

여중고생의 혁신과 또래압력이 색조화장행동에 미치는 영향

남현일

조선대학교 대학원 박사수료
(hlnam@gjtp.or.kr)

송기유

조선대학교 대학원 박사과정
(kieysong@kt.com)

이재의

조선대학교 대학원 박사수료
(osh0478@hanmail.net)

본 연구는 청소년의 특성상 획일적인 유행현상으로 인한 동조소비나 독특한 집단문화의 확산 등을 볼 때 여중고생의 색조화장행동에 있어서도 그들만의 특성을 지닌 영향요소가 있을 것이라고 보고, 이들의 개인적 특성 및 사회적 준거집단에 대한 영향력을 통해 화장행동의 고도화 및 일탈행동으로 이어지는 영향을 검증하였다. 이를 위해 여자 중·고등학교 학생을 대상으로 색조화장을 하는 정도와 동료 간의 영향력을 중심으로 설문조사를 실시하였으며, 수집된 총 297부를 최종분석에 사용하였다.

실증분석 결과, 첫째, 여중고생의 색조화장행동에 있어 사회적 자기효능감은 혁신과 또래압력 수용정도에 모두 정(+)의 영향관계를 나타냈다. 특히 사회적 자기효능감은 또래압력에 부(-) 영향관계를 예측하였으나, 정(+)의 관계를 나타내 또래집단의 특성상 자신에 대한 확신이 높더라도 집단에 동조하는 등의 여중고생의 심리적 특성을 나타냈다. 둘째, 여중고생의 화장에 대한 가시성은 혁신과 또래압력정도에 부(-)의 영향을 나타내 여중고생의 화장에 대한 가시성이 높은 타인의 눈에 쉽게 인식되는 정도이더라도 새로움을 추구하지 않는다는 것을 나타냈다. 또한 가시성은 또래압력을 받기보다는 오히려 또래집단에 영향력을 행사할 수 있음을 나타냈다. 셋째, 여중고생의 화장에 대한 혁신과 또래압력이 화장행동에 모두 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 화장행동에 대한 상대적 영향력은 혁신보다는 동료 압력에 의한 영향력이 더 높게 나타나 여중고생의 화장행동은 또래압력의 영향력이 크다는 것을 시사하고 있다. 넷째, 여중고생의 화장행동의 고도화는 화장만족과 일탈행동에도 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 여중고생의 색조화장행동에 대한 새로운 시각이 필요함을 시사하고 있다.

※ 주제어: 색조화장, 사회적 준거집단, 사회적 자기효능감, 혁신, 또래압력, 가시성, 화장행동의 고도화, 일탈행동

1. 서론

패션에 대한 관심도 과거와 다르게 매우 높아졌다. 최신의 패션에 대한 관심은 의류뿐만 아니라 헤어스타일, 화장, 악세사리, 패션 소품까지도 함께 포함하는 토탈 패션으로 자리잡아가고 있다. 대부분 현대사회는 미디어와 인터넷의 발달로 사람들의

여중고생은 높은 호기심과 민감한 감성을 지니고 있는 과도기적 시기로 최신 유행에 대한 수용이 매우 빠르고 그 확산 또한 급속히 이루어진다(맹영임·구정화, 2003; 심준영·김현희, 2008). 이러한 특성으로 인해 그들만의 강력한 하위집단문화를 형성하여 폭발적인 수요의 창출과 또래의 압력과 동조, 모방심리를 통해 또래집단으로서 소외되지 않으려는 동조소비행동의 특성을 지니고 있다. 이로써 청소년은 화장행동뿐만 아니라 패션스타일과 유행에 동조하면서 그들만의 독특한 소비문화를 만들어가고 있다. 특히 패션소비 행동 중에서도 화장은 그 소비층이 여성만의 전유물이라고 여겨져 왔던 과거와 다르게 이제는 남성뿐만 아니라 중고생들에게까지 확대되어 소비연령층이 낮아지고 있는 추세이다. 화장은 피부노화방지와 피부보호의 건강을 목적으로 하는 것 이외에도 최근에는 자기를 표현하는 하나의 비언어적 의사전달 수단으로 인식되고 있다. 여중고생의 화장에 대한 관심은 다른 소비계층과는 다른 형태를 보이고 있다. 이 시기의 여중고생은 자기모습이나 스타일을 가꾸는데 많은 시간과 노력을 기울이고 자신의 동료들과 같거나 비슷한 인상을 만들지 않으면 또래집단에서 소외된다는 심리적 특성을 지니고 있다(Horn and Gurel, 1981). Constanzo and Shaw(1966)는 또래집단의 영향력과 동조성을 청소년의 특징으로 꼽고 있는데 이들은 음악이나 취미활동, 언어유행, 패션에 이르기까지 또래의 영향을 가장 많이 받는 것으로 보고하고 있다. 이에 여러 기업에서도 이들 특유의 감성을 자극하는 집중적인 마케팅전략을 수립하여 접근하고 있으며, 화장품업계에서도 주니어 화장품 시장을 확대해 가고 있는 추세이다.

이 같이 청소년층의 화장에 대한 소비증대와 그들만의 독특한 소비행동의 특성이 존재함에도 불구하고,

그 동안 여중고생의 화장행동관련 연구는 구매행동 특성과 화장 사용현황, 화장품 브랜드 선호도, 화장의 심리적 효용이나 동기, 라이프스타일을 밝히는 실태조사 측면과 제한적이거나 자아개념을 도입한 심리적 특성을 밝히는 연구가 이루어져왔다(백경진·김미영, 2004; 양미경, 2009; 조규화·전보경, 2000; 패션마케팅, 1999; Cash et al., 1989; Cox and Click, 1986). 그러나 여중고생의 색조화장과 같은 성인형 화장행동들은 일탈로 이어지는 부정적인 측면도 나타날 수 있는데 준거집단이나 또래집단의 영향에 의해 일탈로 이어지는 연구는 수행되지 않았다. 따라서 본 연구는 청소년의 특성상 확실적인 유행현상으로 인한 동조소비나 그들만의 독특한 집단문화의 확산 등을 볼 때 여중고생의 화장행동에 있어서도 그들만의 특성을 지닌 영향요소가 있을 것이라고 보고 이들 선행변수를 밝히고자 한다. 구체적으로 여중고생의 개인적 특성 및 사회적 준거집단에 대한 영향력과 화장행동의 고도화와 일탈행동으로 이어지는 영향을 검증하고자 한다.

그 동안 청소년의 소비행동 관련 연구에서는 화장행동 및 의복행동과 사회적 자기효능감과의 관련성이 높음을 보고하고 있다(송경자·김재숙, 2005; 심준영·김현희, 2008). 그러나 이들 연구에서는 사회적 자기효능감이 높을수록 외모관심과 외모 관리만족 및 화장행동과의 관련성만을 밝히고 있다. 이에 본 연구에서는 여중고생의 화장행동을 밝히기 위한 개인적 특성인 혁신과 사회적 특성인 또래압력을 도입하여 사회적 자기효능감과의 관련성을 밝히고자 한다. 여중고생의 의복행동이나 패션 등은 그들의 문화를 형성하기 때문에 여중고생의 사회적 자기효능감을 통한 혁신 및 또래압력의 실체를 파악하고자 한다. 또한 여중고생의 화장행동을 측정

하는데 적합한 선행변수로서 Fisher and Price (1992)의 준거집단의 가시성을 통해 심층적으로 연구하고자 한다. 여중고생의 색조화장은 가시성이 높은 것으로 타인과의 차별성을 강조하는 것임에도 불구하고, 기존연구에서는 이를 간과하고 있다. 실질적으로 여중고생의 화장행동은 타인에게 자신을 돋보이기 위한 것으로 혁신과 관련성이 높을 것으로 예측되지만, 또래압력과는 상반된 관련성이 추론되기 때문이다. 따라서 본 연구는 준거집단의 가시성과 여중고생의 혁신성 및 또래압력과의 관련성을 실증적으로 밝히고자 한다.

한편, 여중고생의 화장행동은 또래압력과 동조 소비행동 등과 같은 부정적인 측면뿐만 아니라 혁신적인 측면도 매우 클 것이다. 김현희·유태순 (2002)의 여고생을 대상으로 한 화장행동을 연구한 결과, 흥미성요인이 두드러짐을 보고하고 있다. 이는 기성세대들에 비해 새로운 것에 대한 호기심이 많고 다소 위험이 수반되더라도 흥미를 추구한다는 것이다. 이로써 여중고생의 화장행동도 새로운 것에 대한 호기심으로 인해 혁신성과도 관련성이 높을 것으로 보고, 여중고생의 색조화장행동에 대한 긍정적 측면의 혁신성과 부정적인 측면의 또래집단의 압력에 대한 영향정도를 밝히고자 한다.

