

석사학위논문

MZ세대 남성의 외모관심도가
자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향

2022년

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

분장예술전공

이 주 연

석사학위논문
지도교수 황수민

MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향

A Study on the Effect of Appearance Interest in Men of
Millennials and Gen Z on Self-esteem and Interpersonal
Skills

2021년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

분장예술전공

이 주 연

석사학위논문
지도교수 황수민

MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향

A Study on the Effect of Appearance Interest in Men of
Millennials and Gen Z on Self-esteem and Interpersonal
Skills

위 논문을 예술학 석사학위 논문으로 제출함

2021년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

분장예술전공

이 주 연

이주연의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2021년 12월 일

심사위원장 피 수 철 (인)

심 사 위 원 김 미 림 (인)

심 사 위 원 황 수 민 (인)

국 문 초 록

MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원
뷰 티 예 술 학 과
분 장 예 술 전 공
이 주 연

본 연구는 MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 연구 분석을 위한 자료는 2021년 10월 8일부터 11월 8일까지 30일간 총 349명을 대상으로 오프라인과 온라인을 병행하여 자료를 수집하였다. 자료 수집 방법은 우편물로 배부하고 응답자들이 직접 기입하는 자기기입법을 사용하였고, 조사대상자 중 불성실한 응답자, 신뢰도가 낮은 응답자 8명을 제외하고 341명을 본 연구에 최종 대상자로 선정 후 최종 분석 자료로 사용하였다.

연구 설계는 조사대상자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였고, 각 문항들의 타당도 검증을 위하여 요인 분석 및 신뢰도 분석을 실시하였다. 상관관계, 영향관계, 매개효과를 검증하기 위해 다중회귀분석과 소벨테스트(Sobel test)를 실시하였고, 본 연구의 실증분

석은 모두 유의수준 5%에서 검증하였으며, 통계처리는 SPSSWIN 21.0 프로그램을 사용하여 분석하였다.

본 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 일반적 특성은 MZ세대 남성으로 30대가 높게 나타났고, 최종학력에서는 고졸 92명과 대학교 졸업 84명, 전문대 졸 81명으로 비슷한 분포를 보였으며, 직업에서는 전문 기술직이 가장 높았으며 근무연수는 8년 이상이 가장 높고, 월 소득은 200~300만원으로 가장 높게 나타났다.

둘째, MZ세대 남성들의 외모관심도와 자아존중감 및 대인관계의 상관관계를 살펴보면, 외모만족도와 자아존중감 및 대인관계의 모든 변수에서 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 외모관심도가 자아존중감에 미치는 영향 관계에서는 자아표현과 타인표현에 대한 관심도가 높을수록 자아존중감이 높은 것을 알 수 있으며, 외모관심도가 대인관계에 미치는 영향 관계에서는 자아표현에 대한 관심도가 높을수록 대인관계가 원만한 것으로 나타났다. 이는 자아표현과 타인표현에 대한 관심도가 높을수록 만족감, 이해성, 신뢰감이 높은 것으로 확인할 수 있다.

넷째, 외모관심도와 대인관계와의 관계에서 자아존중감의 매개효과를 알아본 결과 1단계와 2단계에서 유의미한 자아표현은 3단계에서 여전히 대인관계에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나, 자아존중감은 자아표현과 대인관계와의 관계를 부분 매개 하는 것을 알 수 있다.

본 연구를 통해서 MZ세대 남성들의 사회적 상호관계 형성에 도움이 되기를 기대한다. 또한 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향을 제시함으로써 뷰티미용 시장에서 MZ세대 남성들의 욕구를 파악하고 기초 자료를 제공하는데 의의가 있다.

【주요어】 MZ세대 남성, 외모관심도, 자아존중감, 대인관계

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 필요성 및 목적	1
제 2 절 연구 문제	3
제 3 절 연구모형	3
제 2 장 이론적 배경	4
제 1 절 MZ세대	4
제 2 절 남성 외모관심도	7
제 3 절 자아존중감	10
제 4 절 대인관계	13
제 3 장 연구 방법 및 절차	16
제 1 절 연구대상 및 연구설계	16
제 2 절 연구절차	17
제 3 절 자료분석	17
제 4 절 측정도구	18
제 4 장 연구 결과 및 논의	25
제 1 절 연구 대상의 일반적 특징	25
제 2 절 주요 변수 특성에 대한 기술 통계	27

제 3 절	외모관심도, 자아존중감, 대인관계와의 상관관계	27
제 4 절	MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향	29
제 5 절	MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향에서의 매개효과	33
제 5 장	결론 및 제언	45
제 1 절	요약 및 결론	45
제 2 절	제한점 및 제언	46
참 고 문 헌		47
부 록		55
ABSTRACT		61

표 목 차

[표2-1] MZ세대의 개념	5
[표2-2] 외모관심도의 개념	7
[표2-3] 남성 광고	9
[표2-4] 자아존중감의 개념	10
[표2-5] 대인관계의 개념	15
[표 3-1] 연구 대상 표본과 연구 설계	16
[표 3-2] 설문지 구성	19
[표 3-3] 외모관심도의 요인분석	20
[표 3-4] 자아존중감의 요인분석	21
[표 3-5] 대인관계의 요인분석	23
[표 3-6] 각 영역의 신뢰도 검증	24
[표 4-1] 조사대상자의 일반적 특성	26
[표 4-2] 외모관심도, 자아존중감, 대인관계	27
[표 4-3] 외모관심도, 자아존중감, 대인관계와의 상관관계	28
[표 4-4] 외모관심도가 자아존중감에 미치는 영향	29
[표 4-5] 외모관심도가 대인관계에 미치는 영향	32
[표 4-6] 외모관심도와 자아존중감이 대인관계에 미치는 영향	34
[표 4-7] 자아존중감의 매개효과 검증결과(종속변수 : 대인관계)	34
[표 4-8] 외모관심도와 자아존중감이 만족감에 미치는 영향	36
[표 4-9] 자아존중감의 매개효과 검증결과(종속변수 : 만족감)	36
[표4-10] 외모관심도와 자아존중감이 이해성에 미치는 영향	38
[표4-11] 자아존중감의 매개효과 검증결과(종속변수 : 이해성)	38
[표4-12] 외모관심도와 자아존중감이 신뢰감에 미치는 영향	40
[표4-13] 자아존중감의 매개효과 검증결과(종속변수 : 신뢰감)	40
[표4-14] 외모관심도와 자아존중감이 의사소통에 미치는 영향	42
[표4-15] 자아존중감의 매개효과 검증결과(종속변수 : 의사소통)	42

[표4-16] 외모관심도와 자아존중감이 개방성에 미치는 영향	44
[표4-17] 자아존중감의 매개효과 검증결과(종속변수 : 개방성)	44

그림 목 차

[그림 1-1] 연구모형	3
---------------------	---

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 필요성 및 목적

현대 남성들은 다양한 가치관과 자신만의 개성을 표출하는 패션과 뷰티 트렌드에 관심이 높아지면서 자신을 가꾸는 남성층이 부상하고 있다. 이러한 현상은 남성 미용시장의 성장세를 일으켰으며, 이는 특정 계층 부류의 남성들에 의해 이루어진 것이 아니라 20~30대의 젊은 남성인 MZ세대를 주축으로 시작되었다(박수진, 2006).

MZ세대는 밀레니엄 세대(1980년대 초~ 2000년대 초에 출생한)와 Z세대(1990년대 중반~ 2000년대 초반 출생한)를 통칭하는 의미로, 최신 트렌드와 디지털 환경에 익숙하고, 이색적인 경험을 남과 다르게 추구하는 특징이 있다(네이버 지식백과 단지 MZ).

외모가 사람을 판단하는 하나의 기준이 되면서 경쟁력이 되고 남성도 가꾸어야 한다는 생각이 사회적 문화로 자리 잡아가고 있다. 외모를 관리하는 것은 여성들만이 누리는 특권이라고 생각했던 과거와 달리 현대 남성들의 인식은 더욱 적극적으로 자신의 외모를 관리하는 남성들이 뷰티서비스의 소비 주체가 되고 있다(노정은, 2014).

국내 남성 미용시장 규모는 약 1조 4000억 원으로 추정되며, ‘남성 그루밍 트렌드 리포트 2021’에 따르면 ‘남자들도 뷰티 제품을 통한 자기 관리가 필요하다’는 질문에 20대 응답자의 72%가 ‘그렇다’는 응답을 보였으며, 30대 응답자의 63.6%로 남성 고객층이 MZ세대를 중심으로 성장한다는 점에서 잠재력을 보유한 시장으로 보고 있다((네이버 지식백과 단지 MZ). 이에 젊은 남성들의 외모에 대한 관심과 노력은 최고조에 달하게 되었고 이러한 현상은 ‘외모 지상주의’, ‘외모 차별주의’ 신체, 외모, 등이 강조되는 사회적 분위기로 이어졌다(강원일보).

사회적으로 외모가 강조되는 현실에서 남성들의 외모관리는 개인의 개성과 라이프스타일에 대해 다원적, 수용적으로 바라보는 사회 인식 변화와 맞물려 자연스럽게 받아들여지고 있으며, SNS, 뷰티프로그램, 유튜브 등 새로운 매체의 발달은 남성들의 외모관심도 및 외모관리 행동에 대한 궁금증을 증폭시켰다(박수경, 2014).

고선형(2015)은 외모의 긍정적인 변화가 타인들에게 다른 특징까지도 좋은 쪽으로 지각하게 하며 자신에게는 스트레스 감소 및 자기 만족감이 높아짐으로서 행복감의 증진으로 이어져 대인관계가 만족스러운 가능성을 높여준다고 하였다.

김정하(2007)는 자아존중감이 높은 남성일수록 외모관리에 적극적으로 나타났으며, 스스로를 가치 있다고 생각하여 존중하는 태도이며 이는 자신의 외모가 경쟁력이라는 생각을 갖고 자신을 위해서 투자하는 행동이라고 하였다.

또한, 적극적인 성향을 가진 남성의 경우 피부 관리, 메이크업, 미용성형까지 다양한 외모관리 행동으로 자아존중감이 높아졌으며 남성들도 외모가 자신을 표현하는 중요한 요소이자 경쟁력으로 인식하고 있다(김창현, 2011).

지금까지 연구된 선행연구로는 남성들의 외모관심도와 자아존중감이 두피 관리 행동에 미치는 영향(송인영, 2019), 20~30대 남성의 라이프 스타일에 따른 메트로섹슈얼 성향과 외모관리 행동(우지영, 2005), 자기표현, 외모관리행동 및 외모만족이 심리적 안녕감에 미치는 영향(박혜원, 2013), 남성의 패션, 헤어 스타일, 피부, 신체이미지에 관한 유형 분석(박수진, 2006)등 많은 연구들이 있다. 그러나 남성들의 외모관심도와 자아존중감에 대한 연구는 많이 다뤄졌지만, 대인관계에 미치는 영향에 관한 연구는 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향 관계를 규명함으로써 남성미용 시장의 실증적 자료를 제공하고 남성미용 산업발달에 도움이 되는 기초 자료로 활용할 수 있기를 기대한다.

제 2 절 연구 문제

본 연구는 MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향을 알아보기로자 다음의 연구 문제를 설정하여 구체적으로 다루고자 한다.

〈연구 문제 1〉 조사대상자의 일반적 특성을 알아본다.

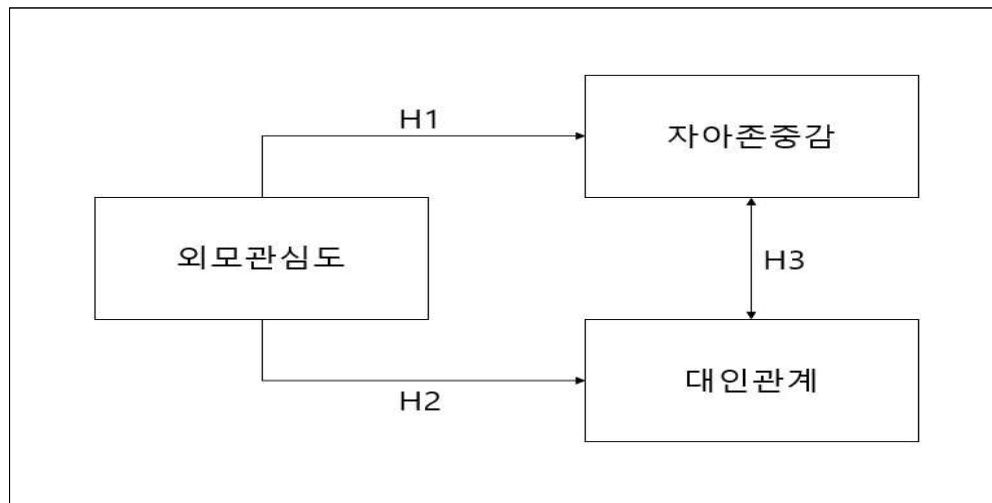
〈연구 문제 2〉 MZ세대 남성들의 외모관심도와 자아존중감 및 대인관계의 상관관계를 알아본다.

〈연구 문제 3〉 MZ세대 남성들의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향에 대하여 알아본다.

〈연구 문제 4〉 MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향 관계에서 매개효과를 분석한다.

제 3 절 연구모형

본 연구에서는 MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향의 변인들을 [그림1-1]과 같이 연구모형으로 설정하였다.



[그림 1-1] 연구모형

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 MZ세대

1) MZ세대의 개념

밀레니얼 세대는 1980년대 초반에서 2000년대 초반 출생한 세대이고 Z세대는 1990년대 중반부터 2000년대 초반에 출생한 세대를 말하며, 이들은 사회가 정한 기준이 아닌 자신의 기준을 따르며, 뚜렷한 소신으로 그들만의 문화현상을 만들어 나가고 있다(염지연, 2021). 이러한 MZ세대는 기존 세대와는 다른 가치관으로 인해 ‘신인류’로 지칭되기도 한다(권호순, 2020).

