

# 이미지가 경쟁력이다!



김 경 호 박사  
KIMC 김경호 이미지메이킹센터 대표 / 국제문화대학원대학교 교수

## \* 성공하는 사람들의 이미지 메이킹

어떤 사람을 만나면 호감이 가거나 친해지고 싶어지는 반면에, 아무런 이유도 없이 거부감을 느끼거나 부정적인 감정을 주는 사람도 있다. 이러한 감정들은 가까운 이웃에게서 느낄 수도 있고 성공을도 모색해야 하는 고객과의 만남에서도 나타날 수 있다. 그러한 느낌들은 거의가 일반적이고 보편적으로 구별되는 이미지이다.

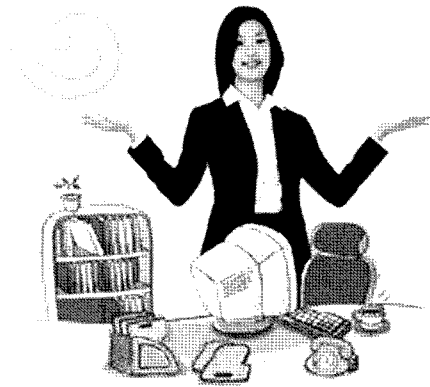


대인관계의 홍수 속에서 만나는 모든 사람들에게 호감과 만족을 준다는 것이 결코 쉬운 일이 아니기 때문에 자신의 이미지를 점검하고 향상시켜 나아가는 일을 게을리 하면 안 된다. 자신의 이미지를 보다 선명하고 바람직하게 연출하는 일은 상대방에게 신뢰감을 높이고 인간관계를 강화시키며 목표달성을 앞당기는 성공의 지름길이라고 할 수 있다. 따라서 이미지 향상을 통한 리더십의 강화야말로 무한경쟁 시대를 살아가는 현대인들에게 필수코스라고 할 수 있다.

이미지(Image)란 마음속에 그려지는 상(象), 심상(心象), 표상(表象), 영상(映像) 등을 뜻하며, 개인의 이미지(personal image)는 그 사람에 대한 독특하고 고유하며 특유한 느낌을 말한다. 이는 어떠한 대상에 관한 경

험에서 생기는 것으로써 개인의 지각을 통해서 의 미 화되고 연상에 의해 형성되고 각인되는 것이다.

자기 이미지(self-image)란 자기 자신에 대하여 가지고 있는 준거체계로써, 자신에 대해 지각하는 모든 것과 인간행동을 결정짓는 태도나 느낌의 총체이다. 이러한 자기 이미지(self-image)는 내적인 이미지(internal image)와 외적인 이미지(external image), 그리고 관계적인 이미지(relational image)로 구분할 수 있다.



내적 이미지(internal image)란 인간의 심리적, 정신적, 정서적인 특성 등이 고유하고 독특하게 형성되어 있는 상태로써, 심성, 생각, 습관, 욕구, 감정 등의 유기적인 결합체를 의미한다. 따라서 내적 이미지는 한 사람의 이미지를 구축하고 형성해 내는 근간이며 본질이 된다.

외적 이미지(external image)란 인간의 외부로 나타나는 종합적인 이미지로써 내적 이미지가 외모(생김새), 언행, 자세, 표정 등의 꾸밈행동을 통하여 외부로 표현되는 현상을 말한다.

관계적인 이미지(relational image)란 대인관계의 상황에 따라 표현되고 적용되는 종합적인 행동을 의미한다.

이러한 세 가지의 이미지가 어떠한 대상과의 만남에서 복합적으로 작용하는데, 그것을 컨트롤하는 것이 이미지 메이킹(Image Making)이다. 이미지 메이킹이란 개인이 추구하고자 하는 목표에 도달하기 위해 자신의 이미지를 통합적으로 관리하는 행위이자 자기향상을 위한 개인의 노력을 통칭하는 것이다.

이미지 메이킹은 다음의 세 가지 차원에서 언급될 수 있다. 첫째, 참자아와 왜곡된 자아의 인식 차이를 축소하거나 제거하는 일이다. 인간이 자신의 참자아를 제대로 인식하지 못하면 자신에 대해 왜곡된 이미지를 품게 되고 스스로를 엉뚱한 사람으로 인식하고 행동하므로 대인관계에 무리가 따르게 된다. 또한 스스로에 대하여 부정적인 이미지를 가지게 되면 그것은 다시 자신이 처한 환경에 부적응하게 만드는 악순환을 반복하게 된다. 따라서 자신에 대한 참자아를 발견하는 일은 직장생활을 하는데 가장 우선되어야 하는 요소이다.

