

## 화장의 자의식적 특성 분석과 화장마음의 사회인지모형 검증

김 양 하      김 기 범<sup>†</sup>      차 영 란  
한국사이버대학교      성균관대학교      수원대학교

본 연구는 한국 문화에서 여성에게 화장은 어떤 의미를 갖는가에 초점을 맞추어 여성의 사회적 성장체성과 아름다움의 수단으로서의 화장의 심리사회적 기능을 분석하고자 했다. 화장행동의 사회심리적 과정을 개방형 질문지 및 양적 접근법을 병행하여 밝히고자 하였다. 화장의 사회화과정을 통해 한국문화에서 화장은 여성들에게 여성성을 고착시키고, 자기개념 구성에 중요한 역할을 하며, 심리사회적인 기능을 갖고 있어 화장에 대한 여성들의 동기 및 욕구, 신념이 여성의 마음속에 있음을 개별면접과 심리측정치들을 통해 사회인지적 모형을 경험적으로 검증하고자 했다. 연구결과, 화장은 여성들에게 성숙과 여성성, 아름다움의 수단과 사회적 승인이라는 기능함축적인 의미가 있고, 화장마음의 모형을 검증한 결과, 화장에 대한 욕구보다는 이러한 경험에 의한 사회적 신념이 화장행동을 설명해주는 마음의 구성요소인 것으로 나타났다.

주요어 : 문화, 여성, 화장, 마음, 자의식적 경험

---

<sup>†</sup> 교신저자 : 김기범, 성균관대학교 사회과학부, 서울시 종로구 명륜동 3가  
E-mail : purple66@skku.edu

최근 한 인기 TV 프로그램에서 한국에 거주하는 외국인 여성들이 한국의 여성들에 대한 인상을 ‘남들의 시선을 의식한다’, ‘겉모양에 지중한다’, ‘화장을 많이 한다’ 등으로 말한 적이 있다. 이러한 말속에서는 화장이 겉모습을 중시하는 사회적 풍조와 그러한 사회적 압력에 굴복하는 여성들의 자화상을 보여 주는 것이라 할 수 있다. 따라서 화장하는 여성들의 마음은 어떠한지 들여다보고자 한다면, 여성들이 화장을 하면서 경험하게 되는 심리 사회적 요소, 화장행동과 화장의 기능을 분석해 볼 필요가 있다. 본 연구에서는 한국 사회에서 화장에 대한 기존의 연구결과물들을 토대로 화장의 심리사회적 경험을 자의식적 경험으로 규정해 보고, 화장하는 여성의 마음에 대한 사회인지 모형을 검증해 보고자 했다.

#### 자의식적 경험으로서의 화장

화장에 대한 국내외의 선행연구들에서 화장은 아름다움이나 매력을 위한 수단 혹은 장식이고(김기범, 김양하, 2005; 김기범, 차영란, 2006), 화장을 통해 개인은 심리적 통제감(Thomson & Hirschman, 1995)을 얻게 되며, 또한 화장은 자기존중감(Bloch & Richins, 1992), 성역할 정체감과 여성성(Fabricant & Gould, 1993), 사회적 인정(이화순, 2002 등) 등의 경험을 포함한다. 그러므로 화장은 다기능적(multifunctional)이고 다면적인(multifaceted) 특성을 갖고 있다(Romanowski & Schueller, 2003). 또한 화장은 그 사람의 사회적 지위와 역할을 암시하는 기능(김희숙, 1996)도 있다.<sup>1)</sup>

1) 여성들은 일상속에서 매일 혹은 필요에 따라 화장을 하게 되는데 이는 개인적인 욕구나 동기에 의해 행동으로 나타나기도 하고, 여성들 스스로

이러한 화장의 다기능적 혹은 다면적 특성 속에서는 여성의 자기개념과 관련된 요소가 들어 있는데, 김기범 등(2005, 2006)은 화장의 사회화 과정과 화장 전, 후의 자기에 대한 지각 및 평가와 화장의 심리적 기능 분석을 통해 정체성의 사회문화적 구성을 보고한 바 있다. 여성들이 화장을 하게 되는 주된 이유는 개인의 심리, 건강 및 사회적 요구에 의한 것인데 화장을 하기 전 자기에 대한 평가 및 (가정된) 타인의 평가, 화장을 하고 난 후의 자기에 대한 평가 및 타인의 평가가 화장에 대한 만족 및 불만족의 경험을 불러 일으켜 화장을 하기 전, 후의 자기에 대한 자각 및 평가를 의식하는 경험을 하게 되는데, 이를 자의식적 경험이라고 한다. 다시 말해, 자의식적 경험(self-conscious experience)은 좁게는 상호적 평가와 판단에 의한 경험이고, 넓게는 세상 혹은 사회속에서 이루어지는 경험이다(김기범, 김양하, 2004; Fisher & Tangney, 1995; Vygotsky, 1978 참조). 따라서 화장의 자의식성은 화장 전의 자기 모습(주로 얼굴의 건강상태와 미모)에 대한 자기스스로의 평가와 (가상화된 혹은) 타인의 평가와 판단에 따라 화장이라는 활동을 통해 혹은 화장한 자기의 또다른 모습에 대한 자타의 평가와 판단에 따른

의 성 정체감이나 자기 개념에 의해 동기화되거나 기능적으로 순환하게 된다. 그러나 여기에서 중요한 것은 여성의 자기 개념이나 미에 대한 욕구나 동기, 그리고 성숙의 의미는 모두 사회적 소통으로 귀결된다는 것이다. 다시 말해, 사회적으로 규정된 혹은 공유된 미의 기준과 여성에 대한 기대에 따라 여성들은 화장을 하게 되고, 이러한 화장 행동은 다시 여성의 성 정체감과 자기 개념의 구성과 발달에 영향을 미치게 된다고 할 수 있다(김기범, 김양하, 2005; 김기범, 차영란, 2006).

경험에 근거하고 있다 할 수 있다.

화장의 자의식적 특성은 화장하기 전의 자기에 대한 평가와 화장하고 난 후의 평가 등이 모두 복합적으로 작용해(김기범 등, 2006) 성 정체감을 비롯한 자기정체감 형성이나 구성에 영향을 미치고, 화장의 심리사회적 기능 등을 포함한 사회적 표상으로 내면화되며, 이는 다시 화장을 통해 아름다움을 추구하거나, 건강해 보이려고 하거나, 단점을 숨기려고 하거나, 예의를 갖추기 위한 욕구 등의 형태로 동기화된다. 따라서 화장의 자의식적 경험은 여성의 마음(의 범주)속의 주요 구성요인이라고 할 수 있다.

#### 화장마음의 사회인지모형

김기범 등(2005, 2006)은 화장의 다차원적 특성을 성숙(maturation), 사회성(sociality), 도구성(instrumentality)와 정체성(identity)로 규정할 바 있다. 다시 말해, 사회생물학적 발달과 관문으로서의 성숙의 의미, 대인관계 및 사회적 상황에서의 사회적 기능(박은아, 2003; 이화순, 2002; 이화순, 황춘섭, 2002; Bloch & Richins, 1992; Daibo, 2002), 사회적 아름다움 혹은 내면화된 사회적 미의 기준을 위한 수단(Dowd, 2005; Etcoff, 1999)으로서의 도구적 역할과 사회적 정체성으로서의 여성성 강화 및 자기화(selfing)의 의미이다.

