

대학수업에서 교수의 이미지메이킹이 학습자의 수업만족 및 수업몰입에 미치는 영향

정혜림 · 박선주^{*†}

배화여자대학교 세무회계학과 겸임교수 · 용인대학교 미용경영학과 조교수^{*†}

The effect of professor's image-making on college student's class satisfaction and class commitment

Hea-Rim Jung · Sun-Ju Park^{*†}

Adjunct Prof., Dept. of Tax Accounting, Baewha Women's University

Assistant Prof., Dept. of Beauty Business, Yongin University^{*†}

(2021. 5. 29 접수; 2021. 8. 9 수정; 2021. 8. 30 채택)

Abstract

The purpose of this study is to understand the influence of the professor's image making (internal, external, social image) perceived by college students on instructional outcomes. The influence of the professor's image making on class satisfaction and class commitment was analyzed, and the mediating effect of class satisfaction and the relationship between class satisfaction and class commitment in the relationship between image making and class commitment was considered. First, it was found that the external image and social image of the professor had a significant effect on class satisfaction. The level of interpersonal relations, such as communication, manners, manners, and intimacy as well as the management of external expressions, clothing style, makeup, hair, gestures, postures, attitudes, voices, speech, and speech speed brings satisfaction to the class. Second, it was found that the professor's inner image, outer image, and social image had a significant effect on class commitment. In order to satisfy the students' immersion in class, professors are required to manage internal, external, and social images. Third, it was found that class satisfaction had a significant effect on class commitment. If the class satisfaction is high, it means that class immersion also increases. Fourth, as for the social image of a professor, it was found that class satisfaction had a completely mediating effect in the relationship between class commitment, and the external image of a professor was found to have a partial mediating effect in class satisfaction in the relationship between class commitment. It was found that the social image of professors perceived by college students improve class satisfaction, and this improves class satisfaction further enhances class immersion.

Key Words: image making(이미지메이킹), class satisfaction(수업만족), class commitment(수업몰입)

[†]Corresponding author ; Sun-Ju Park
Tel. +82-31-8020-3694
E-mail : sj7864@hanmail.net

I. 서론

대학에서 학생들은 한 학기를 마치면서 강의 평가를 통해 수업에 관한 만족도를 측정한다. 아무리 지식적으로 뛰어나고 화려한 경력을 가진 교수여도 학습자들의 수업 만족도는 높지 않은 경우가 있을 수 있다. 교육이라는 것이 단순히 지식과 전문기술만을 전달하는 것이 아니고 학생과 교수와의 사이에서 많은 것들이 공감되고 공유하고 소통하면서 상호작용이 잘 이루어져야 강의 본연의 내용 전수와 이외의 교육적 효과를 달성할 수 있다. 이러한 상호작용은 교수에 대한 긍정적인 이미지가 형성되고 수업에 대한 흥미와 참여도를 증가시켜 수업에 대한 만족도와 몰입도 까지 영향을 줄 것이다.

시대적·사회적 변화에 따라 개인이 추구하는 이미지는 다양해지기 시작하였고 대중들은 말투·자세·표정·의복·메이크업·헤어스타일 뿐만 아니라 성격·능력·가치관 등을 통해 고유의 개성과 성격을 표현해내기 시작하였는데, 이를 이미지메이킹(image making)이라 한다(장순자, 2014). 개인이 자신의 바람직한 상을 정해놓고 그 목표를 도달하기 위하여 자신의 능력을 최대한 발휘하여 변화하는 의도적인 과정으로서 자신의 개성과 본질, 독특한 진가, 최고의 가치를 연출하는 종합적인 자기관리 기술이다(허혜순·도주연, 2015).

자신의 장점을 부각시키고, 단점을 보완하여 원만한 대인관계를 유지하고, 본인을 호감 가는 좋은 이미지로 만드는 것이다. 이는 대인관계 뿐만 아니라 자신에게도 지속적인 자신감을 주는 선순환적인 효과도 얻을 수 있는 것이다. 교수에게도 이제는 본인이 속한 학교에서 학생과의 원만한 관계와 효과적인 전문지식 전달과 인성교육에 있어서 교수 본인을 호감 가는 좋은 이미지로 만들어가는 노력이 필요한 것이다.

자기 이미지는 본질적인 내적이미지(internal image)와 현상적인 외적이미지(external image)와 사회적 이미지(social image)로 구분할 수 있다. 내적 이미지는 인간의 내면세계로 정신적, 심리적 특성을 모두 포함한 뜻으로 생각·사고·심상·욕구·감정 등의 정서적 세계를 의미하며, 외적 이미지는 내적이미지가 인간의 외부로 나타나는 현상으로 외모·언행·표정·눈빛·자세·목소리·말투 등

으로 표현되는 표상을 말한다. 사회적 이미지는 개인의 특성이 대인과의 상호관계에서 교류로 나타나게 되고 이를 통해 형성되는 관계적인 이미지를 의미한다(김경호, 2004).

학생들을 가르치는 수업 또한 강의실 안에서 무형의 서비스로 제공되고 실시간으로 학생들의 반응이 돌아오기 때문에 서비스 접점인 강의실 안에서, 수업을 성공적으로 이끌기 위해서는 교수의 긍정적이고 적극적인 서비스 마인드와 함께 전문성을 갖춘 효과적인 이미지메이킹이 요구된다.

다른 교수들과는 다른 차별화되고 개성화된 이미지를 만들기 위하여 교수는 자신의 이미지를 통합적으로 관리하는 것이 중요한 개인의 전략이고 수단이 될 것이다.

