성인여성의 페미니즘 성향이 외모관리행동에 미치는 영향과 교육수준의 조절효과

최영희¹ · 최은영^{2,*}

¹한서대학교 피부미용화장품학과, 강사

²한서대학교 피부미용화장품학과, 교수

Moderating Effects of Educational Levels on the Relationship between Feminism Inclination and Appearance Management Behavior

Young-Hee Choi¹ and Eun-Young Choi^{2,*}

¹Instructor, Dept. of Cosmetology, Hanseo University

²Professor, Dept. of Cosmetology, Hanseo University

This study purpose was investigates the effects of women's feminism on their appearance management behavior and analyzes the moderating effects of their education level between them, providing basic data to offer beauty services fit for the flow of the times. For this purpose, the investigator conducted an online survey with 580 adult women across the nation and collected data was analyzed with the SPSS 23.0 program in the general characteristics of subjects, descriptive statistics, reliability and correlations among the variables. Hypothetical models were examined in fitness and tested with the AMOS 21.0 program to build a final model. Multiple group analysis was performed to examine moderating effects according to education level. Stronger feminism had negative effects on the appearance management behavior of adult women and that the feminism had greater impacts on appearance management behavior according to a higher educational level. The findings of the study have huge implications for the current situation in which the Escape the Corset movement, which is to refuse pressure on women for their appearances, is observed among the public.

Keywords: Appearance management behavior, Education level, Feminism, Moderating effect

I. 서 론

외모는 사회적·심리적 기능을 통해 자신의 개성을 표현하는 역할을 하며(Lim, 2019), 외모에 대한 기준은 다양한 대중매체를 매개로 아름다운 얼굴과 몸매에 대한 고정관념이 시각적 정보로 전달(Rudd & Lennon, 2000)되어 자신뿐 아니라 타인의 시각과 관점에서 외모에 대한 판단을 한다(Hoe & Yang, 2017). 미디어에서 보여주는 왜곡되고 과장된 이미지의 외모 기준을 통해 자신의 외모에 대해 부정적 인식과 수치심을 갖게 되며(Kim & Kim, 2016), 사회적·개인적인 판단과 이상적인 외모 기준의 차이를 극복하기 위해 외모관리행동을 하게 된다. 이처럼

외모관리행동은 자신을 외부로 표현하는 수단이며, 개인의 심리에도 영향을 미친다고 할 수 있다(Im, 2020).

자기에 성향이 높은 사람은 외적인 아름다움에 대한 관심이 높고(Lee, 2020; Song & Kim, 2020), 자신의 외모에 대한 관심이 높을수록 외모관리행동(Bang, 2013; Park & Chung, 2011)이 높아진다고 하였다. 또한, 자신의 신체를 왜곡하여 인식하거나(Wee, 2006), 자신의 몸무게에 대한 만족도가 낮을수록 외모관리행동을 더 많이 하는 것으로 나타났다(Choi & Kim, 2019). 또한, 타인을 의식하고 체면을 중시할수록 패션관리에 대한 관심이 높아지고, 외모와 관련된 미디어에 관심이 많을수록 다이어트와 성형의도가 증가하였다(Kim et al., 2018).

이와 같이 외모관리행동에 영향을 미치는 요인에 대한 연구는 대중매체, 외모에 대한 관심도, 자기에 성향, 신체왜곡 등과 같은 요인에 대해 주로 연구되어 왔다. 그러나 최근 페미니즘에 영향을 받은 여성들을 중심으로 활발하게 논의되고 있는 ‘탈코르셋 운동’을 통해 외모관리행동에 관한 근본적이고 주체

본 연구는 최영희의 박사학위논문의 일부를 발췌하여 편집한 것임.

*Corresponding author: Eun-Young Choi

Tel : +82-41-660-1581

E-mail : eychoi@hanseo.ac.kr

접수일(2021년 5월 10일)/수정일(2021년 6월 10일)/채택일(2021년 8월 6일)

적인 견해가 나타나고 있다. 탈코르셋 운동은 화장품이나 패션 의류, 네일아트 등의 다양한 미용 관련 제품 또는 서비스 소비를 지양하는 운동으로, 외모관리에 대한 여성들의 인식을 변화시키고 있으며(Lee, 2019), 실제로 서영빈(2019)의 보고서에 따르면 2015년보다 2018년에 20대 여성들의 성형·미용·화장품 등 외모를 관리하는 품목에 대한 소비가 급감한 것으로 나타났다(Statistics Korea, 2019). 이러한 변화는 외모에 대한 사회적 기준을 더욱 민감하게 느끼고 외모관리에 대한 압박감이 높은 여성들(Lee & Kim, 2017)이 미디어와 사회적 집단에 의해 규정된 외모의 기준(Kim et al., 2018)을 따르지 않고, 여성에게 아름다운 외모를 강요하는 문화를 거부하는 현상이라고 할 수 있다. 특히, 우리나라는 화장품 소비와 성형에 대한 소비가 높고 몸이 상품화되면서 지나치게 외모에 집착하는 외모지상주의(lookism)로 인해 거식증, 다이어트 부작용, 외모 콤플렉스, 신체이형장애 등(Choi, 2016; Kim, 2020; Kim & Han, 2016)의 여러 사회적 병리 현상이 일어나고 있다. 이러한 외모에 대한 압박은 여성의 자아 정체성(Lim, 2011)을 비롯한 우울감(Song, 2010)과 같은 심리적인 부분에도 부정적인 영향을 미치고 있다. 또한, 성인뿐만 아니라 청소년들도 외모스트레스가 자살충동에까지 영향(Jung, 2015; Kim & Kim, 2013)을 미치고 있어 외모에 대한 인식의 변화를 필요로 하고 있다.

