

여성소비자의 외모만족도: 외모유형과 외모의식과의 관계

Appearance Satisfaction of Female Consumers: Toward the Relationships with Appearance Types and Perceptions

경북 외국어테크노대학 패션디자인전공

겸임교수 이 현 옥

영남대학교 의류학과

조교수 박 경 애

Fashion Design, Kyungbuk Foreign Language Techno College

Adjunct Prof. : Hyun-Ok Lee

Dept. of Clothing and Textiles, Yeungnam Univ.

Assistant Prof. : Kyungae Park

◀ 목 차 ▶

I. 서론

II. 연구 배경

III. 연구 방법

IV. 분석 및 결과

V. 결론

참고문헌

< Abstract >

The purposes of this study were to categorize female consumers based on appearance satisfaction and to examine the differences among the categorized groups on appearance types and appearance perceptions (appearance interest, stress related to appearance, and the extent of cosmetics use). A total of 518 responses collected from a questionnaire survey to female consumers was analyzed. Cluster analysis on appearance satisfaction identified four groups including the types of: Feature satisfaction(32%); Skin satisfaction(31%); Dissatisfaction(19%); and Overall satisfaction(16%). Chi-square and ANOVA analyses revealed significant differences among the four groups on the 6 appearance types (face line, face size, skin tone, skin blemish, skin elasticity, and wrinkles) and the stress related to appearance.

I. 서론

대인관계에서 외모는 매우 중요한 역할을 한다. 외모는 대인지각에 영향을 주는 중요한 변인으로써(문영보 1991), 외모에 대한 정보는 인상형성에 매우 중요한 단서가 되기 때문이다(김인태 1986). 특히 여성의 경우 남성에 비해 외모에 더 집착하게 되고 다른 사람에게 어떻게 보이는가에 많은 관심을 갖는 경향이 있는데, 매스컴의 영향이 확대되고 여성들의 사회참여와 전문화가 가속됨에 따라 여성들은 자신의 이미지를 표현할 기회가 많아지고, 외모에 대한 관심도 더욱 높아지게 되었다(양계민 1993).

여성들의 외모에 대한 관심은 '엘리자베스 아덴'의 조사에서도 볼 수 있듯이 30대에서 50대의 여성들은 주름을 감소시키고, 피부에 탄력을 주는데 많은 관심을 보이며, 아름다움을 위해 성형수술도 서슴지 않겠다는 등 미에 대한 강렬한 욕구를 나타내었다(함용현 1997. 8. 4). 매스미디어의 영향과 서구미의 개념이 보편화되면서 우리 나라 여성들의 외모에 대한 선호도 변화하여, 윤곽이 뚜렷하고 입체적인 얼굴형태가 이상적인 미인으로 평가되고 있다(변해심 1996). 오늘날 여성들은 작고 입체적인 얼굴을 선망하게 되고(이화순 1992), 개성화, 다양화의 욕구에 부응하여 반드시 흰 피부색만 선호하는 것은 아니며, 젊음에 대한 강렬한 동경으로 투명하고 탄력 있는 피부를 유지하는데 높은 관심을 보인다. 이처럼 외모에 대한 의식이 강하게 부각되어 화장의 중요성도 커지고 있는데, 최근 보편화되고 있는 노화개선, 미백, 슬리밍 효과의 화장품은 이러한 욕구를 상품화 한 예이다(허강우 1998. 3. 21).

여성은 화장을 통해 자신의 결점을 감추고 또 다른 자신을 표현함으로써 적극적인 자기주장과 대인행동을 하게 된다. 이러한 활발한 대인행동은 자신감이나 자기충족감의 파급적 효과를 부여하여 화장을 하는 여성은 대인관계의 강화와 사회적 승인에 만족감을 얻게 된다(徐語莫夫 1995). 화장의 심리적 효용에 대해 연구한 岩男壽美子·松井豊(1985)에 따르면 여성은 화장을 함으로써 외모 변화에 의한 창조적 즐거움을 얻고, 외모적 결함을 보상받아 스트

레스가 해소되며, 외모적 평가가 개선됨으로서 이성에 대한 매력도가 상승되는 등 자신의 욕구를 충족시키게 되어 적극적인 자기표현이나 대응행동에 활발해지고, 자신감 또는 자기충족감을 얻게 된다.

