



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

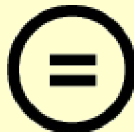
다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

여성의 신체이미지와 뷰티관심이
뷰티관리행동에 미치는 영향

2019년

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

김 인 옥

석 사 학 위 논 문
지도교수 김 도 연

여성의 신체이미지와 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향

The Effect of Female Body Image and Beauty
Interest on Beauty Management Behavior



2018년 12월 일

HANSUNG
UNIVERSITY

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

김 인 옥

석 사 학 위 논 문
지도교수 김 도 연

여성의 신체이미지와 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향

The Effect of Female Body Image and Beauty
Interest on Beauty Management Behavior

위 논문을 예술학 석사학위 논문으로 제출함

2018년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

김 인 옥

김 인 옥의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2018년 12월 일



심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

여성의 신체이미지와 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원

뷰 티 예 술 학 과

뷰 티 에 스 테 틱 전 공

김 인 옥

본 연구에서는 여성의 신체이미지와 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향에 대한 실증연구를 하였다. 10대에서 50대의 여성을 대상으로 신체이미지, 뷰티관심 및 뷰티관리행동에 대한 특성과 각 차원의 연구 변인들 간의 요인을 분류하여 요인들 간의 인과관계를 규명하였다.

본 조사는 2018년 8월 22일부터 2018년 9월 17일까지 이루어졌으며, 총 955부를 수집하여 950부를 최종 분석 자료로 사용하였다. 자료의 분석은 SPSS 20.0 프로그램을 사용하여 기술적 분석을 하였고, 변수들 간의 경로도를 확인하기 위해 경로분석을 실시하였다.

첫째, 조사대상의 연령대를 기준으로 뷰티관련 특성을 알아보기 위해 교차분석을 실시한 결과, 뷰티관리 시 주 관심 분야, 뷰티관리 시 중요사항, 비인적 정보원, 인적 정보원 등 네 가지 항목과 연령대 간에 유의한 종속적 관

계가 존재하는 것으로 나타났다.

둘째, 측정변인인 신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동의 각각의 타당성 및 신뢰성을 알아본 결과, 신체이미지는 3개, 뷰티관심은 4개, 뷰티관리행동은 7개의 요인으로 분류되었다. 신뢰도계수는 신체이미지는 0.788 이상, 뷰티관심은 0.558 이상, 뷰티관리행동은 0.546 이상으로 나타났다.

셋째, 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향을 알아본 결과 신체이미지 3요인 ‘외모지향, 외모만족, 체형만족’은 뷰티관심의 4요인 ‘미용성형관심, 타인의식, 이미지연출, 외형관리’에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과 신체이미지 3요인은 뷰티관리행동 7요인 ‘미용성형관심, 헤어관리, 전문체형관리, 홈케어, 전문 피부관리, 전문 이미지관리, 자가 체형관리’에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과 뷰티관심 4요인은 뷰티관리행동 7요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이 상의 결과를 종합하면 조사대상 전체를 볼 때 신체이미지 중 ‘외모지향’이 뷰티관심의 ‘타인의식’에 가장 높은 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 특히 10대에서 가장 높은 것으로 나타났다.

신체이미지와 뷰티관심이 뷰티관리행동에 있어서도 연령대별 시기적 특성이나 환경적 특성은 다르지만 10대는 헤어관리와 자가 체형관리, 20대는 미용성형관리, 30대는 자가 체형관리와 미용성형관리, 40대는 홈 케어와 미용성형관리, 50대는 헤어관리와 홈 케어관리로 나타나 신체이미지와 뷰티관심과 뷰티관리행동 간에 연령이 중요한 변인으로 작용하며 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과로 볼 때 사회적 경쟁력으로 인해 지나치게 겉으로만 드러나는 외모에 집중될 수 있는 미의 기준에만 자신의 이미지를 맞추려는 것은 자신의 신체이미지에 대해 부정적인 생각을 갖게 하는 결과를 가져올 수 있다. 따라서 무엇보다 자신의 신체에 대해 올바른 자아상을 정립하는 것이 중요하며, 그에 따른 뷰티관리행동이 되어야 한다.

또한 뷰티관련 산업에서는 여성 뷰티 행동과 관련된 소비자들의 관심과 행동의 특성을 바탕으로 소비자의 변화와 요구에 대응하는 소비시장의 효과적인 수요분석과 시장 세분화를 위한 기초자료로 활용한다면 기업에게는 이윤을 소비자에게는 만족을 주는데 효과적일 것이다.

【주요어】 외모지향, 체형만족, 타인의식, 신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동



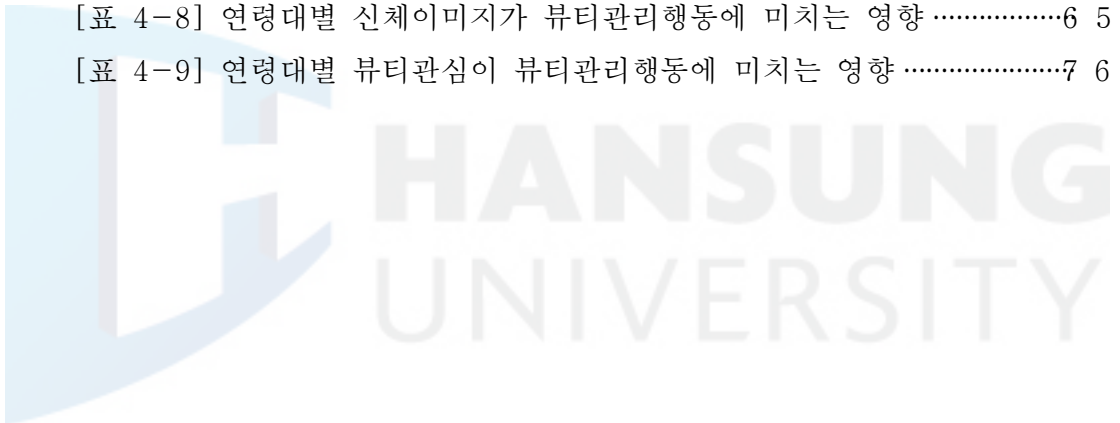
목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 필요성 및 목적	1
1.2 연구문제	4
1.3 논문의 구성	5
II. 이론적 배경	6
2.1 신체이미지	6
2.1.1 신체이미지의 정의	6
2.1.2 신체이미지와 외모관리행동 관련 선행연구	8
2.2 뷰티관심	12
2.2.1 뷰티관심의 정의	12
2.3 뷰티관리행동	14
2.3.1 뷰티관리행동의 정의	14
2.3.2 뷰티관심과 뷰티관리행동 관련 선행연구	16
III. 연구방법	19
3.1 연구 설계 및 모형	20
3.2 연구대상 및 자료수집	20
3.3 조작적 정의 및 설문지 구성	21
3.4 자료 분석방법	25
IV. 연구결과	26

4.1 조사대상의 일반적 특성	26
4.1.1 인구통계학적 특성	27
4.1.2 뷰티관리 특성	28
4.1.3 연령대별 뷰티관리 특성	31
4.2 신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동의 각 차원	35
4.2.1 신체이미지의 차원	35
4.2.2 뷰티관심의 차원	37
4.2.3 뷰티관리행동의 차원	40
4.3 연령대별 신체이미지가 뷰티관심과 뷰티행동에 미치는 영향	43
4.3.1 연령대별 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향	43
4.3.2 연령대별 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향	52
4.3.3 연령대별 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향	63
V. 결 론	75
5.1 요약 및 결론	75
5.2 연구의 한계점 및 제언	80
참 고 문 헌	81
부 록	87
ABSTRACT	94

표 목 차

[표 3-1] 자료수집 방법	02
[표 3-2] 설문지 구성	42
[표 4-1] 인구통계학적 특성	72
[표 4-2] 뷰티관리 특성	92
[표 4-3] 연령대별 뷰티관리 특성	33
[표 4-4] 신체이미지의 차원	63
[표 4-5] 뷰티관심의 차원	93
[표 4-6] 뷰티관리행동의 차원	24
[표 4-7] 연령대별 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향	6 4
[표 4-8] 연령대별 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향	6 5
[표 4-9] 연령대별 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향	7 6



그 립 목 차

[그림 3-1] 연구모형	9
[그림 4-1] 연령대별 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향	9 4
[그림 4-2] 연령대별 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향	0 5
[그림 4-3] 연령대별 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향	1 5
[그림 4-4] 연령대별 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향	0 6
[그림 4-5] 연령대별 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향	1 6
[그림 4-6] 연령대별 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향	2 6
[그림 4-7] 연령대별 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향	2 7
[그림 4-8] 연령대별 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향	3 7
[그림 4-9] 연령대별 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향	4 7



I. 서론

1.1 연구의 필요성 및 목적

빠르게 변화하는 우리 사회는 날이 갈수록 외모에 대한 관심이 증가되고 있다. 특히 여성들은 과거에 비해 고학력화와 사회적 활동의 증가로 경제활동의 주체가 되면서 다양한 분야에서 사회진출이 늘고 있다. 경제활동을 통한 생활수준의 향상은 여성들에게 보다 아름다운 외모를 갖고자 하는 욕구에 맞게 전문적이고 매우 적극적인 외모관리행동을 하게 한다.

오래전부터 사회적으로 이상적인 신체적 아름다움에 대한 기준은 특정 시대의 미적 가치를 반영해 왔고, 여성들은 이러한 기준에 맞도록 자신을 변화시키는 노력을 하려한다. 요즘 우리 사회의 기준에서 바라본 여성들의 이상적인 신체이미지는 젊고 날씬하며 깨끗한 피부, 작은 얼굴, 가늘고 긴 팔과 다리의 서구화된 모습을 표현하고 있다. 이런 외모와 관련된 이상적인 아름다운 미(美)의 기준은 대중매체(mass-media)와 모바일(mobile)을 이용한 소셜 네트워크(Social Network Services: SNS), 유튜브(youtube) 및 홈 쇼핑(home shopping)등을 통해서도 알게 모르게 메시지화 하여 우리에게 강력하게 전달된다.

아름답고 매력적인 외모는 개인의 행복과 사회생활에서 대인관계와 성공을 위한 필수조건이란 인식이 사회적 통념으로 자리하고, 취업이나 대인관계에서는 후광효과(後光效果)로 작용한다. 그렇기 때문에 성별과 연령에 관계없이 누구나 타인보다 뛰어난 건강하고 날씬한 체형의 신체이미지(body image)를 만들기 위해 많은 노력과 시간과 비용을 과감하게 투자한다.

어느 기업의 인사담당자 가운데 과반 수 이상이 스펙이 다소 부족해도 외모가 돋보이는 지원자에게 가산 점을 주거나 합격시킨 경험이 있고, 남성 지원자에 비해 여성 지원자의 외모가 2배 이상 평가에 영향을 준다고 하였다.¹⁾

이는 외모가 대인관계에 큰 영향을 주고, 경쟁력이라는 점과 지원자의 인상이 채용에 가장 큰 영향을 미친다는 결과를 나타내는 것으로 외모에 대한 사회적 인식의 정도를 보여주고 있는 것이다. 이런 현상은 이 시대에서 만들어진 사회적 미의 기준에 부응하고자 취업을 앞둔 여성들에게 성형을 해서라도 자신의 이미지를 바꾸려는 선택을 하게도 한다.

개인이 자신의 신체에 대하여 인지하고 지각하며 자신을 평가하는 주관적인 개념을 신체이미지라 하는데 여성들에게 있어 신체이미지는 자신 뿐 아니라 타인에게 어떻게 보여 지는지에 대한 평가는 매우 중요하다. 또한 신체이미지는 자기 개념(self-concept)과 성격 형성 등에 영향을 미치는 중요한 요소로써 신체이미지를 긍정적으로 생각할수록 자기 존중감이 높아지고 불안은 낮으며 사회생활 적응과 성장과정에 영향을 주게 된다.

자신의 이미지를 스스로 평가하며 이상적인 신체이미지와 자신과의 차이를 극복하기 위한 고민은 뷰티에 대한 관심의 증가를 높인다. 뷰티관심이란 외모에 대한 만족을 향상시키기 위한 화장품(cosmetics), 헤어(hair), 메이크업(make up), 피부관리(skin care), 미용기기, 체형관리 및 미용성형(cosmetic surgery)등에 대해 계속적으로 흥미를 갖는 것을 말한다.

이런 관심을 바탕으로 자신의 외모를 개선하고 변화시켜 아름다운 이미지를 만들어 가는 실천행위를 뷰티관리행동이라 하며, 뷰티에 대한 관심이 증가할수록 뷰티관리행동도 증가하게 된다. 대중매체에 의한 뷰티관심의 증가는 다양한 미적 욕구를 만족시키는 뷰티관리행동의 수단이 되었고, 그로 인해 여성들의 생활 전반에서 뷰티와 관련된 산업도 빠르게 발전하며 매우 다양한 소비가 이루어지고 있다.

이렇게 현대 사회에서 여성의 외모에 대한 비중이 높아지면서 사회가 요구하는 이미지 구축을 위해 여성들은 과거보다 훨씬 다양하고 세분화된 뷰티관리행동을 한다. 이러한 현상은 특정인이 아닌 사회 전체에 일반적인 현상으로 이어지고 있다. 그러므로 여성의 신체이미지와 뷰티관심과 뷰티관리행동에 대해 서로간의 영향을 파악해 보는 것은 매우 중요한 일이다.

지금까지의 선행연구들은 신체이미지와 뷰티관심을 각각의 변인으로 뷰티

1) 경향비즈.. (2013.). <http://biz.khan.co.kr>. 2018. 10. 25. 검색.

관리행동에 미치는 영향을 연구하였다. 이는 신체적 외모를 아름답게 가꾸고 싶은 관심이 뷰티관련 제품들의 소비 형태에 긍정적인 영향을 미친다는 단편적인 결과만 초래하였다. 그러므로 여성의 신체이미지가 뷰티관심과 뷰티관리행동에 미치는 영향과 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향에 대한 복합적인 연구는 아직 미흡한 실정이다.

신체이미지는 개인의 가치, 자존감 및 심리상태 등에 영향을 미치는 중요한 지표로 여성은 시대의 가치에 따라 변화되는 이상적인 신체이미지에 맞추기 위해 노력을 한다. 이상적인 신체이미지를 따라가기 위한 여성들의 뷰티관심은 계속해서 증가하며, 뷰티관리행동에도 커라단 영향을 미칠 것으로 여겨진다.

따라서 본 연구는 연령에 따른 여성들의 신체이미지와 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향에 대해서 연구해 보고자 한다. 본 논문의 결과는 여성의 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향, 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향, 뷰티관심에 뷰티관리행동에 미치는 영향에 있어 연령대와 어떤 관련이 있는지 특성을 파악하여 각 변인들 간에 상호 영향에 대한 연구와 이를 통해 외모 중심 사회의 불합리성을 지적하고, 뷰티산업에 있어 여성 뷰티 행동의 기초자료가 될 것으로 여겨진다.

1.2 연구문제

본 연구는 신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동의 각 차원과 연령대별 특성에 따른 변인의 차이가 어떻게 영향을 미치는가에 대해 분석하고자 한다. 이러한 목적을 위하여 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 조사대상의 일반적 특성에 대하여 알아본다.

연구문제1-1. 인구통계학적 특성에 대하여 알아본다.

연구문제1-2. 뷰티관리 특성에 대하여 알아본다.

연구문제1-3. 연령대별 뷰티관리 특성에 대하여 알아본다.

연구문제 2. 신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동의 각 차원을 알아본다.

연구문제 3. 연령대별로, 신체이미지가 뷰티관심과 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본다.

연구문제 3-1. 연령대별로, 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향을 알아본다.

연구문제 3-2. 연령대별로, 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본다.

연구문제 4. 연령대별로, 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본다.

1.3 논문의 구성

본 논문의 구성은 다음과 같다.

첫째, 서론에서는 본 연구가 이루어진 필요성과 목적 및 연구문제에 대하여 서술하였다.

둘째, 이론적 배경에서는 신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동의 정의와 선행 논문을 정리하여 연구의 방향성을 서술하였다.

셋째, 연구방법에서는 연구 설계 및 모형, 연구대상 및 자료수집, 조작적 정의 및 설문지 구성, 자료 분석방법에 대하여 서술하였다.

넷째, 연구결과에서는 각 연구문제에 따른 통계분석을 통한 결과의 내용을 제시하고 결과를 종합하여 연구자의 의견과 선행연구에 관한 고찰에 대하여 서술하였다.

다섯째, 결론에서는 전체 연구내용을 종합하여 요약정리하고 한계점과 향후 연구방향인 제언을 서술하였다.

Ⅱ. 이론적 배경

2.1 신체이미지(Body-Image)

2.1.1 신체이미지(Body-Image)의 정의

신체이미지는 다양한 의미로 하나로 정의하기는 어려운 개념이므로 통합적인 신체적 경험을 대상으로 여러 가지 다양한 차원에서의 이해가 필요하다.²⁾ 이는 현대인에게 있어서 자신을 인지시킬 수 있는 가장 확실한 수단으로 사람들은 신체를 통해서 자신이 사회적으로 어떤 종류의 존재인지를 나타내고³⁾ 있기 때문이다.

카이저(Kaiser)⁴⁾에 따르면 신체이미지는 새로운 환경과 자극을 통해서 시대의 이상적인 미의 기준과 사회화, 매스미디어, 동료 집단 및 유행 등의 사회 문화적인 영향을 받는다. 즉, 개인이 주관적으로 지각하는 신체 전반에 대한 생각은 사회적으로나 문화적인 기준으로 많은 영향을 받기 때문에 그 기준에 가까운 외모를 추구하며 그에 따른 평가는 개인마다 다르고 시대마다 다르게 변하게 된다.

로버트(Robert)⁵⁾는 신체이미지를 다른 모든 타인들과 구별하는 자신의 공간적인 신체에 대한 의식적이거나 무의식적인 정보와 감정과 그리고 지각들의 변화하는 집합체라고 하였고, 홀먼(Holman)⁶⁾은 자신의 실제 이미지를 지

2) 이해진. (2015). 가정과 교과서의 신체이미지 내용 분석과 통합적 교육단원 제안. 서울대학교 대학원 석사학위논문, p. 6.

3) R. Harre, (1991). Physical Being: A Theory for a Corporeal Psychology. Oxford: Blackwell

4) S. B. Kaiser, (1990). The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearance in Context Macmillan Publishing Company, New York, pp. 157-424.

5) S. L. Robert, (1986) Behavioral Concepts and Critically III Patients J. New Jersey, Pretic-Hall Inc, pp. 77-78.

각하는 실제적인 자기 이미지, 자신이 원하는 이상적인 자기 이미지, 타인이 보는 자신에 대한 지각인 사회적인 자기이미지로 구분하였다.

캐시(Cash)⁷⁾와 그의 연구팀은 1990년 신체이미지의 특성을 네 가지로 이야기하였다. 첫째, 신체이미지를 감정적, 인지적 측면과 행동적 측면의 다차원적으로 구성되어 있다. 둘째, 신체이미지는 신체적 매력에 대한 우리사회 내에 존재하는 사회적 기준에 의하여 결정된다. 셋째, 신체이미지는 고정되지 않아 항상 변화하는 속성을 가지고 있다. 넷째, 신체이미지는 개인의 행동에 영향을 주게 되어 불만족스런 신체부위나 체형을 감추고 보충하는 노력을 하게 한다.

시코어드와 저러드(Secord & Jourard)⁸⁾는 신체이미지는 개인이 자신의 신체에 대해서 갖게 되는 느낌이나 태도로 각 신체와 기능에 느끼는 만족과 불만족의 정도로 자신의 신체적 경험을 통해 만들어지게 되는 정신적인 상으로 개인의 자기 신체에 대한 인식과 태도를 포함⁹⁾ 하기 때문에 신체이미지는 개인의 신체에 대해서 지니고 있는 정신적 인상으로 자기 개념의 근본적 핵심 요소 뿐 아니라 자기 개념의 한 평가적 구성요소로 작용함으로써 개인의 인생을 통해서 매우 중요한 역할을 한다.¹⁰⁾

톰슨(Thompson)¹¹⁾에 의하면 신체이미지 형성 과정을 첫째, 인지적 측면으로 각 개인의 신체에 대한 알게 되는 정도와 둘째, 정서적 측면으로 개인의 신체 크기, 몸무게 각각의 신체 부위나 전체에 대해 만족하는 평가 또는 태도 그리고 셋째, 행동지향성 측면으로 개인이 자신의 외모에 대해서 얼마나 관심을 갖고 다양한 외모 행동들을 보여주는가의 세 가지로 구성하였다.

현대인들에게 신체이미지는 자신을 드러내고 인식시키기 위한 수단의 하

6) C. T. Schenk, et al. (1980). A Sociological Approach to Brand Choice: The Concept of Situational Self Image. *Advances in Consumer Research*, 7(1), pp. 610-614.

7) T. F. Cash, (1990). The Multidimensional Body-Self Relations Questionnaires In Appendix. *Body Image Disturbance, Assessment and Treatment*(Thompson. J.K), Pergamon Press.

8) P. F. Secord, & S. M. Jourard, (1953). The appraisal of body cathexis : Body cathexis and self. *Journal of Consulting Psychology*, 17, pp. 343-347.

9) N. A. Rudd, & S. J. Lennon, (2001). In *Body Image: linking aesthetics and social psychology of appearance*, *Clothing and Textiles Research*, 19:120-133.

10) 임숙자 외 (2009). *현대 의상사회 심리학*. 『서울: 수학사』, pp. 58-59.

11) 임숙자 외. *ibid*: pp. 41-69.

나로 신체에 대한 지각과 평가는 매우 중요하고,¹²⁾ 행동에도 영향을 미치게 되어 불만족스러운 신체 부분이나 체형을 보충하려는 노력을 동기화시켜 나아가 사람들과의 서로간의 관계에 있어 사회적인 자기 확신과 기술에 많은 영향을 미치기도 한다.¹³⁾

러크만과 소렌슨(Luckman & Sorensen)¹⁴⁾은 신체이미지가 자신의 신념이나 가치와 목표 그리고 성격과 자신에 대한 타인의 견해 등에 의해 합쳐서 이루어지며 인간이 환경에 반응하는 것을 결정해 준다고 하였다.

보타(Botta)¹⁵⁾는 신체이미지의 개념을 폭 넓게 늘 변화하는 개념으로 개인이 자신의 신체가 어떻게 보이기를 바라는지 까지 포함 한다고 정의하여 개인이 속한 문화권에 영향을 받으면서 사회화, 대중매체, 동료 및 문화 등 삶 전반에 영향을 주는 요소가 될 수 있다고 주장하였다. 이는 개인의 신체이미지는 그가 속한 사회의 영향을 받는다는 것이다.

따라서 신체이미지는 미적인 것과 사회, 문화적 환경에 의해 삶에 영향을 받으며, 자신의 신체에 대해서 주관적으로 느끼게 되는 감정이나 태도로 타인을 알게 되는 가장 기초적인 정보 중의 하나로 정의할 수 있다.

2.1.2. 신체이미지와 외모관리행동 관련 선행연구

강평미¹⁶⁾는 20대에서 50대의 남녀 직장인을 대상으로 분석한 결과 신체이미지의 하위 요인인 외모지향과 외모만족이 외모관리행동 하위요인에 미치는 영향에서 ‘외모지향’은 피부관리 행동과 헤어관리 행동 및 체형관리 행동에 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

‘외모만족’은 헤어관리 행동에는 정(+)적 영향을 체형관리 행동에는 부(-)

12) 백인혜. (2013). 청소년의 신체이미지와 성형태도의 관계 : 자아존중감, 자기애의 매개효과와 감사 성향의 조절효과를 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 10.

13) 황성희. (2008). 초등학생의 신체만족도가 학업성취도 및 또래집단과의 관계에 미치는 영향. 명지대학교 대학원 석사학위논문, p. 9.

14) Luckmann, & Sorensen, K. C. (1974). Medical-surgical Nursing, W. B. Saunders Company, pp. 82-85.

15) R. A. Botta, (1999). Television Images and Adolescent Girls Body Image disturbance Journal of Communication 48(2), pp. 19-27.

16) 강평미. (2017). 사회성, 신체이미지, 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향. 충남대학교 대학원 박사학위 논문, pp. 65-67.

적 영향을 미쳤으나, 외모만족은 피부관리 행동에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 외모지향을 높게 인식할수록 외모관리 행동 정도도 높아지고, 외모만족도가 높을수록 헤어관리 행동은 증가하고, 체형관리 행동은 낮아지나 피부관리 행동에는 영향을 미치지 않는다고 해석할 수 있다.

김효신¹⁷⁾은 성인들의 외모지향 수준과 몸매 지향수준에 따라 외모관리 행동에 대해 살펴본 결과 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다. 피부관리 행동, 체중 및 체형관리 행동, 미용성형관리 행동은 전체 외모관리 행동은 외모지향 수준이 낮은 성인보다 높은 성인이 자신의 신체에 대해 적극적으로 외모관리 행동을 한다고 할 수 있다.

고선형¹⁸⁾은 30대에서 50대 성인 남녀를 대상으로 신체이미지와 외모관리 행동의 구조적 분석 관계 결과 신체이미지의 하위요인인 외모지향성은 외모평가보다 큰 영향력이 있는 것으로 나타났다. 외모관리 행동의 하위요인은 ‘화장과 헤어관리’, ‘성형과 피부관리’, ‘체형과 의복관리’ 순으로 나타나 ‘화장과 헤어관리’가 외모관리행동에 가장 큰 영향력을 갖고 있는 것으로 나타났다.

장혜선¹⁹⁾은 20대 성인 남녀를 대상으로 신체이미지 요인은 외모지향, 외모평가, 신체만족으로 외모관리 행동 요인은 피부, 헤어, 체중, 패션, 메이크업, 네일관리로 분석한 결과 피부관리 행동에 외모지향은 유의미한 영향을 미쳤으나, 외모평가와 신체만족은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

이는 자신이 외모에 관심이 많고 신경을 쓰게 되는 사람들은 피부관리 행동에 관심과 노력을 한다는 것을 알 수 있으나, 자신의 신체에 만족 할 경우 그렇지 않다는 것을 말해준다고 볼 수 있다. 헤어관리 행동과 메이크업관리 행동에는 외모지향과 신체만족은 영향을 주는 것으로 나타났으나, 외모평가는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

체중관리 행동에 있어서는 외모지향만 영향을 미치고 외모평가와 신체만

17) 김효신. (2016). 바디이미지에 따른 외모관리행동이 건강생활습관에 미치는 영향. 숙명여자대학교 원경대학원 석사학위논문, pp. 46-48.

18) 고선형. (2015). 성인의 자아존중감, 외모관리행동 및 신체이미지가 대인관계에 미치는 영향 : 희망을 매개로. 한서대학교 일반대학원 박사학위 논문, p. 8.

19) 장혜선. (2014). 신체이미지와 외모관리행동이 심리적 안정감에 미치는 영향. 서경대학교 대학원 석사학위 논문, pp. 72-77.

족은 영향을 미치지 않았다. 자신의 신체에 만족하면 체중관리 행동에 소홀하고 체중관리 행동도 중요하지 않게 생각한다는 결과를 나타냈다. 이는 신체에 불만족 할수록 체중조절을 하는 것으로 볼 수 있다.

이하나²⁰⁾ 미용계열 여고생을 대상으로 한 연구에서 첫째, 사회성취 집단의 외모 추구혜택이 뷰티행동에 미치는 영향에서 뷰티행동 중 화장행동에 자기과시 요인이 정(+)적 관계를 미치는 것으로 나타났고, 헤어관리에는 자기과시와 개성 요인이 정(+)적 관계를 미치는 것으로 나타났다. 이는 남에게 뽐내기를 좋아하는 성향이 강한 여고생 일수록 화장행동을 중요하게 생각하고 헤어관리에 많은 신경을 쓰며 헤어관리를 통해 자기만의 개성을 표현하고, 특별하다는 생각을 가지고 있음을 알 수 있다. 둘째, 물질적 과시집단의 추구혜택이 뷰티행동에 미치는 영향에서 뷰티행동 중 화장행동, 체중관리, 피부관리, 헤어관리는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

백인혜²¹⁾는 청소년의 신체이미지와 성형 태도의 관계에서 희망 하는 성형 부위에 대해서 눈, 코, 얼굴윤곽수술 순으로 나타났으며, 학년이 낮을수록 성형수술을 하고 싶다는 생각을 더 많이 하고, 성형의 경험여부에 대해 1학년, 2학년, 3학년 순으로 학년이 낮을수록 성형을 경험한 학생이 많고, 성별에서는 남학생보다 여학생이 3배 이상 성형을 많이 경험한 것으로 나타났다. 성별에 따른 집단 간 차이에서도 분석 결과 신체이미지의 모든 하위 요인인 '외모지향, 외모평가, 신체만족'이 성별에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 성별에 따른 집단 간 성형 태도의 하위 변인 중 타인의 기대는 집단 간 유의미한 차이를 보이지 않았으나 '성형위험감수, 성형욕구, 성형을 통한이미지 향상 욕구, 성형비밀유지'는 성별에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

신체이미지 하위변인 외모지향은 성형태도의 모든 하위요인인 외모지향은 '성형의 위험 감수, 성형욕구, 성형을 통한이미지 향상 욕구 ,성형비밀유지, 타인의 기대'와 유의한 정적 관계가 있는 것으로 나타났으나, 외모평가는 성

20) 이하나. (2014). 미용계열 여고생의 가치관에 따른 외모 추구혜택이 뷰티행동에 미치는 영향. 경성대학교 대학원 석사학위논문, pp. 42-45.

