



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2019년 8월

박사학위 논문

# 중년여성의 뷰티 인식과 경험이 행복감에 미치는 영향 연구

; 뷰티 관리 행동에 따라서

조선대학교 대학원

디자인경영학과

이 순 영

# 중년여성의 뷰티 인식과 경험이 행복감에 미치는 영향 연구

; 뷰티 관리 행동에 따라서

A Study on the Effects of Beauty Recognition and Experiences  
in Middle and Middle-aged Women on Happiness

2019년 8월 23일

조선대학교 대학원

디자인경영학과

이 순 영

# 중년여성의 뷰티 인식과 경험이 행복감에 미치는 영향 연구

; 뷰티 관리 행동에 따라서

지도교수      윤    갑    근

이 논문을 디자인학 박사학위 논문으로 제출함.

2019년 4월

조선대학교 대학원

디자인경영학과

이    순    영

## 이순영의 박사학위 논문을 인준함.

위원장	조선대학교	교수	이진경 (인)
위원	호남대학교	교수	편수명 (인)
위원	동신대학교	교수	시승희 (인)
위원	조선대학교	교수	장재욱 (인)
위원	조선대학교	교수	윤강권 (인)

2019년 6월

조선대학교 대학원

## [ 목 차 ]

### ABSTRACT

#### 제 1 장 서 론

제1절 연구의 필요성과 목적	1
제2절 연구의 구성	6

#### 제 2 장 이론적 배경

제1절 중년여성	9
1. 중년여성의 개념과 연령	9
2. 중년여성의 특징	11
3. 중년여성의 취업	13
제2절 뷰티 관리 행동	16
1. 뷰티 인식 행동	16
2. 뷰티 관리 행동	19
제3절 행복감	29
1. 행복의 정의	29
2. 행복에 관한 다양한 관점	30
3. 행복에 통합적 모델과 요인들	32

#### 제 3 장 연구문제 및 방법

제1절 연구문제 및 연구모형	41
제2절 조사대상 및 자료수집	43
제3절 측정 도구	43
제4절 자료분석방법	46

#### 제 4 장 연구결과 및 고찰

제1절 조사대상의 특성	47
1. 조사대상의 인구통계학적 특성	47
2. 측정의 신뢰도 분석	49
3. 조사대상의 뷰티 관리 행동에 대한 인식	51
4. 조사대상의 뷰티 관리 행동 경험	53

제2절 인구통계학적 특성과 뷰티 인식에 따른 행복감	59
1.뷰티 관심도에 따른 행복감	59
2.뷰티 중요성에 따른 행복감	64
제3절 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 행동 경험에 따른 행복감	69
1.뷰티 관리 행동 유형별 경험 여부에 따른 자아 존중감	69
2.뷰티 관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고	74
3.뷰티 관리 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스	78
4.뷰티 관리 유형별 경험 여부에 따른 심리적 행복감	81
<b>제 5 장 결론 및 제언</b>	
제1절 연구결과의 요약 및 시사점	85
제2절 제언점	89
<b>참고 문헌</b>	
<b>부 록</b>	

## [표 목 차]

[표 1] 인구 추이	9
[표 2] 중년기 구분에 대한 연령적 견해	10
[표 3] 뷰티 관심도에 관한 선행연구	17
[표 4] 선행연구의 뷰티 관리 분류	19
[표 5] 국세통계로 보는 100대 생활업종 증감률 순위	21
[표 6] 피부관리 행동에 관한 선행연구	22
[표 7] 화장 행동에 관한 선행연구	24
[표 8] 네일 관리 행동에 관한 선행연구	26
[표 9] 반영구화장 행동에 관한 선행연구	28
[표 10] 세계행복지수순서	29
[표 11] 행복과 상관을 나타내는 요인들	32
[표 12] 중년여성의 심리적 과정 선행논문	34
[표 13] 심리적 행복감과 뷰티 관리 행동 선행논문	36
[표 14] 자아존중감과 뷰티 관리 행동 선행논문	38
[표 15] 긍정적 사고와 뷰티 관리 행동 선행논문	39
[표 16] 행복과 경제적 스트레스의 관계에 대한 선행논문	40
[표 17] 설문지 구성 및 참고문헌	45
[표 18] 조사대상의 인구통계학적 특성	48
[표 19] 측정 도구의 신뢰성 검증결과	50
[표 20] 조사대상의 뷰티 관심도	51
[표 21] 조사대상의 뷰티 중요성	52
[표 22] 뷰티 관리 유형별 경험 여부	53
[표 23] 뷰티 관리 유형별 이용 횟수	56
[표 24] 뷰티 관심도 수준에 따른 집단분류	59
[표 25] 뷰티 관심도에 따른 자아존중감	60



[표 26] 뷰티 관심도에 따른 긍정적 사고	61
[표 27] 뷰티 관심도에 따른 경제적 스트레스	62
[표 28] 뷰티 관심도에 따른 심리적 행복감	63
[표 29] 뷰티 중요성 수준에 따른 집단분류	64
[표 30] 뷰티 중요성에 따른 자아존중감	65
[표 31] 뷰티 중요성에 따른 긍정적 사고	66
[표 32] 뷰티 중요성에 따른 경제적 스트레스	67
[표 33] 뷰티 중요성에 따른 심리적 행복감	68
[표 34] 피부 관리 행동 경험 여부에 따른 자아존중감	70
[표 35] 화장 행동 경험 여부에 따른 자아존중감	71
[표 36] 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 자아존중감	73
[표 37] 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 자아존중감	74
[표 38] 피부 관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고	75
[표 39] 화장 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고	76
[표 40] 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고	77
[표 41] 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고	77
[표 42] 피부 관리 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스	78
[표 43] 화장 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스	79
[표 44] 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스	80
[표 45] 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스	80
[표 46] 피부 관리 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감	81
[표 47] 화장 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감	82
[표 48] 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감	83
[표 49] 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감	84

## [그림]

[그림 1] 연구 구성 흐름도	6
[그림 2] 행복의 기본적 설명모델	33
[그림 3] 행복의 통합적 설명모델 예	34
[그림 4] 연구자의 설명모델	41
[그림 5] 조사대상의 피부관리 행동 경험 여부	54
[그림 6] 조사대상의 화장 행동 경험 여부	54
[그림 7] 조사대상의 네일 관리 행동 경험 여부	55
[그림 8] 조사대상의 반영구화장 행동 경험 여부	55
[그림 9] 조사대상의 피부관리 행동 이용 횟수	57
[그림 10] 조사대상의 화장 행동 이용 횟수	57
[그림 11] 조사대상의 네일 관리 행동 이용 횟수	58
[그림 12] 조사대상의 반영구화장 행동 이용 횟수	58

## ABSTRACT

### A Study on the Effects of Beauty Recognition and Experiences in Middle and Middle-aged Women on Happiness ; According to beauty care behavior

Lee, Soon Young

Advisor : Prof. Yoon, Gab-Geun, Ph.D.

Department of Design Management

Graduate School of Chosun University

This study studied the effect of beauty management recognition and experience on happiness according to the beauty management behavior of middle-aged women.

For empirical analysis, the data were collected using the questionnaire method and are aged 35 to nationwide. A total of 715 questionnaires were distributed to middle-aged women aged 60 and 668 out of 679 collected were used for final analysis, excluding unsincere responses or double-marked. The analysis of this study was conducted using the SPSS 23 statistical package program and performed frequency analysis, technical statistical analysis, T-test, one-way ANOVA, and reliability analysis.

The results of this study are as follows.

First, the results of the survey on the awareness of beauty interest and beauty importance in middle-aged women are as follows. In the case of beauty interest in the survey, middle-aged women showed the highest interest in skin care, and felt that they should invest time and money to manage their appearance even when they are older.

In the case of beauty awareness among the subjects, it was found that

they thought it was important to nurture themselves in social life and relationships with reason, and that caring for themselves included skin care behaviors and makeup actions.

Second, the results of a survey on whether or not and how many users experience beauty management behaviors are as follows. Whether middle-aged women by type of beauty management behavior had the most experience using skin care behavior, followed by makeup and nail management behavior.

The number of care use cases for middle-aged women by type of beauty management behavior was the most frequently used skin care behavior, followed by nail care and makeup management behavior on a regular basis.

Third, the results of analyzing happiness according to demographic characteristics by categorizing it into high, middle and low groups according to the beauty interest level of middle-aged women are as follows.

The difference in happiness according to age and employment status and beauty interest is positive self-esteem, which is high in the interest of all age groups and employed people, while positive thinking and psychological well-being are found to be positive thinking and psychological well-being of both the age and the unemployed except for those aged 35-39. Economic stress showed low economic stress among a group of employed people with a stubborn interest in beauty.

Fourth, the results of analyzing happiness according to demographic characteristics by classifying it as a stubborn, middle and low group according to the importance of beauty management behavior in middle-aged women are as follows.

The difference in happiness according to the importance of beauty according to demographic characteristics was high in both age and age, positive thinking was high in all groups except for age 35-39, psychological well-being was high in all groups and the working group

except for age 35-39, economic stress was low in the working group, and the economic stress was low in the 40-49 age group.

Fifth, the results of the analysis of differences in happiness characteristics according to demographic characteristics and experience in beauty management behavior are as follows.

The difference in happiness based on experience in beauty management behavior was that self-respect was high in skin care behavior, make-up management behavior was controlled by the management experience group, and Semi-permanent make-up was all high in self-respect among experience groups, except for those aged 35-39.

The difference in positive thinking according to experience is that skin care behavior is high among experience groups between the ages of 40 and 49 and experience groups of all ages except for experience groups of 35 to 39 years old, and Semi-permanent make-up showed a high average of positive thinking among experience groups between 40 and 49.

The difference in economic stress due to experience was that the non-experienced group of people between the ages of 40 and 49 showed high stress of the non-experienced group regardless of the age of the nail management. It did not affect Semi-permanent makeup.

The difference in psychological well-being according to experience was that skin care behavior and makeup management, nail care behavior, and Semi-permanent make-up behavior were all high in psychological well-being among experience groups regardless of age and employment, except for those aged 35-39.

This is a result of indicating that the factors of positive influence in middle-aged happiness can be skin care behavior, make-up management, nail care behavior, Semi-permanent make-up, etc. In addition, since beauty management types that can increase happiness or lower negative psychological factors depending on the age and employment of one age

group, different types of beauty management should be presented and experienced depending on the age and employment status of middle-aged women, and thus ways to enhance their happiness should be developed.

It suggests that the development of programs that can draw higher attention and action is urgent, and that non-employed people need ways to generate active participation and interest in managerial actions that can be felt by women.

Based on this study, we hope that the future development of the beauty industry can be achieved if management of beauty behavior is recognized as having an impact on the subjective well-being of mid- to mid-aged women, providing basic data on happiness exposure using beauty management behavior of middle-aged women, and making management actions aware of the need for beauty management behavior.

Keywords: Beauty Management, Middle-aged Women, Happiness, Beauty Management Behavior, Interest and Psychological Differences

## 제1장 서론

### 제1절 연구의 필요성과 목적

오늘날 현대 사회는 과학과 의료기술의 발달로 평균 기대 수명이 늘어남에 따라 삶의 수준이 높아지고 개인의 가치를 중시하는 시대이다. 이에 따라 많은 여성들이 경제활동을 시작하게 되었으며 자신의 사회적 위치와 삶의 만족, 건강한 아름다움, 행복감 등을 중요시 생각하고 있다. 여성 인구를 1990년대와 비교하면 40대~60대는 약 2배 증가하였다고 나타났다. 경제 활동영역에서 통계청 자료를 살펴보면 ‘2016년 여성 고용률은 50.2%로 전년도(49.9%)에 비해서 0.3% 증가하여서 여성 고용률은 계속 증가할 것으로 보인다. 나이대를 살펴보면 40대 후반(68.6%), 50대 전반(65.9%) 순’으로 높게 나와 중년여성의 활발한 사회적 활동도 증가함을 알 수 있다.<sup>1)</sup>

여성은 나이가 들어가면서 자신을 돌아보게 되는 시기이고 노화되고 변화된 자신의 모습을 보면서 상실과 타락을 느끼기도 한다. 가정, 사회와 남편을 위해 희생하는 중년여성들을 위한 사회적 행동이나 활동이 없다면 상실감과 자괴감에 가정은 불행해지기 마련이다. 중년기 여성의 시기는 더 나은 삶을 영위하기 위해 가장 많은 역할이 요구되는 시기이기도 하고 과중한 역할 부담과 함께 신체적 노화와 폐경을 거치면서 몸과 마음의 갈등과 정신적, 신체적 불균형 상태에 노출된 인생의 굴곡을 경험하는 세대이기도 하다.

중년여성들은 가정에서는 어머니의 역할로 사회에서는 조직원으로 남편에게서는 아내로 또는 남편 가족의 구성원으로 역할, 노부모님에 대한 성인 자녀로서 역할을 하며 행복한 미래만 생각하고 살아왔다. 이러한 중년여성들의 부정적인 면으로는 중년 나이가 되면서 아이들이 자라고 품을 떠남으로써 공허함과 남편과 남편의 가족들에게 상실감을 느끼게 되기도 한다. 신체적 변화와 함께 인생을 다시 돌아보게 되고 자신이 살아온 세월을 되돌아보면서 우울감을 느끼기

1) " 통계로 보는 여성의 삶," 통계청, n.d. 수정, 2017년 10월 22 접속,  
<http://www.kostat.go.kr/wnsearch/search.jsp>.

도 한다. 사회적 활동을 하는 경우 직업 역할까지 더해져 신체적, 심리적 부담이 극에 달하는 시기이기도 하고 경제 활동적 측면에서 여성의 활동이 늘어나는 결과를 보더라도 남자 혼자 직업으로는 가계를 유지하기가 어려운 사회임을 드러내기도 한다. 긍정적 측면으로는 활발한 여성의 경제활동으로 시간이 지나면서 직장에서도 안정을 찾고 위치도 확고해 지면서 사회적으로 성장이다. 나의 존재를 인정받음으로 스스로를 위해 무엇인가 투자와 변화하기 위해 많은 생각을 하면서 내적, 외적으로 새로운 변화를 도약하는 시기이기도 하다.

또 한 중년여성의 신체 변화를 인지하고 우아하게 노화하는 것을 허용하지 않는 연구에서 사회적 심리적 시각에 반해 대부분의 중년 여성들이 10년 이상 젊었으면 하고 바라는 것으로 나타났다.<sup>2)</sup> 이것은 외적으로라도 젊어 질수 있는 방법의 한가지인 중년여성들을 위한 뷰티 행동 관리연구의 필요성을 지지한다. 중년들은 자기 방식대로 재미있고 즐거운 여가활동을 선택하게 된다.<sup>3)</sup> 내적인 변화로는 건강 관리에 주력하기 위해 운동을 한다거나 체질 개선을 한다거나 생활 패턴을 바꾸는 등의 행동을 하기도 한다.

그리고 외적인 변화로 뷰티 관리 행동도 외적인 변화를 위해서는 노화 방지를 위해 성형수술을 한다거나, 몸매관리 행동, 피부 관리 행동, 네일 관리 행동, 왁싱 관리 행동, 헤어 관리 행동, 네일 관리 행동, 화장 행동, 반영구화장 행동, 화장품 구매 행동 등 뷰티 관리에 변화를 시도하기도 한다.

이렇듯 여성들에게 외모에 대한 중요성 인식이 부각 되면서 여성들은 사회적인 이미지 변화를 위해 과거보다 다양화된 뷰티 행동을 하고 있으며 이것은 한 사람의 관리 행동이 아닌 사회 전반적이고 일반적 현상으로 뷰티 관리 행동이 이루어지고 있다.<sup>4)</sup> 미국 철학자 (Ziglar)는 “외모를 단장하라, 그러면 자기에 대한 이미지가 한결 긍정적이 될 것이고, 당신의 외모가 이미지와 업무수행능력도 향상 시킬 것이다” 라고 하였다. 파울러 헤르메스(Fowler-Hermes)는 매력적인 사람은 일반인보다 훨씬 더 많은 고용 기회를 가지며 매력적이지 않은 사람보다 10~15% 수입을 더 많이 받고 있다고 밝히고 있다.<sup>5)</sup>

2) Rossi, A.S. “Aging and parenthood in the middle years”. In P. B. Baltes & O. G. Brim(Eds.), “Life-span development and behavior”, Vol.3, New York: Academic Press, 1980.

3) Neulinger, J, 『The psychology of leisure. Springfield』, IL: Charles Thomas

4)오별 외, “청소년의 뷰티 관심도와 정보 관심이 뷰티 관리 행동에 미치는 영향”, 한국미용학회지 18 no.3, 2012, pp. 515-522.



‘뷰티 프리미엄(Beauty Premium)’의 뜻은 말 그대로 외모로 인해 이득을 본다는 뜻으로 현대 시대에는 ‘외모가 경쟁력’이 되는 시대라고 하고 특히 ‘첫인상을 결정하는 요소는 얼굴형’이란 말이 있듯, 대인관계에 중요한 좋은 인상을 만들고자 하는 사람들의 발길이 잇따르고 있다고 보고된 바 있다. ‘외모 때문에 자신 스스로 자신감이 없어졌다고 느끼는 정도는 10점 만점 중 8.2점에 달해 가장 높은 점수를 기록했으며, 이어 면접이나 승진에 어려움을 겪었다 6.3점, 이성 교제나 결혼 등에 어려움을 느꼈다 5.8점, 대인관계에 어려움을 겪었다 3.6점’ 등으로 나타났다.<sup>6)</sup> 외모를 아름답게 가꾸는 것은 자아를 표현하는 중요한 요소이며 경쟁력이 되고 외모에 대한 노력은 자기 자신을 새롭게 지각하고 발전시키는 계기이며 타인에게 자신을 인식시킬 수 있는 빠른 방법으로 표현하였다.<sup>7)</sup> 특히 소득수준의 향상과 SNS의 발달로 생활환경과 가치관이 변화되어 뷰티 관리를 자신의 이미지를 변화하고 높일 수 있는 수단으로 인식하면서 SNS를 통하여 활발한 뷰티 정보 탐색 활동이 이루어지고 유명한 관리실을 찾으러 다니기도 한다.<sup>8)</sup> 그리고 여성의 중년기 이전에는 교육, 취업, 결혼과 부모 역할 등 여러 역할의 이유로 경제적 안정이 어렵고 정신적 에너지의 소모가 많아서 자신을 위한 활동을 이루기가 어려웠다. 그러나 중년기 이후 시기는 자기관리와 자아실현을 위해 투자를 아낌없이 할 수 있는 시기이다.<sup>9)</sup> 이는 중년여성들의 자기 관리 시간의 중요성 인식 증가와 외모 관리에 대해 아낌없는 투자는 갈수록 늘어가는 것을 나타내고 그에 따른 뷰티 산업도 다양화되고 전문화됨을 알 수 있다. 뷰티 분야도 성형 행동, 피부 관리 행동, 화장 행동, 헤어 관리 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동, 왁싱 행동, 몸매관리 행동 등으로 세분화되어 성장하고 있다. 이처럼 관리 행동 부분이 전문화되고 다양화된 만큼 필요성과 중요성을 인식하게 하여 관리 행동을 이끌어 내는 연구의 필요성을 나타낸다.

1900년대에는 사람의 평균 수명이 47세여서 중년기에 관해 관심이 없다가 20

5) 김정숙, “자기에 성향과 신체존중감이 뷰티관리 및 헤어행동에 미치는 영향”, 성신여자대학교대학원, 박사학위논문, 2014, p.2

6) “조선일보 외모프리미엄”, <http://health.chosun.com/>. (기사일지:2015.1.31.)

7) 장혜선. “신체이미지와 외모관리 행동이 심리적안정감에 미치는 영향”, 서경대학교 대학원, 박사학위논문, 2014, p.11

8) 오별, 김성남, 이종민, 진용미. “청소년의 뷰티관심도와 정보관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향.” 한국미용학회지, 18(3), 2012, p.516

9) 정옥분, 『발달심리학. 전생애 인간발달』, 학지사, 서울, 2013, p.619

세기 후반부터 중년기에 대한 관심이 이어져 왔다.<sup>10)</sup> 중년기를 새로운 자유로움의 시기, 앞으로 나아가는 시기, 지도적 세대라는 용어로 표현하며 중년기를 긍정적 견해로 본 연구에서 중년기는 개인적·사회적 환경에 대한 최고의 전환점이고 영향력이 높은 시기이며, 의사결정 능력이 가장 영향력이 있게 되는 시기라 보았다. 그래서 최상의 위치에 도달하는 직업과 지위, 안정된 삶을 누릴 수 있는 시기로 보고 있다<sup>11)</sup>. 따라서 한국 사회는 고령화를 지나 고령사회로 진행하고 있어서 사회적 이슈가 되고 있으며 이들의 행복을 이해하는 것은 미래 노년기의 삶의 질과 행복을 조정할 수 있는 장점도 있으므로 행복 연구 대상으로 전세대 간에서 중년기에 관심을 갖는 것이 필요하다고 사료 된다.<sup>12)</sup>

이제까지 중년기는 성인기에서 노년기로 이어지는 과도적인 시기만으로 보았고 이들 삶과 행복에 관한 연구는 거의 없었다.<sup>13)</sup> 중년기의 자기관리는 자신의 행복을 위한 관리임을 나타내기도 한다. 그리고 긍정심리학자들은 행복에 영향을 미치는 다양한 심리적 요인들 연구와 행복에 대해 통합적 모델을 제시하고 있다. 행복의 예측 요인으로는 인구통계학적 요인과 성격적 요인들이 제시되었다. 그리고 행복은 성격이나 유전적 요인 특성과 삶의 환경이나 경험의 상호작용에 영향을 받게 되는 행복감에 의해서 결정된다.<sup>14)</sup> 이와 같은 학자의 행복 설명모델이 연구자의 연구 목적을 설명하기에 충분하다.

그리고 어떤 요인이 행복에 중요한가를 보는 시각에 따라 두가지 설명방식이 나누어지는데 첫째는 행복은 성격적이나 유전적 요인에 의하여 영향을 받는다는 하향적인 이론과 생활경험이나 삶의 여건을 통해서 영향을 받는다는 상향 이론이다. 상향 이론과 하향이론은 행복에 영향을 미치는 과정을 설명하는 것으로 두 이론의 종합적으로 수용할 때 행복의 이론을 설명할 수 있다.<sup>15)</sup> 30년에 걸쳐 이루어진 행복 연구에 따르면 사람들이 추구하는 가치, 사회, 목표가 다르므로

10) 정옥분, 『발달심리학. 전생애 인간발달』, 학지사, 서울, 2013, p.569

11) 김진, “중년기 여성의 심리적 안녕감에 영향을 미치는 요인”, 영남대학교, 박사학위 논문, 2017

12) 정경숙, “한국중년의 안녕감: 행복과 삶의 의미에 대한 척도 개발 및 집단간 비교”, 중앙대학교, 박사학위논문, 2010, p.7

13) Ryff, C. D. “Personality development from the inside : The subjective experience of change in adulthood and aging” . In P.B.Baltes& O. G.Brim(Eds), Life-span development and behavior. New york: Academic Press.1984

14) 권석만, 『긍정심리학, 학지사』, 2016, p.101

15) 권석만, 『긍정심리학, 학지사』, 2016, p.129

행복의 상관을 나타내는 요인들도 달라 질수 있다.<sup>16)</sup> 따라서 본 연구자는 학자들의 행복요인에서 높은 상관을 보이는 직업과 자아존중감, 긍정적 사고, 심리적 행복감과 경제적 스트레스를 추가하여 행복감이라고 보았다.

뷰티 관리의 선행연구를 살펴보면 뷰티 관심도, 라이프스타일 관리 행동, 외모 만족도에 따른 뷰티 관리에 관한 연구, 중년 남성과 미용 건강 관리 행동 들은 있었으나 뷰티 관리 행동과 행복에 대한 전체적인 차이 연구는 미비했다. 지역도 한 지역에 국한되었고 조사대상자들의 나이대가 20·30대였다.

뷰티 관리 행동 부분은 박혜원(2013), 장혜선(2014)은 외모 관리와 심리적 안녕감연구를, 서은혜(2011)는 외모 관리와 화장관리의 심리적 효용 관계를, 김정숙(2014)은 자기애 성향과 신체 존중감에 따른 헤어 관리를 연구하였다. 피부관리는 이지영(2012)의 연구에서 인구학적 통계에 따른 태도, 규범, 통제가 피부 관리에 미치는 영향을, 김광희(2013)는 메디컬 관리에 대한 만족도 우울증, 자아존중감 등의 개별적 연구가 이루어졌다. 이같이 피부 관리 행동과 화장 행동, 외모 관리나 메디컬 관리 부분에 관한 행복감 연구는 있었으나 네일 관리 행동, 반영구화장 행동 부분은 미비하였다. 특히 반영구화장 행동이 행동하는 여성이 늘어나고 뷰티 관리 행동 부분으로 인정된 만큼<sup>17)</sup> 행복감의 차이점 연구가 필요한 실정이다. 또 한 선행 연구자들은 뷰티 관리 경험자에 한한 연구가 대다수였고 뷰티 관리 무 경험자와의 비교는 없는 실정이었다.

이에 본 연구자는 뷰티 관리 경험 유·무 에 따른 조사의 필요성도 인식하여 뷰티 관리 행동 부분을 경험자의 유·무가 존재 할 수 있는 피부관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동으로 분류하였다. 이러한 뷰티 관리 행동에 따라서 중년여성의 뷰티 인식과 경험이 행복감에 미치는 영향을 연구하고자 하였으며 이를 바탕으로 중년여성들을 위한 뷰티 관리 프로그램 제시에 기초 자료를 제공하고 고객 맞춤형 프로그램 개발로 더 나아가 뷰티 산업을 발전시키고자 한다.

16) 한덕웅, “한국문화에서 주관적 안녕에 영향을 미치는 사회 심리요인들”, 한국심리학회지:사회문제, 12(5), 2006a, pp.45-78

17) 정유진, “반영구 화장 제도화를 위한 연구, 대구한의대학교”, 박사학위논문, 2019, p.62

## 제2절 연구의 구성

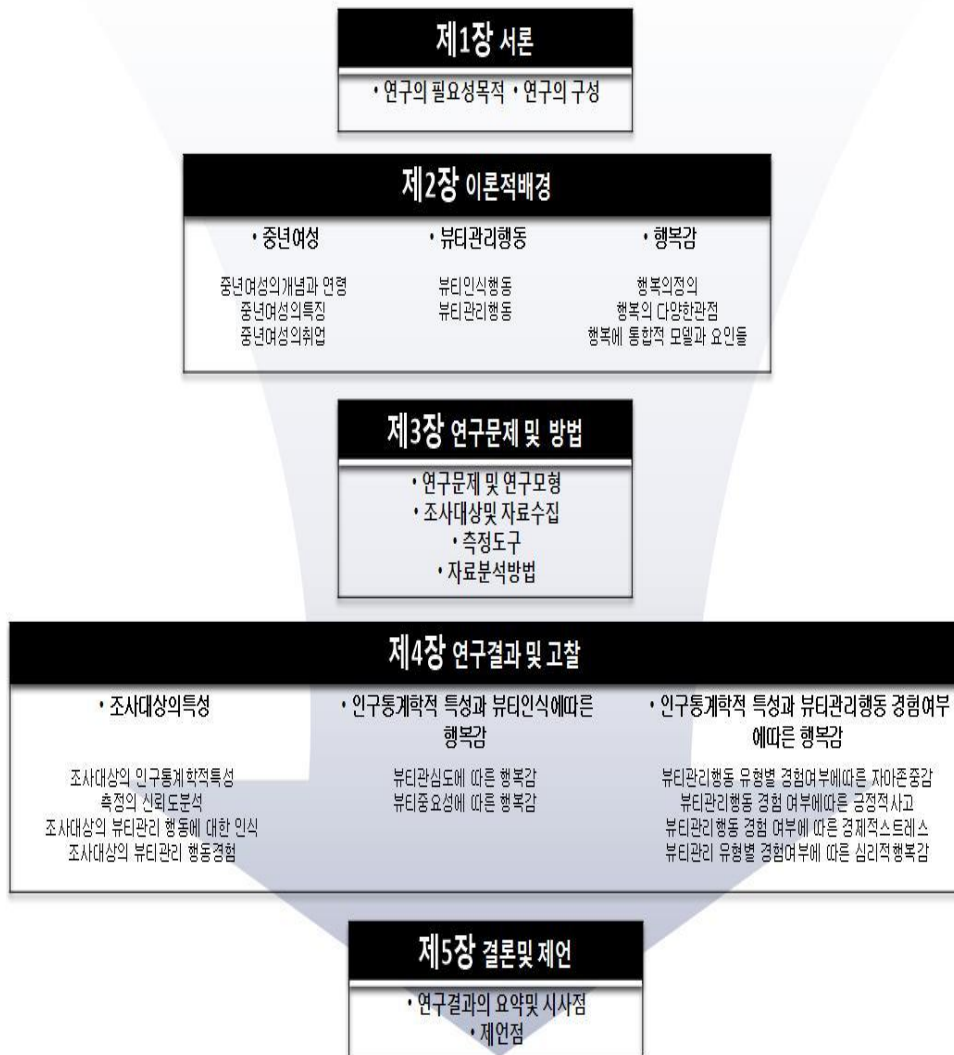


그림1. 연구 구성 흐름도

전반적인 연구에 대한 구성은 다음과 같다.

제1장에서는 서론으로 연구의 필요성과 목적에 관해 기술하였으며 연구의 구성을 제시한다.

제2장에서는 이론적 배경으로 중년여성, 뷰티 관리 행동, 행복감에 대한 배경지식이다.

