

사회 인구학적 변인에 따른 여성의 웰빙 인식과 미용관리 성향

김현승¹ · 조성현^{2*}

¹남부대학교 일반대학원 통합의학과 학생, ^{2*}남부대학교 물리치료학과 교수

Perceptions of Well-Being and Beauty Care Tendencies among Women According to Sociodemographic Variables

Kim Hyunseung, PT¹ · Cho Sunghyoun, PT, Ph.D^{2*}

¹Dept. of Medical Sciences, Graduate school of Nambu University, Student

^{2*}Dept. of Physical Therapy, Nambu University, Professor

Abstract

Purpose : The purpose of this study was to analyze perceptions of well-being and characteristics of beauty care tendencies among women, in order to provide basic data for the establishment of a well-being and beauty management direction.

Methods : The domains examined for perceptions of well-being included spirit-oriented, material-oriented, self-oriented, and appearance-oriented values. The domains examined for beauty care tendencies consisted of appearance interest, social factors, and beauty care behavior. A survey of 320 women was conducted. In the analysis of the data, t-test and analysis of variance were used to examine the relationship between perceptions of well-being and beauty care tendencies based on sociodemographic variables. A multiple regression analysis was used to analyze the factors affecting beauty care tendencies.

Results : The analysis of the perceptions of well-being among the participants indicated that they tended to be more aware of the mental aspects of well-being and seldom recognized well-being as having material aspects. Therefore, they recognized the concept of well-being as something mentally oriented. The analysis of the factors affecting beauty care tendencies indicated that the participants were most greatly influenced by spirit-oriented values, and the more appearance-oriented values were emphasized, the more focus there was on beauty care.

Conclusion : This study found that well-being is a luxury, and traditional beauty care involving care of the mind and body can be effectively utilized if the beauty care is based on the recognition of mentally oriented well-being.

Key Words : beauty care tendency, sociodemographic variables, well-being culture, well-being perception, woman

*교신저자 : 조성현, shcho@nambu.ac.kr

I. 서론

웰빙(Well-being)은 자신의 일상생활과 환경 즉, 자신의 전반적인 삶에서의 높은 만족감과 행복을 의미한다(Diener, 1984). 웰빙은 1948년 세계보건기구(WHO)에서 개최한 건강관련 국제회의에서 ‘건강’을 “질병이 없기만 한 것이 아니라 육체적, 정신적, 사회적으로 양호한 상태” 라고 정의한 것에서 등장한 공식적인 용어이다(Kim & Lim, 2004).

이후, 그에 대한 관심이 대두되면서 몸과 마음의 균형적인 건강, 풍요로운 삶의 영위를 위해 사회 전반적으로 나타났으며, 하나의 사회 현상으로 정착되면서 정신적·육체적 건강과 사회문화적인 삶을 이해하며 행복한 삶의 만족을 추구하는 것을 의미한다. 새로운 문화현상의 출현에는 많은 요인들이 서로 밀접한 상호 연관성을 지니고 있으며 이는 웰빙도 마찬가지이다(Baik, 2004). 이러한 웰빙의 등장은 세계화·정보화 시대라는 사회적 변화 환경에서 꽃 피우는 문화양식이라고 할 수 있다(Kim, 2004).

웰빙은 누구나 건강하고 여유로운 삶을 누리길 바라는 기본적인 욕구와 관련되어 있으며, 복잡하고 경쟁이 치열한 현대 문명에 대한 새로운 대안으로 부각되고 있다(Kang, 2004). 현재 웰빙에 대한 학문적 실천적 정의가 부족한 상황이지만, 최근 대중매체에서의 용어 사용이 하나의 트렌드로 정착되어 가고 있기 때문에 광범위한 정의 속에서 대중들의 웰빙에 대한 인식을 명백히 규명할 필요성이 있다.

인식이 객관적 실체가 인간의 의식에 이론적으로 반영되는 과정과 그 결과로서 일정 범위의 대상에 대한 지식이라고 볼 때, 웰빙 인식이란 사람들이 의식하고 있는 웰빙에 대한 지식이라고 할 수 있다(Lee, 2005). 즉, 웰빙이라는 객관적 실재에 대한 인식은 사람에 따라 다르게 될 수 있고, 그 가치관에 따라 상이한 태도를 보이게 된다(Kim, 2012). 최근에는 웰빙 경향과 건강에 대한 관심이 더욱 높아지고 있으며, 건강의 하위 요인으로서 외모를 아름답게 하는 미용관리의 시장은 날로 커지고 있다. 아름다운 외모와 피부의 건강 상태를 유지하는 미용관리행위는 최적의 건강상태를 위한 움직임으로 생활방식

또는 삶의 방식을 변화시킨다. 따라서 미용관리는 젊음을 유지하려는 건강생활의 한 방법으로써 노화를 예방하고 자아의 이미지나 자아인식을 깨우쳐 심리적 자기성취, 자기실현을 충족시킴으로써 삶의 질과 만족도, 그리고 행복을 느끼게 한다(Kim, 2000).

Rudd와 Lennon(2000)는 외모가 개인의 성격이나 정보를 타인에게 전달하는데 중요한 역할을 하기 때문에 젊은 층일수록 외모에 대한 관심도가 높다고 하였다. 외모관리란 개인 각자가 다른 사람들과의 상호관계를 통해 자신의 역할을 수행하면서 자기표현을 해나가는 과정이라고 하였다(Lee 등, 2001). 이처럼 외모관리는 유해한 환경의 자극과 신체의 노화로부터 인체를 보호하고 고도의 산업화로 대중화된 물질 사회 속에서의 인간에게 긍정적인 자아인식과 자신감을 갖게 하는 내적 관리이다(Yang, 2002).