이처럼 외모에 대한 만족은 매우 중요하며, 이러한 외모만족은 외모에 대한 관심, 스트레스, 화장도 등의 외모의식과 밀접한 관련이 있을 것으로 예상된다. 본 연구는 이러한 여성들의 외모만족도와 외모의식을 고찰하는데 관심이 있다. 외모만족도는 개인이 스스로 지각하는 외모유형에 따라 차이가 있을 것이며, 각기 다른 외모가 여러 가지 형태로 분류될 수 있는 것처럼 외모에서 얻는 만족 또한 여러 가지 형태로 구분될 수 있을 것이다. 외모에 대한 만족이나 관심, 스트레스 등이 반드시 얼굴에 국한되지는 않는다 하더라도 얼굴은 외모 중에서 인상형성에 가장 중요한 부분이라고 할 수 있다. 따라서 본 연구는 여성들의 얼굴을 중심으로 외모에 대한 만족감을 세분하여 스스로 지각하는 외모유형, 외모관심, 스트레스, 화장도 등과의 관계를 조사하고자 한다. 본 연구의 구체적인 연구목적은 다음과 같다: 1) 여성소비자의 외모만족도는 특징적인 유형으로 분류되는지 조사한다; 2) 외모만족도에 따라 분류된 여성소비자 집단은 외모유형에서 다른지 조사한다; 3) 외모의식(외모관심, 외모스트레스, 화장도)간의 관계를 조사한다; 4) 외모만족도에 따라 분류된 집단은 외모관심, 외모스트레스, 화장도에 차이가 있는지 조사한다.

II. 연구 배경

1. 외모의 사회적 역할과 외모관심

대인매력연구에서 가장 일관성 있는 발견중의 하나가 용모의 기능이다. 용모는 가장 명백한 개인특성의 하나이기 때문에 첫 인상 형성에서 중요한 역할을 하게 된다. 낮은 사람과의 초기 접촉시 얼굴형, 피부색, 체격, 의복스타일 같은 가시적 대상뿐만 아니라 정서나 성격특성, 태도 등과 같은 내부상태가

지도 판단하는 경향이 있는데, 외모는 타인과의 상호작용이 일어나지 않은 상태에서 인상을 형성하는데 영향을 주는 중요한 변인이다(문영보·이인자 1993). 따라서, 다른 사람을 즉각적으로 판단하는데 사용되는 첫째 단서는 그 사람의 신체적 외모가 될 것이다. 사람들은 아름답고 잘 생긴 사람을 그렇지 않은 사람보다 좋아하며, 매력적인 사람에게는 바람직한 특성을 부여하나 매력 없는 사람에게는 바람직하지 않은 특성을 부여하는 경향이 있다(이선경 1986). 이처럼 다른 사람에 대한 평가에서 용모효과를 후광효과(halo effect)로 설명할 수 있는데, 그 대표적인 연구는 Dion, Berscheid와 Walster(1972)로서 '아름다운 것은 좋은 것이다'라는 사회적 고정관념(stereotype)을 제시하였다. 이들은 대학생들에게 신체적 매력정도가 다른 인물사진을 보여주고 몇 가지 차원에서 평가하게 한 결과 신체적으로 매력 있는 사람이 거의 모든 면에서 긍정적인 방향으로 더 높게 평가되었음을 밝혔다. 외모는 또한 법정에서도 위력을 발휘한다는 결과를 고재홍(1994)의 연구에서 볼 수 있는데, 이에 따르면 가해자의 외모가 주로 그의 재범 추정치를 매개로 하여 처벌크기 판단에 영향을 준다고 시사하였다.

외모에 대한 사회적 역할은 외모에 대한 관심으로 표명될 수 있다. 김양진·강혜원(1992)은 청소년기는 사회성의 발달로 사회적 활동이나 대인관계에 적극적으로 참여하게 되는데 이 시기에는 자신의 신체와 용모에 큰 관심을 가지며, 불안의 원인 중 중요한 것은 몸매나 얼굴에 결함이 있을 때라고 하였다. 외모에 대한 관심은 이경희(1992)의 미용성형수술을 원하는 여성의 신체상과 자기 존중감에 관한 연구에서도 볼 수 있듯이, 미용성형수술을 통하여 신체의 변형을 원하는 여성들은 신체 기능보다는 외적으로 드러나는 신체 외모에 높은 관심을 보였다. 젊은 여성뿐만 아니라 노년여성도 외모에 대한 관심이 높아지는 경향을 보이고 있는데, 이명희·이은실(1997)은 노인들은 자신의 외모가 훌륭하다고 느낄 때 보다 적극적으로 사회활동에 참여하여 타인과 접촉을 하게 되고 자신에 대한 인식도 긍정적으로 발전한다고 하였으며, 이옥희(1985)는 연

령이 높아도 화장을 하여 정리된 용모를 갖추어야 된다는 생각을 지녀 용모에 대한 관심도가 크다고 하였다. 즉, 외모에 대한 관심도는 연령에 상관없이 그 중요성을 더해가고 있으며, 특히 안면표정, 피부 등 여성적인 미를 나타내는 부분에 관심도가 큰 것으로 나타났다(김인태 1986).