미용산업의 발전은 적극적인 사회생활과 외모관리를 통한 즐거움을 주기도 한다(Choi, 2015; Hwang & Cheon, 2011). 그러나 대중매체를 통해 제공되는 획일적인 외모 기준은 사람의 가치를 평가하고 서열화하는 역할을 하고(Choi, 2016) 메이크업, 다이어트, 성형 등의 전후 사진을 마케팅으로 활용하는 광고는 인위적인 아름다움을 성취하도록 부추기는 기능을 한다(Ko et al., 1992). 외모가 또 하나의 권력이자 성취도구가 되는 대중 소비사회(Hwang & Cheon, 2011)에서 미용산업의 주체들은 외모지상주의를 부추기는 것이 아니라 외모에 대한 새로운 기준을 제시해야 할 것이다.

이와 더불어 외모와 관련된 사회문제를 감추기보다 오히려 인정하고 이를 이용한 마케팅 전략이 필요하다(Kim, 2016). 또한, 타인과 자신을 비교하며 낮아진 자존감을 성형과 시술을 통해 문제를 해결하지 않고 자신에 대한 근본적인 의식을 바꿀 수 있는 브랜드 마케팅 개발을 통한 심층적인 방안이 제시되어야 한다(Kim et al., 2017).

미디어에 의해 강요된 외모지상주의에 영향을 받은 무분별한 외모관리행동이 상업적으로 이용되고 있는 상황에서 올바른 미적 정체성을 찾고자 하는 페미니즘 운동이 젊은 여성을 중심으로 대두되고 있다. 이를 통해 외모관리행동에 대한 개성 있는 자신만의 외모인식에 대한 긍정적인 영향을 줄 수 있는 소비사회의 소비관이 정립되어야 할 것이다.

페미니즘과 외모에 관련된 선행연구를 살펴보면 Bae(2009)는 외모 꾸미기를 페미니즘의 관점에서 미학, 정치학, 사회학

적인 함의를 분석하였고, Lee(2020)는 2015년 디지털 페미니즘 운동 이후 웹툰에 등장하는 여성 인물들이 성별화된 외모 규범을 인식하고 탈피하는 과정에 대해 분석하였으며, Kim(2019)은 페미니즘 운동의 새로운 형식인 탈코르셋 운동이 젊은 여성들을 중심으로 대중화되고 있는 현상에 대해 분석하였다. 그동안 페미니즘과 외모에 대한 선행연구는 주로 사회의 구조적 문제와 현상에 대한 인문학적 고찰을 중심으로 연구되었으나 페미니즘 성향이 외모관리행동에 미치는 영향에 대한 양적 연구를 기반으로 실증적인 구조 관계를 분석한 연구는 전무한 실정이다.

이에 본 연구는 여성들의 페미니즘 성향이 외모관리행동에 미치는 영향과 교육수준에 따른 조절효과를 분석하여 시대적 흐름에 맞는 미용 서비스 연구의 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 페미니즘

사회구조의 변화에 따른 소비문화가 등장함에 따라 페미니즘에서는 몸을 사회학적 연구 주제로 다루기 시작하였다(Kim, 2012). 즉, 육체는 생물학적 작용에 의해 고정된 것이 아니라 사회적 권력 관계를 반영한다는 것을 전제로 하며, 외모는 시대의 가치관, 기호, 상황 등을 반영하며 개인과 집단의 정체성을 표현하는 문화적 산물(Jeong, 2020)이라 할 수 있다.

페미니즘에서 바라보는 몸과 외모에 대한 관점은 크게 두 가지로 분류된다.

첫째, 전통적인 관점에서 여성의 몸은 불충분하고 결함이 있는 것으로 여겼으며(Ko, 2005), 초기 페미니스트는 여성의 몸에 부여된 불완전성과 열등함이 남성지배사회를 정당화하고 있고(Park, 2016), 불평등과 억압의 사회적 관계에 연관되어있음을 강조하였다. 여성의 몸 이미지의 전형은 사회문화적 강제가 반영된 결과이며, 이 사회문화적 강제는 미디어에 의해서 가장 강력하게 작용(Lee, 2016)한다고 주장하였다.

둘째, 신자유주의 시대에서 소비를 통한 외모관리는 자신의 가치를 향상시키고 평가를 받는 과정(Jung, 2014)이라고 할 수 있다. 즉, 포스트 페미니스트의 관점에서 자신의 외모를 적극적으로 관리하는 것은 스스로의 정체성을 인식하는 과정이며, ‘여성성 향상’이라는 방향으로 자신에게 능력을 부여하는 적극적인 행동으로 인식한다.