21) 백인혜. (2013). 청소년의 신체이미지와 성형태도의 관계 : 자아존중감, 자기애의 매개효과와 감사성향의 조절효과를 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, pp. 40-50.

형태도에서 성형비밀유지만 유의미한 부적 상관관계를 나타냈고, 신체만족은 성형태도의 모든 하위요인과 부적 상관이 있는 것으로 나타났다.

조선영²²⁾은 20세에서 69세까지 연령에 따른 외모관리행동의 차이를 살펴본 결과 20대에서 60대 이상에서 외모관리행동은 40대가 가장 높게 나타난 연령대이고 60대 이상이 가장 낮은 연령대로 나타났다. 연령에 따른 헤어관리 행동의 차이에서 40대와 60대 이상이 가장 높은 연령대로 나타났고, 가장 낮은 연령대는 20대와 30대인 것으로 나타났다. 연령에 따른 화장관리 행동의 차이에서 가장 높은 연령대는 20대와 40대로 나타났고, 가장 낮은 연령대는 60대 이상으로 나타났으며, 연령에 따른 피부관리 행동의 차이가 높은 연령대는 20대 30대 40대로 나타났고, 50대 이상은 낮은 것으로 나타났다. 연령에 따른 체형관리 행동의 차이에서 높은 연령대는 40대 이상 것으로 나타났고, 가장 낮은 연령대는 20대인 것으로 나타났다.

이지영²³⁾의 20세에서 49세 성인여성을 대상으로 피부관리 행동에 대한 연구에서 연령에 따른 조절효과 결과 20대는 자신의 의지와 주변의 시선이 피부관리 행동에 있어 많은 영향을 미치나, 30대에서 40대는 현실과 직결되는 요인인 시간과 경제적인 것에 의해 영향을 많이 받는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 20대보다 30대에서 40대는 비용을 많이 고려한다는 것이라고 볼 수 있다.

박은정²⁴⁾은 여대생을 대상으로 신체이미지가 외모향상 추구행동에 미치는 영향에서 체중과 체형관리, 의복선택, 얼굴관리 순서로 신체이미지가 외모향상 추구행동에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중 가장 큰 양향을 미친 요인에 체중, 체형관리로 체중에 대한 관심이 체중과 체형관리 행동에 영향을 미치는 것을 의미하고, 그 만큼 여대생들이 자신의 체중과 외모에 관심을 많이 갖게 될수록 외모를 향상시키기 위한 행동을 더 많이 한다는 것이다.

22) 조선영. (2013). 성인여성의 생활연령과 지각연령의 차이가 외모관리행동 및 자아존중감에 미치는 영향. 호서대학교 벤처전문 대학원 석사학위논문, pp. 69-79.

23) 이지영. (2012). 피부관리에 대한 태도, 규범, 행동통제가 피부관리행동에 미치는 영향 : 지식경험연령 및 결혼여부의 조절 효과. 충남대학교 대학원 박사학위논문, PP. 80-81.

24) 박은정. (2012). 외모에 대한 사회문화적 영향, 체이미지 및 신체불만족이 외모향상추구행동에 미치는 영향. 전남대학교 대학원 석사학위논문, p. 81.

이상의 선행연구들을 통해 보면 신체이미지는 자신의 외모를 가꾸고 개선해 신체적 매력을 향상시키는 주관적인 부분에 있어 사회와 문화의 영향을 받으며, 삶에 많은 영향을 끼치는 개념으로 개인의 외모에 대한 관심과 신체이미지에 대한 개선의 욕구가 강한 여성일수록 연령대별로 다양하고 적극적인 관심을 통해 외모관리 행동하고 있는 특징을 나타내고 있다.

2.2 뷰티관심

2.2.1 뷰티관심의 정의

일반적으로 사회 전반에서 폭 넓게 자리하는 뷰티의 의미는 외모를 아름답게 가꾸는 모든 수단으로 패션, 헤어, 피부, 메이크업, 손, 발톱, 체형 및 성형 등으로 신체적 용모를 위한 것을 의미한다.

여기에 뷰티관심이란 ‘뷰티(beauty)’와 ‘관심(interest)’의 합성어로 아름다움과 어떤 것에 마음이 끌려 신경이 쓰이거나 주의를 기울인다는 뜻으로 스스로의 외모에 대한 만족을 향상시키기 위한 화장품, 헤어, 피부, 메이크업, 미용기기, 다이어트, 미용성형, 등에 대해 계속적으로 흥미를 갖는 것을 의미한다.

또한 이런 분야의 산업에 대해 지속적으로 관심과 흥미를 갖는 정도를 뷰티산업에 대한 관심이라고 볼 수 있으며, 뷰티산업은 아름다움을 추구하는 모든 행위의 상품의 시각적, 느낌을 중요시하며 고객의 감성에 호소하는 제품이나 서비스를 말한다.²⁵⁾

뷰티산업과 관계되는 전반적인 관심은 외모에 대한 관심이 높을수록 함께 증가하고 외모를 가꾸기 위한 뷰티관심은 오늘날 연령과 성별에 상관없이 현대인들은 상당히 많은 관심을 가지며 자연스럽게 자신과 타인에 의해서 사회적 기준에 반영된 외모를 평가받기 때문에 그에 따른 관심은 그 만큼 중요하다.

이러한 뷰티관심은 외모관심에서 파생되었고,²⁶⁾ 개인의 외적 모습에 대한 관

25) 설현진. (2010). 청소년의 외모에 대한 사회문화적 요인에 따른 외모만족도와 뷰티행동에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문, p. 20.

심의 중요성이 증가하면서 사회적인 인식도 달라지고 있기 때문에 자신의 외모와 이미지에 관심이 높아지는 청소년기는 또래 집단을 통해 인정받는 매력적인 외모를 지향하고 가꾸는 것에 대해 노력하는 성향이 강하게 나타나고,²⁷⁾ 성인에 비해 외모에 대한 관심이 더 많으며, 여러 가지에서 외부로부터의 영향을 많이 받는다.

김은주²⁸⁾는 외모에 대한 관심은 신체를 변화하려는 강한 의지와 긍정적인 변화와 노력의 촉매가 되며 자신의 외모를 더욱 매력적으로 관리하려는 의지는 뷰티관리 행동을 계획하고 하도록 하는 동기가 된다고 하였다.

알폰소, 엘리슨, 리더, 고어먼(Alfonso, Allison, Reader, Gorman)²⁹⁾은 외모관심도에 받은 좋은 영향으로 이미지를 만들게 되면 그 이미지가 사회생활에서 경쟁력으로 작용하는 것이라고 하였다.

외모는 개인을 가장 분명하게 드러내는 속성을 지니고³⁰⁾ 자기 자신을 나타낼 수 있는 가장 중요한 요소이며 경쟁력으로 변화되고 있다. 이런 외모의 중요성에 대한 사회, 문화적 태도는 사람들이 자신의 얼굴과 뷰티에 대한 관심을 높아지게 만들고, 성형수술을 통해서라도 원하는 얼굴로 형태를 바꾸는 등의 적극적인 외모를 관리 하게 한다.³¹⁾

취업문은 좁아지고 경쟁도 치열해질 수밖에 없는 현실에 외모마저 스펙으로 인식되면서 취업 준비생의 경우, 면접에서 합격하지 못하는 이유를 자신의 외모 때문이라 비판하는 것으로 나타나 방학을 이용해 취업이나 면접에 대비하려는 '취업성형'이 늘어난다고 하였다.³²⁾ 이와 같은 현상은 외모가 스펙으로 작용하는 지금의 현실을 단적으로 보여주고 있는 것이다.

실제 성형을 진행한 성별과 연령대 비율에서 20대가 28.5%를 차지해 가

26) 오별. (2012). 중·고등학생의 뷰티관심도와 정보탐색이 뷰티관리행동에 미치는 영향. 서경대학교 대학원 석사학위논문, p. 6.

27) 정은주. (2007). 남녀고등학생의 외모관심도와 화장품구매성향에 따른 화장품 구매행동연구. 서경대학교 대학원 석사학위논문, P. 6.

28) 김은주. (2001). 여대생의 외모관리행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 2.

29) V. C. Alfonso, D. B. Allison, D. E. Reader, B. S. Gorman,; The Extended Satisfaction with Life Scale: Development and Psychometric properties. Soc. Indi. Res 1996, 38, 275-301.

30) 박채성. (2018). 여성소비자의 헤어스타일 선호도, 라이프스타일 유형, 외모관심도. 서경대학교 대학원 석사학위논문, P. 21.

31) 김태미. (2014). 다문화가정 구성원의 자아존중감과 신체만족도에 따른 의복행동 및 뷰티관심도에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문, P. 29.

32) 중부매일. (2016). <http://www.jbnews.com..> 2018. 11. 02. 검색.

장 높았으며, 30대는 24.3%, 40대는 19.6%, 50대는 14%, 10대는 7.3%, 60대가 5.2%로 나타났다. 성별에서는 여성이 약 90%, 남성이 10%를 차지한다는 결과로 성형에 대한 관심과 행동이 여성이 높음을 나타냈다.³³⁾

여성들의 미용성형은 자신을 위한 투자로 인식되고 기능적 문제와 외적 콤플렉스를 동시에 개선하는 수단으로 특히 중년 여성에게 있어 신체적, 사회적 변화를 겪게 되는 시기에 위기감을 극복하려는 방법의 하나로 성형수술을 받는 대부분의 여성들은 달라진 외모에 긍정적인 느낌을 가진다. 성형에 대한 사회적인 반응도 긍정적으로 변하게 되어 많은 여성들은 미용성형에 대한 관심을 더욱 증가시키는 결과를 가져오는 현상을 나타내고 있음을 보여 준다.

따라서 뷰티관심은 시각적으로 보이는 자신의 전체적인 신체적 외모에 대해 좋은 이미지를 만들고 매력을 더하기 위해 표현할 수 있는 수단에 대해 지속적으로 흥미를 갖는 개념으로, 뷰티에 대한 관심은 개인이 자기 자신에 대한 개념을 형성하는데 많은 영향을 주고 다른 사람과의 상호작용 속에서 타인들의 반응에 대해 자신이 주관적으로 평가하는 정도라고 할 수 있다.

2.3 뷰티관리행동

2.3.1 뷰티관리행동의 정의

행동(行動)이란 몸을 움직여 동작을 하거나 어떤 일을 한다는 뜻으로 뷰티관리행동이란 뷰티와 관련된 수단을 통해 폭 넓게 이루어지고 있으므로 ‘뷰티’와 ‘관리행동’의 합성어로 표현 할 수 있다. 이런 의미로 뷰티관리행동은 자신의 외적인 이미지를 위해 관리하는 수단으로 피부관리, 헤어관리, 두피관리, 체형관리, 메이크업 및 미용성형관리, 등을 이용하여 개선하고 변화시켜 아름다운 이미지를 만들어 가는 행동이라 정의 할 수 있다.

외모는 개인에 관한 정보를 타인에게 전달하는데 있어 아주 중요한 역할을 하므로 사람을 평가하는 기준에 있어 과거에는 그 사람의 타고난 성질과 성품을 중요하게 생각했으나, 현대 사회에서는 외모를 중요시 하는 경향이 증가하고 있

33) 여성소비자신문. (2018). <http://www.wsobi.com>. 2018. 11. 05. 검색.

다.³⁴⁾ 이는 외모는 개인의 개성을 표현하기도 하지만 타인과의 의사소통에서도 중요한 역할을 한다는 것이다.

사회적으로 대중매체와 모바일의 발달로 인한 현대의 미(美)는 변화하는 사회와 대중 속에서 아름다움이 최우선으로 선택되는 특성으로 과거보다 훨씬 빠르게 지배적으로 전달되고 있다.

많은 정보 함께 하고 있는 청소년과 젊은 층 및 중년층을 포함한 모든 연령대의 여성들은 외모에 대한 적극적인 관심의 증가와 빠른 습득으로 이어진다. 외모관리가 경쟁력이라는 가치를 부여하는 사회적 현상에서 현대 사회의 미(美)에 대한 판단은 사회적 구조 속에서 만들어지며 미에 대한 기준을 변화시킨다,

개인의 신체이미지가 사회 속에 존재하는 신체적 매력에 대한 기준에 따라 결정되어 지게 됨에 따라 여성들은 자신의 신체적 매력을 더하고 외모를 향상시키고자 하는 욕구는 뷰티관리행동에도 많은 변화와 영향력을 미치게 된다.

카이저(Kaise)³⁵⁾ 따르면, 이상적인 신체모습과 자신의 신체모습과의 차이를 극복하기 위한 외모관리행동으로 체중조절, 성형수술, 피부관리와 같은 적극적인 행동을 함으로 자신의 신체에 대한 만족을 증가시킨다고 말함으로써 신체만족을 위한 수단으로써 다양한 외모관리행동이 이루어진다고 하였다.

많은 선행연구 결과에서도 외모에 대한 관심이 높을수록 외모 지향 수준도 증가지고, 외적 아름다움을 유지하기 위해 외모관리행동도 더욱 많이 하는 것으로 나타났다. 그 만큼 외모관리는 현대인들에게 있어 필수적 요소로 외모향상을 통해 타인에게 자신의 이미지를 내면화 시키려는 행동을 하게한다.

자신의 외모를 한층 더 아름답고 매력적으로 만들고자 하는 여성의 적극적인 마음은 여러 가지 뷰티관리행동을 하게 하는 동기를 만든다.³⁶⁾ 현대인들은 다양한 뷰티관리행동을 통해 자신이 바라는 외모를 갖기 위해 시간과 비용을 들여

34) J. H. Jung, & S. J. Lennon, & N. A. Rudd, (2001). Self-Schema or Self-Discrepancy Which Best Explains Body Image. Clothing and Textiles Research Journal. 19(4). pp. 171-184.

35) S. B. Kaiser, (1990). The social psychology of clothing: Symbolic appearance in context(2nd ed.). New York: Macmillan Publishing.

36) 이주영. (2012). 여성의 외모관리행동에 대한 자아존중감과 정보탐색에 관한 연구. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, p. 6.

노력하고 사회 전체적으로 일반화 되어 이런 추세는 성별과 연령에 제한되지 않고 높은 관심으로 소비 역시 증가하고 있다. 이에 뷰티관리행동에 대한 각 차원의 변인들을 좀 더 다양하고 세분화 된 연구의 필요성이 있다.

2.3.2 뷰티관심과 뷰티관리행동관련 선행연구

유제이³⁷⁾는 남, 여 대학생을 대상으로 한 연구에서 외모에 대한 관심도는 여자 대학생이 외모관심, 외모개선관심, 피부관심, 피부개선관심 요인에서 남자 대학생보다 더 높은 것으로 나타났다. 성별과 전공계열에 따른 뷰티관리행동에서는 여자 대학생의 경우 본인의 외모를 관리하기 위해 주로 피부관리와 화장품 사용, 헤어관리, 옷과 장신구 사용 및 두피관리 등의 방법을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 헤어를 관리하기 위해서는 주로 커트, 염색, 펌, 모발 관리 등의 방법을 이용하고, 피부를 관리하기 위해서 주로 팩, 각질제거, 여드름 관리 등의 방법을 이용하는 것으로 나타났다.

이지후³⁸⁾는 여대생을 대상으로 외모관심과 미용성형인식에 따른 미용성형행동에 관한 연구에서 자신을 표현하는 수단인 외모관심이 인상을 형성하는 중요한 단서가 되기에 외모를 개선하는 행동으로 미용성형에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 나타났다. 많은 여대생들이 자신에게 어울리는 외모를 갖기 위해 미용성형수술을 선택하고 그들의 외모에 대한 관심이 미용성형을 이끌어 가며 수술로 인해 예뻐지고 매력적으로 변화됨에 따라 미용성형수술에 대한 만족감이 높아진다고 하였다.

김효정³⁹⁾은 20대와 30대 여성을 대상으로 분석한 결과 외모 관심도가 높을수록 피부관리, 메이크업, 성형 행동을 하는 것으로 나타났다. 뷰티 관리 행동 실태 분석 결과 20대와 30대 여성들이 선호하는 헤어관리 행동은 염색이며, 피부관리 행동은 전신 마사지, 메이크업 연출은 피부 톤 정리, 성형수술 부위는 양악, 체형

37) 유제이. (2018). 대학생의 자기에 성향과 외모관심도가 피부·모발 인식과 뷰티관리 행동에 미치는 영향. 호남대학교 대학원 석사학위논문, pp. 83-101

38) 이지후. (2018). 외모관심과 미용성형인식에 따른 미용성형행동. 호남대학교 대학원 석사학위논문, p. 58.

39) 김효정. (2016). 20-30대 여성들의 가치관에 따른 뷰티 라이프스타일 행동과 뷰티 관리 행동 실태 연구. 서경대학교 대학원 박사학위논문, pp. 48-76.

관리 행동은 P·T로 나타났다. 성공지향 가치관이 높을수록 모든 뷰티 라이프스타일 행동이 높아지며 관계지향 가치관이 높을수록 피부관리 행동과 몸매관리행동이 높아지는 결과를 나타냈다.

고희자⁴⁰⁾는 10대에서 60대 여성을 대상으로 연령과 첫 외모관심 행동 시기에 서 여성은 연령에 따라 생애 첫 외모관심을 가지는 시기가 다른 것으로 나타났는데 12세에서 13세 정도로 중학생 집단이 가장 높아 연령이 어릴수록 관심 갖는 시기가 더 빠른 것을 알 수 있었고, 첫 외모관리 행동은 하얀 피부를 만드는 행동에 있어 20대 집단이 가장 높게 나타났고, 고등학생 집단이 가장 낮게 나타났다.

몸매관리를 위해 운동을 하는 경우는 20대 이상의 집단보다 30대 이상의 집단이 더 높았고, 외모관리행동은 피부관리에 대하여 중학생과 60대 집단이 가장 낮았다. 체형관리는 40대, 50대, 60대가 높았고, 미용성형수술 여부와 관계에서는 30대와 40대는 성형하지 않은 경우보다 성형을 한 경우가 높은 것으로 나타났다. 외모만족도가 높을수록 체형관리를 더하며 성형수술의 경우는 외모만족도가 낮을수록 더 하는 것으로 나타나 상반된 결과를 보였다.

이명진⁴¹⁾은 남녀 중, 고등학생을 대상으로 매체 이용이 외모관심에 미치는 영향을 분석한 결과 청소년은 뷰티정보에 관해 가장 많이 이용하는 것은 인터넷임을 알 수 있고, 청소년의 특성에 따른 뷰티관리행동은 피부관리가 가장 높게 나타났다. 이는 청소년기는 호르몬의 변화로 인한 피부의 특성상 피부관리에 많은 시간과 노력을 투자하는 부분은 여드름과 뽀루지 등과 같은 트러블로 분석되며 청소년기 외모관리는 피부관리에 관한 관심과 중요성이 높다는 것을 알 수 있다. 중학생들은 피부관리와 함께 헤어관리, 고등학생들은 헤어, 메이크업관리 순으로 뷰티관리행동 결과가 나타나 학년이 높을수록 좀 더 적극적으로 외모를 가꿀 수 있는 방법인 색조화장에 대한 뷰티행동과 헤어관리행동이 증가하는 결과를 보였다.

유해숙⁴²⁾은 20세 이상의 여성을 대상으로 일반적 특성에 따른 미용성형수술 경험 차이는 40세 이상 50세미만이 가장 높게 50세 이상이 가장 낮게 나타났다.

40) 고희자. op. cit. pp. 45-69.

41) 이명진. (2014). 청소년의 대중매체 뷰티정보이용과 외모관심 및 뷰티관리행동에 관한 연구. 서경대학교 대학원 석사학위 논문, pp. 56-57.

42) 유해숙. (2013). 외모관심도 및 외모관리행동이 미용성형수술에 미치는 영향. 초당대학교 대학원 석사학위논문, pp. 18-19.

미용성형수술을 희망 하는 이유는 외모에 대한 자신감 부족이 가장 많았으며, 미용성형수술에 관한 관심도 매우 높고, 긍정적으로 인식하며 외모관심도 및 관리행동이 많을수록 미용성형수술에 대한 관심이 많아 미용성형수술에 대한 인식과 외모관심도와 외모관리행동의 상호 관련성이 매우 높을 것으로 예상된다.

오 별⁴³⁾은 뷰티관심도가 뷰티관리행동에 미치는 영향에서 외모관심 요인이 헤어관리요인에 미치는 영향이 가장 큰 것으로 확인되었고, 외모에 대한 관심이 높아질수록 헤어관리, 화장관리, 피부관리, 식이관리도 높아진다는 결과를 나타냈다.

설현진⁴⁴⁾은 13세에서 18세 여자 청소년을 대상으로 외모만족도와 뷰티관심도와 인과관계에서 외모 자신감이 높을수록 헤어 뷰티관심도가 높은 청소년일수록 적극적인 헤어 뷰티행동을 한다며 얼굴 뷰티관심도도 헤어 뷰티행동에 영향을 준다고 나타냈는데 이는 헤어가 얼굴부위와 가까이 있기 때문에 영향을 미치는 것으로 해석되며 얼굴 뷰티관심도가 높은 청소년은 헤어 뷰티행동도 높다고 하였다.

이상의 선행연구들을 통해 보면 자기에 성향과 외모관심도, 외모관심과 미용성형인식, 가치관에 따른 뷰티 라이프스타일 행동, 사회문화적 배경에 따른 외모관리 행동 및 외모만족도, 대중매체에 의한 뷰티정보이용과 외모관심, 그리고 대중매체 뷰티정보이용과 외모관심 및 뷰티관리행동에 관한 연구 등으로 본 연구에서는 신체이미지와 뷰티관심과 뷰티관리행동과의 변인의 관계를 통해 서로에게 미치는 영향을 연구하고자 하였다.

43) 오 별. op. cit. pp. 47-50.

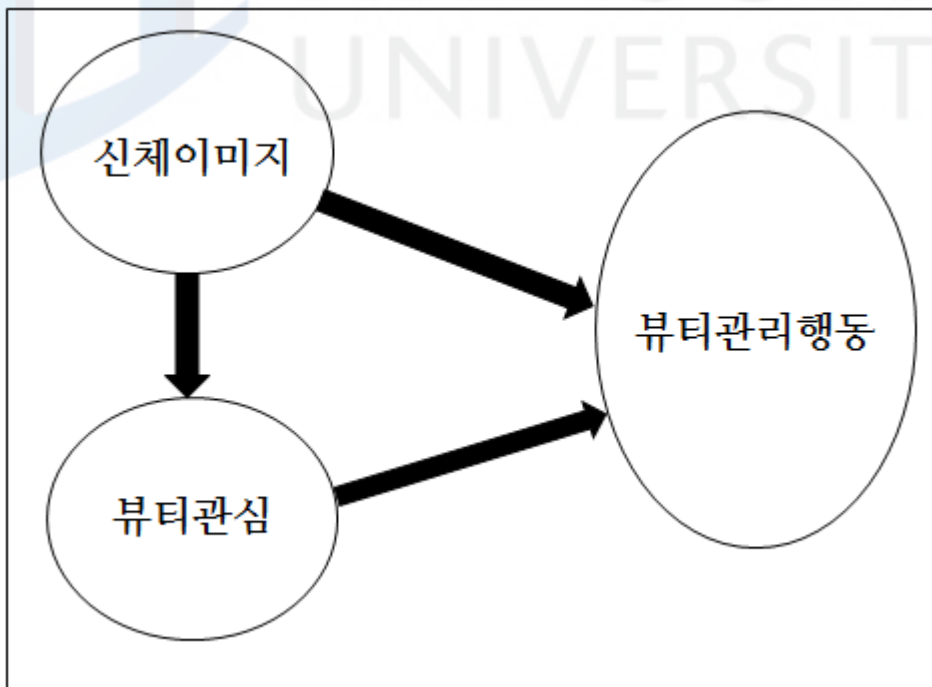
44) 설현진. op. cit. pp. 98-99.

Ⅲ. 연구방법

3.1 연구 설계 및 모형

본 연구는 여성의 신체이미지와 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 분석하기 위해 대학교, 직업학교, 미용고등학교, 미용학원, 교회 등의 학생들과 관련자들에게 설문지의 목적과 방법을 충분히 설명하고 도움을 받아 자기기입식 설문 조사법으로 이루어졌다.

연구모형은 신체이미지와 뷰티관심을 독립변인으로 뷰티관리행동을 종속변인으로 설정하였고, 뷰티관심은 독립변인인 동시에 타 변인에 의해 영향을 받는 종속변인으로 설정하였으며 다음의 [그림 3-1]과 같다.



[그림 3-1] 연구모형

3.2 연구대상 및 자료수집

본 연구를 분석하기 위한 자료 수집방법은 자기기입식 설문지로 인터넷 (internet) 구글(google) 폼(form) 설문지 만들기로 제작하여 모바일을 이용해 발송하는 방법으로 이루어졌다.

3.2.1 예비조사

정확한 자료수집과 설문조사를 위해 1차로 설계된 설문지를 서울과 경기도에 거주하는 10대에서 50대의 여성을 대상으로 2018년 8월 22일부터 8월 25일까지 4일간 실시하여 총 57부를 회신 후 자료를 분석하여 문항에 대한 이해도 및 신뢰성을 검토하여 수정, 보완 하였다.

3.2.2 본 조사

본 조사는 2018년 8월 29일부터 9월 17일까지 20일간 서울과 경기도 지역의 거주하는 10대에서 50대의 여성을 대상으로 실시하여 총 955부의 응답을 받았다. 그 중 불성실한 응답 5부를 제외한 총 950부를 최종 분석에 사용하였다. 본 연구를 위한 자료 수집 방법은 다음의 [표 3-1]과 같다.

[표 3 -1] 자료수집 방법

자료수집		설문지법 (온라인 이용)
지역		서울, 경기도
조사대상		10대에서 50대의 여성
조사기간	예비조사	2018년 8월 22일부터 8월 25일까지 (4일간) 총 57부 자료 분석
	본 조사	2018년 8월 29일부터 9월 17일까지 (20일) 총 응답 수 : 955부 제외한 응답 수 : 5부 최종 분석 : 총 950부 사용

3.3 조작적 정의 및 설문지 구성

본 연구에 사용된 신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동에 대한 조작적 정의와 설문지 구성의 내용과 출처는 다음과 같다.

설문지에 사용된 문항은 선행 연구를 토대로 신체이미지(16문항), 뷰티관심(19문항), 뷰티관리행동(24문항)과 연구대상의 일반적 특성(14문항)으로 총 73문항으로 구성하였다.

3.3.1 신체이미지(Body image)

본 연구에서 신체이미지는 미적인 것과 사회, 문화적 환경에 의해 삶에 영향을 받으며, 자신의 신체에 대해 자신이 주관적으로 느끼게 되는 감정이나 태도로 타인을 인식하는 가장 기본적인 정보 중의 하나이다.

신체이미지 척도는 캐시(Cash,1990)⁴⁵⁾가 개발한 신체자아에 관한 다차원 척도(Multi-dimensional Body - Self Relations Questionnaire : MBSRQ)로 청소년의 신체이미지 측정을 위해 자기 주관적 측면에서 평가하는 자기 보고식 측정도구로 신체에 대한 긍정적인 감정과 평가를 의미하는 감정적 차원과 인지, 행동적 차원으로 구분된다.

본 연구에서는 이를 측정하기 위해 선행연구 백인혜⁴⁶⁾, 안채리⁴⁷⁾가 사용한 문항을 토대로 신체이미지 하위요인은 외모지향(7문항), 외모만족(5문항), 체형만족(4문항)의 3요인으로 분류되었다. 문항은 총 16문항으로 구성되었으며, 조사도구를 연구의 목적에 적합하도록 수정, 보완하여 재구성하였다. 각 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’(1점), ‘그렇지 않다’(2점), ‘보통’(3점), ‘그렇다’(4점), ‘매우 그렇다’(5점)의 숫자가 클수록 점수가 높음을 나타내는 리커트(Likert) 척도로 측정하였다.