이렇게 여성들의 외모에 대한 관심이 변화가 가능한 얼굴이나 피부에 보다 집중됨에 따라 매력적인 얼굴을 연출하는데 관심이 높아지고 있으며, 여성의 얼굴형은 신체적 매력측정에 영향을 미치는 매우 중요한 요소가 되고 있다(권혜숙 1997). 이선경(1993)의 연구에서 의복착용자의 얼굴매력성은 외모, 능력성, 개성, 지배성 인상에 영향을 주는데, 얼굴매력성이 높을수록 매력적이고, 품위와 능력이 있어 보이며, 개성적이고 창의력이 있는 것으로 지각되었다. 문영보(1991)는 사회적 인상형성에는 의복보다 얼굴이 더 많은 영향을 미쳤다고 보고하였다.

2. 외모관심, 외모스트레스, 화장도

여성들이 자신의 외모를 어떻게 지각하느냐는 심리적으로 영향을 미칠 수 있는데, 극단적인 예로서 탈모증세나 유방암 환자의 유방 절제 상태는 여성의 외모만족도와 자존심에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 특히 사회활동을 하고 있는 젊은 여성의 경우 신체 만족도와 자아만족도의 저하가 심한 것으로 나타났다(김용숙, 1990). 양계민(1993)은 자신의 신체적 매력에 대한 인식이 자아존중감 및 외모관련 스트레스에 영향을 미친다는 연구결과를 보고하였다. 즉, 자신의 외모가 기준에 미치지 못한다고 인식하는 경우 그로 인한 고통으로 혼란을 겪게 되고, 피해의식과 자신감의 결여로 자아존중감에 손상을 받게 된다는 것이다. 이러한 외모관련 스트레스는 여성이 더 많이 경험하는 것으로 나타났다. 또한 김원숙(1983)은 자아존중감이 높은 학생은 외모의 아름다움을 추구하는 심미성을 중요시한다고 하였으며, 신옥순(1978)은 자아정체감, 즉 자신의 능력, 위치, 역할 등에 대한 지각이 높을수록, 또 목표지향성, 대인역할기대, 자기주장, 대인관계의

수준이 높을수록 외모에 대한 자기개념 (다른 사람에게 어떻게 비칠까, 어떻게 판단될까에 대한 자기 느낌)이 높다고 하였다. 조기여·유태순(1997)의 연구에서는 자기 효능감 (개인의 능력에 대한 신념, 구체적인 자신감)이 높은 사람이 낮은 사람보다 즐거움을 더 많이 느끼며, 화장과 피부관리를 더 많이 하는 것으로 나타났다. 즉, 여성이 스스로 지각하는 외모는 만족도에 영향을 주며, 이러한 외모만족은 스트레스, 관심 등과 관련이 된다. 또한 외모를 관리하고 보다 매력적으로 개선하기 위해 여성은 화장을 하게되며, 화장에 의해 외모가 개선됨으로 인해서 자아존중감이 높아지고, 자기효능감이 높을수록 외모관리에 대한 관심도가 증가하며 화장에 대한 정도가 높아지는 것으로 보아 화장품은 외모개선에 일익을 담당한다고 볼 수 있다.

III. 연구 방법

1. 자료수집 및 표본특성

본 연구는 설문지를 통해 자료를 수집하였다. 조사대상은 대구지역에 거주하는 20~50대의 여성들로서 여성회관, 문화센터, 대학교, 회사 등에서 600명이 편의표본 추출되었다. 이중 550부가 회수되었으며, 불성실한 응답의 설문지 32부를 제외한 518부가 자료분석에 이용되었다.

표본의 연령은 20대에서 50대까지 비교적 고르게 분포되었으나, 30대가 가장 많은 33%를 차지하였다. 응답자중 78.4%가 기혼이었으며, 67%가 전업주부로서 학생과 직장인에 비해 많은 비중을 차지하였다. 학력은 고졸이 49.6%로 가장 많았으나 대학졸업 이상도 26.7%나 차지하였다. 월 평균 가계소득은 100~200만원이 42.5%로 나타났으며, 월 평균 개인을 위한 지출액은 20만원 이하가 67%를 차지하였다.

