

남성의 화장동기와 화장태도에 관한 연구*

김 중 흠

인천대학교 소비자학과

최 승 희†

전북대학교 산업디자인학과

본 연구는 화장행위를 하는 남성을 대상으로 외모만족도와 사회적 외모인식이 자아존중감을 매개로 하여 화장에 대한 태도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 수행되었다. 전국에 거주하는 20대부터 50대까지 화장경험이 있는 남성 300명을 대상으로 조사를 실시하였다. 분석은 측정변인들의 신뢰도와 타당도 검증을 위해 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 실시하였으며 요인간 관계성을 검증하기 위해서 구조방정식 모형 분석을 수행하였다. 또한 남성의 성역할 정체성 유형이 남성의 화장행위에 어떤 영향을 미치는지를 확인하기 위해서 집단간 평균차이를 알아보는 변량분석을 실시하였다. 연구결과, 외모만족도가 높을수록 자아존중감과 화장태도가 긍정적인 것으로 나타났고 타인으로부터의 사회외모인식이 높을수록 자아존중감은 긍정적 영향을 미치지만 화장태도에는 직접적 영향력이 없는 것으로 나타났다. 그러나 외모만족도와 사회외모인식 모두는 자아존중감을 매개로 하여 화장에 대한 태도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편 남성의 성역할 정체성 유형중 양성성과 남성성은 여성성과 미분화 유형에 비해서 외모만족도와 자아존중감이 높은 것으로 나타났고 사회외모인식에서는 여성성이 다른 유형에 비해서 더 민감한 반응을 보였다. 또한 화장태도에서는 양성성이 다른 유형에 비해서 더 긍정적인 반응을 보였다. 이러한 결과는 여성화장행위와는 별개로 남성화장행위의 이유와 동기를 구체적으로 밝히는데 그 의미를 둘 수 있다. 마지막으로 본 연구의 한계점과 향후 연구방향에 대해서 제시하였다.

주제어 : 외모만족도, 사회외모인식, 성역할정체성, 자아존중감, 화장태도, 신체적 미

* 이 논문은 인천대학교 2019년도 자체연구비 지원에 의하여 연구되었음.

† 교신저자, 전북대학교 산업디자인학과 강의초빙교수, sopungcsh@naver.com

서론

남성 화장의 시대가 열리고 있다. 피부 톤은 밝고, 눈썹은 선명하게, 입술은 촉촉이 관리하는 남성들이 늘어나고 있다. 연예인이나 방송에 출연하는 남성들이 화장하는 것을 이상하게 생각하지는 않지만 일반 남성들이 화장을 하고 외모를 가꾸는 것이 아직 흔한 광경은 아니다. 우리 사회가 더 이상 과거의 보수적인 사회는 아니지만 그래도 여전히 성별에 따라서 남녀의 행동에 차이가 있고 특히 화장행동은 성별을 구분하는 두드러진 특징들 중의 하나이다. 그럼에도 불구하고 최근 현대 사회가 요구하는 남성 이미지는 과거의 권위적이고 근육질 강한 외모에서 부드럽고 온화한 감성적 이미지로 변화하는 것 역시 사실이다(한가영, 2012). 최근 들어 패션과 미용에 많은 관심을 갖고 시간과 비용을 투자하는 남성 소비자가 증가하고 있다. 국내 남성화장품 시장규모를 살펴보면 2013년 기준으로 1조원을 넘어서, 2017년에는 1조 2000억 원에 이르렀고 이러한 성장세가 이어질 경우, 2020년에는 1조 4000억 원대 시장규모를 예상하고 있다(자료원: Euromonitor, 2018; 출처: KOTRA). 남성화장의 범위도 스킨 및 로션과 같은 단순 기초화장품에서 파운데이션, 립밤, 아이브로펜슬 등 색조화장으로 그 범위를 넓히는 추세이다. 국내 화장품 유통업체 올리브 영에 따르면 2018년 기준, 남성의 색조화장품 매출이 2017년 대비 35% 증가한 것으로 나타났다(출처: 장업신문, 2019년 3월 22일자). 또한 색조화장품은 아니지만 피부에 대한 남성들의 관심이 높아지면서 보습, 피지 케어, 주름 개선, 미백, 탄력 등 멀티 기능의 남성 화장품 역시 인기가 있는 추세이다. 이처럼 남성화장품의

수요가 증가하는 시대적 분위기를 반영해 볼 때, 이제 화장은 더 이상 여성의 전유물은 아닌 것처럼 보인다.

한국 남성이 화장하는 이유를 고선영(2017)의 연구에서 구체적으로 살펴볼 수 있다. 이 연구에서는 화장에 관심이 가장 많은 연령대인 20대 대학생을 대상으로 남성의 화장행동에 대한 이유를 질적 연구를 통해 알아보았다. 심층면접의 결과로 나타난 남성화장의 이유로는 첫째, 이상적 자아에 대한 동경이었다. 타인에게 본인이 깔끔하고 멋지게 보이기 위해서 화장을 하는 것으로 나타났다. 자신의 외모를 관리하는 이유가 미적 가치에 있음을 보여주는 결과이다(박헌균, 2013). 둘째는 화장의 이유가 자신의 외모에 대한 불만에서 비롯되었다. 피부색이 너무 어둡거나 피부 트러블이 많아 고민이 있는 경우에 화장을 통해 자신의 단점을 숨기려고 하는 의도가 있었다. 셋째는 현재의 본인과 다른 새로운 자아를 경험하고 싶은 욕구로 나타났다. 흥미롭게도 인터뷰 참여자의 50%가 화장을 통해 남성적 이미지를 구현하고자 하는 욕구가 있었다. 화장이 과거에는 여성의 전유물이었음을 감안해 볼 때, 화장을 하면 여성스러워질 것이라는 예상과 상반되는 결과이다. 선행 연구결과에 의하면 화장을 하는 남성들의 경우에 여성성이 높은 것으로 나타나는데(홍명숙 외, 2007) 자신들의 남성답지 못한 모습을 화장으로 보완하여 남성적이고 강한 인상, 그리고 상남자의 이미지를 연출하고자 하는 의도가 담겨져 있는 것으로 해석해 볼 수 있다.

화장하는 사람들의 화장에 대한 이유와 동기는 개인마다 다를 수 있지만 화장은 개인의 자존감과 자신감을 증가시키는 것으로 연구 결과 나타난다(고선영, 2017; 김수민·주성래;

2018; 김일란 · 김주덕, 2013; 유창조 · 정혜은, 2002). 본 연구에서는 고선영(2017)의 질적 연구에서 드러난 남성화장의 동기를 중심으로 남성화장에 대한 태도와 화장행동의 관련성을 알아보고 더 나아가 화장행동의 유형이 개인의 자신감과 어떤 관련성이 있는지를 알아보고자 한다.

