

# 성 지향 및 심리적 특성과 신체장식에 관한 연구

이 은 실\* · 이 명 희

성신여자대학교 의류학과

최근에 들어서 사회학적 차원과 마케팅 차원 등에서 동성애자들의 문화클 이해하려고 하며, 그들을 중요한 소비자로 인식하는 추세가 증가하고 있다. 의류학에서도 동성애자를 하나의 하위문화로 수용하여, 그들의 독특한 외모에 대하여 연구하려는 시도가 있어 왔다. 그러므로 현재 전세계적으로 동성애에 대한 논란이 정치, 경제, 문화 등의 여러 분야에서 일고 있어 그들의 외모를 일반인들과 비교하여 연구하는 것이 필요시 된다. 따라서 본 연구에서는 20, 30대의 이성애자와 동성애자 남성을 대상으로 하여 불안 및 자아존중감의 심리적 특성과 신체장식과의 관계를 비교하고자 한다.

본 연구의 목적은 남성의 성 지향 및 인구통계적 특성에 따른 헤어스타일 선호도, 화장품 사용도의 차이를 파악하고, 불안 및 자아존중감과 헤어스타일 선호도 및 화장품 사용도와의 관계를 규명하는 데 있다.

연구방법은 조사연구방법으로 질문지법을 실시하였다. 피험자는 서울 및 서울 근교에 거주하는 20~30대 성인 남성 중 이성애자 372명, 동성애자 183명을 대상으로 하였으며, 이성애자는 편의표집을, 동성애자는 유의표집을 하였다.

자료분석은 빈도분포, 백분율, t-검증, Pearson의 적률상관관계, 이원변량분석, 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증을 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

헤어스타일 선호도는 동성애자가 이성애자보다 스포츠형, 단발머리형, 귀앞 꼬리머리형, 탈색 및 염색한 헤어스타일을 더 선호하였고, 20대가 30대보다 단발머리형, 귀앞 꼬리머리형, 탈색 및 염색한 헤어스타일을 더 선호하였다. 전체적으로 볼 때 20, 30대 남성은 스포츠형과 일반형을 가장 선호하였다. 스포츠형과 긴머리형은 성 지향과 연령에 따른 상호작용효과가 있었다. 즉 스포츠형 헤어스타일 선호는 동성애자의 경우 연령에 따른 차이가 있어 30대가 20대보다 스포츠형을 더 선호하였고, 이성애자는 연령에 관계없이 고른 분포를 보였다. 긴 머리형 헤어스타일은 모두 싫어하는 편이었으나 이성애자의 경우는 20대가 더 싫어하였고, 동성애자는 30대가 더 싫어하여 두 집단의 상반된 결과를 보였다.

화장품 사용도 중에서 향수, 색조 화장품, 머리 미용품은 동성애자가 이성애자보다 더 많이 사용하였고, 기초 화장품 사용은 두 집단의 차이가 없었다. 또 20대는 30대보다 머리 미용품 사용도가 더 높았다. 전체적으로 남성들은 기초 화장품과 머리 미용품의 사용도가 높아 헤어 젤, 무스 등이 최근에는 치장하는 품목이 아닌 일반적인 생활용품으로서 인식되고 있음을 알 수 있었다.

직업에 따른 헤어스타일 선호도는 유의한 차이가 있어, 이성애자의 경우 전문직이 일반 머리형을 가장 선호하였다. 귀앞 꼬리형은 동성애자 집단에서 직업에 따른 유의한 차이가 있어 서비스·판매직이 가장 선호하였다. 탈색 및 염색은 이성애자의 경우는 서비스·판매직과 학생 집단이 가장 선호하였고, 동성애자는 전문직과 학생 집단이 가장 선호하였다. 한편 동일한 직업 집단에서 성 지향에 따른 헤어스타일 선호도를 조사한 결과 사무직의 경우 스포츠형은 동성애자가 이성애자보다 더 선호하였고, 전문직 집단에서 일반 머리형을 이성애자가 동성애자보다 더 선호하였다. 서비스·판매직과 학생 집단에서는 귀앞 꼬리형을 이성애자보다 동성애자가 더 선호하였으며, 탈색 및 염색 머리는 전문직과 학생 집단에서 동성애자가 이성애자보다 더 선호하였다.

직업에 따른 화장품 사용도의 차이에서 동성애자의 경우 서비스·판매직은 색조 화장품을 가장 많이 사용하였고, 사무직은 색조 화장품의 사용도가 가장 낮았다. 이성애자는 직업에 따라 화장품 사용도의 차이가 없었다. 한편 동일한 직업에서 성 지향에 따른 화장품 사용도를 조사한 결과 학생 집단의 경우 동성애자가 이성애자보다 향수의 사용도가 더 높았다. 전문직과 서비스·판매직 집단에서는 동성애자가 이성애자보다 색조 화장품의 사용도가 더 높았다.

이성애자의 경우 능력 불안과 기타 정서 불안이 높을수록 헤어스타일 중에서 귀앞 꼬리머리형을 선호하였고, 색조 화장품의 사용도가 높았다. 자아존중감이 높을수록 스포츠형, 일반 머리형, 단발머리형을 선호하였으며, 기존 화장품, 향수, 머리 미용품의 사용도가 높았다. 동성애자의 경우 능력 불안이 높을수록 단발머리형, 긴 머리형, 묶은 머리형을 선호하였다. 기타 정서 불안이 높을수록 단발머리형을 선호하였고, 색조 화장품 사용도가 높았다. 즉 능력 불안과 정서 불안이 높은 이성애자와 동성애자 남성은 색조 화장품을 사용하거나 개성적인 헤어스타일을 선호하는 경향이 높은 것을 알 수 있었다. 따라서 자신의 능력에 대한 불안이나 정서적 불안감이 높은 남자는 신체장식으로 불안감을 보완하려는 심리가 작용하여 비교적 개성적이고 눈에 띄는 외모를 선호하는 것을 알 수 있다.

종합적으로 볼 때 동성애자가 이성애자보다 개성이 강한 외모장식을 선호하였으며, 서비스·판매직과 학생들은 이성애자, 동성애자의 남성 모두 개성적인 신체장식을 선호하였으나, 사무직 종사자는 무난하고 보수적인 외모 스타일을 선호하였다. 동일한 직업에서 서비스·판매직과 학생 집단의 경우에는 성 지향에 따른 신체장식의 차이가 있어 동성애자가 이성애자보다 개성적인 신체장식의 사용도가 높았다. 그러나 사무직의 경우에는 성 지향에 따른 신체장식의 차이가 없어 사무직에 종사하는 이성애자와 동성애자는 비슷하게 신체장식의 정도가 낮은 성향을 지님을 알 수 있었다.