

석사학위논문

루키즘Lookism이 여성의 뷰티관리
행동에 미치는 영향
- 자기효능감의 매개효과 -

2025년

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원

뷰 티 예 술 학 과

메 이 크 업 디 자 인 전 공

이 나운

석사학위논문
지도교수 박경옥

루키즘Lookism이 여성의 뷰티관리 행동에 미치는 영향

-자기효능감의 매개효과-

The Effect of Lookism on Women's Beauty Care
Behavior

-Mediating Effects of Self-Efficacy-

2024년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

메이크업디자인전공

이 나 윤

석사학위논문
지도교수 박경옥

루키즘Lookism이 여성의 뷰티관리 행동에 미치는 영향

-자기효능감의 매개효과-

The Effect of Lookism on Women's Beauty Care
Behavior

-Mediating Effects of Self-Efficacy-

위 논문을 예술학 석사학위 논문으로 제출함

2024년 12월 일

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원

뷰 티 예 술 학 과

메 이 크 업 디 자 인 전 공

이 나윤

이나윤의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2024년 12월 일

심사위원장 이 현 주 (인)

심 사 위 원 서 은 혜 (인)

심 사 위 원 박 경 옥 (인)

국 문 초 록

루키즘Lookism이 여성의 뷰티관리 행동에 미치는 영향 -자기효능감의 매개효과-

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원
뷰 티 예 술 학 과
메 이 크 업 디 자 인 전 공
이 나 윤

본 연구는 루키즘이 여성의 뷰티관리 행동에 긍정적 영향을 미치며, 이들과의 관계에 자기효능감의 매개효과를 조명하는 데 있다. 루키즘에 대한 여성의 외모에 대한 사회적 편견에 대해, 자신을 가꾸고 돌보는 일련의 과정을 통한 자신감과 삶의 질의 긍정적 변화로 인한 개인의 정서적 안정을 찾을 수 있음을 연구하고자 한다. 루키즘이 여성의 뷰티관리 행동에 미치는 영향과 이에 따른 자기효능감의 매개 영향에 대해 연구하였다. 20대 이하~ 50대 이상의 여성을 대상으로 루키즘에 대한 생각, 뷰티관리 행동과 이와 관계 속 자기효능감의 역할을 확인하는 것으로 각 변수들을 분류하여 인과관계를 연구하였다.

본 조사는 2024년 7월 15일부터 2024년 8월 13일까지 이루어졌으며, 총 408부의 온라인과 자기기입 설문 양식을 최종 분석 자료로 사용하였다. 자료의 분석은 SPSS Ver. 23.0 프로그램을 사용하여 기술적 분석, 정규성 검증

위한 기술 통계분석, 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석, 측정변수의 상관관계를 알아보기 위한 상관관계분석, t 검정과 일원 배치 분산분석을 실시하였으며, 변수의 영향 관계를 알아보기 위해 회귀분석과 위계적 회귀분석을 실시하였다. 선행연구를 바탕으로 루키즘의 하위 요인은 상향 비교, 유사 비교로 뷰티 관리 행동 등의 하위 요인은 헤어, 메이크업, 체형관리로 명명하였다.

측정도구들의 정규성 검증과 타당도, 신뢰도 분석 결과 모든 요인에서 적정 신뢰도와 타당도가 확인되었고, 루키즘의 하위 요인인 상향 비교, 유사 비교 간의 상관관계, 자기효능감과 뷰티관리 행동의 하위 요인인 헤어, 메이크업, 체형관리 간의 상관관계가 확인되었으며, 유사 비교, 상향 비교는 자기효능감, 뷰티관리 행동의 3가지 하위 요인과의 상관관계가 확인되었다. 헤어관리, 메이크업 관리, 체형 관리의 3가지 하위 요인들 간의 상관관계 존재를 연구 결과를 통해 확인하였으며, 루키즘과 자기효능감, 뷰티관리 행동 간의 상관관계 또한 확인할 수 있었다.

30대 연령, 기혼자, 대학졸업, 100만원 이상의 월 소득이 있는 연구 대상자가 루키즘, 자기효능감에 대한 인지가 높은 것으로 조사되었으나, 뷰티관리 행동에서는 큰 차이를 보이지 않았다. 따라서 뷰티관리는 인구통계학적 특성의 영향을 많이 받는 다기보다 여성이라면 누구나 관심이 있는 것이라 해석할 수 있다. 루키즘의 하위 요인 중 유사 비교에 높은 인지도를 보였으며 뷰티관리 행동의 하위 요인인 헤어관리는 서비스업 및 전문직 종사자 집단에서 높은 인식이 나타나며, 이는 직업군의 특성상 대면 활동을 많이 하는 경우가 많아 헤어관리의 중요성을 더 크게 인식할 수 있다. 메이크업 관리 행동은 학생 그룹에서 높은 인식을 보이며, 체형관리는 고소득, 50대 이상의 연령층에서 높은 인지도를 확인할 수 있었다. 이와 같은 결과는 직업이 요구하는 환경적 요인에 따라 뷰티 관리행동에 대한 인식 차이를 확인할 수 있다. 연구의 가설 검증결과 가설 1 루키즘은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것인가의 연구 결과 가설 1은 채택되었으며, 가설 1-1 유사 비교는 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것인가, 가설 1-2 상향 비교는 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것인가의 연구결과도 채택되어 가설 1-1과 가설 1-2도 채택되었다. 가설 2 자기효능감은 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것인가의

전제는 ($\beta = .260, p < .001$)의 결과로 가설 2는 채택되었으며, 가설 3 루키즘은 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것인가의 연구 결과 ($\beta = .331, p < .001$)로 가설 3도 채택되었다. 가설 3-1 유사 비교는 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것인가는 ($\beta = .215, p < .001$)의 연구 결과로, 가설 3-2 상향 비교는 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것인가는 ($\beta = .286, p < .001$)의 연구결과로 가설 3-1, 가설 3-2는 채택되었다. 가설 4 루키즘은 여성의 뷰티관리 행동의 관계에서 자기효능감의 매개효과가 있을 것인가의 전제는 유의수준 가능을 위한 회귀분석을 실시하였고, obel test 수행한 결과, $Z=3.3964, p.001$ 로 부분 매개효과가 검증되어 가설 4는 채택되었다. 위의 연구결과 루키즘은 여성의 뷰티관리 행동에 유의한 영향을 미치며, 이와와의 관계에서 자기효능감은 부분 매개효과가 있음을 확인할 수 있다.

루키즘의 개념과 관련된 선행연구의 검토와, 자기효능감에 의한 여성의 뷰티관리 행동의 관계성을 확인하며, 본 연구가 뷰티산업의 타겟 마케팅 전략과 프로그램 개발에 도움이 되길 바라며, 루키즘의 사회 시선이 편견 없이 변화되어 현대 사회의 루키즘에 대한 새로운 관점이 제공되길 바란다.

【주요어】 루키즘, 뷰티관리, 자기효능감.

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 필요성 및 목적	1
1) 연구의 필요성	1
2) 연구의 목적	4
제 2 절 연구 문제	6
제 3 절 연구 방법 및 구성	7
제 2 장 이론적 배경	8
제 1 절 루키즘	8
제 2 절 뷰티관리 행동	15
제 3 절 자기효능감	24
제 3 장 연구방법 및 절차	27
제 1 절 연구 모형	27
제 2 절 연구 가설	27
제 3 절 조사대상 및 측정도구	28
제 4 절 조사분석 방법	30
제 4 장 연구방법 및 절차	31
제 1 절 인구통계학적 특성	31
제 2 절 기술 통계	33
1) 루키즘의 기술 통계 분석	33
2) 자기효능감의 기술 통계 분석	35

3) 뷰티관리 행동의 기술 통계 분석	35
제 3 절 측정도구의 타당도와 신뢰도 분석	38
1) 루키즘의 요인분석 및 신뢰도 분석	38
2) 자기효능감의 요인분석 및 신뢰도 분석	40
3) 뷰티관리 행동의 요인분석 및 신뢰도 분석	40
제 4 절 상관관계 분석	43
제 5 절 인구통계학적 특성에 따른 변수들의 차이 분석	45
1) 루키즘과 자기효능감에 영향을 주는 요인분석	45
2) 뷰티관리 행동에 영향을 주는 요인분석	50
3) 변수에 영향을 미치는 인구통계학적 특성 분석 결과	56
제 6 절 가설의 검증	58
1) 직접 효과	58
2) 매개효과	65
3) 변수의 영향력 분석	66
제 5 장 결 론 및 제언	70
제 1 절 결론	70
제 2 절 연구의 시사점 및 제언	74
참 고 문 헌	76
부 록	89
ABSTRACT	94

표 목 차

[표 2-1] 루키즘 개념의 선행연구	12
[표 2-2] 뷰티관리 행동 개념의 선행연구	18
[표 2-3] 자기효능감 개념의 선행연구	26
[표 3-1] 조사표본	28
[표 3-2] 측정도구의 세부정보	29
[표 4-1] 인구통계학적 특성	32
[표 4-2] 루키즘의 기술 통계 분석	34
[표 4-3] 자기효능감의 기술 통계 분석	36
[표 4-4] 뷰티관리 행동의 기술 통계 분석	37
[표 4-5] 루키즘의 요인 분석 및 신뢰도	39
[표 4-6] 자기효능감의 요인분석 및 신뢰도	41
[표 4-7] 뷰티관리 행동의 요인분석 및 신뢰도	42
[표 4-8] 루키즘, 자기효능감, 뷰티관리 행동 간의 상관분석	44
[표 4-9] 결혼 여부에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이	45
[표 4-10] 연령에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이	47
[표 4-11] 최종학력에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이	47
[표 4-12] 직업에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이	48
[표 4-13] 월평균 소득에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이	49
[표 4-14] 결혼 여부에 따른 뷰티관리 행동의 차이	50
[표 4-15] 연령에 따른 뷰티관리 행동의 차이	51
[표 4-16] 최종학력에 따른 뷰티관리 행동의 차이	52
[표 4-17] 직업에 따른 뷰티관리 행동의 차이	54
[표 4-18] 월평균 소득에 따른 뷰티관리 행동의 차이	55
[표 4-19] 인구통계학적 특성에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이 분석	56
[표 4-20] 인구통계학적 특성에 따른 뷰티관리 행동의 차이 분석	57
[표 4-21] 루키즘과 자기효능감의 회귀분석 결과	58
[표 4-22] 루키즘의 유사 비교와 자기효능감의 회귀분석 결과	59

[표 4-23] 루키즘의 상향 비교와 자기효능감의 회귀분석 결과	60
[표 4-24] 루키즘이 자기효능감에 미치는 영향에 대한 검증 결과	60
[표 4-25] 자기효능감과 뷰티관리 행동의 회귀분석 결과	61
[표 4-26] 루키즘과 뷰티관리 행동의 회귀분석 결과	62
[표 4-27] 루키즘의 유사 비교와 뷰티관리행동의 회귀분석 결과	63
[표 4-28] 루키즘의 상향 비교와 뷰티관리행동의 회귀분석 결과	64
[표 4-29] 루키즘이 뷰티관리행동에 미치는 영향에 대한 검증 결과	64
[표 4-30] 루키즘이 자기효능감을 매개로 뷰티관리 행동에 미치는 영향	66
[표 4-31] 루키즘의 하위 요인이 자기효능감에 미치는 영향력 분석 결과 ..	67
[표 4-32] 루키즘의 하위 요인이 뷰티관리 행동에 미치는 영향력 분석 결	69

그림 목 차

[그림 3-1] 연구모형	27
---------------------	----

제 1 장 서론

제 1 절 연구의 필요성 및 목적

1) 연구의 필요성

급변하는 사회의 변화 속에 한정된 자원과 사회구조의 영향으로 인간은 자연스럽게 경쟁을 한다. 이러한 경쟁 속에 타인과의 차이와 다양성을 확인하며 유사 비교와 상향 비교를 통한 자신의 위치를 인식하며 개선하려는 동기가 생기게 된다. 이러한 작금의 시대 외모 역시 자기표현과 자연스러운 경쟁의 한 방법으로 여긴다. 그리스의 철학자 아리스토 텔레스는 "인간은 본질적으로 사회적 동물이다"라 했다.¹⁾ 이는 사회적 관계를 형성하기 위하여 타인과 상호작용을 하며, 이로 인해 지지와 안정감을 받을 수 있다. 이러한 사회관계 속에 개인의 외적 매력 미에 대한 욕구도 상대적으로 탁월하길 바란다. 이는 고대 그리스어인 '어떤 종류의 우수성'을 의미하는 미의 아레테²⁾라 할 수 있다. 인간은 혼자서는 완전한 삶을 살 수 없으며 타인과의 상호 관계를 통해 우월할 수 있는 자신의 표현과 가치 확인을 원하며, 개인의 정체성은 사회적 맥락에서 형성된다고 하였다.³⁾ 이와 같이 현대 사회에서 외모는 경쟁력의 한 요소로 인식되며 외모관리에 대한 노력과 투자 등은 자기 계발의 활동 중 하나로 인식되고 있으며, 이러한 외모의 중요성은 인간의 뇌 과학 연구에서도 확인할 수 있다. Moore et al.,(2009)의 연구에 따르면 인간은 아름다운 얼굴이나 예술 작품을 접했을 때, 뇌는 긍정적인 감정을 유발하는 뇌의 보상시스템이 활성화 되며, 이러한 자극에 반응하는 뇌 영역으로는 좌복측 선조체와

1) brunch story. <https://brunch.co.kr/@ajushin/20>. 검색일(2024.11.01.)

2) 위키백과. <https://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%95%84%EB%A0%88%ED%85%8C>. 검색일(2024.11.05.)

3) Harre, R. (1998). The singular self: An introduction to the psychology of personhood. Sage Publications, pp. 35-75

전두엽이 긍정적인 감정과 연관된 반응을 이끌어 낸다고 하였다. 따라서 아름다운 외모는 심리적, 정서적 안정에 중요한 역할을 하며, 아름다운 외모를 가진 사람이 더 긍정적인 평가를 받는 이유를 확인할 수 있다.

‘외모지상주의 혹은 자기관리’라는 아시아 투데이 인터뷰 기사(2024)에 따르면 체중관리 등 외모에 신경을 쓰지 않을 경우 임원으로 승진이 어려워 다른 기업보다 직원들은 외모에 더 신경을 쓴다는 기사 내용은 외모관리는 외모지상주의가 아닌 자기관리의 맥락이라고 하였다.⁴⁾ 또한, 미국 텍사스대학 노동경제학 교수 대니얼 해머 메시가 쓴 '아름다움은 값을 한다: 매력적인 사람이 더 성공하는 이유'는 평균보다 얼굴이 잘생긴 사람이 그렇지 못한 사람보다 평생 23만 달러(2억 5천만 원) 더 벌 수 있다는 연구결과가 있으며,⁵⁾ 이러한 외모 중요성은 고대에서 현재까지 꾸준히 강조되어 왔다. 고대 철학자 아리스토텔레스(Aristotle)는 “개인적 아름다움이 그 어떤 증명서보다 위대한 추천서”이며, 중국 당나라 당 태종은 인재 등용 시 신언서판(身言書判) 4가지 평가를 하였듯이, 보이는 것은 시대마다 그 중요성이 강조되었다.⁶⁾ 그러나 개인의 장점과 개성을 돋보이게 하기 위한 외모관리가 루키즘의 문제를 더 부각할 수 있다는 점을 염려하고 있으며, 외적 매력보다 내적 매력의 중요성이 강조되고 있다. 그럼에도 불구하고 외모의 영향력은 여전히 불편한 진실임을 확인할 수 있다. 김종갑(2019)은 남성보다 여성이 외모를 중요하게 인식하고 있으며, 우리 사회는 아름다운 여성에게 더욱 호의적인 태도를 보이며, 사회적 권력 쟁취에 있어 외모가 중요하게 작용하기 때문에 여성들이 성형 등의 후천적 외모관리 행동을 통해 아름다움을 가지려는 문화가 형성되고 있다 하였다.

개인의 외적 기준을 스스로 만들어야 하지만 현실은 사회에서 요구되는 외모 혹은 타인과의 비교를 통한 외모 평가가 이뤄지기도 한다. 이러한 연구 결과는 자신과 타인으로부터 긍정적 평가를 받기를 원하며 타인과의 우열 성과 능력을 판단하게 하는 기준이 될 수 있기에 현대인은 외모관리 행동을 하

4) 아시아투데이. <https://www.asiatoday.co.kr/kn/view.php?key=20240827010014334>. 검색일(2024.09.01)

5) 나우뉴스. <https://nownews.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20110831601015>. 검색일(2024.10.20.)

6) 블로그. <https://blog.naver.com/nonsulgil/140100066251>. 검색일(2024.11.01.)

고,⁷⁾ 여성의 외모에 대한 현대사회가 요구하는 비중은 높아졌으며 이에 여성들은 다양하고 세분화된 뷰티관리 행동을 한다.⁸⁾

Gordon L. Patzer(2009)의 저서에 따르면 심리학자, 사회학자, 생물학자, 인류학자를 포함한 다양한 분야의 사회 과학자들은 루키즘lookism(인지된 개인의 육체적 매력의 수준에 따라 치우친 방식으로 사람을 상대함)이라 불리는 ‘육체적 매력’에 관한 현상을 수십 년 동안 연구 해왔으며, 30년간 인간이 매력적인 외모에 왜 끌리는지 조사한 결과 외모의 영향은 상상 이상으로 크다 하였다.

외적인 요소를 중시하는 루키즘에 대한 부정적인 면을 염려하는 연구는 많다. 내적인 아름다움의 중요성은 부인할 수 없으나, 외모 관리, 외모 만족도, 체형 관리를 통해 개인의 자기효능감과 삶의 만족도에 긍정적인 영향을 미친다는 것은 여러 선행연구(정명성, 2006; 박세진, 2018; 강남, 2024; 강희순, 2012; 임태연, 2023; 석혜정, 조신현, 2021; 오강수, 2016)에서 확인된 바 있다. 이는 외모가 중시되는 현대사회에서 여성들의 뷰티 관리가 단순히 외부의 시선에 의한 것이 아니라, 자신이 추구하는 이상적인 모습과 삶의 질 향상을 목표로 한다는 점을 시사한다.

한편, 루키즘과 외모 관리 행동, 화장품 구매 성향, 라이프스타일, 소비 패턴, 감성 지능, 미디어로서 개념 등 다양한 주제를 다뤘으나(엄묘섭, 2008; 장준수, 2011; 이하나, 2016; 나윤영, 2022; 정호민, 2021; 정유림, 2022; 김태희, 2023; 민자영, 장성호, 2023; 김수현, 2024), 주로 특정 연령대나 직업군에 국한된 경우가 많았다. 특히, 루키즘이 여성의 뷰티 관리 행동에 영향을 미치는 과정에서 자기효능감이 어떤 역할을 하는지에 대한 심층적인 논의는 부족하며, 루키즘의 긍정적인 측면에 초점을 둔 연구는 거의 이루어지지 않았다.

본 연구는 20대 이하 부터 50대 이상의 여성들을 대상으로 루키즘이 헤어, 메이크업, 체형 관리와 같은 뷰티 관리 행동에 미치는 영향을 분석하고,

7) 석혜정(Hye-Jung Seok), 조신현(Shin-hyun Cho). (2021). 중년여성의 외모관리행동이 삶의 만족도에 미치는 영향에서 자기 효능감의 매개효과. 『한국의상디자인학회지』, 23(4), p. 82

8) 김인옥. (2018). “여성의 신체이미지와 뷰티관심이 뷰티관리 행동에 미치는 영향”. 한성대학교대학원 석사학위논문.

이러한 행동이 자기효능감과 어떤 상관관계를 가지는지 검증하고자 한다. 이를 통해 루키즘에 대한 보다 균형 잡힌 시각을 제시하고, 뷰티 관리의 심리적 효과에 대한 이해를 도모하고자 한다. 루키즘(Lookism)에 대한 전통적인 시각에서 벗어나, 여성의 뷰티 관리 행동을 단순히 사회적 편견의 결과로만 보는 것이 아니라, 그 과정에서 발생하는 긍정적인 변화를 함께 분석하고자 한다. 외모에 대한 사회적 기대가 여성의 행동에 미치는 영향은 외적인 평가에 국한되지 않으며, 오히려 자신감을 증진하고, 자기효능감을 강화하는데 중요한 역할을 할 수 있다. 즉, 여성들은 사회적으로 요구되는 외모 기준을 충족시키기 위해 자기 계발의 일환으로 뷰티 관리에 몰두하게 되며, 이는 결국 개인의 심리적 성장과 사회적 성공에 기여할 수 있다는 점에서 긍정적인 결과를 낳을 수 있다. 여성의 외모 관리는 여전히 사회적 기준이나 트렌드에 맞추는 방식으로 이루어지는 경우가 많지만, 그 과정에서 자기 계발과 자기만족을 추구하는 긍정적인 측면도 확인할 수 있다. 본 연구는 루키즘에 대한 사회적 인식 변화가 여성의 자기효능감을 높이고, 이를 통해 개인의 특성과 개성을 반영한 뷰티 관리 행동으로 발전시킬 가능성을 탐구하며, 자신만의 외모를 관리하는 과정에서 경험하는 심리적 안정감과 자기효능감의 상승이 개인의 삶에 긍정적인 측면의 기능을 확인하는데 의의가 있다.

2) 연구의 목적

성인남녀 93%는 아름다운 외모는 사회생활에 긍정적 영향을 미친다고 답하였다.⁹⁾ 2020년 구직자 1672명 대상으로 진행한 사람인의 조사 결과에 따르면 구직자의 75%는 외모도 취업 스펙이라고 답하였으며, 372개 기업 인사담당자 대상으로 조사한 결과 기업의 절반 이상이 지원자의 외모가 채용 평가에 영향을 미친다고 하였다.¹⁰⁾ 위와 같은 내용은 취업을 위해 매력적인 외모의 필요성을 확인할 수 있다.

9) 사람인. <https://www.saramin.co.kr>. 검색일(2024.10.25.)

10) 사람인. <https://www.saramin.co.kr>. 검색일(2024.11.01.)

장미숙(2010)은 현대인은 외모관리에 대한 시간, 경제 비용 등을 투자하는 이
유가 사회생활 전반에 외모는 영향을 미치며 상대를 판단하는 첫 기준에 외모에
비중을 두는 경향이 많기 때문이라고 했으며, 이러한 개인의 외모는 시각적 또는
비언어적 의사를 전달하는 표현이며, 사람의 얼굴, 체격, 의복, 목소리, 자세, 등이
좋은 경우 긍정적인 후광효과로 작용된다고 하였다. 이로 인해 개인의 특징 등
다른 부분까지 긍정적 평가가 이뤄지고 이러한 효과는 개인의 행복과 사회적
성공으로 연결되며,¹¹⁾ 외모 대한 관심과 집중은 예나 지금이나 대중에게 있어
매우 크게¹²⁾ 작용됨을 알 수 있다.

