

## 여대생의 자기애에 따른 의복추구혜택과 화장추구혜택에 관한 연구

이 주 영 · 김 영 숙\*\*

승의여자대학교 패션디자인 전공 조교수 · 서남대학교 교양학과 조교수\*\*

### A Study on Clothing Expected Benefits and Make-up Expected Benefits by Narcissism of Female College Students

Ju-Young Lee · Young-Sook Kim\*\*

Assistant Prof., Dept. of Fashion Design, Soongeui Women's College

Assistant Prof., Dept. of Liberal Arts and Science, Seonam University\*\*

(2015. 6. 9. 접수; 2015. 7. 24. 수정; 2015. 7. 30. 채택)

#### Abstract

The purpose of this study was to analyze narcissism, clothing expected benefits, and make-up expected benefits of female college students and investigate the relationships of them. To achieve the purposes, a questionnaire was conducted to 322 from September 21 to October 30, 2014. The final data was analyzed with spss 18.0 program. The results were follows. First, It was found that narcissism were classified 4 factors of success-oriented narcissism, others-defensive narcissism, recognition-oriented narcissism, appearance-fascinated narcissism. Second, It was found that clothing expected benefits were classified 6 factors and make-up expected benefits were classified 4 factors. Third, there were significant differences of narcissism by major, clothing purchase cost and cosmetic purchase cost. Forth, there were significant differences of clothing expected benefits and make-up expected benefits by major, clothing purchase cost and cosmetic purchase cost. Fifth, there were significant relations of narcissism, clothing expected benefits, and make-up expected benefits of female college students. Thus, it was found that narcissism were related to clothing expected benefits and make-up expected benefits.

**Key Words:** Narcissism(자기애), Clothing expected benefit(의복추구혜택), Make-up expected benefit(화장추구혜택)

## I. 서론

자기 자신에 대한 사랑과 애착을 의미하는 자기애는 과도한 경쟁사회에서 적응하기 위한 대처방안으로 현대인의 자기중심적인 성향을 반영한 사회현상이라고 할 수 있다. 자신의 모습을 주변에서 인정받게 될 때 행복감을 느끼는 바람직하고 건강한 자기애(김유성, 2011)는 현대

사회를 살아가는 개인에게 있어 필수적인 요소로 작용할 수도 있으나 부적응적으로 발달한 자기애는 자기에게만 몰두하고 타인에게까지 관심이 확장되기 어려우며 그 결과 대인관계에서도 어려움을 겪게 된다(김유성, 박옥련, 2009).

자신의 능력이 남보다 뛰어나고 특별하다고 생각하는 자기애 성향은 자신의 외모를 과시하려는 욕구로 표현되며 미모와 날씬함을 강요하

는 사회분위기와 함께 다양한 외모관리 형태로 나타나고 있다. 또한 현대사회에서 신체적 매력은 사회적 성공을 위한 필수 조건으로 받아들여지며 외모가 차지하는 비중이 점차 커지고 있어 여성들은 외모에 더욱 집착하고 자신이 타인에게 어떻게 보여 지는가를 매우 중요시하고 있다. 의복과 화장은 여성들이 신체의 외관을 바꾸기 위해 이용하는 가장 보편적인 치장의 형태이기 때문에 자기에 성향과 의복과 화장의 관련성 연구는 현대사회를 살아가는 여대생의 소비 욕구를 파악할 수 있는 중요한 역할을 할 것이다.

그러나 국내의 자기에와 관련된 연구들은 사회심리와 관련된 연구가 대부분이고 패션분야와 관련된 연구는 외모관련변인(김유성, 박옥련, 2009; 김종옥, 2010; 김해정, 2008)이나 의복이나 화장품의 한 분야에 국한된 연구(김해정, 2008; 유선미, 2014; 황연순, 2009; 황연순, 구양숙, 2010)로 미비한 실정이다. 그러므로 외모에 관심이 많은 시기인 여대생을 대상으로 자기 스스로의 가치를 반영할 수 있는 자기에성향을 분석하고 쉽게 접근할 수 있는 외모관리 방법인 의복과 화장의 추구혜택을 관련지어 분석하는 것은 의미가 있을 것이다.

이에 본 연구에서는 전문대학의 여대생을 대상으로 하여 자기에 성향, 의복추구혜택과 화장추구혜택을 알아보고 자기에 성향이 의복추구혜택과 화장추구혜택에 미치는 영향력을 조사하는데 목적을 두었다. 또한 여대생의 연령대를 대상으로 한 패션뷰티관련업체에 혜택 세분시장을 제시하여 차별화된 마케팅 전략 수립에 도움을 줄 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 자기에

자기에 또는 나르시시즘(Narcissism)은 정신분석학적 용어로 자신의 외모, 능력 등에 지나치게 자기 자신이 뛰어나다고 믿거나 사랑하는 자기중심적인 성격 또는 행동을 말한다(위키백과,

2015). 이는 대부분 청소년들이 주체성을 형성하는 동안 나타나는 정상적인 성격 발달과정이기도 하며 정상적 심성의 보편적인 특성이다(Kohut, 1999).

나르시시즘이란 용어는 그리스 신화에서 유래되었으며 독일의 Paul Nacke가 정신병리학 분야에서 처음 사용한 학문적 용어(황연순, 구양숙, 2010)로 자기에가 건강하게 성숙하면 긍정적인 인격에 기여하게 되지만 병적 미숙에 머물면 자기에적인 성격장애가 된다고 보았다(김유성, 박옥련, 2009).

우리나라에서는 자기에의 측정으로 자기에적 성격척도(NPI: Narcissistic Personality Inventory; Raskin & Hall, 1979, 1981)가 가장 많이 사용되고 있다(김유성, 박옥련, 2009). 이는 성격 장애를 측정하기보다 자기에라고 볼 수 있는 성격 특질에 대한 개인차를 측정하기 위해 제작된 것이다(황연순, 2009). Kohut(1999)는 자기에가 발달하지 못하면 우울감이나 무기력감을 많이 느끼며 자존감이 낮고 자신의 일에 즐거움을 갖기 힘들며 건강한 자기에를 가진 사람은 자신의 포부를 형성하고 이를 즐기며 자기 확신 속에서 자신이 발달시킨 가치에 따라 자기목표를 이루어가는 사람이라고 하여 자기에가 정상적이고 성격 발달에서 중심적인경향이라고 했다.