MZ세대가 다른 세대보다 중요하게 주목받는 이유는 본격적으로 사회에 진출하면서 경제활동을 활발하게 하고 있는 연령과 앞으로 경제활동과 소비 활동을 적극적으로 하게 될 세대로, 통계청 인구 총 조사에 따르면 총 인구의 34.7%를 MZ세대가 차지하여 소비시장을 변화시킬 수 있는 영향력을 가진 세대이기에 현재 많은 분야에서 주목받고 있다고 한다(통계청, 2019).

따라서 MZ세대의 문화와 행동 양식은 소셜 미디어의 사용이나 쇼핑의 방법을 기성세대에게 전달하고, 그 외에도 여러 세대에게 디지털 환경에 적응하는 방법을 가르쳐주는 역할을 하는 등 모든 연령대에 상당한 영향력을 미친다(유정민, 최인영, 2021). 이를 바탕으로 비교적 비슷한 의식과 태도, 생활 양식을 갖는 사람들의 집합으로 코호트(Cohort)적 세대 개념으로 정의할 수 있다(정기영, 2018).

선행논문을 고찰하여 MZ세대의 개념을 다음 [표2-1]과 같이 정리하였다.

[표2-1] MZ세대의 개념

연구자	년도	개념
진주화	2016	2013년 타임지에서는 밀레니얼세대를 ‘나나나 세대(Me Me Me Generation)’로 정의하였으며 이전 세대보다 본인 중심으로 생각하며 ‘나’를 중심으로 행복의 기준, 성공의 기준을 잡는 세대라고 설명하였다.
김영석	2018	밀레니얼 세대는 컴퓨터와 인터넷을 초창기부터 겪으며 변화하는 디지털 기기의 중심에 있고, 현재는 스마트폰을 정보의 습득과 인간관계의 교류로 사용하는 세대이다.
류재성	2019	세대라는 단어는 우리의 주변에서 다양한 의미로 사용되며 대표적으로 세대는 가족 구성원 내에서 분류와 사회적 분류로 사용된다. 가족 구성원 내의 세대는 연령에 따른 차이로 구분하고 사회적 분류의 세대는 성년기에 이르는 동안 역사적, 사회문화적 맥락에서 동일한 경험을 하여 일종의 공통적 태도가 형성된 연령 집단이다.
양연지	2020	MZ세대는 디지털 시대의 정보통신 기술을 활용하여 다양한 지식과 정보를 스스로 획득하고 활용하며, 네트워크망을 이용하여 경험을 교류하고 이전 세대와는 다른 생각과 가치관을 형성, 능동적으로 사회에 참여한다.
유정민, 최인영	2021	Z세대인 이들은 어릴 때부터 디지털 환경에서 자랐으며, 휴대전화를 손에 쥐고 태어난 세대 특성에 따라 “디지털 네이티브”, “디지털 원주민”이라고 불리며, 소셜미디어와 정보력을 적극적으로 활용하는 세대이다.

2) MZ세대의 특징

자아표현의 욕구가 강하며 자신의 가치를 중요시 여기는 MZ세대의 문화와 행동 양식은 소셜 미디어의 사용, 쇼핑의 방법을 기성세대에게 전달 및 디지털 환경에 적응하는 방법을 가르쳐주는 역할을 하는 등 모든 연령대에 상당한 영향력을 미치고 있다(김민지, 2021).

태어나서부터 디지털 네이티브(Digital Native)세대이며, 영화감상, 소셜 네트워크 서비스 활동 및 쇼핑, 배달주문 등과 같은 일상생활을 스마트폰을 포함한 'IT' 기기들과 함께하고 있다(김호현, 2020).

이들은 '우리'를 중시했던 기성세대와는 다르게 개인을 존중하며 자기애가 강하고, 자신의 만족을 중시한다(김정하, 2017). 또한, 자신이 원하거나 좋아하는 것들을 위하여 시간과 돈을 아끼지 않고 적극 투자하는 성향을 보인다(김윤희, 2020).

물질적 소유보다 즐거움과 경험을 통한 심리적 만족감을 중요시하여 자신의 행복과 의미 있는 삶을 어떻게 이루어갈지 고민하며 일(Work)과 삶(Life)의 균형(Balance)을 뜻하는 '워라벨(Work&Life Balance)을 중요시한다(이예슬, 2020). 미디어를 통하여 얻어지는 정보가 외모에 대한 인식이나 태도의 형성에 영향을 주며, 직접적으로 소비행동이나 외모관리행동에 관여하는 것을 알 수 있다(장영실, 2021).

따라서, MZ남성들은 빠른 경제 성장에 따른 물질적인 풍요, 개성적인 복장, 다양한 대중매체에 대한 익숙함, 인터넷의 보급 등 변화하고 있는 문화의 영향을 받고 성장한 세대이다(박혜란, 2007). 이들은 외모관리를 사회적 지위나 직업 내 성취, 목표달성을 이루고자 자신의 사회적 지위 향상과 직업을 위해 수입의 상당 부분을 외모관리에 투자하는 것을 긍정적으로 받아들이고 있다(이문영, 김용숙, 2006).

제 2 절 남성 외모관심도

1) 외모관심도의 개념

Horn(1975)는 외모에 대한 자기 개념에 대해 Cooley의 거울 속에 자아(Looking-glass Self)를 발전시켜 다른 사람에게 자신의 외모가 어떻게 비칠 것 인가의 상상, 타인이 그것을 어떻게 판단할 것인가에 대한 상상, 자존심 굴욕과 같은 자기감정 등 세 가지로 구성하였다(노정은, 2014). 외모는 객관적이고 정형화된 수치보다는 자기 스스로 알아가고 판단해 가는 것인데, 이에 대한 명확한 기준이 없기에 다른 사람들과의 비교를 통해 알게 되는 것이다(조미라, 2011). 선행논문을 고찰하여 외모관심도의 개념을 다음 [표2-2]와 같이 정리하였다.

[표2-2] 외모관심도의 개념

연구자	년도	개념
홍성임	2007	외모는 대인관계 형성에서 중요한 요인으로 작용하며 특히 첫인상 형성에 중요한 역할을 하고 자기에 대한 정보를 타인에게 전달하는 시각적 이미지로 개인의 외모는 자기 확립과 발전의 매개체로서 개인 생활에 지대한 영향을 준다.
김민제	2011	외모에 대한 미의식은 급속한 정보유통에 따라 빠르게 변화하고 있으며, 미의 개념은 고정되어 있지 않고 그 시대의 사회, 문화, 관습 등의 요인에 따라 변화하므로 아름다움에 대한 관심과 형태 또한 시대와 문화에 따라 달라진다.
장혜영	2012	현대 사회에서 외모관심도는 자신을 표현하기 위한 하나의 수단이자 도구이며, 타인과의 상호작용이 없는 상태에서 외모는 인상을 형성하는데 중요한 영향을 주는 변수로 작용하며 외모는 대인관계에서 자신의 이미지를 인식 시키는데 큰 역할을 한다.
김해균	2013	타인에게 자신을 인식 시키는데 큰 역할을 한다. 이러한 외모가 매력적으로 보이기 위해 의복과 화장, 장신구 등 지속적으로 장식에 흥미를 가지는 정도를 외모 관심도라 한다
김은미	2016	외모를 매력적인 모습으로 보이기 위해 외모에 흥미를 가지고 메이크업, 의복, 장신구, 악세서리 등 겉으로 보이는 모습에 대해 지속적인 관심을 갖는 것을 의미 한다.

현대의 20~30대 남성들은 외모(Appearance)를 통해 타인과 사회적 상호 작용 및 의사결정을 한다고 해도 과언이 아니며, 외모가 매력적인 사람은 그렇지 못한 사람보다 능력이 뛰어나 보이거나 좋은 특성, 성격이 좋아 보이는 후광효과가 있어서, 외모에 대한 인상으로서 개인을 지각하는 궤모습은 중요한 이미지 전달 요소가 된다. 즉, 매력적인 외모를 가진 사람들이 사회성과 리더십이 있는 사람으로 인식되는 경향이 있고, 외모는 키가 크거나 날씬한 체형, 근육질 몸매 등 성격 안정성, 사회생활의 대인 관계성 면에서 모두 높게 평가된다(류지원, 2000; Johnson Lennon, 1999).

외모에 대한 남성의 관심이 증가함에 따라 외모 관련 남성시장이 급성장하고 있으며, 깨끗한 외모 관리와 스타일 있는 패션과 자기 관리에 신경을 쓰는 남성들이 많아지고 있다(전정애, 2007). 이와 같이 남성의 외모 관리에 있어 뷰티 서비스를 이용하여 외모를 가꾸는 비중이 높기 때문이다(구소희, 2011). 광고매체에서도 남성을 모델로 하여 화장품, 의류 등 다양한 분야에서 광고를 진행하고 있다. 다음 [표2-3]과 같이 정리하였다.

[표2-3] 남성 광고

구분	시사점
	CJ올리브영의 자체 남성 스킨케어 브랜드(PB) 아이디얼 포맨은 배우 변요환을 전속모델로 발탁, 패션과 미용에 아낌없이 돈을 쓰는 남성들을 지칭하는 ‘그루밍 족’이 늘면서 젊은 그루밍족이 닮고 싶어 하는 남성상을 대표하는 남성이미지를 부각시켜 남성의 외모관리 행동의 다양화를 시사했다. 출처:코리아헬스로그(http://www.koreahealthlog.com)
	젝스믹스 코스메틱은 립틴트 등의 색조라인을 론칭하며 성공적으로 시장에 안착한 하반기부터 자극 없이 건강한 피부를 가꿀 수 있는 제품군 확대 등 ‘애슬레저 뷰티’ 두 번째 시즌 라인업을 준비 중이며, 가수 2PM의 이준호의 남성이미지를 부각시켜 애슬레저 뷰티라는 새로운 카테고리 시장 입지를 키워가고 있다. 출처:시장경제(http://www.meconomynews.com)
	일반 츠리닝보다 감각적인 레깅스 패션을 선호하는 MZ세대 남성들이 증가하고 있다. 안다르 브랜드 역시 최근 남성용 레깅스와 짧은 반바지를 포함한 ‘안다르 맨 캡슐 컬렉션’을 선보이며 남성 레깅스 시장 진출을 선언했다. 레깅스에 덧입거나 단벌로 착용하는 등 다양한 스타일로 활용할 수 있는 ‘에어스트 쇼츠’를 함께 구성한 점이 눈에 띈다. 출처:싱글&싱플라이프(http://www.slist.kr/news)
	‘피아쁘’는 MZ세대의 유입으로 영리치&골퍼들이 늘면서 하이엔드 스타일을 겸비하고 현대적 트렌드를 지향하는 고객들을 겨냥한 신선한 컨텐포러리 골프 브랜드이다. 골프장 뿐만 아니라 평상시에도 착용 가능한 웨어러블한 상품들을 출시하며, 현대적 트렌드를 지향하는 남성들을 타겟으로 디자인하였다. 출처:한국섬유신문(http://www.ktnews.com/news)

가) 자아 표현

자아표현은 자신의 내면적인 생활이나 생각을 겉으로 드러내 보인다는 의미를 가지고 있으며, 어떠한 모습을 내보이는가에 따라 그와 상응하는 대인관계가 형성되기 때문에 상대방의 기분을 불쾌하게 하거나 권리를 침해하는 등의 오류를 범하지 않는 범위에서 자아표현을 하게 되므로(송민주, 2021), 사람들은 자신의 호감적인 모습을 표현해내어 외적인 모습으로 자기만의 표현을 하기도 한다(여은정, 2019).

나) 타인 표현

타인표현이란 타인의 여론 따위에 지나치게 동조되어 자신의 신념보다 타인의 의견을 추종하는 현상으로서 타인지향성이 강한 사람은 주체성이 약하고 자기 비하를 잘하며 모방적인 면모를 보인다(송민주, 2021).

타인표현은 마음표현이라고도 하며 적절한 자기노출로 자신에 관한 정보를 타인에게 개방하고 상대방이 공개한 정보를 수용함으로써 타인들이 내 주변 사람이 될 수도 있다(염지연, 2021). 즉, 타인표현은 상대방과의 관계 유지와 발전을 위한 필수 요소이고 사회적 기술이기도 하다(최동헌, 2013).

그 타인들은 주변 사람이 될 수도 있고 미디어를 매개로 한 간접적으로 아는 사람이 될 수도 있다(송민주, 2021). 다른 누군가를 의식해 SNS에 타인이 부러워할 만한 상황을 올리고, 유명한 연예인의 외모관리 행동들을 그대로 따라 하는 등 SNS의 발달로 시시각각 소통할 수 있는 타인지향성이 점차 심화 되고 있다(이진영, 고주영, 2015).

제 3 절 자아존중감

1) 자아존중감의 개념

자아개념(Self-concept)의 용어는 사회심리학, 발달심리학, 정신분석학 등

많은 학문에서 중요하게 다뤄지는 개념이며, 자아는 주관적 자아(Isms)와 객관적 자아(Me)로 나누어지며, 객관적 자아(Me)는 다시 ‘우리 각자의 내부에 있는 물질적 자아(material self)’, ‘타인으로부터의 인정이나 존경을 추구하는 사회적 자아(social Me)’, ‘정신적인 능력이나 소질인 정서적 자아(spiritual Me)’로 이루어진다(이진영, 2013).

자아존중감에 대한 연구는 매우 다양한데 그중에서도 긍정적 자아존중감과 부정적 자아존중감이 개인의 사회적 발달에 미치는 영향 차이의 대비는 선명하다(김유리, 2020).