사람들은 처음 대하는 사물이나 사람에 대한 평가 시 제일 먼저 외모를 보게
된다. 사회적 비교 시각 기준에 맞추어 외모를 가꾼다는 부정적인 시각으로도 볼
수 있지만 이러한 면에 외에 루키즘이 여성의 뷰티관리 행동에 의한 외적 변화를
통해 개인의 심리적, 사회적으로 자기효능감, 자신감등에 어떠한 긍정적 효과를
얻는지 알아보고자 하며 본 연구 자료가 연령별 차별화된 뷰티 관련 소비시장과
다양한 심리적 프로그램 개발을 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

11) 홍금희. (2006). 외모의 사회문화적 태도와 신체 비만도가 신체이미지와 신체만족도에 미치는 영향. 『한국의류산업학회지』, 8(1), p. 48

12) 오강수. (2016). 연령별 외모만족도가 직업적응에 미치는 자기효능감의 매개효과. 『한국디자인문화학회지』, 22(3), pp. 307-317.

제 2 절 연구 문제

본 연구는 루키즘이 여성의 뷰티관리 행동에 영향을 미치는지 확인하며 이로 인한 자기효능감의 변인 차이가 어떤 영향을 미치는가에 대해 분석하고자 한다. 이러한 목적을 위하여 다음과 같이 연구 문제를 설정하였다.

연구 문제 1. 루키즘은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것인가?

1-1. 유사 비교는 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것인가?

1-2. 상향 비교는 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것인가?

연구 문제 2. 자기효능감은 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것인가?

연구 문제 3. 루키즘은 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것인가?

3-1. 유사 비교는 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것인가?

3-2. 상향 비교는 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것인가?

연구 문제 4. 루키즘과 여성의 뷰티관리 행동 간의 관계에서 자기효능감은 매개 효과가 있을 것인가?

제 3 절 연구 방법 및 구성

본 연구에서는 루키즘이 여성의 뷰티관리 행동에 어떠한 영향을 미치는지와 자기효능감을 매개변수로 하였을 때 그 관계를 이론적, 실증적 연구를 통하여 구체적으로 알아보고자 한다. 측정도구의 정의와 개념은 관련 선행연구를 통한 이론적 고찰을 하여 루키즘을 독립변수로, 여성의 뷰티관리 행동을 종속변수로, 자기효능감을 매개변수로 하는 가설을 도출하여, 연구 모형을 설계하였다.

본 연구는 총 5장으로 구성하고, 다음과 같다.

첫째, 서론에서는 연구의 배경 및 목적, 연구의 목적, 주요 술어의 정의와, 연구 문제와 연구 범위 및 연구의 구성을 서술하였다.

둘째, 이론적 배경에서는 본 연구의 변수들에 대하여 선행연구를 기초로 하여 이론적 배경에 대한 문헌 분석 개념 등을 정리하였다.

셋째, 연구 방법에서는 연구 모형과 연구 가설, 조사대상과 측정도구의 조사 분석 방법에 대한 정보와 절차를 서술하였다.

넷째, 결과에서는 연구 문제 설정을 기초로 일련의 통계적 접근을 통하여 분석하고 그 결과를 서술하였다.

다섯째, 결론 및 제언에서는 연구 결과를 요약하고 후속 연구를 위한 제언을 서술하였다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 루키즘

1) 루키즘의 개념

여성의 미에 대한 추구는 시대와 장소를 불문하고 나타나는 당연한 현상이다. 선사시대부터 현재까지, 동양과 서양을 막론하고 여성의 미의 개념과 가치관은 매우 중요했으며 정치, 경제, 사회, 문화적 배경에 따라 그 기준은 변해 왔다. 루키즘은 1978년 워싱턴 포스트매거진(Washington Post Magazine)의 ‘비만 인정 운동(Fat Acceptance Movement)’에 관한 기사에 처음 소개되면서 세상에 알려졌으며, “외모를 기준으로 한 차별”로 정의되었다.¹³⁾ 운동 참여인 들은 사람을 외모로 차별하거나 편견을 가지는 것은 ‘외모에 의한 차별’이라 하였고, 이후 뉴욕 타임스(New York Times)의 칼럼에서 인종·성별·종교 등에 이어 새로운 차별 요소로 소개되며 루키즘에 대한 사회적 인식을 높이는데 기여했다.¹⁴⁾ 루키즘의 학문적 측면의 개념은 외모에 의한 소득, 생산성 등 경제학 개념과, 성 역할의 기대와 미에 대한 고정관념의 문화연구 개념 등으로 사용되어 왔다.¹⁵⁾

오늘날 사회는 여성은 외모로 평가받으며, 아름다움이 하나의 재능이자 이는 곧 권력으로 이어진다고 하였으며,¹⁶⁾ 현시대에 잘 가꾸진 신체는 중요한 자본이자 소비 대상으로 취급되어 이미 하나의 계급 혹은 계층 코드로 인식되며 이에 많은 여성들은 아름다운 신체를 가짐으로써 그렇지 못한 여성과의 구별 짓기를 위해 고군분투 중이다.¹⁷⁾

13) Art and Popular Culture. <https://www.artandpopularculture.com/Lookism>. 검색일(2024.12.8)

14) The Daily Omnivore. <https://thedailyomnivore.net/> 검색일(2024.12.8)

15) 장준수. (2011). "한국의 미디어루키즘(media-lookism)에 대한 연구". 중앙대학교대학원 박사학위논문.

16) 이영자. (1996). 소비사회와 여성문화. 『한국여학』, 12(2), pp. 43-77.

17) 양승하. (2023). "미(美)의 추구로의 여성 신체 가치관의 변천." 한국체육대학대학원 박사학위논문.

양승하(2023)는 여성의 외모가 자본으로 인식되는 순간, 서로 간의 몸매 경쟁에 적극적인 투자를 한다고 하였다. 현재와 비슷한 형식의 미인대회는 1953년 부산의 중앙신문사가 주최한 ‘여성 경연 대회(性競艶大會)’이며, 여군의 경우 <미스 여훈女訓>, <미스 여군 선발>이 1960년대부터 여군 창설식에 맞춰 거의 매년 이뤄(경향신문, 1961년 7월 11일) 졌으며,¹⁸⁾ 이러한 미인대회는 여전히 지역 홍보를 위한 전국 특산물(풍기인삼, 경산대추, 안동한우) 아가씨 선발대회가 있으며, 여전히 현대사회에서 신체적 차이로 대우를 받는 경우는 존재한다. 그러나 현시대의 루키즘은 외모 및 신체에 대한 아름다움의 기준을 사회 비교 활동을 전제로 하며, 긍정적인 의미보다는 부정적 의미로 사용되고 있다.

Patzer(2008)에 의하면 외모의 중요성으로 인한 외모지상주의는 현대의 매스미디어를 통해 강화되며, 이러한 현상은 상업자본의 물신주의를 통해 확산되어 개인의 삶과 사회문화 전반에 영향을 미치고 있다 하였다.¹⁹⁾ 이는 매스미디어로 인해 더욱 확산되며, 엄묘섭(2008)은 시각적인 미디어가 사회에서 루키즘 세대를 더욱 자극을 주기 때문에 미디어에서는 공정성을 중점으로 두고 인식을 변화시켜야 한다 하였으며, 장준수(2011)도 미디어는 현대인들의 외모관리 행동에 영향을 주며, 결과적으로 루키즘 세대 문화를 확대시키고 재생산하고 있다는 것을 통해 개인의 인식 변화도 중요하지만 사회 전반의 중요성을 강조하였다.

Louis and Steven(2008) 또한 외모지상주의는 외모로 인한 사회적 차별을 유발하여 평등을 해친다고 하였으며,²⁰⁾ Cavico et al., (2009) 역시 외모지상주의는 직장 내 차별과 서열화를 유발하며 불평등에 영향을 미친다고 하였다.²¹⁾ 그러나 김종갑(2019), 우영미(2005), 채수정(2008)은 누구나 사회에서 요구하는 외모를 통해 인정받고 이에 자신감도 얻고 싶어 하며 이는 당연한

18) 네이버뉴스라이브러리. <https://newslibrary.naver.com/viewer/index>. 검색일(2024.11.05)

19) Patzer, G. L. (2008). Looks: Why they matter more than you ever imagined. Amherst, NY: Prometheus Books, pp.150-200

20) Louis, W. R., & Steven, S. A. (2004). The social implications of appearance-based discrimination. Social Psychological and Personality Science, 23(4), pp.273-291.

21) Cavico, F. J., Mujtaba, B. G., & Ricci, R. J. (2009). Appearance discrimination in the workplace: A social justice perspective. Journal of Business Ethics, 89(2), pp.217-226.

현상이라고 하였다. 그러나 사회에서는 이러한 현상을 루키즘이라고 한다.

한편 외모의 다른 시각은, 현재 우리 사회에서는 '외모도 곧 경쟁력이다'라는 말처럼 외모를 아름답게 꾸미고 가꾸는 것도 하나의 수단으로 나타나고 있다. 또한 외모는 유전에 의해 결정되며, 이에 외모에 따라 사람을 평가하는 것은 매우 비합리적이거나 현실적으로 신체적 매력의 효과는 어렸을 때부터 집단 내의 사회적 서열에 영향을 미친다는 사실을 부정할 수는 없다.²²⁾ 이는 Hamermesh & Biddle(1993)의 연구에서 신체적 외모 이미지가 연봉에 미치는 영향을 분석한 결과, 평범한 외모를 가진 사람은 좋은 외모를 가진 사람들보다 수수함에 대한 페널티 5~10%를 적게 번다는,²³⁾ 연구 결과가 나와 외모는 급여에도 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 남정희(2010)의 연구에 따르면 외모에 대한 평가와 만족도는 시대적 흐름에 반영되지만, 아름다움의 시각적 추구는 과거, 현재는 변화가 없다고 하였다. 이러한 외모에 대한 평가 만족에 기준이 없기에 사람들은 자신과 타인과의 비교를 통한 자신에 대한 평가를 측정하게 된다.²⁴⁾ 이에 김태연(2023)은 사회문화적 기준의 내면화를 통한 자신의 주관적인 외모 평가가 가능해지며 이상적 신체를 위해 건강관리 등 적극적 외모관리의 진행을 함으로써 높은 외모 만족은 자신과 타인과의 우호적인 사회적 관계 형성과 유능감이 높아진다고 하였으며, 송은영(2021)은 한국 사회에서 외모란 개인의 정체성, 의도, 인격, 가치 등의 판단이 가능한 강력한 메시지 표현 수단이며 경쟁력이기에 외모는 개인의 품격과 브랜드 가치의 성공을 위한 경영이라 했다.²⁵⁾ 이와 관련하여 영국 런던 정치 경제대학교 캐서린 하킴(Catherine Hakim) 교수는 "매력자본(Erick Capital)"의 개념을 제안하며 개인의 경제적 자본, 문화적 자본, 사회적 자본에 이어 매력은 개인의 사회적 성공에 중요한 영향을 미칠 수 있는 자본이며,²⁶⁾ 외모가 뛰어난 사람은 대인관계에서 많은 혜택과 기회를 얻는다고 하였다.²⁷⁾ 이는 유희,

22) 김은경. (2004). "아동의 외모만족도, 신체만족도와 자아존중감, 학교생활부적응간의 관계." 춘천교육대학원 석사학위논문.

23) National Bureau of Economic Researc. <http://www.nber.org>. 검색일(2024.11.03)

24) Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. Human Relation. 7(2), pp. 117-120.

25) 한국강사신문. <https://www.lecturernews.com>. 검색일(2024.11.02)

26) Hakim, C. (2010). Erotic capital. European Sociological Review, 26(5), pp. 499-518.

최선행(2014), 박은아(2015)의 연구에서도 외모가 매력적일수록 정보로서 가치가 높고, 사회성과 유능성을 긍정적으로 인식하며, 이숙영, 박기환(2018) 역시 외모가 아름다울수록 외모에 긍정적으로 생각하고 스트레스 조절에 영향을 받았으며 자기효능감의 경우 삶의 만족도에 중요한 요인으로 작용하고 있었다고 보고 하였다.

이처럼 루키즘 세대의 라이프스타일은 외모를 가꾸는 것은 선택이 아닌 필수로서 삶에 대한 목표가 생기고 외모에 대한 관리와 투자는 점점 더 중요한 부분을 차지하게 되고, 외모관리 행동과 소비 행동에 대한 변화도 라이프스타일에 따라 바뀌는 것을 보여주고 있다.²⁸⁾ 단순히 루키즘 세대의 용어에 의미 자체만 보게 될 경우 부정적인 인식으로 측면을 담고 있지만 아름다움을 선호하는 본래 인간의 본성의 입장으로 보았을 때 외모를 지향하는 당연한 사회의 풍조 현상이다.²⁹⁾ 위의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 루키즘을 외모 중시의 사회문화적 양성을 설명하는 요인으로 개인의 외적 가치를 판단하는 사회 현상으로 정의하며, 하위요인을 유사 비교, 상향 비교로 분류하였다.

27) Hass, R. G., & Gergory, W. L. (1989). Physical attractiveness and interpersonal influence: A review of the research. *Psychological Bulletin*, 106(1), pp. 47-70.

28) 차혜림. (2013). “성인여성의 라이프스타일에 따른 미용·외모관리 행동에 관한 연구”. 성신여자대학교생애복지대학원 석사학위논문.

29) 김태희. (2023). “루키즘 세대의 라이프스타일과 피부관리행동, 화장품 구매행동 관계에서 자아존중감의 매개효과”. 광주여자대학교대학원 박사학위논문.

[표 2-1] 루키즘 개념의 선행연구

출처	정의
Louis and Steven. (2005)	외모지상주의는 외모가 가치의 최우선이 되어 여러 차별을 생산하여 사회 속에서 인간으로 서의 평등을 해치는 현상이다.
Hass and Gergory. (2005)	외모가 뛰어난 사람일수록 대인관계 및 연인 관계에서 보다 많은 기회가 주어지고, 혜택을 받는다.
홍수남, 이상은. (2012)	사회의 기준에 맞추어 외모관리에 노력한다.
차예림. (2013)	루키즘 세대의 라이프스타일은 외모를 가꾸는 것은 선택이 아닌 필수로 서 삶에 대한 목표가 생기고 외모에 대한 관리와 투자는 점점 더 중요하다.
최선행. (2014)	외모가 매력적일수록 정보로서 가치가 높고, 사회성과 유능성을 긍정적으로 인식하게 된다.
유희, 박은아. (2015)	문화적 자기 개념과 대인지각에 대한 연구에서 타인의 외모가 매력적일수록 정보로서 가치가 높고, 사회성과 유능성을 긍정적으로 인식한다.
이숙영, 박기환. (2018)	외모가 아름다울수록 외모에 긍정적으로 생각하고 스트레스 조절에 영향을 받으며, 자기효능감의 경우 삶의 만족도에 중요한 요인으로 작용된다.
김태희. (2023)	아름다움을 선호하는 본래 인간의 본성의 입장으로 보았을 때 외모를 지향하는 당연한 사회의 풍조 현상이다.

2) 루키즘의 구성요소

개인이 가지고 있는 신념이나 선호는 많은 사람들의 사상과 신념들의 비교 과정에서 형성되며,³⁰⁾ 이러한 인간의 특성을 미국 심리학자 레온 페스팅거(1954)는 사람은 끊임없이 자기 능력이나 의견을 사회와 비교하려고 하는 동기 욕구를 가진다 하였다.³¹⁾ 이러한 비교에 대해 조미라(2011)는 개인의 외모 만족은 개관적, 정형화할 수 없기에 다른 사람과의 얼굴, 몸매, 건강, 패션 등의 비교를 통해 얻을 수 있는 자기만의 특성이라 하였고, 이러한 비교평가가 기준이(키, 몸무게, 생김새) 현실적으로 객관적 일수 없는데 이러한 개관적 기준이 없을 때 사회적 비교가 발생하게 되며, 이는 자신에 대한 불확실성을 줄이고 자신을 정의하기 위해 인간은 다른 사람과 비교하여 나를 평가한다고 하였다. Festinger, L(1954)는 개인은 본인 능력의 우수함을 추구하기 위해 상향 비교를 하고, Wills, T. A(1981)는 인간은 경우에 따라 자기보다 못한 사람과 비교하는 하향 비교 이론을 제시하였다. 이에 한덕웅, 장은영(2002)은 타인과 3가지 비교가 이뤄지며, 자신보다 나은 위치의 타인과 비교는 상향 비교(upward social comparison), 자신과 비슷한 위치의 타인과 비교는 유사 비교(lateral social comparison), 자신보다 못한 타인과의 비교는 하향 비교(downward comparison)라 하였다. 또한 사람들은 의도적인 타인과 자신의 유사한 비교집단의 비교로 보다 긍정적 자아를 만들어 엘리트의 일원이라 믿고 싶어 하며,³²⁾ 혹은 미처 몰랐던 자신의 모습을 발견하는데 다른 사람과 비교한 경험이 도움이 되기도 한다(장은영, 2009). 또한 사람들은 사회적 기준을 내면화시켜 본인의 신체를 평가하며, 이상적 신체 이미지와 실제 자신의 이미지 차이를 줄이기 위한 다양한 제품을 구매하며 이로 인해 자신의 신체를 변화시키고자 한다(Lennon & Rudd, 1994). 이와 같은 맥락의 한미정(2000)의 연구에서는 본인의 신체 만족도는 TV 프로그램 시청전과 달라진다고 하였다. 과거에 비해 현대사회는 다양한 매스미디어의 손쉬운 접근으로 외

30) 김지혜. (2016). “대학생의 지각된 경제적 박탈감과 심리적 안녕감의 관계”. 이화여자대학교대학원 석사학위논문.

31) Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. Human Relations, 7, pp. 117-140.

32) 장준수. (2011). “한국의 미디어루키즘(media-lookism)에 대한 연구.” 중앙대학교대학 박사학위논문.

모에 대한 다양한 정보를 구할 수 있으며, 온라인 블로그, SNS, 유튜브 등에서 본인에게 필요한 정보를 쉽게 얻는다. 이러한 일련의 과정에서 사람들은 보여지는 미적 기준을 내면화하는 경향을 보인다(홍병숙, 백인선, 이은진, 박성희, 2007). 또한 미디어 유형은 루키즘에 영향을 미치며, TV보다 유튜브를 통한 영상의 시청이 정도가 크다(JIN MENG, 2019).

제 2 절 뷰티관리 행동

1) 뷰티관리 행동의 개념

외모관리의 행동은 인간이 아름다운 삶을 살며 자신감을 가질 수 있는 중요한 요소이다.³³⁾ 외모관리 행동의 하나인 뷰티관리 행동은 자신의 신체적 장점을 발전시키고 결점은 커버하며, 보다 아름다운 이미지를 만들기 위한 목적으로 다양한 관리를 수행하는 행동을 통틀어 말하며,³⁴⁾ 김윤서(2023)는 ‘뷰티’, ‘관리’, ‘행동’이라는 단어의 합성어로 뷰티관리 행동을 정의하였으며, 이는 아름답고 건강한 매력적인 인체를 관리하는 행동이라 하였다. 또한 이러한 개인의 주 객관적 뷰티관리 행동은 외모에 대한 만족도와 호감 가는 이미지로 변화, 아름다움을 유지하기 위한 행동이다.³⁵⁾ 자연스러운 노화와 생활 속에 개인의 외적 이미지는 계속 변하며 이는 개인의 행동에도 영향을 주어 불만족스러운 외모를 보완하려는 동기로 인해 개인의 정신적, 신체적 노력으로 뷰티관리는 이루어지며 완성된다.³⁶⁾

외모의 아름다움은 선천적으로 타고나지만 후천적 노력으로 만들어 지므로 늘 관리를 해야 하며 이런 인식에 사람들은 자신을 아름답게 가꾸는데 다양한 노력과 비용을 투자한다(동제민, 2020). 이와 같은 맥락의 이주영(2021)도 개인은 추구하는 이상적이고 나은 외모를 위해 시간과 돈을 투자하는데 이러한 행동은 매우 중요한 요소라 하였다. 또한, 뷰티관리 행동은 젊음을 유지할 수 있으며 이러한 행동은 자기성취와 실현의 심리적 행복감을 얻어 개인의 건강한 삶을 유지할 수 있게 한다.³⁷⁾ 이러한 개인의 뷰티루틴과 외모에

33) 최에스터. (2023). 액티브 시니어의 외모관리 행동이 자아존중감을 매개하여 삶의 질에 미치는 영향. 『한국미용학회지』, 29(1), pp. 21-23.

34) 손은혜. (2024). “뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향”. 성신여자대학교일반대학원 박사학위논문.

35) 우수진. (2010). “남자 대학생의 미의식이 외모관리행동에 미치는 영향”. 한성대학교예술대학원 석사학위논문.

36) 김윤서. (2023). “뷰티라이프 스타일이 뷰티관리 행동, 삶의 질, 자아존중감에 미치는 영향”. 서경대학교예술대학원 석사학위논문.

37) 오별. (2012). “중·고등학생의 뷰티관심도와 정보탐색이 뷰티 관리행동에 미치는 영향”. 서경대학교 대학원 석사학위논문.

대한 인식은 개인적 혹은 사회적 영향에 따라 방식은 달라질 수 있지만 외모 지향성은 사회적 관계에 영향을 미치며,³⁸⁾ 뷰티관리 행동은 뷰티산업의 발전과 자기 관리에 있어서 중요한 부분을 차지한다. 이는 현대 사회에서 외적, 내적 건강의 상징처럼 여성의 외모는 삶과 정체성 형성에 중요한 역할³⁹⁾을 시사한다.

김인옥(2019)은 피부관리, 헤어관리, 두피관리, 메이크업 관리, 체형관리 등 외적 이미지의 개선과 변화로 자신을 아름다운 이미지로 관리하는 일련의 행동을 ‘뷰티관리 행동’이라 정의하였다. 이러한 뷰티관리 행동은 자기만족, 대인관계, 자신감 등의 결정에 밀접한 관계가 있으며, 특히 여성의 외모관리 는 현대 사회에서 사회생활의 필수 요소로 자리 잡고 있다(이경숙, 2007; 한동조, 박길순, 2008; 김인옥, 2019).

뷰티관리는 개인의 외적 아름다움을 증진시키기 위한 일련의 활동들로, 헤어 케어, 스킨케어, 메이크업 등의 다양한 미용 활동을 통하여 개인이 원하는 외모를 달성하려는 노력을 반영하며, 이와 같은 뷰티관리 행동은 사회적, 문화적 혹은 미디어에서 제시하는 미적 기준에 의한 영향을 받는다(Atiyeh & Hayek, 2008).

