

이미지메이킹 교육이 자아존중감과 교육만족도에 미치는 영향

Effect of Image Making Education on Self-Esteem and Education Satisfaction

조주은*, 고선희**
위덕대학교*, 서원대학교**

Ju-Eun Cho(jecho@uu.ac.kr)*, Seon-Hee Ko(sunny@seowon.ac.kr)**

요약

본 연구에서는 항공서비스학과 학생을 대상으로 이미지메이킹 교육이 자아존중감과 교육만족도에 미치는 영향을 파악해보고자 하였다. 이론적 고찰을 토대로 두 개의 가설을 설정하였으며, 선행연구를 기초로 설문을 구성하였다. 편의표본추출을 통해 240부의 설문지를 항공서비스학과 학생을 대상으로 회수하였으며, 결측치가 있는 자료를 제외하고 218부를 사용하였다. 탐색적 요인분석을 통해 이미지메이킹 교육은 외적이미지교육, 기본인성교육 및 매너교육으로 구분하였으며, 자아존중감은 가치감과 존중감으로 구분하였다. AMOS를 활용하여 구조방정식 모형을 이용하여 분석하였으며 결과는 아래와 같다.

먼저 이미지메이킹교육 중 외적이미지교육, 매너교육은 가치감에 유의한 정(+)의 영향을 미치고, 매너교육은 존중감에 유의한 정(+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉 얼굴표정, 메이크업, 킬러 이미지, 헤어연출, 워킹 등의 교육을 통해 가치감이 높아짐을 알 수 있고, 전화매너, 프레젠테이션스킬, 커뮤니케이션 스킬 교육등을 통해 존중감이 높아짐을 알 수 있다. 둘째, 가치감과 존중감은 교육만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2는 모두 채택되었다. 즉 자아존중감 중 가치감과 존중감을 높게 지각할수록 교육에 대한 만족도가 높아짐을 알 수 있다. 따라서 지속적이고 체계적인 교육훈련을 통하여 항공서비스학과 학생의 이미지메이킹의 관리가 필요하며, 자아존중감을 높일 수 있는 방안이 모색되어야 한다. 한계점과 향후 논의방향을 제시하였다.

■ 중심어 : | 이미지메이킹 교육 | 자아존중감 | 교육만족도 |

Abstract

The purpose of this study is to examine the relationship among image making education, self-esteem and education satisfaction using airline service department in the university. In this study, 2 hypotheses based on literature reviews were employed. Questionnaire was also developed based on previous studies. A convenience sample of 240 students was surveyed and 218 usable questionnaires were analyzed. According to the exploratory factor analysis, image making education was divided into 'external image education', 'basic character education' and 'manner education'. Self-esteem, on the other hand, was categorized into the following variables: 'sense of value' and 'esteem' accordingly. Then the data and hypotheses were examined using structural equation modeling (SEM) by AMOS. The results are as follows.

Firstly, 'external image' and 'manner education' have positive effect on 'sense of value' while manner education has effect on 'esteem'. Secondly, 'sense of value' and 'esteem' factor have positive effects on education satisfaction. Hence continuous and systematic education should be conducted to administer 'image making curriculum'. Self-esteem should also be taught in schools to encourage student's satisfaction on education. The contribution and limitations of this research were discussed and the future possible researches were mentioned.

■ keyword : | Image Making Education | Self-Esteem | Education Satisfaction |

I. 서론

정보통신의 발달과 다양한 미디어의 보급으로 시각적 커뮤니케이션이 보편화됨에 따라 이미지의 중요성이 커지고 있으며, 이미지는 자신을 표현하는 커뮤니케이션의 수단으로 중요한 의미를 가진다. 대인관계에서 첫 이미지는 좋은 인간관계의 발전에 영향을 줄 수 있으며, 직장에서의 업무 성과 뿐 만 아니라 개인이 추구하는 인생 목표 달성에도 많은 영향을 미치고 있으므로 타인에게 긍정적인 모습으로 보일 수 있다[1]. 이미지메이킹 교육은 자아존중감 향상과 열등감 극복 등의 긍정적인 이미지 향상으로 좋은 대인관계를 형성하도록 도와주기 때문에 외모, 표정, 자세, 말투, 행동 등 평소 연습할 필요가 있다[2].

이미지메이킹에 있어 심리학자 Mehrabian(2007)은 “사람의 이미지를 결정하는 요소 중 55%를 차지하는 것은 외모이고, 38%를 차지하는 것은 목소리이며, 말의 내용은 7%의 중요도 밖에 차지하지 않는다.”고 말했다[3]. 외모로 사람의 전부를 판단할 수 있는 것은 아니지만 보여 지는 모습으로 인해 업무처리 능력에 호감을 주어 상대방에게 신뢰감을 줄 수 있다면 이미지메이킹도 트레이닝을 해야 한다.