이론적 배경

남성화장의 의미

화장의 유래를 살펴보면 인간이 위험으로부터 자신을 보호하기 위해 위장 혹은 은폐를 목적으로 화장을 했다는 보호설, 이성에게 매력적으로 보이기 위해 신체를 장식하거나 가꾸었다고 보는 이성 유인설, 주술적, 종교적 행위로서 메이크업이 시작되었다는 종교설, 신분을 구분하거나 표시하기 위한 수단으로서의 장식 및 표시 기능설이 있지만(한국민족문화대백과 참조) 현대에 와서 화장의 근본적인 목적은 얼굴의 매력을 증진시키기 위함이라는 것에 반론을 제기하는 사람은 없다. 특히, 2000년대에 들어 외모와 화장에 대해서 관심을 갖는 남성들이 늘어나고 있다. 사회적으로 취업 경쟁이 심해지면서 경쟁력 강화를 위해 화장행위를 자기관리의 한 방편으로 활용하고 있다.

우선, 남성에게 있어서 화장의 범위 또는 수준은 어떻게 구분될 수 있는지를 알아볼 필요가 있다. 과거 남성의 화장은 스킨 및 로션 위주의 기초화장이 일반적이었으나 남성들의 피부에 대한 관심이 높아지면서 자외선 차단과 같은 선크림, 안티에이징, 미백 기능을 갖

는 기능성 화장품에까지 관심의 영역이 넓어졌다(안진경, 2011). 눈 또는 눈썹, 입술, 볼이나 코를 강조하는 색조화장은 남성화장의 범위에 들어가지 않는 것처럼 보였다. 그러나 최근 조사에 의하면 많은 남성들이 BB크림 정도의 화장을 기본적으로 하면서 색조화장품을 사용하는 빈도 역시 상당히 높은 것으로 나타난다(황수연, 2014). 따라서 남성화장의 범위는 기초화장, 기능성화장, 그리고 색조화장으로 분류해 볼 수 있다. 유창조와 정혜은의 연구(2002)에 의하면 기초화장과 색조화장의 종류와 의미가 잘 기술되어 있다. 기초화장은 피부의 보호와 유지를 목적으로 하는 화장으로서 스킨, 로션, 에센스, 메이크업 베이스, 그리고 파우더가 이에 해당하고 색조화장은 미를 표현하는 수단으로서 아이섀도, 아이라이너, 마스카라, 립라이너, 립스틱, 볼터치 등을 활용하는 화장을 말한다.

남성화장은 기초화장에서, 기능성화장, 그리고 색조화장으로 그 범위가 넓어져 가는 추세에 있다. 대학생들의 화장이유가 다양하듯이 그에 맞는 화장의 유형 역시 다를 것으로 생각한다. 고선영(2017)의 연구에서 나타난 남자 대학생들의 화장이유를 자아개념과 결부시켜 설명해 볼 수 있다. 그들이 화장하는 이유는 숨기는 자아, 새로운 자아, 그리고 이상적 자아의 관점에서 살펴볼 수 있는데 숨기는 자아는 자신의 결점을 화장을 통해 보완하기 위한 목적적이고 새로운 자아는 자신의 성격적 콤플렉스를 화장을 통해 새로운 자아를 경험하기 위함이며 이상적 자아는 미를 추구할 목적으로 화장을 하는 것으로 볼 수 있다. 화장하는 이유나 동기가 개인마다 다를 수 있음은 그에 따른 화장의 범위 역시 달라질 수 있다. 남성의 경우, 얼굴 콤플렉스가 있는 개인은 얼굴

의 결점을 보완하기 위한 목적으로 화장에 관심을 가질 것이고 성격 콤플렉스가 있는 개인은 자신의 현재 모습과 다른 새로운 자아를 표현하기 위한 수단으로 화장에 관심이 많을 것이며 미를 추구하는 것에 관심이 많은 개인은 사회적으로 이상적인 자아를 표출하기 위해서 화장을 할 것으로 예상해 볼 수 있다.

자아개념

자기 또는 자아(self)는 개인이 자신을 대상으로 하여 파악된 것이며, 자신에 대한 태도, 평가 혹은 규정이라 할 수 있다(한규석, 2015). 자기(self)와 관련된 동기를 크게 세 가지로 정리해 볼 수 있다(Banaji & Prentice, 1994). 첫째는 자기파악의 욕구이다. 사람들은 자신의 특성과 능력에 대해서 알고 싶어 하는 욕구를 갖는다. 특히 자신의 특성과 관련하여 자신의 외모에 민감하게 반응하고 부정적인 자기모습을 감추려는 시도를 한다(고선영, 2017). 둘째는 자기향상의 욕구이다. 자신을 이상적인 모습으로 끌어올리려는 욕구를 가지며 자신의 부정적인 모습에서 탈피하여 바람직한 모습을 지향하는 행동을 보인다. 이것을 자기차이이론(Higgins, 1998)으로 설명할 수 있는데 현실 자기는 현재 자기의 모습이라고 생각하는 자기이며, 이상적 자기는 스스로가 되고 싶어 하는 모습이다. 개인은 이상적 자기에 도달하기 위해서 현실적 자기와 이상적 자기의 차이를 극복하고자 노력하는데 화장이 그것의 한 일환이라 볼 수 있다. 셋째는 자기고양의 욕구이다. 자기고양은 자기의 자존심을 보호하고 스스로에 대한 긍정적인 자아상을 가지려는 활동으로 나타난다. 이러한 자긍심은 주로 타인으로부터 긍정적인 평가를 받거나 타인과

의 비교과정에서 상대적 우수성을 지각할 때 경험하게 된다(Tesser, 1988).

화장행위를 자기 관련된 동기와 관련하여 생각해 볼 수 있다. 화장행위는 화장 전·후로 자아 이미지가 명확하게 구분되는데 화장하기 전의 자아는 현실적 자아를 드러내는 이미지라면 화장 후의 자아는 이상적 자아로 볼 수 있다. 화장을 통해서 현실적 자아가 경험하는 얼굴과 성격에 대한 콤플렉스를 좀 더 이상적인 자기 이미지로 만들려는 시도라 볼 수 있다(고선영, 2017). 남성의 경우, 얼굴 콤플렉스는 피부트러블 관련된 것이 많았고 어두운 피부를 밝게 보이기 위해서 화장을 하였으며 이러한 화장행위를 통해서 자신의 보여주고 싶지 않은 실제 모습을 감추려고 하였다. 남성의 화장행위는 얼굴에 대한 열등감을 감추려는 의도 이외에 자신의 성격을 화장행위를 통해서 바꾸려는 시도가 숨겨져 있었다. 화장하는 남성들의 성격을 살펴보면 여성스러우면서 소심한 면이 있음을 기존 연구에서 보여주고 있다(고선영, 2017; 홍병숙 외, 2007). 남성들이 화장을 통해 자신의 성격적 결함을 감추고 원래 본인의 모습과는 다른 새로운 자아를 추구하는 양상으로 보인다. 고선영(2017)의 연구에서 알 수 있듯이 ‘남성다운 모습을 더 강조하기 위해서’, ‘좀 더 강해 보이기 위해서’, ‘프로페셔널한 모습을 보이기 위해서’ 등과 같은 응답은 성격적으로 현실적 자아와 다른 새로운 자아를 추구하는 모습들로 볼 수 있다. 마치 스모키(smoky) 화장 또는 공연화장처럼 내가 아닌 다른 사람이 되고자 하는 욕구의 표현처럼 보인다.