또한, 개인의 결점을 개선하고 장점으로 변화시키려는 목적으로 다양한 관리 방법을 통한 자신의 매력을 증대시키는 자기표현과정으로 해석할 수 있으며, 이를 위해 활용되는 모든 긍정적인 수단이 뷰티관리 행동이 된다.⁴⁰⁾ 김창현, 박옥련(2015)의 연구에서 뷰티관리는 연령에 상관없이 메이크업, 헤어스타일, 성형, 두피등의 다양한 관리를 통하여 자신에 대한 신체이미지를 매력적이고 긍정적으로 변화시키는 것이라 하였다. 특히, 외모의 자신감이 높을수록 홈 케어 혹은 전문 관리 솜을 활용한 뷰티관리를 하며, 이러한 관리는 개인의 사회적 성공에 중요한 기본적 요소이다.⁴¹⁾

38) Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B., & Rogers, R. W. (1982). The self-efficacy scale: Construction and validation. *Psychological reports*, 51(2), pp. 663-670.

39) 양승하. (2023). "미(美)의 추구로의 여성 신체 가치관의 변천". 한국체육대학대학원 박사학위논문.

40) 박미승, 권기한 (2023). 뷰티관리 행동과 피부관리실 선택 관계 연구. 『한국화장품미용학회지』, 13(1), pp. 26-27.

41) 나윤영. (2022). MZ세대의 언택트 시대 지각이 신체외식과 뷰티관리 행동에 미치는 영향. 『한국의

남성을 대상으로 연구한 심하연(2022)은 20~30대 남성들의 젠더 감수성 인식이 뷰티관리 행동에 미치는 영향의 연구에서 뷰티관리행동을 메이크업 관리, 성형관리, 피부관리, 헤어관리, 체형관리로 분류하였으며, 김효정(2015)은 20~30대 여성들의 가치관에 따라 뷰티관리 행동을 피부관리, 몸매관리, 메이크업, 치아관리, 다이어트, 쇼핑, 헤어관리, 네일관리, 성형행동으로 나누어 분석하였다.

위의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서 뷰티관리 행동은 개인의 내적, 외적으로 건강하고 아름다운 신체를 유지 관리하기 위한 목적으로 행동하는 다양한 관리로 정의하며, 하위요인을 헤어관리, 메이크업 관리, 체형관리로 분류하였다.

[표 2-2] 뷰티관리 행동 개념의 선행연구

출처	정의
Atiyeh,& Hayek. (2008)	개인의 외적 아름다움을 향상시키기 위한 일련의 활동이며, 다양한 미용 활동을 통하여 개인이 원하는 외모를 달성 하려는 노력이다.
우수진. (2010)	개인의 주·객관적 뷰티관리 행동은 외모에 대한 만족도와 호감 가는 이미지로 변화, 아름다움을 유지하기 위한 행동이다.
오별. (2012)	결점을 개선하고 장점으로 변화 시키려는 목적으로 다양한 관리 방법을 통해 자신의 매력을 증대시키는 자기표현 과정으로 해석할 수 있다.
김창현, 박옥련 (2015)	연령에 상관없이 메이크업, 헤어스타일, 성형, 두피등의 다양한 관리를 통하여 자신에 대한 신체이미지를 매력적이고 향상되게 변화 시키는 것이다.
김인옥. (2019)	피부관리, 헤어관리, 두피관리, 메이크업 관리, 체형관리 등 외적 이미지의 개선과 변화로 자신을 아름다운 이미지로 관리하는 행동을 뷰티관리 행동이라 한다.
심하연. (2022)	남성들의 젠더 감수성 인식이 뷰티관리 행동에 미치는 영향의 연구에서는 메이크업 관리, 성형 관리, 피부관리, 헤어관리, 체형관리로 분류 한다.
최에스더. (2023)	외모관리의 행동은 인간이 아름다운 삶을 살며 자신감을 가질 수 있는 중요한 요소이다.
손은혜. (2024)	모발관리 행동의 하나인 뷰티관리 행동은 자신의 신체적 장점을 발전시키고 결점은 커버하며, 보다 아름다운 이미지를 만들기 위한 목적으로 다양한 관리를 수행하는 행동을 통틀어 말한다.

2) 뷰티관리 행동의 구성요소

(1) 헤어관리 행동

첫인상에 중요한 영향을 미치는 요소 중 하나는 헤어스타일로, 이는 메이크업과 함께 개인의 패션과 이미지를 결정짓는 역할을 한다.⁴²⁾ 특히 헤어스타일은 개인의 외모에 작용함에 있어 단순한 외모 장식의 수준을 넘어 ‘개인의 개성을 표현하는 주요 수단’으로 작용한다(김명옥, 진용미, 2018). 이에 따라 헤어스타일은 자신을 표현하는 수단이자 내면의 다양한 상징적 의미를 담고 있으며(손지연, 2006), 파마, 커팅, 염색 등 다양한 헤어관리 방법은 손쉽게 이미지를 변화시킬 수 있는,⁴³⁾ 자기표현 방법의 뷰티관리 행동 중 매우 중요한 요소로 자리 잡고 있다.⁴⁴⁾

헤어관리는 개인의 모발 특성에 맞는 관리가 중요하며⁴⁵⁾, 이를 통한 외모 개선은 자신감뿐 아니라 긍정적 대인관계 형성 및 사회활동에서 중요한 요소로 그 중요성이 증대되고 있다(장수진, 2024). 또한 송은영(2006)은 헤어스타일링이 개인의 자아존중감과 관련이 있으며, 이러한 스타일링을 통해 개인의 이미지가 사회적으로 더 긍정적으로 평가된다고 언급하였다. 더불어, 황선영(2021)의 연구에서도 헤어관리가 심리적 안녕감과 연결되며, 자신감 향상과 사회적 자아 표현에 중요한 역할을 한다고 하였다.

이러한 흐름 속에서 헤어스타일의 중요성은 모발 건강 및 두피 관리에 대한 관심의 증가로 이어지고 있으며, 이에 따른 관련 프로그램과 서비스의 확산도 관찰되고 있다. 이처럼, 헤어관리 행동은 개인에게 어울리는 스타일과 함께 건강한 모발, 두피의 관리도 중요시되고 있으며, 개인의 특징, 얼굴형에 따른 다양한 개성을 연출하며, 사회적 경쟁력을 강화하는데 중요한 역할을 한다.⁴⁶⁾ 따라서 헤어스타일은 신체의 비율에서 차지하는 물리적 크기는 작을지

42) 김민주. (2019). "뷰티관심정도에 따른 뷰티관리 행동." 건국대학교산업대학원 석사학위논문.

43) 이민정. (2007). "얼굴형에 따른 헤어웨이브 선호도 연구". 한남대학교대학원 석사학위논문.

44) 송연화. (2011). "청소년의 헤어제품 구매행동에 관한 연구". 중앙대학교대학원 석사학위논문.

45) 김리라. (2003). "여대생의 모발미용 관리 및 행태에 관한 연구". 숙명여자대학교대학원 석사학위논문.

라도, 의복과 동일하게 그 영향력은 매우 크다(나광주, 1989).

위의 선행연구들을 종합하면, 헤어스타일은 단순히 외모를 꾸미는 행위를 넘어 개인의 자아존중감, 사회적 상호작용, 심리적 안정감에 중요한 영향을 미치는 요소임을 확인할 수 있다. 이는 헤어관리가 단기적인 외적 이미지 개선뿐 아니라, 장기적으로 개인의 자아 형성 과정에서도 중요한 역할을 한다는 점을 시사한다.

(2) 메이크업 관리 행동

메이크업은 인간의 몸 중에서도 많은 정보를 담는 얼굴 피부를 장식하는 행위이며(정수안, 2023), 개인의 개성미를 강조하여 더욱 세련된 모습으로 표현하기 위한 꾸미기와 보완의 행위로 정의된다.⁴⁷⁾ Nancy Etcoff(2011)는 메이크업이 인지된 매력을 높이고, 개인의 능력, 호감도, 신뢰도와 같은 첫인상 판단에 영향을 미친다고 언급하며, 이는 대인 관계 형성과 사회적 평가에 중요한 요소로 작용한다고 하였다. 메이크업은 사회생활에 자신감을 가질 수 있게 하며, 이러한 화장표현으로 인물의 성격 변화와 심리적 역할 기능도 변화시킬 수 있는 기능을 가지고 있으며,⁴⁸⁾ 또한 메이크업 관리 행동은 미적, 보호적, 심리적인 역할로 오랜 시간 인류와 함께 해 왔으며, 이는 타인과의 상호작용과 함께 자아개념의 강화로 자신을 인식하려는 사회적 행동이라 할 수 있다(정미영, 2018). 이와 더불어, Dantcheva와 Ross(2012)의 연구는 메이크업이 단순히 외모를 변화시키는 수단을 넘어, 얼굴의 정체성 지각과 인지적 판단에까지 영향을 미친다는 점을 보여준다. 특히, 메이크업은 눈, 코, 입 등 얼굴 주요 특징을 강조함으로써 매력을 극대화하며, 이는 개인의 첫인상에 강한 영향을 미칠 수 있다.

46) 황윤정, 유태순(2008). 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력지각이 얼굴 및 헤어관리 행동에 미치는 영향. 『복식』, 58(6), pp. 85-95.

47) 김민제. (2011). “20세기 후반 한국 여성의 화장(Make-up) 문화와 이미지 연구: 여성잡지를 중심으로”. 창원대학교대학원 박사학위논문.

48) 정진경, (2005). “효과적인뷰티메이크업을위한색채연구”, 대구대학교대학원 석사학위논문.

사람들은 자신에 대한 타인의 평가에 관심이 있고, 첫인상의 좋은 이미지는 오래 지속되길 바라며(Dailey, 1952), Pellegrini et al(2023)은 메이크업 관리 행동이 개인의 사회적 자기효능감과 밀접한 관련이 있음을 강조하며, 이는 개인이 외모 지향적인 사회적 압박을 경험하거나 자기표현을 강화하고자 하는 동기로 이어진다고 밝혔다. 또한, 메이크업은 내·외적인 아름다운 조화로 긍정적 자아 형성은 개인의 발전된 삶의 가치를 만들 수 있기에,⁴⁹⁾ 메이크업 관리 행동은 대인 관계가 활발한 사람에게 많이 나타난다.⁵⁰⁾ Jones et al(2023)은 전문가가 적용한 메이크업의 경우 개인의 매력을 높이는 효과가 더욱 뚜렷하게 나타난다고 하였으며, 이는 메이크업이 개인의 외모를 극대화하는 주요 도구임을 뒷받침한다.

메이크업 행동은 개인의 심리에도 영향을 미친다. Qi Pengfei(2021)의 연구에 따르면, 메이크업 빈도가 높을수록 주관적 행복감이 증가하지만 외모 불안 역시 동반될 수 있다고 보고되었다. 또한, 메이크업 행동은 심리적 안락과 기쁨을 제공하며, 이를 통해 자신감과 활력이 생긴다고 하였다(송은영, 2006). 이러한 점에서 김은영(2020)은 메이크업 관리 행동이 개인에게 즐거움과 안정감을 제공할 뿐 아니라, 자신에 대한 긍정적 평가를 통해 만족감을 느끼게 한다고 강조했다. 더불어, MDPI(2024)의 연구는 메이크업이 단순히 외적 아름다움을 추구하는 행위를 넘어 심리적 안정감과 자아존중감, 대인 관계 개선에도 기여하는 중요한 사회적 역할을 수행한다고 제시하였다. 이처럼 메이크업은 외적인 아름다움뿐만 아니라 개인의 심리적 안정감과 자신감을 증진시키는 데 중요한 요소임을 시사한다.

(3) 체형관리 행동

체형관리는 심리적, 물리적, 전기적, 화학적인 여러 다양한 방법을 통하여

49) 이문영, 김용숙 (2006). 20대-30대 남성들의 라이프스타일에 따른 화장품 구매행동. 『복식』, 23(1), pp. 56-69.

50) 최정순. (2015). "노년여성의 화장행동, 심리적 특성과 영정사진 화장이미지 선호의 관계연구". 성신여자대학교대학원 박사학위논문.

아름다운 용모와 건강한 체형을 유지하는 것이며(석지윤, 2009), 신체에 대한 올바르게 전문적인 관리 방법을 통해 건강하고 아름다운 체형을 유지하는 것이다.⁵¹⁾ 손은혜(2024)는 오늘날 신체의 개념은 몸과 마음의 상호의존성을 강조하여 외적 매력과 내면의 활력을 지니는 것이라고 하였다.

호감 가는 인상으로 보이기 위해 체형관리와 다이어트는 현대인에게 중요한 과제이며(안채리, 2011), 이러한 체형관리의 행동은 신체 이미지의 가장 큰 영향을 차지하는 요인으로 나타났다.⁵²⁾ 또한 Cohn & Adler(1992)의 연구에서도 여성은 눈에 띄게 마른 신체를 선호하며, 자신의 외모에 대한 관심과 본인이 원하는 신체이미지의 여러 요소 중 체형관리를 가장 중요하게 여기며, 체형관리에 큰 관심을 기울인다.⁵³⁾ 이러한 연구들은 여성들이 외모와 체형유지를 중요하게 여긴다는 점을 알 수 있다.

Freud, S(1901)는 외모는 사회적 인식과 개인의 운명 형성에 있어 중추적 역할을 하며 ‘외모는 운명이다’처럼 외적 특성은 중요하다고 하였다.⁵⁴⁾ 이는 체형관리가 단순히 신체를 관리하는 것뿐만 아니라, 외모에 대한 사회적 기대에 부응하려는 행동으로, 자아 이미지와 직결되는 중요성을 시사한다. Frey(2000)와 같은 연구자들은 체형관리가 신체 만족도를 증대시키고, 자아존중감을 높여 대인 관계에서 긍정적인 반응을 이끌어낸다고 주장하였다. 또한, 개인의 외모 만족도는 자아존중감과 개인적, 사회적 차원에서 도 중요하며(황윤정, 2007), 매력적인 용모를 지닌 사람은 이타적 성격으로 여겨질 수 있고 용모의 후광효과가 나타난다.⁵⁵⁾

체형관리 행동이란 비만이나 과다체중인 사람이 체중 감량, 체지방 감소,

51) 석지윤. (2009). “여고생의 체형관리에 대한 인식과 시판용 다이어트 음료의 음용 실태”. 영남대학교 대학원 석사학위논문.

52) 박은정. (2012). "외모에 대한 사회문화적 영향, 체이미지 및 신체불만족이 외모향상추구행동에 미치는 영향". 전남대학교대학원 석사학위논문.

53) Cohn, L. D., & Adler, N. E. (1992). Female and male perceptions of ideal body shapes: Distorted views among Caucasian college students. *Psychology of Women Quarterly*, 16(1), pp. 69-79 <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1992.tb00240.x>

54) Freud, S. (1901). *The Psychopathology of Everyday Life*. APA Citation: Freud, S. (1901). *The psychopathology of everyday life*. (A. A. Brill, Trans.). Macmillan.

55) Dion et al.(1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*. 24, pp. 285-290.

원하는 체형을 위한 관리, 유지함을 뜻하며,⁵⁶⁾ 여성은 운동과 식이요법 등으로 본인의 신체를 관찰, 관리하여 변화된 신체의 만족감은 자신감과 긍정적 사고를 줄 수 있다. 이와 관련하여 Zeng Gao et al(2024)의 연구에서도 체형에 대한 부정적인 인식이 식이장애와 관련이 있다는 결과가 나타났다. 이들은 체형 관리가 개인의 자아 존중감을 높이고, 체형에 대한 긍정적 평가를 통해 심리적 안정감을 강화한다 하였다. 또한 외모에 대한 사회문화적 태도는 개인의 신체의식에 있어 유의한 영향을 나타내며 여성의 체형 및 체중조절 행동에 영향을 미치며(김지수, 2020), 여성들은 자신의 외모를 관리하고 통제하여 성취감과 목표의식을 가질 수 있게 되고(서은혜, 2012), 체형관리 행동을 통해 이상적인 신체뿐 아니라 건강증진이 병행되어 외적 매력과 내면의 활력을 지닌다고 하였다(손은혜, 2023). 이러한 연구들은 체형관리 행동이 단지 미적인 변화뿐만 아니라, 심리적 자아 존중감, 사회적 인식, 건강 등 다양한 측면에서 중요한 영향을 미친다는 점을 강조하고 있다.

56) 조은정. (2014). "고등학교 유형에 따른 미용관리행동, 선호도 및 자아존중감에 대한 연구." 한성대학교예술평학원 석사학위논문.

제 3 절 자기효능감

1) 자기효능감의 개념

자기효능감이란 특정 상황에서 자신이 적절한 행동을 성공적으로 수행할 수 있다는 기대와 신념을 의미하며, 이는 앨버트 밴두라(Albert Bandura)에 의해 처음 제시된 개념이다(위키백과).⁵⁷⁾ 또한 지속적인 자신의 행동 변화를 계획하는 과정이며 이러한 행동으로 발생하는 개인의 상태에 대한 믿음을 의미하고,⁵⁸⁾ 이는 현재 시점에서 진행 중인 행동과 앞으로의 행동에도 영향을 미치는 것으로,⁵⁹⁾ 미래 상황에서 개인이 적응할 수 있는 능력의 핵심 변수이며(김현주, 2023), 주어진 상황에서 어떠한 일을 성공적으로 이룰 수 있는 개인의 능력에 초점을 맞추는 구성 요소이다(Waddington, 2023).

Sherer et al.(1982)의 심리 보고서에 따르면 자기효능감은 광범위한 능력의 일반화보다는 구체적인 개인의 관리능력에 대한 믿음으로 정의되었다. 또한 외모 변화의 만족감은 자신에게 긍정적 이미지를 강화하며 이는 자기효능감을 높이는데 기여한다⁶⁰⁾고 하였다.

이와 같이, 자기효능감은 자신의 과거 경험과 평가를 바탕으로 형성되며, 자기효능감이 높은 사람은 더 높은 목표를 설정하고 성과를 이뤄내는 경향이 있으며, 이는 개인의 학습목표 설정에 밀접한 연관이 있으며(정기주, 2008), 송미현(2023)의 연구에서도 외모 만족도는 자기효능감을 높이는 주요 요소이며, 외모 만족도가 높아지면 자신감이 향상되고, 이는 수행 능력과 과제 난이도 조절 능력에도 긍정적 영향을 미친다 하였다. Horn(1975)의 연구 역시 외모 만족도가 높은 개인은 정신적 안정성이 높아지는 경향이 있으며, 외모 만

57) 위키백과. <https://ko.wikipedia.org/wiki>. 검색일(2024.11.05)

58) 정순일, (2014). “신체적 자기효능감에 따른 자기통제 피드백의 적정제시방법”, 동의대학교대학원 박사학위논문.

59) Bandura, A. (1990). "Perceived self-efficacy in the exercise of personal agency. Journal of applied sport psychology", 2(2), pp. 128-163.

60) 전용수, 2007, “미용교육프로그램이 장애인들의 자아존중감, 자기효능감 및 정신건강 증진에 미치는 영향 : 청각장애 여성과 정신장애 여성을 대상으로”, 계명대학교대학원 박사학위논문.

족도는 자신감과 자기효능감 조절에 중요한 영향을 미친다고 보고하였다.

고정희(2021)는 자기효능감, 사회적 지지, 외모 만족도가 행복감에 미치는 영향을 연구한 결과, 자기효능감이 높고 사회적 지지와 외모 만족도가 높을수록 행복감이 높아진다고 밝혔다.

마소옥(2022)은 중국 여성을 대상으로 한 연구에서, 여성이 자신의 신체 매력을 크게 인식할수록 자기효능감과 자아존중감은 높아진다고 하였다. 또한, 러우위에(2024)의 연구에서도 여성의 신체 매력 인식 요소가 자기효능감 및 외모관리 행동과 상관관계가 있음을 확인하였다. 이와 관련해, 자기효능감과 외모관리 행동간의 관계를 다룬 이승희, 박길순(2011)의 연구에서는 자기효능감이 높은 여대생일수록 외모관리 행동을 더 많이 하고, 외모관리 비용도 더 많이 지출하는 것으로 나타났다. 박세진(2018)은 자기효능감의 구성요소인 사회적, 신체적 자아효능감과 자기조절감 등이 헤어관리 행동과 의복관리 행동에 유의미한 영향을 미친다는 연구 결과를 통해, 외모관리 행동이 자기효능감을 직접적으로 강화할 수 있음을 제시하였다. 이처럼 다양한 연구에서 자기효능감은 동기 부여와 자기조절 기술 혹은 전략의 효과적인 활용을 결정짓는 중요한 요소로 평가되고 있다(김현주, 2023).

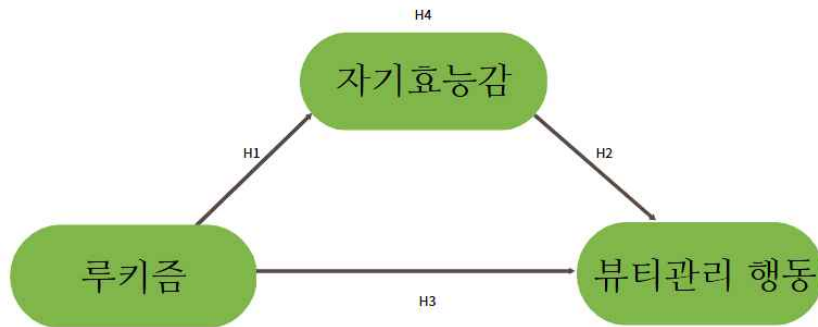
위의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 자기효능감을 사회생활과 대인교류 환경에서 자신의 임무 수행 능력, 어려움 극복의 적극적인 태도 등의 신념과 믿음으로 정의하였다.

[표 2-3] 자기효능감 개념의 선행연구

출처	정의
정기주. (2008)	자기효능감은 자신의 과거 경험과 평가로 학습되며 자기효능감이 높은 사람은 목표와 성과가 높게 나타나며 이는 개인의 학습목표 설정에 긍정적 연관이 있다.
정순일. (2014)	지속적인 자신의 행동 변화를 계획하는 과정이며 이러한 행동으로 발생하는 개인의 상태에 대한 믿음을 의미한다.
고경희. (2021)	자기효능감이 높으면 사회적 지지가 높고 외모 만족도가 높을수록 행복감이 높다.
마소옥. (2022)	신체 매력을 크게 지각할수록 자기효능감과 자아존중감은 높아진다.
송미현. (2023)	외모 만족도를 높여주면 자기효능감이 높아져 과제 난이도에서도 수행능력이 높아진다.
김현주. (2023)	본인에게 주어진 과제를 학습, 수행할 수 있는 자신의 능력에 대한 인식.
Waddington. (2023)	주어진 상황에서 어떠한 일을 성공적으로 이룰 수 있는 개인의 능력에 초점을 맞추는 구성 요소.
러 우위에. (2024)	여성 신체매력의 지각 요소는 자기효능감, 외모관리 행동과 상관관계가 있다.