45) T. F. Cash, T. Pruzinsky, (1990). Body images. New York: The Guilford Press. Cash, T. F., & K. (1990). Being fat versus thinking fat: Relations with body image, eating behaviors and wellbeing. Cognitive therapy and Research. 14(5). pp.323-341.

46) 백인혜. op. cit. p.110.

47) 안채리. (2011). 남자대학생의 신체이미지와 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향. 서경대학교 대학원 석사학위논문, p. 98.

3.3.2 뷰티관심(Beauty interest)

본 연구에서 뷰티관심이란 ‘뷰티’(beauty)와 ‘관심’(interest)의 합성어로 아름다움과 어떤 것에 마음이 끌려 신경이 쓰이거나 주의를 기울인다는 뜻으로 스스로의 외모에 대한 만족을 향상시키기 위한 화장품, 헤어, 피부, 메이크업, 미용기기, 다이어트, 미용성형, 등에 대해 계속적으로 흥미를 갖는 것을 의미한다.

이를 측정하기 위해 선행연구 김창숙⁴⁸⁾, 김효정⁴⁹⁾, 이명진⁵⁰⁾이 문항을 토대로 뷰티관심의 하위요인은 미용성형관심(8문항), 타인의식(6문항), 이미지 연출(3문항), 외형관리(2문항)의 4요인으로 분류되었으며, 조사도구를 연구의 목적에 적합하도록 수정, 보완하여 재구성하였다. 각 문항은 리커트 척도로 총 19문항으로 구성되었다.

3.3.3 뷰티관리행동(Beauty management behavior)

본 연구에서 뷰티관리행동이란 자신의 외적인 이미지를 관리하는 방법으로 타인에게 자신을 보여주기 위해 얼굴관리, 피부관리, 헤어관리, 체형관리, 메이크업, 미용성형관리, 등을 이용하여 변화시켜 이미지를 만들어 가는 행동이라 할 수 있다.

이를 측정하기 위해 선행연구 김창숙⁵¹⁾, 이하나⁵²⁾, 김효신⁵³⁾, 조은정⁵⁴⁾, 오 별⁵⁵⁾의 문항을 토대로 뷰티관리행동의 하위 요인으로 미용성형관리(5문항), 헤어관리(5문항), 전문체형관리(3문항), 홈 케어(4문항), 전문 피부관리(2문항), 전문 이미지관리(3문항), 자가 체형관리(2문항)의 7요인으로 분류되었

48) 김창숙. (2017). 남자고등학생의 자아존중감, 신체만족, 피부외모관심 및 외모관리행동에 관한 연구. 서경대학교 대학원 석사학위논문, pp. 90-91.

49) 김효정. op. cit. pp. 93-96.

50) 이명진. op. cit. pp. 69-73.

51) 김창숙. op. cit. pp. 92-93.

52) 이하나. op. cit. pp. 77-78.

53) 김효신. op. cit. pp. 80-81.

54) 조은정. (2014). 고등학교 유형에 따른 미용관리행동, 선호도 및 자아존중감에 대한 연구. 한성대학교 대학원 석사학위논문, pp. 80-84.

55) 오 별. op. cit. p. 74-77.

으며, 연구의 목적에 적합하도록 연구자가 수정, 보완하여 재구성하였다. 각 문항은 리커트 척도로 총 24문항으로 구성되었다.

3.3.4 일반적 특성

3.3.4.1 인구통계학적 특성

연구대상자의 인구통계학적 특성은 거주지, 연령, 학력, 월평균 소득으로 구분하여 4문항으로 본 연구의 목적에 적합하도록 연구자가 구성하였다.

3.3.4.2 뷰티관리 특성

연구대상자의 뷰티관리 특성은 오 별⁵⁶⁾의 뷰티관련 정보에 대한 문항을 바탕으로 월평균 용돈 대비 뷰티관리비, 뷰티관리 시 주 관심 분야, 뷰티관리 시 중요사항, 피부관리 시 이용하고 싶은 장소, 체형관리 방법, 헤어관리 방법, 메이크업 시 중요사항, 성형 시 원하는 부위, 비 인적 정보원, 인적 정보원으로 구분하여 본 연구의 목적에 적합하도록 연구자가 수정, 보완하여 10 문항으로 재구성하였다.

설문지 구성은 다음의 [표 3-2]과 같다

56) 오 별. op. cit. pp. 72-73.

[표 3-2] 설문지 구성

측정 변인		척도	문항 수	출처
신체이미지	외모지향 외모만족 체형만족	리커트(Likert) 5점 척도	16	Cash(1990) 백인혜(2012) 안채리(2011)
뷰티관심	미용성형관심 타인의식 이미지 연출 외형관리	리커트(Likert) 5점 척도	19	김창숙(2017) 김효정(2016) 이명진(2014)
뷰티관리행동	미용성형관리 헤어관리 전문체형관리 홈 케어 전문피부관리 전문이미지연출 자가체형관리	리커트 (Likert) 5점 척도	24	김창숙(2017) 이하나(2016) 김효신(2015) 조은정(2014) 오 별(2012) 연구자
일반적 특성	뷰티관리특성	명목척도	10	연구자
	인구통계학적 특성	명목척도	4	
합계			총 (73) 문항	

3.4 자료 분석 방법

수집한 자료는 SPSS 20.0 프로그램을 이용하여 통계처리를 하였다. 수집한 자료에서 결측 값이나 오류 값이 있는 경우 해당 표본을 삭제하는 방법을 사용하여 자료에서 발생할 수 있는 오류를 최소화한 후, 연구문제에 맞도록 다음과 같이 순차적으로 통계분석방법을 적용하였다.

첫째, 조사대상의 일반적 특성인 인구통계학적 특성과 뷰티관리 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다. 연령대를 기준으로 뷰티관리 특성을 알아보기 위해 교차분석을 실시하였으며, 교차분석에서 변수들 간의 관련성은 χ^2 -test로 확인하였다.

둘째, 신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동의 각 차원을 알아보기 위한 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였다. 요인분석은 Bartlett의 단위행렬(Bartlett's test of sphericity), KMO의 표본적합도(Kaiser-Meyer-Olkin's measure of sampling adequacy), 공통인자분산(communality) 등을 사용하여 요인분석의 가정을 확인한 후 주성분분석법과 베리맥스(Varimax)를 적용하여 요인분석을 실시하였다. 신뢰도분석의 경우, 척도의 신뢰성을 확보하기 위해 신뢰도계수로 Cronbach's Alpha를 사용하였다.

셋째, 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향을 연령대별로 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

넷째, 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향을 연령대별로 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

다섯째, 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 연령대별로 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 또한, 모든 다중회귀분석에서의 독립변수 투입방법은 단계적 방법을 적용하였으며, 변수들 간의 경로도를 확인하기 위해 경로분석을 실시하였다.

IV. 연구결과

4.1 조사대상의 일반적 특성

조사대상의 일반적 특성인 인구통계학적 특성과 뷰티관련 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였고, 연령대를 기준으로 뷰티관련 특성을 알아보기 위해 교차분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음과 같이 나타났다.

4.1.1 인구통계학적 특성

조사대상의 인구통계학적 특성을 거주지, 연령대, 학력, 월평균 소득으로 구분하여 살펴본 결과는 다음의 [표 4-1]과 같이 나타났다.

첫째, 거주지의 경우 조사대상의 44.2%는 서울로 나타났고, 55.8%는 경기도로 나타났다.

둘째, 연령대의 경우 20대가 23.1%고 가장 높게 나타났고, 그 뒤를 이어 50대(21.9%), 40대(18.7%), 30대(18.5%), 10대는 (17.8%)의 순서로 나타났다.

셋째, 최종학력의 경우 대학(교) 졸업이 36.9%로 가장 높게 나타났고, 고등학교 졸업(21.1%), 대학(교) 재학(14.4%), 고등학교 재학(12.8%) 등이 그 다음 순서로 나타났다.

넷째, 월평균 소득의 경우 '100만 원 이상에서 200만원 미만'이 19.6%로 가장 높게 나타났고, 그 뒤를 이어 '200만 원 이상에서 300만원 미만 (17.6%)', '50만 원 이상에서 100만 원 미만(10.0%)', '10만 원 미만(8.7%)', '300만 원 이상에서 400만 원 미만(8.6%)', '10만 원 이상에서 20만 원 미만 (7.7%)', '400만 원 이상에서 500만 원 미만(6.0%)', '600만 원 이상(5.5%),

‘30만 원 이상에서 40만 원 미만(4.7%)’, ‘20만 원 이상에서 30만 원 미만(4.3%)’, ‘40만 원 이상에서 50만 원 미만(4.2%)’, ‘500만 원 이상에서 600만 원 미만(3.1%)’의 순서로 나타났다.

[표 4-1] 인구통계학적 특성

(N=950, %)

항목		빈도(N)	백분율(%)
거주지	서울	420	44.2
	경기도	530	55.8
	합계	950	100.0
연령대	10대	169	17.8
	20대	219	23.1
	30대	176	18.5
	40대	178	18.7
	50대	208	21.9
	합계	950	100.0
학력	중학교 재학	37	3.9
	중학교 졸업	17	1.8
	고등학교 재학	122	12.8
	고등학교 졸업	200	21.1
	대학(교)재학	137	14.4
	대학(교)졸업	351	36.9
	대학원 재학	40	4.2
	대학원 졸업(석사 이상)	46	4.8
합계		950	100.0
월평균 소득	10만 원 미만	83	8.7
	10만 원 이상 ~ 20만 원 미만	73	7.7
	20만 원 이상 ~ 30만 원 미만	41	4.3
	30만 원 이상 ~ 40만 원 미만	45	4.7
	40만 원 이상 ~ 50만 원 미만	40	4.2
	50만 원 이상 ~ 100만 원 미만	95	10.0
	100만 원 이상 ~ 200만 원 미만	186	19.6
	200만 원 이상 ~ 300만 원 미만	167	17.6
	300만 원 이상 ~ 400만 원 미만	82	8.6
	400만 원 이상 ~ 500만 원 미만	57	6.0
	500만 원 이상 ~ 600만 원 미만	29	3.1
	600만 원 이상	52	5.5
	합계	950	100.0
합계		950	100.0

4.1.2 뷰티관리 특성

조사대상의 뷰티관리 특성을 월 평균 용돈 대비 뷰티관리비, 뷰티관리 시 주 관심 분야, 뷰티관리 시 중요사항, 피부관리 시 이용하고 싶은 장소, 체형관리 방법, 헤어관리 방법, 메이크업 시 중요사항, 성형 시 원하는 부위, 비 인적 정보원, 인적 정보원으로 구분하여 살펴본 결과는 다음의 [표 4-2]와 같이 나타났다.

첫째, 월평균 용돈 대비 뷰티관리비의 경우 5만 원 미만이 38.7%로 가장 높게 나타났고, 그 뒤를 이어 ‘5만 원 이상에서 10만 원 미만(26.1%)’, ‘10만 원 이상에서 20만 원 미만(17.6%)’, ‘20만 원 이상에서 30만 원 미만(9.9%)’ 등의 순으로 나타났다.

둘째, 뷰티관리 시 주 관심 분야의 경우 체형관리가 35.8%로 가장 높게 나타났고, 피부관리(34.4%), 메이크업(15.3%), 헤어관리는(9.8%) 등이 그 다음 순으로 나타났다.

셋째, 뷰티관리 시 중요하게 생각하는 사항으로 가격이 25.1%로 가장 높게 나타났고, 그 뒤를 이어 서비스 및 고객관리 능력(24.5%), 제품이나 기계의 수준(24.2%), 관리 프로그램(22.6%) 등을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

넷째, 피부관리 시 이용하고 싶은 장소의 경우 전문 피부 관리실이 52.8%로 나타났고, 병의원은 47.2%로 나타나 전문 피부 관리실이 병의원보다 상대적으로 높게 나타났다.

다섯째, 체형을 관리하기 위해 주로 이용하는 방법은 운동(54.8%)과 다이어트 식단(27.8%)으로 나타났다.

여섯째, 헤어를 관리하기 위해 주로 이용하는 방법은 커트(29.5%), 퍼머(25.6%) 염색 및 왁싱(17.6%), 모발관리(14.6%), 드라이(10.6%) 등으로 나타났다.

일곱째, 메이크업을 할 때 가장 중요하게 생각하는 사항은 피부표현이 50.7%로 가장 높게 나타났으며, 눈 화장(25.5%), 눈썹(12.1%), 입술화장(9.7%) 등이 그 다음으로 중요하게 고려되는 것으로 나타났다.

여덟째, 성형을 원하는 부위는 눈(24.8%), 코(24.5%), 복부(15.4%), 턱(10.6%), 다리(10.1%), 이마(5.9%) 등으로 나타났다.

아홉째, 주로 이용하는 비 인적 정보원은 카페, 블로그 등의 인터넷(54.5%)과 페이스북, 인스타그램, 카카오톡 등의 SNS(25.8%)로 나타났다.

마지막으로, 주로 이용하는 인적 정보원은 친구 및 동료의 의견(52.4%)과 뷰티관련 종사자 및 전문가의 의견(24.0%)으로 나타났다.

[표 4-2] 뷰티관리 특성

(N=950, %)

항목		빈도(N)	백분율(%)
월평균 용돈 대비 뷰티관리비	5만 원 미만	368	38.7
	5만 원 이상 ~ 10만 원 미만	248	26.1
	10만 원 이상 ~ 20만 원 미만	167	17.6
	20만 원 이상 ~ 30만 원 미만	94	9.9
	30만 원 이상 ~ 40만 원 미만	35	3.7
	40만 원 이상 ~ 50만 원 미만	19	2.0
	50만 원 이상 ~ 100만 원 미만	16	1.7
	100만 원 이상	3	0.3
합계		950	100.0
뷰티관리 시 주 관심 분야	피부관리	327	34.4
	체형관리	340	35.8
	헤어관리	93	9.8
	메이크업	145	15.3
	메디컬, 성형 관리	45	4.7
	합계	950	100.0
뷰티관리 시 중요사항	가격	238	25.1
	서비스 및 고객관리 능력	233	24.5
	제품이나 기계의 수준	230	24.2
	실내 환경	11	1.2
	관리 프로그램	215	22.6
	기타	23	2.4
합계		950	100.0
피부관리 시 이용하고 싶은 장소	전문 피부 관리실	502	52.8
	병의원	448	47.2
	합계	950	100.0
체형관리 방법	운동	521	54.8
	다이어트 식단	264	27.8
	다이어트 약물	19	2.0
	다이어트 보조식품	85	8.9

	전문 관리비용	30	3.2
	기타	31	3.3
	합계	950	100.0
헤어관리 방법	커트	280	29.5
	퍼머	243	25.6
	드라이(매직, 볼륨)	101	10.6
	염색&와싱	167	17.6
	두피관리	20	2.1
	모발관리(트리트먼트)	139	14.6
	합계	950	100.0
메이크업 시 가장 중요사항	피부표현	482	50.7
	눈썹	115	12.1
	눈 화장	242	25.5
	입술 화장	92	9.7
	볼 화장	10	1.1
	기타	9	0.9
	합계	950	100.0
성형 시 가장 원하는 부위	눈	236	24.8
	코	233	24.5
	턱	101	10.6
	이마	56	5.9
	복부	146	15.4
	엉덩이	16	1.7
	팔	23	2.4
	다리	96	10.1
	기타	43	4.5
	합계	950	100.0
비 인적 정보원	인터넷(카페, 블로그 등)	519	54.6
	SNS(페이스북, 인스타그램, 카카오톡 등)	245	25.8
	TV광고	40	4.2
	잡지 기사 및 광고	41	4.3
	신문 기사 및 광고	8	0.8
	카탈로그 및 홍보 책자	12	1.3
	홍보 이벤트	13	1.4
	어플리케이션(화해, 클로우픽 등)	32	3.4
	기타	40	4.2
	합계	950	100.0
인적 정보원	친구나 동료	498	52.4
	가족	71	7.5
	뷰티관련 종사자나 전문가 의견	228	24.0
	거리나 주변 사람들 관찰	48	5.1
	유명 연예인	53	5.6
	자신의 과거 이용경험	52	5.5
	합계	950	100.0
합계		950	100.0

4.1.3 연령대별 뷰티관리 특성

조사대상의 연령대를 기준으로 뷰티관리 특성을 알아보기 위해 교차분석을 실시한 결과, 뷰티관리 시 주 관심 분야, 뷰티관리 시 중요사항, 비 인적 정보원, 인적 정보원 등 네 가지 항목과 연령대 간에 유의한 종속적인 관계가 존재하는 것으로 나타났다.

연령대별 뷰티관리 특성을 살펴 본 결과는 다음의 [표 4-3]과 같이 나타났다.

첫째, 연령대에 따라 뷰티관리 시 주 관심 분야에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 10대의 경우, 뷰티관리 시 주 관심 분야 중에서도 메이크업에 관심을 가지는 사람의 41.4%와 체형관리에 관심을 가지는 사람의 15.9%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 메디컬 및 성형관리에 대한 관심(11.1%), 헤어관리(11.8%), 피부관리(11.9%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다. 20대의 경우, 메이크업에 관심을 가지는 사람의 35.2%와 메디컬 및 성형관리에 관심을 가지는 사람의 33.3%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 헤어관리(15.1%)와 체형관리(19.4%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다. 30대의 경우, 메디컬 및 성형관리에 관심을 가지는 사람의 24.4%와 체형관리에 관심을 가지는 사람의 21.5%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 메이크업(11.7%)와 헤어관리(11.8%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다. 40대의 경우, 뷰티관리 중에서도 메이크업에 대한 관심(4.8%)은 낮은 것으로 나타났다. 50대의 경우, 헤어관리에 관심을 가지는 사람의 37.6%, 피부관리에 관심을 가지는 사람의 25.7%, 체형관리에 관심을 가지는 사람의 22.1%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 메디컬 및 성형관리(8.9%)와 메이크업(6.9%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다.

둘째, 연령대에 따라 뷰티관리 시 중요사항에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 10대의 경우, 뷰티관리 시 중요사항 중에서도 제품이나 기계의 수준에 관심을 가지는 사람의 23.9%, 서비스 및 고객관리 능력에 관심을 가지는 사람의 19.3%가 집단에 속하는 것으로 나타났다. 가격(12.6%)과 관리 프로그램(13.0%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다. 20대의 경우, 뷰티관리 시 중요사항은 제품이나 기계의 수준에 관심을 가지는 사람의 25.2%, 서비스

및 고객관리 능력에 관심을 가지는 사람의 24.5%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 가격(21.8%)와 관리프로그램(21.4%)에 대한 관심이 낮은 것으로 나타났다. 30대의 경우, 관리 프로그램에 관심을 가지는 사람의 24.2%, 제품이나 기계의 수준에 관심을 가지는 사람의 19.6%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 가격(16.8%)과 서비스 및 고객관리 능력(15.5%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다. 40대의 경우, 뷰티관리 시 중요사항은 관리사항은 제품이나 기계의 수준(15.7%)에 대한 관심이 가장 낮은 것으로 나타났다. 50대의 경우, 가격에 관심을 가지는 사람의 29.0%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 제품이나 기계의 수준(15.7%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다.

셋째, 연령대에 따른 비 인적 정보원 분야에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 10대의 경우, 비 인적 정보원 중에서도 페이스북, 인스타그램, 카카오톡 등의 SNS에 관심을 가지는 사람의 39.6%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 카페나 블로그 등의 인터넷(8.9%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다. 20대의 경우, SNS에 관심을 가지는 사람의 34.7%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. TV광고(16.1%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다. 30대의 경우, 인터넷에 관심을 가지는 사람의 24.1%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. TV광고(9.7%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다. 40대의 경우, 인터넷에 관심을 가지는 사람의 25.0%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. SNS(7.8%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다. 50대의 경우, TV에 관심을 가지는 사람의 44.6%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. SNS(4.5%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다.

넷째, 연령대에 따라 인적 정보원 분야에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 10대의 경우, 인적 정보원 중에서도 자신의 과거 이용경험에 관심을 가지는 사람의 32.7%, 와 유명 연예인에 관심을 가지는 사람의 26.4%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 가족(5.6%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다. 20대의 경우, 자신의 과거 이용경험에 관심을 가지는 사람의 30.8%와 유명 연예인에 관심을 가지는 사람의 24.5%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 가족(21.1%), 뷰티관련 종사자나 전문가 의견(20.6%)에 대한 관심은

낮은 것으로 나타났다. 30대의 경우, 뷰티관련 종사자나 전문가 의견에 관심을 가지는 사람의 25.9%, 유명 연예인에 관심을 가지는 사람의 24.5%, 가족에 관심을 가지는 사람의 23.9%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 자신의 과거 이용경험(11.5%), 거리나 주변 사람들 관찰(14.6%), 친구나 동료(14.9%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다. 40대의 경우, 뷰티관련 종사자나 전문가 의견에 관심을 가지는 사람의 24.6%와 친구나 동료에 관심을 가지는 사람의 19.3%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 가족(8.5%), 자신의 이용경험(11.5%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다. 50대의 경우, 가족에 관심을 가지는 사람의 40.8%와 거리나 주변사람들 관찰에 관심을 가지는 사람의 27.1%가 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 유명 연예인(9.4%)에 대한 관심은 낮은 것으로 나타났다.

[표 4-3] 연령대별 뷰티관리의 특성

(N=950, %, %)

항목		연령대					Row total(%)	χ^2	Sig.
		10대	20대	30대	40대	50대			
뷰티관리 시, 주관심 분야	피부관리	39	73	64	67	84	327	128.911 (16)	0.000 ***
		11.9	22.3	19.6	20.5	25.7	100.0		
		23.1	33.3	36.4	37.6	40.4	34.4		
	체형관리	54	66	73	72	75	340		
		15.9	19.4	21.5	21.2	22.1	100.0		
		32.0	30.1	41.5	40.4	36.1	35.8		
	헤어관리	11	14	11	22	35	93		
		11.8	15.1	11.8	23.7	37.6	100.0		
		6.5	6.4	6.3	12.4	16.8	9.8		
	메이크업	60	51	17	7	10	145		
		41.4	35.2	11.7	4.8	6.9	100.0		
		35.5	23.3	9.7	3.9	4.8	15.3		
	메디컬, 성형 관리	5	15	11	10	4	45		
		11.1	33.3	24.4	22.2	8.9	100.0		
		3.0	6.8	6.3	5.6	1.9	4.7		
뷰티관리 시, 중요사항	가격	30	52	40	47	69	238	35.544 (16)	0.003 **
		12.6	21.8	16.8	19.7	29.0	100.0		
		17.8	23.7	22.7	26.4	33.2	25.1		
	서비스 및 고객관리 능력	45	57	36	46	49	233		
		19.3	24.5	15.5	19.7	21.0	100.0		
		26.6	26.0	20.5	25.8	23.6	24.5		
	제품이나 기계의 수준	55	58	45	36	36	230		
		23.9	25.2	19.6	15.7	15.7	100.0		
		32.5	26.5	25.6	20.2	17.3	24.2		
	관리 프로그램	28	46	52	43	46	215		
		13.0	21.4	24.2	20.0	21.4	100.0		

	기타	16.6	21.0	29.5	24.2	22.1	22.6		
		11	6	3	6	8	34		
		32.4	17.6	8.8	17.6	23.5	100.0		
		6.5	2.7	1.7	3.4	3.8	3.6		
비인적 정보원	인터넷	46	104	125	130	114	519	236.014 (8)	0.000 ***
		8.9	20.0	24.1	25.0	22.0	100.0		
		27.2	47.5	71.0	73.0	54.8	54.6		
	SNS	97	85	33	19	11	245		
		39.6	34.7	13.5	7.8	4.5	100.0		
		57.4	38.8	18.8	10.7	5.3	25.8		
	TV광고	26	30	18	29	83	186		
		14.0	16.1	9.7	15.6	44.6	100.0		
		15.4	13.7	10.2	16.3	39.9	19.6		
인적 정보원	친구나 동료	99	117	74	96	112	498	69.676 (20)	0.000 ***
		19.9	23.5	14.9	19.3	22.5	100.0		
		58.6	53.4	42.0	53.9	53.8	52.4		
	가족	4	15	17	6	29	71		
		5.6	21.1	23.9	8.5	40.8	100.0		
		2.4	6.8	9.7	3.4	13.9	7.5		
	뷰티관련 종사 자나 전문가 의견	24	47	59	56	42	228		
		10.5	20.6	25.9	24.6	18.4	100.0		
		14.2	21.5	33.5	31.5	20.2	24.0		
	거리나 주변 사람들 관찰	11	11	7	6	13	48		
		22.9	22.9	14.6	12.5	27.1	100.0		
		6.5	5.0	4.0	3.4	6.3	5.1		
	유명 연예인	14	13	13	8	5	53		
		26.4	24.5	24.5	15.1	9.4	100.0		
		8.3	5.9	7.4	4.5	2.4	5.6		
	자신의 과거 이용경험	17	16	6	6	7	52		
		32.7	30.8	11.5	11.5	13.5	100.0		
		10.1	7.3	3.4	3.4	3.4	5.5		
Column total(%)		169	219	176	178	208	950		
		17.8	23.1	18.5	18.7	21.9	100.0		
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		

p<0.01, *p<0.001

4.2 신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동의 각 차원

신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동의 종속적 관련성을 알아보기에 앞서 각 변인들의 하위차원을 알아보기 위해 요인분석을 실시한 결과는 다음과 같이 나타났다.

4.2.1 신체이미지의 차원

신체이미지의 하위차원을 알아본 결과, 다음의 [표 4-4]과 같이 나타났다.

먼저 요인분석에 사용할 자료들의 상관행렬이 요인분석을 적용할 가치가 있을 만큼 만족하여 요인을 이룰만한 상관관계가 존재하고($\chi^2=5539.193$, $df=120$, $p<.001$), 표본의 적절성을 측정하는 지수 MSA의 값이 0.868이어서 괜찮은 수준으로 나타났으며, 공통분산 값이 적어도 0.419 이상으로 나타났기 때문에 사용하기 적합한 관찰변수들로 이루어졌으므로, 신체이미지를 측정한 자료가 요인분석 결과 가정을 만족시키는 것으로 확인되었다. 요인분석 결과 총 설명력은 56.6%로 나타났고, 신뢰성을 알아보기 위한 전체 신뢰도계수는 0.790으로 나타났다. 각 요인을 구성하는 문항들을 토대로 다음과 같이 요인을 명명하였다.

요인1(21.9%)을 나타내는 문장은 ‘나는 수시로 거울에 비친 내 모습을 살펴본다, 나는 언제나 예뻐 보여야 한다, 나는 언제나 남들 앞에 나가기 전에 내 모습이 괜찮은지 확인한다, 나는 외출 전 준비하는 시간이 길다, 나는 내 차림새가 좋지 못하면 신경이 쓰인다, 나는 외모 치장에 쓰는 용품이 별로 없다(R), 나는 체중을 줄이기 위해 항상 다이어트 중이다’의 문항들로 묶였다. 요인1은 외모를 중요하게 생각하고 항상 가꾸려는 노력을 한다는 내용으로 구성되었으므로, ‘외모지향’으로 명명하였다.

요인2(19.2%)를 나타내는 문장은 ‘나는 내 얼굴(생김새, 눈, 코, 입 등)에 만족한다, 나는 내 전체적인 외모에 대해 만족한다, 나는 내 모습 그대로가 좋다, 나는 내 피부(피부타입, 피부색 등)에 만족한다, 대부분의 사람들은 나를 예쁘다고 여길 것이다’의 문항들로 묶였다. 요인2는 전체적인 외모와 얼굴모

습, 피부상태에 만족한다는 내용으로 구성되었으므로, ‘외모만족’으로 명명하였다.

요인3(15.4%)을 나타내는 문장은 ‘나는 내 몸무게(체중)에 만족한다, 나는 옷을 입지 않은 내 몸이 마음에 든다, 나는 내 상체(가슴, 어깨, 팔, 배, 허리)에 만족한다, 나는 내 하체(엉덩이, 허벅지, 다리)에 만족한다.’의 문항들로 묶였다. 요인3은 몸의 각 부분인 상체, 하체와 체중에 만족하다는 내용으로 구성되었으므로, ‘체형만족’으로 명명하였다.