미용관리 성향은 단순한 외적인 치장뿐만 아니라 내적, 정신적인 자아의 회복을 위한 모색이라 볼 수 있으며, 미용관리행위를 포함한 최적의 건강상태를 향한 움직임으로 건강증진행위로의 생활방식이다. 특히 여성은 자신의 신체적 외모에 열등감을 느끼면 부정적인 자아개념을 가지게 되어 정신적으로 어려움을 겪을 수 있다. 선행연구들에서도 여성이 자신의 신체적 외모에 자신감이 있으면 자신의 가치에 대한 인식, 즉 자아존중감이 강해지고(Eklund 등, 1998; Martin 등, 1997; Russell, 2002), 정신건강도 건강해 진다는 것이 검증되었다(Chad & Thompson, 2000; Tiggemann, 2001). 이러한 선행연구들은 여성의 아름다움에 대한 추구하고 그에 따른 만족감이 정서적이고 인지적인 면에서 매우 중요한 역할을 한다는 것을 가정할 수 있다(Jeong & Suh, 2009).

지금까지 뷰티와 패션에 관해서는 다양한 주제로 연구가 이루어졌으나, 그 중 외모관리에 관한 연구들(Lee, 2012; Lee 등, 2017; Park, 2012; Ryu, 2007; Yoo와 Choi, 2014)은 주로 사회문화적 영향, 자아 존중감, 자아의식, 쇼핑성향, 화장품 구매 만족도, 에 관련된 외모관리 행동 연구, 외모관리 전략이 주를 이루고 있어 미용관리 성향의 특성을 파악하는 데는 어려움이 있다. 또한 웰빙과 관련한 연구들(Choi, 2011; Park과 Lee, 2019; Yoon, 2011)은 웰빙 현상의 등장 이후 건강과 관련된 웰빙 식품구매, 웰빙패션 구매, 뷰티 푸드 구매, 웰니스 센터 이용,

스파이용, 웰빙관광 등 웰빙지향 행동과 웰에이징에 관한 연구들이 주를 이루고 있으며 웰빙에 대한 인식을 살펴본 연구는 부족한 실정이다.

위와 같이 각각의 주제를 중심으로 한 연구는 다수 수행되어져 있으나, 웰빙과 미용관리 성향과의 관련성 및 영향력을 분석한 연구는 부족한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 여성들의 웰빙 인식과 그에 따른 미용관리의 특성 분석을 통해 바람직한 웰빙과 미용관리 방향의 정립을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 연구방법

1. 연구대상자 및 자료수집

본 연구는 D시에 거주하는 20~50대 이상의 여성 350명을 대상으로 하였다. 자료 수집은 2018년 1월부터 2월까지 본 연구의 목적에 대해 교육을 받은 조사자 10명이 주택과 직장을 직접 방문하여 조사하였다. 수집된 자료 350부 중 불성실한 30부를 제외한 총 320부의 자료를 최종 분석 대상으로 하였다.

2. 측정도구

웰빙 인식 측정을 위한 도구는 Lee(2005), Kim(2006)의 연구를 참고하여 연구자가 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 재구성하고, 박사학위 소지자 2인에게 내용타당도 검증을 받았다. 웰빙 인식 측정을 위한 도구는 정신지향(6문항), 물질지향(9문항), 자아지향(2문항), 외모지향(7문항)으로 구성된 총 24개의 문항이며, 문항의 구성영역별 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .602\sim.857$ 이며, 전체 문항 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .824$ 이다. 측정방법은 '전혀 그렇지 않다(1점)' 부터 '매우 그렇다(5점)'로 구성된 Likert 5점 척도이다.

미용관리 성향을 측정하기 위한 도구는 Kang(2004), Yang(2002)의 연구결과를 바탕으로 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 재구성하였으며, 박사학위 소지자 2인에게 내용타당도 검증을 받았다. 미용관리 성향 측정을 위한

도구는 외모관심도(7문항), 사회적으로인(7문항), 미용관리 행위(9문항)로 구성된 총 23문항이며, 문항의 구성영역별 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .723\sim.862$ 이며, 전체 문항 신뢰도는 Cronbach's $\alpha = .904$ 이다. 측정방법은 '전혀 그렇지 않다(1점)' 부터 '매우 그렇다(5점)'로 구성된 Likert 5점 척도이다.

3. 자료처리

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS 23.0을 사용하여 분석하였다. 첫째, 연구대상자의 사회 인구학적 변인(연령, 학력, 직업, 월소득, 자기관리지출비용, 결혼여부, 가족구성)은 빈도와 백분율을 산출하였다. 둘째, 사회 인구학적 변인에 따른 웰빙 인식과 미용관리 성향은 t검정과 F검정을 실시하고 Scheffe 사후검증을 실시하였다. 셋째, 미용관리 성향에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 미용관리 성향을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였다. 모든 통계학적 유의성 검정을 위한 유의수준은 $\alpha = .05$ 로 설정하였다.

III. 연구결과

1. 연구대상자의 일반적 특성

본 연구대상자의 사회 인구학적 변인의 빈도와 백분율은 다음의 Table 1과 같다.

