

신체이미지가 외모관리행동, 자아존중감, 대인관계에 미치는 영향 -성인남성을 대상으로-

Body Image Management Behavior, Self Respect, the Influence on Interpersonal Relations - For Adult Males-

안채윤

건국대학교 휴먼이미지학과

Chae-Yun An(cy811018@naver.com)

요약

현대 사회에서는 남녀를 불문하고 외모관리가 중요한 사회적인 영향력과 경쟁력으로 대두되면서 외모관리의 중요성이 점점 더 부각되고 있다. 외모관리행동은 전통적으로 여성을 중심으로 받아들여지고, 거의 모든 소비시장의 주체가 여성이라는 인식이 최근까지 확산되어져 왔으나 1990년대 이후 성역할에 대한 고정관념의 변화와 여성들의 사회 진출로 인해 독립적인 성향이 강해지면서 남녀의 지위와 역할에도 상당한 영향을 미쳤다. 이에 따라 남성들은 여성적 영역에 있어서 과거보다 긍정적인 시각과 포용적인 태도를 보이기 시작했으며, 남성들도 자신의 외모를 가꾸고 자신을 잘 표현하기 위해서 외모관리행동에 많은 시간과 돈을 투자하는 경향이 증가하고 있다. 여성의 전유물로만 여겨졌던 화장품 모델에서도 남자가 등장하는가 하면 그루밍족, 노무족, 로열족 등 연령대에 상관없이 외모에 관심을 갖는 남성 인구가 증가하고 더 나아가 직장인 남성들에게 외모는 승진이나 연봉 등 직업적 성취를 위한 경쟁력 요소라는 인식이 점차 확산되고 있다. 사회생활의 주체인 남성들은 호감 가는 외모와 긍정적인 이미지를 형성하기 위하여 후광효과를 발휘하게 된다. 자아존중감과 외모관리 행동에 관한 연구는 두 가지 면에서 중요한 시사점을 가지고 있다.

첫째, 외모관리를 통하여 남성의 매력성을 증가시키며 그로 인한 스스로의 자아존중감 향상과 사회적 경쟁력을 확보할 수 있어 이는 업무 성취도에 있어서도 긍정적인 영향을 미친다.

둘째, 남성 고유의 자아존중감이 높을수록 심리적으로 안정되어 사회적인 승인에 대한 의존도가 적으며 의복의 심미성을 중요시하게 되어 외모 관리행동력이 높아진다.

본 연구의 분석 결과에 따라 자기 자신에 대한 외모평가와 신체만족도가 자아존중감과 높은 상관관계가 있음을 연구결과 확인하였으며 대인관계형성에도 유의한 영향을 준다고 규명하였다.

■ 중심어 : | 성인남성 | 신체이미지 | 외모관리행동 | 자아존중감 | 대인관계 |

Abstract

Be an important competitive appearance for both boys and girls in modern society, and highlight the importance of enhancing their appearance. Administrative activity is considered traditionally feminine behavior and appearance, almost all female is subject of a consumer market is continuing, and recognition, but since the 1990s. Gender role stereotypes and women's social activity due to changes in status and role of men and women affected. Accordingly, the men in the realm of women than it used to be a glass half full and inclusive attitude began to improve her appearance are also men, and well in yourself. Investing a lot of time and money to their appearance to describe behavior. Furthermore, workers men to appearance factor for the career achievement, such as promotion or salary competitiveness is gradually spreading awareness of social life on whose behalf the men. The halo effect for a positive image formation and desirable looks to be.

A Study on the self-wor

Second, the higher the self-esteem of psychologically stable social approval of the important aesthetic of clothing, is less dependent on increased manageability and clothing.

The study by analysis of the self respect persimmon and appearance for his own body satisfaction and a high correlation study and OK. Interpersonal and that a significant impact on the formation.

■ keyword : | Adult Male | Body Image | Appearance Management Behavior | Self-esteem | Personal Relations |

접수일자 : 2019년 03월 08일

수정일자 : 2019년 05월 02일

심사완료일 : 2019년 05월 13일

교신저자 : 안채윤, e-mail : cy811018@naver.com

I. 서론

인류의 역사는 의식주에 대한 요구와 더불어 아름다움을 추구하는 욕구가 공존해왔다고 볼 수 있다. 인류의 아름다움에 대한 욕구는 남녀 모두에게 중요한 욕구라 할 수 있는데 이러한 아름다움의 추구는 근대화와 산업화로 인해 남성이 추구하는 문화와 여성이 추구하는 문화가 다른 양상으로 전개되었다[1].

대부분의 소비시장의 주체는 여성이 주도하고 남성들은 주로 자동차 또는 전자제품 등 한정된 제품의 소비에만 관여한다는 인식이 최근까지 이어져왔으나 2000년 이후 자신을 가꾸는 남성들이 늘어남에 따라 남성들의 외모관련 제품시장이 급성장하고 있다.

특히, 남성외모관련 시장의 성장 및 확대는 20·30대의 젊은 남성들의 특정 계층이나, 특정부류의 남성들에 의해 시작되어 현재는 전 연령층으로 확산되고 있는 추세이다[2].

이는 [3-5]등의 기존논문에서 보듯이 남성들도 자신의 외모관리에 긍정적인 태도를 가지고 있으며, 미래에 경험하고 싶은 외모 관리로는 단순한 남성전용 화장품의 소비나 사용보다는 미용성형을 경험해보고 싶은 것으로 나타난 결과를 보더라도 남성의 외모에 대한 관심이 증가하고 있음을 알 수 있다.

또한 남성들의 외모관리 가치기준의 다양성과 이상적인 남성의 미의식에 대한 인식 변화는 또 다른 남성만의 이미지를 생산·확대시키고 있고[6], 남성 의복도 단순히 1차적인 생존 수단을 넘어 직접적으로 자기 이미지를 보완해주고, 상대방에게 좋은 인상을 심어 줄 수 있는 하나의 수단으로 생각하고 자신의 경제적인 능력을 표현 할 수 있으며, 자신의 사회적 지위와 직업을 간접적으로 표현하여 자신의 가치를 증대시키기[7] 위한 수단으로 여기고 있다.

Kaiser는 타인과의 의사소통에서 제시되는 정보들을 객관적이며 통합된 이미지로 지각하거나 이해하기 위해서는 상대의 신체적 외모와 의복이 갖는 고정관념뿐만 아니라 착용상태에서 느껴지는 맥락에 의존한다고 하였다[8].

