

대학생의 외모유용성과 외모 관련 변인들과의 관련성 연구

이현옥 · 구양숙[†]

경북대학교 의류학과

Study on the Relationship of Appearance Instrumentality and Appearance-related Variables of College Students

Hyun-Ok Lee and Yang-Suk Ku[†]

Dept. of Clothing & Textiles, Kyungpook National University; Daegu, Korea

Abstract : This study examines on the relationship of appearance instrumentality and appearance-related variables (appearance concern, appearance management behavior) of college students. Questionnaires were administered to 313 college students living in Daegu. The SPSS 20.0 package was utilized for data analysis which included frequency analysis, Cronbach's α , factor analysis, cluster analysis, cross tabulation analysis and *t*-test. Three factors of appearance instrumentality (love relationship, social achievement, interpersonal relationship), two groups of appearance concern (high, low) and five factors of appearance management behavior (skin care/cosmetics usage behavior, body management behavior, plastic surgery behavior, hair management behavior, fashion management behavior) were utilized for the problem analysis of the study. The results of this study were: First, there was no significant differences in the appearance concern group according to appearance instrumentality. Second, appearance instrumentality had a significant differences on appearance management behavior. Social achievement showed a significant differences in plastic surgery behavior. And love relationship showed a significant differences on plastic surgery behavior and fashion management behavior. Third, the appearance concern had a significant differences on all of appearance management behavior. High group of appearance concern showed a higher average than low group of appearance concern in fashion management behavior, skin care/cosmetics usage behavior, hair management behavior, plastic surgery behavior, body management behavior.

Key words : appearance instrumentality (외모유용성), appearance concern (외모관심), appearance management behavior (외모관리행동)

1. 서 론

외모는 외적으로 나타난 개개인의 모습을 의미하는 것으로 동서고금을 막론하고 매력적인 외모에 대한 동경은 사라지지 않는다. 특히 현대사회에서 외모는 자신의 개성 표현과 사회적 관계형성의 수단으로 활용되는 것으로, 매력적인 외모와 호감형의 인상은 사회생활에서 좋은 평가와 능력발휘를 위한 기회를 가지는데 유용한 요소이다. 이는 외모가 매력적인 사람이 비 매력적인 사람에 비해 사회생활 전 영역에서 더 좋은 평가를 받고 개인의 능력발휘의 기회가 더 많이 주어지며, 승진의 기회를 먼저 차지하게 되고, 연봉도 더 많이 받는다고(Kyle &

Mahler, 1996; Sarwer et al., 2004)한 결과에서 볼 수 있듯이 외모가 성공적인 사회생활을 위한 유용한 수단적 역할을 한다는 것을 알 수 있다.

외모가 사회적으로 유용한 수단으로 사용되는 것을 외모유용성이라고 하며(Gim et al., 2010; Kwon, 2008; Lee, 2012; Lee, 2013a), 이는 인간이 삶을 살아가면서 경험하게 되는 직업 활동, 대인관계, 연애관계 등 다양한 삶의 사회적 영역에서 개인의 평가에 영향을 미치는 중요 요인으로 인식된다(Lee, 2012; Lee, 2013a). 이러한 사실은 외모가 개인의 사회적 행위의 특징을 규정하는 근거가 되는 것으로(Gim & Kim, 2005), 실제로 매력적인 외모를 가진 사람이 비 매력적인 사람들보다 사회생활을 해나가는데 있어 더욱 좋은 평가를 받고 개인의 능력발휘 기회가 더욱 많이 부과되는 경우를 보더라도 외모는 자신 혹은 타인의 생각과 행동방식에 영향을 미칠 수 있게 된다(Gim et al., 2009).

특히 성인기로의 사회적 역할을 준비하는 시기인 대학생들은 타인들과의 만족스럽고 효과적 대인관계의 경험을 통하여 보다 완성된 인간으로의 발달을 추구하는 시기에 있다. 대학생

[†]Corresponding author; Yang-Suk Ku

Tel. +82-53-950-6223, Fax. +82-53-950-6219

E-mail: yskoo@knu.ac.kr

© 2017 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

들에게 대인관계란 사람들 간의 만남을 통해 효과적이고 생산적인 인간관계를 형성하는 것이고, 이러한 관계형성을 통해 자기실현을 성취할 수 있는 인간으로 변화하는데 목적이 있다. 이들은 자신의 외모에 만족할수록 사회에서 활동이나 모임에 적극적으로 참여하며 어떠한 일을 수행하는 과정에서도 의욕적인 역할을 하는 경향이 높게 나타났다(Lee, 2007; Lee, 2011). 또한 이들은 외모의 사회적 유용성을 높게 지각하고 있었고(Gim et al., 2010), 멋진 외모가 대인관계에 도움이 되고 신체매력이 경쟁력을 가진다고 생각하며 웃을 잘 입는 것이 사회적 지위 향상에 도움이 된다고 생각하였다(Ryu & Kim, 2008).

대학생 786명을 대상으로 한 연구에서 이성을 만났을 때 처음 보는 것은 외모(얼굴, 첫인상, 스타일)이며 95.5%가 ‘외모도 경쟁력’이라는 말에 동의했다(“University student”, 2015). 영국과 이탈리아 대학 공동 연구팀이 1957년 미국 위스콘신에서 학교를 졸업한 남녀 8,000명의 사진을 보고 외모 등급을 매긴 후 이들이 졸업 후의 직업과 사회적 지위를 추적 관찰 조사한 결과 외모가 가장 중요한 영향을 미친 것으로 나타났다. 이는 ‘미(美) 프리미엄’이 있다는 것이 사실화 된 것으로 외모가 좋은 남녀는 취업부터 시작해 은퇴할 때까지 좋은 결과를 가졌는데 이러한 사실은 외모가 좋으면 직장생활에서 신뢰감과 일을 잘한다는 느낌을 상대방에 주기 때문이라고 해석했다(“Handsome men”, 2013).

취업포털 사업인이 구직자 711명을 대상으로 취업을 위한 외모관리 수행 여부 조사에서 48.5%가 외모도 취업 경쟁력이라고 생각하여 외모관리를 하고 있다고 하였고(“Job seekers”, 2016), 기업인사담당자 312명을 대상으로 채용 시 지원자의 외모가 평가에 영향을 미치는지 여부에 대한 조사 결과 62.8%가 영향을 미친다고 하였다(“Personnel manager”, 2016).