2. 변인측정

외모유형은 응답자 스스로 평가하는 얼굴의 생김

새로서 얼굴형(둥근형, 긴형, 사각형, 삼각형, 계란형, 역삼각형), 얼굴크기, 피부색, 피부투명도, 피부노화정도, 피부탄력정도를 포함하는 6문항이 범주형으로 구성되었다. 외모만족도는 얼굴의 여러 가지 구성요소에 대한 스스로의 만족정도를 의미하는 것으로 양계민(1993)의 신체적 매력에 대한 인식 문항중 얼굴에 관한 항목들을 추출하여 수정·보완하였다. 얼굴형태(2), 피부상태(3), 피부노화(3), 얼굴 각부분의 모양(6), 조화와 표정(2) 등을 포함하는 16문항을 5점 척도로 측정하였다. 외모관심은 외모에 대해 지속적인 흥미를 가지는 정도로서 양계민(1993)의 신체적 매력의 중요도와 관련된 가치관 척도에서 본 연구에 적합하다고 판단되는 문항만 선택, 외모 중요성, 외모의식정도, 외모관리정도 등을 포함하는 7문항을 5점 척도로 측정하였다. 외모스트레스는 자신의 신체적 매력에 대한 인식으로 인해 대인관계에서 느끼는 억압 정도로서, 양계민(1993)의 외모와 관련된 스트레스 문항을 수정하여 외모열등감, 부정적 인식, 자신감 등을 포함하는 5문항을 5점 척도로 측정하였다. 화장도는 화장소요시간, 화장정도, 화장품 소유정도 등을 포함하는 5문항을 연구자가 작성하였으며, 5점 척도로 측정하였다.

IV. 분석 및 결과

1. 변인 정리

외모유형은 <표 1>에서 나타나듯이 얼굴형의 경우 둥근형이 47%로 가장 많았으며, 계란형, 긴형, 각진형(역삼각형, 삼각형, 사각형) 순으로 나타났다. 얼굴크기와 피부색은 '보통이다'가 절반 이상을 차지하였으며, 피부투명도, 피부노화정도, 피부탄력정도는 '조금 있다'가 60%이상을 차지하였다. 즉, 대부분의 응답자들은 자신의 피부에 대해 보통으로 생각하는 경향을 보였다.

외모만족도는 주성분분석과 배리믹스 회전방법을 이용하여 요인 분석하였다. 요인 적재치가 모호하게 분산된 1문항을 제거하여 15문항으로부터 4개의 요

인이 도출되었다. 각 요인별 신뢰도 계수는 .71-.78로 비교적 만족할만한 수준이었다. 이러한 4요인은 <표 2>에서 보이는 것처럼 얼굴모양만족, 얼굴형태만족, 항노화만족, 피부미백만족으로 각각 명명되었다. 외모관심, 외모스트레스, 화장도의 신뢰도 계수는 각각 .82, .80, .70의 비교적 만족할만한 수준을 보였다.

2. 외모만족도의 세분화

외모만족도에 따라 응답자를 분류하기 위해 군집 분석을 하였다. 외모만족도의 요인점수를 사용하였으며, 유클리드 거리 측정방법을 사용하여 계층적 군집화방법 중 평균 결합방식을 적용하여 유사성이

<표 1> 외모유형

	유형	빈도(%)		유형	빈도(%)
얼굴형	둥근형	239(47.0%)	피부투명도	잡티가 많다	106(20.5%)
	긴형	91(17.8%)		잡티가 조금 있다	354(68.7%)
	계란형	123(24.2%)		잡티가 없다	55(10.7%)
	각진형	56(11.0%)			
		509(100%)			515(100%)
얼굴크기	크다	145(28.2%)	피부노화 정도	주름이 많다	49(9.5%)
	보통	253(49.2%)		주름이 조금 있다	388(75.5%)
	작다	116(22.6%)		주름이 없다	77(15.0%)
		514(100%)			514(100%)
피부색	검은편	95(18.5%)	피부탄력 정도	탄력이 없다	105(20.5%)
	보통	282(55.0%)		탄력이 조금 있다	315(61.6%)
	흰편	136(26.5%)		탄력이 있다	91(17.8%)
		518(100%)			511(100%)

<표 2> 외모만족도의 요인분석 결과

요인	문항	요인부하량	고유치	분산비(%) (누적비)	신뢰도
요인 1 얼굴모양 만족	눈모양	.742	4.408	29.39 (29.39%)	.779
	코모양	.758			
	입(입술)모양	.648			
	이목구비의 조화	.662			
	얼굴표정(얼굴이미지)	.629			
요인 2 얼굴형태 만족	얼굴형	.787	2.324	15.49 (44.88%)	.709
	얼굴크기	.827			
	턱모양	.512			
	광대뼈모양	.573			
요인 3 항노화 만족	피부탄력도	.754	1.377	9.18 (54.06%)	.778
	이마주름	.806			
	눈과 입가의 주름	.838			
요인 4 피부미백 만족	피부색	.670	1.073	7.15 (61.21%)	.744
	기미	.860			
	잡티(주근깨·점)	.802			

높은 표본들을 묶어 나갔다.