자기 자신이 생각하는 주관적 자아와 학생들이 바라보는 객관적 자아의 차이를 인식하고, 교육자로서 적합한 최상의 이미지를 만들어가는 이미지메이킹 관리가 효율적인 수업관리와 학생들과의 인간관계를 위해서, 바람직한 학교생활을 위해서는 필수적이다.

21세기는 인간적인 측면을 강조하면서 이미지메이킹에 대한 관심이 높아지고 다양한 프로그램도 만들어져서 정부 및 여러 기업체 그리고 대학교에서 필수적인 교육과정으로 들어가고 있는 추세이다.

이미지메이킹에 관한 연구는 호텔 종사원의 이미지메이킹(정의선, 2015), 미용종사자의 이미지메이킹(허혜순, 도주연, 2015), 미용교사의 이미지메이킹(나선영, 유태순, 2013), 얼굴 이미지메이킹 프로그램(송은영, 2008), 이미지메이킹의 개념정립(김경호, 2004) 등 다수의 논문이 있지만, 대학교수의 이미지메이킹에 관련된 연구는 아직까지 미흡하다.

따라서 본 연구의 목적은 대학에서 학생들이 인식하는 교수의 내적, 외적, 사회적 이미지메이킹과 수업만족 및 수업몰입과의 인과관계를 분석하고, 이미지메이킹과 수업몰입 간의 관계에서 수업만족의 매개효과 및 수업만족과 수업몰입 간의 직접적인 인과관계를 제시하고자 한다.

이에 따라 이제는 대학에서 교수들도 이미지메이킹의 중요성을 인식하고 재조명하여 자기 자신만의 차별성과 독특하고 고유한 퍼스널이미지를 만들기 위해 시간과 노력을 투자하여 성공적인

수업 성과를 이끌어 갈 수 있는 중요한 전략과 수단을 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 이미지메이킹

이미지는 심상을 뜻하는데 사전적 정의는 ‘어떤 사람이나 사물로부터 받는 느낌이나 인상’으로 이전 감각에 의하여 얻어졌던 것이 마음속에서 재생한 것이라고 할 수 있다(이선경, 홍경림, 2016).

또한 이미지메이킹이란 개인의 직업과 개성, 원하는 스타일에 따라서 내적 이미지와 외적 이미지, 사회적 이미지를 종합적으로 자신의 주어진 상황에 맞게 장점을 최대한 살려서 상대방에게 호감을 줄 수 있도록 의식적으로 만들어가는 과정을 말한다. 자신의 참자아를 제대로 인식하여 불필요한 열등감이나 자신을 무가치한 존재로 전락시키는 일 없이 개인의 고유한 특징과 개성을 최대한 살린 이미지메이킹은 자신감을 갖게 하고 긍정적인 효과를 가져올 수 있는 자신만의 종합적인 표현이라 할 수 있다(권혜영, 2015).

이미지 분류는 개인의 능력을 갖추게 하는 현실적인 자아를 최대한 끌어올리는데 자신의 마음속에 또 다른 모습으로 나타날 수도 있다. 자신에게 어울리는 이미지의 분류는 내적인 이미지, 외적인 이미지, 사회적 이미지로 나누어진다(오선숙 외, 2017).

1) 내적 이미지

내적 이미지(internal image)는 인간의 정신적인 면모를 강조하고, 외적인 이미지가 호감을 준다면 내적인 이미지는 유지 시켜준다(오선숙 외, 2017). 내적 이미지는 자아에 대한 존중감 그리고 자신에 대한 총체적·함축적·일관적인 믿음과 느낌 등으로 이루어진 자아의 개념과 더불어 교육을 통해 생긴 지식, 자신에게 익숙한 사고 체계, 성향과 성격, 정서적인 요인 등에 의해 형성된다(송은영, 2008). 내적 이미지 요소로는 성장 과정을 통한 자아 존중감 및 성취도, 성격, 인품, 가치

관, 사고 등을 들 수 있다(권혜영, 2015).

내적 이미지와 관련된 연구로는 호텔 종사원의 이미지메이킹 효능감이 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구에서 내적 이미지메이킹 효능감이 직무만족과 조직몰입에 직접 영향을 미치는 것으로 나타났고(정의선 외, 2015), 서비스 종사자의 이미지메이킹과 커뮤니케이션 능력이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구에서는 내적이미지가 긍정심리자본에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다(박성아 외, 2020).

2) 외적 이미지

외적 이미지(external image)는 사람마다 내면의 본질이 종합적으로 구성되어 외부로 나타나는 현상적인 이미지를 의미한다. 외적으로 표현되는 이미지는 자신이 가지고 있는 내면의 실성을 바탕으로 한 현실적인 자기경영이 요구된다(오선숙 외, 2017). 외적으로 형성된 요소들은 표정, 의상 스타일, 메이크업 및 헤어스타일, 즐겨 사용하는 색상·토탈 코드·액세서리·소품 등 전체적인 스타일을 들 수 있다(권혜영, 2015). 또한 외적 이미지는 얼굴·체형·피부색·생김새·키 등의 신체적인 요소와 헤어스타일·메이크업·패션스타일 등의 표현적인 요소와 자세·제스처·태도 등과 같은 행동적인 요소 및 말의 높낮이·목소리·말의 속도 등의 청각적인 요소로 형성된다(송은영, 2008).

외적 이미지와 관련된 연구로는 호텔 종사원의 이미지메이킹 효능감이 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구에서 외적 이미지메이킹 효능감이 직무만족에 직접 영향을 미치는 것으로 나타났고(정의선 외, 2015), 미용교사 이미지가 고등학생들의 수업태도에 미치는 영향에 관한 연구에서 실기수업태도와 이론수업태도에 미용교사의 이미지 중 외모가 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(나선영 외, 2013).