2. 사회 인구학적 변인에 따른 웰빙 인식

사회 인구학적 변인에 따른 웰빙 인식의 분석결과는 Table 2와 같다. 웰빙 인식은 학력, 직업, 월 소득, 자기관리 지출비용, 가족구성, 건강상태, 흡연유무에 따라서 유의한 차이를 보였다. 유의한 요인을 살펴보면 학력에서는 정신지향, 물질 지향, 외모지향에서 유의한 차이를 보였다. 학력이 높을수록 웰빙을 정신 지향적 가치와 외모 지향적 가치를 중요시 하는 것이라고 인식하는 사람들이 많았고 학력이 낮을수록 웰빙을 물질 지향적 가치를

Table 1. Socio-demographic variables of subjects

(n=320)

Variable	Classification	Frequency (n)	Percentage (%)
Age	20~29 years	86	26.9
	30~39 years	82	25.6
	40~49 years	81	25.3
	50 years or older	71	22.2
Level of education	High school diploma or lower	115	35.9
	Associate degree	120	37.5
	Bachelor's degree	85	26.6
Occupation	Retail of service worker	67	20.9
	Office manager or civil servant	32	10.0
	Educational or counseling worker	40	12.5
	Self-employed worker	52	16.3
	Housewife	69	21.6
	Student	36	11.3
	Other	24	7.5
Monthly income	0.99 million won or less	103	32.2
	1~1.99 million won	107	33.4
	2~2.99 million won	62	19.4
	3 million won or more	48	15.0
Expense for self-management	100,000 won or less	63	19.7
	110,000~200,000 won	96	30.0
	210,000~300,000 won	62	19.4
	310,000 won or more	99	30.9
Marital status	Unmarried	136	42.5
	Married	184	57.5
Family composition	Oneself	27	8.4
	Oneself, spouse	23	7.2
	Oneself, spouse, child	143	44.7
	Oneself, parent	107	33.4
	Other	20	6.3
Physical condition	Poor	24	7.5
	Average	182	56.9
	Good	114	35.6
Smoking status	Non-smoker	270	84.4
	Smoker	50	15.6
Alcohol consumption	Non-drinker	159	49.7
	Once or twice a week	114	35.6
	Three times or more a week	47	14.7
Total		320	100.0

Table 2. Analysis of well-being perception according to socio-demographic variables

Variable	Classification	Spirit-orientation		Material-orientation		Self-orientation		Appearance-orientation	
		Mean±SD	F/t (p)	Mean±SD	F/t (p)	Mean±SD	F/t (p)	Mean±SD	F/t (p)
Age	20~29 years	3.47±.72		2.89±.54		3.27±.81		2.92±.66	
	30~39 years	3.49±.65	1.471	2.87±.47	.867	3.49±.73	2.295	3.08±.51	1.271
	40~49 years	3.35±.66	(.222)	2.79±.54	(.459)	3.19±.79	(.078)	3.05±.50	(.284)
	50 years or older	3.30±.66		2.80±.49		3.36±.75		3.02±.58	
Level of education	High school diploma or lower	3.24±.70		2.88±.48		3.29±.78		2.92±.57	
	Associate degree	3.48±.65	5.449	2.89±.54	3.190	3.32±.79	.388	3.04±.56	4.676
	Bachelor's degree	3.52±.64	(.005 ^{**})	2.72±.51	(.043 [*])	3.39±.77	(.678)	3.12±.56	(.035 [*])
Occupation	Retail of service worker	3.37±.60		2.92±.48		3.29±.85		2.94±.67	
	Office manager or civil servant	3.38±.55		2.77±.46		3.36±.75		3.00±.51	
	Educational or counseling worker	3.75±.61	2.463	2.77±.57	.916	3.61±.75	1.271	3.13±.52	.458
	Self-employed worker	3.32±.75	(.024 [*])	2.84±.51	(.484)	3.32±.84	(.270)	3.02±.58	(.839)
	Housewife	3.28±.67		2.77±.46		3.30±.65		3.02±.53	
	Student	3.46±.79		2.94±.58		3.15±.80		3.02±.58	
Monthly income	Other	3.39±.67		2.89±.64		3.29±.75		3.04±.51	
	0.99 million won or less	3.32±.73		2.84±.54		3.20±.80		2.86±.62	
	1~1.99 million won	3.40±.61	1.204	2.93±.46	4.278	3.44±.74	1.704	3.13±.55	4.824
	2~2.99 million won	3.51±.65	(.308)	2.65±.59	(.006 ^{**})	3.34±.77	(.166)	3.05±.56	(.007 ^{**})
Expense for self-management	3 million won or more	3.47±.73		2.88±.38		3.34±.79		3.05±.42	
	100,000 won or less	3.34±.72		2.94±.49		3.16±.83		2.91±.57	
	110,000~200,000 won	3.42±.73	1.444	2.91±.47	2.917	3.39±.74	2.183	3.06±.57	1.096
	210,000~300,000 won	3.29±.63	(.230)	2.82±.50	(.034 [*])	3.23±.79	(.090)	2.99±.60	(.351)
Marital status	310,000 won or more	3.50±.61		2.73±.56		3.44±.75		3.05±.54	
	Unmarried	3.48±.70	1.794	2.85±.50	.406	3.42±.82	1.810	2.98±.59	-1.090
Family composition	Married	3.35±.65	(.074)	2.83±.53	(.685)	3.26±.74	(.071)	3.05±.55	(.276)
	Oneself	3.05±.67		2.80±.49		3.13±.84		2.93±.49	
	Oneself, spouse	3.43±.73		2.87±.64		3.24±.56		3.27±.44	
	Oneself, spouse, child	3.36±.63	4.344	2.83±.52	.534	3.23±.72	2.901	3.03±.55	1.838
	Oneself, parent	3.58±.68	(.002 ^{**})	2.89±.50	(.711)	3.48±.85	(.022 [*])	3.00±.59	(.121)
Physical condition	Other	3.21±.73		2.73±.49		3.63±.72		2.85±.73	
	Poor	3.28±.94		2.94±.53		2.94±.90		2.90±.70	
	Average	3.43±.65	.486	2.77±.53	3.764	3.34±.80	3.531	3.04±.54	.678
Smoking status	Good	3.39±.66	(.615)	2.93±.46	(.024 [*])	3.39±.68	(.030 [*])	3.00±.58	(.508)
	Non-smoker	3.42±.68	1.214	2.84±.53	.081	3.32±.78	-.316	3.06±.55	3.086
Alcohol consumption	Smoker	3.30±.63	(.226)	2.83±.45	(.936)	3.36±.78	(.752)	2.79±.59	(.002 ^{**})
	Non-drinker	3.41±.70		2.81±.53		3.33±.80		3.06±.58	
	Once or twice a week	3.43±.65	.519	2.88±.51	.700	3.27±.71	.952	3.01±.51	2.309
Total	Three times or more a week	3.31±.65	(.596)	2.86±.46	(.497)	3.46±.84	(.387)	2.86±.63	(.101)
	Total	3.40±.68		2.84±.51		3.33±.76		3.02±.57	