[표 4-4] 신체이미지의 차원

신체이미지 측정항목	요인			공통성
	요인1 외모 지향	요인2 외모 만족	요인3 체형 만족	
나는 수시로 거울에 비친 내 모습을 살펴본다	0.788	0.019	-0.003	0.621
나는 언제나 예뻐 보여야 한다	0.787	0.038	0.055	0.624
나는 언제나 남들 앞에 나가기 전에 내 모습이 괜찮은지 확인한다	0.752	0.084	-0.041	0.574
나는 외출 전 준비하는 시간이 길다	0.743	-0.125	0.144	0.589
나는 내 차림새가 좋지 못하면 신경이 쓰인다	0.704	0.022	-0.090	0.504
나는 외모 치장에 쓰는 용품이 별로 없다(R)	0.545	-0.271	0.220	0.419
나는 체중을 줄이기 위해 항상 다이어트 중이다	0.497	0.280	-0.375	0.466
나는 내 얼굴(생김새, 눈, 코, 입 등)에 만족한다	-0.010	0.806	0.219	0.698
나는 내 전체적인 외모에 대해 만족한다	0.007	0.721	0.429	0.704
나는 내 모습 그대로가 좋다	-0.190	0.673	0.148	0.511
나는 내 피부(피부타입, 피부색 등)에 만족한다	-0.007	0.650	0.080	0.429
대부분의 사람들은 나를 예쁘다고 여길 것이다	0.258	0.614	0.288	0.526
나는 내 몸무게(체중)에 만족한다	-0.006	0.138	0.796	0.653
나는 옷을 입지 않은 내 몸이 마음에 든다	0.073	0.303	0.711	0.603
나는 내 상체(가슴, 어깨, 팔, 배, 허리)에 만족한다	0.012	0.443	0.667	0.642
나는 내 하체(엉덩이, 허벅지, 다리)에 만족한다	0.041	0.414	0.561	0.488
고유치	3.508	3.078	2.466	
설명변량(%)	21.922	19.236	15.413	
누적변량(%)	21.922	41.158	56.570	
신뢰도계수(Cronbach's α)	0.813	0.800	0.788	

역코딩한 변수는 (R)로 표시함

4.2.2 뷰티관심 차원

뷰티관심의 하위차원을 알아본 결과, 다음의 [표 4-5]와 같이 나타났다.

먼저 요인분석에 사용할 자료들의 상관행렬이 요인분석을 적용할 가치가 있을 만큼 만족하여 요인을 이룰만한 상관관계가 존재하고($\chi^2=9524.914$, $df=171$, $p<.001$), 표본의 적절성을 측정하는 지수 MSA의 값이 0.908이어서 괜찮은 수준으로 나타났으며, 공통분산 값이 적어도 0.436 이상으로 나타났기 때문에 사용하기 적합한 관찰변수들로 이루어졌으므로, 뷰티관심을 측정한 자료가 요인분석의 가정을 만족시키는 것으로 확인되었다. 요인분석 결과 총 설명력은 63.2%로 나타났고, 신뢰성을 알아보기 위한 전체 신뢰도계수는 0.903으로 나타났다. 각 요인을 구성하는 문항들을 토대로 다음과 같이 요인을 명명하였다.

요인1(25.3%)을 나타내는 문장은 ‘기회가 된다면 성형수술을 하고 싶은 생각이 있다, 성형 수술을 해서라도 매력적인 외모를 가지고 싶다, 지금보다 나은 삶을 위해 성형 수술이 필요하다고 생각 한다, 성형 수술(쌍꺼풀, 양악, 코 등)에 대한 지식이나 정보에 관심이 많다, 아름다워지기 위해 레이저(IPL, 프락셀, 울썸라 등)나 시술(보톡스, 필러, 리프팅, 주사) 등을 받고 싶다고 생각한 적이 있다, 메디컬 관리(레이저, 시술)에 대한 지식이나 정보에 관심이 많다, 메디컬 관리로 외모를 매력적으로 가꿀 수 있다고 생각 한다, 다이어트 약물, 지방흡입술, 침술에 관심이 많다’의 문항들로 묶였다. 요인1인 용모를 매력적으로 보이기 위한 수단으로 메디컬관리나 성형수술에 대한 정보와 관심이 많음을 나타내는 내용으로 구성되었으므로, ‘미용성형 관심’으로 명명하였다.

요인2(17.1%)를 나타내는 문장은 ‘외모에 변화를 주었을 때, 주변 사람들의 반응이 신경 쓰인다, 나는 하루 종일 외모에 신경을 쓴다, 나는 외모를 개선하려고 항상 노력한다, 나는 자신을 꾸미는 것에 관심이 많다, 자신감은 외모로부터 나온다고 생각한다, 남들이 내 외모를 어떻게 생각하든 상관하지 않는다(R)’의 문항들로 묶였다. 요인2는 외모에 대한 변화와 개선 시 타인의 시선을 의식하고 행동 한다는 내용으로 구성되었으므로, ‘타인의식’으로 명명하

였다.

요인3(12.0%)을 나타내는 문장은 ‘헤어스타일은 그 사람의 인상과 스타일을 결정짓는 데 아주 중요한 부분이라고 생각한다, 헤어스타일을 연출할 때 시간, 장소, 상황 등을 고려해야 한다, 메이크업을 하면 결점이 보완되고 아름다워 진다고 생각 한다’의 문항들로 묶였다. 요인3은 헤어와 메이크업에 의해 표현되는 이미지 연출의 중요성을 나타내는 내용으로 구성되었으므로, ‘이미지 연출’로 명명하였다.

요인4(8.8%)를 나타내는 문장은 ‘헬스, P.T, 요가, 필라 테스, 웨이트 트레이닝 등 운동에 관심이 많다, 염색, 펌, 컷, 모발, 두피 클리닉 등의 모발 관리에 관심이 많다’의 문항들로 묶였다. 요인4는 운동을 통해 외적으로 보여주는 몸과 모발 관리에 관심이 많음을 나타내는 내용으로 구성되었으므로, ‘외형관리’로 명명하였다.



[표 4-5] 뷰티관심의 차원

뷰티관심 측정항목	요인				공통성
	요인1 미용 성형 관심	요인2 타인 의식	요인3 이미지 연출	요인4 외형 관리	
기회가 된다면 성형수술을 하고 싶은 생각이 있다	0.862	0.226	0.017	0.051	0.796
성형 수술을 해서라도 매력적인 외모를 가지고 싶다	0.861	0.302	-0.009	0.018	0.833
지금보다 나은 삶을 위해 성형 수술이 필요하다고 생각 한다	0.842	0.252	0.032	0.023	0.773
성형 수술(쌍꺼풀, 양악, 코 등)에 대한 지식이나 정보에 관심이 많다	0.751	0.260	-0.005	0.241	0.690
아름다워지기 위해 레이저(IPL, 프락셀, 울췌라 등)나 시술(보톡스, 필러, 리프팅, 주사) 등을 받고 싶다고 생각한 적이 있다	0.747	0.094	0.246	0.033	0.628
메디컬 관리(레이저, 시술)에 대한 지식이나 정보에 관심이 많다	0.719	0.158	0.174	0.265	0.642
메디컬 관리로 외모를 매력적으로 가꿀 수 있다고 생각 한다	0.661	0.011	0.397	0.075	0.600
다이어트 약물, 지방흡입술, 침술에 관심이 많다	0.457	0.215	0.016	0.425	0.436
외모에 변화를 주었을 때, 주변 사람들의 반응이 신경 쓰인다	0.115	0.764	0.096	0.093	0.615
나는 하루 종일 외모에 신경을 쓴다	0.260	0.744	0.003	0.204	0.663
나는 외모를 개선하려고 항상 노력한다	0.245	0.728	0.136	0.315	0.708
나는 자신을 꾸미는 것에 관심이 많다	0.202	0.640	0.230	0.262	0.572
자신감은 외모로부터 나온다고 생각한다	0.233	0.592	0.223	-0.001	0.455
남들이 내 외모를 어떻게 생각하든 상관하지 않는다(R)	0.118	0.564	0.099	-0.377	0.485
헤어스타일은 그 사람의 인상과 스타일을 결정짓는 데 아주 중요한 부분이라고 생각한다	0.057	0.086	0.822	0.078	0.693
헤어스타일을 연출할 때 시간, 장소, 상황 등을 고려해야 한다	0.045	0.133	0.741	0.213	0.613
메이크업을 하면 결점이 보완되고 아름다워 진다고 생각 한다	0.207	0.241	0.702	-0.003	0.594
헬스, P.T, 요가, 필라테스, 웨이트 트레이닝 등 운동에 관심이 많다	0.154	0.110	0.111	0.759	0.624
염색, 펌, 컷, 모발, 두피 클리닉 등의 모발 관리에 관심이 많다	0.125	0.235	0.392	0.602	0.586
고유치	4.814	3.249	2.274	1.670	
설명변량(%)	25.338	17.102	11.967	8.788	
누적변량(%)	25.338	42.441	54.408	63.196	
신뢰도계수(Cronbach's α)	0.911	0.813	0.727	0.546	

역코딩한 변수는 (R)로 표시함

4.2.3 뷰티관리행동의 차원

뷰티관리행동의 하위차원을 알아본 결과, 다음의 [표 4-6]과 같이 나타났다.

먼저 요인분석에 사용할 자료들의 상관행렬이 요인분석을 적용할 가치가 있을 만큼 만족하여 요인을 이룰만한 상관관계가 존재하고($\chi^2=8888.315$, $df=276$, $p<.001$), 표본의 적절성을 측정하는 지수 MSA의 값이 0.887이어서 괜찮은 수준으로 나타났으며, 공통분산 값이 적어도 0.436으로 나타났기 때문에 사용하기 적합한 관찰변수들로 이루어졌으므로, 뷰티관리행동을 측정한 자료가 요인분석의 가정을 만족시키는 것으로 확인되었다. 요인분석 결과 총 설명력은 63.2%로 나타났고, 신뢰성을 알아보기 위한 전체 신뢰도계수는 0.890으로 나타났다. 각 요인을 구성하는 문항들을 토대로 다음과 같이 요인을 명명하였다.

요인1(12.8%)을 나타내는 문장은 ‘나는 성형, 레이저, 시술 등을 상담 받은 적이 있다, 좋은 이미지를 갖기 위해 성형 수술(쌍꺼풀, 양악, 코 등)을 한 적이 있다, 좋은 이미지를 갖기 위해 시술(보톡스, 필러, 리프팅, 주사 등)을 한 적이 있다, 메디컬(병원) 관리에 대한 지식이나 정보를 얻기 위해 인터넷, 모바일, 인스타그램 등을 이용한 적이 있다, 좋은 이미지를 갖기 위해 레이저 시술(IPL, 프락셀, 울썸라 등)을 한 적이 있다’의 문항들로 묶였다. 요인1은 좋은 이미지를 갖기 위한 수단으로 메디컬 정보를 검색하거나 미용 시술, 성형을 경험했다는 내용으로 구성되었으므로, ‘미용성형관리’로 명명하였다.

요인2(12.4%)를 나타내는 문장은 ‘헤어스타일을 바꿀 때 유행을 고려한다, 헤어스타일을 바꾸기 위해 미용실에 자주 간다, 유행하는 헤어 시술이나 새로운 헤어스타일을 알아보기 위해 인터넷, 잡지 등을 자주 이용 한다, 원하는 머리모양이 나올 때까지 머리를 만진다, 두피와 모발의 건강을 위해 전문제품을 구입해서 사용 한다’의 문항들로 묶였다. 요인2는 헤어스타일 시술 시 유행, 정보, 제품 등에 관심을 갖고 행동하는 내용으로 구성되었으므로, ‘헤어관리’로 명명하였다.

요인3(10.4%)을 나타내는 문장은 ‘체형관리를 위해 약물(이노제, 설사제, 살빼는 약 등)을 먹은 적이 있다, 몸무게 조절과 체형관리를 위해 다이어트

보조식품(식이섬유, 지방분해 식품 등)을 먹은 적이 있다, 체형관리를 위해 전문 관리실이나 병원에서 상담을 받은 적이 있다'의 문항들로 묶였다. 요인3은 체형관리를 위해 전문적인 방법이나 전문기관을 이용한 경험의 내용으로 구성되었으므로, '전문 체형관리'로 명명하였다.

요인4(10.2%)를 나타내는 문장은 '클렌징 제품으로 세안하고, 세안 후 기초화장품을 반드시 사용 한다, 피부관리를 위해 기능성 화장품(썬크림, 아이크림, 미백크림 등)을 사용한다, 피부관리를 위해 주기적으로 팩이나 마스크를 사용 한다, 외출할 때 메이크업을 꼭 한다.'의 문항들로 묶였다. 요인4는 화장품을 사용하여 스스로 피부를 관리한다는 내용으로 구성되었으므로, '홈케어'로 명명하였다.

요인5(7.2%)를 나타내는 문장은 '피부에 문제가 생겼을 때 피부과나 전문 병원을 이용한 적이 있다, 피부에 문제가 생겼을 때 피부관리실을 이용한 적이 있다'의 문항들로 묶였다. 요인5는 피부에 관한 문제 발생 시 전문적인 기관을 이용한 경험의 내용으로 구성되었으므로, '전문 피부관리'로 명명하였다.

요인6(6.9%)을 나타내는 문장은 '얼굴이나 몸에서 점을 뺀 적이 있다, 특별한 일이 있을 때, 전문가에게 메이크업을 받은 적이 있다, 반영구 화장(눈썹, 아이라인, 입술, 속눈썹 연장 등)을 한 적이 있다'의 문항들로 묶였다. 요인6은 좋은 인상의 이미지를 위해 전문적인 시술을 받은 적이 있다는 내용으로 구성되었으므로, '전문 이미지관리'로 명명하였다.

요인7(6.4%)을 나타내는 문장은 '체형관리를 위해 꾸준히 운동을 한다, 나는 몸무게를 줄이기 위해 항상 다이어트 중이다'의 문항들로 묶였다. 요인7은 운동이나 다이어트로 자신의 체형을 스스로 관리한다는 내용으로 구성되었으므로, '자가 체형관리'로 명명하였다.

[표 4-6] 뷰티관리행동의 차원

뷰티관리행동 측정항목	요인							공통성
	요인1 미용 성형 관리	요인2 헤어 관리	요인3 전문 채형 관리	요인4 홈케어	요인5 전문 피부 관리	요인6 전문 이미지 관리	요인7 자가 채형 관리	
나는 성형, 레이저, 시술 등을 상담 받은 적이 있다	0.811	0.085	0.108	0.087	0.168	0.175	0.034	0.745
좋은 이미지를 갖기 위해 성형 수술(쌍꺼풀, 양악, 코 등)을 한 적이 있다	0.750	0.164	0.090	0.017	0.010	0.098	0.024	0.608
좋은 이미지를 갖기 위해 시술(보톡스, 필러, 리프팅, 주사 등)을 한 적이 있다	0.688	0.121	0.301	0.028	0.095	0.212	0.015	0.634
메디컬(병원) 관리에 대한 지식이나 정보를 얻기 위해 인터넷, 모바일, 인스타그램 등을 이용한 적이 있다	0.662	0.287	0.226	0.143	0.134	-0.081	0.104	0.628
좋은 이미지를 갖기 위해 레이저 시술(IPL, 프락셀, 울세라 등)을 한 적이 있다	0.618	0.058	0.164	0.035	0.304	0.271	0.097	0.588
헤어스타일을 바꿀 때 유행을 고려한다	0.078	0.767	0.098	0.122	0.029	-0.053	0.013	0.623
헤어스타일을 바꾸기 위해 미용실에 자주 간다	0.082	0.761	0.081	0.046	0.094	0.230	0.072	0.662
유행하는 헤어 시술이나 새로운 헤어스타일을 알아보기 위해 인터넷, 잡지 등을 자주 이용 한다	0.151	0.741	0.180	0.157	0.144	-0.061	0.067	0.658
원하는 머리모양이 나올 때까지 머리를 만진다	0.193	0.736	-0.002	0.077	0.024	0.080	0.074	0.598
두피와 모발의 건강을 위해 전문제품을 구입해서 사용 한다	0.122	0.478	0.147	0.236	0.284	0.207	0.072	0.449
채형관리를 위해 약물(이노제, 설사제, 살빼는 약 등)을 먹은 적이 있다	0.238	0.119	0.841	0.006	0.087	0.093	0.087	0.802
몸무게 조절과 채형관리를 위해 다이어트 보조식품(식이섬유, 지방분해 식품 등)을 먹은 적이 있다	0.178	0.095	0.807	0.121	0.019	0.070	0.141	0.731
채형관리를 위해 전문 관리실이나 병원에서 상담을 받은 적이 있다	0.237	0.159	0.790	-0.092	0.161	0.168	0.053	0.770
클렌징 제품으로 세안하고, 세안 후 기초화장품을 반드시 사용 한다	0.043	0.091	-0.005	0.846	0.065	-0.012	-0.002	0.730
피부관리를 위해 기능성 화장품(선크림, 아이크림, 미백크림 등)을 사용한다	0.057	0.116	0.015	0.826	0.124	0.095	0.097	0.732
피부관리를 위해 주기적으로 팩이나 마스크를 사용 한다	0.090	0.176	0.053	0.742	0.251	0.034	0.118	0.671
외출할 때 메이크업을 꼭 한다	0.081	0.361	0.004	0.457	-0.272	0.222	0.184	0.503
피부에 문제가 생겼을 때 피부과나 전문병원을 이용한 적이 있다	0.215	0.135	0.087	0.165	0.796	0.081	0.071	0.744
피부에 문제가 생겼을 때 피부관리실을 이용한 적이 있다	0.224	0.169	0.125	0.185	0.769	0.122	0.115	0.749
얼굴이나 몸에서 점을 뺐 적이 있다	0.279	0.001	-0.031	0.089	0.075	0.722	0.076	0.620
특별한 일이 있을 때, 전문가에게 메이크업을 받은 적이 있다	0.015	0.221	0.231	-0.038	0.210	0.651	-0.010	0.572
반영구 화장(눈썹, 아이라인, 입술, 속눈썹 연장 등)을 한 적이 있다	0.348	0.045	0.225	0.181	-0.077	0.546	0.058	0.514
채형관리를 위해 꾸준히 운동을 한다	0.062	0.100	-0.001	0.099	0.181	0.061	0.877	0.828
나는 몸무게를 줄이기 위해 항상 다이어트 중이다	0.102	0.126	0.356	0.153	-0.021	0.046	0.777	0.782
고유치 설명변량(%)	3.077	2.977	2.498	2.451	1.764	1.646	1.529	
누적변량(%)	12.822	12.406	10.408	10.212	7.348	6.857	6.372	
신뢰도계수(Cronbach's α)	0.837	0.805	0.849	0.763	0.790	0.558	0.701	

4.3 연령대별로 신체이미지가 뷰티관심과 뷰티관리행동에 미치는 영향

신체이미지가 뷰티관심과 뷰티관리행동에 미치는 영향을 연령대별로 비교하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 다음과 같이 나타났다.

4.3.1 연령대별 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향

먼저, 조사대상 전체를 대상으로 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향을 알아본 결과, 다음의 [표 4-7]과 같이 신체이미지는 뷰티관심에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

‘미용성형 관심’은 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’과 ‘외모만족’에 의해 8.9% 설명되는 것으로 나타났다. 즉, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형 관심’ 경향도 증가하는 정적 관계와, ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형 관심’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘타인의식’은 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 45.4% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘타인의식’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘이미지 연출’은 세 가지 신체이미지 요인에 의해 7.3% 설명되는 것으로 나타났다. 즉, ‘외모지향’과 ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘이미지 연출’ 경향도 증가하는 정적 관계와, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘이미지 연출’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘외형관리’는 신체이미지 중에서도 ‘외모만족’과 ‘외모지향’에 의해 5.1% 설명되며, ‘외모만족’과 ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘외형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

조사대상의 연령대별로 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향을 살펴본 결과, [표 4-7]과 같이 연령대에 따라 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향력에 차이가 있는 것으로 나타났다.

첫째, 10대 여성을 대상으로 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향을 알아본 결과, 신체이미지는 뷰티관심에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘미용성형 관심’은 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’과 ‘외모만족’

에 의해 26.6% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형 관심’ 경향도 증가하는 정적 관계와, ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형 관심’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘타인의식’은 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’과 ‘체형만족’에 의해 52.9% 설명되며, ‘외모지향’과 ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘타인의식’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘이미지 연출’은 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 20.7% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘이미지 연출’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘외형관리’는 신체이미지 중에서도 ‘외모만족’과 ‘외모지향’에 의해 9.0% 설명되며, ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘외형관리’ 경향은 감소하는 부적 관계와, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘외형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 20대 여성을 대상으로 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향을 알아본 결과, 신체이미지는 뷰티관심에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘미용성형 관심’은 세 가지 신체이미지 요인에 의해 23.8% 설명되며, ‘외모만족’과 ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형 관심’ 경향은 감소하는 부적관계와, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형 관심’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘타인의식’은 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 41.5% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘타인의식’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘이미지 연출’은 신체이미지 중에서도 ‘외모만족’과 ‘외모지향’에 의해 5.7% 설명되며, ‘외모만족’과 ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘이미지 연출’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 30대 여성을 대상으로 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향을 알아본 결과, 신체이미지는 뷰티관심에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘미용성형 관심’은 신체이미지 중에서도 ‘외모만족’에 의해 7.6% 설명되며, ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형 관심’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘타인의식’은 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 42.0% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘타인의식’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘외형관리’는 신체이미지 중에서

도 ‘외모만족’과 ‘외모지향’에 의해 8.0% 설명되며, ‘외모만족’과 ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘외형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

넷째, 40대 여성을 대상으로 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향을 알아본 결과, 신체이미지는 뷰티관심에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘미용성형 관심’은 신체이미지 중에서 ‘외모지향’에 의해 6.6% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형 관심’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘타인의식’은 ‘외모지향’에 의해 47.9% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘타인의식’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘이미지 연출’은 ‘외모지향’에 의해 2.4% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘이미지 연출’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘외형관리’는 ‘외모만족’에 의해 8.0% 설명되며, ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘외형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

다섯째, 50대 여성을 대상으로 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향을 알아본 결과, 신체이미지는 뷰티관심에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘미용성형 관심’은 세 가지 신체이미지 요인에 의해 17.7% 설명되며, ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형 관심’ 경향은 감소하는 부적 관계와, ‘외모지향’과 ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형 관심’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘타인의식’은 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 38.0% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘타인의식’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘이미지 연출’은 세 가지 신체이미지 요인에 의해 18.9% 설명되며, ‘외모지향’과 ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘이미지 연출’ 경향도 증가하는 정적 관계와, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘이미지 연출’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘외형관리’는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 2.1% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘외형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-7] 연령대별 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향

연령대	종속변수 (뷰티관심)	독립변수 (신체이미지)	B	β	t	Sig.	R ²	수정 R ²	F	Sig.
전체	미용성형 관심	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.090	0.089	90.225	0.000***
		외모지향	0.300	0.300	10.088	0.000***				
		외모만족	-0.264	-0.264	-8.870	0.000***				
	타인의식	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.454	0.454	789.473	0.000***
		외모지향	0.674	0.674	28.098	0.000***				
		외모만족	0.000	0.000	0.000	1.000				
	이미지 연출	외모지향	0.236	0.236	7.548	0.000***	0.076	0.073	25.882	0.000***
		체형만족	-0.123	-0.123	-3.931	0.000***				
		외모만족	0.071	0.071	2.285	0.023*				
	외형관리	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.053	0.051	26.605	0.000***
		외모만족	0.193	0.193	6.101	0.000***				
		외모지향	0.126	0.126	3.998	0.000***				
10대	미용성형 관심	(상수)	0.177		2.436	0.016*	0.275	0.266	31.443	0.000***
		외모지향	0.366	0.359	5.338	0.000***				
		외모만족	-0.317	-0.321	-4.779	0.000***				
	타인의식	(상수)	-0.169		-2.958	0.004**	0.534	0.529	95.166	0.000***
		외모지향	0.745	0.730	13.746	0.000***				
		체형만족	0.138	0.117	2.201	0.029*				
	이미지 연출	(상수)	0.409		6.411	0.000***	0.211	0.207	44.784	0.000***
		외모지향	0.406	0.460	6.692	0.000***				
		외모만족	0.326		5.228	0.000***				
	외형관리	외모만족	-0.180	-0.236	-3.154	0.002**	0.101	0.090	9.337	0.000***
		외모지향	0.137	0.174	2.322	0.021*				
20대	미용성형 관심	(상수)	-0.199		-3.305	0.001**	0.248	0.238	23.638	0.000***
		외모만족	-0.286	-0.308	-5.166	0.000***				
		외모지향	0.313	0.312	5.238	0.000***				
	타인의식	체형만족	-0.139	-0.151	-2.533	0.012*	0.418	0.415	155.643	0.000***
		(상수)	0.014		0.277	0.782				
		외모지향	0.655	0.646	12.476	0.000***				
	이미지 연출	(상수)	-0.002		-0.025	0.980	0.066	0.057	7.597	0.001**
		외모만족	0.233	0.232	3.516	0.001**				
		외모지향	0.142	0.131	1.987	0.048*				
30대	미용성형 관심	(상수)	-0.224		-3.057	0.003**	0.081	0.076	15.418	0.000***
		외모만족	-0.309	-0.285	-3.927	0.000***				
		(상수)	0.027		0.504	0.615				
	타인의식	외모지향	0.616	0.651	11.305	0.000***	0.423	0.420	127.810	0.000***
		(상수)	0.117		1.660	0.099				
		외모만족	0.257	0.249	3.422	0.001**				
	외형관리	외모지향	0.150	0.152	2.093	0.038*	0.090	0.080	8.596	0.000***
		(상수)	-0.012		-0.170	0.865				
		외모지향	0.270	0.266	3.663	0.000***				
40대	미용성형 관심	(상수)	0.065		1.186	0.237	0.482	0.479	163.820	0.000***
		외모지향	0.734	0.694	12.799	0.000***				
		(상수)	-0.281		-3.960	0.000***				
	이미지 연출	외모지향	0.174	0.173	2.327	0.021*	0.030	0.024	5.415	0.021*
		(상수)	0.039		0.559	0.577				
		외모만족	0.305	0.292	4.048	0.000***				
50대	미용성형 관심	(상수)	0.201		3.163	0.002**	0.189	0.177	15.814	0.000***
		외모만족	-0.286	-0.293	-4.467	0.000***				
		외모지향	0.301	0.315	4.905	0.000***				
	타인의식	체형만족	0.153	0.154	2.387	0.018*	0.383	0.380	128.086	0.000***
		(상수)	0.055		0.990	0.323				
		외모지향	0.609	0.619	11.318	0.000***				
	이미지 연출	(상수)	-0.145		-1.887	0.061	0.201	0.189	17.092	0.000***
		외모지향	0.366	0.313	4.917	0.000***				
		외모만족	0.239	0.202	3.093	0.002**				
	외형관리	체형만족	-0.172	-0.142	-2.217	0.028*	0.026	0.021	5.467	0.020*
		(상수)	0.143		1.986	0.048*				
		외모지향	0.162	0.161	2.338	0.020*				

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

이상의 결과를 도식화하면 다음 [그림 4-1], [그림 4-2], [그림 4-3]과 같다.

첫째, 전체 연령대에서 신체이미지 중 ‘외모지향’이 뷰티관심의 ‘타인의식’에 가장 높은 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 특히 10대에서 가장 높은 것으로 나타났다. 이는 신체적으로 급격한 변화와 사회성의 발달을 겪는 10대는 자신의 외모를 중요하게 생각하며 가꾸어 나가는 행동의 주체가 타인의 시선을 의식하는 특성을 나타낸다. 이에 대해 백인혜⁵⁷⁾는 외모에 관심이 많은 청소년일수록 사회적으로나 타인에게 지각되는 자신의 모습에 민감하게 반응하고, 외모를 향상시키려는 욕구가 높을 것이라고 보았다.

둘째, ‘외모만족’은 전체 연령대에서 ‘미용성형 관심’과 부적 관계를, ‘외형관리, 이미지연출’과는 정적 관계를 보였다. 특히 10대와 20대가 30대 이상의 연령층 보다 높은 관계를 보였다. 이는 연령이 낮을수록 헤어, 피부, 메이크업 및 체형에 관심이 더 많으며 새로운 스타일을 빠르게 받아들이고 적용하기 때문인 특성을 나타낸다. 또한 겉으로 드러나는 모습인 외모에 만족하면 미용성형 보다는 헤어스타일이나 메이크업, 체형관리로 자신의 이미지를 연출하여 매력을 보일 수 있다는 것으로 추정된다. 이지미⁵⁸⁾의 연구에서도 여성이 미용성형을 결심하게 된 주된 동기가 외모에 만족하지 못 해서로 나타났다. 이는 외모에 만족하면 성형 관심이 높지 않다고 해석할 수 있다. 박주현⁵⁹⁾은 유행에 대해 관심을 가지는 유행을 추구하는 집단이 헤어, 화장, 피부, 성형 및 의복 등을 통해 외모가 더 나아지도록 노력한다고 하였다. 조은정⁶⁰⁾의 연구에 의하면 미용관리에 대한 관심은 피부관리, 헤어관리, 체형몸매관리, 미용성형관리 순이라고 하였다.

