

HER

Human
Ecology
Research직장 여성의 외모 관리에 관한 개인적 경험과 신체 이미지:
관리자급 여성들을 중심으로이윤정¹ · 이고은² · 이민선³¹고려대학교 가정교육과 교수 · ²충북대학교 의류학과 강사 · ³상명대학교 의류학전공 교수

Manager-Level Businesswomen's Personal Experiences of Appearance Management and Body Image

Yoon-Jung Lee¹ · Goeun Lee² · Minsun Lee³¹Department of Home Economics Education, Korea University, Professor · ²Department of Clothing and Textiles, Chungbuk University, Lecturer · ³Department of Clothing, Sangmyung University, Professor**Abstract**

The purpose of this study was to explore the personal experiences of businesswomen regarding appearance management and their body image. To achieve this, diverse perspectives were employed, including critical, practical, and positive body image perspectives. Interviews were conducted with 17 Korean businesswomen with more than 10 years of work experience. The data were analyzed using a phenomenological approach to understand their lived experiences of appearance management and body image. The participants acknowledged that appearance is important in the workplace - more so for women than for men. They commented that appearance may play an important role in displaying social attractiveness to strangers, but other elements of social attractiveness such as liveliness or social skills take prominence in established relationships. Businesswomen, particularly those whose professions involve the display of appearance, are more likely to engage in aesthetic labor or the unpaid labor of managing their physical appearance in order to meet expectations at work. In general, however, these women considered appearance management to be a practice of self-care which seems to demonstrate their positive body image. This study has significance in that it strived to understand the subjective, lived experiences of businesswomen, including their thoughts and emotions related to appearance management and body image.

Keywords

appearance management, businesswomen, aesthetic labor, social attractiveness

서론

직장 상황에서 외모의 후광효과에 대해서는 많은 논의가 이루어졌으며(Batres & Shiramizu, 2022; Dion et al., 1972), 학계뿐 아니라 매스컴 등 대중문화에서도 외모의 중요성 인식을 넘어 외모주의에 대한 우려와 비판이 만연하다(Cha, 2022; Kim, 2020; Lee, 2020). 매력적 외모가 많은 사회적 이익을 가져올 수 있다는 점, 외모의 중요성 자체가 사회적 권력구조와 연관되어 있어 예를 들어 직위가 낮은 사람이나 여성에게 있어서 더욱 중요하다는 점 등의 연구 결과가 일관성 있게 제시된 바 있다(Dion et al., 1972; Haynes, 2012; Heilman & Stopeck, 1985; Sung et al., 2009; Tazzyman, 2020). 특히 직장상황에서는 입사와 승진 등에서 외모가 개인의 역량을 평가하는 기준이 될 수 있으며(Im, 2007; Ruffle & Shtudiner, 2015) 사회경제적 보상과 직접적 연관성을 갖는다

Received: December 19, 2022

Revised: January 21, 2023

Accepted: February 6, 2023

Corresponding Author:**Yoon-Jung Lee**Department of Home Economics
Education, Korea University, 145 Anam-
ro, Seongbuk-ku, Seoul 02841, Korea
Tel: +82-2-3290-2326
E-mail: yleehe@korea.ac.kr

는 연구결과도 있다(Hamermesh, 2011).

우리나라는 외모 관리에 대한 관심이 높고 외모를 중시하는 경향이 있어 세계 성형시장 규모의 25%를 차지하는 것으로 알려져 있고(Choi, 2017), 국내외에서 수행된 많은 연구들이 한국인들의 높은 신체 불만족 경향을 지적해 왔다(Lee, 2018; Jung & Forbes, 2007; Jung et al., 2009). 더구나 한국 직장 문화는 아직 남성위주 문화가 주류를 이루고 있고 성평등의 실현도가 낮다고 평가된다(Choi et al., 2022). 우리나라의 여성 취업률은 1980년대 이래 지속적으로 증가하였으나 남성 대비 여성 임금 비율은 2021년 현재 65%이며, 여성관리직 비율이 10% 미만인 기업이 전체의 60% 이상으로 여전히 높지 않다(Statistics Korea, 2021). 즉, 아직도 여성들에게는 보이지 않는 유리천장(glass ceiling)이 존재하고 있다. 이런 남성본위의 직장 문화 안에서 한국 여성들은 구직과정뿐 아니라(Cha, 2022) 업무 중에도 외모 관리에 대한 압박과 외모 평가를 경험하고 있는 것으로 보인다(Jang, 2022).

직장 여성의 외모 관리에 대한 중요성 인식에 비하여 이들의 직장에서의 외모 관리 행동과 경험에 대하여 심층적으로 접근한 연구는 많지 않다. 국내에서 수행된 직장인의 외모에 관한 연구로는 직업적 성공을 위해 직장인이 추구해야 할 이미지를 정의하고자 한 연구(Hwang & Lee, 2019; Yoo & Choi, 2010, 2012, 2014), 직장에서의 성과 또는 개인적 행복감에 대한 외모 또는 외모 관리의 영향(Im, 2007; Jang, 2021; Lee et al., 2022; Yoo & Choi, 2014), 화장품이나 패션제품의 소비자로서의 행동에 관한 연구(Jeon, 2020; Lee et al., 2017; Yoo, 2017) 등 대체로 외모 관리의 중요성 및 긍정적 효과를 밝히는 데 초점을 맞추고 있다. 이들 중 일부는 직장 여성을 대상으로 하였으나, 여성으로서의 경험에 초점을 맞추기보다는 패션 또는 미용 제품의 소비자로서 다른 경우가 대부분이다. 한편, 해외에서의 직장 여성의 외모 관리와 관련된 연구들도 비판적 또는 실용주의적 관점을 채택하고 있어 이들의 다양한 경험을 여러 각도로 종합적으로 연구한 경우는 많지 않다.

이에 본 연구는 심층면접을 통한 정성적 연구를 통하여 우리나라 직장 여성들의 산 경험(lived experience)을 비판적 관점, 실용주의적 관점, 그리고 긍정적 신체 이미지 관점을 포함한 다양한 관점을 통합하여 분석함으로써 여성으로서 그들이 참여하는 외모 관리 행동과 신체 이미지 경험을 조명해 보고자 하였다. 이를 통하여 특히 이들이 경력을 쌓아가며 관리직으로 진급하여 역할을 수행하는 과정에서 느끼는 외모와 관련된 감정과 갈등, 경험 등과 그들이 자신에 대해서 정의하는 방식에 초점을 맞추고자 하였

다. 즉, 본 연구의 목적은 외모의 중요성이 강조되는 사회적 맥락 속에서 여성들의 외모 관리와 관련된 경험을 살펴보고, 여성들이 외모와 관련된 사회적 기대와 압박 속에서 자기존중감을 유지하면서 직장 여성으로서의 전문성과 정체성을 표현하는 개인적 경험을 묘사하는 데 있다.

본 연구의 결과는 여성들의 업무수행과 자아 정체성 구축의 측면에서 외모의 역할을 되짚어 볼 수 있게 함으로써 복식사회심리학 분야에서의 외모 연구에 기여할 것이다. 본 연구에서 다루고자 하는 주제는 기존의 복식사회심리학 영역에서 외면되어 온 주제라는 면에서 학문적 기여도가 있을 것이다. 선행연구에서는 외모의 경제적 측면 또는 객관적 성과 등에 초점이 맞춰져 왔으나, 본 연구에서는 성의 불평등과 외모주의가 함께 존재하는 사회에서 여성들이 겪는 경험을 연구함으로써 외모 관리를 여성들의 시각에서 바라보고자 한다는 점에서 의의가 있다.

문헌 고찰

1. 직장 여성의 외모 관리 행동에 대한 다양한 관점

여성의 사회참여가 활발해지고 경제적 생활 수준이 향상됨에 따라 직장 여성들의 외모 관리 행동에 관한 연구들이 다수 수행되었다. 직장 여성의 신체 이미지 또는 외모 관리에 대한 관심과 행동에 대해 기존 선행연구는 외모 관리를 여성들에게 강제된 일종의 노동으로 바라보는 비판적 관점과 외모를 개발하고 활용할 것을 제안하는 실용적 관점의 연구로 나눌 수 있다. 먼저 비판적 관점의 연구들은 개인, 특히 여성들에게 외모 관리를 강요하는 사회의 부정적 영향에 관하여 초점을 맞추고 있다. 미디어 연구 분야 또는 여성학 분야에서 주로 제기된 비판적 관점에 따르면, 직장 여성들은 사회적 분위기로 인하여 직무 자체가 외모와 관련되는 것과 무관하게 빈번하게 외모 관리를 요구받으며, 보상 없는 외모 노동(unpaid aesthetic labor; Warhurst et al., 2000)에 몰두하게 된다. 그에 비하여 뷰티 또는 패션 산업에서의 실용주의적 관점은 외모를 적극적으로 관리하여 자신의 사회적 매력(Hwang & Lee, 2019) 또는 전문적 이미지(Yoo & Choi, 2010, 2012)를 키우는 데 활용해야 한다는 시각이다. 이 두 가지 관점은 모두 사회적 상황에서 외모가 업무성과에 영향을 줄 수 있으며 중요하다는 점을 인식한다는 점에서는 공통점이 있다. 다만 여성들에게 아름다움을 강요하며 개인의 몸을 통제하는 사회구조적 시스템의 구조적 권력을 비판하는 입장이 있는가 하면, 그러한 시스템 속에서 외모가 가지는 힘을 통해서 얻을 수 있는 사회적 경쟁우위를 전략

적으로 활용해야 한다는 입장이 존재하는 것이다.

한편, 신체 이미지에 대하여 비판적 관점이 주도하던 서구의 학계에서 10여 년 전부터 제기되어 최근 관심을 끌고 있는 또 다른 관점은 긍정적 신체 이미지 관점이다. 앞서 언급한 비판적 관점들에 비하여 긍정적인 신체 이미지에서의 관점은 등한시된 경향이 있다. 긍정적 신체 이미지 관점은 개인의 외모에 대한 사회 구조적 압력을 부정하지는 않으나 대부분의 사람들이 이러한 압력에 대해 적절히 대응하며 자신의 심리적 안정감을 유지할 수 있음을 강조한다(Tylka & Wood-Barcalow, 2015). 긍정적 심리학 관점에서 신체 이미지를 연구하는 학자들의 경우 그간 비판적 관점으로 인하여 심리적 건강을 유지할 수 있는 개인의 역량이 과소 평가된 경향이 있음을 지적하였다.

본 연구에서는 직장 여성의 외모 관리 행동의 연구에 대한 보다 심층적 접근을 위해서는 외모 관리의 다양한 측면을 고려하는 것이 필요할 것이라고 보았다. 이에 외모 관리에 대한 이러한 다양한 관점들을 먼저 고찰하고 그에 근거하여 직장 여성들의 외모 관리 경험을 살펴보고자 한다.

2. 비판적 관점: 자본으로서의 외모의 개념과 외모 노동

선행연구에서 “아름다운 것은 좋은 것(what is beautiful is good)”이라는 고정관념에 의해, 일반적으로 매력적인 사람은 다른 측면에서도 좋은 특질을 가질 것이라고 여겨지는 후광효과가 있음을 밝힌 바 있다(Dion et al., 1972). 다양한 선행연구들이 매력적 외모를 소유하는 것의 사회적 중요성을 논하였는데, 특히 1990년대 이후 외모를 ‘자본’으로서 보는 시각이 강조되어 왔다. 외모와 관련하여 자본의 은유를 사용한 예시로는 physical capital (Shilling, 1991), bodily capital (Connell & Mears, 2018; Haynes, 2012; Wacquant, 1995), girl capital (Mears, 2015), aesthetic capital (Anderson et al., 2010; Holla & Kuipers, 2015), erotic capital (Hakim, 2010, 2011) 등이 있다. Neveu (2018)와 같은 학자들이 “쇼핑리스트 증후군”(p. 366)이라고 표현할 정도로 부르디외(Bourdieu)의 자본 개념은 외모뿐 아니라 다양한 분야에서 적용되고 있다. 외모를 자본으로 본다는 것은 그것이 사회에서 보다 많은 혜택에 접근할 수 있도록 하는 사회적 권력 또는 경제적 부와 교환가능한 가치로 본다는 것이다. 이들은 외모 자본을 문화 자본의 일부이며 젠더화된 개념으로 보고 남성에게보다는 여성에게 훨씬 더 중시된다고 하였으며, 특히 조직에서 요구되는 프로페셔널한 외모는 남성적인 중류층의 이미지로, 젠더, 사회계층, 인종을 기반으로 구체화되어 정의되어 있다는 비판적 시각을 취하고 있다(Haynes, 2012).

여성학자인 Naomi Wolf (2002)는 사회에서 여성들에게 아름다움을 강요하는 현상을 여성의 사회진출에 대한 가부장적 주류사회의 반격으로 해석하였다. 그는 여성들이 많이 진출하는 직업들이 ‘아름다움’의 대가를 받는 직업들로 재분류되고 있음을 지적하였다. 또한 Mears (2014)는 패션모델과 같이 신체를 보여주는 것이 추가 되는 직업을 전시용 직업(display jobs)이라고 일컬으며, 이러한 전시용 직업에 종사하는 여성들이 일반적인 여성들이나 남성들보다 훨씬 큰 보수를 받고 있음을 확인하였다(Mears & Connell, 2016). Wolf는 미국사회가 여성의 고용과 승진의 조건으로 ‘직업에 필요한 아름다움이라는 자격조건 (professional beauty qualification)’을 정당화시키고 보편적으로 사용하고 있다고 하였다. Wolf에 의하면, 여성운동으로 인해 성평등 의식이 확대될수록 ‘아름다움’ 이데올로기도 더 강화된다고 하였다.

여성의 외모가 고용현장에서 통제되는 가장 전형적인 경우는 서비스직에 종사하는 여성들로, 외모가 하나의 직업능력으로 요구되는 경우이다(Quach et al., 2017; Shin et al., 2015; Tazzyman, 2020; Warhurst et al., 2000). 이 경우 여성의 외모는 하나의 상품으로 간주되면서 회사의 자산으로 객체화되고 개인의 외모뿐 아니라 인격까지도 회사에 의해 통제되는 상황이 야기되기도 한다. 이처럼 여성들이 외모를 관리하도록 요구받는 것을 Warhurst 등(2000)은 ‘외모 노동(aesthetic labor)’이라고 일컬었으며, “고용에 참여하는 순간 그들이 보유하고 있는 ‘체화된 능력과 속성’을 제공하는 것(Warhurst et al., 2000, p. 4)”이라고 정의하였다. Mears (2014)는 외모노동을 “개인이 자신의 신체의 모습 또는 효과로 인하여 직접적 또는 간접적으로 보상받는 노동”(Mears, 2014, p. 1332)이며, 부르디외의 아비투스 개념과 유사하여 계층과 인종, 성별에 따른 차별을 강화할 수 있다고 하였다. 또한 그는 여성들에게 외모 노동과 성적 노동(sexualized labor)의 구분이 모호해질 수 있음을 지적하였다. 또한 외모 노동은 외모의 아름다움과 매력도(Pettinger, 2004), 의복의 스타일이나 목소리, 억양, 외모 등(Nickson et al., 2005)과 타인에 대한 공감능력까지 포함하는 “연성 기술(soft skills; Mears, 2014, p. 1337)”로도 표현된다.