이러한 관점은 아름다움을 무조건 억압으로 규정할 것이 아니라 여성의 힘이자 권력으로 해석하고(Wolf, 1993), 외모관리를 통해 자신과 몸의 관계를 재조정하여 새로운 자기 정체성을 확립할 수 있다고 주장한다(Etcoff, 2000). 이러한 흐름에 따라 포스트 가부장제로 향하는 긍정적 형식의 여성 미학에서 외모 가꾸기는 단순한 취향의 문제가 아니라 자기 자신을 결정하는

문제이며, 자기 정체성을 확인하고 변경해가는 기준이자 방법이 되는 것이다(Kim, 2006).

최근 한국사회의 페미니즘은 디지털 플랫폼을 기반으로 시작되었으며, 디지털 네이티브(Digital native) 세대인 젊은 10~30대 여성을 중심으로 구성되어 있다(Kim, 2018). 이들은 확산된 패션 뷰티 시장 속에서 소비자의 자유를 경험하였으며, 이러한 자유는 부당한 압력이고 개인의 자유와 권리를 침해하는 것으로 재해석하였다(Kim, 2019). 이처럼 일부 여성들은 사회가 규정한 여성성을 버리고 미용 관련 제품이나 서비스에 대한 소비를 지양하는 ‘탈코르셋’이라는 운동(Lee, 2019)을 통해 사회에서 여성에게 부여하는 아름다움에 대한 기준을 거부하고 여성의 신체에 대해 초점을 맞추는 것을 비판하고 있다(Feltman & Szymanski, 2018).

2. 외모관리행동

외모관리행동이란 자신을 표현하는 수단으로 자신의 정체성을 타인에게 시각적인 이미지로 만들어가는 행위라고 할 수 있으며, 매일 의복을 선택하고 화장을 하는 행동뿐 아니라 체중 조절, 성형수술 등 모든 외모를 가꾸기 위한 행동이 포함된다(Rhee & Lim, 2002). 또한 대중매체를 통해 접하는 완벽한 신체를 기준으로 관리하고 유지하고자 하는 욕구(Heo & Yang, 2017)와 타인에게 매력적인 모습으로 보이도록 하는 행위라고 할 수 있다(Park, 2010).

즉, 현대사회에서 외모는 개인의 정체성 표현이자 자산이며(Lee & Yhang, 2013), 외모관리행동은 자신의 신체적 외모에 대한 개인적인 평가나 만족도의 향상 또는 사회적 기준이나 고정관념에 맞춰 이미지를 변화시키고 아름다움을 유지 관리하기 위한 주관적이면서 객관적 실천행동이다(Kim & Han, 2016; Oh et al., 2012).

여성의 외모관리행동은 외모관리에 대한 태도, 주관적 규범, 지각된 행동통제에 의해서 결정되며(Lee & Park, 2012), 외모과시에 대한 내면적 욕구는 외면적 행동에 영향을 미쳐 불만족하는 신체부위를 개선하는 외모관리행동으로 나타난다고 하였다(Hong, 2006). 이러한 내적 욕구와 외적 욕구의 복합적 형태의 외모관리행동은 사회문제로 대두되고 있으며, 과도한 외모관리행동은 소비를 통한 경제적 손실, 자존감 훼손, 내면 및 개성의 경시 등과 같은 사회 병리적 현상은 직·간접적으로 야기한다(Song, 2016).

III. 내용 및 방법

1. 조사대상 및 자료 수집

본 연구는 서울, 경기도, 기타 지역에 거주하고 있는 20세 이

상의 성인여성을 대상으로 설정하였다. 사전 조사는 2020년 5월 16일부터 5월 20일까지 5일간 50부를 온라인 및 대면 설문조사로 실시하였고, 이를 통해서 설문지의 구성과 내용을 수정 및 보완 후 본 조사를 실시하였다. 본 조사는 2020년 5월 25일부터 6월 8일까지 15일간 온라인 설문조사 전문업체인 엠브레인에 의뢰하여 실시하였으며, 성인여성을 대상으로 무작위 선정하여 850부의 설문지를 배포하였다. 회수된 722부 중 분석자료로 불충분한 142부를 제외한 580부의 설문지를 최종 분석 자료로 사용하였다.

조사대상자의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 Table 1과 같다. 분석결과 연령은 20대가 159명(27.4%)으로 가장 많았으며 30대 143명(24.7%), 50대 이상 140명(24.1%), 40대 138명(23.8%) 순으로 나타났다. 거주지는 경기도 지역이 205명(35.3%)으로 가장 많았으며 서울 195명(33.6%), 기타 180명(31.1%) 순으로 나타났다. 최종학력은 대졸 이상이 365명(62.9%), 전문대졸 이하가 215명(37.1%) 순으로 나타났다. 혼인여부는 기혼 310명(53.4%), 미혼 270명(46.6%)으로 나타났다. 직업은 회사원이 232명(40.0%)으로 가장 많았으며 주부 126명(21.7%), 기타 72명(12.4%), 전문직 45명(7.8%),