이와 같은 연구결과를 통해 외모가 취업활동, 직업활동, 대인관계, 연애관계 등 삶의 사회적 영역에서 중요한 영향력을 미친다는 사실을 실증적으로 확인할 수 있었다. 사람들은 외모가 사회적 영역에서의 경쟁력에 도움을 주는 요인이라는 인식을 가지게 됨으로써 사회가 요구하는 외모에 근접하기 위해 외모에 지대한 관심을 가지게 되고, 이는 외모향상을 위한 외모관리로 이어지게 된다는 것을 알 수 있었다.

그러나 외모유용성의 중요성 인식에 비해 외모유용성과 외모 관련 변인에 대한 연구는 많이 이루어지지 않은 것으로, 선행연구에서는 주로 외모유용성 척도개발 연구와 청소년을 대상으로 한 연구였으며, 대학생을 대상으로 한 연구에서도 외모유용성을 하나의 변인으로 하여 연구를 진행한 것이(Gim et al., 2010; Kwon, 2008; Lee, 2012; Lee, 2013a; Park, 2009) 대부분이었다. 이러한 결과는 외모유용성이 외모 관련 변인에 영향을 미친다는 사실은 알 수 있었지만 선행연구에서(Gim et al., 2010; Kwon, 2008; Park, 2009) 척도 개발된 외모유용성(연인관계 유용성, 사회적 성취 유용성, 대인관계 유용성)의 각 유형별 집단이 외모 관련 변인에 미치는 영향에 대한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 본 연구는 외모유용성 세 개의 변인 각각의

집단에 따른 외모 관련 변인에 대한 연구를 시도함으로써 연구 변인 간의 좀 더 세분화된 이론적 정보수집에 도움이 될 것으로 사료된다.

따라서 본 연구에서는 대학생들의 취업 활동과 연인관계 그리고 대인관계 등 사회적인 영역에서의 외모유용성 각 유형별 변인과 외모 관련 변인(외모관심, 외모관리행동)과의 관계를 실증적 분석을 통해 차이를 밝힘으로써 외모유용성의 유형별 특성에 대한 기초자료를 제공하고 외모 관련 뷰티산업의 표적시장 세분화에 정보를 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 외모유용성

사회적 동물인 인간은 사회생활을 통해 다양한 대인관계를 경험하게 된다. 이러한 대인관계 활동에서 외모는 사회적으로 중요한 영향력을 미치는 유용한 수단으로 사용된다.

외모유용성이란 외모가 사회의 전반적인 영역에서 가지는 유용성에 대한 개인의 신념 또는 믿음이라 정의하였다(Gim et al., 2010; Park, 2009). 이는 연애와 결혼의 연인관계, 취업과 승진 및 직업에서의 성공을 말하는 사회적 성취, 타인에게 호감 및 인기 받음의 대인관계의 3가지 차원으로 구분된 것으로, 연인관계에서 외모의 사회적 유용성은 배우자 선택 시 매력적인 외모가 큰 장점으로 작용되며, 대인관계에서 외모유용성은 신체적으로 매력적인 성인이 비 매력적인 성인에 비해 사람들에게 더 인기가 많으며 도움이 필요할 경우 쉽게 도움을 받을 수 있다(Kwon, 2008).

특히 대학생 시기는 청소년기를 지나 새로운 사회적 환경을 맞이하여 자신 스스로의 독립적 가치관을 정립하여 타인과의 대인활동에 적응하는 시기이다. 외모는 이들의 원만한 대인관계에 영향을 미치는 요인 중 하나로, 대학생의 대인관계성향이 외모 관련 변인과의 영향관계에서 외모와 대인관계는 밀접한 영향관계를 가지는 것으로 나타났다(Lee & Ku, 2014). 또한 사회적 성취에서 외모유용성은 외모가 매력적인 사람들은 비 매력적인 사람에 비해 더 지적이고 직업적인 능력을 가지고 있다고 평가 받기도 하며(Sarwer et al., 2004), 더 좋은 직장을 얻고 더 높은 봉급을 받는 것으로, 다니엘 하머메시(Harmer-mesh)의 ‘외모와 성공의 상관관계’ 연구결과, 외모에 따라 수입의 차이를 보였는데, 잘 생긴 사람은 평균보다 5% 더 벌었고 못생긴 사람은 9% 적게 번 것으로 나타났다(“Mr, beauty”, 2008).

또한 대학 신입생의 외모에 대한 인식 및 미용성형수술 실태 연구결과 12.7%가 ‘취직을 위해서’라고 응답한 것으로 이는 외적이미지가 취업 경쟁력을 높일 수 있는 수단으로 작용한 것을 보여 주는 것으로(Lee et al., 2006) 취업과 승진의 사회적 성취 차원에서의 외모유용성의 중요한 영향력을 나타내며, 남녀 대학생들을 대상으로 외모의 사회적 유용성을 조사한 결과 한국 대학생들은 대체적으로 외모의 사회적 유용성을 높게 지각하고 있었고(Gim et al., 2010), 남자 대학생 대상의 연구에

서 남성은 멋진 외모가 대인관계에 도움이 되고 신체매력이 경쟁력을 가진다고 생각하였고 옷을 잘 입으면 사회적 지위 향상에 도움이 된다고 생각하며 외모관리 동기 중 사회성추구 동기가 가장 높다고 하였다(Ryu & Kim, 2008).

이러한 외모유용성은 외모의 사회적 의미에 대한 신념으로 외모 가꾸기에 관한 소비행동에 영향을 끼칠 수 있다. 즉, 외모의 유용성을 높게 지각한 사람은 외모가 자신의 연애관계나 직업적인 성취에 큰 영향을 미친다고 생각하여 외모를 통한 이점을 얻기 위해 외모에 대한 관심을 가지고 외모를 향상시키려는 소비행동을 더 많이 하려고 할 것이다(Kwon, 2008). 이는 외모유용성이 외모에 영향을 주는 변인임을 알 수 있다.

2.2. 외모관심

외모는 사회적 상호관계에서 영향을 미치는 요인으로 매력적인 외모에 관심을 가지게 된다. 이는 타인을 지각할 때 사용되는 단서로 신체의 전체적 외양을 의미하며 대인관계 활동에 중요한 역할을 하는 것으로 특히 성인기로의 사회적 역할을 준비하는 시기인 대학생은 연인관계, 취업활동 등에서 외모에 대한 사회적 유용성에 대한 지각을 높게 평가하여 대인관계에서 외모의 역할을 중요하게 인식하고 있다(Lee & Ku, 2014).

대학생들의 외모관심 유형을 분석한 결과 외모에 관심을 갖는 동기가 이성에게 호감을 얻기 위함과 사회적 성공을 위해 몸매관리를 해야 한다고 나타났으며(Kim, 2008), 매력적인 외모는 그 사람의 지적 능력과 대인관계 능력을 뛰어나게 지각하고, 삶의 만족도가 높은 것으로 나타났다(Sung et al., 2009).

