석을 실시한 결과 <표 3>과 같다.

<표 4>에서 볼 수 있는 바와 같이 유행성(F=130.31, p<.05), 동조성(F=77.96, p<.05), 흥미성(F=126.74, p<.05) 요인 모두에서 자아존중감이 높은 집단과 낮은 집단 간에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 유행성 및 흥미성의 경우에는 자아존중감이 높은 집단이 낮은 집단보다 더 높은 것으로 나타났으나, 동조성의 경우에는

자아존중감이 낮은 집단이 높은 집단에 비해 더 높은 것으로 나타났다.

이는 자아존중감이 높은 여성이 자신에 대한 만

<표 3> 자아존중감에 따른 의복태도 및 화장도의 다변인변량분석 결과 요약표

Test Name	Value	Approx. F	Hypoth. DF	Error DF	Sig. of F
Pillais	.194	55.84*	4.00	931.00	.000
Wilks	.806	55.84*	4.00	931.00	.000
Hotellings	.240	55.84*	4.00	931.00	.000
Roys	.240	55.84*	4.00	931.00	.000

\* p<.05

<표 3>에서 볼 수 있는 바와 같이 Wilks Lambda(F=55.84, p<.05)값을 포함하여 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 각 종속변인별로 자아존중감 간의 차이를 구체적으로 알아보기 위해 단변인변량분석을 실시한 결과 <표 4>과 같다.

족도가 높고, 자신감이 강하며 이상이 높아 유행을 선도하고자 하는 욕구가 강하고, 자기수용정도가 높음으로 타인을 의식하지 않고 의복실험을 즐기므로 흥미성이 높다고 해석되어진다. 따라서 藤原<sup>40)</sup>의 자아존중감이 강한 여성이 외모에 관심이 많

<표 4> 자아존중감에 따른 의복태도 및 화장도의 단변인변량분석 결과 요약표

Variable		Hypoth. SS	Hypoth. MS	F	Sig. of F
의복태도	유행성	1179.37	1179.37	130.31*	.000
	동조성	959.12	959.12	77.96*	.000
	흥미성	1864.08	1864.08	126.74*	.000
화장도		10967.50	10967.50	46.56*	.000

\* p<.05



고, 다른 사람보다 빠른 시기에 의복을 채택하며 자기다움을 표출하고 싶어함과 동시에 새로운 스타일을 중시하므로 유행하는 의복을 다른 사람보다 먼저 착용한다는 주장과 일치한다.

화장도에 있어서도 자아존중감이 높은 집단과 낮은 집단 간에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $F=46.56, p<.05$ ). 즉, 자아존중감이 높은집단이 낮은 집단에 비해 화장도가 더 높은 것으로 나타났다.

이는 자아존중감이 높은 여성이 자신에 대한 만족도가 높고, 자신감이 강하며 이상이 높아 유행을 선도하고자 하는 욕구가 강하기 때문으로 생각하며, 자기수용정도가 높음으로 타인을 의식하지 않고 의복실험을 즐길 것으로 흥미성이 높다고 분석되어진다. 따라서 藤原<sup>41)</sup>의 자아존중감이 강한 여성이 외모에 관심이 많고, 다른 사람보다 빠른 시기에 의복을 채택하며 자기다움을 표출하고 싶어함과 동시에 새로운 스타일을 중시하므로 유행하는

의복을 다른 사람보다 먼저 착용한다는 주장과 일치한다.

따라서 자아존중감이 높고 낮음에 따라 의복태도와 화장도에 차이가 있을 것이라는 가설이 수용되었다.

## 2. 외모관심도와 의복태도 및 화장도와의 관계

외모관심도에 따른 의복태도와 화장도의 평균 및 표준편차 결과는 아래<표 5>와 같다.

외모관심도에 따라 의복태도 및 화장도에 차이가 있는지를 알아보기 위해 다변인변량분석을 실시한 결과는 <표 6>과 같다.