기존 남성이미지에 대한 선행연구 결과에 의하면 주로 수행되고 있는 외모관리행동은 패션, 메이크업, 피부

관리, 다이어트, 몸매관리, 성형, 헤어스타일, 네일 등으로 한정 지을 수 있으며, 남성의 신체적, 사회적 특성이 반영되어 대상이나 연구주제만 달리하여 남성들의 외모관리에 대한 태도나 경험만을 조사했을 뿐 실제 남성의 이미지가 사회생활에서의 영향에 대한 연구는 부족하였다.

인간은 사회적 동물이고 혼자서는 살아갈 수 없는 존재로서 개인의 생각과 행동은 곧 조직이나 단체의 성과에 영향을 미칠 수밖에 없다.

특히 현대사회는 세대, 성별간의 경계가 모호해지는 현상이 있어 조직을 관리의 변화가 필요한 시기로 우리나라 남성들의 외모관리행동과 대인관계와의 관계를 규명하여 인적자원관리 차원에서의 활용을 위한 도구로 활용이 가능할 것으로 보인다.

따라서 본 연구에서는 기존 논문을 비교 검토하여 성인 남성을 대상으로 한 남성의 이미지와 외모관리행동과 자아존중감, 대인관계간의 연관성을 알아보고 남성들의 외모관리행동이 타인과의 행동에 미치는 영향과 자아존중감에 미치는 영향을 검증함으로써 조직이나 단체의 관리자들이 남성의 외모관리행동을 단순한 유행의 변화로 여기는 것이 아니라 조직의 유효성을 증대시키는 하나의 도구이자 매개적 요소로 사용할 수 있는 지에 대한 검증을 하고자한다.

II. 이론적 배경

1. 신체이미지의 개념

현대인에게 있어 신체는 자신을 인식시킬 수 있는 수단인 동시에 자신이 어떤 종류의 사회적 존재인지를 표현하며[9], 타인과의 상호 관계에서 자신의 존재를 평가 받는 속성으로 자신의 신체에 대한 지각과 평가는 매우 중요하며, 신체 이미지는 자신의 신체에 대한 경험을 통해 형성 되는 정신적 표상으로, 자신이 속한 주변 환경과의 상호작용을 통해 학습되어지는 것으로 신체에 경험으로부터 형성되는 주관적 심상으로 정의할 수 있다.

신체이미지는 자신의 외모나 신체기능, 건강상태 등 대한 느낌을 말하며[10], 이는 자신의 자아 중심개념을 표현하는 행위로서 자신의 신체적 경험을 통해 형성하

게 되는 정신적인 것으로 자신의 신체에 대한 인식과 태도를 포함하고 자신의 존재를 평가 받는 이유로 작용함으로 자신의 신체에 대한 지각과 평가는 타인과의 상호작용에 중요 요소라고 할 수 있다.

따라서 신체이미지는 신체에 대한 한 개인의 지각, 태도, 평가, 감정 및 반응으로 자신의 신체를 하나의 심리적 경험으로 받아들이는 것을 의미한다[11].

개인이 형성하는 신체이미지는 신체의 객관적인 모습보다는 자기의 신체를 어떻게 지각하고 평가하는가에 따라 달라지는 주관적인 것으로서 고정되어 있는 것이 아니라 평가기준과 생각이 변하면 신체이미지도 변하게 된다[12].

1.1 외모지향

신체이미지에 대한 요소는 3가지로 구분할 수 있는데 첫째, 개인의 신체에 대한 인식의 정도인 인지적 측면, 둘째, 신체의 크기나 각 신체부위 또는 전체에 대한 만족평가 혹은 태도와 같은 정서적 측면, 마지막으로 자신의 외모에 얼마나 관심을 가지고 있으며 얼마나 다양한 외모행동들을 보여주는가의 행동지향성 측면이다[13].

외모관리의 결과 타인으로부터 긍정적 반응을 받게 되면 자기를 타인에게 주목받는 중요한 사람, 능력 있는 사람으로 평가하게 되고 자기 자신에 대한 만족감을 갖게 됨으로 외모는 성공의 조건이나 사회적 지위 또는 부를 상징하는 기준이 될 만큼 사회관계활동에서 중요한 요소로 자리 잡고 있다[14].

신체이미지의 인지적, 행동적 차원인 외모지향성은 자신의 신체적 외모에 대해 얼마나 중요하게 여기는가, 얼마나 열중하고 관심을 갖는가, 그리고 외모를 유지하고 향상시키는데 얼마나 능동적이고 적극적 성향을 갖고 있는가를 의미한다[15].

1.2 외모평가

Cash는 신체이미지를 정서적, 평가적, 행위적인 면을 모두 포함하는 본인의 신체에 대한 주관적인 평가와 그와 관련된 감정과 태도까지를 아우르는 다차원적인 개념이라 정의 내렸고[16], 각 개인들은 날마다 자신의 신체 모습을 관찰하고, 외모와 신체에 대한 느낌을 더욱 의식하게 되며[17], 특정 문화권에서 지향하게 되는

이상적인 외모는 문화 구성원들이 자신의 외모를 창조하고 비교하기 위해서 사용되는 미적 기준에 의해 내면화되고 사회에서 이상적인 모습이 되기 위해 자신의 외모평가가 이루어진다고 하였다[18].

따라서 인간은 외모평가를 통해 자기 스스로 지향하는 외모를 갖기 위한 변화를 추구하며, 이를 통해 사회로부터 도태되지 않고 결속의 유지를 원하고 있으나[19], 신체나 외모에 대한 절대적인 평가기준이 존재하지 않기 때문에 그 사회의 외모에 대한 고정관념이나 사회문화적 가치관에 의해 영향을 받는다[20]

2. 외모관리행동의 개념

외모란 얼굴, 화장, 헤어스타일, 몸매, 의복 등 머리에서 발끝까지 보이는 시각적인 신체전체의 모습을 의미하며[21]. 그 외 의복, 화장, 안경, 체취와 같은 몸치장에 대한 측면들도 포함하는 것으로 이는 개인에 대한 인상에 영향을 미치게 된다.

인간의 외모는 커뮤니케이션의 한 형태로서 당사자의 정체감, 가치, 기분, 태도 등의 정보를 전달하므로 첫 인상에 중요한 영향을 미치게 된다[22].

과거에는 남성들은 외모가 부모로부터 주어진 것이라는 생각이 지배적이었으나, 현재는 외모를 스스로를 가꾸고, 변화시키고, 적극적으로 관리해야 하는 것으로 여기는 견해가 일반화 되고 있다[23].

외모의 중요성에 대한 인식의 확대는 현대사회에서 사회 전반에 걸친 '외모지상주의' 현상으로 나타나고 있으며, 성공을 하는데 있어서 외모관리의 중요성을 부각시키고 있으며, 특히 대중매체의 영향력 증대로 인하여 외모에 대한 관심이 빠르게 증대되어 각자가 원하는 이상적인 외모와 신체를 갖기 위하여 노력하는 현대인이 증가하고 있다[24].