외모관심이란 외모에 대한 매력을 위해 의복과 화장, 머리스타일, 장신구 등 신체장식에 대해 지속적인 관심과 흥미를 갖는 것을 의미한다(Lee & Lee, 1997). 여중생의 외모관심도가 화장행동 및 사용실태, 화장품 소비성향에 미치는 영향을 분석한 결과 외모관심도에 따라 화장행동과 화장품 사용에 적극적이었으며(Na & Song, 2014), 남자 대학생을 대상으로 한 연구에서 외모관심은 미용관리행동과 외모만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고(Jeon & Park, 2012), 외모관심이 높을수록 미용관리행동을 하는 것으로 나타났으며(Park & Jung, 2011), 외모관심이 높은 학생들이 미용성형에 대한 거부감을 덜 느끼는 것으로 나타났다(Hwang et al., 2003). 이와 같이 외모관심은 자신의 신체적 외모에 대한 개인적 관심과 흥미로써 외모를 가꾸고 수정하는 행동을 통하여 매력적인 자신을 표현하는 것이며, 만족스러운 외모와 타인에게 좋은 이미지로 평가받기 위해 화장을 하거나 의복, 화장품, 미용관리행동 등의 외모관리행동에 노력하는 것을 알 수 있다.

2.3. 외모관리행동

현대사회에서 취업, 연애, 대인관계의 중요한 시기를 맞이하고 있는 대학생들에게 성공적인 삶에 외모가 중요한 영향력을 미친다는 기사는("Handsome men", 2013) 이들에게 외모에 대한 사회적 평가기준이 마치 중요한 과제인 듯 받아들여지고 있다. 이

에 따라 사회가 규정화 한 이상적인 외모를 만들기 위해 외모관리라는 명명 아래 다양한 노력과 투자를 시도하고자 한다. 특히 취업을 앞두고 있는 대학생의 경우 면접에 외모가 중요한 영향력을 미친다고 생각하여 피부관리, 체형관리, 다이어트, 미용성형 등 외모관리에 적극 투자를 시도하고 있다("Job seekers", 2016).

외모관리행동이란 타인에게 자신의 외향적 모습을 표현하는 방법으로 의복, 화장품, 피부관리, 헤어관리, 체중관리, 성형, 패션소품 등을 사용하여 자신을 표현하는 것을 의미한다(Gim et al., 2009). 시대의 변화와 흐름은 당 시대의 고유한 문화를 형성하게 되고 그 시대를 대표하게 된다. 외모에 대한 시각적 기준과 평가도 당시대가 추구하는 척도에 따라 다른 기준을 가지게 된다. 따라서 자신이 살고 있는 그 시대의 사회적 미적기준과 평가에 자신의 외모를 적합한 수준으로 만들기 위해 기준에 미달하는 자신의 신체외모를 수정하고 콤플렉스 회복의 수단으로 외모관리행동을 시도하게 된다.

대학생을 대상으로 한 외모의 사회적 유용성 연구에서 사회적 유용성을 중시하는 집단은 그렇지 않은 집단에 비해 외모가 가지고 있는 이점을 얻기 위해 외모를 중시하고 이상적인 외모 비교를 통해 불만스런 자신의 신체를 화장품 소비, 다이어트, 성형수술 등을 통해 외모를 관리하고 향상시키려는 경향이 높게 나타났으며(Gim et al., 2010), 남자 대학생의 경우 자신의 사회적 가치를 추구하며 자신감을 향상시키기 위한 자기개발 목적으로 외모관리를 하였고(Ha, 2007), 여대생의 경우 외모에 대한 사회문화적 압력이 외모관리행동에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다(Oh et al., 2015).

이는 사회가 추구하고 있는 외모의 가치와 이점이 외모관리행동을 하게 하는 원인임을 시사하는 것으로, 외모의 사회적 중요성을 높게 인식하는 상호의존적 자기개념 집단이 외모가 삶에서 중요하다는 외모중시 가치관이 높고 외모관리행동에 적극적인 것으로(Park et al., 2009) 외모유용성과 외모 관련 변인들 사이에는 밀접한 관련성이 있는 것을 알 수 있다.

3. 연구방법

3.1. 연구문제

대학생의 외모유용성이 외모 관련 변인(외모관심, 외모관리행동)에 미치는 유의한 차이를 실증해보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설계하였다.

연구문제1. 외모유용성에 따른 외모관심의 차이를 알아본다.

연구문제2. 외모유용성에 따른 외모관리행동의 차이를 알아본다.

연구문제3. 외모관심에 따른 외모관리행동의 차이를 알아본다.

3.2. 자료수집 및 분석

본 연구는 설문지를 통해 자료를 수집하였으며 조사대상은 남녀 대학생을 모집단으로 편의표본 추출하여 2016년 3월 5일부터 3월 30일 사이에 대구지역에서 실시하였다. 총 360부의

설문지를 배부하였고 그 중 342부가 회수되었으며, 이 중 불성실한 응답의 설문지 29부를 제외한 총 313부가 최종자료 분석에 이용되었다.

표본의 일반적 특성으로 성별 분포는 여학생이 55%, 남학생이 45%로 나타났고, 연령별 분포는 20~24세가 72.7%로 가장 많았고, 25~29세가 27.8%로 나타났고 결혼여부는 미혼이 98.7%, 기혼이 1.3%로 연구대상이 대학생이라는 특성으로 미혼이 대부분으로 나타났다. 월평균 가계 소득은 300~400만원 미만이 22.7%로 높게 나타났고 600만원 이상 19.2%, 200만원 미만이 16.0%, 200~300만원 미만이 15.0%, 400~500만원 미만이 14.4%, 500~600만원 미만이 12.7%의 순이었고, 외모관리를 위한 월평균지출은 10~20만원 미만이 46.3%로 높게 나타났으며, 10만원 미만이 34.8%, 20~30만원 미만 13.1%, 30~40만원 미만 3.5%, 40만원 이상 2.3% 순으로 나타났다.

수집된 자료 분석방법은 SPSS 20.0을 사용하였으며 외모유용성은 요인분석을 한 후 각 요인에 대해 평균값을 기준으로 고, 저 집단으로 분류하였고, 외모관심은 요인분석을 한 후 군집분석에 의해 두 집단으로 나누었으며, 외모관리행동은 요인분석을 실시하였고, 이를 차후 연구문제 분석에 사용하였다. 연

구문제1의 분석을 위해 교차분석, 연구문제2, 3의 분석에는 *t-test*를 사용하였다.