외모만족도는 4개의 군집으로 구분되었으며, 추출된 요인과의 관계를 보기 위해 ANOVA를 실시하였다. <표 3>에서 보이는 것처럼 외모만족도의 4요인에서 나타난 유의한 차이를 토대로 각 군집의 성격을 규명할 수 있었다. 군집1(32%)은 피부상태 만족에는 낮은 점수를 보였지만 얼굴형과 얼굴모양에 만족하는 성향을 보이므로 '얼굴모양 만족형'이라고 명명하였으며, 군집2(31%)는 얼굴모양, 특히 얼굴형에서는 만족정도가 낮지만 피부미백, 항 노화에 만족하는 성향을 보이므로 '피부상태 만족형'으로 명명하였다. 군집3(19%)은 3개 요인에서 점수가 가장 낮고 얼굴모양 요인에서도 낮은 점수를 보여 '외모불만형'이라고 명명하였으며, 군집4(16%)는 4요인 모두에서 가장 높은 점수를 보여 '외모만족형'이라고 명명하였다

3. 외모유형과 외모만족도

외모만족도의 4군집이 외모유형에서 다른가를 보기 위해 χ^2 -test를 실시하였다. <표 4>에서 보이는 것처럼 외모만족도의 4군집은 6개의 외모유형 모두에서 다른 것으로 나타났다.

얼굴형에서 외모만족형과 얼굴모양 만족형은 상관성이 다른 집단에 비해 많았으며 (38.3%, 28.7%), 외모만족형의 경우 각진형이 거의 없는 것으로 나타났다(3.7%). 외모불만형과 피부상태 만족형은 긴 얼굴형에 상대적으로 많았으며(25%, 21.1%) 각진형

에도 비교적 나타났다(14%, 13.7%). 얼굴크기의 경우 얼굴모양 만족형과 외모만족형은 작다고 지각하는 경우가 다른 집단보다 많았으며(30.4%, 25.6%), 피부상태 만족형과 외모불만형은 크다고 생각하는 경향이 있었다(37%, 35.3%). 즉, 작은 얼굴이 외모만족과 관련이 있음을 볼 수 있었다.

피부색의 경우 외모만족형은 흰 편이라고 응답한 경우가 거의 반을 차지하였으며(47.6%), 얼굴모양 만족형과 외모불만형은 상대적으로 검은 편이라고 응답한 비율이 높은 반면(26.8%, 25.5%), 피부상태 만족형은 상당수가 보통이라고 응답하였다(62.1%). 즉, 흰 피부는 여전히 외모의 중요한 부분이라는 것을 알 수 있었다. 피부투명도는 외모만족형이 잡티가 없다고 생각하였으며(36.6%), 외모불만형과 얼굴모양 만족형은(41.2%, 28.6%) 잡티가 많다고 생각하는 경향을 보였다. 피부상태 만족형은 대부분이 잡티가 조금 있다고 응답하여(81.6%) 잡티의 많고 적음이 외모의 만족, 불만족에 영향을 미침을 알 수 있었다.

피부탄력에 있어서도 외모만족형과 불만형의 차이를 잘 볼 수 있는데, 외모만족형은 탄력이 있다고 생각하는 편이었으며(36.6%) 외모불만형은 탄력이 없다고 생각하는 경향(41.2%)이 있었다. 피부상태 만족형은 탄력이 있다고 생각하는 편이(23.8%), 얼굴모양 만족형은 없다고 생각하는 편이(20.7%) 반대의 경우보다 높았다. 피부노화에서는 외모만족형과 피부상태 만족형은 주름이 없다고 생각하는 비중이 상대적으로 높았으며(28%, 20.9%), 외모 불만

<표 3> 외모만족도의 군집분석

요 인	군집 1 얼굴모양 만족형	군집 2 피부상태 만족형	군집 3 외모불만형	군집 4 외모만족형	F-Value
얼굴모양 만족	.56 ^a (A)	-.67(B)	-.45(B)	.73(A)	91.05***
얼굴형태 만족	.39(A)	-.31(B)	-.55(B)	.49(A)	33.63***
항 노화 만족	-.23(C)	.36(B)	-.84(D)	.82(A)	67.12***
피부미백 만족	-.35(C)	.35(B)	-.79(D)	1.05(A)	94.61***
빈 도	169(32%)	164(31%)	102(19%)	83(16%)	