3) 사회적 이미지

사회적 이미지(social image)는 개인이 갖고 있는 특성이 대인과의 상호관계에서 교류로 형성되어 서로의 관계성을 지니는 것이다. 대인관계란 개체간의 독특한 현상으로 표현되는 정서적·물리

적 교류를 말한다. 이러한 의미에서 대인관계는 나와 너라는 존재가 성립하는 교류영역이라고 할 수 있다. 관계적으로 형성된 요소는 호감도·신뢰성과 태도·커뮤니케이션 이미지·셀프이미지 브랜드 및 리더십 등이 있다(오선숙 외, 2017). 또한, 사회적 이미지는 사회적인 관계에서 커뮤니케이션, 매너 및 에티켓·진밀성 및 호감도 등의 대인관계 속에서 형성되어진다. 즉 인간은 누구나 사회적인 존재이기 때문에 나와 타인의 관계 속에서 형성되고, 자신이 소속된 사회와 문화를 반영한다(송은영, 2008).

사회적 이미지와 관련된 연구로는 추나영(2019)의 대학 체육실기 수업 교수자의 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션 중 신체언어와 공간언어는 수업만족에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 미용종사자의 이미지메이킹에 따른 직무만족 및 직무성과와의 관계에서 부드럽고 상냥한 말투는 직무만족과 직무성과에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다(허혜순, 도주연, 2015).

2. 수업만족

수업만족이란 학생들이 수업을 들음으로써 얻을 수 있는 개인의 감정으로 인정·성취·보상 등이 있으며, 이것은 개인의 가치 체계나 개인의 감성에 따라 전혀 다른 형태를 나타낼 수 있는데 수업만족은 수업과 관련하여 학생들이 경험하는 유쾌한 감정이고 긍정적인 상태라고 정의할 수 있다. 그렇기 때문에 수업만족은 학생이 갖게 되는 성취의 감정이나 반응이므로 학생이 수업에 대해 생각하는 수준 이상으로 수업의 기대를 충족하는 것을 의미한다(김소라 외, 2020).

수업에 대한 학습자의 만족이 높으면 학습자는 수업 내용을 완전히 자신의 것으로 흡수하게 된다. 학생들이 생각하는 수업만족도는 학교 교육과 수업의 질을 측정하는 중요한 요인이 되며, 이에 대한 정의와 만족도를 정확하게 측정하는 것은 어려울 수 있다. 학생들의 수업만족도는 수업에 대해 기대가 충족되어야 수업의 학습목표를 충족시킬 수 있고 나아가서 인정을 받아 수업에 대한 긍정적인 인식을 하게 된다(Merriam, 2001). 학교의 고객은 학생이기 때문에 최근에 교육의

성과 차원에서 만족과 관련된 연구들이 발표되고 있는데 교육에 대한 만족도는 교육을 받았던 경험들과 성과에 대한 만족감의 주관적인 판단을 의미한다(Oliver, 1989). 강의만족도 향상을 위한 요인들 중에는 교수법이 가장 중요하다(신주용 외, 2009).

3. 수업몰입

수업에서의 몰입이란 학습에 요구되는 높은 수준의 집중과 참여를 이끌어내는 심리적 특성이고, 지속적으로 과제를 수행하는 수준이 강화되는 것이다(Steele & Fullagar, 2009). 김종환(2008)은 학습에 완전히 몰두하여 즐거움을 느끼는 최상의 경험을 수업몰입이라고 하였다.

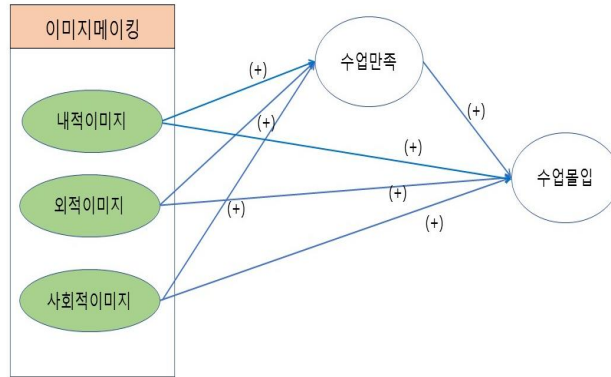
수업몰입은 학습에 흥미를 붙여서 학생이 적극적으로 수업에 참여하게 함으로써, 자기 자신의 존중감과 수업에 즐거움을 느끼게 한다. 더 나아가서는 의사소통능력과 창의력 등의 능력을 활발하게 함으로써 삶의 질까지 높여준다(Csikszentmihalyi, 1990).

Ⅲ. 연구 설계

1. 연구모형 및 가설설정

수업 몰입에 영향을 주는 것은 교사의 전문성과 품성, 업무/역할이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 교사 이미지의 하위 요인 중 외모는 수업몰입에 있어 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 수업 내용에 대한 몰두에 있어서는 전문성이 가장 강력한 교사 이미지 요인으로 나타났다. 또한, 교사 이미지의 하위요인인 외모와 전문성, 품성은 수업만족도의 하위요인인 교사 행동 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(김소라 외, 2020).

교사 이미지와 수업몰입 및 수업태도 간의 관계를 살펴본 결과, 교사 이미지는 수업몰입과 수업태도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고 수업몰입은 수업태도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(김원호 외, 2018).



〈그림 1〉 연구 모형

미용교사 이미지가 고등학생들의 수업태도에 미치는 영향에 관한 연구에서는 실기수업태도에 대해 미용교사 이미지인 성품·외모·학업생활지도·전문성 중 외모가 실기 수업태도에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이론수업태도에 대해 미용교사 이미지인 성품·외모·학업·생활지도·전문성 중 외모가 이론수업태도에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(나선영, 유태순, 2013).