셋째, ‘체형만족’은 ‘이미지 연출’과 부적 관계를 보였다. 특히 50대에서 나타난 결과로 자신의 체형에 대한 전반적인 만족이 높을수록 헤어나 메이크업으로 표현되는 이미지연출에 대한 관심보다는 오히려 ‘미용성형관심’과 정

57) 백인혜. op. cit. p.83.

58) 이지미. (2013). 여성들의 미용성형에 대한 실태와 만족도에 관한 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, P. 33.

59) 박주현. (2010). 여성의 라이프스타일 유형별 외모관리행동 연구. 경성대학교 대학원 박사학위논문, pp. 41-42

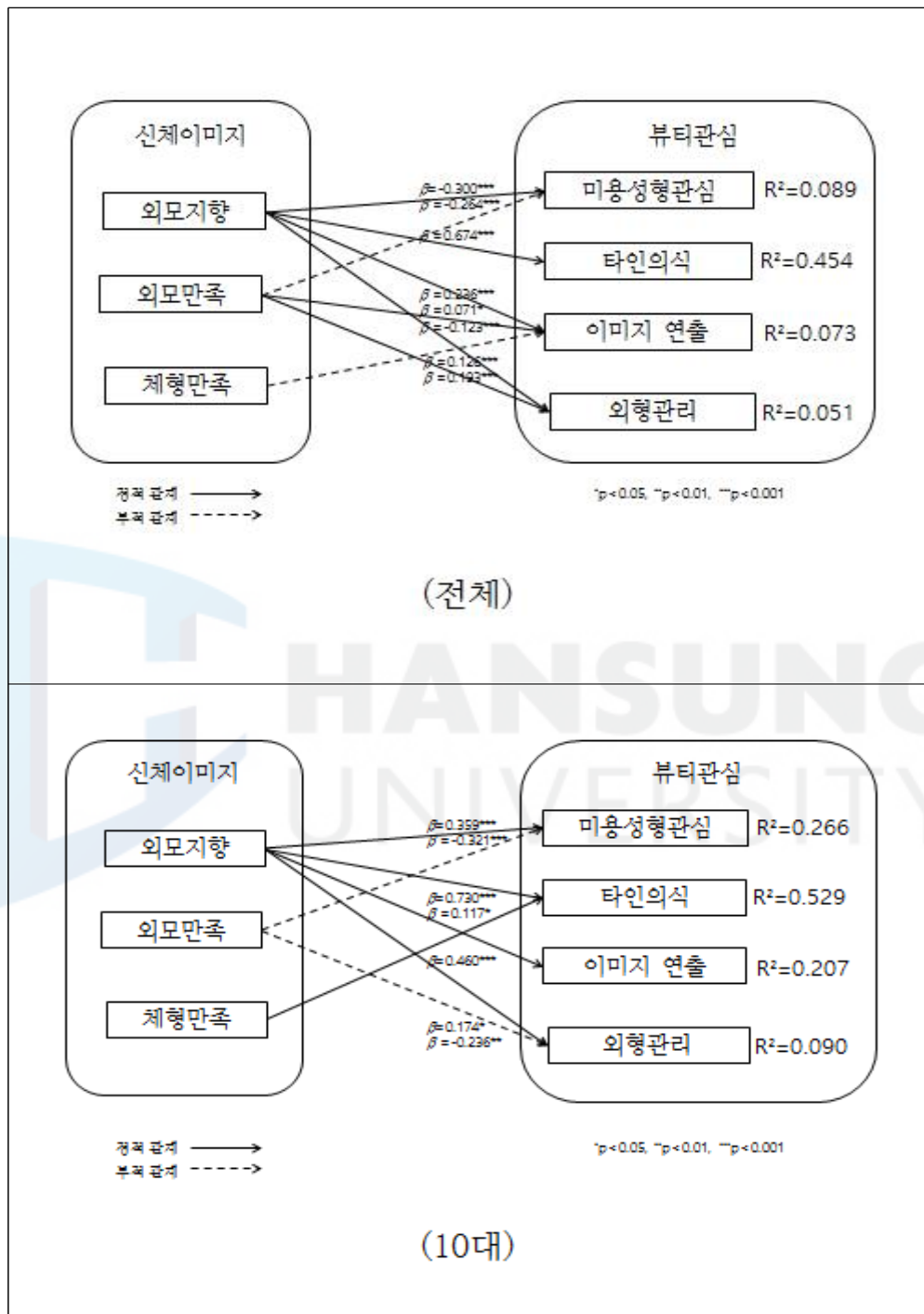
60) 조은정. op. cit. p. 47.

적 관계를 보이는 특징을 나타냈다. 이는 피부노화로 인한 외모에 대한 고민을 빠르게 얻고자 하는 시술과 수술에 보다 많은 관심이 있음을 나타내는 결과로 추정된다.

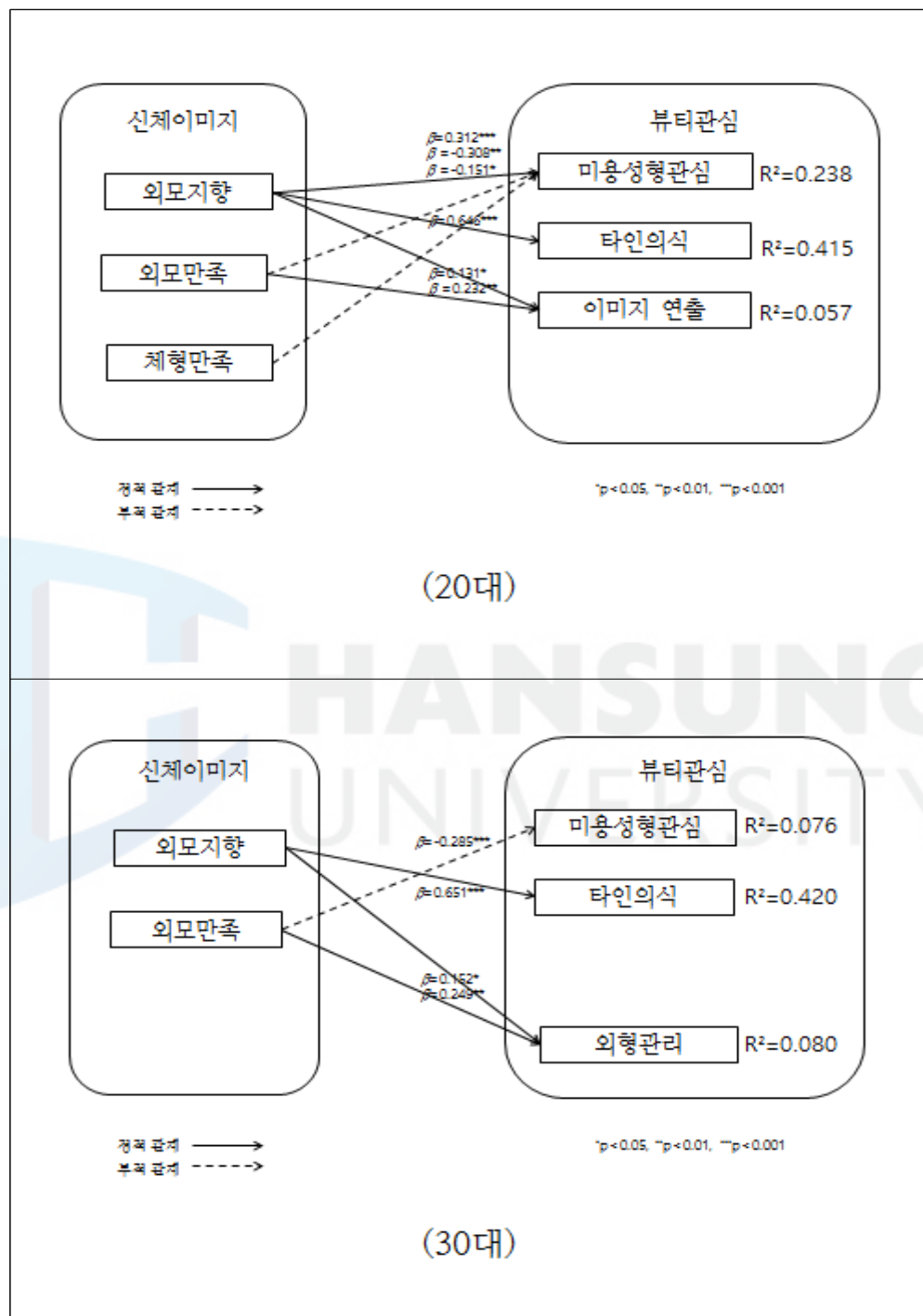
40대에서 50대 사이의 여성을 대상으로 한 정문신⁶¹⁾의 연구에 의하면 중년여성이 가장 중요하게 지각하는 피부노화 문제는 ‘색소침착, 팔자주름, 피부 처짐’ 등이고, 많은 여성들이 피부의 노화를 개선하게 위해 레이저, 보톡스, 필러 등의 미용성형을 경험한다고 하였다. 수명과 재산을 포기해서라도 젊어 보이고 싶고 자신 있게 살고 싶다는 결과를 볼 때, 중년 여성에게 있어 피부노화는 가장 심각한 고민의 한 부분임을 추측할 수 있는 본 논문의 결과와 유사하다.



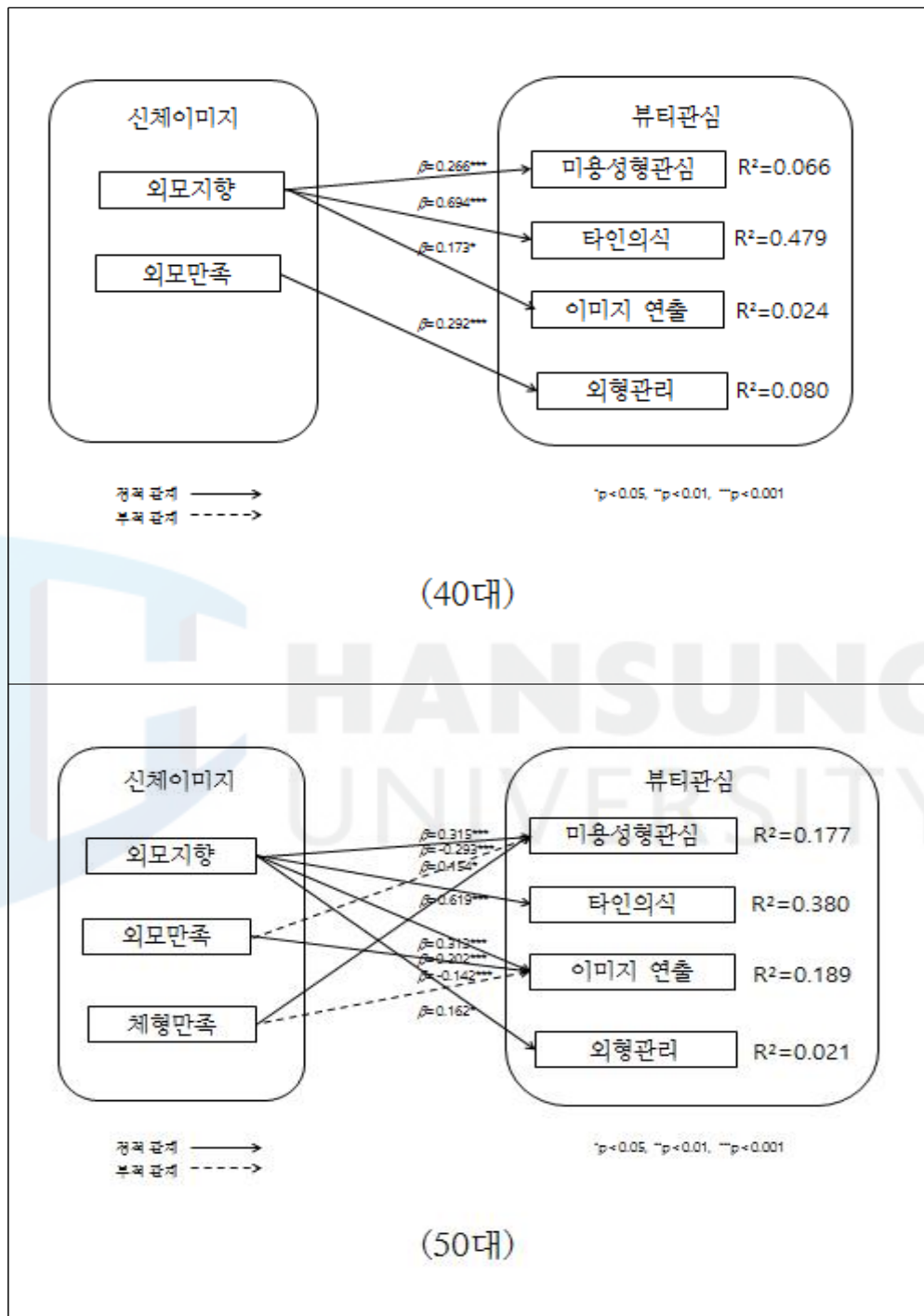
61) 정문신. (2013). 중년 여성의 안면피부노화에 대한 인식과 개선 욕구에 관한 연구. 서경대학교 대학원 석사학위논문, PP. 19-56.



[그림 4-1] 연령대별 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향



[그림 4-2] 연령대별 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향



[그림 4-3] 연령대별 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향

4.3.2 연령대별 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향

먼저, 조사대상 전체를 대상으로 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과, 다음의 [표 4-8]과 같이 신체이미지는 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

‘미용성형 관리’는 세 가지 신체이미지 요인에 의해 5.0% 설명되며, ‘외모지향’과 ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계와, ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형관리’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘헤어관리’는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’과 ‘체형만족’에 의해 16.6% 설명되며, ‘외모지향’과 ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문체형관리’는 신체이미지 중에서도 ‘체형만족’과 ‘외모만족’에 의해 11.3% 설명되며, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘전문 체형관리’ 경향은 감소하는 부적 관계와, ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘전문 체형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘홈 케어’는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’과 ‘외모만족’에 의해 15.0% 설명되며, ‘외모지향’과 ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘홈 케어’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 피부관리’는 신체이미지 중에서도 ‘체형만족’에 의해 2.2% 설명되며, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘전문 피부관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 이미지관리’는 신체이미지 중에서도 ‘체형만족’에 의해 0.3% 설명되며, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘전문 이미지관리’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘자가 체형관리’는 세 가지 신체이미지 요인에 의해 12.6% 설명되며, ‘외모지향’과 ‘외모만족’ 경향 증가할수록 ‘자가 체형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계와, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘자가 체형관리’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다.

조사대상의 연령대별로 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과, [표 4-8]과 같이 연령대에 따라 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향력에 차이가 있는 것으로 나타났다.

첫째, 10대 여성을 대상으로 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향을

알아본 결과, 신체이미지는 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘헤어관리’는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 22.3% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘헤어관리’ 경향이 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 체형관리’는 신체이미지 중에서도 ‘체형만족’에 의해 10.5% 설명되며, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘전문 체형관리’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘홈 케어’는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 16.6% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘홈 케어’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 피부관리’는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 4.5% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘전문 피부관리’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘자가 체형관리’는 세 가지 신체이미지 요인에 의해 18.4% 설명되며, ‘외모지향’과 ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘자가 체형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계와, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘자가 체형관리’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 20대 여성을 대상으로 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과, 신체이미지는 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘미용성형관리’는 ‘외모지향’과 ‘외모만족’에 의해 10.4% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계와, ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형관리’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. 헤어관리는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’과 ‘체형만족’에 의해 13.6% 설명되며, ‘외모지향’과 ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘헤어관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문체형관리’는 신체이미지 중에서도 ‘체형만족’과 ‘외모만족’에 의해 23.2% 설명되며, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘전문 체형관리’는 감소하는 부적 관계와, ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘전문 체형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘홈 케어’는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 7.8% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘홈 케어’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 피부관리’는 신체이미지 중에서도 ‘체형만족’에 의해 7.0% 설명되며, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘전문 피부관

리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '자가 체형관리'는 신체이미지 중에서도 '외모만족'과 '외모지향'에 의해 15.7% 설명되며, '외모만족'과 '외모지향' 경향이 증가할수록 '자가 체형관리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 30대 여성을 대상으로 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과, 신체이미지는 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. '미용성형관리'는 신체이미지 중에서도 '체형만족'에 의해 2.9% 설명되며, '체형만족' 경향이 증가할수록 '미용성형관리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '헤어관리'는 신체이미지 중에서도 '외모지향'에 의해 17.8% 설명되며, '외모지향' 경향이 증가할수록 '헤어관리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '전문 체형관리'는 신체이미지 중에서도 '체형만족'에 의해 21.3% 설명되며, '체형만족' 경향이 증가할수록 '전문 체형관리'는 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. '홈 케어'는 신체이미지 중에서도 '외모지향'에 의해 13.8% 설명되며, '외모지향' 경향이 증가할수록 '홈 케어' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '전문 피부관리'는 신체이미지 중에서도 '체형만족'과 '외모만족'에 의해 3.5% 설명되며, '체형만족' 경향이 증가할수록 '전문 피부관리' 경향도 증가하는 정적 관계와, '외모만족' 경향이 증가할수록 '전문 피부관리' 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. '자가 체형관리'는 신체이미지 중에서도 '외모만족'과 '외모지향'에 의해 22.8% 설명되며, '외모만족'과 '외모지향' 경향이 증가할수록 '자가 체형관리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

넷째, 40대 여성을 대상으로 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과, 신체이미지는 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. '미용성형관리'는 신체이미지 중에서도 '외모지향'에 의해 4.5% 설명되며, '외모지향' 경향이 증가할수록 '미용성형관리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '헤어관리'는 신체이미지 중에서도 '외모지향'에 의해 5.2% 설명되며, '외모지향' 경향이 증가할수록 '헤어관리'도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '전문 체형관리'는 신체이미지

중에서도 ‘체형만족’과 ‘외모만족’에 의해 10.1% 설명되며, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘전문 체형관리’ 경향은 감소하는 부적 관계와, ‘외모만족’ 경향이 증가할수록 ‘전문 체형관리’ 경향은 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘홈 케어’는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 19.3% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘홈 케어’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘자가 체형관리’는 세 가지 신체이미지 요인에 의해 13.5% 설명되며, ‘외모만족’과 ‘외모지향’과 ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘자가 체형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

다섯째, 50대 여성을 대상으로 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과, 신체이미지는 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘헤어관리’는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’과 ‘체형만족’에 의해 22.3% 설명되며, ‘외모지향’과 ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘헤어관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 체형관리’는 신체이미지 중에서도 ‘체형만족’에 의해 1.8% 설명되며, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘전문 체형관리’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘홈 케어’는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 12.8% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘홈 케어’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 피부관리’는 신체이미지 중에서도 ‘체형만족’에 의해 2.9% 설명되며, ‘체형만족’ 경향이 증가할수록 ‘전문 피부관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 이미지관리’는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 4.1% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘전문 이미지관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘자가 체형관리’는 신체이미지 중에서도 ‘외모지향’에 의해 4.4% 설명되며, ‘외모지향’ 경향이 증가할수록 ‘자가 체형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-8] 연령대별 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향

연령대	종속변수 (뷰티관리행동)	독립변수 (신체이미지)	B	β	t	Sig.	R ²	수정 R ²	F	Sig.
전체	미용성형관리	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.053	0.050	17.645	0.000***
		외모지향	0.188	0.188	5.952	0.000***				
		외모만족	-0.114	-0.114	-3.596	0.000***				
		체형만족	0.068	0.068	2.141	0.033*				
	헤어관리	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.168	0.166	95.550	0.000***
		외모지향	0.399	0.399	13.471	0.000***				
		체형만족	0.092	0.092	3.105	0.002**				
	전문체형관리	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.115	0.113	61.655	0.000***
		체형만족	-0.333	-0.333	-10.883	0.000***				
		외모만족	0.067	0.067	2.207	0.028*				
	홈케어	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.151	0.150	84.462	0.000***
		외모지향	0.381	0.381	12.725	0.000***				
		외모만족	0.079	0.079	2.644	0.008**				
	전문피부관리	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.023	0.022	22.317	0.000***
		체형만족	0.152	0.152	4.724	0.000***				
	전문이미지관리	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.004	0.003	4.143	0.042*
		체형만족	-0.066	-0.066	-2.035	0.042*				
		(상수)	0.000		0.000	1.000				
		외모지향	0.251	0.251	8.276	0.000***				
10대	헤어관리	외모만족	0.248	0.248	8.176	0.000***	0.129	0.126	46.753	0.000***
		체형만족	-0.067	-0.067	-2.220	0.027*				
		(상수)	-0.076		-1.126	0.262				
	전문체형관리	외모지향	0.453	0.477	7.019	0.000***	0.228	0.223	49.261	0.000***
		(상수)	0.207		3.930	0.000***				
		체형만족	-0.262	-0.331	-4.540	0.000***				
	홈케어	(상수)	0.158		2.167	0.032*	0.171	0.166	34.350	0.000***
		외모지향	0.406	0.413	5.861	0.000***				
		(상수)	0.068		0.863	0.390				
	전문피부관리	외모지향	-0.225	-0.226	-3.001	0.003**	0.051	0.045	9.005	0.003**
		(상수)	-0.109		-1.482	0.140				
		외모지향	0.285	0.295	4.151	0.000***	0.198	0.184	13.599	0.000***
	자가체형관리	외모만족	0.277	0.296	4.151	0.000***				
		체형만족	-0.277	-0.247	-3.519	0.001**				
20대	미용성형관리	(상수)	-0.107		-1.613	0.108	0.113	0.104	13.693	0.000***
		외모지향	0.300	0.283	4.405	0.000***				
		외모만족	-0.153	-0.156	-2.425	0.016*				
	헤어관리	(상수)	0.045		0.710	0.478	0.143	0.136	18.093	0.000***
		외모지향	0.360	0.360	5.703	0.000***				
		체형만족	0.135	0.147	2.333	0.021*				
	전문체형관리	(상수)	-0.099		-1.572	0.117	0.239	0.232	33.988	0.000***
		체형만족	-0.446	-0.449	-7.530	0.000***				
		외모만족	0.245	0.244	4.092	0.000***				
	홈케어	(상수)	-0.138		-2.367	0.019*	0.083	0.078	19.525	0.000***
		외모지향	0.265	0.287	4.419	0.000***				
	전문피부관리	(상수)	0.059		0.852	0.395	0.074	0.070	17.327	0.000***
		체형만족	0.270	0.272	4.163	0.000***				
	자가체형관리	(상수)	0.107		1.656	0.099	0.164	0.157	21.244	0.000***
		외모만족	0.314	0.321	5.148	0.000***				
		외모지향	0.293	0.277	4.437	0.000***				

30대	미용성형관리	(상수)	-0.318		-3.537	0.001**	0.034	0.029	6.177	0.014*
		체형만족	0.216	0.185	2.485	0.014*				
	헤어관리	(상수)	0.046		0.675	0.500	0.182	0.178	38.839	0.000***
		외모지향	0.432	0.427	6.232	0.000***				
	전문체형관리	(상수)	-0.365		-4.687	0.000***	0.217	0.213	48.263	0.000***
		체형만족	-0.522	-0.466	-6.947	0.000***				
	홈케어	(상수)	-0.010		-0.160	0.873	0.142	0.138	28.908	0.000***
		외모지향	0.343	0.377	5.377	0.000***				
	전문피부관리	(상수)	-0.121		-1.626	0.106	0.046	0.035	4.212	0.016*
		체형만족	0.160	0.165	2.224	0.027*				
		외모만족	-0.159	-0.148	-1.995	0.048*				
	자가체형관리	(상수)	0.123		1.895	0.060	0.237	0.228	26.807	0.000***
		외모만족	0.362	0.349	5.236	0.000***				
		외모지향	0.313	0.315	4.734	0.000***				
40대	미용성형관리	(상수)	-0.109		-1.462	0.146	0.050	0.045	9.329	0.003**
		외모지향	0.240	0.224	3.054	0.003**				
	헤어관리	(상수)	0.040		0.531	0.596	0.057	0.052	10.628	0.001**
		외모지향	0.260	0.239	3.260	0.001**				
	전문체형관리	(상수)	0.129		1.805	0.073	0.111	0.101	10.946	0.000***
		체형만족	-0.282	-0.277	-3.876	0.000***				
		외모만족	0.187	0.175	2.448	0.015*				
	홈케어	(상수)	-0.133		-1.984	0.049*	0.198	0.193	43.456	0.000***
		외모지향	0.465	0.445	6.592	0.000***				
	자가체형관리	(상수)	0.022		0.304	0.761	0.150	0.135	10.235	0.000***
		외모만족	0.275	0.251	3.585	0.000***				
		외모지향	0.243	0.221	3.143	0.002**				
		체형만족	0.183	0.175	2.489	0.014*				
50대	헤어관리	(상수)	-0.042		-0.621	0.535	0.230	0.223	30.686	0.000***
		외모지향	0.484	0.462	7.524	0.000***				
		체형만족	0.178	0.164	2.678	0.008**				
	전문체형관리	(상수)	0.144		2.211	0.028*	0.023	0.018	4.750	0.030*
		체형만족	-0.144	-0.150	-2.180	0.030*				
	홈케어	(상수)	0.081		1.030	0.304	0.132	0.128	31.308	0.000***
		외모지향	0.422	0.363	5.595	0.000***				
	전문피부관리	(상수)	0.086		1.286	0.200	0.034	0.029	7.207	0.008**
		체형만족	0.181	0.184	2.685	0.008**				
	전문이미지관리	(상수)	-0.423		-6.824	0.000***	0.046	0.041	9.893	0.002**
		외모지향	0.188	0.214	3.145	0.002**				
	자가체형관리	(상수)	-0.145		-2.062	0.040*	0.049	0.044	10.532	0.001**
		외모지향	0.220	0.221	3.245	0.001**				

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

이상의 결과를 도식화하면 다음 [그림 4-4], [그림 4-5], [그림 4-6]과 같다.

첫째, 신체이미지 중 ‘외모지향’은 뷰티관리행동 중 ‘미용성형관리, 헤어관리, 홈 케어, 자가 체형관리’와 정적 관계를 나타냈다. 특히 10대와 50대에서 ‘헤어관리’가 가장 높게 나타났다. 이는 외모를 지향하려는 행동에 있어 헤어의 변화는 이미지나 스타일을 결정하는 중요한 요소라는 특성을 나타낸다.

10대는 친구들과의 관계를 통해 자신의 모습을 반응하게 되는데 앞머리 모양과 길이에 매우 민감하다. 50대는 여성 호르몬의 저하로 가늘어진 모발이나 가르마형 탈모가 나타나는 시기로 정수리 앞부분과 모발의 굵기나 양에 민감하고, 두피나 모발 건강의 중요성에 대한 인식도 높아지게 된다. 그에 따른 헤어관리는 다른 관리보다 경제적 비용부담을 최소화 하면서 비교적 손쉽게 변화를 할 수 있는 장점이 있기 때문으로 추정된다. 김동곤⁶²⁾의 연구에 의하면 자신의 헤어스타일에 있어 앞머리 헤어스타일이 중요하며, 동성 친구가 앞머리 헤어스타일에 변화를 준 후 가장 중요하게 생각하는 평가자인 것으로 나타났다. 특히, 10대에서 30대 사이의 연령대에 속하는 사람들은 동성 친구의 평가를 제일 중요하게 생각하고, 40대 이상의 연령대에 속하는 사람들은 전문가의 평가를 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 고혜숙⁶³⁾은 헤어스타일에 있어 앞머리에 변화를 주는 것은 인상형성과 호감 있는 이미지를 연출하는데 있어 중요한 역할을 한다고 하였다. 오 별⁶⁴⁾ 역시 외모에 대한 관심이 높아질수록 헤어관리도 높아진다는 결과와도 유사하다. 40대에서는 ‘홈 케어’가 가장 높게 나타났다. 이 시기는 피부노화에 대한 관심은 높지만 경제활동보단 자녀의 교육비와 가정의 행사 등으로 가계지출이 상당히 높아지는 환경적 특성에 기인한 것으로 보인다. 즉, 자신의 피부관리 행동에 있어 비용 부담이 있는 전문기관보다는 화장품이나, 가정용 피부관리 기기 등을 이용하여 자기 스스로 관리하는 방법을 선택하고 있기 때문으로 추정된다. 박주현⁶⁵⁾의 연구에 의하면 연령대가 높아질수록 이상적인 외모를 위해 피부관리를 가장 신경 쓰는 것으로 나타났으며, 이는 피부의 노화가 진행되는 것에 기인한다고 보았다. 안은주⁶⁶⁾의 연구에서도 40대에서 피부 노화관리에 대한 관심도가 가장 높게 나타났으며, 피부 노화방지를 위해 세안클렌징과 필링 등에 가장 신경을 쓰고, 피부 노화방지를 위해 주로 사용하는 화장품도 ‘주름개선

62) 김동곤. (2014). 여성의 앞머리 헤어스타일 중요성 인식과 이미지 선호도에 관한 연구. 서경대학교 대학원 석사학위논문, pp. 27-37.