Table 1. General characteristic

		N=580	
	Classification	Frequency (N)	Percentage (%)
Age	20's	159	27.4
	30's	143	24.7
	40's	138	23.8
	50 over	140	24.1
Residential Area	Seoul	195	33.6
	Gyeonggi-do	205	35.3
	Others	180	31.1
Education Levels	College degree and less	215	37.1
	University degree and over	365	62.9
Marital Status	Unmarried	270	46.6
	Married	310	53.4
Occupation	Student	25	4.3
	Office job	232	40.0
	Professional job	45	7.8
	Self-Employed	23	4.0
	Government official	20	3.4
	Housewife	126	21.7
	Service job	37	6.4
	Others	72	12.4
Total		580	100.0

서비스업 37명(6.4%), 학생 25명(4.3%), 자영업 23명(4.0%), 공무원 20명(3.4%) 순으로 나타났다.

2. 연구모형 및 가설설정

Kim(2019)의 연구에서는 소셜 미디어를 통해 외모 꾸미기에 대한 억압을 거부하는 탈코르셋 운동이 1020세대 여성들에게 많은 지지를 받고 있다고 하였으며, Lee(2020)의 연구에서는 온라인을 매개로 한 디지털 페미니즘이 등장하면서 디지털 미디어를 통해 아름다움을 위한 억압적인 외모 규범에서 벗어나는 과정에 있다고 하였다.

Kim et al.(2006)의 연구에서는 학력이 높을수록 페미니즘 성향이 높게 나타났으며, Chu(2017)와 Oh(2020)의 연구에서는 학력이 높을수록 페미니즘 가치관에 더 높게 인식한다고 나타났다. 또한, Moon(2019)의 연구에서는 대체로 여성의 학력 수준이 높을수록 성평등적이라고 하였으며, Chong et al.(2004)의 연구에서는 대졸이상의 집단이 고졸이하 집단에 비해 성차별과 성평등에 대한 인식이 더 높다고 하였다. 따라서 본 연구는 성인여성의 페미니즘 성향이 외모관리행동에 미치는 영향과 페미니즘 성향과 외모관리행동의 관계에서 교육수준의 조절효과를 검증하고자 한다. 고찰을 토대로 설정한 가설을 그림으로 도식화하여 Fig. 1과 같이 연구모형을 구성하였으며 가설은 다음과 같다.

H1. 페미니즘 성향은 외모관리행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.

- H1-1. 페미니즘 성향은 성형관리행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H1-2. 페미니즘 성향은 네일관리행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H1-3. 페미니즘 성향은 체형관리행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H1-4. 페미니즘 성향은 피부관리행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H1-5. 페미니즘 성향은 메이크업관리행동에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2. 페미니즘 성향과 외모관리행동의 관계에서 교육수준의 조절효과가 있을 것이다.

- H2-1. 페미니즘 성향과 성형관리행동의 관계에서 교육수준의 조절효과가 있을 것이다.
- H2-2. 페미니즘 성향과 네일관리행동의 관계에서 교육수준의 조절효과가 있을 것이다.
- H2-3. 페미니즘 성향과 체형관리행동의 관계에서 교육수준의 조절효과가 있을 것이다.

Fig. 1. Research Model.

H2-4. 페미니즘 성향과 피부관리행동의 관계에서 교육수준의 조절효과가 있을 것이다.

H2-5. 페미니즘 성향과 메이크업관리행동의 관계에서 교육수준의 조절효과가 있을 것이다.

3. 측정도구 및 조작적 정의

1) 페미니즘 성향

본 연구에서 페미니즘 성향을 남녀평등을 바탕으로 여성의 권리와 기회의 향상을 위한 운동으로 정의하였다. 이를 측정하기 위해 ‘성역할’, ‘페미니즘의 목적’, ‘페미니스트 이데올로기’로 구성되어있는 Morgan(1996)이 개발한 ‘자유주의 페미니스트 태도와 이데올로기 척도(Liberal Feminist Attitude and Ideology Scale; LFAIS)’를 Kim et al.(2006)이 번안한 문항을 참고하여 ‘페미니즘 목적’의 문항을 본 연구의 목적에 맞게 수정하여 사용하였다.

2) 외모관리행동

본 연구에서 외모관리행동을 외모에 대한 개인적인 평가나 사회적 기준에 맞추기 위한 주관적·객관적 실천행위로 성형관리행동, 네일관리행동, 체형관리행동, 피부관리행동, 메이크업관리행동을 포함하는 행동으로 정의하였다. 이를 측정하기 위해 성형관리행동은 Kim & Kim(2019)의 문항을, 네일관리행동은 Kim(2019)과 Song(2015)의 문항을, 체형관리행동은 Kim(2019)과 Kim & Kim(2019)의 문항을, 피부관리행동은 Kim(2019)과 Kim & Kim(2019)의 문항을, 메이크업관리행동은 Kim & Kim(2019)과 Hwang(2018)의 문항을 참고하여 본 연구의 목적에 맞게 수정하여 사용하였다.