둘째, 주관적 자아와 객관적 자아의 인식 차이를 축소하거나 제거하는 일이다. 자신은 친절하고 성실한 사람이라고 생각하고 있는데 고객은 그렇지 않게 생각하고 있다면 인간관계에 문제가 발생한다. 그것은 자신의 참자아를 제대로 파악하지 못했거나 타인의 오해와 편견에서 비롯되는 현상일 수 있다. 그것은 자신의 진가를 오해 없이 전달하는데 무리가 따르게 되고 서로의 인식 차이가 깊어지는 결과를 초래하므로 반드시 제거해야만 한다.

셋째, 현실적 자아 상태를 이상적 자아 상태로 끌어 올리는 일이다. 자신의 신분과 역할에 어울리는 최상의 이미지를 만들어 최적화된 가치로 브랜드화 해야 한다. 그렇지 못하면 자신의 가치 인정과 바람직한 사회성



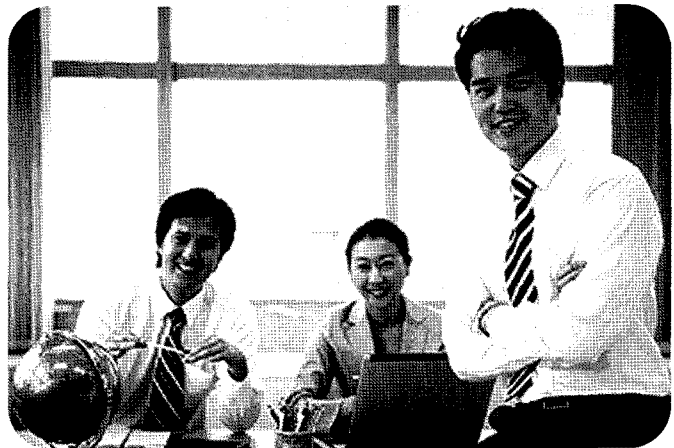
우리가 따르게 되기 때문이다.  
 이미지 메이킹이 중요한 이유는 개인의 인간관계와 밀접한 관련이 있기 때문이다. 더불어 살아가는 인간 사회의 구조 속에서 바람직한 인간관계는 개인의 행복과 삶의 질을 향상시키는 데 직접 기여한다. 이것은 사회 구성원에게 요구되는 능력 중 하나로 곧바로 사회인으로서의 자기성취나 생산성으로 연결된다. 또한 신분과 역할에 따른 여러가지 제한적 실정을 감안할 때, 짧은 시간 내에 가시적 성과를 얻을 수 있는 요소이기도 하다. 개개인에게 이미지 메이킹이 반드시 필요한 이유가 바로 이것이다. 특히, 개인의 이미지는 곧 기업과 국가의 이미지로 연결될 확률이 크므로 개개인의 이미지 메이킹 교육의 필요성이 절실히 요구되는 것이다.

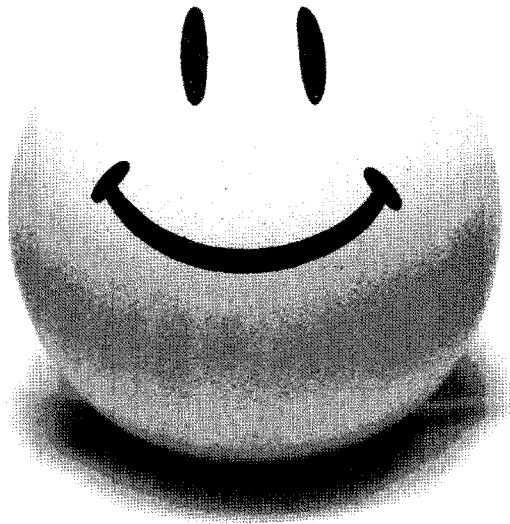
우리는 흔히 대인관계가 좋아야 성공할 수 있다고 말한다. 사실이다. 그러나 대인관계가 좋으려면 관계 이전에 외적으로 나타나는 현상이 좋아야만 한다. 외적인 현상이 엉망이면 대인관계가 꼬일 수밖에 없기 때문이다. 그리고 외적이 현상이 좋으려면 그 사람의 내면적인 본질이 전제되어야만 한다. 인간에게서 나타나는 모든 외적인 현상은 그 사람의 본질로부터 우러나오기 때문이다. 따라서 대인관계가 좋으려면 그 사람의 본질부터 다듬어야 한다. 이것은 세상의 이치이고 대인관계의 근본적인 질서이다.