대학생 시기인 청년기는 성인기의 시작으로 자아정체성의 성취가 일어나는 시기(송명자, 2008)이며 모든 관심의 초점이 자기에게 맞춰져 있는 자기중심성을 보이며 자신이 무엇이든 다 할 수 있다는 전능함과 다른 사람과 비교할 수 없는 독특한 존재감을 과시하려는 자기에적 특징을 보인다(중앙선데이, 2015). 따라서 이러한 성향을 청년기의 정상적인 발달 단계인 자아 형성 과정으로 보고 긍정적인 자존감의 표현으로서의 여대생의 자기에 성향을 살펴보고자 한다.

자기에성향과 관련된 연구를 보면, Emmons(1984)는 착취성/특권의식, 리더쉽/권위, 우월성/거만, 자기몰두/자기찬탄의 4요인으로 밝혔고 지배성, 과시주의, 외향성, 자기존중감과 자기감찰과 같은 특성과는 정적 상관을, 굴욕, 복종, 사회적 불안과는 부적 상관이 있는 것을 발견하였다.

김미혜와 이종호(2007)는 자기에성향을 리더

쉽, 자기찬미, 우월감, 자기몰입의 4요인으로 밝혔고 이들 요인과 쇼핑성향과의 상관관계를 분석하여 이들 간의 영향력을 밝혔다.

김유성과 박옥련(2009)은 자기에성향의 요인을 자기주도적 자기에, 타인의식적 자기에, 인정지향적자기에의 3요인으로 밝혀 자기에 성향에 따른 집단 별 외모관심도와 미용행동의 차이를 밝혔다.

황연순(2009)은 자기에성향을 특권의식, 리더쉽/우월감, 자립심, 자기신체도취, 성취욕, 자기몰입의 6요인으로 밝혔고 화장품 쇼핑성향과의 관련성을 밝혔다.

황연순과 구양숙(2010)은 나르시시즘 성향을 특권의식, 리더쉽, 자립심, 우월감, 자기신체도취, 성취욕, 자기몰입의 7요인으로 밝혀 나르시시즘 집단 별 의류제품 추구혜택의 차이를 밝혔다.

이상의 연구를 종합해보면 자기에는 남보다 아름다워 보이고 특별해 보이고자 하는 욕구를 충족하기 위한 심리적 욕구의 한 부분으로 병적인 측면이 아닌 건강한 자기존중의 표현(황연순, 2009)으로 자신에게 긍정적으로 작용하는 심리적인 욕구로 간주함을 알 수 있다. 그러므로 이는 자신의 가치를 높이기 위한 자기에 대한 사랑이고 정상적인 성격발달의 단계로서 심리적인 뿐 아니라 자신을 돋보이고 과시할 수 있는 패션 및 화장 등의 외모 관련변인과의 밀접한 관련이 있을 것으로 판단된다.

## 2. 의복추구혜택과 화장추구혜택

혜택이란 특정 제품의 속성에 대하여 소비자가 주관적으로 느끼는 요구 또는 욕구로 소비자가 제품 사용 시 원하는 주관적 보상이나 기대하는 긍정적 결과를 의미한다(김현희, 김용숙, 2007).

같은 패션제품이라 하더라도 모든 소비자들이 동일한 혜택을 얻고자 제품을 구매하지 않고 동일한 혜택을 추구하는 소비자들이라 하더라도 제품의 각 혜택들에 대하여 중요하게 생각하는 정도에 있어서는 많은 차이를 보인다(안광호 외, 2010).

그러므로 의복추구혜택은 의류제품의 속성이나 서비스에 대해 소비자가 주관적으로 느끼는

요구 또는 욕구로 의류제품 착용 시 원하는 주관적인 보상이나 기대효과를 의미하고 화장추구혜택은 화장품의 속성이나 화장을 통하여 소비자가 주관적으로 느끼는 요구 또는 욕구이며 소비자가 화장을 하면서 원하는 주관적 보상이나 기대효과를 의미한다고 할 수 있다.

의복추구혜택과 화장추구혜택에 관한 선행연구를 살펴보면 김용숙(2004)은 화장추구혜택을 자신감, 개성, 아름다움, 체면유지, 결점보완의 5가지 요인으로 밝히고 아름다움추구집단, 결점보완추구집단, 개성추구집단, 자신감추구집단과 화장품 사용의 차이를 분석하였다.

배은정과 성희원(2013)은 의복추구혜택을 사회지향, 신체이미지추구, 편의추구, 개성추구의 4요인으로 밝히고 화장추구혜택을 자신감추구, 아름다움추구, 기능성추구의 3요인으로 밝혀 유행선도력과 외모관심도에 따른 집단 별 차이를 밝혔다.

이미숙과 서서영(2011)은 의복추구혜택을 심미성/개성 추구, 브랜드 추구, 사회적 인정 추구, 편안함 추구, 유행성 추구, 경제성 추구의 6요인으로 밝히고 니트웨어 선호 이미지와 구매행동에 차이가 있음을 밝혔다.

임경복(2010)은 의복추구혜택을 이성의 관심유도, 기분 향상, 자신감능력, 체형보완의 4요인으로 밝히고 가치관과 사회적자아가 외모관리행동과 의복추구혜택에 미치는 영향을 밝혔다.

황연순과 구양숙(2010)은 의류제품추구혜택을 사회적 위신, 인상향상, 경제성, 개성, 편안함의 5요인으로 밝히고 나르시시즘성향집단과 의류제품추구혜택간의 관계를 밝혔다.

정지영과 신혜원(2006)은 의복추구혜택을 심미성추구, 유행성추구, 유명상표추구, 경제성추구의 4요인으로 밝히고 신체만족도와 외모관심도에 따른 의복추구혜택의 차이를 밝혔다.

하종경과 임주희(2009)는 의복추구혜택 세분집단을 스타일/유행추구형, 실용성추구형, 유명상표추구형, 패션무관심형으로 분류하여 의복구매장소와 탐색 정보원 등의 구매행동의 차이를 밝혔다.

이러한 선행연구를 종합해 볼 때 추구혜택은 선호도, 탐색 정보원, 구매장소 등의 소비자행동뿐 아니라 가치관, 자아, 외모관심 등의 사회심

리적변인과도 관련이 있음을 알 수 있다.

### III. 연구 방법 및 내용

#### 1. 연구 문제

연구문제 1. 여대생의 자기에 성향, 의복추구혜택, 화장추구혜택에 대한 요인분석을 한다.

연구문제 2. 여대생의 전공, 의복구매비용, 화장품구매비용에 따른 자기에 성향 요인, 의복추구혜택 요인과 화장추구혜택 요인의 차이를 알아본다.

연구문제 3. 여대생의 자기에 성향이 의복추구혜택과 화장추구혜택에 미치는 영향력을 알아본다.