Table 2. Validation of the validity and reliability of feminism

Question	Factor
	Feminism
A women should have the same job opportunities as a man.	.858
Men and women should be able to freely make choices about their lives without being restricted by their gender.	.814
Korea should pass the Equal Right Amendment.	.808
Access to education is a crucial part of gaining equal rights for women.	.753
Eigen values	2.619
Variance explained(%)	65.474
Cumulative variance(%)	65.474
Reliability(Cronbach's α)	.819
KMO=.792, Bartlett's test $\chi^2=824.929(df=6, p=.000)$	
KMO, Kaiser-Meyer-Olkin; df, degree of freedom	

4. 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증

1) 페미니즘 성향의 타당성 및 신뢰도

페미니즘 성향 문항의 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인 분석을 실시한 결과 Table 2와 같이 한 개의 요인이 도출되었다.

Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=824.929$ ($df=6, p<0.001$), KMO값은 0.792로 나타났으며, 공통성은 0.567 이상으로 나타났다. 페미니즘 성향의 요인적재값은 0.753~0.858로 나타났으며, 고유값은 2.619, 분산설명비율은 65.474%로 나타났다.

요인분석 결과 페미니즘 성향 요인이 전체 분산의 65.5% 이상 설명되고 있는 것으로 나타났다. 요인의 신뢰도 검증 결과, 신뢰도 계수인 Cronbach's α 는 0.819로 나타나 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

2) 외모관리행동의 타당성 및 신뢰도

외모관리행동에 대한 문항의 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시한 결과 Table 3과 같이 다섯 개의 요인이 도출되었다.

Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=5249.172(df=120, p<0.001)$, KMO값은 0.850으로 나타났으며, 공통성은 0.535 이상으로 나타났다.

첫 번째 요인은 '성형관리행동' 요인으로 요인적재값은 0.882~0.894로 나타났으며, 고유값은 2.755, 분산설명비율은 17.2%로 나타났다. 두 번째 요인은 '네일관리행동' 요인으로 요인적재값은 0.813~0.866으로 나타났으며, 고유값은 2.736, 분산설명비율은 17.1%로 나타났다. 세 번째 요인은 '체형관리행동' 요인으로 요인적재값은 0.632~0.862로 나타났으며, 고유값은 2.530, 분산설명비율은 15.8%로 나타났다. 네 번째 요인은 '피부관리행동' 요인으로 요인적재값은 0.617~0.780으로 나타났으며, 고유값은 2.327, 분산설명비율은 14.5%로 나타났다. 다

섯 번째 요인은 '메이크업관리행동' 요인으로 요인적재값은 0.739~0.781로 나타났으며, 고유값은 1.655, 분산설명비율은 10.3%로 나타났다. 요인분석 결과 도출된 다섯 개의 요인이 전체 분산의 75.0% 이상 설명되고 있는 것으로 나타났다. 각 요인들의 신뢰도 검증 결과, 신뢰도 계수인 Cronbach's α 는 0.733~0.927로 나타나 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

5. 자료분석방법

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS 23.0과 AMOS 21.0을 이용하여 분석하였으며, 구체적인 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 대상자의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 측정도구의 타당성 검증을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's α 계수를 산출하였다.

셋째, 페미니즘 성향과 외모관리행동의 인과적 관계를 파악하기 위해 SPSS를 이용하여 주요 변수의 기술통계 및 정규성 검증을 실시한 후 AMOS를 이용하여 확인적 요인분석과 경로 분석을 실시하였다.

넷째, 페미니즘 성향과 외모관리행동의 관계에서 교육수준의 조절효과를 검증하기 위해 AMOS를 이용하여 측정모형의 동일성 검증을 실시한 후 다중집단분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 페미니즘 성향이 외모관리행동에 미치는 영향

성인여성의 페미니즘 성향이 외모관리행동에 미치는 영향을 검증하기 위하여 구조방정식 모형을 사용하였다.

Table 3. Validation of the validity and reliability of appearance management behavior

Question	Factors				
	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
	Cosmetic surgery management behavior	Nail management behavior	Body shape management behavior	Skin care management behavior	Makeup management behavior
I want to have a charming appearance even after plastic surgery.	.894	.175	.165	.121	.150
If I have the opportunity, I want to do plastic surgery.	.886	.173	.171	.082	.149
I think plastic surgery is necessary for a better life than now.	.882	.135	.099	.111	.098
I like to buy products to decorate my nails and I often do it.	.157	.866	.119	.070	.196
It is deliberately raised to decorate the nails.	.189	.849	.124	.117	.209
I use Nail management shops for nail and toenail management(care and art).	.122	.813	.196	.191	.111
I'm always on a diet to lose weight.	.090	.070	.862	.131	.227
I do not eat less or less food for body shape management.	.037	.029	.830	.190	.219
I starve or eat less for body shape management.	.293	.329	.693	.064	-.113
I use the speciality management room or hospital for the body shape administration.	.276	.442	.632	.092	-.170
I use a pack or mask periodically for skin care.	.124	.181	.113	.780	.112
I care about the choice of basic cosmetics for skin care.	.084	.026	.065	.778	.210
I take care of sunscreen and functional cosmetics.	-.038	.013	.119	.704	.320
I use the dermatologist or skin care room when I have skin problems.	.187	.217	.146	.617	-.226
I make up essential when I go out.	.188	.199	.102	.228	.781
I will continue to purchase color cosmetics.	.225	.306	.142	.179	.739
Eigen values	2.755	2.736	2.530	2.327	1.655
Variance explained(%)	17.219	17.098	15.810	14.544	10.346
Cumulative variance(%)	17.219	34.317	50.127	64.671	75.017
Reliability(Cronbach's α)	.927	.894	.832	.733	.802