교사 이미지가 수업 태도 및 수업만족도에 미치는 영향에 관한 연구에서 교사 이미지는 수업 태도에 유의한 영향을 미쳤고, 교사 이미지는 수업 만족도에 영향을 주었다(이슬기, 박종률, 2012).

이에 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1) 대학교수의 이미지 메이킹은 수업만족에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H 1-1 : 대학교수의 내적 이미지는 수업만족에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H 1-2 : 대학교수의 외적 이미지는 수업만족에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H 1-3 : 대학교수의 사회적 이미지는 수업만족에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H2) 대학교수의 이미지 메이킹은 수업몰입에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H 2-1 : 대학교수의 내적 이미지는 수업몰입에

정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H 2-2 : 대학교수의 외적 이미지는 수업몰입에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H 2-3 : 대학교수의 사회적 이미지는 수업몰입에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H3) 수업만족은 수업몰입에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H4) 대학교수의 이미지 메이킹과 수업몰입 간의 관계에서 수업만족은 매개역할을 할 것이다.

2. 표본설계와 측정 도구

본 연구의 대상은 서울과 경기도에 소재하고 있는 대학교에 재학 중인 학생 중 편의표본추출법을 사용하여 300명을 선정하고, 2021년 4월 5일부터 2021년 5월 24일 사이에 온라인 설문지 조사를 실시하였다. 실제 분석에 사용된 자료는 불성실하게 대답한 7명의 자료를 제외하고 293명의 자료를 분석에 사용하였다.

본 연구에서는 교수의 이미지를 측정하기 위하여 김선일(2014)의 “호텔사업 감정노동자의 이미지메이킹 효능감이 조직몰입과 직무만족에 미치는 영향”과 유도은(2019)의 “뷰티서비스 종사자의 이미지메이킹이 고객만족도와 고객충성도에 미치는 영향” 연구에서 활용한 항목들을 바탕으로 본 연구에 맞게 수정, 보완하여 활용하였다.

수업만족도를 측정하기 위하여 추나영(2019)의

〈표 1〉 Measurement item

구성	문항 내용	문항 수
인구통계학적 특성	성별, 학년, 전공	3
내적이미지	자신감, 첫인상, 자부심, 긍정적사고	5
외적이미지	외모, 얼굴표정, 손동작, 목소리 크기, 자세와 태도	6
사회적 이미지	리더십, 칭찬과 지지와 인정의 말, 학생들에게 호응정도	7
수업만족	수업선택만족, 수업만족도, 가르치는 방식만족	5
수업몰입	수업에 관심과 집중, 수업과약정도, 수업에 열중, 과제 수행	6
총계		32

〈표 2〉 Demographic characteristics of respondents

구 분	변인	범주	빈도(명)	퍼센트(%)
인구 통계 학적 특성	성별	남자	68	23.2
		여자	225	76.8
	학년	1학년	101	34.5
		2학년	107	36.5
		3학년	43	14.7
		4학년	42	14.3
총합계		293명	100%	

“대학체육실기 수업에서 교수자의 언어적·비언어적 커뮤니케이션이 교수자 평가 및 수업만족에 미치는 영향”에서 사용한 활용한 항목들을 바탕으로 본 연구에 맞게 수정, 보완하여 활용하였다.

수업몰입도를 측정하기 위하여 김소라 외(2020)의 “고등학생이 인식하는 체육교사 이미지가 체육수업 몰입도 및 만족도에 미치는 영향”에서 활용한 항목들을 바탕으로 본 연구에 맞게 수정, 보완하여 활용하였다. 설문지는 인구통계 특성 3문항과 교수 이미지를 묻는 18문항, 수업몰입도를 묻는 6문항, 그리고 수업만족도를 묻는 5문항으로 총 32문항으로 구성되었다. 〈표 1〉는 설문지의 구체적인 내용이다.

IV. 연구결과

본 연구는 대학생이 인식하는 교수의 이미지에 이king이 수업 만족 및 수업몰입에 영향을 미치는 지를 알아보려고 한다.

1. 응답자 특성

빈도분석 결과 성별로는 남성이 23.2%(68명), 여성이 76.8%(225명)이었고, 학년별로는 1학년이 34.5%(101명), 2학년이 36.5%(107명), 3학년이 14.7%(43명), 4학년이 14.3%(42명)로 2학년이 가장 높게 나타났다. 인구통계학적 특성은 〈표 2〉와 같다.

2. 타당성 및 신뢰성 검증결과

본 연구의 타당성 및 신뢰성 정도를 파악하기 위하여 측정변수들의 척도 순화과정을 실시하였다. 먼저, 타당성 검증을 위하여 주성분 분석(principle component analysis)과 직교회전방식(varimax)을 채택하였고, 또한 Bartlett의 구형성 검증과 KMO(Kaiser Meyer Olkin) 측도를 실시하여 데이터의 적합성을 파악하였다.