#### 2. 측정도구 및 자료분석

자기에 성향에 관한 문항은 NPI척도의 한국적 타당화를 연구한 정남은(2001)의 문항을 기본으로 하고 선행연구(김유성, 박옥련, 2009; 김해정, 2008; 황연순, 2009)를 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 5점 리커트 척도로 측정하였다. 신뢰도 검증에서 신뢰도를 떨어뜨리는 4문항을 제외하고 총 22문항으로 4요인 모두 Cronbach's  $\alpha$ 는 .78이상으로 나타났다.

의복추구혜택에 관한 문항은 선행연구(임경복, 2010; 정지영, 신혜원, 2006)를 기초로 하여 5점 리커트 척도로 측정하였다. 신뢰도 검증에서 신뢰도를 떨어뜨리는 1문항을 제외하고 총 23문항으로 6요인 모두 Cronbach's  $\alpha$ 는 .67이상으로 나타났다.

화장추구혜택은 선행연구(김용숙, 2004; 정미실, 2013; 황연순, 2009)를 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 5점 리커트 척도로 측정하였다. 신뢰도 검증에서 신뢰도를 떨어뜨리는 2문항을 제외하고 총 18문항으로 4요인 모두 Cronbach's  $\alpha$ 는 .85이상으로 나타났다.

자료 분석을 위해 SPSSWIN 18.0을 이용하였고 평균과 표준편차, 빈도 분석, 신뢰도 분석, T-

검증, ANOVA, 상관관계분석, 그리고 회귀분석을 실시하였다.

#### 3. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 조사 기간은 2014년 9월 21일부터 10월 30일까지로 서울에 있는 전문대학 두 곳에 재학 중인 여대생을 대상으로 편의 표집 하였다. 350부의 설문지를 배포하였으며 337부를 회수한 후 부정확한 응답지를 제외한 322부를 분석에 이용하였다.

연구대상자는 학년별로는 1학년이 36.6%, 2학년이 63.4%, 전공 별로는 예능 계열이 53.4%, 인문 계열이 46.6%로 나타났고 월 의복구입 비용은 5만원 미만이 26.6%, 5-10만원 미만이 36.3%, 10-15만원 미만이 17.7%, 15만원 이상이 19.0%로 나타났다. 월 화장품구입 비용은 2만원 미만이 39.9%, 2-5만원 미만이 39.9%, 5만원 이상이 19.7%로 나타났다.

### IV. 연구 결과 및 논의

#### 1. 자기에 성향, 의복추구혜택과 화장추구혜택의 요인분석

##### 1) 자기에 성향의 요인 분석

자기에 성향의 차원을 밝히기 위해 주성분분석으로 요인을 추출하고 Varimax에 의한 회전을 실시하여 요인분석을 실시하였고 신뢰도 분석을 한 결과는 <표 1>과 같다. 분석 결과 4요인으로 나타났고 신뢰도 검증에서 신뢰도를 떨어뜨리는 문항을 제외하였다.

요인 1은 나는 리더가 되는 것을 좋아한다, 나는 성공한 사람이 될 것이다, 나는 다른 사람보다 더 유능하다 등의 11문항으로 성공지향적 자기이라고 명명하였고 설명력은 30.99%였다. 요인 2는 누가 나를 좋지 않게 평가하면 화가 치밀거나 수치심이나 모욕감을 느낀다, 나는 다른 사람으로부터 비난받거나 거절당하면 기분이 몹시

상한다 등의 5문항으로 타인방어적 자기에라고 명명하였고 설명력은 14.21%였다. 요인 3은 나는 칭찬받는 것을 좋아 한다, 다른 사람들이 나를 높이 평가해줬으면 좋겠다, 항상 다른 사람들로 부터 인정받고 지지받고 싶다 등의 4문항으로 인정지향적 자기에라고 명명하였고 설명력은 7.32%였다. 요인 4는 나는 거울속의 내 모습을

보는 것을 좋아 한다 나는 나의 외모를 살펴 보기를 좋아 한다 등의 2문항으로 외모도취적 자기에라고 명명하였고 설명력은 6.53%였다.

2) 의복추구혜택의 요인분석

의복추구혜택의 차원을 밝히기 위해 주성분

<표 1> 자기에 성향 요인분석

요 인	문 항	요인 부하량
<b>&lt;요인 1&gt; 성공 지향적 자기에</b>	나는 다른 사람에게 영향력을 행사하는 타고난 능력이 있다.	.81
	나는 내가 좋은 리더라고 생각한다.	.80
	나는 다른 사람을 설득하여 내가 원하는 방식으로 할 수 있다.	.79
	나는 내 책임 하에 어떤 결정을 내리는 것을 좋아한다.	.79
	나는 누구에게나 내가 원하는 뭔가를 믿게 할 수 있다.	.73
	나는 리더가 되는 것을 좋아한다.	.72
	사람들은 항상 나의 권위를 인정해주는 것 같다.	.71
	나는 다른 사람들에게 권위를 갖는 것을 좋아 한다.	.63
	나는 다른 사람보다 더 유능하다.	.61
	나는 내 주장이 강하다.	.56
나는 성공한 사람이 될 것이다.	.45	
고유값: 6.82    전체 변량: 30.99    신뢰도 계수: .90		
<b>&lt;요인 2&gt; 타인 방어적 자기에</b>	누가 나를 좋지 않게 평가하면 화가 치밀거나 수치심이나 모욕감을 느낀다.	.81
	누군가가 나의 자존심을 건드리는 경우 화를 참지 못한다.	.76
	나는 다른 사람으로부터 비난받거나 거절당하면 기분이 몹시 상한다.	.74
	다른 사람들이 나의 말이나 행동에 관심을 보이지 않아 기분이 나빴던 적이 있다.	.68
	어떤 사람에 대해 때로는 너무 좋다가 너무 미워지는 등 갈등이 극단적으로 변하는 경우가 있다.	.55
고유값: 3.13    전체 변량: 14.21    신뢰도 계수: .78		
<b>&lt;요인 3&gt; 인정 지향적 자기에</b>	나는 칭찬받는 것을 좋아 한다.	.82
	다른 사람들이 나를 높이 평가해줬으면 좋겠다.	.82
	항상 다른 사람들로 부터 인정받고 지지받고 싶다.	.72
	능력 있는 사람들과 사귀고 싶다.	.57
고유값: 1.61    전체 변량: 7.32    신뢰도 계수: .79		
<b>&lt;요인4&gt; 외모도취적 자기에</b>	나는 거울속의 내 모습을 보는 것을 좋아 한다.	.87
	나는 나의 외모를 살펴보기를 좋아 한다.	.84
고유값: 1.43    전체 변량: 6.53    신뢰도 계수: .84		

분석으로 요인을 추출하고 Varimax에 의한 회전을 실시하여 요인분석을 실시하였고 신뢰도 분석을 한 결과는 <표 2>와 같다. 분석 결과 6요인으로 나타났고 신뢰도 검증에서 신뢰도를 떨어뜨리는 문항을 제외하였다.