그 동안 청소년 관련 선행연구에서는 또래압력의 측정을 주로 동조(conformity)행동을 중심으로 측정하였다. 그러나 본 연구에서는 병리심리학분야에서 개발한 척도로서 음주, 흡연 등에 나타나는 사회적 동조현상에서 개발된 척도를 적용하여 화장행동과 관련 척도를 자체 개발하여 측정하고자 한다. 따라서 본 연구는 또래압력을 직접행동영향과 간접행동영향, 상대적 순응지각 차원으로 나누어 볼 수 있다. 먼저 간접행동영향은 동조와 유사한 개념으로 이해할 수 있는 모델링(modeling)과 기술적 규범,

명령적 규범으로 분류하여 볼 수 있는 규범(norms)과 집단이 나보다 특별하게 하고 있다고 생각한다면 순응하게 되는지 그렇지 않으면 집단과 비교하여 빈도나 화장의 정도에 따라 순응하게 되는지, 또한 실제 집단내 친한 또래 3명을 지명하게 하여 각 사람별로 비교하는 척도를 개발하여 측정하고자 한다.

본 연구는 여중생의 색조화장행동과 관련된 일탈행동을 측정하기 위해 극단적 일탈이 아닌 여중고생 수준의 일탈로 측정하고자 한다. 이러한 일탈행동은 일탈행위의사(가출, 호프집 출입 등)와 일탈행동 경험으로 측정하여 여중고생의 색조화장행동이 실제적으로 일탈행동과 관련이 높은지를 밝혀내어 추후 여중고생들의 화장에 대한 새로운 이해를 높이고자 한다.

II. 이론적 배경 및 가설의 설정

2.1 여중고생의 특성과 색조화장행동

청소년 시기에는 용모나 신체변화에 극도로 민감하여 자신의 또래와 비교하여 신체적 성장이 동일하지 못할 때 극도로 심한 갈등과 고민에 휩싸인다(Horn and Gurel, 1981). 이 같은 갈등과 고민을 해소하기 위해 외모에 대한 지나친 관심과 노력을 기울인다. 또한 부모로부터 독립하려고 하나 안정되지 못하고 사회의 압력과 미래에 대한 불안 등으로 스트레스를 많이 받는 시기이다(나병술, 1975). 소비성향도 기성세대의 단순소비, 내구성 소비와는 다르게 문화상품을 중심으로 한 고감각 상품을 선호하는 복합소비, 소모성 소비성향을 보

여주는 특징을 보여준다(맹영임·구정화, 2003). 즉 유행을 따라 움직이는 패션의 흐름을 신속하게 받아들이며 늘 새로운 것을 추구하며 혁신적인 것을 선호하는 등 비합리적인 소비행동을 한다. 또한 타인에게 보여 지는 부분을 매우 중요하게 지각하는 특성을 가지고 있어 화장품을 선택하는데 있어서도 유명브랜드 제품을 선호한다거나 하는 과시적인 소비성향을 가지고 있다(최선행, 2000). 특히 화장은 타인에게 자기를 알리고자 하는 하나의 비언어적 도구의 수단이 될 수 있으며, 자신의 결점을 감추어 주어 또래로부터 열등감이나 불안감을 줄여줄 수도 있기 때문에 자아이미지 형성에 활용하기 쉬운 패션요소로 활용되고 있다(김현희·유태순, 2002). 화장을 통해서 외모를 보완하여 자신감을 얻을 뿐만 아니라 과시적 효과도 증대시킬 수 있다. 따라서 여중고생의 화장행동은 또래집단의 영향으로부터 시작된다고 할 수 있다. 색조화장행동도 하나의 새로운 변화로 수용하여 또래의 압력이나 집단에 대한 멤버로서의 소속감을 느끼고자 동조할 것이다. 일반적으로 화장행동의 관찰을 통해서도 알 수 있듯이 패션잡지를 통해서 화장에 대한 정보나 화장의 방법을 습득하기보다는 가족이나 가장 가까운 친구들을 통해서 습득하는 경우가 많기 때문이다.

2.1.1 여중고생의 사회적 자기효능감과 혁신성 및 또래압력

사회적 자기효능감은 어떤 행동을 시작하고 끝마칠 때까지 노력을 지속하는데 필요한 의지와 어려운 일에 부딪혔을 때 필요한 자신감이다(Sherer et al., 1982). 사회적 자기효능감은 삶 속에서 부딪치게 될 고난이나 역경을 견뎌낼 수 있는 능력이 있다는 자기 자신에 대한 믿음이라고 할 수 있다.

이 같은 사회적 자기효능감은 여중고생들의 화장에 대한 혁신성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. Miller and Cox(1982)는 화장품 사용에 있어서 개인적 차이를 조사한 결과 공적 자아의식이 낮은 여성보다 좀 더 매력적이고 좀 더 많은 화장품을 사용한 것으로 밝혔다. 또한 정옥분(1998)은 자기효능감은 여중고생과 같은 시기에 향상시킬 수 있는 방안을 제시하기도 하였다. 그러나 이러한 시기에 원만한 대인관계형성을 하지 못해 발생하는 심리적 갈등은 결국 부정적 행동을 유발시킨다는 것이다. 자기 효능감이 낮을수록 또래 집단들의 또래압력으로 집단 따돌림을 당하는 피해자가 될 수 있다는 것이다. 그러나 사회적 자기효능감이 높을 경우, 자신의 문제를 보다 정확하게 파악하고, 문제의 원인 파악에 보다 적극적으로 대응하며, 문제해결에 대한 개인의 자신감의 원천으로 인식되고 있다. 이 같이 자신에 대해 긍정적으로 평가하는 중고생들은 아름다운 의복에 대한 선호도가 높고 자신의 외모에 대한 만족이 높음을 선행연구에서 보고하고 있다(심준영·김현희, 2008). 따라서 여중고생의 사회적 자기효능감이 높을수록 자신의 판단과 책임에 따른 독립적인 행동을 하려고 하기 때문에 혁신성과 관련이 높을 것으로 예측된다.

이와는 반대로 사회적 자기효능감이 낮을수록 타인에게 의존하거나 동조하는 등의 행동은 낮아질 것으로 추론된다. 이는 자신에 대한 판단과 확고한 가치관으로 인해 타인의 영향을 받기보다는 오히려 타인에게 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 이로써 여중고생의 화장행동에 대한 사회적 자기효능감은 또래압력에 부(-)의 영향을 미칠 것이라고 추론할 수 있다. 이에 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 여중고생의 사회적 자기효능감은 혁신성에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 여중고생의 사회적 자기효능감은 또래압력에 부(-)²의 영향을 미칠 것이다.

2.1.2 여중고생의 가시성과 혁신성 및 또래압력 사전적 의미에서 가시성은 현상이 인지되는 혹은 주목받는 정도를 의미한다(권인수 외, 2007). 가시성이 높다는 것은 주변사람들에 의해 화장행동이 쉽게 인지됨을 의미한다. 가시성은 소비자의 시각에 영향을 주는 요인은 사용조건, 제품간 관련된 대화의 기대, 그리고 소비자의 사회적인 비교 정보를 획득하기 위한 개인적인 차이를 포함한다(Bearden and Rose, 1990). Fisher and Price(1992)는 지각된 소비 가시성은 초기행동에서 규범적인 결과에 긍정적인 영향을 미친다고 보고하였다. Chao and Schor(1998)는 20대 여대생들을 대상으로 지위구매가 나타나는 소비와 지위구매가 나타나지 않는 소비를 식별하기 위한 연구를 통해 유사한 기능을 가진 여성화장품을 상품별로 가시성 순위를 확인한 결과, 1위가 립스틱, 2위가 마스크라, 3위가 아이세도우 등으로 나타났다. 화장을 하는 학생들이 공공장소에서 타인의 눈에 잘 띄기 위해 이들 색조화장품을 사용한 것으로 보고하였다. 즉 색조화장을 한다는 것은 가시성이 높은 것으로 타인과는 다른 차별성을 강조하기 위한 것임을 알 수 있다. 따라서 여중고생에게 화장에 대한 가시성은 새로운 추구를 가능성을 높게 할 것으로 예측된다.