본 연구에서는 요인적재치가 0.5이상, 공통성은

〈표 3〉 교수 이미지의 타당성 및 신뢰성 검증결과

구분	변수명	요인 적재량	공통성	고유값	분산 설명력 (누적%)	Alpha if item Deleted	신뢰도 Cronbach α
내적 이미지	내적3	0.862	0.867	3.859	21.438 (21.438)	0.869	0.897
	내적1	0.759	0.825			0.852	
	내적4	0.554	0.779			0.865	
	내적2	0.528	0.700			0.885	
외적 이미지	외적4	0.856	0.907	4.185	23.249 (58.270)	0.816	0.895
	외적3	0.743	0.827			0.842	
	외적1	0.516	0.758			0.887	
사회적 이미지	사회적5	0.820	0.891	6.304	35.021 (79.708)	0.945	0.956
	사회적3	0.752	0.828			0.947	
	사회적7	0.710	0.755			0.952	
	사회적6	0.705	0.718			0.953	
	사회적4	0.693	0.839			0.947	
	사회적2	0.682	0.799			0.951	
	사회적1	0.659	0.812			0.949	
통계량	KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)측도=0.960 Bartlett의구형성검증=0.000						

〈표 4〉 수업만족의 타당성 및 신뢰성 검증결과

구분	변수명	요인 적재량	공통성	고유값	분산 설명력 (누적%)	Alpha if item Deleted	신뢰도 Cronbach α
수업 만족	만족5	0.961	0.923	4.524	90.486 (90.486)	0.965	0.973
	만족3	0.956	0.914			0.966	
	만족2	0.954	0.910			0.966	
	만족1	0.945	0.865			0.968	
	만족4	0.941	0.885			0.969	
통계량	KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)측도=0.917 Bartlett의구형성검증=0.000						

0.5이상, 고유값이 1.0이상을 기준으로 분석한 결과, 〈표 3〉과 같이 모든 변수들은 조건을 만족하는 것으로 나타났으며, 전체 누적설명력은 79.708 %의 수치를 보였다.

신뢰도를 검증하기 위한 방법으로는 Cronbach α 값과 알파값(alpha if item deleted)을 사용하여 변수의 신뢰도를 파악하였다. 이는 사회과학 분야에서는 일반적으로 0.6이상이면 신뢰도가 있다고 해석한다. 분석결과, 모든 변수들의 신뢰도 수준은 0.6이상의 충분히 수용 가능한 신뢰수준으로 나타났다.

〈표 3〉은 대학교수 이미지의 타당성 및 신뢰성 검증결과이다. 탐색적 요인분석을 실시한 결과

누적 분산율 79.708%의 설명력을 보였다. 요인분석 결과 내적이미지 5변, 6변, 외적이미지 2변, 5변, 6변 문항이 적합성 기준 0.5보다 낮게 나와 5의 문항을 삭제하였다.

〈표 4〉는 수업 만족의 타당성 및 신뢰성 검증 결과이다. 요인분석을 실시한 결과 누적 분산율을 88.386%의 설명력을 보였다. 요인분석 결과 모든 문항이 적합하게 나와 5문항 모두 사용하였다.

〈표 5〉는 수업몰입의 타당성 및 신뢰성 검증 결과이다. 요인분석을 실시한 결과 누적 분산율을 72.056%의 설명력을 보였다. 요인분석 결과 모든 문항이 적합하게 나와 6문항 모두 사용하였다.

〈표 5〉 수업몰입의 타당성 및 신뢰성 검증결과

구분	변수명	요인 적재량	공통성	고유값	분산 설명력 (누적%)	Alpha if item Deleted	신뢰도 Cronbach α
수업 몰입	몰입2	0.913	0.833	4.570	76.168 (76.168)	0.917	0.936
	몰입4	0.907	0.823			0.919	
	몰입5	0.893	0.797			0.920	
	몰입1	0.890	0.792			0.934	
	몰입6	0.822	0.676			0.932	
	몰입3	0.806	0.649			0.921	
통계량	KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)측도=0.893 Bartlett의구형성검증=0.000						

〈표 6〉 상관관계 분석결과

구분	내적이미지	외적이미지	사회적 이미지	수업만족	수업몰입
내적이미지	1.00				
외적이미지	.623**	1.00			
사회적 이미지	.713**	.754**	1.00		
수업만족	.579**	.694**	.773**	1.00	
수업몰입	.630**	.649**	.670**	.726**	1.00

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

3. 상관관계분석 결과

〈표 6〉은 판별타당성을 검토하기 위해 변수 간 상관관계 분석 결과이다. 변수들 간의 관계의 강도를 제시함으로써 변수들 간의 관련성을 제시해 준다. 판별타당성은 변수 간 상관관계 값이 해당 변수의 신뢰도 값보다 크지 않으면 판별타당성은 존재한다고 볼 수 있다(Gaski, 1984). 본 연구에서 사용한 변수들의 상관계수 값이 신뢰도 값보다 큰 값은 나타나지 않았기 때문에 판별타당성은 확보하였다.

또한 상관계수의 절대값이 0.7이상이면 높은 상관관계, 0.4에서 0.7사이는 조금 높은 상관관계, 0.2에서 0.4사이이면 낮은 상관관계, 마지막으로 0.2보다 작으면 상관관계가 거의 없다고 한다. 본 연구에서 변수들 중 가장 높은 상관관계를 보이는 변수는 수업만족과 사회적 이미지 간 상관계수인 $r = .773$ 이고, 가장 낮은 상관관계를 보이는 변수는 수업만족과 내적 이미지 간 상관계수인 $r = .579$ 로 밝혀졌다.

4. 가설검증결과

H1) 대학교수의 이미지메이킹은 수업만족에 정 (+)의 영향을 미칠 것이다.