요인 1은 옷을 잘 입으면 다른 사람 앞에서 자신감 있고 당당해진다, 옷차림은 사회적 지위를 나타낸다고 생각 한다 등의 5문항으로 사회적자신감 추구라고 명명하였고 설명력은 29.14%였다. 요인 2는 유행 경향을 알기위해 백화점,

<표 2 > 의복추구혜택 요인분석

요 인	문 항	요인 부하량
<b>&lt;요인 1&gt; 사회적 자신감 추구</b>	옷을 잘 입으면 기분이 좋아진다.	.76
	옷을 잘 입으면 다른 사람 앞에서 자신감 있고 당당해진다.	.76
	옷차림은 사회적 지위를 나타낸다고 생각한다.	.63
	나를 돋보이게 하는 옷을 고르려 노력한다.	.59
	나는 옷을 잘 입음으로써 다른 사람에게 좋은 인상을 주려고 노력한다.	.54
고유값: 6.71    전체 변량: 29.14    신뢰도 계수: .80		
<b>&lt;요인 2&gt; 유행 추구</b>	나는 유행하는 옷에 관심이 많다.	.81
	유행 경향을 알기위해 백화점, 매장, 인터넷을 살펴본다.	.73
	새로운 패션을 알기위해 친구나 연예인의 옷차림에 관심을 갖는다.	.72
	다른 사람의 옷차림을 항상 관심 있게 살펴본다.	.50
	옷을 꼭 사지 않더라도 옷구경 하는 것을 좋아한다.	.47
나는 옷에 대해 관심이 없다(R)	-.43	
고유값: 2.39    전체 변량: 10.40    신뢰도 계수: .83		
<b>&lt;요인 3&gt; 개성 추구</b>	나의 개성을 표현할 수 있는 옷을 구입한다.	.80
	주위 사람의 관심을 끌 수 있는 옷을 고른다.	.78
	나만의 감각을 연출할 수 있는 옷차림을 하는 것은 즐거움이다.	.59
고유값: 2.10    전체 변량: 9.14    신뢰도 계수: .77		
<b>&lt;요인 4&gt; 유명상표 추구</b>	가격이 비싸도 유명 상표의 옷을 구입한다.	.89
	상표 없는 옷 여러 벌보다 유명 상표의 옷 한 벌을 산다.	.89
	유명 상표가 드러나는 옷이 좋다.	.76
고유값: 1.53    전체 변량: 6.63    신뢰도 계수: .83		
<b>&lt;요인 5&gt; 성적매력 추구</b>	내 몸매가 날씬해 보일 수 있는 옷을 구입한다.	.89
	내 몸매의 결점을 보완해 줄 수 있는 옷을 구입한다.	.79
	여성스러움을 강조할 수 있는 옷을 입는다.	.69
고유값: 1.16    전체 변량: 5.14    신뢰도 계수: .73		
<b>&lt;요인 6&gt; 편안함 추구</b>	옷의 스타일이 마음에 들어도 활동하기 불편한 옷은 사지 않는다.	.85
	나는 무엇보다 입어서 평범하고 편안한 옷이 좋다.	.78
	옷을 살 때 세탁관리가 까다로운 옷은 사지 않는다.	.56
고유값: 1.08    전체 변량: 4.70    신뢰도 계수: .67		

매장, 인터넷을 살펴 본다, 새로운 패션을 알기 위해 친구나 연예인의 옷차림에 관심을 갖는다 등의 6문항으로 유행 추구라고 명명하였고 설명력은 10.40%였다. 요인 3은 나의 개성을 표현할 수 있는 옷을 구입한다, 주위 사람의 관심을 끌 수 있는 옷을 고른다 등의 3문항으로 개성 추구라고 명명하였고 설명력은 9.14%였다. 요인 4는 가격이 비싸도 유명 상표의 옷을 구입한다, 상표 없는 옷 여러 벌보다 유명 상표의 옷 한 벌을 산다 등의 3문항으로 유명상표 추구라고 명명하였고 설명력은 6.63%였다. 요인 5는 내 몸매가 날씬해 보일 수 있는 옷을 구입한다, 내 몸

매의 결점을 보완해 줄 수 있는 옷을 구입 한다 등의 3문항으로 성적매력 추구라고 명명하였고 요인 6은 옷의 스타일이 마음에 들어도 활동하기 불편한 옷은 사지 않는다, 옷을 살 때 세탁관리가 까다로운 옷은 사지 않는다 등의 3문항으로 편안함 추구라고 명명하였다.

3) 화장추구혜택의 요인분석

화장추구혜택의 차원을 밝히기 위해 주성분 분석으로 요인을 추출하고 Varimax에 의한 회전을 실시하여 요인분석을 실시하였고 신뢰도 분

<표 3 > 화장추구혜택 요인분석

요 인	문 항	요인 부하량
<b>&lt;요인 1&gt; 자기능력 가치 추구</b>	화장을 하면 스트레스가 해소 된다.	.83
	화장을 하면 기분이 전환 된다.	.76
	화장을 하면 인상이 좋아 보인다.	.64
	화장을 하면 자신의 가치가 상승한다.	.60
	화장을 하면 능력이 있어 보인다.	.54
	화장을 하면 적극적으로 행동하게 된다.	.50
	화장을 하면 젊어 보인다.	.49
고유값: 8.32    전체 변량: 43.78    신뢰도 계수: .87		
<b>&lt;요인 2&gt; 매력가치 추구</b>	화장을 하면 더 예뻐 보인다.	.87
	화장을 하면 더 여성적으로 보인다.	.82
	화장을 하면 얼굴이 화사해 보인다.	.76
	화장을 하면 같은 옷을 입어도 더 잘 어울려 보인다.	.68
	화장을 하면 더 매력적으로 보인다.	.65
	화장을 하면 미적 감각을 남에게 보일 수 있다.	.54
고유값: 1.82    전체 변량: 9.59    신뢰도 계수: .90		
<b>&lt;요인 3&gt; 사회적가치 추구</b>	화장을 하는 것이 대인관계에서 상대방에 대한 예의이다.	.86
	화장은 사회생활에서 필수이다.	.80
	화장을 하고 외출하는 것이 자신에 대한 예의이다.	.77
고유값: 1.59    전체 변량: 8.37    신뢰도 계수: .85		
<b>&lt;요인 4&gt; 결점보완 추구</b>	화장을 하면 잡티나 기미, 주근깨 등의 결점을 보완할 수 있다.	.86
	화장을 하면 얼굴의 결점을 보완할 수 있다.	.85
고유값: 1.02    전체 변량: 5.34    신뢰도 계수: .85		

석을 한 결과는 <표 3>과 같다. 분석 결과 4 요인으로 나타났고 신뢰도 검증에서 신뢰도를 떨어뜨리는 문항을 제외하였다.