미디어를 통한 사회적 비교나 주위로부터의 놀림, 유행 등에 의해 자신의 신체에 대한 불만족을 느끼게 되면 자신의 신체를 왜곡하여 부정적인 이미지를 갖게 되고, 이는 부정적인 신체이미지를 해소하고자 하는 욕구에 의해 이상적인 신체이미지에 도달하기 위한 노력을 하게 된다[25].

2000년대에 들어서 우리사회에서는 외모와 패션에 관심이 많은 남성들을 '메트로섹슈얼'이라고 칭하기 시

작했고 잇따라 ‘꽃미남’, ‘위버섹슈얼’, ‘크로스섹슈얼’, 등의 신조어가 등장했는데 이는 남성들이 자신의 외모를 관리하기 위한 행동이 증가하고 있다는 것을 보여주는 것이며, 화장품 업계도 송중기, 장근석 등 꽃미남 연인들을 내세워 남성 소비자들에게 어필하고 있으며 실제로 군인들의 머스트해브 아이템 중 하나가 위장크림이며 한국은 세계에 서 가장 앞서가는 남성 화장품 시장으로 성장하고 있다고 한다[26].

‘패션과 미용에 아낌없이 투자하는 남성’이란 의미인 ‘그루밍족’이라는 용어는 외모 가꾸기 행동인 패션과 미용은 물론이고 피부, 두발, 치아관리, 성형수술까지도 포함되는[27] 것이며, 최근 남성들은 자신의 외모를 관리하는 방법으로 자신의 의복과 관련된 행동과 헤어스타일의 변화를 추구하는 행동경향이 증가하고 있다.

3. 자아존중감의 개념

자아(self)란 사람들 개개인이 갖는 내적, 외적인 특성들 및 그에 대한 관념들을 포함하는 것으로, 지속성과 순간성을 동시에 갖는 역동적인 개념이다.

자아개념은 심리학적으로 ‘한 사람이 그가 자기 것이라 부를 수 있는 모든 것’으로 정의하였으며 이는 내재화된 사회적 규범을 기준으로 자기의 능력과 가치에 대한 평가를 하고 그 결과에 따라 자기에 대한 느낌을 갖게 되는 것을 자아존중감이라 한다[28].

자아존중감이 높은 사람일수록 자기 자신에 대하여 긍정적이고 자신이 가치 있고 보람 있는 삶을 영위하고 있다고 생각하며, 자신의 행동에 자신감을 가지게 된다 하였고, 반면 자아존중감이 낮은 사람은 자기가치에 대하여 회의적이며 자기를 무가치한 사람으로 인식하고 종종 불안을 느끼고 우울해하며 불행하다고 생각한다[29].

자아존중감은 사람의 심리적 측면에서 매우 중요한 역할을 하는 것으로 알려져 있고, 높은 자아존중감을 가진 사람은 심리적 어려움으로부터 자신을 효과적으로 보호할 수 있고, 주관적 안녕감이 높다는 연구결과도 있으며, 이러한 연구결과는 높은 자아존중감을 갖는 것이 전반적인 삶의 만족에 있어 중요한 조건이 된다는 것을 의미한다[30].

따라서 원만하고 성숙한 대인관계를 형성하기 위해

서는 자기 자신에 대해 긍정적으로 지각하는 것이 중요하다[31].

4. 대인관계의 개념

Heider는 대인관계는 일반적으로 두 사람 또는 소수의 사람들 사이에서의 관계를 의미하며[32], 개인이 타인을 어떻게 생각하고, 느끼고, 지각하고 있는지와 타인에 대해 어떠한 행위를 하며 타인으로부터 어떠한 행위와 생각을 기대하는지, 타인의 행동에 대해 어떻게 반응하는지에 대한 모든 측면을 포함한다고 하였다[33].

대인관계란 다른 사람을 대하는 보편적인 심리적 지향성으로 내적인 특성과 외적인 행동 간의 관계이며 타인에 대해 어떤 행위를 하는가, 또 타인에게 무엇을 기대하는가에 대한 심리적 지향성으로[34], 타인으로부터 사랑과 애정을 받고, 사회적 성취를 통한 인정과 존경을 받으며, 권력을 행사하고 타인을 지배하고자 하는 인간의 욕구로서 타인과의 관계없이 충족될 수 없는 것이다[35].

신체이미지의 외모지향은 외모 자신감, 심리적 의욕, 대인관계의 적극성, 업무의 자신감과 같은 다양한 형태로 심리적 안정감에 영향을 주고 자신의 신체에 관심이 높을수록 외모에 대한 자신감이 상승하며 모든 일에 의욕적이고 대인관계에 있어서도 적극적으로 행동하고 업무의 자신감도 높다는 연구결과가 있다[36].

III. 연구 방법

1. 연구 모형

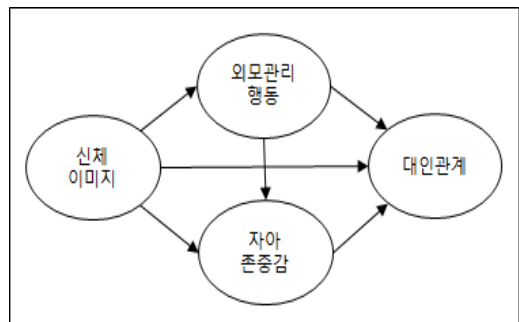


그림 1. 연구모형

본 연구는 우리나라 성인남성들의 신체에 대한 이미지에 관심이 따라 외모관리행동에 미치는 영향과 자아존중감에 미치는 영향에 관하여 연구하고자 하며, 아울러 이러한 행동들이 대인관계에 미치는 영향에 대하여 연구하고자 한다. 이를 위하여 연구모형은 [그림 1]과 같이 설정하였으며, 독립변수로 신체 이미지를 설정하고 신체이미지에 대한 태도가 대인관계에 영향을 미치는데 있어 외모관리행동과 자아존중감의 매개적 역할을 확인하고자 한다.

2. 조사대상

본 연구를 수행하는데 있어 측정된 자료는 SPSS와 AMOS를 이용하였으며, 자료 분석에 사용된 통계기법은 첫째, 성인남성 설문대상자의 인구통계학적 특성의 빈도분석, 둘째, 각 측정 변수의 요인분석 및 신뢰도 분석, 셋째, 각 변수들 간의 인과관계를 확인하기 위한 회귀분석을 실시하였다.