또한 여중고생의 화장행동에서의 가시성은 이미 자신의 화장이 타인의 눈에 띄는 정도로 다른 친구들과는 차이를 인식하고 있기 때문에 또래압력을 받기보다는 반대로 영향력을 행사할 수 있을 것으로 예측된다. 이에 본 연구는 다음과 같은 가설을 설

정하였다.

가설 3: 여중고생의 가시성은 혁신에 정(+)³의 영향을 미칠 것이다.

가설 4: 여중고생의 가시성은 또래압력에 부(-)⁴의 영향을 미칠 것이다.

2.1.3 여중고생의 혁신성 및 또래압력, 화장행동의 고도화

혁신의 개념은 새로운 어떤 것을 추구하고 초래하는 창조적인 과정으로 묘사할 수 있다. Holt(1983)는 혁신을 새롭고 유용한 어떤 것의 창조와 도입에 대한 인지나 적절한 정보를 이용하는 과정으로 설명하였으며, Knight(1967)는 혁신을 조직과 적절한 환경에 대한 새로운 변화의 수용이라고 정의하였다. Rogers(1983)는 혁신을 수용자의 측면에서 개인적이거나 기타 조직단위에 의해 새롭게 지각되는 아이디어나 관행, 물건이라고 하였다. 이러한 점에서 여중고생의 화장행동도 그들만의 문화 속에서 새로운 형태로 등장하는 제품이나 패션, 취미 등과 동일하게 소비문화의 하나로 자리잡아 가고 있다.

또래압력은 집단의 의사소통이 이루어질 때 집단 구성원은 자신의 집단과 일치하지 않는 의견을 가진 개개인에게 집단의 의사가 정당치 못하다 해도 압력에 의해 자기의 신념을 버리고 집단의 행동에 따라 가는 것이다. Endler(1961)는 집단압력이 있을 때 동조가 증가한다는 연구결과를 보고하였다. Moore and Stephens(1975)는 아동이 청년으로 성장해 감에 따라 소비자 사회화의 동인으로서 부모보다는 또래집단의 영향이 더 크다고 하여 또래 집단의 영향을 강조했다. Moschis and Moore(1978)도 청소년들이 또래집단과 소비문제에 대해 상호작

용을 많이 할수록 제품선호에 대해 학습하게 되며, 제품평가도 동료들의 선호에 따르게 된다고 하여 청소년 소비에 있어 또래집단의 중요성을 강조하고 있다. 이러한 점을 볼 때 또래압력이란 여중고생의 특성상 동료에게 인정받기 위해 화장뿐만 아니라 스포츠나 취미, 오락 등을 포함해서 또래 집단으로부터 영향을 받아 동일한 행동을 하는 것을 의미한다.

Bearden and Rose(1990)는 소비자의 제품에 대한 초기 수용행동이론에 대한 연구에서 소비자의 지각에 영향을 주는 요인은 사용조건이나 제품과 관련된 대화의 기대, 그리고 소비자의 사회적 비교 정보를 획득하기 위한 개인적인 차이를 포함한다고 보고하였다. 결과적으로 준거집단이 개인에게 영향을 미치는 규범이나 정보, 평가의 기준 등은 행동뿐만 아니라 개인의 가치나 태도 등에도 영향을 미친다는 것이다(Pride and Ferrell 1977). Engel and Blackwell(1982)은 이러한 준거집단을 대면교제의 정도나 소속여부의 영향력에 따라 1차집단과 2차집단으로 분류하여 개인에게 영향을 미치는 준거집단의 영향력을 연구하였다. 연구결과, 대부분의 사람들은 자신과 친밀한 관계를 맺고 있거나 동경하는 집단으로부터 영향을 받는다고 하였다. Vener and Hoffer(1965)는 남·여중학생을 대상으로 의복선택에 대한 영향을 조사한 결과, 자신과 가장 가까운 가족이나 친구 유명인, 운동선수 등으로 나타났으며, 모방의 대상은 자신이 속한 동료집단인 것으로 보고하였다.

미디어의 발달로 청소년 문화에서 준거집단의 영향력은 쉽게 확인할 수 있다. 예를 들어 또래 친구와 평상시 좋아하는 영화배우나 취미 등이 동일하지 못하면 따돌림을 시키는 경우가 많다. 또한 이들은 동경하는 가수나 유명배우들을 준거대상으로 삼는 경우가 많으며, 실제로 이들의 모든 것들이

청소년들에게 영향을 미쳐 동일한 패션과 스타일, 심지어 동일한 행동, 언어까지도 동일하게 모방하려는 강한 욕구를 가지고 있다. 이는 Lott et al. (1961)의 연구결과와 같이 집단에 대한 애정이 높을수록 동조의 정도도 커진다는 것이다. 이러한 측면에서 여중고생들은 새로운 집단문화를 형성하지만, 이들의 복합적 심리로 인해 남들보다는 좀 더 새로운 것을 선호하고 이로 인한 상대적 우월감을 갖고자 노력한다. 따라서 본 연구는 여중고생의 혁신성은 화장행동과 긍정적 관련이 있을 것이라고 예측하며, 주변 또래집단의 압력에 의해 화장을 할 가능성이 높다고 본다. 이에 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 5: 여중고생의 혁신성은 화장행동의 고도화에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 6: 여중고생의 또래압력은 화장행동의 고도화에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

2.2 여중고생의 화장행동의 고도화와 화장만족 및 이탈행동

화장은 외모관리행동의 하나로 가장 쉽게 외모를 변화시킬 수 있는 방법으로 타인에게 전달되는 커뮤니케이션의 수단으로 활용되고 있다(Theberge and Kernaleguen, 1979).

Cash et al.(1989)은 자기의식과 화장행위와의 관련성을 연구한 결과, 공적 자기의식이 강한 여성이 상황과 무관하게 화장을 많이 하며 화장정도의 높음은 사회적 불안을 감소시키고 자신의 얼굴에 대한 만족도 증가시킨다고 하였다. 이 후에 많은 연구자들이 화장을 비언어적 의사전달 수단의 하나로 인식하였으며, 다른 사람과 상호 작용할 때 그

사람의 외모나 얼굴모양, 표정은 대화의 내용이나 몸짓, 행위가상으로 상대방에게 자신을 알리는 커뮤니케이션의 도구가 된다고 하였다. 이러한 점에서 화장은 자신감과도 밀접한 연관을 가지고 있다. 화장을 하면 자신감이 생기고 더욱 적극적으로 자기 자신을 표현할 수 있기 때문이다. 그러나 여중고생의 화장행동에는 일반적인 화장행동과는 다른 과정을 통해 이루어지기 때문에 이에 따른 부정적 효과의 일탈행동과 자신의 화장에 만족에 미치는 영향은 다르게 나타날 것이라고 본다.

여중고생의 화장행동은 자신에 대한 자신감 향상으로 화장을 하기 때문에 화장만족과도 밀접한 관련이 있을 것이다. 또래집단에서의 압력이나 동조에 의해 화장을 가능성이 매우 높기 때문에 멤버로서의 집단에 대한 애정과 소속감이 주는 안도로 인해 화장행동은 그 만족도가 높다고 할 수 있다. 임영식과 한상철(2000)은 청소년의 일탈행동 연구결과, 자율적인 학생보다는 동료의 압박에 더 많은 영향을 받는 학생일수록 비행행동을 많이 하는 것으로 나타났다. 이는 동료집단이 자신을 어떻게 생각하느냐에 따라 이 시기의 청소년들은 동료의 생각이나 행동이 준거가 되어 동료와 다른 의견을 가지거나 행동을 할 때 동료에게 거부당할 수 있다는 심리적 불안감 때문에 동조현상이 증가하게 된다고 하였다. 따라서 본 연구는 여중고생들의 화장행동에 대한 지나친 관심은 자신의 화장에 대한 만족에는 긍정적인 영향을 미칠 수 있으나 학업성적 저조나 흡연 및 음주행동 등의 일탈행동과도 연관이 있을 것이라고 본다. 색조화장 행동이 많아진다는 것은 타인에게 보여주기 위한 노력과 활동이 많아짐에 따라 일탈행동의 가능성이 높을 것으로 추론된다. 또래와 어울리는 것은 음주, 흡연, 이성관계, 파괴행위와 같은 불량행위의 개입 가능성이 높으