* : p<0.05, ** : p<0.05, *** : p<0.001

중요시 하는 것이라고 인식하는 사람들이 많았다. 직업에서는 정신지향 영역에서 유의한 차이를 보였다. 교육·상담직이 가장 높게 나타났으며 학생, 사무관리 공무원, 판매서비스, 자영업, 주부 순으로 나타났다. 월 소득에서는 물질지향, 외모지향 영역에서 유의한 차이를 보였다. 월 소득이 100~199 만원인 여성들이 웰빙을 물질과 외모 지향적 요인으로 인식하는 것이 가장 높게 나타났다. 자기 관리 지출비용은 물질지향 영역에서 유의한 차이를 보였다. 자기관리 지출 비용이 적을수록 웰빙을 물질 지향적 가치를 중요시 하는 것이라고 인식하는 사람이 많았다. 가족구성에서는 정신지향과 자아지향 영역에서 유의한 차이를 보였다. 본인 부모가 같이 사는 여성은 웰빙을 정신 지향적 가치와 자아 지향적 가치를 중요시 하는 것이라고 높게 나타났으며 본인 혼자 사는 여성은 두 영역에서 모두 낮게 나타났다. 건강상태에서는 물질

지향과 자아지향 영역에서 유의한 차이를 보였다. 허약하다고 생각하는 사람일수록 웰빙을 물질 지향적 가치를 중요시 하는 것이라고 인식하고 있었다. 자아지향 영역에서는 건강하다고 생각하는 사람일수록 웰빙을 경제적 성공이나 사회적 성공보다는 자아 지향적 가치를 중요한 것이라고 인식하고 있었다. 흡연유무에서는 외모지향 영역에서 유의한 차이를 보였다. 비흡연자들은 건강하고 아름다운 외모를 가지고 아름다운 노년을 영위하는 것이 웰빙의 조건이라고 인식하고 있었다.

3. 사회 인구학적 변인에 따른 미용관리 성향

사회 인구학적 변인에 따른 미용관리 성향의 분석결과는 Table 3과 같다.

Table 3. Analysis of beauty care tendency according to socio-demographic variables

Variable	Classification	Appearance interest		Social factors		Beauty care behavior	
		Mean±SD	F/t (p)	Mean±SD	F/t (p)	Mean±SD	F/t (p)
Age	20~29 years	4.06±.56		3.55±.56		3.53±.54	
	30~39 years	3.77±.55	19.001	3.47±.58	2.956	3.52±.61	2.653
	40~49 years	3.54±.60	(.000 ^{***})	3.41±.59	(.033 [*])	3.47±.57	(.049 [*])
	50 years or older	3.38±.71		3.28±.64		3.29±.67	
Level of education	High school diploma or lower	3.51±.68		3.25±.65		3.30±.64	
	Associate degree	3.78±.62	7.691	3.47±.47	11.255	3.54±.51	6.651
	Bachelor's degree	3.83±.62	(.001 ^{**})	3.64±.60	(.000 ^{***})	3.56±.62	(.001 ^{**})
Occupation	Retail of service worker	3.76±.69		3.40±.66		3.43±.58	
	Office manager or civil servant	3.78±.57		3.44±.65		3.43±.53	
	Educational or counseling worker	3.87±.58		3.75±.47		3.73±.63	
	Self-employed worker	3.48±.67	3.783	3.36±.56	2.687	3.39±.59	1.635
	Housewife	3.52±.63	(.001 ^{**})	3.27±.59	(.015 [*])	3.44±.58	(.137)
	Student	3.98±.54		3.41±.54		3.38±.62	
	Other	3.71±.71		3.41±.55		3.45±.71	
Monthly income	0.99 million won or less	3.71±.74		3.29±.64		3.31±.62	
	1~1.99 million won	3.61±.63	2.225	3.44±.55	5.071	3.48±.56	5.391
	2~2.99 million won	3.68±.67	(.085)	3.50±.59	(.002 ^{**})	3.47±.64	(.001 ^{**})
	3 million won or more	3.90±.43		3.67±.51		3.72±.53	
Expense for self-management	100,000 won or less	3.34±.80		3.11±.68		3.11±.64	
	110,000~200,000 won	3.68±.65	10.606	3.36±.56	14.884	3.44±.62	12.302
	210,000~300,000 won	3.76±.59	(.000 ^{***})	3.47±.53	(.000 ^{***})	3.50±.56	(.000 ^{***})
	310,000 won or more	3.91±.49		3.69±.49		3.67±.48	