한편, Tazzyman (2020)은 외모 노동이 자기(self)의 지속적인 생산을 요구하기 때문에 업무시간 외에도 수행해야 하는 체화된 행동이라고 하였다. 그에 따르면 여성들에게 외모 노동을 요구하는 것은 성적 불평등임에도 불구하고, 여성들은 커리어에 영향을 받을 수 있기 때문에 회사의 요구에 따라 자기표현의 방식을 바꿀 수밖에 없다고 하였다. 또한 Vonk (2021)는 선행연구에서는 일

Table 1. Components of Social Attractiveness and Their Definitions (Source: Hwang & Lee, 2019)

인상관리행동	사회적매력요소	내용	사회적 매력 제고를 위한 인상관리 행동
외모관리	후천적 외모 (beauty)	얼굴의 매력에 초점을 두는 요인으로, 사회에서 요구되는 이상적 미를 기준으로 외모 향상을 위해 노력하는 행동	체형관리, 피부관리, 헤어관리, 메이크업, 미용수술, 네일관리
	사회적 표현 (social presentation)	사회적 지위를 드러내기 위해 상황과 장소에 적합한 의복과 스타일로 의사를 표현하는 뛰어난 기술이자 자기표현방식	의복행동, 의복관리, 액세서리
비언어적 행동	활력 (liveliness)	타인에게 긍정적인 반응을 이끌어낼 수 있는 긍정적인 신체 언어로 전달하는 비언어적 커뮤니케이션 행동	얼굴표정, 제스처, 자세와 몸짓, 시선 등 신체 움직임에 의한 신체언어
	사회적 기술 (social skills)	다른 사람과 사회적으로 더 쉽게 상호작용하고 편안하고 위협적이지 않은 방식으로 사람들과 잘 지내는 능력	비즈니스 매너

반적으로 상사에 의하여 외모 노동에 대한 통제가 이루어지는 것을 가정해 왔으나, 수평적 조직문화를 이상적으로 여기는 근래의 추세를 고려할 때 동료들 간의 상호통제도 매우 중요하다고 하였다. 그는 질적연구를 통하여 동료들 간의 외모에 대한 상호통제가 명확하게 정의되지 않은 데다가 개인적 취향에 근거를 둔 경우가 많고, 은밀한 형태로 나타나며, 직장 내에서의 소속감과 관련 될 수 있음을 밝혔다. Vonk에 따르면 외모 노동은 금전적 보상이나 특정 상사에게 좋은 인상을 주는 것 이상으로 취업의 불안정성을 강화시킬 수 있다.

이처럼 비판적 관점에서 직장 여성의 외모 관리를 다룬 연구들은 외모 관리를 젠더 불평등한 사회구조 안에서 여성들에게 요구되는 사회적 이데올로기로 묘사하고 있으며, 이는 직장 여성의 가치를 본 업무에 대한 역량보다는 외모라는 척도로 평가하게 하여 여성들이 외모 노동을 수행하게 하는 것으로 설명한다. 이러한 사회구조 내에서 개인 여성들은 사회적 권력을 얻고 보다 많은 혜택에 다가가기 위한 수단으로서 외모 자본을 축적하기 위하여 외모 관리에 힘쓰게 된다는 것이다.

3. 실용주의적 관점: 매력 자본과 사회적 매력의 추구

외모를 자본으로 바라보는 대부분의 연구들은 비판적 관점을 갖는 데 비하여, 사회학자인 Hakim (2010)은 개인이 이러한 자본을 축적시키는 것의 가능성을 언급하며 실용주의적 관점을 보여주고 있다. Hakim은 현대사회에서 개인의 성공에 기여하는 요소로 '매력 자본(erotic capital, 본 연구에서는 국내 번역서의 제목을 따라 erotic capital을 "매력 자본"으로 표현하였다)'이라는 용어를 제안하며, 이를 사람들의 눈길을 끌고 그에게 다가가도록 만드는 능력이라고 정의하였다. Hakim에 따르면 매력 자본은 다면적인 특성을 가지고 있어, 미모, 성적 매력, 사회적 기술, 활기, 사회적 표현 능력, 성적 능력의 6가지 요소, 또는 일부 문화에서는 여성의 출산 능력(fertility)을 포함한 7가지 요소로 구성되

어 있다고 하였다. 그에 따르면 매력 자본은 모든 사회적 맥락에서 타인, 특히 이성에게 끌리게 만드는 미적, 시각적, 육체적, 사회적, 성적 매력을 종합한 개념이다. 이 개념에 대해서 학계에서는 개인으로서 벗어나기 어려운 사회적 계급과 구조적 한계를 강조한 부르디외 자본 개념의 원래 취지를 왜곡하였다고 비판하기도 한다(Kukkonen, 2022; Neveu, 2018).

Hwang과 Lee (2019)는 Hakim (2010)이 제안한 매력 자본의 개념을 조직 내에서의 사회적 관계에 적용하여 '사회적 매력'이라는 개념으로 제안한 바 있다. 이들은 '사회적 매력'을 타고난 신체적 외모만을 통한 매력이나 성적 매력이 아닌 '사회적 표현력이나 사회적 기술을 통해 발산할 수 있는 성취된 매력'으로 정의하였으며, 국내외 문헌의 고찰과 전문가 델파이 조사를 통하여 사회적 매력의 구성요소를 후천적 외모, 사회적 표현, 활력, 사회적 기술의 4가지로 도출하였다(Table 1 참조). 이들이 제시한 사회적 매력은 Hakim의 7가지 요소 중 사회적 활동에 영향을 미치며 개인의 노력을 통하여 개발이 가능한 요소들 위주로 구성되어 있다. 즉, 미모 대신 후천적 외모가 제시되었으며, 성적 매력, 출산 능력 등의 요소들은 제외되었다.

이 외에 국내에서 직장 여성을 대상으로 수행된 연구들은 대체로 매력 자본 또는 사회적 매력과 상통한다고 볼 수 있는 실용주의적 관점을 따르고 있으며 외모 관리의 결과로 성취할 수 있는 긍정적 성과들에 초점을 맞추고 있다. Yoo와 Choi (2014)는 직장인들의 외모 관리 전략을 강도와 방향에 따라 전략적 활용, 차별전략, 동조전략으로 나누어 보았으며, 외모의 전략적 활용과 동조전략이 좋은 인간관계, 사회적 파워, 창의적 인상을 통해 직업적 성취에 긍정적 영향을 미침을 밝혔다. 또한 Im (2007)은 직장 여성들이 외모가 자아존중감이나 대인관계에 긍정적인 영향을 미치며 직장에서의 성공에 영향을 미친다는 신념을 갖고 있다고 하였다.

4. 긍정적 신체 이미지 관점: 자기 돌보기로서의 외모 관리

긍정적 신체 이미지(positive body image) 관점은 서구에서의 신체 이미지 연구가 주로 병리학적(pathological) 관점에서 이루어진 것에 대한 비판에서 시작된 긍정심리학(positive psychology)에서의 접근이라 할 수 있다. 긍정적 신체 이미지의 개념을 연구한 Tylka와 Wood-Barcalow (2015)는 기존의 부정적 신체 이미지 연구를 통해서 신체 이미지 장애를 가졌던 사람들이 부정적 신체 이미지를 극복하더라도 중립적인 신체 이미지에 머무를 뿐, 긍정적 신체 이미지를 갖게 하기 어렵다는 한계가 있다고 하였다. 이에 부정적 요소를 제거하는 것을 넘어 자신의 신체에 대해 자부심을 갖고 긍정적으로 여기도록 하는 관점에서의 연구가 필요하다는 것이다. 그들에 따르면 긍정적 신체 이미지는 신체 불만족 같은 부정적 신체 이미지에 반대되는 개념이 아니라 별개의 독립적 개념이며, 선행연구에서 삶에 대한 만족(life satisfaction) 또는 행복 등의 긍정적 심리작용을 예측하는 변수로 밝혀졌다. 따라서 이는 부정적 신체 이미지와는 별도로 연구되어야 할 가치가 있다고 하였다.

부정적 신체 이미지에 따른 외모 관리는 외모에 대한 사회문화적 기준에 부응하려는 노력 또는 그러한 기준에 대한 내면화로 해석되어 부정적으로 여겨질 수 있으나, 긍정적 신체 이미지 관점에서는 외모 관리에 관심을 갖는 것이 반드시 부정적인 의미를 갖지는 않는다. 부정적 신체 이미지에 의한 외모 관리와 긍정적 신체 이미지에 의한 외모 관리의 차이는, 전자는 타인의 기준에 자신을 맞추는 데 초점이 있다면, 긍정적 신체 이미지 관점에서 보았을 때 외모 관리는 여성들의 자기에 대한 관심과 자기 돌보기의 동기에 의한 것으로 볼 수 있다.

Tylka와 Wood-Barcalow (2015)는 긍정적 신체 이미지가 다차원적인 개념으로 신체 만족 또는 외모에 대한 평가 이상의 것이라고 하였다. 그들은 긍정적 신체 이미지의 속성들을 다음과 같이 제시하였다. 첫째는 신체에 대한 감사로, 단순히 자신의 외모 또는 신체가 문화적 외모 이상에 부합하여 만족하고 감사하는 것이 아니라, 신체가 가진 기능이나 역할, 또는 독특한 개성 등을 고마워하는 것이다. 두 번째는 신체 수용 및 사랑으로, 이는 나르시시즘이나 허영심과는 구별되며, 사회문화적 이상을 추구하거나 다른 이들에게 매력적으로 보이고자 하는 것이 아니라 자신의 신체가 할 수 있는 일에 대해 만족해 하는 것을 의미한다. 세 번째는 아름다움에 대한 포괄적 정의인데, 외모가 개인의 노력에 의해 변화할 수 있느냐의 여부와 무관하게 외모에는 다양한 아름다움이 있을 수 있다는 인식을 갖는 것을 의미한다. 네 번째는 외모에 대한 적응형 투자로, 이는 사회적으로 이상적인 기준에 맞추기 위한

외모 관리가 아니라 자기를 돌보는 활동으로서 자신의 스타일 감각과 성격에 맞게 외모 관련 자기관리에 꾸준히 참여하는 것을 의미한다. 다섯 번째는 내적 긍정성이다. 내적 긍정성은 긍정적 신체 이미지, 긍정적인 감정(예: 신체 자신감, 낙천주의, 행복), 적응형 외모관리 행동을 연결시키는 요인이다. 여섯 번째는 정보의 필터링으로, 긍정적인 신체 이미지와 일치하는 정보는 받아들여지고 위협할 수 있는 메시지는 거부하는 것을 의미한다. 즉, 긍정적인 신체 이미지를 가진 사람들이라도 신체 이미지를 위협하는 외압의 영향에 취약해질 수 있으므로 이러한 메시지를 거부할 수 있어야 한다.

이처럼 긍정적 신체 이미지 관점은 외모관리를 자기 돌보기로 간주하는 것을 넘어 신체를 사랑하고 편안히 여기는 것을 포함하며, 외모에 대한 통제와 관심이 요구되는 환경에서 외모 관리에 임하는 개인이 자신의 외모에 대한 만족감과 자기존중감을 유지할 수 있게 하는 요소로 볼 수 있다. 이에 본 연구에서는 국내 직장 여성들의 외모 관리 및 신체 이미지 경험을 분석하는 데 있어서 긍정적 신체 이미지 요소가 발견되는지 확인하고자 하였다.

연구 방법

1. 연구 문제

본 연구에서는 직장 여성과의 심층면접을 통해 이들의 사회적 매력 및 구성요소에 대한 인식과 외모 관리 행동에 대해 연구하고자 하였다. 직장이라는 사회적 상황은 문화적 요소를 많이 반영할 것이며, 외모 및 신체 이미지, 사회적 매력 또한 문화특정적인 개념이므로 연구의 범위를 한국의 관리자급 직장 여성들의 경험으로 한정하였다. 특히 직장 여성의 외모 관리는 직장이라는 사회적 조직 안에서 발생하는 개인적 경험이므로 일정 기간 이상의 경력을 가지고 있는 여성들을 대상으로 하는 것이 적절할 것으로 판단하여, 관리자급 직장 여성들의 외모 관리 경험에 대하여 분석해 보고자 하였다. 따라서 연구문제는 다음과 같이 설정하였다.

연구문제 1. (한국의) 관리자급 직장 여성들에게 '직장 여성'의 이미지는 어떠한가, 그들이 가지고 있는 '직장 여성'으로서의 정체성은 어떠한가?

연구문제 2. (한국의) 관리자급 직장 여성들은 사회적 매력을 어떻게 정의하며, 사회적 매력에 옷 입기와 외모 관리가 얼마나 기여한다고 보고 있는가?

연구문제 3. 외모 관리에 대한 선행연구자들의 비판적 관점, 실용주의적 관점, 긍정적 신체이미지 관점에서 보았을 때, (한국

의) 관리자급 직장 여성들은 직장에서의 외모 기대에 대하여 어떻게 인식하고 있으며, 외모 관리를 위하여 어떤 활동을 하는가?

연구문제 4. 외모 관리에 대한 선행연구자들의 비판적 관점, 실용주의적 관점, 긍정적 신체이미지 관점에서 보았을 때, (한국의) 관리자급 직장 여성들의 신체 이미지 경험은 어떠한가?

2. 연구 절차

자료수집 방법으로는 심층면접법을 이용하였으며, 특히 10년 이상의 직장 경력이 있는 사람들을 대상으로 하였다. 이를 위하여 서울 및 수도권 지역의 다양한 업종, 직군의 직장 여성 19명을 대상으로 눈덩이 표집법으로 모집하였다. 인터뷰는 2018년 8월에서 9월 사이에 진행되었다. 응답자 중 1명은 기초조사 후 해외로 이주하여 최종 인터뷰를 진행하지 못하였으며, 2명은 면접이 이루어지기 전 해외에 거주한 기간이 길어 국내의 직장 상황보다는 해외의 상황을 반영하는 내용으로 판단되어 분석에서 제외하고 17명의 응답만을 최종 분석에 포함하였다(Table 2).

심층면접은 반구조화된 면접 지침서를 이용하여 연구 대상자들이 편안하고 여유를 느낄 수 있는 장소와 시간에 진행하였으며, 면접 시간은 1인당 40분에서 90분 사이로 소요되었다. 면접은 반구조화된 질문지를 이용하였고 직장 여성의 직장생활, 사회적 매

력, 외모관리와 패션에 관련된 경험 등을 질문하였다. 면접 내용은 녹취, 전자하여 분석하였다. 연구의 분석은 현상학적 방법을 사용하였으며, 범주화를 용이하게 하기 위하여 NVivo 11 (QSR International, Burlington, MA, USA)을 이용하였다. 본 연구의 연구절차에 대해서는 제1저자가 소속된 기관생명윤리위원회에서 IRB 승인을 받았다(KUIRB-2018-0020-02).