최근 항공운송사업의 발달과 더불어 항공서비스에 종사하게 될 인재양성의 필요성에 따라 전국에 많은 대학에서 항공관련학과가 신설되고 있다. 항공관련학과 대학생들은 주로 항공서비스 혹은 기타 서비스관련 업체로 진출하게 되며 예비 서비스인의 기본적인 교육과정의 하나로 이미지메이킹 교육은 그 중요성이 더해지고 있다. 이에 항공관련학과에서는 이미지 메이킹 교과목을 1학년 1학기에 편성하여 서비스인으로 갖추어야 할 기본적인 이미지와 태도 등에 대해 심도 있는 교육을 하게 된다. 이처럼 이미지 메이킹 교육은 향후 서비스인재 양성을 위해 반드시 필요하고 그에 따른 연구가 필요함에도 불구하고 실제로 항공과 학생들에 대한 이미지교육 연구는 전무한 실정이다. 기존의 이미지메이킹 교육연구는 주로 미용학 분야에서 연구가 되어왔으며[2][4], 교육에 따른 효과보다는 교육의 필요성으로 국한되어 있다.

항공관련학과가 전국에 60여개가 신설되었으며 이에 따른 취업경쟁 또한 치열하다. 이러한 취업 경쟁 구도 하에서 좋은 결과를 얻기 위해서는 취업 시 다양한 스펙도 중요하지만 면접의 비중이 높아지면서 짧은 시간 동안 본인이 가지고 있는 내적 이미지를 긍정적으로 표현하기 위해 이미지 개선에 관심이 집중되고 있다[1]. 서비스 기업의 경우 구성원들의 이미지는 기업의 이미지가 되고 기업의 생산성과도 밀접히 관련되어 있으므로, 긍정적인 이미지와 훌륭한 인성을 겸비한 인적자원을 선별하는 기업의 인사제도를 견주어 볼 때 예비 서비스인들의 이미지메이킹 교육은 자기표현의 차별화 전략이고 그에 따른 연구 또한 절실히 요구되는 시점이다.

본 연구에서는 항공관련학과 대학생들에게 중요한 부분을 차지하는 이미지메이킹 교육의 필요성을 살펴보고자 한다. 또한 이미지메이킹 교육을 통해 자신의 가치에 대한 부정적 혹은 긍정적 평가를 의미하는 자아존중감과 외모를 비롯한 신체나 태도에 대한 만족도에 대한 인식을 분석하고자 하며, 이를 통해 바람직하고 다양한 내용의 이미지메이킹 교육의 기초 자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 이미지메이킹

이미지메이킹은 그 이미지를 현실화하기 위해 개인의 잠재적 능력을 최대한 활용하여 개인을 가장 훌륭한 모습으로 표현되도록 의도적으로 만들어가는 과정으로 [5], ‘이미지(Image)’와 ‘메이킹(Making)’이라는 두 외래어의 합성어이다. 개인의 인상을 긍정적으로 만든다는 의미로도 많이 사용되고 있으며 일반적으로 이미지는 마음속의 개념 같은 것이기 때문에 긍정적 효과를 표현하기 위해서는 시각적으로 구체화하는 과정이 필요하다[6].

국내 이미지메이킹 연구에서 많은 공헌을 한 김정호(2006)에 의하면 이미지메이킹을 개인이 추구하는 목표를 이루기 위해 자기 이미지를 통합적으로 관리하는 행

위이자 자기향상을 위한 개인의 노력으로 정의하였으며, 자기이미지를 긍정적으로 인식하는 사람은 직장에서 자기성취 및 생산성의 향상을 가져오고, 그 반대의 경우 직장에서 고립과 실패를 가져올 수 있다고 강조함으로써 진정한 이미지메이킹이란 내면에서 시작된다고 하였다[7].

한편, Cash & Karen(1990)은 자신의 이미지관리에 민감한 사람들일수록 끊임없이 변화 발전한다고 하였으며[8], Kirkwood & Ralston(1999)는 커뮤니케이션 능력과 이미지 및 조직과의 조화성은 여러 기업에서 채용 시 중요한 결정요인으로 사용된다고 주장하여 이미지메이킹의 중요성을 강조하였다[9].

2. 이미지메이킹 교육

일반적으로 사람들은 사람과의 만남에서 무엇이 중요시 하나는 질문에 성격이라는 답변을 많이 한다. 그러나 성격을 첫 만남을 통해서 파악하는 것은 어렵다. 정작 사람과의 대면과정에서 가장 먼저 보게 되는 것은 시각적인 이미지이며 개인당 짧은 시간이 할애되는 항공사의 입사면접의 경우 그 중요성은 더 커진다고 할 수 있다. 따라서 이미지메이킹 교육을 통해 개인의 이미지를 진단하고, 자신이 실제로 가지고 있는 이미지 혹은 다른 사람에게 보여 지고 싶은 이상적인 이미지를 만들어 대인관계에서 호감을 줄 수 있는 혹은 면접에서 차별화할 수 있는 자아이미지 전략은 중요하다.

이미지메이킹 교육의 중요성을 주장한 전미혜(2011)는 이미지메이킹 교육은 인간관계를 효과적으로 할 뿐 아니라 긍정적인 마인드로 생활하는 것을 도와준다고 하였으며, 그에 따른 내적·외적 이미지 관리에 도움이 될 수 있는 다양한 교육 프로그램이 개발되어야 한다고 하였다[1]. 이러한 이미지메이킹 교육은 기업의 직원대상 서비스 교육으로부터 시작되었으며, 최근 들어 항공 관련학과와 전공과목 및 교양과목으로 생겨나게 되었다[9].

