

## 이주여성의 뷰티관심도와 패션관심도가 패션관리행동에 미치는 영향

홍수남·김효숙\*\*

구미대학교 피부미용테라피과 전임강사·건국대학교 의상디자인학과 교수\*\*

### A Study on How Migrated Females' Beauty Interest and Fashion Interest Affect their Fashion Management Behavior

Soo-Nam Hong · Hyo-Sook Kim\*\*

Full time lecturer, Dept. of Therapeutic Skin Care, Gumi University

Prof., Dept. of Apparel Design, Konkuk University\*\*

(2013. 4. 8. 접수; 2013. 5. 21. 수정; 2013. 5. 24. 채택)

#### Abstract

The purpose of this study is to find out how female immigrants are interested in beauty and how fashion affects their fashion management behavior. First, the correlation between interest in beauty and fashion behaviors showed that every factor has a positive relationship with each other. Self-interest, which is one of the two sub-factors of interest in beauty, showed a particularly strong correlation with interest in orientation towards fashion. Interest in appearance education, which is one of the two sub-factors of interest in fashion, showed a strong relationship with interest in orientation towards fashion, proving that the more one is interested in appearance-related education, the more she follows fashion trends. This suggests that caring for appearance and fashion trends have a strong relationship. Second, looking into the effect of interest in beauty and fashion on fashion behaviors, it turned out that only personal interest, out of the two sub-factors of interest in beauty, affected pursuit of fashion sense, out of the two sub-factors of fashion behaviors; interest in appearance education rather than interest in orientation towards fashion affected pursuit of fashion sense; interest in orientation towards fashion affected caring for one's appearance.

**Key Words:** Immigrant Women(이주여성), Beauty Interest(뷰티관심도), Fashion Interest(패션관심도), Fashion management behavior(패션관리행동)

## I. 서론

세계화·국제화 현상에 발맞추어 한국사회의 다문화가정의 형성은 2007년을 기점으로 부각되었다. 2011년 법무부·외국인정책본부 통계연보에 따르면, 출입국자 중 내국민과 외국인의 구성비는 내국민 57.4%, 외국인 42.6%로 전년 대비 5.7%의 증가현상을 보이고 있으며, 체류외

국인은 1,395,077명으로 한국인구 50,734,284명의 2.8%를 차지하고 있다(통계청, 2012). 국내에 거주하고 있는 외국인이 많다는 것은 다민족·다문화사회가 도래되었음을 의미하며, 체류자의 대부분은 여성들로 그들을 위한 다방면에서의 마케팅과 서비스가 구축되어 있기는 하지만 현재까지는 미흡한 실정이다. 이를 대비하여 뷰티와 패션관련 업계에서는 이주여성의 성향을 반

영한 다양한 서비스와 제품 등을 개발하여 시판하고 있으며, 보다 디테일한 패션과 뷰티에 대한 관심도를 파악하고, 그에 적절한 소비성향과 구매행동을 섭렵하여 신고객관리에 주력을 다해야 할 것이다.

현대인들에게 외모에 대한 중요성은 나날이 부각되고 있으며, 한국여성과 이주여성 모두 외모관리를 하는 이유는 심리적 만족감을 얻기 위해서이다(김상영 등, 2012; 김태미, 2010). 이는 누구나 자유롭고 평등하게 미를 표현하고 각자의 개성을 중요시 하며, 외적 아름다움에 대한 추구현상은 이주여성들에게도 예외가 될 수 없다는 것을 의미한다.

강영숙 외(2009)는 신체적으로 매력 있다고 간주되는 사람들은 교육, 취업, 의료행위, 법적 절차, 배우자의 선택 등의 모든 실제적인 상황에서 우선적인 대우를 받는다고 하였다. 또한 외모관리를 한다는 것은 단순히 자신을 가꾸는 차원이나 아름다워지고 싶은 욕망을 넘어 외적 장점을 부각시키고 단점을 보완하는 역할을 한다. 이처럼 외모는 개인의 사회적 성공조건이 되거나 사회적 지위 또는 부를 상징하는 기준이 될 만큼 생활 속에 중요한 요소로 인식되고 있다.

현재까지 진행되어 온 이주여성에 대한 연구는 결혼과 관련된 만족도, 사회복지, 다문화 실태와 정책방안, 다문화가정의 2세에 대한 연구가 대부분이었다. 최근에는 그들이 한국사회에 한 구성원으로 정착하면서 그들의 자존감에 대한 연구가 진행되어 오고 있으며, 이는 곧 자아존중감까지 결련되어 외모만족도와 외모관리행동으로까지 이어지고 있다.

따라서 본 연구의 목적은 점진적으로 증가추세인 이주여성의 외모관심도 중 뷰티에 대한 관심 정도를 알아보고, 그에 따른 관심도가 외적 이미지의 주요핵심인 패션관심도와 어떠한 상호관련성이 있는지를 규명하고자 한다. 또한 이주여성이 이제는 외국인이 아닌 한국사회의 중요한 구성원이고 신고객인 만큼 그들의 뷰티와 패션관심도의 특징을 분석하는 것은 한국 외모관리분야에 유의한 도움자료가 되었으면 하는 바람이다.