63) 고혜숙. (2007). 여성의 입술컬러와 앞머리 스타일이 인상형성과 호감도에 미치는 영향. 서경대학교 대학원 석사학위논문, p. 2.

64) 오 별. op. cit. p. 47.

65) 박주현. op. cit. pp. 112-113.

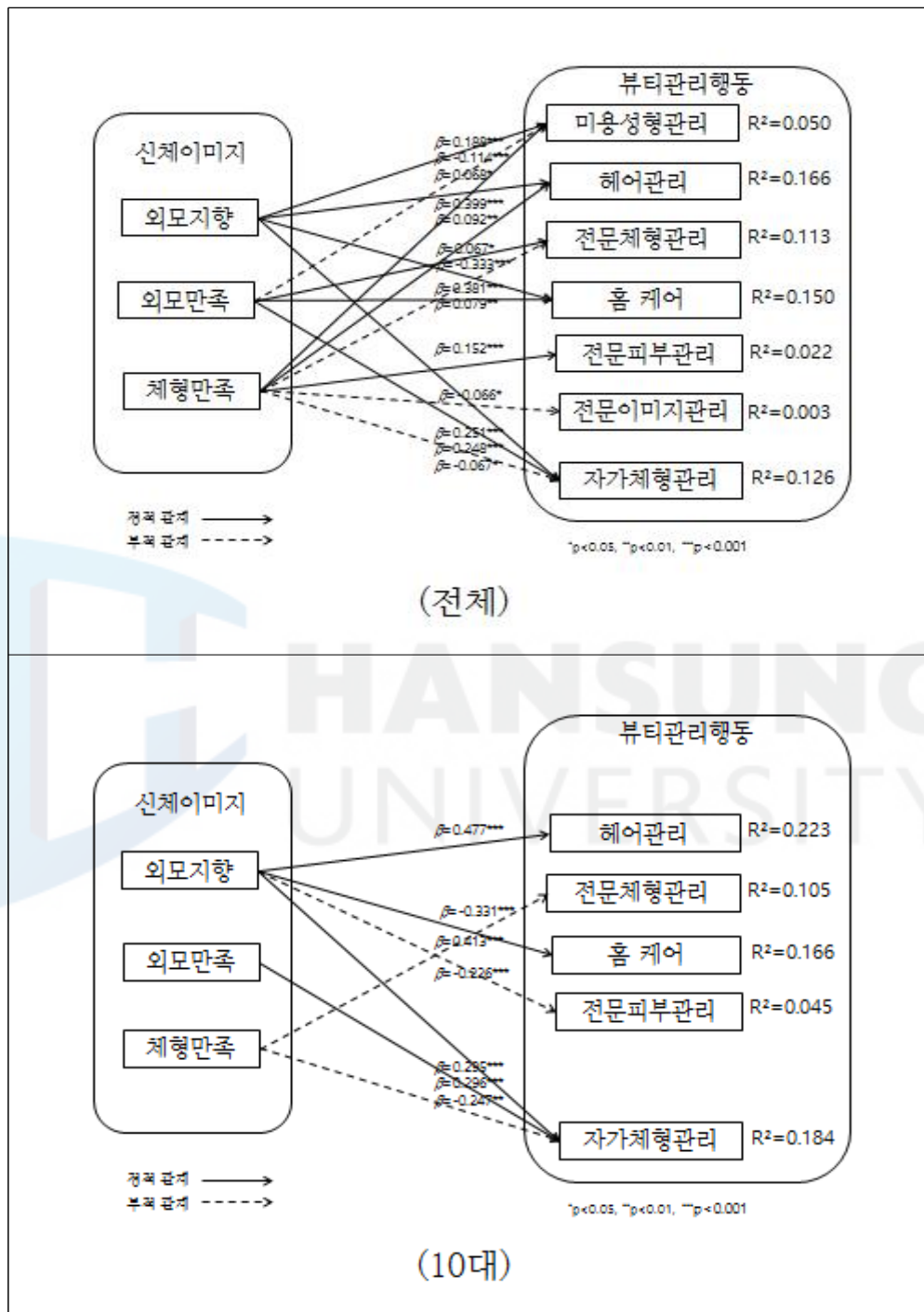
66) 안은주. (2014). 연령대별 여성이 인식하는 피부노화와 항 노화 관리행동에 관한 연구. 건국대학교 대학원 석사학위논문, pp. 50-55.

제품, 수분제품, 안티 에이징(anti eijing)제품, 색소침착(미백)개선제품, 자외선 차단제품' 등의 순으로 나타났다. 이러한 연구들은 40대에서 50대 사이의 여성들이 피부 관리방법으로 주로 '자가관리(홈케어)'를 이용한다는 본 연구결과와 유사하다.

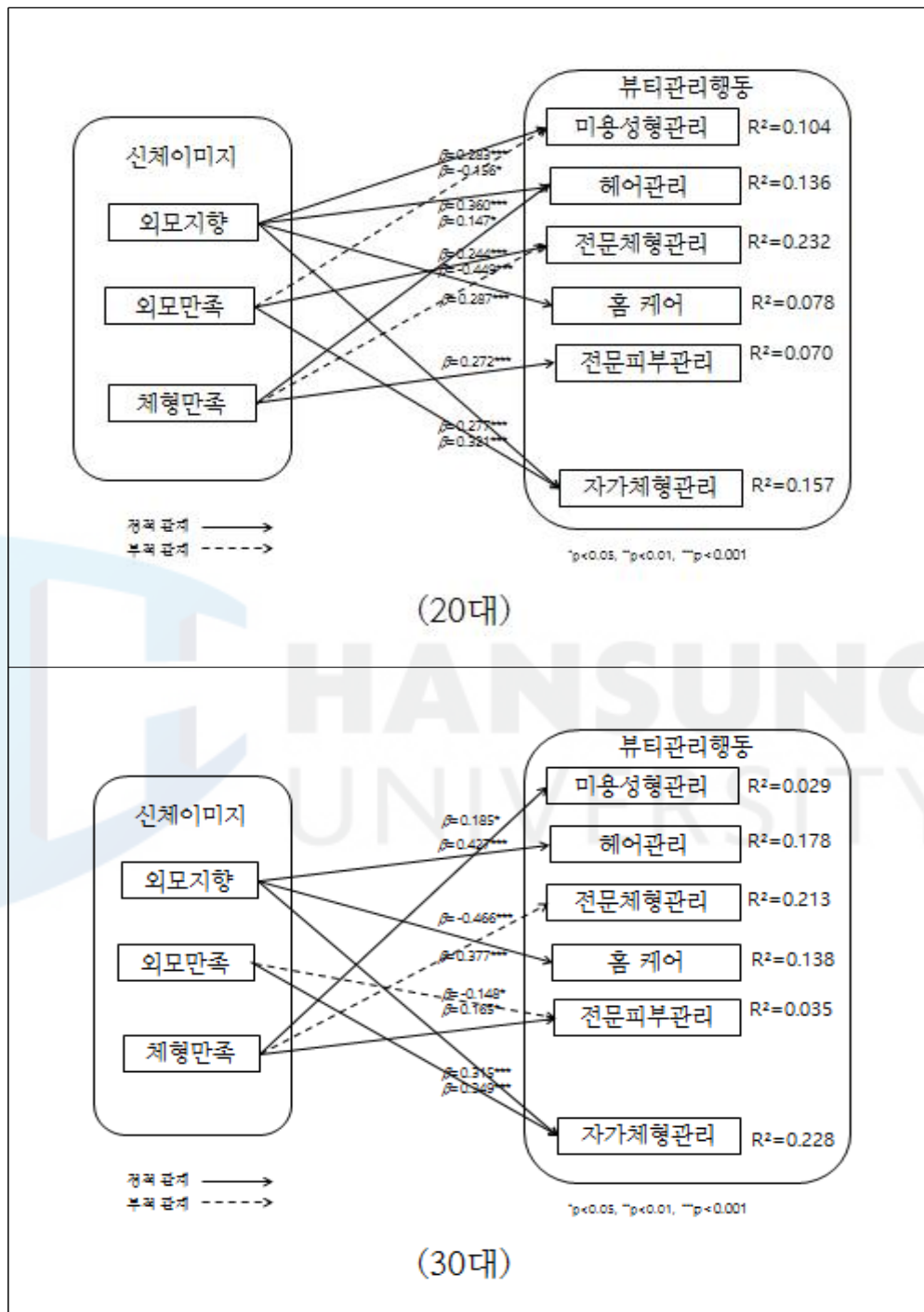
둘째, '외모만족'은 '미용성형관리'와는 부적 관계를, '전문 체형관리, 홈케어, 자가 체형관리'와는 정적관계를 보였다. 특히 30대에서 '자가 체형관리'와 가장 높은 관계를 나타냈다. 이는 결혼, 출산 및 육아 등의 이유로 사회적 활동이나 외출이 적은 시기로 전문적인 관리를 받기 어려운 환경 때문으로 추정된다. 이에 대해 차혜림⁶⁷⁾은 30대, 20대, 40대 순으로 몸매관리를 위해 체형관리를 한다고 하였다.

셋째, '체형만족'은 '미용성형관리, 헤어관리, 전문 피부관리'와는 정적 관계를 '전문체형관리, 전문 이미지관리, 자가 체형관리'와는 부적 관계를 보였다. 특히 20대에서 '전문 체형관리'와 가장 높은 부적 관계를 나타냈다. 20대는 신체 성숙도가 최고조에 달하는 시기이므로, 자신의 체형에 만족하는 경향이 높으면 얼굴과 헤어, 피부에 대한 관리행동이 체형관리보다 높은 것으로 추측된다.

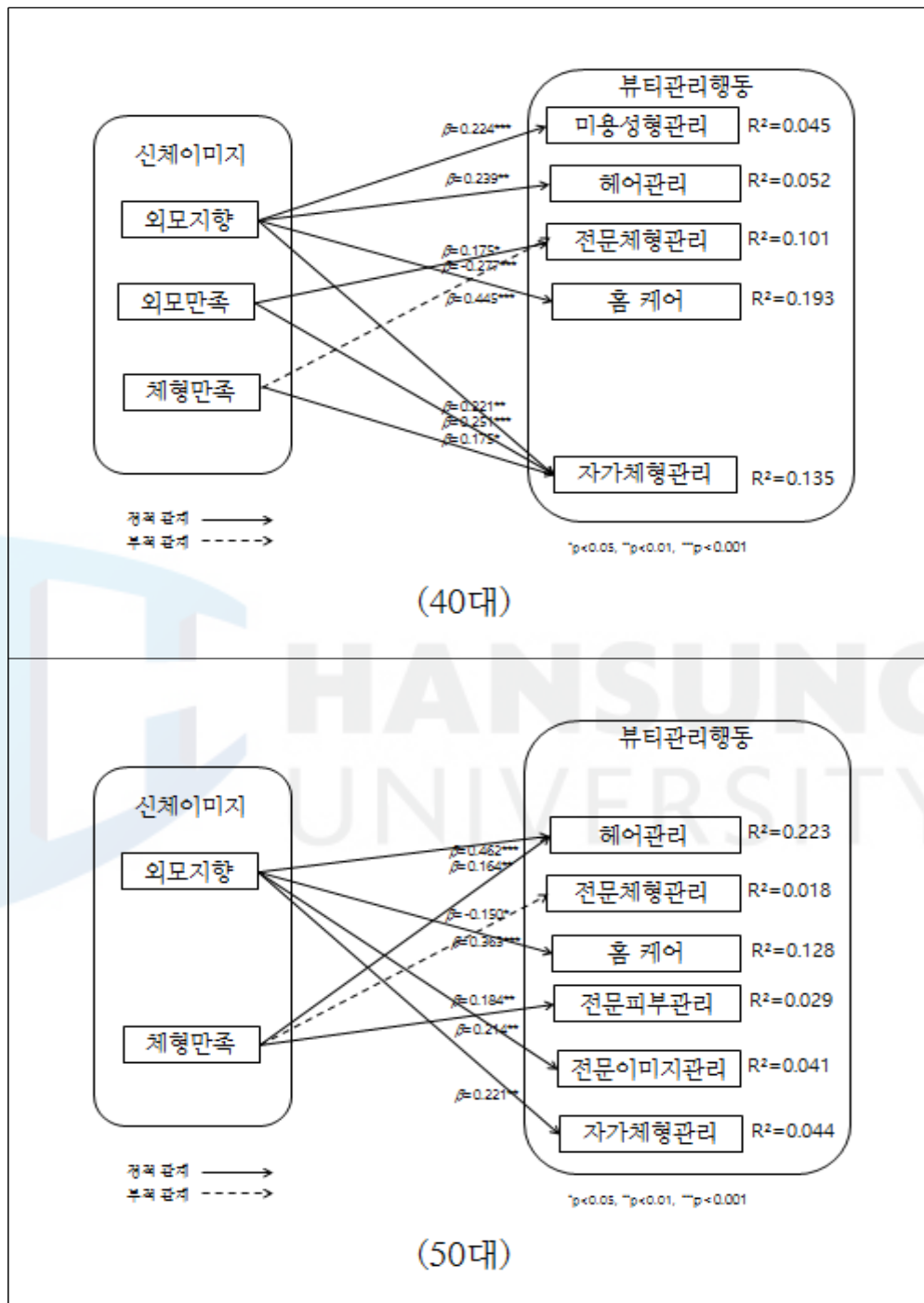
67) 차혜림. (2013). 성인 여성의 라이프스타일에 따른 미용, 외모관리 행동에 관한 연구. 성신여자 대학교 대학원 석사학위논문, pp. 49-50.



[그림 4-4] 연령대별 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향



[그림 4-5] 연령대별 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향



[그림 4-6] 연령대별 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향

4.3.3 연령대별 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향

먼저, 조사대상 전체를 대상으로 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과, 다음의 [표 4-9]와 같이 뷰티관심이 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘미용성형관리’는 뷰티관심 중에서도 ‘미용성형관심’에 의해 27.1% 설명되며, ‘미용성형 관심’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형관리’ 경향도 증가한다는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘헤어관리’는 네 가지 뷰티관심 요인에 의해 20.9% 설명되며, ‘타인의식’과 ‘외형관리’와 ‘미용성형 관심’과 ‘이미지 연출’ 경향이 증가할수록 ‘헤어관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 체형관리’는 뷰티관심 중에서도 ‘미용성형 관심’과 ‘외형관리’에 의해 6.2% 설명되며, ‘미용성형 관심’과 ‘외형관리’ 경향이 증가할수록 ‘전문 체형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘홈 케어’는 뷰티관심 중에서도 세 가지 요인에 의해 18.8% 설명되며, ‘이미지 연출’과 ‘타인의식’과 ‘미용성형 관심’ 경향이 증가할수록 ‘홈 케어’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 피부관리’는 뷰티관심 중에서도 ‘외형관리’에 의해 2.3% 설명되며, ‘외형관리’ 경향이 증가할수록 ‘전문 피부관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 이미지관리’는 세 가지 요인에 의해 3.6% 설명되며, ‘이미지 연출’ 경향이 증가할수록 ‘전문 이미지관리’ 경향도 증가하는 정적 관계와, ‘타인의식’과 ‘외형관리’ 경향이 증가할수록 ‘전문 이미지관리’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘자가 체형관리’는 뷰티관심 중에서도 세 가지 요인에 의해 12.9% 설명되며, ‘외형관리’와 ‘타인의식’ 경향이 증가할수록 ‘자가 체형관리’ 경향은 증가하는 정적 관계와, ‘이미지 연출’ 경향이 증가할수록 ‘자가 체형관리’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다.

조사대상의 연령대별로 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과, [표 4-9]와 같이 연령대에 따라 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향력에 차이가 있는 것으로 나타났다.

첫째, 10대 여성을 대상으로 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향을

알아본 결과, 뷰티관심이 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘미용성형관리’는 뷰티관심 중에서도 ‘미용성형 관심’에 의해 16.2% 설명되며, ‘미용성형 관심’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘헤어관리’는 뷰티관심 중에서도 네 가지 요인에 의해 20.1% 설명되며, ‘타인의식’과 ‘미용성형 관심’과 ‘이미지 연출’과 ‘외형관리’ 경향이 증가할수록 ‘헤어관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘홈 케어’는 뷰티관심 중에서도 ‘타인의식’과 ‘이미지 연출’에 의해 14.9% 설명되며, ‘타인의식’과 ‘이미지 연출’ 경향이 증가할수록 ‘홈 케어’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘자가 체형관리’는 뷰티관심 중에서도 ‘외형관리’와 ‘타인의식’에 의해 21.6% 설명되며, ‘외형관리’와 ‘타인의식’ 경향이 증가할수록 ‘자가 체형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 20대 여성을 대상으로 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과, 뷰티관심이 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘미용성형관리’는 뷰티관심 중에서도 ‘미용성형 관심’과 ‘외형관리’에 의해 35.9% 설명되며, ‘미용성형 관심’과 ‘외형관리’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘헤어관리’는 뷰티관심 중에서도 세 가지 요인에 의해 14.4% 설명되며, ‘타인의식’과 ‘외형관리’와 ‘이미지 연출’ 경향이 증가할수록 ‘헤어관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 체형관리’는 ‘외형관리’에 의해 5.1% 설명되며, ‘외형관리’ 경향이 증가할수록 ‘전문 체형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘홈 케어’는 뷰티관심 중에도 ‘이미지 연출’과 ‘타인의식’에 의해 8.7% 설명되며, ‘이미지 연출’과 ‘타인의식’ 경향이 증가할수록 ‘홈 케어’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 피부관리’는 뷰티관심 중에서도 ‘외형관리’에 의해 2.3% 설명되며, ‘외형관리’ 경향이 증가할수록 ‘전문 피부관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘자가 체형관리’는 뷰티관심 중에서도 세 가지 요인에 의해 10.7% 설명되며, ‘외형관리’와 ‘타인의식’ 경향이 증가할수록 ‘자가 체형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계와, ‘이미지 연출’ 경향이 증가할수록

‘자가 체형관리’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 30대 여성을 대상으로 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과, 뷰티관심이 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘미용성형관리’는 뷰티관심 중에서도 ‘미용성형 관심’에 의해 30.8% 설명되며, ‘미용성형 관심’경향이 증가할수록 ‘미용성형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘헤어관리’는 뷰티관심 중에서도 세 가지 요인에 의해 20.6% 설명되며, ‘타인의식’과 ‘외형관리’와 ‘미용성형 관심’ 경향이 증가할수록 ‘헤어관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문체형관리’는 뷰티관심 중에서도 ‘외형관리’와 ‘미용성형 관심’에 의해 11.5% 설명되며, ‘외형관리’와 ‘미용성형 관심’ 경향이 증가할수록 ‘전문체형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘홈 케어’는 뷰티관심 중에서도 ‘타인의식’과 ‘이미지 연출’에 의해 15.0% 설명되며, ‘타인의식’과 ‘이미지 연출’ 경향이 증가할수록 ‘홈 케어’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 피부관리’는 뷰티관심 중에서도 ‘외형관리’와 ‘이미지 연출’에 의해 5.3% 설명되며, ‘외형관리’와 ‘이미지 연출’ 경향이 증가할수록 ‘전문 피부관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘전문 이미지관리’는 뷰티관심 중 ‘이미지 연출’에 의해 3.2% 설명되며, ‘이미지 연출’ 경향이 증가할수록 ‘전문 이미지’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘자가 체형관리’는 세 가지 요인에 의해 12.0% 설명되며, ‘타인의식’과 ‘외형관리’ 경향이 증가할수록 ‘자가 체형관리’ 경향은 증가하는 정적 관계로, ‘이미지 연출’ 경향이 증가할수록 ‘자가 체형관리’ 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다.

넷째, 40대 여성을 대상으로 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과, 뷰티관심이 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘미용성형관리’는 뷰티관심 중에서도 ‘미용성형 관심’과 ‘타인의식’에 의해 27.3% 설명되며, ‘미용성형 관심’과 ‘타인의식’ 경향이 증가할수록 ‘미용성형관리’ 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. ‘헤어관리’는 뷰티관심 중에서도 네 가지 요인에 의해 17.3% 설명되며, ‘외형관리’와 ‘이미지 연출’과 ‘미용성형 관심’과 ‘타인의식’ 경향이 증가할수록 ‘헤어

관리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '전문 체형관리'는 뷰티관심 중에서도 '외형관리'와 '미용성형 관심'에 의해 8.1% 설명되며, '외형관리'와 '미용성형 관심' 경향이 증가할수록 '전문 체형관리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '홈 케어'는 뷰티관심 중에서도 '이미지 연출'과 '타인의식'에 의해 21.9% 설명되며, '이미지 연출'과 '타인의식' 경향이 증가할수록 '홈 케어' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '전문 이미지관리'는 '미용성형관심'에 의해 1.9% 설명되며, '미용성형관심' 경향이 증가할수록 '전문 이미지관리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '자가 체형관리'는 뷰티관심 중에서도 '외형관리'에 의해 10.4% 설명되며, '외형관리' 경향이 증가할수록 '자가 체형관리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

다섯째, 50대 여성을 대상으로 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과, 뷰티관심이 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. '미용성형관리'는 뷰티관심 중에서도 '미용성형관심'에 의해 20.2% 설명되며, '미용성형관심' 경향이 증가할수록 '미용성형관리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '헤어관리'는 뷰티관심 중에서도 네 가지 요인에 의해 27.2% 설명되며, '타인의식'과 '외형관리'와 '미용성형관심'과 '이미지 연출' 경향이 증가할수록 '헤어관리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '전문 체형관리'는 세 가지 요인에 의해 5.6% 설명되며, '외형관리'와 '미용성형 관심' 경향이 증가할수록 '전문 체형관리' 경향도 증가하는 정적 관계와, '이미지 연출' 경향이 증가할수록 '전문 체형관리' 경향은 감소하는 부적 관계가 있는 것으로 나타났다. '홈 케어'는 뷰티관심 중에서도 '이미지 연출'과 '타인의식'에 의해 26.4% 설명되며, '이미지 연출'과 '타인의식' 경향이 증가할수록 '홈 케어' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '전문 이미지관리'는 뷰티관심 중에서도 '미용성형 관심'과 '이미지 연출'에 의해 7.8% 설명되며, '미용성형 관심'과 '이미지 연출' 경향이 증가할수록 '전문 이미지관리' 경향도 증가하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. '자가 체형관리'는 뷰티관심 중에서도 '외형관리'에 의해 14.5% 설명되며, '외형관리' 경향이 증가할수록 '자가 체형관리' 경향도 증가

하는 정적 관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-9] 연령대별 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향

연령대	종속변수 (뷰티관리행동)	독립변수 (뷰티관심)	B	β	t	Sig.	R ²	수정 R ²	F	Sig.
전체	미용성형관리	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.272	0.271	353.901	0.000***
		미용성형 관심	0.521	0.521	18.812	0.000***				
	헤어관리	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.212	0.209	63.735	0.000***
		타인의식	0.323	0.323	11.192	0.000***				
		외형관리	0.227	0.227	7.873	0.000***				
		미용성형 관심	0.187	0.187	6.480	0.000***				
	전문제형관리	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.064	0.062	32.438	0.000***
		미용성형 관심	0.188	0.188	5.968	0.000***				
		외형관리	0.170	0.170	5.409	0.000***				
		(상수)	0.000		0.000	1.000	0.191	0.188	74.338	0.000***
	홈케어	이미지 연출	0.312	0.312	10.664	0.000***				
		타인의식	0.297	0.297	10.140	0.000***				
		미용성형 관심	0.074	0.074	2.542	0.011*				
	전문피부관리	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.024	0.023	23.144	0.000***
		외형관리	0.154	0.154	4.811	0.000***				
	전문이미지관리	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.039	0.036	12.727	0.000***
		이미지 연출	0.169	0.169	5.313	0.000***				
		타인의식	-0.073	-0.073	-2.280	0.023*				
		외형관리	-0.070	-0.070	-2.182	0.029*				
	자가제형관리	(상수)	0.000		0.000	1.000	0.131	0.129	47.719	0.000***
		외형관리	0.313	0.313	10.317	0.000***				
		타인의식	0.170	0.170	5.608	0.000***				
		이미지 연출	-0.070	-0.070	-2.294	0.022*				
10대	미용성형관리	(상수)	0.247		4.247	0.000***	0.167	0.162	33.461	0.000***
		미용성형 관심	0.315	0.409	5.785	0.000***				
	헤어관리	(상수)	-0.080		-0.998	0.320	0.220	0.201	11.577	0.000***
		타인의식	0.300	0.322	4.500	0.000***				
		미용성형 관심	0.230	0.247	3.557	0.000***				
		이미지 연출	0.156	0.145	2.042	0.043*				
	홈케어	외형관리	0.142	0.139	1.994	0.048*	0.159	0.149	15.703	0.000***
		(상수)	0.110		1.334	0.184				
		타인의식	0.289	0.300	4.089	0.000***				
		이미지 연출	0.222	0.200	2.720	0.007**				
	자가제형관리	(상수)	0.141		1.920	0.057	0.225	0.216	24.106	0.000***
		외형관리	0.432	0.415	6.042	0.000***				
		타인의식	0.261	0.275	4.008	0.000***				
20대	미용성형관리	(상수)	-0.025		-0.449	0.654	0.365	0.359	62.114	0.000***
		미용성형 관심	0.620	0.588	10.849	0.000***				
		외형관리	0.144	0.147	2.711	0.007**				
	헤어관리	(상수)	-0.035		-0.584	0.560	0.156	0.144	13.260	0.000***
		타인의식	0.316	0.321	5.088	0.000***				
		외형관리	0.176	0.191	3.027	0.003**				
	전문제형관리	이미지 연출	0.175	0.176	2.786	0.006**	0.055	0.051	12.734	0.000***
		(상수)	0.001		0.018	0.986				
		외형관리	0.235	0.235	3.568	0.000***				
	홈케어	(상수)	-0.197		-3.441	0.001**	0.096	0.087	11.424	0.000***
		이미지 연출	0.235	0.255	3.932	0.000***				
		타인의식	0.178	0.195	3.008	0.003**				
	전문피부관리	(상수)	-0.002		-0.023	0.982	0.027	0.023	6.124	0.014*
		외형관리	0.166	0.166	2.475	0.014*				
		(상수)	0.057		0.873	0.384				
	자가제형관리	외형관리	0.270	0.277	4.298	0.000***	0.120	0.107	9.740	0.000***
		타인의식	0.193	0.185	2.867	0.005**				
		이미지 연출	-0.151	-0.143	-2.223	0.027*				
30대	미용성형관리	(상수)	-0.151		-1.969	0.051	0.312	0.308	78.816	0.000***
		미용성형 관심	0.665	0.558	8.878	0.000***				

40대	헤어관리	(상수)	0.029		0.426	0.670	0.219	0.206	16.118	0.000***
		타인의식	0.383	0.359	5.271	0.000***				
		외형관리	0.240	0.234	3.474	0.001**				
	미용성형 관심	(상수)	0.220	0.225	3.314	0.001**	0.125	0.115	12.354	0.000***
		외형관리	-0.395	0.310	0.258	3.629				
		미용성형 관심	0.285	0.249	3.495	0.001**				
	홈케어	(상수)	-0.009		-0.147	0.883	0.160	0.150	16.476	0.000***
		타인의식	0.294	0.306	4.388	0.000***				
		이미지 연출	0.244	0.238	3.406	0.001**				
	전문피부관리	(상수)	-0.083		-1.121	0.264	0.064	0.053	5.906	0.003**
		외형관리	0.205	0.198	2.689	0.008**				
		이미지 연출	0.178	0.154	2.095	0.038*				
	전문이미지관리	(상수)	-0.404		-5.665	0.000***	0.037	0.032	6.776	0.010*
		이미지 연출	0.213	0.194	2.603	0.010*				
		(상수)	0.030		0.430	0.668				
	자가제형관리	타인의식	0.258	0.246	3.459	0.001**	0.135	0.120	8.971	0.000***
		외형관리	0.230	0.229	3.223	0.002**				
		이미지 연출	-0.168	-0.149	-2.100	0.037*				
50대	미용성형관리	(상수)	-0.112		-1.722	0.087	0.281	0.273	34.274	0.000***
		미용성형 관심	0.555	0.526	8.175	0.000***				
		타인의식	0.130	0.128	1.993	0.048*				
	헤어관리	(상수)	0.099		1.357	0.176	0.192	0.173	10.285	0.000***
		외형관리	0.282	0.272	3.970	0.000***				
		이미지 연출	0.236	0.218	3.175	0.002**				
	미용성형 관심	(상수)	0.221	0.206	2.994	0.003**	0.091	0.081	8.760	0.000***
		타인의식	0.188	0.182	2.654	0.009**				
		(상수)	0.061		0.850	0.396				
	전문제형관리	외형관리	0.223	0.218	3.020	0.003**	0.228	0.219	25.802	0.000***
		미용성형 관심	0.214	0.203	2.811	0.006**				
		(상수)	0.002		0.023	0.982				
	홈케어	이미지 연출	0.394	0.379	5.704	0.000***	0.025	0.019	4.451	0.036*
		타인의식	0.298	0.302	4.541	0.000***				
		(상수)	-0.278		-4.196	0.000***				
	전문이미지관리	미용성형 관심	0.150	0.157	2.110	0.036*	0.109	0.104	21.522	0.000***
		(상수)	0.077		1.075	0.284				
		외형관리	0.346	0.330	4.639	0.000***				
	미용성형관리	(상수)	0.123		2.254	0.025*	0.206	0.202	53.409	0.000***
		미용성형 관심	0.396	0.454	7.308	0.000***				
		(상수)	-0.077		-1.139	0.256				
	헤어관리	타인의식	0.417	0.391	6.592	0.000***	0.286	0.272	20.359	0.000***
		외형관리	0.286	0.276	4.633	0.000***				
		미용성형 관심	0.183	0.167	2.809	0.005**				
	전문제형관리	이미지 연출	0.110	0.123	2.068	0.040*	0.070	0.056	5.117	0.002**
		(상수)	0.047		0.705	0.482				
		외형관리	0.144	0.156	2.309	0.022*				
	홈케어	이미지 연출	-0.119	-0.149	-2.208	0.028*	0.271	0.264	38.128	0.000***
		미용성형 관심	0.136	0.140	2.072	0.039*				
		(상수)	0.132		1.845	0.066				
	전문피부관리	타인의식	0.393	0.395	6.622	0.000***	0.030	0.026	6.473	0.012*
		외형관리	0.399	0.338	5.673	0.000***				
		(상수)	0.083		1.244	0.215				
	전문이미지관리	외형관리	0.165	0.175	2.544	0.012*	0.087	0.078	9.793	0.000***
		(상수)	-0.422		-6.859	0.000***				
		미용성형 관심	0.200	0.219	3.274	0.001**				
	자가제형관리	이미지 연출	0.156	0.208	3.117	0.002**	0.149	0.145	36.114	0.000***
		(상수)	-0.159		-2.428	0.016				
		외형관리	0.382	0.386	6.009	0.000***				

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

이상의 결과를 도식화하면 다음 [그림 4-7], [그림 4-8], [그림 4-9]와 같다.