***p<0.001, ^a : 요인점수, ABCD: Scheffe 검증결과 동일문자간에는 집단간 차이가 없음.

〈표 4〉 외모유형과 외모만족도

		외모만족도					χ ²
		얼굴모양 만족형	피부상태 만족형	외모불만형	외모만족형	빈도	
얼굴 형	둥근형	79(47.3%)	75(46.6%)	47(47.0%)	38(46.9%)	239	27.752*** (DF: 9)
	긴형	23(13.8%)	34(21.1%)	25(25.0%)	9(11.1%)	91	
	계란형	48(28.7%)	30(18.6%)	14(14.0%)	31(38.3%)	123	
	각진형	17(10.2%)	22(13.7%)	14(14.0%)	3(3.7%)	56	
	빈도	167(100%)	161(100%)	100(100%)	81(100%)	509	
얼굴 크기	크다	32(19.0%)	60(37.0%)	36(35.3%)	17(20.7%)	145	22.543*** (DF: 6)
	보통이다	85(50.6%)	75(46.3%)	49(48.0%)	44(53.7%)	253	
	작다	51(30.4%)	27(16.7%)	17(16.7%)	21(25.6%)	116	
	빈도	168(100%)	162(100%)	102(100%)	82(100%)	514	
피부 색	검은 편이다	45(26.8%)	19(11.8%)	26(25.5%)	5(6.1%)	95	39.938*** (DF: 6)
	보통이다	89(53.0%)	100(62.1%)	55(53.9%)	38(46.3%)	282	
	흰 편이다	34(20.2%)	42(26.1%)	21(20.6%)	39(47.6%)	136	
	빈도	168(100%)	161(100%)	102(100%)	82(100%)	513	
피부 투명	잡티 많다	48(28.6%)	12(7.4%)	42(41.2%)	4(4.9%)	106	125.320*** (DF: 6)
	잡티 조금 있다	114(67.9%)	133(81.6%)	59(57.8%)	48(58.5%)	354	
	잡티 없다	6(3.6%)	18(11.0%)	1(1.0%)	30(36.6%)	55	
	빈도	168(100%)	163(100%)	102(100%)	82(100%)	515	
피부 탄력	탄력 없다	35(20.7%)	19(11.9%)	45(45.0%)	6(7.3%)	105	73.453*** (DF: 6)
	탄력 조금 있다	114(67.5%)	103(64.4%)	50(50.5%)	48(58.5%)	315	
	탄력 있다	20(11.8%)	38(23.8%)	5(5.0%)	28(34.1%)	91	
	빈도	169(100%)	160(100%)	100(100%)	82(100%)	511	
피부 노화	주름 많다	14(8.3%)	8(4.9%)	26(25.7%)	1(1.2%)	49	65.320** (DF: 6)
	주름 조금 있다	136(81.0%)	121(74.2%)	73(72.3%)	58(70.7%)	388	
	주름 없다	18(10.7%)	34(20.9%)	2(2.0%)	23(28.0%)	77	
	빈도	168(100%)	163(100%)	101(100%)	82(100%)	514	

p<.001, *p<.0001

형은 주름이 많다고 생각하는 비중이 높았다(25.7%). 얼굴모양 만족형은 다른 집단에 비해 주름이 조금 있다고 생각하는 비중이 높았다(81%).

4. 외모관심, 외모스트레스, 화장도의 관계

외모관심, 외모스트레스, 화장도의 관계는 상관계수를 통해 분석하였다. 〈표 5〉에서 나타나는 것처럼

외모관심은 외모스트레스(r=.47) 및 화장도(r=.47)

〈표 5〉 외모관심, 외모스트레스, 화장도

	외모관심	외모스트레스	화장도
외모관심	1.000		
외모스트레스	.466***	1.000	
화장도	.474***	.175***	1.000

***p<.001

〈표 6〉 외모만족도와 외모관심, 외모스트레스, 화장도

	평 균				F-Value
	얼굴모양 만족형	피부상태 만족형	외모불만형	외모만족형	
외모관심	3.007	2.947	3.002	3.050	.758
외모스트레스	2.390(A)	2.724(B)	2.949(B)	2.184(A)	18.940***
화장도	2.748	2.604	2.685	2.668	1.104

***p<.001, AB : Scheffe Test 결과로 동일문자에는 집단간 차이가 없음.

와 비교적 높은 관계를 보였으며, 외모스트레스와 화장도는 비교적 낮은 관계($r=.18$)를 보였다. 즉, 외모에 대한 관심이 높을수록 화장을 많이 하며, 외모에 대한 스트레스를 받을수록 화장을 많이 하는 것으로 보인다. 외모관심과 외모스트레스의 높은 관계는 외모관심이 높을수록 기대수준이 높아 상대적으로 스트레스를 더 느낄수 있으며, 또한 외모 때문에 스트레스를 받을수록 외모에 보다 주의를 기울이게 됨을 시사한다고 볼 수 있다.

5. 외모만족도에 따른 외모관심, 외모스트레스, 화장도

외모만족도의 4군집간에 외모관심, 외모스트레스, 화장도에서 차이가 있는가를 보기 위해 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 〈표 6〉에서 보이는 것처럼 외모만족도의 4군집간에 외모관심과 화장도에서는 유의한 차이가 없었으나, 외모스트레스에는 유의한 차이가 나타났다($F=18.94$, $p<.001$). Scheffe 검증 결과 외모불만형과 피부상태 만족형은 얼굴모양 만족형과 외모만족형보다 외모와 관련된 스트레스를 더 많이 받는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 양계민(1993)의 연구에서 신체에 대한 만족도가 낮은 사람들이 외모스트레스가 높다는 결과를 지지하며, 또한 피부상태보다 얼굴모양에 대해 스트레스를 더 느끼는 것으로 보인다.