3.3. 변수의 정의와 측정

외모유용성과 외모관심, 외모관리행동과의 관계를 분석하기 위해 다음과 같은 측정문항을 설계하고 5점 Likert 척도법으로 조사하였다. 첫째, 외모유용성이란 외모가 사회적으로 유용한 수단으로 사용되는 것을 말하는 것으로 Gim et al.(2010), Kwon(2008), Park(2009)의 연구에서 개발하고 신뢰도가 인정된 요인을 사용하였다. 이 척도는 3개의 영역(연인관계 유용성, 사회적 성취 유용성, 대인관계 유용성)으로 나뉘며 총 19문항으로 되어있다. 둘째, 외모관심은 자신의 외모에 대한 관심 정도(미용, 패션, 헤어, 체형 등)로 연구자가 연구 내용에 적합한 9 문항을 사용하였다. 셋째, 외모관리행동이란 외모관리를 위해서 행하는 행동(패션, 피부관리, 헤어관리, 화장품, 성형, 체형관리 등)에 관한 것으로 Lee(2004)와 Lee(2008, 2013b)의 연구에서 발췌한 후 연구 내용에 적합하게 수정한 후 22문항을 사용하였다. 인구통계학적 변인으로는 연령, 결혼여부, 외모관리를 위한 월평균지출, 월평균 가계 소득을 측정하였다.

Table 1. Factor analysis of appearance instrumentality

Factor	Factor loading	Eigen value	% of variance (cumulative variance)	Cronbach's alpha
Factor 1: Social achievement				
Having an attractive appearance is more advantageous to get a promotion.	.782	3.935	20.709 (20.709)	0.904
If you have an attractive appearance, it is easier to have a better social recognition.	.751			
An attractive appearance gives you more chance to your career.	.738			
It seems to have social ability if you have an attractive appearance.	.691			
An attractive appearance helps social success.	.645			
if you have an attractive appearance, that gives more trust to your business partner.	.613			
Factor 2: Love relationship				
An attractive appearance is advantageous to get a boyfriend/girlfriend.	.755	3.793	19.964 (40.673)	0.888
An attractive appearance helps having a relationship.	.752			
An attractive appearance is important to attract opposite sex's attention.	.716			
It is easier to be asked out or to ask out if you have an attractive appearance.	.703			
It is easy to get a good feeling from opposite sex if you have an attractive appearance.	.665			
It is easier to get a date if you have an attractive appearance.	.617			
It is sexually attractive if you have an attractive appearance.	.596			
Factor 3: Interpersonal relationship				
It is easier to get invitations to parties or social gatherings if you have an attractive appearance.	.770	2.942	15.484 (56.157)	0.851
It is easier to get helps from others if you have an attractive appearance.	.679			
It is easier to make more friends if you have an attractive appearance.	.647			
It is easier to get words of consolation from others when you have emotionally hard times if you have an attractive appearance.	.531			
People are more generous to people who have an attractive appearance.	.520			
People are nicer to people who have attractive appearance.	.470			

4. 결과 및 논의

4.1. 연구변수의 구조

4.1.1. 외모유용성

외모유용성 변수 19문항을 주축요인추출법과 Varimax 직교 회전법을 이용하여 고유치 1 이상을 기준으로 탐색적 요인분석을 실시하였다. 그 결과 고유치 1 이상의 19문항 3개의 요인으로 도출되었으며(Table 1) 전체 변량 중 56.16%의 설명력을 나타냈다.

요인1은 외모가 매력적이면 승진에 유리하고 사회적으로 인정을 받으며 직장생활에 더 많은 기회가 주어지고, 사회적으로 능력 있어 보이며 사회적 성공에 도움을 주는 내용으로 구성되어 사회적 성취 유용성이라 명명하였고 신뢰도는 0.904로 높은 신뢰수준을 보였다. 요인2는 외모가 매력적이면 이성과의 교제에 유리하고 데이트의 기회가 많으며 성적매력과 호감을 얻기 쉬우며 이성의 관심을 끌기 위해서는 매력적인 외모가 중요하다는 내용으로 이루어져 연인관계 유용성이라 명명하였으며 신뢰도는 0.888로 높은 신뢰수준을 나타냈다. 요인 3은 외모가 매력적이면 모임에 초대받기 쉽고 도움이 필요할 때 도움받기 쉬우며 정서적으로 어려울 때 위로받기 쉽고 외모가 매력적인 사람의 실수에 관대하며 더 친절하게 대한다는 내용으로 대인관계유용성이라 명명하였으며 신뢰도는 0.851로 높은 신뢰수준을 보였다.

요인분석을 통해 타당도가 판명된 외모유용성 세 요인에 대해 평균값(사회적 성취 유용성 3.24, 연인관계 유용성 4.13, 대인관계 유용성 3.55)을 기준으로 점수가 요인의 평균보다 높고 집단과 점수가 요인의 평균보다 낮은 저 집단으로 분류하였고(Table 2) 이를 차후 연구문제 분석에 이용하였다.

4.1.2. 외모관심

외모관심 변수 9문항을 주축요인추출법과 Varimax 직교회전법을 이용하여 고유치 1 이상을 기준으로 탐색적 요인분석을 실시하였다. 그 결과 설명력이 낮은 1문항을 제거하고 다시 요인

Table 2. Group classification of appearance instrumentality

Variables		N	Min.	Max.	M	SD
Social achievement	High	145	3.33	5.00	3.94	.48
	Low	168	1.33	3.17	2.63	.46
Love relationship	High	146	4.14	5.00	4.64	.32
	Low	167	1.86	4.00	3.68	.40
Interpersonal relationship	High	148	3.67	5.00	4.14	.44
	Low	165	1.33	3.50	3.01	.44

M: Mean, SD: Standard deviation

분석을 실시한 결과 고유치 1 이상의 8문항 2개의 요인으로 도출되었고(Table 3) 전체 변량 중 54.07%의 설명력을 나타냈다.

요인1은 외모치장에 쓰는 용품이 많고 외출 전 준비시간이 길고 미용제품을 즐겨 사용하며 외모에 관심이 많아 외모향상에 노력하고 옷을 잘 코디해 입는 내용으로 구성되어 외모연출 관심이라 명명하였고 신뢰도는 0.849로 높은 신뢰수준을 나타내었으며, 요인2는 체형관리를 위해 적극적인 노력을 하고 피부상태와 머리모양에 특별히 신경을 많이 쓰는 내용으로 이루어져 외모관리관심이라 명명하였고 신뢰도는 0.678로 비교적 만족할만한 신뢰수준을 나타냈다.