이미지메이킹 교육프로그램 실시 전과 후의 인식변화를 분석한 진형여(2013)[2]는 이미지메이킹 교육을 일반매너, 전화매너, 사회적 이미지 교육, 보이스 교육, 비즈니스매너, 내적이미지 교육, 표정교육, 메이크업과

소품연출교육, 컬러교육, 패션 코디교육, 프레젠테이션 스킬교육, 헤어연출교육, 기타교육 등으로 측정하였다. 진형여, 김지연(2013)은 전화매너, 일반매너, 표정, 사회적이미지, 내적이미지, 보이스, 비즈니스매너, 컬러진단, 패션전략 코디, 프레젠테이션, 헤어연출, 메이크업과 소품활용 으로 측정하였다[9].

지현주(2009)는 대학별 관련학과별 이미지메이킹 교육을 정리하여 항공운항과에서는 첫인상, 마인드컨트롤, 시선 맞추기와 스마일, 전화응대매너, 문상예절등으로 이미지메이킹 교육을 구성하였고, 항공관광과의 경우 개인적 매너, 커뮤니케이션스킬, 고객서비스와 이미지메이킹, 서비스맨의 자기경영, 면접이미지 등으로 이미지메이킹 교육을 구성하였다[10].

본 연구에서는 기존의 미용분야에서 사용된 이미지메이킹 교육 연구[2][9]와 지현주(2009)[10]의 선행연구를 기초로 이미지메이킹 교육을 12문항으로 측정하고자 한다.

3. 자아존중감과 교육만족도

자아존중감은 개인의 자신에 대한 지속적인 평가로서, 자신을 유능하고 중요하며 성공적이고 가치 있다고 여기는 정도를 의미하며[11], 사회적 가치와 문화에 따라 차이가 있으나 개인의 생활에도 크게 영향을 미친다[12]. Bandura & Cervone(1986)[13]는 자아존중감은 구체적인 자신감으로서, 한 개인이 어떠한 결과를 창출하기 위해서 필요한 행동을 수행하는 자신의 능력에 대한 판단기준이라고 하였다[13]. 자아존중감은 타인과의 상호작용에서 자신감과 긍정적인 사고를 바탕으로 형성되며[14], 자아존중감이 높을수록 학생들이 학교생활 적응을 잘하는 것으로 연구되어지고 있다[15]. 즉 자아존중감은 개인의 능력에 대한 자기 평가로 긍정적인 태도를 의미하는데 전반적으로 자아존중감이 낮은 사람은 자기 불만이 원인이 되어 부정적인 감정으로 표출되고, 자아존중감이 높은 사람은 자신을 가치 있는 존재로 생각하여 자기발전과 증진을 기대하기 때문에 긍정적으로 감정을 표출한다[16].

특히 대학생 시기의 자아존중감은 학업 성취상황에서 미래의 성공에 대한 원동력이 되므로[17], 그 중요성

을 아무리 강조해도 지나치지 않다.

하용규(2010)는 호텔종사자를 대상으로 자아존중감을 조직내에서 각자의 역할을 참여함으로써 개인별 욕구를 충족시킬수 있다고 믿는 것으로 정의하고 7문항으로 측정하였다[18]. 이명화, 임은진(2013)은 미용분야에서의 교육훈련요인과 자아존중감 연구에서 자아존중감의 구성차원을 소속감, 유능감, 가치감의 3차원으로 구분하였다[19].

Oliver(1988)는 만족을 불일치된 기대와 고객의 경험에 의해 사전적으로 가지고 있던 감정이 결합하여 발생된 총체적인 심리상태라고 하였다[20]. 즉 만족이란 미리 기대한 수준과 실제로 경험한 결과의 비교를 통한 감정이나 심리적 표현을 의미하며[21], 서비스 품질이나 충성도에서도 중요한 변수로 연구되어지고 있다[22]. 만족이란 인간의 기본적인 필요나 욕구에 의해서 목표를 달성하는 정도이며[23], 특히 교육만족도란 학생들이 학습을 하면서 성취, 인정, 보상 등을 얻을 수 있을 것이라는 기대에 대한 감정을 말한다.

III. 연구설계

1. 연구 모형

본 연구에서는 항공서비스학과에 재학중인 대학생을 대상으로 이미지메이킹 교육이 자아존중감과 교육만족도에 미치는 영향관계를 확인해 보고자 하였다. 이에 이론적 고찰을 토대로 [그림 1]과 같이 연구모형을 설정하였다.

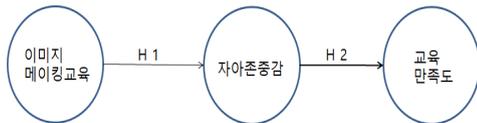


그림 1. 연구모형

2. 변수 간 상관관계와 가설설정

성인학습자를 대상으로 한 연구에서 조희현(2007)은 이미지메이킹 교육이 자아존중감을 향상시키고 있음을

확인하였다[24]. 이명화, 임은진(2013)은 미용분야에 있어 교육훈련이 미용장의 작업의 질을 제고하며 자아존중감을 고취시킴을 실증하였고, 교육훈련성과를 통해 자아존중감의 하위요인인 존중감, 유능감, 가치감에 유의한 영향을 미치고 있음을 확인하였다. 따라서 그들은 다양한 교수 학습 방법과 약점을 보완할 수 있는 개인별 교육과정이 필요함을 주장하였다[19].