며, 또래집단의 응집력이 강할수록 타인에 의해서 유해환경에 접근할 가능성이 많기 때문이다(임원선, 2008; Browen et al. 1986). 따라서 여중고생의 화장행동도 또래의 압력이나 동조현상으로 이루어지기 때문에 일탈행동과의 관련성도 간과할 수 없다. 이에 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 7: 여중고생의 화장행동의 고도화는 화장만족에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

가설 8: 여중고생의 화장행동의 고도화는 일탈행동에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

III. 연구방법

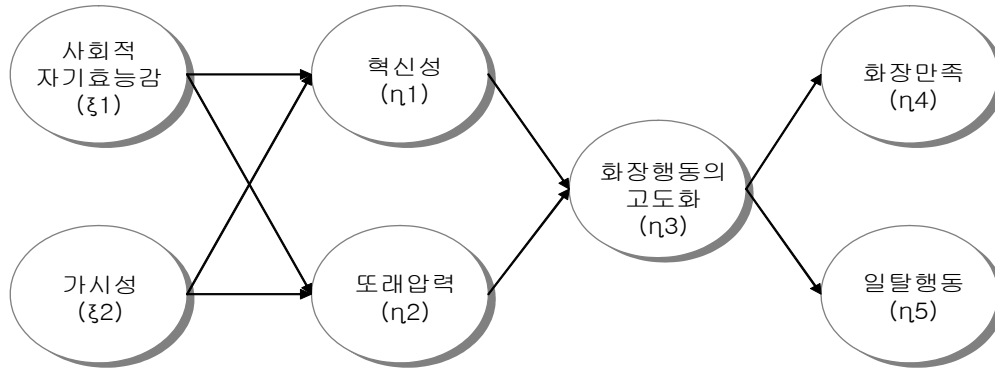
3.1 연구모형의 설계

연구모형은 관련 구성개념으로 여중고생 화장행동의 선행변수로 사회적 자기효능감과 가시성이 혁신과 또래압력에 영향을 미치며 이들은 화장행동의 고도화에 영향을 미치며, 후속하여 화장 만족과 일탈행동에 영향을 미친다는 인과관계의 틀을 나타내고 있다.

3.2 표본의 대상 및 자료의 수집

본 연구의 분석단위는 개인이며 광주광역시와 근교도시에 소재하는 여자 중고등학교를 대상으로 색조화장을 하는 정도와 동료 간의 영향력을 중심으로 방문 설문조사를 실시하였다. 선행연구에 의하면 대부분의 여중고생이 기초화장을 하고 있는 것

〈그림 1〉 연구모형



으로 나타났으며, 색조화장만이 학생간의 차이를 보이고 있는 것으로 보고되어 색조화장행동을 중심으로 조사하였다. 조사대상은 여중생 200명과 인문계 여고생 200명, 그리고 상업계 여고생 200명으로 구성되었다. 조사기간은 약 3주간에 걸쳐 실시하였으며, 조사는 선정된 학교교사와의 사전 약속을 통해 이루어졌다. 설문조사 시 비교적 개인적인 문항을 포함하고 있어 응답자가 느낄 수 있는 익명보장에 대한 불안감을 해소시키기 위해 현장교사를 배석시키지 않고 조사를 진행하였다. 총 600부를 배포하여 540부를 회수하였으나 선행연구의 보고와 달리 여중고생들의 색조화장을 경험하지 않았던 응답자가 243부에 달해 이를 제외하고 297부를 분석에 사용하였다. 분석대상으로 사용된 설문 응답자는 과거에 색조화장을 한 경험이 있거나 현재 색조화장을 하고 있다고 응답한 학생이었다. 분석에 사용한 최종 자료는 총 297부로 이중 여중생 자료 100부와 여고생 자료 197부였다.

3.3 표본의 특성

응답자들의 색조화장행동에 대한 특성을 분석한

결과, 색조화장을 시작한 시기는 고등학교 때부터 시작했다는 응답이 208명으로 나타나 70.1%의 높은 비율을 나타냈으며, 중학교 때부터 시작했다는 응답도 89명(29.9%)으로 나타났다. 이로써 여중고생의 색조화장품을 활용한 화장행동이 고등학교 시기에 이루어짐을 알 수 있다. 색조화장을 가장 먼저 시작한 부분은 피부화장에 사용했다는 응답이 가장 많은 195명(65.7%)으로 나타났으며, 다음으로 입술화장 35명(11.8%), 볼 화장 30명(10.1%), 눈썹화장 20명(6.7%), 눈화장 17명(5.7%)의 순으로 나타났다. 이는 여중고생의 색조화장이 주로 피부화장을 위한 메이크업 베이스 등의 파운데이션 파우더, 콤팩트 계열제품의 사용이 높음을 나타내고 있다. 또한 색조화장을 주로 미팅할 때(102명, 34.3%)와 친구들과 만날 때 한다는 응답(195명, 65.6%)으로 나타나 타인에게 자신의 외모를 더 예쁘게 보이게 하기 위해 색조화장을 한다는 것을 나타냈다.

3.4 변수의 조작적 정의 및 측정

본 연구는 그 동안 선행연구에서 타당도와 신뢰

도가 검증된 척도를 본 연구에 적합하게 수정하였다. 또한 여중고생의 화장행동을 파악하는데 적절하도록 수정하여 사용하였으며, 조작적 정의는 <표 1>과 같다. 변수의 측정은 리커트 5점 척도로 1점은 “전혀 그렇지 않다”, 5점은 “매우 그렇다”로 측정하였다.

사회적 자기효능감은 Sherer et al.(1982)의 연구척도를 사용하여 8개 항목으로 측정하여 요인 분석한 결과, 2개의 자기효능감차원과 심리적효능감차원으로 도출되어 이를 관찰지표로 사용하였다. 가시성은 Fisher and Price(1992)의 연구척도를 사용하여 3개 항목으로 측정하였다. 구체적으로 가까운 친구가 내가 색조화장을 연하게 하더라도 친구들이 알아보는 정도, 가족 및 친지들이 색조화장을 했다는 것을 알아본 정도 등의 항목으로 측정하였으며, 이들 항목 중 상관계수가 낮은 한 개 항목

을 제외한 2개 항목을 최종분석에 사용하였다. 혁신행동은 Clark and Goldsmith(2006)의 연구척도를 사용하여 5개 항목으로 측정하였다. 일반적 호기심, 구매혁신성, 패션혁신성 등의 항목으로 측정하였으며, 이들 항목을 요인분석하여 2개 항목을 제외한 3개 항목을 분석에 사용하였다. 또래압력은 Santor et al.(2000)의 연구척도를 본 연구에 적합하게 수정한 12개 항목으로 측정하였다. 이들 12개 항목을 요인분석하여 3개 차원인 직접또래압력과 간접또래압력 그리고 순응지각의 3개 차원으로 도출되어 관찰지표로 사용하였다. 화장행동의 고도화는 김현희·유태순(2002)의 연구척도를 사용하여 측정하였으며, 색조화장의 다양한 사용화장품에 따른 색조화장 방식을 나타내고 있는데 얼굴 화장, 눈화장, 손톱화장 행동 등의 16개 항목으로 측정하였다. 이들 16개 항목을 요인분석하여 3개

<표 1> 변수의 조작적 정의와 관련문헌

변 수	조작적 정의	관련 문헌
사회적자기 효능감	어떤 결과를 이루기 위한 노력을 지속하는데 필요한 의지와 자신감	Sherer et al.(1982)
가시성	자신의 색조화장을 타인에게 나타내려고 하는 정도로 색조화장이 타인의 눈에 잘 띄는 정도	Fisher and Price(1992), Chao and Schor(1998)
혁신	새로운 생각을 받아들이고 혁신적인 제품이나 서비스를 수용하려고 하는 성향	Clark and Goldsmith(2006), Zimmerman and Martinez-Pons(1986)
또래압력	구성원들로 하여금 집단의 규범에 맞추어 행동하도록 만드는 무언의 압력	Santor et al.(2000)
화장행동의 고도화	자신 속에 내재하는 여러 가지 심리상태를 화장을 통해서 표현하는 정도로 화장정도와 색조화장 빈도, 화장 방식의 고도화 정도	김현희·유태순(2002), Theberge and Kemaleguen(1979)
화장만족	화장에 대한 전반적인 만족정도	Oliver(1992)
일탈행동	한 사회의 행동규범을 어기고 자신이 원하는 대로 하는 행동	박영신 외(2007), Bandura(1995)

차원인 상황별 화장정도와 색조화장 빈도, 화장 방식의 고도화의 차원으로 도출되어 사용하였다.