3. 측정도구

면접을 위하여 반구조화된 질문지가 사용되었다. 본 연구에서는 직장 여성들이 사회적 매력을 구성하는 요소들에 대하여 부여하는 상대적 중요성을 파악하고자 Hwang과 Lee (2019)의 틀을 이용하여 문항을 구성하였다. 면접 전에 간단한 인구통계적 특성(연령, 성별, 소득수준, 가족관계 등)과 응답자 개인의 패션에 대한 관심도(패션, 외모 관리, 패션제품 구입 빈도, 외모 관리 비용 등)를 묻는 구조화된 설문지를 제시하였으며, 이후 면접의 진행을 위하여 참고하였다. 면접을 위한 질문지에 포함된 내용은 아래와 같다. 면접의 흐름에 따라 질문의 순서는 바뀌기도 하였으며, 필요한 경우, 추가 질문을 통하여 구체적 내용을 물어보기도 하였다.

- 개인의 패션 및 외모에 대한 태도
- 직장 여성에 대한 이미지

Table 2. Characteristics of Research Participants

ID	Age	Occupation	Career	Marital status	Income level	Interest in fashion	Interest in appearance	Appearance management spending
A	39	아나운서	14년	기혼/유	401-500만원	9	8.5	100-300만원
B	39	공무원	15년	기혼/유	401-500만원	4.5	6.5	50-100만원
C	39	비서(로펌)	15년	기혼/유	401-500만원	7	7	30-50만원
E	40	사무직(통번역)	16년	기혼/유	501-700만원	5	6	50만원
F	40	사무직(홍보)	15년	기혼/유	201-300만원	7	6.5	100만원
G	40	호텔리어	16년	기혼/유	401-500만원	6.5	6.5	300만원
H	40	의류회사 대표	10년	기혼/유	701-1000만원	10	10	50-100만원
I	39	비서	14년	기혼/유	501-700만원	5.5	4.5	300만원
J	41	뷰티샵(네일리스트)	10년	기혼/유	150-200만원	5	8.5	20-30만원
K	44	은행원	15년	기혼/유	501-700만원	6.5	4.5	10만원 이하
L	45	은행이사	16년	기혼/유	1000만원 이상	6	6	100만원
M	43	판사	15년	기혼/유	501-700만원	3	3	10만원 이하
N	43	아나운서/겸임교수	18년	기혼/유	1000만원 이상	9	8	10-30만원
P	39	화장품회사 대표	17년	미혼	1000만원 이상	10	10	30-50만원
Q	43	회사원	18년	기혼/유	301-400만원	7	7	10-30만원
S	43	커리어 컨설턴트	16년	미혼	201-300만원	6	6	10만원 이하
T	51	변리사	19년	기혼/유	701-1000만원	5	5	100만원

- 직장 여성의 사회적 매력에 대한 정의
- 사회적 매력 요소(외모, 활력 요소, 사회적 기술)의 상대적 중요성 인식
- 직급이나 직무에 따른 사회적 매력 요소들의 중요도 차이
- 직장에서의 외모 기대와 드레스 코드
- 직장에서 여성으로서의 매력 및 외모 꾸미기에 대한 견해
- 현재 수행하고 있는 외모 관리 행동 및 관심 정도
- 연령 및 직급의 변화에 따른 외모관리 변화
- 타인에게 인식되고 싶은 자신의 모습

4. 연구참여자 특성

연구참여자들은 39~51세의 여성으로 사회생활 경력이 모두 10년 이상이며 직업군은 다양하였으며, 2명의 응답자를 제외하고 모두 기혼자였다. 응답자의 소득 수준은 국내 여성 근로자 월평균 소득인 297만원(Statistics Korea, 2018)보다 높은 편이었으며, 패션 관심도와 외모 관리에 대한 관심도를 1~10 사이로 표시하라고 하였을 때, 3점에서 10점 사이로 다양하게 응답하였으나 한 두명을 제외하고는 5 이상으로 응답하여 대체로 보통 이상의 관심을 가지고 있는 것으로 나타났다. 이들의 월평균 외모관리 비용은 10만원부터 300만원까지 다양하였다(Table 2).

연구 결과

1. 직장 여성의 이미지: 자신감, 긴장감을 유지한 태도

연구참여자들에게 '직장 여성'이라고 하면 떠오르는 모습을 질문하였고, 이에 대한 답변으로 외형적으로는 정장수트(E, G, H, J)를 입고 높은 구두(E, B, G, H, J)를 신은 세련된 여성(C), 짧거나(E) 웨이브진 머리(J)에 가벼운 화장(G), 스커트에 스타킹(H) 등이 언급되었다. 또한 자차로 출근하고 금전적으로나 시간적으로나 옷을 잘 갖춰 입을 여유가 있는 모습(B), 사회적 매너가 좋을 것이라는 인식(A) 등의 답변도 있었다. 이 질문에 대한 답변 중 외형적인 모습은 그들이 생각하는 직장 여성에 대한 사회적 기대 또는 고정관념이 반영된 모습이라고 볼 수 있다. 아동복 브랜드를 운영하고 있는 H는 이러한 고정관념이 "되게 답답한" 이미지라고 하기도 하였다. 또한 한편으로, 가정주부들에 비하여 높은 구두를 신을 이유를 가진 점이 특권이라고 하기도 하였으나(B), 큰 가방을 들고 다녀야 해서 작은 핸드백을 들 수 없다는 점(M)이 제한요소이기도 했다.

외적인 요소 외에도 전문적이고 자신감 있는 태도와 전문성 등

과 연관되는 언급도 많았다. 이와 같은 내면적 측면은 연구참여자들이 생각하는 직장 여성으로서의 이상적 특성 또는 덕목을 반영하고 있었다. 예를 들어, 당당함(T) 또는 자신감(A, Q, E, G, J), 카리스마(C, N), 전문성(K, M, A, Q), 일에 대한 열정(C), 또는 자존감(T, G), 다방면에서 능력있는 여성(I) 등과 같은 내적 속성을 표현하는 단어들도 함께 언급되었다. 한편, 연구참여자들은 이러한 내적 속성을 외모와 연관시켜 이야기하기도 했는데, 예를 들어 아나운서인 A는 매력적인 외모는 "관리되고 있는 상태"에 기인한 것이라고 하면서, "긴장감이 유지되는 것에서 오는 것으로, 애티튜드가 좀 다르다"며, "긴장하고 살면 보여지는 태도가 다르다"고 하였다. 한편 사설교육기관의 관리자인 Q 또한 단정한 옷차림을 통하여 자신감이 드러난다고 하였고, 역으로 내면에서 오는 자신감이 외적인 매력에서 드러난다고 하는 이도 있었다(T). 이는 Yoo와 Choi (2010)의 연구에서 외모가 성실성과 자기관리를 표현한다고 한 점과 일관된 결과라고 볼 수 있다.

T: 전에는 그게 바깥에서 보여지는 외모에서 풍겨 나온다고 생각했는데, 나이가 들다 보니까 내면에서 나오는 자신감, 능력이라든가, 모든 것은 자신감으로부터 매력이 나오지 않나 싶어요.

전반적으로 연구참여자들은 직장 여성이라는 자신의 모습에 대해 대체로 긍정적이었으며 긍지를 가지고 있는 것으로 나타났다. 일을 하는 것은 자기 계발이 되며(L, G), 자신감이나 자존감을 높이는 일로 일상생활에서 위축되지 않게 한다고 보았으며(G), 직장을 나오면 자신을 위해 시간을 쓸 수 있고(B), 직장을 다니는 것은 아주 높은 전문성을 요구하지 않는 경우라도 사회성을 높여주며 전업주부로 사는 것보다는 세상을 더 이해하게 한다(J)는 점에서 긍지를 표현하였다. 이들은 자신들뿐 아니라 타인들도 직장 여성에 대해 긍정적인 이미지, 즉 전문적이고(Q), 부지런하다는 인식을 가졌을 것이며(M), 포레의 전업주부들이 부러워한다고 인식하고 있었다(B, T).

A: [직장생활을 하는 여성이라는 것에 대해] 긍정적이죠. 아무래도 저는 전업주부도 굉장히 중요하고 대단한 역할을 하고 있다고 생각하지만 사회 기준 자체가 전업주부 하면 남편만 일하고 집에서 놀고 쉬는 그런 이미지가 강해서 긍정적인 요소보다 부정적인 요소가 강한 거 같아서 직장여성이라서 긍정적인 게 아니라 그런 부정적 요소를 제외하니 좀 더 긍정적으로 보인다. 그 정도로 생각할 수 있을 거 같아요.

한편 자녀가 있는 기혼여성으로 직장과 가정을 병행하는 여성들의 경우, 직장일과 가정일, 특히 육아에 대한 책임이 내적 갈등

으로 표출되었다. 아이가 어린데 굳이 나가야 하느냐는 주변인들의 부정적 시선을 언급하기도 하였고(E), 스스로도 가정을 소홀히 하는 것으로 여기거나(L), 일과 가정에서의 역할로 인하여 늘 바쁘고 지쳐 있는 모습을 떠올리기도(F) 하였다. 또한 판사 M과 같이 전문직에 종사하는 경우에도 직장과 육아(또는 자녀의 입시성과)를 병행하며 모든 일을 다 잘하는 여성이 롤모델이고 부러움의 대상이라고 하였다.

이러한 갈등에는 사회적 시선이 연관되어 있었는데, 여성이 직장 생활을 하는 것은 본인만 좋은 일이다(M), 전업주부들이 시기하거나 질투하기도 한다(E), 엄마와 함께 하기를 원하는 아이를 떼어놓고 나와야 하기 때문에 '독하다'(K) 등의 표현을 통하여 그러한 시선에 대해 의식하는 것을 볼 수 있었다. 한편으로는 또래 아기엄마들에게 위화감을 주지 않고자 노력하기도 하였다(E).

F: 요즘 할머니들이 봐주는 사람들 보면 안 벌어도 되는데 굳이 나가서 저런다고 그렇게 보시는 분들도 있지만, 근데 요즘은 맞벌이가 대세잖아요. 그래서 좀 긍정적으로 보는 게 커진 것 같아요. 옛날엔 애가 어리면 어린데 내가 꼭 나가서 일을 해야겠냐 뭐 이렇게 얘기를 했다면 지금은 그게 아니라, 왜냐면 한 명이라도 더 벌어야 그게 충족이 되니까 그래 너 가서 일해라. 할머니 할아버지가 봐준다거나 그게 상황이 여의치 않으면 도우미를 써서라도 같이 일을 해라라는... 어르신들도 그렇고, 그런 입장이라 좀 긍정적인 것 같아요.

C: 애를 잘 관리를 못할 것이다. 애보다는 일이 우선적일 것이다 생각하는 사람도 있을 수 있고..

E: 아기 하원해서 놀이터 이런 데 가면 일을 안 하는 엄마들이 있으면 괜히, 안 그래도 나는 친해질 기회가 없는데 조금 더 거리를 느끼는 거 같고, 그런 시선이 있어서, 시간이 되면 집에 가서 옷을 갈아입고 하원하러 가거나.

한편, 전문 여성과는 상반되는 이미지로 '아줌마'라는 호칭이 있다. 아줌마라는 표현은 많은 연구참여자들이 듣기 싫어하는 호칭이기도 했다(A, B, K, L, P, Q). 이는 '아가씨'라는 표현과 대비되는, 연령과 연관되는 표현으로 인식되기도 하였으나, 한편으로는 '평퍼짐한' 등의 수식어와 함께 동반되어 여성에 대한 비하가 담긴 시각을 반영하는 단어가기도 하다. (인터뷰 인용문 중 연구자의 부가 질문 내용은 괄호 안에 R: 로 표기하였다.)

K: 선생님, 아니면 이름, 지점장님 이런 명칭, 직급으로 불려지다가 아줌마 소리 들으니까 기분이 정말 안 좋더라고요. (R: 무엇이 기분이 나쁠까요?) 그냥 아줌마라는 그 단어 자체가 어, 내가 벌써 아줌만가 나를 보고 아줌마라고 그러네. (R: 아줌마라는 말

이 그러면은 좀 나이와 관련되는 걸까요?) 그런가 봐요, 그게 제가 어느새 그렇게 나이가 먹었구나. 아, 그게 저는 그랬던 것 같아요. 사실은 저는 나이 먹는 거는 그냥 관찰거든요, 그 단어 자체가... 대개 아줌마라고 하는 그 이미지 자체가, 왠지 이렇게 편안하고 평퍼짐한 아줌마 같은 느낌이 들어서, 약간 그런 느낌이 들어서..

직업적 정체성이 강한 여성들은 직장 외의 장소에서도 긴장된 상태를 유지하고 보여주고자 하기도 하였다(A, P, Q). 이는 "아줌마"라는 통칭과 함께 여성들을 경시하려는 사회적 고정관념에 대한 저항으로 이해할 수 있다. 한편, 화장품 회사의 대표를 맡고 있는 P는 뷰티라는 전문영역 때문에 타인들이 갖는 기대가 있으며, 직장 밖에서도 그 기대에 부응하는 이미지를 보여주려 한다고 하였다.

A: 네, 그런 [직장이 아닌 곳에서도 직장을 다니는 여성이라는 인식을 해주는 것에 대한] 바람이 있는 거 같아요. 왜냐면 우리나라는 고정관념이 있기 때문에 직장 여성으로 인식해 주길 바란다기보다 풀어진 모습으로 생각하지 말았으면 좋겠다는 바람이 있죠.

P: 전 아무래도 제가 뷰티 쪽에 있는 사람이다 보니, 어, 뷰티 쪽의 사람이라고 화장품이라고 하면 사람들이 이제 외모적인 부분을 연상을 하잖아요. 그러다 보니 머리부터 발끝까지 풋셋으로 뭐.. 전 솔직히 그렇게 관리를 잘 하는 사람은 아니에요. 최근에 이제 좀 이렇게 관리해야 되겠다고 저만 빼고 다 하더라고요, 화장도 잘 안하고 그런 성격인데, 이제 직원들하고 있다 보니 항상 사람들 만나고 할 때도 풀메이크업하고 머리부터 하고 신발까지 향수까지 항상 신경을 쓰고 왜냐면 그들은 나에 대해서 기대감이 있을 터이니. (R: 그 기대에 부응하여?) 예, 아무래도 노는 자리라고 하더라도 뭐 이제 향수를 하나 갖고 다닌다든지 메이크업이 없어도? 뭐 그런 식으로?

Q: 그래서 편하게 입고 나가면, 사람들이 뭐, 아직 제가 아줌마 소리를 별로 들어본 적 없는데, 뭐 그냥 편하게 아줌마가 되더라도, 근데 조금 그래도 차려입고 다니면 사람들이 쉽게 아줌마라는 소리를 잘 못하는 것 같아요.

L은 직장 밖에서 언니나 아줌마로 불리는 것을 자연스럽게 받아들이고 있기는 하나, 여전히 커리어우먼으로 보여지고 싶다고 하였다. 한편, S는 전업주부와는 달리 사회생활을 하던 사람들은 말투나 매너 등에서 드러나는 것 같다고 하였다.