<표 6>에서 볼 수 있는 바와 같이 Wilks Lambda( $F=81.54, p<.05$ )값을 포함하여 모두 통계

<표 5> 외모관심도에 따른 의복태도 및 화장도 평균 및 표준편차

	의복태도						화장도	
	유행성		동조성		흥미성		저 (N=527)	고 (N=409)
	저 (N=527)	고 (N=409)	저 (N=527)	고 (N=409)	저 (N=527)	고 (N=409)		
평균	10.56	13.19	12.09	12.07	20.03	23.93	42.72	50.38
표준편차	2.76	3.12	3.37	3.97	3.36	3.88	14.96	15.63

<표 6> 외모관심도에 따른 의복태도 및 화장도의 다변인변량분석 결과 요약표

Test Name	Value	Approx. F	Hypoth. DF	Error DF	Sig. of F
Pillais	.259	81.54*	4.00	931.00	.000
Wilks	.741	81.54*	4.00	931.00	.000
Hotellings	.350	81.54*	4.00	931.00	.000
Roys	.350	81.54*	4.00	931.00	.000

\* p<.05

<표 7> 외모관심도에 따른 의복태도 및 화장도의 단변인변량분석 결과 요약표

Variable	Hypoth. SS	Hypoth. MS	F	Sig. of F
의복태도	1604.67	1604.67	186.69*	.000
유행성	.11	.11	.01*	.927
동조성	3499.45	3499.45	270.08*	.000
흥미성	13524.75	13524.75	58.09*	.000
화장도				

\* p<.05

적으로 유의한 것으로 나타났다. 각 종속변인별로 외모관심도 간의 차이를 구체적으로 알아보기 위해 단변인변량분석을 실시한 결과는 <표 7>과 같다.

<표 7>에서 볼 수 있는 바와 같이 유행성( $F=186.69$ ,  $p<.05$ ), 흥미성( $F=270.08$ ,  $p<.05$ ) 요인에서는 외모관심도가 높은 집단과 낮은 집단 간에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나 동조성의 경우에는 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다( $F=.01$ ,  $p>.05$ ). 즉, 유행성 및 흥미성의 경우에는 외모관심도가 높은 집단이 낮은 집단보다 더 높은 것으로 나타났으나 동조성의 경우에는 외모관심도가 낮은 집단과 높은 집단 간에 차이가 없는 것으로 나타났다.

이는 자신의 외모에 대한 관심이 높은 여성은 자신을 더욱 매력있게 보이기 위해 유행을 따르고, 새로운 의복을 착용함으로써 유행을 선도하는 것으로 보인다. 그러므로 외모에 관심이 많은 여성은 다른 사람과 자신을 지속적으로 비교하는 경향이 있으므로 의복의 이용으로 기대하는 자기외모를 성취하고자 하며, Buss(1980)<sup>42)</sup>의 여성들의 외모에 대한 관심이 많을수록 유행을 추구한다는 연구결과와 일치한다.

뿐만 아니라 고애란과 김양진<sup>43)</sup>의 외모나 인기가 좋아 남의 부러움을 사는 사람일수록 눈에 띄는 옷을 입어 주의를 끌려고 하거나 자신에 대한 관심, 열중, 중요성이 커진다는 결과와 일치한다고 볼 수 있다.

화장도에 있어서도 외모관심도가 높은 집단과 낮은 집단 간에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다( $F=58.09$ ,  $p<.05$ ). 즉, 외모관심도가 높은 집단이 낮은 집단에 비해 화장도가 더 높은 것으로 나타났다.

외모에 대한 관심이 높은 여성은 얼굴을 꾸미는데도 관심이 많아 화장을 통해 자신의 매력을 높이려고 노력하는 것으로 생각된다. 그러므로 여성들은 외모에 대한 관심이 높을수록 화장도가 높아 화장품의 사용이 증가하고, 외모를 유지하는 방법으로 화장품의 사용과 같은 실천행동을 하게 된다는 Rudd와 Lennon<sup>44)</sup>의 연구결과를 지지하는 결과이다.

따라서 외모관심도가 높고 낮음에 따른 의복태

도와 화장도에 차이가 있을 것이라는 가설이 수용되었다.

## VI. 결론 및 제언

본 연구는 자아존중감, 외모관심도와 의복태도 및 화장도와의 관계를 알아봄으로써 여성의 세부적인 심리특성을 이용한 의류제품 및 화장품산업의 차별적 마케팅 프로그램을 제안하는데 도움이 되는 기초자료를 제시하기 위하여 실시하였다.

연구결과의 통계처리에 대한 고찰을 통해 내린 결론은 다음과 같다.