제 3 장 연구 방법 및 결과

제 1 절 연구 모형



[그림 3-1] 연구모형

제 2 절 연구 가설

가설 1. 루키즘은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-1. 유사 비교는 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-2. 상향 비교는 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 자기효능감은 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 루키즘은 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1. 유사 비교는 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2. 상향 비교는 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 루키즘과 여성의 뷰티관리 행동 간의 관계에서 자기효능감은 매개 효과가 있을 것이다.

제 3 절 조사대상 및 측정도구

본 연구는 20대 이하~50대 이상의 여성을 대상으로 2024년 7월 15일부터 2024년 8월 13일까지 온라인과 자기기입 방법으로 총 408부의 설문지를 조사하였으며, 기존 선행연구를 바탕으로 설문지를 구성하였다. 연구의 목적을 수행하고자 총 46개의 문항들을 5점 Likert 척도와 명목 척도로 측정하였다. 루키즘은 정호민(2023)의 연구에서 검증된 10개의 문항으로, 뷰티관리 행동은 정유림(2021)의 연구에서 검증된 22개의 문항으로, 자기효능감은 김영복(2021)의 연구에서 검증된 8개의 문항으로 구성하였다. 연구 대상자의 일반적인 특성에 대해서 연구자가 개발한 6개 문항의 선다형으로 측정하였다.

[표 3-1] 조사표본

조사대상	20대 이하 ~ 50대 이상, 여성
자료수집방법	온라인, 자기기입
조사기간	2024년 7월 15일 ~ 8월 13일
배포 및 회수	배포된 설문지 430부
	제외된 설문지 22부
	총 설문지 408부

[표 3-2] 측정도구의 세부정보

측정 변인	구성요인	측정 방법	문항 출처	문항수
루키즘	유사 비교 상향 비교	5점 likert 척도	정호민(2021)	10
뷰티관리 행동	헤어관리 메이크업 관리 체형관리	5점 likert 척도	정유림(2021)	22
자기효능감		5점 likert 척도	김영복(2021)	8
인구통계학적 특성		명목척도	연구자	6
총 문항 수				46

제 4 절 조사 분석 방법

본 연구는 유효 표본을 대상으로 통계분석을 위하여 부호화(Coding) 작업을 한 후, 기입 오류의 검색이 끝난 후 자료를 SPSS Ver. 23.0 통계 패키지를 사용하여 연구목적에 따라 분석하였으며, 세부적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 연구 대상자의 인구통계학적 특성(Demographic characteristics)을 파악하기 위해 빈도 분석(Frequency analysis)을 실시하였다. 또한 측정항목들의 정규성 검증을 하기 위해 기술 통계분석을 산출하였다.

둘째, 설문지 구성의 타당도(Validity)와 신뢰도(Reliability)를 검증하기 위하여 탐색적 요인분석(Exploratory factor analysis: EFA)과 신뢰도 분석(Reliability analysis)을 실시하였다.

셋째, 연구 대상자들이 지각하는 루키즘, 자기효능감, 뷰티관리 행동의 상관관계를 알아보기 위해 상관관계분석(Correlation analysis)을 실시하였다.

넷째, 표본 대상자의 인구통계학적 특성을 기준으로 변수들의 차이를 분석하기 위해 일원 배치 분산분석(One way Analysis of Variance : One way ANOVA)과 독립 표본 t 검정(t-test))을 실시하였다.

다섯째, 여성의 루키즘이 자기효능감과 뷰티관리 행동에 미치는 관계 분석을 하기 위해 회귀분석(Regression analysis)을 하였으며, 종속변수에 영향을 미치는 독립변수 크기의 비교/분석을 위해 위계적 회귀분석(Hierarchical analysis)을 실시하였다.

제 4 장 연구결과

제 1 절 인구통계학적 특성

본 연구는 20대 이하~ 50대 이상의 여성 408명을 대상으로, 인구통계학적 특성을 알아보기 위한 빈도 분석을 실시하였으며, [표 4-1]의 결과와 같다.

분석 결과 응답자의 결혼 여부는 기혼 237명(58.1%), 미혼 171명(41.9%)으로 기혼의 비율이 높은 것으로 나타났다. 연령은 20대 이하 118명(28.9%), 40대 127명(31.1%), 50대 이상 105명(25.7%), 30대 58명(14.2%) 순으로 나타났다으며, 최종학력은 2년제 대학교 재학/졸업 128명(31.4%), 4년제 대학교 재학/졸업 124명(30.4%), 고등학교 졸업이하 106명(26.0%), 대학원 재학(수료/졸업) 50명(13.5%) 순으로 나타났다. 직업은 학생 82명(20.1%), 기타 80명(19.6%), 자영업 74명(18.1%), 전문직 58명(14.2%), 서비스업 58명(14.2%), 회사원 56명(13.7%) 순으로 나타났다. 끝으로 월평균 소득으로는 100~300만원 미만 147명(36.0%), 100만원 미만 98명(24.0%), 500만원 이상 83명(20.3%), 300~500만원 미만 80명(19.6%) 순으로 나타났다.

[표 4-1] 인구통계학적 특성

		N	%
결혼여부	미혼	171	41.9
	기혼	237	58.1
	계	408	100.0
연령	20대 이하	118	28.9
	30대	58	14.2
	40대	127	31.1
	50대 이상	105	25.7
	계	408	100.0
최종학력	고등학교 졸업이하	106	26.0
	2년제 대학교 재학 및 졸업	128	31.4
	4년제 대학교 재학 및 졸업	124	30.4
	대학원 재학(수료/졸업)	50	12.3
	계	408	100.0
직업	학생	82	20.1
	회사원	56	13.7
	서비스업	58	14.2
	전문직	58	14.2
	자영업	74	18.1
	기타	80	19.6
	계	408	100.0
월 평균 소득	100만원 미만	98	24.0
	100~300만원 미만	147	36.0
	300~500만원 미만	80	19.6
	500만원 이상	83	20.3
	계	408	100.0

제 2 절 기술 통계

각 변수들의 측정항목들의 정규성 검증을 하기 위해 기술 통계 분석을 실시하였다. 이는 왜도, 첨도의 일변량 정규성으로 검정이 가능하며, 절댓값은 왜도 3 이상, 첨도 8 이상이 없을 시 정규성을 가지는 것으로 판단할 수 있다(신건권, 2013).

1) 루키즘의 기술 통계 분석

루키즘의 정규성 확인을 위해 왜도, 첨도를 측정한 결과는 [표 4-2]와 같다. 검증결과 왜도는 $-0.538 \sim 0.560$ (절댓값 <3), 첨도가 $-1.028 \sim 0.002$ (절댓값 <8)을 보여 정규성을 가지는 것으로 확인하였다.

루키즘에 대한 기술 통계 분석 결과, “주변 사람들과 비교하여, 나는 그다지 매력적이지 않다.”가 3.65로 가장 높은 평균치를 보이고 있으며, 다음으로 “나는 주변 사람들보다 외모가 뒤떨어진다.”가 3.62으로 나타났다. 반면에 “나는 화장품 광고를 보며 외모나 화장, 피부 상태 등에서 광고 모델과 나의 차이를 느낀 적이 있다.”는 2.51로 상대적으로 가장 낮게 나타났다.

[표 4-2] 루키즘의 기술 통계 분석

문항	평균	표준 편차	왜도	첨도
나는 주변 사람들보다 외모가 뒤떨어진다.	3.62	.936	-.426	.002
주변 사람들과 비교하여 나는 그다지 매력적이지 않다.	3.65	.961	-.487	-.093
나는 주변 사람들이 나보다 잘생기고 예쁘다고 생각한다.	3.06	.967	.096	-.420
나는 외모나 패션 스타일, 화장, 헤어스타일 등이 주변 사람들과 비교하여 불만스럽다.	3.60	1.055	-.538	-.396
나는 뷰티관리나 스타일 연출에 있어 주변 사람들의 영향을 많이 받는다.	3.22	1.120	-.132	-.912
나는 광고를 보면서 나의 외모나 스타일에 불만을 느낀 적이 있다.	3.08	1.107	-.078	-.928
나는 화장품 광고를 보면서 외모나 화장, 피부 상태 등에서 광고 모델과 나와의 차이를 느낀 적이 있다.	2.51	1.191	.560	-.657
나는 패션 광고를 보면서 패션 스타일이나 외적인 모습 등에서 광고 모델과 나와의 차이를 느낀 적이 있다	2.52	1.174	.513	-.646
광고 모델의 매력적인 몸매와 비교하여 내 몸매는 그다지 매력적이지 않다.	2.55	1.188	.447	-.711
나는 광고를 보면서 나의 외모나 스타일에 불만을 느낀 적이 있다.	2.97	1.199	.065	-1.028

2) 자기효능감의 기술 통계 분석

자기효능감의 정규성 확인을 위해 왜도와 첨도를 측정한 결과는 [표 4-3]와 같다. 검증결과 왜도는 $-.628 \sim -.332$ (절댓값 <3), 첨도가 $-.059 \sim .768$ (절댓값 <8)을 보여 정규성을 갖는 것으로 확인하였다.

자기효능감에 대한 기술 통계 분석 결과, “나는 내가 결정한 일에 노력을 기울이면 무슨 일이든 성공할 수 있다고 믿는다.”가 3.88로 가장 높은 평균치를 보이고 있으며, 다음으로는 “나는 일반적으로 내가 중요시하는 것을 얻을 능력이 있다고 생각한다.”가 3.81으로 나타났다. 반면에 “나는 상황이 좋지 않아도 무슨 일이든 매우 잘할 수 있다.”는 3.48로 상대적으로 가장 낮게 나타났다.

3) 뷰티관리 행동의 기술 통계 분석

뷰티관리 행동의 정규성 확인을 위해 왜도와 첨도를 측정한 결과는 [표 4-4]와 같다. 검증결과 왜도는 $-1.014 \sim .738$ (절댓값 <3), 첨도가 $-1.192 \sim .786$ (절댓값 <8)을 보여 정규성을 갖는 것으로 확인하였다.

뷰티관리 행동에 대한 기술 통계 분석 결과, “나는 눈썹을 정리하거나 그린다.”가 4.01로 가장 높은 평균치를 보이고 있으며, 다음으로는 “나는 체형 관리에 관심이 많다.”가 3.96으로 나타났다. 반면에 “체형관리를 위해서 슬리밍 화장품 등을 사용하고 있다.”는 2.24로 상대적으로 가장 낮게 나타났다.

[표 4-3] 자기효능감의 기술 통계 분석

문항	평균	표준 편차	왜도	첨도
나는 내가 스스로 세운 목표 중 대부분을 달성할 수 있다.	3.55	.884	-.332	-.056
나는 어려운 일에 부딪혔을 때, 그 일을 극복할 수 있다고 확신한다.	3.79	.798	-.628	.768
나는 일반적으로 내가 중요시하는 것을 얻을 능력이 있다고 생각한다.	3.81	.791	-.585	.619
나는 내가 결정한 일에 노력을 기울이면 무슨 일이든 성공할 수 있다고 믿는다.	3.88	.835	-.588	.456
나는 어려움이 여러 번 닥쳐와도 그것을 성공적으로 극복할 수 있다.	3.69	.812	-.434	.207
나는 다양한 종류의 어려운 일들을 잘할 수 있다고 확신한다.	3.62	.870	-.440	-.059
나는 다른 사람보다 대부분의 일을 더 잘할 수 있다.	3.70	.840	-.338	.083
나는 상황이 좋지 않아도 무슨 일이든 매우 잘할 수 있다.	3.48	.897	-.382	-.144

[표 4-4] 뷰티관리 행동의 기술 통계 분석

문항	평균	표준 편차	왜도	첨도
유행에 맞는 헤어스타일을 한다.	2.77	1.069	.138	-.679
평상시 헤어드라이어, 매직기(고데기) 등을 이용하여 머리를 손질한다.	3.45	1.142	-.377	-.780
헤어 스타일링 제품인 무스, 왁스, 스프레이, 글레이즈 사용한다.	2.64	1.239	.285	-1.055
머리 염색이나 퍼머 등을 하며 헤어스타일을 자주 바꾼다.	2.85	1.134	.322	-.672
좋은 머릿결을 유지하기 위해 두피 및 모발 관리를 한다.	3.91	.973	-.982	.786
외출 시 메이크업은 못해도 머리는 꼭 만진다.	3.26	1.074	-.190	-.752
머리 손질을 하기 위해 미용실에 자주 방문한다.	2.87	1.029	.147	-.438
요즘 유행하는 연예인의 헤어스타일을 따라 한 적이 있다.	2.68	1.246	.262	-1.009
외출을 할 때엔 메이크업을 하는 편이다.	3.73	1.026	-.772	.146
나에게 잘 어울리는 메이크업 스타일을 연출할 수 있다.	3.61	.965	-.488	-.017
아이새도 볼 터치 등 다양한 색조 메이크업을 즐겨 한다	2.98	1.316	.060	-1.192
나는 눈썹을 정리하거나 그린다.	4.01	1.019	-1.014	.516
나는 TV, 잡지, 인터넷에서 주의 깊게 본 메이크업을 응용하거나 따라 한다.	2.84	1.288	.075	-1.051
부분 메이크업(눈썹, 입술) 등을 하고 다닌다.	3.94	1.016	-.968	.547
기능성 화장품(미백, 주름, 보습)을 꼭 챙겨 바른다.	3.88	1.023	-.843	.115
최신 유행 패턴이나 색상으로 화장품을 구입한다	2.79	1.328	.201	-1.145
나는 체형관리에 관심이 많다.	3.96	.865	-.717	.358
체형관리가 다른 뷰티관리 행동보다 중요하다.	3.71	.907	-.253	-.450
체형관리를 위해서 시간과 돈은 큰 상관이 없다.	3.08	1.057	.146	-.591
체형관리를 위해서 다이어트 식단으로 식사를 한다.	3.12	1.106	.036	-.705
체형관리를 위해서 운동을 많이 한다.	2.99	1.020	.103	-.445
체형관리를 위해서 슬리밍 화장품 등을 사용하고 있다.	2.24	1.103	.738	-.206

제 3 절 측정도구의 타당도와 신뢰도 분석

측정도구의 타당성 및 신뢰도의 분석을 하기 위해서 요인의 타당성을 검증하였으며, 요인 구조의 이해를 위해 다변량 통계기법 중의 하나인 탐색적 요인분석(Exploratory factor analysis)과 신뢰도 분석(Reliability analysis)을 실시하였다. 타당성 지표의 확인을 하기 위해 탐색적 요인분석(Exploratory factor analysis)은 많은 변수들의 상관관계가 높은 것끼리 묶음으로써 측정하는 같은 개념의 변수들이 동일한 요인으로 묶이는지 확인하며, 내용을 단순화시키는 분석방법이다(송지준, 2013). 특히, 요인의 수를 줄이고 정보손실 최소화를 위해 주성분 분석(Principal components analysis) 방식 사용하였다. 요인들 간의 상호 독립성 확보를 위하여 각 요인의 축 각도를 90도로 유지하는 요인 회전은 베리맥스(Varimax) 방식을 사용하였다(정은주, 2015).

요인 분석 결과 요인별 분류된 측정 항목들을 측정하고자 설문 응답자의 응답을 통해 정확하며 일관된 측정여부를 점검하기 위해 신뢰도 분석을 하였으며, 신뢰성 검증을 위해 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha)를 통하여 측정 문항들의 내적 일관성(Internal consistency)을 조사하였다.

1) 루키즘의 요인분석 및 신뢰도 분석

루키즘은 척도 순화 과정을 통하여 총 1문항이 제거되었으며, 결과는 [표 4-5]와 같다. 최종적으로 분석한 결과, 루키즘의 전체 분산 설명력은 69.510%를 설명하고 있으며, KMO 표준 적합도는 .859로 나타났으며, Bartlett 구형성 검정 결과 $\chi^2=2158.669$, $p<.001$ 로 나타나 요인분석이 적합한 것으로 나타났다. 또한 전체 요인 값이 모두 .633 이상을 보여 타당성이 보장되는 것으로 나타났다. 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 루키즘의 하위 요인을 상향 비교, 유사 비교 등으로 명명하였다. 이들 요인의 신뢰도 분석 결과 Cronbach's α 가 상향 비교 .902, 유사 비교 .817 으로 나타나 모든

요인에서 적정 신뢰도가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-5] 루키즘의 요인분석 및 신뢰도

	상향 비교	유사 비교
나는 패션 광고를 보면서 패션 스타일이나 외적인 모습 등에서 광고 모델과 나와의 차이를 느낀 적이 있다	.887	
나는 화장품 광고를 보면서 외모나 화장, 피부 상태 등에서 광고 모델과 나와의 차이를 느낀 적이 있다.	.864	
나는 광고를 보면서 나의 외모나 스타일에 불만을 느낀 적이 있다.	.807	
나는 광고를 보면서 나의 외모나 스타일에 불만을 느낀 적이 있다.	.780	
광고 모델의 매력적인 몸매와 비교하여 내 몸매는 그다지 매력적이지 않다.	.726	
주변 사람들과 비교하여 나는 그다지 매력적이지 않다.		.870
나는 주변 사람들보다 외모가 뒤떨어진다.		.866
나는 외모나 패션 스타일, 화장, 헤어스타일 등이 주변 사람들과 비교하여 불만스럽다.		.727
나는 주변 사람들이 나보다 잘생기고 예쁘다고 생각한다.		.633
합계	3.500	2.756
% 분산	38.893	30.617
% 누적	38.893	69.510
Cronbach's α	.902	.817
KMO=.859		
Bartlett's Test of Sphericity=2158.669 df=36 sig.=.000		

2) 자기효능감의 요인분석 및 신뢰도 분석

자기효능감의 전체 분산 설명력은 60.603%를 설명하고 있으며, [표 4-6]과 같다. 그리고 KMO 표준 적합도는 .913로 나타났으며, Bartlett 구형성 검정 결과 $\chi^2=1782.305$, $p<.001$ 로 나타나 요인분석이 적합한 것으로 나타났다. 또한 전체 요인 값이 모두 .712 이상을 보여 타당성이 보장되고 있는 것으로 나타났다. 신뢰도 분석 결과 Cronbach's α 가 .906로 나타나 높은 신뢰도가 있는 것으로 나타났다.

3) 뷰티관리 행동의 요인분석 및 신뢰도 분석

뷰티관리 행동은 척도 순화 과정을 통하여 총 6문항이 제거되었다. 최종적으로 분석한 결과는 [표 4-7]와 같으며, 뷰티관리 행동의 전체 분산 설명력은 55.422%를 설명하고 있다. 그리고 KMO 표준 적합도는 .808로 나타났으며, Bartlett 구형성 검정 결과 $\chi^2=2256.357$, $p<.001$ 로 나타나 요인분석이 적합한 것으로 나타났다. 또한 전체 요인 값이 모두 .608 이상을 보여 타당성이 보장이 되는 것으로 나타났다. 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 뷰티관리 행동의 하위 요인을 헤어, 메이크업, 체형관리 등으로 명명하였다. 이들 요인의 신뢰도 분석 결과 Cronbach's α 가 헤어 .824, 메이크업 .769, 체형관리 .764 으로 나타나 모든 요인에서 적정 신뢰도가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-6] 자기효능감의 요인분석 및 신뢰도

	요인 적재값
나는 다양한 종류의 어려운 일들을 잘할 수 있다고 확신한다.	.814
나는 일반적으로 내가 중요시하는 것을 얻을 능력이 있다고 생각한다.	.812
나는 어려움이 여러 번 닥쳐와도 그것을 성공적으로 극복할 수 있다.	.807
나는 어려운 일에 부딪혔을 때, 그 일을 극복할 수 있다고 확신한다.	.796
나는 다른 사람보다 대부분의 일을 더 잘할 수 있다.	.782
나는 상황이 좋지 않아도 무슨 일이든 매우 잘할 수 있다.	.776
나는 내가 결정한 일에 노력을 기울이면 무슨 일이든 성공할 수 있다고 믿는다.	.721
나는 내가 스스로 세운 목표 중 대부분을 달성할 수 있다.	.712
합계	4.848
% 분산	90.603
% 누적	60.603
Cronbach's α	.906
KMO=.913	
Bartlett's Test of Sphericity=1782.305 df=28 sig.=.000	

[표 4-7] 뷰티관리 행동의 요인분석 및 신뢰도

	헤어	메이크업	체형관리
머리 손질을 하기 위해 미용실에 자주 방문한다.	.725		
헤어 스타일링 제품인 무스, 왁스, 스프레이, 글레이즈 사용한다.	.712		
유행에 맞는 헤어스타일을 한다.	.704		
요즘 유행하는 연예인의 헤어스타일을 따라 한 적이 있다	.704		
머리 염색이나 퍼머 등을 하며 헤어스타일을 자주 바꾼다.	.694		
외출 시 메이크업은 못해도 머리는 꼭 만진다.	.654		
평상시 헤어드라이어, 매직기(고테기) 등을 이용하여 머리를 손질한다.	.608		
나에게 잘 어울리는 메이크업 스타일을 연출할 수 있다.		.754	
외출을 할 때엔 메이크업(파운데이션, 립스틱, 눈 메이크업)을 하는 편이다.		.754	
나는 눈썹을 정리하거나 그린다.		.713	
부분 메이크업(눈썹, 입술) 등을 하고 다닌다.		.665	
아이새도 볼 터치 등 다양한 색조 메이크업을 즐겨 한다		.630	
체형관리가 다른 뷰티관리 행동보다 중요하다.			.768
체형관리를 위해서 시간과 돈은 큰 상관이 없다.			.731
나는 체형관리에 관심이 많다.			.722
체형관리를 위해서 다이어트 식단으로 식사를 한다.			.709
합계	3.476	2.768	2.623
% 분산	21.725	17.302	16.395
% 누적	21.725	39.027	55.422
Cronbach's α	.824	.769	.764
KMO=.808			
Bartlett's Test of Sphericity=2256.357 df=120 sig.=.000			

제 4 절 상관관계 분석

상관관계분석(Correlation Analysis)은 변수들 간의 관련성 정도를 측정하며, 얼마나 많은 상관관계가 존재하는지 알아보는 분석 기법으로써, 가설검정에 앞서 각 변수들 간의 상관성과 변화의 방향, 정도를 측정하여 이를 파악하고자 하는 것으로(정은주, 2015), 두 개의 변수 간 선형 관계의 정도를 나타내는 상관계수는 -1에서 +1 사이의 값을 가지며 부호와 관계없이 상관계수 절댓값의 크기가 변수들 간 연관성의 정도를 판단하는 기준이 된다(이훈영, 2013). 상관계수가 0.2 미만이면 상관관계가 없는 상태를 뜻하며, 0.2 이상 0.4 미만은 보통 정도의 상관관계, 0.4 이상 0.7 미만은 높은 수준의 상관관계이며 0.7 이상이 되면 매우 높은 상관관계가 있다고 할 수 있다.