중년여성은 중년여성의 개념과 연령, 특징, 취업에 대하여 조사하였다.

뷰티 관리 행동은 뷰티 인식 행동과 뷰티관리 행동 부분이고, 뷰티인식 행동은 뷰티인식 행동의 정의에 대해서 기술한 뒤 뷰티 관심도와 뷰티의 중요성에 대하여 정리하였다.

뷰티 관리 행동 부분은 피부관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동으로 분류하여 정리하였다.

행복감은 행복의 정의와 행복의 다양한 관점, 행복에 통합적 모델과 요인들을 정리하였다.

제3장에서는 연구문제 및 방법으로 문헌과 선행연구의 요인을 바탕으로 연구문제를 제기하고, 통합모델을 제시하였다. 조사대상과 자료 수집에 대한 내용으로 구성되었고 측정 도구는 설문지 구성으로 조사대상자의 인구통계학적 특성, 뷰티 관리 경험 여부, 뷰티 관리 이용횟수, 뷰티 관심도, 외모 관리 행동의 중요성, 자아 존중감, 긍정적 사고, 경제적 스트레스, 심리적 행복감으로 정리되었다.

자료 분석 방법은 본 연구에 사용된 구체적인 통계 방법에 대하여 기술 하였다.

제4장에서는 연구결과 및 고찰로서 분석결과를 도출하여 제시하였다.

첫째, 조사대상의 일반적 특성은 인구통계학적 특성과 측정의 신뢰성 분석결

과를 정리하였고 조사대상의 뷰티 관리 행동에 대한 인식은 뷰티관심도와 뷰티 중요성에 대하여 분석결과를 정리하였다. 조사대상의 뷰티 관리 행동 경험 분석결과는 뷰티관리 행동의 경험 여부와 뷰티관리 이용 횟수에 대해 결과를 정리하였다.

둘째, 인구통계학적 특성과 뷰티 인식에 따른 행복감은 뷰티관심도와 중요성에 따른 행복감으로 뷰티 관심도에 따른 자아존중감, 긍정적사고, 경제적 스트레스, 심리적 행복감으로 결과를 분석하고 뷰티 중요성에 따른 행복감도 인구통계학적 특성과 뷰티 중요성에 따라 자아존중감, 긍정적 사고, 경제적 스트레스, 심리적 행복감을 정리하고 고찰하였다.

셋째, 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 행동 경험에 따른 행복감은 뷰티 관리 행동 유형별(피부 관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동) 행복감과 경험 여부에 따른 행복감(자아존중감과 긍정적 사고, 경제적 스트레스, 심리적 행복감)과의 분석으로 연구 결과를 정리하였다.

제5장은 결론 및 제언으로서 연구결과를 요약하고 연구결과에 근거하여 시사점과 제언점을 서술하였다.

## 제1장 이론적 배경

### 제1절 중년여성

#### 1. 중년여성의 개념과 연령

통계청의 자료에 따르면 2018년 우리나라 총인구는 5,635만 5천 명, 이 중 여성의 전체인구는 전년보다 0.4%가 증가한 2,575만 4천 명으로 총인구의 49.9%로 <표 1>과 같이 장래에는 여성의 인구 비율이 점점 증가하여 2040년에는 여성과 남성의 비율이 50%로 같아질 것으로 예상된다.

표 1. 인구 추이

(단위 : 천명, %, 명)

	총인구	증감률1)	여성			남성			성비2)
			증감률	구성비	증감률	구성비			
2000	47,008	0.8	23,341	0.8	49.7	23,667	0.9	50.3	101.4
2010	49,554	0.5	24,673	0.6	49.8	24,881	0.4	50.2	100.8
2015	51,015	0.5	25,429	0.5	49.8	25,586	0.6	50.2	100.6
2017	51,446	0.4	25,656	0.4	49.9	25,790	0.4	50.1	100.5
2018	51,635	0.4	25,754	0.4	49.9	25,881	0.4	50.1	100.5
2020	51,974	0.3	25,930	0.3	49.9	26,044	0.3	50.1	100.4
2030	52,941	0.1	26,434	0.1	49.9	26,508	0.1	50.1	100.3

자료: 통계청, [장래인구추계] 2016.12.

주: 1) 전년 대비 증감률임 2) 여성 100명당 남성 수

위같이 인구 중 여성의 비율이 늘어남에 따른 연령대별 활발한 연구들이 이루어지고 있는 시기에서 가족적 구성원, 사회적 구성원으로 활동이 가장 활발한 시기가 중년기임을 나타낸다.

중년여성의 개념을 ‘청년기와 노년기의 중간 시기’ 또는 ‘인생의 젊음에서 노년으로 바뀌어 가는 전환점의 시기에 놓인 여성’ 이라고 표현되기도 하였으나.<sup>18)</sup> 그리고 중년기는 삶의 여러 가지 변화과정을 포함하는 시기로서 인성이나 가치, 혼돈, 도감, 실망감 등으로 정의된다.<sup>19)</sup> 이 시기는 세대 간의 징검다리

18) 정옥분, 『발달심리학. 전생애 인간발달』, 학지사, 서울, 2013

역할을 하는 시기로서 어린 세대에게는 책임을, 윗세대에게는 자녀라는 이중역할을 해야 하는 이른바 ‘양쪽에서 험공받는 세대’라 칭하기도 한다.<sup>20)</sup>

중년기를 위기의 시기라 보는 학자들(Jacques, 1967. Jung, 1966. Pineo, 1961. Weintraub & Aronson, 1968. Stevens-Long, 1979)도 있으나 중년기를 위기의 시기보다 전환점의 시기라고 보는 것이 옳다.<sup>21)</sup>

선행연구들을 살펴보면 중년기를 구분하는 연령 기준은 생활연령, 심리 연령, 사회적 연령 등으로 같지 않기 때문에 연구자의 보는 시각에 따라 중년기에 대한 구분도 달라진다. 일반적으로 연구자에 따라 35세에서 65세까지로 그 범위가 명확하지 않다.<sup>22)</sup> <표 2>에 나타난 바와 같이 중년기의 연령 범위는 유동적이고 탄력적으로 나타남에 따라서 본 연구자는 중년기를 35세에서 59세로 보았다.

표 2. 중년기 구분에 대한 연령적 견해

연구자	연구년도	중년기 범위
옥선화, 신기영	2000	40 ~ 55세
오명자, 김병욱	2008	40 ~ 50세
이희연, 전해성	2010	35 ~ 60세
김광희	2013	40 ~ 60세
임경수	2002	35 ~ 59세
김소연	2014	40 ~ 59세
김수진	2015	40 ~ 65세
김진	2017	40 ~ 59세

19) 박미현, “중년여성의 여가활동 유형에 따른 자아존중감, 여가 만족 및 생활 만족의 관계”, 상명대학교 대학원, 박사학위 논문, 2008, p.34

20) 윤진, 『성인기 이후의 발달과 노화 과정』, 중앙 적성 출판사, 1985, 김광희(2013). 재인용

21) 정옥분, 『발달심리학, 전생애 인간발달』, 학지사, 서울, 2013, p.609

22) 김명자, “중년 위기감 및 그 관련 변인에 관한 연구, 이화 여자대학교대학원”, 박사학위 논문, 1989, p.8



## 2. 중년여성의 특징

중년기는 부모로의 역할보다 아내와 남편 관계를 중심으로 인간과 사회적 관계를 지속시켜 나가야 하는 시기이고, 노년계획을 세우는 시기이기도 하며, 독립한 자녀를 성숙한 개인으로 대우하여 부모 자녀 관계를 맺는 시기라고 명시하였다.<sup>23)</sup> 중년여성을 쇠퇴의 관점으로 보는 이 시기에 닥치는 중년기의 위기를 적극적으로 수용한다면 지금보다 행복하고 성숙한 삶을 성취할 수 있는 시기라고 보는 관점도 있다.<sup>24)</sup>

중년여성은 신체적, 사회적으로도 많은 변화를 경험하게 되는 시기이다. 이 시기의 생물학적 능력은 성년기만 못 하지만 삶이 특별히 방해받지 않는 한 자신이 속한 사회의 연장자가 된다. 따라서 자신의 일부분과 타인의 일도 책임지고 앞으로 연장세대가 될 젊은 세대의 발달에 대한 책임도 지고 있다. 대니엘 J. 레빈슨에 의하면 “이 시대에는 보다 원숙한 창조성을 보일 수 있으며 세상에 대한 조망이 보편적이고 편협하며 사소한 가치 속에 얽매이지 않으며 냉정한 결단을 내릴 수 있는 시기”라고 하였다. 사람들에게 서서히 감퇴가 찾아오고 공허함이 커지며 생기가 상실되는 시기라고 하였다. 인생에 있어서 중심요소와 주변 요소들, 즉 결혼과 가족 직업에 의해서 전반적인 안정과 변화가 이루어지는 시기라 할 수 있다. 다양한 몸의 노화 현상과 변화, 정신적으로는 가족 간의 다양한 위치 변화와 책임의 증대로 인한 스트레스 또는 새로운 환경이나 지위적인 변화로 인한 생각의 전환과 이해력의 증대가 이어 질수 있는 시기이기도 하다.

이 시기를 크게 두 가지로 나누면 신체적 변화와 사회적 변화가 있는 시기라고 할 수 있다.

신체적인 변화로는 몸의 노화 현상으로 폐경과 더불어 심리적으로도 많은 아픔을 동반하게 된다. 중년기의 신체적인 변화를 말할 때 갱년기(Climacteric)라는 말을 많이 사용하는데 갱년기란 폐경 전후로 약 12년의 기간을 말하며 남녀 모두가 경험하는 것이기도 하지만 여성의 경우 40대 후반에 경험하게 되면서 생식

23) 김광희, “메디컬 스킨케어가 중년여성의 행복감에 미치는 영향, 대구 한의 대학교”, 박사학위 논문, 2013, p.8

24) 김수진, “중년여성의 행복감 구조모형, 을지대학교 대학원”, 박사학위 논문, 2015, pp.9-10

력이 상실되고 여성다움을 잃는다고 하였다.<sup>25)</sup>우울증 갱년기로 이것을 질병으로 인식하고 심리적 위기를 느끼게 됨으로써, 에스트로겐 호르몬의 감소로 변열증과 요실금 등의 증상이 느껴지고 골다공증을 가져올 수도 있다. 이러한 호르몬과 신체적 체력 감소로 쉽게 피로를 느끼고 회복의 시간도 길어진다고 하여 이 시기에 체력적으로 나약해질 수 있음을 알려 주었다.<sup>26)</sup>

이러한 신체적인 변화와 정신적으로는 자신에 대한 재평가를 통해서 자신의 삶을 재조명하고 되돌아보는 과정에서 좌절 이란것을 경험하기도 하지만 그와는 반대로 새로운 발전의 가능성을 발견하기도 하고 자아 성찰에 관심을 갖는 시기라고 하였다.<sup>27)</sup> 삶의 제2의 인생이기도 하여 이 시기에 목표에 의문을 제기하고 새로운 가능성을 탐구하며 일부 여성들은 삶의 주관적 평가를 통해 인생의 목표가 달성되었다고 인식하여 성취감을 느껴보는 경우도 있다. 반면 지금의 삶에 만족과 행복을 느끼지 못하고 내·외적 성숙을 갖추지 못한 여성들의 경우는 불안과 긴장감이 고조되어 정신력의 탄력성을 잃고 점차로 현실적응을 하지 못해 기분이 우울해지고, 불안정해지며 건강염려증과 신경과민 불안, 우울 등과 같은 정서장애를 초래하기도 한다.<sup>28)</sup>

이 시기를 부모 역할 뿐 아니라 자녀 역할도 동시에 해야 하므로 이중역할을 수행해야 하는 ‘샌드위치 세대’ 라 하여 어느 세대보다 많은 역할을 수행해야 하는 시기로 묘사 된다.<sup>29)</sup> 또 한 사회적 관계를 통해 내가 살아가고 있는 공동체 속에서 타인과의 관계와 이해로 자아 중심에서 벗어나 성숙하고 변모한 자기를 인식하고 성장하는 시기이다. 사회적인 초점은 중년기를 인생의 전성기로 보는 관점과 인생의 또 다른 위기로 보는 관점이 있어서 중년기를 새로운 자유로움의 시기 또는 인생에 최대한 영향력을 발휘하는 시기로 보고 중년기에 대한 긍정적인 면을 강조하기도 하였다.<sup>30)</sup>

깁스(Gibbs, 2005)의 연구에서 중·상류층과 전문직 여성이 50대부터 가장 만

25) 김명자, “중년기 위기감 및 그 관련변인에 관한연구”, 이화여자대학교, 박사학위논문, 1989, p.34

26) 김광희, “메디컬 스킨케어가 중년여성의 행복감에 미치는 영향”, 대구한의대학교, 박사학위논문, 2013, p. 10

27) 김명자, “중년기 위기감 및 그 관련변인에 관한연구”, 이화여자대학교, 박사학위논문, 1989, p.34

28) 박금자, “중년기 여성의 우울 구조모형”, 이화여자대학교, 박사학위논문, 1999, pp.9-10

29) 정옥분, 『발달심리학. 전생애 인간발달』, 학지사, 서울, 2013, p.619

30) 김진, “중년기 여성의 심리적 안녕감에 영향을 미치는 요인”, 영남대학교 대학원, 박사학위논문, 2017, p. 19

족스럽고 풍성한 시기임이 도출되었는데 이 시기 동안 가족 구성원으로 역할 때문에 가지지 못했던 직업적, 사회적 활동이 재시작되고 자아발전을 위한 여행, 개발, 취미활동, 모임 등 새로운 시도를 하고 무엇이 자기에게 중요한 것인지를 진지하게 고민하는 시간을 가지게 되며 점차 변모하게 된다고 하였다.<sup>31)</sup> 그만큼 이 시기는 신체적으로는 나약해질 수 있으나 정신적으로는 새로운 미래를 꿈꾸며 다시 일어설 수 있는 시기이며 행복한 미래와 노후를 예측할 수 있다. 사회 전반적으로 평균 수명이 길어지는 요즘 세대에 중년여성의 분포도와 역할 비중이 점차 커지고 있으므로 중년기의 위기를 극복하고 안정적인 삶을 살아갈 수 있도록 이들에 대한 이해와 더불어 건강한 정신과 행복감 증진을 위한 사회적인 노력도 필요하다.

### 3. 중년여성의 취업

2017년도 여성 고용률을 살펴보면 '50.8%로 전년 0.5%p 증가하였고, 연령대 별 고용률을 보면 2017년도 여성의 취업률은 40대 후반이 가장 높고, 이어서 20대 후반, 50대 전반으로 (69.7% > 69.6% > 66.3%) 30대에 변화하는 생활패턴, 즉 결혼과 임신, 출산과 육아 등의 경력단절 발생 이후로 감소 후 40대에 재취업으로 증가하는 추세' 를 보이고 있다. 취업률을 10년 전과 비교하면 20~24세는 감소하는 반면 중년 30~59세의 취업률이 증가하였고 여성 비경제 활동 인구는 1,058만5천 명으로 전년(1062만 2천 명)보다 3만7천 명이 감소하였다는 결과가 보고되었다. 여성 취업에 대한 견해도 긍정적으로 생각하는 여성은 남성보다 높게 나왔고(6.1%) 여성이 생각하는 취업의 가장 큰 장애 요인은 육아였고 다음으로 사회적 시선 및 관행으로 보고되었다.<sup>32)</sup>

굴드(Gould, 1978)는 “직업에 종사하지 않던 여성이 중년기에 이르러 억압했던 권력에 대한 자각으로 자신의 재능 에너지를 발휘할 문제에 당면하게 되는 사실상 의존적 여성에겐 어떤 보상도 없게 된다는 확신을 지니게 된 중년기에 이르러 중년여성은 그 내면적 욕구를 정확히 감지하면서 취업이나 기타활동을

31) 김진, “중년기 여성의 심리적 안녕감에 영향을 미치는 요인”, 영남대학교 대학원, 박사학위논문, 2017, pp. 12-13

32) 통계청: “2018 통계로 보는 여성의 삶”, [kostat.go.kr/wsearch/search.jsp](http://kostat.go.kr/wsearch/search.jsp). pp 23-33

추구하고자 한다”<sup>33)</sup>고 하여 중년기 여성의 취업에 대해 언급하였다. 콕스는 “일반적으로 가정주부의 역할이 중년여성의 정신적인 건강에 부정적인 측면으로 적용되어 과거 전통적 역할 안에서 의존적이며 타인의 요구를 자신의 요구보다 충족시켜온 비취업 주부는 자아존중감이 낮은 경향을 보이며 위기감을 겪는다. 그리고 취업 주부의 경우 전 인생 주기를 통하여 스스로 해결하는 능력을 키워왔으므로 중년기 변화에 대한 사회적 적응 능력이 크다”고 하며 취업의 역할 적인 부분을 언급하였다.<sup>34)</sup>

중년여성에게 있어서 취업은 가정에서의 역할이 감소 되는 것이 아니라 직장생활과 가정생활의 이중역할로 어려움을 경험하거나 아니면 중년여성 본인의 자아실현이나 마음의 변화 등의 이유로 취업하기 때문에 기존 중년여성의 취업은 본인의 삶의 행복감에 긍정적, 부정적 효과가 나타난다고 볼 수 있다.

취업에 의한 불안정효과는 신체적인 측면에서는 직업과 가정의 이중적인 책임에 의한 스트레스가 발생 되면서 동시에 나타난다고 볼 수 있고 외적인 측면은 업무의 불안정과 과도한 업무 그리고 상반된 업무로 인한 심리적 갈등이다.

중년여성의 취업에서 2017년도 여성 취업자 중 전문직종 및 관련 직종이 23.5%로 많았으며 긍정적인 부분을 차지하는 취업직종에서는 전문직종일수록 취업 활동을 유지하고 있는 것으로 보아 자신의 삶을 만족한다고 볼 수 있고, 전문직종은 대체로 사회경제적 보상과 인정의 기회가 높은 것으로 여성들의 전문직 취업률은 사회에서 여성들의 지위를 나타내 주는 하나의 지표가 되고 있다.<sup>35)</sup>

중년여성은 이미 결혼과 출산에 이어진 양육을 하게 되므로 오랫동안 비 취업 상태에 머물러 있다가 재취업 시 예전의 경력 활동을 인정받을 수가 없어서 취업할 때 시간제 근무나 비정규직으로 일하는 성향이 강하다.<sup>36)</sup> 2017년 여성의 비정규직 근로자는 3,632,000명으로 남성보다 686,000명이 더 많았고, 연령 별 비정규직 근로자의 비중은 22.7%가 50~59세로 가장 많았고, 60세 이상 21.8%이고 40~49세 21.2%, 시간제 근로자는 1,902,000명으로 비정규직 근로자 중에서

33) 김명자, “중년기 위기감 및 그 관련 변인에 관한 연구”, 이화여자대학교 대학원, 박사학위 논문, 1989, p.25

34) Cox, C.B. “Illness Behavior in Mid-life Women”, Unpublished Doctoral Dissertation. 1980. The University of Maryland.

35) 윤형숙 “여성의 직업 생활경험과 삶의 질”. 목포대학교여성문제연구소, 여성연구. Vol. 7.No. 1999, pp.49-93

36) 배해선 “기혼여성의 비정규직 고용증가의 원인 분석”. 부산대학교 여성연구소, 여성학연구, Vol. 10, No1. 2000, pp. 119-137

52.4%를 차지했다.<sup>37)</sup> 이러한 중년여성의 경제활동은 주부로서는 얻을 수 없는 사회적인 활동으로 심리적으로는 성취감을 느끼게 되고 결과적으로 보상과 더불어 소득을 통한 생활 수준의 상승으로 생활의 안정감을 가져올 수 있으며 이를 통해 가정과 개인의 능력을 최대한 활용하는 성향이 증가함을 알수 있다.<sup>38)</sup> 그러나 안정적 취업과는 다르게 불안한 취업 생활은 모든 생활에도 영향을 미칠 수 있으며 본인에게도 반영되어 행복감과 삶의 질에 있어서 부정적인 요인이 될 수 있다.

---

37) 통계청: “2018 통계로 보는 여성의 삶”, [kostat.go.kr/wnsearch/search.jsp](http://kostat.go.kr/wnsearch/search.jsp). pp 28-29.

38) 김혜연, “취업주부의 시간제약에 따른 자녀관리 전략에 관한 연구”, 제주대학교 학술저널, Vol. 35, No 1, 1990, p.461-471

## 제2절 뷰티 관리 행동

### 1. 뷰티 인식 행동

‘뷰티 인식 행동’이란 각기 단어 하나하나에 의미가 내포되어 있다. 뷰티(Beauty)는 ‘아름다운 것’을 통틀어 일컫는 영어이고 ‘인식(認識)’란 사물을 분별하고 판단해서 하는 일을 말하는 명사이며 ‘행동(行動)’이란 몸을 움직여 동작하거나 어떠한 일을 함, 심리적 의미론 내적·외적 또는 자극에 대한 생물체의 반응을 지칭하는 단어이다. 즉 ‘뷰티 인식 행동’이란 아름다움에 대해 알고 분별하고 판단해서 하는 동작이라고 말할 수 있다. 뷰티 부분에선 외모 관리 행동도 이 범주에 속한다고 할 수 있다. 행복과 외모 관리의 관련성에 관한 연구는 2000년대 패션 분야의 학자들로부터 시작되었다. 카이저(Kaiser, 1990)는 “외모 관리는 타인과의 관계를 통해 자신의 매력을 표현하고 표출해 나가는 과정”이라고 하였으며, “사회 속에서 남들에게 자신을 표출하는 하나의 방법”이라고 하였다.

#### 가. 뷰티 관심도

뷰티 관심도란 현재 뷰티 패션 업계와 사회 모든 부분에서 머리와 얼굴, 손과 발톱 등을 아름답게 단장하고, 이러한 행동 등을 인식하고 주의를 기울이고 가꾸는 것과 뷰티 패션산업 모든 것에 대한 관심도를 의미한다.<sup>39)</sup> 현 사회적 분위기는 외모의 관심이 곧 개인의 경쟁력과 결부되어 변모하고 있으며 외적인 것이 아름다우면 내적인 것도 아름다워질 수 있다고 믿는 사회로 바뀌어 가고 있는 상태이다.

외모가 첫인상을 결정짓는 가장 큰 요소라고 하여 얼굴, 몸매, 피부, 화장, 패

39) 설현진, “청소년의 외모에 대한 사회문화적 요인에 따른 외모만족도와 뷰티행동에 관한 연구”, 성신여자대학교 대학원, 박사학위논문, 2010. p.20

선, 등을 신경 쓰는 것이며 얼굴은 상대방이 보는 첫 번째 신체적 개인적 특징으로 스스로 나타낼 수 있는 대표적 표상이다. 이것은 사람의 첫인상을 결정하는 중요한 단서이기 때문이다.<sup>40)</sup> 피부 관리 행동, 헤어 관리 행동, 화장 행동에 대한 미용 관심이 의사소통이나 대인관계에 긍정적인 영향을 미치며<sup>41)</sup> 중년여성들의 사회적 변화 부분에서 역할의 증대와 함께 사회활동을 희망하는 여성들이 증가하고 있다. 따라서 중년여성들이 뷰티에 관심을 가지고 젊은 날의 자아로 돌아가기 위한 노력이 필요하다. 이와 관련하여 뷰티관심도에 대한 선행연구를 살펴보면 <표 3>과 같다.

표 3. 뷰티 관심도에 관한 선행연구

연구자(년도)	제목
이경숙 (2007)	성인 여성의 외모 관심도에 따른 추구 이미지와 외모 관리행동
정경숙, 서경현 (2002)	미용에 대한 만족과 관심 및 자기효능감이 자아존중감에 미치는 영향
최수경 (2007)	여성의 신체 만족도, 욕구, 의복 가치관과 화장행동과의 관계.
조안진 (2010)	한국 실버 여성의 뷰티 관심도와 향후전망
김태미(2010)	다문화가정 구성원의 자아존중감과 신체 만족도에 따른 의복 행동 및 뷰티 관심도에 관한 연구
김영란 (2010)	대인관계에 영향을 미치는 미용 관심 요인연구
전남진 (2014)	가치관 유형에 따른 소비자 집단의 뷰티 관심도와 메디컬케어 구매행동
김효정(2016)	20.30대 여성들의 가치관에 따른 뷰티라이프 스타일 행동과 뷰티관리 행동실태 연구

## 나. 뷰티 중요성

뷰티 관리의 중요성이란 우리가 인식하는 뷰티관리, 즉 화장부터 피부관리에 손톱 등을 아름다워지게 만드는 행동을 ‘귀중하고 요긴함’ 이란 사전적 의미를 지닌 중요성이란 의미와 접목하여 ‘아름답게 관리하는 행동의 귀중하고 요긴함’ 이라고 할 수 있다.

여성들이 자신의 외모를 관리하고 통제해야 하기에 스트레스를 받기도 하지만

<sup>40)</sup> Hassinon, R, Trope, Y. "Facing faces: studies on the cognitive aspects physiognomy". Journal of Personality and Social Psychology, 78(5),2000, pp. 837-85

<sup>41)</sup> 김영란, "미용심리치료를 위한 자가 미용교육 프로그램 개발에 관한 연구", 서경대학교대학원, 박사학위논문,2010, pp.20-22

이러한 뷰티는 성취감도 얻고 개개인의 목표의식을 갖게 하는 등의 긍정적인 심리 성과도 얻을 수 있다. 오늘날 여성들의 뷰티 관리가 하나의 자본이 되는 현상으로 외모는 선천적으로 타고난다는 과거의 개념과는 다르게 후천적인 노력과 꾸준한 관리로 이룰 수 있는 것으로 사회 개념이 바뀌게 되었다. 이로 인해 여성들의 외모 관리에 대한 요구와 기대가 증가되었으며, 이러한 현상은 신체와 관련된 뷰티 산업이 급속히 성장하는 결과를 가져오게 되었다.<sup>42)</sup> 이처럼 뷰티 관리의 긍정적인 면이 알려지게 되고 뷰티의 중요성을 인식하게 되면서 여성들이 조금씩 내적으로만 바라왔던 뷰티 관리 행동들을 연구하고 관심을 보임으로 뷰티 산업이 더욱 성장할 수 있는 계기가 되었기에 개인의 뷰티에 대한 중요성 인식은 중요한 부분이다. 뷰티의 중요성은 외모지상주의가 팽배해진 현시점에서 더욱더 대두되는 관행이기도 하다.

‘마크로밀엠브레인 트렌드모니터(trendmonitor.co.kr)’ 라는 시장조사 전문 기관에서 ‘전국으로 남녀 만 19세~59세, 천명을 대상으로 본인의 자존감과 외모에 관한 평가 조사를 실시한 결과, 사람들은 자신에게도 몇 가지 좋은 장점들이 있으며 자신이 가치 있는 만큼 일을 잘할 수 있다고 생각하는 것으로 조사되었다. 그러나 이러한 자신감 있는 태도와는 반대로 본인 스스로에 만족을 느끼고 있다는 응답자는 절반 정도(50.6%)로 나타나, 자신감과 만족감 사이에 약간의 괴리가 있는 것으로 해석해 본다. 이렇게 자신감이 있음에도 불구하고, 본인에 대한 만족감과 자존감이 낮은 이유가 개인의 자아존중감은 주로 외모 만족도와 가까운 연관성이 있는 것으로 조사되었다. 자신의 모습에 만족하는 사람(45.8%)이 반밖에 미치지 못하는 결과는 개인의 품성과 능력 등 내적 부분에 자신감이 있더라도 외모에 대한 만족감이 자아에 대한 평가에 더 확실한 영향을 끼치고 있으며, 자아 존중감에도 적지 않은 영향을 준다는 것’으로 해석된다.

결과 중 전체 10명 중 9명이 한국은 사람을 평가할 때 외모로 판단하는 경향이 있다고 생각할 만큼 ‘경쟁력이 외모인 시대’ 라는 정도 현세대에선 내면의 모습보다는 외모를 중시하는 태도를 나타내고 있었다. 실제로 외모로 평가하는 경향이 타인을 만날 때 두드러지게 나타났는데, 자아 존중감이 낮게 나올수록 타인을 외모로 보지 않는다는 응답이 있었다. 자신에 대한 만족도가 낮고 자아

<sup>42)</sup> 서은혜, “자기애성향 신체의식과 외모관리 행동 및 화장의 심리적 효용의 관계연구”, 성신여자대학교 대학원, 박사학위 논문, 2011, p.26



존중감이 낮을수록 타인의 외모를 판단하며 스스로 결정을 내리고, 외모에 자신감을 가진 사람들이 타인에게 오히려 관대한 성향을 나타내는 것이다.<sup>43)</sup> 이렇듯 외모 관리 중요성이 언급되고 있는 현시점에서 뷰티의 중요성을 인식한다면 자연스러운 뷰티 행동을 하게 하는 결과이므로 뷰티 중요성 인식에 대한 연구가 필요하다 사료된다.

---

<sup>43)</sup> 마이크로밀 엠브레인 트렌드모니터: [trendmonitor.co.kr/tmweb/trend/allTren](http://trendmonitor.co.kr/tmweb/trend/allTren). 검색일자: 2019.04.07

## 2. 뷰티 관리 행동

뷰티 관리 행동은 외적 만족도를 높이기 위하여 개인적인 아름다움을 만들어 가는 수단과 방법으로서 상대방이 자신을 보았을 때 기대 이상의 모습으로 보여지게 되고 시각적 이미지를 최대한으로 이끌어가기 위한 행동의 실태이다. 뷰티 관리 행동이란 뷰티와 관리 행동의 합성어로 뷰티 관리 즉, 미용 산업의 전반적인 헤어 관리 행동, 피부 관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동, 성형관리 행동, 체형관리 행동 등의 아름다워지기 위한 모든 수단이다.<sup>44)</sup>

생활 수준의 향상으로 개인의 매력 발산을 위한 아름다움을 가꾸는 일은 현대 사회에서는 당연히 해야 할 과제 중의 하나이다. 이러한 매력을 가꾸기 위한 방법의 하나인 뷰티관리 분류를 선행연구를 살펴보면 <표 4>와 같다.