본 연구는 성인남성 150명을 대상으로 네이버오피스 설문지를 배포하여 자기기입식 설문조사를 실시하였다.

3. 연구 가설

3.1 신체이미지

3.1.1 신체이미지와 외모관리행동 관련 연구

남성의 신체이미지와 외모관리행동의 관계를 연구한 결과 신체 이미지는 외모관리행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이는 자신의 신체에 대해 긍정적인 생각을 가지고 만족하는 사람일수록 의복을 통해 자신의 성적매력을 발산하고, 사회적 지위 또는 신분을 나타내며, 외모지향성을 높게 인식하고 신체적 외모에 대한 의식이 증가할수록 외모관리행동이 증가한다고 하였다[37].

남자대학생의 신체이미지가 외모관리행동에 미치는 영향을 연구한 논문에서는 신체이미지를 신체만족, 외모지향, 외모평가로 분류하고, 외모지향 수준이 높아지면 헤어, 피부, 체형, 패션, 미용성형 등의 관리행동이 향상되었고, 외모평가 수준이 높아지면 패션관리행동이 높아진다고 하였다[38].

신체이미지의 하위요인 중 감정이미지는 자신만의 외모평가이고, 인지행동이미지는 사회적 평가를 의식하

여 행동하는 척도로써 외모관리행동에 영향을 미친다고 하였다[39].

연구결과 자신의 신체에 대해 긍정적 이미지를 지닌 대학생들이 그렇지 못한 대학생들에 비해 외모관리행동에서 보다 적극적인 행동을 보인다고 하였다[40].

외모지향 수준이 올라가면 체형관리행동과 패션관리행동이 향상되었고, 외모평가 수준이 올라가면 피부관리행동, 헤어관리행동, 체형관리행동, 패션관리행동이 높아지는 것으로 나타났다[41].

본 연구에서는 선행연구 결과를 바탕으로 신체이미지를 외모지향성과 외모평가의 두 하위요인으로 분류하고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 성인남성의 신체이미지는 외모관리행동에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

3.1.2 신체이미지와 자아존중감 관련 연구

외모에 대한 지각이 자아존중감을 예측하는데 있어서 가장 결정적 요인이며, 특히 청소년들의 전반적인 자아존중감은 신체 외모와 가장 높은 상관관계가 있다[42].

외적 매력에 대한 자신의 신체적 지각은 자아존중감 형성에 있어서 중요한 요인이며 외모만족도는 개인의 삶에 대한 만족을 결정짓는 중요한 요소 중의 하나라고 하였다[43].

신체이미지는 외모관리행동과 자아존중감에 영향을 미치며 신체에 대한 평가가 높을수록 자신에 대한 자아존중감도 높아지고 외모관리행동도 더 적극적으로 하기 때문에 신체이미지에 대한 올바른 인식과 신체에 대한 평가를 높여 자아존중감을 높이는 것이 중요하다고 하였다[44].

본 연구에서는 선행연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2: 성인남성의 신체이미지는 자아존중감에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

3.1.3 신체이미지와 대인관계 관련 연구

외모불만족 수준이 높을수록 대인관계의 불안정도가 높다는 연구 결과가 있으며[45], Cash와 Pruzinsky도

외모에 불만을 가진 대학생은 사회적으로 위축되고 사회생활에서 타인들에게 좋은 대우를 받지 못하게 된다고 함으로써 외모만족도와 대인관계가 상관관계가 있음을 주장하였다[46].

Dion은 외모에 만족하는 사람이 그렇지 않은 사람보다 더 사교적이고, 따뜻하고 심리적으로 안정되어 있으며, 자기 자신을 재미있고, 지적이고, 직업적으로 성공할 것으로 지각한다고 하여 우울, 자기효능감이 외모만족도 등이 사회생활 및 대인관계에 영향을 미친다는 것을 규명하였다[47].

신체적 매력인식 수준이 높을수록 자아수용, 삶의 목적, 긍정적 대인관계, 환경에 대한 지배력, 자율성, 심리적 안정감이 향상되며 외모관리행동의 빈도수가 높을수록 개인적 성장에 대한 심리적 안정감이 향상된다는 연구결과도 있다.

사람들과 어울림을 좋아하고 친구를 쉽게 사귀는 사람들은 자신의 신체에 대해 긍정적으로 평가하고 외모 지향적인 태도를 가지며, 외모적 신체에 대하여 높게 인식하는 남성은 의복을 통해 자신의 체형을 보완하고 성적매력과 관심을 유도하며, 사회적 신분과 지위를 표현하기 위한 방법으로 의복을 선택하려는 행동을 한다고 하였다[48].

본 연구에서는 선행연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3: 성인남성의 신체이미지는 대인관계에 긍정적인 영향을 미칠 것이다

3.2 외모관리행동

3.2.1 외모관리행동과 대인관계의 관련연구

외모는 자기 자신을 표현하는 중요한 경쟁력이며, 외모에 대한 노력은 자신을 새롭게 지각하고 발전시키는 계기가 되며, 외모를 통해 타인의 성격, 호감도, 이미지, 느낌, 취향, 생각, 지위 및 직업을 파악할 수 있다[49].

신체외모는 자신에 대한 타인의 평가에 있어서 중요한 요소로 인식되기 때문에 단순히 겉으로 보여 지는 모습에서 벗어나 개인의 사회적 성공조건이 되거나 사회적 지위와 부를 상징하는 기준이 되는 총체적인 의미를 전달하는 수단이 되기도 한다[50].

지난 몇 년간 기하급수적으로 늘어나고 있는 남성 외모관련 산업과 이에 대한 관심을 이해하기 위해서는 남성외모관리행동에 대한 새로운 시각이 필요하며, 단순한 취미생활이나 미를 향한 욕구 뿐 만 아니라 사회적 관계에서 남성의 외모도 자신만의 강점으로 인식되고 있기 때문이라고 할 수 있다.

현대 사회에서 외모 관심도는 자신을 표현하기 위한 하나의 수단이자 도구이며, 외모는 대인 관계에서 자신의 이미지를 인식 시키는데 큰 역할을 하여[51], 외모에서 좋은 인상을 받았을 경우 그 사람의 다른 특성까지 좋게 평가하게 되는 후광효과는 대인관계에 있어 처음 만나는 사람의 평가에 중요한 영향을 미친다[52].

본 연구에서는 선행연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 4: 성인남성의 외모관리행동은 대인관계에 긍정적인 영향을 미칠 것이다

3.2.2 외모관리행동과 자아존중감의 관련 연구

사회적 비교이론에 의하면 사람들은 사회적 비교를 통하여 준거집단 내의 외모의 기준을 관찰하고 다이어트, 화장품 사용 등의 외모관리행동을 통하여 외모의 매력성을 증가시키며 그로 인한 자아존중감 향상과 사회적 이점을 얻게 된다고 하였다.

