

화장행동과 헤어칼라 및 자의식이 사회 · 심리적 기대효과에 미치는 영향

임 미 연

대원과학대학 메이크업코디과 겸임교수

Effects of Make-up Behaviors, Hair Color and Self-Consciousness on the Level of Expected Social-Psychological Effect

Mi-Yun Lim

Adjunct Prof., Dept. of Make & Coordination, Daewon Science College

(2005. 8. 24. 접수; 9. 7. 채택)

Abstract

From a social psychological perspective, Make-up is an tool for run a lot smoother and perform communication efficiently. Many people give a turn to hair color through dyeing form due to yearning to change individual image through the image which the color is having.

This paper study how make-up behavior, hair color and self-consciousness will affect the Level of Expected social-psychological effect of College Girl Students.

In the sense of make-up behavior, according to result, a group of make-up behavior of self-satisfaction-oriented the level of expected social-psychological effect higher than a group of make-up behavior of tradition-oriented. Hair colors doesn't seem to be having much effect on the level of expected social-psychological effect, but have been shown to influence make-up behavior and self-consciousness.

On the self-consciousness, a group of high self-consciousness the level of expected social-psychological effect higher than a group of low or fair self-consciousness.

They doesn't have much effect passive expected effect as "complement of self insufficiency" or "a person consciousness". But they are affect active expected effect as "the pleasure of change" and "positive ascent".

Key Words: make-up behavior(화장행동), hair color(헤어컬러), self-consciousness(자의식), social-psychological effect(사회심리적 효과), psychology of color(색채심리)

I. 서 론

인류의 역사와 더불어 계속되어오고 있는 화장은 현대인에게 있어 좋은 인상을 주기 위해 결점을 커버하고 피부를 보호하는 수단으로 이용되고 있다. 또한 자신의 개성을 표현하는 수단이 되며 변신 희망을 충족하기 위해서 이용되는 경우도 있다. 뿐만 아니라 화장은 에티켓이나 품위를 지키기 위한 이상적 자아상을 구현하기 위한 수단이 되기도 한다. 따라서 화장을 하는 것은 자신의 이미지 변화를 유도할 수 있어 자기평가 및 자신과 타인의 관계에 변화를 가져오며, 다소 불완전하지만 자신의 공공이미지를 화장으로서 통제할 수 있다.

자아인식 측면에서의 매력적인 외모와 화장의 유효성에 대한 연구 결과, 이들 사이에는 긍정적인 연관성이 존재하는 것으로 확인되었다¹⁾. 즉 지각하고 있는 자신의 매력도가 높을수록 스스로에 대한 인식과 평가의 수준도 높아지게 되고 그러한 자아인식과 평가의 수준을 높이는 것에 결정적인 역할을 하는 것이 화장을 통한 매력 수준의 향상이라는 것이다.

따라서 현대인의 화장행위 및 심리에 대한 연구는 개개인의 긍정적인 자아의식 형성에 필요한 정보와 화장품업체의 제품 및 서비스에 대한 소비자들의 심리적 만족도 향상에 필요한 지침을 제공해 줄 것으로 사료된다.

화장에 관한 국외의 심리학적 연구는 20세기 중반에 그 전조가 나타나 1978년 옥스퍼드 대학에서 이루어진 경험적 연구에 의해 이론적 틀이 탄탄해지면서 20세기 후반에 이르러 눈부신 발전을 거두었다. 그러나 우리나라의 경우에는 화장품 구매행동²⁾³⁾⁴⁾이나 화장문화에 대한 연구⁵⁾가 대부분으로 화장심리에 대한 연구는 아직 그다지 활발하게 이루어지지 않고 있다.

또한 현대 복식문화는 헤이스타일, 액세서리, 화장 등을 포함하는 토탈 코디네이션화 경향을 보이고 있다. 특히 화장과 헤어스타일은 복식의 중요한 부분으로 사회의 전반적인 문화현상을 단적으로 잘 반영하면서 그 시대 의복의 형태와 함께 다양한 미적 요소를 가지고 변천해 왔다⁶⁾.

이와 관련하여 물리적인 현상으로서의 색이 인간의 지각과정을 거쳐 심리적인 변화를 불러일으

켰을 때, 우리는 그것을 색채라고 한다. 인간의 지각반응에서 색채는 형태에 우선하며, 서로 다른 각 색채는 그 자체의 고유한 심리적 힘을 가짐으로써 형태가 가지고 있는 본래의 이미지를 더 강하거나 약하게 만들기도 한다. 이렇듯 색채와 관련하여 헤어컬러의 경우 2001년 사랑의 전화복지재단에서 실시한 설문조사에서 '염색을 해본 적이 있느냐'라는 질문에 '그렇다'고 대답한 비율이 72.3%를 넘어서는 등 10명중 7명 이상이 머리염색을 즐기는 것으로 나타났다. 이 중에는 '5번 이상 머리색을 바꿨다'는 이도 13.6%나 돼 이른바 "컬러링천국"을 방불케하고 있다.

'염색을 하는 이유'에서는 '변화를 주기 위해서'는 라는 응답이 남녀모두 64.0%로 가장 많았으나 남녀간에 약간의 차이를 보여주고 있다. 남자는 '개성을 살리려고'(16.0%)라고 대답해 개성을 중시한 반면 여자는 '예쁘게 보이기 위해서'(23.6%)라고 응답해 미용을 위해 염색을 하는 것으로 조사됐다⁷⁾.

또한 2004년 한국갤럽이 발표한 "2004년 한국인의 이·미용 실태 -남성-"에서는 일반 및 새치 염색, 코팅 등을 '염색'이라 정의하여 '현재 머리가 부분적으로라도 염색한 머리인지'를 물어 본 결과, 남성의 23.4%가 '그렇다'고 응답했다. 연령별로는 20대 23.2%, 30대 15.7%, 40대 20.9%, 50세 이상 33.5%로 저연령에서는 멋을 살리기 위한 염색, 고연령에서는 새치(흰머리) 염색을 많이 하고 있는 것으로 추정된다⁸⁾.

이렇듯 헤어컬러링은 의상과 메이크업, 헤어스타일과 함께 자신만의 이미지와 분위기를 연출하는 토털패션의 한 장르가 되었으며, 더불어 젊고 자신있게 그리고 개성있게 머리색을 바꿈으로써 사람의 인상을 상당부분 변화시켜 주는 사회적·심리적 기대효과를 나타내는 수단이 되었다.

이에 본 연구에서는 화장을 함으로써 얻어질 것이라 기대하는 사회·심리적 효과를 평소 자신이 화장을 어떻게 하는지에 대한 화장행동과 색채에 중점을 두는 헤어컬러와 더불어 자의식에 따라 어떠한 차이가 나는지를 알아봄으로써 화장심리와 헤어컬러에 대한 이해와 지식의 기초자료를 얻고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 화장행동

화장행동에 관한 선행연구를 살펴보면, 김봉인(1994)은 여성을 화장행동에 따라 대인관계중시형, 최소화장주창형, 자기만족형의 세 가지 유형으로 분류하였는데 대인관계 중시형은 화장을 대인관계나 사회생활에 있어서 필수라고 생각하고, 자기를 표현하는 방법이라고 생각하였고, 최소화장 주장형은 남들이 화장을 진하게 한 사람을 보면 왠지 역겨움을 느낀다고 하였다. 화장은 자신의 외모에 결점이 있다고 생각하는 여성에게 있어서 매우 중요하다. 화장은 그들의 결점을 감추어 주므로 불안이나 열등감을 어느정도 해소시켜 주는 역할을 하여 실제 자기를 이상적 자아로 가까이 접근시킴으로써 자기평가를 높여주기 위한 수단으로 이용되는 것이다⁹⁾.