탐색적 요인분석과 신뢰도 분석 과정을 거쳐 타당성과 신뢰성이 검증된 측정변수들을 대상으로 한 기술 통계량을 살펴보면 [표 4-8]과 같으며, 표준편차는 .637 이상으로 나타났으며 평균값은 3.47 이상으로 모두 적정 수준으로 나타났다. 세부적인 내용으로는 루키즘에서는 유사 비교 3.56, 상향 비교 2.71 순으로 나타났으며, 그리고 자기효능감 3.75으로 나타났다. 뷰티관리 행동에서는 헤어 3.87, 체형관리 3.55, 메이크업 3.02 순으로 나타났다.

본 논문에서는 루키즘과 자기효능감 그리고 여성의 뷰티관리 행동 간의 관계를 검증하기 위해 각 변수들에 대한 상관분석을 실시하였다.

먼저, 루키즘의 하위 요인인 유사 비교는 동일 변수의 상향 비교와 양의 상관관계가 존재하였으며($r=.525, p<.001$), 또한 자기효능감과도 양의 상관관계가 존재하였다($r=.333, p<.001$). 그리고 뷰티관리 행동의 하위 요인인 헤어($r=.244, p<.001$)와 메이크업($r=.213, p<.001$), 체형관리($r=.201, p<.001$)도 양의 상관관계는 존재하였으며, 루키즘의 하위 요인인 상향 비교는 자기효능감과도 양의 상관관계가 존재하였으며($r=.269, p<.001$), 뷰티관리 행동의 하위 요인인 헤어($r=.259, p<.001$)와 메이크업($r=.271, p<.001$), 체형관리($r=.221, p<.001$)와도 양의 상관관계는 존재하였다.

자기효능감은 뷰티관리 행동의 하위 요인인 헤어($r=.282, p<.001$)와 메이

크업($r=.209$, $p<.001$), 체형관리($r=.277$, $p<.001$)와 양의 상관관계는 존재하고, 뷰티관리 행동의 하위 요인인 헤어는 메이크업($r=.236$, $p<.001$), 체형관리($r=.505$, $p<.001$)와 양의 상관관계는 존재하였으며, 또한 메이크업도 체형관리와 양의 상관관계 존재하는 것으로 나타났다($r=.243$, $p<.001$).

루키즘과 자기효능감 및 뷰티관리 행동 간의 상관관계는 최대 $r=.525$ 로 변수들 간의 독립성은 우려할 수준이 아닌 것으로 관측되었다.

[표 4-8] 루키즘, 자기효능감, 뷰티관리 행동 간의 상관분석

		루키즘		자기 효능감	뷰티관리 행동		
		유사 비교	상향 비교		헤어	메이크업	체형관리
루키즘	유사 비교	1					
	상향 비교	.525***	1				
자기효능감		.333***	.269***	1			
뷰티 관리 행동	헤어	.244***	.259***	.282***	1		
	메이크업	.213***	.271***	.209***	.236***	1	
	체형관리	.201***	.221***	.277***	.505***	.243***	1
평균		3.56	2.71	3.75	3.87	3.02	3.55
표준편차		.751	.992	.637	.704	.918	.756

***: $p<.001$

제 5 절 인구통계학적 특성에 따른 변수들의 차이 분석

인구통계학적 특성에 따른 루키즘과 자기효능감, 뷰티관리 행동의 정도에 차이가 존재하는지를 알아보기 위하여 결혼 여부에 따른 차이는 독립 표본 t 검정(t-test)을 실시하였고, 연령 및 최종학력, 직업 그리고 월평균 소득에 따른 차이는 일원 배치 분산분석(One way ANOVA)의 방법으로 분석하였다.

1) 루키즘과 자기효능감에 영향을 주는 요인 분석

가) 결혼 여부

결혼 여부에 따른 루키즘과 자기효능감의 정도에 차이가 존재하는지를 검정한 결과는 [표 4-9]와 같다. 그 결과 루키즘의 하위 요인인 유사 비교에서 결혼 여부에 따라 차이가 존재하였다($t=6.285$, $p<.05$). 분석 결과, 기혼 그룹이 미혼 그룹에 비해 유사 비교를 높게 인지하는 것으로 나타났다. 이는 기혼자가 사회적 비교 과정을 통해 자신의 이미지를 조정하거나, 타인과의 비교를 통해 자기 관리의 필요성을 인식할 가능성이 크기 때문일 수 있다.

[표 4-9] 결혼 여부에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이

			N	M	S.D	<i>t</i>	<i>p</i>
루키즘	유사 비교	미혼	171	3.36	.854	6.285*	.013
		기혼	237	3.58	.725		
	상향 비교	미혼	171	2.73	.973	.486	.486
		기혼	237	2.72	1.009		
자기효능감			미혼	171	3.55	2.071	.151
			기혼	237	3.79		

*: $p<.05$

M: Mean, SD: Standard Deviation

나) 연령

연령에 따른 루키즘과 자기효능감의 정도에 차이가 존재하는지 검정한 결과는 [표 4-10]과 같다. 그 결과 루키즘의 하위 요인인 유사 비교($F=9.436$, $p<.001$)와 상향 비교($F=3.072$, $p<.05$)에서 연령에 따라 차이가 존재하였으며, 자기효능감도 차이가 존재하였다($F=6.098$, $p<.001$). 분석 결과, 유사 비교는 30대 그룹, 50대 이상 그룹, 20대 이하 그룹 순으로 높게 인지하는 것으로 나타났다. 30대와 50대 이상 그룹이 20대 이하 그룹보다 더 높은 인식을 보이는 것은 중년층으로 갈수록 자신의 이미지 유지와 사회적 역할을 중시하는 경향이 커질 수 있음을 시사한다. 상향 비교는 30대 그룹이 20대 이하 및 50대 이상 그룹에 비하여 높은 인식을 보였으며 이는 직업적 경쟁과 자기개발에 대한 관심이 높은 시기적 특성과 관련될 가능성이 있다. 자기효능감 또한은 20대 이하 그룹보다 30대 및 40대 그룹이 높게 인지하는 것으로 나타나며 이는 안정적인 사회적 지위와 경험 축적이 자기효능감 형성에 기여했을 가능성을 보여준다. 위와 같은 결과로 연령에 의한 루키즘과 자기효능감의 차이는 나타나며, 30대 그룹이 루키즘과 자기효능감을 높게 인지하는 것을 확인할 수 있다.

다) 최종학력

최종학력에 따른 루키즘과 자기효능감의 정도에 차이가 존재하는지 검정한 결과는 [표 4-11]과 같다. 그 결과 루키즘의 하위 요인인 유사 비교($F=3.244$, $p<.05$)와 상향 비교($F=4.239$, $p<.01$)에서 최종학력에 따라 차이가 존재하였다. 분석 결과, 모든 하위 요인에서 2년제 대학교 재학/졸업과 4년제 대학교 재학/졸업, 대학원 재학(수료/졸업) 그룹이 고등학교 졸업 이하 그룹에 비해서 높게 인지하는 것을 나타냈으며, 학력이 높을수록 유사 비교와 상향 비교의 수준이 높게 나타났다. 이는 고학력자가 더 전문적인 이미지나 성공적인 사회적 위치를 지향하며, 이를 통해 자신을 비교하고 동기화하려는 경

향이 있음을 보여준다.

[표 4-10] 연령에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이

		N	M	S.D	F	p
루키즘	유사 비교	20대 이하	118	3.21a	9.436***	.000
		30대	58	3.75c		
		40대	127	3.65bc		
		50대 이상	105	3.44b		
	상향 비교	20대 이하	118	2.68a	3.072*	.028
		30대	58	3.02b		
		40대	127	2.78ab		
		50대 이상	105	2.55a		
	자기효능감	20대 이하	118	3.50a	6.098***	.000
		30대	58	3.81b		
		40대	127	3.82b		
		50대 이상	105	3.67ab		

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

M: Mean, SD: Standard Deviation, Duncan.: a < b < c

[표 4-11] 최종학력에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이

		N	M	S.D	F	p
루키즘	유사 비교	고등학교 졸업 이하	106	3.28a	3.244*	.022
		2년제 대학교 재학/졸업	128	3.55b		
		4년제 대학교 재학/졸업	124	3.56b		
		대학원 재학(수료/졸업)	50	3.57b		
	상향 비교	고등학교 졸업 이하	106	2.44a	4.239**	.006
		2년제 대학교 재학/졸업	128	2.88b		
		4년제 대학교 재학/졸업	124	2.78b		
		대학원 재학(수료/졸업)	50	2.79b		
	자기효능감	고등학교 졸업 이하	106	3.62	2.418	.066
		2년제 대학교 재학/졸업	128	3.73		
		4년제 대학교 재학/졸업	124	3.62		
		대학원 재학(수료/졸업)	50	3.88		

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

M: Mean, SD: Standard Deviation, Duncan.: a < b

라) 직업

직업에 따른 루키즘과 자기효능감의 정도에 차이가 존재하는지 검정한 결과는 [표 4-12]와 같다. 그 결과 루키즘의 하위 요인인 유사 비교에서 직업에 따라 차이가 존재하였으며($F=3.162$, $p<.01$), 또한 자기효능감과도 차이 존재하였다($F=3.212$, $p<.01$). 분석 결과, 유사 비교는 전문직 및 자영업 그룹이 학생 그룹에 비해 높게 인지하고 있으며, 이는 직업적 성공을 위해 외적 이미지가 중요한 직군의 특성을 반영함을 시사한다. 자기효능감은 전문직 및 자영업 그룹이 학생 및 기타 그룹에 비해서 높게 인지하는 것으로 나타나며, 이는 자신의 업무 능력에 대한 확신과 책임감이 자기효능감을 강화한 결과로 볼 수 있다.

[표 4-12] 직업에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이

		N	M	S.D	F	p
루키즘	유사 비교	학생	82	3.25a	3.162**	.008
		회사원	56	3.48ab		
		서비스업	58	3.49ab		
		전문직	58	3.61b		
		자영업	74	3.71b		
		기타	80	3.43ab		
	상향 비교	학생	82	2.75	1.159	.329
		회사원	56	2.48		
		서비스업	58	2.86		
		전문직	58	2.85		
		자영업	74	2.80		
		기타	80	2.65		
자기효능감		학생	82	3.54a	3.212**	.007
		회사원	56	3.73ab		
		서비스업	58	3.65ab		
		전문직	58	3.89b		
		자영업	74	3.82b		
		기타	80	3.57a		

**: $p<.01$

M: Mean, SD: Standard Deviation, Duncan.: a<b

마) 월평균 소득

월평균 소득에 따른 루키즘과 자기효능감의 정도에 차이가 존재하는지 검정한 결과는 [표 4-13]과 같다. 그 결과 루키즘의 하위 요인인 유사 비교에서 월평균 소득에 따라 차이가 존재하였으며($F=6.312$, $p<.001$), 또한 자기효능감과도 차이가 존재하였다($F=3.939$, $p<.01$). 분석 결과, 유사 비교와 자기효능감은 100~300만원 미만 및 300~500만원 미만, 500만원 이상 그룹이 100만원 미만 그룹에 비해서 높게 인지하는 것으로 나타났다. 위의 결과 소득에 의한 차이는 유사비교와 자기효능감에서 차이가 존재 하는 것을 확인할 수 있다. 이는 경제적 여유가 자기 관리와 이미지 개선에 대한 긍정적 태도를 강화하고, 자신에 대한 신뢰감을 증대시킬 수 있음을 시사한다.

[표 4-13] 월평균 소득에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이

		N	M	S.D	F	p
루키즘	유사 비교	100만원 미만	98	3.20a	6.312***	.000
		100~300만원 미만	147	3.56b		
		300~500만원 미만	80	3.50b		
		500만원 이상	83	3.67b		
	상향 비교	100만원 미만	98	2.75	.087	.967
		100~300만원 미만	147	2.74		
		300~500만원 미만	80	2.68		
		500만원 이상	83	2.72		
자기효능감		100만원 미만	98	3.50a	3.939**	.009
		100~300만원 미만	147	3.71b		
		300~500만원 미만	80	3.78b		
		500만원 이상	83	3.79b		

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

M: Mean, SD: Standard Deviation, Duncan.: a<b

2) 뷰티관리 행동에 영향을 주는 요인 분석

가) 결혼 여부

결혼 여부에 따른 뷰티관리 행동의 정도에 차이가 존재하는지를 검정한 결과는 [표 4-14]와 같다. 그 결과 체형관리는 기혼 그룹이 미혼 그룹에 비해서 높게 인지하는 것으로 나타났다($t=10.852$, $p<.001$). 이러한 차이는 결혼 여부가 개인의 생활 방식과 사회적 역할에 미치는 영향을 반영하는 것으로 보인다. 기혼자는 자녀 양육과 가정생활 속에서 체력과 건강이 중요한 요소로 작용하며, 이는 체형 관리의 중요성에 대한 인식을 높이는 요인으로 작용했을 가능성이 있으며, 미혼자는 개인적인 관심사나 다른 활동에 초점을 맞추는 경우로 인해 체형 관리에 대한 인식 수준과 필요성을 덜 느끼기 때문일 가능성이 있다. 이 결과는 결혼 여부가 체형 관리 행동에 영향을 미치는 중요한 변수가 될 수 있음을 보여 준다.

[표 4-14] 결혼 여부에 따른 뷰티관리 행동의 차이

			N	M	S.D	<i>t</i>	<i>p</i>
뷰티 관리행동	헤어	미혼	171	2.95	.803	.064	.801
		기혼	237	2.92	.786		
	메이크업	미혼	171	3.77	.790	.158	.691
		기혼	237	3.57	.756		
	체형관리	미혼	171	3.33	.665	10.852**	.001
		기혼	237	3.57	.803		

**: $p<.01$

M: Mean, SD: Standard Deviation

나) 연령

연령에 따른 뷰티관리 행동의 정도에 차이가 존재하는지 검정한 결과는 [표 4-15]와 같다. 그 결과 연령에 따라 체형 관리에 유의미한 차이가 나타났으며, ($F=8.370$, $p<.001$). 분석 결과, 50대 이상 그룹이 다른 연령대에 비해 체형관리의 중요성을 더 높게 인식하는 것으로 확인되었다. 반면, 헤어와 메이크업 관리는 연령대 간 차이가 나타나지 않았다. 이러한 결과는 연령대에 따라 체형 관리에 대한 요구와 관심사가 달라지는 점을 반영한 것으로 볼 수 있다. 이는 50대 이상 연령대는 신체적 노화와 건강 유지에 대한 관심이 증가하는 시기로, 체형 관리가 단순한 외적 관리 차원을 넘어 건강 유지와 직접적으로 연관될 수 있다. 위의 결과로 헤어, 메이크업은 연령에 따른 차이가 존재하지 않았으며 체형관리는 연령에 따른 차이가 존재함을 확인할 수 있다.

[표 4-15] 연령에 따른 뷰티관리 행동의 차이

		N	M	S.D	F	p
뷰티 관리행동	헤어	20대 이하	118	2.98	.326	.806
		30대	58	2.86		
		40대	127	2.94		
		50대 이상	105	2.91		
	메이크업	20대 이하	118	3.79	2.273	.080
		30대	58	3.65		
		40대	127	3.54		
		50대 이상	105	3.64		
	체형관리	20대 이하	118	3.28a	8.370***	.000
		30대	58	3.36a		
		40대	127	3.45a		
		50대 이상	105	3.76b		

***: $p<.001$

M: Mean, SD: Standard Deviation, Duncan.: a<b

다) 최종학력

최종학력에 따른 뷰티관리 행동의 정도에 차이가 존재하는지 검정한 결과는 [표 4-16]과 같다. 그 결과 헤어에서 최종학력에 따라 차이가 존재하였다 ($F=3.405$, $p<.05$). 분석 결과, 헤어는 2년제 대학교 재학/졸업 및 대학원 재학(수료/졸업) 그룹이 고등학교 졸업 이하 그룹에 비해서 높게 인지하는 것으로 나타났다. 반면, 메이크업과 체형관리에서는 학력에 따른 차이가 나타나지 않았다. 이러한 결과는 학력 수준이 개인의 뷰티 관리 행동, 특히 헤어관리에 영향을 미칠 수 있음을 보여준다.

[표 4-16] 최종학력에 따른 뷰티관리 행동의 차이

		N	M	S.D	F	p
뷰티 관리 행동	헤어	고등학교 졸업 이하	106	2.79a	3.405*	.018
		2년제 대학교 재학/졸업	128	3.08b		
		4년제 대학교 재학/졸업	124	2.86ab		
		대학원 재학(수료/졸업)	50	3.04b		
	메이크업	고등학교 졸업 이하	106	3.63	.382	.766
		2년제 대학교 재학/졸업	128	3.67		
		4년제 대학교 재학/졸업	124	3.62		
		대학원 재학(수료/졸업)	50	3.75		
	체형관리	고등학교 졸업 이하	106	3.59	1.754	.156
		2년제 대학교 재학/졸업	128	3.49		
		4년제 대학교 재학/졸업	124	3.36		
		대학원 재학(수료/졸업)	50	3.44		

*: $p<.05$

M: Mean, SD: Standard Deviation, Duncan.: a<b

라) 직업

직업에 따른 뷰티관리 행동의 정도에 차이가 존재하는지 검정한 결과는 [표 4-17]과 같다. 그 결과 헤어($F=5.681$, $p<.001$)와 메이크업($F=7.031$, $p<.001$) 및 체형관리($F=2.619$, $p<.05$)에서 직업에 따라 차이가 존재하였다. 분석 결과, 헤어는 서비스업 및 전문직 그룹이 기타 그룹에 비해 높게 인지하는 것으로 나타났다. 이는 서비스업 및 전문직 종사자들은 외모가 업무 성과와 신뢰도에 영향을 미칠 수 있는 환경에 놓여 있는 경우가 많고 직업군의 특성상 대면 활동과 전문적인 이미지를 유지해야 하는 경우가 많아 헤어관리의 중요성을 더 크게 인식 할 수 있다. 메이크업은 학생 및 서비스업 그룹이 기타 그룹에 비해 높게 인지하는 것으로 나타났는데 학생 그룹이 높은 인식을 보인 이유는 사회진출과 새로운 대인관계 형성을 위한 외적 이미지에 더 신경을 쓸 가능성이 높기 때문으로 해석할 수 있으며, 서비스업 종사자는 고객을 직접 대면하는 업무가 주를 이루기 때문에, 긍정적이고 신뢰감을 주는 이미지를 유지하기 위해 메이크업 관리의 필요성을 강하게 느낄 수 있다.

체형관리는 회사원 및 전문직, 자영업 그룹이 학생 그룹에 비해서 높게 인지하는 것으로 나타났다. 이는 성인 직업군이 업무 스트레스와 건강 문제에 민감하게 반응하고, 체형 관리가 건강 유지 및 자신감 향상의 중요한 요소로 인식되기 때문일 수 있다. 특히, 자영업과 전문직은 자기 관리가 비즈니스 성공이나 고객 신뢰와 직결되는 경우가 많아 체형 관리에 대한 관심이 높게 나타날 가능성이 있다. 이러한 결과는 직업이 요구하는 역할과 환경적 요인에 따라 뷰티 관리 행동에 대한 인식이 달라질 수 있음을 보여준다. 특히, 외적 이미지가 직무 성과와 직접적으로 연관되는 직업군에서 뷰티 관리 행동의 중요성이 더 크게 나타나는 경향을 확인할 수 있다. 이는 직업적 특성에 따라 뷰티 관리 서비스 설계의 필요성을 시사한다.

[표 4-17] 직업에 따른 뷰티관리 행동의 차이

		N	M	S.D	F	p
뷰티 관리행동	헤어	학생	82	2.99bc	5.681***	.000
		회사원	56	2.80ab		
		서비스업	58	3.17c		
		전문직	58	3.17c		
		자영업	74	2.95bc		
		기타	80	2.60a		
	메이크업	학생	82	3.92c	7.031***	.000
		회사원	56	3.67bc		
		서비스업	58	3.85c		
		전문직	58	3.73bc		
		자영업	74	3.53ab		
		기타	80	3.30a		
	체형관리	학생	82	3.26a	2.619*	.024
		회사원	56	3.61b		
		서비스업	58	3.38ab		
		전문직	58	3.60b		
		자영업	74	3.59b		
		기타	80	3.44ab		

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

M: Mean, SD: Standard Deviation, Duncan.: a < b < c

마) 월평균 소득

월평균 소득에 따른 뷰티관리 행동의 정도에 차이가 존재하는지 검정한 결과는 [표 4-18]과 같다. 그 결과 체형관리는 월평균 소득에 따라 차이가 존재하였다($F=8.434$, $p < .001$). 분석 결과, 체형관리는 500만원 이상 그룹, 100~300만원 미만 그룹, 100만원 미만 그룹 순으로 높게 인지하는 것으로 나타났다. 연구 결과, 월평균 소득에 따라 뷰티 관리 행동 중 체형 관리에서 유의미한 차이가 나타난 반면, 헤어관리와 메이크업 관리에서는 차이가 나타나지 않았다. 이러한 결과는 소득 수준에 따른 경제적 여건과 관리 유형의 특

성이 상호작용한 결과로 해석할 수 있다. 체형관리는 전반적으로 고비용의 장기적인 관리가 필요한 경우가 많아, 소득 수준이 높은 집단일수록 이에 대한 접근성과 투자 여력이 크다. 500만 원 이상의 소득 집단이 체형 관리에 높은 인식을 보인 이유는 이들이 비용 부담 없이 다양한 체형 관리 서비스를 활용할 가능성이 높기 때문이며, 이러한 집단은 사회적 지위와 외적 이미지에 대한 요구가 상대적으로 클 수 있다. 반면, 헤어관리와 메이크업 관리는 소득 수준과 무관하게 모든 계층에서 비교적 균등하게 이루어지는 일상적인 관리 유형으로 보인다. 이는 헤어와 메이크업 관리가 다른 뷰티 관리 행동에 비해 상대적으로 저비용이며, 대중적으로 접근하기 쉬운 특성을 가지고 있기 때문일 가능성이 높다. 이 결과는 소득 수준이 뷰티 관리 행동, 특히 체형 관리에 있어 중요한 요인임을 시사하며, 체형 관리는 비용 부담이 크기 때문에 고소득층에서 더 높게 인지되는 경향이 있으며, 헤어관리와 메이크업 관리는 특정 소득 계층에 국한되지 않고, 누구나 쉽게 접근할 수 있는 관리 형태로 자리 잡고 있음을 확인할 수 있다.