Aune은 외모관리는 자존심의 상승에 기여하며 타인들과 만남에서 긍정적인 인상을 발달시킬 것이라고 보았고[53], 남성들이 외모를 가꾸는 이유는 자기만족이 제일 높게 나왔으며 그 다음이 이성에게 호감을 얻기 위해서, 남들이 외모에 관심이 높기 때문에, 취업에 성공하기 위해서 순으로 나타났다.

신효정은 성형수술을 받은 대다수는 수술결과에 만족하고 수술로 변화된 외모에 긍정적인 느낌을 가지고 있으며, 자아존중감 향상, 우울증과 불안의 감소, 인간관계 향상을 나타낸다고 밝히고 있다[54].

본 연구에서는 선행연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 5: 성인남성의 외모관리행동은 자아존중감에 긍정적인 영향을 미칠 것이다

3.3 자아 존중감과 대인관계의 관련연구

Branden은 자아존중감은 인간의 행동과 생활 적응 문제에 영향 및 건전한 성격발달, 정신건강에 기반이 되어 사회생활에 있어 가장 중요한 대인관계를 원만히 유지시키기 위한 필수 요건이라 하였다[55].

자아존중감이 높은 사람은 자기 자신과 타인을 잘 수용하고 타인의 능력과 자신의 능력을 잘 인식하며, 주위환경이나 사회적 관계에서 안정감을 느끼고 소속감을 가질 뿐만 아니라 자신감을 가지고 문제에 도전하여 성취감이 높다.

자아존중감은 자기 자신을 보는 방법과 신체적 특징, 학습능력, 재능, 기능, 성격 특성, 집단 속에서의 지위 등과 같은 개인적 특성에 관하여 자기 자신을 생각하는 방법의 기초라고 하였다[56].

외모로 인해 자신감을 잃게 되면 일상생활과 대인관계에도 부정적 영향을 미치게 되는 것은 선행 논문들의 연구 결과처럼 신체적 매력과 자아존중감이 밀접한 연관이 있기 때문이다.

매슬로우에 의하면 자아존중감은 인간의 5가지 욕구 중의 하나로 자신이 관심, 인정, 존경받을 존재라고 스스로 느끼는 감정으로 사랑과 소속감의 욕구와 밀접한 관계가 있다고 하였으며, 대부분의 인간은 안정되고, 자기 자신이 좋은 평가를 받기 원하며 자기 자신을 존경하거나 존중하고 다른 사람으로 부터도 존중받기를 원한다고 하였다[57].

즉, 외모와 자아존중감은 상호의존적 관계이고, 사회적 상호작용 시 외모관리를 통해 타인으로부터 긍정적인 반응을 받게 됨으로써 자기 스스로를 타인에게 인정을 받는 중요한 사람, 능력이 있는 사람이라는 평가를 스스로 하게 되어 자기에 대한 만족감을 가지게 되는 것이다[58].

본 연구에서는 선행연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 6: 성인남성의 자아존중감은 대인관계에 긍정적인 영향을 미칠 것이다

IV. 연구 결과

1. 인구통계분석

표 1. 인구통계분석

	구분	빈도	%
연령	21~30세 이하	17	11.3
	31~40세 이하	64	42.4
	41세 이상	70	46.4
	전체	150	100.0
학력	고졸이하	50	33.1
	대학교 졸(재학)	42	27.8
	대학원졸업(재학)이상	31	20.5
	전문대졸(재학)	28	18.5
	전체	150	100.0
결혼유무	기혼	83	55.0
	미혼	68	45.0
	전체	150	100.0
직업	공무원	2	1.3
	교사	4	2.6
	기타	29	19.2
	자영업	42	27.8
	전문직	25	16.6
	학생	1	0.7
	회사원	48	31.8
	전체	150	100.0

본 설문에 응답한 응답자는 40세 이상이 46.4%, 30대가 42.4%로 30대 이상의 성인남성으로 구성되었으며, 학력으로는 전문대학교 졸업이상이 66.9%를 차지하고 있으며, 기혼자가 55.0%, 미혼이 45.0%이며, 직업으로는 자영업이 27.9%로 가장 많았다.

2. 요인분석 및 신뢰도 분석

2.1 신체이미지

신체이미지 척도는 고선형[59]이 검증한 문항 중 외모지향성 5문항, 외모평가 5문항으로 구성하여 “전혀 그렇지 않다” 1점에서부터 “매우 그렇다” 5점 Likert 척도로 조사하였고, 점수가 높을수록 신체이미지에 대한 관심도가 높은 것을 의미한다. 분석결과 각 하위요인은 연구 설계와 같이 2개의 요인으로 묶였으며 각 요인의 신뢰도는 외모지향성이 Cronbach's $\alpha=.832$, 외모평가가 Cronbach's $\alpha=.724$ 로 나타났다.

표 2. 신체이미지 변수의 요인분석과 신뢰도

	외모 지향성	외모 평가	고유값	분산설명 (%)	α
신체이미지1	0.856	0.234			.832
신체이미지2	0.841	0.201			
신체이미지4	0.781	0.001			
신체이미지3	0.762	0.247			
신체이미지5	0.643	-0.092			
신체이미지15	-0.158	0.819			.724
신체이미지14	0.057	0.785			
신체이미지13	0.357	0.673			
신체이미지12	-0.085	-0.628			
신체이미지11	0.402	0.552			

추출 방법: 주성분 분석.
회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

2.2 외모관리행동

외모관리행동 척도는 강평미[60]의 연구에서 사용한 문항 중 의복관리행동 8문항, 헤어관리행동 8문항을 사용하여 신체이미지 척도와 마찬가지로 Likert 척도로 조사하였으며, 분석결과 총 16개 문항 중 공통성 0.5이하, 요인적재량 0.5이하 등 기준 값에 미달되는 문항과 타당하지 않게 적재된 문항 등을 선별한 결과 총 6개의 문항을 삭제하고 최종 10개의 문항을 분석에 사용하였다. 외모관리행동 변수의 요인분석 및 신뢰도 분석결과 각 하위요인은 연구 설계와 같이 2개의 요인으로 묶였으며 각 요인의 신뢰도는 의복행동이 Cronbach's $\alpha=.872$, 헤어관리행동이 Cronbach's $\alpha=.754$ 로 나타났다.