따라서 앞에서 언급한 바와 같이, 화장하는 여성의 심리 혹은 마음의 범주속에는 화장을 함으로써 경험하게 되는 혹은 경험할 수 있는 아름다움의 획득 혹은 결점의 보완 등에 대한 사회적 신념과 그러한 목적을 성취하려는 욕구 내지 동기가 존재하게 된다. 이러한 추론은 일상생활에서 관찰된 행동에 기저한 일반인

의 마음추론 방식과 동일하다(Bruner, 1990; Kashima, McKintyre, & Clifford, 1998; Wellman, 1990 등).<sup>2)</sup>

이러한 마음추론 방식은 마음이론에서 지적하였듯이, 사람들의 행위에 대한 일상적인 이해의 기본적인 본질을 파악하고자 한다는 것을 의미한다(Bartsch & Wellman, 1995). 즉, 사람들은 기본적으로 외현적인 행동과 모습 뒤에 있는 정신적이고 심리적인 상태를 신념, 욕구, 정서, 의도라는 말(혹은 개념)로 이해하고 있다고 보고 있다. 따라서 마음의 이론은 우리 일반인들의 사람들에 대한 이해와 예측으로부터 시작된다고 보고 있다.

최근 들어, 마음 이론의 문화적 차이에 대한 논쟁이 뜨거운데, Lillard(1998)는 서구의 일반인 심리학에 대한 언급을 하면서, 우리가 흔히 서구(Western)라고 하는 것은 유럽계 미국인(European American)과는 문화적으로 동질적이지 않음을 지적하고 상식적인 일반인 심리학(naive folk psychology)의 연구 대상은 지난 20세기 말까지 심리학이나 심리철학분야에서 연구되어왔던 중산층의 유럽계 미국인이었음

2) Bartsch와 Wellman(1995)은 성인들의 마음의 이론(theory of mind)을 아동에게 적용하는 연구를 수행하면서, 마음의 이론이 사람들의 일상적인 이해의 기본적인 본질을 파악하고자 한다는 것을 지적하고 있다. 즉, 우리는 기본적으로 외현적인 행동과 모습 뒤에 있는 정신적이고 심리적인 상태를 신념, 욕구, 정서, 의도라는 말로 이해하고 있다고 보고 있다. 따라서 마음의 이론은 우리 일반인들의 사람들에 대한 이해로부터 시작되고, 일상의 심리학(everyday psychology)은 사람들이 다른 사람의 행위, 사고 및 삶을 어떻게 이해하는지에 초점을 맞추고 있다(p. 4). 마음의 이론이라는 말은 사람들의 일상적인 이해가 정신적(mentalistic)이라는 것을 강조하기 위해 사용한다(Lillard, 1998).

을 지적하고 있다. Premack과 Woodruff(1978)가 소개했던 마음의 이론(theory of mind)은 일반 사람들이 행동을 설명하거나 예측하는데 있어 일관되고 체계적으로 하기 때문에 어떤 정신적인 상태를 자신들이나 다른 사람들에게 부과하는 경향을 일컫는 말로 규정하고 있다(Wellman, 1990). 즉, 대인간의 이해 과정에 대한 이 이론은 사람들의 행동과 심리적 상태 및 성격을 이해하는데 필요한 이론이라 할 수 있다.

그러므로, 이러한 일반인 심리학에서도 문화적 차이가 존재할 수 있다(Gauvain, 1998; Lillard, 1998; Wellman, 1998). 사람들은 다른 음식을 먹고 문화에 따라 역할이 다르게 부여되고, 다른 종교적 활동을 하고 있으며, 다른 옷을 입고 있다. 또한 언어가 다르다. 따라서, 사람들은 다른 문화속에서 다른 언어를 사용하면서 다른 활동을 하고 있기 때문에 그러한 활동에 적용되는 마음에 대한 생각이 다르게 형성될 수 있다. 다시 말해, 현재 통용되는 마음의 이론은 서구의 특히 중산층의 유럽계 미국인들의 일반인 심리학이라 할 수 있다. 이러한 설명은 문화권마다 사회적 규범과 규칙이 다르고 사람들이 그러한 규범과 규칙을 따르는 행동을 다르게 하게 되며, 그러한 행동이나 사회적 사건에 대한 추론도 달라질 수 있음을 함축하고 있다.

### 화장 신념과 욕구

신념은 지식, 의견, 상상, 확신이나 예감을 포함한 사고의 일반적인 범주라 할 수 있는데, 모든 정신적 상태는 세상에 대한 무엇인가 진실된 것을 반영하고 있기 때문이다. 욕구는 원하는 것(wants), 추진하는 것(urge)과 무엇인가에 대한 신경쓰고 있는 상태를 포함하는 일

반적인 범주로 이해될 수 있다. 즉, 어떤 것에 대한 혹은 어떤 것을 향한 사전적 태도의 전체 범위를 일컫는다. 그러므로 마음의 일반인의 상식적인 개념에 근거하는 구조는 욕구와 신념 모두를 고려해야 한다. 사람들은 그들이 무엇인가를 원하고 몇몇의 행동이 그것을 성취할 것이라는 것을 믿고 있기 때문에 무엇인가를 한다(Bartch & Wellman, 1995, p. 5).

이러한 측면에서, 우리의 일상적인 이해는 마음이 행위에 영향을 미치고 있음을 전제하고 있다. 즉 신념은 상징적이고, 무엇인가를 의미하고 있으며, 나타내고 있는 표상이라고 할 수 있는데, 사회적 표상(social representations)은 사람들이 세상사를 이해하는 인식틀로서 그 사회 내에 공유되어 있고 성원들간의 소통을 촉진시키며, 집단의 경계를 구분해주는 인지적 지식체계이다(Moscovici, 1984). 실생활에서 실물성 경험으로 체험되는 문화현상에 대해서는 그 사회의 구성원들의 표상이 일관성 있으며, 공유성이 있다. 따라서, 화장에 대한 사회문화적 신념으로서의 사회적 표상은 여성들이 일상의 화장경험을 통해 화장은 이런 것이라는 경험적 사실에 대한 신념이라고 할 수 있다.

이러한 화장마음(범주)의 특성을 도식화하면 다음과 같다. 그림 1에서 보는 바와 같이, 화장마음은 욕구와 신념으로 구성되어 있고, 이러한 마음은 기능을 함축하는 행동(의도)으로

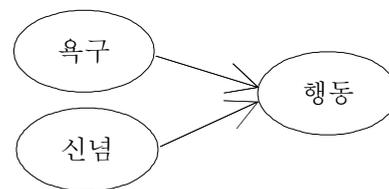


그림 1. 화장마음의 사회인지 연구모형

이어진다.