한편, 정하성(2008)은 이미지메이킹 교육을 통해 표현에 대한 자신감이 높을수록 청소년의 자아존중감과 학교생활 적응에 긍정적 만족에 영향을 미치고 대인관계 능력이 향상된다고 하였으며[25], 김보라(2013)는 텔레마케터의 이미지메이킹 효능감 및 자아존중감, 직무만족에 관련된 연구를 통해 사회적 이미지메이킹 효능감이 높을수록 직무에 대한 만족도가 높아짐을 확인하였다[26]. 진형여(2013)는 남녀대학생을 중심으로 이미지메이킹 교육프로그램 실시하기 전과 교육 후의 인식변화에 대한 분석을 통해 이미지메이킹 교육은 사회생활이나 면접과 취업에 도움이 된다는 결과를 도출하였고 관련학과 이외에 대학의 모든 학과에서 이미지메이킹 교육이 이루어져야한다고 주장하였다[2]. 이러한 선행연구를 토대로 이미지메이킹 교육이 자아존중감 및 교육만족도에 유의한 영향을 미칠 것이라는 사실을 유추할 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 대학생의 이미지메이킹 교육은 자아존중감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1: 외적이미지교육은 자아존중감 중 가치감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2: 기본인성교육은 자아존중감 중 가치감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3: 매너교육은 자아존중감 중 가치감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4: 외적이미지교육은 자아존중감 중 존중감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-5: 기본인성교육은 자아존중감 중 존중감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-6: 매너교육은 자아존중감 중 존중감에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 대학생의 자아존중감은 교육만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것 이다.

가설 2-1: 자아존중감 중 가치감은 교육만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것 이다.

가설 2-2: 자아존중감 중 존중감은 교육만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것 이다.

IV. 조사설계

1. 변수의 조작적 정의와 측정

앞에서 살펴 본 선행연구를 토대로 본 연구에서는 이미지메이킹 교육을 항공서비스학과 학생이 자기 이미지를 통합적으로 관리하기 위해 효과적으로 교육 하는 것으로 정의하였으며, 지현주(2009)[10], 진형여, 김지연(2013)[4]의 연구에서 사용한 측정문항을 항공서비스학과 이미지메이킹 교육에 적용하여 총 12문항으로 측정하였다.

자아존중감은 항공서비스학과 학생이 자신을 유능하고 중요하며 성공적이고 가치있다고 여기는 정도로 정의하였으며, 하용규(2010)[18], 이명화, 임은진(2013)[19]의 연구를 기초로 총 7문항으로 측정하였다. 마지막으로 교육만족도는 항공서비스학과 학생들이 학습을 하면서 성취, 인정, 보상 등을 얻을 수 있을 것이라는 기대에 대한 감정으로 정의하였고, Oliver(1988)[20], 김상운(2013)[23]의 선행연구를 토대로 3문항으로 측정하였다.

2. 자료수집 및 연구방법

본 연구는 항공서비스학과 학생들의 이미지메이킹 교육이 자아존중감과 교육만족도에 미치는 영향에 관해 알아보기 위해 이론적 토대를 기초로 연구모형을 설정하였다. 설문조사는 2014년 5월1일 부터 5월 20일 까지 경북 W 대학, 서울에 위치한 B 대학, 충청도에 위치한 C 대학 항공서비스학과 학생들을 편의표본 추출을 통해 실시하였으며, 총 250부(100%)의 설문지를 배포하여 240부(96%)를 회수하였으며 회수된 설문지 중에서 응답내용이 부실한 22부(8.8%)를 제외하고 최종적

으로 218(87.2%)부를 유효 표본으로 본 조사에 사용하였다.

연구모형의 분석은 IBM SPSS 21.0 과 AMOS 22.0 을 이용하여 자료의 빈도분석을 실시하였고 구조모형 검정을 통하여 연구가설에 대한 검정을 수행하였다

V. 실증분석

1. 조사대상자의 일반적 특성

표 4.1 조사대상자의 일반적 특성

일반적 특성		빈도	퍼센트 (%)	일반적 특성		빈도	퍼센트 (%)	
성별	여자	184	84.4	희망 항공사	대형항공사	157	72.0	
	남자	34	15.6		국외항공사	50	22.9	
연령	20세이하	70	32.2	희망 직종	저비용항공사	11	5.1	
	21세	55	25.2		객실승무원	자상직	187	85.8
	22세	47	21.5			기타	24	11.0
	23세	43	19.7				7	3.2
	24세이상	3	1.4					
학년	1학년	68	31.2	소속 대학	2년제	40	18.3	
	2학년	57	26.2			4년제	178	81.7
	3학년	50	22.9					
	4학년	43	19.7					
합계		218	100.0	합계		218	100.0	

2. 측정도구의 신뢰성 및 타당성 검토

본 연구에서는 측정척도의 타당성 검증을 위해서 먼저 [표 4-2]와 같이 탐색적 요인분석을 실시하였다. 주 성분분석과 직각회전(varimax)방법을 사용하여 분석하고, 유의한 항목의 판단은 고유값(eigen value)이 1.0 이상이고, 요인적재량이 0.4 이상인 것을 기준으로 하였다. 신뢰도 검증은 문항 간 내적일관성(internal consistency)을 확인하는 Cronbach's α 계수를 활용하여 분석하였다. 일반적으로 측정도구의 신뢰성을 평가하는 절대적인 기준은 없으나 보통 신뢰도가 0.6이상이면 신뢰성이 있다고 볼 수 있고, 전체항목을 하나의 척도로 간주할 수 있다[27].