Variable	Classification	Appearance interest		Social factors		Beauty care behavior	
		Mean±SD	F/t (p)	Mean±SD	F/t (p)	Mean±SD	F/t (p)
Marital status	Unmarried	3.95±.55	6.203	3.53±.53	2.622	3.56±.57	2.856
	Married	3.52±.66	(.000 ^{***})	3.36±.63	(.009 ^{**})	3.38±.62	(.010 [*])
Family composition	Oneself	3.40±.70		3.26±.60		3.31±.68	
	Oneself, spouse	3.80±.77		3.50±.70		3.48±.73	
	Oneself, spouse, child	3.52±.64	10.164 (.000 ^{***})	3.37±.63	2.326 (.056)	3.41±.58	2.032 (.090)
	Oneself, parent	3.97±.50		3.56±.51		3.58±.55	
Physical condition	Other	3.85±.76		3.44±.51		3.33±.69	
	Poor	3.73±.74		3.30±.85		3.21±.73	
	Average	3.62±.69	3.109 (.046 [*])	3.38±.60	3.771 (.024 [*])	3.39±.62	7.618 (.001 ^{**})
Smoking status	Good	3.82±.55		3.55±.50		3.62±.61	
	Non-smoker	3.68±.66	-1.516 (.130)	3.45±.60	.684 (.494)	3.47±.59	1.127 (.260)
Alcohol consumption	Smoker	3.83±.60		3.38±.55		3.37±.64	
	Non-drinker	3.66±.67		3.45±.60		3.48±.57	
	Once or twice a week	3.81±.60	3.218 (.041 [*])	3.47±.59	2.028 (.133)	3.53±.62	4.341 (.014 [*])
	Three times or more a week	3.56±.70		3.28±.59		3.23±.61	
	Total	3.70±.65		3.44±.59		3.46±.60	

* : p<0.05, ** : p<0.05, *** : p<0.001

미용관리 성향은 연령, 학력, 직업, 월 소득, 자기관리 지출비용, 결혼상태, 가족구성, 건강상태, 흡연유무, 음주량에 따라서 유의한 차이를 보였다. 연령에서는 외모관심도, 사회적요인, 미용관리행위에서 유의한 차이를 보였다. 외모관심도, 사회적요인, 미용관리 행위 영역 모두에서 20대가 가장 높게 나타났다. 학력에서는 외모관심도, 사회적 요인, 미용관리행위 모두 유의한 차이를 보였다. 학력이 높을수록 외모관심도, 사회적 요인, 미용관리 행위 영역 모두에서 높은 것으로 나타났다. 직업에서는 외모관심도, 사회적요인에서 유의한 차이를 보였다. 외모관심도는 학생이 가장 높게 나타났으며, 사회적요인에서는 교육·상담직이 가장 높게 나타났다. 월 소득에서는 사회적 요인과 미용관리 행위에서 유의한 차이를 보였다. 소득이 많을수록 미용관리 행위를 많이 하는 것으로 나타났다. 자기관리 지출비용에서는 외모관심도, 사회적 요인, 미용관리행위 모두 유의한 차이를 보였다. 자기관리 지출비용이 많을수록 미용관리 성향이 높은 것으로 나타났다. 결혼 상태에 따라서도 외모관심도, 사회적 요인, 미용관리행위에서 유의한 차이를 보였다. 결혼 상태에 따른 미용관리 성향에서 미혼자들이 기혼자들 보다 상대적으로 많이 나타났다. 가족구성에서는 외모관심도

에서 유의한 차이를 보였다. 외모관심도는 본인, 부모가 같이 사는 여성이 가장 높은 것으로 나타났다. 건강상태에서는 외모관심도, 사회적 요인, 미용관리행위에서 유의한 차이를 보였다. 건강하다고 생각하는 여성의 미용관리 성향이 높은 것으로 나타났다. 음주량에서는 외모관심도, 미용관리행위에서 유의한 차이를 보였다. 주 1~2회 마시는 여성이 상대적으로 높게 나타났으며 금주, 주 3회 이상 순으로 나타났다.

4. 미용관리 성향에 미치는 요인 분석

회귀분석을 실시하기 위하여 종속변수의 자기상관과 독립변수 간의 다중공선성을 검토하였다. 종속변수의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였으며, Durbin-Watson 지수가 1.884 ($d_U=1.816 < d$) 로 나타나 자기상관이 없이 독립적이다. 독립변수 간 다중공선성은 VIF(분산팽창요인) 지수를 이용하였고, VIF 지수는 1.086~2.671로서 10 미만이므로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 따라서 본 데이터는 회귀분석을 실시하기에 적합하다.

미용관리 성향을 종속변수로 하고 사회 인구학적변인,

웰빙 인식을 독립변수로 다중회귀분석을 실시하였다 (Table 4). 회귀분석의 분산분석표에서 $p<.001$ 로 나타나 독립변수 중에서 종속변수에 유의한 영향을 주는 독립변수가 있음을 확인하였다.

다중회귀분석을 실시한 결과, 사회 인구학적 변인 중 자기관리 지출비용($p<.001$)과 건강상태($p<.001$)가 미용관리 성향에 유의한 영향을 주었다. 그리고 웰빙 인식에서는 정신지향 요인($p<.001$)과 외모지향 요인($p<.001$)이 미용관리 성향에 유의한 영향을 주었다. 자기관리 지출비

용이 높을수록($B = .134$), 건강상태가 높을수록($B = .180$), 미용관리 성향이 높아졌다. 또한 정신지향이 높을수록($B = .218$), 외모지향이 높아지며($B = .253$), 이들 변수가 미용관리 성향을 설명하는 설명력은 29.2%(adj $R^2=.292$)이다. 독립변수에서 자기관리 지출비용($\beta = .249$)이 종속변수에 더 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 웰빙인식 영역에서는 정신 지향적 가치를 중시하는 인식($\beta = .245$)이 가장 큰 영향을 주었다.