표 3. 외모관리행동 변수의 요인분석과 신뢰도

	의복행동	헤어관리 행동	고유값	분산설명 (%)	α
외모관리행동13	0.806	0.234	3.04	33.67	.872
외모관리행동14	0.741	0.201			
외모관리행동16	0.731	0.001			
외모관리행동15	0.682	0.247			
외모관리행동9	0.623	-0.092			
외모관리행동2	-0.158	0.699	2.49	28.03	.754
외모관리행동8	0.057	0.645			
외모관리행동7	0.357	0.573			
외모관리행동4	-0.085	0.548			
외모관리행동3	0.402	0.532			

추출 방법: 주성분 분석.
회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

2.3 자아존중감

외모관리행동 척도는 강평미[60]의 연구에서 사용한 10문항을 사용하여 Likert 척도로 조사하였으며, 분석결과 총 10개 문항 중 공통성 0.5이하, 요인적재량 0.5 이하 등 기준 값에 미달되는 문항과 타당하지 않게 적재된 문항 등을 선별한 결과 총 3개의 문항을 삭제하고 최종 7개의 문항을 분석에 사용하였다. 자아존중감 변수의 요인분석 및 신뢰도 분석결과 1개의 요인으로 묶였으며 각 요인의 신뢰도는 Cronbach's $\alpha=.893$ 로 나타났다.

표 4. 자아존중감 변수의 요인분석과 신뢰도

	자아 존중감	고유값	분산설명 (%)	α
자아존중감6	0.833	3.45	55.81	.893
자아존중감1	0.786			
자아존중감7	0.768			
자아존중감5	0.761			
자아존중감2	0.754			
자아존중감3	0.733			
자아존중감4	0.701			

2.4 대인관계

대인관계척도는 고선형[59]이 검증한 총 25개의 문항을 사용하여 Likert 척도로 조사하였으며, 분석결과 설문문의 구성과 같이 7개의 하위요인으로 나뉘었으며 신뢰도 계수인 Cronbach's α 가 모두 0.6 이상으로 나타났다.

표 5. 대인관계 변수의 요인분석과 신뢰도

하위 요인	문항	고유값	분산설명 (%)	α
만족감	1,2,3,4	3.52	17.65	.791
의사소통	9,14,18,19	2.55	12.78	.765
신뢰감	15,23,24	2.61	11.03	.721
친근감	5,11,16	2.42	10.85	.695
민감성	6,19	2.75	13.05	.773
개방성	12,17,20,21,22	3.66	18.27	.805
이해성	7,8,13,25	3.48	17.36	.785

추출 방법: 주성분 분석.
회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

3. 연구모형의 검증

확인적 요인분석으로 최대우도법을 적용하여 측정모형을 분석한 결과 요인부하량이 모두 .50 이상이고 z값과 p값이 통계적으로 유의하였다. 확인적 요인분석으로 확인된 변수로 전체 연구모형을 검증한 결과 전반적인 모형의 적합도 지수인 $X^2=168.325$, $df=82$, $TLI=.976$, $CFI=.975$, $RMSEA=.045$ 로 각 지수가 분석에 적합한 모형으로 평가되었고, 각 경로계수에 대한 검증결과는 표에 제시한 바와 같이 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

표 6. 연구모형의 경로계수

변수간 경로		B	β	S.E	t
신체 이미지	→ 외모관리행동	.254	.533	.042	5.728***
	→ 자아존중감	.401	.621	.062	6.112***
	→ 대인관계	.653	.521	.139	1.976**
외모 관리행동	→ 대인관계	.542	.385	.128	2.065**
	→ 자아존중감	.423	.331	.114	2.005**
자아 존중감	→ 대인관계	.531	.464	.071	4.984***
신체 이미지	→ 외모지향	1.279	.717	.202	6.310***
	→ 외모평가	1.000	.499		
외모관리행동	→ 의복행동	1.000	.748		
	→ 헤어관리행동	1.059	.908	.505	21.493***
대인관계	→ 만족감	1.000	.769		
	→ 의사소통	1.106	.908	.071	14.857***
	→ 신뢰감	.876	.703	.062	15.352***
	→ 친근감	.985	.810	.061	15.863***
	→ 민감성	.943	.681	.067	14.145***
	→ 개방성	.1009	.835	.062	15.987***
	→ 이해성	1.029	.829	.064	15.674***

설문분석결과 본 연구에서 설정한 가설은 모두 유의한 결과를 나타냈으며, 특히 신체이미지가 외모관리행동에 미치는 영향력은 β 값이 .633으로 매우 높게 나타났다.

가설	내용	결과
1	신체이미지는 외모관리행동에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
2	신체이미지는 자아존중감에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
3	신체이미지는 대인관계에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
4	외모관리행동은 대인관계에 긍정적 영향을 미칠 것이다	채택
5	외모관리행동은 자아존중감에 긍정적 영향을 미칠 것이다	채택
6	자아존중감은 대인관계에 긍정적 영향을 미칠 것이다	채택

V. 결론 및 제언

본 연구는 성인남성의 신체이미지가 외모관리행동과 자아존중감에 미치는 영향정도와 최종적으로 대인관계에 영향을 미치는지를 파악하는데 목적을 두고 진행되었다.

연구결과 첫째, 우리나라 성인남성은 자신의 신체이미지에 대한 지각이 외모관리행동, 자아존중감, 대인관계에 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

외모 지향적이고 자신의 외모를 평가하는 수준이 높을수록 의복의 관리나 헤어관리행동에 적극적인 것으로 나타나 우리나라 성인 남성들도 과거와는 달리 자신의 외모를 가꾸고, 투자를 아끼지 않는 것으로 나타났으며, 이는 자기 자신을 소중히 하고 대인관계에서의 자신감을 갖는 성향으로 파악되었다.

과거 외모에 관심을 가지는 남성들이 동료들로부터 외면당하고 그들의 행동이 폄하되던 사회적 풍토와는 달리 외모도 경쟁이라는 말을 실감할 수 있는 결과라고 할 수 있다.

특히, 조사대상 중 40세 이상의 응답자가 46.4%인 상황에서의 결과로 미루어 볼 때 남성의 외모관리는 더 이상 젊은 남성들에게서 일어나는 현상이 아닌 전 연령대에 걸쳐서 일어나는 사회 현상으로 인식하여야 하며 이러한 결과는 우리나라의 미용업계나 화장품업계, 의류업계의 종사자들에게 시사 하는 바가 크다고 할 수 있다.

둘째, 외모관리행동이 자아존중감과 대인관계에 미치는 영향은 모두 긍정적인 것으로 분석되었다.

외모관리행동에 적극적인 성향을 가진 남성일수록 자아를 존중하고 대인관계에서도 자신감을 가지고 있는 것으로 분석되었다.