교수의 이미지가 수업만족에 미치는 영향을 분석한 결과, 〈표 7〉과 같이 나타났다. 먼저 교수의 내적이미지가 수업만족에 미치는 영향은 t 값이 0.726($p = .469$)로 나타나 교수의 내적이미지는 수업만족에 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하였다. 또한 교수의 외적이미지가 수업만족에 미치는 영향은 t 값이 2.932($p = .004$)로 나타나 교수의 외적이미지는 수업만족에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 교수의 사회적 이미지의 경우에도 t 값이 10.737($p = .000$)로 나타나 교수의 사회적 이미지는 수업만족에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

분석결과, 교수의 외적이미지와 사회적 이미지가 수업만족에 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 H1-2, H1-3은 채택되었다. 수업만족에 대한 영향력의 크기를 비교하면 사회적 이

〈표 7〉 교수의 이미지가 수업만족에 미치는 영향

독립변수	비표준화계수		β	t	p	공차한계
	B	SE				
상수	-.297	.159	-	-1.866	.063	-
내적이미지	.055	.076	.043	.726	.469	.227
외적이미지	.195	.066	.168	2.932	.004**	.242
사회적이미지	.797	.074	.692	10.737	.000**	.191

$$R^2 = .771, \Delta R^2 = .768, F = 324.092, p = .000$$

*p < .05, **p < .01, 종속변수: 수업만족

〈표 8〉 대학교수의 이미지메이킹이 수업몰입에 미치는 영향

독립변수	비표준화계수		β	t	p	공차한계
	B	SE				
상수	.512	.171	-	2.984	.003	-
내적이미지	.172	.082	.158	2.101	.036*	.227
외적이미지	.283	.072	.288	3.954	.000**	.242
사회적이미지	.378	.080	.388	4.730	.000**	.191

$$R^2 = .629, \Delta R^2 = .626, F = 163.619, p = .000$$

*p < .05, **p < .01, 종속변수: 수업몰입

미지(β = .692)가 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 외적이미지(β = .168)의 순으로 밝혀졌다. 회귀모형은 F값이 324.092(p = .000)으로 나타나 회귀선은 회귀모형을 잘 설명하는 것으로 나타났고, 회귀선에 대한 R² = 0.771로 77.1%의 설명력을 보이고 있다. 공차한계 값은 모두 0.1이상의 수치로 나타나 다중공선성에서도 문제가 없는 것으로 밝혀졌다.

H2) 대학교수의 이미지메이킹은 수업몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

교수의 이미지가 수업몰입에 미치는 영향에 대한 분석 결과, 〈표 8〉과 같이 나타났다. 먼저 교수의 내적이미지가 수업몰입에 미치는 영향은 t 값이 2.101(p = .036)로 나타나 교수의 내적이미지는 수업몰입에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 교수의 외적이미지가 수업몰입에 미치는 영향은 t 값이 3.954(p = .000)로 나타나 교수의 외적이미지는 수업몰입에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났

다. 교수의 사회적 이미지의 경우에도 t 값이 4.730(p = .000)로 나타나 교수의 사회적 이미지는 수업몰입에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

분석결과, 교수의 내적이미지, 외적이미지와 사회적 이미지가 수업몰입에 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 H2-1, H2-2, H2-3은 채택되었다. 수업몰입에 대한 영향력의 크기를 비교하면 사회적 이미지(β = .388)가 가장 높았으며, 다음으로는 외적이미지(β = .288), 내적이미지(β = .158)의 순으로 밝혀졌다. 회귀모형은 F 값이 163.619(p = .000)으로 나타났고, 회귀선에 대한 R² = 0.629로 62.9%의 설명력을 보이고 있다.

H3) 수업만족은 수업몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

수업만족과 수업몰입간의 인과관계를 분석한 결과, 〈표 9〉와 같이 나타났다. 수업만족이 수업몰입에 미치는 영향은 t 값이 24.986(p = .000)로

〈표 9〉 수업만족이 수업몰입에 미치는 영향

독립변수	비표준화계수		β	t	p
	B	SE			
상수	1.145	.119	-	9.615	.000
수업만족	.699	.028	.826	24.986	.000**

$R^2 = .682, \Delta R^2 = .681, F = 624.315, p = .000$

* $p < .05$, ** $p < .01$, 종속변수: 수업몰입

〈표 10〉 대학교수의 이미지메이킹과 수업몰입간의 관계에서 수업만족의 매개효과

구분	1단계	2단계	3단계	공차한계
	수업만족	수업몰입	수업몰입	
상수	-.297	0.512	0.661	-
내적이미지	.055(.043)	.172(.158*)	.144(.132*)	.227
외적이미지	.195(.168**)	.283(.288**)	.185(.188**)	.235
사회적 이미지	.797(.692**)	.378(.388**)	-.022(-.023)	.136
수업만족			.502(.593**)	.229
R^2	.771	.629	.710	
ΔR^2	.768	.626	.706	
F값	324.092**	163.619**	176.213**	

* $p < .05$, ** $p < .01$ ()는 표준화회귀계수값임.

나타나 수업만족은 수업몰입에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 수업만족이 높으면 수업몰입 역시 높아진다는 것을 의미한다.

회귀모형은 F값이 624.315($p = .000$)으로 회귀모형에 적합한 것으로 나타났으며, 회귀선은 $R^2 = 0.682$ 로 68.2%의 설명력을 보이고 있다. 공차 한계값은 0.1이상의 수치로 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

H4) 대학교수의 이미지메이킹과 수업몰입간의 관계에서 수업만족은 매개역할을 할 것이다.

본 연구에서는 교수의 이미지와 수업몰입 간의 관계에서 매개변수인 수업만족을 분석하기 위해 Baron & Kenny(1986)의 매개효과 모형을 이용하였으며, 그 결과는 〈표 10〉과 같다.

구체적인 분석결과는 다음과 같다. 먼저, 매개효과 검증 1단계 분석결과로 종속변수인 수업만족에 독립변수인 내적이미지($\beta = .043$), 외적이미지($\beta = .168$), 사회적 이미지($\beta = .692$) 변수 중 외적이미지와 사회적 이미지가 통계적

으로 유의미한 결과로 나타났고, 내적이미지는 매개효과가 없는 독립변수로 나타났다.