KMO=.850, Bartlett's test $\chi^2=5249.172$ (df=120, p=.000)

KMO, Kaiser-Meyer-Olkin; df, degree of freedom

1) 주요 변수의 기술통계 및 정규성 검증

수집한 자료의 일반적인 경향성과 정상성을 확인하기 위해 평균, 표준편차, 왜도 및 첨도를 산출하였으며, 이에 대한 분석 결과는 Table 4와 같다. 개별 변인의 측정치들의 정상분포 가정

을 충족하기 위해서는 모든 변인들의 절대 값에 대한 왜도와 첨도가 3과 8을 넘지 않아야 하는데, 왜도는 -0.591~0.659, 첨도는 -0.801~0.016 사이의 값을 가지는 것으로 나타나 정상분포 가정을 충족하는 것으로 나타났다.

Table 4. Descriptive statistics and normality of major variables

Factors	Subfactors	M	SD	Skewness	Kurtosis
Feminism	Feminism	4.28	.618	-.591	.016
Appearance management behavior	Cosmetic surgery management behavior	2.49	1.129	.346	-.801
	Nail management behavior	2.19	1.050	.659	-.429
	Body shape management behavior	2.47	.896	.328	-.396
	Skin care management behavior	3.52	.817	-.352	-.068
	Makeup management behavior	3.01	1.055	-.043	-.708

Table 5. Confirmative factor analysis

Latent variable	Observed variable	B	β	S.E	t-value	C.R.	AVE
Feminism	→ Feminism 2	.885	.651	.059	15.087***	.826	.544
	→ Feminism 3	1.000	.823				
	→ Feminism 4	.987	.742	.057	17.186***		
	→ Feminism 6	1.100	.725	.065	16.813***		
Cosmetic surgery management behavior	→ Cosmetic surgery management behavior 1	1.000	.914			.928	.812
	→ Cosmetic surgery management behavior 2	1.024	.952	.027	37.598***		
	→ Cosmetic surgery management behavior 3	.856	.834	.030	28.839***		
Nail management behavior	→ Nail management behavior 1	1.000	.896			.896	.741
	→ Nail management behavior 2	1.025	.880	.037	27.595***		
	→ Nail management behavior 3	.948	.804	.039	24.256***		
Body shape management behavior	→ Body shape management behavior 1	.839	.766	.045	18.710***	.835	.560
	→ Body shape management behavior 2	1.000	.828				
	→ Body shape management behavior 3	.691	.679	.042	16.398***		
	→ Body shape management behavior 4	.873	.712	.050	17.300***		
Skin care management behavior	→ Skin care management behavior 1	.828	.744	.118	14.040***	.762	.517
	→ Skin care management behavior 2	1.000	.749				
	→ Skin care management behavior 3	.847	.661	.128	13.227***		
Makeup management behavior	→ Makeup management behavior 2	.935	.774	.060	15.489***	.805	.675
	→ Makeup management behavior 3	1.000	.866				

Fit Statistics : CMIN=483.335, p=.000, TLI=.926, CFI=.941, RMSEA=.066

***p<.001

Fig. 2. Confirmative factor analysis model.

2) 연구모형의 적합성

연구모형에 포함된 잠재변수들이 적절하게 측정되고 있는지 확인하기 위해 최대우도 추정 방식에 따라 확인적 요인분석을 실시하였다(Table 5). 페미니즘 성향, 외모관리행동에 대한 초기 측정모형의 적합도는 $\chi^2=1318.299(p<0.001)$, TLI=0.903, CFI=0.917, RMSEA=0.055로 나타나 모형은 적합하였으나, 표준화된 요인적재량이 0.5, SMC가 0.4미만인 피부4를 측정변수에서 제거하였다. 최종 측정모형의 적합도는 $\chi^2=483.335(p<0.001)$, TLI=0.926, CFI=0.941, RMSEA=0.066으로 나타나 만족할만한 수준인 것으로 확인되었다. 확인적 요인분석 결과(Fig. 2) 페미니즘 성향, 성형관리행동, 네일관리행동, 체형관리행동, 피부관리행동, 메이크업관리행동의 잠재변수에서 측정변수에 이르는 경로는 유의수준 0.001에서 모두 유의한 것으로 나타났다. 또한, 척도들이 해당 요인들에 대한 대표성을 갖는지를 평가하기 위해 C.R.(Construct Reliability: 개념신뢰도)과 AVE(Average Variance Extracted: 평균분산추출)를 계산한 결과 모든 요인의 C.R.은 기준치인 0.70보다 높게 나타났으며, AVE도 기준치인 0.50보다 높아 사용된 측정항목들이 충분히 대표성을 가진다고 말할 수 있다.