표 4. 선행연구의 뷰티관리 분류

연구자(년도)	제목	뷰티관리 분류
장혜선 (2014)	신체 이미지와 외모 관리 행동이 심리적 안녕감에 미치는 영향	패션관리, 헤어관리 메이크업, 체중관리 피부관리, 네일관리
이하나 (2016)	남성의 연령 별 가치관이 뷰티 관리 행동에 미치는 영향 및 외모 만족도에 관한 연구	메이크업, 피부관리 헤어관리, 두피관리 미용성형, 체형관리
김효정 (2016)	20.30대 여성들의 가치관에 따른 뷰티라이프 스타일 행동과 뷰티 관리 행동실태 연구	헤어관리, 피부관리 메이크업, 성형관리 치아관리, 체형관리 뷰티정보원
이주미 (2017)	중년 남성의 미용 건강 관리 행동이 신체매력지각, 자아존중감 및 대인관계성향에 미치는 영향	헤어, 피부미용 메이크업, 영양관리 운동관리

44) 이하나, “남성의 연령별 가치관이 뷰티 관리 행동에 미치는 영향 및 외모 만족도에 관한 연구”, 경성대학교 대학원, 박사학위 논문, 2016, p.12

## 가. 피부 관리 행동

일반적으로 피부 관리란 외적에서 보이는 관리 중에서 얼굴 관리 중 첫 번째의 중요한 관리이다. 현대인들에게 피부관리는 요즘 세대는 피부의 상태에 따라서 나이를 거꾸로 갈수 있는 방법의 하나로 여겨지고 있으며 꼭 필요한 외모 관리 행동이다. 자기관리가 중요시되는 요즘에 간과해서는 안 되는 부분이다. 이를 반영하듯 미용 제품 개발기업이나 홈쇼핑, 인터넷 같은 매체에서도 샵에서 받을 수 있는 피부 관리 이외에 셀프 관리 기기나 피부가 좋아질 수 있는 기법이나 제품들이 많이 개발과 판매되고 있는 추세이다. 피부 관리의 목적이 화장품이나 기기를 이용하여 전신의 피부를 관찰한 후 피부 상태에 따라 맞춤형 관리를 하는 것으로 고객의 외적 아름다움의 증가를 위한 관리와 심리적으로는 안정감과 그에 따른 만족감을 제공하는 것에 있다.<sup>45)</sup> 피부 관리는 ‘피부의 기능을 최적의 상태로 유지 시키면서 관리하는 것이 노화에 대하여 대비할 수 있는 적극적인 방법 중 하나’ 라고 할 수 있다. 노화를 예방하고 자아에 대한 인식이 밝게 변모하면서 심리적으로도 긍정적인 효과와 자기성취 및 자아 만족으로 행복감과 삶의 변화에 대한 만족감을 느끼게 한다. 노화나 피부에 대한 여성들의 고민은 심리적으로나 신체적으로 스트레스를 유발 시키며, 이러한 중압감은 우울증과 자괴감 등을 통해 자신의 무가치함을 느끼게 된다. 심리적인 위축 상태일 때 피부 관리는 심신을 안정시키고 스트레스를 해소하며, 심신안정효과를 부여한다.<sup>46)</sup> 따라서 이들이 나이가 들어감에 따라서 아름다운 얼굴을 가지기 위해 노력하는데 가장 기본적인 것이 피부 관리라 할 수 있다.

70년대 과거에는 헤어와 미용업이 마사지와 화장품제품 판매를 위한 부가적인 마사지 개념으로 시작하여 부가가치 창출을 위한 서비스의 개념이었다. 80년대에 이르러 독일 직업박람회를 통해 피부관리사라는 직업이 생겨났고 피부 미용 쪽에 관한 정부와 여성들의 관심으로 기능교육으로 전환되었다. 1981년 이후 YWCA 여성 직업개발부 관리 감독의 저소득층 여성을 대상으로 한 일정한 교육수

45) 오수연, “가치에 따른 소비자 집단의 외모 관여도와 피부관리 구매 행동”, 충남대학교대학원, 박사학위 논문, 2012, p.8

46) 김선미, 김미연, 조경환, 강태근 등. “한국에서의 재가 노인환자를 위한 기능상태 평가도구”, 노인병 학회지, 4(1), 1999 재인용

료 후 피부 미용업에 종사할 수 있었다. 1983년 이후로 피부관리실이라는 전문적인 관리실이 생겨 남으로써 피부관리사라는 전문직이 생기고 관리실전용 제품이 한국에 수입됨과 함께 그에 따른 다양한 교육과 시스템이 도입되어 피부 시장에 체계적이고 이론적인 활동이 증가 되고 전문적인 인력 양상이 시작됨을 알 수 있었다.<sup>47)</sup> 현재는 피부 관리 행동은 피부관리실을 이용하거나 마사지제품이나 팩을 통한 셀프(Self)관리, 피부과와 같은 의료기관을 통한 관리가 있으며 다양한 기능성 앰플이나 화장품을 사용하는 주기적 방법 등으로 이루어진다.

현재 피부관리의 꾸준한 업종증가와 함께 전문직으로서의 변화 종사자 수의 꾸준한 증가로 보아 현시대에는 피부 관리가 많은 인기를 가지고 있으며 사치가 아닌 일상생활의 한 부분으로 자리 잡았음을 암시한다.

100세 시대의 도래와 함께 삶의 질이 향상되고 장수수명이 늘어나는 등의 사회적 변화에 따라 피부관리업의 동향을 살펴보면 <표 5>와 같이 피부관리업은 14년 대비 58.8% 증가하였음을 알 수 있다.

표 5. 국세통계로 보는 100대 생활업종 증감률 순위. 국세청

순위	업종명	2014년 9월	2017년 9월	증감률
6	피부관리업	17,539	27,849	58.8%
32	미용실	83,013	94,908	14.3%

(단위 : 개)

이와 같은 피부 관리 업종증가 추세를 보면 현 사회적 변화에 자기관리의 한 단계로 피부 관리가 중요한 부분을 차지하고 있다는 결과를 알 수 있으며 과거에는 경제적 능력이 있어야 이용해야 하는 관리로 여겨졌지만 현재는 경제적 수준과 상관없이 모두가 관심을 가지고 이용하고 관리하고 있다는 결과를 말한다.

선행연구에 의하면 50세 이상의 중년여성을 상대로 피부 관리 행동이 행복감에 미치는 영향을 검증한 결과는 ‘피부 관리를 통하여 만족감과 자기효능감, 자기존중감, 행복감이 상승하였고 만족감이 높아질수록 자신의 행동선택에 대한 확신과 자신에 대한 긍정적 사고방식 등 자신을 가치 있게 생각하게 된다’ 는 점에서 중년여성의 뷰티 관리 중 피부 관리 행동의 중요성이 도출된다.<sup>48)</sup> 연령과

47) 전종국, “외모관리서비스 이용행동과 만족도”, 경희대학교 대학원, 박사학위 논문, 2008, p.11

학년이 높아질수록 피부 건강 관리에 관한 지식수준이 높았으며 생활 수준이 높은 사람들이 피부 관리에 관한 지식수준도 높았다는 연구결과와 함께 본인의 피부 상태에 따라 자아가 변화한다는 결과가 보고되었다.<sup>49)</sup>

피부 관리 행동에 관한 선행연구를 <표 6>와 같이 정리하고 피부 관리 행동은 외모 관심도와 밀접한 관련성을 가지고 조사대상자의 인구통계학적 특성, 환경, 관심도에 따라 차이를 알 수 있다.

표 6. 피부 관리 행동에 관한 선행연구

연구자(년도)	제목	변인
김경희(2002)	한·중일 여대생의 라이프 스타일에 따른 피부관리, 화장행동, 구매 행동 비교	인구통계학적 특성 라이프스타일
전종국(2008)	외모관리 서비스 이용행동과 만족도	외모관리, 피부미용 경락마사지
임진숙(2008)	서비스 이용자의 개인특성과 사회적 영향이 이용동기, 몰입 및 이용의도에 미치는 영향	피부미용서비스 개인특성, 사회적영향
김금란(2010)	피부관리가 40세 전후 여성의 피부 안면 피부상태에 미치는 영향	피부관리, 피부상태
이지영(2012)	피부관리에 대한 태도, 규범, 행동통제가 피부관리 행동에 미치는 영향	피부관리 인구통계학적특성
오수연(2012)	가치관에 따른 소비집단의 외모 관여도와 피부관리 구매행동	피부미용가치관, 관여도 피부관리구매행동
박혜원(2013)	자기표현, 외모 관리 행동 및 외모만족이 심리적 안녕감에 미치는 영향	심리적안녕감, 자기표현 외모관리행동, 외모만족
장혜선(2014)	신체이미지와 외모관리 행동이 심리적 안녕감에 미치는 영향	피부, 헤어, 네일 패션, 체중관리
김정숙(2014)	자기애성향과 신체존중감이 뷰티관리 및 헤어행동에 미치는 영향	자기애, 신체존중감 헤어행동, 뷰티관리

48) 김정숙, “중·노년 여성의 피부미용 관리가 행복감에 미치는 영향에 관한 연구”, 서울벤처대학교대학원, 박사학위 논문, 2009, pp.71-75

49) 전종국, “외모관리 서비스 이용 행동과 만족도”, 경희대학교 대학원, 박사학위 논문, 2008, p.71

## 나. 화장 행동

화장 행동은 ‘메이크업’ 이라고 도하며, 얼굴의 장점을 나타내고 단점을 수정, 보완하여서 아름답게 꾸며주는 모든 행위로서, 얼굴을 중심으로 색과 향을 통해서 아름다움을 표하는 여러 가치추구 행위이다.<sup>50)</sup> 과거에 화장 행동은 성적 매력 표출의 본능설과 피부를 보호하는 보호설 신분 표시의 신분설등 실용과 종교적 목적으로 실행되어왔다.<sup>51)</sup>

‘루비족(RUBY)’ 이란, 신선함(Refresh), 비범함(Uncommon), 아름다움(Beautiful), 젊음(Young)의 단어의 첫 글자를 따서 조합한 말로, 평범하고 전통적인 아줌마를 거부하며 트렌디하고 세련된 이미지를 추구하는 40~50대 여성을 일컫는다.<sup>52)</sup> 중년여성의 지속적인 사회활동과 건강에 관한 관심과 노력, 취미생활로 자아를 발전시키고 젊어지려는 노력이 외모 가꾸기에 관심을 갖는 새로운 라이프 스타일을 반영하는 말이기도 하다. 이러한 자기표현의 일환으로 화장관리는 뷰티관리 중 대표적으로 빠르게 표현되고 보여줄 수 있는 관리에 속한다. 외모를 가꾸는 것이 하나의 경쟁력이라는 사회적 분위기도 중년여성의 변화에 영향을 끼쳤다고 볼 수 있으며 이에 문화생활을 즐기고 피부관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동 등 미용에 시간과 지출 비용을 상당 부분을 투자한다.<sup>53)</sup> 그리고 중년여성의 메이크업 추구 이미지에선 ‘세련된 이미지’, ‘젊어 보이는 이미지’, ‘우아한 이미지’를 추구하며 색을 이용한 눈화장으로 이미지를 상승시키거나 변화시키고 싶어 하였다.<sup>54)</sup>

중년여성은 집에 있는 시간과 근거리 외출 시에도 눈썹 뷰러를 이용하여 눈매 화장 연출을 하고 피부화장 제품을 사용하는 화장관리 행동을 필수로 하였다. 화장관리 행동 목적으로는 나이·세월·흉터 커버의 ‘감춤’ 이고 완벽한 피부

50) 이정원, “메이크업서비스 요인이 고객만족도에 미치는 영향”, 원광대학교대학원, 박사학위 논문, 2014, p.30

51) 남금희, “메이크업 아티스트 제품시연이 소비자 반응에 미치는 영향”, 조선대학교 대학원, 박사학위논문, 2012, p.15

52) 매일경제용어사전, <http://www.terms.naver.com/entry.nhn?docId=19988&cid=43659&categoryId=43659> .[검색일자: 2019년3월29일]

53) 주영주, “한국 중년여성의 추구 이미지에 따른 메이크업 디자인 유형화”, 서경대학교 대학원, 박사학위논문, 2015, pp.19-20

54) 주영주, “한국 중년여성의 추구 이미지에 따른 메이크업 디자인 유형화”, 서경대학교 대학원, 박사학위 논문, 2015, pp.78-79

감추기의 결과를 위하여 단계가 많아지고 진하기가 다소 강해지는 행동도 보였으나 이러한 행동은 스모키 메이크업을 통해 ‘드러내고’ 있는 행동으로 간주하여 결과적으로 감추기와 드러내기 메이크업을 통해 ‘타인의식’이라는 의미와도 연결됨을 나타낸다.<sup>55)</sup> 입원 환자에게 화장관리 행동은 사회적 존재로 느끼게 하고 삶의 의욕을 높여 빠른 치유가 된다.<sup>56)</sup> 이는 화장관리 행동이 심리적 변화의 중요한 역할임은 나타낸다.

이러한 화장관리 행동은 메이크업 아티스트들의 기술적인 테크닉을 통하여 화장관리 행동 서비스를 받음으로 본인이 이루고 싶거나 변모하고 싶은 모습을 만들어 주기도 하고 꾸미지 못한 능력을 가진 이들은 교육이나 제품을 통해 방법을 알 수도 있고 배워감에 여성으로서의 행복을 느끼는 뷰티 행동 관리 중의 하나로 중요성이 여겨진다. 화장관리 행동에 관한 선행연구를 <표 7>와 같이 정리하고 화장관리 행동은 행복 특징과 자아존중감 만족도에 따라 차이를 알 수 있다.

표 7. 화장 행동에 관한 선행연구

연구자(년도)	제목	변인
김경희(2002)	한,중,일 여대생의 라이프 스타일에 따른 피부관리, 화장관리, 구매행동 비교	라이프 스타일, 피부관리, 화장관리
서은혜(2011)	자기애 성향, 신체의식과 외모 관리 행동 및 화장의 심리적 효용의 관계 연구	자기애, 신체의식, 외모관리행동, 화장의 심리적 효용
강근영(2011)	여성의 메이크업과 얼굴 부분별 형태가 인상형성에 미치는 영향	메이크업의 인상형성, 메이크업의 효용성
이정원(2014)	메이크업 서비스 요인이 고객만족도에 미치는 영향	미용서비스, 메이크업서비스, 고객만족도
박혜원(2013)	자기표현, 외모 관리 행동 및 외모 만족이 심리적 안녕감에 미치는 영향	심리적안녕감, 자기표현, 외모관리행동, 외모만족
장혜선(2014)	신체 이미지와 외모 관리 행동이 심리적 안녕감에 미치는 영향	피부, 헤어, 네일 패션, 체중관리
김정숙(2014)	자기애 성향과 신체 존중감이 뷰티관리 및 헤어 행동에 미치는 영향	자기애, 신체존중감, 헤어행동, 뷰티관리

55) 정수정, “중년여성의 메이크업 행동과 경험을 통한 의미연구”, 건국대학교, 석사학위 논문, 2017

56) 이혜성, 「Make-up Design」, 2003, 현문사.

## 다. 네일 관리 행동

네일 관리 행동은 매니큐어(Manicure)와 페디큐어(Pedicure)가 있는데 이는 손 관리와 발 관리를 이르는 명칭이다. 과거 우리나라 네일 관리는 깨끗한 케어와 매니큐어만 바르는 행동으로 머물렀으나 현대 네일 시장에서는 네일 부분에 ‘젤’이 활성화됨에 따라서 젤 전문 네일숍이 등장하는 만큼 ‘젤 아트’라는 새로운 기술과 제품의 발달로 화려하게 꾸미는 트렌드로 변화하고 있다. 선행연구를 살펴보면 네일아트 디자인에 관한 많은 연구가 이루어짐도 이에 따른 결과이기도 하다. 중년여성의 사회진출이 늘어나면서 자신을 꾸미는 일에도 네일 관리 행동이 많은 부분을 차지하고 있으며 네일 행동에 대한 필요성을 인지하는 여성들이라면 네일 관리 행동을 ‘패션 필수 아이템’이라고 한다.<sup>57)</sup>

네일 관리 행동은 다른 뷰티관리 행동에 비해 자신이 선호하는 스타일을 스스로 선택할 수 있으며, 개인적 자신감 증진에 영향이 있다.<sup>58)</sup> 이것은 네일 관리 행동의 심리적 영향 부분을 시사한다. 최근엔 다양한 뷰티 관리 방법 중 사회적 관심의 증대로 주목받고 있는 뷰티의 한 분야는 네일 관리 행동이라 할 수 있다.<sup>59)</sup> 네일 관리 행동은 외모 관리 행동 부분에서도 결과가 눈에 보이며 작업하는 부분 중의 하나이며 시술 중에도 만족감을 눈으로 빨리 확인할 수 있는 관리 부분이다. 네일 관리 행동 선행연구 부분을 <표 8>와 같이 정리하고 가치관, 자기애, 자아존중감, 만족도, 심리적 특성에 따라 차이를 알 수 있다.

57) 편수명, “한국 전통소재를 이용한 네일아트의 전통성과 심미성에 관한 소비자 반응”, 조선대학교 대학원, 박사학위논문, 2012, p.9

58) 박은주, “네일 미용 서비스 품질의 지각된 가치가 고객의 자신감과 행동 의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 용인대학교대학원, 박사학위논문, 2017, p.127

59) 최은혜, “미용실 서비스업 성장 둔화”. 뷰티신문수2면. 2011.1.12. 통계청 [배선 영·박길순 (2011). “심리적 안녕감에따른 네일관리행동연구”. 복식문학연구.19(6). pp.1235-1246.]에서 재인용.



표 8. 네일 관리 행동에 관한 선행연구

연구자(년도)	제목	변인
이계정(2013)	네일샵고객의 가치관 유형에 따른 추구혜택과 구매행동의 관계지속성 연구	가치관, 네일추구혜택 네일구매행동, 관계지속성
유선미(2014)	자기애성향이 네일서비스 추구혜택, 구매행동과 만족도에 미치는 영향연구	자기애성향, 네일서비스 구매행동, 네일서비스추구혜택
장혜선(2014)	신체이미지와 외모관리 행동이 심리적 안정감에 미치는 영향	심리적 안정감
박은주(2017)	네일미용 서비스 품질의 지각된 가치가 고객의 자신감과 행동의도에 미치는 영향에 관한연구	네일미용서비스품질, 가치, 자 신감, 몰입, 만족도, 행동의도

## 라. 반영구화장 행동

반영구화장 행동은 미국은 ‘Permanent Make-up’, ‘Permanent Cosmetics’, 일본은 ‘아트(아트メイク)메이크업’ 이라고 한다. 독일에서는 이러한 행동을 윤곽을 수정하여 자연스러운 아름다운 얼굴을 만들어 주는 화장이란 뜻으로 ‘컨투어 메이크업(Contour Makeup)-윤곽메이크업’ 이라고 하며, 인도네시아에서는 ‘Sulam’ 그리고 ‘눈썹(alis)’ 를 합쳐 인도네시아어로 ‘Sulam Alis’ 라고 통용 되고, 엠보대 라는 ‘핸드 툴’ 을 이용하여 주로 선을 이용하는 기법을 ‘3D’ 라고 부른다. 대만이나 중국에서는 구분을 하지않고 ‘문신(文身)’ 으로 불리고 있다.<sup>60)</sup> 한국에서는 총괄적으로 반영구화장으로 정의하나 연구자는 ‘반영구화장 행동’ 이라고 칭하겠다. 한국의 경우 눈썹은 기법에 따라 자연 눈썹 문신, 엠보 눈썹 문신, 페더링 눈썹, 콤보 눈썹, 3D 눈썹, 4D눈썹, 수지 눈썹 등 기법이나 시술자, 단체 등에 따라 다른 명칭을 사용하기도 한다.

현재 반영구화장 행동은 세계 여성들의 화장관리 행동에 소요되는 ‘시간 단축’ 이라는 편리함이 공존하는 아름다움을 표현해주고 있으며 없는 눈썹도 그릴 수 있으며 없는 머리털도 표현이 가능하고 눈매도 크게 표현할 수 있다는 부분에서 ‘정신적인 여유로움과 자신감을 느끼게 해주는 화장의 혁명’ 이라 할 수 있다.<sup>61)</sup> 현재 반영구화장 행동은 숨기기만 했던 과거와는 다르게 SNS의 발달과 더불어 반영구화장 관리 행동 관련 기술들과 모양들이 쏟아져 나오면서 눈썹을 잘못 그리거나 화장하기 귀찮고 민낯을 선호하는 여성들과 눈썹이 없어서 고민하던 남성들에게까지 관심이 고조되고 있다.

반영구화장 행동은 문신이 기초가 되어 1980년경 안 지워지는 영구 눈썹 문신이 대만에서 나온 후 자연스러운 아름다움을 추구하면서 발달 된 새로운 미용 관리 분야이며 문신의 분야이긴 하지만 천연염료를 사용하고 표피층에 얇게 분자가 가는 미세색소를 주입하여 편리하게 외모를 보완할 수 있으며, 전문가의 기법과 사용되는 재료에 따라 1~2년에서 길게는 3년 정도 화장 효과가 유지된다는 장점으로 남성과 여성 모두에게 인기를 끌고 있다.<sup>62)</sup> 반영구화장 행동의

60) 권우영, “여성소비자의 라이프 스타일 유형별 외모관리 동기가 퍼머넌트메이크업 행동에 미치는 영향”, 경성대학교 대학원, 박사학위논문, 2013, pp.19-20

61) 김진·장희진, 「반영구 메이크업」, 서울, 훈민사, 2011, p.16

유형은 미용 측면에서는 눈썹, 아이라인, 입술 등의 포인트 메이크업으로 간단한 화장술적인 측면과 피부색 복원, 화상, 흉터 복원, 백반증, 유륜색 재건 등의 메디컬 측면으로 구분할 수 있다.<sup>62)</sup>

매일 하게 되는 화장 행동의 대안으로 피부에 색소를 주입하는 것으로 반영구 화장 행동을 선택하지만 사람들의 공통인 이유는 돋보이고 싶은 열망을 내포하고 있다.<sup>64)</sup> 사회생활을 하는 중년여성들에게 화장 행동은 자기관리의 기본이고 상대에 대한 예의이기에, 빠르게 변화하는 우리 사회의 모습에서 이른 아침부터 화장을 시작하고 자기 전에 지우기를 반복하는 여성들의 일상이란 번거롭기가 그지없다. 이러한 현실로부터 해방 될수 있는 방법으로 반영구화장 행동을 선호하는 여성들이 늘고 있다.<sup>65)</sup> 반영구화장 행동에 관한 선행연구는 대중화가 되지 못한 점에 만족도나 시술방법 인지도 연구가 있었고 다양한 연구가 이루어지지 않기에 <표 9>와 같다.

표 9. 반영구화장 행동에 관한 선행연구

연구자(년도)	제목	변인
박희균(2012)	반영구화장 만족도에 대한 연구	만족도
김도연(2015)	반영구화장 시술방법에 따른 한국, 일본, 미국인의 선호도비교	한국, 미국, 일본
김혜옥(2017)	반영구화장의 인지, 실태 및 만족도에 따른 의미와 전망에 대한연구	인구사회학적현황, 피부와 메이크업,반영구화장 인지정도 및 시술행태

62) 김도연, “반영구화장 시술법에 따른 한국, 일본, 미국인의 선호도 비교”, 건국대학교대학원,박사 학위논문, 2015, p.5

63) 김도연, “반영구화장 시술법에 따른 한국, 일본, 미국인의 선호도 비교”, 건국대학교대학원,박사 학위논문, 2015, p.6

64) Pamela Hill, RN. 『Permanent Make up:Tips and Techniques』, 2006. milady.

65) 한선미, “반영구 화장 실태 및 만족도에 관한 연구”, 숙명여자 대학교 원격대학원, 석사학위 논문, 2015

## 제3절 행복감

### 1. 행복의 정의

세계문화 사전에 ‘행복’을 살펴보면 2004년 12월 미국 미시간대 사회연구 조사연구소가 세계 82개국을 대상으로 조사한 행복지수에서 1위부터 17위까지 순서대로 보면 <표 10>과 같다.

표10. 세계 국가별 행복지수 순위

순위	국가	순위	국가
1	푸에르토리코	11	오스트리아
2	멕시코	12	엘살바도르
3	덴마크	13	베네수엘라
4	아일랜드	14	룩셈부르크
5	아이슬란드	15	미국
6	스위스	16	호주
7	북아일랜드	17	뉴질랜드
8	콜롬비아	:	
9	네덜란드	19	나이지리아
10	캐나다	:	

한국은 49위이고 48위는 중국, 일본은 42위를 기록하는 등 동아시아인의 행복 지수를 보면 중하위권에 속하는데, 이에 네덜란드의 사회학자 루트 빈호벤은 “아시아 국가에서 개인의 행복보다 집단을 중시하는 가치가 그대로인 문화 지체 현상을 보이고있다”고 분석했다. 개인의 행복을 먼저 생각할 수 있는 사회적 환경 속에 놓여 있지 못하기 때문에 상대적으로 덜 행복해하는 것이라는 이야기다. 한국이 가진 경제적 여건이나 인프라에 비추어 빈곤국 수준에 있는 다른 나라들 순위에서 나타난 것이 학자들의 관심을 가지게 하면서 다양한 설명이 제시되고 있다. 다이너 외(Diener et al, 2000)는 “상황을 긍정적으로 평가하는 편향이 적다”는 해석과 “낮은 외향적 성격 같은 성격적 요인이나 높은 자살률 등 사회의 질”이 검토될 수 있다.<sup>66)</sup>

한국인에게 행복이란 친숙하게 느끼는 용어가 아니다.<sup>67)</sup> 한국인은 복 받은 삶

66) 이재열, “공공성과 사회발전”, 한국사회 및 성격심리학회 추계학술대회 발표논문집, pp. 19-59

67) 한민, 한성열, “신명나는 삶”, 한국심리학회지:문화 및 사회문제, 15(1), 2009, p.81

을 추구하였다. 행복의 ‘행(幸)’은 우연을 뜻하는 말로 우연히 떨어지는 복이란 것이다. 영어의 Happiness의 접두어 ‘Hap-’도 우연이라는 의미를 가진 것과 유사하다. 행복한가? 이 질문의 답은 쉽지가 않다. 그 의미가 문화마다 또는 개인마다 큰 차이가 있기 때문이다. 이 질문에 인류는 오랫동안 행복한 삶에 대한 답을 찾기 위해 노력해 왔다.<sup>68)</sup>

## 2. 행복에 관한 다양한 관점

행복에 관한 철학적 주장은 첫번째로 쾌락주의에 바탕한 ‘즐겁고 편안한 삶’이다. 그리스의 에피쿠로스(BC342-270)는 ‘즐겁다고 여기는 활동을 많이 하고 힘들거나 피하고 싶은 경험을 최소화하는 삶이 행복’이라 하였다. 쾌락의 욕구는 만족하지 못하는 이유이기 때문에 지속할 줄 아는 삶이 행복한 삶이라는 것이다. 두 번째로 디렌딩크(Dierendonck)의 ‘의미있는 삶’으로 진정한 행복은 개인의 덕성을 확인하고 개발과 실현을 통해서 자신의 능력을 초월하는 영성의 구현에 기여하는 삶이란 입장이다. 이것은 아리스토텔레스(BC 384-322)의 행복, 유다모니즘(Eudamonism)과 같다. 국내의 대학에서 행해진 조사는 쾌락 추구자들은 뉴스, 다큐, 독립영화나 고전음악, 독서등을 즐기는 양상을 보이고 의미 추구자들에게 비해 음식, 술, 여가활동, 만화, 도박, 코믹영화를 더 즐기는 것으로 나타났다. 세 번째로 크시켄트미할리(Csikszentmihalyi)의 재미를 추구하는 사람들로 본인이 하는 활동이 재미있기를 바라고 그 활동에 빠질 때에는 시간가는 줄 모르는 ‘몰입’을 경험한다는 관점이다.<sup>69)</sup>

20세기는 인간의 행복 세계에 대해서 과학적 접근이 본격화된 시기로 다양한 심리학 이론의 발전과 함께 행복한 삶에 대하여 명시적 입장이 제시되었다. 정신 분석학을 창시한 프로이드(Freud)는 삶의 ‘무의식과정이 중요하다’ 하였고, ‘인간 본성은 환경과 문화의 갈등을 겪을 수밖에 없으며 이 갈등을 최소화하는 것이 최선’이라는 주장으로 행복에 관해 소극적이고 비관적인 관점이다.