기존의 마음(범주)의 모형 연구(Kashima et al., 1998; Lillard, 1998)에서 한 가지 지적되고 있는 또다른 구성요소는 감정인데, 화장할 때의 경험하는 정서 또한 신념이나 욕구와 관계가 있을 것이라고 가정해 볼 수 있다. 이는 일반인 심리학이나 마음의 이론에서 행위에서 추론되는 마음속에 혹은 마음의 범주 속에 감정의 역할을 아직 확인하지 못했다는 연구들을 감안해 볼 때 시사하는 바가 있다. 서구인의 자기개념과는 달리 한국인의 자기개념은 마음속에 형상화된 모습으로 구성되어 있다는 연구결과(최상진, 김기범, 1999)<sup>3)</sup>와 자기경험은

정서로 촉진될 수 있다는 현상학적 성격심리학자들의 주장을 근거로, 행위의 주체로서의 마음의 범주속에 정서가 욕구나 신념에 영향을 미칠 가능성이 있음을 예측해 볼 수 있다. 김기범 등(2006)의 연구결과에 따르면, 여성들은 아름답게 보이기 위해, 화장을 통해 아름다워질 수 있다는 믿음을 가지고 있는데 반해, 화장을 하면서 부정적인 감정과 긍정적인 감정을 동시에 경험하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구에서는 화장 마음의 구성 요소로서 신념, 욕구가 행위에 어떠한 영향을 미치는가를 모형을 통해 검증해 보고자 한다.

3) 한국 사람들에게 “Who are you or What are you?”라고 질문을 한다면 어떠한 구체적인 대답을 얻기는 어렵다. 그러나 어떤 사람과의 관계나 맥락에서 당신의 마음이나 심정이 어떠한지 묻는다면 쉽게 대답을 듣게 될 것이다. 최상진과 김기범(1999)는 서구인의 ‘I’는 entity로서의 self로 규정되고, 한국인의 ‘나’는 심리적 존재나 상태로서의 ‘마음’으로 구성된다고 보았다. 서구인의 경우처럼 self를 entity로 구성할 때 한 사람의 self는 다른 사람의 self와 분명하게 경계를 그을 수 있으며, 물체처럼 자명하고 존재하는 것, 객관적 분석과 재구성의 대상이 될 수 있는 것으로 취급할 수 있고, 구체성과 구조성을 갖는 것으로 구성될 수 있다. 그러나 한국인의 경우처럼 self를 ‘마음’으로 구성할 때, ‘마음’은 물체와는 달리 객관적이며 실제적인 현실성이 약하다. 자기마음에 대한 자신의 지각이 어렵고 어떤 것이라고 지각되었을 경우라도 그에 대한 확신은 실물의 경우처럼 강하지 않다. 또한 마음은 가변적이어서 안정성이 낮다. 따라서 자기 마음이 어떤 것인가에 대한 확신있는 포착이 어렵다. ‘내 마음’ 즉 ‘나’에 대한 개념화는 구체적 실체로서가 아니라 ‘나의 성향’으로 기술된다. 즉 entity로서가 아닌 성향(disposition)으로 한국인의 ‘나’는 구성된다. 한국인들이 자신을 표현하는 대표적

## 방 법

본 연구는 여성의 일상의 화장행동의 심리 사회적 의미를 알아보기 위해, 여대생과 성인 여성들을 대상으로 심층면접과 양적 접근을 실시하여 자료를 수집하였다.

### 조사대상자

서울과 경기지역에 거주하는 여대생 179명(평균연령 21세), 전국에 거주하는 성인 여성 156(평균연령 42세)명을 대상으로 개방형 질문지를 사용하여 자료를 수집하였고, 자기보고식 심리측정을 실시하였다.

인 형식은 “나는 이러한 성향이 강한 사람이다”의 자기기술방식이다. 결과적으로 한국인의 자기를 ‘Inferential Mind-Self’라 한다면 서구인의 자기는 ‘Referencial Entity-Self’라고 명명하였다(또한 Choi & Kim, 2003).

## 도구 및 절차

개방형 질문지에서는 1) 화장의 의미, 2) 화장을 하는 이유, 3) 화장을 하면서 느끼는 점, 4) 화장의 긍정적 기능, 부정적 기능 등에 대해 자유롭게 기술하도록 요구하였고, 자기보고에 의한 양적인 심리측정은 화장의 욕구, 화장에 대한 신념, 화장 행동 등을 Likert식 5점 척도로 측정하였다.

화장욕구는 김기범 등(2006)의 연구결과와 본 연구의 질적 자료 분석을 토대로 본 연구자들이 화장의 다면적 차원을 반영하는 문항들을 개발하였다. 예를 들면, 자신의 건강을 위해서, 내 자신의 만족을 위해서, 나를 관리하기 위해서, 기분전환을 위해서, 다른 사람의 시선 때문에, 다른 사람들에게 잘보이기 위해서, 예의를 차리기 위해서, 여자이기 때문에, 내 자신의 신분과 역할 때문에 등의 29문항으로 구성하였다. 신뢰도( $\alpha$ )는 .88이었다.

구성개념으로서의 욕구는 요인분석(탐색적 요인분석, PC 방식, Varimax회전, eigen value 1 이상)을 실시하여 모두 6개의 요인을 추출하였으나 요인의 적합성(낮은 부하량, 적은 문항수)을 고려하여 모두 5개의 요인만을 사용하였다. 첫 번째 요인에는 남들도 다 하니까, 안 하면 안될 것 같아서, 친구들도 다 하니까 등의 5문항이 적재되어 사회적 압력에 의한 욕구 혹은 동조욕구로 명명하였고, 23.8%의 설명변량과 .86의 신뢰도를 보였다. 두 번째 요인에는 다른 사람들에게 내 자신을 어필하기 위해, 내 자신의 만족을 위해, 나를 관리하기 위해, 내 자신의 또다른 모습을 발견하기 위해서 등 모두 6문항이 추출되어 이를 자기관리 및 표현욕구로 이름붙였는데, 11.8%의 설명변량과 .83의 신뢰도를 갖는 것으로 나타났

다. 8.6%의 설명변량과 .79의 신뢰도를 보인 세 번째 요인에는 예의를 차리기 위해서, 내 자신의 신분과 역할 때문에, 상대방을 배려해서 등 모두 5문항으로 구성되어 사회적 승인 욕구로 요인명을 정하였다. 네 번째 요인에는 다른 사람들에게 잘보이기 위해, 다른 사람의 시선때문에, 예쁘게 보이기 위해서(요인명: 아름다움 추구) 등 모두 6문항이 적재되었고, 5.6%의 설명변량과 .78의 신뢰도를 보였다. 3.9%의 설명변량과 .58의 신뢰도를 보인 다섯 번째 요인에는 두 문항이 적재되었다(내 자신의 건강을 위해서, 피부노화방지를 위해서).

화장신념은 김기범 등(2006)의 연구결과를 토대로 화장의 심리적 차원 네 가지를 근거로 화장의 신념을 측정하는 문항들로 구성하였다. 예를 들면, ‘화장을 하면 사람들이 인정해준다’, ‘처음 화장을 했을 때 어른이 된 듯한 느낌이 들었다’, ‘화장은 내가 여성임을 확인 시켜준다’, ‘나는 화장을 함으로써 아름다워질 수 있다고 생각한다’ 등 모두 네 문항으로 구성하였다. 구성개념으로서의 신념에 대한 신뢰도는 .65인 것으로 나타났다.