Coopersmith(1967)의 연구에서 자아존중감을 개인이 자신에 대한 가치를 스스로 평가함으로서 자신은 유능하고 중요하며 성공적 또는 가치롭다고 믿고 있는 정도라고 정의하였다, 또한 Wells와 Marwell(1976)은 자아개념화 과정에서 나타나는 판단적·판단적·감정적 요소라고 정의하였고, 이는 정서의 표현과 타인의 이해가 높으며 대인 불안은 낮은 것으로 나타났다. 따라서 자존감이 높은 사람일수록 관계에서 파생되는 대립 또는 갈등 및 거절과 같은 부정적인 상황을 자신에게 도움이 되는 방향으로 받아들인다고 했다(김반야, 2017).

자아존중감은 자기 자신의 소중함과 가치를 알 수 있게 해주는 감정이기 때문에 자아존중감이 결여되어 있는 인생을 사는 것은 인체의 아픔을 느끼는 것과 같은 고통을 느끼는 것으로 정신 건강의 핵심이다(김현서, 2012).

개인이 어떠한 대상 또는 집단에 특징적인 태도를 갖게 되는 것은 태도가 수행하는 기능에 의한 것이며 지식 기능(Knowledge function), 실용적 기능(Utilitarian function), 자기방어 기능(Ego-defense function), 가치표현 기능(Value-expressive function) 등 각 기능을 네 가지 차원으로 구분하였다(Katz, 1960).

선행연구에서 Rosenberg(1965)는 자아존중감이 낮아질 때를 다른 사람으로부터 소외되어 있을 때라고 하였고, Wessman 과 Ricks(1966)는 자아존중감이 극도로 감소한 때는 우울감처럼 행복하지 않은 느낌이 드는 동안이라고 하였다. 자아존중감과 행복의 관계에서 사회·경제적 요인이 미치는 영향에 관한 연구에서는 행복을 주관적 관점에서 어떻게 지각하느냐에 중요한 역할을 밝힘으로써 자기평가의 중요성을 강조하였다(최은숙, 2012).

인간이 자신을 어떻게 이해하고 평가하느냐에 대한 연구가 끊임없이 진행되고 있어 그 개념에 관한 학자들의 연구가 다양하게 정의되고 있다(한상미, 2021). 이러한 관심은 자아존중감이 인간의 행동에 중요한 동기이고 적응 및 정신 건강과 밀접한 관계가 있기 때문이라고 했고, 자아존중감이란 기질적인 것으로 개인이 가지고 있는 평균적 자아상이며 자아존중감의 수준은 자신의 가치에 대해 가지는 전형적인 일반적 느낌을 표현한 것으로 비교적 안정적인 개인차 변인으로 간주 되고 있다(김유리, 2020).

자아존중감은 자신의 성공 여부와 노력 등 자신의 가치에 대한 개인적인 판단으로 본인의 기준에 얼마나 잘 부합했으며 자신이 얼마나 잘 수행 할 수 있는가를 분석함으로써 얻어질 것이다(황운정, 2007).

선행논문을 고찰하여 자아존중감의 개념을 다음 [표2-4]와 같이 정리하였다.

[표2-4] 자아존중감의 개념

연구자	년도	개념
Cooper smith	1967	자아존중감을 개인이 자신에 대해 형성하고 유지하는 평가로서 자신을 유능하고 중요하며 성공적이고 가치 있다고 여기는 정도라고 정의하였다.
강석기	2003	자아존중감을 자아에 대한 태도를 의미하는 것으로 자신의 가치를 가늠해 주는 감정이라고 정의하고 있다. 이처럼 자아존중감은 자신의 가치에 대한 평가적 의미를 내포하는 개념으로서 기술적인 개념인 자아개념과는 구분된다.
이진희	2010	자아존중감은 인간의 행동을 이해하는 중요한 요소이고 개인의 행동, 동기, 감정, 성취 및 인간관계에 이르기까지 폭넓게 영향을 미치며, 개인이 느끼는 행복감에도 영향을 미치는 인간의 행동을 결정하는 심리적 변인이다.
최은숙	2012	자아존중감과 행복의 관계에서 사회·경제적 요인이 미치는 영향에 대한 연구는 행복을 주관적 관점에서 어떻게 지각하느냐에 중요한 역할을 함을 밝힘으로써 개인의 긍정적인 자기평가의 중요성을 강조하였다.
주하나	2015	자아존중감은 인간발달에 있어서도 자신과 타인에 대한 태도나 행동 특성에 영향을 미치는 요인이라 할 수 있으며, 궁극적인 행복감을 느끼기 위해서 높은 자아존중감은 필수적 요건이라 할 수 있다.

제 4 절 대인관계

1) 대인관계의 개념 및 특성

대인관계(interpersonal relation)는 일상생활에서 인간관계(human relation)라는 다소 포괄적인 개념과 혼용되고 있다. 사회적 역할 관계를 의미하거나, 심리학적 개념상에 따라 의미하기도 하고, 일차원적인 카테고리에 따라 1차적-2차적 관계, 자발적-비자발적 관계를 지칭 하는데 사용되기도 한다(이현지, 2012). 또한, 한 개인의 사회적 역량과 품성을 평가하는 차원에서 “그 사람은 대인관계가 좋다”, “그는 인간관계가 원만하다”라고 말할 때에도 사용된다(김문수, 2004).

인간의 외형과 신체조건의 발육과정이 정신 기능에 미치는 영향을 제시했다. “인간의 외모는 곧 운명이다.”라고 말하며 신체자아가 성격형성의 핵심요소임을 강조했다(지그문트 프로이트, Freud 1962). 이는 곧 외모가 중요하다는 것을 인정한 것이다.

오늘날의 외모 관리 행동에 대한 사회현상에 있어서 남성층은 지나치고 지나가는 대상이 될 수 없으며, 남성층의 외모 관리 역시 대인관계 형성에 밀접한 관계가 있을 것으로 예상된다(정성현, 2021). 과거와 비교해 현대 사회의 대인관계는 그 폭과 깊이가 현저하게 확대되어 그로 인해 원치 않는 영향을 받아서 관계 불안 등을 경험하는 경우도 늘어나고 있다(주석진, 2012).

자신의 외모에 대한 만족도가 낮다고 생각할수록 대인관계에서 부정적 영향으로 나타났으며, 이를 종합하여 볼 때, 개인의 외모에 압력을 행사하는 사회문화적 요인의 하나로 대중매체의 영향이 지적되어 왔다(정성현, 2021). 매스미디어를 통해 촉진되는 신체적 매력성과 사회이상에 대한 메시지는 사회 비교 과정을 통해서 개인의 태도와 가치관에 영향을 미친다는 연구 결과도 있다 (Holsen, Jones, & Birkeland, 2012).

외모에 관심이 높고 아주 민감한 집단인 대학생들은 사회문화적으로 이상적인 외모에 견주어 자신의 외모를 관리하고 변화시키려는 외모감시(Apparence surveillance) 심리가 강하여서 타인의 정보와 소식에 지속적으로

노출되며, 빈번한 상호작용은 자신의 의지와 상관없이 사회 비교에 참여하게 된다(정소라, 현명호, 2015).

대인관계에서 유능성(Interpersonal competence)은 타인과의 효과적인 관계를 유지하고 형성하는 사회적 역량을 뜻하며, 반드시 길러야 하는 중요한 역량이라고 한다. 사회활동 중에서 직장에서의 기본적인 활동은 분업화가 되어 있고, 각각의 분야로 분류되어 있다고 했다(Buhrmester et al. 1988).

일반적으로 인간관계의 개념은 포괄적으로 대인관계를 포함한다. 다시 말해 대인관계란 타인과의 긍정적 상태를 유지하기 위해 두 사람 이상의 사회적 관계에서 일어나는 심리적 작용이라고 할 수 있다(김인자, 1991).

대인관계라는 것은 개인이 안정적인 마음을 유지한 상태에서 사람간의 관계를 형성하고, 지속적으로 유지하고 발전시켜 나가는 것에 모든 심리적 작용이 무리 없이 기능할 수 있는 심적 상태이며, 바람직한 대인관계의 형성, 유지를 위해서는 사람들과 조화를 이룰 수 있는 성격 특성을 갖추는 것 뿐 아니라 대인관계에서 어려움이 생겼을 때의 직면한 상황과 자기 자신의 행동 특성을 유기적으로 분석할 수 있는 사회적 능력이 요구된다(서봉연, 외, 2001).

대인관계의 목적을 형평의 유지 실존주의 학파는 종합적인 인간과 주체성의 건립에 두었다(김유리, 2020). 협동, 상호적 이해 및 역할 관계, 단체에서의 의미나 가치 추구를 통한 만족 그리고 어떠한 목적 달성을 위한 정보의 피드백 등의 활동에서 사회·심리적 연대 관계를 형성할 수 있고, 상호 교류가 활발한 대인관계를 통해 자신의 주체성을 확립하고 자아실현에 도달하는 것이 대인관계의 궁극적인 목적이라 하였다(이혜성, 1982).

이렇게 형성된 대인관계는 사회적응 및 자아실현 그리고 자기와 타인에게 도움이 되는 것을 목적으로 하고 있다(노선옥, 2011).

사람은 태어나 모두 다양한 환경에서 성장한다. 이에 따라 필수적으로 타인을 지각하게 되고 타인의 행동에 대하여 반응·분석·기대한다(안범희, 1985).

이러한 복합적 요소들이 대인관계에 영향을 미쳐 다양한 요소들의 상호작용과 개개인의 타인을 대하는 방식 등에 의해 대인관계의 성향과 그 질이 결정된다(김유리, 2020).

역동적인 과정에는 단어나 대화 등을 포함하는 언어적 요소와 표정이나 몸짓 등을 포함하는 비언어적 요소 그리고 거리나 사적 공간 등을 포함하는 환경적 요소 등이 교환되며, 이러한 교환이 더욱 친밀한 수준으로 이루어짐에 따라 대인관계가 발전하게 된다(김문수, 2004).

관계 속에서만 만족될 수 있는 여러 가지 욕구를 지닌다. 즉 타인으로부터 사랑과 애정을 받고 성취를 통한 인정과 존경을 받으며 권력을 행사하고 타인을 지배하고자 하는 인간의 여러 가지 욕구는 타인과의 관계없이 충족될 수 없는 것으로(Argyle, 1983), 친밀하고 효율적인 관계는 인간의 행복과 불행, 만족과 불만을 결정하는 핵심적인 요소가 되어 인간의 삶을 좌우 한다(이형득, 1982). 대인관계의 개념은 다음 [표2-5]와 같이 정리하였다.

[표2-5] 대인관계의 개념

연구자	년도	개념
안범희	1985	사람은 태어나 모두 다양한 환경에서 성장한다. 이에 따라 필수적으로 타인을 지각하게 되고 타인의 행동에 대하여 반응·분석·기대한다. 이러한 복합적 요소들이 대인관계에 영향을 미쳐 다양한 요소들의 상호작용과 개개인의 타인을 대하는 방식 등에 의해 대인관계의 성향과 그 질이 결정 된다.
양수, 최연숙	2000	대인관계에서 외모는 대인관계의 발판이 되는 요소로서 작용하는 중요한 요소이다. 외모는 개인의 가장 가시적인 상징으로 바람직한 외모를 위한 긍정적 노력은 사회적응의 척도라고 할 수 있다
권보연	2000	성인 이전 경험한 만족스러운 대인관계는 이후 성인이 되어 결혼이나 사회생활 등에서 긍정적인 영향을 주는 반면 그렇지 못하고 부정적이고 불안정한 과거의 대인관계 경험은 성인이 되어서도 위축감 및 불안감을 가져와 사회 부적응 등의 부정적인 영향을 가져올 수 있다
김학년	2006	대인관계란 다른 사람과의 상호작용을 일컫는 말로 개개인이 지니고 있는 고유한 혹은 그렇지 않은 다양한 성격들 간의 상호작용 결과이다.
노선옥	2011	대인관계는 인간의 특징 중 하나인 사회적 행동 중 하나인 타인들과의 의사소통을 통해 발생한다는 것이다.

제 3 장 연구 방법 및 절차

제 1 절 연구대상 및 연구 설계

1) 연구대상 및 선정기준

20~30대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향에 대하여 연구를 수행하기 위해 선정한 조사대상자는 대구·경북지역에 거주하고 있는 20~30대 남성을 대상으로 조사하였다.

조사 기간은 2021년 10월 8일부터 11월 8일까지 30일간 총 349명을 대상으로 오프라인과 온라인을 병행하여 자료를 수집하였다. 자료 수집 방법은 우편물로 배부하고 응답자들이 직접 기입하는 자기기입법을 사용하였고 조사 대상자 중 불성실한 응답자, 신뢰도가 낮은 응답자 8명을 제외하고 341명을 본 연구에 최종 대상으로 선정 후 최종 분석 자료로 사용하였고, 연구 대상의 표본과 연구 설계는 [표3-1]과 같다.

[표3-1] 연구대상 표본과 연구 설계

절차	내용
연구 대상	대구·경북 20~30대 남성
자료수집	온라인 설문조사, 자기기입식 설문조사
조사기간	2021년 10월 8일 ~ 2021년 11월 8일
설문지 배포 및 회수	배포 : 349부
	회수 : 349부
	제외 : 8부
	총사용 데이터 : 341부

제 2 절 연구절차

본 연구는 2021년 10월 8일부터 11월 8일까지 30일간 총 349명을 대상으로 오프라인과 온라인을 병행하여 자료를 수집하였다.

온라인 설문기법과, 우편물로 배부하고 응답자들이 직접 기입하는 자기기입법을 사용하였고 조사대상자 중 불성실한 응답자, 신뢰도가 낮은 응답자 8명을 제외하고 341명을 본 연구에 최종 대상으로 선정 후 최종 데이터 분석 자료로 사용하였다. 온라인 설문기법과 설문지법을 이용한 조사연구 방법을 사용하였다.