표 4.2 이미지메이킹 교육 탐색적 요인분석

요인	문항	요인1	요인2	요인3	Cronbach's α
외적 이미지 교육	얼굴과 표정교육	.669			.878
	메이크업교육	.816			
	컬러 이미지 교육	.828			
	헤어연출교육	.856			
	워킹교육	.717			
기본 인성교육	인성교육		.689		.801
	인간관계교육		.870		
	리더십교육		.659		
매너교육	전화매너교육			.658	.827
	프레젠테이션스킬			.820	
	커뮤니케이션스킬			.698	
고유값(eigen value)		5.187	1.283	1.021	
설명분산(% of variance)		47.153	11.661	9.277	
누적분산(cum % of variance)		47.153	58.814	68.091	

KMO: .845, Bartlett의 구형성검증=1144.956 df=55, p=0.000

표 4.3 자아존중감 탐색적 요인분석

요인	문항	요인1	요인2	Cronbach's α
가치감	나는 타인에게 부러움을 받음	.859		.891
	나는 긍정적 사고를 가짐	.575		
	나는 가치 있는 존재임	.810		
	나는 중요한 구성원으로 받아들여짐	.785		
존중감	나는 내가 자랑스러움		.849	.854
	나는 어디서든 중심이 되는 역할을 함		.865	
	구성원들에게 인간적인 믿음을 얻음		.900	
고유값(eigen value)		4.128	1.130	
설명분산(% of variance)		58.978	16.138	
누적분산(cum % of variance)		58.978	75.115	

KMO: .840, Bartlett의 구형성검증=918.534 df=21, p=0.000

표 4.4 교육만족도 탐색적 요인분석

요인	문항	요인1	Cronbach's α
교육만족도	교육프로그램 구성이 만족	.916	.954
	교육프로그램 진행방식이 만족	.887	
	교육프로그램이 전반적으로 만족	.868	
고유값(eigen value)		2.379	
설명분산(% of variance)		79.285	
누적분산(cum % of variance)		79.285	

KMO: .724, Bartlett의 구형성검증=331.094 df=3, p=0.000

이미지메이킹 교육에 대한 타당성 검증결과 [표 4-2]에서 보는 바와 같이 모두 3개의 요인으로 추출되었다. 각 변수들의 아이겐 값이 모두 1이상이며, 총 12문항 중 패션교육(0.353)은 타당성 저해요인으로 보고 삭제하였으며 그 외 문항은 요인적재치가 0.6이상으로 나타났다. 또한 KMO와 Bartlett의 구형성검정 결과, KMO 계수는 0.845, Bartlett 검정도 유의수준은 1144.956(p<.001)로 요인분석을 하기에 적합하였다. 세 가지 요인을 분석에 사용할 때의 설명력은 68.1%로 나타났으며, 각 요인들의 신뢰도 지수는 모두 .80 이상으로 나타나 이미지메이킹 교육을 측정하기 위한 척도로 사용하기에 무리가 없는 것으로 나타났다.

자아존중감과 교육만족도에 대한 타당성 검증결과 [표 4-3][표 4-4]와 같다. 총 설명 분산 비율이 각각 75.11%, 79.2% 높은 설명력을 갖는다고 할 수 있다. 요인의 신뢰도 지수는 모두 .80 이상으로 각 구성개념을 측정하기 위한 척도로 사용하기에 충분한 것으로 나타났다.

다음으로 측정항목들의 타당성을 검증하기 위하여 확인요인분석을 실시하였고 적합도의 기준을 엄격히 적용하는 경우 RMSEA 와 RMR은 0.05이하, GFI, NFI, CFI, TLI는 0.9이상, AGFI는 0.8이상이어야한다고 본다[27]. [표 4-5]에서 제시한 확인요인분석의 적합도 지수는 타당성을 저해하는 항목을 제거한 후의 적합도 지수를 보여주고 있다. 적합도 지수는 $\chi^2=366.952$ (df=160, p= 0.000), $\chi^2/df=2.293$, RMSEA=0.047, RMR=0.045, GFI=0.865, AGFI= 0.821, NFI=0.926, TLI=0.909로 나타났다.