화장할 때의 정서경험은 김기범 등(2006)의 연구에서 여대생과 성인들을 대상으로 면접을 실시하였을 때 보고된 정서경험들을 토대로 구성하였다. 예를 들어, 화장을 하면서 ‘짜증난다’, ‘불편하다’, ‘즐겁다’, ‘귀찮다’, ‘별느낌 없다’ 등의 11 문항으로 구성하였고 신뢰도는 .50이었다. 화장할 때의 정서경험에 대한 분석은 요인분석(탐색적 요인분석, PC 방식, Varimax회전, eigen value 1 이상)을 실시하여 모두 3개의 요인을 추출하였는데, 첫 번째 요인에는 즐겁다, 기쁘다, 자신감이 생긴다, 재미있다, 만족한다 등의 모두 5문항이 적재되어 (설명변량 33.24%,  $\alpha = .80$ ) ‘긍정적 정서’로

명명하였고, 두 번째 요인에는 불안하다, 걱정된다, 짜증난다 등의 3문항으로 약 18%의 설명변량과 .75의 신뢰도를 보였으며 ‘불안정서’로 명명하였다. 세 번째 요인(설명변량 10.6%,  $\alpha = .60$ )으로는 귀찮다, 불편하다, 별느낌없다 등의 3 문항이 추출되어 이를 ‘부적 정서’로 이름붙였다. 화장행동은 ‘매일 화장한다’, ‘되도록이면 화장한다’ 등의 두 문항으로 측정하였다.

## 분석

개방형 질문지를 통해 수집된 자료는 모두 문서로 작성하여 후 여대생과 성인 여성을 각각 내용분석하였다. 내용분석은 1차적으로 어의적 유사성에 따른 범주화를 실시하였는데 분석자간 신뢰도는 .82이었다. 1차 분석을 토대로 2차 분석에서는 각 범주의 내용들을 통해 잠재 변인을 추출하였는데 분석자간 신뢰도는 .91이었다. 또한 각 범주별로 빈도와 백분율을 계산하였다. 모형검증은 측정변인들에 대한 잠재변인을 설정하여 변인들간의 관계를 측정하는 구조방정식 모델링을 통해 분석하였다.

## 결 과

여성들에게 일상을 화장활동을 통해 느끼는 의미에서 여대생과 성인간의 큰 차이는 없는 것으로 나타났다. 표 1에서 보는 바와 같이, 여대생들은 화장의 의미를 ‘사회적 행위(19.52%)’, ‘미추구의 수단(19.52%)’, ‘아름다움추구 행동(18.93%)’, ‘자기방어(15.38%)’, ‘심리표출(14.79%)’, ‘성정체성(8.88%)’ 등으로 보고 있고,

성인들 또한 비슷한 경험을 하는 것으로 나타났으나 여대생들에게 나타났던 성정체성의 의미는 없다. 이러한 결과는 김기범 등(2005, 2006)의 연구결과에 일치하는데, 성인의 관문을 통과하는 의례로 여대생들은 화장의 의미를 부여하지만, 성인들은 그러한 의미가 퇴색되었거나 중요하지 않은 것으로 나타났다.

따라서 화장은 자기와 관련된 정체성의 의미, 사회적 행동으로서의 의미와 아름다움이나 방어의 도구적 의미를 내포하는 다차원적 경험이라고 할 수 있고, 이러한 경험속에서는 자기와 타인 혹은 사회의 평가라는 자의식적 특성이 내포되어 있다고 할 수 있다. 또한 순환론적이기는 하지만 화장을 통해 여성들의 자신감, 자기존중감과 자기만족 등의 심리적 경험을 하고 있는 것으로 나타났다.

따라서 자의식적인 화장경험은 여성의 마음속에 화장을 하면 아름다워지거나 자신의 단점을 보완하고, 사회적으로 인정받을 수 있다는 신념 혹은 표상과 사회적으로 인정받는 미를 추구하고자 하는 욕구가 자리잡을 수 있다. 이러한 욕구는 화장을 하는 이유에서 더욱 두드러지게 나타났다.

화장을 하는 이유로는 학생들의 경우 아름다움을 추구하기 위해(약 57%)서라는 응답이 가장 많이 나왔고, 사회적 승인(16%)과 자기만족(약 12%)의 순으로 나타났다(표 2 참조). 성인의 경우에는 아름다움을 추구하기 위해서라는 응답이 대학생들에 비해 낮은 것으로 나타났다(약 37%), 사회적 승인이 34%, 자기만족이 12%, 피부보호와 건강이 약 10% 등으로 나타났다. 응답율에서는 차이가 있지만 화장을 하는 이유에는 성인과 학생 집단이 비슷한 것으로 나타났다. 그러나 성인의 경우에는 사회적 승인 때문에 화장을 한다는 응답이 아름다움

표 1. 화장의 의미에 대한 학생과 성인의 응답내용 및 빈도

성 인		학 생	
응답 내용 및 범주	빈도(%)	응답 내용 및 범주	빈도(%)
1. 타인의식적인 예의와 배려	<b>34(23.94)</b>	1. 타인의식적인 예의와 배려	<b>33(19.52)</b>
1) 타인에 대한 예의	22(15.49)	1) 타인에 대한 예의	16( 9.47)
2) 타인에게 보여지는 것	7( 4.92)	2) 타인에게 좋게 보이고자 함	10( 5.92)
3) 옷을 차려입는 것	5( 3.52)	3) 사회생활의 일종	4( 2.37)
		4) 옷을 차려입는 것	3( 1.78)
2. 나를 표현 하는 수단(도구)	<b>24(16.90)</b>	2. 나를 표현 하는 수단(도구)	<b>33(19.52)</b>
1) 나를 꾸미는 수단	9( 6.33)	1) 나를 꾸미는 수단	12( 7.10)
2) 나를 돋보이게 하는 것	8( 5.63)	2) 나를 꾸미는 것	9( 5.33)
3) 나를 꾸미는 것	7( 4.92)	3) 나를 돋보이게 하는 것	8( 4.73)
		4) 자기관리	4( 2.37)
3. 자신의 표현	<b>18(12.67)</b>	3. 자신의 표현	<b>25(14.79)</b>
1) 자신감의 표현	9( 6.33)	1) 자신감의 표현	10( 5.92)
2) 개성과 이미지 표현	9( 6.33)	2) 개성과 이미지 표현	15( 8.88)
4. 미 추구 행동	<b>35(24.64)</b>	4. 미 추구 행동	<b>32(18.93)</b>
1) 아름다움의 표현	14( 9.85)	1) 아름다움의 표현	14( 8.28)
2) 자기를 가꾸기 위한 것	12( 8.45)	2) 깔끔함과 깨끗함의 추구	10( 5.92)
3) 깔끔함과 깨끗함의 추구	9( 6.33)	3) 자기를 가꾸기 위한 것	8( 4.73)
5. 단점을 보완하기 위한 것	<b>21(14.78)</b>	5. 단점을 보완하기 위한 것	<b>26(15.38)</b>
6. 자기만족	<b>5( 3.52)</b>	6. 여성으로서의 특성	<b>15( 8.88)</b>
7. 기타	<b>5( 3.52)</b>	7. 자기만족	<b>5( 3.00)</b>
총 계	142(100%)	총 계	169(100%)

때문이라는 응답율과 비슷하게 나타났다는 점은 성인들에게 사회생활이 중요함을 의미한다고 볼 수 있다.

화장의 순기능과 역기능에 대한 성인들의 응답내용을 보면, 표 3에서 보는 바와 같이, 먼저 순기능 측면에서 결점보완이 가장 중요한 기능인 것으로 나타났는데, 여대생들도 결점보완이 가장 중요한 것으로 나타났다(약 32%). 두 번째 순기능으로는 아름다워짐, 세 번째로는 자기향상의 순기능, 네 번째로는 피

부보호와 기분전환, 다섯 번째로는 인상관리인 것으로 나타났다. 반면 여대생들은 아름다움과 자기만족이 같은 반응율(약 28%)을 보였고, 이미지 개선 및 인상관리의 기능(약 8%), 피부보호(3.4%), 기분전환(2.82%)의 순이었다.