L: 직장 내에서는 항상 이사님 이사님 이렇게 불리다가 직장 밖에서는 그냥 언니나 아줌마로 불리고, 너무 당연하고 자연스럽게

받아요. 근데 직장 아닌 곳에서도 나의 이런 외모나 인상도 뭔가... 좀 커리어 우먼 같으십니다. 직장생활 하세요? 사회생활 하시는 분 같네요. 이런 얘기 들으면 좀 기분이 좋네요. 또 그렇게 인식되면 좋겠어요.

같은 맥락에서 ‘아줌마’라고 불려도 상관없다는 입장을 보인 연구참여자들이 이제는 아줌마라는 나이를 받아들여야 한다는 태도와 함께, “내 전문영역 외의 부문에서는 아줌마일 뿐”(T)이라는 말을 통해 ‘아줌마’라는 호칭이 전문성과 대비되는 표현이기도 함을 확인시켜 주었다. 한편 몇몇을 제외하고는 대부분 굳이 직장 외의 장소에서 일하는 여성으로 보이거나 자신의 직업이나 직급이 드러나는 것을 원하지 않았는데 이러한 태도에서 한편으로는 치열한 직장에서의 생활에서 가정으로 돌아온 후에는 여성들에게 전문성을 기대하지 않는 사회적 기대 뒤에 안주하고 싶어 하는 마음도 엿볼 수 있다. 특히 전문직 여성의 경우, 직장 외의 상황에서 자신의 직업 또는 직위에 맞는 외모 표현을 타인들이 기대할 것이라는 부담을 표현하였다(판사 M). 즉, 평상시에는 특정 직업역할을 수행하는 여성이 아닌 자연적 인간으로서 자신의 개인적 취향에 따른 옷차림을 원하는 것을 볼 수 있다(C, G, I, M). 이는 직급 또는 직업의 이미지에 맞게 외모를 관리하는 외모 노동(aesthetic labor)으로부터 벗어나기를 원하는 것으로 볼 수 있다.

이처럼 연구참여자들은 여성에 대한 사회적 기대를 수용하는 정도는 약간씩 차이가 있었으나 대체로 자신의 일에 대해 긍지를 느끼고, 자신의 직업 안에서 자신의 역량과 전문성을 적극적으로 계발하고자 하는 태도를 가지고 있었다. 그들은 다양하게 많은 사람들을 접하고 많은 분야를 경험하는 과정에서 많은 역량이 키워지고 자신의 감정과 스트레스를 컨트롤할 수 있는 능력도 생기고(L), 또한 직장상사와 가정의 이중 부담을 감수하며 일하면서 강해지고(K), 여러 가지 일을 해내면서 당당해질 수 있다(G)는 점에서 직장 여성임에 긍지를 표현했다.

2. 사회적 매력의 구성요소와 외모의 기여도

직장 여성의 사회적 매력을 어떻게 정의하겠느냐는 질문에는 다양한 응답들이 제시되었다. 연구참여자들은 모두 직장생활에서 외모 및 옷 입기가 중요하다는 것에 대해서는 동의하였으나 직장생활에서 가장 중요한 것은 업무역량이라고 하였으며, 외모나 옷 입기에 대하여 관심을 기울이는 정도에는 개인적인 차이가 있었다. 그러나 한편 많은 연구참여자들이 타인을 평가할 때에도 외모에 우선권을 두지는 않더라도 외모를 고려하게 된다는 점을 인정하였다.

B: 제가 직원을 관리를 해도 똑같은 실력이라면 외형적으로 좀 더 신뢰 가는 사람을 어디 큰 자리에 더 쓰고 싶지요. (R: 외형적인 것은 구체적으로 어떤 것?) 우선 상황에 적절한 복장과 매너와 말투, 표정, 시선처리 다 포함해서..

E: [예의 바른 행동을 했던 사람이] 좀 너무 웃을 촌스럽게 입는다면 저의 호감도가 좀 떨어질 거 같긴 해요.

G: 솔직히 호텔이라든지 스튜어디스 이런 사람인데 실력이 되고 한다고 하더라도 신체라든지 패션이 좀 어긋리하면 좀 감점이라든지. 아니 대놓고 감점은 없었지만 자기 마음 속에 체크를 안하겠어요? 그런 게 많이 중요한 거 같아요.

P: 그땐 그런 거는 아무래도 사람이다 보니까 먹기 좋은 떡이 아무래도 외모겠죠. 겉으로 보이는 모습들..

사회적 매력에 있어서 외모가 중요한 이유는 주로 자기관리의 지표(index)로서 언급되었다. 예를 들어, 자신을 관리하지 않는 사람은 일과 관련된 면에서도 관리가 안 된다고 보는 경우가 많았다(B, C, N, P). 그리고 깔끔한 옷차림과 정돈된 외모의 중요성에 대하여 강조하는 경우가 많았는데, 직장에서 피해야 할 모습으로 “빋질조차 하지 않는 부스스한 머리”(J), “구김이 많이 가거나 세탁을 제대로 하지 않아 냄새나는 옷”(F), “파티 차림으로 출근하는 것”(S) 등이 언급되었고, 지나치게 짧은 치마나 노출이 심한 옷차림(E, F, M)이나 성적으로 자극적인 옷차림(P, T), 상황에 맞지 않는 지나친 캐주얼 차림(B, F, G, H, I, P)도 부적절한 차림으로 꼽혔다. 한편 외모는 자기 관리인 동시에 “요즘은 그것이 능력”(P)이라고 하기도 했다.

P: 예를 들어서 머리 안 감고 비듬 뚝뚝 떨어지고 그런 사람이 있다면 그건 아무래도 능력이 있어도 ‘저 사람 너무 좋아 능력 있어’ 이런 말은 안 하죠.

연구참여자들이 의하면, 사회적인 매력에 있어서 외모나 패션은 첫인상을 형성하는 데에는 큰 역할을 하며, 상호작용이 많아질수록 외양적인 요소의 효과는 줄어들고 다른 요소들, 즉, 사회적 기술이나 활력 요소가 더 중요한 역할을 한다고 하였다. 이를 보여 준 대표적 예를 방송사에 소속되어 있다가 프리랜서로 활동하게 된 A에게서 볼 수 있다.

A: 직장에 몸을 담았을 땐 상대적으로 활력요소나 사회적 기술 요소가 더 중요했어요. 왜냐면 나의 평상시 모습을 같은 직장 동료들은 알고 있으니 내가 그냥 하루 좀 더 신경 쓴 날은 아 오늘 좀 더 특별한 일이 있나 보다 오늘 좀더 예뻐 보인다 이 정도 수준에서 끝났지만, 활력요소나 사회적 기술은 그 문제가 아니잖아

요. 생활하는 문제니까. 그래서 그게 좀 더 중요했다면, 프리랜서로 나오고 나서는 어쨌든 사람들과 지속성을 가지고 계속 만나 는 일이 직장생활보다 줄어들잖아요. 그래서 신체요소나 패션요소가 좀 더 강하게 보이는 것 같아요.

또한 매력 있는 직장 여성 또는 롤모델을 구체적으로 묘사해 달라고 했을 때 외모보다는 포용력과 리더십 등의 인성을 중심으로 언급하는 경우가 많았으며, 특히 배려 또는 인간미(P, A, T), 개념(F), 몸과 마음이 건강한 것(T) 등의 표현이 함께 언급되었다.

K: (R: 외양적인 스타일상 저 선배 스타일이 참 멋지다 생각한 사람 있었어요?) 체격이나 그런 게, 키가 크고 하니까 수트가 잘 어울리는 분이 계시긴 하세요. 근데 그분은 별로셔서... (중략) ... 처음에 봤을 때 이미지는 사람이 영화배우로 치면 조인성이랑 장동건 같이 잘 생긴 분에게 처음엔 확 끌리긴 하지만 사람이 계속 매일매일 보다 보면 또 다르잖아요. 매일 사무실에서 마주쳐야 하는데 이 분이 성격이 안 좋으면 말도 잘 건네지 않게 되고 사람이 다 똑같은 거 같아요.

Hwang과 Lee (2019)가 사회적 매력의 요소 중 하나로 제안한 활력 요소는 '대화 시 상대방의 눈을 잘 맞추는 시선처리(연구참여 여자 A, E, F, G, M, N, P)'나 '상황에 적합하며 대화를 부드럽게 이어 나가도록 하는 보디랭귀지(연구참여 여자 A, B, F, H, P)'등을 포함하는데, 이는 상대를 편하게 만들어 주는 중요한 요소로 여겨졌다. 특히 '에너지 넘치고 활기 있는 사람'(연구참여 여자 A, C, E, P), '활기찬 기운으로 주변을 환하게 만드는 사람'(연구참여 여자 B, F, H, J)에 대해서는 좋은 인상을 가진다고 하였다.

I: 특히 사람을 많이 대하는 사람일수록 더 많이 필요하고 사람에게 호감을 갖고 할 땐 당연히 이게 기본적으로 이루어지지 않으면 대화도 소통도 안 되기 때문에 저는 가장 중요하다고... 일반적인 생활을 할 때 가장 중요한 요소라고 생각해요.

H: 우스개 소리로 남편이랑은 예쁘고 잘 꾸미는 애들이 일도 잘 한다는 말을 하거든. 그게 외모만 지칭하는 게 아니에요. 밝고 긍정적이고 자기 자신에 대해서 의견을 정확하게 피력하는 애들. 그런 애들이 예쁜 애들이거든요. ... (중략)... 일단 나는 밝고 긍정적인 애들을 좋아해. 그게 분위기를 확 바뀌게 하거든. 한 명이라도 다운되고 어두운 애들이 있으면 그 분위기를 또 따라가고...

한편으로 시선처리나 보디랭귀지는 유의하여 사용하여야 하고, 특히 보디랭귀지는 가급적 최소화하는 것이 좋다고 하는 언급도 있었다(J, K). 또한 이러한 요소들이 성적인 어필로 사용될 수

있는 가능성에 대해서 경계하기도 하였다. 한편으로 소통을 위하여 보디랭귀지를 과장하여 사용해야 하는 경우도 언급되었다(S).

J: 얘기할 때 소통이 되어야 하니까 시선처리가 아주 중요하죠. (R: 제스처는 어떻게 중요할까요?) 과하지 않게 해야죠. 최대한 낮추는 자세로.

K: 시선처리는 좀 중요하다 생각하는데 보디랭귀지는 자칫 잘못하면 저도 좀 얘기할 때 손을 쓰는 편이기는 한데, 이게 자칫 잘못하면 상대방이 정신이 사납다거나 이렇게 받아들일 수 있기 때문에 그건 좀 조심스럽게 사용을 해야 한다고 생각해요.

S: 이야기를 할 때 보디랭귀지, 이런 것도 특히 공감 많이 필요한 분들한테는 굉장히 모션을 크게 하는 편이에요.

사회적 매력의 또다른 요소, '사회적 기술'도 중요하다고 보았다. '상대를 존중하며 대하거나'(A, G, I, S), '공과 사의 구별'(B, E, M), 상대의 입장을 배려하는 SNS활동이나 전화매너(A, E, F) 등의 '대인매너' 또는 '함께 식사하는 자리에서의 기본 예절'(A, I, J)이나 회식자리에서의 에티켓(E, F)과 같은 '테이블 매너' 등은 적절한 정도로 필요하다고 하였다. 반면 '매너가 너무 좋은 사람은 오히려 신뢰를 주지 않을 수 있다'(P)고 하기도 하였다.

A: 전 인터뷰를 하는 입장이었잖아요. 인터뷰를 하러 주로 명사 분들 많이 만났는데 이 정도로 중요하겠구나 느끼게 말을 굉장히 유창하게 잘 하시고 보여지는 것도 제가 생각한 그리는 이미지에 너무 맞아서 저 사람은 어떤 사람일까. 인터뷰를 하러 가면 서도 기대하게 되고 관심을 갖게 되고 갔는데 막상 보여지는 매너. 그 인터뷰 바깥에서 보여지는 행동들을 봤을 때 어 이거 뭐지? 속칭 깡다고 이게 정말 중요하구나. ... (중략)... 다른 거보다 사회적인 매력에서 대인매너나 테이블매너 굉장히 중요하다고 생각해요. ... (중략)... 전 제발 [사람들이] 사회적 매너를 좀 장려했으면 좋겠어요.

P: 네, 저는 예를 들어서 어떤 분을 만났어요. ... (중략)... 패션은 너무 매력적이지, 그런데 그 사람이 마지막에 다 끝나고 자리를 뜨는 자리에 정리정돈을... 의자를 원래대로 한다든지 정돈하고 그렇게 가는 사람과 그 다음에 그냥 가는 사람은 틀릴(sic) 것 같아요. ... (중략)... 아무래도 [제가] 옷을 좋아하는 사람이다 보니 '어, 되게 멋쟁이다.' 그런 매력이 느끼겠지만 아무래도 호감이 먼저 가는 게 그러니까 그렇긴 하지만, 그 사람의 행동 매너? 매너와 '아, 이 사람 진짜 정말 된 사람이구나.' 그러니까 속 안의 정말 매력적인 그런 부분.

대체로 사회적 기술은 인성과 배려 등과 연관되는 것으로 인

식되고 있었다(A, F). 즉, 일반적으로 말하는 '내적인 아름다움'을 반영하는 것이 사회적 기술에 해당하는 내용이라고 보는 견해가 컸다. 이상과 같이 사회적 매력 요소들은 모두 필요하고 중요하다고 인식되고 있었다.

G: 제가 생각했을 때 10년 이상 직장생활을 하다 보니까 다 중요해요. 안 중요한 건 없어요. 그렇지만 사회 초년일 때에는 신체나 패션이 많이 중요했죠. 활력이나 사회적 기술은 왜 중요한지도 모르고, 사람을 많이 안 대해 봤고 일도 많이 안 해 봐서 경험을 많이 안 해 봐서 그게 중요하지 몰랐겠지만 좀 나이가 들고 직급이 될수록 이제 신체나 외모적인 건 좀 많이 사회생활을 해서 갖춰서 있을 거고..

3. 직장에서의 외모 기대와 외모 관리 행동

1) 직장에서의 외모 기대

직종 또는 직무에 따라서는, 대인 업무가 많은 업무에 종사할수록 외모의 중요성이 강조되었다. 특히 대면접촉이 많은 직무거나 소위 전시형 업무(display work)에 관여하는 아나운서, 은행원, 호텔리어, 또는 판매직 등의 경우에는 직장에서의 외모에 대한 규제가 엄격한 편이며 입을 수 있는 옷의 색상과 액세서리의 크기까지 명시화되어 있다고 하였다(G, J, K, Q, S). 그리고 그러한 규제는 남성보다는 여성에게 더 엄격하다고 하였다(S). 이러한 직종에 종사하는 응답자들은 외모의 중요성에 대해 내면화하고 있는 경우가 많아 외모의 중요성을 강조하는 경향이 있었다. 직업적인 이유로 타인의 외모에 대해서도 관심을 가질 수밖에 없다고 하였다. 예를 들어 네일리스트인 J의 경우, 네일리스트로 일하게 된 이후로 다른 이들의 손에 눈길이 간다고도 하였다. 또한 아나운서나 패션업체와 같이 외모가 직접적으로 직업과 관련되는 역량(소위 BFOQ)으로 여겨지는 경우 외모 관리에 대한 압박은 매우 노골적으로 이루어지고 있었다(A, H).