첫째, 뷰티관심 중 ‘미용성형관심’은 뷰티관리행동 ‘미용성형관리행동, 헤어관리, 전문체형관리, 홈 케어’와 정적 관계가 나타났다. 전체 연령대에서 ‘미용성형관심’은 ‘미용성형관리행동’과 높은 관계를 가지며, 특히 20대, 30대, 40대에서 가장 높은 관계를 보였다. 이는 자신의 외모가 타인에게 어떻게 보여 지는가에 대한 관심이 매우 높으며, 외모는 노력과 투자에 따라 바뀔 수 있다는 여성들의 특성을 나타낸다. 여성들의 사회생활 참여 확대로 경제활동의 주체가 되면서 매력적인 외모는 개인의 능력으로까지 평가받고 있는 사회적 분위기와 외모는 성공의 중요한 요인이라고 생각하기 때문에 외모를 가꾸는 행동은 더욱 확산되고 있다고 추정된다. 김화숙⁶⁸⁾의 연구에 의하면 기혼자의 경우 미용성형수술에 관심을 가진 시기는 20대, 30대 순서로 높고, 미용성형수술을 하게 되는 동기나 이유는 ‘자기만족을 위해서’가 가장 크다고 하였다. 엄수정⁶⁹⁾의 연구에 의하면 안면미용성형을 선호 하는 이유가 젊음유지와 노화방지, 피부고민해결, 외모 콤플렉스 해소, 의료적 빠른 효과 순으로 나타났다. 이지미⁷⁰⁾의 연구에 의하면 30대는 특히 외모에 만족하지 못하기 때문에 미용성형을 하게 된다고 하였으며, 김성희⁷¹⁾의 연구에서는 연령이 높을수록 피부노화를 개선하게 위해서 미용성형을 하게 된다고 하였다.

둘째, ‘타인의식’은 ‘헤어관리, 홈 케어, 자가 체형관리’와는 정적 관계를, ‘전문이미지관리’는 부적 관계로 나타났다. 특히 ‘헤어관리’는 50대에서 가장 높게 나타났다. 이는 얼굴과 가까이 위치하는 헤어는 타인에게 가장 먼저 보여 지는 곳으로 풍성하고 윤기 있는 모발이 외모적 자신감을 가지게 해 주고, 건강한 모발이 젊게 보인다고 생각하는 특성을 나타낸다. 모발의 양을 풍성하게 보이게 하는 볼륨을 주는 시술이나 부분 가발로 부족함을 채우고, 염색이

68) 김화숙.(2011). 성인남녀의 외모와 미용성형수술에 관한 인식 및 관심도. 서경대학교 대학원 석사학위논문, pp. 77-97.

69) 엄수정. (2014). 피부 관리와 안면미용성형의 실태 및 만족도에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문, pp. 56-60.

70) 이지미. (2014). 여성들의 미용성형에 대한 실태와 만족도 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 32.

71) 김성희.(2009). 여성의 연령별 화장 및 미용성형행동에 관한 연구. 동서대학교 대학원 박사학위논문, p. 75.

나 커트 등으로 이미지를 바꾸는 헤어관리를 함으로써 외모에 대한 자신감을 얻고 싶은 것으로 추정된다. 서미영⁷²⁾은 중년여성들이 부분가발을 사용하려는 주된 이유를 자신감과 타인의 시선 때문이며, 부분가발을 사용하게 되는 동기를 사회적 인식과 대인관계 및 자신감 회복 때문이라고 하였다. 김창현⁷³⁾의 연구에 의하면 타인을 의식하여 두피, 모발관리를 잘할수록 심리적인 안정감을 얻을 수 있고, 건강하고 아름다운 모발을 통해 자신의 나이보다 5살에서 10살 정도 어리게 지각되면 자신의 외모에 대한 자신감을 가지는 경향이 있다고 하였다.

셋째, ‘이미지연출’은 ‘헤어관리, 홈 케어와는 정적 관계를 ‘자가 체형관리’에는 부적 관계로 나타났다. 특히 ‘홈 케어’는 40대와 50대에서 가장 높게 나타났다. 이는 연령대별 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향에서 ‘외모 지향’이 ‘홈 케어’에 정적 관계를 나타낸 결과와 같은 결과로 나타났다. 이러한 결과는 40대와 50대에게 있어 외모를 지향하고 이미지를 연출하려는 행동을 할 때 가장 보편적으로 선택할 수 있는 방법이 스스로 할 수 있는 ‘홈 케어’이기 때문으로 추정된다.

넷째, ‘외형관리’는 ‘헤어관리, 전문체형관리, 전문 피부관리, 자가 체형관리’는 정적 관계를, ‘전문이미지관리’는 부적 관계를 나타냈다. 특히 ‘자가 체형관리’는 10대에서 가장 높게 나타났다. 이는 겉으로 보여 지는 자신의 체형과 체중에 대한 지각과 관심이 친구들과 비교하며 가장 민감하게 반응하고, 현재 체형 보다 더 마른체형을 선호하는 연령적 특성을 나타낸다. 학업의 시기인 10대들은 모바일을 이용한 유튜브나 가정에 있는 기구 등을 이용해서 비용의 부담을 갖지 않고 스스로 관리 할 수 있는 방법을 찾아서 체형관리를 하기 때문으로 추정된다. 이명환⁷⁴⁾의 연구에 의하면 여학생들은 마른체형일수록 행복감이 높아지고 있고 살이 찌 체형일수록 행복감이 낮아지며, 살이 찌 체형이라고 지각할수록 스트레스에 민감하게 반응한다고 하였다. 심미경⁷⁵⁾

72) 서미영. (2010). 중년여성의 부분 가발 착용실태와 선호도에 관한 연구. 한성대학교 대학원 석사학위논문, pp. 46-50.

73) 김창현.(2016). 여성의 연령 및 외모관심도의 유형에 따른 두피, 모발관리 태도와 관리행동 연구. 경성대학교 대학원 박사학위논문, pp. 31-43.

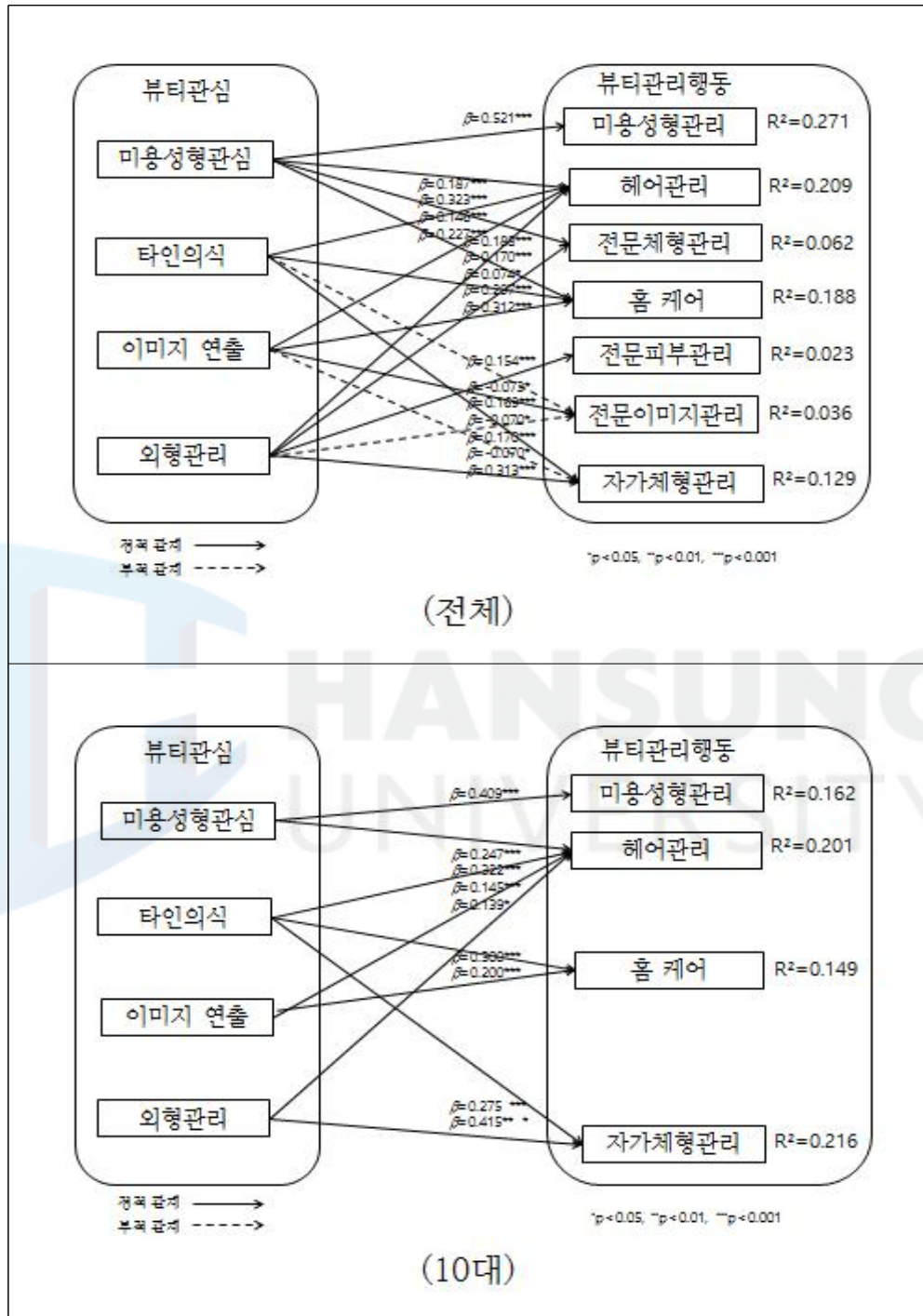
74) 이명환. (2015). 청소년들의 건강, 체형 지각에 따른 개선노력과 심리적 효과: 청소년 건강 행태 온라인 조사를 바탕으로 (2005~2013). 대전대학교 대학원 박사학위논문, pp. 53-55

의 연구에 의하면 청소년들은 체중을 조절하기 위해 걷기, 달리기, 줄넘기, 훌라후프와 자전거타기 등 손쉽게 할 수 있는 운동을 주로 하고 외모 때문에 체중조절을 시도하며 타인에게서 ‘말랐다’고 평가받는 여학생들 대부분이 스스로가 ‘뚱뚱하다’고 인식하는 것으로 나타났다. 이는 또래집단과 신체비교를 통해 자신을 ‘뚱뚱하다’고 생각하는 경향이 높다는 것을 의미한다. 박주현⁷⁶⁾의 연구에 의하면 10대와 20대는 이상적인 외모를 위해 체중관리와 체형관리를 주로 하며, 연령대가 낮아질수록 체중관리와 체형관리를 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 이들 연구들은 10대 여성들의 외형관리 경향이 높아질수록 자가 체형관리 행동 역시 높아진다는 본 논문의 결과와 유사하다.

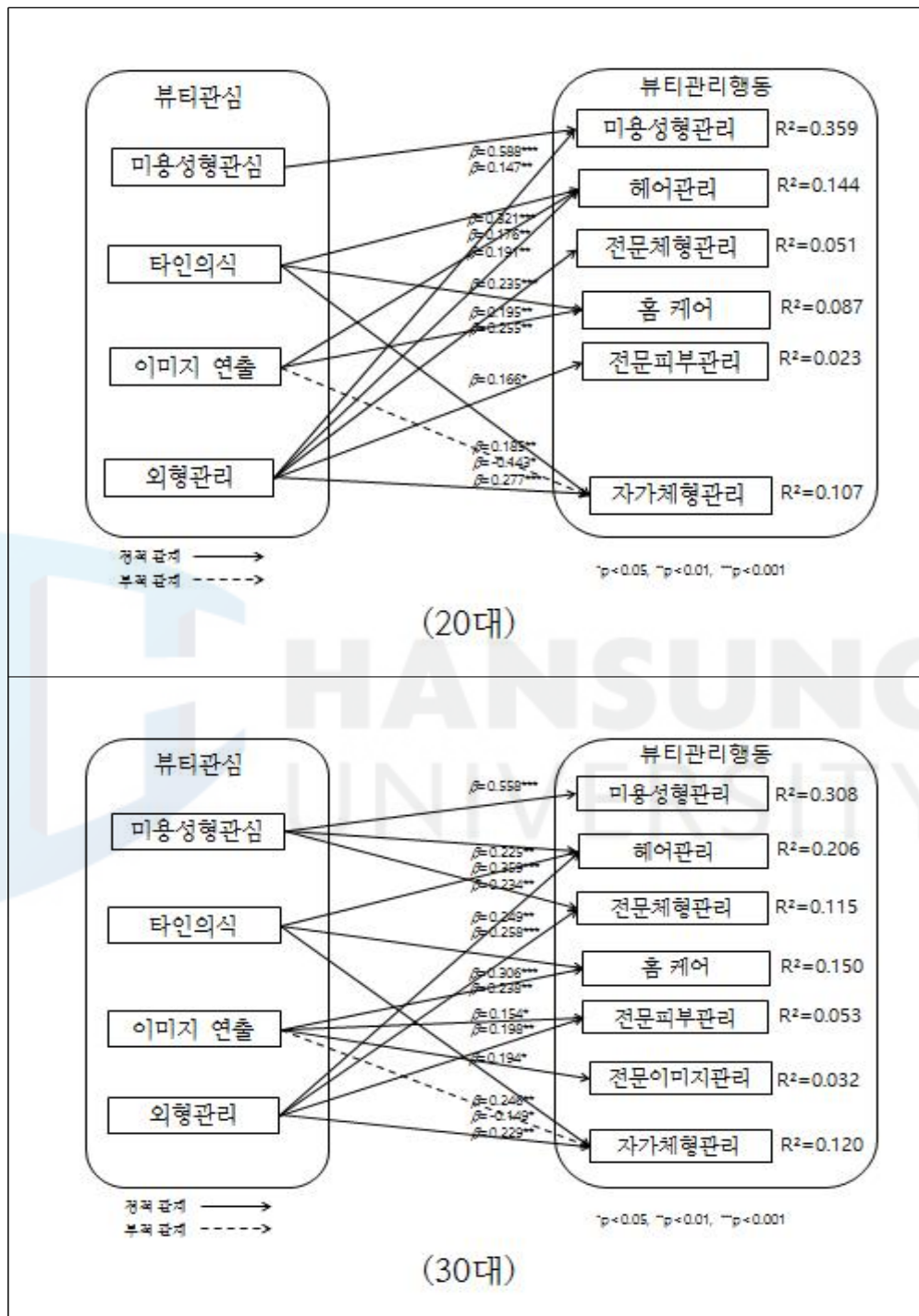


75) 심미경. (2008). 청소년의 신체지각과 통제신념에 따른 신체관리행동. 대구대학교 대학원 석사 학위논문, PP. 21-25.

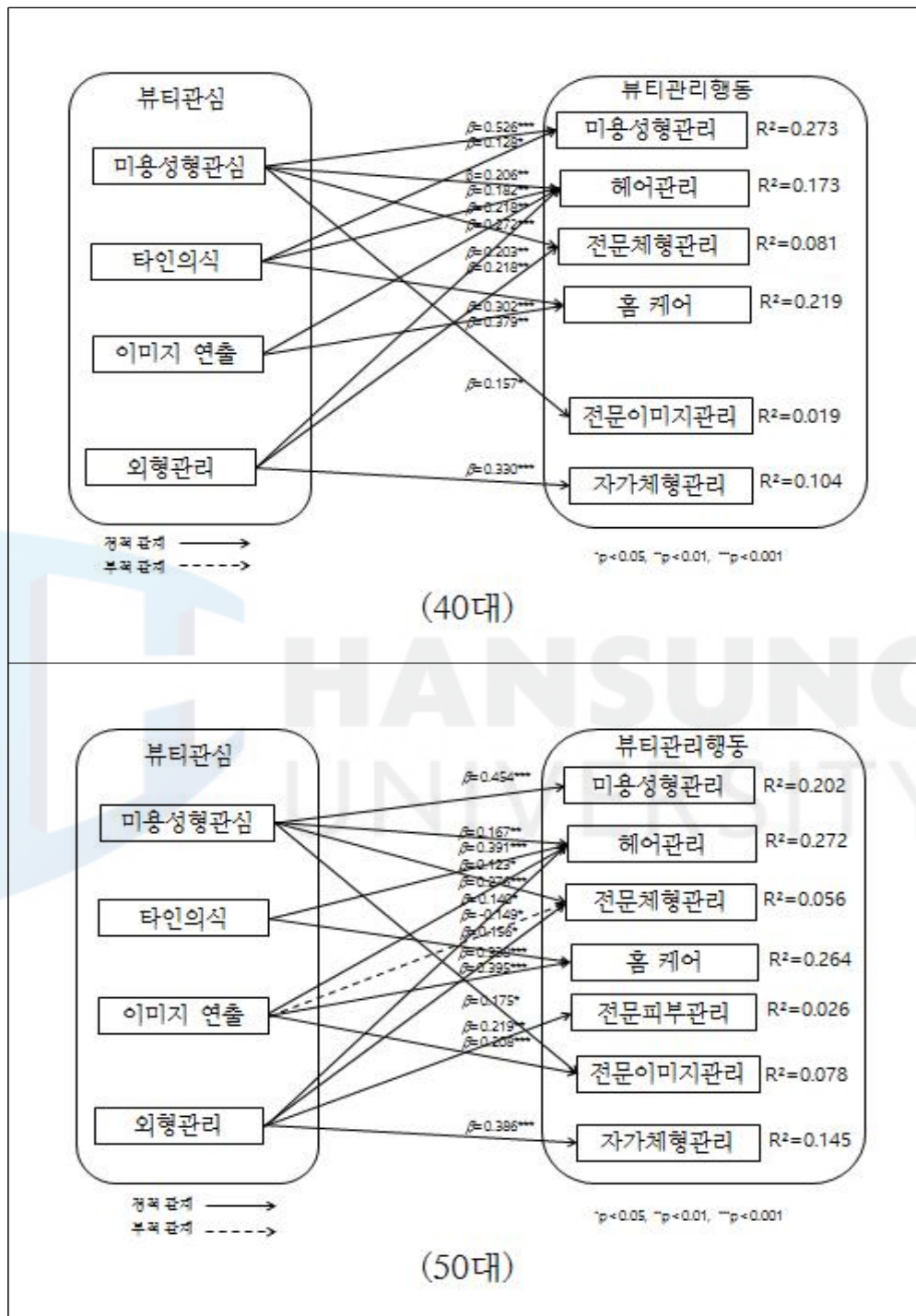
76) 박주현. (2010). op. cit. p. 112.



[그림 4-7] 연령대별 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향



[그림 4-8] 연령대별 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향



[그림 4-9] 연령대별 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향

V. 결론

5.1 요약 및 결론

본 연구는 10대에서 50대의 여성들을 대상으로 하여 여성의 신체이미지와 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향에 대해 실증적으로 규명하고자 하였다.

서울과 경기도 지역의 거주자를 대상으로 사전조사는 2018년 8월 22일부터 8월 25일까지 4일간 실시하여 총 57부의 자료를 분석 후 수정, 보완하여 본 조사는 2018년 8월 29일부터 9월 17일까지 20일간 실시하였고 총 955부 중 5부를 제외한 총 950부를 최종 분석에 사용하였다. 수집한 자료는 SPSS 20.0 프로그램을 사용하여 통계처리를 하였고 연구 분석 방법으로는 일반적 특성인 인구통계학적 특성과 뷰티관련 특성을 알아보기 위해서 빈도분석, 연령을 기준으로 뷰티관련 특성을 알아보기 위해 교차분석, 신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동의 각 차원을 알아보기 위해 요인분석과 신뢰도분석, 각 변인들 간의 미치는 영향을 연령대별로 알아보기 위해 다중회귀분석을 사용하였다.

본 연구의 결과를 중심으로 요약과 결론은 다음과 같다.

연구문제1. 조사대상의 일반적 특성 중 연구문제1-1. 인구통계학적 특성을 알아 본 결과 거주자의 경우 조사대상은 조사대상의 44.2%는 서울로 55.8%는 경기도로 나타났다. 연령대의 경우는 20대가 가장 높게 나타났고, 그 뒤를 이어 50대, 40대, 30대, 10대의 순으로 나타났다. 최종학력의 경우 대학(교)졸업이 가장 높게 나타났고, 고등학교 졸업, 대학(교) 재학, 고등학교 재학 등이 그 다음 순으로 나타났다. 월평균 소득의 경우 '100만 원 이상에서 200만 원 미만'이 가장 높게 나타났고 그 뒤를 이어 '200만 원 이상에서 300만원 미만', '50만 원 이상에서 100만 원 미만' 등의 순으로 나타났다.

연구문제1-2. 조사대상의 뷰티관리 특성을 알아 본 결과 월 평균 용돈 대비 뷰티관리비의 경우 5만원 미만으로 가장 높게 나타났고, 그 뒤를 이어 '5만 원 이상에서 10만 원 미만', '10만 원 이상에서 20만 원 미만', '20만 원 이상에서 30만 원 미만' 등의 순으로 나타났다. 뷰티관리 시 주 관심 분야의 경우는 체형관리가 가장 높았고 피부관리, 메이크업, 헤어관리, 메디컬, 성형관리 순으로 나타났다. 뷰티관리 시 중요사항의 경우는 가격이 가장 높게 나타났고, 그 뒤를 이어 서비스 및 고객관리 능력, 제품이나 기계의 수준, 관리 프로그램 등을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 피부관리 시 이용하고 싶은 전문 장소의 경우 전문 피부 관리실이 병원 보다 상대적으로 높게 나타났다. 체형을 관리하기 위해 주로 이용하는 방법은 운동과 다이어트 식단으로 나타났다. 헤어를 관리하기 위해 주로 이용하는 방법은 커트, 펌, 염색 및 왁싱, 모발관리, 드라이 등으로 나타났다. 메이크업을 할 때 가장 중요하게 생각하는 사항은 피부표현이 가장 높게 나타났으며, 눈 화장, 눈썹, 입술화장 등이 그 다음으로 중요하게 고려되는 것으로 나타났다. 성형을 원하는 부위는 눈, 코, 복부, 턱, 다리, 이마 등으로 나타났다. 주로 이용하는 비 인적 정보원은 카페, 블로그 등의 인터넷과 페이스북, 인스타그램, 카카오톡 등의 SNS로 나타났다. 주로 이용하는 인적 정보원은 친구 및 동료의 의견과 뷰티관련 종사자 및 전문가의 의견으로 나타났다.

연구문제1-3. 조사대상의 연령대를 기준으로 뷰티관리 특성을 알아 본 결과 연령대 간에 유의한 종속적 관계가 존재하는 것으로 나타났다.

연령대에 따라 뷰티관리 시 주 관심 분야에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 10대의 경우, 뷰티관리 시 주 관심 분야 중에서도 '메이크업과 체형관리' 20대의 경우, '메이크업과 메디컬 및 성형관리' 30대의 경우, '메디컬 및 성형관리와 체형관리' 50대의 경우, '헤어관리, 피부관리, 체형관리'에 높은 관심을 가지는 사람 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 40대의 경우, 뷰티관리 중에서도 메이크업에 대한 관심이 가장 낮은 것으로 나타났다.

연령대에 따라 뷰티관리 시 중요사항에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 10대의 경우, 뷰티관리 시 중요사항 중에서도 '제품이나 기계의 수준, 서비스 및 고객관리 능력' 20대의 경우, '제품이나 기계의 수준, 서비스 및 고

객관리 능력' 30대의 경우, '관리 프로그램에 관심, 기계의 수준' 50대의 경우, '가격'에 높은 관심을 가지는 사람 이 집단에 속하는 것으로 나타났다. 40대의 경우, 제품이나 기계의 수준에 대한 관심이 가장 낮은 것으로 나타났다.

연령대에 따른 비 인적 정보원 분야에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 10대의 경우, 비 인적 정보원 중에서도 '페이스북, 인스타그램, 카카오톡 등 SNS', 20대의 경우, SNS에 30대와 40대의 경우, '인터넷' 50대의 경우, TV에 높은 관심을 가지는 사람이 집단에 속하는 것으로 나타났다.

연령대에 따라 인적 정보원 분야에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 10대와 20대의 경우, 인적 정보원 중에서도 '자신의 과거 이용경험, 과 유명 연예인' 30대의 경우, '뷰티관련 종사자나 전문가 의견, 유명 연예인, 가족' 40대의 경우, '뷰티관련 종사자나 전문가 의견' 50대의 경우, '가족, 거리나 주변사람들 관찰'에 높은 관심을 가지는 사람 이 집단에 속하는 것으로 나타났다.

연구문제2. 신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동의 각 차원에 대한 요인분석 결과 신체이미지는 '외모지향, 외모만족, 체형만족'의 3가지 하위 요인으로 구분되었다. 뷰티관심은 '미용성형관심, 타인의식, 이미지연출, 외형관리'의 4가지 요인으로 구분되었다. 뷰티관리행동은 '미용성형관리, 헤어관리, 전문체형관리, 홈 케어, 전문 피부관리, 전문 이미지 관리, 자가 체형관리'의 7가지 요인으로 구분되었다.