다중상관치(SMC)는 종속변수가 독립변수에 의하여 설명되는 비율로서 최저 .518에서 .981의 범위를 가지고

표 4.6 상관관계 행렬

	A	B	C	D	E	F
외적이미지교육 A	0.934					
기본 인성교육 B	.570(**)	0.912				
매너교육 C	.713(**)	.707(**)	0.922			
가치감 D	.015(**)	-.235(**)	.247(**)	0.918		
존중감 E	.031(**)	-.181(**)	.074(**)	.717(**)	0.931	
교육만족도 F	-.019(**)	-.258(**)	-.183(**)	.806(**)	.796(**)	0.932

** : p(0.01(2-tailed), 대각선 값: Square Root AVE

표 4.5 확인요인분석

요인	측정항목	표준화된 적재값	C.R.	SMC	AVE	
이미지메이킹 교육	외적이미지 교육	T1	.891	-----	.743	.874
		T2	.753	14.267**	.867	
		T3	.819	13.193**	.771	
		T5	.716	11.550**	.645	
		T6	.736	10.733**	.655	
	기본 인성교육	T7	.792	-----	.518	.832
		T8	.807	6.825**	.581	
		T9	.725	7.289**	.646	
	매너교육	T10	.823	-----	.577	.851
		T11	.879	8.344**	.661	
		T12	.915	9.287**	.742	
	자아존중감	가치감	SE 1	.958	8.588**	.917
SE 2			.964	-----	.830	
SE 3			.960	12.278**	.889	
SE 4			.857	12.380**	.633	
존중감		SE 4	.971	-----	.742	.867
		SE 5	.923	13.714**	.652	
교육만족도	S 1	.786	-----	.618	.870	
	S 2	.859	15.540**	.738		
	S 3	.990	13.297**	.981		

$\chi^2=366.952$ (df=160, p= 0.000), $\chi^2/df=2.293$, RMR=0.045, GFI=0.865, AGFI= 0.821, NFI=0.926, TLI=0.909, RMSEA=0.047, Construct Reliability: 외적이미지 0.935, 기본인성 0.943, 매너 0.925, 가치감 0.956, 존중감 0.923, 교육만족도 0.982

있어 개별요인들의 분산이 최대 98.1%로 모형의 설명력이 높다고 할 수 있다[27]. 측정항목과 해당요인을 연결하는 표준화된 적재치 값을 살펴보면 모두 0.5 이상이며, 연구단위에 의하여 분산이 설명된 양을 측정하는 AVE(평균분산추출지수) 역시 0.50 이상이다. t값은 수용수준인 ±1.96보다 모두 크게 나타나 측정문항들의 집

중타당성이 확인되었다[28].

판별타당성은 서로 다른 개념을 측정하였을 때, 얻어진 측정치들 간에는 상관관계가 낮아야 한다는 것을 의미한다. [표 4-6]에 제시되어 있는 것처럼 측정모형의 판별타당성을 분석하기 위하여 연구 단위들의 square root AVE값과 상관계수 값을 비교하였는데, 두 요인 사이의 AVE값이 상관계수 제곱 값 즉 결정계수보다 크면 판별타당성이 확보되었다고 본다[27]. 즉 이상의 다양한 분석을 통하여 연구의 신뢰성, 집중타당성, 판별타당성이 증명되었다.

3. 모형의 적합도 및 가설의 검정

본 연구에서는 구조방정식 모델을 활용하였다. 연구 모형의 전체적인 구조모형을 검정한 결과 $\chi^2=372.925(p=0.000)$, $GFI=0.869$, $AGFI=0.849$, $CFI=0.929$, $NFI=0.972$, $TLI=0.921$, $RMSEA=0.045$, $RMR=0.025$ 을 갖는 모형이 도출되었다. 이러한 모형은 일반적인 평가 지표들과 비교해 볼 때 GFI 가 다소 낮은 수치를 보이고 있으나 다른 적합도 수치가 기준치를 충족하고 있어 적절한 수준으로 판단된다[28]. $\chi^2/df(164)=2.274$ 로 표준 카이 자승 지수가 약 2.2정도로 아주 적절하게 나타났다. 구조모형 경로분석 결과는 [표 4-7]와 같다.

표 4.7 구조모형 경로분석 결과

가설	경로	Estimate	S.E	C.R	p값	채택 여부
1-1	외적이미지교육 →가치감	.727	.355	2.049**	.040	채택
1-2	기본인성교육 →가치감	-2.800	.841	-3.331**	.000	기각
1-3	매너교육 →가치감	1.751	.734	2.384**	.017	채택
1-4	외적이미지교육 →존중감	1.529	1.673	.914	.361	기각
1-5	기본인성교육 →존중감	-10.638	10.191	-1.044	.297	기각
1-6	매너교육 →존중감	1.389	.472	2.942**	.003	채택
2-1	가치감→ 교육만족도	.891	.109	8.197**	.000	채택
2-2	존중감→ 교육만족도	.324	.074	4.364**	.000	채택

** : p<0.05

V. 결론

본 연구는 항공운송산업의 발달과 함께 전국적으로 신설되고 있는 항공서비스학과 학생들의 면접과 취업 그리고 앞으로의 사회생활을 위해 이미지메이킹 교육의 중요성과 필요성을 파악하여 향후 이미지메이킹 교육에 도움이 되고자 연구를 진행하였다.