화장에 대한 만족은 일반적으로 많이 사용되고 있는 Oliver(1992)의 연구척도를 사용하여 화장에 대한 전반적 만족도를 3개 항목으로 측정하였으며, 이들 항목 중 상관관계가 낮은 1개 항목을 제외하고 2개 항목을 분석에 사용하였다. 일탈행동은 박영신 등(2007)과 Bandura(1995)의 연구척도를 사용하여 측정하였다. 구체적 측정항목은 6개 항목으로 가솔의사, 따돌림행동, 가솔경험, 흡연행동 등이 포함되었다. 이를 요인분석한 결과 2개 차원인 일탈행위의사차원과 일탈행동 경험차원으로 도출되어 이를 관찰변수로 사용하였다.

IV. 실증분석

4.1 변수의 신뢰도 및 타당도 검증

본 연구는 다항목으로 측정한 척도의 타당도를 검증하기 위하여 LISREL 프로그램을 이용한 확인적 요인분석을 실시하였다. 모델검증을 위한 입력자료로 상관관계자료를 이용하였으며, 전체 연구모형의 적합성은 먼저 측정모형의 수렴타당도(convergent validity)와 판별타당도(discriminant validity)를 검증한 뒤에 구조모형을 검증하였다.

4.1.1 수렴타당도 및 신뢰도 검증

전체 연구단위들에 대한 측정모형을 분석 결과는 <표 2>와 같다. 확인적 요인분석결과 $\chi^2=229.81$, $df=98(p=.001)$, $GFI=.92$, $AGFI=.87$, $NFI=.87$, $CFI=.92$, $RMR=.005$ 로 모델 적합도 기준

을 양호하게 충족시키는 것으로 나타나 이를 통해 수렴타당성을 확인하였다(Anderson and Gerbing, 1988). 수렴타당성은 사용된 지표들이 동일한 구성개념을 측정하고 있다면 이들 간의 상관이나 관련성은 높아야 하며 다른 개념들의 지표들 상관이 낮을수록 수렴타당도가 높다고 보며, 각 잠재요인에 대한 관찰변수의 모수 추정치를 측정하고 이 모수 추정치의 표준화된 검정통계량(t-value)이 통계적으로 유의미한($p<.05$) 결과가 나타나면 수렴타당성이 있다고 할 수 있다. 검증결과 <표 2>와 같이 모든 항목의 모수 추정치의 t값이 모두 통계적으로 유의하게 나타났다. 그리고 연구의 구성개념들에 대한 측정의 알파계수(Cronbach's α)는 .840~.970으로 나타나 신뢰도를 확인하였다. 구조방정식모델의 확인적 요인분석을 통해서 추정된 요인 적재치를 사용하여 계산한 개념신뢰도 역시 .840~.932로 나타났으며, 또한 평균분산추출값의 경우도 .771~.932로 나타나 수용 가능한 기준(개념신뢰도 .6이상, 평균분산추출값 .5이상)을 충족시키고 있어 신뢰도를 확보하고 있다고 판단하였다(Hair et al., 1995).

판별타당도 검증은 각각 다른 구성개념 간에는 측정결과에 있어 상응하는 차이가 나타나야 한다는 것으로 상관관계 행렬(Φ matrix)을 통해 95% 신뢰구간 [상관관계 $\pm(2 \times \text{표준오차})$]으로 계산하여 그 값이 "1"을 포함하고 있지 않으면 판별타당도가 있다고 본다. 예를 들어 사회적 자기효능감과 혁신성 변수 간의 상관관계를 계산한 결과 .26~.62로서 "1"을 포함하고 있지 않아 이들 변수 간에는 판별타당도가 있다고 본다. 이와 같은 방법으로 전체 변수를 검증한 결과 <표 3>과 같이 모든 변수 간 유의한 차이가 있는 것으로 나타나 판별타당도를 확인하였다.

〈표 2〉 전체 구성개념에 대한 확인적 요인분석

연구개념	측정항목	표준 부하량	측정 오차	t-value	개념 신뢰도*	평균분산 추출값**
사회적 자기효능감	자기효능감	.70	.11	6.63***	.862	.771
	심리적효능감	.39	.08	5.14***		
가시성	가까운 친구가 내가 색조화장을 연하게 하더라도 친구들이 알아보는 정도	.37	.07	5.11***	.840	.755
	가족 및 친지들이 색조화장을 했다는 것을 알아본 정도	.55	.09	6.35***		
혁신	새로운 제품에 대한 구매욕구 정도	.63	.06	10.57***	.960	.890
	항상 새로운 것을 시도하는 정도	.73	.06	12.37***		
	패션이나 유행에 대한 혁신정도	.73	.06	12.39***		
또래압력	친구가 나에게 색조화장을 해보라고 얘기를 한 정도	.85	.05	16.73***	.970	.916
	친구들이 색조화장을 하는 것을 보고 내가 따라해본 정도	.78	.05	15.05***		
	내 친구들은 내가 화장을 진하게 하고 밖에 다녀도 좋다고 생각한 정도	.65	.06	11.74***		
화장행동의 고도화	상황별 화장정도	.54	.06	9.31***	.952	.869
	색조화장 빈도	.64	.06	11.24***		
	화장 방식의 고도화	.71	.06	12.81***		
화장만족	전반적인 화장에 대한 만족정도	.81	.05	15.33***	.964	.932
	화장을 했을 때 내 모습에 대한 만족정도	.85	.05	16.13***		
일탈행동	일탈행위의사: 가출의사	.34	.07	4.87***	.883	.816
	일탈행동 경험: 가출경험, 흡연행동, 따돌림행동	.83	.11	7.61***		
적합도	$\chi^2=229.81, df=98(p=.001), GFI=0.92, AGFI=0.87, NFI=0.87, NNFI=0.89, CFI=0.92, RMR=0.05$					

1. * 개념신뢰도 = $(\sum \text{표준화된 요인적재량})^2 / (\sum \text{표준화된 요인적재량})^2 + (\sum \text{측정오차})$
 2. ** 평균분산추출값 = $\sum (\text{표준화된 요인적재량})^2 / (\sum \text{표준화된 요인적재량})^2 + \sum \text{측정오차}$
 3. *** $p < .001$
 2) 판별타당도 검증

이러한 결과들을 통해 각 측정항목들은 해당 연구단위에 대해 대표성을 갖는다고 할 수 있으며 이를 이용하여 연구단위들 간의 인과관계를 분석하기에 적합한 것으로 판단하였다.

4.2 가설의 검증

4.2.1 구조모형의 검증

연구모델의 적합도를 검증하고 설정된 가설들을 검증하기 위해서 가설에서 제시했던 경로를 모두

〈표 3〉 연구단위들 간의 상관관계 행렬(Φ matrix)

구분	사회적 자기효능감	가시성	혁신성	또래압력	화장행동의 고도화	화장만족	일탈행동
사회적 자기효능감	1.00						
가시성	-.42 (.14)***	1.00					
혁신성	.44 (.09)***	-.68 (.11)***	1.00				
또래압력	.37 (.09)***	-.66 (.11)***	.42 (.06)***	1.00			
화장행동의 고도화	.52 (.10)***	-.76 (.12)***	.55 (.07)***	.85 (.04)***	1.00		
화장만족	.51*** (.09)	-.83 (.11)***	.44 (.06)***	.65 (.05)***	.74 (.05)***	1.00	
일탈행동	.17 (.10)	-.60 (.13)***	.36 (.08)***	.58 (.08)***	.68 (.09)***	.39 (.08)***	1.00

* 1. ()안의 값은 표준오차 2. *** p<.001

설정하여 전체 모델(full model)에 대한 분석을 실시한 결과 〈표 4〉와 같이 나타났다. 모델의 적합도 평가(assessment of goodness of fit)지수는 $\chi^2=277.15$, $df=111$ ($p=.001$), $GFI=.90$, $AGFI=.87$, $NFI=.84$, $CFI=.90$, $RMR=.06$, $RMSEA=.070$ 으로 나타났다. 기초부합지수인 GFI와 수정부합지수인 AGFI와 표준부합지수인 RMSEA 값들은 일반적인 평가기준으로 삼는 지표들과 비교할 때 적합 수준에 근접하였다.