## II. 이론적 배경

### 1. 뷰티관심도

뷰티관심도는 외모관심도에서 파생되었고, 외모를 향상시키기 위한 뷰티의 적용방법이나 행동, 외모꾸미기 전반에 관련된 모든 것을 포함하며, 뷰티산업과 관계되는 전반적인 관심도를 말한다(설현진, 2010). 뷰티는 화장, 조발, 복식 등으로 용모를 아름답게 꾸미는 것으로 현대는 메이크업은 물론이고, 미용성형 즉 전신미용까지 포함되며(김유성, 2010), 이에 해당하는 미용분야의 모든 관심이 뷰티관심도이다.

현대인의 뷰티관심도는 단순한 관심에만 국한되지 않고 뷰티트렌드, 테크닉, 정보 등을 활용하여 개인이 자신에 대한 이미지를 표현하고 지각하며, 매력적인 이미지를 전달하는 수단으로 관심을 가지고 뷰티행동을 하게 된다. 뷰티행동은 인간이 본능적으로 자신의 몸을 아름답게 장식하고 싶은 욕망에서 비롯되어 신분표시나 신체보호, 주술적의미로 나타나게 되었는데, 근래에 와서는 사회경제·통신의 성장으로 인해 정보의 공유가 쉬워지면서 뷰티행동의 필요성과 중요성이 부각되고 있기에(강남순, 2011), 헤어스타일링, 메이크업, 피부관리, 네일, 몸매관리 등은 외모향상의 수단이 되어 외모평가에 긍정적인 영향을 미친다. 그러므로 타인에게 외모향상을 통해 자신의 이미지를 만들어가고, 그 이미지를 내면화시키려고 뷰티관리행동과 전반적인 외모관리행동을 하게 되며(오별 외, 2012b), 현대인들은 이미지 연출의 동기와 목적에 따라 시간적, 경제적 비용을 아끼지 않고 투자하게 된다.

### 2. 패션관심도

패션관심도는 뷰티와 마찬가지로 대표적인 외모관심사이며, 패션에 대한 관심과 코디행동 등을 포함한다. 외모관리행동에 대해서 Kaiser(1990)는 개인 각자가 다른 사람들과의 상호관계를 통해 자신의 역할을 연기하면서 자기표현(self-presentation)을 해나가는 과정이라고 정의하였는데, 이 말은 즉 과거의 패션관리행동은 단

순히 의상의 컬러, 디자인, 체형에 적합한 코디만을 전제하였다면, 현대는 자기의 주관적인 견해가 가미되어 심리적인 것까지도 내포되어 있는 관리행동을 말한다.

패션은 여러 가지 요인들이 유기적으로 작용하고 있는 현상으로 패션에 대한 관심은 가치관이나 사회·문화적 환경, 성별, 직업 등에 의하여 다양하게 나타나며, 추상적인 개념보다는 구체적이고 사실적인 외모관리행동으로 사회적으로 인정받으려는 성향이 있다(맹리선, 2008). 현대인의 외적이미지는 패션관심도에 따라 달라지는데, 최은미(2009)의 연구에서 패션관심도는 형태, 색상, 유행, 인지도를 가장 중요하게 고려하고, 정선운(2008)과 김수영(2004)도 유행이 패션관심도와 밀접한 관계가 있으며, 의복에 관심이 많은 사람일수록 의복과 관련된 전문지식을 타인보다 더 많이 지각하고 있다고 하였다. 이는 곧 관심도의 지속적인 현상은 관련 분야의 전문성 습득 추구의지와도 관련성이 깊음을 의미한다.

### 3. 패션관리행동

패션관리행동은 의복행동, 의복태도와 유사개념으로 개인의 의복행동은 단순히 자신의 신체보호를 위한 기능적인 차원을 넘어서 자신의 욕구나 관심, 습관 등 심리적 요인에 의하여 나타나며(황윤정 외, 2010), 개인의 외모관리를 위한 보편적인 수단으로 신체수정이나 신체부가물의 기능을 한다. 또한 자아를 표현하는 외적 표현으로써 개인의 자아개념과 같은 내적 특성을 이해하는데 도움을 줄 뿐만 아니라 개인의 인지도를 높이는 데에 활용된다(강혜원, 2012). 본 연구에서 의복행동, 의복태도는 패션행동과 동일개

념으로 보며, 연구자마다 다양한 관점에서 연구가 진행되고 있다. Sproles(1979)는 의복태도를 의복의 스타일과 같은 특정대상이나 의복착용과 같은 특정상황에 대한 특정방법으로 행동하려는 기질을 의미한다고 한 것처럼, 스타일과 구매성향이 중요한 요인으로 작용한다. 최수빈 외(2003)는 외모에 만족할수록 의복행동이 높아진다고 하였고, 김태미 외(2011)의 연구에서도 의복행동은 과시와 타인위주의 사회적 승인을 받기 위해 의복관심과 의복행동이 높아진다고 하였다. 즉 의복행동은 타인의 외적이미지 모방과 밀접한 관계가 있다고 할 수 있다.