[표 4-18] 월평균 소득에 따른 뷰티관리 행동의 차이

		N	M	S.D	F	p
외모 관리 행동	헤어	100만원 미만	98	2.87	.273	.845
		100~300만원 미만	147	2.95		
		300~500만원 미만	80	2.97		
		500만원 이상	83	2.94		
	메이크업	100만원 미만	98	3.70	.686	.561
		100~300만원 미만	147	3.60		
		300~500만원 미만	80	3.63		
		500만원 이상	83	3.73		
	체형관리	100만원 미만	98	3.26a	8.434***	.000
		100~300만원 미만	147	3.48b		
		300~500만원 미만	80	3.37ab		
		500만원 이상	83	3.79c		

***: $p < .001$

M: Mean, SD: Standard Deviation, Duncan.: a<b<c

3) 변수에 영향을 미치는 인구통계학적 특성 분석 결과

가) 루키즘과 자기효능감에 영향을 주는 인구통계학적 특성

인구통계학적 특성에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이가 통계적으로 유의미한지를 검증한 결과는 [표 4-19]과 같다.

[표 4-19] 인구통계학적 특성에 따른 루키즘과 자기효능감의 차이 분석

유사 비교	결혼 여부	기혼 > 미혼 ($p<.01$)
	연령	30대 > 50대 이상 > 20대 이하 ($p<.001$)
	최종 학력	2년제 대학교 재학/졸업, 4년제 대학교 재학/졸업, 대학원 재학(수료/졸업) > 고등학교 졸업 이하 ($p<.05$)
	직업	전문직, 자영업 > 학생 ($p<.01$)
	월평균 소득	100~300만원 미만, 300~500만원 미만, 500만원 이상 > 100만원 미만 ($p<.001$)
상향 비교	결혼 여부	통계적 유의성 없음 ($p=.486$)
	연령	30대 > 20대 이하, 50대 이상 ($p<.05$)
	최종 학력	2년제 대학교 재학/졸업, 4년제 대학교 재학/졸업, 대학원 재학(수료/졸업) > 고등학교 졸업 이하 ($p<.01$)
	직업	통계적 유의성 없음 ($p=.329$)
	월평균 소득	통계적 유의성 없음 ($p=.967$)
자기 효능감	결혼 여부	통계적 유의성 없음 ($p=.151$)
	연령	30대, 40대 > 20대 이하 ($p<.001$)
	최종 학력	통계적 유의성 없음 ($p=.066$)
	직업	전문직, 자영업 > 학생, 기타 ($p<.01$)
	월평균 소득	100~300만원 미만, 300~500만원 미만, 500만원 이상 > 100만원 미만 ($p<.01$)

나) 뷰티관리 행동에 영향을 주는 인구통계학적 특성

인구통계학적 특성에 따른 뷰티관리 행동의 차이가 통계적으로 유의미한지를 검증한 결과는 [표 4-20]과 같다.

[표 4-20] 인구통계학적 특성에 따른 뷰티관리 행동의 차이 분석

헤어	결혼 여부	통계적 유의성 없음 ($p=.801$)
	연령	통계적 유의성 없음 ($p=.806$)
	최종학력	2년제 대학교 재학/졸업, 대학원 재학(수료/졸업) > 고등학교 졸업 이하 ($p<.05$)
	직업	서비스업, 전문직 > 기타 ($p<.001$)
	월평균 소득	통계적 유의성 없음 ($p=.845$)
메이크업	결혼 여부	통계적 유의성 없음 ($p=.691$)
	연령	통계적 유의성 없음 ($p=.080$)
	최종학력	통계적 유의성 없음 ($p=.766$)
	직업	학생, 서비스업 > 기타 ($p<.001$)
	월평균 소득	통계적 유의성 없음 ($p=.561$)
체형관리	결혼 여부	기혼 > 미혼 ($p<.01$)
	연령	50대 이상 > 20대 이하, 30대, 40대 ($p<.001$)
	최종학력	통계적 유의성 없음 ($p=.156$)
	직업	회사원, 전문직, 자영업 > 학생 ($p<.05$)
	월평균 소득	500만원 이상 > 100~300만원 미만 > 100만원 미만 ($p<.001$)

제 6 절 가설의 검증

루키즘이 여성의 뷰티관리 행동과 자기효능감에 미치는 영향 관계에 대하여 회귀분석(Regression analysis)을 통해 검증하고자 한다.

1) 직접 효과

가) 루키즘이 자기효능감에 미치는 영향

루키즘을 독립변수로 하고, 자기효능감을 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였고 결과는 [표 4-21]와 같다. 회귀 모형을 분석하면 루키즘의 회귀 모형은 $F=223.284(p<.001)$, Durbin-Watson 값은 2.006으로 2에 가까우며, 0 또는 4에 가깝지 않아 잔차들 간에 상관관계가 없다. 이에 회귀 모형이 적합하다고 해석할 수 있으며, 또한 종속변수인 자기효능감을 26.9%로 설명하고 있다.

분석 결과, 루키즘은 자기효능감에 정(+)의 영향이 미치는 것으로 나타났다($\beta = .262, p<.001$). 따라서 가설 1은 채택되었다.

[표 4-21] 루키즘과 자기효능감의 회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	표준오차	β		
(상수)	3.092	.141		21.878***	.000
루키즘	.214	.044	.262	4.825***	.000
$F=223.284(p<.001)$, Durbin-Watson=2.006, $R^2=.269$					

***: $p<.001$

종속변수 : 자기효능감

루키즘의 하위 요인인 유사 비교와 자기효능감 간의 영향 관계를 분석하였으며, 유사 비교의 회귀모형은 $F=339.515(p<.001)$, Durbin-Watson은 1.982로 나타나 잔차들 간의 상관관계가 없기 때문에 회귀 모형은 적합하다고 해석할 수 있으며, [표 4-22]와 같다. 또한 종속변수인 자기효능감을 31.1% 설명하고 있다. 분석 결과, 루키즘의 하위 요인인 유사 비교는 자기효능감에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .333, p<.001$). 따라서 가설 1-1은 채택되었다.

[표 4-22] 루키즘의 유사 비교와 자기효능감의 회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	표준오차	β		
(상수)	2.747	.164		16.790***	.000
유사 비교	.283	.045	.333	6.286***	.000
$F=339.515(p<.001)$, Durbin-Watson=1.982, $R^2=.311$					

***: $p<.001$

종속변수 : 자기효능감

루키즘의 하위 요인인 상향 비교와 자기효능감 간의 영향 관계를 분석하였고 결과는 [표 4-23]와 같다. 상향 비교의 회귀모형은 $F=129.270(p<.001)$, Durbin-Watson은 2.045로 잔차들 간에 상관관계가 없기에 회귀 모형은 적합하다고 해석할 수 있고, 또한 종속변수인 자기효능감을 22.8% 설명하고 있다. 분석 결과, 루키즘의 하위 요인인 상향 비교는 자기효능감에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .269, p<.001$). 따라서 가설 1-2는 채택되었다.

[표 4-23] 루키즘의 상향 비교와 자기효능감의 회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	표준오차	β		
(상수)	3.459	.103		33.601***	.000
상향 비교	.103	.036	.269	5.045***	.000
$F=129.270(p<.001)$, Durbin-Watson=2.045, $R^2=.228$					

***: $p<.001$

종속변수 : 자기효능감

루키즘이 자기효능감에 미치는 영향을 검증한 결과는 [표 4-24]와 같이 검증된 결과는 다음과 같다.

[표 4-24] 루키즘이 자기효능감에 미치는 영향에 대한 검증 결과

연구가설		지지 여부
가설 1	루키즘은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-1	유사 비교는 자기효능감에 정(+) 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-2	상향 비교는 자기효능감에 정(+) 영향을 미칠 것이다.	채택

[표 4-24] 의 결과로 루키즘, 루키즘의 하위요인 유사 비교, 상향 비교는 자기효능감에 영향을 미치는 것을 확인하였다. 여성들의 외모에 대한 인식은 자기효능감에 작용을 하며 이는 외모에 대한 만족도가 높을수록 개인의 삶과 사회생활에서 긍정적인 영향을 미치는 것을 나타낸다. 이와 같은 결과는 루키

증, 외모만족, 자기효능감의 영향관계를 연구한 선행연구 김의철, 박영신(1999), 장미선, 이정연(2003), 이경희(2012), 임성연(2012), 김혜선(2017), 정호민(2021), 임태연(2023), 황정옥(2023), 배해경(2024), 강남(2024)님의 연구결과와 일치하며 본 연구 결과를 입증 하였다.

나) 자기효능감이 여성의 뷰티관리 행동에 미치는 영향

[표 4-25]와 같이 자기효능감을 독립변수로 하고, 뷰티관리 행동을 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다.

회귀 모형을 분석하면 자기효능감의 회귀 모형은 $F=122.860(p<.001)$, Durbin-Watson 값은 1.855로 2에 가까우며, 0 또는 4에 가깝지 않기에 잔차들 간의 상관관계가 없다. 따라서 회귀 모형은 적합하다고 해석할 수 있다. 또한 종속변수인 뷰티관리 행동을 26.7% 설명하고 있다.

분석 결과, 자기효능감은 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향이 미치는 것으로 나타났다($\beta = .260, p<.001$). 따라서 가설 2는 채택되었다.

[표 4-25] 자기효능감과 뷰티관리 행동의 회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	표준오차	β		
(상수)	2.640	.185		14.241***	.000
자기효능감	.233	.049	.260	4.781***	.000
$F=122.860(p<.001)$, Durbin-Watson=1.855, $R^2=.267$					

***: $p<.001$

종속변수 : 뷰티관리 행동

본 연구 결과는 자기효능감은 여성의 뷰티관리 행동과 유의한 관계가 있으며 자기효능감의 인식이 높을수록 뷰티관리 행동도 더 높아진다는 것을 도출하였다. 자기효능감, 뷰티관리 행동, 외모관리 행동의 영향에 대한 선행연구 이승희, 박길순(2011), 손가빈(2018), 박은희, 조현주(2012), 정호민(2021), 김승아, 임천수, 이지용(2023), 강남(2024), 김주령(2024)님의 연구결과와 일치하여 본 연구결과를 입증하였다.

다) 루키즘이 여성의 뷰티관리 행동에 미치는 영향

[표 4-26]와 같이 루키즘을 독립변수로 하고, 뷰티관리 행동을 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다.

회귀 모형을 분석하면 루키즘의 회귀 모형은 $F=223.311(p<.001)$, Durbin-Watson 값은 1.873으로 2에 가깝고 0 또는 4에 가깝지 않아 잔차들 간에 상관관계는 없다. 따라서 회귀 모형이 적합하다고 해석할 수 있다. 또한 종속변수인 뷰티관리 행동을 30.1% 설명하고 있다. 분석 결과, 루키즘은 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .331$, $p<.001$). 따라서 가설 3는 채택되었다.

[표 4-26] 루키즘과 뷰티관리 행동의 회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	표준오차	β		
(상수)	3.443	.131		26.240***	.000
루키즘	.023	.041	.331	8.558***	.000

$F=223.311(p<.001)$, Durbin-Watson=1.873, $R^2=.301$

***: $p<.001$

종속변수 : 뷰티관리 행동

[표 4-27]와 같이 루키즘의 하위 요인인 유사 비교와 뷰티관리 행동 간의 영향 관계를 분석하면, 유사 비교의 회귀 모형은 $F=115.259(p<.001)$, Durbin-Watson은 1.862로 잔차들 간의 상관관계가 없기에 회귀 모형은 적합하다고 해석할 수 있고, 종속변수인 뷰티관리 행동을 24.6% 설명하고 있다. 분석 결과, 루키즘의 하위 요인인 유사 비교는 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .215, p<.001$). 따라서 가설 3-1은 채택되었다.

[표 4-27] 루키즘의 유사 비교와 뷰티관리행동의 회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	표준오차	β		
(상수)	2.933	.152		19.305***	.000
유사 비교	.163	.042	.215	3.906***	.000
$F=115.259(p<.001)$, Durbin-Watson=1.862, $R^2=.246$					

***: $p<.001$

종속변수 : 뷰티관리 행동

[표 4-28]는 루키즘의 하위 요인인 상향 비교와 뷰티관리 행동 간의 영향 관계를 분석한 결과 이다. 상향 비교의 회귀 모형은 $F=112.334(p<.001)$, Durbin-Watson은 1.702로 잔차들 간의 상관관계가 없기 때문에 회귀 모형이 적합하다 해석할 수 있고, 또한 종속변수인 뷰티관리 행동을 30.7% 설명하고 있다. 분석 결과, 루키즘의 하위 요인인 상향 비교는 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .286, p<.001$). 따라서 가설 3-2는 채택되었다.

[표 4-28] 루키즘의 상향 비교와 뷰티관리 행동의 회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	표준오차	β		
(상수)	3.648	.093		39.106***	.000
상향 비교	.149	.032	.286	5.528***	.000
$F=112.334(p<.001)$, Durbin-Watson=1.702, $R^2=.307$					

***: $p<.001$

종속변수 : 뷰티관리 행동

루키즘이 여성의 뷰티관리 행동에 미치는 영향을 검증한 결과는 [표 4-29]와 같으며, 검증된 결과는 다음과 같다.

[표 4-29] 여성의 루키즘이 뷰티관리 행동에 미치는 영향에 대한 검증 결과

연구가설			지지 여부
가설 3	루키즘은 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.		채택
가설 3-1	유사 비교는 여성의 뷰티관리 행동에 정(+) 영향을 미칠 것이다.		채택
가설 3-2	상향 비교는 여성의 뷰티관리 행동에 정(+) 영향을 미칠 것이다.		채택

[표 4-29]의 본 연구결과는 루키즘의 인식이 높을 수 록 여성의 뷰티관리 행동이 높아짐을 나타내며 루키즘, 뷰티관리, 외모관리, 외모만족도, 사회적 미의기준 등의 영향을 연구하여 루키즘과 여성의 뷰티관리 행동이 영향을 확인한 선행연구 신현옥(2008), 김연아, 김경희(2016), 최아영, 김정원(2019), 정호

민(2021), 정유림(2022), 민자영, 장성호(2023), 강남(2024)님의 연구결과와 일치하여 본 연구결과를 입증하였다.

2) 매개효과

루키즘과 여성의 뷰티관리 행동 간의 관계에서 자기효능감의 매개효과와 관계여부를 살펴보기 위해 Baron과 Kenny(1986)의 3단계 절차에 따른 위계적 회귀분석을 실시하였으며, 어떤 변인이 매개변인이 되기 위한 다음의 조건이 충족되어야 한다.

첫째, 회귀방정식에서 독립변인과 가정된 매개 변인은 유의한 영향을 미쳐야 한다. 둘째, 독립변인과 종속변인은 유의한 영향을 미쳐야 한다. 셋째, 매개변인은 회귀방정식에서 종속변인의 분산을 설명할 수 있어야 하며, 회귀분석에서는 매개변인을 추가할 때 예측 변인의 β 계수가 유의미 수준에서 무의미 수준으로 떨어지는 경우에 완전 매개(full mediating), β 계수가 감소하는 하나 무의미 수준으로 떨어 지지 않을 경우에는 부분 매개(partial mediating) 관계는 성립된다(송지준, 2013).

루키즘과 여성의 뷰티관리 행동 간의 관계에서 자기효능감의 매개효과 검증 위해 3단계의 회귀분석을 실시하였다 그 결과 1단계에서는 루키즘이 자기효능감에 정(+)의 영향을 미치고($\beta = .262, p < .001$), 2단계에서는 루키즘이 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향이 미치고 있다($\beta = .331, p < .001$). 또한 매개효과 검증 위한 3단계에서는 독립변인 루키즘($\beta = .239, p < .001$), 매개변인 자기효능감($\beta = .270, p < .001$)은 통계적으로 유의한 값이 나타나고 있다. 유의 수준의 가늠을 할 수 있는 p 값은 1, 2, 3단계에서 모두 유의미한 결과를 보여주고 있으며, 또한 2단계에서의 독립변인인 루키즘의 회귀계수 값($\beta = .331, p < .001$)이 3단계에서의 독립변인인 루키즘의 회귀계수 값($\beta = .239, p < .001$)보다 높게 나타났다. 즉, 여성의 루키즘과 뷰티관리 행동 간의 관계에서 자기효능감은 부분 매개효과가 있다고 할 수 있다. 루키즘과 여성의 뷰티관리 행동 간의 관계에서 자기효능감의 매개효과가 유의미한

지를 검증하기 위하여 Sobel test를 수행한 결과, $Z=3.3964$, $p<.001$ 로 매개 효과는 검증되었다. 따라서 가설 4는 채택되었다.

[표 4-30]여성의 루키즘이 자기효능감을 매개로 뷰티관리 행동에 미치는 영향

	독립변인	종속변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	R^2
			B	S.E	β			
1단계	루키즘	→ 자기 효능감	.214	.044	.262	4.825***	.000	.269
2단계	루키즘	→ 뷰티관리 행동	.023	.041	.331	8.558***	.000	.301
3단계	루키즘	뷰티관리 행동	.029	.041	.239	4.699***	.000	.263
	자기 효능감		.242	.051	.270	4.794***	.000	

***: $p<.001$

B: 비표준화 계수, S.E: 표준오차, β : 표준화 계수

남자대학생의 자기효능감, 사회적 자기효능감, 성별에 따른 자기효능감, 외모 관리 행동, 외모만족도 등의 선행연구 유태순(2001), 이정연(2003), 최정희(2010), 이명희, 김현정(2012)님의 선행연구 결과와 일치하여 본 연구결과를 입증하였다.

3) 변수의 영향력 분석

가) 자기효능감에 대한 루키즘의 영향력 분석

루키즘과 자기효능감과의 긍정적인 영향 관계가 검증되었으며, 검증된 결과를 근간으로 하여 종속변수인 자기효능감에 영향을 미치는 루키즘의 하위 요인에 상대적 영향력의 크기를 비교/분석하기 위하여 위계적 회귀분석을 실시하였다.

회귀 모형을 분석한 결과, 모형 1의 회귀 모형은 $F=339.584(p<.001)$, 모형 2의 회귀 모형은 $F=134.071(p<.001)$ 이며 Durbin-Watson 값은 1.906으로 2에 가깝고, 0 또는 4에 가깝지 않기 때문에 잔차들 간의 상관관계가 없다. 또한 공차 한계는 1에 가깝고, 분산 확대 지수(VIF : Variance inflation factor)가 10보다 작기 때문에 다중공선성의 문제는 발생하지 않았다. 따라서 회귀 모형은 적합하다고 해석할 수 있다.

모형 1은 종속변수인 자기효능감을 34.1%($R^2=.341$) 설명하고 있으며, 모형 2는 종속변수인 자기효능감을 38.7%($adj. R^2=.387$) 설명하고 있다. 즉, 설정된 각 모형은 전 단계의 모형에 비해 종속변수인 자기효능감을 더욱 집중적으로 설명하고 있다는 것으로 나타났다.

분석 결과, 자기효능감에 영향을 미치는 루키즘 하위 요인의 상대적 영향력을 평가하면, 유사 비교($\beta = .326, p<.001$), 상향 비교($\beta = .252, p<.001$) 순서로 영향력의 차이가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-31] 루키즘의 하위 요인이 자기효능감에 미치는 영향력 분석 결과

모형	독립 변수	비표준화		표준화	<i>t</i>	<i>p</i>	통계량	공선성	
		계수		계수				통계량	
		B	S.E.	β				공차	VIF
1	(상수)	.618	.045		4.317***	.000	$F=339.584^{***}$		
	유사 비교	.675	.043	.398	22.229***	.000	$R^2=.341$	1.000	1.000
2	(상수)	.133	.035		4.613***	.000			
	유사 비교	.409	.030	.326	10.255***	.000	$F=134.071^{***}$ $adj. R^2=.387$	.390	2.567
	상향 비교	.285	.036	.252	6.839***	.000		.390	2.567

***: $p < .001$

종속변수 : 자기효능감

나) 뷰티관리 행동에 대한 루키즘의 영향력 분석

루키즘과 뷰티관리 행동과의 긍정적인 영향의 관계를 검증하였으며, 검증된 결과를 근간으로 하여 종속변수인 뷰티관리 행동에 영향을 미치는 루키즘 하위 요인과의 상대적 영향력 크기의 비교/분석을 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다.

회귀 모형을 분석결과, 모형 1의 회귀 모형은 $F=297.110(p < .001)$, 모형 2의 회귀 모형은 $F=140.540(p < .001)$ 이며 Durbin-Watson 값은 2.070으로 2에 가까우며, 0 또는 4에 가깝지 않기 때문에 잔차들 간의 상관관계가 없다. 또한 공차 한계는 1에 가깝고, 분산 확대 지수(VIF : Variance inflation factor)가 10보다 작기에 다중공선성의 문제는 발생하지 않았다. 이에 회귀 모형은 적합하다고 해석할 수 있다. 모형 1은 종속변수인 뷰티관리 행동을 26.5%($R^2=.265$) 설명하고 있으며, 모형 2는 종속변수인 뷰티관리 행동을 28.9%($adj. R^2=.289$) 설명하고 있다. 즉, 설정된 각 모형은 전 단계의 모형에 비해 종속변수인 뷰티관리 행동을 더욱 점증적으로 설명하는 것으로 나타났다.

다. 분석 결과, 뷰티관리 행동에 영향을 미치는 루키즘 하위 요인의 상대적 영향력을 평가하면, 유사 비교($\beta = .340$, $p < .001$), 상향 비교($\beta = .241$, $p < .001$) 순으로 영향력의 차이가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-32]루키즘의 하위 요인이 뷰티관리 행동에 미치는 영향력 분석 결과

모형	독립 변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	통계량	공선성 통계량	
		B	S.E.	β				공차	VIF
1	(상수)	1.016	.051		4.671***	.000	$F=297.110^{***}$ $R^2=.265$		
	유사 비교	.520	.040	.401	23.436***	.000		1.000	1.000
2	(상수)	1.001	.054		5.648***	.000	$F=140.540^{***}$ $adj. R^2=.289$		
	유사 비교	.591	.048	.340	11.554***	.000		.390	2.567
	상향 비교	.231	.056	.241	5.054***	.000		.390	2.567

***: $p < .001$

종속변수 : 뷰티관리 행동

제 5 장 결론 및 제언

제 1 절 결론

본 연구의 목적은 루키즘이 여성의 뷰티관리 행동에 미치는 영향에 대하여 분석하며 자기효능감의 매개효과를 분석하는 것이다. 이 연구 과정에서 각 변인들의 인과 관계 존재 여부와 인구 통계학적 특성의 영향을 실증적으로 분석한 연구이다. 20대 이하~ 50대 이상의 여성 408명을 대상으로 온라인, 오프라인을 이용한 자기기입방식으로 수집하였다. 또한 선행연구를 바탕으로 루키즘의 하위 요인은 유사 비교, 상향 비교로 분류하였고 뷰티관리 행동의 하위 요인은 헤어관리, 메이크업 관리, 체형관리로 분류하였다.

본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 사용된 분석 방법은 빈도분석, 요인분석, 신뢰도 분석, 상관관계 분석, 회귀분석, One way ANOVA, t-test, 회귀분석과 위계적 회귀분석을 한 결과 변수들의 정규성이 확보되었다.

둘째, 측정도구의 신뢰도 분석결과는 모든 요인의 Cronbach's α 는 0.6 이상으로 나타나 적정 신뢰도가 나타났다.