본 연구에 대한 결과를 요약하면 다음과 같다. 가설 1의 이미지메이킹 교육이 자아존중감에 유의한 영향을 미칠 것이라는 결과는 부분 채택되었다. 구체적으로 살펴보면 이미지메이킹 교육 중 외적이미지 교육(가설 1-1)과 매너교육(가설 1-3)은 자아존중감 중 가치감에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 또한 이미지메이킹 교육 중 매너교육(가설 1-6)은 자아존중감 중 존중감에 유의한 정(+)의 영향을 보여주고 있다. 특이한 사항은 기본인성교육(가설 1-2)은 가치감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 부(-)의 방향성을 보이고 있어 기각되었다. 따라서 가설 1 중 가설 1-1, 가설 1-3, 가설 1-6 이 채택되었다. 즉 얼굴과 표정 교육, 메이크업 교육, 컬러이미지 교육, 헤어연출교육, 워킹교육 등의 외적이미지 교육이 중요하다고 인지할수록 가치감은 향상되는 것을 알 수 있으며, 전화매너, 프레젠테이션스킬, 커뮤니케이션 스킬 등의 매너교육이 중요하다고 인지할수록 가치감이 향상됨을 알 수 있다. 반면 인성교육이나 인간관계 및 리더십 교육의 경우 가치감이 낮아지는 결과를 보여주고 있었는데 이는 항공서비스학과에서 인성교육에 대한 효과적인 교육이 이루어지고 있지 않음을 나타내고 있다. 따라서 인성교육에 대한 심도 있는 고민을 통해 교과과정 내에서 중요하게 다루어져야 함은 물론 인성교육을 효율적으로 할 수 있는 우수한 강사진의 확보가 필요하다고 사료된다.

가설 2의 이미지메이킹 교육이 교육만족도에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설은 가치감(가설 2-1), 존중감(가설 2-2) 모두 채택되었다. 즉 긍정적 사고를 가지고 가치 있는 존재라고 본인을 인지할수록 교육프로그램에 대해 만족해 한다는 것을 알 수 있었다.

이상의 연구결과로 다음과 같은 시사점을 제공할 수

있다. 교과과정에서 이루어지는 이미지메이킹 교육은 자신감 고양 및 자기 향상을 위한 노력, 밝고 긍정적인 이미지 창출과 상황에 따른 적절한 이미지 연출방법 등을 목표로 교육되어야 하므로 산업체의 교육방식과 다르게 구성되어야 할 것이다. 그러므로 원만한 대인관계를 증진시키기 위해서는 개인적 측면에서 이미지메이킹 교육이 선행되어야 한다.

항공서비스학과에서 실시하는 이미지메이킹은 일반적인 매너(인사, 자세, 동작)교육과 표정교육, 비즈니스 매너 교육, 원만한 대인관계를 위한 사회적 이미지 교육, 긍정적 사고향상을 위한 내적 이미지교육, 메이크업과 패션코디 방법을 중점적으로 교육하고 있다. 본고의 결과에서 기본인성교육이 가치감에 정(+의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나 인성교육, 인간관계, 리더십교육은 서비스기업에서 가장 기본이 되는 필수적인 사항으로 그 중요성을 간과해서는 안 될 것이다. 또한 자아존중감은 어떠한 결과를 창출하기 위해 필요한 개인의 능력에 대한 판단기준이 됨으로 자아존중감을 높일 수 있는 다양한 교육프로그램이 향후 필요하다.

항공사에서는 기업의 성과를 좌우하는 중요한 요소로 우수한 인재의 선발을 강조하여 특히 항공승무원 선발 시에는 수차례의 면접을 거쳐 선발하고 있다. 차별화된 전략으로 취업에 성공하기 위해서는 이미지메이킹 교육이 대학생들에게 자아존중감 향상과 긍정적 이미지 향상으로 교육만족감을 느낄 수 있도록 기여해야 한다.

미용분야에서 연구된 진형여(2013)[2], 진형여, 김지연(2013)[4]의 연구에서는 교육의 인식도와 필요성에 중점을 두었는데 본 연구에서는 그들의 연구를 확장하여 자아존중감과 만족도에 미치는 관계에 관하여 확인하였다는데 의미가 있다.

본 연구의 한계는 연구의 표본을 일부 학교에서 편의 표본 추출하였고, 저학년이 많이 차지하고 있어 향후 다양한 학교를 대상으로 이미지메이킹 교육연구가 행하여졌으면 한다. 또한 자아존중감 이외에 다양한 후행 변수에 관한 연구가 진행되어 본고의 결과와 비교분석하여 항공서비스학과 학생들에게 효과적인 교육과정이나 방안이 도출되었으면 한다.

참고 문헌

- [1] 진미혜, *이미지메이킹 교육프로그램에 관한 연구*, 동신대학교 사회교육개발 대학원, 석사학위 논문, 2011.
- [2] 진형여, “이미지 메이킹 교육프로그램 실시 전과 의 인식 변화분석-경기, 광주지역 남녀대학생을 중심으로”, *대한미용문화예술학회지*, 제2권, 제2호, pp.3-11, 2013.
- [3] A. Mehrabian, *Nonverbal Communication 2*, Paperback, Transaction Pub, 2007.
- [4] 진형여, 김지연, “이미지메이킹 교육의 인식도와 필요성에 관한 연구”, *대한미용문화예술학회지*, 제2권, 제1호, pp.3-8, 2013.
- [5] 김정은, *직장인의 현명한 이미지관리법*, 서울:더난출판사, pp6-8, 2003.
- [6] 이수경, “인적자원개발·관리를 위한 평생 교육으로서의 이미지메이킹에 대한 연구”, *대한피부미용학회지*, 제2권, 제3호, pp.187-197, 2004.
- [7] 김경호, “이미지메이킹의 개념과 프로그램의 효과성 분석”, *청소년학 연구*, 제13권, 제1호, pp.269-289, 2006.
- [8] T. F. Cash and L. L. Karen, “Being Fat Versus Thinking Fat: Relationships With Body Image, Eating Behavior, and Well-Being,” *Cognitive Therapy and Research*, Vol.14, pp.327-341, 1990.
- [9] W. G. Kirkwood and S. M. Ralston, “Inviting Meaningful Applicant Performances in Employment Interviews,” *Journal of Business Communication*, Vol.36, No.1, pp.55-76, 1999.
- [10] 지현주, “이미지메이킹에서 윤리교육을 위한 현황과 과제”, *윤리교육연구*, 제19권, pp.143-168, 2009.
- [11] 심지연, 이형룡, “관광계열 전공 대학생의 셀프 리더십과 진로탐색행동 간의 관계: 자아존중감의 매개효과를 중심으로”, *호텔경영학연구*, 제21권, 제6호, pp.231-251, 2012.
- [12] 백원칠, 김수겸, “성인여성의 스포츠 참여변인과