S: 첫 번째 회사는 보수적이어서 색깔이나 뭐 다 규제를 했는데 두 번째 회사의 경우는 똑같은 호텔인데도 규제를 덜 하는 편이었어요. 그랬는데도 남성 같은 경우는 쓰리버튼 안 되고 정장 뭐 이런 건 있었지만 그렇다고 해서 대단히 넥타이 색깔까지 규제한다 이런 건 없었거든요. 그냥 깔끔하게 단정하게 하라고 했는데, 여성에게는 액세서리 길이, 귀걸이 길이, 팬던트 크기, 그 다음에 아주 세세한 것까지 막 하나씩 이젠 조금 규제가 심하지 않나 라는 생각을 하긴 했었죠.

A: PD가 얘기해요. OO씨 요즘 좀 마음이 편한가 봐. 얼굴 달 뿔다. 얘기한다거나 아니면 의상팀 실장님이 자꾸 이런 식으로 하면 가져올 옷 없어. 그렇게 끊임없이 체크를 받으니까 쉽지 않죠. ... (중

략) ... 시작부터 얼굴 달 뿔네. 너 웃지 마라 단추 터지겠다 이런 얘기 들으면 몸도 위축되지 않겠어요?

H: 우리는 패션 회사니까 외모를 어느 정도 안 볼 수가 없는거죠. 자신을 예쁘게 꾸미는 걸 아는 애들이 예쁜 옷을 만들고 좋은 아이템을 가져올 수 있거든.

K: 제가 신입사원 땐 윗분들이 그런 걸 많이 터치하셨거든요. 화장부터. 전 들어갔을 땐 화장을 거의 안 하고 다녔어요. 그랬더니 [여자 선배가] 화장품을 선물해 주시면서. 왜냐면 창구에서 손님을 응대하는 직업이잖아요. 근데 너무 민낯으로 있으니까 보기가 그렇다고 화장품을 선물해 주셔서 그때부터 화장을 하기 시작했거든요. ... (중략)... 요즘은 아가씨들이 워낙 알아서 잘들 하니까. 옷도 예쁘게 입고 출근하고, 요즘은 워낙 패션에 관심이 많으니까 그런 건 없는 거 같아요.

G: 굉장히 중요하죠. 사람 만날 때. 호텔을 다니지만 출퇴근할 때 여자들간의 신경전도 있고... 뭘 입었느냐에 따라 상대방이 나를 바라보는 가치나 또 그런 선입견이 틀려질 수 있으니까 옷을 어떻게 입느냐에 따라 상대방이 나를 평가하는 기준이 [달라지는 것 같아요.]

외모가 중요한 직업이 아닌 전문직에서도 여성의 외모에 대해서 평가하는 경향이 있다고 하였다(T). 특히 남성 직원의 비율이 높은 직장에서는 소수인 여직원들의 외모에 대한 관심과 규제가 더 심한 것으로 나타났다(F).

T: (R: 사람들이 여성들에 대해 기대치가 있다고 했는데 어떤 모습을 기대한다고 생각하세요?) 그건 참 개인별로 다른데 적어도 그냥 지나가지는 않는다. 평가를 꼭 한다는 얘긴데. 저 사람은 옷을 잘 입는다. 못 입는다. 소박하게 입는다 화려하게 입는다. 딱 한 마디씩은 하는 것 같아요. 남자들은 잘 입는 남자는 별로 없고 오히려 잘 입으면 욕을 먹고 (R: 어떻게?) 별로 좋게 안 보죠. 너무 좀 멋을 부린다. 근데 그건 여자도 마찬가지예요. 너무 멋을 부리는 것은 좋지 않게 보는 것 같아요.

F: 남녀의 비율을 따지면 거의 95 대 5. 여자가 너무 없기 때문에 어떤 여직원이 무슨 옷을 입고 돌아다니고 그럼 남자들이 많이 관심사에 오르내리잖아요. 예를 들어 노출이 심한 옷차림이다 그럼 직장에선 같은 여자로서 꼴볼건이다 말하기 뭐하지만 저 옷은 좀 아니지 않나... (중략) ... 우리 팀에 서무 보는 여직원인데... 그 친구가 너무나너무 보이시하고 너무 힙한 스타일로 입고 다니는 거야. 그래서 다 누가 한 번씩 쳐다보고 다른 팀에서 얘기를 할 정도인 거예요. ... (중략)... 나도 좀 봤을 때 저 스타일은 아니지 않나, 그런데 말은 못하겠더라고요... (중략)... 우리 부장님

이 한번 야, OO야, 근데 너는 옷이 그게 뭐냐, 선머슴아도 아니고 그런데 어느 날 그 애가 면바지를 한 번 입고 왔더라고. 그래서 그때 제가 폭풍칭찬을 해줬지요.

그러나, 이러한 외모규제에 대한 사회적 시각이 변화하고 있음을 지적하기도 하였는데(K, M), 특히 판사 M은 세대에 따른 차이를 인정해야 한다는 점을 강조하여 이야기하였다. 그는 젊은 판사들이 지나치게 노출한다거나 상황에 맞지 않는 옷차림을 하여 마음에 들지 않는 점이 있지만, 그들의 복장이 업무에 방해가 되지 않는다면 차이를 인정하고자 하는 태도를 보였다. 그리고 오히려 나이가 많은 분들 사이에서 외모에 대해 언급을 하거나, 이성으로 대하려는 태도에 대해서 주의를 준다고 하며, 그만큼 직장 내에서도 문화가 변화하고 있음을 강조하였다.

M: 아, 그런데 요즘 그런 걸 존중해 주니까 그분들한테 조심을 시켜요. 그래서 그 윗분들을 조심시키는 거죠. 그래서 그런 상황에서 오해받을 어떤 행동이나 말이나 그 사람들을 보는 것을, 여자로서 못 보게 하는... 그런 교육을 그분들한테 시키지 이 어린애들한테 네가 그러면 안 된다고 시키지는 않더라고. 요즘 문화는... 저 애를 단도리(sic)하고 싶지만 그렇게 하면 부적절하다고 보는 거죠. 저를 신고하겠다고 말을 하는 거예요. 그런데 그 문화가 그렇게 됐죠. 옛날에는 불려서 뭐라고 했을 텐데.

2) 여성적 매력의 효과

한편, 직장에서 여성으로 보이는 것, 또는 성적 매력을 갖는 것은 처음 관계를 형성하는 데에는 도움이 될 수 있으나 대체로 업무에는 도움이 되지 않으며, 출중한 외모 또는 여성적 매력 등은 오히려 제대로 된 업무역량 평가에 방해가 된다고도 하였다(A, M, N). 이는 미국의 초임 직장 여성들이 지나치게 여성적인 것은 도움이 되지 않는다고 인식하고 있었다는 Tazzyman (2020)의 연구와도 일치하는 내용이라고 할 수 있다.

T: [여성적으로 매력을 갖는 게] 처음에는 도움이 된다고 생각했는데, 긴 안목에서는 도움이 안 된다고 생각해요. 여성으로서의 매력을 가진 사람이 비즈니스나 승진에 도움이 된다고 생각했는데, 궁극적으로는 괜찮은 여성? 괜찮은 사람이 잘 되는 것 같아요. 기본적으로 실력도 가지고 있고 당당하고, 쉽게 말해서 성격 좋은 사람? 처음이야 물론 예쁜 여성이 눈에 확 띄겠죠. 그런데 결국 그런 관계가 오래 가는 것은 아니고 오히려 수수하더라도 말을 하면서 신뢰를 얻을 수 있는 태도나 실력을 보여주면 그 이후의 관계도 전혀 문제가 없더라고요. ... (중략)... 아주 잘나 정도? 첫인상 정도지 그게 관계를 이끌어 간다는 것도 아닌 것 같아요.

요. ... (중략)... [직장에서 여성적으로 보이는 것보다는] 중성적으로 보이는 게 더 도움이 되는 것 같아요. 남자들이랑 같이 일을 하는데 그게 더 불편하지 않나. 프로젝트를 하거나 출장을 갈 때 공연히 여성성을 돋보이는 사람이 있으면 상대방이 불편해 하지 않을까요? 여러 가지로 불편한 상황이 있는 것 같아요. 여성도 여성으로 느끼지 않게 남자도 남자로 느끼지 않게. 보통 다 그래요, 근데.

P: 사람들이 뚝뚝 멍쳐서 집중해서 일을 해야 그 결과들이 잘 나올 수 있는 건데, 갑자기 잘 생긴 사람 뭐 어떤 애, 어떤 애, 그러면 일이 분산이 돼요. 집중을 할 수 없어요. 좋은 건 아니에요. 그게 만약에 영업직이다. 그럼 좋겠지요. 왜냐면 영업을 해서 오더를 따오니까 그건 상당히 좋은 거지만, 내부적으로는... 글썄요. 전 그건 안 좋은 것 같아요. ... (중략)... “해 줘”, “아우~ 해 주세요” 여기서 후자를 더 좋아하는 것처럼 그런 부분에 장점을 갖고 활용을 할 수 있는 거죠. ... (중략)... 여자라는 것과 일을 더 잘 되게 결과를 빨리 얻기 위한 활용을 하는 거지, 여자로서 보여서는 절대 안 돼요. 정말 프로들 세계에서는 남자와 여자가 중요하진 않죠. ... (중략)... 일은 프로로 그러니까, 일이라는 사회적인 부분에 대해서는 프로가 되어야 하는 거지 여자로서 하면 그건 서로 이용만 당하고 절대 좋은 게 아니에요.

또한 화려한 옷차림도 업무에는 도움이 안 되며, 심지어는 방해가 된다고 하기도 하였다. 화려한 차림은 주목을 끌게 되는데, 그것이 일을 방해하지는 않더라도 업무환경을 산만하게 만든다고 보았다(S, T, P).

S: 저희 회사에 정말 화려한 분이 있어요. 완전 눈에 띄어요. 완전히 색깔도 원색에다가 디자인도... 하 저런 디자인 어디서 구했을까 할 정도로 대게 아방가르드한 디자인으로 해 오고 계신 분이 있는데, 사실 그게 엄청나게 퍼포먼스를 좌우하지는 않아요. 근데 이미지를 많이 좌우하고 실제 그 사람의 성격도 굉장히 특이한 거죠. 저게 저 사람의 개성을 반영하는 걸까 그런 생각을 많이 하게 되어요. 그분을 보면... (R: 그게 업무를 하는 데 방해가 되거나 도움이 되는 부분이 있나요?) 방해는 안 되는데, 주목을 많이 끌죠. 그게 만약에 예를 들어 강사라거나 그런 사람들은 주목을 끌어야 하는데, 그분은 그런 건 아니거든요. 그런데 살짝 오해를 받으시기는 해요.

P: 한마디로 말씀드리면 너무 화려한 게, 좋은 게 아니라고 말씀... 통상 하죠. 좋은 건 아니에요. (R: 왜 그럴까요?) 일이 산만하죠. 예쁜 애들이 있다. 치마를 짧은 것을 입었다. 집중이 안 돼서 일을 못해요.

한편, 지나치게 출중한 외모 또는 화려한 외모를 가진 사람이 새로 오는 경우 경계하는 경향이 있다는 언급도 있었다(S, N). 뿐만 아니라 외모를 이용하여 원하는 것을 쟁취하고자 하는 여성들에게 사용되는 '바디 마케팅(body marketing)'이라는 표현이 있다고 하였다(S). 실제로 매력적인 외모를 이용하여 원하는 것을 얻어 내하고자 하는 여성들이 있을 수 있으나, 이러한 표현들은 외모가 출중한 여성들의 성과를 평가절하는 용도로도 사용될 수 있을 것이다.

S: 팀어시스턴트 쪽에 있는 팀들이 이렇게 보면, 너무 외모가 출중한 그러면 살짝 경계를, 특히 뉴커머를 같은 경우 경계를 하는 느낌, 근데 그 친구가 다행히 그 여자들 사이에서 좀 착하게 내지는 말 잘 듣는다 싶으면 그때서야 경계를 푸는, 그런 것 좀 있었죠. ... (중략)... 게다가 특히 외모에 대해서 신경을 많이 쓰는 사람일수록 더 경계를 하는 거예요. ... (중략)... 편견을 갖고 싶지는 않지만, 그 여자들끼리 있는 그런 집단이 더 무서운 것 같아요. ... (중략)... 나중에는 다 잊어버리지만... 처음에는 그런 것 같아요.

S: 게다가 영업을 하는 사람들은 특히 영업을 하는 사람들한테는 가장 경계해야 할 것 중에 하나가 바디 마케팅을 한다는 말이 있어요. ... (중략)... 클라이언트가 남자였을 경우에 여성적인 매력을 발산을 해서 접근을 한 다음에 원하는 걸 쟁취한다. 그런 용어들이 있거든요. 그냥 사람들끼리 쓰는 용어들... 근데 조금 손버릇이 살짝 좀 그렇다거나 그러면 '재 흑시?' 이런 말을 하죠. 바디 마케팅을 할 수 있는 가능성이 있는 애다라고 생각하는 경우도 있어요. 실제로 그런 경우들을 많이 봤기도 했고, 그러다 보니까 영업하는 사람들한테는 굉장히 많은 그런, 여성들한테, 그런 게 있죠.

또한 연구참여자들은 지나치게 외모가 출중한 여성 또는 여성적 성향이 강한 여성에 대해서 평가절하하는 경향이 남성들뿐 아니라 여성들 사이에서도 존재함을 지적하였으며(M, N), 이러한 경향에 대해 불쾌감을 표시하기도 하였다(N).

M: 너무 여성스러운 이미지. 그렇죠, 그러면 동료로서는 여성스러운 이미지를 어떻게 드러내느냐의 문제인데 만약에 옷차림과 외모를 드러낸다고 하면 그게 본인의 능력을 반감시키는.. 능력 외에 외모나 이런 것으로 평가하게 되니까 좀 안 좋은 점도 있긴 하죠. 사실.

N: '나경원 의원이나 그런 분들은 되게 안 됐다.' 되게 훌륭한 사람이거든요. 그게 되게 똑똑한 사람이예요. 근데 저만 하더라도 서울시장 선거 나왔을 때, '피부과에서 1억 썼다' 이러니까 이제 '완전히 아니다' 바로 편견을 가졌거든요. 그니까 어느 정도까지

올라갈 때, 초선을 할 때, 뭐 이런 때까지는 도움이 돼요. ... (중략)... 이제 근데 그 다음에는 외모로 판단을 받거나 그렇게 평가가 되는 거는... (중략)... 그냥 딱 그냥 얼굴, 이것부터 나와요. 모든 사람들이 정말. 그러면 하... 이제 좀 그만 좀 하지. 그게 되게 기본 나쁜 거거든요.