화장을 통해 얼굴 콤플렉스를 감추려는 시도는 자신의 단점을 타인에게 보여주고 싶지 않은 욕구로서 숨기는 자아의 역할을 하는 것

이라면 자신의 성격 콤플렉스를 화장을 통해 감추려는 시도는 새로운 자아를 연출해보고자 하는 욕구로 볼 수 있다. 이러한 화장행위는 현실적 자아에 대한 불만에서 비롯되어 자신이 바라는 이상적 자아에 도달하고자 하는 시도라 할 수 있다. 따라서 화장하는 남성들은 화장을 통해서 자신의 결함을 숨기거나 현실과 다른 이상적 자아를 경험하고 싶은 욕구를 갖게 된다.

다른 한편, 화장하는 남성은 화장을 통해서 타인에게 좋은 인상을 주고자 한다. 화장을 통해 깔끔하고, 돋보이고, 멋부리고, 격식 있는 모습의 연출은 자신을 잘 관리하는 남성으로 인식하게 한다. 소위 그루밍(grooming)족으로 불리는데 이들은 외모 가꾸기에 경제적 자원은 물론이고 시간과 노력을 아끼지 않는다. 외모가 지닌 후광효과(halo effect)는 광범위하게 나타난다. 매력적인 사람이 못생긴 사람에 비해 대인관계 자신감, 적극성, 지적능력, 성실성 등 거의 모든 영역에서 유리한 평가를 받는 것으로 알려져 있다. 이 같은 후광효과는 매력적인 여자뿐 아니라 남자를 대상으로도 나타나고 있다(Eagly et al., 1991; Feingold, 1992). 따라서 이미지가 중요한 현대사회에서 잘 생긴 외모는 경제적 성공을 보장해주는 중요한 요인으로 자리매김하였다. 또한 남자의 미모가 여성에게 더 어필하는 조건이다 보니 남성의 화장에 대한 욕구는 더 커져간다고 볼 수 있다.

화장과 성역할 정체성

남자와 여자는 생물학적으로 당연히 구분되지만 남성성 또는 여성성이라는 것이 사회적으로 형성된 고정관념에 의해서 길들여지기도

한다. 그래서 남성이 여성처럼 보이거나 반대로 여성이 남성처럼 보이면 사회적 또는 문화적으로 형성된 성역할의 고정관념으로부터 갈등을 경험하게 된다. 이러한 성역할에 대한 고정관념은 남성과 여성이 각자의 고유 특성을 상호 공유할 수 없다는 인식에서 비롯된다. 그러나 성역할에 대한 선행연구를 살펴보면 사람은 누구나 타고난 성별에 관계없이 여성적 특성과 남성적 특성을 공유할 수 있는 것으로 나타나는데 이것을 양성적 관점이라 한다(Bem, 1974; Cook, 1985; Kaplan & Sedney, 1980). 이것의 의미는 남성성과 여성성을 반대의 개념으로 보는 것이 아니라 남성성과 여성성을 독립적인 요인으로 보고 누구나 자신의 생물학적 성과 다른 성역할 정체성을 가질 수 있음을 시사한다. 대표적인 양성성(androgyny)을 강조하는 성역할 정체성 검사로는 Bem의 성역할검사(BSRI: Bem, 1974)를 들 수 있다. BSRI 검사에서는 인간의 성역할을 양성적, 남성적, 여성적, 그리고 미분화 유형으로 구분하였는데 과거에 남성적 또는 여성적으로 성역할을 구분하던 단일차원에서 한 개인이 남성적 특징과 여성적 특징을 동시에 가질 수 있음을 언급한 점에서 큰 의미가 있다. 이러한 해석은 현대의 가정이나 사회에서 각 개인에게 고정된 성역할 보다는 양성적 특징을 더 많이 요구하는 사회적 분위기를 잘 설명한다.

성역할의 정체성에 대한 사회적 기대는 시대의 흐름에 따라 변화한다. 메트로섹슈얼(Metrosexual)의 개념이 최근 들어 더욱 강화되는 사회적 분위기이다. 메트로섹슈얼은 패션과 외모에 많은 관심을 보이는 남성을 일컫는 용어(두산백과 참조)인데 성적인 정체성과 상관없이 자신을 꾸미고 멋을 내는데 주저하지 않는다. 개인은 현실적 자아에서 벗어나 이

상적 자아에 도달하고자 하는 욕구가 있다(Higgins, 1998). 개인은 겉으로 보이는 멋진 외모를 통해서 미의 사회적 기준을 충족시키고 사회적 인정을 받기 위해서 이상적 자아를 추구하는 경향이 있다(김광경 외, 2001). 반면에, 개인의 성역할 정체성을 변화시키려는 의도에서 외모 가꾸기를 시도할 수 있다. 성역할 정체감은 사회에서 성별에 대한 바람직한 행동을 개인에게 내면화하여 개인이 자신을 얼마나 남성적 또는 여성적인 특성을 갖고 있는가를 말한다(Bem, 1975). 화장을 하는 남성들의 화장이유 중의 하나가 이상적인 자아에 대한 동경이다. 현실과 다른 자아의 새로운 경험인데 외적인 변화가 아니라 내적인 변화를 추구하고자 함에 관심을 가질 필요가 있다. 화장하는 남성들의 경우에 여성성이 높은 것으로 나타나며(홍병숙 외, 2007), 남성답지 못한 모습을 화장으로 보완하려고 하거나 남성적인 강한 인상을 주기 위해서 화장을 한다는 연구결과(고선영, 2017)는 여성스러운 성향을 가진 남성이 남성다워지기 위한 변신의 수단으로 화장을 활용한다고 볼 수도 있다. 이 경우에는 개인의 심리적인 성역할 정체성을 사회적 통념과 바람직성에 맞는 방향으로 화장을 통해 변화시키고자 하는 의도로 볼 수 있다.

화장과 자존감

많은 연구들에서 화장이 주는 효과로 자존감 회복이나 자신감을 언급한다(최수경, 2007; 유창조·정혜은, 2002; 고선영, 2017). 사람들은 일반적으로 타인으로부터 좋은 평가를 받고자 한다. 좋은 평가를 받게 되면 기분도 좋아지고 자존감도 높아진다. 자존감은 이상적 자

아와 현실적 자기의 비교과정에서 생겨난다(Coppersmith, 1967; Higgins, 1987). 이러한 비교의 결과로 자존감(self esteem)의 정도가 결정되는데 본인이 생각하는 현실적 자아와 이상적 자아의 차이가 크다고 느낄수록 자존감이 약해진다. 이상적 자아는 자신이 되고 싶어 하는 자아상으로서 사회적 요구나 자신이 닮고자 하는 인물을 기준으로 자신이 만들어낸 인물상이다(Rogers, 1959). 이상적 자아에 대한 사람들의 생각이 각자 다를 수 있지만, 일반적으로 사람들은 멋지고 훌륭하고 재능 있고 아름다워지기를 희망한다. 그것의 한 일환으로 화장은 자신의 실제 모습을 감추거나 자신을 멋지게 꾸미는 활동이므로 화장행위를 통해서 이상적 자아에 가까워질 수 있다. 화장 이외에도 사람들은 자신을 멋지게 보이려는 노력으로 옷차림, 머리모양, 장식에 신경을 쓰는데 이러한 치장을 통해서 자신이 어떤 사람 인지를 주변인에게 알리려고 한다. 그리고 자신을 긍정적으로 평가해주는 자기상을 통해서 높은 자존감을 경험하게 된다. 즉, 화장을 통해서 자신의 매력을 뽐내고 타인으로부터 좋은 인상을 받게 되면 긍정적인 자기이미지가 형성되고 이것은 결과적으로 자아존중감을 높게 된다. 따라서 본인 스스로 매력적이라고 생각하는 사람은 매력이 없다고 생각하는 사람에 비해서 자기 존중감이 높은 것으로 나타난다(한가영·김주덕, 2012).