제 3 절 자료분석

본 연구를 수행함에 다음과 같은 자료로 통계처리를 진행하였다.

1. 연구대상자의 일반적인 특성을 알아보고자 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

2. 외모관심도, 자아존중감, 대인관계에 대한 타당도 검증을 위하여 문항들의 요인 분석을 하였으며, 신뢰도는 Cronbach's α 의 계수로 판단하였다.

3. 외모 만족도, 자아존중감, 대인관계의 표준편차와 평균을 알아보기 위하여 기술 통계 분석을 하였다.

4. 외모만족도, 자아존중감, 대인관계와의 관계를 알아보기 위하여 상관분석을 실시하였다.

5. 외모만족도가 자아존중감, 대인관계에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

6. 외모만족도와 대인관계와의 관계에서 자아존중감의 매개효과를 검정하기 위해서 위계적 회귀분석, 소벨테스트(Sobel test)를 실시하였다.

본 연구의 진행을 위해 실증분석은 모두 유의수준 5%에서 검증하였고, 통계처리는 SPSSWIN 21.0 프로그램으로 분석하였다.

제 4 절 측정도구

1) 설문지 구성

본 연구에서는 선행연구를 참고하여 설문지를 구성하였고, 조사대상자의 일반적 특성 총 5문항에 관련된 연구는 강평미(2017)의 설문지를 토대로 연구의 목적에 맞추어 보완, 수정하여 연령, 최종학력, 직업, 근무연수, 월 소득 등 명목척도를 이용하여 구성하였다. 외모관심도의 2가지 하위요인은 자아 표현, 타인 표현이고 송인영(2019)의 연구를 참고하였으며, 최종 12문항으로 구성하였다. 자아존중감은 김유리(2020)의 연구를 참고하여 1개의 하위요인으로 설정하였으며 최종 12문항으로 구성하였다. 대인관계는 5가지 하위요인으로 만족감, 이해성, 신뢰감, 의사소통, 개방성이고 고선형(2015)의 연구를 참고하여 총 25문항으로 구성하여 전체 54문항으로 구성되었다.

외모관심도, 자아존중감, 대인관계의 각 척도는 5점 Likert 척도로서 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점부터 ‘매우그렇다’ 5점까지 측정하였다. 설문지 구성은 [표 3-2]과 같다.

[표 3-2] 설문지 구성

구분	측정변인	하위요인	문항 수	척도	출처
1	외모관심도	자아표현	5	5점	노정은(2014)
		타인표현	7	리커트 척도	송인영(2019)
	전체		12		
2	자아존중감	긍정적	12	5점	Rosenberg(1965)
		부정적		리커트 척도	이운정(2004)
	전체		12		김유리(2020)
3	대인관계	만족감	5		
		이해성	7	5점	김재은(1974)
		신뢰감	7	리커트	문선모(1980)
		의사소통	4	척도	고선형(2014)
		개방성	2		
	전체		25		
4	일반적 특성	연령 최종학력 직업 근무연수 월 소득	5	선다형	연구자
합 계			54	-	-

2) 요인분석

가) 외모관심도의 요인분석

외모관심도에 대하여 타당도 검증을 진행하기 위해서 주성분분석(Principal Component Analysis)과 직교회전방법인 VARIMAX로 요인분석(Factor Analysis)을 하였다. 본 연구에서는 KMO 값이 0.909로 매우 높으므로 변수 쌍들의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 것으로 판단할 수 있다. 또

한, 구형성 검정치(Test of Sphericity)는 근사 카이제곱값이 2069.309로 유의수준이 .000으로 요인분석 사용이 적합한 것을 알 수 있다. 요인의 추출 방법으로는 고유값이 1.0 이상인 요인에 한해 요인적재량이 0.4 이상인 항목들을 기준으로 설정해 요인수를 2개로 결정하였다. 그 결과 요인 1은 고유값이 3.758, 설명비가 31.31%로 나타나 자아표현 요인을, 요인 2는 고유값이 3.576, 설명비가 29.80%로 나타나 타인표현 요인을 설명해 주고 있다. 요인분석을 실시한 결과는 [표3-3]과 같다.

[표3-3] 외모관심도의 요인분석

구분	요인	
	1	2
평상시 내 스타일에 만족하는 편이다.	.843	
자아 나는 나에게 어울리는 스타일을 알고 있다.	.799	
표현 내 얼굴(이목구비)에 만족한다,	.740	
나는 평상시 외모 가꾸는 것을 좋아한다.	.639	
나는 과감한 스타일 변화도 가능하다.	.618	
성형수술을 해서라도 매력적인 외모를 가지는 것이 좋다고 생각한다.		.786
뷰티 서비스를 이용하여 외적 이미지 변화 시 주변 사람들의 반응에 신경을 쓰는 편이다.		.767
시술자(판매자)가 권유하는 스타일을 지향하는 편이 다.		.715
타인 뷰티 서비스를 통한 외적 이미지 변화가 기분 전환 표현 에 도움이 된다고 생각한다.		.690
내 외모가 남들에게 어떻게 보이는지 신경을 쓰는 편이다.		.620
주요 회의 및 모임이 있을 시 외모에 더욱 신경을 쓰는 편이다.		.582
평상시 외모 관련 서적이나 대중 매체에 관심이 있 다.		.548
고유값	3.758	3.576
분산율	31.314	29.800
누적분산율	31.314	61.114
KMO = .909, Bartlett's test결과 $\chi^2 = 2069.309$ (df=66, p=.000)		

나) 자아존중감의 요인분석

자아존중감의 요인분석을 실시한 결과는 [표3-4]와 같다.

자아존중감에 대한 KMO 값은 0.936으로 매우 높아서 변수 쌍들의 상관관계가 다른 변수로 인해 잘 설명됨을 판단할 수 있으며, 카이제곱값이 2831.307로 유의수준은 .000으로 나타나 요인분석 사용이 적합한 것을 알 수 있다. 요인을 추출 방법으로는 고유값(eigen-value)을 사용하여, 고유값이 1.0 이상 요인에 한하여 요인적재량 0.4 이상인 항목들을 기준으로 설정한 후 요인수를 1개로 결정하였다. 그 결과 요인의 고유값은 7.081, 설명비는 59.00%로 나타나 자아존중감 요인을 설명해 주고 있다.

[표3-4] 자아존중감의 요인분석

구분		요인 1
	나는 좋은 점이 꽤 많다.	.830
	나는 내가 가치 있는 사람이라고 생각한다.	.826
	나는 나 자신에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있다.	.804
	나는 내가 실패자라고 느낀다.	.801
	나는 남들 만큼 일을 해낼 수 있다.	.801
자아	나는 대체로 내 자신을 만족스럽다고 느낀다.	.783
존중감	나는 내가 불행하다고 생각한다.	.771
	나는 자랑스러워 할 만한 것이 별로 없다.	.763
	나에게 관심을 가져주는 사람이 없다.	.762
	내가 결심한 일은 그대로 밀고 나간다.	.754
	나는 다른 사람에게 좋은 사람이다.	.658
	나는 내가 가치없는 사람이라고 생각한다.	.637
고유값		7.081
분산율		59.005
누적분산율		59.005
KMO = .936, Bartlett's test결과 $\chi^2 = 2831.307$ (df=66, p=.000)		

다) 대인관계의 요인분석

대인관계의 요인분석을 실시한 결과는 [표3-5]와 같다.

대인관계에 대한 KMO 값은 0.961로 카이제곱값이 5507.008로 유의수준이 .000으로 나타나 요인분석에 사용이 적합함을 알 수 있다. 요인을 추출한 고유값이 1.0 이상, 요인적재량이 0.4 이상인 항목들을 기준으로 설정해 요인수를 5개로 결정하였다. 그 결과 요인 1은 고유값이 4.293, 설명비가 17.17%로 나타나 만족감 요인을, 요인 2는 고유값이 4.028, 설명비가 16.11%로 나타나 이해성에 대한 요인을 설명해 주고 있으며, 요인 3은 고유값이 3.854, 설명비가 15.41%로 나타나 신뢰감에 대한 요인을 설명해 주고 있고, 요인 4는 고유값이 3.031, 설명비가 12.12%로 나타나 의사소통 요인을, 요인 5는 고유값이 1.726, 설명비가 6.90%로 나타나 개방성 요인을 설명해 주고 있다.

[표3-5] 대인관계의 요인분석

	구분	요인				
		1	2	3	4	5
만 족 감	남들은 자기 자신을 만족한 사람으로 볼 것 같다.	.786				
	나는 인간으로써 다른사람에 대하여 만족한다.	.727				
	나는 인간으로써 나 자신에 대하여 만족한다.	.712				
	남들은 나를 행복한 사람으로 보는 것 같다.	.670				
	나는 앞으로 다른 사람과 맺고 싶은 인간관계에 대하여 잘 이해하고 있다.	.542				
이 해 성	다른 사람의 특징에 대한 나의 반응이 빠른편이다.		.740			
	나는 다른 사람의 느낌을 잘 이해한다.		.714			
	다른 사람과의 욕구나 바라는 것을 잘 깨닫는다.		.687			
	다른 사람과 의사소통을 하는데 어려움이 없다.		.578			
	나는 나 자신의 느낌을 잘 이해한다.		.573			
	다른 사람의 느낌을 이해하는데 어려움이 없다.		.511			
	다른 사람들과 나의 관계는 원만하다.		.486			
신 뢰 감	나는 다른 사람을 믿는다.			.819		
	다른 사람에 대하여 친근감을 느끼는 편이다.			.678		
	다른 사람에 대해 나는 나 자신을 쉽게 잘 표현하 고 터놓고 생활하는 편이다.			.651		
	나는 다른 사람의 이야기를 잘 들어주는 편이다.			.598		
	나는 다른사람이 나에 대해 표현하는 긍정적인 느 낌을 믿고 받아들이는 편이다.			.556		
	다른사람에 대해 나는 많은 관심과 따뜻한 정을 주는 편이다.			.542		
	나는 다른사람에 대한 긍정적인 느낌을 표현할 수 있다.			.427		
의 사 소 통	나는 다른 사람과 의견이 잘 맞지 않을 때 지혜롭 게 풀어나갈 수 있다.				.661	
	나는 인간관계에 있어서 자신감이 많다.				.657	
	나는 다른 사람에 대한 좋지 않은 느낌을 기분 나 쁘지 않게 잘 표현할 수 있다.				.653	
	나는 다른 사람과 대화를 하는데 있어 어려움을 느끼지 않는다.				.599	
개 방 성	나는 다른 사람과 나의 개인적인 관심사를 나누고 싶어 한다.					.683
	나는 다른사람이 나에 대하여 표현하는 부정적인 느낌을 발견할 수 있는 방향으로 대할 수 있다.					.547
고유값		4.293	4.028	3.854	3.031	1.726
분산율		17.173	16.113	15.417	12.126	6.903
누적분산율		17.173	33.285	48.702	60.828	67.731
KMO = .961, Bartlett's test결과 $\chi^2 = 5507.008$ (df=300, p=.000)						

3) 측정 도구의 타당도 및 신뢰도 검증

외모관심도, 자아존중감, 대인관계와의 상관관계를 살펴본 결과는 [표3-6]과 같다.

자아존중감은 외모관심도의 자아 표현($r=.594$, $p<.001$), 타인 표현($r=.486$, $p<.001$) 순으로 정의 상관이 높았다.

대인관계는 외모관심도의 자아 표현($r=.611$, $p<.001$), 타인 표현($r=.440$, $p<.001$) 순으로 정의 상관이 높았고, 세부적으로 대인관계의 만족감, 이해성, 신뢰감, 의사소통, 개방성 모두 외모관심도와는 유의미한 정의 상관이 있는 것으로 나타났다.

[표3-6] 각 영역의 신뢰도 검증

구분		문항수	Cronbach's α
외모관심도	자아표현	5	.831
	타인표현	7	.870
외모관심도		12	.899
자아존중감		12	.936
대인관계	만족감	5	.866
	이해성	7	.902
	신뢰감	7	.889
	의사소통	4	.870
	개방성	2	.514
대인관계		25	.957

제 4 장 연구 결과 및 요약

제 1 절 연구 대상의 일반적 특징

조사대상자의 일반적 특성을 살펴본 결과는 [표4-1]과 같다.

연령은 ‘20대’가 41.1%, ‘30대’가 58.9%이었으며, 최종학력은 ‘고졸’이 27.0%, ‘대학교 졸업’이 24.6%, ‘전문대 졸업’이 23.8%, ‘대학원 이상’이 16.1%, ‘고졸미만’이 8.5% 순이었다. 직업은 ‘전문 기술직’이 23.8%, ‘사무직/관리직’이 21.7%, ‘자영업’이 19.1%, ‘판매 서비스직’이 17.9%, ‘무직’이 17.5% 순이었고, 근무연수는 ‘8년 이상’ 25.8%, ‘2-4년 미만’ 23.5%, ‘1-2년 미만’ 20.5%, ‘4-6년 미만’ 17.9%, ‘6-8년 미만’ 12.3% 순이었다. 월소득은 ‘200-300만원 미만’이 27.3%, ‘100-200만원 미만’이 26.4%, ‘100만원 미만’이 18.5%, ‘400만원 이상’이 14.1%, ‘300-400만원 미만’이 13.7% 순으로 조사 되었다.