- 자아존중감 칩 주관적 행복감간의 인과분석”, 한국체육학회지-인문사회과학, 제43권, 제6호, pp.249-260, 2004.
- [13] A. Bandura and D. Cervone, “Differential Enga-agement of Self-Reactive Influences in Cog-nitive Motivation,” Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol.38, No.1, pp.92-113, 1986.
- [14] 이혜순, “청소년의 자아분화 수준 및 자아존중감이 학교생활 적응에 미치는 영향”, 한국콘텐츠학회논문지, 제13권, 제1호, pp.333-341, 2013.
- [15] 이혜순, 옥지원, “청소년의 충동성, 자아 존중감, 우울수준이 학교생활 적응에 미치는 영향”, 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제1호, pp.438-446, 2012.
- [16] 신수래, 류숙희, “자아존중감과 신체만족도에 따른 패션 트렌드 수용도”, 복식문화연구, 제13권, 제2호, pp.280-288, 2005.
- [17] 하정희, “완벽주의와 자아존중감이 자기구실 만 들기와 우울감에 미치는 영향”, 상담학연구, 제 13권, 제2호, pp.705-724, 2012.
- [18] 하용규, “호텔종사원의 조직공정성이 이타적 행 동에 미치는 영향”, Tourism Research, 제31호, pp.131-147, 2010.
- [19] 이명화, 임은진, “미용장의 교육훈련요인, 교육훈 련성과 및 자아존중감과의 상관관계”, 한국미용 학회지, 제19권, 제3호, pp.456-465, 2013.
- [20] R. A. Oliver, “Response Determinants in Satis-faction judgements,” Journal of Consumer Rese -arch, Vol.14, pp.495-507, 1988.
- [21] 소은혜, 이경률, “박물관 서비스품질과 방문동기 가 관람객 만족도, 행동의도에 미치는 영향연구 -국립중앙박물관을 중심으로”, 제14권, 제1호, pp.515-527, 2014.
- [22] 김주연, 최현주, 안경모, “여수세계박람회 서비스 품질, 감정반응, 지각된 가치 및 만족 간 구조적 인과관계”, 한국콘텐츠학회, 제14권, 제3호, pp.427-437, 2014.
- [23] 김상운, “자기개발 향상과정 교육만족도가 정계 의 조절효과에 의해 업무능력향상에 미치는 영 향”, 한국공인행정학회보, 제50권, pp.11-34, 2013.
- [24] 조의현, *이미지메이킹 프로그램이 성인학습자의 자아존중감에 미치는 영향*, 동의대학교 대학원 석사학위논문, 2007.
- [25] 정하성, “지자체의 발전 전략과 과제: 다문화 청 소년을 위한 이미지메이킹 전략”, 한국지방자치 학회 학술발표대회 논문집, 제1호, pp.575-591, 2008.
- [26] 김보라, “미용전공 여대생들에 대한 미용서비스 교육프로그램의 효과”, 한국미용학회지, 제19권, 제5호, pp.775-783, 2013.
- [27] 김계수, *구조방정식모형분석*, 한나래, 2007.
- [28] C. Fornell and D. F. Larcker, “Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error,” Journal of Marketing Research, Vol.18, pp.39-50, 1981.

저 자 소 개

조 주 은(Ju-Eun Cho)

정희원



- 1992년 2월 : 원광대학교 통계학 원광대학교(이학사)
- 1995년 2월 : 중앙대학교 국제 경영대학원경영학과(경영학석사)
- 2005년 2월 : 세종대학교 대학원 호텔관광경영학과(경영학박사)
- 2011년 3월 ~ 현재 : 위덕대학교 항공관광학과 교수 <관심분야> : 항공사경영, 항공사 인사관리

고 선 희(Seon-Hee Ko)

정회원



- 1994년 2월 : 국립경상대학교 독
문학과(문학사)
- 2008년 8월 : 경기대학교 서비스
경영 및 컨설팅전공(경영학석
사)
- 2011년 8월 : 경기대학교 관광경
영(관광학박사)

▪ 2013년 3월 ~ 현재 : 서원대학교 항공서비스학과 교
수

<관심분야> : 항공서비스, 항공사브랜드, 관광경영