68) 한규석, 『사회심리학의 이해 4판』, 학지사, 서울, 2017, pp.658-659

69) 한규석, 『사회심리학의 이해 4판』, 학지사, 서울, 2017, pp.658-659

정(Jung)의 이론은 성욕설을 비판하며 무의식을 개인적인 것과 집단적인 것을 구분하였다. 그의 행복한 삶은 ‘실천하는 과정을 통해서 진정한 자기가 된다’는 관점이다. 이와 반대로 타인의 시선이나 평가를 이상상에 맞추고 살면 자기 소외나 자기부정에 이르게 된다는 이론이다.<sup>70)</sup>

1960년대부터 1970년대 인본주의 심리학자들은 삶의 건강하고 긍정적 측면에 관심을 가져 긍정심리학의 선구자라고 한다. 매슬로우(Maslow)는 ‘자기실현 욕구를 가장 높은 수준의 인간 욕구’로 보고 있다. ‘자신과 상대방을 있는 그대로 받아들이기도 하면서 타인과 인간적인 관계를 유지하고 자율성과 독립성을 가지고 자신을 일에 애정을 몰두한 창의적 활동을 통하여 자기실현을 이루는 것이 행복한 삶’이라고 하였다. 로저스(Rogers)는 매슬로의 연구결과를 지지한다. 사람이 더 가치 있는 존재가 되기 위해 자신의 능력을 모두 발휘하여 유능한 존재가 되려고 하는 자기실현성향은 수용하지 못할 경우 부적응과 정신장애가 나타난다고 하였다. 따라서 ‘자신의 진정한 모습은 인지하고 수용하면 자기실현적 인간으로 성장할 수 있다’고 한다.

사회적으로 여성의 역할 비중이 갈수록 커나가고 여성이 행복해야 가족 구성원 간에 행복감이 커질 수 있는 만큼 여성의 행복감 증진을 위한 사회적인 프로그램도 많이 연구되고 있다. 행복감을 측정하는 용어가 학자에 따라 주관적인 삶의 질, 행복감, PWBS(psychological well-being), 행복, 삶에 대한 만족도, 웰빙 등으로 다양하게 사용되고 있다고 했고, 또한 포디체(Fodyce, 1988)는 ‘안녕감과 행복감 그리고 삶의 만족도와 사기를 상호 관련되는 유사한 개념’들로 간주하였다.<sup>71)</sup> 디엔너(Diener, 1984)는 행복 연구의 선구이자 대표로서 “외적, 규범적 정의의 유형으로서 행복이란 개인 스스로 속한 사회나 문화가 가지고 있는 가치 체계에 따라 나타나게 되며, 외적 기준은 소득과 교육수준, 여가 생활과 건강상태 등 여러가지 사회적 지표에 의해 개인의 질을 평가하고 비교하려는 입장들이 있고 다음으로 내적, 정서적 정의의 유형으로서 경험에 반한 정서적 반응을 총칭하는 개념이 있고 마지막으로 주관적과 내적 정의의 유형으로서 이는 행복을 결정하는 개인 스스로의 판단 기준에 근거한 생활 만족의 개

70) 권석만, 『긍정심리학: 행복의 과학적 탐구』, 학지사, 서울, 2016, pp.45-47

71) 윤혜선, “중년여성을 위한 H.A.T. 프로그램 개발과 효과”, 동덕여자대학교, 박사학위 논문, 2010, p.17

념” 을 말하였다.<sup>72)</sup>

### 3. 행복에 통합적 모델과 요인들

행복은 개인이 생활 속에서 주관적으로 느끼고 경험하는 것이므로 인구 사회학적 변인은 행복에 영향을 주는 일반적 요인일 뿐 개인의 주관적 행복을 설명하는데 한계가 있다고 지적되었다. 이에 최근에는 개인의 행복에 영향을 미치는 심리적 요인에 관한 활발한 연구가 이루어지고 있다.<sup>73)</sup> 저명한 행복 심리학자들은 행복과의 상관 정도에 따라 <표 11>와 같이 세 가지 수준으로 분류하여 제시하고 있다.

표 11. 행복과 상관을 나타내는 요인들(Peterson, 2006, p.92)

낮은 상관 $r < .2$	중간 크기 상관 $.2 < r < .5$	높은 상관 $r \geq .5$
교육	친구의 수	취업 여부
사회계층	결혼 여부	긍정적 사고
자녀 여부	종교성	자아존중감
지능	신체 건강	행복감의 안정성
성별	외향성	감사하는 마음

<표 11>은 취업 여부와 긍정적 사고, 자아존중감, 심리적 행복감이 행복과 상관관계를 나타내는 높은 요인임을 보여주고 있다. 상관관계는 두변인들과의 관련성을 보여주는 것으로 인과관계는 나타나지 않는다. 이들은 행복의 원인일 수도 행복의 결과일 수도 있다. 인과관계를 밝히기 위해서는 한 요인을 조작적으로 변화 시키고 다른 요인에 관한 그 효과를 살펴봄으로써 인과관계를 확인할 수 있다. ‘구체적으로 어떤 과정을 통해 일어나는지 그러한 원인적 요인들은 서로 어떻게 상호작용을 하여 행복에 영향을 미치는지 등에 대한 설명이 앞으로의 연구과제’ 라고 명시하였다<sup>74)</sup>. 행복의 측정에 있어서 개인이 보고하는 행복의 평

72) 김광희, “메디컬 스किन케어가 중년여성의 행복감에 미치는 영향”, 대구한의대학교, 박사학위논문, 2013, p. 19

73) 권석만, 『긍정심리학: 행복의 과학적 탐구』, 학지사, 서울, 2016, p. 100

균 수준은 비교적 안정적 이라는 사실이 ‘Costa& McCrae, 1984, 1988; Diener, 1994’ 에 의해 입증되었다. 코스타와 맥크라이(Costa &McCrae, 1986)의 결과에서 더 흥미로운 점은 행복과 관련된 요인들에 대한 연구에서 이러한 행복에 영향을 주는 요인들이 30년에 걸쳐 상당한 안정성을 보였다는 점이다.

행복의 요인들이 행복에 중요한가를 보는 시각에 따라 상향 이론과 하향 이론이 존재한다. 상향 이론(bottom-up theory)은 ‘행복이 생활 속에서 경험하는 여러 가지 즐거운 행동에 의해 결정된다’ 는 입장이다. 하향 이론(top-down theory)은 ‘행복이 개인의 유전적인 성질, 성격, 정서 성향 등에 의해 영향을 받는다는 것’ 이다. 두 이론 중 한쪽만 지지하기보다 두 이론을 종합적으로 고려해 볼 때 행복의 과정을 이해할 수 있다. 즉, 행복은 개인 삶의 상황을 어떻게 인지하고 그에 대해 반응하는가에 따라 영향이 있다. 성격적인 면과 삶의 상호작용에 영향을 받는 심리적 과정에서 결정되는 것이다. 이 같은 행복에 대한 기본설명 모델을 보면 다음<그림2>과 같다.

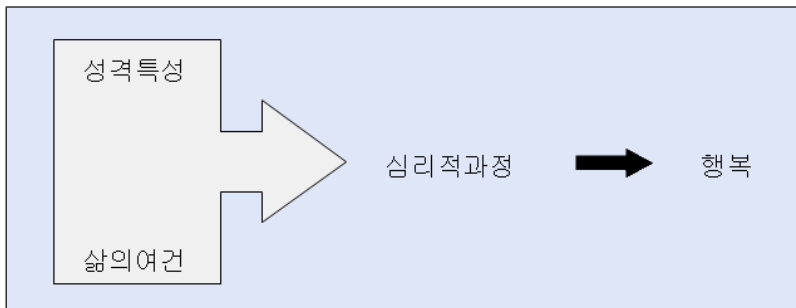


그림2. 행복의 기본적 설명모델. (권석만, 2016)

74) 권석만, 『긍정심리학: 행복의 과학적 탐구』, 학지사, 서울, 2016, p.101



행복의 측정은 실증적 연구(Diener, 1994; Sandvik)에 의하면 스스로 행복 측정이 타인이 보는 행복 측정과 상당한 일치율을 보였다. 행복과 삶의 만족도가 높은 사람들은 일상생활에서 행복표현을 행동으로 하는 경향이 있고 주변 사람들 역시 상대방이 행복하게 사는 것으로 인식했다.

구체적으로 행복과 관련되는 요인들의 관계를 종합적으로 설명한 모델은 <그림 3>과 같다.

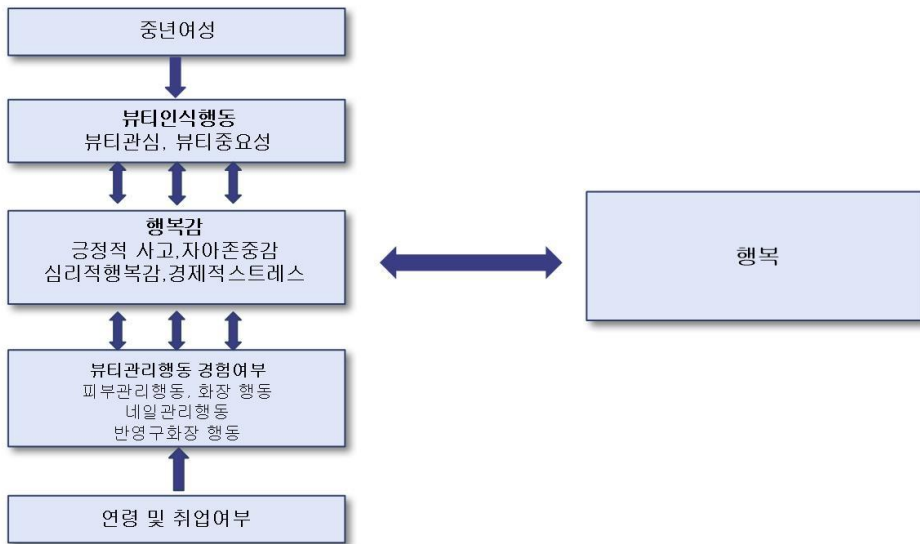


그림3. 행복의 통합적 설명모델 예. (권석만, 2016)

학자들의 이론을 근거하여 행복감을 자아존중감, 긍정적 사고, 경제적 스트레스, 심리적 행복감으로 분류하였다. 선행연구를 살펴보면 중년여성의 행복감을 적용하여 연구한 연구로는 <표 12>과 같이 구분되었다.

표 12. 중년여성과 심리적 과정 선행논문

연구자(년도)	제목	심리적 과정
김경숙(2003)	향기흡입이 중년기 여성의 심리와 생리 반응에 미치는 효과	심리적 행복감
김정숙(2009)	중 노년 여성의 피부미용 관리가 행복감에 미치는 영향에 관한 연구	행복감
정정광(2009)	중년여성의 자아존중감 및 자기효능감이 노후 대책에 미치는 영향	자아존중감, 자기효능감
최정아(2010)	필라테스 운동참여가 신체, 심리적 요인변화 및 심리적 행복감 간의 인과분석	행복감
박미성(2011)	요가운동 프로그램이 중년여성의 스트레스 반응, 체력 및 자아존중감에 미치는 효과	건강, 자아존중감
이영분(2011)	중년여성의 외모 관리 행동에 영향을 미치는 요인	외모
정영희(2012)	플라워 디자인 프로그램이 중년 주부의 스트레스 및 자아존중감과 체내 혈중 호르몬 변화에 미치는 영향	자아존중감, 스트레스
정혜윤(2013)	중년여성의 주관적 행복감에 영향을 미치는 요인	행복감
김광희(2013)	메디컬스킨케어가 중년여성의 행복감에 영향을 미치는 요인	행복감
김미옥(2014)	중년기 여성의 대인애착, 내현적 자기에 및 배우자 지지가 심리적 안녕감에 미치는 영향	심리적 안녕감
장혜진(2016)	중년기 여성의 사회봉사 활동이 심리적 안녕감에 미치는 영향	심리적 행복감
김진(2017)	중년기 여성의 심리적 안녕감에 영향을 미치는 요인	심리적 안녕감 영향요인

## 가. 심리적 행복감

심리적 행복감(Psychological well-being)은 ‘다양하고 복합적인 요인들이 통합되어 나타나는 인지적 긍정적인 정서적 안정적 상태로 욕구 충족에 수반되어 나타나는 유쾌한 감정, 만족감, 도취감’ 등이다.<sup>75)</sup>

중년층의 심리적 행복감은 전반적인 생활의 만족이라는 개념보다는 한 개인이 노화되어 가는 현실이 성공적이라는 결과를 적용함으로써 얻을 수 있는 인생 전반에 걸친 삶의 평가로 파악되었다. 이것은 생애의 오랜 주기를 거쳐 오면서 자신의 목표 성취 또는 다른 사람들과의 관계에 관한 만족 등 여러 요인들에 의해 영향을 받는 자신의 삶에 대한 주관적인 만족감이며 중년의 행복감은 개인이 경험하게 되는 긍정적 정서적 경험과 부정적 정서적 경험을 포함하는 행복감으로 구성된다.<sup>76)</sup>

매슬로는 심리적 행복감을 ‘국한된 자극에 대한 주의 집중, 개인적 자아의 실현, 개인의 성취감, 상황의 몰입으로 인한 시간 감각의 상실’이라 표현하였고,<sup>77)</sup> 심리적 행복감이 자신의 생활을 구성하는 모든 활동으로부터의 만족도와 책임감, 목적들의 성취감을 느끼고, 긍정적 자아상을 지니며 자신을 가치가 있다고 여겨 낙관적인 태도와 감정들을 유지하는 것으로 표현하였으며 어떠한 행위나 행동에 관한 결과의 만족도나 성취감, 잘되길 바라는 행운감, 잘못된 결과에 대한 우울감이나 불안감도 심리적인 행복감의 요인으로도 들 수 있다<sup>78)</sup>. 대부분의 철학자가 행복은 인간행동의 궁극적인 동기이며 최고의 선으로 간주해왔고, 최근에 여러 학자들에 의해 행복에 관한 경험적이고 이론적 연구가 점차 증가되고 있다.

심리적 행복감에 관한 선행연구를 살펴보면 인간의 인생 시기에서 행복의 결핍 상태를 가장 많이 느끼게 되는 시기가 중년기이며 이에 결과로 행복지수와 연령

75) 양명환, “신체활동과 심리적 행복감 : 인지적 - 정서적 상태 측정지 개발.” 한국 스포츠 심리 학회지. vol.09, no.2호, 1998, pp.119-120

76) 김광희, “메디컬 스킨케어가 중년여성의 행복감에 미치는 영향”, 대구한의대학교, 박사학위 논문, 2013, p.20 재인용

77) 최정아, “필라테스운동 참여가 신체, 심리적 요인변화 및 심리적 행복감 간의 인과 분석”, 원광대학교 대학원, 박사학위 논문, 2010, p.28

78) 이우연, “레저스포츠 참여자들의 참여동기, 몰입 및 중독이 심리적 행복감에 미치는 영향”, 용인대학교, 박사학위 논문, 2010

의 상관관계를 나타내는 지표가 U자 곡선의 형태라 하였고, Blanchflower & Oswald(2008)는 ‘세계 여러 나라 80개국 200만 명이 삶에 관한 만족도와 행복 지수를 분석한 결과가 중년기가 가장 행복지수가 낮은 시기’임을 밝히기도 하였다.<sup>79)</sup>

또 한 전종국(2008)은 피부 관리와 경력 경험자가 무경력자보다 체형 만족도와 비만 관리 관심도가 높았다는 결과로 외모 관리에 대한 만족도의 상승으로 행복감과 연관 관계를 도출하였고, 장혜선(2014)은 신체 이미지와 외모 관리 행동과 심리적 안정감과 행복감과의 상관관계가 있음을 분석하였다. 심리적 행복감과 뷰티관리 행동을 연구한 선행연구는 <표 13>와 같다.

표 13. 심리적 행복감과 뷰티 관리 행동 선행논문

연구자(년도)	연구내용	뷰티관리행동
김정숙(2009)	중노년 여성의 피부미용관리가 행복감에 미치는 영향에 관한 연구	피부관리행동
김경은(2013)	뷰티산업 종사자의 사회적 교환관계 행복 및 조직효과성 간의관계	헤어관리행동
김광희(2013)	메디컬 스킨케어가 중년여성의 행복감에 미치는 영향	메디컬스킨케어
장수경(2018)	헤어기업 종사자의 회복탄력성이 행복에 미치는 영향	헤어관리행동

79) 김광희, “메디컬 스킨케어가 중년여성의 행복감에 미치는 영향”, 대구한의대학교, 박사학위논문, 2013, p.19 재인용

## 나. 자아 존중감

자아 존중감은 학자마다 여러 가지 정의로 Maslow에 의하면 ‘자아존중감은 인간들의 다섯 가지 욕구 중의 하나이고 자신이 관심받고 존경받을만한 존재라고 느끼는 감정으로 사랑과 소속감의 욕구와 밀접한 관계가 있다’고 하였으며, ‘인간은 생활이 안정되고 스스로 좋은 평가를 받기를 원하고 자기 자신을 존경하거나 존중하고 타인으로부터 존중받기를 원한다’고 하였다. Rosenberg는 ‘자신의 가치와 능력에 대한 주관적인 평가로서 긍정적 또는 부정적 태도라고 정의’하였다.<sup>80)</sup> Newman은 ‘자신의 능력과 사회적 수용에 대한 자신의 가치 평가 경향이라고 하였다. 자아 존중감은 인간의 기본적 욕구로서 이 욕구의 충족 여부는 인생사를 판단할 정도로 중요하다’고 하였다.<sup>81)</sup> ‘개인 스스로에 대해 인식하고 있는 평가를 뜻하며 이것은 스스로를 받아들이거나 거부하는 것을 나타내기도 하며 개인이 자기 자신의 능력 및 행동이 의미가 많다고 생각하고, 성공적인 존재이며 가치가 있는 존재로 믿게 되는 정도라고 하였다’<sup>82)</sup>

선행연구를 살펴보면 김경란(2014)은 ‘자아 존중감 완화를 위한 뷰티 큐어 메뉴얼을 연구’하기도 하였으며, 김태미(2010)는 ‘다문화가정 구성원의 자아 존중감과 신체 만족도에 따른 의복 행동 및 뷰티 관심도 연구’를, 전용수(2007)는 ‘미용 교육프로그램이 장애인의 자아 존중감, 자기효능감 및 정신건강 증진에 미치는 영향’, 장미숙(2010)은 ‘여성의 외모 관리와 체형관리가 자기효능감과 자아 존중감에 미치는 영향’ 등 자아 존중감과 뷰티 프로그램에 관한 연구들도 시도되어왔다. 자아 존중감이 높을수록 목표에 도달하기 위한 노력 추구, 사랑을 위한 체험, 본인의 필요 존재 인식과 자기 유한성 인식, 만족감과 관계 경험, 긍정적 사고에 유의한 영향을 미친다고 나타냈다.<sup>83)</sup>

중년여성의 자아 존중감은 행복감과 상관관계가 있고 자아존중감이 다리 역할을 하여 행복감을 상승시키는 것으로 보고되었다. 자아 존중감이 높을수록 사고

80) Rosenberg, "Society and the adolescent self-image", Princeton, NJ: Princeton University Press, 1965.  
 81) Brandon, J, E, Oescher, J,& Loftin, J, M. "The self control questionnaire: An assessment". Health Values, 14, 3-9, 1990  
 82) Coopersmith, "The Antecedent of Self Esteem", Freeman, San Francisco, pp.4-5, 1967.  
 83) 강경아, 김신정, 송미경, "초등학교 고학년 학생의 자아존중감과 삶의 의미", 지역사회간호 학회지, Vol.20, No.3, 2009, pp.269-276

의 긍정적 정도가 높아져 삶의 만족을 도출해 내는 것으로 나타났고 경제적 수준이 높은 중년여성일수록 자아 존중감이 높게 보고되었다.<sup>84)</sup> 외모 관리 행동과 자아 존중감에 관한 연구에서 프리틴 세대는 자아 존중감이 낮게 나올수록 체중과 신장관리를 많이 하고 여학생의 경우 일반 자아 존중감이 높을수록 외모 관리 행동이 높게 나타났다고 보고하였다.<sup>85)</sup>

윤양희(2010)의 ‘중년여성 자아 존중감의 변인과 향상에 대한 연구’에서 자아 존중감은 중년여성 위기의 핵심적 변수가 된다고 하였고, 권한경(2011)은 ‘중년여성이 느끼고 있는 삶의 질이 자아 존중감과 생활만족도에 미치는 영향’에서 중년여성이 인지하고 있는 삶의 만족 정도가 자아 존중감과 생활만족도 영향을 미친다고 하여 중년 여성에게 있어서 자아 존중감의 중요성을 강조하였다.

이처럼 많은 선행연구 들이 행복감과 자아 존중감과 깊은 관계를 연구한 만큼 본 연구자도 심리적 과정 중에서 자아 존중감은 빠질 수 없는 것으로 작용하였다. 자아 존중감과 뷰티 관리 행동을 연구한 선행논문은 <표 14>와 같다.

표 14. 자아존중감과 뷰티 관리 행동 선행논문

연구자(년도)	연구내용	뷰티관리행동
송은영(2009)	얼굴 이미지메이킹 프로그램이 자아존중감, 긍정적 사고, 얼굴 이미지 효능감에 미치는 효과분석	화장행동
하순희(2009)	미용사의 자아존중감이 직업 만족도에 미치는 영향	헤어관리행동
김경란(2014)	우울 스트레스, 자아존중감 완화를 위한 뷰티케어 매뉴얼 연구	피부관리행동
강평미(2017)	사회성, 신체 이미지, 자아존중감이 외모관리 행동에 미치는 영향	외모관리
하문선(2018)	여드름 피부상태에 따른 자아존중감과 대인관계에 관한연구	피부관리행동
안서영(2018)	성인 여성의 자아존중감이 국내TV홈쇼핑 뷰티 상품 구매행동과 만족도에 미치는 영향	화장품구매관리행동

84) 김수진, “중년여성의 행복감 구조모형”, 을지대학교대학원,박사학위논문, 2015, p.52

85) 김 아날리아, “프리틴 세대의 외모관리행동 영향요인 : 미디어관여, 신체만족, 자아존중감을 중심으로”, 연세대학교, 석사학위 논문, 2006

## 다. 긍정적 사고

긍정적 사고란 안 좋은 상황에서도 긍정적인 일을 발견하여 스스로 성장의 기회를 마련하고 현실성 있는 목표를 발견해 나가는 사고를 말한다<sup>86)</sup>

인간은 생활 속에서 누구나 긍정적인 사고와 부정적인 사고를 동시에 가지고 살아간다. 슈워츠(Schwartz, 1986)는 인지 이론가로 ‘긍정적 사고와 부정적 사고의 비율이 인간의 행복상태를 결정하는 중요한 심리적 과정’ 이라고 주장한다.

과거 심리학자들이 관심을 가졌던 부분이 인간의 부정적인 행동에 집중되어 문제를 해소하고 치료하는 것이 주된 목적이었다. 그러다 점차 개인 건강이나 행복, 복지에 관심을 가지다 21세기에 접어들면서 마틴셀리그먼(Martin Seligman) 이 미할리 시그젠트미할리(Mihaly Csikszentmihalyi, 2000)와 긍정적 심리학의 운동을 펼쳤다.

타일러(Taylor)와 브라운(Brown, 1988)은 ‘긍정적으로 느껴지는 착각이 정신 건강을 증진 시킬 수 있다’ 고 하였고, 행복한 삶을 위해서는 긍정적 자극의 빈도가 부정적 자극보다는 중요하며 이러한 긍정적인 사고를 하는 사람들의 행복감이 높게 나타났다. 특히 긍정적 사고는 활동적인 행동 특징과 관련이 있어 삶의 행복감과 만족감의 영향요인이며 자아존중감 수준에 따라 달라지기도 한다.<sup>87)</sup> 이와 같이 중년여성의 행복에 중요한 영향인 긍정적 사고와 뷰티 관리 행동 선행연구는 <표 15>과 같다.

표 15. 긍정적 사고와 뷰티 관리 행동 선행논문

연구자(년도)	연구내용	인구 통계학적 특성
송은영(2009)	얼굴이미지메이킹 프로그램이 자아존중감, 긍정적사고, 얼굴이미지 효능감에 미치는효과분석	화장관리행동
권오형, 신영식(2018)	미용서비스 종사자의 심리적 자본이 역할내 행동에 미치는 영향	헤어관리행동
박혜원(2013)	자기표현, 외모관리행동 및 외모만족이 심리적 안녕감에 미치는 영향	외모관리행동

86) 김수진, “중년여성의 행복감 구조모형”, 을지대학교대학원, 박사학위논문, 2015, p. 15

87) 김수진, “중년여성의 행복감 구조모형”, 을지대학교대학원, 박사학위논문, 2015, p. 17

## 라. 경제적 스트레스

문헌에 따르면 경제적 스트레스는 경제생활의 변화 즉 한정된 소득과 증가하는 빚에 의한 긴장이나 고통, 제한적 경제적 상황으로 야기되는 위험에 대해 개인이 지각하는 곤란 정도와 반응으로 볼 수 있으며 낮은 생활 수준이나 물질적으로 낮은 자원의 부족으로 발생 되는 고통과 불안감 등을 말한다.<sup>88)</sup>

경제적 스트레스와 비슷한 용어로는 경제적인 압박과 경제적 어려움, 재정적인 스트레스나 경제적 긴장감, 불안정성 등과 혼용되어 연구되고 있다.

렘퍼스(Lempers)와 클라크 렘퍼스(Clark-Lempers)는 연구를 통해 ‘여성의 행복감과 자녀와의 관계에 경제적 스트레스가 영향을 미친다’고 하였고, 김미현(1993)은 주부의 가정의 스트레스 중 경제적 스트레스는 심리적 손상에 가장 큰 영향을 미쳤다. 유을용(2002)도 소득이 안정적이고 규칙적일수록 경제적 스트레스를 덜 경험한다고 하였고, 김수진(2015)은 중년여성은 안정적인 소득이 바탕이 되었을 때 높은 긍정적 사고와 자아존중감이 나타난다고 하였다.

Han등 의 연구에서는 ‘여성들이 느끼는 행복감은 사회의 전반적인 경제적 수준이 높게 나올수록 행복감이 높게 나온다는 것’이 확인되었다. 중년여성의 행복감을 위한 선행연구 중 ‘중년여성의 심리적 안녕감에 영향을 미치는 요인’에서의 제안 점을 살펴보면 경제적 스트레스 기제를 향상시킬 수 있는 프로그램이나 방법의 모색이 언급되었다.<sup>89)</sup> 이에 경제적 스트레스 요인은 중년여성의 행복감에 영향을 주는 중요한 심리적 과정이라 볼수 있다. 행복과 경제적 스트레스 관계에 관한 선행연구를 살펴보면 <표 16> 와 같다.

88) 유을용, “도시주부의 재정 스트레스·대처행동 및 경제복지감 연구 : 종류층 가계를 중심으로”, 숙명여자대학교 대학원, 박사학위 논문, 2002, pp.71-76

89) 김진, “중년기 여성의 심리적 안녕감에 영향을 미치는 요인”, 영남대학교대학원, 박사학위 논문, 2017, p.86



표 16. 행복과 경제적 스트레스의 관계에 관한 선행연구

연구자(년도)	연구내용
어주경(1998)	저소득층 가족의 경제적 어려움이 아동의 자존감에 미치는 영향.
박혜성(2007)	노인가계의 경제적 스트레스, 대처행동 및 심리적 복지감
유을용(2002)	도시주부의 재정스트레스 대처행동 및 경제복지감 연구
강숙자(2012)	경제적 스트레스가 대학생의 심리적 안녕감에 미치는 영향
박종란(2012)	빈곤 아동의 스트레스가 공격성에 미치는 영향 연구
곽민주(2014)	경제적 요인이 생활만족도에 미치는 영향
김숙(2019)	재무스트레스가 부부간 가계 재무관리 갈등 및 결혼 만족도에 미치는 영향
임진화(2019)	어머니의 경제적 스트레스가 대학생의 심리적 안녕감에 미치는 영향

## 제3장 연구문제 및 방법

### 제1절 연구문제 및 연구모형

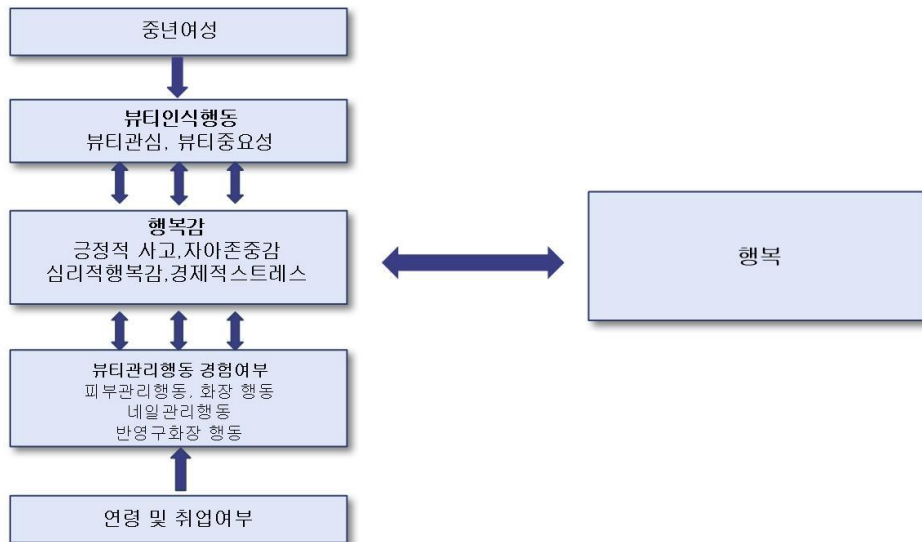


그림4. 연구자의 설명모델

본연구는 권석만(2016)의 행복의 통합적 설명모델을 바탕으로 Peterson(2006)의 높은 상관의 영향요인과 접목하여 행복감을 자아존중감, 긍정적 사고, 심리적 행복감, 경제적 스트레스로 하였다. 뷰티 관리 유형 분류에 있어서 헤어 관리 행동 부분은 일반적으로 이용 경험이 없는 대상자를 찾기가 어려운 실정이어서 사용하지 않았다. 그러므로 뷰티 관리 행동이 선행연구의 여가활동 관리 부분으로 적용되어 상향 이론적용 요인으로 피부 관리 행동, 네일 관리 행동, 화장 행동, 반영구화장 행동으로 경험 여부에 따라 분류하였다

뷰티 인식 행동인 뷰티 관심도와 중요도 인식 정도가 성격 및 태도로 하향 이론의 적용대상으로 인식하고 뷰티 관심도와 중요성 인식에 따라 고집단, 중집단, 저집단으로 분류를 하였다.