또 다른 연구에서는 개인의 화장 전·후를 비교했을 때 화장 전보다는 화장 후에 자신감이 크게 향상되는 것을 알 수 있다(유창조·정혜은, 2002; 고선영, 2017). 화장을 했을 때 경험하는 심리적 효과로는 대인관계에 대한 자신감, 업무수행에서의 활력제공, 타인에 대한 예의 갖추, 그리고 화장행위 그 자체로부터

경험하는 기분전환을 언급할 수 있다(유창조·정혜은, 2002). 반면에 화장을 하지 않았을 때 느끼는 감정으로는 수치심, 소심함, 그리고 자신감 부족을 들 수 있다(고선영, 2017). 이처럼 화장 전·후를 비교한 연구결과로부터 화장하는 사람의 심리적 경험이 극명하게 대조를 이루고 있음을 알 수 있다. 따라서 화장은 자기 스스로에 대한 자존감을 높이기 위한 방편이면서 동시에 타인과의 상호작용에서 위축되지 않고 자신감 있게 행동할 수 있도록 도움을 주는 역할을 한다.

연구문제

연구문제 1. 얼굴에 대한 외모만족도와 사회적 외모인식이 자아존중감과 화장에 대한 태도에 미치는 영향력에 대해서 알아본다.

연구문제 2. 성역할 정체성 지각이 외모만족도, 사회적 외모인식, 자아존중감, 그리고 화장에 대한 태도에서 어떠한 차이가 있는지를 알아본다.

조사대상 및 자료수집

본 연구를 위한 설문조사는 온라인 설문조사 업체에 2020년 3월에 의뢰하여 2주간의 조

연구방법 및 절차

표 1. 조사 대상자 구성

변수	집단	빈도(%)	변수	집단	빈도(%)
연령	20대	100(33.3%)	교육수준	고졸 이하	27(9%)
	30대	100(33.3%)		대학교 재학	27(9%)
	40대	100(33.3%)		대졸	219(73%)
	전체	300(100%)		대학원 이상	27(9%)
직업	자영업	17(5.7%)	결혼여부	전체	300(100%)
	서비스/판매직	14(4.7%)		미혼	167(55.7%)
	전문/자유직	29(9.7%)	기혼	133(44.3%)	
	사무/기술직	141(47.0%)	전체	300(100%)	
	경영/관리직	24(8.0%)	월소득	200만원 미만	75(25%)
	공무원	13(4.3%)		200~300만원	67(22.3%)
	학생	37(12.3%)		300~400만원	69(23%)
	농/임/수산업	4(1.3%)		400~500만원	45(15%)
	생산/노무직	21(7.0%)		500~600만원	20(6.7%)
	전체	300(100%)		600만원 이상	24(8%)
				전체	300(100%)

사 기간을 거쳐서 자료를 수집하였다. 설문조사 업체는 자사 홈페이지에 구축된 설문조사 사이트를 활용하여 연구자가 작성한 설문문항을 전국 각지에 거주하는 남자 회원들을 대상으로 조사하였다. 등록된 회원들에게 이메일을 발송하여 자발적으로 설문에 응답하게 하였고 응답한 모든 회원들은 소정의 금전적 보상을 받도록 하였다. 전체 300명의 응답을 받았고 모든 자료를 분석에 활용하였다. 응답자의 인구 통계적 특성은 표 1에 요약하여 제시하였다.

측정도구

연구문제를 알아보기 위해서 본 연구에서는 외모 만족도, 사회적 외모인식, 성역할 정체성, 자아존중감, 그리고 화장에 대한 태도를 묻는 문항들을 활용하였다. 외모만족도 문항은 Alfonso et al(1996)의 연구에서 인생만족도(Extended Satisfaction with Life Scale)의 하위척도로 활용된 5문항 중 4문항이 활용되었고 사회적 외모인식 문항은 이윤정(2007)의 연구에서 의복에서의 추구혜택 요인분석 중 사회적 인정추구 요인을 참조하여 4개의 문항을 개발하였다. 성역할 정체성은 Bem(1974)이 개발한 성역할검사(BSRI)를 참조하여 한국판으로 새롭게 개발한 정진경(1990)의 한국 성역할 검사(KSRI)를 사용하였다. 이 검사 도구에서 남성성과 여성성을 물어보는 문항을 각각 20문항씩 활용하였고 응답자의 특성은 중앙치 분리법에 따라 4가지 유형의 성역할 특성으로 분류될 수 있는데 남성성과 여성성이 중앙치 보다 모두 높은 양성적 특성, 남성성이 높은 남성적 특성, 여성성이 높은 여성적 특성, 그리고 남성성과 여성성이 모두 중앙치 이하인 미

분화 특성으로 구분된다. 그리고 외모만족도, 사회적 외모인식, 그리고 성역할 정체성이 자아존중감과 화장에 대한 태도에 어떤 영향을 미치는지를 확인하기 위해서 자아존중감은 Rosenberg(1989)가 개발한 자아존중감 척도를 번안하여 사용하였고 이 중 남성의 화장에 대한 태도는 긍정적 또는 부정적인지를 묻는 5문항으로 구성하였다. 연구에 사용된 모든 문항은 리커트 7점 척도를 활용하였다.

자료분석

연구문제의 분석을 위해서 SPSS 25.0과 Amos 25 통계 패키지 프로그램을 활용하였다. 연구문제 1의 분석을 위해서는 척도의 내적일관성과 확인적 요인분석결과를 제시하여 연구 모형의 타당성을 우선적으로 검토하고 구조방정식 모형의 적합성과 잠재변수간 경로분석을 실시하였다. 연구문제 2의 분석을 위해서는 일원변량분석과 사후검증을 실시하였다.