개성이 존중되고 다양성을 화두로 하는 현재의 시대 상황을 비추어 볼 때 남성과 여성에 대한 획일적인 관념, 젊은 사람과 나이든 사람에 대한 사회적 통념을 넘어 누구든 자신을 돋보이게 하는 의복의 선택과 헤어관리 행동을 통해 자신감을 갖고 그 결과 사회생활에서의 대인관계에 대한 자신감을 갖는 의식이 사회전반에 확산되고 있는 것이다.

셋째, 자아존중감이 대인관계에 미치는 영향력이 긍

정적이며, 통계학적으로 유의하게 나타났다.

외모에 대한 자신감과 더불어 자기 자신에 대한 내적 자신감이 대인관계에서 중요한 역할을 한다는 것을 확인할 수 있었으며, 자기 자신을 가치 있는 사람이라고 생각하고 자기 자신에 대한 긍정적인 마인드를 가지고 있는 사람들은 대인관계에서도 자신감을 갖고 있는 것으로 분석되었다.

넷째, 신체이미지의 하위변수에서는 외모지향, 외모 관리행동의 하위변수에서는 헤어관리행동, 대인관계의 하위변수에서는 의사소통과 이해성이 가장 높은 영향 관계를 나타내었다.

자신의 외모를 평가하기보다는 자신의 외모에 자신감을 가지고 있는 사람일수록 더욱 적극적인 외모관리 행동을 하고 이는 타인과의 의사소통에 자신감을 갖게 되고, 타인을 이해하는 성향이 높은 것으로 평가할 수 있다.

자신의 신체에 대한 긍정적인 이미지는 자아존중감은 물론 대인관계에 긍정적인 영향을 미친다는 것은 내부적 만족감이 외부적 행동에 영향을 미친다는 것으로 인적자원관리 차원에서 볼 때 조직원의 역량강화를 통한 조직의 역량증대를 추구하는 기업은 조직원 개인이 자신의 신체이미지를 개선하는데 지원함으로써 조직의 전체역량을 증대시키는 결과를 가져올 수 있다는 점을 인식하여 이를 조직역량강화에 활용할 수 있을 것이다.

본 연구는 통계학적으로 문제는 없으나 151명이라는 적은수의 응답자를 대상으로 연구가 진행되었다.

151명의 응답자로부터 얻은 결과를 우리나라 모든 성인남성들의 성향을 대표하는 데는 부족한 점이 있으나, 각 변수들 간의 관계성을 검증하는 것에 초점을 맞추어 연구를 진행하였다.

향후 조사대상을 확대하여 지역적, 연령별로 충분한 응답자를 확보한다면 더욱 심층적인 연구가 가능할 것이다.

또한 본 연구는 인터넷 시스템을 활용하여 사이버공간에서 설문을 생성하고, e-mail, SNS, 카카오톡 등을 활용하여 설문을 회수하여 전자기기에 익숙한 성향을 가진 응답자의 참여율이 높았다.

보통의 경우 전자기기, 최신 커뮤니케이션 도구에 친숙한 사람일수록 혁신적인 성향이 강하고, 유행 선도적

성향이 강하여 외모 지향적 행동에 더 적극적인 성향을 나타냈을 가능성을 배제할 수 없을 것이다.

또한 연구가설이 모두 채택된 것은 기존연구에서 검증된 설문을 인용하는 과정에서 일반적이고 보편타당한 변수로 연구모형이 구성된 한계를 지닌 것으로 판단된다.

향후에는 설문회수 방법과 조사방법을 다양화 하여 다양한 계층의 폭넓은 조사가 이루어진다면 좀 더 의미 있는 연구가 될 것이다.

참고 문헌

- [1] 박수진, *남성의 패션, 헤어스타일, 피부, 신체이미지에 관한 유형 분석*, 충남대학교 의류학과, 박사학위논문, 2006.
- [2] 한국경제신문, "화장하는 男다른 男", 2005년 4월 12일.
- [3] 우지영, *20·30대 남성의 라이프 스타일에 따른 메트로섹슈얼 성향과 외모관리행동*, 경희대학교 대학원, 석사학위논문, 2005.
- [4] 김민정, *라이프 스타일에 따른 미혼직장남성 소비자의 외모가치와 외모관리 소비행동*, 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문, 2012.
- [5] 이은희, "대학생의 외모관련행동과 라이프 스타일에 관한 연구," 한국생활과학회지, 제16권, 제3호, pp.665-676, 2007.
- [6] 류지원, *남성착용자의 의복 격식차림, 메이크업, 헤어스타일의 인식효과*, 충남대학교 대학원 의류학전공, 박사학위논문, 2005.
- [7] E. B. Hurlock, "The psychology of dress: An analysis of fashion and its motive," New York: Arno Press, pp.35-36, 1976.
- [8] S. B. Kaiser, *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context (2nd ed.)*, New York: Macmillan Publishing Co., 1990.
- [9] R. Harre, *Physical Being. A Theory for a Corporeal Psychology*, Oxford: Black well, 1991.
- [10] J. G. McCarthy, *Plastic Surgery Saunders Comoany*, pp.1-6, 1990.