2단계 분석결과에서는 종속변수인 수업몰입에 독립변수인 내적이미지($\beta = .158$), 외적이미지($\beta = .288$), 사회적 이미지($\beta = .388$) 변수 모두 통계적으로 유의미한 결과로 나타났다. 따라서 외적이미지와 사회적 이미지의 3단계 분석 결과가 필요하다.

마지막 3단계에서는 매개변수인 수업만족이 종속변수인 수업몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으므로($\beta = .593$), 매개효과 결과를 해석할 수 있다. 3단계에서 외적이미지가 종속변수인 수업몰입 간의 표준화된 회귀계수값은 0.188으로 2단계의 0.288에 비해 작아졌기 때문에 매개효과가 있으며, 3단계에서 외적이미지는 종속변수에 영향을 미치는 것으로($\beta = .188$) 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이를 해석하면, 교수의 외적이미지는 직접적으로 수업몰입을 향상시키기도 하지만, 교수의 외적이미지로 인해 수업만족이 향상되고, 이렇게 향상된 수업만족은 수업몰입을 더욱 향상시킨다고 할 수 있다.

마지막으로 3단계에서 교수의 사회적 이미지는 종속변수인 수업몰입 간의 영향관계인 표준화된 회귀계수 값은 -0.023으로 2단계의 0.388에 비해 그 크기가 작아졌으므로 매개효과가 있으며, 3단계에서의 사회적 이미지는 종속변수에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났기 때문에 ($\beta = -.023$) 완전매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이를 해석하면, 교수의 사회적 이미지는 직접적으로 수업몰입을 향상시키지 않지만, 사회적 이미지는 수업만족을 향상시키고 이렇게 향상된 수업만족은 수업몰입을 더욱 향상시킨다고 할 수 있다. 매개회귀분석 통계량을 살펴보면, 1단계 R^2 은 77.1%, 2단계에서는 62.9%, 3단계에서는 71.0%의 수치를 보였고, F 값은 1단계 324.092, 2단계 163.619, 3단계 176.213으로 나타나통계적으로 회귀선 또한 모두 적합한 것으로 나타났다. 또한 모두 0.1이상의 수치를 보이는 공차한계값은 다중공선성에 문제가 없다고 할 수 있다.

V. 결론

본 연구는 대학에서 수업을 듣는 학생들이 인식하는 교수의 이미지메이킹이 수업 만족 및 수업 몰입에 미치는 영향을 살펴보고, 수업만족이 교수의 이미지메이킹과 수업몰입과의 관계에서 매개적 효과가 있는지를 검증하였다. 지금까지 이미지메이킹에 관한 연구는 이미지메이킹의 개념적 정립과 프로그램의 효과성 분석 또는 서비스 종사자나 뷰티종사자의 이미지메이킹에 관한 연구가 진행되어 왔다.

점점 어려워지는 대학환경에서 이제는 교수도 교육자로서 적합한 최상의 이미지를 만들어가는 이미지메이킹 관리가 필요하고, 효율적인 수업관리와 학생들과의 인간관계를 위해서 교수 본인을 관리하는 노력이 필요한 시대가 된 것이다.

본 연구의 결과 요약은 다음과 같다.

첫째, 대학교수의 이미지메이킹이 수업만족에 미치는 영향을 분석한 결과, 교수의 외적이미지와 사회적 이미지가 수업만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 하위요인인 내적이미지는 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 교수와 학생간의 교류영역인 커뮤니케이션, 예

절과 매너, 친밀성 등의 대인관계수준과 외적으로 나타나는 표정, 의상스타일, 메이크업, 헤어, 제스처, 자세, 태도, 목소리, 말투, 말의 속도 등의 관리가 수업에 대한 만족감을 가져온다는 것이다.

둘째, 대학교수의 이미지메이킹이 수업몰입에 미치는 영향을 분석한 결과, 교수의 내적이미지, 외적이미지와 사회적 이미지가 수업몰입에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 학생들에게 수업몰입을 충족시켜주기 위해서는 교수는 사회적 이미지와 외적이미지, 내적이미지 관리가 요구되는 것이다.

셋째, 수업만족은 수업몰입에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 수업만족이 높으면 수업몰입 역시 높아진다는 것을 의미한다.

넷째, 대학교수의 이미지메이킹과 수업몰입과의 관계에서 수업만족의 매개적 역할의 분석결과, 사회적 이미지는 수업몰입 간의 영향관계에서 수업만족이 완전매개효과가 있는 것으로 나타났고, 외적이미지는 수업몰입 간의 영향관계에서 수업만족이 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다.

본 연구의 시사점은 다음과 같다. 지금까지는 서비스 종사자나 뷰티종사자의 이미지메이킹이 중요하다는 관점에서 많은 연구들이 제시되어 왔다. 이 논문에서는 대학교수도 서비스 접점인 강의실 안에서 학생들에게 무형의 서비스가 제공되고, 상호소통이 이루어지면서, 수업에 대한 만족이나 불만족이라는 결과가 나타난다고 보았다. 이런 관점에서 이제는 대학교수들도 전문적인 지식이나 기술에만 의존하는 것이 아니라 통합적으로 자신의 이미지를 관리하는 것이 중요한 개인의 전략과 수단이 될 것이라 보고 교수의 이미지메이킹의 효과를 확인한 점이 주목할 만하다. 이는 대학교수들에게 교수의 이미지메이킹이 수업에 미치는 긍정적인 영향을 이해시키고 확인시켜 주어 학생들의 수업만족과 수업몰입을 상승하게 되는 결과를 초래할 것이다. 이는 결국 강의의 평가에도 긍정적으로 작용하여 자신의 강의에 대한 자부심을 갖게 하고 더 좋은 교육과 서비스를 제공하려는 의욕을 갖게 하며, 이는 학생들의 학교에 대한 불만을 낮춰 자퇴율이나 휴학율을 낮추게 하는 데에도 도움이 될 것이다.