반면에, 화장의 역기능으로는 건강과 화장의 번거로움, 시간과 돈의 낭비로 보고 있는데, 여대생들도 같은 응답 유형을 보였는데 건강문제를 가장 중요한 역기능(약 64%), 번거로움이 약 20%, 시간과 돈낭비가 9.6%인 것으

표 2. 화장하는 이유에 대한 학생의 응답내용 및 빈도

응답 내용 및 범주	빈 도(%)
1. 아름다움 추구	98(56.98)
1) 결점을 커버하기 위해	43(25.00)
2) 예뻐보이려고	41(23.84)
3) 나 자신을 꾸미기 위해서	14( 8.14)
2. 사회적 승인	28(16.28)
1) 남에게 잘 보이기 위해	17( 9.88)
2) 상대에 대한 예의	6( 3.49)
3) 사회생활 / 외출할 때	5( 2.91)
3. 자기만족	20(11.63)
1) 자기만족	10( 5.81)
2) 자신감을 갖기 위해	10( 5.81)
4. 피부보호	9( 5.23)
5. 습관처럼/남들하니까	7( 4.07)
6. 여자니까	6( 3.49)
7. 재미로	3( 1.74)
8. 기타	2( 1.16)
총 계	172(100%)

로 나타났다. 따라서 여성들은 화장을 하면 자신의 결점을 보완하고 아름답게 보일 수 있다고 생각하는 반면에 피부에 문제가 생긴다는 점과 화장을 지우거나 할 때의 번거로움 및 시간과 돈 낭비를 한다고 생각하고 있는 것으로 나타났다.

따라서 여성들은 화장을 통해 자의식적 경험을 한다고 할 수 있는데, 그 이유는 여성들이 화장의 의미를 사회적 상호작용속에서 사회적 승인을 얻고, 자기자신의 결점을 보완하고자 하는 등 타인의 평가와 자기자신의 표현과 자기만족이라는 자신에 대한 지각 및 평가적 요소와 사회적 아름다움에 대한 내면화에 따른 추구 및 여성성이라는 정체성 등에 두고

표 3. 화장의 순기능과 역기능에 대한 성인의 응답 내용 및 빈도

3-1. 순기능

응답 내용 및 범주	빈 도(%)
1. 결점보완	43(28.10)
2. 아름다워짐	40(26.14)
1) 예뻐보인다	31(20.26)
2) 젊어보인다.	7( 4.57)
3) 깨끗해보인다.	2( 1.30)
3. 자기향상 및 자기표현	46(30.06)
1) 자신감	33(21.56)
2) 이미지 연출 및 자기표현	13( 8.49)
4. 상대에 대한 예의 및 인상관리	4( 2.61)
5. 피부보호 및 노화방지	8( 5.22)
6. 기분전환	8( 5.22)
7. 기타	2( 1.30)
총 계	153(100%)

3-2. 역기능

응답 내용 및 범주	빈 도(%)
1. 피부 문제점 유발(피부에 악영향)	75(51.02)
1) 피부노화 및 피부손상	57(38.76)
2) 피부트러블	12( 8.16)
3) 답답하다	6( 4.08)
2. 화장을 할 때와 지울 때 관리의 귀찮음(번거로움)	39(26.53)
1) 화장할 때와 지울 때의 번거로움	31(21.09)
2) 화장 후 땀 등으로 인한 관리의 어려움	8( 5.44)
3. 낭비	15(10.20)
1) 시간낭비	8( 5.44)
2) 돈낭비(경제적인 문제)	7( 4.76)
4. 타인의식적 이미지손상	6( 4.08)
5. 자기상실	4( 2.72)
6. 기타	8( 5.44)
총 계	147(100%)

있기 때문이다. 또한 이러한 화장의 의미는 여성들의 마음속에 화장에 대한 욕구, 다시 말해 화장을 통해 아름다움, 사회적 승인, 자기만족, 피부보호, 여성으로서의 정체성을 추구하고자 하는 욕구의 형태로 내면화되어 있고, 화장을 통해 그러한 욕구를 성취할 수 있는 신념을 내재화하고 있다고 볼 수 있다.

측정모형

화장마음의 사회인지적 범주이론을 검증하기 위해, 마음의 구성요소로서 욕구와 신념, 그리고 정서와 행동을 측정하였다. 각 측정변 인간의 상관관계는 표 4와 같다. 동조에 의한

화장 욕구는 화장 신념 네 문항과 유사한 상관관계를 보이고 있고, 긍정적 정서보다는 불안정서나 부정적 정서와 상관이 있는 것으로 나타났다. 반면 자기관리 및 표현의 욕구는 긍정적 정서와 비교적 높은 상관을 보였고, 부정 정서나 불안 정서와는 부적 상관을 갖는 것으로 나타났으며 화장행동과도 상관이 있는 것으로 나타났다. 사회적 승인욕구는 신념 변인 중에 아름다움의 신념과 정서 중에는 긍정적 정서와 상관이 가장 높은 것으로 나타났다.

화장행동과 비교적 높은 상관을 보이는 욕구 변인으로는 자기관리 및 표현의 욕구, 아름다움 추구 욕구였고, 신념 구성요소와는 모두 비슷한 상관을 갖는 것으로 나타났다.

표 4. 측정변인간 상관관계

변인	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	1.00													
2	.13*	1.00												
3	.45**	.18**	1.00											
4	.41**	.50**	.24**	1.00										
5	.13*	.15**	.31**	-.04	1.00									
6	.28**	.23**	.20**	.28**	.02	1.00								
7	.29**	.12*	.18**	.20**	.02	.27**	1.00							
8	.30**	.25**	.40**	.18**	.09	.28**	.54**	1.00						
9	.20**	.35**	.15**	.32**	.04	.21**	.22**	.30**	1.00					
10	.10	.51**	.20**	.30**	.11*	.27**	.16**	.26**	.39**	1.00				
11	.18*	-.21**	-.03	-.01	-.04	.17**	-.01	-.07	-.15**	-.26**	1.00			
12	.22**	-.16**	-.13*	.19**	-.19**	.07	-.04	-.25**	-.10	-.25**	.40**	1.00		
13	.11*	.27**	-.10	.21**	-.02	.12*	.12*	.01	.18**	.11*	.08	.25**	1.00	
14	.21**	.35**	.16**	.36**	.12*	.32**	.32**	.33**	.22**	.34**	-.07	-.04	.11*	1.00

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

주) 1. 동조, 2. 자기관리 및 표현욕구, 3. 사회적 승인욕구, 4. 아름다움 추구욕구, 5. 건강관리욕구, 6. 사회적 인정 신념, 7. 성인된 신념, 8. 여성성 신념, 9. 아름다움 신념, 10. 긍정정서, 11. 불안정서, 12. 부정정서, 13. 화장행동 1, 14. 화장행동 2