4.2.2 연구가설의 검증 및 논의

여중고생의 화장행동에 있어 사회적 자기효능감과 가시성이 혁신과 또래압력정도에 미치는 영향은 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설1은 지지되었으나, 가설2는 반대의 부호를 나타내 지지되지 않았다. 이는 여중고생의 사회적 자기효능감

이 높을수록 새로운 스타일의 상품이나 새로운 것을 시도하는 적극적인 사고로 타인이 자신을 보는 시각보다 자신의 생각을 더 중요시한다는 것으로 이해할 수 있다. 또한 여중고생의 화장행동이나 패션 행동 등은 그들만의 문화를 형성한다는 점에서 볼 때 사회적 자기효능감은 또래압력과 부(-)의 영향을 미칠 것이라고 추론하였다. 그러나 실증분석 결과 이들 간의 관계가 정(+)의 영향관계를 나타내고 있어 여중고생의 사회적 자기효능감이 높다하더라도 또래집단의 특성상 집단에 동조하는 등의 행동도 나타나 여중고생들의 심리적 특성으로 이해되어진다. 청소년기는 자아의 미 확립으로 인해 독립적인 자신의 가치관이 주변사람들에 의해 영향을 받을 수 있음을 알 수 있다. 즉 준거집단의 영향을 받아 자신의 의견이나 행동을 바꾸는 것으로 이해된다. 이로써 여중고생의 사회적 자기효능감의 새

〈표 4〉 경로분석 결과

가설	경로		추정치	표준 오차	표준 부하량	t값	결과	
H1 (+)	사회적 자기효능감	→	혁신성	.34	.05	.34	3.30***	지지
H2 (+)	사회적 자기효능감	→	또래압력	.30	.06	.30	3.24**	기각
H3 (-)	가시성	→	혁신성	-.56	.05	-.56	-4.74***	기각
H4 (-)	가시성	→	또래압력	-.59	.05	-.59	-4.99***	지지
H5 (+)	혁신성	→	화장행동의 고도화	.25	.06	.25	3.24**	지지
H6 (+)	또래압력	→	화장행동의 고도화	.78	.05	.78	4.83***	지지
H7 (+)	화장행동의 고도화	→	화장만족	.75	.05	.75	4.91***	지지
H8 (+)	화장행동의 고도화	→	일탈행동	.70	.05	.70	3.45**	지지
적합도	$\chi^2=277.15$, $df=111$ ($p=.001$), $GFI=.90$, $AGFI=.87$ $NFI=.84$, $CFI=.95$, $RMR=.06$							

주 : ** $p<.01$ *** $p<.001$

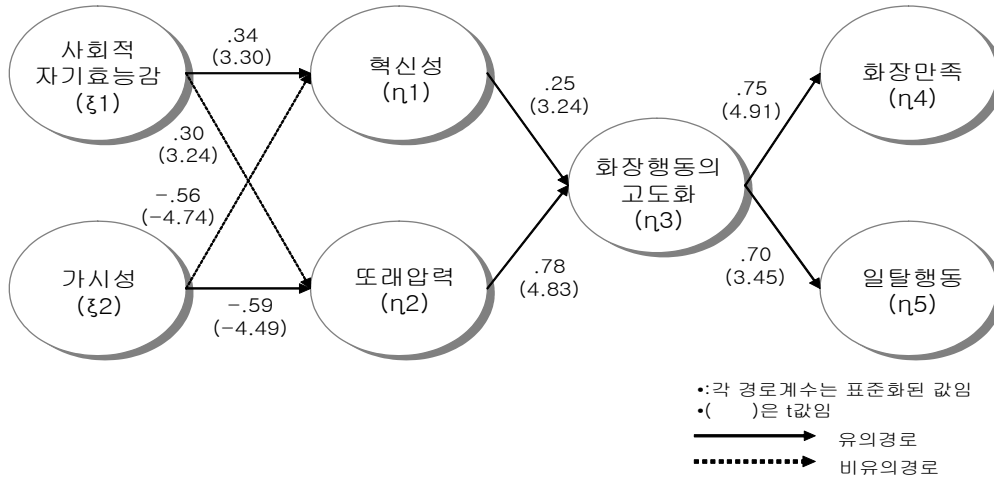
로운 측면을 발견할 수 있었다.

여중고생의 화장에 대한 가시성은 혁신과 또래압력정도에 부(-)의 유의한 영향을 나타내 가설 3은 지지되지 않았으나 가설4는 지지되었다. 이는 여중고생의 화장에 대한 가시성은 자신이 색조화장을 통해 타인에게 과시하려는 욕구가 있다하더라도 혁신적인 성향과는 다름을 보여주고 있다. 이는 청소년기의 특성으로 타인에게 자신의 외모가 더 예쁘고 멋지게 보이려고 가시적인 색조화장을 하더라도 새로운 것을 추구하거나 사용하는 등의 혁신적 행동을 하지 않는다는 것으로 청소년기의 지나친 외모관리 행동에 기인한 결과로 이해된다. 그러나 또 다른 한편으로는 여중고생의 화장행동이 이미 타인에게 눈에 띄는 정도로 인지가 된 상태라면 이는 혁신적이지 않다는 것이다. 또한 타인이 인지하는지에 대한 지각, 즉 가시성은 여중고생 자신이 색조화장에 대해 이미 수용한 상태이기 때문에 화장행

동에 있어서 또래압력도 낮아지는 것으로 여중고생의 화장행동의 은밀성과 또래 간의 강한 결속이 이루어지고 있음을 추측할 수 있다.

여중고생의 혁신성 및 또래압력이 화장행동 고도화에 모두 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설5와 가설6은 모두 지지되었다. 이는 어느 세대보다도 적극적이고 능동적인 소비자들로 새로운 것을 받아들이는 데도 적극적이고 유행에 민감하고 강한 유행수용력을 가진 소비집단의 특성을 나타낸 것으로 이해된다(맹영임·구정화, 2003). 여중고생의 새로움을 추구하는 높은 호기심과 자신이 속한 집단의 기준과 동일하게 행동함으로써 집단에서의 인정과 승인이 뒤따르기 때문에 화장행동에 유의적 영향을 미친 것으로 설명할 수 있다. 또한 여중고생의 화장행동에 혁신이 미치는 영향보다 ($\beta=.25$)는 또래압력정도에 의해 화장을 한다는 것이 훨씬 높게 나타났다($\beta=.78$). 이는 여중고생

〈그림 2〉 연구모형 분석결과



의 특성과 동일한 결과로 동조현상이나 멤버로서의 집단에 대한 소속감으로 인해 이러한 결과가 도출되었다고 본다. 이에 여중고생의 화장행동은 자신이 적극적인 사고와 새로움에 대한 혁신의 성향이 높다하더라도 많은 여중고생들이 또래집단을 통해서 화장을 익히고 학습함을 알 수 있다.

여중고생의 화장행동의 고도화는 화장만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 일탈행동에도 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설7과 가설8은 모두 지지되었다. 여중고생들의 화장행동에 대한 새로운 시각이 필요하다. 이는 색조화장을 지나치게 했을 때 일탈(가출이나 미성년자 출입불가 업소출입 등)행동으로 이어질 수 있기 때문이다. 자신을 보다 자신있게 꾸며주는 화장 일지라도 아직은 성숙치 못한 시기로 또래의 압력이나 동조행동으로 인해 일탈행동으로 이어질 수 있음을 알 수 있다.

V. 결론 및 제언

5.1 연구의 결과요약 및 시사점

본 연구는 여중고생의 색조화장에 있어 또래압력 정도에 의한 영향과 이를 통한 일탈행동에 영향을 미친다는 것을 확인할 수 있었다. 보다 더 구체적으로 여중고생의 화장행동은 사회적 자기효능감 및 가시성이 혁신, 또래압력에 영향을 미치며, 후속하여 화장행동의 고도화에 영향을 미쳐 화장만족과 일탈행동에 미치는 영향관계를 검증하였다. 본 연구의 실증분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 여중고생의 화장행동에 있어 사회적 자기효능감은 혁신과 또래압력정도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 여중고생의 자아존중감이나 자신의 감정을 조절할 줄 아는 심리적 통제효능감이 높을수록 새로운 스타일의 상품이나 새로운 것을 시도하는 적극적인 사고로 타인이 자

신을 보는 시각보다 자신의 생각을 더 중요시한다는 것으로 이해할 수 있다. 이러한 사회적 자기효능감은 혁신과는 반대의 성격이지만 여중고생의 화장행동이나 패션 등은 그들만의 소비문화를 형성한다는 점에서 볼 때 청소년 시기의 과시적 성향이 존재함을 간접적으로 시사하고 있다. 또한 사회적 자기효능감이 또래압력에 부(-)의 영향을 미칠 것이라고 추론한 것과는 반대의 연구결과를 나타냈다. 이는 여중고생들이 과도기적 시기로 자아에 대한 미성숙과 기본적으로 변화에 민감한 심리적인 특징들로 인해 준거집단의 영향을 강하게 받고 있음을 나타내고 있어 여중고생의 사회적 자기효능감의 새로운 측면을 발견할 수 있었다.