3) 외모 관리 행동

유니폼을 입거나 전사용 업무에 종사하는 경우를 제외하고는 옷차림에 대한 규제는 크게 없는 것으로 나타났다. 대부분의 연구 참여자들은 평소에는 편안한 옷차림을 선호하였다. 그러나 평소에 캐주얼하게 입는 경우에도 중요한 행사가 있거나 중요한 미팅이 있을 때에는 수트 정장을 입고 구두를 신는다고 하였으며, 가장 격식을 갖춘 차림은 스커트와 재킷, 굽이 높은 구두를 신은 차림으로 표현되었다(A, C, E, L, M, N). 판사 M은 법원에서 격식을 갖추는 보수적인 상황에서 여성들에게 요구되는 '여성적인 의복 요소'인 치마와 높은 구두를 착용하는 것이 때로는 "도움이 된다"고 표현하였다. 이는 성적인 매력을 드러내고자 하는 것이 아니라 '격식' 또는 '정장'의 정의에 여성적인 면이 포함되어 있다는 것을 의미하는 것으로 볼 수 있다. 서양에서도 1950년대 이전에는 여성들이 직장에서 바지를 입고 다니는 것이 금지되었던 (Lennon et al., 2017) 경향이 보수적인 상황에서는 이어지고 있는 것으로 보인다.

L: 어떤 제약은 없는데 그 적절감은 갖춰야 해서... 남자들 수트에 상응할 수 있는, 예... 그래서 그냥 지금 너무 더워서 안 입지만 보통은 재킷에 스커트..

E: 외근을 간다거나 아니면 내가 하는 일이 통번역이니까 외국에서 높은 손님이 온다거나 그럴 땐 좀 더 복장을 갖춰서 스커트 정장을 입는 편이고..

M: 통상적으로 아직도 조직에서는 여자라고 하면 공식적인 모임에서는 적절한 구두와 뭐 핸드백과 치마와 이런 것을 입어주는 문화가 있으니까... (중략)... 재킷을 입고..

연구참여자들 중 비서직으로 일하는 C와 I에 의하면 그들은 "비서록"의 착장을 요구받는데, 이는 스커트 정장에 블라우스와 스틸레토 힐을 신는, 좀 더 여성성이 강조되는 착장이다. Damhorst 등(1999)은 미국의 경우 비서의 복장은 편안한 원피스 등 여성적인 특성을 지니며 이처럼 자유로운 비서들의 착장이 경직되고 절제된 관료들의 비즈니스 수트와 대비되어 남성관료들의 권위를 증폭시키는 역할을 한다고 하였다. 이에 비하여 한국의 비서록은 여성적이나 경직된 정장스타일로, 비서의 역할에서 전시

(display)의 기능이 더 강조되는 것으로 보인다.

C: [비서룩은] H라인 스커트에 블라우스에... 그냥 스틸레토 힐에...
변화는 정말 없는 것 같아요. 그 안에서 어떻게 입느냐...

직급에 따라서는 관리자급으로 올라갈수록 외모에 신경을 쓰게 된다고 하는 경우가 대부분이었는데, 관리자들의 경우 '선임이 나 대표의 옷차림에 따라 사원들의 분위기가 달라진다(H, P)'거나 '윗사람의 스타일이 신입의 표본이 된다(B, E, F)' 등으로 자신이 본보기가 되고 있다는 의식을 하여 자신의 취향대로 입기보다는 사회에서 직급에 대해 요구하는 옷차림을 갖추는 모습을 볼 수 있었다.

G: ...나이가 들면서 직급이 올라가니까 직원들이 나를 볼 때 같은 위치로 바라보아지 청바지라든지 찢어진 바지라든지 이런 걸 입고 가면 상사로 안 보일 수 있을까봐 그런 건 신경 쓰는 편이에요. ... (중략)... 상대방이 나를 어떻게 볼까, 직급이 높으면 밑에 직원들한테 의식이 되는 것 같아요. 저 캡틴은, 저 매니저는, 나이 차이가 그래도 10년 이상 나니까, 밑에 직원을 봤을 때 격에 맞는 옷을 입어야 하고 아무래도 의식을 하고... 윗사람도 의식을 하는 것 같아요.

H: 패션회사를 운영하다 보니까 그게 보여주는 비주얼이 커요. 그리고 직급에 맞게끔 옷 입는 것도 중요하고 TPO에 맞게, 내가 회사를 너무 편하게 가면 애들이 금방 편해져요. (R: 관리자가 편하게 입고 가면?) 그런 부분이 별로 좋아보이지 않더라고요. 그래서 되도록 정말 편하게 작업하지 않는 한 되도록이면 갖춰 입으려고 해요. (R: 갖춰 입는 것의 기준은 어떤 건가요?) 어느 정도 메이크업을 완벽하게 하진 않지만 기본적인 메이크업을 하고 너무 캐주얼하게 옷을 퍼지게 입지 않으려고 하는 거. 재킷을 좋아해서 되도록 재킷을 입으려고 하고...

E: 일단 대리에서 과장을 달았을 때 그때 머리가 길었거든요. 머리를 좀 잘라야겠다. 왜냐하면 그때 우리 회사에 과장 이상인 분들은 머리가 긴 분이 많이 없었어요. 나이도 많이 있고 여자가 많진 않지만 나보다 나이가 있으신 분들이고 뭔가 그래서 지금 생각하면 안 그래도 됐을 것 같은데 그 당시에는 그랬어요. 내가 그 분들에게 맞춰야겠다는 생각을 했어요. (R: 그래서 실행으로 옮겼나요?) 예.

C: [직급이 올라가면서] 차이가 있지요. 처음엔 완전한 수트는 아니었거든요. 원피스나 상하의 귀여운 A라인의 스커트나 그런데 거기서 A라인이 H라인으로 변하고 거기에 컬러감도 좀 모던해지고, 거기에 어떻게 포인트를 주느냐 차이로 넘어간 것 같아요. 가방이나 슈즈나...

L: [처음에는] 면티도 입고... 그러다가 조금 나이가 들면서 너무 어린애들이랑 똑같이 가면 안 되겠다 싶어서 차이를 좀 두게 되는, 단가도 조금씩 올라가고, 너무 오버하지 않으려고 하고, 재질 같은 것을 [신경 쓰게 되는 것 같아요]

M: 그 상황에 맞춰서, 내 직급에 맞춰서 맞는 것을 입어야 된다는 생각이 계속 커지기는 해요.

또한 직급이 높고 관리직으로 갈수록 업무가 이루어지는 직장의 환경에서 눈에 띄는 외모는 방해요소가 될 수 있으며 불필요한 시간 또는 노력의 소모를 유발하기 때문에, 가급적 배제되는 것이 좋다고 보는 견해도 있었다(H, P). 그러나 직종에 따라서는 직급이 올라가면서 더 편하게 입는다는 경우도 있었다(B).

B: 오히려 초임 때 더 갖춰 입었던 것 같아요. 그때는 재킷 입고 다녀야 하는 줄 알고 재킷 입고 다녔고, 검은색 재킷에 흰 블라우스, 검은 치마 입고... 이제는 시대도 바뀌고 그런 정장을 요구하지 않기 때문에 지금은 더 편하되 직장생활에 맞는 옷을 고르고 있습니다.

많은 연구참여자들이 피부관리 또는 체형관리 등의 중요성에 대해서도 동의하였고, 적지 않은 비용을 지출하고 있는 경우도 많았다. 특히 외모가 중요한 것으로 여겨지는 직무에 종사하는 경우 월 100~300만원에 해당하는 외모 관련 지출을 한다고 응답하여 외모가 중요하지 않은 직업에 비해 훨씬 많은 금액을 지출하고 있는 것으로 나타났다. 외모가 강조되는 직업이 아니어서 외모관리에 많은 시간을 들이고 있지 않은 직업이더라도 "전문직 여성으로 보이기 위해서 외모를 관리해야"(B) 한다는 것을 염두에 두고 있었다.

A: 저는 남성 여성으로서가 아니라 사람 자체로서 아름다움을 풍겼으면 좋겠다는 생각이예요. 와, 저 여자 되게 예쁘다 옷 되게 잘 입었다 이런 게 아니라 되게 분위기가 있다라든가 저 사람 되게 매력적인 것 같더라든가 그건 성별로 판단할 수 있는 게 아니잖아요. 그런 욕구가 생기죠, 갈수록 더.

A: 내가 무릎 나온 트레이닝을 입고서도 자신 있을 수 있다면 하지 않아도 된다고 생각해요. 근데 여자라면 내가 내 스스로 아름다움을 느꼈을 때 자신감 있다고 생각하니까 다른 사람의 평가에 연연하는 아름다움 말고 내가 나 스스로 봤을 때 내 자존감을 높일 수 있는 거라면 전 그 일을 계속 꾸준히 해야 한다고 생각해요. ... (중략)... 사람을 볼 때 '우와 저 사람 진짜 비싼 신발 신었어'라고 보지 않고 '저 사람의 구두가 되게 잘 닦여 있다' ... (중략)... 날 스스로 잘 가꾸는 느낌. 그, 체형과 뚱뚱하고 마르고 얼굴에

뭐가 나고 잡티가 있고 그런 문제가 아니라, 잘 정돈된, 스스로 나를 잘 돌보고 있다는 느낌이 중요해서...

J: (R: 외모를 관리하고 나서 듣는 평가들이 본인의 능력이나 이런 것에 영향을 미친다고 여기시나요?) 자신감이 어느 정도 생겨요. 내가 어느 정도 준비되어 있을 땐 자신감이 생기더라고요.

대체로 체중관리가 중요하다고 하였으나, 체중관리는 노력해서 쉽게 성과를 얻을 수 있는 것이 아니므로 패션 또는 피부나 헤어관리에 시간과 노력을 투자한다는 경우가 많았다. 많은 연구참여자들이 외모 관리에 시간과 노력을 투자하는 경우 성과가 있다고 답하였다. 그러나 대부분의 경우 시간이 부족하여 원하는 만큼 충분히 외모 관리를 하지 못하고 있다고 하였다(A, B, H, I, K, L, M, N, S, T).

B: 지금은 체중관리에 가장 치중하는데... 항상 체중관리에 치중하는 것 같아요.

F: 체중이 제일 신경이 쓰이는데 신경만 쓰지 하고 있지는 않아요. 그래도 내가 매일 하는 건 메이크업이니까, 화장을 안 하고 나가 본 적이 없어요. (중략)... 체중은 어떻게 노력으로 안 된다면 메이크업과 패션은 마음만 먹으면 다 되잖아요. 다이어트는 안 먹는다고 되는 건 아니거든요. 살이 찌면 찌는 대로 내 패션을 바꾸면 돼요.

L: 일단 신체가 제일 중요하다고 생각하는데 신체는 금방 바꿀 수가 없으니까 옷이 제일 빨리 금방 바꿀 수 있으니까 옷을 신경 쓰려고 해요. 그 다음에 헤어랑... 중요하다고 생각하는 것은 신체고, 관리하는 것은 그 다음에...

4. 신체 이미지 경험

전반적으로 연구참여자들의 응답을 보면 긍정적 신체 이미지를 가지고 있음을 여러 측면에서 확인할 수 있었다. 대부분의 연구참여자들이 나이가 들면서 남성에게 여성으로서의 매력을 어필하려는 의지는 줄어든다고 하였다. 특히 가장 중요한 계기는 결혼과 출산인 것으로 나타났다(B, J). 그러나 연구참여자들은 나이가 들더라도 여성들은 아름다움을 유지하는 것이 중요하다고 생각하였고(I, K, L, M), 많은 경우 이는 남성도 마찬가지라고 보았다(K, L, M). 한편 외모관리는 여성들에게 주어지는 의무이기도 하지만, 자신을 돌보는 활동이며 자기만족을 추구하는 것이라고 하였다(I, N).

I: (R: 이성에게 여성으로 아름답게 보이고 싶다고 생각하는 정도가 나이가 들어감에 따라 달라질까요?) 나이가 들어도 상관 없다고 생각해요. 그 나이대만이 갖는 매력이 있으니까... 나이와

직급과 상관 없는 매력인 것 같아요. ... (중략)... 전 자기만족에 있어서 중요하다고 생각해요. 여자라면 자기 외모를 가꾸고 꾸미는 게 기본적이라고 생각해요. 그게 행복하지 않나요?

K: 여성뿐 아니라 남성도 다른 사람들에게 매력적으로 보이는 건 좋다고 생각해요. 이왕이면 매력적으로 보이게 자기가 할 수 있다면 하는 게 좋다고 봐요. (R: 그럼 언제까지?) 사람이 자기 몸이 허락하는 한. 아파서 이거 하는 것도 귀찮아 저거 하는 것도 귀찮아 하지 않을 때까지 그럴 것 같아요.

N: 너무 오버해서는 아니어도 필요하다고 생각해요. 자기를 관리하고 사랑하고 하는 거니까 되게 필요하다고 생각해요. ... (중략)... 사회생활을 위해서도 필요한데 나를 위해서도 필요한 것 같아요.

나이가 들어가면서 생겨난 외모의 변화에 대해서는 대부분의 여성들이 체중의 증가를 꼽았다. 특히 30대 여성들의 경우 출산 이후로 체중에 늘어나는 문제에 대한 염려도 자주 언급되었다(A, B, E, F, G, Q). 또한 나이가 들어 보이는 것에 대한 염려로 지속적인 피부 관리가 필요하다고 응답하기도 하였다(C, G, H, J, Q, S). 그러나 많은 연구참여자들이 10년 또는 20년 전의 자신에 비하여 현재의 모습에 대해 긍정적인 태도를 보였다. 예를 들자면, 그때보다 세련되어졌다, 안정감이 생겼다, 자신감이 생겼다는 등의 표현을 하였다. 또한 불안정했던 과거에 비하여 안정적인 현재의 상태에 대하여 만족한다고 하는 경우가 많았다.

C: (R: 10년 전 모습이랑 지금 모습이랑 어떤 차이가 있나요?) 그때보다 약간 살이 늘었고 그렇다 하더라도 좀더 안정된 이미지. 그 때는 뭔가 어설픈 이미지도 좀 있었던 거 같은데 뭔가 노련한 이미지도 생기지 않았나. (R: 대체적으로 긍정적인?) 예. 긍정적이라 생각해요. (R: 그럼 좀 더 내려가서 20년 전이라면?) 아무래도 어린 나이니까 그때로 돌아가고 싶지만 그래도 이렇게 나이 들어 가는 것도 나쁘진 않다고 생각해. 왜냐면 그때 뭔가 어렸지만 촌스럽고 (R: 그럼 그때의 모습과 지금 모습은 노련함과) 풋풋함과 노련함의 차이.