Dellinger & William(1997)의 연구에서는 직장여성들이 직장에서의 유능함이나 전문적인 이미지를 향상시키는 데도 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다¹⁰⁾.

권현숙(2000)은 30~40대의 여성을 대상으로 여성의 화장행동과 관련된 심리적 요인이 화장의 만족도에 미치는 영향을 알아 보았는데 심리적 요인으로는 화장 후 활동성향, 화장의존도, 자기표현 욕구, 유행의 4가지 요인으로 나누었다. 그 결과, 화장 후 활동 성향이 클수록, 화장의존도가 높을수록, 미용행위를 자기표현행위로 생각을 많이 할수록, 건강상태가 그다지 좋지 않다고 생각할수록 그리고 화장의 필요성을 적게 느낄수록 화장에 대한 만족도가 큰 것으로 나타났고, 화장에 대한 의존도가 높을수록 자기표현 욕구가 강하며, 활동성향이 크고, 유행에 대한 민감도와 화장에 대한 만족도도 높게 나타났다.

공유미는 10-20대 여성의 라이프스타일에 따른 화장행동에서 유행성집단은 색조화장에 관심이 많고, 집에서 화장을 하며 화장품에 관심이 많았다고 하였다¹¹⁾.

2. 헤어컬러

세월 따라 늘어가는 흰머리를 감춘다거나 타고 난 머리 색깔을 바꾸려는 욕구는 옛부터 내려오고 있었으며, 염색의 역사 또한 인류 역사와 함께 비롯된다.

19C말 모발을 위한 화장품은 얼굴에 사용된 화장품보다 빨리 받아들여졌다. 1863년 파리의 모네 회사의 파라페닐렌디아민(Paraphenylenediamine)을 발견하여 동물 섬유를 염색, 1883년 Haussman이 인조 합성 염료제로 사용허가를 얻어 사용하게 된 것이 현대 염색의 시초라 할 수 있다. 이 염색제들은 현대에 사용하는 유사한 특징을 지니고 있는데 기본은 염기성이고 대략 암모니아수이다. 또 물과 알코올에 녹으며 쉽게 산화되고 제2염색제와 함께 모발에 매우 자연스러운 색상을 만들어 낼 수 있을 뿐 아니라 모발내의 케라틴(keratin) 속에 있을 때 공기에 대한 저항력이 있다. 1888년 독일의 E. 에르트만이 티 아미노페놀 염모제를 발표하였다.

20C에는 금발, 짙은 색, 백발 등의 다양한 색상이 유행했다. 1920년대 이전 인조 합성 염모제는 흰머리 커버용이었다. 1931년 미국에서는 초록의 뉘앙스가 인기를 끌면서 미국 여성 75%가 염색을 하였고, 특히 핑크빛 오렌지가 인기가 있었다. 1940년 블리치와 일시적 염모제 사용이 일반화 1980년대 보색 테크닉과 하이라이트 테크닉 등 20세기의 모발염색은 유행과 모델, 배우들의 헤어스타일의 모발 색상에 영향을 입어 점차 대중적이 되었으며 현대의 경향은 메이크업(make-up)의 눈과 입술 그리고 피부색과 모발 색상이 함께 어울려 토탈 패션(total fashion)을 강조한다.

자연의 법칙과 동일시하는 환경친화적인 컬러를 요구하는 21C는 표백을 원하지 않는 색체로서 태양의 활동을 이용 사람의 모발에 복사하듯 빛의 증폭에 의한 자연색소의 증폭에 따른 산화하지 않는 상태로서 모발내의 상반되는 색을 선택하여 활동을 억제하거나 증가시키는 물리법칙과 자연의 법칙을 사용, 태양이 모발의 색을 밝게 하거나 어둡게 함과 동시에 컨디셔닝 작업을 하는 컬러시대로서 21C는 클리닉 시대이다. 자연으로 돌아가려는 모든 운동이 인간의 신체인 머리카락에도 적용시켜 여성 또한, 남성들에게 점차 컬러의 이미지가

의식되고 있다. 가정에서 행해졌던 칼라시장이 전문 솜으로부터 제공받을 수 있는 시스템이 구축되는 시기로서 지구촌의 모든 국가는 인권과 자연 보호에 관심이 고조되고 자연에 대한 의식이 높을수록 칼라에 대한 의식 또한 상승, 헤어스타일에서 부자연스러운 모습 보다 역행하지 않은 질서와 인간존중을 가진 동양적인 미가 21C 세계의 미로 부각될 것이다¹²⁾.

3. 색채 심리 및 상징성

사람들이 자신의 자연모발 색상에 만족하지 않고 염색이라는 과정을 통해 모발에 다양한 색을 입히는 것은 색이 가지고 있는 이미지를 통해 자신의 이미지를 변화시키고자 하는 욕구가 있기 때문이다. 또한 색채는 사람들을 즐겁게 하거나 슬프게 하는 등 인간의 감정과 정서에 밀접한 관련이 있다¹³⁾.

심리학적 색채연구는 대상물에 비추어진 빛이 생리적 현상을 거쳐 지각되고, 일련의 지각과정에서 색채에 대한 개인의 경험이나 주관적 감정 등이 심리적인 연상, 상징과 관련되어 인간의 의식 활동을 수반하는 영역에 관한 것으로서, 주로 색채에 대한 감정적 반응효과와 관련된다¹⁴⁾.

색채는 언어로서 서술되지만, 색채에 대한 인간의 색채반응은 특성화 된 감정적 힘을 가지며, 그러한 정서적 반응은 각 색채에 대한 과거의 경험이나 학습 또는 특별한 느낌이나 사건 등과 관련되어 있다¹⁵⁾.

색채에 대한 모든 심리적 효과는 색채를 바라보았을 때 나타나는 힘이며, 색채에 대한 심리적인 동요는 연상을 통해서 이루어진다. 연상은 색채에 의한 마음의 움직임으로 색채에 있어서 이미지와 연상을 구분하여 논할 수 없을 것이다. 또한 색채에 대한 이미지 연상은 생활양식이나 문화적 배경 그리고 지역과 풍토 등에 따라서 개인차가 심하며, 그 특성은 언어를 이용한 정보전달을 가능하게 한다는 것이다¹⁶⁾.

일반적으로 색채에 대한 지각반응은 독립된 하나하나의 색채에 대한 것보다 여러 가지 색채가 배색을 이루고 있을 때 그 효과가 더 크게 나타난다고 할 수 있다.

색에서 받는 인상은 색상에 따라서 복잡 다양하나 나름대로의 고유한 감정을 지니고 있으며, 사람의 심리는 색채와 밀접하게 관련되어 있어 평소 의식하고 있지 않았던 주위의 색들도 무의식적으로 심리, 생리적으로 영향을 주는데, 최근에는 생리작용을 이용한 색채심리나 컬러 필링과 같은 연구가 많이 진행되고 있다.

주요 색상들의 의미와 상징, 작용 등을 간단히 살펴보면 다음과 같다.

(1) 빨강(RED)

정열, 흥분, 생명력, 우체통, 장미, 혈액 등을 연상하며 제일 뜨겁게 느껴지는 에너지의 색이며 여성이 좋아하는 색 중 하나로서 아기들이 제일 먼저 분별할 수 있는 색이기도 하다. Red를 좋아하는 사람은 주로 외향적인 사람으로 관심사에 대해 종종 고민하는 일 없이 과감하게 덤벼들며 사업 의욕도 왕성하다. 눈에 띄는 특징으로서는 충동적이며 감정의 기복이 심하고, 자극적인 행복감을 원하며, 단조로운 일에는 곧 싫증을 낸다. 빨간색을 지나치게 좋아하는 것은 평형실조(Imbalance)의 징후라 한다. 색채 치료에 있어 Red는 로맨틱한 분위기를 만들고 싶을 때, 사람들 앞에서 당당하게 보이고 싶을 때, 강인함을 보이고 싶을 때 사용된다.