Table 4. Multiple regression analysis affecting the beauty care tendency

Independent variable	B	SE	β	t	p	VIF
Constant	1.617	.269		6.009	.000***	
Age	-.001	.004	-.022	-.286	.775	2.671
Level of education	.038	.067	.030	.564	.573	1.304
Monthly income	.030	.070	.024	.424	.672	1.386
Expense for self-management	.134	.029	.249	4.682	.000***	1.274
Marital status	-.152	.090	-.125	-1.687	.093	2.482
Physical condition	.180	.050	.178	3.619	.000	1.086
Smoking status	-.101	.086	-.061	-1.180	.239	1.214
Alcohol consumption	-.082	.061	-.069	-1.346	.179	1.174
Spirit-orientation	.218	.051	.245	4.286	.000***	1.472
Material-orientation	-.058	.061	-.049	-.950	.343	1.223
Self-orientation	-.033	.041	-.042	-.799	.425	1.262
Appearance-orientation	.253	.063	.239	4.000	.000***	1.603
adj $R^2=.292$, $F=11.982$ ($p<.001$)						
Durbin-Watson's $d=1.884$						

* : $p<0.05$, ** : $p<0.05$, *** : $p<0.001$, Level of education[0=High school diploma or lower, 1=Associate or higher], Monthly income[0=1.99 million won or less, 1=2 million won or more], Marital status[0=Unmarried, 1=Married], Smoking status[0=Non-smoker, 1=Smoker], Alcohol consumption[0=Non-drinker, 1=Drinker]

IV. 고 찰

사회경제적 수준이 향상됨에 따라 의식주에 만족하는 삶을 넘어 보다 젊고 아름답게 살고자 하는 욕구가 팽배해지면서 여성들은 외모에 많은 관심을 가지게 되었고 외모 관리는 사회생활에서 필수적인 요소로 자리 잡고

있고 삶 자체를 변화시킨다고 생각되고 있다(Lee, 2012). Stice(1994)는 외모에 대한 사회문화적 영향이 외모에 대한 이상적 기준을 형성하고 이를 강화함으로써 외모관리 행동을 유발한다고 보았으며, 날씬한 것이 좋다는 사회문화적 가정들을 가장 강하게 전달하는 것이 미디어일 수 있다고 주장하였다. 그러나 우리나라의 웰빙 경향

은 각종 대중매체와 상업주의의 주도하에 확산되기 시작하면서 보건의료의 개념이나 사회적 웰빙이 배제된 왜곡된 소비문화와 직결되면서 이기적 건강주의를 확산시키고 있는 부분이 있다. 따라서 대중 매체에서는 웰빙이나 건강, 미용을 소재로 한 방송을 할 경우 단편적인 홍보에서 벗어나 신뢰할 수 있는 책임 있고 정확한 정보를 제공하여 미용과 건강 생활양식의 형성에 도움이 되도록 해야 할 것이다. 이는 개인의 건강증진과 국민 보건 향상의 측면에서 매우 긍정적인 현상이라 하겠다. 그리하여 여성들의 웰빙에 대한 인식 분석을 통하여 바람직한 웰빙의 방향이 정립될 수 있도록 하는데 의의가 있다.

연구대상자들의 웰빙 인식을 분석한 결과 전체적으로 웰빙을 정신중심으로 인식하는 경향이 상대적으로 높았고 물질적 측면으로 인식하는 것은 낮게 나타나 많은 사람들이 웰빙을 정신적인 것을 지향하는 것이라고 인식하고 있었다. 이러한 결과는 우리의 소비문화가 물질주의적 성향을 가지고 있다는 Song(1993)의 연구결과와 상반되는 것이다. 그리고 웰빙을 자아지향 차원에서 인식하는 것 역시 높게 나타났다. 이는 웰빙이 정신적인 안녕과 자아 인식, 그리고 자기 개성으로서의 웰빙이 인식되고 있는 것으로 보여진다(Ryff, 1989; Sim 등, 2008). 정신 지향적으로 웰빙에 대한 지식과 태도를 가지고 있어 산업적 측면이 과도하게 부각된 우리의 웰빙 현실에서도 사회적으로 건전한 웰빙 인식이 자리 잡고 있음을 보여주었다. 본 연구의 결과는 Lee(2005)와 Kim(2006)의 선행 연구들의 결과와 일치한다. 물질지향 요인이 낮게 나타났지만 물질지향 요인에서의 유의한 차이를 보면 대체로 교육수준이 낮고 월 소득이 적으며 자신이 허약하다고 생각하는 여성들은 상대적으로 웰빙이란 경제적 시간적 여유가 있는 사람들이 추구하는 것이라고 보였다. 따라서 웰빙이란 경제적 측면에서만 추구할 수 있는 것이 아니라는 인식을 가질 수 있도록 진정한 웰빙의 개념을 확산시키고 사회적 차원에서도 웰빙을 실천하기 어려운 사람들에게 웰빙에 대한 정확한 정보를 제공해주고 웰빙을 체험하고 추구할 수 있는 기회의 장을 마련해 주어야 한다고 생각된다.