따라서 중년여성을 연구 대상으로 뷰티인식 행동(뷰티 관심도, 뷰티 중요도)과

뷰티 관리 행동(피부관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동)을 독립변수로 설정하고 행복감(자아존중감, 긍정적 사고, 경제적 스트레스, 심리적 행복감)을 종속변수로 인구통계학적 특성(연령 및 취업여부)을 통제변수로 설정하여 행복에 미치는 영향을 연구하였다.

본 연구를 수행하기 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 중년여성의 뷰티에 대한 관심도와 중요성과 뷰티 관리 경험을 조사하고, 뷰티 관리 행동을 관리 경험 유·무가 존재하는 피부관리 행동, 화장관리 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 관리 행동으로 분류하여 파악한다.

연구문제 2. 인구통계학적 특성에 따른 뷰티에 대한 인식(뷰티 관심도, 뷰티 중요성)에 따라 중년여성의 행복감을 자아 존중감, 긍정적 사고, 경제적 스트레스, 심리적 행복감으로 분류하여 행복감에 영향을 미치는지 파악한다.

연구문제 3. 인구통계학적 특성에 따른 뷰티 관리 경험(피부관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동)에 따라 중년여성의 행복감(자아존중감, 긍정적 사고, 경제적 스트레스, 심리적 행복감)에 영향을 미치는지를 파악한다.

## 제2절 조사대상 및 자료수집

본 연구는 실증 분석을 위하여 온라인 설문지 방식을 사용하여 자료를 수집하였다. 전국에 거주하고 있는 35세~60세의 중년여성을 대상으로 자료를 수집하였다. 선행논문(박미애, 김세경, 천성문 2013)을 바탕으로 G- Power 3.1 Version을 이용하여 일원 분산분석에서 효과 크기 0.15, 유의수준 0.05를 검정력은 0.90으로 4개 그룹을 선정하여 예상 표준수를 산출했을 때 필요한 표본 크기는 636명이었다. 따라서 본연구는 탈락률을 고려하여 총 715부의 설문지를 의뢰하여 결과를 산출하였다. 수거된 679부 중 불성실한 응답을 제외한 668부에 대하여 사전 분석을 실시하였다. 수집된 679부 중 이중표기를 하거나 표기되지 않은 불성실한 응답을 제외한 668부를 최종 분석에 사용하였다. 설문 조사는 1998년에 설립된 시장조사기관인 ‘엠브레인’을 통하여 2017년 10월 20일부터 2018년 1월5일까지 실시되었다.

## 제3절 측정 도구

본 연구는 신뢰성과 타당성이 확보된 선행연구를 토대로 설문지를 구성하였다. 본 연구에서 사용한 설문지의 구성 및 참고문헌은 <표 17>과 같다.

### 1. 조사대상의 인구통계학적 특성

조사대상의 인구통계학적 특성을 파악하기 위하여 연령, 결혼 상태, 교육 정도, 종교, 직업, 생활 수준, 월평균 소득, 거주지역의 8개 항목을 명목척도로 측정하였다.

### 2. 뷰티 관리 경험 여부

중년여성의 뷰티 관리 경험을 파악하기 위하여 뷰티 관리 유형을 경험 유, 무 집단 요인인 피부관리 행동, 화장관리 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장관리 행동으로 분류하여 각 관리에 대한 경험 여부를 측정하였다.

### 3. 뷰티 관리 이용횟수

중년여성의 뷰티 관리 횟수를 파악하기 위하여 뷰티 관리 유형을 피부관리 행동, 화장관리 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장관리 행동으로 분류하여 각 관리에 대한 한 달 이용 횟수를 측정하였다.

### 4. 뷰티 관심도

본 연구는 중년여성의 뷰티 관심도를 측정하기 위하여 김효정(2016)의 연구에서 사용한 척도 중 본 연구에 적합한 15문항을 수정 및 보완하여 사용하였다. 리커트 5점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다, 5점: 매우 그렇다)로 측정하였다.

### 5. 외모 관리 행동의 중요성

본 연구는 중년여성의 외모 관리 행동의 중요성을 측정하기 위하여 장혜선(2014)의 연구에서 외모 관리 행동 부분을 발췌하여 외모 관리 행동 부분을 피부관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동을 사용하고 반영구화장 행동을 보완하여 사용하였다.

### 6. 자아존중감

본 연구는 중년여성의 자아존중감을 측정하기 위하여 Rosenberg(1965)가 개발하고 Jon(1974)이 번안한 자아존중감 척도를 권석만(2016)에 제시되고 이훈진, 원호택(1995)의 연구에서 사용한 자아존중감 10문항을 본 연구에 적합하게 수정 및 보완하여 사용하였다. 자아존중감 척도는 긍정적 자아존중감 5문항과 부정적 자아존중감 5문항으로 구성되어 있으며, 리커트 5점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다, 5점: 매우 그렇다)로 측정하였다.

### 7. 긍정적 사고

본 연구는 중년여성의 긍정적 사고를 측정하기 위하여 송은영(2009)의 연구에서 사용한 척도 중 본 연구에 적합한 10문항을 수정 및 보완하여 사용하였다. 리커트 5점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다, 5점: 매우 그렇다)로 측정하였다.

## 8. 경제적 스트레스

본 연구는 중년여성의 경제적 스트레스를 측정하기 위하여 Garmanetal. (2006)의 논문에서 사용한 IFDFW척도(InCharge Financial Distress/Financial Well-being scale)를 신경애(2009)가 번안한 척도 중 본 연구에 적합한 6문항을 수정 및 보완하여 사용하였다. 리커트 5점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다, 5점: 매우 그렇다)로 측정하였으며, 경제적 스트레스 중 2, 3, 4번 문항은 역코딩 하여 분석에 사용하였다.

## 9. 심리적 행복감

본 연구는 중년여성의 심리적 행복감을 측정하기 위하여 Arygle(1989)가 제작한 옥스퍼드 설문지를 Hiills P, Arygle (2002)와 권석만(2016)의 연구에서 번안한 척도를 사용하였다. 사용한 척도 중 본 연구에 적합한 19문항을 수정 및 보완하여 사용하였다. 리커트 5점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다, 5점: 매우 그렇다)로 측정하였으며, 행복감 중 1, 4, 8, 10, 18, 19번 문항은 역코딩 하여 분석에 사용하였다.

표 17. 설문지 구성 및 참고문헌

구분	문항 수	참고문헌
인구통계학적 특성	8	전종국(2008), 이하나(2016), 김효정(2016)
뷰티관리 경험 여부	4	설현진(2010)
뷰티관리 이용 횟수	4	전종국(2008)
뷰티관심도	15	김효정(2016), 최수경(2007), 조안진(2010) 김태미(2010), 김영란(2010), 전남진(2014)
뷰티중요성	7	장혜선(2014)
자아존중감	10	권석만(2016), 이훈진, 원호택(1965), Jon(1974)
긍정적 사고	10	송은영(2009), Kimetal.(2006)
경제적 스트레스	6	신경애(2009), Garman et al.(2006)
심리적 행복감	19	권석만(2016), Heo(2009)

## 제4절 자료분석방법

본 연구 자료의 분석은 SPSS 23 통계 패키지 프로그램을 사용하였으며, 빈도 분석, 기술통계분석, T-검정(t-test), 일원배치 분산분석(One-way ANOVA), 신뢰도 분석을 실시하였다. 구체적인 통계 분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상의 인구통계학적 특성 및 뷰티 관리 경험에 대하여 빈도 분석을 실시하였다.

둘째, 조사대상의 뷰티에 대한 인식에 대하여 기술 통계분석을 실시하였다.

셋째, 인구통계학적 특성과 중년여성의 뷰티인식에 따른 행복감연구에 대하여 일원 배치 분산분석(One-way ANOVA)을 사용하였으며, 사후 검정으로 Scheffe Test 또는 Dunnett T3 Test를 실시하였다.

넷째, 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 경험 여부에 따른 중년여성의 행복감에 대하여 T-검정(t-test)을 실시하였다.

다섯째, 본 연구에서 사용한 척도의 신뢰도 분석을 위하여 Cronbach' s  $\alpha$  계수를 이용하였다.

## 제4장 연구결과 및 고찰

### 제1절 조사대상의 일반적 특성

#### 1. 조사대상의 인구통계학적 특성

본 연구의 조사대상의 인구통계학적 특성은 <표 18>와 같다. 연령은 50~59세가 280명(41.9%)으로 가장 많았으며, 다음으로 40~49세가 270명(40.4%)으로 나타났다. 거주지역은 서울이 249명(37.3%)으로 가장 많았으며, 다음으로 경기도가 192명(28.7%)으로 나타났다. 결혼 여부는 기혼이 522명(78.1%)으로 가장 많았으며, 학력은 대학교 졸업이 419명(62.7%)으로 가장 많았다. 종교는 무교가 304명(45.5%)으로 가장 많았으며, 다음으로 기독교가 160명(24.0%)으로 나타났다. 직업은 전업주부가 243명(36.4%)으로 가장 많았으며, 다음으로 전문직이 185명(27.7%)으로 나타났다. 생활 수준은 중이 338명(50.6%)으로 가장 많았으며, 다음으로 중하가 207명(31.0%)으로 나타났다. 소득은 200만원 이상~ 300만원 미만이 138명(20.7%)으로 가장 많았으며, 다음으로 100만원 이상~200만원 미만이 120명(18.0%)으로 나타났다.



표 18. 조사대상의 인구통계학적 특성

	구분	빈도(명)	유효비율(%)
연령	35-39세	118	17.7
	40-49세	270	40.4
	50-59세	280	41.9
거주지역	서울	249	37.3
	부산	42	6.3
	대구	21	3.1
	인천	32	4.8
	광주	16	2.4
	대전	17	2.5
	울산	6	.9
	경기도	192	28.7
	강원도	8	1.2
	충청북도	11	1.6
	충청남도	10	1.5
	전라북도	14	2.1
	전라남도	7	1.0
	경상북도	19	2.8
	경상남도	17	2.5
	제주도	7	1.0
결혼여부	기혼	522	78.1
	미혼	100	15.0
	별거, 이혼	36	5.4
	사별	9	1.3
	동거	1	.1
교육정도	초졸	2	0.3
	중졸	5	0.7
	고졸	185	27.7
	대졸	419	62.7
	대학원 이상	57	8.5
종교	무교	304	45.5
	기독교	160	24.0
	불교	105	15.7
	천주교	93	13.9
	기타	6	.9
직업	전업주부	243	36.4
	시간제	49	7.3
	전문직	185	27.7
	자영업	41	6.1
	생산직	20	3.0
생활수준	기타	130	19.5
	상	5	0.7
	중상	74	11.1
	중	338	50.6
	중하	207	31.0
소득	하	44	6.6
	없음	52	7.8
	100만원 미만	46	6.9
	100만원 이상-200만원 미만	120	18.0
	200만원 이상-300만원 미만	138	20.7
	300만원 이상-400만원 미만	84	12.6
	400만원 이상-500만원 미만	96	14.4
	500만원 이상-600만원 미만	63	9.4
600만원 이상	69	10.3	
	계	668	100.0

## 2. 측정의 신뢰도 분석

본 연구는 연구에서 사용된 변수들을 측정하기 위하여 여러 항목으로 구성된 측정 도구를 사용하였다. 따라서 이 항목들 사이의 내적 일관성(internal consistency)을 확인하기 위하여 Cronbach' s  $\alpha$  계수를 이용하여 측정 도구의 신뢰성을 검증하였다. Cronbach' s  $\alpha$  계수는 0~1의 값을 가지며, 값이 높을수록 내적 일관성이 높다. 일반적으로 .6 이상의 값은 수용할 만한 것으로 판단하며, .6보다 낮은 값을 나타낼 경우 내적 일관성이 결여한 것으로 판단한다(Nunnally, 1978).

본 연구의 측정 도구의 신뢰성을 검증한 결과는 <표 19>과 같다. 구체적으로 살펴보면 뷰티 관심도는 .880, 뷰티 중요성은 .771로 나타나 조사항목들의 신뢰성을 확보하였다. 자아존중감의 경우, 긍정적 자아존중감은 .674, 부정적 자아존중감은 .856로 나타나 항목들간의 내적 일관성을 확보하였다. 다음으로 긍정적 사고는 .901, 경제적 스트레스는 .747, 행복감은 .919로 Cronbach' s  $\alpha$  계수값이 높게 나타나 조사 항목들간의 신뢰성을 확보하였다(Nunnally, 1978). 따라서 본 연구에서 사용한 측정 도구의 신뢰성을 모두 확보하였다.

표 19. 측정 도구의 신뢰도 검증 결과

문항	수정된 항목-전체 상관관계	항목이 삭제된 경우	Cronbach' s α	
뷰티관심도	1	.437	.877	.880
	2	.449	.876	
	3	.470	.875	
	4	.620	.868	
	5	.591	.870	
	6	.460	.876	
	7	.543	.872	
	8	.644	.867	
	9	.623	.869	
	10	.528	.873	
	11	.533	.872	
	12	.494	.875	
	13	.463	.875	
	14	.638	.868	
	15	.562	.871	
뷰티중요성	1	.537	.737	.771
	2	.492	.743	
	3	.477	.746	
	4	.536	.737	
	5	.609	.723	
	6	.486	.745	
	7	.414	.770	
긍정적 자아존중감	1	.567	.556	.674
	2	.521	.583	
	3	.533	.579	
	4	.543	.564	
	5	.048	.775	
부정적 자아존중감	1	.637	.835	.856
	2	.597	.844	
	3	.711	.815	
	4	.714	.815	
	5	.696	.819	
긍정적 사고	1	.702	.888	.901
	2	.629	.892	
	3	.586	.895	
	4	.551	.897	
	5	.692	.889	
	6	.716	.886	
	7	.689	.889	
	8	.544	.898	
	9	.759	.884	
	10	.667	.890	
경제적 스트레스	1	.318	.756	.747
	2	.573	.689	
	3	.559	.692	
	4	.436	.724	
	5	.490	.711	
	6	.559	.689	
행복감	1	.615	.914	.919
	2	.142	.924	
	3	.460	.918	
	4	.572	.915	
	5	.689	.912	
	6	.554	.916	
	7	.693	.913	
	8	.505	.917	
	9	.722	.912	
	10	.502	.917	
	11	.739	.911	
	12	.668	.913	
	13	.574	.915	
	14	.631	.914	
	15	.762	.911	
	16	.749	.911	
	17	.527	.916	
	18	.500	.917	
	19	.570	.915	

### 3. 조사대상의 뷰티 관리 행동에 대한 인식

중년여성의 뷰티 관리 행동에 대한 인식을 파악하기 위하여 조사대상의 뷰티 관심도와 뷰티 중요성에 대한 기술통계 분석을 실시하였다.

#### 가. 뷰티 관심도

조사대상의 뷰티 관심도를 살펴본 결과는 <표 20>과 같다. 결과를 살펴보면 ‘나이가 들어도 여자는 외모 관리를 위해 시간과 비용을 투자해야 한다고 생각한다’, ‘피부 관리에 관심이 있다’, ‘메이크업을 하면 아름다워진다고 생각한다’ 순으로 평균이 높게 나타났다. 중년여성들은 뷰티 관리 유형 중 피부 관리에 가장 높은 관심을 나타냈으며, 다음으로 메이크업 관리에 관심이 있는 것으로 나타났다. 또 한 나이가 들어도 외모 관리를 위해 시간과 비용을 투자해야 한다고 생각하는 것으로 나타났다.

표 20. 조사 대상의 뷰티관심도

구분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
나이가 들어도 여자는 외모관리를 위해 시간과 비용을 투자해야 한다고 생각한다.	668	1.00	5.00	4.02	.64
피부관리에 관심이 있다.	668	1.00	5.00	4.01	.72
피부관리를 정기적으로 받는 것은 건강한 피부를 유지하는 방법이라고 생각한다.	668	1.00	5.00	3.77	.74
반영구 화장(눈썹, 아이라인 문신)에 관심이 많다.	668	1.00	5.00	2.96	1.10
반영구 화장으로도 아름다워질 수 있다고 생각한다.	668	1.00	5.00	3.25	.99
메이크업을 하면 아름다워진다고 생각한다.	668	1.00	5.00	3.90	.65
전문적인 메이크업이나 유행하는 메이크업에 관심이 있다.	668	1.00	5.00	3.31	.88
네일아트에 관심이 있다.	668	1.00	5.00	2.94	.93
네일아트를 받음으로써 신체적 매력 증가할 수 있다고 생각한다.	668	1.00	5.00	3.28	.86
타투에 관심이 있다.	668	1.00	5.00	2.14	.97
타투를 함으로써 아름다워질 수 있다고 생각한다.	668	1.00	5.00	2.21	.96
전문가에게 타투를 받아보고 싶다.	668	1.00	5.00	2.02	1.03
전문가에게 메이크업을 받아보고 싶다.	668	1.00	5.00	3.86	.87
전문가에게 반영구 화장을 받아보고 싶다.	668	1.00	5.00	3.12	1.19
전문가에게 네일아트를 받아보고 싶다.	668	1.00	5.00	3.28	1.05
계	668				

권우영(2013)의 사회활동과 모임이 많고 뷰티 관심도가 높은 여성들이 매력관리를 위한 뷰티관리 행동을 중요하게 생각한다는 연구결과는 뷰티 관심도가 높은 여성들이 나이가 들어도 외모관리를 위해 시간과 비용을 투자해야 한다는 연구자의 결과와 맥락이 같다.

## 나. 뷰티 중요성

조사 대상의 뷰티 중요성 인식을 살펴본 결과는 <표 21>와 같다. ‘자신을 가꾸는 것에 피부도 포함된다고 생각한다’, ‘자신을 가꾸는 것이 사회생활에 있어서 중요하다고 생각한다’, ‘자신을 가꾸는 것이 이성 관계에 있어서 중요하다고 생각한다’, ‘자신을 가꾸는 것에 메이크업도 포함된다고 생각한다’ 순으로 평균이 높게 나타났다. 중년여성들은 사회생활과 이성 관계에 있어서 자신을 가꾸는 것이 중요하다고 생각하고 있었으며, 자신을 가꾸는 것에 피부 관리와 메이크업도 포함된다고 생각하는 것으로 나타났다. 서은혜(2011)의 40대에서 피부관리 행동이 심리적 중요성에 가장 높은 영향을 준다는 결과와 유의하다.

표 21. 조사 대상의 뷰티중요성

구분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
자신을 가꾸는 것이 사회생활에 있어서 중요하다고 생각한다	668	1.00	5.00	4.02	.61
자신을 가꾸는 것이 이성관계에 있어서 중요하다고 생각한다.	668	2.00	5.00	4.00	.66
자신을 가꾸는 것이 유행에 뒤처지지 않기 위해 중요하다고 생각한다.	668	1.00	5.00	3.51	.78
자신을 가꾸는 것에 피부도 포함된다고 생각한다	668	2.00	5.00	4.26	.61
자신을 가꾸는 것에 메이크업도 포함된다고 생각한다	668	1.00	5.00	3.96	.64
자신을 가꾸는 것에 네일도 포함된다고 생각한다	668	1.00	5.00	3.31	.82
자신을 가꾸는 것에 반영구화장도 포함된다고 생각한다	668	1.00	5.00	3.19	.96
계	668				

## 4. 조사대상의 뷰티 관리 행동 경험

중년여성의 뷰티 관리 경험을 파악하기 위하여 조사대상의 뷰티 관리 행동 경험 여부와 한 달 이용 횟수에 대해 뷰티 관리 유형별로 빈도 분석을 실시하였다.

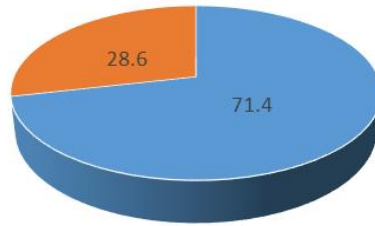
### 가. 뷰티 관리 행동 경험 여부

뷰티 관리 행동 유형별 중년여성의 관리 경험 여부를 분석한 결과는 <표 22>와 같다.

표 22. 뷰티 관리 행동 유형별 경험 여부

구분		빈도(명)	유효비율(%)
피부관리행동	받은 경험 있음	477	71.4
	받은 경험 없음	191	28.6
화장행동	받은 경험 있음	371	55.5
	받은 경험 없음	297	44.5
네일관리행동	받은 경험 있음	300	44.9
	받은 경험 없음	368	55.1
반영구화장행동	받은 경험 있음	285	42.7
	받은 경험 없음	383	57.3
계		668	100.0

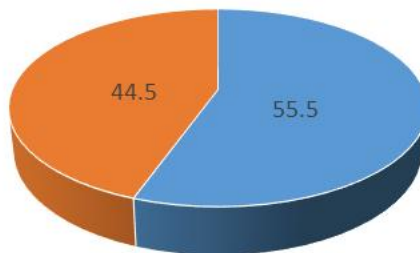
뷰티 관리 행동 유형별 경험 여부를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 뷰티 관리 유형 중 피부관리 행동 경험이 있는 사람은 477명(71.4%)으로 경험이 없는 사람은 191명(28.6%)으로 나타났다(그림 5. 참조). 조사대상자 중 다수의 소비자들이 피부 관리 행동 경험이 있는 것으로 나타났으며, 피부 관리 행동은 뷰티 관리 유형 중 받아본 경험이 가장 많은 유형으로 나타났다. 김효정(2016)의 20-30대 여성들의 가치관에 따른 뷰티 라이프 스타일 행동과 뷰티관리 행동실태 연구결과에서 뷰티 라이프스타일 행동을 분석한 결과 메이크업이 가장 높게 나타났다고, 몸매관리, 피부관리, 헤어관리, 네일관리 순의 결과가 도출된 연구 결과와는 차이를 나타낸다. 이는 중년기로 갈수록 피부관리 행동이 늘어나고 중요시 생각한다는 결과를 의미한다.



■ 받은 경험 있음 ■ 받은 경험 없음

그림 6. 조사대상의 피부관리 행동 경험 여부

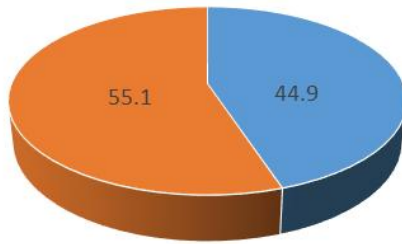
다음으로 화장관리 경험의 경우, 관리를 받은 경험이 있는 사람은 371명(55.5%)으로 관리를 받은 경험이 없는 사람은 297명(44.5%)으로 나타났다(그림 6. 참조). 조사 대상 중 약 절반 정도가 화장 행동을 받아본 경험이 있는 것으로 나타났으며, 소비자들은 본 연구에서 조사한 뷰티 관리 유형 중 화장 행동을 두 번째로 많이 경험한 것으로 나타났다.



■ 받은 경험 있음 ■ 받은 경험 없음

그림 7. 조사대상의 화장 행동 경험 여부

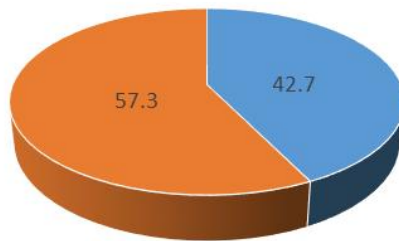
네일 관리 행동의 경우, 관리를 받은 경험이 있는 사람은 300명(44.9%)으로 관리를 받은 경험이 없는 사람은 368명(55.1%)으로 나타났다(그림 7. 참조). 조사 대상 중 약 절반 정도가 네일 관리를 받아본 경험이 있는 것으로 나타났으며, 소비자들은 본 연구에서 조사한 뷰티 관리 유형 중 네일 관리 행동을 세 번째로 많이 경험한 것으로 나타났다.



■ 받은 경험 있음    ■ 받은 경험 없음

그림 8. 조사대상의 네일 관리 행동 경험 여부

뷰티 관리 유형 중 반영구화장 행동의 경우, 관리를 받은 경험이 있는 사람은 285명(42.7%)으로 관리를 받은 경험이 없는 사람은 383명(57.3%)으로 나타났다 (그림 8. 참조). 조사대상 중 절반에 약간 못 미치는 소비자들이 반영구화장 행동 경험이 있는 것으로 나타났으며, 소비자들은 본 연구에서 조사한 뷰티 관리 유형 중 반영구화장 행동 경험이 가장 적은 것으로 나타났다. 결과적으로 중년 여성들은 뷰티 관리 유형 중 피부관리 행동을 이용한 경험이 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 화장 행동과 네일 관리 행동의 경험 수치가 많은 것으로 나타났다.



■ 받은 경험 있음    ■ 받은 경험 없음

그림 9. 조사대상의 반영구화장 경험 여부



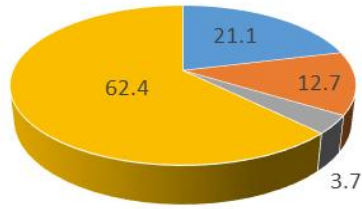
## 나. 뷰티 관리 이용 횟수

뷰티 관리 유형별 중년여성의 관리 이용 횟수를 분석한 결과는 <표 23>과 같다.

표 23. 뷰티관리 유형별 이용횟수

구분		빈도(명)	유효비율(%)
피부관리행동	한달에 한 번	141	21.1
	한달에 2-3번	85	12.7
	한달에 4-5	25	3.7
	이용하지 않는다	417	62.4
	계	668	100.0
화장행동	한달에 한 번	68	10.2
	한달에 2-3번	13	1.9
	한달에 4-5	11	1.6
	이용하지 않는다	576	86.2
	계	668	100.0
네일관리행동	한달에 한 번	110	16.5
	한달에 2-3번	18	2.7
	한달에 4-5	8	1.2
	이용하지 않는다	532	79.6
	계	668	100.0
반영구화장행동	한달에 한 번	39	5.8
	한달에 2-3번	4	.6
	한달에 4-5	4	.6
	이용하지 않는다	621	93.0
	계	668	100.0

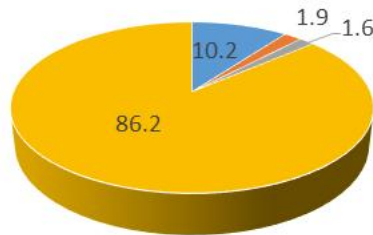
중년여성의 뷰티 관리 행동 이용횟수를 구체적으로 살펴보면 관리 유형 중 피부관리 행동의 경우, 정기적으로 관리를 받지 않는 사람이 417명(62.4%)으로 가장 많았으며, 다음으로 한 달에 한 번 관리를 받는 사람이 141명(21.1%)으로 나타났다(그림 9. 참조). 조사 결과, 중년여성의 37.5%가 한 달에 1회 이상 피부관리 행동을 하는 것으로 나타났다.



- 한달에 한 번
- 한달에 2-3번
- 한달에 4-5번
- 이용하지 않는다

그림 10. 조사대상의 피부 관리 행동 이용 횟수

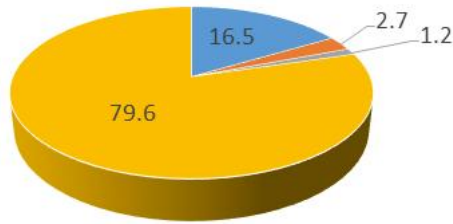
화장 행동의 경우, 정기적으로 관리를 받지 않는 사람이 576명(86.2%)으로 가장 많았으며, 다음으로 한 달에 한 번 관리를 받는 사람이 68명(10.2%)으로 나타났다(그림 10. 참조). 조사 결과, 중년여성은 정기적으로 화장 행동을 하지 않았으며, 13.7%만이 한 달에 1회 이상 화장 행동을 하는 것으로 나타났다.



- 한달에 한 번
- 한달에 2-3번
- 한달에 4-5번
- 이용하지 않는다

그림 11. 조사대상의 화장 행동 횟수

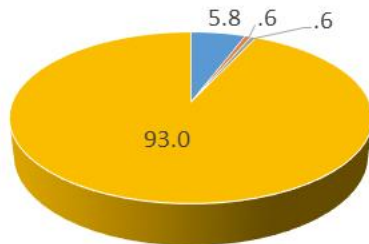
네일 관리 행동의 경우, 정기적으로 관리를 받지 않는 사람이 532명(79.6%)으로 가장 많았으며, 다음으로 한 달에 한 번 관리를 받는 사람이 110명(16.5%)으로 나타났다(그림 11. 참조). 조사 결과, 중년여성은 정기적으로 네일 관리 행동을 하지 않았으며, 20.4%만이 한 달에 1회 이상 네일 관리 행동을 하는 것으로 나타났다.



- 한달에 한 번
- 한달에 2-3번
- 한달에 4-5번
- 이용하지 않는다

그림 12. 조사대상의 네일 관리 행동 횟수

반영구화장 행동의 경우, 정기적으로 관리를 받지 않는 사람이 621명(93.0%)으로 가장 많았으며, 다음으로 한 달에 한 번 관리를 받는 사람이 39명(5.8%)으로 나타났다(그림 12. 참조). 조사 결과, 대다수의 중년여성은 정기적으로 반영구화장 행동을 하지 않았으며, 7%만이 한 달에 1회 이상 반영구화장 행동을 하는 것으로 나타났다.