(2) 주황(ORANGE)

활기, 건강, 즐거움, 태양, 오렌지, 감 등을 연상하는 색으로 활기나 건강함을 전달하는 개방적인 색으로 사치와 환희의 색이다. 가정적인 온화함으로 식당이나 광고에 사용되며 어둡게 하면 갈색에 가까운 대지의 색이 되므로 편안함을 전해주는 생활 속의 기본 색이다. 주황은 사회적인 색으로 불리며 발랄하며 명예를 상징한다. 일반적으로 주황을 좋아하는 사람들은 어떤 사람과도 잘 어울리는 독특한 능력을 가지고 있어, 사교적이고 혼자서 지내는 것을 싫어한다. 색채 계획 시 주황을 엑센트 컬러로 첨가하면 생생한 활력을 보여주고, 색채치료에서는 말을 잘 하고 싶을 때, 용기를 내고 싶을 때, 가라앉은 기분을 없애고 싶을 때, 자신을 널리 알리고 싶을 때 주황을 사용하기를 권하고 있다.

(3) 녹색(GREEN)

녹색은 편안함, 젊음, 안전, 숲, 오아시스, 신록 등을 연상시키며 여유로운 휴식을 제공해 피곤함을 없애 주며 석기 시대에는 나무속에 몸을 숨김으로서 위험에서 자신을 보호하는데 사용되었기 때문에 안전의 색으로서 인간의 뇌에 정착되어 생명에 대한 평화, 안전, 피곤함을 전체적으로 덜어 주는 제일 안정적인 색이다. 조화와 균형을 상징하는 색으로 희망, 회복, 평화를 나타내며 기쁨 있고 성실한 사람들이 좋아한다. 색채치료에 있어 녹색은 건강에 신경 쓰고 싶을 때, 자신의 목표를 확실히 하고 싶을 때, 자신을 객관적으로 보고 싶을 때, 타인을 용서하고 싶을 때 의식적으로 눈에 띄는 곳에 놓아 두어 생명력과 부드러움의 파장을 가진 녹색의 효과를 기대한다.

(4) 파랑(BLUE)

파랑은 빨강과 함께 많은 사람에게 사랑 받는 색으로 이상, 성실, 냉정, 하늘, 바다, 우주 등을 연상시킨다. 마음을 차분하게 가라앉히는 색이며 신비함을 느끼게 하는 투명한 하늘을 떠올리게 하며 끝없는 우주로의 넓은 공간을 느끼게 하는 색이다. 밝은 청색은 이상, 자립, 희망을 나타내며 어두운 청색은 깊은 차가움, 충실을 의미한다. 파랑을 좋아하는 사람들은 굶핍 줄을 모르는 독선적인 면을 가진다고 한다. 또 감성이 뛰어나고 자제심이 있으며 참을성이 있는데다가 오기도 있기 때문에 그들은 대부분의 일을 멋지게 해치우는 뛰어난 인재들이 많으며 항상 자신의 일에 양심적으로 전념한다. 색채 치료에 있어 파랑은 냉정해지고 싶을 때, 일의 피로를 방지하고 싶을 때, 판단력 및 식별력을 높이고 싶을 때, 자신의 생각을 확실히 자각하고 싶을 때 사용한다고 한다.

(5) 검정(BLACK)

검정은 죽음이라든가 절망의 색인 종시에 영원과 신비의 색으로 밤, 압도, 죽음, 탄광, 장례 등을 연상시키며 부정적인 이미지 할 때 떠올리는 색이다. 주위로부터 반발하려는 마음을 나타내는 색이며 젊은 층이 많이 좋아하는 색으로서 도시적인 사프한 이미지를 표현하고 차가움 속의 뜨거운 정열이 숨어있는 색이다. 검정은 집합된 색, 끝이 없는

발전성, 가능성을 지니고 있는 색이기도 하며 검정을 좋아하는 사람들은 신비적인 인상 또는 고귀함이나 위엄을 내보이고 싶어 한다. 하지만 검정색은 입는 사람에 따라 장엄해 보이기도 하지만 굉장히 초라해 보이기도 한다. 색채 심리에 있어 검은색은 자신을 지키고 싶을 때, 미지의 공포로부터 해방되고 싶을 때, 자신을 내세우고 싶을 때, 설득력을 심어 주고 싶을 때 검정 계통의 색의 옷을 입거나 의식적으로 눈에 띄는 곳에 놓아 두어 힘과 보호 정신을 가진 검정의 효과를 기대한다. 또한 검정은 빛의 에너지를 전부 흡수한다.

(6) 흰색(WHITE)

흰색은 청결, 순수, 신뢰, 눈, 진주, 웨딩드레스, 천진, 순진함 등을 연상시키는 색으로 여성이 좋아하는 색의 하나로서 최고로 맑고 깨끗한 느낌을 주며 병원이나 청결한 이미지를 필요로 하는 장소에 많이 사용된다. 어떤 색과도 조화할 수 있으며 새로움을 시작하는 출발의 색이기도 하다. 흰색을 좋아하는 사람들은 원숙함과 거리가 멀고 항상 완전함을 추구하며 기쁨 있는 이상을 가지고 노력하는 타입이다. 색채 치료에 있어 흰색은 새로운 아이디어를 만들고 싶을 때, 근육의 긴장을 풀어 주고 싶을 때, 자신의 개성을 존중하고 싶을 때, 소극적인 생각을 지우고 싶을 때 의도적으로 사용하며 빛의 에너지를 전부 투과시키기 때문에 건강에 가장 도움이 되는 색이라고 한다. 검정과는 반대로 우리들에게 필요한 에너지 전부를 피부를 통해 받아들일 수 있다¹⁷⁾.

4. 자의식

Fenigstein 등은 객관적 자기자각이론을 바탕으로 하여, 개인이 주의(attention)의 초점을 자아(self)에 두는 일관되고 지속적인 경향을 자의식이라 명명하였으며, 공적자의식과 사적자의식의 2가지 측면을 지적하였다. 그리고 누구나 양 측면을 가지며 그것을 어느 정도 의식하는가에 따라 자신의 신체에 대한 의식이나 신체상이 다르다고 주장하였다. 사적자의식(private self-consciousness)은 자신의 개인적 사고와 감정에 대한 인식으로 자아의 내적이고 자아 중심적인 요구를 반영하는 동기와 관련된

측면들에 주목하는 성향을 말한다. 공적자의식(public self-consciousness)은 다른 사람에게 인식되는 사회적 객체로서의 자기, 즉 다른 사람에게 보여지는 사회적 존재로서의 자아에 주의를 기울이는 경향이라고 볼 수 있다. 공적자의식이 높은 사람들은 타인의 반응에 민감하여, 타인의 거부에 대한 책임을 자신에게 돌리는 경향이 높은 것으로 밝혀졌다¹⁸⁾. 또한 공적자의식이 높은 사람일수록 신체에 대한 의식이 높고 만족도가 낮다는 점을 발견하였으며, 공적자의식과 육체의식이 화장품 사용에 대한 보다 긍정적인 태도와 기대를 예상하게 하였고 양적, 질적으로 화장을 많이 하였다고 보고되었다¹⁹⁾.

최정아는 사적자의식이 높으면서 자존감이 낮은 집단은 사적자의식이 낮은 집단에 비해 외부 도움에 대한 필요성을 더 많이 느끼고, 전문적인 도움을 구하는 것에 대한 타인의 시선에 비교적 자유로우며 자기문제를 잘 개방하고 전문가에 대한 신뢰도가 높다고 하였다. 반면 공적자의식이 높고 자존감이 낮은 집단은 자신이 가진 문제 해결을 위한 외부 도움의 필요성을 높게 지각하면서도 사회적 낙인에 대한 두려움이 크기 때문에 자신의 문제 개방을 꺼리는 경향이 높다고 하였다.