**\* 밝은 표정이 성공을 부른다**

어느 신문사에서 직장인들을 대상으로 재미있는 조사를 하였다. "다른 사람을 쳐다볼 때가장 먼저 그 사람의 어디를 봅니까?"라는 질문에 80% 정도가 "얼굴부위를 본다"라고 답했다. 강의실에서 직장인들에게 '이성을 쳐다볼 때 맨 먼저 보는 곳'을 물어보면 남자들은 얼굴, 몸매, 가슴, 다리 순으로 대답하였고, 여자들은 얼굴, 체격, 하체길이, 분위기 순으로 대답하였다. 역시 얼굴이 1위였다.

얼굴은 그 사람의 대표기관이다. 누구누구하고 구별할 때의 기준이 얼굴이고 아무개 하면 떠오르는 곳도 얼굴이다. 얼굴은 의사소통의 창구이며 개성이나 성품이 가장 잘 나타나는 곳이다. 그렇기 때문에 사람들은 얼굴을 가꾼다. 마사지도 하고 메이크업도 한다. 예쁜 얼굴을 위해서라면 찢고 깎는 고통쯤은 아무것도 아니다. 그런데 재미있는 사실은 자신을 대표하고, 그렇게 중요한 역할을 하는 자신의 얼굴을 본인은 실제로 볼 수가 없다는 것이다. 거울을 통해서 볼 수 있지 않느냐고 반





# IMAGE MAKING

문을 할 수도 있겠지만, 거울로 보는 얼굴은 좌우가 뒤집힌 얼굴이다. 세상에는 존재하지도 않는 얼굴이다. 거울을 두 개로 비춰보면 각도는 맞겠지만 실물이 아니다. 사진이나 화면을 통해서 보는 얼굴도 각도는 맞지만 실상이 아니다. 그런데, 자신은 볼 수 없는 얼굴을 다른 사람들은 너무나도 쉽게 보고 있다는 사실이다. 나는 못 보는데 다른 사람들은 모두 다 보고 있다면, 내 얼굴은 보는 사람들 곧, 고객을 위해서 존재하고 있는 것이다. 남들이 보고 느끼는 내 얼굴이 진짜 내 얼굴이다. 그렇다면 내가 보아서 만족스럽기 이전에 남들이 보아서 만족스러운 얼굴로 가꾸어 나아가야 한다.

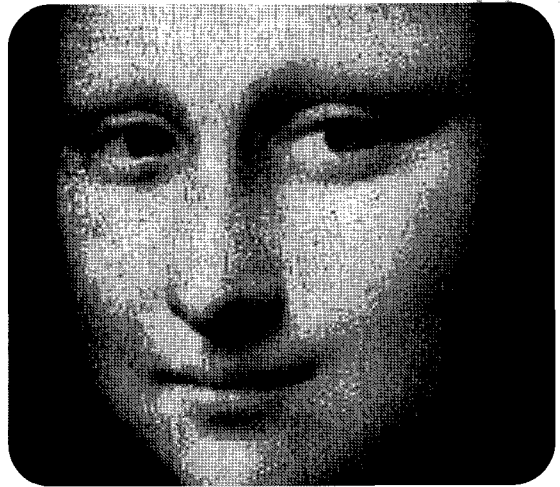
누구에게나 호감 받는 얼굴은 말하니까나 웃는 얼굴이다. 아무리 잘생긴 얼굴도 웃음이 없으면 냉정해 보이고 최고급 화장품으로 멋지게 메이크업을 해도 그 얼굴에 따뜻한 미소가 없다면 분장에 불과하다.

자신이 얼굴이 다른 사람들에게 어떤 느낌을 주고 있는지 궁금하면 엄마 품에 안겨있는 어린아기에게 다가가 보라. 그아기가 방긋 방긋 웃으면 문제가 없지만 자꾸 눈을 피하거나 아예 '으양' 하고 울어버린다면 자신의 얼굴에 심각한 문제가 있다고 생각하면 거의 틀림이 없을 것이다. 아기들은 맑고 순수해서 상대방의 직



체면 따위를 보지 않고 느끼는 그대로 반응하기 때문이다.

멋진 미소하면 대개가 '모나리자의 미소'를 생각한다. 그런데 모나리자의 입을 가리고 눈을 보면 눈이 전혀 웃지를 않는다. 노력하는지 껀려보는지 부릅뜨고 있는지 울고 있는지도무지알 수가 없다. 안륵근이 굳어있는 형태이다. 반대로 눈을 가리고 입을 보았다니 입은 살짝 웃고 있었다. 그러니까 모나리자가 미소는 입만 웃고 있는 애매한 미소인 것이다. 그런데, 모나리자 보다 훨씬 멋진 미소가 있다. 바로 '부네 탈'이다. 눈과 입뿐만 아니라 얼굴 전체가 웃는다. 해부학적으로 보아도 모나리자와는 비교도 할 수 없을 만큼 아름다운 미소로 가득 차 있다. 헐프지도 않고 비굴하거나 천박스럽지 않은 은유하고 다정한 절제된 아름다움이 배어 나오고 있는 것이다. 그야말로 신비스러운 세계 최고의 미소이다.