[표4-1] 조사대상자의 일반적 특성

	구분	빈도(N)	백분율(%)
연령	20대	140	41.1
	30대	201	58.9
최종학력	고졸 미만	29	8.5
	고졸	92	27.0
	전문대졸업	81	23.8
	대학교졸업	84	24.6
	대학원이상	55	16.1
직업	자영업	65	19.1
	사무직/관리직	74	21.7
	무직	60	17.5
	전문 기술직	81	23.8
	판매 서비스직	61	17.9
근무연수	1-2년 미만	70	20.5
	2-4년 미만	80	23.5
	4-6년 미만	61	17.9
	6-8년 미만	42	12.3
	8년 이상	88	25.8
월소득	100만원 미만	63	18.5
	100-200만원 미만	90	26.4
	200-300만원 미만	93	27.3
	300-400만원 미만	47	13.7
	400만원 이상	48	14.1
전체		341	100.0

제 2 절 주요 변수의 특성에 대한 기술 통계

외모관심도, 자아존중감, 대인관계를 살펴본 결과는 [표4-2]와 같다.

외모관심도 전체의 평균은 3.43으로, ‘타인표현’(M=3.52), ‘자아표현’(M=3.31) 순으로 평균이 높았고, 자아존중감의 평균은 3.70으로 높게 나타났다. 대인관계 전체의 평균은 3.41로, ‘만족감’(M=3.52), ‘이해성’(M=3.45), ‘신뢰감’(M=3.38), ‘의사소통’(M=3.35), ‘개방성’(M=3.16) 순으로 평균이 높았다.

[표4-2] 외모관심도, 자아존중감, 대인관계

구분		평균	표준편차
외모관심도	자아표현	3.31	.88
	타인표현	3.52	.83
	외모관심도	3.43	.77
대인관계	자아존중감	3.70	.82
	만족감	3.52	.77
	이해성	3.45	.74
	신뢰감	3.38	.77
	의사소통	3.35	.82
	개방성	3.16	.76
	대인관계	3.41	.67

제 3 절 외모관심도, 자아존중감, 대인관계와의 상관관계

외모관심도, 자아존중감, 대인관계와의 상관관계를 살펴본 결과는 [표 4-3]와 같다. 자아존중감은 외모관심도의 자아표현($r=.594$, $p<.001$), 타인표현($r=.486$, $p<.001$) 순으로 정의 상관이 높았다. 대인관계는 외모관심도의 자아표현($r=.611$, $p<.001$), 타인표현($r=.440$, $p<.001$) 순으로 정의 상관이 높았고, 세부적으로 대인관계의 만족감, 이해성, 신뢰감, 의사소통, 개방성 모두 외모관심도와는 유의미한 정의 상관이 있는 것으로 나타났다.

[표4-3] 외모관심도, 자아존중감, 대인관계와의 상관관계

구분		외모관심도			자아존중감	대인관계			
		자아	타인	전체		만족	이해	신뢰	소통
외모관심도	자아표현	1							
	타인표현	.642***	1						
외모관심도		.877***	.931***	1					
자아존중감		.594***	.486***	.587***	1				
대인 관계	만족감	.610***	.521***	.616***	.788***	1			
	이해성	.568***	.406***	.524***	.739***	.746***	1		
	신뢰감	.456***	.316***	.415***	.604***	.648***	.715***	1	
	의사소통	.556***	.348***	.482***	.696***	.711***	.787***	.734***	1
	개방성	.449***	.282***	.390***	.428***	.511***	.523***	.653***	.586***
	대인관계	.611***	.440***	.566***	.777***	.852***	.910***	.893***	.890***

* p<.05, *** p<.001

제 4 절 MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향

1) 외모관심도가 자아존중감에 미치는 영향

외모관심도가 자아존중감에 미치는 영향을 살펴본 결과는 [표4-4]와 같다.

외모관심도가 자아존중감에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과, $R^2=0.371$ 로 전체 변동의 37.1%로 회귀모형을 설명하고 있음을 알 수 있다. 변수간 다중공선성을 진단하기 위하여 분산팽창계수(VIF : variable inflation factor)와 허용치(tolerance)를 살펴보았으며, 변수들의 VIF값은 모두 10 이하였으며, 허용치는 0.1보다, ($F=99.795$, $p<.001$)크게 나타났다., 외모관심도의 자아표현($\beta=.479$, $p<.001$), 타인표현($\beta=.178$, $p<.01$) 순으로 자아존중감에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 자아표현과 타인표현에 대한 관심도가 높을수록 자아존중감이 높은 것을 알 수 있다.

[표4-4] 외모관심도가 자아존중감에 미치는 영향

종속변수	독립변수	B	β	t	p	R^2	adj R^2	F
자아 존중감	(상수)	1.60		10.007 [*]	.00			
		9		**	0			
	자아표현	.444	.479	8.521 ^{**}	.00	.371	.368	99.795 [*]
	타인표현	.176	.178	3.172 ^{**}	.00			**
					2			

** $p<.01$, *** $p<.001$

2) 외모관심도가 대인관계에 미치는 영향

외모관심도가 대인관계에 미치는 영향을 살펴본 결과는 [표4-5]와 같다. 외모관심도가 대인관계에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과, $R^2=0.377$ 로 전체 변동의 37.7%로 회귀모형 설명이며, 모형에 대하여 분산분석을 한 결과 추정된 모형은 유의하였다($F=102.121$, $p<.001$). 외모관심도의 자아표현($\beta=.559$, $p<.001$)만 대인관계에서 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났으며, 이는 자아표현에 대한 관심도가 높을수록 대인관계가 원만한 것을 의미한다.

외모관심도가 만족감에 미치는 영향의 결과, $R^2=0.400$ 으로 전체 변동은 40.0%로 회귀모형 설명이며, 모형에 대하여 분산분석을 한 결과 추정된 모형은 유의하였다($F=112.888$, $p<.001$). 외모관심도의 자아표현($\beta=.469$, $p<.001$), 타인표현($\beta=.220$, $p<.001$) 순으로 만족감에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타나, 이는 자아표현과 타인표현에 대한 관심도가 높을수록 만족감이 높은 것을 의미한다.

외모관심도가 이해성에 미치는 영향의 결과, $R^2=0.325$ 로 전체 변동은 32.5%로 회귀모형 설명이며, 모형에 대하여 분산분석을 한 결과 추정된 모형은 유의하였다($F=81.485$, $p<.001$). 외모관심도의 자아표현($\beta=.522$, $p<.001$)만 이해성에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타나, 이는 자아표현에 대한 관심도가 높을수록 이해성이 높은 것을 의미한다.

외모관심도가 신뢰감에 미치는 영향의 결과, $R^2=0.209$ 로 전체 변동은 20.9%로 회귀모형 설명이며, 모형에 대하여 분산분석을 한 결과 추정된 모형은 유의하였다($F=44.608$, $p<.001$). 외모관심도의 자아표현($\beta=.430$, $p<.001$)만 신뢰감에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타나, 이는 자아표현에 대한 관심도가 높을수록 신뢰감이 높은 것을 의미한다.

외모관심도가 의사소통에 미치는 영향의 결과, $R^2=0.309$ 로 전체 변동은 30.9%로 회귀모형 설명이며, 모형에 대하여 분산분석을 한 결과 추정된 모형은 유의하였다($F=75.656$, $p<.001$). 외모관심도의 자아표현($\beta=.566$, $p<.001$)만 의

사소통에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타나, 이는 자아표현에 대한 관심도가 높을수록 의사소통이 원만한 것을 의미한다.

외모관심도가 개방성에 미치는 영향의 결과, $R^2=0.202$ 로 전체 변동은 20.2%로 회귀모형 설명이며, 모형에 대한 분산분석 결과 추정된 모형은 유의하였다($F=42.673$, $p<.001$). 외모관심도의 자아표현($\beta=.456$, $p<.001$)만 개방성에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타나, 이는 자아표현에 대한 관심도가 높을수록 개방성이 높은 것을 의미한다.

[표4-5] 외모관심도가 대인관계에 미치는 영향

종속변수	독립변수	B	β	t	p	R^2	adj R^2	F
대인관계	(상수)	1.771		13.483** *	.000			
	자아표현	.424	.559	9.973***	.000	.377	.373	102.121** *
	타인표현	.066	.081	1.448	.148			
만족감	(상수)	1.459		9.932***	.000			
	자아표현	.406	.469	8.538***	.000	.400	.397	112.888** *
	타인표현	.203	.220	4.002***	.000			
이해성	(상수)	1.785		11.868** *	.000			
	자아표현	.436	.522	8.958***	.000	.325	.321	81.485** *
	타인표현	.064	.071	1.225	.222			
대인관계 신뢰감	(상수)	2.006		11.789** *	.000			
	자아표현	.376	.430	6.818***	.000	.209	.204	44.608** *
	타인표현	.037	.040	.636	.525			
의사소통	(상수)	1.663		9.823***	.000			
	자아표현	.526	.566	9.595***	.000	.309	.305	75.656** *
	타인표현	-.015	-.015	-.256	.798			
개방성	(상수)	1.892		11.230** *	.000			
	자아표현	.393	.456	7.193***	.000	.202	.197	42.673** *
	타인표현	-.010	-.011	-.172	.864			

*** p<.001

제 5 절 20~30대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향 관계에서의 매개효과

매개효과에 대한 가설 검증을 위하여 Baron과 Kenny(1986)가 제안한 매개효과 검증방법을 사용하였다. 먼저 첫 단계에서 독립변수는 매개변수에 유의미한 영향이 미치는지 검증하고, 두 번째 단계에서 독립변수는 종속변수에 유의미한 영향을 미치는지 검증을 하며, 마지막으로 세 번째 단계에서 독립변수 및 매개변수가 동시에 종속변수에 유의미한 영향이 미치는지를 검증해야 한다. 이는 종속변수에 대한 독립변수의 영향력은 세 번째 단계보다 두 번째 단계에서 더 커져야 매개효과를 나타낸다고 할 수 있다(부분 매개 효과, partial mediating), 특히 세번째 단계에서 종속변수에 대한 독립변수의 영향력은 유의하지 않을 경우 매개변수가 완전 매개효과(complete mediating)를 보인다고 설명한다.

1) 외모관심도와 대인관계와의 관계에서 자아존중감의 매개효과

외모관심도와 대인관계와의 관계에서 자아존중감의 매개효과를 살펴본 결과는 [표4-6], [표4-7]과 같다.

1단계에서는 외모관심도의 자아표현($\beta=.479$, $p<.001$), 타인표현($\beta=.178$, $p<.01$) 순으로 매개변수인 자아존중감에 유의미한 영향력이 미치는 것으로 나타났고, 2단계에서 외모관심도의 자아표현($\beta=.559$, $p<.001$)만 대인관계에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 3단계에서는 독립변수에 매개변수인 자아존중감을 추가 투입하여 설명력은 63.9%로 유의미하게 상승하였다($\Delta F=245.319$, $p<.001$). 대인관계에 대한 영향력은 자아존중감($\beta=.646$, $p<.001$), 외모관심도의 자아표현($\beta=.249$, $p<.001$) 순으로 높은 영향력이 미치는 것으로 나타났고, 자아존중감과 자아표현에 대한 관심도가 높을수록 대인관계가 높은 것을 의미한다. 따라서 1단계와 2단계에서 유의미한 자아표현은 3단계에서 여전히 대인관계에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나, 자아존중감은 자아표현과 대인관계와의 관계를 부분매개 하는 것을 알 수 있다.

소벨테스트(Sobel test) 결과 자아표현과 대인관계와의 관계에서 자아존중감의 매개효과는 유의미하였다($Z=7.488$, $p<.001$).

[표4-6] 외모관심도와 자아존중감이 대인관계에 미치는 영향

구분		종속변수 : 대인관계			
		모델1		모델2	
		B	β	B	β
(상수)		1.771		.918	
외모관심도	자아표현	.424	.559***	.189	.249***
	타인표현	.066	.081	-.028	-.034
자아존중감				.530	.646***
R^2		.377		.639	
adj R^2		.373		.636	
ΔR^2				.263	
F		102.121***		199.065***	
ΔF				245.319***	

*** $p<.001$

[표4-7] 자아존중감의 매개효과 검증결과(종속변수 : 대인관계)

단계	변수	B	β	R^2	F	매개조건 충족여부
1단계: 외	자아표현	.444	.479***	.371	99.79	○
독립→매개 모	타인표현	.176	.178**		5***	○
2단계: 외	자아표현	.424	.559***	.377	102.1	○
독립→종속 모	타인표현	.066	.081		21***	×
3단계: 외	자아표현	.189	.249***	.639	199.065***	○ ^b
독립·매개 모	타인표현	-.028	-.034			×
→종속	자아존중감	.530	.646***			○ ^b

** $p<.01$, *** $p<.001$ ^a : 완전매개, ^b : 부분매개

2) 외모관심도와 만족감과의 관계에서 자아존중감의 매개효과

외모관심도와 만족감과의 관계에서 자아존중감의 매개효과를 살펴본 결과는 [표4-8], [표4-9]와 같다.

1단계에서는 외모관심도의 자아표현, 타인표현 순으로 매개변수인 자아존중감에 유의미하게 영향력을 미치는 것으로 나타났으며, 2단계에서는 외모관심도의 자아표현($\beta=.469$, $p<.001$), 타인표현($\beta=.220$, $p<.001$) 순으로 만족감에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 3단계에서는 독립변수에 매개변수인 자아존중감을 추가 투입하여 설명력은 65.9%로 유의미하게 상승하였다($\Delta F=254.817$, $p<.001$). 만족감에 대한 영향력은 자아존중감($\beta=.641$, $p<.001$), 외모관심도의 자아표현($\beta=.162$, $p<.001$), 타인표현($\beta=.105$, $p<.05$) 순으로 높은 영향력을 미치는 것으로 나타났고, 이는 자아존중감과 자아표현, 타인표현에 대한 관심도가 높을수록 만족감이 높은 것을 의미한다. 따라서, 1단계와 2단계에서 유의미한 자아표현, 타인표현은 3단계에서 여전히 만족감에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나, 자아존중감은 자아표현, 타인표현과 만족감과의 관계를 부분매개 하는 것을 알 수 있다. 소벨테스트(Sobel test) 결과 자아표현과 만족감과의 관계에서 자아존중감이 매개효과에 유의미하였고($Z=7.507$, $p<.001$), 타인표현과 만족감과의 관계에서 자아존중감의 매개효과는 유의미하였다($Z=3.136$, $p<.01$).