연구결과

측정도구의 문항간 신뢰도 및 요인분석

본 연구에서는 구성개념간 관계성을 확인하기에 앞서 탐색적 요인분석을 실시하여 설문 문항간의 동일개념 여부를 확인한 후에 각 잠재요인별로 확인적 요인분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석을 위한 요인추출은 주성분분석(Principal Component Analysis: PCA)을 실시하였고 요인회전은 요인간의 상호독립성을 확보하는 데 유용한 직각회전(Varimax)을 활용하였다. 탐색적 요인분석의 결과 나타난 각 변

표 2. 연구변수의 요인공통성과 문항간 신뢰도

요인	문항	부하량
외모만족도	나의 얼굴은 내가 생각하는 이상형에 가깝다	.797
	나의 얼굴이 잘 생겼다고 생각한다	.825
	나의 얼굴에 대해서 만족스럽게 생각한다	.793
	나의 얼굴을 바꾸고 싶은 곳이 전혀 없다	.550
Cronbach's alpha=.876		
사회적 외모인식	사람들은 다른 사람들을 외모로 평가하는 경향이 있다	.545
	외모가 멋진 남성들은 취업이나 승진 등 사회적 출세에 유리하다	.620
	외모도 능력과 마찬가지로 하나의 조건이라 생각한다	.654
	처음만난 사람에게 호감을 주는데 외모가 중요하다고 생각한다	.656
Cronbach's alpha=.792		
자아존중감	대체로 나는 나 자신에 만족한다	.715
	때때로 나는 내가 전혀 쓸모가 없다고 생각한다**	.724
	나는 많은 좋은 자질을 가지고 있다고 생각한다	.619
	나는 대부분의 다른 사람들만큼 일을 잘 할 수 있다	.740
	나는 때때로 확실히 쓸모 있다고 느낀다	.635
Cronbach's alpha=.885		
화장태도	나는 남성의 메이크업(화장)에 대해서 긍정적으로 생각한다	.554
	나에게 화장은 즐거움을 준다	.770
	화장은 나에게 매력적이다	.812
	나는 화장한 나의 모습에 만족을 느낀다	.804
	나는 남성의 메이크업(화장)을 바람직하게 생각한다	.773
Cronbach's alpha=.909		

** 역코딩 문항

수의 항목별 요인 적재량이 0.4이하인 경우에는 해당 문항을 제외하였다. 연구의 결과분석에 활용되는 문항과 요인적재량 그리고 문항간 신뢰도 계수를 표 2에 제시하였다.

다음은 탐색적 요인분석의 결과로 나타난 모든 항목들을 대상으로 잠재요인 간의 공분

산을 설정하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 확인적 요인분석을 실시한 결과, $\chi^2=330.102$, $d.f.=129$, $p=.000$, $RMR=.093$, $GFI=.905$, $NFI=.901$, $CMIN/DF=2.559$ 의 적합도를 갖는 것으로 나타났다. RMR 값이 다소 높게 나왔지만 다른 지표들을 고려할 때 적합도는

표 3. 전체 잠재요인 대상 측정변수의 요인부하량

잠재요인	측정변수	요인부하량	표준화 요인부하량	t	p
외모만족도 (AS)	AS1	1.000	.874	-	-
	AS2	1.062	.902	20.946	.001
	AS3	.989	.845	18.904	.001
	AS4	.823	.610	11.591	.001
사회적 외모인식 (SAC)	SAC1	1.000	.624	-	-
	SAC2	1.140	.680	8.911	.001
	SAC3	1.120	.743	9.378	.001
	SAC4	1.112	.756	9.453	.001
자아존중감 (SR)	SR1	1.000	.812	-	-
	SR2	1.014	.807	15.347	.001
	SR3	.837	.717	13.205	.001
	SR4	.945	.821	15.672	.001
	SR5	.825	.742	13.779	.001
화장태도 (CA)	CA1	1.000	.627	-	-
	CA2	1.658	.868	12.121	.001
	CA3	1.868	.912	12.510	.001
	CA4	1.736	.878	12.220	.001
	CA5	1.368	.774	11.170	.001

수용할 만한 수준으로 볼 수 있다. 전체 잠재 요인 대상 측정변수들의 요인부하량을 통계적으로 검증한 결과 표 3에서 제시하는 바와 같이 모두 유의한 것으로 나타났다.

알아보는 것이었다.

우선 그림 1에서 제시한 연구모델의 적합도를 확인해 보았다. Amos 25를 활용하여 연구모형의 적합도를 산출한 결과, $\chi^2=$

연구문제 1에 대한 결과분석

연구문제 1을 검토하기 위해서 잠재변수간 경로분석을 실시하였다. 연구문제 1에서는 외모만족도와 사회적 외모인식이 자아존중감과 화장에 대한 태도에 어떤 관련성을 갖는지를

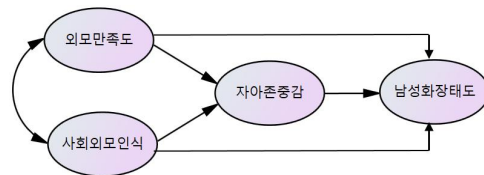


그림 1. 요인간 상호관련성

330.102(df.=129, $p < .001$), RMR=.093, GFI=.893, NFI=.901, IFI=.937, TLI=.925, CMIN/DF=2.559로 나타나 모형 적합도는 양호한 것으로 나타났다(이학식·임지훈,2009). 또한 본 연구는 최대우도법을 활용하여 모수추정을 실시하였고 종속변수에 대한 독립변수의 추정치는 비표준화계수(Estimate)와 표준화계수로 구분하여 제시하였다. 모수추정과정에서 보여주는 검정통계량(CR: Critical Ratio)은 회귀계수의 유의미성을 나타내는 지표로서 절대값이 1.96보다 크면 양측검증 5% 유의수준에서 인과관계가 있음을 의미하고 2.58보다 큰 경우에는 양측검증 1% 유의수준에서 인과관계가 있음을 의미한다. 구조방정식 모델에 의한 모수추정 결과, 외모만족도($\beta=.553, p < .001$)와 사회외모인식($\beta=.195, p < .001$)은 자아존중감에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났고 외모만족도($\beta=.262, p < .001$)와 자아존중감($\beta=-.152, p < .05$)이 남성화장태도에 미치는 영향 역시 통계적으로 유의미한 결과를 보여주었다. 그러나

사회외모인식($\beta=.095, p=.140$)이 남성화장태도에 미치는 영향력은 통계적으로 의미가 없는 것으로 나타났다.

또한 외모만족도와 사회외모인식이 자아존중감을 매개로 남성화장태도에 영향을 미치는지를 확인하기 위해서 부트스트래핑 방법을 실시하였다. 분석결과, 자아존중감은 외모만족도가 화장태도에 미치는 효과를 매개하는 것으로 나타났다(CI=-.034 ~ -.066). 그 이유는 간접효과 값에 대한 신뢰구간의 하한값과 상한값이 0을 포함하지 않으면 간접효과가 존재하는 것으로 볼 수 있기 때문이다(Shrout & Bolger, 2002). 마찬가지로 자아존중감은 사회외모인식이 남성화장태도에 미치는 영향력을 매개하는 것으로 나타났다(CI=-.016 ~ -.055).