- 한달에 한 번
- 한달에 2-3번
- 한달에 4-5번
- 이용하지 않는다

그림 13. 조사대상의 반영구화장 행동 횟수

중년여성의 뷰티 관리 이용횟수를 전체적으로 살펴보면 뷰티 관리 유형 중 피부 관리 행동을 정기적으로 하는 사람들이 가장 많았으며, 다음으로 네일 관리 행동, 화장 행동을 정기적으로 하는 사람들이 많은 것으로 나타났다.

## 제2절 인구통계학적 특성과 뷰티 인식에 따른 행복감

### 1. 뷰티 관심도에 따른 행복감

뷰티 관심도 총 15문항을 합산한 점수를 상위 30%, 중간 40%, 하위 30%를 기준으로 나누었으며, 그 결과 상위 26% 집단이 뷰티 관심도 고 집단(174명), 중간 40.9% 집단이 중 집단(273명), 하위 33.1% 집단이 저 집단(221명)으로 <표 24>와 같이 분류되었다. 뷰티 관심도 15문항의 Cronbach's  $\alpha$ 는 .880로 나타나 조사항목들의 신뢰성을 확보하였다(Nunnally, 1978).

표 24. 뷰티관심도 수준에 따른 집단 분류

집단	N(%)	평균	표준편차	최대값	최소값
고집단	174(26.0)	58.11	3.98	75	54
중집단	273(40.9)	49.20	2.51	53	45
저집단	221(33.1)	38.71	5.00	44	23
전체	668(100.0)	48.05	8.41		

#### 가. 인구통계학적 특성과 뷰티 관심도에 따른 자아존중감

인구통계학적 특성과 뷰티 관심도에 따른 중년여성의 자아 존중감을 분석한 결과는 <표 25>과 같다. 긍정적 자아 존중감을 분석한 결과를 살펴보면, 모든 연령대에서 뷰티 관심도 집단에 따른 긍정적 자아 존중감의 평균이 통계적으로 유의한 영향을 미쳤다. 먼저 연령대 중 35-39세의 경우, 세집단간 통계적으로 유의한 영향이 있었으며( $F=3.544, p<.05$ ), 사후검증 결과 뷰티 관심도 고 집단(3.71)이 저 집단(3.43)보다 긍정적 자아존중감이 높은 것으로 나타났다. 40-49세의 경우, 세집단간 통계적으로 유의한 영향이 있었으며( $F=14.650, p<.001$ ), 사후검증 결과 뷰티 관심도 고 집단(3.86)이 중 집단(3.61) 및 저 집단(3.48)보다 긍정적 자아 존중감이 높은 것으로 나타났다. 50-59세의 경우, 세 집단간 통

계적으로 유의한 영향이 있었으며(F=6.586, p<.01), 사후검증 결과 뷰티관심도 고 집단(3.85)이 중 집단(3.69) 및 저 집단(3.60)보다 긍정적 자아 존중감이 높은 것으로 나타났다. 또 한 취업 여부와 뷰티 관심도 집단에 따른 긍정적 자아 존중감을 분석한 결과, 통계적으로 유의한 영향이 나타났다. 취업자의 경우, 세 집단간 통계적으로 유의한 영향이 있었으며(F=9.497, p<.001), 사후검증 결과 뷰티 관심도 고 집단(3.82)이 중 집단(3.63) 및 저 집단(3.56)보다 긍정적 자아 존중감이 높은 것으로 나타났다. 미취업자의 경우, 세 집단간 통계적으로 유의한 영향이 있었으며(F=14.318, p<.001), 사후검증 결과 뷰티 관심도 고 집단(3.84)이 중 집단(3.60) 및 저 집단(3.48)보다 긍정적 자아 존중감이 높은 것으로 나타났다. 다음으로 부정적 자아 존중감을 분석한 결과를 살펴보면, 연령 및 취업 여부와 뷰티 관심도에 따른 부정적 자아 존중감의 평균이 통계적으로 영향을 미치지 않았다.(p>.05).

표 25. 뷰티 관심도에 따른 자아존중감

(N=668)

구분		뷰티관심도 고집단		뷰티관심도 중집단		뷰티관심도 저집단		F-value	p		
		평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차				
긍정적 자아 존중감	연령	35-39세	3.71 <sup>a</sup>	.44	3.51 <sup>ab</sup>	.41	3.43 <sup>b</sup>	.51	3.544*	.032	
		40-49세	3.86 <sup>a</sup>	.44	3.61 <sup>b</sup>	.49	3.48 <sup>b</sup>	.45	14.650*	**	.000
		50-59세	3.85 <sup>a</sup>	.41	3.69 <sup>b</sup>	.44	3.60 <sup>b</sup>	.43	6.586**		.002
	취업 여부	취업자	3.82 <sup>a</sup>	.42	3.63 <sup>b</sup>	.49	3.56 <sup>b</sup>	.48	9.497**	*	.000
		미취업자	3.84 <sup>a</sup>	.45	3.60 <sup>b</sup>	.39	3.48 <sup>b</sup>	.40	14.318*	**	.000
부정적 자아 존중감	연령	35-39세	2.81 <sup>a</sup>	.81	2.88 <sup>a</sup>	.54	2.70 <sup>a</sup>	.83	.609		.546
		40-49세	2.57 <sup>a</sup>	.82	2.64 <sup>a</sup>	.65	2.71 <sup>a</sup>	.71	.787		.456
		50-59세	2.46 <sup>a</sup>	.84	2.64 <sup>a</sup>	.70	2.49 <sup>a</sup>	.69	1.553		.213
	취업 여부	취업자	2.59 <sup>a</sup>	.80	2.67 <sup>a</sup>	.66	2.58 <sup>a</sup>	.72	.869		.420
		미취업자	2.58 <sup>a</sup>	.89	2.71 <sup>a</sup>	.66	2.65 <sup>a</sup>	.74	.531		.589

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

Scheffe 또는 Dunnett T3 Test : a>b

## 나. 인구통계학적 특성과 뷰티 관심도에 따른 긍정적 사고

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관심도에 따른 긍정적 사고를 분석한 결과는 <표 26>와 같다. 연령대 중 35-39세를 제외한 모든 연령대에서 뷰티 관심도 집단에 따른 긍정적 사고의 평균이 통계적으로 유의한 영향이 나타났다. 먼저 연령대 중 40-49세의 경우, 세 집단간 통계적으로 유의한 영향을 나타냈으며( $F=7.974, p<.001$ ), 사후검증 결과 뷰티 관심도 고 집단(3.64)이 중집단(3.36) 및 저 집단(3.31)보다 긍정적 사고가 높은 것으로 나타났다. 50-59세의 경우, 세 집단간 통계적으로 유의한 영향을 나타냈으며( $F=6.460, p<.01$ ), 사후검증 결과 뷰티 관심도 고 집단(3.72)이 중 집단(3.46) 및 저 집단(3.44)보다 긍정적 사고가 높은 것으로 나타났다. 또 한 취업 여부와 뷰티 관심도 집단에 따른 긍정적 사고를 분석한 결과, 통계적으로 유의한 영향이 있었다. 취업자의 경우, 세 집단간 통계적으로 유의한 영향이 있었으며( $F=3.700, p<.05$ ), 사후검증 결과 뷰티 관심도 고 집단(3.58)이 중 집단(3.40)보다 긍정적 사고가 높은 것으로 나타났다. 미취업자의 경우, 세 집단간 통계적으로 유의한 영향이 있었고( $F=12.274, p<.001$ ), 사후검증 결과 뷰티관심도 고 집단(3.75)이 중집단(3.42) 및 저 집단(3.35)보다 긍정적 사고가 높은 것으로 나타났다.

표 26. 뷰티 관심도에 따른 긍정적 사고

(N=668)

구분		뷰티관심도 고집단		뷰티관심도 중집단		뷰티관심도 저집단		F-value	p	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차			
긍정적 사고	연령	35-39세	3.49 <sup>a</sup>	.60	3.39 <sup>a</sup>	.46	3.39 <sup>a</sup>	.76	.362	.697
		40-49세	3.64 <sup>a</sup>	.62	3.36 <sup>b</sup>	.52	3.31 <sup>b</sup>	.58	7.974*	.000
		50-59세	3.72 <sup>a</sup>	.47	3.46 <sup>b</sup>	.54	3.44 <sup>b</sup>	.51	6.460*	.002
	취업 여부	취업자	3.58 <sup>a</sup>	.58	3.40 <sup>b</sup>	.55	3.41 <sup>ab</sup>	.61	3.700*	.026
		미취업자	3.75 <sup>a</sup>	.54	3.42 <sup>b</sup>	.47	3.35 <sup>b</sup>	.52	12.274***	.000

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

Scheffe 또는 Dunnett T3 Test : a>b

### 다. 인구통계학적 특성과 뷰티 관심도에 따른 경제적 스트레스

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관심도에 따른 경제적 스트레스를 분석한 결과는 <표 27>와 같다. 먼저 연령대의 경우, 모든 연령대에서 뷰티 관심도에 따른 경제적 스트레스는 통계적으로 유의한 영향이 나타나지 않았다( $p>.05$ ). 다음으로 취업 여부의 경우, 취업자 집단에서만 뷰티 관심도에 따른 경제적 스트레스에서 통계적으로 영향이 있었다( $F=3.509, p<.05$ ). 사후검증 결과 뷰티 관심도 고 집단(2.66)이 중 집단(2.87)보다 경제적 스트레스가 낮은 것으로 나타났다. 이것은 경제적 능력, 직업적 성공을 지향하는 삶의 방향이 높을수록 외모 관심도, 피부 관심도, 메이크업 관심도, 네일 관심도가 높아졌다는 김효정(2016)의 연구결과와 같은 맥락이다.

표 27. 뷰티 관심도에 따른 경제적 스트레스

(N=668)

구분		뷰티관심도 고집단		뷰티관심도 중집단		뷰티관심도 저집단		F-value	p	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차			
경제적 스트레스	연령	35-39세	2.65 <sup>a</sup>	.65	2.83 <sup>a</sup>	.43	2.84 <sup>a</sup>	.61	1.321	.271
		40-49세	2.70 <sup>a</sup>	.79	2.85 <sup>a</sup>	.64	2.87 <sup>a</sup>	.60	1.450	.236
		50-59세	2.65 <sup>a</sup>	.78	2.81 <sup>a</sup>	.69	2.82 <sup>a</sup>	.67	1.243	.290
취업 여부	취업자	취업자	2.66 <sup>a</sup>	.75	2.87 <sup>b</sup>	.65	2.81 <sup>ab</sup>	.63	3.509*	.031
		미취업자	2.71 <sup>a</sup>	.77	2.76 <sup>a</sup>	.59	2.90 <sup>a</sup>	.64	1.662	.192

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

Scheffe 또는 Dunnett T3 Test : a>b

### 라. 인구통계학적 특성과 뷰티 관심도에 따른 심리적 행복감

인구통계학적 특성과 뷰티 관심도에 따른 행복을 분석한 결과는 <표 28>와 같다. 연령대 중 35-39세를 제외한 모든 연령대에서 뷰티 관심도 집단에 따른 행복감의 평균이 통계적으로 영향이 있었다. 먼저 연령대 중 40-49세의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며( $F=9.287, p<.001$ ), 사후검증 결과 뷰티 관심도 고 집단(3.50)이 중 집단(3.25) 및 저 집단(3.18)보다 행복감이 높은 것으로 나타났다. 50-59세의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며( $F=5.721,$

p<.01), 사후검증 결과 뷰티관심도 고 집단(3.54)이 중 집단(3.32) 및 저 집단(3.29)보다 행복감이 높은 것으로 나타났다. 또 한 취업 여부와 뷰티 관심도 집단에 따른 행복감을 분석한 결과, 통계적으로 영향이 있었다. 취업자의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며(F=7.347, p<.001), 사후검증 결과 뷰티 관심도 고 집단(3.48)이 중 집단(3.25) 및 저 집단(3.27)보다 행복감이 높은 것으로 나타났다. 미취업자의 경우, 세집단간 통계적으로 영향이 있었으며(F=7.268, p<.001), 사후검증 결과 뷰티 관심도 고 집단(3.50)이 중 집단(3.30) 및 저 집단(3.20)보다 행복감이 높은 것으로 나타났다. 신희영(2017)의 전업주부와 취업 주부의 삶의 만족의 차이는 통계적으로 전업주부의 삶의 만족도가 더 높은 것으로 나타났다. 그들의 행복의 영향에는 통계적으로 차이가 없었다는 연구결과와 기훈의 취업 여성과 전업주부의 행복 정도에는 차이가 없다고 보고한 Lee(2002)의 연구결과와는 상이한 결과로 뷰티의 중요성을 인지한 집단이 행복을 느낄수 있다는 방향성을 제시한 결과이다.

표 28. 뷰티 관심도에 따른 심리적 행복감

(N=668)

구분		뷰티관심도 고집단		뷰티관심도 중집단		뷰티관심도 저집단		F-value	p	
		평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차			
심리적 행복 감	연령	35-39세	3.34 <sup>a</sup>	.47	3.22 <sup>a</sup>	.41	3.25 <sup>a</sup>	.62	.676	.511
		40-49세	3.50 <sup>a</sup>	.56	3.25 <sup>b</sup>	.48	3.18 <sup>b</sup>	.51	9.287 <sup>**</sup>	.000
		50-59세	3.54 <sup>a</sup>	.49	3.32 <sup>b</sup>	.52	3.29 <sup>b</sup>	.46	5.721 <sup>**</sup>	.004
	취업 여부	취업자	3.48 <sup>a</sup>	.51	3.25 <sup>b</sup>	.50	3.27 <sup>b</sup>	.54	7.347 <sup>**</sup>	.001
		미취업자	3.50 <sup>a</sup>	.54	3.30 <sup>b</sup>	.44	3.20 <sup>b</sup>	.44	7.268 <sup>**</sup>	.001

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

Scheffe 또는 Dunnett T3 Test : a>b



## 2. 뷰티 중요성에 따른 행복감

연령 및 취업 여부와 뷰티 중요성에 따른 중년여성의 행복감인 자아 존중감, 긍정적 사고, 경제적 스트레스, 심리적 행복감에 미치는 영향을 파악하기 위하여 조사대상을 뷰티 중요성 정도에 따라 분류하였다. 뷰티 중요성 총 7문항을 합산한 점수를 상위 30%, 중간 40%, 하위 30%를 기준으로 나누었으며, 그 결과 상위 19.6% 집단이 뷰티 중요성 고 집단(131명)으로, 중간 44.9% 집단이 중 집단(300명)으로, 하위 35.5% 집단이 저 집단(237명)으로 분류되었다. <표 29> 과 같다. 뷰티중요성 7문항의 Cronbach' s  $\alpha$ 는 .771로 나타나 조사항목들의 신뢰성을 확보하였다(Nunnally, 1978).

표 29. 뷰티중요성 수준에 따른 집단 분류

집단	N(%)	평균	표준편차	최대값	최소값
고집단	131(19.6)	30.80	1.79	35	29
중집단	300(44.9)	26.98	.81	28	26
저집단	237(35.5)	22.81	2.23	25	11
전체	668(100.0)	26.25	3.35		

### 가. 인구통계학적 특성과 뷰티 중요성에 따른 자아 존중감

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 중요성에 따른 자아 존중감을 분석한 결과는 <표 30>과 같다. 긍정적 자아 존중감을 분석한 결과를 살펴보면, 모든 연령대에서 뷰티 중요성 집단에 따른 긍정적 자아 존중감의 평균이 통계적으로 영향이 있었다. 먼저 연령대 중 35-39세의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며( $F=4.995$ ,  $p<.01$ ), 사후검증 결과 뷰티 중요성 고집단(3.70)이 저집단(3.38)보다 긍정적 자아 존중감이 높은 것으로 나타났다. 40-49세의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며( $F=17.903$ ,  $p<.001$ ), 사후검증 결과 뷰티 중요성 고집단(3.90)이 중집단(3.69)보다 중집단은 저집단(3.44)보다 긍정적 자아

존중감이 높은 것으로 나타났다. 50-59세의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며( $F=10.717, p<.001$ ), 사후검증 결과 뷰티 중요성 고집단(3.87) 및 중집단(3.72)은 저집단(3.55)보다 긍정적 자아 존중감이 높은 것으로 나타났다. 또한 취업 여부와 뷰티중요성 집단에 따른 긍정적 자아 존중감을 분석한 결과, 통계적으로 영향이 있었다. 취업자의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며( $F=17.549, p<.001$ ), 사후검증 결과 뷰티 중요성 고집단(3.84) 및 중집단(3.70)은 저집단(3.49)보다 긍정적 자아 존중감이 높은 것으로 나타났다. 미취업자의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며( $F=15.125, p<.001$ ), 사후검증 결과 뷰티 중요성 고집단(3.86)은 중집단(3.66)보다 중집단은 저집단(3.46)보다 긍정적 자아 존중감이 높은 것으로 나타났다.

다음으로 부정적 자아 존중감을 분석한 결과를 살펴보면, 연령 및 취업 여부와 뷰티 중요성에 따른 부정적 자아 존중감에서 영향을 미치지 않았다( $p>.05$ ). 김경호(2004)의 개인이 추구하는 목표를 위해 내·외적인 뷰티 행동 관리를 함으로써 자아 존중감이 높아졌다는 결과와 연구자의 결과는 뷰티의 중요성을 인식하고 관리하는 행동의 중요성을 느낄 수 있다.

표 30. 뷰티 중요성에 따른 자아존중감

(N=668)

구분		뷰티중요도 고집단		뷰티중요도 중집단		뷰티중요도 저집단		F-value	p	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차			
		긍정적 자아 존중 감	연령	35-39세	3.70 <sup>a</sup>	.44	3.60 <sup>ab</sup>			.42
40-49세	3.90 <sup>a</sup>			.53	3.69 <sup>b</sup>	.45	3.44 <sup>c</sup>	.42	17.903** *	.000
50-59세	3.87 <sup>a</sup>			.42	3.72 <sup>b</sup>	.44	3.55 <sup>b</sup>	.41	10.717** *	.000
취업 여부	취업자		3.84 <sup>a</sup>	.48	3.70 <sup>a</sup>	.45	3.49 <sup>b</sup>	.46	17.549** *	.000
	미취업자		3.86 <sup>a</sup>	.45	3.66 <sup>b</sup>	.42	3.46 <sup>c</sup>	.37	15.125** *	.000
부정적 자아 존중 감	연령		35-39세	2.90 <sup>a</sup>	.95	2.78 <sup>a</sup>	.65	2.80 <sup>a</sup>	.59	.234
		40-49세	2.48 <sup>a</sup>	.74	2.64 <sup>a</sup>	.73	2.72 <sup>a</sup>	.70	1.765	.173
		50-59세	2.50 <sup>a</sup>	.88	2.58 <sup>a</sup>	.75	2.53 <sup>a</sup>	.62	.256	.775
	취업 여부	취업자	2.51 <sup>a</sup>	.77	2.64 <sup>a</sup>	.73	2.65 <sup>a</sup>	.67	1.227	.294
		미취업자	2.70 <sup>a</sup>	1.01	2.63 <sup>a</sup>	.72	2.66 <sup>a</sup>	.64	.149	.861

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

Scheffe 또는 Dunnett T3 Test :  $a>b>c$

## 나. 인구통계학적 특성과 뷰티 중요성에 따른 긍정적 사고

인구통계학적 특성과 뷰티 중요성에 따른 중년여성의 긍정적 사고를 분석한 결과는 <표 31>와 같다. 연령대 중 35-39세를 제외한 모든 연령대에서 뷰티 중요성 집단에 따른 긍정적 사고의 평균이 통계적으로 영향이 있었다. 먼저 연령대 중 40-49세의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며(F=6.054, p<.01), 사후검증 결과 뷰티 중요성 고집단(3.65)이 저집단(3.31)보다 긍정적 사고가 높은 것으로 나타났다. 50-59세의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며(F=5.475, p<.01), 사후검증 결과 뷰티중요성 고집단(3.67)이 저집단(3.39)보다 긍정적 사고가 높은 것으로 나타났다. 취업 여부도 뷰티 중요성 집단에 따른 긍정적 사고에서 영향이 있었다. 취업자의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었고(F=3.149, p<.05), 사후검증 결과 뷰티 중요성 고집단(3.55)이 저집단(3.36)보다 긍정적 사고가 높은 것으로 나타났다. 미취업자의 경우, 세 집단간 통계적으로 유의한 영향이 있었다(F=11.120, p<.001). 사후검증 결과 뷰티 중요성 고집단(3.78)이 중집단(3.48) 및 저집단(3.34)보다 긍정적 사고가 높은 것으로 나타났다. 외모 관리를 통하여 긍정적 자아개념이 높아졌다는 김정숙(2005)의 연구와 메이크업을 통하여 기분전환이 되고 좋아진다는 송은영(2005)의 연구결과는 긍정적 정서 수준과 유의미한 상관관계를 보였으며, 신체적 매력에 관한 주관적인 평가는 개인의 행복과도 높은 상관관계가 있다는 김주 외(2006)의 결과를 지지한다. 이처럼 뷰티 관리와 긍정적 사고는 신체 이미지를 높임으로써 긍정적 사고가 행복감을 향상 시킨다는 것을 알 수 있다.

표 31. 뷰티 중요성에 따른 긍정적 사고

(N=668)

구분		뷰티중요도 고집단		뷰티중요도 중집단		뷰티중요도 저집단		F-value	p	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차			
긍정적 사고	연령	35-39세	3.48 <sup>a</sup>	.69	3.43 <sup>a</sup>	.54	3.37 <sup>a</sup>	.57	.279	.757
		40-49세	3.65 <sup>a</sup>	.65	3.43 <sup>ab</sup>	.58	3.31 <sup>b</sup>	.53	6.054 <sup>**</sup>	.003
		50-59세	3.67 <sup>a</sup>	.58	3.53 <sup>ab</sup>	.54	3.39 <sup>b</sup>	.45	5.475 <sup>**</sup>	.005
	취업 여부	취업자	3.55 <sup>a</sup>	.64	3.47 <sup>ab</sup>	.58	3.36 <sup>b</sup>	.54	3.149 <sup>*</sup>	.044
		미취업자	3.78 <sup>b</sup>	.58	3.48 <sup>b</sup>	.53	3.34 <sup>b</sup>	.44	11.120 <sup>**</sup>	.000

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

Scheffe 또는 Dunnett T3 Test : a>b

### 다. 인구통계학적 특성과 뷰티 중요성에 따른 경제적 스트레스

인구통계학적 특성과 뷰티 중요성에 따른 중년여성의 경제적 스트레스를 분석한 결과는 <표 32>와 같다. 먼저 연령의 경우, 연령대 중 40-49세 집단에서만 뷰티 중요성에 따른 경제적 스트레스에서 영향이 있었다( $F=3.484, p<.05$ ), 사후 검증 결과 뷰티 중요성 고집단(2.59)이 저집단(2.90)보다 경제적 스트레스가 낮은 것으로 나타났다.

다음으로 취업 여부의 경우, 취업자와 미취업자 집단 모두 뷰티 중요성에 따른 경제적 스트레스에서 통계적으로 영향을 미치지 않았다. ( $p>.05$ )

표 32. 뷰티 중요성에 따른 경제적 스트레스

(N=668)

구분		뷰티중요도 고집단		뷰티중요도 중집단		뷰티중요도 저집단		F-value	p	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차			
경제적 스트레스	연령	35-39세	2.75a	.53	2.72a	.59	2.87a	.52	.836	.436
		40-49세	2.59a	.75	2.84ab	.72	2.90b	.56	3.484*	.032
		50-59세	2.76a	.84	2.83a	.73	2.74a	.58	.513	.599
	취업 여부	취업자	2.65a	.72	2.83a	.71	2.84a	.57	2.685	.069
		미취업자	2.79a	.79	2.79a	.68	2.80a	.56	.017	.984

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

Scheffe 또는 Dunnett T3 Test : a>b

## 라. 인구통계학적 특성과 뷰티 중요성에 따른 심리적 행복감

인구통계학적 특성과 뷰티 중요성에 따른 중년여성의 심리적 행복감을 분석한 결과는 <표 33>와 같다. 연령대 중 35-39세를 제외한 모든 연령대에서 뷰티 중요성 집단에 따른 심리적 행복감의 평균이 영향이 있었다. 먼저 연령대 중 40-49세의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며( $F=8.137, p<.001$ ), 사후검증 결과 뷰티 중요성 고집단(3.55)이 중집단(3.29) 및 저집단(3.19)보다 행복감이 높은 것으로 나타났다. 50-59세의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며( $F=7.206, p<.001$ ), 사후검증 결과 뷰티중요성 고집단(3.54)이 저집단(3.23)보다 행복감이 높은 것으로 나타났다. 또한 취업 여부와 뷰티 중요성 집단에 따른 심리적 행복감을 분석한 결과 영향이 있었다. 취업자의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며( $F=6.534, p<.01$ ), 사후검증 결과 뷰티 중요성 고집단(3.48)이 중집단(3.31) 및 저집단(3.22)보다 심리적 행복감이 높은 것으로 나타났다. 미취업자의 경우, 세 집단간 통계적으로 영향이 있었으며( $F=9.174, p<.001$ ), 사후검증 결과 뷰티 중요성 고집단(3.57)이 저집단(3.20)보다 행복감이 높은 것으로 나타났다. 박혜원(2013)의 외모관리 행동의 중요성을 인식하고 행동을 많이 하는 사람이 인생의 목표에 도달하기 위한 노력 하고, 심리적 행복감도 만족하는 삶을 살고 있다는 결과는 이를 뒷받침한다.

표 33. 뷰티 중요성에 따른 심리적 행복감

(N=668)

구분		뷰티중요도 고집단		뷰티중요도 중집단		뷰티중요도 저집단		F-value	p	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차			
심 리 적 행 복 감	연령	35-39세	3.35a	.59	3.25a	.45	3.23a	.46	.554	.576
		40-49세	3.55a	.50	3.29b	.56	3.19b	.45	8.137**	.000
		50-59세	3.54a	.58	3.36ab	.51	3.23b	.39	7.206**	.001
	취업 여부	취업자	3.48a	.53	3.31b	.55	3.22b	.46	6.534**	.002
		미취업자	3.57a	.60	3.32ab	.47	3.20b	.38	9.174**	.000

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

Scheffe 또는 Dunnett T3 Test : a>b

### 제3절 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 행동 경험에 따른 행복감

조사대상을 뷰티 관리 유형별(피부 관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동) 경험 여부에 따라 분류하였다. 분류 결과, 피부 관리 행동 경험집단은 477명으로, 무 경험집단은 191명으로 나타났으며, 화장 행동 경험집단은 371명으로, 화장 행동 무 경험집단은 297명으로 나타났다. 네일 관리 행동 경험집단은 300명으로, 네일 관리 행동 무 경험집단은 368명으로 나타났으며, 반영구화장 행동 경험집단은 285명으로, 무 경험집단은 383명으로 나타났다.

#### 1. 뷰티 관리 행동 유형별 경험 여부에 따른 자아존중감

##### 가. 피부 관리 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 행동 유형 중 피부 관리 행동 경험 여부에 따른 자아 존중감은 <표 34>과 같다. 우선 긍정적 자아 존중감의 결과를 살펴보면, 모든 연령대에서 피부 관리 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 구체적으로 연령대 중 35-39세의 경우, 피부 관리 행동 무 경험집단(3.38)보다 경험집단(3.59)에서 긍정적 자아 존중감의 평균이 더욱 높게 나타났으며( $t=2.153, p<.05$ ), 40-49세의 경우, 피부 관리 행동 무 경험집단(3.52)보다 경험집단(3.68)에서 긍정적 자아 존중감의 평균이 더욱 높게 나타났고( $t=2.372, p<.05$ ), 50-59세도 피부 관리 행동 무 경험집단(3.62)보다 경험집단(3.73)에서 긍정적 자아 존중감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.019, p<.05$ ). 취업 여부와 피부 관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 자아 존중감을 살펴보면, 취업자와 미취업자 모두 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 취업자의 경우, 무 경험집단(3.57)보다 경험집단(3.69)에서 긍정적 자아 존중감의 평균이 더욱 높게 나타났으며( $t=2.385, p<.05$ ), 미취업자의 경우 무경험 집단(3.52)보다 경험집단(3.66)에서 긍정적 자아 존중감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.313, p<.05$ ). 연령대와 취업 여부에 상관없이 피부 관리 행동을 해본 중년여성들은 그렇지 않은 중년여성들보다 긍정적인 자아 존중감이 높게 나타났다.

다음으로 부정적 자아 존중감을 살펴보면, 모든 연령대에서 피부 관리 행동 경험집단과 무 경험집단 간에 부정적 자아 존중감에는 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 그리고 취업 여부에 따라서도 경험집단과 무 경험집단 간에 부정적 자아 존중감에는 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 연령대와 취업 여부는 피부 관리 행동 경험 여부에 따른 부정적 자아 존중감에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

윤천성, 김정숙(2010)의 피부관리 행동을 통한 만족감이 높아지면 자기효능감과 자아 존중감, 그리고 행복감은 상승하는 것으로 나타난 연구결과와 같은 맥락이다.