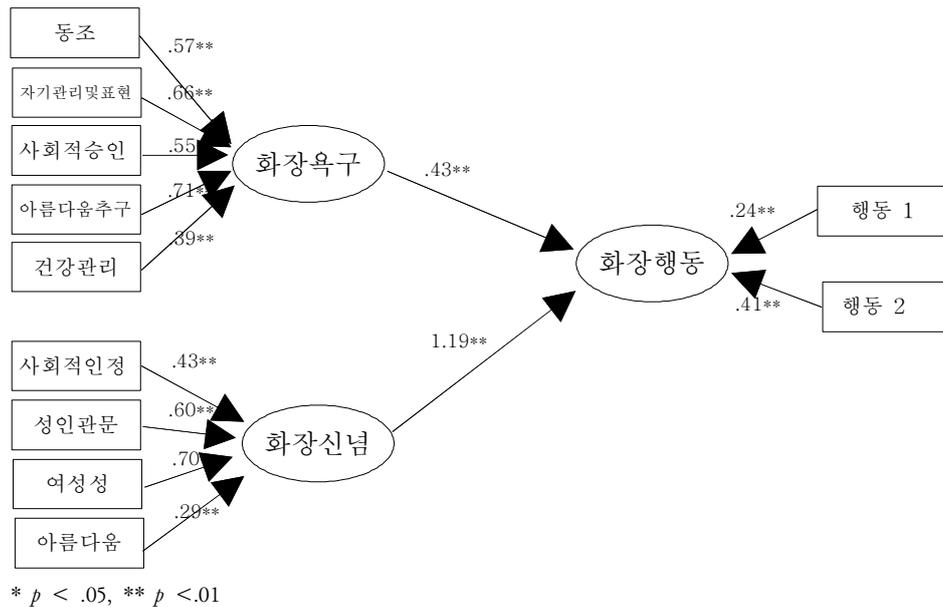


그림 2. 화장마음의 사회인지모형(성인)

본 연구에서는 화장하는 여성들의 마음속에 화장에 대한 신념과 욕구 및 동기가 내재화되어있음을 측정모형을 통해 검증해보고자 했다. 구조방정식모델링으로 측정모형을 검증한 결과, 모델의 적합도 지수는  $\chi^2$  값이 120.34( $p = .001$ )( $df = 34$ )으로, RMSEA는 .001로 나타났고, GFI는 .94, RMR은 .06, NFI는 .85, NNFI는 .81, 그리고 CFI는 .88이었다.<sup>4)</sup> 그러나 화장의 욕구가 행동에 미치는 영향력은 유의미하지 않은 것으로 나타났다( $\gamma = .38$  ( $t = .99$ )). 반

면 화장의 신념은 행동에  $\gamma = .93$  ( $t = 2.28$ )의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 화장 신념의 경우 Lambda X의 값이 모두 비슷하게 나타나 화장을 통한 사회적 승인, 여성성, 아름다움의 수단과 성인됨 등의 신념이 화장을 하게 되는 요인들이라고 볼 수 있다. 따라서 화장에 대한 욕구보다는 신념이 행동의 중요한 예측인인 것으로 나타났다.

이 모형을 여대생들에게 적용하였을 경우 모형검증이 적합하지 않았으나, 성인의 경우 적합한 것으로 나타났다. 그림 2에서 보는 바와 같이, 화장 욕구와 신념의 행동에 대한  $\gamma$  값은 각각 .43( $t = 2.04$ ,  $p < .05$ ), 1.19( $t = 4.65$ ,  $p < .01$ )이었다. 욕구의 측정변인들의 Lambda X 값에서는 아름다움 추구(.71,  $t = 12.21$ )가 가장 높은 것으로 나타났고, 다음으로 자기자신의 표현(.66,  $t = 11.21$ ), 사회적 압력 및 성인됨(.57,  $t = 7.97$ ), 사회적 관계(.55,  $t = 9.63$ ), 건강(.39,  $t = 5.29$ )인 것으로 나타났

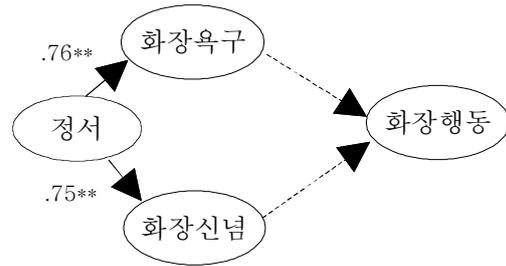
4) 모형의 적합도(goodness of fit)을 판단하기 위해 여러 가지 기준치(예를 들면,  $\chi^2$ , GFI, RMSEA, RMR, CFI, NFI, NNFI)를 준거로 삼았다(Bentler, 1990; Bentler & Bonett, 1980; Kaplan, 1995; Marsh, Balla, & McDonald, 1988). GFI, CFI, NFI와 NNFI 지수가 .90을 넘을 경우 모형의 부합도가 자료에 적합하다고 할 수 있고, RMSEA의 수치가 .05보다 작을 경우 부합도에 근접하고 있음을 나타내며, .08보다 클 경우 모집단 추정에서의 오차를 반영하는 것이다.

고, 신념의 경우 여성성(.70,  $t = 12.12$ ), 성숙(.60,  $t = 12.21$ )이 비교적 높게 나타났고, 사회적 승인(.43,  $t = 7.19$ ), 아름다움의 수단(.29,  $t = 4.69$ )으로 나타나, 화장이 여성 정체성에 대한 신념과 성인으로서의 의무성 등이 화장행동을 하게 되는 주요한 신념이라고 볼 수 있다.

따라서 욕구나 동기보다는 화장의 신념의 요소, 예를 들면, 사회적 승인, 성숙, 여성성, 아름다움의 수단 등과 같은 요소들로 구성된 신념이 화장행동을 예측하거나 설명하는 구성 요소로 해석해 볼 수 있다. 종합해보면, 여성들은 일상속에서 자의식적인 화장활동을 통해 그리고 사회화 과정을 통해 화장을 하게 되면 경험하게 되는 심리사회적 요소들을 마음속에 욕구와 신념의 형태로 내면화하고 있고, 이러한 마음은 행동으로 나타나게 된다고 할 수 있다.

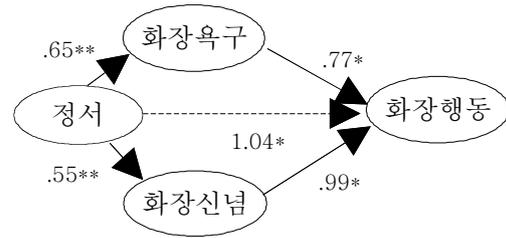
#### 화장마음에서의 정서의 역할 분석결과

여성들은 또한 화장을 하면서 다양한 정서 경험을 하고 있는 것으로 나타났는데, 이를 정서의 범주로 분류해보면, 긍정적 정서와 부정적 정서 및 중립적인 정서를 경험하고 있는 것으로 나타났다(김기범 등, 2006). 이러한 정서 경험은 자의식적 경험을 더욱 강하게 할 수 있는데, 마음의 사회인지적 모형에서는 정서의 욕구와 신념에 대한 영향력을 마음의 활성화 측면에서 보고 있다. 따라서 본 연구에서도 화장을 하면서 경험하는 정서가 마음의 범주에 있는 욕구와 신념에 어떠한 영향을 미치는지 검증해보고자 했다. 여대생과 성인 전체를 대상으로 한 모형검증과 여대생만을 대상으로 검증한 모형은 그림 3에서 보는 바와 같이, 정서의 영향을 받은 욕구와 신념의 화장



\*\*  $p < .01$

그림 3. 화장마음에서의 정서의 역할 모형



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

그림 4. 화장마음에서의 정서의 역할 모형 II(성인)

행동에 대한 영향력은 무의미한 것으로 나타났다.