요인분석을 통해 타당도가 판명된 외모관심 요인을 K-means 군집분석 방법을 통해 외모관심이 높은 집단과 낮은 집단 두 군집으로 분류하여 이를 차후 분석에 사용하였다(Table 4).

4.1.3. 외모관리행동

외모관리행동 변수 22문항을 주축요인추출법과 Varimax 직교회전법을 이용하여 고유치 1 이상을 기준으로 탐색적 요인분석을 실시하였다. 그 결과 설명력이 낮거나 요인 적재치가 모호하게 분산된 4문항을 제거하고 다시 요인분석을 실시한 결과 고유치 1 이상의 18문항 5개의 요인으로 도출되었으며(Table 5) 전체 변량 중 50.59%의 설명력을 나타냈다.

요인1은 피부관리를 위한 마사지와 팩, 네일관리를 하고 피

Table 3. Factor analysis of appearance concern

Factor	Factor loading	Eigen value	% of variance (cumulative variance)	Cronbach's alpha
Factor 1: Appearance coordination concern				
I have many products to make my appearance better.	0.878	2.793	34.917 (34.917)	.849
I spend long time to prepare before I go outside.	0.755			
I like to use cosmetic products (sunscreen, BB cream, perfume etc).	0.693			
I am interested in appearance, I try my best to make my appearance better.	0.639			
I have a lot of interest in fashion coordination, and I am good at matching clothing.	0.575			
Factor 2: Appearance management concern				
I enthusiastically make an effort to keep my body in a good shape.	0.704	1.533	19.157 (54.074)	.678
I take care of my skin condition a lot.	0.518			
I specially care about my hair style.	0.498			

Table 4. Cluster analysis of appearance concern

Variables		Appearance concern group		F	P
		high (n=195)	low (n=118)		
Appearance coordination concern	M(SD)	3.91(0.59)	2.61(0.68)	322.272***	.000
Appearance management concern	M(SD)	3.70(0.57)	2.53(0.64)	280.746***	.000

****p*<.001

M: Mean, SD: Standard deviation

부향상을 위해 기초화장품, 피부화장품, 기능성화장품을 사용하는 내용으로 이루어져 피부/화장품사용행동이라 명명하였고 신뢰도는 0.770으로 비교적 높은 신뢰수준을 나타내었고, 요인2는 체중감소를 위한 다이어트와 살찌는 음식의 자제, 저칼로리 음식의 선호와 체형관리를 위한 운동을 하는 내용으로 체형관리행동으로 명명하였으며 신뢰도는 0.790으로 높은 신뢰수준을 보였다. 요인3은 성형수술, 성형수술의 경험과 의도, 대인관계를 위한 성형수술의 필요성에 대한 내용으로 구성되어 성형행동으로 명명하였으며 신뢰도는 0.747로 비교적 높은 신뢰수준을 나타내었고, 요인4는 유행하는 헤어스타일을 위해 미용실을 이용하고 헤어스타일 변화를 위한 염색과 헤어스타일링 제품을 사용하는 내용으로 이루어져 헤어관리행동으로 명명하였으며

신뢰도는 0.649로 만족할만한 신뢰수준으로 나타났다. 요인5는 유행스타일의 의복과 액세서리를 구입하고 의복과 액세서리를 조화시켜 연출하는 등 패션과 관련된 내용으로 패션관리행동으로 명명하였으며 신뢰도는 0.792로 높은 신뢰수준을 보였다.

4.2. 외모유용성, 외모관심, 외모관리행동 차이 검증

4.2.1. 외모유용성에 따른 외모관심의 차이검증

외모유용성 3요인인 사회적 성취 유용성, 연인관계 유용성, 대인관계 유용성의 고, 저 집단과 외모관심 고, 저 집단과의 차이를 살펴보기 위해 교차분석을 실시하였다(Table 6). 분석 결과 유의한 차이가 나타나지 않았다. 이는 외모유용성 세 요인의 고, 저 집단에 따라 외모관심 고, 저 집단에는 차이가 없다

Table 5. Factor analysis of appearance management behavior

Factor	Factor loading	Eigen value	% of variance (cumulative variance)	Cronbach's alpha
Factor 1: Skin care/Cosmetics usage behavior				
I tend to put skin cosmetics (BB or CC cream) when I go outside.	0.791			
I tend to use functional cosmetic to take care of my skin.	0.718			
I do massage or use (face) pack for skin care (by myself).	0.593	2.469	13.717 (13.717)	0.770
I get nail and toenail cares (by myself or go to nail shops).	0.453			
I use a makeup base (skin, lotion) for skin care.	0.440			
Factor 2: Body management behavior				
I would rather not eat food I like if it is fattening food..	0.824			
I prefer low calorie food to make slim body fit.	0.816	2.196	12.201 (25.918)	0.790
I have done a diet for losing weight.	0.662			
I do workout for managing my body shape.	0.497			
Factor 3: Plastic surgery behavior				
I have had plastic surgery to have a better appearance (I want to have plastic surgery).	0.782			
I have had cosmetic procedure.	0.755	1.713	9.517 (35.435)	0.747
It is valuable to have a plastic surgery to get a better personal relationship.	0.505			
Factor 4: Hair management behavior				
I go to a hair salon to change my hair-style according to the trend.	0.729			
I use hairstyling products for hairstyle.	0.548	1.378	7.656 (43.091)	0.649
I get hair dying to change my hair-style.	0.433			
I had hair perm for hair-style.	0.421			
Factor 5: Fashion management behavior				
I tend to match accessories with clothing.	0.746	1.349	7.496 (50.587)	0.792
I tend to buy clothing or accessories according to the new trend.	0.714			

Table 6. Differences in appearance concern according to appearance instrumentality (Unit: n(%))

Appearance instrumentality	Frequency	Appearance concern		n(%)	χ^2	
		High	Low			
Social achievement	High	OF(EF)	96(90.3)	49(54.7)	145(100)	1.755
		%	66.2	33.8		
	Low	OF(EF)	99(104.7)	69(63.3)		
		%	58.9	41.1		
Love relationship	High	OF(EF)	94(91.0)	52(55.0)	146(100)	0.506
		%	64.4	35.6		
	Low	OF(EF)	101(104.0)	66(63.0)		
		%	60.5	39.5		
Interpersonal relationship	High	OF(EF)	94(92.2)	54(55.8)	148(100)	0.176
		%	63.5	36.5		
	Low	OF(EF)	101(102.8)	64(62.2)		
		%	61.2	38.8		

OF : Observation frequency
 EF : Expected frequency

는 것을 알 수 있다.