[표4-8] 외모관심도와 자아존중감이 만족감에 미치는 영향

구분		종속변수 : 만족감			
		모델1		모델2	
		B	β	B	β
(상수)		1.459		.494	
외모관심도	자아표현	.406	.469***	.140	.162***
	타인표현	.203	.220***	.097	.105*
자아존중감				.599	.641***
R^2		.400		.659	
adj R^2		.397		.656	
ΔR^2				.258	
F		112.888***		216.712***	
ΔF				254.817***	

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

[표4-9] 자아존중감의 매개효과 검증결과(종속변수 : 만족감)

단계	변수	B	β	R^2	F	매개조건충족여부
1단계: 외	자아표현	.444	.479***	.371	99.79	○
독립→매개 모	타인표현	.176	.178**		5***	○
2단계: 외	자아표현	.406	.469***	.400	112.8	○
독립→종속 모	타인표현	.203	.220***		88***	○
3단계: 외	자아표현	.140	.162***	.659	216.7 12***	○ ^b
독립·매개 모	타인표현	.097	.105*			○ ^b
→종속	자아존중감	.599	.641***			○ ^b

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

^a : 완전매개, ^b : 부분매개

3) 외모관심도와 이해성과의 관계에서 자아존중감의 매개효과

외모관심도와 이해성과의 관계에서 자아존중감의 매개효과를 살펴본 결과는 [표4-10], [표4-11]와 같다.

1단계에서는 외모관심도의 자아표현, 타인표현 순으로 매개변수인 자아존중감이 유의미한 영향력을 미친다고 나타났으며, 2단계에서는 외모관심도의 자아표현($\beta=.522$, $p<.001$)만 이해성에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 3단계에서는 독립변수에 매개변수인 자아존중감을 추가 투입하여 설명력은 57.3%로 유의미하게 상승하였다($\Delta F=195.261$, $p<.001$). 이해성에 대한 영향력은 자아존중감($\beta=.627$, $p<.001$), 외모관심도의 자아표현($\beta=.221$, $p<.001$) 순으로 높은 영향력을 미친다고 나타났으며, 이는 자아존중감과 자아표현에 대한 관심도가 높을수록 이해성이 높은 것을 의미한다. 따라서, 1단계와 2단계에서 유의미한 자아표현은 3단계에서 여전히 이해성에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나, 자아존중감은 자아표현과 이해성과의 관계를 부분매개 하는 것을 알 수 있다. 소벨테스트(Sobel test) 결과 자아표현과 이해성과의 관계에서 자아존중감의 매개효과는 유의미하였다($Z=7.265$, $p<.001$).

[표4-10] 외모관심도와 자아존중감이 이해성에 미치는 영향

구분		종속변수 : 이해성			
		모델1		모델2	
		B	β	B	β
(상수)		1.785		.873	
외모관심도	자아표현	.436	.522***	.185	.221***
	타인표현	.064	.071	-.036	-.041
자아존중감				.567	.627***
R^2		.325		.573	
adj R^2		.321		.569	
ΔR^2				.248	
F		81.485***		150.632***	
ΔF				195.261***	

*** $p < .001$

[표4-11] 자아존중감의 매개효과 검증결과(종속변수 : 이해성)

단계	변수	B	β	R^2	F	매개조건충족여부
1단계: 외	자아표현	.444	.479***	.371	99.79	○
독립→매개 모	타인표현	.176	.178**		5***	○
2단계: 외	자아표현	.436	.522***	.325	81.48	○
독립→종속 모	타인표현	.064	.071		5***	×
3단계: 외	자아표현	.185	.221***	.573	150.6 32***	○ ^b
독립·매개 모	타인표현	-.03	-.041			×
→종속	자아존중감	.567	.627***			○ ^b

** $p < .01$, *** $p < .001$

^a : 완전매개, ^b : 부분매개

4) 외모관심도와 신뢰감과의 관계에서 자아존중감의 매개효과

외모관심도와 신뢰감과의 관계에서 자아존중감의 매개효과를 살펴본 결과는 [표4-12], [표4-13] 와 같다.

1단계에서는 외모관심도의 자아표현, 타인표현 순으로 매개변수인 자아존중감이 유의미한 영향력이 미친다고 나타났으며, 2단계에서는 외모관심도의 자아표현($\beta=.430$, $p<.001$)만 신뢰감에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 3단계에서는 독립변수에 매개변수인 자아존중감을 추가 투입하여서 설명력은 38.1%로 유의미하게 상승하였다($\Delta F=93.957$, $p<.001$). 신뢰감에 대한 영향력은 자아존중감($\beta=.524$, $p<.001$), 외모관심도의 자아표현($\beta=.179$, $p<.01$) 순으로 높은 영향력을 미친다고 나타났으며, 이는 자아존중감과 자아표현에 대한 관심도가 높을수록 신뢰감이 높은 것을 의미한다. 따라서, 1단계와 2단계에서 유의미한 자아표현은 3단계에서 여전히 신뢰감에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나, 자아존중감은 자아표현과 신뢰감과의 관계를 부분매개 하는 것을 알 수 있다. 소벨테스트(Sobel test) 결과 자아표현과 신뢰감과의 관계에서 자아존중감의 매개효과는 유의미하였다($Z=6.405$, $p<.001$).

[표4-12] 외모관심도와 자아존중감이 신뢰감에 미치는 영향

구분		종속변수 : 신뢰감			
		모델1		모델2	
		B	β	B	β
(상수)		2.006		1.211	
외모관심도	자아표현	.376	.430***	.157	.179**
	타인표현	.037	.040	-.050	-.053
자아존중감				.494	.524***
R^2		.209		.381	
adj R^2		.204		.376	
ΔR^2				.172	
F		44.608***		69.236***	
ΔF				93.957***	

** p<.01, *** p<.001

[표4-13] 자아존중감의 매개효과 검증결과(종속변수 : 신뢰감)

단계	변수	B	β	R^2	F	매개조건충족여부
1단계: 외	자아표현	.444	.479***	.371	99.79	○
독립→매개 모	타인표현	.176	.178**		5***	○
2단계: 외	자아표현	.376	.430***	.209	44.60	○
독립→종속 모	타인표현	.037	.040		8***	×
3단계: 외	자아표현	.157	.179**	.381	69.23 6***	○ ^b
독립·매개 모	타인표현	-.05 0	-.053			×
→종속	자아존중감	.494	.524***			○ ^b

** p<.01, *** p<.001

^a : 완전매개, ^b : 부분매개

5) 외모관심도와 의사소통과의 관계에서 자아존중감의 매개효과

외모관심도와 의사소통과의 관계에서 자아존중감의 매개효과를 살펴본 결과는 [표4-14], [표4-15] 와 같다.

1단계에서는 외모관심도의 자아표현, 타인표현 순으로 매개변수인 자아존중감에 유의미한 영향력이 미친다고 나타났으며, 2단계에서는 외모관심도의 자아표현($\beta=.566$, $p<.001$)만 의사소통에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 3단계에서는 독립변수에 매개변수인 자아존중감을 추가 투입하여 설명력은 52.4%로 유의미하게 상승하였다($\Delta F=152.449$, $p<.001$). 의사소통에 대한 영향력은 자아존중감($\beta=.585$, $p<.001$), 외모관심도의 자아표현($\beta=.285$, $p<.001$), 타인표현($\beta=-.119$, $p<.05$) 순으로 높은 영향력이 미친다고 나타났으며, 이는 자아존중감과 자아표현에 대한 관심도가 높을수록, 타인표현에 대한 관심도가 낮을수록 의사소통이 높은 것을 의미한다. 따라서, 1단계와 2단계에서 유의미한 자아표현은 3단계에서 여전히 의사소통에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나, 자아존중감은 자아표현과 의사소통과의 관계를 부분매개 하는 것을 알 수 있다. 소벨테스트(Sobel test) 결과 자아표현과 의사소통과의 관계에서 자아존중감의 매개효과는 유의미하였다($Z=7.004$, $p<.001$).

[표4-14] 외모관심도와 자아존중감이 의사소통에 미치는 영향

구분		종속변수 : 의사소통			
		모델1		모델2	
		B	β	B	β
(상수)		1.663		.717	
외모관심도	자아표현	.526	.566***	.265	.285***
	타인표현	-.015	-.015	-.118	-.119*
자아존중감				.588	.585***
R^2		.309		.524	
adj R^2		.305		.520	
ΔR^2				.215	
F		75.656***		123.853***	
ΔF				152.449***	

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

[표4-15] 자아존중감의 매개효과 검증결과(종속변수 : 의사소통)

단계	변수	B	β	R^2	F	매개조건충족여부
1단계: 외	자아표현	.444	.479***	.371	99.79	○
독립→매개 모	타인표현	.176	.178**		5***	○
2단계: 외	자아표현	.526	.566***	.309	75.65	○
독립→종속 모	타인표현	-.015	-.015		6***	×
3단계: 외	자아표현	.265	.285***	.524	123.853***	○ ^b
독립.매개 모	타인표현	-.118	-.119*			○
→종속	자아존중감	.588	.585***			○ ^b

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ ^a : 완전매개, ^b : 부분매개

6) 외모관심도와 개방성과의 관계에서 자아존중감의 매개효과

외모관심도와 개방성과의 관계에서 자아존중감의 매개효과를 살펴본 결과는 [표4-16], [표4-17]과 같다.

1단계에서는 외모관심도의 자아표현, 타인표현 순으로 매개변수인 자아존중감에 유의미한 영향력이 미친다고 나타났으며, 2단계에서는 외모관심도의 자아표현($\beta=.456$, $p<.001$)만 개방성에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 3단계에서는 독립변수에 매개변수인 자아존중감을 추가 투입하여 설명력은 24.4%로 유의미하게 상승하였다($\Delta F=18.748$, $p<.001$). 개방성에 대한 영향력은 외모관심도의 자아표현($\beta=.332$, $p<.001$), 자아존중감($\beta=.259$, $p<.001$) 순으로 높은 영향력이 미친다고 나타났으며, 이는 자아표현에 대한 관심도와 자아존중감이 높을수록 개방성이 높은 것을 의미한다. 따라서, 1단계와 2단계에서 유의미한 자아표현은 3단계에서 여전히 개방성에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나, 자아존중감은 자아표현과 개방성과의 관계를 부분매개 하는 것을 알 수 있다. 소벨테스트(Sobel test) 결과 자아표현과 개방성과의 관계에서 자아존중감의 매개효과는 유의미하였다($Z=3.843$, $p<.001$).

[표4-16] 외모관심도와 자아존중감이 개방성에 미치는 영향

구분		종속변수 : 개방성			
		모델1		모델2	
		B	β	B	β
(상수)		1.892		1.505	
외모관심도	자아표현	.393	.456***	.286	.332***
	타인표현	-.010	-.011	-.052	-.057
자아존중감				.241	.259***
R^2		.202		.244	
adj R^2		.197		.237	
ΔR^2				.042	
F		42.673***		36.192***	
ΔF				18.748***	

*** $p < .001$

[표4-17] 자아존중감의 매개효과 검증결과(종속변수 : 개방성)

단계	변수	B	β	R^2	F	매개조건충족여부
1단계: 외	자아표현	.444	.479***	.371	99.79	○
독립→매개 모	타인표현	.176	.178**		5***	○
2단계: 외	자아표현	.393	.456***	.202	42.67	○
독립→종속 모	타인표현	-.010	-.011		3***	×
3단계: 외	자아표현	.286	.332***	.244	36.19	○ ^b
독립·매개 모	타인표현	-.052	-.057		2***	×
→종속	자아존중감	.241	.259***			○ ^b

** $p < .01$, *** $p < .001$ ^a : 완전매개, ^b : 부분매개

제 5장 결론 및 제언

제 1 절 결론 및 요약

외모가 경쟁력이라 강조되는 사회적 현상으로 미용은 더 이상 여성들이 아름다움만을 추구하기 위해 행하는 게 아닌 외모는 즉, 경쟁력이고 사람을 판단하게 되는 기준이 되었다. 이에 남성들도 미에 대한 인식이 변화가 되고 자신에게 투자하는 시간이 늘어나면서 남성 미용시장이 확장 되고 있다. 이에 본 연구는 대구·경북지방에 거주하는 MZ세대 남성의 외모관심도와 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향을 알아보려고 하였다.

연구를 통한 결론은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성은 20대가 140명, 30대가 201명으로 30대가 높게 나타났고, 최종학력은 고졸 92명, 대학교 졸업 84명, 전문대 졸 81명으로 비슷한 분포를 보였으며, 직업은 전문 기술직 81명으로 가장 높게 조사되었고, 무직 60명으로 가장 낮게 나타났다. 근무연수는 8년 이상 88명으로 가장 많았으며, 월 소득은 200~300만원 미만 93명, 100~200만원 미만 90명, 100만원 미만 63명 순으로 나타났다.

둘째, 외모관심도, 자아존중감, 대인관계와의 상관관계를 살펴본 결과, 대인관계는 외모관심도의 자아표현, 타인표현 순으로 정의 상관이 높았고, 세부적으로 대인관계의 만족감, 이해성, 신뢰감, 의사소통, 개방성 모두 외모관심도와는 유의미한 정의 상관이 있는 것으로 나타났다.