이러한 결과에서 알 수 있듯이 남성이 자신의 얼굴에 대한 만족도가 높으면 자아존중감이 높아지고 화장에 대한 태도 역시 긍정적인 영향을 알 수 있다. 또한 사회적 외모인식을 강하게 인식할수록 자아존중감이 높아지지만 남성

표 4. 연구변수 상호간 경로검증 결과

	경로	Estimate	표준오차	C.R.	표준화계수
직접효과	외모만족도 -> 자아존중감	.488	.054	9.046***	.553
	사회외모인식 -> 자아존중감	.247	.076	3.263***	.195
	자아존중감 -> 남성화장태도	-.194	.098	-1.981*	-.152
	외모만족도 -> 남성화장태도	.574	.086	6.696***	.511
	사회외모인식 -> 남성화장태도	.153	.104	1.478	.095
	경로	Estimate	LCC	UCC	표준화계수
간접효과	외모만족도 -> 자아존중감 -> 남성화장태도	-.094	-.034	-.066	-.084
	사회외모인식 -> 자아존중감 -> 남성화장태도	-.048	-.016	-.055	-.030

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

의 화장에 대한 태도에는 직접적으로 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 그리고 개인의 자아존중감은 남성의 화장태도와 부적인 관련성을 갖는 것으로 나타났는데 이는 자아존중감이 낮을수록 화장에 대한 태도가 긍정적으로 나타남에서 알 수 있다.

연구문제 2에 대한 결과분석

연구문제 2는 남성의 성역할 정체성 지각이 외모만족도, 사회적외모인식, 자아존중감, 그리고 화장에 대한 태도에서 어떠한 차이가 있는지를 알아보는 것이었다. 남성의 성역할 정체성은 정진경(1990)의 한국 성역할 검사(KSRI)를 활용하여 분석한 결과 4가지 유형으로 나타났다. 양성성은 남성성과 여성성 특징이 모두 높게 나타나는 집단을 의미하고 남성성은 남성적 특징은 강하지만 여성적 특징이 약한 집단을 의미하며 여성성은 반대로 여성적 특징은 강하지만 남성적 특징이 약한 집단을 말한다. 그리고 미분화 집단은 남성성과 여성성 모두에서 척도의 중위값 이하의 점수를 보인 집단을 의미한다. 화장을 해 본 경험이 있는 남성들을 대상으로 조사가 이루어졌고 전체 300명의 조사 대상자 중에서 208명이 양성성을 보이는 것으로 나타났다.

표 5에 남성의 성역할 정체성에 따른 외모만족도, 사회적 외모인식, 자아존중감, 그리고 화장에 대한 태도의 평균값을 제시하였다. 외모만족도에서는 양성성 집단이 가장 높은 평균값(M=4.46)을 보였고 사회적 외모인식에 대해서는 여성성 집단이 가장 민감한 반응(M=5.45)을 보였으며 자아존중감은 양성성(M=5.14)과 남성성(M=5.17) 집단에서 높은 평균값을 보였다. 또한 화장에 대한 긍정적 태도는 양성성(M=4.53)을 가진 집단에서 가장 높게 나타났다.

집단간 차이를 각 변수별로 좀 더 구체적으로 알아보기 위해서 일원변량분석(ANOVA)을 실시하였다. 그 결과, 표 6을 통해서 알 수 있듯이 외모만족도는 양성성과 남성성에서는 차이가 나타나지 않았지만 여성성과 미분화 집단에 비해서는 높게 나타났다. 사회적 외모인식에서는 유일하게 여성성 집단이 미분화 집단보다 통계적으로 평균이 높은 유의한 차이를 보여주었다. 자아존중감에서는 외모만족도와 마찬가지로 양성성과 남성성에는 차이를 보이지 않았지만 두 집단 모두 여성성과 미분화 집단에 비해서 통계적으로 유의한 차이를 보여주었다. 마지막으로 화장에 대한 태도는 양성성 집단에서 가장 긍정적인 태도를 보여주었고 남성성, 여성성, 그리고 미분화 집단간

표 5. 성역할 정체성에 따른 외모만족도, 사회적외모인식, 자아존중감, 화장태도의 평균(표준편차)

	양성성 (n=208)	2. 남성성 (n=22)	3. 여성성 (n=47)	4. 미분화 (n=23)
외모만족도	4.46(1.03)	4.06(1.12)	3.01(1.27)	3.17(.98)
사회외모인식	5.10(.84)	5.13(.85)	5.45(.97)	4.74(1.21)
자아존중감	5.14(.81)	5.17(1.15)	4.16(1.05)	3.71(1.09)
화장태도	4.53(1.17)	3.59(1.16)	3.80(1.23)	3.79(1.07)

표 6. 성역할 정체성에 따른 외모만족도, 사회외모인식, 자아존중감, 화장태도의 차이검증

종속변수	SS	df	MS	F	P	Scheffe 사후검증
외모만족도	103.090	3	34.363	29.668	.000	1>3 ^{***} , 1>4 ^{***} , 2>3 ^{**} , 2>4 [*]
사회외모인식	8.407	3	2.802	3.501	.016	3>4 [*]
자아존중감	71.663	3	23.888	29.458	.000	1>3 ^{***} , 1>4 ^{***} , 2>3 ^{***} , 2>4 ^{***}
화장태도	40.108	3	13.369	9.749	.000	1>2 ^{**} , 1>3 ^{**} , 1>4 [*]

Note: 1: 양성성, 2: 남성성, 3: 여성성, 4: 미분화, * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

에는 유의미한 평균차이가 나타나지 않았다. 따라서 이러한 결과에서 알 수 있듯이 화장하는 남성들의 성역할 정체성은 대부분이 양성성을 띠고 있으며 이 집단은 성역할 정체성이 다른 집단에 비해서 외모만족도가 높고 자아존중감이 높으며 또한 화장에 대한 태도가 긍정적임을 알 수 있다. 또한 남성성과 여성성의 두 집단만을 비교할 경우에, 성역할 정체성이 여성인 경우보다는 남성인 경우에 외모만족도가 높은 것을 알 수 있는데 이는 자신의 성역할 정체성과 생물학적 성이 일치하는 경우에 외모에 대한 만족도를 더 높게 지각하는 것으로 해석해 볼 수 있다. 또한 이러한 성정체성은 자아존중감에도 영향을 미쳐서 성정체성이 일치하는 집단이 일치하지 않는 집단보다 자아존중감이 높은 것을 알 수 있다.

결론 및 논의

현대의 남성들은 자신의 외모를 가꾸는 그루밍(grooming) 행동에 관심이 많다. 화장행위

가 여성의 영역에서 성별을 구분하지 않는 보편적인 영역으로 전환되고 있는 시점이다. 이것을 증명하는 하나의 지표가 남성화장품 시장규모의 폭발적 증가라 할 수 있다. 이러한 사회적 현상에 관심을 가지면서 본 연구는 남성의 화장태도에 영향을 미치는 요인들을 고려하게 되었다. 선행연구에서 고찰된 주요 요인으로는 멋있어 보이려는 미적 가치(고선영, 2017; 박헌균, 2013), 외모로 평가받는 사회적 인식(Eagly et al., 1991; Feingold, 1992), 그리고 성정체성(홍병숙 외, 2007; 고선영, 2017)이 남성의 화장행위와 관련이 있는 것으로 나타났다. 또한 화장행위는 개인의 자존감을 높이는 중요한 수단임을 다수의 선행연구에서 언급하고 있다(유창조·정혜은, 2002; 최수경, 2007; 한가영·김주덕, 2012). 이러한 연구들을 배경으로 본 연구에서는 화장행위에 영향을 미치는 선행요인들에 대한 상호 관련성을 규명하고자 하였다. 본 연구에서 얻어진 결과를 중심으로 그것이 의미하는 바를 분석하면 다음과 같다.