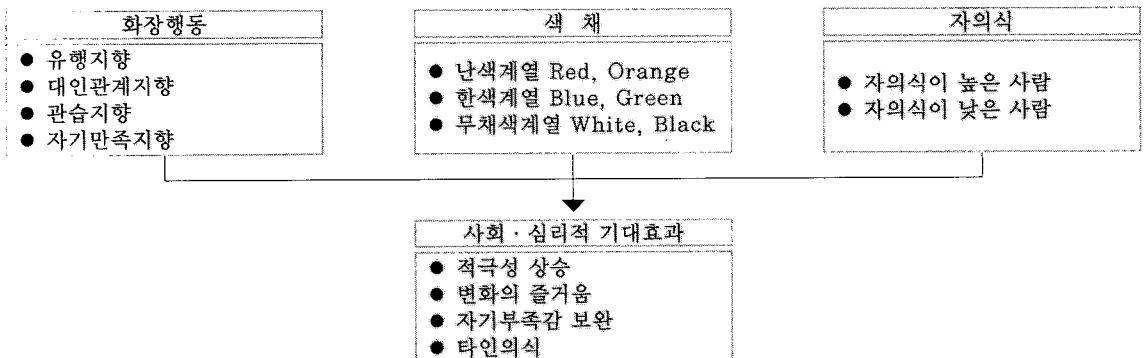
5. 화장의 사회·심리적 기대효과

화장은 외관적 평가가 높아진다고 하는 직접적 기대효과 외에 어른의 증거 혹은 어른으로서의 아이덴티티 확립에 기여하는 등의 간접적인 기대효과도 있다.

사회·심리학적 관점에서 보면 화장은 커뮤니케이션을 원활하고 효과적으로 행하기 위한 하나의 수단이며, 쌍방향 커뮤니케이션의 의미를 화장이 가진다는 사실에서, 화장은 관계성 그 자체이며, 화장품은 관계성을 위한 도구라고 할 수 있다. 또한 화장은 얼굴이라는 부분만이 아니라, 다른 요인과의 관련되어 이루어지는 종합적인 의미를 가지고 있으며, 어울리는 화장을 한 상태가 사회적 지지를 얻으며 심리적 만족도도 보다 커질 것이라고 생각한다.

宇山 등은 여성에게 화장을 실시한 결과 화장 전에 비해 화장 후에는 기분의 변화, 불안상태의 감소, 자신감이 증가했다고 하였으며, 화장의 가장 큰 심리적 효과는 무엇보다도 본인의 자신감이나 만족감을 들 수 있다²⁰⁾. 화장이 주는 확실한 심리적 효과는 자신감과 만족도의 상승이며, 화장을 하면 기분이 좋아지고 그것이 얼굴표정에도 나타난다²¹⁾. 그 예를 보면, 화장품 사용을 규칙적으로 한 여성들이 자신의 얼굴부위에 대해 보다 큰 만족을 표현하였으며, 화장을 하는 학생의 화장을 제거했더니, 자기표현의 일부로 일상 해오던 조작성행위인 화장의 상실로 인해 수치, 불안감이 커졌다고 하고, 환자도 화장요법에 의해 정서적 안정을 더 빨리 얻었다고 보고하고 있다.

또한 화장을 하면 대인적 적극성을 높여주어 내성적인 여성이 화장을 하였을 때 상호 작용하는 사람사이에 형성되는 물리적 거리인 퍼스널 스페이스가 좁아지고 타인에 대해 적극적인 행동을 하게 되며, 내향적인 사람에게 화장을 행하면 사회적으로 적극적인 행동이 유의하게 증가한다고 보고



<그림1> 연구모형

되고 있다. 이것은 화장을 하는 주요동기중의 하나가 기본적으로 대인적 관여도를 높이는데 있다는 것을 보여주는 것이라 할 수 있다²²⁾.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구모형

본 조사는 화장행동(4: 유행지향, 대인관계지향, 관습지향, 자기만족지향)×헤어컬러(3: 난색계열, 한색계열, 무채색계열)×자의식(3: 자의식이 높은 사람, 자의식이 보통인 사람, 자의식이 낮은 사람)의 3원 요인 설계로 이루어졌다.

또한 사회·심리적 기대효과를 종속변수로 설정하여 화장행동, 헤어컬러, 자의식을 독립변수로 한다. 여기서 사회·심리적 기대효과와 종속변수는 세부적으로 적극성 상승, 변화의 즐거움, 자기부족감 보완, 변신의 도구 등 4개의 하위영역으로 나뉜다.

2. 연구문제 및 가설 수립

본 연구는 화장행동, 헤어컬러, 자의식의 독립변수들이 사회·심리적 기대효과에 어떠한 영향을 미칠 것이라는 연구모형하에 다음과 같은 연구문제와 가설을 포함한 실증연구를 실시하고자 한다.

연구문제 1: 화장행동에 따라 사회·심리적 기대효과와 차이가 날 것인가?

연구문제 2: 원하는 헤어컬러에 따라 사회·심리적 기대효과와 차이가 날 것인가?

연구문제 3: 자의식에 따라 사회·심리적 기대효과와 차이가 날 것인가?

가설 1: 화장행동에 따라 사회·심리적 기대효과는 다르게 나타날 것이다.

가설 1-1: 유행지향, 대인관계지향, 자기만족지향이 관습지향보다 사회·심리적 기대효과가 높게 나타날 것이다.

가설 2: 좋아하는 헤어컬러에 따라 사회·심리적 기대효과는 다르게 나타날 것이다.

가설 2-1: 무채색인 White, Black보다 난색계열의 Red, Orange가 사회·심리적 기대효과가 높게 나타날 것이다.

가설 3: 자의식에 따라 사회·심리적 기대효과는 다르게 나타날 것이다.

가설 3-1: 자의식 높은 사람이 낮은 사람보다 사회·심리적 기대효과가 높게 나타날 것이다.

연구문제 4: 화장행동과 헤어컬러에 따라 사회·심리적 기대효과와 차이가 날 것인가?

연구문제 5: 화장행동과 자의식에 따라 사회·심리적 기대효과와 차이가 날 것인가?

연구문제 6: 헤어컬러와 자의식에 따라 사회·심리적 기대효과와 차이가 날 것인가?

가설 4: 화장행동과 헤어컬러에 따라 사회·심리적 기대효과는 다르게 나타날 것이다.

가설 4-1: 관습지향이 아닌 화장행동이면서 난색계열을 선호하는 사람이 보다 사회·심리적 기대효과가 높게 나타날 것이다.

가설 5: 화장행동과 자의식에 따라 사회·심리적 기대효과는 다르게 나타날 것이다.

가설 5-1: 유행지향, 대인관계지향, 자기만족지향의 화장행동을 나타내며 자의식이 높은 사람이 보다 사회·심리적 기대효과가 높게 나타날 것이다.

가설 6: 헤어컬러와 자의식에 따라 사회·심리적 기대효과는 다르게 나타날 것이다.

가설 6-1: 난색계열을 선호하면서 자의식이 높은 사람이 보다 사회·심리적 기대효과가 높게 나타날 것이다.

연구문제 7: 화장행동, 헤어컬러, 자의식에 따라 사회·심리적 기대효과와 차이가 날 것인가?

가설 7-1: 관습지향이면서 무채색을 선호하고 자의식 낮은 사람이 사회·심리적 기대효과가 낮게 나타날 것이다.

3. 연구대상

(1) 피험자

본 연구를 위한 대상자는 서울, 경기 및 충남, 충북지역에 있는 학교에 재학 중인 대학생들을 조사 대상으로 하였으며, 시간과 비용의 문제로 성균관대, 건양대, 대원과학대, 청양대 등의 4학교와 성신여대, 이화여대, 중앙대, 춘천대에서 대학원생을 포함한 239명의 대학생들을 대상으로 하였다. 조사대상의 대부분(97%)이 여학생이고, 학력은 곧고루 분포가 되었다.