1. 자아존중감이 높은 집단이 낮은 집단보다 유행성과 흥미성을 더욱 추구하는 것으로 나타났다. 그러나 자아존중감이 낮은 집단이 높은 집단에 비해 동조성이 더 높은 것으로 나타났다. 자아존중감이 높은 집단은 낮은 집단에 비해 화장도가 더욱 높은 것으로 나타났다.
2. 외모관심도가 높은 집단이 낮은 집단보다 유행성과 흥미성을 더욱 추구하는 것으로 나타났다. 그러나 외모관심도가 낮은 집단이 높은 집단에 비해 동조성이 더 높은 것으로 나타났다. 외모관심도가 높은 집단은 낮은 집단에 비해 화장도가 더욱 높은 것으로 나타났다.

논의와 결론을 바탕으로 연령·직업별로 사회적 자기효능감, 자아존중감, 신체만족도, 외모관심도, 스트레스 정도 등의 보다 구체적인 심리적 변인 중 의복태도와 화장도에 가장 영향을 미치는 변인에 대한 비교와 같은 후속연구가 요구되어 진다.

## 참고문헌

- 1) 김순구. 윤학자 (1986). 자아존중감이 의복행동에 미치는 영향 -남녀 고교생을 중심으로-. 한국의류학회지, 10(1), pp. 1-8.

- 2) Rudd, N. A. & Lennon, S. J. (2000). Body Image and Appearance-Management Behaviors In College Women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(3), pp. 152-162.
- 3) Lennon, S. J., Rudd, N. A., Sloan, B. G., & Kim, J. S. (1999). Attitudes toward Gender Roles, Self-Esteem, and Body Image : Application of a Model. *Clothing and Textiles Research Journal*, 17(4), pp. 191-202.
- 4) 重松剛, 宮原幹夫, 片岡俊紀, 昆幸一, 伊崎正勝, 横田篤三 (1982). 患者のリハビリテーションにおける化粧品 の心理學的効果. 日本化粧品科學會誌, 6, pp. 181-187.
- 5) Lennon, S. J., Rudd, N. A., Sloan, B. G., & Kim, J. S. (1999). *op. cit.*, pp. 191-202.
- 6) 김순구, 박정순 (1990). 자아존중과 의복행동간의 상관연구 -성인 남녀를 대상으로-. 한국의류학회지, 14(4), pp. 305-313.
- 7) 김순구, 윤학자 (1986). 앞의 책, pp. 1-8.
- 8) 이은실 (1999). 남성의 심지향 및 심리적 특성에 따른 의복행동과 외모장식에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문. pp. 2-3.
- 9) 김 윤, 황선진 (2000). 자기감시, 위험지각과 광고소구 유형이 화장품 구매 행동에 미치는 영향. 대한가정학회지, 38(6), pp. 59-70.
- 10) 고혜정 (1996). 20대 여성의 외제화장품에 대한 인식 과 피부적합성 비교연구. 한국미용학회지, 2(1), pp. 61-78.
- 11) 김현희 (2001). 여고생의 화장행동과 화장품 구매불 안간의 관계. 대구가톨릭대학교 대학원 석사학위논문. pp. 11-15.
- 12) 柏尾眞津子, 土肥伊都子 (2000). ジェンダー・スキーマの多次元性に關する検討, 性格特性と被服・化粧行動の場合. 日本纖維製品消費科學會誌, 41(11), pp. 884-894.
- 13) 藤本浩 -, 土肥伊都子 (2000). 非對稱化粧の意味を探る. 日本纖維製品消費科學會誌, 41(11), pp. 921-930.
- 14) 조기여 (1997). 자기 효능감, 퍼스널 스페이스, 의복 근접도, 화장근접도와와의 관계. 대구효성가톨릭대학교 대학원 박사학위논문. pp. 22-32.
- 15) Baumeister, R. F. (1994). *Self-esteem. Encyclopedia of Human Behavior*, 4, pp. 83-97.
- 16) 고애란, 심정은 (1997). 청소년기 여학생의 의복행동에 대한 자의식과 신체태도 및 체중조절행동의 영향 연구. 연세대학교 생활과학논문집, 11, pp. 15-29.
- 17) Ford, I. M., & Drake, M. F. (1982). Attitudes toward Clothing, Body and Self : A Comparison of Two Groups. *Home Economics Research Journal*, 11(2), pp. 189-196.
- 18) 김순구, 박정순 (1990). 앞의 책, pp. 305-313.
- 19) Red cross report. (1981). Basic Skin Care and Cosmetics for the Chronically Ill, the Mentally Disturbed and the Aged Infirm : A Service of the British Red Cross Society. *Journal of Dermatological Surgery and Oncology*, 7, pp. 455-499.
- 20) Graham, J. A., & Jouhar, A. J. (1983). The Importance of Cosmetics in Psychology of Appearance. *International Journal of Dermatology*, 22, pp. 153-156.
- 21) 宇山侑男, 鈴木ゆかり, 互恵子 (1990). メーキャップの心理的有用性. 日本化粧品科學會誌, 14(3), pp. 163-168.
- 22) 余語眞夫, 浜治世, 津田兼六, 鈴木ゆかり, 互恵子 (1990). 女性の精神的健康に與える化粧の効用. 日本健康心理學研究, 3, pp. 28-32.
- 23) 이명희, 이은실 (1997). 인구통계적 변인에 따른 노년여성의 외모관심과 자신감에 관한 연구. 한국의류학회지, 21(6), pp. 1072-1081.
- 24) Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (2000). *op. cit.*, pp. 152-162.
- 25) 김양진 (1996). 유행 의복이미지가 개인의 자아개념 과 의복태도에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 박사학위논문. pp. 50-61.
- 26) 고애란, 진병호, 심정은 (2000). 청소년기 여학생의 의복행동에 대한 영향요인 연구 -연령, 지역차이와 심리적 특성 변인들의 상대적 영향력-. 한국의류학회지, 24(4), pp. 475-486.
- 27) 김광경, 이금실, 정미실 (2001). 다차원적 신체이미지가 의복행동에 미치는 영향. 한국의류학회지, 25(2), pp. 358-365.
- 28) 함용헌 (1997. 8. 4). '향노화·고기능성 제품 개발 활기'. 화장품신문, 화장품신문사, 33.
- 29) 박혜선, 김화순 (1998). 의복태도와 의복구매동기의 관계에 대한 연구. 한국의류학회지, 22(7), pp. 872-881.
- 30) 藤原康晴 (1986). 女子大生の被服の關心度と自己概念および自尊感情との關係. 日本家政學會誌, 37, pp. 493-499.
- 31) Lennon, S. J. (1988). Physical Attractiveness, Age and Body Type. *Home Economics Research Journal*, 16(3), pp. 195-204.