연구문제3-1. 연령대별 신체이미지가 뷰티관심에 미치는 영향을 알아본 결과 전체 연령대에서 신체이미지 중 '외모지향'이 뷰티관심의 '타인의식'에 가장 높은 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 특히 10대에서 가장 높은 것으로 나타났다. 이는 신체적으로 급격한 변화와 사회성의 발달을 겪는 10대는 자신의 외모를 중요하게 생각하며 가꾸어 나가는 행동의 주체가 타인의 시선을 의식하는 특성을 나타낸다. '외모만족'은 전체 연령대에서 '미용성형 관심'과 부적 관계를, '외형관리, 이미지연출'과는 정적 관계를 보였다. 특히 10대와 20대가 30대 이상의 연령층 보다 높은 관계를 보였다. 이는 연령이 낮을수록 헤어, 피부, 메이크업, 체형에 관심이 더 많으며 새로운 스타일을 빠르게 받아들이고 적용하기 때문인 특성을 나타낸다. 겉으로 드러나는 모습인 외모

에 만족하면 미용성형 보다는 헤어스타일이나 메이크업, 체형관리로 자신의 이미지를 연출하여 매력을 보일 수 있다는 것으로 추정된다. ‘체형만족’은 50대에서 ‘이미지 연출’과 부적 관계를 보여 지는 결과를 나타내 신체이미지는 뷰티관심에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

연구문제3-2. 연령대별 신체이미지가 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과 신체이미지 중 ‘외모지향’은 뷰티관리행동 중 ‘미용성형관리, 헤어관리, 홈 케어, 자가 체형관리’와 정적 관계를 나타냈다. 특히 10대와 50대에서 ‘헤어관리’가 가장 높게 나타났다. 이는 외모를 지향하려는 행동에 있어 헤어의 변화는 이미지나 스타일을 결정하는 중요한 요소라는 특성을 나타낸다. 10대는 친구들과의 관계를 통해 자신의 모습을 반응하게 되는데 앞머리 모양과 길이에 매우 민감하다. 50대는 여성 호르몬의 저하로 가늘어진 모발이나 가르마형 탈모가 나타나는 시기로 정수리 앞부분과 모발의 굵기나 양에 민감하고, 두피나 모발 건강의 중요성에 대한 인식도 높아지게 된다. 그에 따른 헤어관리는 다른 관리보다 경제적 비용부담을 최소화 하면서 비교적 손쉽게 변화를 할 수 있는 장점이 있기 때문으로 추정된다. 40대에서는 ‘홈 케어’가 가장 높게 나타났다. ‘외모만족’은 ‘미용성형관리’와는 부적 관계를, ‘전문체형관리, 홈 케어, 자가 체형관리’와는 정적관계를 보였다. 특히 30대에서 ‘자가 체형관리’와 가장 높은 관계를 나타냈다. ‘체형만족’은 ‘미용성형관리, 헤어관리, 전문 피부관리’와는 정적 관계를 ‘전문체형관리, 전문이미지 관리, 자가 체형관리’와는 부적 관계를 보였다. 특히 20대에서 ‘전문체형관리’와 가장 높은 부적 관계를 나타내 신체이미지는 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

연구문제4. 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향을 알아본 결과 뷰티관심 중 ‘미용성형관심’은 뷰티관리행동 ‘미용성형관리행동, 헤어관리, 전문체형관리, 홈 케어’와 정적 관계가 나타났다. 전체 연령대에서 ‘미용성형관심’은 ‘미용성형관리행동’과 높은 관계를 가지며, 특히 20대, 30대, 40대에서 가장 높은 관계를 보였다. 이는 자신의 외모가 타인에게 어떻게 보여 지는가에 대한 관심이 매우 높으며, 외모는 노력과 투자에 따라 바뀔 수 있다는 여성들의 특성을 나타낸다. 여성들의 사회생활 참여 확대로 경제활동의 주체가 되면서

매력적인 외모는 개인의 능력으로까지 평가받고 있는 사회적 분위기와 외모는 성공의 중요한 요인이라고 생각하기 때문에 외모를 가꾸는 행동은 더욱 확산되고 있다고 추정된다. ‘타인의식’은 ‘헤어관리, 홈 케어, 자가 체형관리’와는 정적 관계를, ‘전문이미지관리’는 부적 관계로 나타났다. 특히 ‘헤어관리’는 50대에서 가장 높게 나타났다. ‘이미지연출’은 ‘헤어관리, 홈 케어’와는 정적 관계를 ‘자가 체형관리’에는 부적 관계로 나타났다. 특히 ‘홈 케어’는 40대와 50대에서 가장 높게 나타났다. ‘외형관리’는 ‘헤어관리, 전문체형관리, 전문피부관리, 자가 체형관리’는 정적 관계를, ‘전문이미지관리’는 부적 관계를 나타냈다. 특히 ‘자가 체형관리’는 10대에서 가장 높게 나타나 뷰티관심이 뷰티관리행동에 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구에서 나타난 결과와 같이 여성의 신체이미지, 뷰티관심, 뷰티관리행동에서 조사대상 전체를 볼 때 신체이미지 중 자신의 외모를 중요하게 생각하고 자신에게 어울리는 자기표현을 위한 하나의 수단으로 매력적인 외모를 가꾸어 나가려는 ‘외모지향’은 뷰티관심 중 ‘타인의식’에 가장 높은 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 특히 10대에서 가장 높은 것으로 나타났다.

뷰티관리행동에 있어서도 연령대별 시기적 특성이나 환경적 특성은 다르지만 10대는 헤어관리와 자가 체형관리, 20대는 미용성형관리, 30대는 자가 체형관리와 미용성형관리, 40대는 홈 케어와 미용성형관리, 50대는 헤어관리와 홈 케어관리로 나타나 신체이미지와 뷰티관심과 뷰티관리행동 간에 연령이 중요한 변인으로 작용하며 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과로 볼 때 사회적 경쟁력으로 인해 지나치게 겉으로만 드러나는 외모에 집중될 수 있는 미의 기준에만 자신의 이미지를 맞추려는 것은 자신의 신체이미지에 대해 부정적인 생각을 갖게 하는 결과를 가져올 수 있으므로 무엇보다 자신의 신체에 대해 올바른 자아상을 정립하는 것이 중요하고 그에 따른 뷰티관리행동이 되어야 한다.

또한 뷰티관련 산업에서는 여성 뷰티 행동과 관련된 소비자들의 관심과 행동의 특성을 바탕으로 소비자의 변화와 요구에 대응하는 소비시장의 효과적인 수요분석과 시장 세분화를 위한 기초자료로 활용한다면 기업에게는 이윤을 소비자에게는 만족을 주는데 효과적일 것이다.

5.2 연구의 제언

본 연구의 결과를 토대로 한계점과 제언은 다음과 같다.

첫째, 설문대상자가 서울과 경기도지역의 10대에서 50대의 여성들만을 대상으로 하였으므로, 후속으로 동일한 연구에서는 타 지역을 포함하여 좀 더 광범위하게 하여 통계의 결과를 전국적인 여성들을 조사로 일반화하기 위한 연구의 필요가 있다고 사료된다.

둘째, 신체이미지와 뷰티관심이나 뷰티관리행동의 범위를 규정하는데 있어 선행연구의 고찰이나 자료의 부족한 것에 한계점이 있으며, 뷰티관리행동에 관한 일반적인 특성에 따른 매개변수나 조절변수 등 다양한 측면의 변수에 대한 보다 많은 연구의 필요가 있다고 사료된다.

셋째, 뷰티관리행동은 모든 연령대에서 이루어지고 있으며 연령이 높아지는 실버세대에서도 건강관리를 통한 평균 수명이 길어지면서 보다 다양한 취미활동과 여가를 즐기는 등의 외부활동이 많아짐에 따라 자신을 가꾸는 일이 상당히 중요한 부분을 차지하게 되었다.

따라서 실버세대를 대상으로 사회, 문화적 환경과 관련된 신체이미지와 뷰티관심과 뷰티관리행동에 대한 보다 깊은 연구의 필요가 있다고 사료된다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강평미. (2017). “사회성, 신체이미지, 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향.”
충남대학교 대학원 박사학위 논문.
- 고선형. (2015). “성인의 자아존중감, 외모관리행동 및 신체이미지가 대인관계에 미치는 영향 : 희망을 매개로.” 한서대학교 일반대학원 박사학위 논문.
- 고혜숙. (2007). “여성의 입술컬러와 앞머리 스타일이 인상형성과 호감도에 미치는 영향.” 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 김동곤. (2014). “여성의 앞머리 헤어스타일 중요성 인식과 이미지 선호도에 관한 연구.” 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 김성희. (2009). “여성의 연령별 화장 및 미용성형행동에 관한 연구.” 동서대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김은주. (2001). “여대생의 외모관리행동에 관한 연구.” 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김창숙. (2017). “남자고등학생의 자아존중감, 신체만족, 피부외모관심 및 외모관리행동에 관한 연구.” 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 김창현. (2016). “여성의 연령 및 외모관심도의 유형에 따른 두피, 모발관리 태도와 관리행동 연구.” 경성대학교 대학원 박사학위논문.
- 김태미. (2014). “다문화가정 구성원의 자아존중감과 신체만족도에 따른 의복행동 및 뷰티관심도에 관한 연구.” 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김화숙. (2011). “성인남녀의 외모와 미용성형수술에 관한 인식 및 관심도.” 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 김효신. (2016). “바디이미지에 따른 외모관리행동이 건강생활습관에 미치는 영향.” 숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문
- 김효정. (2016). “20-30대 여성들의 가치관에 따른 뷰티 라이프스타일 행동과 뷰티 관리 행동 실태 연구.” 서경대학교 대학원 박사학위논문.

- 박은정. (2012). “외모에 대한 사회문화적 영향, 체이미지 및 신체불만족이 외모향상 추구행동에 미치는 영향.” 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 박정임. (2015). “외모를 강조하는 대중매체에의 과다노출이 여자 청소년의 신체이미지와 자기존중감에 미치는 영향.” 경기대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박주현. (2010). “여성의 라이프스타일 유형별 외모관리행동 연구.” 경성대학교 대학원 박사학위논문.
- 백인혜. (2013). “청소년의 신체이미지와 성행태도의 관계 : 자아존중감, 자기에의 매개효과와 감사성향의 조절효과를 중심으로.” 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 박채성. (2018). “여성소비자의 헤어스타일 선호도, 라이프스타일 유형, 외모관심도.” 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 서미영. (2010). “중년여성의 부분 가발 착용실태와 선호도에 관한 연구.” 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 설현진. (2010). “청소년의 외모에 대한 사회문화적 요인에 따른 외모만족도와 뷰티행동에 관한 연구.” 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 심미경. (2008). “청소년의 신체지각과 통제신념에 따른 신체관리행동.” 대구대학교 대학원 석사학위논문.
- 안은주. (2014). “연령대별 여성이 인식하는 피부노화와 항 노화 관리행동에 관한 연구.” 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 안채리. (2011). “남자대학생의 신체이미지와 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향.” 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 오 별. (2012). “중·고등학생의 뷰티관심도와 정보탐색이 뷰티관리행동에 미치는 영향.” 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 유제이. (2018). “대학생의 자기에 성향과 외모관심도가 피부·모발 인식과 뷰티관리행동에 미치는 영향.” 호남대학교 대학원 석사학위논문.
- 유해숙. (2013). “외모관심도 및 외모관리행동이 미용성형수술에 미치는 영향.” 초당대학교 대학원 석사학위논문.
- 이명진. (2014). “청소년의 대중매체 뷰티정보이용과 외모관심 및 뷰티관리행동에 관한 연구.” 서경대학교 대학원 석사학위논문.

- 이명환. (2015). “청소년들의 건강, 체형 지각에 따른 개선노력과 심리적 효과—청소년 건강 행태 온라인 조사를 바탕으로 (2005~2013),” 대전대학교 대학원 박사학위논문.
- 이주영. (2012). “여성의 외모관리행동에 대한 자아존중감과 정보탐색에 관한 연구.” 숙명여자대학교 원격대원 석사학위논문.
- 이지영. (2012). “피부관리에 대한 태도, 규범, 행동통제가 피부관리행동에 미치는 영향: 지식경험연령 및 결혼여부의 조절 효과.” 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 이지미. (2014). “여성들의 미용성형에 대한 실태와 만족도 연구.” 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이지후. (2018). “외모관심과 미용성형인식에 따른 미용성형행동.” 호남대학교 대학원 석사학위논문.
- 이하나. (2014). “미용계열 여고생의 가치관에 따른 외모 추구혜택이 뷰티행동에 미치는 영향.” 경성대학교 대학원 석사학위논문.
- 이혜진. (2015). “가정과 교과서의 신체이미지 내용 분석과 통합적 교육단원 제안.” 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 엄수정. (2014). “피부 관리와 안면미용성형의 실태 및 만족도에 관한 연구.” 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 임숙자 외. (2009). 『현대 의상사회 심리학』. 서울: 수학사.
- 장혜선. (2014). “신체이미지와 외모관리행동이 심리적 안정감에 미치는 영향.” 서경대학교 대학원 석사학위 논문.
- 정문신. (2013). “중년 여성의 안면피부노화에 대한 인식과 개선 욕구에 관한 연구.” 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 정은주. (2007). “남녀고등학생의 외모관심도와 화장품구매성향에 따른 화장품 구매행동연구.” 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 조선영. (2013). “성인여성의 생활연령과 지각연령의 차이가 외모관리행동 및 자아존중감에 미치는 영향.” 호서대학교 벤처전문대학원 석사학위논문.
- 조은정. (2014). “고등학교 유형에 따른 미용관리행동, 선호도 및 자아존중감에 대한 연구.” 한성대학교 대학원 석사학위논문.

- 차혜림. (2013). “성인 여성의 라이프스타일에 따른 미용, 외모관리행동에 관한 연구.” 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 황성희. (2008). “초등학생의 신체만족도가 학업성취도 및 또래집단과의 관계에 미치는 영향.” 명지대학교 대학원 석사학위논문.



2. 국외문헌

- Alfonso, V. C. & Allison, D. B. & Reader, D. E. & Gorman, B. S. (1996). The Extended Satisfaction with Life Scale: Development and Psychometric properties. Soc. Indi.
- Botta, R. A. (1999). Television Images and Adolescent Girls Body Image disturbance Journal of Communication.
- Cach, T. F. (1990). The Multidimensional Body-Self Relations Questionnaires In Appendix. Body Image, New York, Pergamon Press.
- Harre, R. (1991). Physical Being: A Theory for a Corporeal Psychology. Oxford: Blackwell
- Jung, J. H, & Lennon, S. J, & Rudd, N. A.(2001). Self-Schema or Self-Discrepancy Which Best Explains Body Image. Clothing and Textiles Research Journal.
- Kaiser, S. B. (1990). The social psychology of clothing: Symbolic appearance in context(2nd ed.). New York: Macmillan Publishing.
- Luckmann, & Sorensen, K. C. (1974). Medical-surgical Nursing, W. B. Saunders Company.
- Robert, S. L. (1986). Behavioral Concepts and Critically Ill Patients J. New Jersey, Prentice-Hall Inc
- Rudd, N. A. and Lennon, S. J.(2001). In Body Image: linking aesthetics and social psychology of appearance, Clothing and Textiles Research.
- Schenk, C. T. et al, (1980). A Sociological Approach to Brand Choice: The Concept of Situational Self Image. Advances in Consumer Research.
- Secord, P. F. Jourard, S. M. (1953). The appraisal of body cathexis : Body cathexis and self. Journal of Consulting Psychology.

3. 인터넷 자료

경향비즈. (2013). 기업 인사담당자 84%, “지원자의 외모가 채용에 영향 준다.”

<http://biz.khan.co.kr>. (2018. 10. 25.) 검색.

여성소비자신문. (2018). “K-뷰티, 성형산업 열풍여전, 타겟층 변화.”

<http://www.wsobi.com>. (2018. 11. 05.) 검색.

중부매일. (2016). “외모도 스펙...‘취업성형’ 아시나요.”

<http://www.jbnews.com>. 2(018. 11. 02.) 검색.



부 록

설 문 지

안녕하십니까?

본 설문지는 **여성의 신체이미지와 뷰티관심도가 뷰티관리행동에 미치는 영향**을 연구하기 위해 실시되는 것입니다.

귀하께서 응답하신 자료는 학문 목적으로만 사용할 것임을 약속드립니다. 그러므로 귀하의 진지하고 솔직한 답변을 부탁드립니다, 바쁘신 와중에도 참여해 주셔서 감사합니다.

기 간 : 2018년 8월 ~

소 속 : 한성대학교 예술대학원
뷰티에스틱 전공

지도교수 : 김 도 연

연 구 자 : 김 인 옥

(tkdgh9611@naver.com)

I. 다음은 귀하가 평소에 생각하는 신체이미지를 알아보기 위한 질문들입니다.

각 질문마다 자신의 생각이나 느낌에 가장 가깝다고 생각하는 번호에 (✓) 표시해 주세요.

질 문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 나는 수시로 거울에 비친 내 모습을 살펴본다	①	②	③	④	⑤
2. 나는 언제나 예뻐 보여야 한다	①	②	③	④	⑤
3. 나는 언제나 남들 앞에 나가기 전에 내 모습이 괜찮은지 확인 한다	①	②	③	④	⑤
4. 나는 외출 전 준비하는 시간이 길다	①	②	③	④	⑤
5. 나는 내 차림새가 좋지 못하면 신경이 쓰인다	①	②	③	④	⑤
6. 나는 외모 치장에 쓰는 용품이 별로 없다(R)	①	②	③	④	⑤
7. 나는 체중을 줄이기 위해 항상 다이어트 중이다	①	②	③	④	⑤
8. 나는 내 얼굴(생김새, 눈, 코, 입 등)에 만족한다	①	②	③	④	⑤
9. 나는 내 전체적인 외모에 대해 만족한다	①	②	③	④	⑤
10. 나는 내 모습 그대로가 좋다	①	②	③	④	⑤
11. 나는 내 피부(피부타입, 피부색 등)에 만족한다	①	②	③	④	⑤
12. 대부분의 사람들은 나를 예쁘다고 여길 것이다	①	②	③	④	⑤
13. 나는 내 몸무게(체중)에 만족한다	①	②	③	④	⑤
14. 나는 옷을 입지 않은 내 몸이 마음에 든다	①	②	③	④	⑤
15. 나는 내 상체(가슴, 어깨, 팔, 배, 허리)에 만족한다	①	②	③	④	⑤
16. 나는 내 하체(엉덩이, 허벅지, 다리)에 만족한다	①	②	③	④	⑤

II. 다음은 귀하의 뷰티 관심을 알아보기 위한 질문들입니다.

각 질문마다 자신의 생각이나 느낌에 가장 가깝다고 생각하는 번호에 (✓) 표시해 주세요.

질 문	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 기회가 된다면 성형수술을 하고 싶은 생각이 있다	①	②	③	④	⑤
2. 성형 수술을 해서라도 매력적인 외모를 가지고 싶다	①	②	③	④	⑤
3. 지금보다 나은 삶을 위해 성형 수술이 필요하다고 생각 한다	①	②	③	④	⑤
4. 성형 수술(쌍꺼풀, 양악, 코 등)에 대한 지식이나 정보에 관심이 많다	①	②	③	④	⑤
5. 아름다워지기 위해 레이저(IPL, 프락셀, 울췌라 등)나 시술(보톡스, 필러, 리프팅, 주사) 등을 받고 싶다고 생각한 적이 있다	①	②	③	④	⑤
6. 메디컬 관리(레이저, 시술)에 대한 지식이나 정보에 관심이 많다	①	②	③	④	⑤
7. 메디컬 관리로 외모를 매력적으로 가꿀 수 있다고 생각 한다	①	②	③	④	⑤
8. 다이어트 약물, 지방흡입술, 침술에 관심이 많다	①	②	③	④	⑤
9. 외모에 변화를 주었을 때, 주변 사람들의 반응이 신경 쓰인다	①	②	③	④	⑤
10. 피부에 문제가 생기면 하루 종일 신경이 쓰인다	①	②	③	④	⑤
11. 나는 하루종일 외모에 신경을 쓴다	①	②	③	④	⑤
12. 나는 외모를 개선하려고 항상 노력한다	①	②	③	④	⑤
13. 자신감은 외모로부터 나온다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
14. 남들이 내 외모를 어떻게 생각하든 상관하지 않는다	①	②	③	④	⑤
15. 헤어스타일은 그 사람의 인상과 스타일을 결정짓는 데 아주 중요한 부분이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤
16. 헤어스타일을 연출할 때 시간, 장소, 상황 등을 고려해야 한다	①	②	③	④	⑤
17. 메이크업을 하면 결점이 보완되고 아름다워 진다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
18. 헬스, P.T, 요가, 필라테스, 웨이트 트레이닝 등 운동에 관심이 많다	①	②	③	④	⑤
19. 염색, 펌, 컷, 모발, 두피 클리닉 등의 모발 관리에 관심이 많다	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 귀하의 뷰티 관리행동을 알아보기 위한 질문들입니다.

각 질문마다 자신의 생각이나 느낌에 가장 가깝다고 생각하는 번호에 (✓) 표시해 주세요.

질 문	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 나는 성형, 레이저, 시술 등을 상담 받은 적이 있다	①	②	③	④	⑤
2. 좋은 이미지를 갖기 위해 성형 수술(쌍꺼풀, 양악, 코 등)을 한 적이 있다	①	②	③	④	⑤
3. 좋은 이미지를 갖기 위해 시술(보톡스, 필러, 리프팅, 주사 등)을 한 적이 있다	①	②	③	④	⑤
4. 메디컬(병원) 관리에 대한 지식이나 정보를 얻기 위해 인터넷, 모바일, 인스타그램 등을 이용한 적이 있다	①	②	③	④	⑤
5. 좋은 이미지를 갖기 위해 레이저 시술(IPL, 프락셀, 울썬라 등)을 한 적이 있다	①	②	③	④	⑤
6. 헤어스타일을 바꿀 때 유행을 고려한다	①	②	③	④	⑤
7. 헤어스타일을 바꾸기 위해 미용실에 자주 간다	①	②	③	④	⑤
8. 유행하는 헤어 시술이나 새로운 헤어스타일을 알아보기 위해 인터넷, 잡지 등을 자주 이용 한다	①	②	③	④	⑤
9. 원하는 머리모양이 나올 때까지 머리를 만진다	①	②	③	④	⑤
10. 두피와 모발의 건강을 위해 전문제품을 구입해서 사용 한다	①	②	③	④	⑤
11. 체형관리를 위해 약물(이뇨제, 설사제, 살빼는 약 등)을 먹은 적이 있다	①	②	③	④	⑤
12. 몸무게 조절과 체형관리를 위해 다이어트 보조식품(식이섬유, 지방 분해 식품 등)을 먹은 적이 있다	①	②	③	④	⑤
13. 체형관리를 위해 전문 관리실이나 병원에서 상담을 받은 적이 있다	①	②	③	④	⑤
14. 클렌징 제품으로 세안하고, 세안 후 기초화장품을 반드시 사용 한다	①	②	③	④	⑤
15. 피부관리를 위해 기능성 화장품(썬크림, 아이크림, 미백크림 등)을 사용한다	①	②	③	④	⑤
16. 피부관리를 위해 주기적으로 팩이나 마스크를 사용 한다	①	②	③	④	⑤
17. 외출할 때 메이크업을 꼭 한다	①	②	③	④	⑤
18. 피부에 문제가 생겼을 때 피부과나 전문병원을 이용한 적이 있다	①	②	③	④	⑤
19. 피부에 문제가 생겼을 때 피부관리실을 이용한 적이 있다	①	②	③	④	⑤
20. 얼굴이나 몸에서 점을 뺐 적이 있다	①	②	③	④	⑤
21. 특별한 일이 있을 때, 전문가에게 메이크업을 받은 적이 있다	①	②	③	④	⑤
22. 반영구 화장(눈썹, 아이라인, 입술, 속눈썹 연장 등)을 한 적이 있다	①	②	③	④	⑤
23. 체형관리를 위해 꾸준히 운동을 한다	①	②	③	④	⑤
24. 나는 몸무게를 줄이기 위해 항상 다이어트 중이다	①	②	③	④	⑤

8.성형시술이나 수술을 받는다면, 귀하는 다음 중 어느 곳을 하시겠습니까?

(1개 선택)

- ① 눈 ② 코 ③ 턱 ④ 이마 ⑤ 복부 ⑥ 엉덩이 ⑦ 팔
⑧ 다리 ⑨ 기타

9.뷰티와 관련된 정보를 알아보고자 할 때, 귀하가 주로 어느 곳을 이용하십니까?

(1개 선택)

- ① 인터넷(카페, 블로그 등) ② SNS(페이스북, 인스타그램, 카카오톡 등)
③ TV광고 ④ 잡지 기사 및 광고 ⑤ 신문 기사 및 광고
⑥ 카탈로그 및 홍보 책자 ⑦ 홍보 이벤트
⑧ 어플리케이션(화해, 글로우픽 등) ⑨ 기타

10.뷰티와 관련된 정보를 알아볼 때, 귀하에게 가장 큰 영향을 주는 사람은 누구
입니까? (1개 선택)

- ① 친구나 동료 ② 가족 ③ 뷰티관련 종사자나 전문가 의견
④ 거리나 주변 사람들 관찰 ⑤ 유명 연예인
⑥ 자신의 과거 이용경험 ⑦ 기타

V. 다음은 귀하의 일반적인 사항을 알아보기 위한 질문입니다.

각 질문마다 자신의 생각이나 느낌에 가장 가깝다고 생각하는 번호에 (✓) 표시해 주세요.

1. 귀하의 거주 지역은 어디입니까? ① 서울 ② 경기도

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

① 만 10세 ~ 19세 ② 만 20세 ~ 29세 ③ 만 30세 ~ 39세

④ 만 40세 ~ 49세 ⑤ 만 50세 ~ 59세

3. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?

① 중학교 재학 ② 중학교 졸업 ③ 고등학교 재학 ④ 고등학교 졸업

⑤ 대학(교) 재학 ⑥ 대학(교) 졸업 ⑦ 대학원 재학(석사이상)

⑧ 대학원 졸업(석사이상)

4. 귀하의 한 달 평균 소득 수준은 어떻게 되십니까? (학생은 용돈 수준으로 응답)

① 10만 원 미만 ② 10만 원 이상 ~ 20만 원 미만

③ 20만 원 이상 ~ 30만 원 미만 ④ 30만 원 이상 ~ 40만 원 미만

⑤ 40만 원 이상 ~ 50만 원 미만 ⑥ 50만 원 이상 ~ 100만 원 미만

⑦ 100만 원 이상 ~ 200만 원 미만 ⑧ 200만 원 이상 ~ 300만 원 미만

⑨ 300만 원 이상 ~ 400만 원 미만 ⑩ 400만 원 이상 ~ 500만 원 미만

⑪ 500만 원 이상 ~ 600만 원 미만 ⑫ 600만 원 이상

= 설문에 응해주셔서 대단히 감사 합니다 =

ABSTRACT

The Effect of Female Body Image and Beauty Interest on Beauty Management Behavior

Kim, In-Ok

Major in of Beauty Esthetic

Dept. of Beauty Art & Design

Graduate School of Arts

Hansung University

The purpose of this thesis is to study the effect of female body image and beauty interest upon their beauty management behavior. To facilitate the study, female subjects in their teens to fifties were surveyed and examined to show the cause-and-effect relationship among elements and parameters which are supposed to affect female body image, beauty interest, and beauty management behavior.

The survey based upon 950 selected questionnaires out of original 955 had been made from Aug. 22 through Sep. 17, 2018. It has then been statistically analyzed by SPSS and has also been checked by the path analysis.

First, the crossover analysis intended for studying beauty-related properties by the age groups has represented a meaningful subordinate relation between age groups and four elements: main interest fields, a matter of consequence in beauty management, personal and non-personal

information resources.

Second, it has been ascertained through the validity and reliability tests for the parameters that there are 3 factors for body image, 4 for beauty interest, and 7 for beauty management behavior, while the corresponding reliability coefficients are higher than 0.788, 0.558, and 0.546, respectively.

Third, as for the influence of body image upon beauty interest, it has been revealed that the 3 factors of body image, i.e. appearance orientation, appearance satisfaction, and body satisfaction affect the 4 factors of beauty interest: cosmetic surgery interest, consciousness of others, image-making, and appearance management.

Fourth, the research into the effect of body image upon beauty management behavior has shown that the factors of body image mentioned just above have an influence upon the 7 factors of beauty management behavior: cosmetic surgery interest, hair management, professional body type management, domestic care, professional skin therapy, professional image management, self body management.

Fifth, the research into the effect of beauty interest, upon beauty management behavior has shown that the 4 factors of beauty interest mentioned just above have an influence upon the 7 factors of beauty management behavior.

All the five results thus far have shown that appearance orientation in relation to body image has the biggest influence upon consciousness of others in beauty interest, and it is especially salient in teenagers.

In conclusion, this study has shown that the relationship between body image and beauty interest has a meaningful effect depending upon various age groups: hair management in teenagers, cosmetic surgery management in the twenties, self body type management in the thirties, domestic care and cosmetic surgery management in the forties, and finally

hair management and domestic care management in the fifties.

What is implicated from this study may be summarized as follows: It is more important than anything else to establish a proper self-image and beauty management behavior with regard to his or her own body, as the obsession with appearance should result in a negative body image, which is thought to be related with our excessive competitiveness in the society.

For the beauty industry, the survey results of this thesis will hopefully be utilized as a basic material for the effective demand analysis and segmentation of markets, as the market should actively react to consumers' varying demands based upon their interests and behaviors.

[key words] appearance orientation, body satisfaction, consciousness of others, body image, beauty interest, beauty management behavior