웃음은 성공하는데 꼭 필요한 요소이다. 중국속담에 '웃을 줄 모르는 사람은 상점을 열지 말라'는 말도 있다. 참으로 옳은 말이다. 웃음은 밑천이 들지 않는 반면에 엄청난 이익을 가져다 준다. 웃음은 생리적으로 적당한 운동량과 같고, 중독성이 없는 천연물핀과도 같으며, 심신양용의 해독제이고 모든 병에 치료의 효과가 있다고 한다. 얼굴표정은 그사람의 마음상태뿐만 아니라 생애 전체가 가장 잘 나타나는 곳이다. 그래서 죽을 상을 하고 들어오는 손님에게는 절대로 대출을 해주지 않는다면 어느 은행 지점장의 말에 공감이가다.

한국 사람의 얼굴을 한마디로 진단하기에는 무리가 있지만, 표정을 만들어 내는 얼굴근육을 살펴보면 어느 정도 원인분석이 가능하다. 약80개의 안면근육 중에서 다른 사람에게 따뜻한 인상을 주는데 활용되는 근육의 수가 20개도 안 되는데 반해, 거부감을 주는데 사용되는 근육의 수는 무려 두 배가 넘는다는 것이다. 더욱 문제가 되는 것은 쉽게 움직일 수 있는 위치에 있는 근육은 별로 좋지 않은 표정을 만드는데 활용되고, 어렵게 움직이는 근육은 좋은 표정을 만드는데 활용된다는 것이 해부학자들의 연구 결과이다. 호감을 주기보다는 거부감을 주기가 훨씬 수월하고 생기 있는 표정보다는 무표정하기가 자연스럽다는 말이 된다. 주변 환경과 여러 가지 여건 속에서 대대로 내려오면서 굳어진 얼굴근육은 우리의 의지와는 상관없이 불리하기 짝이 없는 해부학적인 구조로 발전되어 온 것이다. 그러나 방법은 있다. 좋은 표정을 만드는데 필요한 근육을 강화하기만 하면 된다. 근육의 특성은 운동하면 발달하기 때문이다. 자주 사용하는 근육은 강화되고 안 쓰는 근육은 나약해지기 마련이다. 좋은 인상을 만드는 근육을 찾아내어 부위별로 지속적인 운동을 하면 얼마든지 바꿀 수 있다. 그러니까 조물주는 노력하는 사람에게만 좋은 인상을 허락해 주시는 것이다. 그런데 본인은 자

신의 상태를 알 수가 없다는 것이 문제이다. 전문가의 지도가 필요한 것이다.

특히 유념해야 할 사항은 표정은 분위기를 만들고, 분위기는 다른 사람에게 전이된다는 사실이다. 영향력이 강한 사람이 약한 사람에게 분위기를 전염시키고, 의지가 강한 사람이 약한 사람에게 분위기를 전염시킨다. 자신을 만나는 모든 사람들에게 어떠한 분위기를 전파하느냐는 대인관계에 있어서 헤게모니를 잡느냐, 아니면 잡히느냐의 차이인 것이다. 그것은 바로 이미지를 통한 영향력이고 리더십이다.

사람들은 누구나 성공하기를 원한다. 그렇다면 호감 주는 느낌을 제공해야만 한다. 그 느낌을 가장 쉽게 연출하는 일이 멋진 웃음을 보여주는 일이다. 성공하기를 원한다면 하회탈을 보라. 조상님이 물려주신 멋진 표정과 웃음을 배워라. 그리고 지금 당장 거울 앞에서 아름다운 웃음을 만들어보자. 왜냐하면 웃음이 없는 얼굴에는 어두움이 찾아들기 때문이다.

표정은 그 사람의 마음 밭에서 싹트고 자라나는 것이다. 밝고 좋은 표정을 가지려면 우선 마음 밭을 곱게 일궈야 한다. 그리고 자신이 처한 상황을 보지 말고 희망을 보아야 한다.

지금의 어려움을 동굴 속의 어두움으로 생각하는 사람은 매일 매일 죽을 인상일 것이다. 그러나 잠시 후면 벗어나는 터널 속의 어두움이라고 생각하는 사람은 그래도 표정이 밝고 희망이 보일 것이다. 그래도 안 된다면 묘지를 보라! 살아있다는 것 자체가 가장 즐겁고 행복한 일이기 때문이다.