패션행동에 대해서 연구자마다 요인명을 다양하게 구분하고 있는데, 김경희 외(2000)는 유행관심, 개성추구, 의복의 중요성으로 구분하였고, 고에란 등(2000)은 타인위주의 의복착용, 또래 유행추종, 개성표현, 의복관심, 심리적 의복의존성, 과시성으로 명명하였으며, 본 연구에서는 이를 수정·보완하여 패션관리행동을 패션감각추구와 패션연출행동으로 명명하였다.

## III. 연구방법

### 1. 연구문제 및 측정도구

본 연구의 문제는 첫째, 뷰티관심도와 패션관심도, 패션관리행동의 요인 간의 상관관계를 알아보고 둘째, 뷰티관심도가 패션관리행동에 미치는 영향에 대해서 알아보고 셋째, 패션관심도가 패션관리행동에 미치는 영향에 대해서 알아본다.

조사내용은 일반적 특성 5문항, 뷰티관심도에 관한 질문 12문항, 패션관심도에 대한 질문 15

<표 1> 측정도구의 구성

변 수	측 정 변 인	문항	척도
일반적 특성	국적, 나이, 결혼여부, 직업, 최종학력	5	선다형
뷰티관심도	자기주관관심도 7문항 타인모방관심도 5문항	12	5점 리커트
패션관심도	외모교육관심도 9문항 유행지향관심도 6문항	15	5점 리커트
패션관리행동	패션감각추구 7문항 패션연출행동 5문항	12	5점 리커트

문항, 패션관리행동에 관한 질문 12문항 등 총 44문항으로 구성되었다. 측정도구의 구성은 설현진(2010), 오별(2012a), 이현서(2012), 김유성(2011)의 설문문항 중 본 연구에 맞게 <표 1>과 같이 수정·보완하였다.

## 2. 자료수집 및 분석방법

본 연구를 수행하기 위한 자료수집은 한국에 거주하고 있는 이주여성 270명으로 거주 지역은 서울시, 충청북도, 경상북도이며, 연령대는 20~50대의 총 270명을 대상으로 설문하였다. 설문기간은 2012년 10월 1일부터 2012년 10월 31일까지로 불성실한 설문지 16부를 제외한 254부를 통계분석에 활용하였다.

자료분석방법은 SPSS 12.0 통계프로그램을 이용하였으며, 빈도분석, 상관관계분석, 신뢰도 검증, 요인분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

## IV. 연구결과 및 고찰

### 1. 인구통계학적 특성

연구대상자의 인구통계학적 특성 결과는 국적은 중국 216명(85.0%), 베트남 27명(10.6%), 필리핀 7명(2.8%), 기타 4명(1.6%)으로 조사되었고, 연령은 20대 212명(83.5%), 30대 32명(12.6%), 40대 10명(3.9%)으로 나타났다. 결혼여부는 미혼 196명(77.2%), 기혼 58(22.8%)명이고, 직업은 학생 136명(53.5%), 주부 17명(6.7%), 서비스·영업직 30명(11.8%), 전문직 21명(8.3%), 교육직 11명(4.3%), 기타 39명(15.4%)이었으며, 최종학력은 중등 졸 미만 5명(3.0%), 고등 졸 36명(14.2%), 2년제 대학 졸 27명(10.6%), 4년제 대학 졸 93명(36.6%), 대학원 이상이 90명(35.4%)로 비교적 높은 학력으로 조사되었다(표 2).

<표 2> 조사대상자의 인구통계학적 특성

변 인	범 주	빈도(명)	백분율(%)
국적	중 국	216	85.0
	베트남	27	10.6
	필리핀	7	2.8
	기 타	4	1.6
연령	20대	212	83.5
	30대	32	12.6
	40대	10	3.9
결혼여부	기 혼	58	22.8
	미 혼	196	77.2
직업	학 생	136	53.5
	주 부	17	6.7
	서비스직·영업직	30	11.8
	전문직	21	8.3
	교육직	11	4.3
	기 타	39	15.4
최종학력	중등 졸 미만	8	3.1
	고등 졸	36	14.2
	2년제 대학 졸	27	10.6
	4년제 대학 졸	93	36.6
	대학원 이상	90	35.5
	계	254	100.0

## 2. 뷰티관심도, 패션관심도와 패션관리행동의 요인분석

### 1) 뷰티관심도

본 연구에서 사용된 문항의 타당성을 검증하고 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 요인분석을 실시하였고, 측정된 문항이 동질적인 문항들로 구성되었는지 신뢰도를 검증하기 위해 문항간의 내적 일치도를 보는 Cronbach's Alpha 값을 산출하였다. 일반적으로 신뢰도는 .6 이상이면 신뢰도가 있다고 보는데, 본 연구에서는 그 이하라도 연구자의 판단에 의해서 분석에 활용하였다.

뷰티관심도의 하위차원을 알아보기 위해 varimax 회전법을 이용한 요인분석을 실시한 결과 <표 3>과 같이 나타났고, 각 문항 간의 공통요인을 알아보기 위해 선행연구 이해정(2011)의 화장관심도의 유행선도, 자기만족, 외모관리, 타인지향, 외모만족의 요인명을 참고하여 본 연구는 뷰티관심도에 맞게 2개의 요인으로 도출되었으며, 요인이 설명하는 누적변량은 58.409%이다.