셋째, MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향 관계에서 자아표현과 타인표현에 대한 관심도가 높을수록 자아존중감이 높은 것을 알 수 있으며, 자아표현에 대한 관심도가 높을수록 대인관계가 원만한 것으로 나타났다. 이는 자아표현과 타인표현에 대한 관심도가 높을수록 만족감, 이해성, 신뢰감이 높은 것을 알 수 있다. 또한 자신의 신체에 대한 높은 만족도는 자아존중감에 긍정적인 영향을 미치는 것을 증명하였다.

따라서 자아존중감 및 자아표현과 타인표현에 대한 관심도가 높은 사람은

어떠한 상황에서도 자신의 존재감을 존중하고 자신 있게 행동하기 때문에 긍정적인 사회생활은 물론 일상생활에서도 활력이 있다는 것을 의미한다.

넷째, 외모관심도와 대인관계와의 관계에서 자아존중감의 매개효과를 살펴본 결과, 자아존중감과 자아표현에 대한 관심도가 높을수록 대인관계가 높은 것을 의미한다. 따라서 1단계와 2단계에서 유의미한 자아표현은 3단계에서 여전히 대인관계에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나, 자아존중감은 자아표현과 대인관계와의 관계를 부분매개 하는 것을 알 수 있다.

본 연구의 결과를 종합하면, 남성들의 외모관심도가 높을수록 사회적 상호관계 형성에 도움이 되며, 대인관계에 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 따라서 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향을 제시함으로써 남성미용 산업발달에 도움이 되는 기초자료로 활용할 수 있기를 기대한다.

제 2 절 제한점 및 제언

본 연구에서는 결과의 제한점 및 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다.

조사대상자들이 대구·경북에 거주하고 있는 20~30대 남성들을 중심으로 설문지를 배포하고 자기기입식 방법으로 작성된 자료를 표집 하였다. 조사대상자들의 소재지의 국한됨과 연령대의 제한점이 아쉬움으로 남으며 후속 연구에서는 전 국민을 대상으로 연구가 이루어지고 전 연령대를 중심으로 폭 넓은 연구가 이루어지길 바란다.

외모관심도, 자아존중감, 대인관계의 측정 방법으로 관련된 요인은 다양하게 많이 있기 때문에, 본 연구에서 한정 지은 요인 외에 개개인의 특성인 내적 심리요인들 즉, 연령, 직업, 월 소득, 등 경제적 상황 또는 외부적인 환경문제를 고려하여 추후 연구가 필요할 것으로 생각된다.

따라서 급성장하고 있는 남성 미용시장이 심리적으로 영향을 주고 있는 주된 원인인 외모관심도가 MZ세대의 특성을 이해하는데 도움이 되고, 뷰티산업 전반에 걸쳐 남성들의 외모관련 마케팅 전략 수립에도 도움이 되기를 바란다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강석기. (2003). 청소년의 태도가 자아존중감 및 사회관계에 미치는 영향 요인 분석. 『청소년학연구』, 10(3), p.155-180
- 강평미. (2017). 사회성, 신체이미지, 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향. 충남대학교 대학원 석사학위논문
- 고선형. (2015). 성인의 자아존중감, 외모관리행동 및 신체이미지가 대인관계에 미치는 영향: 희망을 매개로. 한서대학교 대학원 박사학위논문
- 고주영. (2015). 타인지향적 삶의 소외와 고독. 중앙대학교 대학원 석사학위논문
- 권보연. (2000). 대학신입생의 대인관계문제유형과 그들이 지각한 부모: 자녀간의관계. 연세대학교 대학원 석사학위논문
- 권호순. (2020). e-Book 이용자의 유형별 특성과 수용 결정요인 탐색 연구: MZ세대를 중심으로. 건국대학교 대학원 박사학위논문
- 구소희. (2011). 그루밍(Grooming)족을 위한 스마트폰 뷰티(Beauty)어플리케이션 디자인 제안: 남성화장품 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문
- 구은주. (2012). 성인남녀의 탈모와 스트레스 자가진단 및 스트레스 영향요인 분석. 남부대학교 대학원 석사학위논문
- 구양숙, 이영주, 추태귀. (2010). 남성들의 외모관리행동에 관한 연구(1): 연령을 중심으로. 『한국의류산업학회지』, 12(4), p.459
- 김나희. (2012). 20대 남성의 피부 상태에 대한 자가 인식 수준이 피부관리 행위 실천도와 자아존중감에 미치는 영향. 한성대학교 대학원 석사학위논문
- 김남명. (2018). 대학생의 자아존중감 및 자아 탄력성이 대인관계에 미치는 영향. 배재대학교 대학원 석사학위논문.
- 김민지. (2021). 비타민C 브랜드 ‘레모나’의 정체된 브랜드 이미지 제고를 위

한 코스메슈티컬 디자인 제안: MZ세대 소비자를 중심으로
차이식역에 따른 표현유형별 선호도 연구. 홍익대학교 대학원
석사학위논문

- 김문수. (2004). 컴퓨터 매개 커뮤니케이션을 통한 대인관계 형성에 대한 실험연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문
- 김반야. (2017). 부모 자녀 의사소통과 자녀의 자아존중감: 순응, 저항, 화응, 무시 의사소통과 의사소통량이 여자 청소년 자녀의 자아존중감에 미치는 영향 연구. 『한국커뮤니케이션학회』, 25(1), p.5-33
- 김재은. (1974). 한국가족의 집단성격과 부모; 자녀관계에 관한 심리학적 연구. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문
- 김정하. (2017). 20~30대 남성의 외모관리 행동이 자아존중감에 미치는 영향. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문
- 김인자. (1991). 인간관계와 자기표현(5판). 서울: 중앙적성출판사
- 김은미. (2016). 경찰·군인직 남성의 외모관심도 및 용모관리행동에 관한 연구. 경기대학교 대학원 석사학위논문
- 김은희. (2006). 전문직 미혼 남성의 의복구매 외모관리 행동 및 자아존중감과의 관계 연구. 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 김유리. (2020). 20-30대 남성의 메이크업 행동이 자아존중감과 대인관계에 미치는 영향. 광주대학교 대학원 석사학위논문
- 김유선, 박옥련. (2009). 자기에 성향에 따른 집단별 외모 관심도 및 미용행동에 관한 연구. 『한국의류산업학회지』, 11(5), p. 808-817
- 김 윤. (2007). 사회문화적 압력, 미적 고정관념의 내면화 및 대상화된 신체 의식이 신체만족과 외모관리 행동에 미치는 영향. 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 김영란. (2010). 미용심리치료를 위한 자가 미용교육 프로그램 개발에 관한 연구. 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 김창현. (2011). 남성의 패션 라이프스타일 유형별 외모관심도와 외모 관리행동 연구. 경성대학교 대학원 석사학위논문
- 김학년. (2006). 성격 유형과 통제위치가 대인관계에 미치는 영향. 창원대학교

대학원 박사학위논문

- 김혜균. (2013). 20.30대 직장인 남성들의 외모관리행동과 정보탐색에 관한 연구. 건국대학교 대학원 박사학위논문
- 김혜림. (2012). 여성운동 참가자의 자기표현성이 운동강도와 운동유형 선택에 미치는 효과. 인천대학교 대학원 석사학위논문
- 김호현 (2020). MZ세대의 문화소비. 웹진문화관광, <https://c11.kr/fqpk>
- 노선옥. (2011). 대인관계 성향, 생활만족도화 헤어스타일 행동 및 화장동기의 관계 연구: 20, 30, 40대 여성을 대상으로. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문
- 노정은. (2014). 남성의 외모관심도가 자아존중감과 직무스트레스에 미치는 영향. 가천대학교 대학원 석사학위논문
- 류지원. (2000). 뷰티 코디네이션 = Beauty coordination, 서울: 고문사
- 문선모. (1980). 인간관계 훈련 집단상담의 효과에 관한 연구. 경상대학교 『논문집(인문사회)』, 19(80,4). p.195-204
- 박민제. (2016). 동기부여 요인이 조직몰입에 미치는 영향: 세대별 조절효과를 중심으로. 한양대학교 대학원 석사학위논문
- 박수경. (2014). 미디어관여도, 외모만족이 성형태도, 성형의도에 미치는 영향에 관한 연구: 성별과 연령을 중심으로. 『한국패션디자인학회지』, 14(4), p.101-116
- 박수진. (2006). 남성의 패션, 헤어스타일, 피부, 신체이미지에 관한 유형분석: 내용분석, 설문지법, Q방법을 통합하여. 충남대학교 대학원 박사학위논문
- 박아청. (1996). 청소년발달상담. 한국청소년상담원 전자도서관 자료www.kyci.or.kr
- 박지현, 최태산. (2008). 청소년의 신체이미지가 자존감에 미치는 영향. 『한국 놀이치료 학회지』, 11(4), p.117-129
- 박혜원. (2013). 자기표현, 외모관리행동 및 외모만족이 심리적 안녕감에 미치는 영향. 전남대학교 대학원 박사학위논문

- 서봉연, 유영분, 강길례. (2001). 효과적인 대인관계 노하우 프로그램집. 서울: 한국가이던스, p.9-10
- 송수지. (2000). 영재아의 자아존중감에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문
- 송인섭. (1989). 인간의 자아개념 연구. 서울 : 학지사
- 송인영. (2019). 남성들의 외모관심도와 자아존중감이 두피 관리 행동에 미치는 영향. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문
- 송지형, 백하나. (2005). Trichologist education book Ⅲ
- 이계원. (1994). 청년기 신체상이 자기만족, 불안 및 자기표현에 미치는 영향. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문
- 이경희. (1992). 미용성형수술을 원하는 여성의 신체상과 자아존중감에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문
- 이문영, 김용숙. (2006). 20대-30대 남성들의 라이프스타일에 따른 화장품 구매 행동. 『한국복식학회』, 56, p.56-69
- 이수경. (2005). 여자 중학생의 신체 성장에 따른 신체이미지 및 자기존중감, 의복태도 형성모델. 『한국의류학회지』, 29(3), p.438-448
- 이수림. (1997). 자기지향적, 타인지향적 태도에 따른 치료요인의 효과 비교. 감수성훈련 집단상담을 대상으로. 가톨릭대학교 대학원 석사학위논문
- 이선경. (1993). 남성복 유형과 얼굴 매력성이 직업특성 및 인상추론에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 박사학위논문
- 임소연. (2000). 미용성형수술환자와 일반인의 신체상과 자아존중감. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문
- 양수, 최연숙. (2000). 외모 가꾸기 훈련이 만성 정신분열병 입원환자의 외모만족과 자아존중감 및 대인관계 향상에 미치는 효과. 『정신간호학회지』, 9(3), p.358-370
- 여은정. (2019). 청소년의 자기표현성이 또래 관계에 미치는 영향: 자기조절 능력의 매개효과를 중심으로. 동의대학교 대학원 석사학위논문
- 이예슬. (2020). MZ세대의 문화예술 트렌드. 한국예술연구, 28, p.341-350

- 양연지. (2020). 스마트폰 활용패턴에 따른 소비자유형과 유형별 특성:Z와 밀레니얼세대를 중심으로. 성균관대학교 대학원, 석사학위논문
- 이진영. (2013). 중학생의 자아개념이 외모관리 행동에 미치는 영향. 전남대학교 대학원 석사학위논문
- 우지영. (2005). 20~30대 남성의 라이프 스타일에 따른 메트로섹슈얼 성향과 외모관리 행동. 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 염지연. (2021). MZ세대의 소셜 네트워크 서비스이용동기가 자기노출과 이성 관계 애착에 미치는 영향. 예원예술대학교 대학원 석사학위논문
- 이화정. (2012). 자아존중감 증진프로그램이 특성화고등학생의 자아존중감에 미치는 효과. 경북대학교 대학원 석사학위논문
- 이형득. (1983). 심리학 지식의 보급과 활용: 심포지움2: 국민정신건강을 위한 심리학의 역할:주제1 국민정신건강 역할. 『한국심리학회』, 대외심포지움, Vol. No.1
- 안범희. (1985). 대인관계 적절성과 성향검사의 타당성 연구. 연세대학교 대학원 박사학위논문
- 안채윤. (2019). 신체이미지가 외모관리행동, 자아존중감, 대인관계에 미치는 영향 : 성인남성을 대상으로. 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 이혜성. (1982). 성장심리학. 서울: 이화여자대학교 출판부
- 이혜주, 추호정. (2013). 개인적 특성과 사회적 기능 태도가 명품구매에 미치는 영향. 『한국의류학회지』, 37(7), p.922-934
- 조대연. (2017). S그룹의 밀레니얼세대와 기성세대 간 자기주도학습 준비도와 직무만족의 관계, 고려대학교 대학원 석사학위논문
- 조미라. (2011). 초등학생 남녀의 신체만족도에 따른 또래관계, 자존감의 차이 분석. 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 정보아. (2000). 대학생의 자기애적 성격과 대인관계 성향에 대한 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문
- 조선명. (2000). 외모에 대한 사회 문화적 태도와 신체이미지가 의복 추구 행태에 미치는 영향. 연세대학교 석사학위논문