V. 결 론

본 연구는 여성소비자의 외모만족도를 분류하고

분류된 외모만족도 집단간에 외모유형, 외모관심, 외모스트레스, 화장도의 차이를 조사하여 유형화하였다. 외모만족도에 따라 여성소비자는 얼굴모양 만족형(32%), 피부상태 만족형(31%), 외모불만형(19%), 외모만족형(16%)으로 구분되었다. 외모만족도의 4집단 각각의 외모유형은 차이가 있었다. 얼굴모양에 만족하는 형은 계란형의 작은 얼굴이며, 비교적 검은 피부에 잡티와 주름이 조금 있고, 탄력은 조금 있거나 없는 편이다. 피부상태 만족형은 길고 큰 얼굴에 피부색은 보통이고, 잡티는 조금 있거나 없으며, 다른 집단에 비해 주름이 없고, 탄력이 있는 편이다. 외모에 불만인 형은 길고 큰 얼굴에 다른 집단에 비해 피부색은 검은 편이며, 잡티와 주름이 많고, 탄력이 없는 편으로 나타났다. 외모에 만족하는 형은 계란형의 작은 얼굴에 희고 잡티가 없으며, 주름이 없고 탄력이 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과에 의해 20-50대의 여성은 계란형의 작은 얼굴, 희고 깨끗한 피부, 주름 없고 탄력 있는 피부상태일 때 외모에 만족하며 반대의 경우에 만족하지 못한다고 볼 수 있어 개성이 매우 중요한 가치임에도 불구하고 얼굴에 있어서는 여전히 전통적인 이상형을 선호하고 있음을 알 수 있었다. 그러나 이렇게 전반적으로 만족하는 형은 단지 16%에 불과하며, 얼굴모양(계란형의 작은 얼굴)이나 피부상태(주름 없고, 탄력 있는 피부)에 따라 부분적으로 만족하는 형이 과반수를 차지하고 있음을 알 수 있었다.

이러한 외모에 대한 만족, 불만족은 스트레스를 유발할 수 있는데, 외모만족도의 4집단간에 나타난 외모스트레스의 차이가 이를 설명한다. 외모불만형과 피부상태 만족형은 얼굴모양 만족형과 외모만족형보다 외모스트레스를 많이 받는 것으로 나타났는

데, 이러한 결과는 피부상태보다는 얼굴모양이 스트레스를 더 초래한다는 것을 시사한다. 이는 주름, 탄력정도, 잡티, 피부색 등의 피부조건은 화장에 의해 결점을 어느 정도 보완할 수 있는 반면 얼굴형이나 크기 등의 얼굴모양은 위험부담이 큰 성형수술에 의해 영구적으로 보완하지 않는 한 화장에 의해 보완하는데는 한계가 있기 때문으로 보인다. 또한 최근 보편화되고 있는 기능성화장품의 광고와 실제사용에 따른 효과에 의해 피부상태는 이러한 화장품에 의해 부분적으로 개선될 수 있다는 여성들의 심리적 기대를 반영할 수도 있다. 따라서 얼굴모양에 불만을 느끼는 소비자들을 위하여 얼굴을 작고 가름하게 보이는 효과를 주는 슬리밍제품의 개발뿐만 아니라 이러한 효과를 주는 헤어스타일, 코디네이트 등의 정보가 보다 구체적으로 제시되는 것이 유용할 수 있다.

그러나 외모만족도에 따라 외모관심이나 화장도에는 차이가 나타나지 않았는데, 이는 전반적으로 외모에 대한 관심이 높아 만족유형이나 정도에 따른 차이는 상대적으로 미약하다고도 볼 수 있다. 한편 외모관심과 외모스트레스가 비교적 높은 상호관계를 보이며, 외모에 대한 관심이 높고 스트레스를 받을수록 화장을 많이 하는 것으로 나타난 결과를 고려할 때 특히 외모에 만족하지 못하는 소비자들을 위해 심리적 기대를 충족시켜줄 수 있는 기능성화장품의 개발이 보편화되고 있음은 놀랄만한 사실이 아니다.

본 연구를 조사함에 있어 다음과 같은 제한점이 있었다. 첫째, 본 연구는 외모만족도, 외모유형, 외모관심 및 스트레스 등 외모의식에 관심이 있었으나, 선행 연구의 부족으로 이러한 변인들의 관계에 대해 보다 깊이 있는 이론적 근거를 제시하는데 한계가 있었다. 외모의식과 소비자의 사회·심리적 변인들을 활용, 후속연구에서는 체계화된 이론적 모형을 개발한다면 보다 유용할 것이다. 둘째, 연구대상의 표본선정에 있어서 편의표본추출법을 사용하였기에 본 연구의 결과가 이러한 표본의 특성에 좌우되었을 가능성이 있다.