셋째, 변수의 관련성 정도의 측정을 위한 상관관계 분석결과 루키즘의 하위 요인인 유사 비교는 동일 변수인 상향 비교, 자기효능감, 뷰티관리 행동의 하위 요인인 헤어, 메이크업, 체형관리와 (+)의 상관관계가 존재하였다. 루키즘의 하위 요인인 상향 비교는 자기효능감, 뷰티관리 행동의 하위 요인인 헤어, 메이크업, 체형관리와 (+)의 상관관계가 존재하였으며, 자기효능감과 뷰티관리 행동의 하위 요인인 헤어, 메이크업, 체형관리와 (+)의 상관관계가 존재하였다. 뷰티관리 행동의 하위 요인 헤어는 메이크업, 체형관리와 (+)의 상관관계가 존재하였고, 메이크업과 체형관리 또한 (+)의 상관관계가 존재하였다. 루키즘, 자기효능감, 뷰티관리 행동 간의 상관관계는 독립성을 우려할 수준은

아닌 것으로 확인되었다.

넷째, 루키즘, 자기효능감, 뷰티 관리 행동의 하위 요인들에 대해 조사 대상자의 인구통계학적 특성에 따른 차이를 분석하였다. 루키즘의 하위 요인인 유사 비교는 기혼자와 30대와 40대, 대학졸업자, 전문직 및 자영업 종사자, 월 소득 100만원 이상의 집단에서 높은 인식수준이 나타났으며, 상향 비교는 기혼자, 30대, 대학졸업자 집단에서 높은 인지가 나타났다. 자기효능감은 결혼 여부와 학력에 따른 유의미한 차이는 발견되지 않았으나, 30대와 40대 월 소득 100만원 이상, 전문직 및 자영업 종사자 집단에서 높은 인식이 확인되었다. 뷰티관리 행동의 하위요인 헤어관리는 서비스업 및 전문직 종사자, 대학 졸업자 집단에서 높은 인식이 나타났으며, 메이크업 관리는 학생 및 서비스업 종사자 집단에서 높은 인식이 확인되었다. 체형관리는 50대 이상, 기혼자, 월 소득 500만원 이상, 회사원, 전문직 및 자영업 종사자 집단에서 높은 인식을 보였다. 소득과 직업은 루키즘, 자기효능감, 뷰티관리 행동의 인식 차이에 유의미한 영향을 미쳤으며, 특히 유사 비교는 상향 비교에 비해 인구통계학적 특성에 따른 인식 차이가 더 크게 나타났고 직업과 소득 수준에 따라 유사 비교, 자기효능감, 뷰티관리 행동의 인식 차이가 뚜렷하게 나타났다.

1) 가설 검증요약

가설 1. 루키즘은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

루키즘이 자기효능감에 미치는 영향을 확인하기 위하여 회귀분석을 실시하였고 분석결과 $F=223.284(p<.001)$ 의 값으로 통계적으로 유의미한 결과가 나타나 루키즘은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 가설 1은 채택되었다.

가설 1-1. 유사 비교는 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

루키즘의 하위 요인인 유사 비교와 자기효능감의 영향 관계를 확인하기 위하여 회귀분석을 실시하였고 분석결과 $F=339.515(p<.001)$ 의 값으로 통계적 유의미한 결과가 나타나 유사 비교는 자기효능감에 정(+)의 영향을 미치는 것

으로 나타났다. 이에 가설 1-1은 채택되었다.

가설 1-2. 상향 비교는 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

루키즘의 하위 요인인 상향 비교와 자기효능감의 영향 관계를 확인하기 위해 회귀분석을 실시하였고 분석결과 $F=129.270(p<.001)$ 의 값으로 통계적 유의미한 결과가 나타났으며, 상향 비교는 자기효능감에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 가설 1-2는 채택되었다.

루키즘에 대한 인식이 높을수록 자기효능감에 대한 지각도 높아지는 것을 알 수 있다. 변수의 영향력 분석결과 유사 비교가 조금 더 자기효능감에 영향을 미치는 것이 나타났다.

가설 2. 자기효능감은 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

자기효능감이 뷰티관리 행동에 미치는 영향을 확인하기 위하여 회귀분석을 실시하였고, 분석결과 $F=223.284(p<.001)$ 의 값으로 통계적으로 유의미한 결과가 나타나 자기효능감은 여성의 뷰티관리행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 가설 2는 채택되었다. 이는 자기효능감의 인식이 높을 수 뷰티관리 행동도 높아지는 것을 확인할 수 있다.

가설 3. 루키즘은 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

루키즘을 독립변수로, 뷰티관리 행동을 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였으며 분석결과 $F=223.311(p<.001)$ 의 값으로 통계적 유의미한 결과가 나타나 루키즘은 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 가설 3은 채택되었다.

가설 3-1. 유사 비교는 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

루키즘의 하위 요인인 유사비교와 뷰티관리 행동의 영향 관계를 분석하였고, $F=115.259(p<.001)$ 값의 분석결과에 의해 유사 비교는 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 가설 3-1은 채택되었다.

가설 3-2. 상향 비교는 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

루키즘의 하위 요인인 상향 비교와 뷰티관리 행동 간의 영향 관계를 분석하였고, $F=112.334(p<.001)$ 값의 분석결과에 의해 상향 비교는 여성의 뷰티관리 행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 가설 3-2도 채택되었다. 위와 같은 연구 결과로 루키즘에 대한인지가 높을수록 여성의 뷰티

관리 행동도 높아지며, 변수의 영향력 정도를 분석한 결과 루키즘의 하위 요인인 유사 비교가 뷰티관리 행동에 조금 더 영향을 미치는 것이 나타났다.

가설 4. 루키즘과 여성의 뷰티관리 행동 간의 관계에서 자기효능감은 매개 효과가 있을 것이다.

변수의 유의 수준 가늠을 위해 1.2.3단계의 회귀분석을 실시하였고, p값은 모두 유의미한 결과를 타나냈다. 루키즘과 자기효능감, 루키즘과 뷰티관리 행동, 그리고 루키즘, 자기효능감과 뷰티관리 행동을 분석한 결과 통계적 유의미한 값이 나왔으며 루키즘으로 인한 뷰티관리 행동은 심리적 기전인 자기효능감의 부분매개 효과를 확인할 수 있었다.

따라서 가설 4는 채택되었다.

본 연구 결과를 통하여 루키즘이 여성의 뷰티관리 행동에 영향을 미치며 자기효능감은 부분 매개효과로서의 역할을 한다는 것이 나타났다.

루키즘이 여성의 뷰티관리 행동과 자기효능감의 관계를 다룬 본 연구는 향후 뷰티 관련 시장의 타겟 마케팅과 다양한 뷰티산업 프로그램의 자료로 기여되길 바란다.

제 2 절 연구의 시사점 및 제언

현대사회의 여러 이슈 중 하나인 루키즘에 대하여 외모만을 중시한다는 부정적 시선은 여전하다. 여성들의 뷰티관리 행동 역시 이와 같은 이유로 더욱 고조되고 있는 사회의 불편한 시선에 대하여 본 연구를 통해 루키즘에 대해 유연한 생각을 할 필요가 있다. 루키즘으로 인한 뷰티관리의 행동은 자기 효능감이라는 심리적 기전이 작용한다는 것을 연구 결과로 나타났으며, 뷰티관리를 통한 아름다운 외모는 개인의 모든 생활에 있어 자신감과 삶의 활력이 되어 자기효능감도 높아진다. 조금 더 아름다운 의복을, 내가 돋보일 수 있는 색깔과 스타일을 추구하는 것은 인간은 조금 더 아름다운 것에 끌리기 때문이다.

시대의 빠른 변화는 여성의 뷰티관리 행동도 변화되고 있다. 단순히 트렌드에 국한된, 스타 따라 잡기의 뷰티관리가 아닌 각 개인의 아이덴티티를 고려하고 있으며, 이는 퍼스널컬러에 대한 대중들의 반응을 통해 단편적으로 확인할 수 있다. 이에 사회문화적인 시선과 관행도 변화되어지길 바란다. 미디어 유행에 따른 외모를 먼저 보기보단 개인의 개성과 특징에 집중하는 루키즘의 사회인식 변화를 위한 노력이 이루어져야 할 것이다.

본 연구의 결과가 루키즘에 대한 유연적 사고와 긍정적인 영향의 가능성을 제안한다는 점에 의의를 가진다.

본 연구는 루키즘이 여성의 뷰티관리 행동에 미치는 영향과 이를 매개하는 자기효능감의 역할을 검증 분석 하였고, 향후 본 연구와 관련된 추가적인 연구가 이루어진다면 아래와 같이 향후 연구 방향을 제안하고자 한다.

첫째, 남성 또한 현대사회에서 본인의 능력과 가치표현의 수단으로 뷰티관리의 중요성이 인식되고 있다. 향후 연구에서는 남성을 대상으로 루키즘의 영향을 분석할 필요가 있다.

둘째, 연구 대상자의 규모, 연령대의 확대와 분포도를 균등하게 설정하여 통계의 신뢰도를 높이는 것이 필요하다.

셋째, 선행연구를 참고하여 변수들의 하위 요인과 구성 요소를 다양하게 설정한다면 좀 더 세부적인 결과를 도출할 수 있을 것이다.

이번 연구를 통하여 여성의 뷰티관리 행동이 타인의 시선을 의식하여 행동하기보다 자기 시선 중심으로 변화되어 루키즘으로 인한 사회적 비교 상황에서도 자기효능감을 증진시킬 수 있으며, 이를 위해 사회 제도와 다양한 체계가 마련되어 지길 기대한다. 이에 향후 연구에서는 본 연구의 한계점을 보완하여 심도 있고 포괄적인 연구가 이루어지기를 기대한다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강남. (2024). “패션 라이프스타일 군집화에 따른 신체만족도, 자기효능감이 외모관리행동 및 패션소비행동에 미치는 연구”. 동명대학교 대학원 박사학위논문.
- 강희순, 임경희. (2012). 전남지역 고등학생의 외모만족과 대인관계가 자기효능감에 미치는 영향. 『상담학연구』, 14(1), 481-500.
- 고경희. (2021). “고등학생의 자기효능감, 사회적지지, 외모만족도가 행복감에 미치는 영향”. 동아대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김리라. (2003). “女大生の 毛髪美容 管理 및 行態에 관한 研究”. 숙명여자대학교 원격향장산업대학원 석사학위논문.
- 김민제. (2011). “20세기 후반 한국 여성의 화장(Make-up) 문화와 이미지 연구”. 창원대학교 대학원 박사학위논문.
- 김민주. (2019). “뷰티관심 정도에 따른 뷰티관리행동”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 김명옥, 진용미(2018). 형용사 이미지 특성을 적용한 헤어스타일 연구. 『한국미용학회지』, 24(5), 892-903.
- 김성영. (2017). “목표지향성에 의한 인상관리행동이 직무수행 및 직무성과에 미치는 영향: 외식기업 종사원을 대상으로”. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 김윤. (2007). “사회문화적 압력, 미적고정관념의 내면화 및 대상화된 신체의식이 신체만족과 외모관리행동에 미치는 영향”. 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 김윤서. (2023). “뷰티라이프 스타일이 뷰티관리행동, 삶의 질, 자아존중감에 미치는 영향”. 서경대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 김은경. (2004). “아동의 외모만족도, 신체만족도와 자아존중감, 학교생활 부

- 적응간의 관계”. 춘천대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김은영. (2020). “팝스타 마돈나의 패션 이미지 분석을 통한 스타일링 연구”. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김인옥. (2018). “여성의 신체이미지와 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향”. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 김연아, 김정희. (2016). 미디어루키즘(Media-Lookism)에 따른 20대 여대생의 미용행동 연구. 『한복문화학회지』, 19(2), 143-157.
- 김영복. (2021). “수기요법 고객의 체형인식이 자기효능감에 미치는 영향 연구: 외모관리행동과 외모만족을 매개 변인으로. 웨스트민스터신학대학원 석사학위논문.
- 김정숙. (2014). “자기애성향과 신체존중감이 뷰티관리 및 헤어행동에 미치는 영향”. 성신여자대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 김지수. (2020). “외모에 대한 사회문화적 태도가 20대 여성의 체형 및 체중 조절 행동에 미치는 영향”. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김주령. (2024). “자기효능감과 의복행동이 중년 여성의 사회참여도에 미치는 영향”. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 김지혜. (2016). “대학생의 지각된 경제적 박탈감과 심리적 안녕감의 관계”. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김창현. (2011). “남성의 패션라이프스타일 유형별 외모관심도와 외모관리 행동연구”. 경성대학교 대학원 석사학위논문.
- 김창현, 박옥련 (2015). 여성의 외모관심도에 따른 두피·모발태도와 관리 행동. 『한국미용학회지』, 21(3), 575-587
- 김태희. (2023). "루키즘 세대의 라이프스타일과 피부관리행동, 화장품구매행동관계에서 자아존중감의 매개효과". 광주여자대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 김효정. (2016). “20·30대 여성들의 가치관에 따른 뷰티 라이프스타일 행동과 뷰티 관리 행동 실태 연구”. 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 김현주. (2023). 대면 서비스직 전공 대학생의 자아존중감과 외모만족도가 취업스트레스에 미치는 영향: 자기효능감의 매개효과. 『MICE관광연구

- 구』, 23(3), 231-252.
- 나광주. (1989). “의복과 헤어스타일의 인상형성에 대한 관심도: 광주지역 여대생을 대상으로”. 조선대학교 대학원 석사학위논문.
- 나선영, 조기여, 유태순. (2017). 셀프네일 소비자의 소비동기, 자기효감, 관여도, 지속의도 간의 구조적 관계. 『한국디자인포럼』, 56, 149-160.
- 나윤영. (2022). MZ세대의 언택트 시대 지각이 신체 의식과 뷰티관리행동에 미치는 영향. 『한국의류산업학회지』, 24(5), 628-635.
- 남정희. (2010). “초등학생의 외모만족도가 스트레스 대처행동과 또래관계에 미치는 영향.” 명지대학교 대학원 석사학위논문.
- 동제민. (2020). “웨어블스킨케어에 대한 사전정보와 지식이 뷰티관리 구매행동에 미치는 영향.” 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 려우위에. (2024). “중국 려오닝성 20~30대 여성의 신체 매력 지각·자아존중감·자기효능감과 의 관계에서 외모관리행동의 매개효과”. 광주여자대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 마소옥. (2022). “여성 자신의 신체매력지각이 자아존중감과 자기효능감에 미치는 영향”. 한성대학교 예술대학원 박사학위논문.
- 민자영, 장성호. (2023). 중년여성의 루키즘이 외모만족도에 미치는 영향: 외모관리행동의 매개효과. 『한국콘텐츠학회논문지』, 23(11), 458-473
- 민자영, 장성호. (2023). 중년여성의 루키즘이 외모만족도에 미치는 영향: 외모관리행동의 매개효과. 『한국콘텐츠학회논문지』, 23(11), 458-473
- JIN, MENG. (2019). “유튜브 속 인플루언서의 영상이 외모지상주의에 미치는 영향.” 서강대학교 대학원 석사학위논문.
- 박미승, 권기한. (2023). 뷰티관리 행동과 피부관리실 선택 관계 연구. 『한국화장품미용학회지』, 13(1), 25-36.
- 박세진. (2018). “여성의 외모관리행동이 심리적 행복감과 자아효능감에 미치는 영향”. 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문.
- 박은아. (2015). 문화적 자기개념과 외모중심의 대인지각 성향의 관계: 한국 사회의 루키즘(Lookism)에 관한 심리학적 고찰. 『사회과학연구논총』, 31(1), 159-192.

- 박은정. (2012). “외모에 대한 사회문화적 영향, 신체이미지 및 신체불만족이 외모향상추구행동에 미치는 영향”. 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 박은희, 구양숙. (2011). 화장품 소비자의 쇼핑성향 유형에 따른 화장행동 및 구매행동, 『패션비즈니스』, 15(5), 28-42.
- 박정현, 서은국. (2005). 사람의 내-외적인 모습에 두는 상대적 비중과 행복 관과의 관계. 『한국심리학회지』, 19(4), 19-31.
- 서광열. (2019). 관광학과 여대생의 메이크업관리행동과 외모관리투자가 대인관계 및 직업능력에 미치는 영향. 『관광연구』, 34(4), 25-38.
- 석해정, 조신현. (2021). 중년여성의 외모관리행동이 삶의 만족도에 미치는 영향에서 자기 효능감의 매개효과. 『한국의상디자인학회지』, 23(4), 81-93.
- 손가빈. (2018). “중년여성의 피부관리 행동이 외모만족도 및 자아존중감, 행복감에 미치는 영향”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 손은혜. (2024). “뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향”. 성신여자대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 손지연. (2006). “헤어스타일의 단순성과 장식성에 관한 연구”. 용인대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 송미현. (2004). “고등학생의 외모만족도와 자아존중감 및 학교적응의 관계”. 건국대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 송연화. (2011). “청소년의 헤어제품 구매행동에 관한 연구”. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 송은영. (2006). 메이크업 관리 행동의 심리적 역할. 『한국패션학회지』, 13(2), 123-135.
- 송지준. (2013). 논문작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계분석방법. 서울: 21세기 사. pp.127-128.
- 신건권. (2013). Amos 20 통계분석 따라하기, 서울: 청람. p.87.
- 신현옥. (2008). “남녀 중학생의 외모에 대한 관심, 외모복플렉스, 신체만족도가 외모관리행동 및 외모관리비용에 미치는 영향”. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.

- 심하연. (2023). “20~30대 남성들의 젠더감수성인식이 뷰티관리행동에 미치는 영향”. 경일대학교 대학원 석사학위논문.
- 안채리. (2011). “남자대학교의 신체이미지와 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향”. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 안채리, 조찬휘, 임은진. (2011). 남자대학생의 신체이미지가 외모관리행동에 미치는 영향. 『대한피부미용학회지』, 9(4), 191-203.
- 이명희, 김현정. (2012). 남녀대학생의 자기효능감이 외모관리행동에 미치는 영향. 『한국의상디자인학회지』, 14(2), 33-47.
- 이정연, 이창숙. (2002). 청소년의 자기효능감에 영향을 미치는 가족변인. 『한국가정관리학회지』, 20(6), 1-9.
- 양승하. (2023). “미(美)의 추구로의 여성 신체 가치관의 변천”. 한국체육대학교 대학원 박사학위논문.
- 엄모섭. (2008). 시각문화의 발전과 루키즘. 『문화와 사회』, 5, 73-102.
- 오강수. (2016). 연령별 외모만족도가 직업적응에 미치는 자기효능감의 매개효과. 『한국디자인문화학회지』, 22(3), 307-317.
- 오별. (2012). “중·고등학생의 뷰티관심도와 정보탐색이 뷰티관리행동에 미치는 영향”. 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 우수진. (2010). “남자 대학생의 미의식이 외모관리행동에 미치는 영향”. 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 유희, 최선형. (2014). 직장인의 외모관리 전략에 따른 외모관리 성과. 『한국디자인트렌드학회』, 42(6), 405-416.
- 유태순, 김성희. (2001). 자기효능감이 의복구매 의사결정과정에 미치는 영향. 『복식』, 51(2), 105-120.
- 윤소영. (2007). “여대생의 외모 관리에 대한 의식 및 태도연구”. 한남대학교 대학원 석사학위논문.
- 이경숙. (2002). “일부 지역 여성의 미용성형수술, 자아존중감과 신체상 연구”. 조선대학교 환경보건대학원 석사학위논문.
- 이경숙. (2007). “성인 여성의 외모관심도에 따른 추구이미지와 외모관리행동”. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.

- 이문영, 김용숙. (2006). 20대-30대 남성들의 라이프스타일에 따른 화장품 구매행동. 『복식』, 23(1), 56-69.
- 이미림. (2021). “자기에 성향이 뷰티관리 행동에 미치는 영향 연구: 피부, 헤어관리 중심으로”. 창원대학교 보건대학원 박사학위논문.
- 이민정. (2007). “얼굴형에 따른 헤어웨이브 선호도 연구”. 한남대학교 사회문화대학원 석사학위논문.
- 이숙영, 박기환. (2018). 외모 관련 사회비교 상황에서 자기 해석이 외모만족과 정서에 미치는 영향. 『한국 미용학회지』, 32(2), 1-22.
- 이승희, 박길순. (2011). 한국여대생의 자기효능감과 자아존중감에 따른 외모관리. 『행동복지문화연구』, 19(5), 1075-1087.
- 이영자. (1996). 소비사회와 여성문화. 『한국여학학』, 12(2), 43-77.
- 이은실. (2000). “남성의 성 지향 및 심리적 특성에 따른 의복행동과 외모장식에 관한 연구”. 성신대학교 대학원 박사학위논문.
- 이은혜. (2017). “대대학생의 외모만족도, 자기효능감 및 대인관계만족도가 취업스트레스에 미치는 영향”. 서울한영대학교 대학원 석사학위논문.
- 이주영. (2012). “여성의 외모 관리 행동에 대한 자아존중감과 정보탐색에 관한 연구”. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.
- 이하나. (2016). “남성의 연령별 가치관이 뷰티관리행동에 미치는 영향 및 외모만족도에 관한 연구.” 경성대학교 대학원 박사학위논문.
- 이훈영. (2012). 연구조사방법론. 서울: 청람. p.66.
- 임성현. (2013). “외모만족도가 자기효능감에 미치는 영향.” 韓國外國語大學 校 教育大學院 석사학위논문.
- 임태연. (2023). “필라테스 참여자의 외모만족도가 심리적 행복감 및 자기효능감에 미치는 영향”. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 장수진. (2024). “20~30대 남성들의 자기에 성향이 외모관리행동에 미치는 영향”. 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사학위논문.
- 장은영. (2009). 사회비교와 주관안녕 : 문화 비교 연구. 『한국심리학회지』, 23(2), 157-169.
- 장은영, 한덕웅. (2002). 사회비교가 분노경험, 주관안녕 및 건강지각에 미

- 치는 영향. 『한국심리학회지』, 8(1), 85-112.
- 장준수. (2011). “한국의 미디어루키즘(media-lookism)에 대한 연구”. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 전용수. (2007). “미용교육프로그램이 장애인의 자아존중감, 자기효능감 및 정 건강 증진에 미치는 영향”. 계명대학교 대학원 박사학위논문.
- 정기주, 조성도, 김정은. (2008). 콜센터 서비스 텔레마케터의 고개지향 적격, 자기 효능감, 노력이 직무만족과 이직의도에 미치는 영향과 고객지향성 영향에 대한 리더십의 조절효과. 『서비스경영학회지』, 9(2), 255-287
- 정미영. (2018). “중년기 여성의 화장행동이 자아존중감과 대인관계에 미치는 영향”. 성신여자대학교 뷰티융학대학원 석사학위논문.
- 정명선. (2003). 성인여성의 신체적 매력성 자아지각이 자존심과 외모관리행동에 미치는 영향. 『복식』, 53(3), 165-179.
- 정은주. (2015). “항공사 승무원 취업준비생의 셀프리더십이 진로결정 자기효능감과 진로준비행동에 미치는 영향 연구”. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문.
- 정유림. (2021). “루키즘이 여성의 외모관리행동과 운동소비행동에 미치는 영향: 휴먼이미지 디자이너의 관점으로”. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 정수안. (2024). “20대 한국 남성의 일상적 메이크업과 남성성의 변화”. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 정순일. (2014). “신체적 자기효능감에 따른 자기통제 피드백의 적정 제시방법”. 동의대학교 대학원 박사학위논문.
- 정호민. (2021). “여성의 루키즘이 감성지능과 자기효능감에 따른 외모관리행동 및 소비성향에 미치는 영향”. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 정진경. (2005). “효과적인뷰티메이크업을위한색채연구”, 대구대학교 대학원 석사학위논문.
- 조미라. (2011). “초등학생 남녀의 외모만족도에 따른 또래관계, 자존감의 차

- 이 분석". 경희대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 조은정. (2014). “고등학교 유형에 따른 미용관리행동, 선호도 및 자아존중감에 대한 연구”. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 조현희. (2019). “SNS 뷰티 콘텐츠가 소비자의 뷰티관리행동 및 브랜드 전환 행동에 미치는 영향”. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 차혜림. (2013). “성인여성의 라이프스타일에 따른 미용·외모관리 행동에 관한 연구”. 성신여자대학교 생애복지대학원 석사학위논문.
- 최아영, 김정원. (2019). 필리핀 세부 거주여성의 신체만족도와 외모관리 행동 요인간의 차이. 『예술인문사회융합멀티미디어논문지』, 9(12), 453-470.
- 최에스더. (2023). 액티브 시니어의 외모관리 행동이 자아존중감을 매개하여 삶의 질에 미치는 영향. 『한국미용학회지』, 29(1), 21-22.
- 최정순. (2015). “노년여성의 화장행동, 심리적 특성과 영정사진 화장이미지 선호의 관계연구”. 성신여자대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 최정희. (2010). 남자대학생들의 화장행동과 얼굴만족도, 자기효능감과의 관계 연구. 『한국미용학회지』, 16(4), 1131-1138.
- 한미정. (2000). 신체이미지관련 TV 메시지의 처리방식의 여대생의 신체만족감과 다이어트 행동에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국방송학보』, 14(3), 291-317
- 한덕웅, 장은영. (2003). 사회비교가 분노경험, 주관안녕 및 건강지각에 미치는 영향. 『한국심리학회지 건강』, 8(1), 85-112.
- 한동조, 박길순. (2008). 대학생들의 메이크업과 미용성형에 대한 외모관리 행동연구. 『한국미용학회지』, 14(2), 622-632.
- 홍금희. (2006). 외모의 사회문화적 태도와 신체 비만도가 신체이미지와 신체만족도에 미치는 영향. 『한국의류산업학회지』, 8(1), 48-54.
- 홍병숙, 백인선, 이은진, 박성희. (2007). 미디어 및 외모관심도가 직장인의 외모관리에 미치는 영향. 『한국과학기술정보연구원』, 31(4), 624-632.