표 34. 피부 관리 행동 경험 여부에 따른 자아존중감

(N=668)

구분			피부관리행동 경험집단(N=477)		피부관리행동 무경험집단(N=191)		t	P
			평균	표준 편차	평균	표준 편차		
긍정적 자아존 중감	연령	35-39세	3.59	.45	3.38	.45	2.153*	.033
		40-49세	3.68	.49	3.52	.45	2.372*	.018
		50-59세	3.73	.45	3.62	.42	2.019*	.044
	취업 여부	취업자	3.69	.48	3.57	.46	2.385*	.017
		미취업자	3.66	.44	3.52	.40	2.313*	.022
부정적 자아존 중감	연령	35-39세	2.76	.72	3.02	.62	-1.614	.109
		40-49세	2.60	.74	2.77	.67	-1.721	.086
		50-59세	2.50	.76	2.64	.67	-1.560	.120
	취업 여부	취업자	2.59	.74	2.70	.67	-1.416	.158
		미취업자	2.60	.77	2.80	.67	-1.910	.057

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

## 나. 화장관리 행동

화장관리 행동 경험 여부에 따른 자아 존중감은 <표 35>과 같다. 긍정적 자아 존중감을 살펴보면, 35-39세를 제외한 나머지 연령대에서 화장관리 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 구체적으로 연령대 중 40-49세의 경우, 화장관리 행동 무 경험집단(3.48)보다 경험집단(3.77)에서 긍정적 자아 존중감의 평균이 더욱 높게 나타났고( $t=5.085, p<.001$ ), 50-59세에서도 화장관리 행동 무 경험집단(3.59)보다 경험집단(3.78)에서 긍정적 자아 존중감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=3.776, p<.001$ ). 취업 여부와 화장관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 자아 존중감을 살펴보면, 취업자와 미취업자 모두 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 취업자의 경우, 무 경험집단(3.55)보다 경험집단(3.75)에서 긍정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났으며( $t=4.502, p<.001$ ), 미취업자의 경우, 무 경험집단(3.50)보다 경험집단(3.71)에서 긍정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=3.961, p<.001$ ).

부정적 자아 존중감을 살펴보면, 연령대 중 50-59세 집단에서만 화장관리 행동 경험집단(2.47)보다 무 경험집단(2.64)에서 평균이 더욱 높게 나타났으며( $t=-1.978, p<.05$ ), 이 외의 연령 집단에서는 화장관리 행동 경험 여부에 따른 부정적 자아 존중감에서 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 취업 여부에 따라서는 경험집단과 무 경험집단 간에 부정적 자아 존중감의 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

공영희(2012)의 화장 행동은 소통을 원활하게 하고 효과적으로 행하기 위한 하나의 수단으로 상대방이나 자신에게도 심리적 안정감을 주고 자아 존중감을 높여주는 중요한 역할이라 하여 화장 행동 경험과 행복과 관련된 중요성을 뒷받침 하고 있다.



표 35. 화장관리 행동 경험 여부에 따른 자아존중감

(N=668)

구분			화장관리행동 경험집단(N=371)		화장관리행동 무경험집단(N=297)		t	P
			평균	표준 편차	평균	표준 편차		
긍정적 자아존 중감	연령	35-39세	3.58	.43	3.49	.49	1.098	.275
		40-49세	3.77	.47	3.48	.45	5.085***	.000
		50-59세	3.78	.43	3.59	.42	3.776***	.000
	취업 여부	취업자	3.75	.47	3.55	.46	4.502***	.000
		미취업자	3.71	.42	3.50	.42	3.961***	.000
부정적 자아존 중감	연령	35-39세	2.81	.74	2.82	.66	-.030	.976
		40-49세	2.57	.78	2.73	.64	-1.832	.068
		50-59세	2.47	.78	2.64	.67	-1.978*	.049
	취업 여부	취업자	2.56	.77	2.69	.64	-1.870	.062
		미취업자	2.60	.79	2.73	.69	-1.279	.202

\* p&lt;.05, \*\* p&lt;.01, \*\*\* p&lt;.001

## 다. 네일 관리 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 유형 중 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 자아존중감의 차이는 <표 36>와 같다. 긍정적 자아존중감을 살펴보면, 연령대 중 35-39세를 제외한 모든 집단에서 네일 관리 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 구체적으로 연령대 중 40-49세의 경우, 네일관리 행동 무 경험집단(3.51)보다 경험집단(3.78)에서 긍정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났고( $t=4.758, p<.001$ ), 50-59세에서도 네일관리 행동 무 경험집단(3.64)보다 경험집단(3.79)에서 긍정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.715, p<.01$ ). 취업 여부와 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 자아존중감을 살펴보면, 취업자와 미취업자 모두 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 취업자의 경우, 무 경험집단(3.61)보다 경험집단(3.71)에서 긍정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났으며( $t=2.228, p<.05$ ), 미취업자의 경우, 무 경험집단(3.52)보다 경험집단(3.76)에서 긍정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=4.368, p<.001$ ).

부정적 자아존중감의 경우, 연령대 중 35-39세를 제외한 모든 집단에서 네일 관리 행동 경험집단보다 무 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 구체적으로 연령대 중 40-49세의 경우, 네일 관리 행동 경험집단(2.52)보다 무 경험집단(2.75)에서 부정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났고( $t=-2.589, p<.01$ ), 50-59세에서도 경험집단(2.41)보다 무 경험집단(2.62)에서 부정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=-2.208, p<.05$ ). 또 한 취업자와 미취업자 중 미취업자 집단에서만 경험집단(2.50)보다 무 경험집단(2.76)에서 부정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=-2.650, p<.10$ ).

이것은 네일 관리 행동을 경험한 중년여성의 자아존중감이 네일 관리 행동 무 경험자 집단보다 높다는 연구결과(신혜숙, 2016)와 일치한다. 즉 긍정적 자아존중감이 높은 중년여성들이 네일 관리 행동을 하고 있음을 알 수 있다.

표 36. 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 자아존중감

(N=668)

구분		네일관리행동 경험집단(N=300)		네일관리행동 무경험집단(N=368)		t	P	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차			
긍정적 자아존 중감	연령	35-39세	3.57	.45	3.50	.46	.751	.454
		40-49세	3.78	.45	3.51	.48	4.758**	.000
		50-59세	3.79	.49	3.64	.40	2.715**	.007
	취업 여부	취업자	3.71	.49	3.61	.46	2.228*	.026
		미취업자	3.76	.42	3.52	.41	4.368**	.000
부정적 자아존 중감	연령	35-39세	2.78	.71	2.88	.71	-.722	.472
		40-49세	2.52	.72	2.75	.71	-2.589*	.010
		50-59세	2.41	.73	2.62	.73	-2.208*	.028
	취업 여부	취업자	2.58	.74	2.65	.70	-1.041	.299
		미취업자	2.50	.72	2.76	.75	-2.650*	.009

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

## 라. 반영구화장 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 유형 중 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 자아존중감의 차이는 <표 37>과 같다. 긍정적 자아존중감을 살펴보면, 연령대 중 35-39세를 제외한 모든 집단에서 반영구화장 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 구체적으로 연령대 중 40-49세의 경우, 반영구화장 행동 무 경험집단(3.56)보다 경험집단(3.73)에서 긍정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났고( $t=2.862, p<.01$ ), 50-59세도 반영구화장 행동 무 경험집단(3.65)보다 경험집단(3.76)에서 긍정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.168, p<.05$ ). 취업 여부와 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 긍정적 자아존중감을 살펴보면, 취업자와 미취업자 모두 반영구화장 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 취업자의 경우, 무 경험집단(3.61)보다 경험집단(3.71)에서 긍정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났으며( $t=2.152, p<.05$ ), 미취업자의 경우, 무 경험집단(3.57)보다 경험집단(3.70)에서 긍정적 자아존중감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.406, p<.05$ ). 부정적 자아존중감의 경우, 모든 연령대에서 반영구화장 행동 경험집단과 무 경험집단 간에 부정적 자아존중감의 차이는 없는 것으로 나타났다. 그리고 취업 여부에 따라서도 경험집단과 무 경험집단 간에 부정적 자아존중감의 차이는 없는 것으로 나타났다. 즉, 반영구화장은 자신의 삶에 긍정적 자아존중감을 가진 사람이 반영구화장 행동을 하고 반영구화장 행동의 연령대와 취업 여부는 반영구화장 관리 행동 경험 여부에 따른 부정적 자아존중감에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

표 37. 반영구화장 관리 행동 경험 여부에 따른 자아존중감

(N=668)

구분			반영구화장관리행동 경험집단(N=285)		반영구화장관리행동 무경험집단(N=383)		t	P
			평균	표준 편차	평균	표준 편차		
긍정적 자아존 중감	연령	35-39세	3.58	.42	3.52	.49	.686	.494
		40-49세	3.73	.49	3.56	.47	2.862*	.005
		50-59세	3.76	.39	3.65	.46	2.168*	.031
	취업 여부	취업자	3.71	.45	3.61	.49	2.152*	.032
		미취업자	3.70	.43	3.57	.42	2.406*	.017
부정적 자아존 중감	연령	35-39세	2.79	.63	2.84	.78	-.338	.736
		40-49세	2.57	.78	2.70	.67	-1.397	.164
		50-59세	2.46	.71	2.60	.74	-1.533	.126
	취업 여부	취업자	2.56	.71	2.67	.72	-1.537	.125
		미취업자	2.62	.79	2.68	.72	-.649	.517

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

## 2. 뷰티 관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고

### 가. 피부관리 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 유형 중 피부 관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고는 <표 38>과 같다. 연령대 중 40-49세 집단에서만 피부 관리 행동 무 경험집단(3.27)보다 경험집단(3.48)에서 긍정적 사고의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.593$ ,  $p<.01$ ). 취업 여부의 경우, 취업자와 미취업자 집단 모두 피부관리 행동 경험집단과 무 경험집단 간에 긍정적 사고에서는 영향을 미치지 않았다.

표 38. 피부 관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고

(N=668)

구분			피부관리행동 경험집단(N=477)		피부관리행동 무경험집단(N=191)		t	P
			평균	표준 편차	평균	표준 편차		
			긍정적 사고	연령	35-39세	3.44		
40-49세	3.48	.55			3.27	.65	2.593**	.010
50-59세	3.54	.52			3.46	.53	1.202	.231
취업 여부	취업자	3.48		.56	3.37	.62	1.638	.102
	미취업자	3.52		.53	3.38	.50	1.889	.060

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

## 나. 화장 행동

인구통계학적 특성과 뷰티 관리 유형 중 화장 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고는 <표 39>와 같다. 연령대 중 35-39세를 제외한 모든 집단에서 화장관리 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 구체적으로 연령대 중 40-49세의 경우, 화장관리 행동 무 경험집단(3.30)보다 경험집단(3.53)에서 긍정적 사고의 평균이 더욱 높게 나타났고( $t=3.272$ ,  $p<.001$ ), 50-59세에서도 무 경험집단(3.42)보다 경험집단(3.58)에서 긍정적 사고의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.566$ ,  $p<.05$ ). 취업 여부의 경우, 취업자 집단은 무 경험집단(3.33)보다 경험집단(3.55)에서 긍정적 사고의 평균이 더욱 높게 나타났으나( $t=3.870$ ,  $p<.000$ ), 미취업자 집단은 화장관리 행동 경험집단(3.52)과 무경험 집단(3.43) 사이에서 긍정적 사고는 영향을 미치지 않았다 ( $t=1.319$ ,  $p>.05$ ).

표 39. 화장관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고

(N=668)

구분		화장관리행동 경험집단(N=371)		화장관리행동 무경험집단(N=297)		t	P	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차			
긍정적 사고	연령	35-39세	3.45	.61	3.37	.55	.704	.483
		40-49세	3.53	.57	3.30	.59	3.272**	.001
		50-59세	3.58	.51	3.42	.53	2.566*	.011
	취업 여부	취업자	3.55	.57	3.33	.57	3.870**	.000
		미취업자	3.52	.52	3.43	.53	1.319	.189

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

### 다. 네일 관리 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 행동 유형 중 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고는 <표 40>과 같다. 연령대 중 35-39세를 제외한 모든 집단에서 네일 관리 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 구체적으로 연령대 중 40-49세의 경우, 네일 관리 행동 무경험집단(3.30)보다 경험집단(3.57)에서 긍정적 사고의 평균이 더욱 높게 나타났고( $t=3.887, p<.001$ ), 50-59세에서도 네일 관리 행동 무 경험집단(3.43)보다 경험집단(3.66)에서 긍정적 사고의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=3.571, p<.001$ ). 취업 여부와 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고를 살펴보면, 취업자와 미취업자 모두 네일 관리 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 취업자의 경우, 네일 관리 행동 무 경험집단(3.36)보다 경험집단(3.54)에서 긍정적 사고의 평균이 더욱 높게 나타났으며( $t=3.220, p<.001$ ), 미취업자의 경우, 네일 관리 행동 무 경험집단(3.39)보다 경험집단(3.61)에서 긍정적 사고의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=3.233, p<.001$ ). 즉 네일 관리 행동은 40-49세, 50-59세와 취업자 집단과 경험자 집단에게 긍정적 사고에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 40. 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고

(N=668)

구분			네일관리행동 경험집단(N=300)		네일관리행동 무경험집단(N=368)		t	P
			평균	표준 편차	평균	표준 편차		
			긍정적 사고	연령	35-39세	3.44		
40-49세	3.57	.55			3.30	.59	3.887***	.000
50-59세	3.66	.52			3.43	.52	3.571***	.000
취업 여부	취업자	3.54		.59	3.36	.56	3.220***	.001
	미취업자	3.61		.49	3.39	.54	3.233***	.001

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



## 라. 반영구화장 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 유형 중 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고는 <표 41>와 같다. 연령대 중 40-49세 집단에서만 반영구화장 행동 무 경험집단(3.35)보다 경험집단(3.52)에서 긍정적 사고의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.443$ ,  $p<.05$ ). 취업 여부의 경우, 취업자와 미취업자 집단 모두 반영구화장 행동 경험집단과 무 경험집단 간에 긍정적 사고에서 영향을 미치지 않았다.

표 41. 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 긍정적 사고

(N=668)

구분			반영구화장행동 경험집단(N=285)		반영구화장행동 무경험집단(N=383)		t	P
			평균	표준 편차	평균	표준 편차		
긍정적 사고	연령	35-39세	3.41	.51	3.43	.66	-.141	.888
		40-49세	3.52	.59	3.35	.57	2.443*	.015
		50-59세	3.55	.54	3.49	.52	.905	.367
	취업 여부	취업자	3.50	.56	3.41	.60	1.553	.121
		미취업자	3.53	.55	3.45	.51	1.122	.263

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

### 3. 뷰티 관리 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스

#### 가. 피부관리 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 유형 중 피부관리 경험 여부에 따른 경제적 스트레스는 <표 42>과 같다. 연령의 경우, 모든 연령대에서 피부관리 행동 경험집단보다 무 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 구체적으로 연령대 중 35-39세의 경우, 피부관리 행동 경험집단(2.72)보다 무 경험집단(3.00)에서 경제적 스트레스의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=-2.320$ ,  $p<.05$ ). 40-49세의 경우, 피부관리 행동 경험집단(2.72)보다 무 경험집단(3.10)에서 경제적 스트레스의 평균이 더욱 높게 나타났고( $t=-4.197$ ,  $p<.001$ ), 50-59세에서도 피부관리 행동 경험집단(2.70)보다 무 경험집단(2.93)에서 경제적 스트레스의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=-2.592$ ,  $p<.01$ ). 취업 여부와 피부관리 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스를 살펴보면, 취업자와 미취업자 모두 피부관리 행동 경험 집단보다 무 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 취업자의 경우, 피부관리 행동 경험집단(2.71)보다 무 경험집단(3.00)에서 경제적 스트레스의 평균이 더욱 높게 나타났으며( $t=-3.989$ ,  $p<.001$ ), 미취업자의 경우 피부관리 행동 경험집단(2.71)보다 무 경험집단(3.00)에서 경제적 스트레스의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=-3.231$ ,  $p<.001$ ). 연령대와 취업 여부에 상관없이 피부관리 행동은 경제적 스트레스에 영향이 있었다.

표 42. 피부 관리 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스

(N=668)

구분		피부관리행동 경험집단(N=477)		피부관리행동 무경험집단(N=191)		t	P	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차			
경제적 스트레스	연령	35-39세	2.72	.57	3.00	.43	-2.320*	.022
		40-49세	2.72	.66	3.10	.65	-4.197***	.000
		50-59세	2.70	.69	2.93	.71	-2.592**	.010
	취업 여부	취업자	2.71	.66	3.00	.66	-3.989***	.000
		미취업자	2.71	.63	3.00	.67	-3.231***	.001

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

## 나. 화장 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 화장 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스는 <표 43>와 같다. 연령대 중 40-49세 집단에서만 화장 행동 경험집단(2.74)보다 무 경험집단(2.90)에서 경제적 스트레스의 평균이 더욱 높게 나타났다 ( $t=-2.006, p<.05$ ). 취업 여부의 경우, 취업자와 미취업자 집단 모두 화장 행동 경험집단과 무 경험집단 간에 경제적 스트레스에서 차이가 나타나지 않았다.

표 43. 화장 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스

(N=668)

구분		화장 행동		화장 행동		t	P	
		경험집단(N=371)		무경험집단(N=297)				
		평균	표준 편차	평균	표준 편차			
경제적 스트레스	연령	35-39세	2.79	.59	2.75	.48	.385	.701
		40-49세	2.74	.72	2.90	.62	-2.006*	.046
		50-59세	2.81	.69	2.75	.72	.635	.526
	취업 여부	취업자	2.76	.68	2.83	.66	-1.117	.265
		미취업자	2.80	.68	2.78	.63	.284	.777

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

### 다. 네일 관리 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 유형 중 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스는 <표 44>와 같다. 연령대 중 50-59세를 제외한 모든 집단에서 네일 관리 행동 경험집단보다 무 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 구체적으로 연령대 중 35-39세의 경우, 네일 관리 행동 경험집단(2.71)보다 무 경험집단(2.92)에서 경제적 스트레스의 평균이 더욱 높게 나타났고 ( $t=-1.988, p<.05$ ), 40-49세도 네일 관리 행동 경험집단(2.72)보다 무 경험집단(2.89)에서 경제적 스트레스의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=-2.120, p<.05$ ). 취업 여부의 경우, 취업자 집단은 경험집단(2.72)보다 무 경험집단(2.86)에서 경제적 스트레스의 평균이 더욱 높게 나타났으나( $t=-2.252, p<.05$ ), 미취업자 집단은 네일관리 행동 경험집단(2.72)과 무 경험집단(2.84) 간 경제적 스트레스는 영향을 미치지 않았다( $t=-1.446, p>.05$ ). 신혜숙(2016)의 소득이 많을수록 네일 관리 경험이 많다는 연구결과는 네일 관리 행동 경험자 집단의 경제적 스트레스에 영향을 미친다는 연구자의 연구결과를 뒷받침한다.

표 44. 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스

(N=668)

구분		네일관리행동 경험집단(N=300)		네일관리행동 무경험집단(N=368)		t	P	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차			
		경제적 스트레스	연령	35-39세	2.71			.58
40-49세	2.72			.70	2.89	.65	-2.120*	.035
50-59세	2.72			.77	2.81	.67	-1.013	.312
취업 여부	취업자		2.72	.68	2.86	.66	-2.252*	.025
	미취업자		2.72	.70	2.84	.63	-1.446	.150

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

## 라. 반영구화장 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 유형 중 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스는 <표 45>과 같다. 모든 연령대에서 반영구화장 행동 경험집단과 무 경험집단 간에 경제적 스트레스에 미치는 영향이 없는 것으로 나타났다. 취업 여부에 따라서도 반영구화장 행동 경험집단과 무 경험집단 간에 경제적 스트레스에 미치는 영향이 없는 것으로 나타났다. 즉, 연령대와 취업 여부는 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스에 미치는 영향이 없는 것으로 나타났다.

표 45. 반영구 화장 행동 경험 여부에 따른 경제적 스트레스

(N=668)

구분			반영구화장행동 경험집단(N=285)		반영구화장행동 무경험집단(N=383)		t	P
			평균	표준 편차	평균	표준 편차		
경제적 스트레스	연령	35-39세	2.75	.61	2.81	.50	-.554	.580
		40-49세	2.78	.73	2.84	.63	-.758	.449
		50-59세	2.72	.68	2.82	.71	-1.120	.264
	취업 여부	취업자	2.74	.69	2.83	.66	-1.392	.165
		미취업자	2.77	.68	2.81	.65	-.460	.646

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

#### 4. 뷰티 관리 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감

##### 가. 피부관리 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 유형 중 피부관리 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감은 <표 46>과 같다. 연령대 중 40-49세 집단에서만 피부관리 행동 무 경험집단(3.17)보다 경험집단(3.34)에서 심리적 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.396, p<.05$ ). 취업 여부에 따른 심리적 행복감을 살펴보면, 취업자와 미취업자 모두 피부관리 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 취업자의 경우, 피부관리 행동 무경험집단(3.23)보다 경험집단(3.35)에서 평균이 더욱 높게 나타났으며( $t=2.162, p<.05$ ), 미취업자의 경우, 피부관리 행동 무 경험집단(3.20)보다 경험집단(3.36)에서 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.479, p<.05$ ). 이것은 피부관리 행동 경험이 중년여성의 심리적 행복감에 영향을 미치는 결과이다. 윤천성(2010)의 피부 관리 행동은 자신의 만족과 젊음을 찾을 수 있다는 희망이 행복감을 상승시키는 것으로 볼 수 있다는 결과와 같은 이유이다.

표 46. 피부 관리 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감

(N=668)

구분		피부관리행동 경험집단(N=477)		피부관리행동 무경험집단(N=191)		t	P	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차			
		심리적 행복감	연령	35-39세	3.30			.49
40-49세	3.34			.52	3.17	.52	2.396*	.017
50-59세	3.39			.51	3.28	.46	1.869	.063
취업 여부	취업자		3.35	.52	3.23	.51	2.162*	.031
	미취업자		3.36	.49	3.20	.44	2.479*	.014

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

## 나. 화장 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 유형 중 화장 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감은 <표 47>과 같다. 연령대 중 35-39세를 제외한 모든 집단에서 화장 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 구체적으로 연령대 중 40-49세의 경우, 화장 행동 무 경험집단(3.18)보다 경험집단(3.40)에서 심리적 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났고( $t=3.484, p<.001$ ), 50-59세에서도 화장 행동 무 경험집단(3.26)보다 경험집단(3.44)에서 심리적 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=3.058, p<.01$ ). 취업 여부와 화장 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감을 살펴보면, 취업자와 미취업자 모두 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 취업자의 경우, 화장 행동 무 경험집단(3.22)보다 경험집단(3.40)에서 심리적 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났으며( $t=3.601, p<.001$ ), 미취업자의 경우, 무 경험집단(3.24)보다 경험집단(3.37)에서 심리적 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.146, p<.05$ ).

김성희(2009)와 박미경(2005)의 화장관리 행동을 하는 이유에서 사회생활이 많고 연령이 높을수록 주변의 시선을 신경 쓴다고 하였고 연령이 낮은 경우 자신의 단점을 보완하기 위해 화장관리 행동을 한다. 또 한 화장관리 행동이 주변의 보이는 이미지 변화와 나이가 들어감으로써 부족한 부분을 채워주는 역할로 젊어 보일 수 있게 한다는 결과는 연구자의 화장 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감을 뒷받침한다.

표 47. 화장 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감

(N=668)

구분		화장 행동 경험집단 (N=371)		화장 행동 무경험집단 (N=297)		t	P	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차			
		심리적 행복감	연령	35-39세	3.27			.50
40-49세	3.40			.54	3.18	.48	3.484***	.001
50-59세	3.44			.49	3.26	.49	3.058**	.002
취업 여부	취업자		3.40	.54	3.22	.49	3.601***	.000
	미취업자		3.37	.47	3.24	.48	2.146*	.033

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

## 다. 네일 관리 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 유형 중 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감은 <표 48>와 같다. 연령대 중 35-39세를 제외한 모든 집단에서 네일 관리 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 구체적으로 연령대 중 40-49세의 경우, 네일 관리 행동 무 경험집단(3.18)보다 경험집단(3.44)에서 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났고( $t=4.158$ ,  $p<.001$ ), 50-59세에서도 네일 관리 행동 무 경험집단(3.29)보다 경험집단(3.48)에서 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=3.013$ ,  $p<.01$ ). 취업 여부와 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감을 살펴보면, 취업자와 미취업자 모두 네일 관리 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타나 영향이 있었다. 취업자의 경우, 네일 관리 행동 무 경험집단(3.25)보다 경험집단(3.38)에서 심리적 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났으며( $t=2.579$ ,  $p<.01$ ), 미취업자의 경우, 네일 관리 행동 무 경험집단(3.22)보다 경험집단(3.45)에서 심리적 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=3.780$ ,  $p<.001$ ).

표 48. 네일 관리 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감

(N=668)

구분		네일관리행동 경험집단 (N=300)		네일관리행동 무경험집단 (N=368)		t	P	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차			
		심리적 행복감	연령	35-39세	3.27			.48
40-49세	3.44			.50	3.18	.52	4.158***	.000
50-59세	3.48			.53	3.29	.47	3.013**	.003
취업 여부	취업자		3.38	.53	3.25	.51	2.579**	.010
	미취업자		3.45	.46	3.22	.47	3.780***	.000

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



## 라. 반영구화장 행동

중년여성의 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 유형 중 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감은 <표 49>와 같다. 연령대 중 35-39세를 제외한 모든 집단에서 반영구화장 행동 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타나 영향을 미치었다. 구체적으로 연령대 중 40-49세의 경우, 반영구화장 행동 무 경험집단(3.21)보다 경험집단(3.40)에서 심리적 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났고( $t=3.029, p<.01$ ), 50-59세에서도 반영구화장 행동 무 경험집단(3.30)보다 경험집단(3.44)에서 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.192, p<.05$ ). 취업 여부와 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감을 살펴보면, 취업자와 미취업자 모두 무 경험집단보다 경험집단의 평균이 더욱 높게 나타났다. 취업자의 경우, 무 경험집단(3.26)보다 경험집단(3.38)에서 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났으며( $t=2.459, p<.05$ ), 미취업자의 경우, 무 경험집단(3.26)보다 경험집단(3.40)에서 심리적 행복감의 평균이 더욱 높게 나타났다( $t=2.267, p<.05$ ).

이것은 반영구화장 행동이 취업 여부와 상관없이 중년여성 40세에서 59세에겐 심리적 행복감에 영향을 미친다는 결과이다.

표 49. 반영구화장 행동 경험 여부에 따른 심리적 행복감

(N=668)

구분		반영구화장행동 경험집단(N=285)		반영구화장행동 무경험집단(N=383)		t	P	
		평균	표준 편차	평균	표준 편차			
심리적 행복감	연령	35-39세	3.28	.44	3.25	.53	.388	.699
		40-49세	3.40	.56	3.21	.48	3.029**	.003
		50-59세	3.44	.50	3.30	.49	2.192*	.029
	취업 여부	취업자	3.38	.51	3.26	.53	2.459*	.014
		미취업자	3.40	.53	3.26	.44	2.267*	.024

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

## 제5장 결론 및 제언

### 제1절 연구결과의 요약 및 시사점

본 연구는 뷰티 관리 행동(피부관리 행동, 네일 관리 행동, 화장 행동, 반영구화장 행동)에 따라서 중년여성의 뷰티 인식 행동(뷰티 관심도, 뷰티 중요성)과 경험이 행복감(자아 존중감, 긍정적 사고, 심리적 행복감, 경제적 스트레스)에 미치는 차이를 연구하였다. 연구는 온라인 설문지 방식을 사용하여 자료를 수집하여 조사하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 중년여성의 뷰티 관심도와 뷰티 중요성 인식을 조사한 결과는 다음과 같다. 조사대상의 뷰티 관심도의 경우 중년여성들은 피부 관리 행동에 가장 높은 관심을 나타냈으며, 나이가 들어도 외모 관리를 위해 시간과 비용을 투자해야 한다고 생각하는 것으로 나타났다. 조사대상의 뷰티 중요성 인식의 경우, 사회생활과 이성 관계에 있어서 자신을 가꾸는 것이 중요하다고 생각하고 있었으며, 자신을 가꾸는 행동에 피부 관리 행동과 화장 행동이 포함된다고 생각하는 것으로 나타났다.

둘째, 뷰티 관리 행동 유형별 관리 경험 여부와 이용횟수를 조사한 결과는 다음과 같다. 뷰티 관리 행동 유형별 중년여성의 관리 경험 여부는 피부 관리 행동을 이용한 경험이 가장 많은 것으로 나타났으며, 화장 행동과 네일 관리 행동 순으로 나타났다.

뷰티 관리 행동 유형별 중년여성의 관리 이용횟수는 피부 관리 행동을 정기적으로 이용하는 사람들이 가장 많았으며, 다음으로 네일 관리 행동, 화장 행동을 정기적으로 이용하는 사람들이 많은 것으로 나타났다.

셋째, 중년여성의 뷰티 관심도에 따라 고집단, 중집단, 저집단으로 분류하여 인구통계학적 특성에 따라 행복감에 미치는 영향의 결과는 다음과 같다.

연령 및 취업 여부와 뷰티 관심도에 따른 긍정적 자아 존중감에 미치는 영향은 모든 연령대 집단과 취업자 관심도 고집단이 긍정적 자아 존중감이 높았고 긍정적 사고와 심리적 행복감은 35~39세를 제외한 연령과 취업자 비취업자 모두 긍정적 사고와 심리적 행복감을 느끼는 것으로 나타났다. 경제적 스트레스는 뷰티 관심도 고집단의 취업자 집단에서 경제적 스트레스가 낮게 나타났다.

넷째, 중년여성의 뷰티 관리 행동 중요성에 따라 고집단, 중집단, 저집단으로 분류하여 인구통계학적 특성에 따라 행복감에 미치는 영향을 분석한 결과는 다음과 같다.

인구통계학적 특성에 따른 뷰티 중요성에 따른 행복감에 미치는 영향은 긍정적 자아 존중감은 뷰티중요도 고집단이 연령별 취업별로 모두 높았고, 긍정적 사고는 35~39세 연령을 제외한 모든 집단과 취업자 집단에서 높게 나타났고, 심리적 행복감은 35~39세 연령을 제외한 뷰티 중요도 고집단과 취업자 집단에서 높게 나타났고 경제적 스트레스는 40~49세 뷰티 중요도 고집단이 경제적 스트레스가 낮은 것으로 나타났고 취업자 별로는 영향을 미치지 않았다.