요인 1은 자기 외모의 주관적인 관심을 묻는 문항으로 요인명을 '자기주관관심'이라 명명하였고, 아이겐값은 3.706로, 분산은 30.880, 신뢰도는 .857로 높게 나타났다. 요인 2는 타인의 취향과 이미지를 모방하는 요인들로 '타인유행관심'라 명명하였고, 아이겐값은 3.303, 분산은 27.529, 신뢰도는 .831로 비교적 높게 나타났다.

또한, KMO 값은 .902로 변수들의 선정이 상당히 좋게 나타났으며, Bartlett의 구형성 검정치 (Test of Sphericity)결과 근사 카이제곱값이 1520.711로 유의수준이 .000으로 나타나 요인분석 사용이 적합함을 나타냈다.

### 2) 패션관심도

본 연구에서 사용된 문항의 타당성을 검증하고 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 요인분석을 실시하였고, 측정된 문항이 동질적인 문항들로 구성되었는지 신뢰도를 검증하기 위해 문항간의 내적 일치도를 보는 Cronbach's Alpha 값을 산출하였다. 일반적으로 신뢰도는 .6 이상이면 신뢰도가 있다고 보는데, 본 연구에서

<표 3> 뷰티관심도 요인분석

요인명	문항	요인 부하량	아이겐 값	설명력	누적 분산	신뢰도
자기 주관 관심	나는 다양한 화장품 브랜드를 알고 있다	.765	3.706	30.880	30.880	.857
	바깥 때 식사는 걸러도 메이크업과 헤어는 손질한다	.731				
	메이크업과 헤어는 이미지 연출에 중요하다고 생각한다	.706				
	나는 메이크업과 헤어 손질하는 것이 재미있다	.654				
	나는 어려 보이는 메이크업에 관심이 많다	.651				
	나는 내게 어울리는 화장법 알고 있다	.586				
타인 유행 관심	어울리는 여러 가지 색상의 매니큐어를 가지고 있다	.558	3.303	27.529	58.409	.831
	백화점 무료시술 코너에서 전문가의 메이크업을 받아본다	.824				
	연예인의 뷰티스타일을 자주 따라한다	.813				
	현재 유행하는 메이크업과 헤어스타일링법을 안다	.705				
	현재 유행하는 메이크업과 헤어액세서리를 하나씩 산다	.590				
	특별한 날 전문가에게 메이크업과 헤어 손질을 받는다	.566				
표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도		Bartlett의 구형성 검정				
		근사 카이제곱	자유도	유의확률		
		1520.711	253	.000		

&lt;표 4&gt; 패션관심도 요인분석

요인명	문항	요인 부하량	아이겐 값	설명력	누적 분산	신뢰도
	예쁘게 보이기 위해 다양한 스타일을 시도한다	.867				
	나는 옷에 관심이 많다	.847				
	패션상식습득을 위해 패션프로를 시청한다	.836				
외모	연예인 패션스타일에 관심이 많다	.757				
교육	패션코디관련 교육을 받을 의향이 있다	.663	5.390	35.932	35.932	.925
관심	계절이 바뀌면 입을 옷이 없다	.607				
	타인을 볼 때 토털코디 관점에서 평가한다	.570				
	퍼스널 컬러와 이미지메이킹은 현대인의 필수요소이다	.556				
	내게 어울리는 옷과 색상, 디자인을 숙지한다	.550				
	패션잡지, 티비에 나오는 최신 유행 옷을 구매한다	.852				
유행	유행하는 옷과 가방, 신발, 액세서리를 코디한다	.822				
지향	유행하는 옷에 대한 대화를 즐긴다	.772	4.589	30.595	66.527	.907
관심	시즌의 무료 패션쇼를 볼 기회가 있으면 보러 간다	.718				
	유행에 뒤처지지 않게 아이쇼핑을 즐긴다	.648				
	유행에 맞는 코디에 관심이 많다	.594				
표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도			Bartlett의 구형성 검정			
		근사 카이제곱	자유도	유의확률		
		.935	2913.670	253	.000	

는 그 이하라도 연구자의 판단에 의해 사용될 수 있기에 본 연구자는 보다 정확하고 다양한 결과를 도출하기 위하여 .6이하라도 통계분석에 활용하였다.

패션관심도 하위차원을 알아보기 위해 varimax 회전법을 이용한 요인분석을 실시한 결과 <표 4>와 같이 나타났고, 각 문항 간의 공통 요인을 알아보기 위해 선행연구 이순희(2012)의 요인분석 결과인 패션·외모관심형, 과시지향형, 합리적 소비지향형, 품위 지향형의 요인을 본 연구에 맞게 외모교육관심, 유행지향관심의 2요인으로 수정·보완하였고, 설명하는 누적변량은 66.527%이다.