미용관리 성향은 연령에서는 외모관심도와 미용관리행위는 20대가 가장 높게 나타났다. 학력에서는 학력이

높을수록 외모관심도, 사회적 요인, 미용관리행위 모두 높게 나타났다. 이는 학력이 낮을수록 외모관심도와 미용관리행위를 많이 한다는 Kim(2006)의 결과와는 다르게 조사되었다. 직업에서는 외모관심도는 학생이 가장 높게 나타났으며 학생은 아직 자신에 대한 정확한 스타일과 정체성이 확립되기보다 유행에 민감한 연령대기 때문에 타인의 시선에 따른 외모관심도가 높게 나타나는 것으로 보인다. 미용관리행위는 교육·상당직이 가장 많이 한다고 나타났다. 이는 많은 사람들을 상대하고 사람들 앞에 보이는 이미지가 중요함에 따라 외모에 대한 관심이 많고 행동으로 이어진다고 생각된다(Park & Park, 2009). 사회적 요인에서 학력이 높고 많은 사람들을 상대하는 직업일수록 유의한 차이를 보였다. 즉, 현대 사회에서는 능력만으로 평가되었던 과거와는 달리 호감을 주는 이미지가 사회적인 성공을 가져다 주고, 적절한 외모관리가 그 사람의 일에 대한 능력, 원만한 대인관계, 믿음 등을 통해 긍정적인 평가를 만들기 때문이다. 본 연구의 결과는 Cash와 Pruzinsky(1990)의 선행 연구들과 일치하고 있다.

월 소득에서는 소득이 높을수록 미용관리 행위를 많이 하는 것으로 나타났다. 자기관리 지출비용에서도 지출비용이 많을수록 외모관심도, 사회적 요인, 미용관리행위 모두 높게 나타났다. 결혼여부에 따라서는 미혼자들이 외모관심도와 사회적 요인, 미용관리행위에서 기혼자들보다 높게 나타났으며, 가족구성에서는 본인, 부모가 같이 사는 여성이 외모관심도와 미용관리행위를 많이 하는 것으로 나타났다. 이는 기존의 논문들과 일치하고 있다(Kim, 2006; Lee, 2008). 건강상태에서도 건강하다고 생각하는 여성들이 외모관심도, 사회적 요인, 미용관리행위 모두 높게 나타났다. 음주량에서는 주 1~2회 마시는 여성이 미용관리행위에서 많이 한다고 나타났다.

미용관리 성향에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과 자기관리 지출비용이 가장 큰 영향을 미쳤고 자기관리 지출비용이 높을수록, 건강상태가 높을수록, 정신 지향적 가치를 중요시 할수록, 외모 지향적 가치를 중요시 할수록 미용관리 성향이 높은 것으로 나타났다. 이는 여성들이 인식하고 있는 웰빙은 몸과 마음의 조화를 이루는 것으로 자신들의 가치관 속에 올바른 웰빙 인식이 정착되어 있었지만 홍수처럼 쏟아지는 대중매체의 상품화

에 현혹되어 외모를 가꾸기 위해 노력하고 고급소비문화를 즐기는 것이 웰빙인 것처럼 오인되는 부분도 있었다. 정신 지향적 웰빙 인식에 기초한 미용관리 성향이 이루어진다면 자신의 몸과 마음을 가꾸기 위해 사치스럽고 고풍스러운 미용관리가 웰빙이라는 인식을 바꿀 수 있다고 생각된다. 그리고 여성들에게 외형적인 외모보다 내면적인 인격적 성숙과 지혜가 더 아름다우며 보다 자기 성취감을 추구 할 수 있음을 인식하는 건전한 사고로의 전환요법이 요구된다. 날씬한 몸과 아름다운 외모를 위한 집착에 현혹되지 않고 자기 자신을 사랑하고 올바른 신체상을 정립할 수 있도록 하여야 한다.

본 연구의 제한점은 조사대상자의 지역과 성별을 한정하여 관련 내용에 대한 일반화의 한계가 있다. 따라서 후속연구에서는 일반화시킬 수 있는 결과를 제시하기 위해 전국 단위의 분포와 여성만이 아닌 남성들의 웰빙에 대한 인식과 미용관리 영역까지 살펴보는 것도 의미가 있을 것으로 생각된다. 그리고 웰빙 관련 연구들의 축적을 통해 변화하는 웰빙 문화에 따른 사람들의 웰빙 행동을 파악할 수 있는 다양한 후속 연구들의 진행이 필요하다.

V. 결론

본 연구는 여성들이 웰빙에 대해 어떠한 측면으로 인식하고 있는지를 분석하고 그와 관련된 미용관리 특성을 분석하였다. 연구대상자들의 웰빙 인식을 분석한 결과 전체적으로 웰빙을 정신중심으로 인식하는 경향이 상대적으로 높았고 물질적 측면으로 인식하는 것은 낮게 나타나 많은 사람들이 웰빙을 정신적인 것을 지향하는 것이라고 인식하고 있었다. 미용관리 성향은 자신이 건강하다고 생각하는 미혼여성이며, 연령이 낮을수록, 학력이 높을수록, 소득과 자기관리지출비용이 많을수록 미용관리 성향이 높은 것으로 나타났다. 미용관리 성향에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과 정신 지향적 가치를 중시하는 인식이 가장 큰 영향을 미쳤고 외모 지향적 가치를 중요시 할수록 미용관리 성향이 높은 것으로 나타났다. 웰빙 인식이 여성들의 미용관리 성향을 설명할

수 있는 변인이라는 것을 확인할 수 있었고, 특히 건강과 아름다움에 대한 여성들의 욕구와 미용관리 성향에 대하여 이해할 수 있었다. 향후 연구에서는 정신 지향적 웰빙 인식에 기초한 미용관리 성향에 관한 연구가 이루어진다면 자신의 몸과 마음을 가꾸기 위해 사치스럽고 고풍스러운 미용관리가 웰빙이라는 인식을 제어할 수 있으며, 자기 자신을 진정으로 사랑하는 올바른 웰빙 인식을 정립할 수 있다고 생각된다. 우리는 웰빙에 대한 가치, 신념 등을 확고히 하여 외형적인 외모보다 내면적인 인격적 성숙과 지혜가 더 아름다우며 보다 자기 성취감을 추구할 수 있는 웰빙 인식을 고취시켜 건전한 미용관리 행동으로 유도해야 하겠다.