다섯째, 인구통계학적 특성과 뷰티 관리 행동 경험에 따른 행복감에 미치는 영향을 분석한 결과는 다음과 같다.

뷰티 관리 행동 경험 여부에 따른 행복감은 자아 존중감에 미치는 영향은 피부관리 행동, 화장 행동은 관리 경험집단이 네일 관리 행동, 반영구화장 행동은 35~39세를 제외한 집단이 모두 경험집단의 자아 존중감이 높았다.

경험 여부에 따른 긍정적 사고에 미치는 영향은 피부관리 행동은 40~49세의 경험집단이 화장 행동은 모든 연령의 경험집단이 네일 관리 행동은 35~39세를 제외한 경험집단이, 반영구화장 행동은 40~49세 경험집단이 긍정적 사고 높은 영향을 미친다.

경험 여부에 따른 경제적 스트레스에 미치는 영향은 피부관리 행동 무경험집단과 화장 행동 40~49세 무경험집단이 네일 관리 행동에선 네일 관리 연령대와 상관없이 무경험집단의 스트레스가 높게 나타났다. 반영구화장 행동은 영향을 미치지 않았다.

경험 여부에 따른 심리적 행복감에 미치는 영향은 피부 관리 행동과 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동 모두 35~39세를 제외한 모든 연령과 취업

에 상관없이 경험집단의 심리적 행복감에 영향을 미친다.

따라서 중년여성 중 35-39세를 대상으로 피부 관리 행동을 제공하여 긍정적 자아 존중감을 높여 행복을 느끼게 할 수 있다. 그리고 40-49세를 대상으로 피부 관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동을, 50-59세를 대상으로 피부 관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동을 경험하게 함으로써 긍정적 자아 존중감을 높여 행복을 느낄 수 있을 것으로 기대된다. 또한 중년여성 중 50-59세 집단에게 화장 행동을, 미취업자 집단에게 네일 관리 행동을 경험하게 함으로써 부정적 자아 존중감을 낮출 수 있을 것으로 예상된다.

중년여성 중 40-49세 집단을 대상으로 피부 관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동을, 50-59세 집단을 대상으로 화장 행동, 네일 관리 행동을 경험 할수 있는 기회를 제공하여 긍정적 사고를 높일 수 있다. 또한 중년여성 중 취업자를 대상으로 화장 행동을 경험 할수 있는 기회를 제공함으로써 긍정적 사고를 높일 수 있을 것으로 예상된다.

경제적 스트레스를 느끼는 중년여성들에게 35-39세에겐 네일 관리 행동을 40-49세에겐 피부 관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동을 50-59세에겐 피부 관리 행동을 경험하게 하여 경제적 스트레스를 낮추는 효과를 기대한다.

중년여성 40-49세 와 50-59세에게 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구화장 행동을 경험하는 기회를 제공함으로써 이들의 심리적 행복을 높이는 효과가 있을 것이다. 즉, 연구자의 연구결과는 뷰티 관심도와 뷰티 중요성을 인식한 중년여성은 심리적 과정에 행복을 느끼고 뷰티 관리 행동과 같이 실행되면 심리적 과정과 작용하여 중년여성의 행복에 영향을 미치는 결과가 있다.

연구의 시사점은 다음과 같다.

첫째, 중년여성들에게 피부관리 행동 외에 화장관리 행동 네일 관리 행동 반영구 화장 관리 행동의 관심도 도출과 대중화를 위한 방법 모색이 필요함을 시사한다.

둘째, 뷰티 관심도를 유발하는 활동이 여성의 긍정적 자아존중감을 높이는 활동이다. 그래서 40-59세의 연령과 뷰티에 관심이 있는 취업자와 비취업자에게 뷰티에 대한 관심도를 이끌어 내는 활동으로 행복감을 줄 수 있기에 관심도 유발 프로그램이 필요함을 시사한다.

셋째, 취업자의 경우 뷰티 관심도가 높을수록 경제적 스트레스가 낮다는 것을 인식하고 향후 중년여성 중 취업자를 대상으로 하여 뷰티 관심도와 경제적 스트레스 사이의 관계에 대한 연구를 할 필요가 있다.

넷째, 중년여성들에게 인구통계학적 특성별 상이한 뷰티 관리 유형을 제시하고 경험하게 함으로써 이들의 행복감을 높일 수 있는 방법 모색도 필요함을 시사한다.

본 연구는 중년여성을 우아한 노화(Aging gracefully)를 위한 방법 모색을 위해 중년여성의 행복에서 긍정적 영향을 미치는 피부 관리 행동, 화장 행동, 네일 관리 행동, 반영구 관리 행동 등의 뷰티 관리 행동이 여성의 우아한 노후 모습을 위한 행동 방법 중 하나가 뷰티 프로그램이 될 수 있음을 나타낸다.

또한 본 연구를 바탕으로 뷰티 행동 관리가 중년여성의 행복감에 영향이 미침을 인식하여 중년여성의 뷰티 관리 행동을 이용한 행복도출에 기초 자료를 제공하고 한다. 그리고 중년여성의 시기가 자기관리를 위해 투자를 아낌없이 하는 시기이므로 뷰티 관리 행동의 부분에 필요성을 인식하게 하여 관리 행동을 중년여성들에게 이끌어 낸다면 앞으로의 뷰티 산업도 더욱더 발전 할 수 있을 것이라 기대한다.

## 제2절 제언점

본 연구를 통해 제언점은 다음과 같다.

첫째, 향후 뷰티 산업 발전을 위해 뷰티 분야를 더욱더 세분화 하여 욕망 관리 행동, 속눈썹 관리 행동 등을 추가하고 뷰티 분야를 더욱더 세분화 하여 각 분야에서 관리의 어떤 부분이 심리적으로 어떻게 만족하였는지 더 연구해볼 필요가 있다고 제언한다.

둘째, 본연구를 바탕으로 뷰티 행동 관리 부분이 자신의 행복만이 아닌 상대적 만족도, 즉 타인의 관점으로 엄마로서, 며느리로서, 아내로서, 뷰티 관리 행동 시 보는 관점의 행복의 만족도 연구의 필요성도 제언한다.

셋째, 대상자도 중년여성의 뷰티 관리 행동이 아닌 가족이 함께하는 뷰티 관리 행동 연구시 만족도나 행복감에 대한 연구도 제언한다.

## 참고문헌

### -국내 · 외 단행본

- 권석만, 『현대 신경심리학. 이론적 이해와 실천적활용』, 학지사, 2015
- 권석만, 『긍정심리학. 행복의과학적 탐구』, 학지사, 서울, 2016
- 김진·장희진 『반영구 메이크업』, 훈민사, 서울, 2011
- 김주미, 『외모는 자존감이다』, 다산, 2016
- 대니엘J,레빈슨, 『여자가 겪는 인생의 사계절』, 이화여자대학교 출판부, 2004
- 류지원, 『뷰티 코디네이션 = Beauty coordination』. 서울: 고문사, 2000
- 송미영, 『NailArt』. 현문사, 2000
- 서은국, 성민선, 김진주 역. 『긍정심리학 입문』, 서울 : 박학사, 2007
- 이해성, 『Make-up Design』, 2003, 현문사
- 윤진, 『성인기 이후의 발달과 노화 과정』, 중앙적성출판사, 1985
- 우문식, 『긍정심리학의 행복』, 도서출판 물푸레, 경기도, 2012
- 정옥분, 『발달심리학. 전생애 인간발달』, 학지사, 서울, 2013
- 최은혜, 『미용실 서비스업 성장 둔화』, 뷰티 신문수2면, 2011
- 한규석, 『사회심리학의 이해.』 학지사, 서울, 2017
- Csikszentmihalyi, M.(1990). 『The psychollogy of optimal experience』. 최인수 역. 플로우. 서울:한울림, 2004
- Pamela Hill, RN. 『Permanent Make up:Tips and Techniques』, 2006. milady.

## -학위논문

- 강근영, “여성의 메이크업과 얼굴의 부분별 형태가 인상형성에 미치는 영향”, 계명대학교, 박사학위논문, 2011
- 강숙자, “경제적 스트레스가 대학생의 심리적 안녕감에 미치는 영향”, 백석대학교, 박사학위논문, 2012
- 고선형, “성인의 자아존중감, 외모관리 행동 및 신체 이미지가 대인관계에 미치는 영향”, 한서대학교, 박사학위논문, 2015
- 고희자, “사회문화적 배경에 따른 외모관리 행동 및 외모 만족도에 관한연구”, 조선대학교, 박사학위논문, 2016
- 권우영, “여성 소비자의 라이프 스타일 유형별 외모 관리 동기가 퍼머넌트메이크업 행동에 미치는 영향”, 경성대학교, 박사학위 논문, 2013
- 김정숙, “자기애 성향과 신체 존중감이 뷰티 관리 및 헤어 행동에 미치는 영향”, 성신 여자대학교, 박사학위 논문, 2014
- 김진, “중년기 여성의 심리적 안녕감에 영향을 미치는 요인”, 영남대학교, 박사학위 논문, 2017
- 김광희, “메디컬스킨케어가 중년여성의 행복감에 미치는 영향”, 대구 한의대학교, 박사학위 논문, 2013
- 김영란, “미용 심리치료를 위한 자가 미용교육 프로그램 개발에 관한 연구”, 서경 대학교, 박사학위 논문, 2010
- 김정숙, “중·노년 여성의 피부미용 관리가 행복감에 미치는 영향에 관한 연구”, 서울벤처대학교, 박사학위 논문, 2009
- 김명, “중년 위기감 및 그 관련 변인에 관한 연구”, 이화여자대학교, 박사학위 논문, 1989
- 김수진, “중년여성의 행복감 구조모형”, 을지대학교, 박사학위 논문, 2015
- 김도연, “반영구화장 시술 방법에 따른 한국, 일본, 미국인의 선호도 비교”, 건국 대학교, 박사학위 논문, 2015
- 김경란, “우울, 스트레스, 자아존중감 완화를 위한 헤어살롱 뷰티 메뉴얼 연구”, 연산대학교, 박사학위논문, 2014
- 김명자, “중년기 위기감 및 관련 변인에 관한 연구”, 이화여자대학교, 박사학



- 위논문, 1989
- 김상관, “중년여성의 신체활동에 영향을 미치는 심리적 사회요인”, 창원대학교, 박사학위 논문, 2012
  - 김성희, “여성의 연령별 화장 및 미용 성형 행동에 관한 연구”, 동서 대학교, 박사학위 논문, 2009
  - 김태희, “외모 관심도에 따른 네일 소비자 행동에 관한 연구”, 경성대학교, 박사학위 논문, 2014
  - 김현경, “아리스토텔레스 행복론에서의 자제력 없는 행동과의 쾌락문제”, 연세대학교, 박사학위논문, 2003
  - 김효정, “20-30대 여성들의 가치관에 따른 뷰티라이프 스타일 행동과 뷰티관리 행동실태 연구”, 서경대학교, 박사학위논문, 2016
  - 남금희, “메이크업 아티스트 브랜드와 제품시연이 소비자 반응에 미치는 영향”, 조선대학교, 박사학위논문, 2012
  - 노은혜, “중년기 여성의 심리적 안녕감과 가족 건강성, 향유신념 및 삶의 의미 간의 관계”, 협성대학교, 박사학위 논문, 2018
  - 박미현, “중년여성의 여가활동 유형에 따른 자아존중감, 여가 만족 및 생활 만족의 관계”, 상명대학교, 박사학위 논문, 2008
  - 박금자, “중년기 여성의 우울 구조모형”, 이화여자대학교, 박사학위 논문, 1999
  - 박주현, “여성의 라이프스타일 유형별 외모 관리 행동연구”, 경성대학교 대학원, 박사학위 논문, 2010
  - 서은혜, “자기애성향, 신체의식과 외모 관리 행동 및 화장의 심리적 효용의 관계연구”, 성신여자대학교, 박사학위논문, 2011
  - 설현진, “청소년의 외모에 대한 사회문화적 요인에 따른 외모 만족도와 뷰티 행동에 관한 연구”, 성신여자대학교, 박사학위 논문, 2010
  - 서승희, “여대생의 유행선도력에 따른 신체 만족도와 체형관리 행동 분석”, 광주여자 대학교, 석사학위 논문, 2009
  - 이무연, “레저스포츠 참여자들의 참여동기, 몰입 및 중독이 심리적 행복감에 미치는 영향”, 용인대학교, 박사학위 논문, 2010

- 이복희, “취업 및 미취업 중년기 기혼여성의 가계 경제수준, 자아존중감, 역할적은 및 자아 정체감 강의 구조적 관계”, 계명대학교, 박사학위논문, 2008
- 윤혜선, “중년여성을 위한 H.A.T. 프로그램 개발과 효과”, 동덕여자대학교, 박사학위 논문, 2010
- 이하나, “남성의 연령별 가치관이 뷰티관리 행동에 미치는 영향 및 외모 만족도에 관한 연구”, 경성대학교, 박사학위 논문, 2016
- 오수연, “가치에 따른 소비자 집단의 외모 관여도와 피부관리 구매행동”, 충남대학교, 박사학위 논문, 2012
- 유을용, “도시 주부의 재정 스트레스·대처 행동 및 경제 복지감 연구 : 중류층 가계를 중심으로”, 숙명여자대학교, 박사학위 논문, 2002
- 이정원, “메이크업 서비스 요인이 고객만족도에 미치는 영향”, 원광대학교, 박사학위 논문, 2014
- 이순영, “한국전통문양 모티브를 적용한 웨딩 네일아트 선호도에 관한 연구”, 조선대학교, 석사학위 논문, 2014
- 전종국, “외모 관리서비스 이용 행동과 만족도”, 경희대학교, 박사학위 논문, 2008
- 정혜윤, “중년여성의 주관적 행복감에 영향을 미치는 요인”, 서남대학교, 박사학위 논문, 2013
- 조선영, “성인 여성의 생활연령과 지각 연령의 차이가 외모 관리 행동 및 자아존중감에 미치는 영향”, 호서대학교, 박사학위 논문, 2014
- 장혜선, “신체 이미지와 외모 관리 행동이 심리적 안정감에 미치는 영향”, 서경대학교, 박사학위 논문, 2014.
- 주영주, “한국 중년여성의 추구 이미지에 따른 메이크업 디자인 유형화”, 서경대학교, 박사학위 논문, 2015
- 정명혜, “중년기 기혼여성의 취업경력 지속과정에 관한 질적 연구”, 호남대학교, 박사학위 논문, 2012
- 최정아, “필라테스운동 참여가 신체·심리적 요인변화 및 심리적 행복감 간의 원인과 분석”, 원광대학교, 박사학위 논문, 2010

## -정책자료/보고서

- 통계청, 『 2018 통계로 보는 여성의 삶 』 , pp. 23-33

## -정기간행물

- 김혜연. “취업 주부의 시간 제약에 따른 자녀 관리 전략에 관한 연구.” 제주대학교 학술저널, Vol.35, No1. p461-471, 1990
- 김선미, 김미연, 조경환, 강태근 등. “한국에서의 재가 노인환자를 위한 기능 상태평가도구.” 노인병 학회지. 4(1), 1999
- 권오형, 신영식, “미용서비스 종사자의 심리적 자본이 역할내 행동에 미치는 영향” , 한국디자인 문화 학회지, Vol.24, No.2, pp.66-77
- 박미애, 김세경, 천성문, “청소년의 심리적 안녕감 요인에 관한 메타분석” , 한국 재활심리학회, 제20집,제3호, 2013, pp. 627-652
- 배해선. “기혼 여성의 비 정형직 고용증가의 원인 분석.” 부산대학교 여성연구 소여성학연구,Vol.10,No.1, 2000
- 배선영,박길순, “심리적안녕감에따른 네일관리 행동연구” 복식문학연구,19(6),2011
- 이순영. 윤갑근, “동심화의 작품과 한지를 이용한 아트 마스크 연구.” 한국 인체미용 예술학회지, 제19권, 제3호, 2018, pp.121-133
- 오별, 김성남, 이종민, 진용미, “청소년의 뷰티 관심도와 정보 관심이 뷰티 관리행동에 미치는 영향.” 한국 미용 학회지,18(3), 2012
- 양명환, “신체활동과 심리적 행복감 : 인지적 - 정서적 상태 측정지 개발.” 한국 스포츠 심리 학회지, 09권2호, 1998
- 윤희숙. “ 여성의 직업 생활경험과 삶의 질.” 목포대학교 여성 문제 연구소 여성연구, Vol,7. No-,1999
- 정경숙, 서경현, “미용에 대한 만족과 관심 및 자기효능감이 자아존중감에 미치는 영향.” 한국 미용학회지, 8(2), 2002, pp.19-30
- 한민, 한성열, “신명나는 삶” , 한국심리학회지:문화 및 사회문제,15(1), 2009

## -외국문헌

- Brandon, J, E, Oescher, J,& Loftin, J, M. “The self control questionnaire: Anassessment” . Health Values, 14, 3-9, 1990
- Coopersmith, "The Antecedent of Self Esteem", Freeman, San Francisco, pp.4-5, 1967
- Compton, W, C. An introduction to positive psychology. Belmont, CA: thomson Waadsworth, 2005
- Cox,C.B. “Illness Behavior in Mid-life Women, Unpublished Doctoral Dissertation” .The University of Maryland. 1980
- Dierendonck, D.(2005). “The construct validity of Ryff’ s scales of psychological well-bing and its extension with spiritual well-bing” . Personal and Individual Differencs,36, 629-643
- Faul, F, Erdfelder, E, Lang, A.-G, & Buchner, A. (2007). “G\*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences” . Behavior Research Methods, 39, 175-191.
- Faul, F, Erdfelder, E, Buchner, A, & Lang, A.-G. (2009). “ Statistical power analyses using G\*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses” . Behavior Research Methods, 41, pp.1149-1160
- Gould, “Transformations; Growth and change in Adult Life” , N.Y: Simon and Schuster .1978
- Garman,E.T, Prawitz, A.D.Sorhaindo, B.Oneill, B.Kim,J .and Drentea, P. “Incharge Financial Distress/Financial Well-being Scale: Development. Administration, and Score Interpretation” , association for Financial Counseling and Planning Education. 2006
- Hassinon, R, Trope, Y. Facing faces, “studies on the cognitive aspects physiognomy. Journal of Personality and Social Psychology” . 78(5). 2000. Famil and Environment Research. 45(7)
- Hassinon, R, Trope, Y. Facing faces, “ studies on the cognitive aspects physiognomy” . Journal of Personality and Social Psychology, 78(5), 2000, pp. 837-85

- Jon BJ. Self-esteem. “ A Test of its Measurability” . Yonsei Journal. 1974;11(1)
- Kaiser,S.B. “The Social Psychology & Clothing:Symbolic Appearances in context” . 1990. Second Edition Revised, New York: Fair child publication
- Nunnally, J.C. 「Psychometric Theory(2nd ed.)」 , New York: McGraw-Hill Book Co.198-201, 1978
- Neulinger, J, “The psychology of leisure” . Springfield, IL: Charles Thomas
- Pamela Hill, RN. 『Permanent Make up:Tips and Techniques』 , milady, 2006
- KimHJ, OhYH, OhGS, SuhDW, ShinYC, JungJY. “ Development and validation study of the positive thinking scal” e. Korean Journal of Health Psychology. 2006;11(4)
- Rosenberg, “Society and the adolescent self-image” , Princeton, NJ: Princeton University Press, 1965
- Rossi, A.S, ” Aging and parenthood in the middle years “. In P. B. Baltes & O. G. Brim(Eds.), Life-span development and behavior ,Vol.3, New York: Academic Press, 1980
- Rosenberg, “Society and the adolescent self-image” , Princeton, NJ: Princeton University Press, 1965
- Ryff, C, D. ” Personality development from the inside : The subjective experience of change in adulthood and aging “. In P. B.Baltes& O. G.Brim(Eds), Life-span development and behavior. New york: Academic Press. 1984

## -웹사이트

- 통계로 보는 여성의 삶, 통계청 <http://kostat.go.kr/wnsearch/search.jsp>
- 세계문화 사전: 행복감,  
<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1846112&cid=43114&categoryId=43114>
- 조선일보 외모프리미엄, (기사일지:2015.1.31.) <http://health.chosun.com/>
- 매일경제용어사전, [검색일자: 2019년3월29일]  
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=19988&cid=43659&categoryId=43659>
- 마이크로 밀 엠브레인 트렌드 모니터, [https:// trendmonito.co.kr](https://trendmonito.co.kr)

## 설문지

안녕하십니까?

조선대학교 대학원에서 뷰티디자인에 관한 연구를 하고 있는 이순영입니다. 바쁘신 와중에 본 연구에 참여해 주신 것에 대해 깊은 감사를 드립니다.

본 설문지는 박사학위 논문 준비 자료로써 ‘중년여성의 뷰티 인식과 경험이 행복감에 미치는 영향연구; 뷰티 관리 행동에 따라서’를 수행하기 위해 작성된 것입니다.

설문에 대한 귀하의 의견은 익명으로 처리되며, 통계법 제8조에 의거 사적 비밀이 보장되어 전문적인 통계 자료로만 이용됩니다. 개인의 정보 또한 보호될 것임을 약속드리며 조사된 결과는 연구 목적 외에는 사용되지 않을 것입니다.

본 연구의 목적을 이루는데 있어 귀중한 자료가 되오니 질문에 대해 빠짐없이 솔직히 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

설문에 응해주셔서 진심으로 감사드립니다.

2017년 10월

조선대학교 대학원 디자인경영학과

박사과정 : 이순영

연구자 문의: 010-3600-1032

[sulee1032@naver.com](mailto:sulee1032@naver.com)

 조선대학교 대학원

▶ 다음은 뷰티 관리 행동의 중요성에 관한 질문입니다. 귀하의 생각에 해당되는 곳에 V해 주세요.

뷰티 관리 행동의 중요성		전혀 아니다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇 다
1	자신을 가꾸는 것이 사회생활에서 중요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2	자신을 가꾸는 것이 이성관계에서 중요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3	자신을 가꾸는 것이 유행에 뒤처지지 않기 위해 중요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
4	자신을 가꾸는 것에 피부도 포함된다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
5	자신을 가꾸는 것에 메이크업도 포함된다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
6	자신을 가꾸는 것에 네일 관리도 포함된다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
7	자신을 가꾸는 것에 반영구화장도 포함된다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

▶ 다음은 뷰티의 관심도에 관한 질문입니다. 귀하의 생각에 해당되는 곳에 V해 주세요.

뷰티관심도		전혀 아니다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
1	나이가 들어도 여자는 외모관리를 위해 시간과 비용을 투자해야 한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2	피부 관리에 관심이 있다.	①	②	③	④	⑤
3	피부 관리를 정기적으로 받는 것은 건강한 피부를 유지하는 방법이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
4	반영구 화장(눈썹, 아이라인 문신)에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤
5	반영구 화장으로 아름다워질 수 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
6	메이크업을 하면 아름다워 진다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
7	전문적인 메이크업이나 유행하는 메이크업에 관심이 있다.	①	②	③	④	⑤
8	네일아트에 관심이 있다.	①	②	③	④	⑤
9	네일아트를 받음으로써 신체적 매력에 증가할 수 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
10	타투에 관심이 있다.	①	②	③	④	⑤
11	타투를 함으로써 아름다워 질 수 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
12	전문가에게 타투를 받아보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
13	전문가에게 메이크업을 받아보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
14	전문가에게 반영구 화장을 받아보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
15	전문가에게 네일아트를 받아보고 싶다.	①	②	③	④	⑤



▶ 다음은 자아존중감에 관한 질문입니다. 귀하의 생각에 해당되는 곳에 V해 주세요.

자아존중감		전혀 아니 다	그렇 지않 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	내가 다른 사람들처럼 가치 있는 사람이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2	때때로 내가 좋지 않은 사람이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 좋은 성품을 가졌다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
4	나에게는 자랑할 것이 별로 없다.	①	②	③	④	⑤
5	다른 사람들과 같이 일할 때 잘 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 내 자신에 대해 대체적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
7	내 스스로를 좀 더 존경할 수 있었으면 좋겠다.	①	②	③	④	⑤
8	가끔 내 자신이 쓸모없는 사람이라고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
9	때때로 내가 좋지 않은 사람이라는 것을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
10	대체적으로 내가 실패한 사람이라 느낀다.	①	②	③	④	⑤

▶ 다음은 긍정적 사고에 관한 질문입니다. 귀하의 생각에 해당되는 곳에 V해 주세요.

긍정적 사고		전혀 아니 다	그렇 지않 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	나는 모든 일을 긍정적으로 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 특별히 욕심내지 않고 긍정적으로 산다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 어느 상황에 처하든 쉽게 만족하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 다른 사람들과 잘 지낸다.	①	②	③	④	⑤
5	나에게는 좋은 점이 많다.	①	②	③	④	⑤
6	내 인생은 순조롭게 진행되고 있다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 운이 좋은 사람이다	①	②	③	④	⑤
8	나의 외모에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
9	전반적으로 나는 행복한 사람이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
10	전반적으로 나에게 나쁜 일보다 좋은 일이 더 많을 것이라고 기대한다.	①	②	③	④	⑤

▶ 다음은 경제적 스트레스에 관한 질문입니다. 귀하의 생각에 해당되는 곳에  
 V해 주세요.

경제적 스트레스		전혀 아니 다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	현재 나는 금전적인 스트레스를 느끼고 있다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 나의 재정 상태에 대하여 만족한다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 나의 생계비에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4	나에게 100만원의 돈이 필요한 상황이 생긴다면, 나는 그 돈을 마련할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 외식이나 영화를 보고 싶을 때, 금전적인 여 유가 없어서 하지 못한 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 자주 경제적으로 어렵다.	①	②	③	④	⑤

▶ 다음은 심리적행복감에 관한 질문입니다. 귀하의 생각에 해당되는 곳에 V해  
 주세요.

심리적 행복감		전혀 아니다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 나 자신에 대해 만족하지 못한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 다른 사람들에게 굉장히 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 대부분의 사람들에게 따뜻한 감정을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 미래에 대해 낙관적이지 않다.	①	②	③	④	⑤
5	나에게는 대부분의 일들이 재미있다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 내 일에 언제나 몰입하거나 전념하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
7	인생은 좋은 것이다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 세상이 좋은 곳이라고 생각하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 내 인생의 많은 부분에 대해서 만족한다.	①	②	③	④	⑤
10	나의 외모는 매력적이지 않다.	①	②	③	④	⑤
11	나는 매우 행복하다.	①	②	③	④	⑤
12	나는 많은 것들에서 아름다움을 발견한다.	①	②	③	④	⑤
13	나는 다른 사람을 유쾌하게 해주는 편이다.	①	②	③	④	⑤
14	나는 정신이 늘 맑게 깨어있는 편이다.	①	②	③	④	⑤
15	나는 자주 기쁨과 즐거움을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
16	나는 활력이 넘친다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
17	나는 주변에서 일어나는 일들에 대해 상당한 영향력을 미친 다.	①	②	③	④	⑤
18	나는 과거에 행복했던 기억이 별로 없다.	①	②	③	④	⑤
19	내 인생의 의미와 특별한 목적의식을 가지고 있지 않다.	①	②	③	④	⑤

▶ 귀하의 뷰티 관리 행동 경험에 대하여 V해 주세요.

뷰티 관리 행동	경험 여부
1 피부관리행동	① 받아본 적 있다.    ② 받아본 적 없다.
2 화장행동	① 받아본 적 있다.    ② 받아본 적 없다.
3 네일관리행동	① 받아본 적 있다.    ② 받아본 적 없다.
4 반영구화장 행동	① 받아본 적 있다.    ② 받아본 적 없다.

▶ 다음은 한 달 이용횟수에 관한 질문입니다. 이용횟수에 √해 주세요.

뷰티관리	한 달에 1번	한 달에 2-3번	한 달에 4-5번	이용하지 않는다
1 피부관리 행동	①	②	③	④
2 화장 행동	①	②	③	④
3 네일관리 행동	①	②	③	④
4 반영구화장 행동	①	②	③	④

▶ 다음은 자료 정리를 위한 질문입니다. 귀하의 생각에 해당되는 곳에 √해 주세요.

1. 귀하의 거주 지역(도시)은 어디입니까? ( )
2. 귀하의 연령은 어떠합니까? (만      세)
3. 귀하는 현재 결혼 상태는 어떠합니까?  
 ① 기혼    ② 미혼    ③ 별거, 이혼    ④ 사별    ⑤ 동거
4. 귀하의 교육정도는 어떠합니까?  
 ① 초졸    ② 중졸    ③ 고졸    ④ 대졸    ⑤ 대학원 이상
5. 귀하의 종교는 어떠합니까?  
 ① 없음    ② 기독교    ③ 불교    ④ 천주교    ⑤ 기타( )
6. 귀하의 직업은 무엇입니까?  
 ① 전업주부    ② 시간제    ③ 전문직    ④ 자영업    ⑤ 생산직    ⑥ 기타( )
7. 귀하의 생활수준은 어떠합니까?  
 ① 상    ② 중상    ③ 중    ④ 중하    ⑤ 하
8. 본인의 월평균 소득은 어떠합니까?  
 ① 없다            ② 100만원 미만            ③ 100-200만원 미만            ④ 200-300만원 미만  
 ⑤ 300-400만원 미만    ⑥ 400-500만원 미만    ⑦ 500-600만원 미만    ⑧ 600만원 이상

.....설문에 응해주셔서 감사합니다.