4.2.2. 외모유용성에 따른 외모관리행동 차이검증

외모유용성 3요인의 고, 저 집단과 외모 관련 소비행동 5요인과의 차이를 살펴보기 위해 독립표본 t검정을 실시하였다 (Table 7). 분석 결과 사회적 성취 유용성 고, 저 집단에 따라 성형행동에서 유의한 차이를 나타낸 것으로, 사회적 성취 유용성이 높은 집단이 낮은 집단보다 성형행동이 더 높게 나타났다. 연인관계 유용성의 고, 저 집단에 따라 성형행동과 패션행동에서 유의한 차이를 보인 것으로, 연인관계 유용성이 높은 집단이 낮은 집단보다 성형행동과 패션행동이 더 높은 것으로 나타났다. 대인관계 유용성의 고, 저 집단에 따라 외모관리행동에는 유의한 차이를 나타내지 않았다.

이는 사회적 유용성을 중시하는 대학생 그룹은 중시하지 않

은 그룹에 비해 외모가 가진 혜택을 위해 성형수술, 다이어트, 화장품 사용 등 외모관리 요인이 높게 나타났고(Gim et al., 2010), 사회생활의 출발점이 되는 취업을 위한 면접에 외모가 중요한 영향력을 미친다고 생각하여 외모관리를 하며 특히 성형수술을 고려하는 등 외모관리에 적극 투자를 시도하고 있다는 결과는(“Job seekers”, 2016) 사회적 성취 유용성이 높은 집단이 성형행동에 유의한 차이를 나타낸 본 결과를 지지하는 것으로 해석된다. 또한 이성관계의 외모도구성이 성형의도에 유의한 영향력을 나타낸 Kim(2013)의 연구와 외모는 이성에게 보여 지는 중요한 요소라고 생각하며 외모가 나아진다는 보장만 있다면 남학생의 경우 53.1%, 여학생의 경우 70.1%가 성형수술을 할 의사가 있다고 한 설문조사 결과와(“University student”, 2015), 의복착용 시 남학생들은 이성의 관심유도를 중

Table 7. Differences in appearance management behavior according to appearance instrumentality

Variables	Social achievement			Love relationship			Interpersonal relationship		
	High (n=145)	Low (n=168)	t	High (n=146)	Low (n=167)	t	High (n=148)	Low (n=165)	t
	M(SD)	M(SD)		M(SD)	M(SD)		M(SD)	M(SD)	
Skin care/cosmetics usage behavior	3.29 (0.88)	3.33 (0.88)	-0.423	3.28 (0.9)	3.34 (0.87)	-0.592	3.29 (0.94)	3.33 (0.83)	-0.387
Body management behavior	2.46 (0.87)	2.47 (0.82)	-0.127	2.43 (0.83)	2.49 (0.83)	-0.693	2.44 (0.8)	2.48 (0.88)	-0.514
Plastic surgery behavior	2.87 (1.07)	2.58 (0.97)	2.577*	2.86 (1.09)	2.59 (0.95)	2.399*	2.81 (1.02)	2.63 (1.03)	1.524
Hair management behavior	3.03 (0.79)	2.94 (0.74)	1.136	3.05 (0.8)	2.92 (0.73)	1.549	3.02 (0.81)	2.95 (0.72)	0.840
Fashion management behavior	3.72 (0.96)	3.57 (0.95)	1.403	3.79 (0.97)	3.5 (0.93)	2.716**	3.66 (1)	3.61 (0.91)	0.462

* p<.05, ** p<.01

M: Mean, SD: Standard deviation

Table 8. Differences in appearance management behavior according to appearance concern

Appearance management behavior	Appearance concern		t
	High (n=186)	Low (n=127)	
	M(SD)	M(SD)	
Skin care/cosmetics usage behavior	3.67(0.75)	2.73(0.76)	10.746***
Body management behavior	2.62(0.87)	2.2(0.72)	4.550***
Plastic surgery behavior	2.93(1.02)	2.36(0.94)	4.892***
Hair management behavior	3.21(0.74)	2.61(0.65)	7.208***
Fashion management behavior	4.05(0.74)	2.96(0.89)	11.701***

M: Mean, SD: Standard deviation
*** $p < .001$

요시하는 것으로 나타난 Lim(2010)의 연구결과는 연인관계 유용성이 높은 집단이 성형행동과 패션행동에 유의한 차이를 나타낸 본 결과와 일치하는 것으로 해석된다.

4.2.3. 외모관심에 따른 외모관리행동의 차이

외모관심에 따른 외모관리행동과의 차이를 알아보기 위해 외모관심 2집단과 외모관리행동 5요인과의 차이분석을 위한 독립표본 t검정을 실시하였다. 분석 결과(Table 8) 외모관심에 따라 외모관리행동 5요인(피부/화장품사용행동($t=10.746, p=.000$), 체형관리행동($t=4.550, p=.000$), 성형행동($t=4.892, p=.000$), 헤어관리행동($t=7.208, p=.000$), 패션관리행동($t=11.701, p=.000$)) 모두 집단별 유의한 차이를 보였다(Table 8). 외모관심이 높은 집단이 외모관심이 낮은 집단보다 패션관리행동, 피부/화장품 관리행동, 헤어관리행동, 성형행동, 체형관리행동에 대한 평가가 유의수준 .000에서 통계적으로 유의하게 높았다. 이는 외모에 대한 관심이 높을수록 외모관리행동이 높게 나타난다는 것을 알 수 있다.

5. 결 론

외모에 대한 관심은 오래 전부터 인간들에게 큰 관심거리로 다루어졌다. 과거의 미는 그들 사이에서 아름다움을 표현하는데 치중했으나 현대에 와서는 다양한 미디어를 통해 외모의 미적 표현뿐만 아니라 ‘외모가 능력’, ‘외모도 취업 경쟁력’, ‘외모가 권력’ 등 취업과 연애, 사회생활 등에 외모가 중요한 역할을 한다는 외모의 유용성이 이슈화되고 있다.

이에 따라 본 연구는 취업과 연애, 사회생활의 출발점에 선 대학생들에게 외모가 사회적으로 유용한 수단으로 사용되는 것을 의미하는 외모유용성과 외모 관련 변인(외모관심, 외모관리행동) 간에 어떤 차이가 있는지를 보고자 하는 것으로 본 연구의 결과를 통해 외모유용성의 특성에 대한 기초자료 제공과 외모 관련 뷰티산업의 표적시장 전략에 기초정보를 제시하고자 하였다.