Table 6. Results of correlations and discrimination validity test

no	Classification	1	2	3	4	5	AVE
1	Feminism(ρ^2)	1					.544
2	Cosmetic surgery management behavior(ρ^2)	-.110(.012)*	1				.812
3	Nail management behavior(ρ^2)	-.174(.030)***	.449(.202)***	1			.741
4	Body shape management behavior(ρ^2)	-.147(.022)**	.443(.196)***	.477(.228)***	1		.560
5	Skin care management behavior(ρ^2)	.029(.001)	.308(.095)***	.362(.131)***	.391(.153)***	1	.517
6	Makeup management behavior(ρ^2)	-.117(.014)*	.458(.210)***	.544(.296)***	.412(.170)***	.522(.272)***	.675

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

3) 상관관계 및 판별타당성 검증

측정항목 요인들 사이의 판별타당성의 충족 정도와 요인간의 관계의 방향과 정도를 확인하기 위하여 각 요인들 간의 상관관계를 분석한 결과는 Table 6과 같다.

분석결과 페미니즘 성향과 외모관리행동 하위요인별 성형관리행동($p < 0.05$), 네일관리행동($p < 0.001$), 체형관리행동($p < 0.01$), 메이크업관리행동($p < 0.05$)은 통계적으로 유의한 부(-)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 또한 본 연구에서 상관관계분석 결과는 각 요인간의 상관계수가 1인 관계가 나타나지 않아 판별타당성을 확보하였으며, AVE값은 상관계수의 제곱보다 크게 나타나 모든 변수는 판별타당성을 갖는 것으로 나타났다.

4) 연구가설의 검증결과

본 연구의 가설에 의한 전체적인 구조모형의 적합도 검증 결과는 Table 7과 같다. 페미니즘 성향, 외모관리행동에 대한 초기 측정모형의 적합도는 $\chi^2=1040.509$ ($p < 0.001$), CFI=0.848, TLI=0.823, RMSEA=0.102로 나타나 모형이 적합하지 않은 것으로 확인되었다. 이에 수정지표(Modification indices; M.I)와 모수변화(Parameter change; Par change)를 통해 변수 간의 공분산 관계를 설정하였다. 최종 구조모형의 적합도 지수는 $\chi^2=608.669$, p -value=0.000, CFI=.920, TLI=.903, RMSEA=.076으로 기본적인 요건을 충족하고 있으므로, 본 연구에서 설정한 H1에 대한 이론적 모형 적합도는 양호한 것으로 나타났다.

H1은 페미니즘 성향이 외모관리행동에 유의미한 영향을 미

치는 것으로 설정하였으며 결과는 Table 7과 같다. 페미니즘 성향은 외모관리행동의 하위요인인 성형관리행동($\beta=-0.116$, $p < 0.05$), 네일관리행동($\beta=-0.184$, $p < 0.001$), 체형관리행동($\beta=-0.180$, $p < 0.001$), 메이크업관리행동($\beta=-0.138$, $p < 0.01$)에 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타나 H1-1, H1-2, H1-3, H1-5는 채택되었으나, 페미니즘 성향이 피부관리행동에는 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 H1-4는 기각되었다. 즉, 페미니즘 성향이 높을수록 성형관리행동, 네일관리행동, 체형관리행동, 메이크업관리행동은 낮아지는 것으로 나타났다(Fig. 3).

이와 같은 결과는 페미니즘 성향은 건강을 위한 관리라고 인식하는 피부관리행동(Kwon, 2008; Kim, 2009; Lee, 2014)에는 영향을 미치지 않는 반면 성형관리행동, 네일관리행동, 메이크업관리행동과 같은 미적 욕구의 표현이라고 인식하는 행동(Jeong, 2006; Kim, 2009; Lee, 2009; Choi, 2017)에는 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 사료된다.

2. 페미니즘 성향과 외모관리행동의 관계에서 교육수준의 조절효과

성인여성의 페미니즘 성향과 외모관리행동의 관계에서 교육수준의 조절효과를 검증하기 위하여 다중집단분석을 실시하였다.

Table 7. Path estimates of the study model

Hypothesis	Path	B	β	S.E	t-value	p	result
H1-1	Feminism → Cosmetic surgery management behavior	-.230	-.116	.092	-2.489*	.013	adopt
H1-2	Feminism → Nail management behavior	-.318	-.184	.083	-3.841***	.000	adopt
H1-3	Feminism → Body shape management behavior	-.269	-.180	.075	-3.610***	.000	adopt
H1-4	Feminism → Skin care management behavior	.023	.017	.072	.320	.749	reject
H1-5	Feminism → Makeup management behavior	-.226	-.138	.083	-2.712**	.007	adopt

Fit Statistics : CMIN=608.669, p =.000, CFI=.920, TLI=.903, RMSEA=.076* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Fig. 3. Path analysis of the study model.

Table 8. Adequacy test of the study model by group

Classification	χ^2	df	p	TLI	CFI	RMSEA
College degree or less	237.845	137	.000	.942	.953	.059
University degree or over	394.484	137	.000	.912	.930	.072

1) 집단별 모형 적합도 검증

성인여성의 페미니즘 성향과 외모관리행동의 관계에서 교육 수준에 따른 조절효과 검증을 위해 ‘전문대졸 이하(n=215)’와 ‘대졸 이상(n=365)’의 두 집단으로 구분하였다.