요인 1은 화장을 하면 자신의 가치가 상승한다, 화장을 하면 능력이 있어 보인다, 화장을 하면 적극적으로 행동하게 된다 등의 6문항으로 자기능력가치 추구라고 명명하였고 설명력은 43.78%였다. 요인 2는 화장을 하면 더 예뻐 보인다, 화장을 하면 더 여성적으로 보인다, 화장을 하면 더 매력적으로 보인다 등의 6문항으로 매력가치 추구라고 명명하였고 설명력은 9.59%였다. 요인 3은 화장을 하는 것이 대인관계에서 상대방에 대한 예의이다. 화장은 사회생활에서 필수이다 등의 3문항으로 사회적가치 추구라고 명명하였고 설명력은 8.37%였다. 요인 4는 화장을 하면 잡티나 기미, 주근깨 등의 결점을 보완할 수 있다. 화장을 하면 얼굴의 결점을 보완할 수 있다 등의 2문항으로 결점보완 추구라고 명명하였고 설명력은 5.34%였다.

## 2. 전공, 의복구매비용, 화장품구매비용에 따른 자기에 성향, 의복추구혜택과 화장추구혜택의 차이

### 1) 전공, 의복구매비용, 화장품구매비용에 따른 자기에 성향

여대생들의 전공, 의복구매비용, 화장품구매비용에 따라 자기에 성향에 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표 4>와 같다.

전공에 따라서는 성공지향적 자기에, 인정지향적 자기에와 외모도취적 자기에에서 의복구매비용에 따라서는 성공지향적 자기에와 외모도취적 자기에에서 화장품구매비용에 따라서는 성공지향적 자기에, 인정지향적 자기에와 외모도취적 자기에에서 유의차가 나타났다.

예능계열 여대생들이 인문계열 여대생들보다 전반적으로 자기에를 높게 평가하고 있으며 사회적 지위, 성공과 타인의 인정을 지향하고 외모에 도취적인 자기에성향을 가지고 있음을 알

<표 4> 전공, 의복구매비용, 화장품구매비용에 따른 자기에 성향

n=322

변인		성공지향적 자기에	타인방어적 자기에	인정지향적 자기에	외모도취적 자기에
전공	예능계열(n=172)	3.37(.54)	3.24(.74)	3.86(.62)	3.32(.78)
	인문계열(n=150)	2.93(.54)	3.06(.66)	3.57(.60)	2.90(.83)
	t	6.42***	1.93	3.76***	4.15***
의복 구매 비용	5만원 미만(n=86)	3.02(.50)b	3.15(.71)	3.73(.63)	2.92(.76)b
	5-10만원 미만(n=117)	3.11(.59)ab	3.04(.70)	3.64(.66)	3.04(.79)ab
	10-15만원 미만(n=57)	3.25(.55)ab	3.33(.65)	3.77(.61)	3.23(.89)ab
	15만원 이상(n=61)	3.38(.64)a	3.19(.73)	3.84(.58)	3.45(.83)a
	F	4.29**	1.68	1.23	4.45**
화장품 구매 비용	2만원 미만(n=128)	3.03(.54)b	3.15(.71)	3.73(.63)	2.92(.76)b
	2-5만원 미만(n=128)	3.17(.57)ab	3.04(.70)	3.64(.66)	3.04(.79)ab
	5만원 이상(n=63)	3.40(.62)a	3.33(.65)	3.77(.61)	3.23(.89)ab
	F	6.73**	.53	4.41*	10.81***

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001 a,b는 scheffe 사후 검증 결과



수 있었다. 또 의복구매비용과 화장품구매비용이 많은 여대생들은 자신의 성공을 더 지향하고 외모에 더 민감한 자기에 성향을 가지고 있음을 알 수 있었다.

이는 자기애가 높을수록 외모에 관심이 많아지고 우월의식이나 과시성향이 강해져서 의복구매 시 지출을 많이 한다는 김지윤(2013)의 연구와 유사한 결과로 자신을 사랑하고 존중하는 사람일수록 자신의 외모를 관리하는 것을 선호하며 이를 위해 의복과 화장품을 이용하는 적극적인 행동을 하고 있음을 알 수 있는 결과이다.

2) 전공, 의복구매비용, 화장품구매비용에 따른 의복추구혜택과 화장품추구혜택

여대생들의 전공과 의복구매비용에 따라 의복추구혜택에 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표 5>와 같다.

전공과 의복구매비용에 따라서는 사회적자신감 추구, 유행 추구, 개성 추구, 유명상표 추구, 그리고 편안함 추구의 의복추구혜택에서 유의

차가 나타났다.

예능계열과 의복구매비용이 많은 여대생들이 의복을 통해 사회적 자신감, 유행, 개성, 그리고 유명상표를 추구하고 인문계열과 의복구매 비용이 적은 여대생들은 편안함을 추구하고 있음을 알 수 있었다. 이는 예능계열과 의복을 많이 구매하는 여대생들은 의복을 자기 자신을 돋보이고 주변에 관심을 끌기 위한 도구로 이용하고 인문계열과 의복구매비용이 적은 여대생들은 구매나 착용 시 의복의 활동성과 관리 편의성이 중요한 요인으로 작용함을 알 수 있는 결과이다.

여대생들의 전공과 화장품구매비용에 따라 화장품추구혜택에 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표 6>과 같다.

화장품추구혜택은 전공에 따라서는 자기능력가치 추구, 매력가치 추구, 사회적가치 추구의 화장품추구혜택에서, 화장품구매비용에 따라서는 자기능력가치 추구하고 사회적가치 추구의 화장품추구혜택에서 유의차가 나타났다.