자료수집방법은 임의추출에 의하였고, 2005년 6월에 이루어졌다.

간단한 인구통계학적 변인에 의한 피험자들의 분포가 아래 <표1>에 나타나 있다.

<표1> 인구통계학적 변인에 의한 피험자 분포

	구 분	응답자수	비 율(%)
변 인	남자	7	2.99
	여자	227	97.01
	합계	234	100.00
학 교	성균관	59	25.65
	건양대	70	30.43
	대원과학대	20	8.70
	청양대	76	33.04
	성신/이화 중앙/춘천	5	2.18
	합계	230	100.00
학 력	1학년	54	23.28
	2학년	46	19.83
	3학년	48	20.69
	4학년	51	21.98
	대학원 이상	33	14.22
	합계	232	100.00

(2) 측정 품목

① 화장행동

화장행동을 측정하는 문항은 유행, 대인관계, 관습, 자기만족도를 알아보기 위해 김봉인(1995), 조기여(1997), 박선희(2001)와 심선녀(2001)가 사용한 문항을 기초로 수정, 보완하여 총 16문항으로 구성하였다.

② 헤어컬러 선정

이은지(2002)의 모발염색 실태 조사결과를 토대

로 20대 여성들이 가장 선호하는 색상인 난색계열의 Red, Orange, 한색계열의 Blue, Green, 무채색계열의 White, Black으로 총 6가지 색상의 모발을 선정하였다.

③ 자의식 측정도구

자의식 측정도구는 Fenigstein 등, Cash 등, 菅原, 김민수, 김은정의 연구에서 사용된 문항들을 발췌하여 사용하였다. 공격자아, 사적자아, 불안감에 관련된 내용의 설문 23개 문항으로 구성되었으며, Likert형 5점 척도로 점수가 높을수록 자의식이 높은 사람임을 의미한다.

④ 사회·심리적 기대효과

松井과 岩男이 제작한 도구와 조기여, 권현숙의 연구에서 사용된 화장의 사회·심리적 기대효과를 수정, 보완하여 일반적인 사회·심리적 기대효과 37문항으로 구성되었으며, 점수가 높을수록 사회·심리적 기대효과가 높은 사람이고, 점수가 낮은 사람은 사회·심리적 기대효과가 낮은 사람임을 의미한다.

(3) 독립변수의 정의

1) 조작적 정의

사회·심리적 기대효과에 영향을 미칠 것으로 생각되는 독립변수로는 헤어칼라, 화장행동, 자의식의 변수들을 선택하였다.

① 헤어칼라

이은지(2002)의 모발염색 실태 조사결과를 토대로 20대 여성들이 가장 선호하는 색상인 Red, Orange, Blue, Green, White, Black으로 총 6가지 색상의 모발을 선정하였다. 그러나 이들 6가지의 색상들은 난색계열인 Red와 Orange, 한색계열인 Blue와 Green, 무채색계열인 White와 Black으로 크게 나눌 수 있다. 따라서 본 연구에서는 세부적인 6가지 색보다 난색계열, 한색계열, 무채색계열의 3가지 칼라로 정의하였다.

② 화장행동

화장행동을 측정하는 문항은 유행, 대인관계, 관

습, 자기만족도를 알아보기 위해 김봉인(1995), 조기여(1997), 박선희(2001)와 심선녀(2001)가 사용한 문항을 기초로 수정, 보완하여 총 16문항으로 구성하였으며, 모두 Likert형 5점척도이다.

화장행동 변수는 베리맥스(Varimax)방법의 직교회전을 이용한 요인분석을 실시하였다. 도출된 요인들은 고유값(Eigen Value) 기준으로 1이상인 것들을 요인 수로 정하였으며, 이 결과 모두 4개의 요인들이 추출되었다. 추출된 4개의 요인에 해당되는 문항들을 살펴본 결과, 요인 1은 대인관계지향, 요인 2는 유행지향, 요인 3은 관습지향, 그리고 요인 4는 자기만족지향의 내용을 나타내고 있으므로 각 요인의 명칭을 동일하게 부여하였다. 이와 같은 요인분석의 결과는 <표 2>에 나타나 있다.

이렇게 4개의 요인으로 나뉜인 화장행동을 각 요인별로 평균값을 구하였으며, 이 중 가장 높은 평균값을 나타내는 요인으로 각 피험자들의 화장행동을 구분하였다. 즉, 화장행동은 대인관계지향인 집단과 유행지향 집단, 자기만족지향 집단, 관습지향 집단 등 4개의 그룹으로 나누어 질 수 있다.

이상과 같이 타당성에 기초하여 화장행동의 요인을 나누었는데, 이에 대한 신뢰성을 살펴보아야

<표3> 화장행동의 요인들에 대한 신뢰도분석

요 인	문항번호	신뢰계수(α)
대인관계	6, 5, 7, 8, 16	0.7975
유행지향	2, 1, 3, 4	0.7423
관습지향*	15, 13, 14	0.7147
자기만족	9, 10, 11, 12	0.6818

* 요인3에서 15번문항을 제거시 신뢰도가 0.7517로 높아짐으로 15번문항 제거

한다. 신뢰도 분석을 통해서 전체 신뢰도가 어떻게 나타나는지를 보고, 개별문항이 신뢰도에 미치는 영향을 통해서 필요에 따라 문항을 제거하고자 한다. 신뢰도 분석의 지표가 되는 신뢰계수는 크론바흐(chronbach-)값이다.

③ 자의식

자의식 측정도구는 Fenigstein 등, Cash 등, 菅原, 김민수, 김은정의 연구에서 사용된 문항들을 발췌하여 사용하였다. 공적자아, 사적자아, 불안감에 관련된 내용의 설문 23개 문항으로 구성되었으며, Likert형 5점 척도로 점수가 높을수록 자의식이 높은 사람임을 의미한다. 본 연구에서는 5점척도의 23문항이므로 총 115점을 만점으로 하여, 23~57점

<표2> 화장행동 문항에 대한 요인분석 결과

문 항	대인관계	유행지향	관습지향	자기만족
· 화장을 하는 것은 상대방에 대한 예의라고 생각한다.	0.80814	0.06279	0.06791	-0.06054
· 화장을 하지 않은 사람보다 화장한 사람이 훨씬 능력 있어 보인다.	0.70830	0.19668	0.08052	0.04247
· 외출 시에는 화장에 신경을 더 쓰는 편이다.	0.65296	0.13550	0.23171	0.19061
· 화장 전 보다 화장하고 난 후 나의 모습은 밝아 보인다.	0.52302	-0.02130	0.40438	0.12027
· 인기있는 연예인의 화장을 보면 나도 그렇게 하고 싶다.	0.02017	0.86260	0.12458	-0.01636
· TV광고나 잡지에 나오는 모델의 메이크업을 해보고 싶다.	0.03969	0.78013	0.18347	-0.05152
· 유행하는 립스틱을 꼭 한번 바르고 싶을 때가 있다.	0.17064	0.69267	0.12301	0.12037
· 친구나 주변사람의 화장한 상태가 마음에 들면 똑같이 해보고 싶다.	0.16224	0.63341	-0.16283	0.03069
· 화장할 때 남을 의식하기보다 내가 원하는 대로 과감하게 화장하는게 좋다.	0.00931	0.08343	0.77168	-0.02406
· 기분이 우울할 때 화장하면 기분 전환이 된다.	0.38441	0.11124	0.66711	-0.04403
· 화장하는 행위 그 자체가 즐겁다.	0.36946	0.16816	0.66557	-0.08418
· 유행을 따르기 보다는 늘 하던 방법대로만 화장을 하는 편이다.	0.01161	0.01382	-0.07484	0.84968
· 유행색을 따르기 보다는 늘 사용하던 색만 바르는 편이다.	0.02780	-0.10135	-0.16487	0.82767
· 립스틱은 내가 좋아하는 색상을 주로 바른다.	0.06817	0.20638	0.13008	0.56501
· 남들이 화장법에 좌우되기 보다는 나 나름대로의 화장법을 고수하는 편이다.	0.10508	-0.10005	0.52627	0.53383
· 기분이 우울할 때 화장하면 기분 전환이 된다	0.528	0.151	-0.065	0.5570
고유값	4.22	2.12	1.91	1.31
분산%	26.36	13.14	12.38	7.63
누적%	26.36	39.50	51.88	59.50

까지를 자의식이 낮은 집단으로, 58~80점까지를 자의식이 보통인 집단으로, 81~115점까지를 자의식이 높은 집단으로 구분하였다. 참고로 응답자 233명의 자의식 23문항을 합산한 평균점수는 76.46점이며, 표준편차는 8.5이다.