둘째, 여중고생의 화장에 대한 가시성은 혁신과 또래압력에 부(-)의 유의한 영향을 나타냈다. 그러나 가시성과 혁신의 관련성을 정(+)의 관계가 있을 것이라는 가설과는 반대의 결과를 나타내 여중고생의 이중적 심리현상이 존재함을 보여주고 있다. 자신의 미적욕구의 충족을 위해 색조화장을 하지만 새로움을 추구하는 등의 혁신적인 행동은 하지 않는다는 것이다. 또 다른 한편으로는 여중고생의 화장에 대한 가시성은 타인의 눈에 떨 정도면 이미 혁신적이지 못하다는 것을 보여준 것으로도 이해된다. 또한 가시성이 높으면 또래로부터의 화장에 대한 압력도 낮아지는 것으로 여중고생의 화장행동의 은밀성을 볼 수 있으며, 이를 통해서 또래 간의 강한 결속이 이루어진다고 추측할 수 있다.

셋째, 여중고생의 화장에 대한 혁신과 또래압력 정도는 화장행동의 고도화에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 여중고생의 화장행동에 혁신이 미치는 영향보다는 동료 압력에 의해 화장을 한다는 것이 훨씬 높게 나타나 여중고생의 특성을 잘 나타내주고 있다. 이는 여중고생의 화장

행동은 동조현상이나 멤버로서의 집단에 대한 소속감으로 인해 개인적인 혁신성향보다 집단의 구성원으로 행동하고자 하는 개인의 의지에 따른 결과로 이해된다. 이에 여중고생의 화장행동은 자신의 적극적인 사고와 새로움에 대한 모험적 성향과 행동인 혁신적 성향이 높다하더라도 많은 여중고생들은 또래집단을 통해서 화장을 익히고 배운다는 것을 알 수 있다.

넷째, 여중고생의 화장행동의 고도화는 화장만족과 일탈행동에도 영향을 미치고 있는 것으로 나타나 여중고생들의 화장행동에 대한 새로운 시각이 필요하다. 지나친 성인형 색조화장은 일탈(가출이나 미성년자 출입불가 업소 출입 등)행동으로 이어질 수 있다는 것이다. 자신을 보다 자신있게 꾸며주는 화장일지라도 아직은 성숙치 못한 시기로 동료의 압력이나 동조행동으로 인해 일탈행동들로 이어질 수 있다는 것이다. 본 연구에서도 화장을 하는 상황에 대해 미팅을 하거나 친구를 만날 때 화장을 가장 많이 하는 것으로 나타나고 있어 이 같은 문제행동의 가능성이 높다는 것을 뒷받침하고 있다.

상기의 연구결과를 바탕으로 본 연구의 관리적 시사점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 그 동안의 여중고생의 화장에 대한 연구가 매우 한정적으로 연구되어져 왔으나 본 연구는 여중고생들만의 화장행동을 밝히는데 있어 그들만의 특성을 지닌 영향요소가 존재하리라 보고 이들 선행변수를 밝혀냈다는데 의의를 둘 수 있다.

둘째, 본 연구는 여중고생의 화장행동을 측정하는데 이에 맞는 적합한 척도개발을 통해 측정하였다는 것이다. 먼저 또래압력은 본 연구의 핵심요인으로 병리심리학에서 연구되어지는 여중고생의 화장행동과 같은 음주, 흡연 등에 나타나는 동조로서

사회적 현상에서 원전을 도입하여 자체 개발하여 측정하여 사용하였다는 것이다. 또한 화장행동을 측정하는 도구도 단순한 빈도만을 측정하는 것이 아닌 세부적인 요인을 분석하여 빈도에 대한 차원을 도출하여 측정하였다는 것이다. 이는 Arnould (1989)의 연구와 같이 여중고생의 화장행동을 혁신행동으로 보았을 때 혁신그룹은 그룹 내 대다수가 모방하게 되면 낮은 빈도화장(고도화 화장)으로 간다는 논리를 통해 정교화된 척도개발 검증이 가능해 진 것이다.

셋째, 본 연구는 가시성의 역할을 통해서 여중고생의 화장에 대한 이해를 높였는데 의의를 둘 수 있다. 여중고생이 색조화장을 하는데 있어 타인의 눈에 떨 정도이면 이미 혁신적이지 못하다는 것으로 가시성이 높으면 또래로부터 화장에 대한 압력도 줄어든다는 것이다. 이를 통해 여중고생의 화장행동의 은밀성과 또래간의 강한 결속을 추측할 수 있다.

넷째, 여중고생의 화장에 대한 혁신적인 성향보다는 또래압력이 화장행동에 더 큰 영향을 미쳐 동조현상이나 멤버로서의 집단에 대한 소속감을 나타내는 이들만의 독특한 문화의 특성을 설명하고 있다. 이에 여중고생의 화장행동은 자신이 적극적인 사고와 새로움에 대한 혁신의 성향이 높다하더라도 많은 여중고생들이 또래집단을 통해서 색조화장을 배운다고 것을 시사하고 있다.

다섯째, 여중고생의 화장행동은 화장만족과 일탈행동과도 관련성이 높음을 나타내 여중고생들의 화장행동에 대한 새로운 시각이 필요하다. 지나친 성인형 색조화장은 일탈(가출이나 미성년자 출입불가 업소 출입 등)행동으로 이어질 수 있는 문제행동의 가능성이 높음을 시사하고 있어 올바른 화장행동이 이루어 질 수 있도록 지도 관리가 필요함을 보여주고 있다.

따라서 청소년시기의 화장행동을 올바르게 지도

하기 위한 노력이 필요하다. 먼저 기업체측면에서는 판매전략에 집중하기보다는 올바른 소비문화가 형성될 수 있도록 학교별 방문 프로그램을 도입하여 학생들의 미적 욕구를 충족시키는 등의 노력이 필요하며, 이를 통해 향후 성인시기에도 자사의 제품이 활용될 수 있도록 하는 마케팅 관리적 시사점을 제공할 수 있다. 또 한편으로는 학부모측면에서 자녀의 지나친 색조화장에 대한 관심이 요구된다.

5.2 연구의 한계점 및 장래연구과제

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지며, 다음과 같은 향후 연구의 방향이 도출된다.

첫째, 본 연구는 여중고생의 색조화장에 대한 또래압력이 화장행동의 고도화와 일탈행동으로 이어지는 영향을 밝히는데 색조화장이라는 하나의 행동만을 중점적으로 연구하였으나, 향후 연구에서는 또래로부터 영향을 많이 받는 행동 변수를 도입하는 후속 연구가 이루어질 필요성이 있다. 예를 들면 패션유행과 팬클럽 활동 등에 대한 연구가 심층적으로 이루어진다면 청소년기의 또래압력에 대한 학문적 이해의 폭이 넓혀질 것이다.

둘째, 본 연구는 자료수집 시 중학생과 여고생을 집단간 분류를 통해 화장행동의 차이를 실시하고자 하였으나 선행연구와 다르게 중학생들의 응답결과에서는 낮은 색조화장의 분포를 나타내 집단간 비교분석을 하지 못했다. 그러나 본 연구자료를 통해서 대도시의 학생과 지방학생의 차이를 발견할 수 있었다. 이에 향후 연구에서는 이러한 도시간의 차이분석을 통해 사회 환경에 따른 준거집단의 영향력을 비교한 연구가 이루어졌으면 한다.

셋째, 본 연구는 설문 응답자의 대상이 미성년자인 관계로 구체적인 일탈행동에 관한 직접적 설문

을 그들만의 수준에서 측정할 수밖에 없는 한계가 있었다. 추후 연구에서는 이를 보완하기 위한 정성적인 인터뷰를 통한 자료의 수집이 병행되어 심층적인 연구가 이루어졌으면 한다.