A: 미혼이었다가 기혼이 됐고, 아이 엄마가 됐고 체중이 많이 늘었고 주름이 생겼죠. (R: 긍정적인 변화라고 느껴요? 부정적인 변화라고 느껴요?) 이렇게 객관적인 기술을 한 것만으론 정말 부정적인 변화인데요? 긍정적인 변화도 있긴 해요. 예전엔 체중계 눈금에 되게 민감했고 내 옷 사이즈에 되게 민감했는데 그걸 초월했다고 하나. 지금은 중요한 게 신체 사이즈나 몸무게에 있지 않고 아 내 분위기 이미지를 어떻게 하면 살릴 수 있을까 생각해서 포커스가 좀 달라진 건 긍정적인 변화라 생각해요. (R: 더 들어가서 20년 전이라면. 갓 스물.) 그때보단 지금이 나은 거 같아

요. 물론 사람들이 그때는 싱싱하고 푸릇푸릇 하고 예뻐다 하면 지금은 그런 모습은 전혀 없지만 마음의 변화나 보여지는 거나.

E: 몸무게가 많이 다르고, 마음의 변화는 많이 여유로워졌어요. 그 사이 결혼도 했고 아기도 낳고, 10년 전이면 나 자신밖에 몰랐고 나 꾸미고 나 일하고 나 휴가 가고 이런 생각만 했다면 지금은 일도 하면서 가족들도 챙기고 좀 여유로워진 거 같아요. 몸도 마음도.

I: 일단 그 당시는 아이도 없을 때고 결혼을 막 했을 때니까 외형적인 모습이나 마음적인 모습도 심리적인 모습도 되게 많이 달라졌을 거라 생각해요. 그때보다 지금이 훨씬 편해졌을 거라 생각하고. 그 나이에 맞게 상황에 맞게 변했다 생각해요. 전 지금 상황에선 제 모습이 낫다고 생각해요.

G: [10년 전 모습과 지금의 모습엔 차이가] 그렇게 많지 않은 거 같아요. 항상(직장에) 다니니까 계속 꾸미게 되고 그 다음 관리를 하니까 오히려 나이가 드니까 그 나이에 맞는 드는 게 더 좋은 거 같아요. (R: 20년 전과는) 차이가 나겠죠. 그때는 부모 그늘 밑에서 생활을 하다 보니까 아무래도 돈도 타 쓰는 입장이고 경제적으로도 개인적으로 풍요롭지도 않고 그러니까 그런 마음도 생기기 쉽지 않고 상대방을 대할 때 사람 상대를 많이 안 하고 학생 신분이었으니까 아무래도 그런 내적인 갖춰짐이 적지 않았을까 싶네요. 지금 생각하니까.

J: (R: 10년 전과 지금을 비교하면?) 사이즈가 커졌다. (R: 신체 사이즈가. 그럼 그런 변화를 부정적으로 느끼나요?) 아니오 이제 받아들였어요. (R: 받아들였다는 건 부정적이긴 한데 그래도 지금은 내가 잘 받아들였다는 의미인가요?) 네. (R: 그럼 신체적인 사이즈 말고 변화된 게 없어요?) 아무래도 옷 입는 스타일이 그때는 아가씨여서 한껏 꾸미기도 많이 했는데 지금은 편한 게 좋아요. (R: 20살 때와 지금이 사회적 매력이 언제가 더 매력적으로 보일까요?) 당연히 지금이죠. 그때는 학생이었고 지금은 직장을 다니고 있고, 그때는 그런 사회적인 여성에 대한 관심도가 전혀 없었으니까 지금이 훨씬 더.

K: 10년 전엔 애들이 어렸으니까 애들 위주로 애들을 데리고 다니기 위해서 정말 편한 옷. 아침에 어린이집에 애를 맡기고 해야 하니까 애를 안고 가야 하잖아요. 내가 세미정장 구두 신고 이게 안 되니까 편하게 청바지. 아이 위주로. 근데 이제 아이들이 컸으니까 애들보다는 제 위주로 가는 거 같아요. 패션도. (R: 그럼 그게 10년 전에 비하면 더 긍정적이신 건가요?) 그때는 입고 싶은 옷을 제대로 못 입었으니까 지금이 더 낫다고 봐야겠죠.

연구참여자들은 외모에 대한 역할 모델로서 여러 다양한 사람들을 언급하였다. 일부는 김희애, 전인화, 김남주, 소이현, 한고

은 등의 연예인(B, G, K)이나 인플루언서(A)를 언급하였고, 일부는 주변인들을 언급하였는데, 주변인의 경우 주로 본인만의 스타일을 가지고 있어서 세련되게 자기를 표현하는 사람들이 언급되었다. 또한 그들을 매력 있게 여기도록 하는 요소로 외모뿐 아니라 인성, 카리스마, 분위기 등 내면적 요소를 함께 언급하는 경우가 많았다.

C: 선배 중에 있어요. 같은 일을 하는 상사인데 그 여자 분은 나보다 나이가 있으신데 되게 스타일이 세련되고 수트를 입었을 때 멋있게 잘 소화하시는 분이었던 것 같아요. ... (중략)... 유행을 따르다기보다 자기 스타일을 잘 찾아서 입었던 것 같아요. ... (중략)... 그 분은 외면에선 카리스마가 있는 스타일인데 그 스타일을 내면에 있는 스타일을 외면으로 잘 나타낸 것 같아요. 되게 세련된 느낌. 노멀하면서 컬러감이 옷을 입더라도 굉장히 미니멀하게 모던하게 매치를 하고...

L: 내가 조금 지위가 있으신 여자분들, 다른 업계분들을 만나보면 외모에 크게 신경을 안 쓰고 약간 촌스러워 보여도 되게 자신감이 있는, 말 잘하시는 분들은 멋있어 보이더라고요. 좀 가까이 하고 싶고, 예 그래서 자기 내적인 바탕이 된 자신감이 중요한 것 같아요.]

한편 50대인 T는 나이 많은 여성으로서 어떤 모습을 갖추는 것이 바람직한가에 대한 케이스가 많지 않다는 점을 언급하였다. 또한 여성들에 대해서는 나이 들어서까지 직장을 다니는 것에 대해서도 좋지 않은 사회적 시선이 있다는 언급도 있었다(L).

T: 이제 항상 고민을 하는 게 남자들은 계속 나이가 들어도 그 모습 자체로 사회 생활을 하는 것에 무리가 없거든요. 항상 사회 생활을 했었으니까. 그런데 여성들은 사회 생활을 한 지 얼마 안됐잖아요. 그러니까 케이스가 별로 없는거예요. 그래서 나이 많은 여성들이 어떻게 되어야 바람직한 직장 여성인지에 대한 인식 정립이 아직 안 된 것 같아요. 때로는 내가 이렇게 하고 있지만 남자들처럼 흰머리를 그대로 내놓고 나이가 있는 대로 보이고 다니는 게 과연 이런 게 스테이더스로 직장 생활을 할 수 있는 것인가. 아닌 것 같아요. 의복은 모르겠지만, 적어도 다른 부분은 관리를 해야 한다.

L: 나이 든 여성들이 [직장에] 늦게까지 다니는 것도 뭐 안 좋게 보더라고요. 독한 여성이라고... 야망이 있다고 생각하고... 여성 리더십 모임에 가입하면서 그런 분들을 많이 만났는데, 그분들이 대기업 사장하고 이런 여성분들 모임인데 열심히 일하는데 야망이 있다라는 이런 식으로 말해서... 아직까지는 [그런 인식이 있는 것 같습니다.]

마지막으로 어떤 직장 여성으로 인식되고 싶느냐는 질문에 대부분의 여성들은 실력 있는 여성, 일 잘하는 여성, 전문성에 대한 인식을 우선적으로 꼽았다(B, G, H, I, L, M, P). 또는 태도나 인성을 위주로 인정받고 싶어하는 경우도 많았다(A, C, F, H, J, K). 전문성 또는 인성에 비하여 외모는 능력 또는 실력을 인정받은 후에 추가적인 긍정적 영향을 줄 수 있어도 그 자체만으로는 오히려 부정적일 수 있다는 것이 대부분의 여성들이 갖고 있는 생각임을 알 수 있다.

- G: 아무리 외형적으로 잘 갖춰도 일을 못해, 그럼 정말 보기가 싫고... 저 사람이 저렇게 가꿔서 뭐하나 내적인 걸 좀 많이 공부를 해야 하지 않나 그런 생각을 하기 때문에 남자건 여자건 간에 일단은 자기가 어느 정도 할 수 있는 레벨을 내고 나서 자기 목소리를 내야지 그렇지 않고 하는 건 부당하다 생각해요.
- E: 일을 잘 해야지. 일을 잘 하되, 남에게 피해를 안 끼치고 내 일을 잘 하면서...
- I: 일과 관련해서도 소홀하지 않고, 외모만 치우치지 않고 자기 능력을 다 발휘할 수 있으면서 외모적인 관리도 소홀하지 않는 사람이 되고 싶어요.
- L: 예 맞아요, 그냥 일도 잘하고 웃도 잘 입는다라고 보이는 게 좋은 건데...
- P: 예쁘게 하고 그런 거는 전문성을 높여주는 그런 거지. 첫 번째는 프로야야 한다는 거죠. 근데 거기에 예쁘고 정말 예쁘게 정말 깔끔하고 단아하고 이런 게 있어, 그러면 '이 사람은 정말 외모까지 완벽한 여자구나' 프로라는 부분이 더 올라가는 거죠.

결론 및 시사점

1. 요약 및 결론

본 연구는 관리자급 직장 여성들과의 심층면접을 통해 이들의 사회적 매력 및 구성요소에 대한 인식과 외모 관리 행동에 대한 개인적 경험을 외모관리에 관한 비판적 관점, 실용주의적 관점, 긍정적 신체 이미지 관점을 적용하여 알아보고자 하였다. 구체적으로, 첫째, 한국의 '직장 여성'의 이미지와 그들이 가지고 있는 '직장 여성'으로서의 정체성에 대하여 알아보고, 둘째, 그들이 사회적 매력을 어떻게 정의하며, 사회적 매력에 옷 입기와 외모 관리가 얼마나 기여한다고 보고 있는지 알아보았으며, 셋째, 직장에서의 외모 기대에 대하여 어떻게 인식하고 있으며, 외모 관리를 위하여 어떤 활동을 하는지, 마지막으로 직장 여성들의 신체 이미지 경험은 어떠한지를 확인하였다. 이를 위하여 서울 및 수도권 지역

의 다양한 업종, 직군의 직장 여성 17명을 대상으로 한 심층면접을 통해 얻어진 자료를 NVivo를 이용하여 현상학적 방법으로 분석하였다.

본 연구의 모든 참여자들은 직장 여성으로서의 사회적 정체성에 대한 자부심을 가지고 있었으며, 역량 있는 직장인으로서 인정받고자 하는 모습을 보였다. 비판적 관점에서 보았을 때 이들에게 직장 여성으로서 외모를 관리하는 일이 한편으로는 외모 노동(Warhust et al., 2000), 즉 직접적 대가를 지급받지 못하는 업무 외의 부가적 노동이 되기도 하였다. 특히, 아나운서, 호텔리어, 패션업계 종사자 등은 외모가 그들의 본질적 업무를 위한 역량이 아님에도 불구하고 직업적 자격조건으로 여겨지는 경향이 있었으며, 전사용 직업으로 간주되어 외모노동을 수행하는 것으로 보였다. 그들은 직장 동료 및 상사로부터 외모에 대한 언어적 통제를 받고 있었다. 그러나, 한편으로 그들에게 외모 관리는 긴장감을 유지하는 프로페셔널한 직장인으로서의 정체성을 드러내고 '아줌마'로 대변되는 여성에 대한 비하적 고정관념으로부터 자신을 구분하고 문화적 자본을 획득하도록 하는 수단이 되기도 하는 등 긍정심리적 측면도 확인할 수 있었다.

실용주의적 관점에서 보았을 때, 이들은 사회적 매력을 형성하는데 있어서 패션과 외모관리가 상당히 중요한 역할을 하고 있다고 했으나, 대부분 활기 또는 사회적 기술 등의 다른 요소들이 더 중요하다고 하였다. 외모는 첫인상을 형성할 때에는 매우 중요한 요소가 될 수 있으나 이미 형성된 관계에서는 활기와 사회적 기술 등이 더 중요하다고 하였는데, 특히 활기는 사람을 편하게 만들어주는 요소로서, 사회적 기술은 타인에 대한 배려 등 인성을 보여주는 지표로서 언급되었다. 또한 사회에서 출중한 외모로 어필할 수 있는 데에는 한계가 있으며 무엇보다도 중요한 것은 업무적 역량과 인성이고, 외양적 매력은 그러한 역량이 드러날 수 있도록 보조해 주는 역할을 한다고 인식하고 있었다. 특히 대표 또는 직위가 높은 몇몇 여성들은 젊었을 때에는 유행을 따르거나 화려하게 꾸미는 것에 치중하기도 하였으나, 경력이 쌓이고 직위가 높아질수록 외모 관리는 화려함과 트렌디함보다는 자신만의 스타일을 표현하고 전문성을 드러내는 것에 초점을 맞추는 쪽으로 변화되어 왔음을 보여 주었다.

이상과 같이 관리자급 직장 여성들의 외모관리에 대한 경험은 비판주의자들이 언급하는 외모 노동으로서의 측면과 실용주의자들이 언급하는 역량개발로서의 측면을 모두 보여 주고 있었다. 즉, 연구참여자들에게 외모는 한편으로 사회로부터의 통제가 가해지는 지점이었으며 이들은 때로는 외모 노동에 참여해야 하기도 했지만, 한편으로는 그들의 사회적 정체성을 표현해 주는 수단

이었으며 그들이 가진 역량의 일부로 여겨지기도 하였다. 또한 전통적으로 남성 본위의 사회였던 직장의 상황에서는 지나치게 화려하거나 여성적인 외모는 방해 요소로 여겨지고 있었다. 외모와 여성적인 아름다움은 사회적 매력을 형성하는 데 도움을 주고 주목을 끌 수 있게 해주지만, 그 지체만으로는 지속적 효과를 가질 수 없는 것으로 여겨졌다. 또한 여성들에게 있어서 외모가 중요한 것으로 인식되어 왔기 때문에 외모가 매력적이지 못하다는 것은 남성보다 여성에게 있어서 더 치명적일 수 있는 반면, 전통적으로 남성적인 역할로 간주되어 온 전문직이나 관리직에 종사하는 여성들에게 있어서 외적 매력은 오히려 그의 능력을 평가절하하는 요소로 작용할 수도 있다. 매력적인 여성의 경우 소위 '미인계'를 이용하여 자신의 사회적 역량을 발휘하는 데 도움을 얻을 수도 있다고 보는 인식이 있었으나, 외모가 매력적인 여성은 남성 본위의 사회에서는 부적절한 요소인 '여성성'이 평가절하 받는 근거가 되기도 하며, 동료들 간의 시기와 질투의 대상이 되기도 하였다. 즉, Hakim (2010)의 매력 자본에서 성적인 요소들은 사회적 상황에서는 효과적이지 않음을 보여주고 있다.