참고문헌

- Baik YS(2004). A study on the well-being trend in contemporary fashion & design. Graduate school of Chung-Ang University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Cash TF, Pruzinsky T(1990). Body-image: development, deviance, and change. New York, Guilford Press, pp.361.
- Choi MK(2011). Analysis of dine-out consumption behavior based on consumer's well-being dietary life pursuit attitude. Graduate school of Ewha Woman's University, Republic of Korea, Doctoral dissertation.
- Diener E(1984). Subjective well-being. Psychological Bulletin, 95(3), 542-575.
- Eklund RC, Mack D, Hart E(1998). Factorial validity of the social physique anxiety scale for females. J Sport Exerc Psy, 20(3), 281-295.
- Jeong KS, Suh KH(2009). The relationship between the attitude toward hairdressing and well-being among female college students. J Korean Soc Cosm, 15(2), 534-543.
- Kang YK(2004). Relation between the appearance of the Christian students and the self identity. Graduate

- school of Chongshin University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Kim EY(2004). A study on aspects and alternatives of aesthetics in a cultural Phenomenon of well-being. Graduate school of Yongin University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Kim HJ(2000). A study on skin care and stress in middle aged women. Graduate school of Inje University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Kim MS(2012). The influence of well-being perception on appearance management behavior of senior woman's. Graduate school of Honam University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Kim SHB(2006). A study on the relations between well-being and beauty care by enneagram personality type. Graduate school of Chung-Ang University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Kim YH, Lim HJ(2004). Well-being marketing. 2nd ed, Seoul, Dasan Books, pp.231.
- Kim YR(2006). A study on the use and purchase of cosmetics among women. Graduate school of Sookmyung Women's University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Lee IJ, Lee GH, Shin HJ(2001). Psychology of dress. Seoul, Gyomoon Publishers, pp.368.
- Lee JY(2005). A study on well-being behaviors in Korea: in relation with perception of well-being and lifestyle. Graduate school of Sungshin Women's University, Republic of Korea, Doctoral dissertation.
- Lee JY(2012). A study on women's appearance management behavior related to self-esteem and information search. Graduate school of Sookmyung Women's University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Lee SJ(2008). A study on the concern of women in their 20s and 30s for beauty and their receptivity of changes. Graduate school of Sookmyung Women's University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Lee SH, Kim ES, Joo YJ(2017). The effect of career women's appearance management behaviors on cosmetics shopping trends & the purchase satisfaction degrees. The Journal of Korean Society of Design Culture, 23(4), 629-641.
- Martin JJ, Engels HJ, Wirth JC, et al(1997). Predictors of social physique anxiety in elite female youth athletes. Women's Sports and Physical Activity Journal, 6(1), 29-48.
- Park EJ(2012). The effects of sociocultural influences, body image, and body dissatisfaction on appearance enhancement behavior. Graduate school of Chonnam National University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Park JH, Park OL(2009). A study on the degree of bodily satisfaction and the attitude towards managing external appearance according to women's degree of interest in external appearance. J Korean Soc Beauty and Art, 10(2), 115-126.
- Park JY, Lee MS(2019). Influence of beauty care on well-being-oriented behaviors and well-aging behaviors in adult men. Asian J Beauty Cosmetol, 17(1), 93-106.
- Rudd NA, Lennon SJ(2000). Body image and appearance-management behaviors in college women. Clothing and Textile Res J, 18(3), 152-162.
- Russell WD(2002). Comparison of self-esteem, body satisfaction, and social physique anxiety across males of different exercise frequency and racial background. J Sport Behavior, 25(1), 17-74.
- Ryff CD(1989). Happiness is everything, or is it? explorations on the meaning of psychological well-being. J Person Soc Psychol, 57(6), 1069.
- Ryu HH(2007). The relationship between self-consciousness and appearance management behavior of older women. Graduate school of Catholic University of Daegu, Republic of Korea, Doctoral dissertation.
- Sim HG, Ahn CY, Lee JS, et al(2008). Perception and behavior of well-being in reference to use plant resources. J Korean Soc People Plants and Environment, 11(1), 51-57.
- Song IS(1993). Addictive buying tendencies of consumers.

- Graduate school of Seoul National of University, Republic of Korea, Doctoral dissertation.
- Stice E(1994). Review of the evidence for a sociocultural model of bulimia nervosa and an exploration of the mechanism of action. *Clin Psychol Rev*, 14(7), 633-661.
- Thompson AM, Chad KE(2000). The relationship of pubertal status to body image, social physique anxiety, preoccupation with weight and nutritional status in young females. *Can J Public Health*, 91(3), 207-211.
- Tiggemann M(2001). Person x situation inter-actions in body dissatisfaction. *Int J Eating Disorder*, 29(1), 65-70.
- Yang ES(2002). A study on the subjectivity of skin care. Graduate school of Chung-Ang University, Republic of Korea, Master's thesis.
- Yoo H, Choi SH(2014). Influence on achievements on appearance management strategies in workplace. *Journal of Korea Design Forum*, 42(1), 405-416.
- Yoon HS(2011). The influence of personal values and well-being attitude on purchase intention for hotel-spa. Graduate school of Kyung-Hee University, Republic of Korea, Master's thesis.