참고문헌

- 김현희·유태순(2002), "여고생의 화장행동과 화장품 구매불안에 관한 연구," **한국의류학회지**, 26(2), 251-262.
- 나병술(1975), **청년심리학**, 형설출판사, 44-45.
- 맹영임·구정화(2003), **청소년 생활문화와 소비에 관한 연구**, 한국청소년개발원연구보고서.
- 박영신·김의철·김영희(2007), "한국 청소년의 일탈행동 형성과정에 대한 종단분석: 심리적, 관계적, 그리고 사회적 접근," **한국심리학회지**, 3(1), 1-41.
- 백경진·김미영(2004), "화장에 관한 기존연구 유형의 분석," **복식문화연구**, 12(1), 182-198.
- 송경자·김재숙(2005), "신체이미지에 따른 성형요구, 자아개념, 의복행동: 다중측정도구를 사용하여," **한국의류학회지**, 29(3/4), 391-402.
- 심준영·김현희(2008), "여중고생들의 신체만족도와 자아존중감이 화장정도에 미치는 영향," **복식**, 58(4), 128-138.
- 양미경(2009), "여고생들의 화장 및 화장품 구매행동 특성에 관한 연구," **코리아뷰티디자인학회지**, 5(1), 15-32.
- 임영식·한상철(2000), **청소년 심리의 이해**, 서울 : 학문사
- 임원선(2008), "청소년 유해환경과 또래의 집단 내 압력에 관한 연구," **청소년학연구**, 15(7), 227-241.
- 조규화·전보경(2000), "서울시내 여중고생들의 화장품 실태 조사연구," **한국패션비즈니스학회지**, 4(3), 141-155.
- 정옥분(1998), **청년 발달의 이해**, 서울: 학지사.
- 최선형(2000), "개인주의/집단주의 성향과 의복소비행동과의 관계연구," **생활과학연구논총**, 20(1), 65-80.
- 패션마케팅(1999), "틴에이저의 생활과 소비," 34-53.
- Anderson, J. C. and D. W. Gerbing(1988), "Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach," *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Arnould, E. J.(1989), "Toward a Broadened Theory of Preference Formation and the Diffusion of Innovations: Cases from Zinder Province, Niger Republic," *Journal of Consumer Research*, 16(September), 239-267.
- Bandura, A.(1995), Multifaceted Scale of Mechanism of Moral Disengagement, Unpublished Manuscript, Department of Psychology, Stanford University, USA.
- Bearden, W. O. and R. L. Rose(1990), "Attention to Social Comparison Information: An Individual Difference Factor Affecting Consumer Conformity," *Journal of Consumer Research*, 16(March), 461-471.
- Cash, T., Dawson, K., Davis, P., M. Bowen, and C. Galumbeck(1989), "Effects of Cosmetic Use on the Physical Attractiveness and Body Image of American College Women," *Journal of Social Psychology*, 129(3), 349-355.
- Chao, Angela and Juliet, B. Schor(1998), "Empirical tests of Status Consumption: Evidence from Women's Cosmetics," *Journal of Economic Psychology*, 19(1), February, 107-131.
- Clark, R. A. and R. E. Goldsmith(2006), "Global Innovativeness and Consumer Susceptibility to Interpersonal Influence," *Journal of Marketing Theory and Practice*, 14(4), Fall, 275-285.
- Costanzo, P. R. and M. E. Shaw,(1966), "Confor-

- mity as a Function of Age Level," *Child Development*, 37, 967-975.
- Cox, C. L. and W. H. Click(1986), "Resume Evaluations and Cosmetic Use : When more is Not Better, Sex Roles, 4, 51-58.
- Endler, N. S.(1961), "Conformity Analyzed and Related to Personality," *Journal of Social Psychology*, 53, 271-283.
- Engel, J. F. and R. D. Blackwell(1982), *Consumer Behavior*(4th ed.). New York : The Dryden Press.
- Fisher, Robert J. and Linda L. Price(1992), "An Investigation into the Social Context of Early Adoption Behavior," *Journal of Consumer Research*, 19(December), 477-486.
- Hair, Joseph F., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tahtam, and William C. Black(1995), *Multivariate Data Analysis With Readings*, 4th ed., Englewood Cliffs: Prentice Hall. worths, London, 13.
- Holt, K.(1983), *Product Innovation Management*, Butter.
- Horn, M. J. and L. M. Gurel(1981), *The Second Skin*, Houghton Mifflin Co., 150-153.
- Knight, K. A.(1967), "Descriptive Model of the Intra-Firm Innovation Process," *Journal of Business*, 40(October), 478.
- Lott, A. J .and B. E. Lott(1961), "Group Cohesiveness, Communication Level and Conformity," *Journal of Social Psychology*, 62, 408-412.
- Miller, L. C. and Cox, C. L.(1982), "For Appearance Sake: Public Self-Consciousness and Make Up Use," *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 748-751.
- Moore, R. L. and Stephens, L. F.(1975), "Some Communication and Demographic Determinants of Adolescent Consumer Learning," *Journal of Consumer Research*, 2(March), 80-92.
- Moschis, G. P. and Churchill, Jr. G. A.(1978), "Consumer Socialization, A Theoretical and Empirical Analysis," *Journal of Marketing Research*, 15, 599-609.
- Oliver, R. L.(1992), "An Investigation of the Attribute Basis of Emotion and Related Affects in Consumption: Suggestions for a Sage-Specific Satisfaction Framework," *Advances in Consumer Research*, 19, 237-44.
- Pride, W. M. and O. C. Ferrell(1977), *Marketing: Basic Concepts and Decisions*, Boston: Houghton Nifflin.
- Roger, E. M.(1995), *History of Communication Study*, The Free Press.
- Santor, D. A.M., Messervey, D., and Kusumakar, V.(2000), "Measuring Peer Pressure, Popularity, and Comformity in Adolescent Boys and Girls," *Journal of Youth and Adolescence*, 29(2), 163-177.
- Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B., and Roger, R. W.(1982), "The Self-Efficacy Scale: Construction and Validation," *Psychological Report*, 51, 663-671.
- Theberge, L. and Kernaleguen, A.(1979), "Importance of Cosmetics Related to Aspects of the Self," *Perceptual and Motor Skill*, 48, 827-830.
- Vener, A. M. and C. R. Hoffer(1965), *Adolescent Orientation to Clothing*, In Roach, M. E. and Eicher.
- Zimmermann, B. J. and Martinez-Pons, M.(1986), "Development of a Structured Interview for Assesing Self Use of Self-Regulated Learning Strategies," *American Educational Research Journal*, 23, 614-623.

Effects of Innovation and Peer Pressure on Color Make-up Behaviors of Middle and High School Students

Nam, Hun Ihl* · Song, Kie You** · Lee, Jay***

Abstract

Due to the nature of teenage students' common tendency of being drawn to consumption conformity engendered by popular trends, and further expanding their unique collectivist culture, this study presumes that middle and high school female students as well have an influential factor that creates their distinctive trait. This study is intended to investigate the students' personal characteristics and effects of social reference groups, and further scrutinize how these influences transcends to deviant make-up behaviors. A total of 297 subjects, middle and high school female students, participated in a survey, using questionnaires focused primarily on the degrees of color makeup and the influences imposed by classmates. The findings of the study are as follows.

First, regarding makeup behavior displayed by middle and high school female students, social self-esteem had positive influence on innovation and peer pressure. Second, perceived visibility conversely had negative impacts on innovation and peer pressure. This indicates that if perceived visibility is at a salient level, this already signifies lack of innovation. Third, makeup innovation and peer pressure demonstrated by middle and high school students all showed positive influence on their makeup behaviors. Additionally, peer pressure, in comparison to innovation, had greater influence on makeup behaviors, which indicates that peer pressure play a great role in makeup behavior of middle and high school students. Fourth, makeup behaviors showed strong impacts on makeup satisfaction and rendering deviant behaviors, which

* Doctoral Candidate, Division of Business, Chosun University

** Doctoral Student, Division of Business, Chosun University

*** Doctoral Candidate, Division of Business, Chosun University

indicates that a new direction and perspective regarding middle and high school students' makeup behavior is critical.

※ Key Words: color make-up, reference group, self-esteem, innovation, peer pressure, perceived visibility, advancement of makeup behavior, deviant behavior