- [11] 조지숙, *청소년의 신체상·신체적 매력, 신체상의 왜곡과 자아존중고의 관계*, 익산대학교 대학원, 석사학위논문, p.12, 1992.
- [12] 성영신, 박은아, 우석봉, *광고에 나타난 신체가치관 연구*, 광고연구, Vol.43, p.33, 1999.
- [13] 임숙자 외, *현대 의상사회 심리학*, 서울:수학사, pp.58-59, 2009.
- [14] 임숙자 외, *현대의상사회 심리학*, 서울 :수학사, 2002.
- [15] 이수경, *사춘기 여학생의 신체장애에 따른 신체이미지 및 자아존중감, 의복태도 형성모델*, 연세대학교, 박사학위논문, 2003.
- [17] 류현혜, *노년여성의 개인적·사회적 자아의식과 외모관리행동과의 관계*, 대구가톨릭대학교 대학원원, 박사학위논문, 2007.
- [18] 문혜경, *심리적 특성과 의복태도 및 화장도와의 관계*, 대구가톨릭대학교, 석사학위논문, 2002.
- [19] 문희정, *중년여성의 외모지향성 및 외모평가와 피부건강관리태도에 대한 연구*, 충남대학교 대학원 의류학과, 석사학위논문, 2010.
- [20] 이미숙, *송경자, 태도적 신체이미지 성형태도에 따른 의복행동*, 한국생활과학회지, 2009.
- [21] 이인자, 이경희, 신효정, *의상심리*, 교문사, 서울, pp.292-344, 2001.
- [22] 류지원, *남성착용자의 의복 격식차림, 메이크업, 헤어스타일의 인상효과*, 충남대학교 대학원 의류학과, 박사학위논문, 2005.
- [23] 임인숙, "남성의 외모관리 허용 수위와 외모불안 시대," 한국 사회학, Vol.39, No.6, pp.87-118, 2005.
- [24] 안미나, *20-40대 남성의 외모관리 기대가치에 따른 의복추구해택과 영향요인*, 연세대학교 대학원, 석사학위논문, 2016.
- [25] S. B. Kaiser, "The social psychology of clothing: symbolic appearance in context," Newyork:Macmillan Publishing Company, pp.157-167, 1990.
- [26] 이은선, 안정선, "남성 잡지 광고의 섹슈얼 이미지 내용분석," 한국콘텐츠학회논문지, 제13권, 제7호, pp.80-90, 2013.
- [27] 김혜성, *대학생의 가치체계와 그루밍 태도의 유형에 대한 연구*, KOBACO광고연구, No.81 pp.106-129, 2008.
- [28] W. James, *Textbook of psychology*, New York, Mcgraw-Hill, 1890.
- [29] R. F. Baumeister and D. M. Tice, "Self-esteem and respons to success and failure: Subsequent performance and intrinsic motivation," Journal of Personality, Vol.53, pp.450-467, 1985.
- [30] E. Diener, E. M. Suh, R. Lucas, and H. Smith, "Subjective well-being : three decades of progress," Psychological Bulletin, Vol.125, pp.276-302, 1999.
- [31] 김희숙, 박완주, 하태희, "간호대학생의 대인관계에 영향을 미치는 요인," 한국간호교육학회지, Vol.12, No.2, pp.229-237, 2006.
- [32] F. Heider, "The psychology of interpersonal relations," New York : Wiley, 1958.
- [33] 안병희, *대인관계 적절성과 성향검사의 타당도 연구*, 연세대학교 대학원, 박사학위논문, 1985.
- [34] F. Heider, "The psychology of interpersonal Relations," New John Wiley & Sons Inc, (1964).
- [35] M. Argyle, *The psychology of interpersonal Behaviour Harmondsworth*, Penguin, 1983.
- [36] 장혜선, *신체이미지와 외모관리행동이 심리적 안정감에 미치는 영향*, 서경대학교, 박사학위논문, 2014.
- [37] 신연옥, *남성 외모관리행동의 영향*, 연세대학교 대학원, 석사학위논문, 2006.
- [38] 안채리, *남자대학생의 신체이미지와 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향*, 서경대학교 미용예술대학원, 석사학위논문, 2011.
- [39] 정문주, *청소년의 신체 지각차이와 신체 이미지가 신체 관리행동과 자아존중감에 미치는 영향*, 한양대학교 대학원, 석사학위논문, 2013.
- [40] 이현주, *대학생의 이미지 평가 및 이미지형성이 진로 자기효능감 향성에 미치는 영향 분석*, 인하대학교 대학원, 박사학위논문, 2008.
- [41] 이정하, *외모에 대한 사회문화적 압력이 남녀의 신체 불만족과 제품구매에 미치는 효과*, 부경대학교 대학원, 석사학위논문, 2016.
- [42] S. Harter, Self and identity development, In S. Feldman & G. Elliott(Eds.), At the threshold: The developing adolescent, Cambridge, MA: Harvard University Press, pp.352-387, 1990.
- [43] V. C. Alfonso, D. B. Allison, C. E. Rader, and B. S. Gorman, "The extended satisfaction with life scale: Development and psychometric

properties,” Social Indicators Research, Vol.38, No.3, pp.275-301, 1996.

[44] 이현서, *MBTI 성격유형별 외모관리와 신체만족도 및 신체이미지 관심도*, 계명대학교 대학원, 박사학위논문. 2011,

[45] T. F. Cash, E. W. Cash, and J. W. Butter, “Mirror, mirror, on the Wall?: contrast effects and self-evaluation of physical attractiveness,” *personality and Social Psychology*, Vol.9, No.3, pp.351-358, 1983.

[46] T. F. Cash and T. Pruzinsky, *Body Image: development, deviance and Change*, New York: The Guilford Press, 1990.

[47] K. K. Dion, *Physical attractiveness. sex roles and heterosexual attraction*, In M, Cook(Ed). *The Bases of Human Sexual Attraction* Toronto Academic Press. 1981.

[48] 신연옥, *남성 외모관리행동의 영향*, 연세대학교 대학원, 석사학위논문, 2006.

[49] 신호정, *현대 여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구*, 건국대학교 대학원, 박사학위논문, 2002.

[50] Susan B. Kaiser, *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context*, NY : Macmillan Publishing Company, p.194, 1990.

[51] 장혜영, *여성 공무원의 외모관리 인식과 관리행동에 관한 연구*, 숙명여자대학교 원경대학원, 석사학위논문, 2012.

[52] 홍성임, *소득에 따른 중년층의 외모관리에 관한 연구*, 성신여자대학교 대학원, 석사학위논문, 2007.

[53] R. K. Aune and K. S. Aune, “The influence of culture, gender, and relational status on appearance management,” *Journal of Cross Cultural Psychology*, Vol.25, No.2, pp.258-272, 1994.

[54] 이인자, 신호정, “외모지각이 구매행동에 미치는 영향에 관한 질적 연구,” *한국의류학회지*, 2002.

[55] N. Branden, *The six pillars of self-esteem*, New York: Bantam Books, 1994.

[56] F. L. Schuster, 1. Phylum Rhizopoda. In L. Margulis et al.(eds). *Handbook of Protoctista*: pp.3-18, 1990.

[57] 류형택, *중년남성이 자아존중감에 영향을 미치는*

요인에 관한 연구, 명지대학교 사회복지대학원, 석사학위논문, 2006.

[58] 조선영, *성인여성의 생활연령과 지각연령의 차이가 외모관리행동 및 자아존중감에 미치는 영향*, 호서대학교 대학원, 박사학위논문, 2014.

[59] 고선형, *성인의 자아존중감, 외모관리행동 및 신체이미지가 대인관계에 미치는 영향*, 한서대학교 대학원, 박사학위논문, 2015.

[60] 강평미, *사회성, 신체이미지, 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향*, 충남대학교 대학원, 박사학위논문, 2016.

저 자 소 개

안 채 윤(Chae-Yun An)

정회원



- 2015년 8월 : 건국대학교 향장미용학과 석사 졸업
- 2019년 현재 : 건국대학교 일반대학원 휴먼이미지학과 박사 수료
- 현재 : 더채움 비즈니스 매니지먼트 대표

<관심분야> : 이미지메이킹, 고객만족서비스