한편 관리자급 직장 여성들의 외모관리에 대한 산 경험에서 긍정적 신체 이미지(Tylka & Wood-Barcalow, 2015)를 보여주는 표현들도 두드러지게 나타났다. 인터뷰 대상자였던 직장 여성들이 외모 관리를 자기 돌보기의 관점에서 보고 있으며, 상당히 긍정적인 신체 이미지를 가지고 있음을 확인할 수 있는 표현들이 관찰되었다. 즉, 그들은 외모의 중요성을 인식하고 외모 관리에 대한 사회적 요구를 인식하고 있었으며 매력적 외모를 성취하기 위한 노력을 기울이고 있었지만, 자신의 외모에 대한 부정적일 수 있는 견해들을 차단하고 자신의 모습에 대해 만족하며 긍정적으로 평가하는 모습을 보였다. 또한 외모의 의미에 대하여 절대적 가치를 부여하기보다는 사회적 매력을 형성하는 데에는 외모보다는 실력이 중요하며, 외모는 부가적 가치가 될 수는 있어도 우선적인 가치를 가지는 것이 아님을 인식하고 있었다. 대부분의 연구 참여자들이 여성의 외모 관리를 자기 돌보기의 관점에서 보고 있었으며, 직장 여성들은 외모를 중요시하면서도 한편으로는 지나치게 외모에 집중하는 것을 경계하고, 외모 관리는 그들에게 의무이지만 한편으로는 권리라고 하며 자신을 위한 활동으로 인식하였다. 또한 그들의 외모 관리는 적응형 투자의 형태를 보여 주고 있었으며, 타인의 시각에 대해서도 적절한 필터링을 하는 자세를 보여 주는 등 내적 긍정성을 소유하고 있는 모습을 보였다. 그들의 이러한 내적 긍정성은 자신의 직업적 전문성에 대한 자부심에서 오는 자기존중감의 힘일 가능성이 크며, 한편으로는 Tylka와 Wood-Barcalow (2015)가 연령이 긍정적 신체 이미지의 근거가

될 수 있다고 한 점과 일맥상통하는 것으로 해석할 수도 있다. 그러나 이들은 여전히 날씬해 보이기 위한 체중 관리에 부담을 피력하였고, 긍정적 신체 이미지의 주요 요소인 신체의 기능 및 건강의 측면에 대한 감사나 신체 수용 및 사랑 등의 경향을 보이고 있지는 않았다. 특히 여성으로서 나이가 들 때까지 일하는 것에 대한 부정적 인식과 직장 여성으로서의 롤모델이 없다는 점을 이들을 취약하게 만들 수 있는 요소로 보인다.

본 연구는 심층면접을 통한 정성적 연구를 통하여 우리나라 직장 여성들의 산 경험(lived experience)을 여성의 시각에서 보다 구체적으로 묘사하는 것에 초점을 두었다는 점에서 선행연구와 차별점을 갖는다. 특히 비판적 관점이나 실용주의적 관점, 그리고 긍정적 신체 이미지 관점을 포함한 다양한 관점에서 분석함으로써 여성으로서 그들이 참여하는 외모 관리 행동과 신체 이미지 경험을 조명해 보고자 하였다. 본 연구를 통하여 직장 여성들은 외모와 관련된 다양한 감정과 갈등, 경험들을 이해할 수 있었다. 직장 여성들의 외모 관리는 사회적 압력에 대한 순응을 요구하는 외모 노동의 특성을 반영하는 측면과 사회적 매력의 성취를 위한 실용주의적 측면을 모두 포함하고 있었다. 또한 본 연구에서는 긍정적 신체 이미지 관점에서 직장 여성들의 외모 관리를 이해하고자 하였다는 점에서 학문적 기여를 찾을 수 있을 것이다.

2. 연구의 한계점과 제언

본 연구의 연구참여자들은 10~20년 사이의 경력직 여성들로서 한 분야에서 일정한 성취를 이룬 여성들로 볼 수 있다. 직장 여성으로서의 경험과 연령에 따른 변화에 대해 연구하는 데 적절한 대상자들이었으나, 보다 취약한 위치에 있는 젊은 신입 여성들을 대상으로 연구한다면 본 연구와는 다른 결과가 도출될 수 있을 것이다. 또한 본 연구를 위한 자료가 수집된 시기는 COVID-19가 발생하기 이전이라는 점도 연구의 한계점이라고 할 수 있다. COVID-19으로 인한 사회적 거리두기 등을 겪으면서 비즈니스 현장의 상황에 변화가 발생했을 수 있고, 그간 성역할에 대한 사회문화적 인식도 변화했을 수 있다. 따라서 본 연구의 결과를 해석하고 일반화하는 데 있어서 연구참여자들의 경력과 연령, 직업 등의 특수성과 더불어 자료수집의 시점을 고려하여야 할 것이다. 경력이 적은 신입 여성들을 대상으로 하는 연구와 COVID-19으로 인한 사회적 인식 변화를 확인하는 후속연구가 필요할 것이다.

본 연구에서 우리나라 직장 여성들의 경험에서 긍정적 신체 이미지의 요소를 찾아볼 수 있었으나, 외모에 대한 사회로부터의 부정적 요소들을 필터링할 수 있는 내적 긍정성을 충분히 보유하고 있다고 보기는 어려웠으며, 직장 환경에는 여전히 여성들에게 부

정적 신체 이미지를 갖게 할 요소들이 존재하는 것으로 파악되었다. 직장 여성들의 신체 이미지와 자기존중감의 제고를 위해서는 긍정적 신체 이미지의 선행변수들을 파악하는 보다 구체적이고 심층적인 연구와 이를 정량적 연구를 통하여 일반화하고 체계화하는 작업이 필요할 것으로 보인다.

Declaration of Conflicting Interests

The author declares no conflict of interest with respect to the authorship or publication of this article.

Acknowledgments

This research was supported by the College of Education, Korea University Grant in 2021.

References

- Anderson, T. L., Grunert, C., Katz, A., & Lovascio, S. (2010). Aesthetic capital: A research review on beauty perks and penalties. *Sociology Compass*, 4(8), 564-575. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2010.00312.x>
- Batres, C., & Shiramizu, V. (2022). Examining the "attractiveness halo effect" across cultures. *Current Psychology*, 55(3), 387. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03575-0>
- Cha, K. H. (2022, August 4). From requests for personal information to appearance evaluation... Human rights violations Continued in the job search process. *Yunhap News*. Retrieved from <https://www.yna.co.kr/view/AKR20220804053500051>
- Choi, J. (2017, July 24). With a plastic surgery market worth 5 trillion won, Korea has become a plastic surgery powerhouse. *Consumer Appraisals*. Retrieved from <http://www.iconsumer.or.kr/news/articleView.html?idxno=3650>
- Choi, P., Kwon, K., Seok, J., Jo, M., & Choi, H. (2022, May 30). Diligence Project Episode 4: 'Gender Equal Workplace' that female workers dream of for 5 years and 5 months. *Oh My News*. Retrieved from http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002839148
- Connell, C., & Mears, A. (2018). Bourdieu and the body, In T. Medvetz and J. J. Sallaz(Eds), *The Oxford handbook of Pierre Bourdieu* (online edition) (pp. 561-576). Oxford Academic.
- Damhorst, M. L., Miller, K. A., & Michelman, S. O. (1999). *The meanings of dress*. New York, NY: Fairchild Publications.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(3), 285-290. <https://doi.org/10.1037/h0033731>
- Hakim, C. (2010). Erotic capital. *European Sociological Review*, 26(5), 499-518.
- Hakim, C. (2011). *Erotic capital: The power of attraction in the boardroom and the bedroom*. NY: Basic Books.
- Hamermesh, D. S. (2011). *Beauty pays: Why attractive people are more successful*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Haynes, K. (2012). Body beautiful? Gender, identity and the body in professional services firms. *Gender, Work & Organization*, 19(5), 489-507.
- Heilman, M. E., & Stopeck, M. H. (1985). Attractiveness and corporate success: Different causal attributions for male and females. *Journal of Applied Psychology*, 70(2), 379-388.
- Holla, S., & Kuipers, G. (2015). Aesthetic capital. In L. Hanquinet & M. Savage(Eds.), *Routledge international handbook of the sociology of art and culture* (pp. 290-303). New York, NY: Routledge.
- Hwang, J.-S., & Lee, Y.-J. (2019). A study on the elements composing of the career women's social attractiveness and impression management behavior. *Journal of the Korean Society of Costume*, 69(7), 34-50. <https://doi.org/10.7233/jksc.2019.69.7.034>
- Im, C. H. (2007). The effects of physical attractiveness on women employees' promotion: The mediating role of self-esteem and interpersonal relations. *Korea Management Review*, 36(3), 597-621.
- Jang, E. (2021). *The effects of appearance management behaviors on happiness of workers: Triple mediating effects of body image, appearance satisfaction, and self-esteem* (Unpublished doctoral dissertation). Hanseo University, Chungnam, Korea.
- Jang, E. M. (2022, November 18). The webtoon 'Daegu female workers born in the 1990s' portrayed a "pervasive daily appearance evaluation". *News Min*. Retrieved from <https://www.newsmin.co.kr/news/81022/>
- Jeon, Y. (2020). Effects of perceived ageism on appearance managing behavior for over middle-aged office workers. *Journal of the Korean Society of Costume*, 70(5), 30-44.
- Jung, J., & Forbes, G. B. (2007). Body dissatisfaction and disordered eating among college women in China, South Korea, and the United States: Contrasting predictions from sociocultural and feminist theories. *Psychology of Women Quarterly*, 31(4), 381-393. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2007.00387.x>
- Jung, J., Forbes, G. B., & Lee, Y.-J. (2009). Body dissatisfaction and disordered eating among early adolescents from Korea and the US. *Sex Roles*, 61, 42-54. <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9609-5>
- Kim, K. H. (2020, November 18). "We consider appearance when hiring," more than half of the companies responded. *Chosun Ilbo*. Retrieved from <https://www.chosun.com/economy/industry-company/2020/11/18/ADXTHVFJP5DMVK4GVBGAIXIHSI/>
- Kukkonen, I. (2022). Physical appearance as a form of capital: Key

- problems and tensions. In Sarpila, O., Kukkonen, I., Pajunen, T. and Åberg, E. (Eds.) *Appearance as capital* (pp. 23-37). Bingley: Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-708-120210002>
- Lee, B. R. (2018, October 6). Sixty-three percent of the respondents said "I've been criticized for my appearance in the past month." *Kyunghyang Shinmun*. Retrieved from <https://www.khan.co.kr/national/national-general/article/201810060600145>
- Lee, N. R., Seo, H. S., & Hwang, H. J. (2022). The effects of appearance management behavior on self-determination of female workers in their 30s through happiness. *Journal of Korean Beauty Society*, 28(2), 260-270.
- Lee, S. H., Kim, E. S., & Joo, Y. J. (2017). The effect of career women's appearance management behaviors on cosmetics shopping trends & the purchase satisfaction degrees. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 23(4), 629-641.
- Lee, S. K. (2020, June 12). 43.7% of job seekers "experienced discrimination because of appearance". *Joongang Daily*. Retrieved from <https://www.joongang.co.kr/article/23800103>
- Lennon, S. J., Johnson, K. K. P., & Rudd, N. A. (2017). *Social psychology of dress*. New York, NY: Fairchild Publications.
- Mears, A., & Connell, C. (2016). The paradoxical value of deviant cases: Toward a gendered theory of display work. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 41(2), 333-359.
- Mears, A. (2014). Aesthetic labor for the sociologies of work, gender, and beauty. *Sociology Compass*, 8(12), 1330-1343.
- Mears, A. (2015). Girls as elite distinction: The appropriation of bodily capital. *Poetics*, 53, 22-37.
- Neveu, E. (2018). Bourdieu's capital(s). In T. Medvetz & J. J. Sallaz(Eds.), *The Oxford handbook of Pierre Bourdieu* (pp. 347-374). Oxford: Oxford University Press.
- Nickson, D., Warhurst, C. & Dutton, E. (2005). The importance of attitude and appearance in the service encounter in retail and hospitality. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15, 195-208.
- Pettinger, L. (2004). Brand culture and branded workers: Service work and aesthetic labour in fashion retail. *Consumption Markets & Culture*, 7(2), 165-184, <https://doi.org/10.1080/1025386042000246214>
- Quach, S., Jebarajakirthy, C. & Thaichon, P. (2017). Aesthetic labor and visible diversity: The role in retailing service encounters. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38, 34-43.
- Ruffle, B. J., & Shtudiner, Z. (2015). Are good-looking people more employable? *Management Science*, 61(8), 1760-1776.
- Shilling, C. (1991). Educating the Body: Physical capital and the production of social inequalities. *Sociology*, 25(4), 653-672. <https://doi.org/10.1177/0038038591025004006>
- Shin, J.-S., Song, S. H., & Ryoo, K.-M. (2015). Management behavior and appearance satisfaction on interpersonal relationship and job adaptation: Focusing on the five-star hotels in Seoul metropolitan area. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 29(11), 59-72.
- Statistics Korea. (2021). *e-National Index*. Retrieved December 15, 2022, from https://kosis.kr/statisticsList/statisticsListIndex.do?menuId=M_01_01&vwcd=MT_ZTITLE&parmTabId=M_01_01&outLink=Y&parentId=D.1;D_6.2;#D_6.2
- Statistics Korea. (2018). *Korean Statistics Information Service*. <https://kostat.go.kr/portal/korea/index.action> Retrieved January 15, 2023, from https://kosis.kr/statisticsList/statisticsListIndex.do?menuId=M_01_01&vwcd=MT_ZTITLE&parmTabId=M_01_01&outLink=Y&parentId=D.1;D_6.2;#D_6.2
- Sung, Y., Park, E.-A, Lee, J. W., Kim, W. (2009). Psychological power of beauty: Focused on gender difference and life-domain difference. *The Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 10(3), 461-488.
- Tazzyman, A. (2020). Women's self-presentation and the transition from classroom to workplace. *Gender, Work & Organization*, 27, 327-346.
- Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image*, 14, 118-129.
- Vonk, L. (2021). Peer feedback in aesthetic labour: Forms, logics, and responses. *Cultural Sociology*, 15(2), 213-232. <https://doi.org/10.1177/1749975520962368>
- Wacquant, L. J. D. (1995). Pugs at work: Bodily capital and bodily labour among professional boxers. *Body & Society*, 1(1), 65-93. <https://doi.org/10.1177/1357034X95001001005>
- Warhurst, C., Nickson, D., Witz, A., & Cullen, A. M. (2000). Aesthetic labour in interactive service work: Some case study evidence from the 'New' Glasgow. *The Service Industries Journal*, 20(3), 1-18. <https://doi.org/10.1080/02642060000000029>
- Wolf, N. (2002). *The beauty myth: How images of beauty are used against women (Reprint edition)*. New York, NY: Harper Perennial.
- Yoo, H. (2017). Differences in appearance management behavior according to occupational characteristics and demographic characteristics of workers. *Journal of the Korean Society of Costume*, 67(2), 17-35.
- Yoo, H., & Choi, S. (2010). A study on the professional image concept for appearance management in the workplace (part 1). *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34(10), 1742-1753.
- Yoo, H., & Choi, S. (2012). A study on the professional image concept for appearance management in the workplace (part 2). *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 36(9), 952-965.
- Yoo, H., & Choi, S. (2014). Influence on achievements on appearance management strategies in workplace. *Journal of Korea Design Forum*, 42, 405-416.