예능계열과 화장품을 많이 구매하는 여대생들은 화장을 자신의 가치 상승이나 유능함과 대

<표 5> 전공과 의복구매비용에 따른 의복추구혜택

n=322

변인	사회적 자신감 추구	유행 추구	개성 추구	유명 상표 추구	성적 매력 추구	편안함 추구	
전공	예능계열(n=172)	4.00(.48)	3.56(.53)	3.62(.65)	2.51(.91)	3.39(.83)	3.01(.77)
	인문계열(n=150)	3.51(.61)	3.06(.53)	2.07(.67)	2.07(.67)	3.34(.65)	3.23(.70)
	t	6.90***	7.43***	7.50***	4.35***	.58	-2.35*
의복 구매 비용	5만원 미만(n=86)	3.46b (.56)	3.09b (.48)	3.02b (.67)	2.03b (.72)	3.24 (.77)	3.42a (.74)
	5-10만원 미만(n=117)	3.79a (.64)	3.33ab (.62)	3.35ab (.72)	2.14b (.76)	3.36 (.73)	3.06ab (.64)
	10-15만원 미만(n=57)	3.96a (.55)	3.50a (.53)	3.39a (.68)	2.39b (.75)	3.45 (.73)	3.11ab (.70)
	15만원 이상 (n=61)	4.00a (.39)	3.50a (.59)	3.60a (.76)	2.90a (.89)	3.46 (.77)	2.74b (.80)
	F	11.02***	6.86***	6.84***	13.56***	1.06	-8.56***

\* <.05 \*\*\*p<.001 a,b는 scheffe 사후 검증 결과

**<표 6> 전공과 화장품구매비용에 따른 화장추구혜택**

n=322

변인		자기능력가치 추구	매력가치 추구	사회적가치 추구	결점보완 추구
전공	예능계열(n=172)	3.39(.65)	3.95(.65)	3.69(.85)	4.02(.76)
	인문계열(n=150)	2.99(.68)	3.65(.70)	3.21(.85)	4.01(.65)
	t	4.67***	3.57***	4.42***	.11
화장품 구매 비용	2만원 미만(n=128)	3.09(.74)b	3.70(.81)	3.27(.87)b	3.94(.74)
	2-5만원 미만(n=128)	3.19(.66)ab	3.87(.57)	3.45(.87)b	4.03(.72)
	5만원 이상(n=63)	3.45(.58)a	3.89(.61)	3.84(.82)a	4.15(.66)
	F	4.60*	1.97	7.17**	1.49

\* p&lt;.05 \*\*p&lt;.01 \*\*\*p&lt;.001 a,b는 scheffe 사후 검증 결과

인관계의 사회적가치 추구를 추구하는 도구로 사용하고 있음을 알 수 있었다. 이는 월평균 소득이 높은 집단에서 만족, 자신감의 미용추구혜택이 높다고 한 김유성(2011)의 연구와 부분적으로 맥락을 같이 한다. 또한 자기애가 높을수록 화장품을 자주 구매한다는 김지윤(2013)의 연구와 외모관리 비용이 높은 사람일수록 화장의 심리적 효용이 전반적으로 높게 나타난 서은혜(2012)의 연구와 유사한 결과로 생각된다.

여대생들은 전공에 상관없이 화장을 통해서 본인의 결점을 보완하고자 하는 욕구가 높음을 알 수 있고 예능 계열을 전공하고 화장품을 많이 구매하는 여대생들이 화장을 통해서 자신의 능력과 가치가 높게 평가되고 매력적이고 원만한 대인관계를 위한 욕구가 높음을 알 수 있는 결과이다.

### 3. 자기애 성향에 따른 의복추구혜택과 화장추구혜택

#### 1) 자기애 성향이 의복추구혜택에 미치는 영향

자기애 성향의 5요인간의 상관관계를 분석한 결과 모든 변수 간에 정적인 상관관계를 보이고 있었고 모든 상관계수가 .40이하로 다중공선성의 위험이 없는 것으로 판단되어 회귀분석을 실시하였다. 자기애 성향을 독립 변인으로 하여

의복추구혜택에 미치는 영향력을 알아본 결과는 <표 7>과 같다.

여대생의 자기애 성향에는 전반적으로 성공지향적 자기애와 외모도취적 자기애의 영향력이 큰 것으로 나타났다. 성공지향적 자기애는 사회적자신감 추구, 유행 추구, 개성 추구, 유명상표 추구의 의복추구혜택에, 타인방어적 자기애는 편안함 추구의 의복추구혜택에, 인정지향적 자기애는 사회적자신감 추구하고 유행 추구의 의복추구혜택에, 외모도취적 자기애는 사회적자신감 추구, 유행 추구, 개성 추구, 성적매력 추구의 의복추구혜택에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 자신이 유능하고 성공적인 리더라는 성향과 스스로의 외모에 관심이 많은 성향의 자기애를 가진 여대생일수록 의복을 통해 자신감을 추구하고 새로운 패션과 주변 사람에 대한 관심을 추구하고 있음을 알 수 있는 결과이다. 성공지향적인 성향의 여대생일수록 의복의 사회적자신감과 유행을 추구하는 것으로 나타났는데 이는 특권의식이 있는 사람일수록 속하고 싶은 계층의 사람들과 비슷한 옷을 입고 최신 유행스타일의 옷을 추구한다는 황연순과 구양숙(2010)의 연구와 비슷한 결과로 이들은 사회적 위신을 중시하며 주위 사람들의 기준에 적합한 옷을 추구하고 있음을 알 수 있는 결과로 생각된다. 또한 성공지향적인 여대생일수록 의복의 유명상표를 추구하는 것으로 나타났는데 이는 우월의

<표 7> 자기애 성향에 따른 의복추구혜택의 회귀분석

자기애	의복 추구 혜택		사회적 자신감 추구		유행 추구		개성 추구		유명상표 추구		성적매력 추구		편안함 추구	
	$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t
성공 지향적 자기애	.13	2.09*	.15	2.42*	.30	4.82***	.20	2.79***	.04	.52	-.13	-1.80		
타인 방어적 자기애	-.01	-.11	.01	.10	.03	.45	.08	1.24	-.02	-.25	.14	2.00*		
인정 지향적 자기애	.33	5.28***	.15	2.36*	.08	1.30	-.03	-.44	.07	1.00	-.02	-.20		
외모 도취적 자기애	.26	4.34***	.36	5.82***	.27	4.33***	.12	1.78	.15	2.09*	-.10	-1.46		
R <sup>2</sup>	.28		.25		.26		.07		.02		.03			
F	25.37***		21.93***		22.39***		5.39***		2.41*		2.82*			

\* p<.05 \*\*\*p<.001

식이 있는 여대생일수록 유명상표를 지향한다는 황연순(2009)의 연구와 유사한 결과이며 리더쉽이 있고 권위의식이 있는 여대생일수록 유명상표의 의복을 입음으로써 타인에게 자신을 과시하려는 경향이 있음을 알 수 있었다. 또한 외모도취적인 성향의 여대생일수록 자신의 몸매가 날씬해 보이고 여성의 매력을 나타낼 수 있는 의복을 추구하는 경향이 있음을 알 수 있고 타인에게 인정받고 높게 평가받고 싶은 성향의 여대생일수록 타인 앞에서 자신감을 나타낼 수 있고 사회적 지위를 돋보일 수 있는 의복을 추구하는 경향이 있음을 알 수 있었다. 또한 타인의 비난이나 평가에 과민한 타인방어적인 성향의 여대생일수록 착용이나 관리에 편안한 의복을 추구하는 것으로 나타났는데 이는 타인과 민적인 가치를 가진 사람일수록 타인보다 좋은 옷을 입지 않고 비슷한 의복을 착용하여 기분을 상하게 하지 않는다는 Kefgen Touchie-specht (1981)의 연구와 유사한 결과(강혜원 외, 2012)로 이들은 평범하고 편안한 의복을 추구함으로써 다른 사람과 비슷한 의복을 입고 그들에게 불편함을 주지 않으려는 성향을 보인다고 해석할 수 있을 것이다.