첫째, 얼굴에 대한 외모만족도는 자아존중감과 화장태도에 긍정적인 영향을 미치는 것

으로 나타난다. 외모만족도가 높은 사람일수록 개인의 자아존중감이 높아지고 미적가치를 중요하게 생각하여 화장에 대한 태도가 긍정적이라고 볼 수 있다. 또한 개인의 자존감은 타인으로부터 좋은 평가를 받거나 자신의 모습이 이상적이라고 생각할 때 높아지므로 (Coppersmith, 1967; Higgins, 1987) 외모만족도가 높으면 자아존중감이 높아지는 것은 당연한 결과라 할 수 있다. 그러나 자아존중감과 화장에 대한 태도는 부적인 관련성을 갖는 것으로 나타나는데 이러한 관계성은 자존감이 상대적으로 낮은 사람일수록 화장행동에 더 긍정적인 태도를 보이는 것을 의미한다.

둘째, 사회적 외모인식은 자아존중감에 유의한 영향력을 미치는 것으로 나타나지만 남성화장태도에는 통계적으로 유의한 결과를 보여주지 못하였다. 사회적 외모인식은 외모에 대한 사회적 평가를 의미하는 개념으로서 멋진 외모를 통해 타인에게 좋은 인상을 주는 것은 자아존중감을 높이는 효과로 나타남으로 이해할 수 있다. 그러나 외모에 대한 사회적 평가가 직접적으로 화장에 대한 태도로 연결되는 결과를 보이지는 않았다. 개인이 사회적 평가를 중요하게 생각한다고 하여 바로 화장행위에 대한 태도로 연결되지 않음을 알 수 있다. 즉, 연구변수 상호간 경로검증 결과에서 알 수 있듯이 남성화장태도에 대한 사회적 외모인식의 영향력은 자아존중감을 매개로 하여 간접적인 효과를 보여줌을 알 수 있다.

셋째, 남성의 성역할 정체성이 남성의 화장행동에 대한 태도는 물론이고 외모만족도, 사회적 외모인식, 자아존중감에 어떤 차이를 보여주는지를 확인한 결과 양성성을 가진 집단이 외모만족도, 자아존중감, 그리고 화장에 대한 태도에서 가장 긍정적인 반응을 보여주었

다. 특히, 자아존중감과 화장에 대한 태도에서 양성성 집단과 남성성 집단이 여성성 집단과 미분화 집단보다 더 긍정적인 반응을 보여주었다. 이러한 결과는 화장하는 남성들의 경우에 여성성이 높은 것으로 나타나는 선행 연구결과(홍병숙 외, 2007)와 상반되는 해석이라 볼 수 있다. 특히, 남성성이 높은 집단이 여성성이 높은 집단과 비교하여 자존감이 높게 나타나는 결과를 보이는데 이것은 여성스러운 남성이 남성적인 강한 인상을 주기 위해서 화장을 한다는 질적 연구결과(고선영, 2017)와 일맥상통하는 부분이 있다. 즉, 여성스러운 남성이 성정체성에 대한 자존감을 높이기 위해서 화장을 활용하여 남성적인 이미지를 추구하는 것으로 볼 수 있다.

이상과 같은 연구결과와 논의를 통해서 본 연구의 의의와 시사점은 다음과 같다. 첫째, 화장에 대한 태도에 영향을 미치는 요인들을 20대에서 50대 연령층의 남성만을 대상으로 조사를 실시하였다는 점이다. 그래서 여성이 화장하는 이유가 아닌 남성이 화장하는 이유에 대해서 좀 더 심층적인 이해를 할 수 있다는 점이다. 둘째, 자아존중감과 화장행위에 대한 태도를 남성의 성정체성 관련하여 분석하였다는 점이다. 화장을 하는 남성들의 대부분이 양성적 특성을 보여주었는데 이것이 의미하는 바는 화장을 여성성이나 남성성 중심으로 해석할 것이 아니라 성정체성을 벗어나 좀 더 유연한 사고를 갖고 남성화장을 이해할 필요가 있는 것이다. 셋째, 남성의 화장은 사회의 외모에 대한 인식과 직접적 관련성이 없음을 알게 되었다. 외모에 대한 좋은 인상이 타인에게 호감을 유발하는 것이 사실이다. 그러나 남성의 경우, 호감을 유발하기 위해서 화장을 직접적으로 활용하는 것은 아니라는 것

을 연구결과를 통해 알 수 있었다. 오히려 사회적인 외모평가를 민감하게 인식할수록 자아존중감에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결론적으로 남성의 화장행위는 외모만족도와 그에 따르는 외모관리의 한 형태라 볼 수 있고 자아존중감과 밀접한 관련성이 있음을 알 수 있다. 외모에 대한 타인의 평가가 개인 간 사교나 신입사원의 선발장면에서 중요하다고 여겨지나 이것이 직접적으로 남성의 화장행위에 영향을 주는 것은 아니다. 오히려 개인의 자존감을 자극하여 화장행위를 유발하는 역할을 하는 것으로 볼 수 있다.

앞서 제시한 본 연구의 의미와 시사점에도 불구하고 연구를 진행하면서 결과에 대한 아쉬움과 향후 연구의 방향성에 대해서 언급하지 않을 수 없다. 첫째, 외모에 대한 콤플렉스가 있는 남성들, 즉 자신의 외모에 대한 불만이 있거나 만족도가 낮은 남성들이 외모 문제점을 해결하기 위해서 화장행위에 더 적극적으로 일 것이라고 가정해 볼 수 있는데 본 연구결과에서는 외모만족도가 높은 남성들에게서 화장행위에 대한 태도가 더 긍정적으로 나타났다. 화장행위가 외모의 단점을 보완하기보다는 더 멋있어 보이기 위한 외모관리의 수단으로 보인다. 따라서 향후 연구에서는 외모 콤플렉스에 대해서 구체적으로 질문하고 이것이 화장행위와 어떤 관련성을 갖는지를 구체적으로 알아보는 것도 의미가 있어 보인다. 둘째, 본 연구에서는 성역할 정체성과 화장행위에 대한 관련성을 심도 있게 분석하지 못한 부분이 있다. 여성의 입장에서 화장의 의미와 남성의 입장에서 화장의 의미가 다를 수 있다. 성별 차이에 따른 공통점과 차이점을 분석하는 것 역시 큰 의미가 있을 것이다. 마지막으로, 남성의 경우에 특별히 남성성이나 여성성

이 강한 사람들이 있다. 이 경우 정체체성과 화장행위의 이유나 동기가 상이할 수 있음을 고려하여 그 내용을 구체적으로 분석하는 것 역시 큰 의미가 있을 것으로 생각된다. 따라서 향후 연구에서는 좀 더 다양한 변인들을 고려하여 변인간 인과관계를 분석한다면 남성의 화장행위에 대한 포괄적인 이해는 물론이고 마케팅에도 적극 활용될 수 있을 것으로 사료된다.