- 홍수남, 이상은. (2012). 미디어 루키즘 영향으로 인한 여성 대중스타의 외적 이미지 변화. 『대한피부미용학회지』, 10(3), 523-530.
- 황선영. (2021). 헤어관리와 심리적 안녕감의 상관관계. 『사회심리학연구』, 42(1), 89-101.
- 황윤정, (2007). “외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각이 외모관리행동에 미치는 영향”. 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 황윤정, 유태순. (2008). 외외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각이 얼굴 및 헤어관리행동에 미치는 영향. 『服飾(복식)』, 58(6), 85-95.

2. 국외문헌

- Atiyeh, B. S., & Hayek, S. N. (2008). The importance of aesthetic surgery and proportions in beauty. *Aesthetic Plastic Surgery*, 32(2), 209-215.
- Bandura, A. (1990). Perceived self-efficacy in the exercise of personal agency. *Journal of Applied Sport Psychology*, 2(2), 128-163.
- Baron R. M. & Kenny D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*. 51. pp.1173-1182.
- Cavico, F. J., Mujtaba, B. G., & Ricci, R. J. (2009). Appearance discrimination in the workplace: A social justice perspective. *Journal of Business Ethics*, 89(2), 217-226.
- Chen, G., & Bliese, P. D. (2002). The role of different levels of leadership in predicting self- and collective efficacy: Evidence for discontinuity. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 549-556.

- Cohn, L. D., & Adler, N. E. (1992). Female and male perceptions of ideal body shapes: Distorted views among Caucasian college students. *Psychology of Women Quarterly*, 16(1), 69–79.
- Dion et al.(1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*. 24. pp.285–290.
- Freud, S. (1905). Three essays on the theory of sexuality (J. Strachey, Trans.). Basic Books.
- F. J. Cavico, S. C. Muffler, B.G. Mujtaba, “Appearance discrimination, lookism and lookphobia in the workplace”, *Journal of Applied Business Research*, Vol.28, No.5, pp.791–802, 2012. DOI
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.
- Gao, Z., et al. (2024). Body shape management and self-esteem: A study of body image and its impact on dietary behavior. *Journal of Behavioral Health*, 38(4), 156–168.
- Hass, A., & Gregory, S. W. (2005). The impact of physical attractiveness on women’s social status and interactional power. *Sociological Forum*, 20(3), 449–471.
- Hakim, C. (2010). Erotic capital. *European Sociological Review*, 26(5), 499–518.
- Gordon L. Patzer. (2009). 『룩스』. 서울: 한스미디어, pp.9–10
- Harre, R. (1998). The singular self: An introduction to the psychology of personhood. pp.35–75. Sage Publications.
- Horn, M. J. (1975). The second skin. pp.142–147.
- Houghton Mifflin Co. Dailey, C. A. (1952). The effects of premature conclusion upon the acquisition of understanding of a person. *Journal of Psychology*, 33, 133–152.
- Lazer, W. (1963). Life style concepts and marketing. *Toward Scientific Marketing*, 15(4), 130–139.

- Lennon, S., & Rudd, N. A.(1994), "Linkages between attitudes toward gender roles, body satisfaction, self-esteem and appearance management behaviors in women", *Family Consumer Science Research Journal*, 23(2), 94–117.
- Louis, W. R., & Steven, S. A. (2004). The social implications of appearance-based discrimination. *Social Psychological and Personality Science*, 23(4), 273–291.
- Louis, T., & Steven, C. (2005). Is lookism unjust? The ethics of aesthetics and public policy implications. *Journal of Libertarian Studies*, 19(2), 31–50.
- National Bureau of Economic Research. (n.d.). Appearance discrimination in the labor market (Working Paper No. w4518). Retrieved November 3, 2024, from.
- Patzer, G. L. (2008). Looks: Why they matter more than you ever imagined. pp.150–200. Prometheus Books.
- Reed, L. R. (1998). Image and attitude: The impact of media images on the self-esteem, body image, and sexual attitudes of college students. University of Rhode Island, Kingston.
- SSherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B., & Rogers, R. W. (1982). The self-efficacy scale: Construction and validation. *Psychological Reports*, 51(2), 663–671.
- Suls, J., Martin, R., & Wheeler, L. (2002). Social comparison: Why, with whom, and with what effect? *Current Directions in Psychological Science*, 11(5), 159–163.
- Tipton, R. M., & Worthington, E. L. (1984). The measurement of generalized self-efficacy: A study of construct validity. *Journal of Personality Assessment*, 48(5), 545–548.
- Walseth, K., & Tidslevold, T. (2020). Young women's constructions of valued bodies: Healthy, athletic, beautiful, and dieting bodies.

- International Review for the Sociology of Sport, 55(6), 703–725.
- Williams, C. (2001). 3M Cavilon durable barrier cream in skin problem management. *British Journal of Nursing*, 10(7), 469–472.
- Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin*, 90, 245–271.
- Dantcheva, A., & Ross, A. (2012). Can Facial Cosmetics Affect the Matching Accuracy of Face Recognition Systems Proceedings of the 5th IEEE International Conference on Biometrics: Theory, Applications and Systems (BTAS).
- Pellegrini, R., et al. (2023). The contrasting effects of body image and self-esteem in the makeup usage. *PLOS ONE*, 18(7), e0267703.
- Jones, A., et al. (2023). Facial Cosmetics and Attractiveness: Comparing the Effect Sizes of Professionally-Applied Cosmetics and Identity. *PLOS ONE*, 18(6), e0265982.
- MDPI. (2024). Advances in Cosmetic Science: Theoretical and Practical Applications. *Cosmetics*, 11(6), Article 213.
- Etcoff, N. (2011). *Survival of the prettiest: The science of beauty*. New York: Anchor Books.
- Qi, P. (2021). The influence of contemporary college students' makeup behavior on subjective well-being: The intermediary role of appearance anxiety. *American Journal of Applied Psychology*, 10(1), 18–28.
- Waddington, J.(2023). Self-efficacy: *ELT Journal*, 77(2), 237–240.

3. 인터넷 자료

나우뉴스. '아름다움은 값을 한다.'

<https://nownews.seoul.co.kr>. (2024.10.20)검색.

네이뉴스라이브러리. '여성 경염 대회'

<https://newslibrary.naver.com/viewer/index>. (2024.11.025)검색.

브런치 스토리. '인간은 사회적 동물이다'

<https://brunch.co.kr/@ajushin/20>. (2024.11.01) 검색.

블로그 그냥아빠. '개인적 아름다움이.....추천서'

<https://blog.naver.com/nonsulgil/140100066251>. (2024.11.01)검색.

사람인. '성인남녀 93%.....긍정적 영향을 미친다.'

<https://www.saramin.co.kr>. (2024.10.25)검색.

사람인. '채용 시 지원자의.....영향을 미칠까'

<https://www.saramin.co.kr>. (2024.11.01)검색.

아시아투데이. '외모지상주의 혹은 자기관리'

<https://www.asiatoday.co.kr>. (2024.09.01)검색.

위키백과. '아레테' , '앨버트 밴듀라'

<https://ko.wikipedia.org/wiki/>. (2024.11.05)검색.

한국강사신문. '제4이 자본, 매력이 경쟁력이다.'

<https://www.lecturernews.com>. (2024.11.02)검색.

Art and Popular Culture. 'Fat Acceptance Movement'

<https://www.artandpopularculture.com/Lookism>. (2024.12.08)검색.

Barbie Bak. <https://baribie-bak.tumblr.com/post/175918640812/lookism>

The Daily Omnivore. 'LOOKISM'

(n.d.). Lookism. <https://thedailyomnivore.net/> (2024.12.08)검색

National Bureau of Economic Researc. 'Beauty and the Labor Market'

<https://www.nber.org/papers/w4518> (2024.11.03)검색

부 록

설 문 지

안녕하십니까?

한성대학교 예술대학원 뷰티예술학과 메이크업 디자인 전공 석사과정 이나
윤입니다.

바쁘신 와중에 본 연구를 위해 귀중한 시간을 내어 주셔서 대단히 감
사드립니다. 본 설문지는 루키즘Lookism이 여성의 뷰티관리 행동과 자기효
능감에 미치는 영향에 관한 연구 연구조사입니다.

여러분께서 응답해 주신 솔직하고 성의 있는 답변은 좋은 연구결과를 얻기
위한 소중한 기초자료가 될 것이며, 모든 자료는 익명으로 처리되므로 특정
개인의 정보는 노출되지 않습니다. 또한 학술적 목적을 위한 통계분석 자료
이외에는 절대 사용하지 않음을 약속드립니다.

설문의 응답은 본 연구의 귀중한 자료로 활용되오니 부디 한 문항도 빠짐
없이 응답해 주시기를 간곡히 부탁드립니다.

본 설문조사에 참여해 주셔서 대단히 감사드립니다.

2024년 07월

한성대학교 예술대학원 뷰티예술학과

지도교수 : 박 경 옥

연구 원 : 이 나 윤

본 연구는 통계법 제33조에 의거하여 통계작성 외의 목적으로는 사용될 수 없으며 비밀이 엄격히 보장됩니다.

I. 다음 항목은 『루키즘』과 관련된 질문입니다.

귀하의 평소 생각에 가장 가까운 항목에 체크(✓) 해주시기 바랍니다.

루키즘: 외모(용모)가 개인간의 우열뿐 아니라 인생의 성패까지 좌우한다고 믿어 외모에 지나치게 집착 하는 경향 또는 그러한 사회 풍조를 말한다. 곧 외모가 연애, 결혼 등과 같은 사생활은 물론, 취업, 승진 등 사회 생활 전반까지 좌우하기 때문에 외모를 가꾸는 데 많은 시간과 노력을 기울이게 된다는 것이다.

문항		전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
유 사 비 교	1. 나는 주변 사람들보다 외모가 뒤떨어진다.	①	②	③	④	⑤
	2. 주변 사람들과 비교하여 나는 그다지 매력적이지 않다.	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 주변 사람들이 나보다 잘생기고 예쁘다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 외모나 패션스타일, 화장, 헤어스타일 등이 주변사람들과 비교하여 불만스럽다.	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 외모관리나 스타일 연출에 있어 주변 사람들의 영향을 많이 받는다.	①	②	③	④	⑤
상 향 비 교	1. 나는 광고를 보면서 나의 외모나 스타일에 불만을 느낀적이 있다.	①	②	③	④	⑤
	2. 나는 화장품 광고를 보면서 외모나 화장, 피부상태 등에서 광고 모델과 나와의 차이를 느낀적이 있다.	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 패션광고를 보면서 패션 스타일이나 외적인 모습 등에서 광고 모델과 나와의 차이를 느낀적이 있다	①	②	③	④	⑤
	4. 광고 모델의 매력적인 몸매와 비교하여 내 몸매는 그다지 매력적이지 않다.	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 광고를 보면서 나의 외모나 스타일에 불만을 느낀 적이 있다.	①	②	③	④	⑤

Ⅱ. 다음 문항들은 『자기효능감』에 관한 문항입니다.

귀하의 평소 생각에 가장 가까운 항목에 체크(✓) 해주시기 바랍니다.

자기효능감: 자기효능감은 과제를 끝마치고 목표에 도달할 수 있는 자신의 능력에 대한 스스로의 평가를 가리킨다.

문항	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 나는 내가 스스로 세운 목표 중 대부분을 달성할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 어려운 일에 부딪혔을 때, 그 일을 극복할 수 있다고 확신한다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 일반적으로 내가 중요시 하는 것을 얻을 능력이 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 내가 결정한 일에 노력을 기울이면 무슨 일이든 성공 할 수 있다고 믿는다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 어려움이 여러 번 닥쳐와도 그것을 성공적으로 극복할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 나는 다양한 종류의 어려운 일들을 잘 할 수 있다고 확신한다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 다른 사람보다 대부분의 일을 더 잘 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
8. 나는 상황이 좋지 않아도 무슨 일이든 매우 잘할 수 있다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ-1. 다음 문항들은 『뷰티관리 행동』과 관련된 문항입니다.

귀하의 평소 생각에 가장 가까운 항목에 체크(✓) 해주시기 바랍니다.

문항		전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
헤어	1. 유행에 맞는 헤어스타일을 한다.	①	②	③	④	⑤
	2. 평상시 헤어드라이어, 매직기(고데기) 등을 이용하여 머리를 손질한다.	①	②	③	④	⑤
	3. 헤어스타일링 제품인 무스, 왁스, 스프레이, 글레이즈 사용한다.	①	②	③	④	⑤
	4. 머리염색이나 퍼머 등을 하며 헤어스타일을 자주 바꾼다.	①	②	③	④	⑤
	5. 좋은 머릿결을 유지하기 위해 두피 및 모발 관리(두피/탈모샴푸, 에센스, 트리트먼트 사용)를 한다.	①	②	③	④	⑤
	6. 외출 시 메이크업은 못해도 머리는 꼭 만진다.	①	②	③	④	⑤
	7. 머리 손질을 하기 위해 미용실에 자주 방문한다.	①	②	③	④	⑤
	8. 요즘 유행하는 연예인의 헤어스타일을 따라 한 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
메이크업	1. 외출을 할 때엔 메이크업(파운데이션, 립스틱, 눈 메이크업)을 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
	2. 나에게 잘 어울리는 메이크업 스타일을 연출할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
	3. 아이섀도 볼터치 등 다양한 색조메이크업을 즐겨한다	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 눈썹을 정리하거나 그린다.	①	②	③	④	⑤
	5. 나는 TV, 잡지, 인터넷에서 주의 깊게 본 메이크업을 응용하거나 따라한다.	①	②	③	④	⑤
	6. 부분 메이크업(눈썹, 입술) 등을 하고 다닌다.	①	②	③	④	⑤
	7. 기능성 화장품(미백, 주름, 보습)을 꼭 챙겨 바른다.	①	②	③	④	⑤
	8. 최신유행 패턴이나 색상으로 화장품을 구입한다	①	②	③	④	⑤

Ⅲ-2. 다음 문항들은 『뷰티관리 행동』과 관련된 문항입니다.

귀하의 평소 생각에 가장 가까운 항목에 체크(✓) 해주시기 바랍니다.

문항		전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
체 형 관 리	1. 나는 체형관리에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤
	2. 체형관리가 다른 외모관리행동보다 중요하다.	①	②	③	④	⑤
	3. 체형관리를 위해서 시간과 돈은 큰 상관이 없다.	①	②	③	④	⑤
	4. 체형관리를 위해서 다이어트 식단으로 식사를 한다.	①	②	③	④	⑤
	5. 체형관리를 위해서 운동을 많이 한다.	①	②	③	④	⑤
	6. 체형관리를 위해서 슬리밍화장품 등을 사용하고 있다.	①	②	③	④	⑤

Ⅳ. 귀하의 『인구통계학적 특성』에 관한 질문입니다.

해당되는 항목에 체크(✓) 해주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별?	① 여성 ② 남성
2. 귀하의 결혼 여부?	① 미혼 ② 기혼
3. 귀하의 연령?	① 20대 이하 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상
4. 귀하의 최종학력?	① 고졸이하 ② 2년제 대학교 재학/졸업 ③ 4년제 대학교 재학/졸업 ④ 대학원 졸업 (재학/수료)
5. 귀하의 직업?	① 학생 ② 회사원 ③ 서비스업 ④ 전문직 ⑤ 자영업 ⑥ 기타
6. 귀하의 월 평균 소득?	① 100만원 미만 ② 100만원~300만원 미만 ③ 300만원~500만원 미만 ④ 500만원 이상

설문에 참여해 주셔서 정말 감사합니다.

ABSTRACT

The Effect of Lookism on Women's Beauty Care Behavior – Mediating Effects of Self-Efficacy –

Lee, Na-Yun

Major in Make-up Design

Dept. of Beauty Art & Desing

The Graduate School of Arts

Hansung University

The purpose of this study is to examine the positive influence of Lookism on women's beauty care behaviors and the mediating effect of self-efficacy on their relationship with Lookism. In response to the social prejudice against women's appearance, this study aims to investigate the positive changes in self-confidence and quality of life through the process of taking care of oneself, which can lead to personal emotional stability. This study examined the effects of Lookism on women's beauty care behaviors and the mediating effects of self-efficacy. The causal relationship was studied by categorizing each variable to determine the

role of self-efficacy in the relationship between the thoughts of Lookism, beauty care behaviors, and beauty care behaviors among women aged 20 to 50 years old.

The survey was conducted from July 15, 2024 to August 13, 2024, and a total of 408 online and self-administered survey forms were used for the final analysis. The data were analyzed using SPSS Ver. 23.0 program to conduct descriptive analysis, descriptive statistics to verify normality, exploratory factor analysis and reliability analysis, correlation analysis, t-test and one-way analysis of variance to examine the correlation of measured variables, and regression analysis and hierarchical regression analysis to examine the influence of variables. Based on previous studies, the sub-factor of Lookism was named as upward comparison, and the sub-factors of beauty care behavior were named as hair, makeup, and body shape care.

The results of the normality, validity, and reliability analysis of the measurement tools confirmed adequate reliability and validity for all factors, and the correlation between upward comparison and similar comparison, which are subfactors of Lookism, and self-efficacy and beauty care behavior, which are subfactors of hair, makeup, and body shape care, were confirmed, and similar comparison and upward comparison were correlated with the three subfactors of self-efficacy and beauty care behavior. The results of the study confirmed the existence of correlations between the three sub-factors of hair care, makeup care, and body shape care, and also confirmed the correlation between Lookism, self-efficacy, and beauty care behavior.

Subjects who were in their 30s, married, college graduates, and had a monthly income of more than 1 million won were found to have higher awareness of Lookism and self-efficacy, but there were no significant differences in beauty care behaviors. Therefore, it can be interpreted that

beauty care is not influenced by demographic characteristics, but is of interest to all women. Hair care, a sub-component of Lookism that showed a high level of recognition in the comparisons, and a sub-component of beauty care behaviors, is higher among service and professional workers, which may be due to the fact that their jobs often involve a lot of face-to-face activities, and they are more likely to recognize the importance of hair care. Makeup care behaviors are more prevalent among students, and body shape care is more prevalent among high-income, 50+ age groups. These results suggest that there are differences in awareness of beauty care behaviors depending on the environmental factors required by the occupation. As a result of the study's hypothesis testing, Hypothesis 1, "Lookism will have a positive effect on self-efficacy," was accepted, and Hypothesis 1-1, "Similar comparison will have a positive effect on self-efficacy," and Hypothesis 1-2, "Upward comparison will have a positive effect on self-efficacy," were also accepted. Hypothesis 2 Self-efficacy will have a positive effect on beauty care behavior ($\beta = .260$, $p < .001$) was accepted, and Hypothesis 3 Lookism will have a positive effect on women's beauty care behavior ($\beta = .331$, $p < .001$) was accepted. Hypothesis 3-1 that similarity comparison will have a positive effect on beauty care behavior ($\beta = .215$, $p < .001$) and Hypothesis 3-2 that upward comparison will have a positive effect on beauty care behavior ($\beta = .286$, $p < .001$) were accepted. Hypothesis 4 The premise of whether there is a mediating effect of self-efficacy on the relationship between Lookism and women's beauty care behaviors was subjected to regression analysis to determine the level of significance, and as a result of the obel test, a partial mediating effect was verified with $Z=3.3964$, $p=.001$, so Hypothesis 4 was accepted. Based on the above results, it can be concluded that Lookism has a significant effect on women's beauty care behavior, and self-efficacy has a partial

mediating effect in this relationship.

Through a review of previous research related to the concept of Lookism and the relationship of self-efficacy to women's beauty care behaviors, it is hoped that this study will help the beauty industry develop targeted marketing strategies and programs, and that the social view of Lookism will be defended in an unbiased manner, providing a new perspective on Lookism in contemporary society.