요인 1은 유행에 대한 패션관심을 묻는 문항으로 요인명을 '외모교육관심'이라 명명하였고, 아이겐값은 5.390으로, 분산은 35.932, 신뢰도는 .925로 가장 높게 나타났다. 요인 2는 토털코디와 패션감각을 지향하는 요인들로 '유행지향관

심'이라 명명하였고, 아이겐값은 4.589, 분산은 30.595, 신뢰도는 .907로 비교적 높게 나타났다.

또한, KMO 값은 .935로 변수들의 선정이 상당히 좋게 나타났으며, Bartlett의 구형성 검정치 (Test of Sphericity)결과 근사 카이제곱값이 2913.670로 유의수준이 .000으로 나타나 요인분석 사용이 적합함을 나타냈다.

### 3) 패션관리행동

패션관리행동의 하위차원을 알아보기 위해 varimax 회전법을 이용한 요인분석을 실시한 결과 <표 5>와 같이 나타났고, 각 문항 간의 공통 요인을 알아보기 위해 선행연구 송지은(2008)의 요인분석 결과인 외모지향적 추구, 유행추구가치, 개성적 추구 가치, 긍정적 감정 추구의 요인을 본 연구에 맞게 외모교육지향, 유행감각지향의 2요인으로 수정·보완하였고, 설명하는 누적

<표 5> 패션관리행동 요인분석

요인명	문항	요인 부하량	아이겐 값	설명력	누적 분산	신뢰도
패션 감각 추구	옷을 입을 때 색상, 소재, 디자인을 고려한다	.827	4.786	39.883	39.883	.914
	중요한 모임을 위해 옷과 소품을 미리 챙긴다	.808				
	TPO에 맞게 코디한다	.784				
	패션연출 시 토털코디에 맞게 연출한다	.782				
	패션코디 시 부족한 소품은 추가로 구입한다	.760				
패션 연출 추구	패션감각 숙지를 위해 정기적으로 잡지를 구입한다	.736	3.588	29.900	69.782	.863
	옷이 맘에 들면 비싸도 산다	.669				
	외출 전 머리에서 발끝까지 모습을 체크한다	.830				
	멋있는 옷에는 스카프와 머플러를 연출한다	.789				
	나는 비슷한 이미지의 연예인 스타일을 따라한다	.784				
패션 연출 추구	현재 유행하는 패션아이템을 구입한다	.652	3.588	29.900	69.782	.863
	늘씬한 실루엣 연출을 위해 킬힐을 착용한다	.638				
표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도		Bartlett의 구형성 검정				
		근사 카이제곱	자유도	유의확률		
.944		2176.342	253	.000		

변량은 69.782%이다.

요인 1은 패션코디 연출 시 감각추구와 숙지 및 지향에 대한 패션관리행동을 묻는 문항으로 요인명을 ‘외모연출행동’이라 명명하였고, 아이겐값은 4.786으로, 분산은 39.883, 신뢰도는 .914로 가장 높게 나타났다. 요인 2는 패션연출 시 외모를 연출하는 요인들로 ‘유행추구행동’이라 명명하였고, 아이겐값은 3.588, 분산은 29.900, 신뢰도는 .863으로 비교적 높게 나타났다.

또한, KMO 값은 .944로 변수들의 선정이 상당히 좋게 나타났으며, Bartlett의 구형성 검정치 (Test of Sphericity)결과 근사 카이제곱값이 2176.342로 유의수준이 .000으로 나타나 요인분석 사용이 적합함을 나타냈다.

### 3. 뷰티관심도, 패션관심도, 패션관리행동 요인 간의 상관관계

<표 6>은 뷰티관심도, 패션관심도가 패션관리행동 하위요인 간의 상관관계를 분석한 결과로 모든 요인이  $**p < .01$  수준에서 정(+)적인 상관관

계로 다소 높은 상관관계를 나타냈고, 특히 뷰티관심도의 하위요인인 자기주관관심은 유행지향관심(.717)과 가장 높은 상관관계를 나타냈다. 이는 자기주관관심이 많을수록 유행을 지향하는 것으로 해석되는 것으로 해석되는데, 세부적인 내용으로는 메이크업과 헤어손질은 재미가 있고, 어울리는 화장법과 화장품 브랜드를 알고 있으며, 내게 어울리는 여러 가지 컬러의 매니큐어 소지는 물론이고 바쁠 때 식사는 걸러도 메이크업과 헤어손질은 한다는 것으로 조사되었다. 또한 유행하는 옷에 대한 대화를 즐기고, 유행에 뒤처짐이 싫어 아이쇼핑을 즐기며, 유행을 알기 위해 패션코디관련 교육을 받을 의향이 있다는 것으로, 이 결과는 뷰티관심도에서의 유행은 지향할수록 미용관리행동을 한다는 홍수남(2012)의 연구결과와 일치한다. 타인유행관심은 외모교육관심(.653)과 다소 높은 상관관계를 보였는데, 타인의 뷰티이미지를 따라 하고 유행을 지향할수록 외모와 관련 교육에 관심이 많아 다양한 스타일을 시도한다는 것으로 해석된다. 이는 유행이 뷰티관심도의 주요 요인임을 입증해 주고, 박주현 외(2009)의 연구에서도 외모관