참고문헌

- http://digitalchosun.dizzo.com/site/data/html_dir/2019/10/24/2019102480216.html
- https://www.cmn.co.kr/mobile/sub_view.asp?news_idx=29212
- 고선영 (2017). Zaltman의 은유유도기법을 이용한 화장하는 남성들의 이상적 자아와 환상에 관한 질적연구. *한국의류학회지*, 41, 1-16.
- 김광경, 이금실, 정미실 (2001). 다차원적 신체 이미지가 의복행동에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 25, 358-365.
- 김수민 · 주성래 (2018). 남자 대학생의 나르시시즘과 외모관심도가 화장태도 및 화장행동에 미치는 영향. *한국인체미용예술학회지*, 19, 238-253.
- 김일란 · 김주덕 (2013). 남성화장에 대한 여대생들의 인식 및 태도에 관한 연구. *한국화장품미용학회*, 3, 169-187.
- 박헌균 (2013). 젠더적 특성과 뇌 기능 분화간의 연관성을 고려한 남성 화장품 용기에 관한 연구. *한국상품문화디자인학회*, 34, 159-168.

- 안진경 (2011). 2000~2010년의 신문기사 분석을 통해 본 한국 남성 화장. 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문
- 유창조·정혜은 (2002). 소비자의 아름다움 추구행위에 관한 탐색적 연구: 남성의 치장과 여성의 화장, 성형 및 피트니스를 중심으로. *소비자학연구*, 13, 211-232.
- 이윤정 (2007). 남성들의 외모관리행동의 동기 에 관한 연구 - 성역할 정체성과 의복추구혜택을 중심으로 - *한국외류학회지*, 31, 551-562.
- 이학식·임지훈 (2009). 구조방정식 모형분석과 AMOS 16.0. 법문사.
- 정진경(1990). 한국 성역할 검사 (KSRI). *한국심리학회지: 사회*, 5, 82-92.
- 최수경 (2007). 신체만족도와 화장태도에 따른 화장 후 심리적 기대효과의 관련변인 연구. *한국생활과학회지*, 16, 885-897.
- 한가영 (2012). 남성화장에 대한 여성들의 인식 및 태도에 관한 연구. 숙명여자대학교 원격대학원, 석사학위논문
- 한가영·김주덕 (2012). 남성화장에 대한 여성들의 인식 및 태도에 관한 연구. *한국화장품미용학회*, 2, 61-77.
- 한규석 (2015). 사회심리학의 이해. 학지사, p.66
- 홍병숙·백인선·권유진 (2007). 남성의 성역할 정체감과 자아개념이 외모관심도와 화장품 및 헤어제품 만족도에 미치는 영향. *생활과학논집*, 26, 51-61.
- 황수연 (2014). 남성 색조 화장품의 제품별 사용 실태 및 인식도. 건양대학교 대학원, 석사학위논문
- Alfonso, V. C., Allison D. B., Rader, D. E., & Gorman, B. S. (1996). The Extended Satisfaction with Life Scale: Development and psychometric properties. *Social Indicators Research*, 38, 275-301.
- Banaji, M., & Prentice, D. (1994). The self in social contexts. *Annual Review of Psychology*, 45, 297-332.
- Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42, 155-162.
- Bem, S. L. (1975). Sex role adaptability: one consequence of psychological androgyny. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 634-643.
- Cook, E. P. (1985). *Psychological androgyny*. N. Y.: Pergamon Press.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: Freeman.
- Eagly, A., Ashmore, R., Makhijani, M., & Longo, L. (1991). What is beautiful is good, but....: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110, 109-128.
- Feingold, A. (1992). good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, 111, 304-341.
- Fisher, E. & Arnold, S. J. (1990). More than a Labor of Love: Gender Roles and Christmas Gift Shopping. *Journal of Consumer Research*, 17, 333-345.
- Higgins, E. T. (1987). Self discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94, 319-340.
- Higgins, E. T. (1998). Promotion and Prevention: Regulatory focus as a motivational principle. *Advances in experimental social psychology*, 30,

- 1-46.
- Kaplan, A. G., & Sedney, M. A. (1980). *Psychology and sex roles: An androgynous perspective*. Boston: Little, Brown.
- Rogers, C. R. (1959). A Theory of Therapy, Personality, and Interpersonal Relationships: As Developed in the Client-Centered Framework. In S. Koch (Ed.), *Psychology: A Study of a Science. Formulations of the Person and the Social Context* (Vol. 3, pp. 184-256). New York: McGraw Hill.
- Rosenberg, M. (1989). *Society and the adolescent self image*. Middleton, CT: Wesleyan University Press.
- Shrout, P. E., & Bolger, N. (2002). Mediation in Experimental and Nonexperimental Studies: New Procedures and Recommendations. *Psychological Methods*, 7, 422-455.
- Swann, W. B., Stein-Seroussi, A., & Giesler, R. B. (1992). Why people self-verify. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 392-401.
- Tesser, A. (1988). Toward a self-evaluation maintenance model of social behavior. *Advances in experimental social psychology*, 21, 181-227.
- 원 고 접 수 일 : 2020. 07. 14.
수정원고접수일 : 2020. 08. 26.
게 재 결 정 일 : 2020. 08. 26.

A Study on the Men's Make-up Motivation and their Make-up Attitudes

Jong-hum Kim¹⁾

Seung-hee Choi²⁾

¹⁾Assistant Professor, Department of Consumer science, Incheon National University

²⁾Visiting Professor, Department of Industrial Design, Jeonbuk National University

This study was conducted to find out the effect of appearance satisfaction and social appearance awareness on the attitudes toward makeup using self-esteem as a mediator variable. A survey was carried out on 300 men in ages from 20s to 50s living all over the country who had make-up experience. The analysis was conducted to verify the reliability and validity of the measurement variables and the structural equation model analysis was performed to verify the relationship between the factors. In addition, a ANOVA was used to identify the mean differences between groups to determine how gender identity types in men affect men's make-up behavior. According to the result of the study, the higher the satisfaction level of appearance was, the more positive the self-esteem was. The more the awareness of social appearance was, the more positive the self-esteem was, but the awareness of social appearance had no direct influence on the attitude toward make-up. However, both appearance satisfaction and awareness of social appearance were found to affect the attitude toward make-up mediating self-esteem. Meanwhile, androgyny and masculinity among male gender identity types were found to be higher in appearance satisfaction and self-esteem than in femininity and unidentified types, while in the awareness of social appearance, femininity was higher than other types. In terms of make-up attitude, the androgyny type was more positive compared to other types. Apart from women's makeup, these results can be meaningful in clarifying the motivations for men's makeup. Finally, the limitations of this study and the direction of future research were presented.

Key words : appearance satisfaction, social appearance awareness, sex role identity, self-esteem, make-up attitude, physical beauty