따라서 대학교수들은 교수 자신과 학생들 모두의 만족도를 높일 수 있는 교수의 이미지메이킹

의 중요성을 인식하여 이에 대한 이해와 노력과 체계적인 관리가 필요한 것이다.

따라서 향후 연구에서는 부정적인 영향을 미치는 대학교수의 이미지의 인식이나 특성에 대한 연구가 이루어져야 하고, 실질적인 대학교수의 이미지메이킹의 인식과 특성에 대한 좀 더 깊은 연구가 이루어져야 하며, 실질적으로 대학에서의 수업문화에 필요한 긍정적인 이미지 요인들을 훈련하는 것 또한 다루어져야 할 것이다.

본 연구의 한계점으로는 첫째, 대학생들이 인식하는 대학교수의 이미지메이킹에 따른 수업 만족 및 몰입에 관한 연구를 비교 분석하였으나 전국적 대학생을 통한 연구가 이루어지지 못하고 특정 대학의 교양수업을 듣는 학생들에 국한되어 설문조사가 이루어져 연구 결과를 일반화하기에는 문제가 있다고 하겠다. 전국적인 대학생들을 대상으로 다양한 수업과 교수들의 이미지에 따른 비교 분석 연구가 더 이루어져야 할 것이다. 둘째, 본 연구에서는 설문지를 이용한 양적연구를 진행하였으나, 후속 연구에서는 인터뷰, 개별면담 등의 질적 연구 방법을 실시하여 좀 더 구체적인 조사도구가 필요할 것이라 판단된다.

참고문헌

- 권혜영. (2015). *꿈을 실현시켜주는 성공이미지메이킹*. 서울: 성안당.
- 김경호. (2004). *이미지메이킹의 개념 정립과 프로그램의 효과성 분석연구*. 명지대학교 대학원 박사학위논문.
- 김선일. (2014). *호텔사업 감성노동자의 이미지메이킹 효능감이 조직몰입과 직무만족에 미치는 영향*. 강릉원주대학교 대학원 박사학위논문.
- 김소라, 최수정, 이상일. (2020). 고등학생이 인식하는 체육교사 이미지가 체육수업 몰입도 및 만족도에 미치는 영향. *한국체육과학회지*, 29(5), 831-845.
- 김원호, 구자영, 김용은. (2018). 중등 체육교사 이미지와 수업몰입 및 수업태도 간의 관계. *한국사회체육학회지*, 72(72), 49-66.
- 김종환. (2008). 중학생의 체육수업몰입 척도개발과 타당화. *한국스포츠교육학회지*, 15(2), 65-81.
- 나선영, 유태순. (2013). 미용교사 이미지가 고등학생들의 수업태도에 미치는 영향. *한국디자인포럼*, 41(41), 261-270.
- 박성아, 최정일, 오해영, 연지영. (2020). 서비스종사자의 이미지메이킹과 커뮤니케이션 능력이 고객지향성에 미치는 영향. *서비스경영학회지*, 21(3), 105-128.
- 신주용, 권령민, 문석환. (2009). 경영학 교과목의 강의만족도에 미치는 요인에 대한 AHP 분석. *경영교육연구*, 55(55), 53-73.
- 송은영. (2008). *얼굴이미지메이킹 프로그램이 자아존중감, 긍정적 사고, 얼굴이미지 효능감에 미치는 효과분석*. 명지대학교 대학원 박사학위논문.
- 유도은. (2019). *뷰티서비스종사자의 이미지메이킹이 고객 만족도와 고객 충성도에 미치는 영향*. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 이슬기, 박종률. (2012). 예비교사들을 대상으로 한 체육교사 이미지가 체육수업 태도 및 수업만족도에 미치는 영향에 관한 연구. *한국체육교육학회지* 17(3), 11-26.
- 이선경, 이홍림. (2016). *비주얼 이미지메이킹*. 서울: 구민사.
- 오선숙, 홍성순, 김지양, 전명숙, 김순하. (2017). *퍼스널 이미지메이킹*. 서울: 경춘사.
- 장순자. (2014). *서비스매너*. 서울: 백산출판사.
- 정의선, 김선일, 정수련. (2015). 호텔종사원의 이미지메이킹효능감이 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향(강원도 특급호텔을 중심으로). *관광연구*, 39(3), 75-91.
- 추나영. (2019). 대학체육실기 수업에서 교수자의 언어적·비언어적 커뮤니케이션이 교수 평가 및 수업만족에 미치는 영향. *한국체육학회지*, 58(6), 141-150.
- 허혜순, 도주연. (2015). 미용종사자의 이미지메이킹에 따른 직무만족 및 직무성과에 관한 연구. *한국인체미용예술학회지*, 16(1), 193-206.
- Baron, R. M. and Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator distinction in social psychological research: Conceptual, Strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6),

- 1173-1182.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper Collins.
- Marriam, S. B. (2001). *The new update on adult learning theory*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Oliver, R. L.(1989). Processing satisfaction response in consumption: A suggested framework and response proposition. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behavior*, 2(1), 1-16.
- Steele, C. R, and Fullagar, D. J.(2009). Facilitator and outcomes of student engagement in college setting. *The Journal of Psychology*, 143(1), 5-27.