**<표 6> 뷰티관심도, 패션관심도와 패션관리행동 하위요인 간의 상관관계**

구 분	뷰티관심도		패션관심도		패션관리행동	
	자기주관 관심	타인유행 관심	외모교육 관심	유행지향 관심	외모연출 행동	유행추구 행동
뷰티 관심도	자기주관 관심	1				
	타인유행 관심	.673(**)	1			
패션 관심도	외모교육 관심	.690(**)	.653(**)	1		
	유행지향 관심	.717(**)	.651(**)	.855(**)	1	
패션 관리행동	외모지향 행동	.679(**)	.595(**)	.796(**)	.760(**)	1
	유행추구 행동	.654(**)	.581(**)	.773(**)	.779(**)	.837(**)

\*\* $p < .01$ 

심도가 높은 집단이 외모관리행동의 모든 요인에서 외모관리행동을 높게 한다는 것이 본 연구결과를 뒷받침 해준다.

패션관심도의 하위요인인 외모교육관심은 유행지향관심(.855)과 높은 상관관계를 보이고 있다. 이는 외모와 그와 관련된 교육에 관심이 많을수록 유행을 지향한다는 것으로 해석되며, 현재 유행하는 옷에 대한 대화를 즐기고, 그 시즌의 무료 패션쇼가 있으면 보러 가며, 유행에 뒤처지지 않게 아이쇼핑을 즐기는 것으로 나타났다. 김흥미(2007)의 의복태도에 있어서 유행성이 높을수록 친구들과 유행하는 패션에 관한 이야기를 나누고, 패션잡지를 구입하고, 연예인의 옷차림에 관심이 많다고 한 것과 본 연구결과는 동일 맥락으로 보이므로 본 결과는 통계적으로 유의미하다. 또한 유행지향관심도는 유행추구행동(.779)과 높은 상관관계를 나타냈는데, 이는 유행에 관심이 많고 유행을 지향할수록 패션연출을 하며, 비슷한 체형의 대중스타의 이미지를 따라하고, 외출 전 전신의 모든 이미지를 꼼꼼히 체크하는 외모관리행동을 하는 것으로 나타났다. 이 결과는 김주연(2012)의 연구결과에는 외모의 관심과 행동에는 의복에 대한 관심이 중요한 요인으로 작용하였는데, 흔히 외모의 대부분이 의복 즉 패션에 해당하므로 외모와 패션은 아주 중요한 관련이 있음을 입증하고, 외모연출

행동 또한 유행추구행동과 높은 상관을 보였다. 이는 TPO에 적합하거나, 중요한 모임을 위해 미리 옷과 소품을 챙기는 등, 패션코디 연출 시 토털코디를 지향하는 것 또한 외모관리를 지향하는 것으로 나타났다. 외모연출행동은 유행추구행동(.837)과 높은 상관관계를 나타냈는데, 외모를 가꾸고 아름다운 외모를 지향할수록 유행을 따르는 것으로 해석된다. 이는 해비(2012)의 연구결과에서도 중국여성들은 심미성을 중요시하고 추구집단은 트렌드에 민감하여 패션구매행동을 한다는 것이 본 연구결과를 뒷받침 해준다.

#### 4. 뷰티관심도, 패션관심도가 패션관리행동에 미치는 영향

<표 7>은 뷰티관심도와 패션관심도가 뷰티관리행동에 미치는 영향을 파악하기 위하여 다중회귀분석을 한 결과 모든 요인이 정(+)적인 상관관계를 나타냈다. 특히 뷰티관리행동의 하위요인인 자기주관관심은 패션감각추구(.190)와  $p < .001$  수준에서 상관관계를 나타냈고, 패션관심도의 하위요인인 외모교육관심은 외모연출행동(.480)과  $p < .001$  수준에서 상관관계를 보였다.

회귀모형  $F$ 값은 129.528( $p < .001$ )의 수치를 보이고 있으며, 회귀식에 대한  $R^2 = .675$ 로 67.5%의

<표 7> 뷰티관심도, 패션관심도가 패션관리행동에 미치는 영향

독립변수	표준화계수(Beta)		
	패션관리행동(종속변수)		
	외모연출행동	유행추구행동	
뷰티관심도	자기주관관심	<b>.190***</b>	<b>.131*</b>
	타인유행관심	.026	.022
패션관심도	외모교육관심	<b>.480***</b>	<b>.353***</b>
	유행지향관심	<b>.196**</b>	<b>.369***</b>
<i>F/p</i>	$R^2=.675$ 수정된 $R^2=.670$ $F=129.528***$	$R^2=.659$ 수정된 $R^2=.653$ $F=120.235***$	