따라서, 성인만을 대상으로 한 모형검증에서는 그림 4에서 보는 바와 같이, 정서의 욕구와 신념에 대한 영향력 및 욕구와 신념의 행동에 대한 영향력 모두 유의미한 것으로 나타났다. 정서에 대한 각 측정변인의 Lambda X 값은 긍정적 정서가 .86( $t = 9.37$ ), 불안 정서가 -.36( $t = -4.14$ ), 부정적 정서가 -.42( $t = 4.83$ )인 것으로 나타났고, 욕구에 대한 각 측정변인의 Lambda Y 값은 동조 .39( $t = 4.04$ ), 자기관리 및 표현 .68( $t = 7.23$ ), 사회적 승인 .64( $t = 7.09$ ), 아름다움 추구 .65( $t = 6.68$ ), 건강관리 .48( $t = 5.14$ )인 것으로 나타났다. 신념에 대한 각 측정변인의 Lambda Y 값은 사회적 인정 .38( $t = 4.05$ ), 성인됨 .51( $t = 5.45$ ), 여성성 .74( $t = 6.92$ ), 아름다움 .31( $t = 3.29$ )인

것으로 나타났다. 화장행동에 대한 각 측정변인의 Lambda Y 값은 행동1이 .16( $t = 1.98$ ), 행동2가 .42( $t = 2.26$ )로 비교적 낮게 나타났다.

한편, 정서의 욕구에 대한  $\gamma$  값은 .65( $t = 4.73$ ), 정서의 신념에 대한  $\gamma$  값은 .55( $t = 4.09$ )인 것으로 나타났고 모두 유의미하였다. 따라서 정서는 욕구와 신념 모두에 비슷한 영향력을 갖고 있는 것으로 해석해 볼 수 있다. 욕구의 행동에 대한  $\beta$  값은 .77( $t = 1.99$ ), 신념의 행동에 대한  $\beta$  값은 .99( $t = 2.15$ )인 것으로 나타나, 신념이 행동에 더 많은 영향력을 미치고 있는 것으로 나타났다. 또한 정서의 화장행동에 대한 간접효과도 유의미한 것으로 나타났다(1.04,  $t = 2.23$ ). 그러나 모델의 적합도 지수는  $\chi^2$  값이 238.30( $p = .001$ )( $df = 67$ )으로, RMSEA는 .13으로 나타났고, GFI는 .81, RMR은 .12, NFI는 .63, NNFI는 .58, 그리고 CFI는 .69로 나타나 비교적 낮은 것으로 나타났다.

따라서 이러한 결과를 종합적으로 볼 때, 여성들은 화장을 할 때 긍정적 정서와 부정적 정서 모두를 경험하지만 화장에 대한 욕구와 신념에는 정적인 영향을 미치고 있는데, 신념보다는 욕구에 더 많은 영향을 미치고 있다. 그러나 화장행동에 더 많은 영향을 미치는 요인은 신념인 것으로 나타났다. 성인들을 대상으로 한 화장마음의 사회인지모형과 비교해보면 정서는 욕구를 증진시키는 효과를 가지고 있고 행동으로 이어질 가능성을 높이는 것으로 나타났다.

## 논의 및 결론

본 연구에서는 여성들은 자의식적인 심리적

과정을 통해 화장경험을 하고, 이러한 자의식적인 경험이 여성의 마음속에 신념과 욕구의 형태로 구성되어 행동으로 이어질 것이라는 가정을 검증하고자 했다. 자의식적 경험으로서의 화장은 개인적 요소보다는 대인관계적 혹은 사회적 관계나 상황에서의 경험을 의미하는 것으로, 화장에 대한 혹은 여성에 대한 (실제로는 여성이기 때문에 아름답게 꾸며야 한다는) 사회적 기대의 내면화 및 여성 자신의 외모에 대한 타인의 평가와 자신의 반성적 평가가 자기경험의 중요한 요소임을 강조하는 이론이다.

본 연구에서는 이러한 이론적 관점에서 화장의 자의식성과 화장하는 여성의 마음의 구성요소가 행동에 미치는 영향을 질적 연구와 양적 연구를 병행하여 검증하고자 했다. 김기범 등(2006)의 연구에서 볼 수 있듯이, 화장은 성숙, 사회성, 아름다움의 도구성 및 정체성의 네 가지 차원으로 구성된 다면적 특성을 보이는데, 본 연구에서의 여대생들과 성인 여성들을 대상으로 한 질적 자료에서도 비슷한 결과를 보이고 있다. 여성들은 화장의 의미를 사회적 승인, 자기표현, 아름다움의 수단, 단점 보완, 여성성 등에 두고 있는 것으로 나타났고, 화장을 하는 이유에 대해서도 비슷한 결과를 보였다.

박은아(2003)와 이화순(2002)의 연구결과에서도 나타나듯이, 화장은 사회적 의미가 강한 것으로 경험되고, 이러한 경험은 자기만족이나 자신감 등의 심리적 과정으로 귀결된다. 그러나 중요한 것은 화장을 함으로써 타인에 대한 예의를 지키고 배려를 하는 것이며, 자기 자신을 돋보이게 하거나 화장을 함으로써 결점을 보완하여 자신감을 갖게 된다는 사회적 현실을 여성들이 마음속에 담고 있다는 것

이다. 이러한 특성은 개인의 아름다움이 아닌 사회적으로 획일화된 아름다움에 대한 내면화된 준거때문으로 추론해 볼 수 있다.

따라서 여성들은 아름다움에 대한 혹은 여성에 대한 사회적 기대를 내면화하고 사회화 과정을 통해 학습하며 이를 신념의 형태로 내재화하게 된다. 또한 그러한 사회적 기대에 가치를 두고 부응하기 위해 아름다움을 추구하고자 하는 욕구를 갖게되고 동기화된다. 즉 화장을 하게 되는 것이다. 이러한 심리적 과정에서는 자기와 타인 혹은 사회의 평가가 개입되고 이러한 평가에 따라 부정적인 혹은 긍정적인 자기경험을 하기 때문에 이를 자의식적 경험이라고 할 수 있다. 그러므로 자의식적인 화장경험을 통해 여성들의 마음속에는 혹은 마음의 범주속에는 화장에 대한 신념과 욕구가 내재하고, 이러한 욕구와 신념은 행동으로 나타나게 된다. 이는 일반인의 타인에 대한 혹은 자시 자신의 행동에 대한 마음추론 방식과 일치한다.

이에 본 연구에서는 질적 자료 분석 결과를 토대로 화장마음의 범주로서 화장에 대한 신념과 욕구를 측정하여 행동과의 관련성에 대한 모형을 검증하였다. 그러나 검증결과 여대생과 성인 모두를 대상으로 한 모형은 적합하지 않은 것으로 나타났고, 성인만을 대상으로 한 모형만이 적합한 것으로 나타났다. 또한 욕구 보다는 신념의 행동에 대한 영향력이 상대적으로 강한 것으로 나타났는데, 이는 성인들의 경우 오랜 사회화 과정과 사회생활으로 인해 화장행동이 자동화, 습관화되어 있어 화장을 하려는 욕구보다는 화장을 통해 경험하는 사실에 대한 인지적 요소가 행동에 강하게 영향을 미치는 것으로 해석해 볼 수 있다. 다시 말해, 성인 여성의 마음속에서는 잘 정돈

된 형태(well-understood manner)의 인지적 구조가 자리잡고 있다고 볼 수 있다.