- 32) 김순구, 박정순 (1990). 앞의 책, pp. 305-313.
- 33) 박찬부 (1980). 의상형태와 욕구와의 상관연구. 인하대학교 인문과학연구 논문집, 6, pp. 125-151.
- 34) 조기여 (1997). 앞의 책, pp. 22-32.
- 35) 大坊郁夫, 小西啓史 (1993). 化粧行動スタイルと社會的スキル. 日本応用心理學會 第60回大會發表論文集, pp. 270-271.
- 36) 大坊郁夫 (1991). 外見印象管理と社會的スキル. 日本グループ・ダイナミックス學會 第39回大會發表論文集, pp. 115-116.
- 37) 大坊郁夫 (1990). 社會的スキルとしてのマナー行動. 化粧文化, 22, pp. 30-40.
- 38) 김현희 (2001). 앞의 책, pp. 11-15.
- 39) 공유미 (1999). 화장품 구매행동에 관한 연구 -10~20대 여성의 라이프 스타일을 중심으로-. 청주대학교 대학원 석사학위논문. pp. 35-45.
- 40) 藤原康晴 (1986). 앞의 책, pp. 493-499.
- 41) 藤原康晴 (1986). 앞의 책, pp. 493-499.
- 42) Buss, A. H. (1980). *Self-Consciousness and Social Anxiety*. San Francisco : Freeman, W. H.
- 43) 고애란, 김양진 (1996). 청소년의 의복행동에 대한 자아 중심성, 자의식, 신체만족도의 영향 연구. 한국 의류학회지, 20(4), pp. 105-119.
- 44) Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (2000). *op. cit.*, pp. 152-162.