- 정소라, 현명호. (2015). SNS이용자의 상향비교 경험과 우울의 관계에서 열등감의 매개효과 및 자기개념 명확성의 중재효과. 『한국심리학회』, Vol.20 No.7
- 정성현. (2021). 남성 외모관리 행동이 대인관계에 미치는 영향: 대인관계 유능성의 매개효과와 사회비교경향성의 조절효과. 한양대학교 대학원 석사학위논문
- 주석진. (2012). 인간관계론 교과목이 대학생의 대인관계 문제 수준과 대인관계 유능성에 미치는 영향. 『한국청소년학회』, Vol.19 No.7
- 정은주, 김주연. (2007). 여자고등학생의 외모관심도에 따른 화장품 구매행동 연구. 한국미용학회지, 13(1) p.353-365
- 장영실. (2021). MZ세대의 외모에 대한 사회문화적 태도와 대인관계가 외모 관리행동에 미치는 영향. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문
- 전정애. (2007). 미용관련학과 학생들의 두피·모발관리에 대한 인식 및 실태. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문
- 최경숙. (2007). 자기존중감과 긍정심리학 스트레스 연구: 직무만족의 관계 고려대학교 대학원 석사학위논문
- 최고은. (2020). 맥콜 브랜드재활성화를 위한 패키지디자인 리뉴얼 제안: MZ세대 타겟을 중심으로. 홍익대학교 대학원 석사학위논문
- 최동현. (2013). SNS에서 자기노출 의도에 영향을 주는 요인들에 관한 연구: 정보보호 관점에서. 연세대학교 대학원, 석사학위논문
- 최은숙. (2012). 자아존중감 향상을 위한 메이크업 테라피의 효용성 연구. 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 최은영. (2015). 남성의 외모관심도 집단별 뷰티편익이 미용관리행동에 미치는 영향. 경성대학교 대학원 석사학위논문
- 황윤정. (2007). 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각이 외모관리 행동에 미치는 영향. 대구카톨릭대학교 대학원 박사학위논문

2. 국외 문헌

- Argyle, M. (1983). *The Psychology of Interpersonal Behaviour* Harmonds worth, Penguin
- Branden, N. (1992). *The Power of Self-Esteem: An Inspiring Look At Our Most*
- Cash, T. E(1999). *The psychosocial consequences of androgenetic alopecia: a review of the research literature*, British J. Dermatol, 141, 398-405
- Brownfain, J. (1952). *Stability of the self-concept as a dimension of personality*. J ournal of Abnormal and Social Psychology, 47, 596-606
- Cash, T, F. (1990). *The Multidimensional Body-Self relations Questionnaire. In Appendix. Body Image Disturbance. Assesmentand Treatment* Thoson, J. K, Pergamon Press Cusumano, DL, & Thompson, J. K 1997
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco : W. H. Freeman
- Gilmore, J. V. (1974). *The productive personality*. San Francisco, CA: Albion
- Horowitz, L. M. (1996). *The Study of Interpersonal Problem: A Leary Legacy*. Journal of Counselling Psychology, 47(4), 478-484
- Long, B. H., Henderson, E. H., & Ziller, R. C. (1968). *Developmental changes in the self-concept during middle childhood*. Merrill-Palmer Quaterly, 13, 201-215
- Rosenberg, M. (1965). *Socia land the adolescent self-image*. Princeton, New York: Princeton University Press
- Snyder. M. & Monson, T. C. (1975). *Persons, Situations and the control of social behavior*. Jouranal of personality and Social psychoigy. 5, p.324-339
- William, J.(1890). *The Principles of Psychology*, New Yok
- Swap, W. C., & Rubin, J. Z. (1983). *Measurement of interpersonal*

- orientation*. Journal of P ersonality and Social Psychology, 44(1), 208-219.
- T. Cash, & T. Pruzinsky. (1990). *The psychology of physical appearance: Aesthetics, attributes, and images, Body Images: Development, Deviance, and Change*. N.Y: The Guilford press, p. 51-79
- Wells, L. E., & Marwell, G. (1976). *Self-esteem: Its conceptualization and measurement*. Sage Library of Social Research, 20, Beverly Hills, California: Sage, Publications

3. 기타

- 출처 : 파이낸셜뉴스 <https://www.fnnews.com/> 검색일 : 2021.10.14
- 출처 : 통계청 공식블로그. https://blog.naver.com/hi_nso/222109361424. 검색일: 2021.11.04.
- 출처 : 스포츠서울, <http://www.sportsseoul.com/news/read/635122> “‘피부가꾸는 남자’ 그루답터족 위한 뷰티 용어 사전. 검색일 : 2021.10.12
- 출처 : 연합뉴스, <https://www.yna.co.kr/> 검색일 : 2021.10.12.
- 출처 : 조선일보(<https://www.chosun.com>) 검색일 : 2021.10.10
- 출처 : 매일일보(<http://www.m-i.kr>) 검색일 : 2021.10.21
- 출처 : 네이버 지식백과, <https://terms.naver.com> 검색일: 2021.10.10
- 출처 : 네이버 지식백과 단지 MZ, (www.ydptoday. 출처: journal. dcs or kr) 검색일 : 2021.12.25

-설문지 -

안녕하십니까?

본 설문지는 MZ세대 남성의 외모관심도가 자아존중감 및 대인관계에 미치는 영향에 관한 연구에 사용할 목적으로 작성된 것입니다. 각 문항에 대해 특정한 정답이 있는 것이 아니오니 편안한 마음으로 여러분의 생각과 느낌을 솔직하게 답변해 주시면 됩니다.

여러분께서 제공해 주시는 의견은 연구의 기초자료로 활용될 것이며, 설문지의 내용은 연구목적 이외의 다른 목적으로는 일체 사용되지 않습니다. 또한, 무기명으로 통계 처리되기 때문에 개인의 비밀은 완벽하게 보장되고 조사결과에 따른 응답 내용은 통계법 제13조 의거하여 외부로 유출되지 않으며 통계적 처리에만 사용될 것입니다.

바쁘신 중에도 시간을 내어 본 설문조사에 도움을 주셔서 진심으로 감사드립니다.

2021년 10월

한성대학교 예술대학원
뷰티예술학과 분장예술전공

지도교수: 황수민

연구자: 이주연

E-mail: a01039367270@gmail.com

I. 다음은 외모관심도에 대한 질문입니다.

각 질문마다 귀하의 생각과 가까운 번호에 ‘√’ 표시 해주세요.

번호	외모관심도	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	내 얼굴(이목구비)에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2	평상시 외모관련 서적이나 대중 매체에 관심이 있다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 평상시 외모 가꾸는 것을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤
4	내 외모가 남들에게 어떻게 보이는지 신경을 쓰는 편이다.	①	②	③	④	⑤
5	주요회의 및 모임이 있을 시 외모에 더욱 신경을 쓰는 편이다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 과감한 스타일 변화도 가능하다.	①	②	③	④	⑤
7	평상시 내 스타일에 만족하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 나에게 어울리는 스타일을 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
9	성형수술을 해서라도 매력적인 외모를 가지는 것이 좋다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
10	시술자(판매자)가 권유하는 스타일을 지향하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
11	뷰티 서비스를 이용하여 외적 이미지 변화 시 주변 사람들의 반응에 신경을 쓰는 편이다.	①	②	③	④	⑤
12	뷰티 서비스를 통한 외적 이미지 변화가 기분 전환에 도움이 된다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

Ⅱ. 다음은 자아존중감에 대한 질문입니다. 각 질문마다 귀하의 생각과 가까운 번호에 ‘√’ 표시 해주세요.

번호	자아 존중감	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	나는 내가 가치있는 사람이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 좋은 점이 꽤 많다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 남들 만큼 일을 해낼 수 있다.	①	②	③	④	⑤
4	내가 결심한 일은 그대로 밀고 나간다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 대체로 내 자신을 만족스럽다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 다른 사람에게 좋은 사람이다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 나 자신에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 내가 실패자라고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 자랑스러워 할 만한 것이 별로 없다.	①	②	③	④	⑤
10	나는 내가 가치없는 사람이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
11	나에게 관심을 가져주는 사람이 없다.	①	②	③	④	⑤
12	나는 내가 불행하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 대인관계에 대한 질문입니다.

각 질문마다 귀하의 생각과 가까운 번호에 ‘√’ 표시 해주세요.

번 호	대인관계 문항	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	나는 인간으로써 나 자신에 대하여 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 인간으로써 다른 사람에 대하여 만족한다.	①	②	③	④	⑤
3	남들은 나를 행복한 사람으로 보는 것 같다.	①	②	③	④	⑤
4	남들은 자기 자신을 만족한 사람으로 볼 것 같다.	①	②	③	④	⑤
5	다른 사람들과 나의 관계는 원만하다.	①	②	③	④	⑤
6	다른 사람과의 욕구나 바라는 것을 잘 깨닫는다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 나 자신의 느낌을 잘 이해한다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 다른 사람의 느낌을 잘 이해한다.	①	②	③	④	⑤
9	다른 사람과 의사 소통을 하는데 어려움이 없다.	①	②	③	④	⑤
10	다른 사람의 특징에 대한 나의 반응이 빠른편이다.	①	②	③	④	⑤
11	다른 사람에 대해 나는 많은 관심과 따뜻한 정을 주는 편이다.	①	②	③	④	⑤
12	다른 사람에 대해 나는 나 자신을 쉽게 잘 표현하고 터놓고 생활하는 편이다.	①	②	③	④	⑤

번 호	대인관계 문항	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
13	다른 사람의 느낌을 이해 하는데 어려움이 없다.	①	②	③	④	⑤
14	나는 다른 사람의 이야기를 잘 들어주는 편이다.	①	②	③	④	⑤
15	나는 다른 사람을 믿는다.	①	②	③	④	⑤
16	다른 사람에 대하여 친근감을 느끼는 편이다.	①	②	③	④	⑤
17	나는 인간관계에 있어서 자신감이 많다.	①	②	③	④	⑤
18	나는 다른 사람과 의견이 잘 맞지 않을 때 지혜롭게 풀어나갈 수 있다.	①	②	③	④	⑤
19	나는 다른 사람과 대화를 하는데 있어 어려움을 느끼지 않는다.	①	②	③	④	⑤
20	나는 다른 사람에 대한 긍정적인 느낌을 표현할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
21	나는 다른 사람에 대한 좋지 않은 느낌을 기분 나쁘지 않게 잘 표현할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
22	나는 다른 사람과 나의 개인적인 관심사를 나누고 싶어한다.	①	②	③	④	⑤
23	나는 다른사람이 나에게 대해 표현하는 긍정적인 느낌을 믿고 받아들이는 편이다.	①	②	③	④	⑤
24	나는 다른사람이 나에게 대하여 표현하는 부정적인 느낌을 발견할 수 있는 방향으로 대할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
25	나는 앞으로 다른 사람과 맺고 싶은 인간관계에 대하여 잘 이해하고 있다.	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 일반적 특성에 대한 질문입니다.

각 질문마다 귀하의 생각과 가까운 번호에 ‘√’ 표시 해주세요.

1. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 20대 ② 30대

2. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?

- ① 고졸 미만 ② 고졸 ③ 전문대졸업 ④ 대학교 졸업 ⑤ 대학원 이상

3. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 자영업 ② 사무직/관리직 ③ 무직 ④ 전문 기술직 ⑤ 판매 서비스직

4. 귀하의 근무 연수는 어떻게 되십니까?

- ① 1~2년 ② 2~4년 ③ 4~6년 ④ 6~8년 ⑤ 8년이상

5. 귀하의 월소득은 어떻게 되십니까?

- ① 100만원 미만 ② 100~200만원 미만 ③ 200~300만원 미만
④ 300~400만원 미만 ⑤ 400만원 이상

ABSTRACT

A Study on the Effect of Appearance Interest in Men of Millennials and Gen Z on Self-esteem and Interpersonal Skills.

Lee, Juyeon

Major in Make-Up

Dept. of Beauty Art & Design

The Graduate School of Art

Hansung University

This study suggest that the effect of appearance interest in men of Millennials and Generation Z on Self-esteem and interpersonal skills. Data for this study's analysis is collected by combining both offline and online for a total of 349 people for 30 days from October 8 to November 8, 2021. The method of data collection was distributed by mail and self recording type by respondents themselves. 341 people were selected as the final analysis for this research, excluding the faithless pollee of those surveyed and 8 people unfaithful respondents with low reliability, and then used as the final analysis data.

The research plan executed analysis of frequency to figure out the

general characteristics of target for investigation, and factor analysis and reliability analysis conducted to verify the validity of each question. Also, Multiple Regression Analysis and Sobel Test executed to prove a correlation, influencing relationship and mediator effect. This research all empirical analysis were verified at the 0.05 level of significance, statistics process analyzed the data collected using SPSSWIN 21.0 program.

The result of this study is as follows.

First, general characteristic was that men in their 30s ranked highest of men of Generation Z and Millennials. Highest level of schooling completed discovered that a similar distribution applied, 92 people of high school graduate, 81 people of college graduate and 84 people of university graduates. In the case of occupation, professional technician was at its highest. Also, years of service are the highest at least 8 years. Monthly income is the highest at 2 million won to 3 million won.

Moreover, the results of the correlation between appearance interest, self-esteem and interpersonal relationship of men of Generation Z and Millennials, according to the survey, correlation with all variables of appearance interest, self-esteem and interpersonal relationships.

Furthermore, in terms of the effect of appearance interest on Self-esteem and interpersonal skills, the higher the interest in self-expression and others, the higher self-esteem. And the effect of appearance interest in interpersonal relationships, the higher the interest in self-expression, the higher good interpersonal skills. This research showed that the higher the interest in self-expression and others, the higher a feeling of satisfaction, understandability, and reliability.

Last, as a result of examining the mediated effect of self-esteem in the relationship between appearance interest and interpersonal relationship, it is shown that self-expression in stage 1 and 2 still had a significant effect on interpersonal relationships in stage 3. Therefore, self-esteem partially mediates the relationship between self-expression and

interpersonal.

The results of the research expect that will help men of Millennials and Generation Z to form social interrelationships. In addition, by presenting the effect of appearance interest on self-esteem and interpersonal relationships, The purpose of this paper is to suggest that providing the preliminary data to identify the need of men of Generation Z and Millennials in the beauty industry.

Key words: Men of Millennials and Generation Z, Appearance Interest, Self-esteem, Interpersonal Relationship.