이상의 결과 여대생들이 의복을 통해 추구하

는 혜택에 성공지향적 자기애와 외모도취적 자기애가 중요한 영향을 미침을 알 수 있었고 이로써 자기애 성향은 의복의 구매에 중요한 차별화변수로 작용할 것으로 판단된다.

2) 자기애 성향이 화장추구혜택에 미치는 영향

자기애 성향을 독립 변인으로 하여 화장추구혜택에 미치는 영향력을 알아본 결과는 <표 8>과 같다.

화장추구혜택에 외모도취적 자기애의 영향력이 가장 큰 것으로 나타났고 외모도취적 자기애는 자기능력가치 추구, 매력가치 추구, 사회적가치 추구의 화장추구혜택에, 성공지향적 자기애는 결점보완 추구의 화장추구혜택에, 인정지향적 자기애는 매력가치 추구의 화장추구혜택에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 자신의 몸매를 매력적이라고 지각할수록 심리적 만족과 자신감의 미용추구혜택을 얻고자하는 욕구가 높다고 한 김유성(2011)의 연구와 유사한 결과로 자신의 외모에 관심이 많고 자신을 사랑하는 성향의 자기애를 가진 여대생일수록 화장을 자신의 유능함과 여성적인 매력 가치를 추구하고 대인관계의 사회적 가치를 추구하는 도구로

〈표 8〉 자기에 성향에 따른 화장추구혜택의 회귀분석

자기에 \ 화장추구 혜택	자기능력가치 추구		매력가치 추구		사회적가치 추구		결점보완 추구	
	$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t
성공지향적 자기에	.01	.10	-.07	.98	-.03	-.37	.17	2.35*
타인방어적 자기에	.07	1.01	.03	.40	-.05	-.79	-.12	-1.71
인정지향적 자기에	.04	.58	.21	3.06**	.02	.21	-.01	-.09
외모도취적 자기에	.28	4.12***	.30	4.59***	.31	4.52***	.12	1.71
R <sup>2</sup>	.09		.13		.08		.05	
F	6.97***		10.13***		5.77***		2.85*	

\* p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

이용하고 있음을 알 수 있는 결과이다.

이상의 결과 화장추구혜택에 타인에게 과민하게 반응하고 의식하는 타인방어적 자기에와 타인의 인정을 추구하는 인정지향적 자기에의 영향력은 다른 변인에 비해 적은 것을 알 수 있었고 이는 여대생들은 타인에게 어떻게 보여 지고 평가되는지 보다 자신 스스로의 외모에 대한 관심과 표현을 위해서 화장을 이용하고 있음을 알 수 있는 결과이며 뷰티관심도와 뷰티이미지는 타인보다는 본인의 주관적인 판단이 중요한 것으로 나타난 홍수남, 김효숙(2013)의 연구와 맥락을 같이 한다. 또한 타인에 대한 관심이나 생각보다 자신 중심으로 생각하고 사랑하는 현대 사회의 개인주의를 반영하는 결과로도 판단된다.

#### IV. 결론 및 제언

본 연구는 여대생을 대상으로 자기에성향, 의복추구혜택과 화장추구혜택에 대해 알아보고 자기에 성향이 의복추구혜택과 화장추구혜택에 미치는 영향에 대해 살펴보는 데 목적이 있다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 자기에 성향의 요인분석 결과 성공지향적 자기에, 타인방어적 자기에, 인정지향적 자기에,

외모도취적 자기에의 4요인으로 나타났다. 의복추구혜택의 요인분석 결과 사회적자신감 추구, 유행 추구, 개성 추구, 유명상표 추구, 성적매력 추구, 편안함 추구의 6요인으로 나타났다. 화장추구혜택의 요인분석 결과 자기능력가치 추구, 매력가치 추구, 사회적가치 추구, 결점보완 추구의 4요인으로 나타났다.

둘째, 전공, 의복구매비용, 화장품구매비용에 따른 자기에 성향의 차이를 분석한 결과 예능계열 여대생들이 인문계열 여대생들보다 사회적 지위, 성공과 타인의 인정을 지향하고 외모에 도취적인 자기에성향을 가지고 있음을 알 수 있었다. 또 의복구매비용과 화장품구매비용이 많은 여대생들이 자신의 성공을 지향하고 외모에 민감한 자기에 성향을 가지고 있음을 알 수 있었다.

전공, 의복구매비용에 따른 의복추구혜택의 차이를 분석한 결과 예능계열과 의복구매 비용이 많은 여대생들이 의복을 통해 사회적 자신감, 유행, 개성, 그리고 유명상표를 추구하고 인문계열과 의복구매 비용이 적은 여대생들은 편안함을 추구하고 있음을 알 수 있었다.

전공, 화장품구매비용에 따른 화장추구혜택의 차이를 분석한 결과 예능계열 여대생들이 인문계열 여대생들보다 화장을 통해 자기능력, 매력, 사회적 가치를 추구하고 화장품구매비용이 많은 여대생들은 자기능력과 사회적 가치를 추구

하고 있음을 알 수 있었다.

셋째, 자기에 성향의 의복추구혜택에 대한 영향력을 알아본 결과 전반적으로 성공지향적 자기애와 외모도취적 자기애의 영향력이 큰 것으로 나타났다. 성공지향적 자기애는 사회적자신감 추구, 유행 추구, 개성 추구, 유명상표 추구의 의복추구혜택에, 타인방어적 자기애는 편안함 추구의 의복추구혜택에, 인정지향적 자기애는 사회적자신감 추구하고 유행 추구의 의복추구혜택에, 외모도취적 자기애는 사회적자신감 추구, 유행 추구, 개성 추구, 성적매력 추구의 의복추구혜택에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 자기에 성향의 화장추구혜택에 대한 영향력을 알아본 결과 외모도취적 자기애는 자기능력가치 추구, 매력가치 추구, 사회적가치 추구의 화장추구혜택에, 성공지향적 자기애는 결점보완 추구의 화장추구혜택에, 인정지향적 자기애는 매력가치 추구의 화장추구혜택에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이로써 여대생들의 자신의 가치를 높이고 존중받고자하는 자기애 성향과 의복과 화장을 통해 추구하는 혜택은 관련이 높음을 알 수 있고 이상의 연구결과를 통한 결론으로는 다음과 같다.