이러한 한계점에도 불구하고 본 연구는 외모만족

도에 따라 여성소비자를 분류하여 외모유형 및 외모의식 등에서 특성을 분석하였다는데 의의가 있다. 이는 화장품 제조업체의 신제품 개발 및 광고문구, 스페셜 테마이벤트 등 프로모션 프로그램개발에 기초 정보를 제공할 것이다. 또한 외모의식의 체계적 개념화를 위한 정보를 제공하는데도 도움이 될 것이다. 후속연구에서는 외모만족 집단의 특성을 보다 구체적으로 조사할 필요가 있다. 화장도에서 나아가 화장품 구매 및 사용행동, 소비자의 사회·심리적 및 물리적(인구통계적) 특성 등의 변인이 포함될 수 있으며, 본 연구에서 사용된 외모관련변인들을 보다 체계적으로 이론화, 측정화 할 필요가 있다.

■ 참고문헌

- 1) 고재홍(1994), 가해자의 외모와 형량 판단간의 매개과정, 한국심리학회지, 8권 1 호, 68~84.
- 2) 권혜숙(1997), 얼굴형이 여성의 신체적 매력측정에 미치는 영향, 상명여자대학교 디자인연구소, 4호, 55~68.
- 3) 김양진·강혜원(1992), 자아존중과 의복행동간의 상관연구 -성인남녀를 대상으로-, 한국의류학회지, 14권 4호, 305~313.
- 4) 김용숙(1990), 전북지역 중년기 여성들의 신체만족도와 유행지향성에 관한 연구, 대한가정학회지, 28권 4호, 177~189.
- 5) 김원숙(1983), 의복행동과 자아개념과의 상관관계 연구-청소년 전후 여성을 중심으로-, 홍익대학교 석사학위논문.
- 6) 김인태(1986), 신체적 매력에 대한 지각에서의 성차에 관한 연구, 한양대학교 석사학위논문.
- 7) 문영보(1991), 의복 및 얼굴변인이 인상형성에 미치는 영향에 관한 연구, 중앙대학교 석사학위논문.
- 8) 문영보·이인자(1993), 외모변인이 지각인상형성에 미치는 영향에 관한 연구, 복식학회지, 5권 20호, 17~31.
- 9) 변혜심(1996), 에어로빅스 운동 참여가 여성의 신체상에 미치는 영향, 세종대학교 박사학위논문.

- 10) 신옥순(1978), 자아정체감과 외모를 통한 자기개념 및 개성에 관한 의복 심리학적 연구, 서울대학교 석사학위논문.
- 11) 양계민(1993), 자신의 신체적 매력에 대한 인식이 자아존중감에 미치는 영향, 충북대학교 석사학위논문.
- 12) 이경희(1992), 미용성형수술을 원하는 여성의 신체상과 자기존중감에 관한 연구, 이화여자대학교 석사학위논문.
- 13) 이명희·이은실(1997), 인구통계적 변인에 따른 노년여성의 외모관심과 자신감에 관한 연구, 한국의류학회지, 21권 6호, 1072~1081.
- 14) 이선경(1986), 용모, 선호, 성격 정보가 아동의 대인매력에 미치는 영향, 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 15) 이선경(1993), 남성복유형과 얼굴 매력성이 직업 특성 및 인상추론에 미치는 영향, 연세대학교 박사학위논문.
- 16) 이옥희(1985), 노년기 여성의 의복선호와 외생활 실태에 관한 연구, 원광대학교 석사학위논문.
- 17) 이화순(1992), 한국여성의 Make-up 조형성에 관한 연구, 홍익대학교 석사학위논문.
- 18) 조기여·유태순(1997), 자기효능감, 화장근접도, 의복근접도의 상관관계, 한국복식학회지, 32호, 183~197.
- 19) 함용현(1997. 8. 4), '항노화·고기능성 제품 개발 활기', 화장품신문, 화장품신문사, 33.
- 20) 허강우(1998. 3. 21) '신기능성 파우더 대거 출현', 장업신문, 대한화장품공업협회, 178호, 37.
- 21) Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E.(1972), What is Beautiful is Good, *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285~290.
- 22) 徐語莫夫(1995), 感情の傳染現象ならびに化粧の心理的效用をめぐって, 日本纖維製品消費科誌, 36(9), 561~566; 조기여·유태순(1997), 자기효능감, 화장근접도, 의복근접도의 상관관계, 한국복식학회지, 32호, 183~197, 재인용.
- 23) 岩男壽美子·松井豊(1985), 化粧の心理的效用(Ⅲ)-化粧後の心理的變化-, 日本社會心理學會, 第25回大會發展論文集, 128~129; 조기여·유태순(1997), 자기효능감, 화장근접도, 의복근접도의 상관관계, 한국복식학회지, 32호, 183~197, 재인용.