(4) 종속변수의 정의

1) 조작적 정의

독립변수인 사회·심리적 기대효과는 총 37문항으로 구성되었으며, Likert형 5점 척도이다. 따라서 37문항을 모두 합산하여 185점을 만점으로 하였으며, 이는 사회·심리적 기대효과가 제일 높은

〈표4〉 사회·심리적 기대효과에 대한 요인분석 결과

문항	적극적상승	변화의 즐거움	자기부족감 보완	타인의식
목소리의 톤이 밝아진다	.0.79723	0.14109	-0.09806	0.06595
걸음걸이가 활발해진다	.0.77469	0.19852	-0.03580	0.02945
자신이 상냥하게 보인다	.0.73003	0.22801	0.00711	-0.01114
자신 있게 행동한다	.0.72329	0.22209	-0.22800	0.24960
친근감이 느껴진다	.0.70416	0.25135	0.10820	-0.08461
마음에 의욕이 생긴다	.0.66547	0.33158	-0.09972	0.06046
다른 사람이 호의적으로 대해준다	.0.62910	0.42705	-0.05215	0.06098
안심이 된다	.0.62257	0.30318	-0.06695	-0.17843
자신감이 생긴다	.0.62164	0.32607	-0.21332	0.26482
마음이 가다듬어 진다	.0.55944	0.37085	0.14287	-0.10616
표정이 밝아진다	.0.54690	0.34284	-0.10136	0.12331
하는 일에서 이득을 보는 일이 많다	.0.53518	0.50971	0.12483	-0.12573
기분전환이 된다	.0.49239	0.45887	-0.06985	-0.09920
쫄거나 어려 보인다고 생각한다	.0.39361	0.31547	0.00489	-0.14720
화려해 보인다	.0.17177	0.71189	-0.09120	0.14319
사랑스럽다	.0.28227	0.67762	-0.09582	0.13008
창조의 즐거움이 있다	.0.28611	0.63756	-0.04916	-0.13366
자신이 매력적으로 보인다고 생각한다	.0.34478	0.63410	-0.17140	0.16740
내 가치가 올라가는 것 같다	.0.37608	0.62299	-0.16594	0.17544
성적 매력이 느껴진다	.0.15781	0.60687	0.14239	-0.10462
스트레스가 해소된다	.0.23680	0.57633	0.10108	-0.11181
더 여성스러워 보인다	.0.27213	0.53899	0.00777	0.32995
능력이 있어 보인다	.0.42727	0.52592	0.08128	-0.00247
예뻐진다고 생각한다	.0.32709	0.52318	-0.27077	0.15963
자신의 인상이 바뀌는 것 같다	.0.31412	0.50949	-0.06890	0.15698
행위 자체가 재밌다	.0.49243	0.49530	0.01629	-0.18064
내향적인 성격이 다소 적극적으로 행동하게 된다	.0.45659	0.48281	0.07576	0.04761
차분해 진다	.0.19577	0.45538	0.38165	-0.22079
같은 옷을 입어도 더 잘 어울려 보인다	.0.39497	0.42414	-0.22112	0.12268
초라해 보인다	-.0.02758	-0.06354	0.89016	0.02999
인상이 어두워 보인다	-.0.06336	-0.06473	0.88939	0.00030
아파 보인다고 생각된다	-.0.03305	-0.01384	0.84700	-0.07274
소극적이 된다	-.0.07096	-0.10028	0.81709	0.16881
아는 사람을 만나면 부끄러워진다	-.0.05741	-0.06597	0.72954	0.26236
누군가 만나고 싶지 않다	-.0.04060	0.13297	0.70510	-0.03662
잘 되었느냐 못 되었느냐에 따라 기분이 달라진다	.0.02622	0.15583	0.04447	0.72913
주위의 평판이 나쁘면 그만둬 버린다	-.0.03244	-0.08057	0.43078	0.70872
고 유 값	12.363	4.665	1.758	1.566
분 산%	33.447	12.765	5.010	4.468
누 적%	33.447	46.212	51.222	55.690

사람임을 의미한다. 총 239명의 조사대상자 중 응답자 229명의 평균합산 점수는 119이며, 이때의 표준편차는 18.77이다.

한편, 요인분석을 통해 4개의 요인을 추출하였으며, 이를 각각 “적극적 상승”, “변화의 즐거움”, “자기부족감 보완”, “타인의식”으로 명명하였다.

4. 실험절차

본 연구의 자료분석은 한글 SPSS 10.0을 사용하여 통계분석을 실시하였으며, 화장행동에 대한 요인구조를 밝히기 위하여 주성분 분석방법과 Varimax의 직교회전을 이용한 요인분석을 실시하였다. 또한 본 조사는 화장행동(4: 유행지향, 대인관계지향, 관습지향, 자기만족지향)×헤어칼라(3: 난색계열, 한색계열, 무채색계열)×자의식(3: 자의식이 높은 사람, 자의식이 보통인 사람, 자의식이 낮은 사람)의 3원 요인 설계인 혼합설계로 이루어져 있다.

IV. 연구결과

1 사회·심리적 기대효과(종속변수)의 요인분석

사회·심리적 기대효과에 대한 총 37문항에 대한 Varimax 회전방법을 이용한 요인분석 결과, 4개의 요인이 추출되었다. 구체적인 분석결과는 <표 4>와 같다.

<표 4>의 결과를 보면 요인 1은 “적극적상승”에 대한 내용으로써 전체문항에 대한 설명력이 33.45%로 가장 중요한 요인으로 나타났다. 또한 요인 2는 “변화의 즐거움”에 관한 내용으로 설명력

은 12.77%이며, 요인 3은 “자기부족감 보완”으로 설명력은 5%정도이며, 요인 4는 “타인의식”에 관한 내용으로써 설명력은 4.47%이다.

또한 사회·심리적 기대효과와 각 요인들에 대한 신뢰도 분석을 실시한 결과 <표 5>와 같이 아주 높은 신뢰도를 나타내었으며, 모든 문항들을 포함했을 때의 신뢰도가 가장 높았다.

2. 기대효과와 “적극적 상승”에 미치는 헤어칼라, 화장행동, 자의식의 영향

사회·심리적 기대효과와 요인 중 “적극적 상승”에 헤어칼라, 화장행동과 자의식이 영향을 미쳤는지에 대하여 살펴보고자 한다. 이에 대한 결과는 아래 <표 6>과 같다.