여대생들의 의복의 구매와 선택에 가장 영향을 미치는 자기애는 성공지향 성향과 외모도취 성향의 자기애이며 이러한 성향의 여대생들은 의복선택 시 사회적자신감, 유행, 개성을 중요시하므로 이들에게는 타인보다 돋보이고 자신감을 표현해줄 수 있는 차별화전략이나 새로운 패션정보를 제공하는 판매촉진전략이 효과적일 것으로 생각된다. 또한 남을 의식하며 과민한 반응을 보이는 타인방어적 성향의 여대생들은 의복선택 시 평범하고 편안함을 중요시하므로 의복의 활동성과 관리 편의성의 기능적인 측면을 제시하는 판매기법 등의 전략이 효과적일 것으로 판단된다.

여대생들의 화장품의 선택과 사용에 가장 영향을 미치는 자기애는 외모도취성향의 자기애이며 이러한 성향의 여대생들은 화장품 선택이나 화장행동 시 자기능력가치, 매력가치, 사회적가치 추구를 중시하므로 화장품 사용으로 아름다움뿐 아니라 유능함과 성공적인 대인관계 혜택까지 추구할 수 있음을 제시할 수 있는 판매

촉진 전략이 효과적일 것으로 생각된다.

본 연구의 표본은 서울에 있는 전문대학 두 곳의 1학년과 2학년의 여대생을 대상으로 했기 때문에 전체 여대생으로 일반화하여 확대 해석하는 데는 한계가 있고 현대사회의 특징 상 자기애 성향이 점점 높아지는 현실을 감안하여 적합한 척도 개발이 이루어져야할 것이고 긍정적인 자기애 뿐 아니라 부정적인 자기애를 포함한 체계적이고 세분화된 연구가 이루어져야할 것이다.

## 참고 문헌

- 강혜원, 이금실, 고애란, 정미실, 남미우, 김양진. (2012). *의상사회심리학*. 서울: 교문사.
- 김미혜, 이종호. (2007). 나르시시즘과 쇼핑성향에 관한 연구. *한국마케팅 관리학회 추계학술발표대회 발표논문집*, 537-544.
- 김용숙. (2004). 화장추구혜택과 화장품 사용에 관한 연구. *한국복식학회지*, 54(2), 95-104.
- 김유성. (2011). 자기애성향 별 신체매력성 지각이 미용추구혜택 및 관리행동에 미치는 영향. 경성대학교대학원 박사학위논문.
- 김유성, 박옥련. (2009). 자기애성향과 외모관심도, 미용행동간의 상관관계 분석. *한국인체예술학회지*, 10(2), 113-126.
- 김중욱. (2010). *중년 여성의 자기애 성향에 따른 신체만족도와 외모관리행동과의 관계*. 대구한 의대학교 대학원 박사학위논문.
- 김지운. (2013). *의복행동에서 자기감시와 자기애에 관한 연구*. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 김해정. (2008). *자기애성향에 따른 외모관여도 및 의복소비가치에 관한 연구*. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 김현희, 김용숙. (2007). 실버 여성들의 패션라이프 스타일에 따른 화장추구혜택과 화장태도. *한국복식학회지*, 57(9), 136-148.
- 배은정, 성희원. (2013). 유행선도력과 외모관심도에 따른 추구혜택 및 화장행동 비교. *한국패션*

- 비즈니스학회지*, 17(4), 107-123.
- 서은혜. (2012). *자기에성향, 신체외모관리 행동 및 화장의 심리적 효용의 관계 연구*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 송명자. (2008). *발달심리학*. 서울: 학지사.
- 안광호, 황선진, 정찬진. (2010). *패션마케팅*. 서울: 수학사.
- 유선미. (2014). *자기에성향이 네일서비스 추구혜택, 구매행동과 만족에 미치는 영향 연구*. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤정혜. (2008). *자기에 측정도구 ISP 타당화 연구*. 서울: 한국학술정보.
- 이미숙, 서서영(2011). 남자대학생의 의복추구혜택에 따른 니트웨어 선호이미지와 구매행동 연구. *한국의상디자인학회지*, 13(4), 51-67.
- 임경복. (2010). 남녀대학생의 외모관리행동과 의복추구혜택에 관한 연구-가치관과 사회적 자아의 영향력을 중심으로-. *한국의상디자인학회지*, 12(4), 29-41.
- 임성민, 박민여. (2006). 나르시시즘을 통한 코르셋 착용분석. *한국의류학회지*, 30(6), 851-858.
- 정남은. (2001). 과민성 자기에 척도 타당화 연구. *한국심리학회지: 상담 및 심리치료*, 13(2), 221-237.
- 정미실. (2013). 화장태도, 신체가치, 의복행동 간의 관계 연구. *한국생활과학회지*, 22(4), 677-691.
- 정지영, 신혜원. (2006). 남녀 고등학생의 신체만족도와 외모관심도에 따른 외모관리행동 및 의복추구혜택. *한국가정교육학회지*, 18(4), 13-23.
- 하종경, 김주희. (2009). 20대 남녀소비자의 의복추구혜택과 관련변인에 관한 연구. *한국생활과학회지*, 18(4), 879-889.
- 황연숙, 구양숙. (2010). 소비자의 나르시시즘성향과 의류제품추구혜택. *한국의류산업학회지*, 12(3), 338-346.
- 황연순. (2009). 소비자의 자기에 성향과 화장품 쇼핑성향과의 관계. *한국의류산업학회지*, 11(2), 326-336.
- 홍수남, 김효숙.(2013). 이주여성의 부티관심도와 패션관심도가 패션관리행동에 미치는 영향. *한국의상디자인학회지*, 15(2), 122-133.
- 위키백과. 자료검색일 2015. 2. 9, 자료출처 <http://ko.wikipedia.org>
- Emmons, R. A. (1984). Factor analysis and construct validity of the narcissistic personality inventory. *Journal of Personality Assessment*, 48, 291-300.
- Kohut, H. (1999). *자기의 분석*(이재훈 역). 서울: 한국심리치료연구소(원저 1971 출판)
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1987). *Consumer Behavior: Marketing strategy perspectives*. Homewood, ILL: Irwin Inc.