\*\*\* $p<.001$ , \*\* $p<.05$

설명력을 보이고 있다. 이는 자기의 주관적인 외모에 뷰티이미지에 관심이 많을수록 패션각각을 추구한다는 것으로 해석된다. 옷을 입을 때 색상, 소재, 디자인을 고려하며, 패션코디 연출 시 토털코디를 지향하고, 부족한 소품은 추가로 구입하며, 패션감각 숙지를 위해 정기적으로 잡지를 구입함은 물론이고, 맘에 드는 옷은 비싸도 산다는 것으로 나타났다. 이는 민병두(2003)의 미의 척도가 높을수록 즉 뷰티에 대한 자기주관적인 관심이 높을수록 감각적으로 연출하는 외모가 중요한 요인으로 작용하며, 대인관계에도 중요하다는 것이 본 연구를 뒷받침 해준다. 패션관심도의 하위요인인 외모교육관심(.353), 유행지향관심(.369)은 패션연출추구와  $p<.001$  수준에서 상관관계를 나타냈고, 회귀모형  $F$  값은 120.235( $p<.001$ )의 수치를 보이고 있으며, 회귀식에 대한  $R^2=.659$ 로 65.9%의 설명력을 보이고 있다. 이는 유행을 지향하고 유행에 관심이 많을수록 외모관리를 하는 것으로 해석되는데, 유행하는 옷에 대한 대화나 관련 상식을 얻기 위해 패션프로를 시청하고, 유행에 뒤처지지 않게 아이쇼핑을 즐기며, 해당 시즌의 무료 패션쇼를 보러간다고 조사되었다. 이는 이민영(2009)의 미의식이 높아질수록 자기 외모를 관리하고, 유지현(2009)의 패션관리행동에서 심미성을 추구한다는 것이 본 연구결과를 뒷받침 해준다.

## V. 결론 및 제언

본 연구는 이주여성의 뷰티관심도와 패션관심도가 패션관리행동에 미치는 영향에 대해서 알아보았고, 조사내용은 다음과 같다.

뷰티관심도와 패션관리행동의 상관관계를 알아본 결과, 모든 요인에서 정(+)<sup>적</sup> 상관관계를 보였다. 특히 뷰티관심도의 하위요인인 자기주관관심은 유행지향관심과 높은 상관관계를 나타냈는데, 이는 자기주관적인 관심이 많을수록 유행을 지향한다는 것으로 보여진다. 타인유행관심은 외모교육관심과 다소 높은 상관관계를 보였다. 이는 타인의 뷰티이미지를 따라하고 유행을 지향할수록 외모와 관련교육에 관심이 많은 것으로 해석되며, 더 나은 이미지연출을 위해서 전문적인 교육에 관심이 있는 것으로 보여진다. 패션관심도의 하위요인인 외모교육관심은 유행지향관심과 높은 상관관계를 보였는데, 이는 외모와 관련교육에 관심이 많을수록 유행을 지향한다는 것으로 외모관리와 유행은 깊은 관련성이 있음을 시사한다. 유행지향관심도는 외모연출행동과 높은 상관관계를 보였는데, 이는 유행을 지향하고 관심이 많을수록 패션연출을 하는 것으로 해석되며, 패션에 있어서 유행은 주요요인임을 시사한다. 뷰티관심도, 패션관심도가 패션관리행동에 미치는 영향에 대해서 알아본 결과, 모든 요인에서 정(+)<sup>적</sup>인 상관관계를 나타냈고, 패션관리행동의 하위요인인 외모지향

행동은 자기주관관심도와 외모교육관심도의 영향을 더 받는 것을 알 수 있다. 반면 유행추구행동은 유행을 지향할수록 유행을 추구하는 행동을 한다는 결과를 나타내면서 유행지향관심도는 유행추구행동과 밀접한 관계가 있음을 증명해준다.

본 연구의 결과를 축약하면, 뷰티관심도는 자기주관관심이 패션관리행동의 외모지향행동에 더 높은 영향을 미치는 것으로 나타났고, 패션관심도는 외모교육관심이 외모지향행동에 더 높은 영향을, 유행지향관심은 유행추구행동에 더 높은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이를 풀이하면, 뷰티관심도와 뷰티이미지는 타인보다는 본인의 주관적인 판단이 중요하고, 패션관심도는 외모교육관심, 유행지향관심 모두 패션관리행동에 영향을 미치는 것으로 판단된다.

결론적으로 뷰티와 패션은 그 시대의 유행과 무관할 수 없고, 외적으로 수려한 외모를 지향함에 있어 타인의 이미지도 모방한다. 또한 더 나은 이미지를 연출하기 위해서 전문적인 교육의 중요성도 부각되고 있으며, 뷰티와 패션은 상호관련성이 깊음을 시사한다.

본 연구의 제언점은 뷰티관심도와 패션관심도, 패션관리행동을 분석함에 있어 보다 다양하고 디테일한 요인과 라이프스타일, 외모중요도, 만족도 등의 요인이 부가되어 인구통계학적인 관심도와 관리행동을 알아보는 것 또한 의미가 있다고 판단되어 이를 후속연구를 제안한다.