또한 본 연구에서는 화장마음의 사회인지모형을 확장시키고자 마음의 범주속에 정서의 영향력을 검증하였는데, 결과적으로 정서는 욕구에 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 흥미로운 것은 여성들은 화장을 하면서 부정적 정서를 경험하는데 이는 화장에 대한 욕구나 신념에 정적인 관계에 있다는 점이다. 이러한 결과는 화장을 하는 것에 대해 부정적인 정서를 경험하지만 여전히 화장을 하려는 욕구와 화장으로 인한 결과에 대한 신념에는 변함이 없음을 보여주는 것이라 할 수 있다.

#### 본 연구의 제한점 및 추후연구과제

질적 자료 분석의 결과에서는 여대생과 성인 여성간의 차이가 거의 없었는데, 화장마음의 모형검증에서는 적합성에서 큰 차이가 있는 것으로 나타나 가장 먼저 일반화의 문제가 발생할 것으로 보인다. 반면에 화장 연구는 세대별로 혹은 집단별로 세분화된 접근을 할 필요성을 역설적으로 보여주는 결과라고도 할 수 있다.

두 번째, 질적 자료는 응답자들의 답변에 의존하는 것이므로 응답내용의 중요성이나 가치를 알 수 없다는 점이 있는데, 이를 마음의 범주이론으로 양적 접근을 통해 보완하고자 했으나 엄밀하게 말해 질적 자료와 양적 자료가 일치한다고 볼 수 없다.

세 번째, 본 연구에서는 화장마음의 사회인지모형 검증을 일차적 목표로 두었으나 마음의 범주에 개인의 기질 및 성격 요소가 배제되었다는 점이 제한점으로 남는다. 최근의 마음의 이론에 따르면 욕구와 신념 외에 정서의

역할과 개인의 성격이 복합적으로 상호 영향을 미치고 있음이 검증되고 있다. 따라서 추후 연구에서는 이러한 점을 고려해 접근할 필요가 있다.

마지막으로 본 연구의 모형이 사회인지적 관점에서 가정되었지만, 조사대상자들의 인구학적 혹은 사회적 변인을 고려하지 못했다. 본 연구의 조사대상자는 대학생과 가정주부들만을 대상으로 했기 때문에 직장여성이나 비도시지역의 여성들에 대한 연구와 여고생 집단 등에 대한 접근의 필요성이 제기된다.

### 참고문헌

- 김기범, 김양하 (2004). 자의식적 정서로서의 부끄러움의 경험 준거 및 심리적 기능 분석. *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 18(3), 29-45.
- 김기범, 김양하 (2005). 여성의 삶과 자기개념에 있어서 미와 화장의 의미. *한국여성심리학회 동계심포지엄*, 72-81.
- 김기범, 차영란 (2006). 여성의 화장을 통한 미(美)와 자기개념의 사회문화적 의미분석. *한국심리학회지: 여성*, 11(1), 107-123.
- 김희숙 (1996). 20세기 화장의 변천에 관한 연구: 대중스타를 중심으로. *한국미용학회지*, 2(1), 27-52.
- 박은아 (2003). 화장의 심리사회적 의미: 보여주기의 미학. *한국심리학회지: 소비자광고*, 4(2), 105-127.
- 이화순 (2002). 화장의 사회·심리적 효용과 생활양식과의 관계. *한국미용학회지*, 8(3), 9-17.
- 이화순, 황춘섭 (2002). 화장의 사회·심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구. *복식*, 52(8), 137-149.
- 최상진, 김기범 (1999). 한국인 self의 특성: 서구의 self 개념과 대비를 중심으로. *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 13(2), 279-295.
- Daibo, I. (2002). 화장행동의 사회심리학: 아름다움의 사회성. *한국의류산업학회지*, 4(3), 223-228.
- Bartsch, K., & Wellman, H. M. (1995). *Children talk about the mind*. New York: Oxford University Press.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246.
- Bentler, P. M., Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588-606.
- Bloch, P. H., & Richins, M. L. (1992). You look "mahvelous": The pursuit of beauty and the marketing concept. *Psychology & Marketing*, 9(1), 3-15.
- Bruner, J. (1990). *Acts of meaning*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Choi, S. C., & Kim, K. (2003). A conceptual exploration of the Korean self in comparison with the Western self. In K. S. Yang, K. K. Hwang, P. Pedersen, & I. Diabo (Eds.), *Progress in Asian social psychology: Conceptual and empirical contributions* (pp. 29-42). Westport, CT: Praeger.
- Dowd, M. (2005). What's a modern girl to do? *New York Times*, Oct., 30.
- Etcoff, N. (1999). *Survival of the prettiest: The science*

- of beauty*. New York: Doubleday.
- Fabricant, S. M., & Gould, S. J. (1993). Women's makeup careers: An interpretative study of color cosmetic use and face value. *Psychology & Marketing*, 10(6), 531-548.
- Kaplan, D. (1995). *Structural equation modeling*. Thousand Oaks: Sage.
- Kashima, Y., McKintyre, A., & Clifford, P. (1998). The category of the mind: Folk psychology of belief, desire, and intention. *Asian Journal of Social Psychology*, 1, 289-313.
- Lillard, A. (1998). Ethnopsychologies: Cultural variations in theories of mind. *Psychological Bulletin*, 123(1), 3-32.
- Marsh, H. W., Balla, J. R., & McDonald, R. P. (1988). Goodness-of-fit in confirmatory factor analysis: The effect of sample size. *Psychological Bulletin*, 103(3), 391-410.
- Romanowski, P., & Schueller, R. (2003). Definition and principles of multifunctional cosmetics. In R. Schueller & P. Romanowski (Eds), *Multifunctional cosmetics* (pp. 1-11). NY: Marcel Dekker, INC.
- Thomson, C. J., & Hirschman, E. C. (1995). Understanding the socialized body: A poststructuralist analysis of consumers' self-conceptions, body images, and self-care practices. *Journal of Consumer Research*, 22(2), 139-153.
- Wellman, H. M. (1990). *The child's theory of mind*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- 1 차원고접수 : 2007. 5. 10.  
심사통과접수 : 2007. 6. 25.  
최종원고접수 : 2007. 6. 27.

## A Test of Socio-Cognitive Model for Make-Up *Maum* of Korean Women as Self-Conscious Experience

**Yangha Kim**

Korea Cyber University

**Kibum Kim**

Sungkyunkwan University

**Young-Ran Cha**

University of Suwon

The purpose of this study was to test the socio-cognitive model of make-up *maum* of Korean women. In order to build make-up *maum* model, we approached meaning of make-up, reason for make-up, positive and negative function of make-up by qualitative method. Then we performed content analysis of qualitative data. We also collected quantitative data from Korean university students and adults. A total of 335 respondents was participated in this study. We tested the socio-cognitive model for make-up *maum* by structural equation modeling. The results indicated that desire for make-up and make-up belief as a category of *maum* influenced positively on make-up behavior. However, this model was suitable for only adults sample. In addition, we tested the effect of emotion on make-up *maum* consisted of desire and belief. The results showed that felt emotion during make-up related positively to desire and belief respectively. Also, emotion influenced indirectly on make-up behavior.

*Key words* : make-up, *Maum*, socio-cognitive model, self-conscious experience, belief, desire, emotion