먼저 헤어칼라, 화장행동, 자의식이 “적극적 상승”에 독립적인 영향을 미쳤는지를 보기 위하여 주효과를 살펴보면 95% 신뢰수준 하에서 화장행동(F값=3.05, 유의확률=0.03)과 자의식(F값=14.66, 유의확률=<0.0001)이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

평균값을 살펴보면 이는 자의식이 높을수록 “적극적 상승”에 대한 사회·심리적 기대효과가 높아진다는 것을 의미하며, 또한 관습지향 화장행동보다는 자기만족지향 화장행동이 “적극적 상승”에

<표 5> 사회·심리적 기대효과와 요인들에 대한 신뢰도분석

요 인	문항번호	신뢰계수(α)
적극적상승	2, 1, 3, 6, 4, 5, 7, 11 9, 13, 25, 14, 24, 10	0.9161
변화의 즐거움	36, 35, 22, 19, 20, 37, 18 34, 8, 21, 23, 15, 12, 17, 16	0.8993
자기부족감 보완	30, 28, 27, 31, 29, 26	0.9036
타인의식	33, 32	0.62272

<표 6> “적극적 상승”에 대한 3원 설계 결과

변 량 모 형	제곱합	자유도	평균제곱	F값	유의확률
헤어칼라	0.73	2	0.37	1.23	<0.001
화장행동	2.71	3	0.90	3.05	0.293
자의식	8.68	2	4.34	14.66	0.030
헤어칼라*화장행동	3.70	6	0.62	2.08	0.057
헤어칼라*자의식	0.34	4	0.09	0.29	0.883
화장행동*자의식	1.93	4	0.48	1.63	0.168
헤어칼라*화장행동*자의식	2.13	5	0.43	1.44	0.211

〈표7〉 “변화의 즐거움”에 대한 3원 설계 결과

변량 모형	제곱합	자유도	평균제곱	F값	유의확률
	19.09	26	0.73	2.65	<.0001
헤어칼라	0.52	2	0.26	0.94	0.391
화장행동	4.71	3	1.57	5.67	0.001
자의식	7.35	2	3.68	13.27	<.0001
헤어칼라*화장행동	1.94	6	0.32	1.16	0.327
헤어칼라*자의식	0.15	4	0.04	0.14	0.968
화장행동*자의식	3.25	4	0.81	2.93	0.022
헤어칼라*화장행동*자의식	1.16	5	0.23	0.84	0.524

대한 사회·심리적 기대효과가 높다는 것을 의미한다.

한편, 헤어칼라와 화장행동, 자의식 사이에 2원 상호작용효과 및 3원상호작용효과는 유의하지 못한 것으로 나타났다.

3. 기대효과의 “변화의 즐거움”에 미치는 헤어칼라, 화장행동, 자의식의 영향

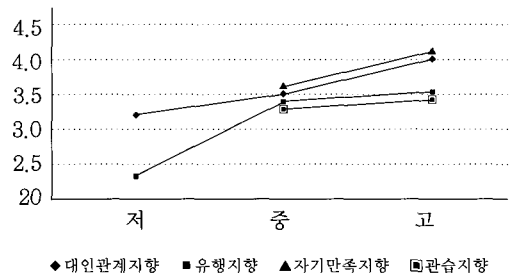
사회·심리적 기대효과의 요인 중 “변화의 즐거움”에 헤어칼라, 화장행동과 자의식이 영향을 미쳤는지에 대하여 살펴보고자 한다. 이에 대한 결과는 아래 <표7>과 같다.

먼저 헤어칼라, 화장행동, 자의식이 “변화의 즐거움”에 독립적인 영향을 미쳤는지를 보기 위하여 주 효과를 살펴보면 95% 신뢰수준 하에서 화장행동(F값=5.67, 유의확률=0.001)과 자의식(F값=13.27, 유의확률=<0.001)이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

평균값을 살펴보면 이는 자의식이 높을수록 “변화의 즐거움”에 대한 사회·심리적 기대효과가 높아진다는 것을 의미하고, 관습지향 화장행동보다는 대인관계 지향, 자기만족지향 화장행동이 “적극적 상승”에 대한 사회·심리적 기대효과가 높다는 것을 의미한다.

한편, 헤어칼라와 화장행동, 자의식 사이에 2원 상호작용효과 중 화장행동과 자의식의 상호작용에 유의한 것으로 나타났다. 자기만족지향 화장행동을 보이면서 자의식이 높은 집단이 “변화의 즐거움”이 가장 높았으며, 유행지향 화장행동을 보이면서 자의식이 낮은 집단의 “변화의 즐거움”이 가장 낮은 것으로 보여 졌다(<그림2>참조).

3원 상호작용효과는 유의하지 못한 것으로 나타



〈그림2〉 화장행동과 자의식에 따른 기대효과

났다. 즉, 헤어칼라의 계열과 화장행동, 그리고 자의식이 동시에 고려된 경우 “변화의 즐거움”에 대한 사회·심리적 기대효과에는 별다른 영향을 미치지 못한다는 것을 알 수 있다.

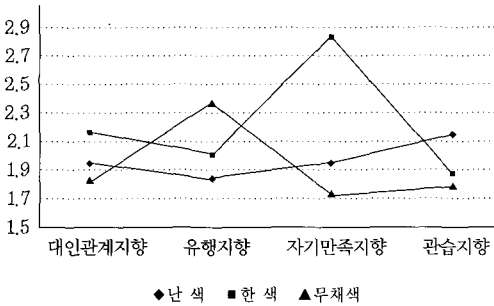
4. 기대효과의 “자기부족 보완”에 미치는 헤어칼라, 화장행동, 자의식의 영향

사회·심리적 기대효과의 요인 중 “자기부족 보완”에 헤어칼라, 화장행동과 자의식이 영향을 미쳤는지에 대하여 살펴보고자 한다. 이에 대한 결과는 아래 <표8>과 같다.

먼저 헤어칼라, 화장행동, 자의식이 “자기부족 보완”에 독립적인 영향을 미쳤는지를 보기 위하여 주 효과를 살펴보면 95% 신뢰수준 하에서 모두 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다. 헤어칼라와 화장행동, 자의식 사이에 2원 상호작용효과에서는 헤어칼라와 화장행동, 헤어칼라와 자의식이 “자기부족 보완”에 영향을 미치는 것으로 나타났다. <그림3>과 같이 헤어칼라와 화장행동의 경우한색을 선호하면서 자기만족지향 화장행동을 보이는 집단에서 “자기부족 보완”이 가장 높았으며, 무채색

〈표8〉 “자기부족 보완”에 대한 3설계 결과

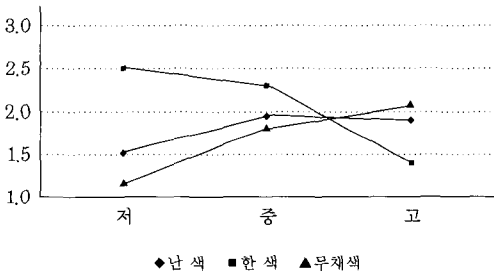
변량 모형	제곱합	자유도	평균제곱	F값	유의확률
헤어칼라	1.55	2	0.78	1.55	0.214
화장행동	2.65	3	0.88	1.77	0.155
자의식	0.71	2	0.36	0.71	0.491
헤어칼라*화장행동	9.82	6	1.64	3.28	0.004
헤어칼라*자의식	5.37	4	1.34	2.69	0.033
화장행동*자의식	3.77	4	0.94	1.89	0.114
헤어칼라*화장행동*자의식	0.79	5	0.16	0.32	0.903



〈그림3〉 헤어칼라와 화장행동에 따른 기대효과

을 선호하고 자기만족지향 화장행동을 보이는 집단에서 “자기부족 보완” 가장 낮았다.

헤어칼라와 자의식의 경우에는 <그림4>와 같이



〈그림4〉 헤어칼라와 자의식에 따른 기대효과

한색이면서 자의식이 낮은 집단에서 가장 높게 나타났으며, 무채색이면서 자의식이 낮은 집단이 가장 낮게 나타났다. 3상호작용효과는 유의하지 못한 것으로 나타났다.