## 참 고 문 헌

- 강혜원. (2012). *의상사회심리학*. 서울: 교문사.
- 강남순. (2011). 대학생의 신체만족도가 외모관리 행동 및 미용소비행동에 미치는 영향. *대한피부미용학회지*, 9(1), 1-18.
- 강영숙, 박현정. (2009). 뷰티살롱 고객의 외모관리 행동에 대한 신체이미지와 자아존중감의 영향 관계: 대구지역 20대 고객을 중심으로. *한국미용학회지*, 15(1), 363-373.
- 고애란, 심정은, 진병호. (2000). 청소년기 여학생의 의복행동에 대한 영향 요인 연구. *한국의류학회지*, 24(4), 475-486.
- 김경희, 정성지. (2000). 중고등학생의 의복동조와 의복태도와의 관련 연구. *한국의류학회지*, 24(3), 401-410.
- 김상영, 임윤희, 최미옥. (2012). 30-40대 미용관심도와 제2의 직업선택에서 미용직 선호도. *한국미용학회지*, 18(2), 452-464.
- 김유성. (2011). *자기에성향별 신체매력성 지각이 미용추구행태 및 관리행동에 미치는 영향*. 경성대학교 대학원 박사학위논문.
- 김유성, 박옥련. (2009). 자기에 성형과 외모관심도, 미용행동 간의 상관관계분석. *한국인체미용예술학회지*, 10(3), 113-126.
- 김수영. (2004). *트윈세대 아동의 의복 관심도, 연예인 동조성, 매스미디어에 관한 연구*. 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 김주연. (2012). 대학생의 외모관심도가 이미지메이킹 효능감에 미치는 영향. *한국미용학회지*, 18(4), 892-900.
- 김태미. (2010). *다문화가정 구성원의 자아존중감과 신체만족도에 따른 의복행동 및 뷰티관심도에 관한 연구*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 김태미, 최인려. (2011). 다문화가정과 한국가정 청소년의 자아존중감과 신체만족도에 따른 의복행동특성에 관한 비교연구. *한국의상디자인학회지*, 13(3), 69-80.
- 김흥미. (2007). *청소년의 의복태도와 의복구매행동에 관한 연구*. 경남대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 맹리신. (2008). *청소년이 선호하는 의복색이 자기표현욕구와 패션관심도에 미치는 영향*. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 민병두. (2003). *미용성형수술에 대한 대학생들의 인지도에 대한 고찰*. 고려대학교 대학원 석사학위논문.
- 박주현, 박옥련. (2009). 여성의 외모관심도에 따른 신체만족도 및 외모관리태도 연구. *한국인체미용예술학회지*, 10(2), 115-126.
- 송지은. (2008). *성인여성의 소비가치에 따른 패션명품 구매행동에 관한 연구*. 숙명여자대학

- 교 대학원 석사학위논문.
- 설현진. (2010). *청소년의 외모에 대한 사회문화적 요인에 따른 외모만족도와 뷰티행동에 관한 연구*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 이민영. (2009). *여대생의 미의식에 따른 미용관리행동에 관한 연구: 피부관리, 체중조절, 미용성형행동을 중심으로*. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 이순희. (2012). *30-40대 남성들의 패션 라이프스타일 요인이 외모관리행동에 미치는 영향: 자기감시성에 따른 조절효과를 중심으로*. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 이현서. (2012). *MBTI 성격유형별 외모관리와 신체만족도 및 신체이미지 관심도*. 계명대학교 대학원 박사학위논문.
- 이혜정. (2011). *화장관심도와 정보탐색에 따른 여고생의 화장행동과 화장품 구매행동*. 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 오별. (2012a). *중·고등학생의 뷰티관심도와 정보탐색이 뷰티관리행동에 미치는 영향*. 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 오별, 김성남, 이종민, 진용미. (2012b). *청소년의 뷰티관심도와 정보관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향*. *한국미용학회지*, 18(3), 515-522.
- 유지현. (2009). *한국 내 중국인 유학생의 의복태도 연구-성별, 사회경제적 수준별, 한국거주기간별-*. *한국의상디자인학회지*, 11(2), 153-168.
- 정윤선. (2008). *고등학생의 의류쇼핑성향과 인터넷 쇼핑을 이용한 의류구매행동에 관한 연구*. 공주대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 최수빈, 조우현. (2003). *서울·인천 중·고등학생의 신체만족도와 선호 스타일에 따른 의복행동 및 의복구매행동*. *한국의상디자인학회지*, 5(3), 99-100.
- 해비. (2012). *20대 중국 여성들의 패션 라이프스타일에 따른 의복구매행동과 한류 및 한국패션에 대한 태도*. 배재대학교 대학원 석사학위논문.
- 홍수남. (2012). *20-40대 여성의 외모만족도가 미용관리태도에 미치는 영향*. *대한피부미용학회지*, 10(4), 829-836.
- 황윤정, 유태순. (2010). *외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체적 매력지각이 체중 및 의복관리행동에 미치는 영향*. *한국의류학회지*, 34(11), 1923-1932.
- Kaiser, S. B. (1990). *The social psychology of clothing : Symbolic appearance in context*. Macmillan Publishing Company, New York, 157-424.
- 통계청, (인구동태연보, 2012), 자료검색일 2013. 1. 12, 자료출처 [http://www.immigration.go.kr/HP/TTMM/imm\\_06/imm\\_2011\\_12.jsp](http://www.immigration.go.kr/HP/TTMM/imm_06/imm_2011_12.jsp)