연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 외모유용성의 3요인, 사회적 성취 유용성, 연인관계 유용성, 대인관계 유용성의 고, 저 집단과 외모관심 고, 저 집단과의 차이에 대한 교차분석결과 유의한 차이가 나타나지 않았다. 외모유용성 세 요인의 고, 저 집단에 따라 외모관심의 고, 저 집단에 차이를 보이지 않은 본 결과는 외모도구성을 높게 지각할수록 외모평가 내용으로 구성된 외모존중감과는 관련성이 없는 것으로 나타난 Kwon(2008)의 연구결과와 맥락상 일부 지지하는 것으로 해석된다.

둘째, 외모유용성과 외모 관련 소비행동과의 차이검정을 위해 외모유용성 3요인의 고, 저 집단과 외모관리행동 5요인에 대해 t-test를 실시하였다. 분석결과 외모유용성 3요인 중 사회적 성취 유용성 고, 저 집단에 따라 성형행동에 유의한 차이를 나타낸 것으로, 사회적 성취 유용성의 고 집단이 저 집단보다 성형행동이 더 높은 것으로 나타났다. 연인관계 유용성 고, 저 집단에 따라 성형행동과 패션관리행동에서 유의한 차이를 나타낸 것으로, 연인관계 유용성이 높은 집단이 낮은 집단보다 성형행동과 패션관리행동이 더 높은 것으로 나타났다.

대학생을 대상으로 외모의 사회적 유용성과 외모관리행동과의 영향관계 분석 결과, 대학생 전체 집단은 연인관계 유용성에 유의한 영향관계가 나타났고 4학년 집단만을 분석한 결과는 사회적 성취 유용성에 유의한 영향력이 나타났다(Gim et al., 2010). 이는 대학생들이 외모가 사회적으로 유용하다는 인식을 가지고 있다는 것을 지지하며 이러한 인식은 외모를 향상시키기 위한 외모 관련 소비행동에 관심을 기울이게 되고 실행하게 된다. 또한 이들은 자신이 어떠한 위치에 있는가에 따라 외모의 사회적 유용성 3요인 중 중요하게 여기는 요인에 차이를 보인다는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 사회적 성취 유용성과 연인관계 유용성의 고, 저 집단에 따라 외모관리행동에 차이를 나타낸 본 연구결과를 지지한다고 해석된다.

셋째, 외모관심에 따른 외모관리행동과의 차이검증을 위해 t-test를 실시한 결과, 피부/화장품관리행동, 체형관리행동, 성형행동, 헤어관리행동, 패션관리행동에 $p=.000$ 으로 외모관심의 고, 저 집단에 따라 외모관리행동 5요인 모두 유의한 차이를 나타냈다.

성인으로서의 자립적 시기에 접어든 대학생 시기는 연애와 취업, 사회생활 등 대인활동에 외모를 중요하게 인식하는 것으로 각각의 상황에서 외모에 대한 유용성을 높이 지각하여 외모관심도가 높을수록 체형관리행동, 피부관리행동, 헤어패션행동, 성형행동, 화장품사용행동 등의 외모관리행동을 하였고(Lee & Ku, 2014), 남성의 경우 외모지향 정도가 높을수록 외모관리행동에 높은 영향력을 나타내었다. 이는 외모가 경쟁력이며 남성들의 능력을 평가하는 하나의 요소로 인식됨으로써 외모에 대한 관심이 증가되고 외모향상을 위한 외모관리행동에 영향을 주는 것으로 나타났으며(Lee & Ku, 2013), 외모관심도를 매개변수로 대인관계성향과 외모 관련 소비행동과의 영향관계에서도 외모관심도가 큰 영향력을 미치는 변수로 나타난 Lee(2013b)의 연구결과와도 일치함을 보였다.

본 연구의 결과는 대학생의 외모유용성에 따른 외모 관련 변인(외모관심, 외모관리행동)이 어떤 차이를 보이는지를 규명하고자 한 것으로, 대학생들이 지각하고 있는 외모유용성의 각 요인에 따른 개념정리와 사회적 성취 유용성, 연인관계 유용성, 대인관계 유용성의 각 요인에 따라 차이를 보이는 외모관리행동의 유형을 파악해 봄으로써 외모의 사회적 유용성 의식에 따른 외모 관련 시장의 마케팅전략에 기초자료를 제공하고, 각 유형별 차별화된 제품개발 전략의 아이디어 제공에 도움을 주는 것으로 연구의 의의가 있으며, 다음과 같은 기대효과를 가지며 후속연구를 위한 제언과 활용방안을 제시한다.

첫째, 대학생들이 지각하고 있는 외모유용성에 따른 외모 관련 변인들과의 차이를 규명해 봄으로써 현대 사회에서 취업과 연애, 사회활동에서 외모의 중요성을 시사하는 사회현상에 실증적 자료를 제시한다. 이는 이들이 인식하고 있는 외모유용성에 대한 이론적 개념을 정립하고, 외모유용성 각 요인에 따른 외모관리행동의 차이를 파악함으로써 외모유용성 각 장면(직업활동, 취업활동, 연애활동 등) 적절한 외모 관련 상품 개발 제안에 도움을 줄 것이다.

둘째, 외모관심의 고, 저 집단에 따른 외모관리행동 각 요인들과의 차이분석은 이들이 지각하는 외모관심의 높고 낮음이 외모관리행동에 미치는 차이에 대한 실증적 자료를 유형화할 수 있다.

연애와 취업, 사회적 성취에 대한 외모의 사회적 유용성에 대한 인식이 남녀 간의 차이가 있을 수 있으나 본 연구에서는 남녀 대학생 전체에 대한 분석이 이루어짐으로써 이들 각각에 대한 비교분석은 이루어지지 않아 후속연구를 제안하고자 하며, 연구대상 선정 시 편의표본 추출을 하였으며 제한된 지역에서 조사가 이루어짐으로써 연구결과의 일반화에는 무리가 있는 것으로 후속연구에서의 보완을 제기한다.