5. 기대효과의 “타인의식”에 미치는 헤어칼라, 화장행동, 자의식의 영향

사회·심리적 기대효과의 요인 중 “타인의식”에 헤어칼라, 화장행동과 자의식이 영향을 미쳤는지에 대하여 살펴보고자 한다. 이에 대한 결과는 아래 <표9>와 같다.

먼저 헤어칼라, 화장행동, 자의식이 “타인의식”에 독립적인 영향을 미쳤는지를 보기 위하여 주효과를 살펴보면 95% 신뢰수준 하에서 자의식(F값=6.46, 유의확률=0.002)이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 자의식이 높을수록 “타인의식”이 높은 것을 의미한다.

헤어칼라와 화장행동, 자의식 사이에 2원 상호작용효과 및 3원 상호작용효과는 유의하지 못한 것으로 나타났다. 이는 헤어칼라, 화장행동, 자의식에 상관없이 타인의식의 기대효과가 나타나며, 이들의 결합으로 인한 기대효과의 영향도 미미한 것을 알 수 있다.

〈표9〉 “타인의식”에 대한 3원 설계 결과

변량 모형	제곱합	자유도	평균제곱	F값	유의확률
헤어칼라	0.00	2	0.00	0.00	0.997
화장행동	5.23	3	1.74	2.34	0.075
자의식	9.65	2	4.83	6.46	0.002
헤어칼라*화장행동	9.20	6	1.53	2.05	0.061
헤어칼라*자의식	4.18	4	1.04	1.4	0.236
화장행동*자의식	1.37	4	0.34	0.46	0.767
헤어칼라*화장행동*자의식	2.90	5	0.58	0.78	0.568

IV. 결론

지금까지 화장행동, 헤어컬러, 자의식의 독립변수들이 사회·심리적 기대효과에 영향을 미칠 것이라는 연구모형 하에 가설을 수립하고 이를 분석하였다.

결과적으로 헤어컬러는 독립적으로 사회·심리적 기대효과에 커다란 영향을 미치지 못하였지만 화장행동과 자의식과 결합하여 영향을 미치는 것으로 나타났다.

화장행동의 경우를 보면, 관습지향의 화장행동을 보인 집단보다는 자기만족 지향의 화장행동을 보인 집단이 사회·심리적 기대효과가 높은 것으로 나타났다.

또한 자의식의 측면에서 보면, 자의식이 낮거나 보통인 집단보다는 자의식이 높은 집단에서의 사회·심리적 기대효과가 높은 것을 알 수 있었다.

이러한 경향은 대부분의 사회·심리적 기대효과 하위요인에서도 마찬가지로의 결과를 보여 주었다. 즉, “자기부족 보완”이나 “타인의식”과 같은 소극적 기대효과에는 별다른 영향을 주지 못하였지만, “변화의 즐거움”과 “적극적 상승”과 같은 적극적이고 능동적인 기대효과에는 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결국 화장행동과 자의식이 독립적으로 사회·심리적 기대효과에 영향을 미쳤으며, 관습지향의 화장행동보다는 자기만족 지향의 화장행동에서, 자의식이 낮은 집단보다는 높은 집단에서 기대효과가 높은 것으로 나타났다.

본 연구를 진행하면서 표본의 대상인 학교들이 편협하게 조사되었으며, 보다 많은 응답자를 확보하지 못한 점은 아쉬움으로 남는다. 우리나라 대학·대학원생(여학생 중심)을 대표할 수 있는 보다 치밀하고 정교한 표본추출방법을 적용하지 못한 것 역시 아쉬움으로 남는다.

그러나 본 연구의 모형에 상호작용 효과를 입증하지는 못하였지만 관습지향 보다는 자기만족지향의 화장행동에서의 기대효과가 높을 것이라는 점과 자의식이 높을수록 기대효과도 높을 것이라는 가설을 부분적으로나마 검증할 수 있었다. 이는 헤어컬러와 화장행동, 그리고 자의식간의 관련성 여부를 밝히고 이들이 사회·심리적 기대효과에 영향을 미친다는 것을 어느 정도 확신을 갖게 하는

부분이다. 따라서 본 연구를 기초로 보다 정확한 조사와 분석을 통해 화장행동, 자의식, 사회·심리적 기대효과와 헤어컬러 간의 관련성을 입증하고 이를 이용했으면 하는 바람을 갖는다.

참고문헌

- 1) Graham, J. a. & Jouhar, A. J. (1983). The Importance of Cosmetics in the Psychology of Appearance. *International Journal of Dermatology* 22(3), pp.153-156.
- 2) 김현희 (2001). 여고생의 화장행동과 화장품 구매 불안과의 관계. 대구가톨릭대학교 대학원 석사학위논문, p.45.
- 3) 이예란 (1998). 여성의 화장품구매행동에 미치는 영향요인에 관한 연구 -TV광고 중심으로-. 한국외국어대학교 세계경영대학원 석사학위논문, pp.15-45.
- 4) 변상우 (1995). 우리나라 립스틱 소비자의 구매 행동에 관한 실증적 연구 -중부지방 주거자의 구매행동을 중심으로. 고려대학교 대학원 석사학위논문.
- 5) 전용수 (2001). 여성들의 화장실태와 화장지식 및 태도에 관한 연구 -대구광역시 소재 미용실 이용자를 중심으로. 계명대학교 대학원 석사학위논문.
- 6) 백경진, 김미경 (2004). 화장행동과 영향 변인 연구 -의복관여도, 연령, 얼굴만족도를 중심으로. *한국의류학회지* 28(7), pp.892-893.
- 7) 사랑의 전화 복지재단 2001년 3월 [한국인 외모에 자신없다].
- 8) 한국갤럽 Release 2004년 3월 22일 [2004년 한국인의 이미지 실태 -남성-].
- 9) 김현희 (2001). Op. cit., pp.11-12.
- 10) 박정혜 (2002). 추구의복이미지와 의복태도에 따른 색조화장행동 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, p.2.
- 11) 공유미 (1999). 화장품 구매행동에 관한연구- 10~20대 여성의 라이프 스타일을 중심으로. 청주대학교 대학원 석사학위논문, pp.35-45.
- 12) 류은주 (2001). 'CLINICAL HAIR COLORING'. 서

을: 청구문화사.

- 13) 고영주 (2003). 헤어칼라가 이미지 변화에 미치는 영향 및 인구 통계적 변수에 따른 헤어칼라 선호도와 의 관계. 조선대학교 산업대학원 석사학위논문, p.10.
- 14) 이연희 (2001). 색채화장이 얼굴 이미지 지각에 미치는 영향-유행예측색을 중심으로. 성신여자대학교 대학원, p.8.
- 15) Walker, M. (1991). *The Power of Color*. New York: Avery Publishing Group Inc. 21.
- 16) 이연희 (2001). 색채화장이 얼굴 이미지 지각에 미치는 영향-유행예측색을 중심으로. 성신여자대학교 대학원, p.8.
- 17) 이은지 (2002). 모발색이 체형 및 이미지에 미치는 영향. 동아대학교대학원 학위논문, pp.5-8.
- 18) 최정아 (1997). 자아의식과 자존감이 상담에 대한 태도에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위, pp.14-50.
- 19) Cash, T. F. & Cash, D. W. (1982). Women's Use of Cosmetics: Psychological Correlates and Consequences. *International Journal of cosmetic Science* 4, pp1-13.
- 20) 문혜경, 유태순 (2003). 자아존중감, 외모관심도와 의복태도 및 화장도에 관한 연구. *복식학회지* 2003 (4), p.103.
- 21) 윤소영 (2001). 메이크업과 헤어스타일이 인상형성에 미치는 영향. 대구가톨릭대학교 대학원 석사학위논문, pp.10-11.
- 22) 이화순, 황춘섭 (2002). 화장의 사회. 심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구. *복식학회지* 2002 (8), pp.138-139.