References

- Gim, W. S., & Kim, H. J. (2005). Effects of body image on body-related consumption in female. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 6(3), 27-40.
- Gim, W. S., Kwon, J. H., & Ryu, Y. J. (2010). Social instrumentality of appearance: Scale development and validation. *The Korean Journal of Health Psychology*, 15(3), 549-568.
- Gim, W. S., Ryu, Y. J., & Kwon, J. H. (2009). The effect of body value on appearance-management behaviors: Focusing on mediation effect of sociocultural attitude toward appearance(SAIA) and appearance orientation. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 10(3), 581-600.
- Ha, J. G. (2007). Clothing and make-up behavior by appearance management motive. *The Korean Society of Community Living Science*, 20(3), 385-396.
- 'Handsome men and pretty women should be successful in social life'. (2013, December 8). *Nownews*. Retrieved September 20, 2016, from <http://nownews.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20131208601010>
- Hwang, Y. J., Jo, G. Y., & Yu, T. S. (2003). The study on cosmetic surgery behavior according to appearance concern, body cathexis, and self-esteem. *Journal of Fashion Business*, 7(4), 17-25.
- Jeon, H. J., & Park, H. W. (2012). The influences of appearance concern and appearance satisfaction on the beauty care behavior of male college students. *Journal of the Korean Society of Beauty Cultural Arts*, 1(1), 23-36.
- 'Job seekers' 49% "Appearance is competitive of employment.". (2016, September 22). *00news*. Retrieved October 7, 2016, from <http://www.00news.co.kr/news/articleView.html?idxno=45953>
- Kim, S. J. (2008). *Interest in appearance, skin care and dietary behavior of male and female college students: The mediating effect of knowledge*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.
- Kim, Y. K. (2013). The relationships between appearance instrumentality, appearance esteem and intention of plastic surgery in undergraduate students majoring in airline service. *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research*, 27(5), 171-186.
- Kyle, D. J., & Mahler, H. I. (1996). The effects of hair color and cosmetic use on perceptions of a female's ability. *Psychology Women Quart*, 20(3), 447-455. doi:10.1111/j.1471-6402.1996.tb00311.x
- Kwon, J. H. (2008). *(The) belief about body instrumentality: Body instrumentality and body-related consumption behavior*. Unpublished master's thesis, Ajou University, Suwon.
- Lee, E. S. (2007). *The effects of the appearance satisfaction and the sex difference on self-efficacy, school-related adjustment and achievement motivation for the elementary school students*. Unpublished master's thesis, Chungnam National University, Daejeon.
- Lee, G. H. (2011). *The analysis of effects of university students' depression and self-efficiency on the trends of personal relationship : Verification of parametric effects of appearance satisfaction*. Unpublished doctoral dissertation, Hanseo University, Seosan.
- Lee, G., Lim, H. S., & Jang, K. S. (2006). Status of perceptions for appearance and cosmetic surgery among university freshmen. *The Dong-guk, Journal of Medicine*, 13(1), 27-36.
- Lee, H. O. (2008). *A structural study on the interpersonal appearance factors influencing on cosmeceuticals usage intension*. Unpublished doctoral dissertation, Kyungbuk National University, Daegu.
- Lee, H. O. (2013b). Appearance-related consumption behavior according to interpersonal relations and masculinity - Mediated effect of appearance concern -. *Fashion & Textile Research Journal*, 15(5), 777-786. doi:10.5805/SFTI.2013.15.5.777
- Lee, H. O., & Ku, Y. S. (2013). Study on appearance-oriented, appearance management behavior according to the types of masculinity. *Fashion & Textile Research Journal*, 15(6), 923-931. doi:10.5805/SFTI.2013.15.6.923
- Lee, H. O., & Ku, Y. S. (2014). Study on the effects of college students' interpersonal relations disposition on appearance concern and appearance management behavior. *Fashion & Textile Research Journal*, 16(6), 888-896. doi:10.5805/SFTI.2014.16.6.888
- Lee, J. H. (2004). *Study on the appearance management behaviors in university man : As related to sex role identity*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Lee, M. H., & Lee, E. S. (1997). A study on appearance interest and self-confidence of elderly women associated with demographic variables. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*,

- 21(6), 1072-1081.
- Lee, M. S. (2012). The effects of social instrumentality of appearance on body satisfaction and appearance management behaviors of female adolescents. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, 14(4), 163-177.
- Lee, M. S. (2013a). The effects of appearance instrumentality on adolescents' body satisfaction and appearance management behaviors - Focusing on the comparative analysis by adolescents' sex -. *Korean Journal of Human Ecology*, 22(1), 75-88. doi:10.5934/KJHE.2013.22.1.75
- Lim, K. B. (2010). A study on the appearance management behavior and clothing benefits of male and female college students - Focused on the effects of value systems and social self-concept -. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 12(4), 29-41.
- 'Mr beauty ... more than half of men using the functional cosmetics'. (2008, January 23). *Fashion Chosun*. Retrieved September 20, 2016, http://fashion.chosun.com/site/data/html_dir/2008/01/23/2008012351009.html
- Na, Y. Y., & Song, S. Y. (2014). The influence on make-up behavior and cosmetics consumption tendency to interest in appearance of female middle school students - Gwangju area -. *Korea Science & Art Forum*, 18, 221-233.
- Oh, J. H., Han, K. L., & Ham, K. S. (2015). The effects of the appearance management behavior according to sociocultural pressure of female college students appearance on their weight control behavior. *Korean Journal of Sports Science*, 24(6), 51-61.
- Park, E. A., Kim, H. J., & Suh, H. S. (2009). The relationship among self-construals, body value, and appearance management behavior: A cross-cultural study. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 10(2), 251-274.
- Park, H. W., & Jung, M. S. (2011). The influences of appearance concern and body satisfaction on the appearance management behavior of male college students. *The Research Journal of the Costume Culture*, 19(5), 1119-1132.
- Park, T. E. (2009). *The influence of appearance - Related consumption intention on appearance instrumentality*. Unpublished master's thesis, Ajou University, Suwon.
- 'Personnel manager of 62.8% said appearance have affected in the employed'. (2016, September 26). *Jobnjoy*. Retrieved October 7, 2016, from http://www.jobnjoy.com/portal/joylife/fashion_view.jsp?nidx=169501
- Ryu, E. J., & Kim, Y. H. (2008). Appearance management behaviors and motives by body image of college men. *Family and Environment Research*, 46(1), 64-73.
- Sarwer, D. B., Magee, B., & Clark, V. (2004). Physical appearance cosmetic medical treatments: Physiological and socio-cultural influence. *Journal of Consulting Dermatology*, 2, 29-39. doi:10.1111/j.1473-2130.2003.00003.x
- Sung, Y. S., Park, E. A., Lee, J. W., & Kim, W. S. (2009). Psychological power of beauty: Focused on gender difference and life-domain difference. *Journal of the Korean Psychology*, 10(3), 461-488.
- 'University student 96% "Appearance competitiveness"'. (2015, October 1). *Chunghuk Ilbo*. Retrieved September 20, 2016, from <http://www.inews365.com/news/article.html?no=415550>

(Received 2 November 2016; 1st Revised 18 November 2016;
2nd Revised 8 December 2016; 3rd Revised 27 December 2016;
4th Revised 25 January 2017; 5th Revised 1 February 2017;
Accepted 10 February 2017)