각 집단의 모형 적합도를 분석한 결과 전문대졸 이하 집단의 모형 적합도는 $\chi^2=237.845$, $p=0.000$, TLI=0.942, CFI=0.953, RMSEA=0.059로 나타났으며, 대졸 이상 집단의 모형 적합도는 $\chi^2=394.484$, $p=0.000$, CFI=0.950, TLI=0.912, RMSEA=0.072로 나타나 두 집단 모두 모형 적합도 지수가 적합한 것으로 나타났다(Table 8).

2) 집단별 측정동일성 검증

전문대졸 이하 집단과 대졸 이상 집단이 주요 변수를 동일하게 인식하고 있는지 확인하기 위해 다중집단 확인적 요인분석을 통해 측정동일성 검정을 실시한 결과는 Table 9와 같다. 비제약모형의 모형적합도는 $\chi^2=632.366$, $p=0.000$, TLI=0.923, CFI=0.938, RMSEA=0.048로 집단 간 형태동일성은 문제가 없

는 것으로 나타났다. 비제약모형과 제약모형 1의 χ^2 검정 결과, $p<0.05$ 수준에서 유의하지 않은 것으로 나타났다. 즉, 두 집단은 모형형태뿐 아니라, 잠재변수와 측정변수 간 요인계수의 측정동일성이 확보되어 다중집단 경로분석을 진행하는 데 문제가 없는 것으로 나타났다. 한편, 비제약모형과 제약모형 2~4는 χ^2 검정 결과 유의하게 차이가 나는 것으로 확인되었다.

3) 연구가설의 검증결과

다중집단 구조모형의 경로계수를 비교하기 위해 AMOS의 Pairwise Parameter Comparison 결과표에서 경로계수의 차이값(Critical Ratio for Difference: CR Dif.)을 확인하였다(Table 10).

분석결과 전문대졸 이하와 대졸 이상 집단 간에 통계적으로 유의한 차이가 나타나는 경로는 페미니즘 성향에서 성형관리 행동, 페미니즘 성향에서 네일관리행동, 페미니즘 성향에서 체형관리행동, 페미니즘 성향에서 메이크업관리행동의 4개의 경로로 확인되었다.

Table 9. Measurement equivalence verification of education levels

Model	χ^2	df	TLI	CFI	RMSEA	$\Delta\chi^2$	Δdf	p
Unconstrained	632.366	274	.923	.938	.048			
Measurement weights	646.237	287	.926	.938	.047	13.871	13	.383
Model3	668.851	295	.926	.936	.047	36.485	21	.019
Structural covariances	766.361	327	.921	.925	.048	133.995	53	.000
Measurement residuals	799.268	346	.923	.922	.048	166.901	72	.000

Table 10. Results of path analysis of multi-group according to education levels

Hypothesis	Path	College degree or less			University degree or over			CR Dif.	result
		B	β	S.E.	B	β	S.E.		
H2-1	Feminism→ Cosmetic surgery management behavior	.148	.102	.112	-.392***	-.210***	.111	-4.153***	adopt
H2-2	Feminism→ Nail management behavior	-.105	-.073	.112	-.390***	-.211***	.113	-2.769**	adopt
H2-3	Feminism→ Body shape management behavior	.014	.014	.078	-.445***	-.277***	.101	-3.387***	adopt
H2-4	Feminism→ Skin care management behavior	-.063	-.050	.105	-.079	-.052	.099	0.346	reject
H2-5	Feminism→ Makeup management behavior	-.017	-.013	.108	-.322***	-.175***	.099	-2.362**	adopt

p<.01, *p<.001

Fig. 4. Results of path analysis of multi-group according to college degree and less. **Fig. 5.** Results of path analysis of multi-group according to university degree and over.

첫째, 페미니즘 성향이 성형관리행동에 미치는 영향력의 크기가 학력 집단에 따라서 유의한 차이가 있었다(CR Dif.=4.153,

p<0.001). 즉, 전문대졸 이하 집단에서는 페미니즘 성향과 성형관리행동 간의 관계는 유의한 결과를 보이지 않았으나, 대졸

이상 집단에서는 페미니즘 성향이 높을수록 성형관리행동이 낮아지는 것으로 나타났다($\beta=-0.210, p<0.001$).

둘째, 페미니즘 성향이 네일관리행동에 미치는 영향력의 크기가 학력 집단에 따라서 유의한 차이가 있었다(CR Dif.=2.769, $p<0.01$). 즉, 전문대졸 이하 집단에서는 페미니즘 성향과 네일관리행동 간의 관계는 유의한 결과를 보이지 않았으나, 대졸 이상 집단에서는 페미니즘 성향이 높을수록 네일관리행동이 낮아지는 것으로 나타났다($\beta=-0.211, p<0.001$).

셋째, 페미니즘 성향이 체형관리행동에 미치는 영향력의 크기가 학력 집단에 따라서 유의한 차이가 있었다(CR Dif.=3.387, $p<0.001$). 즉, 전문대졸 이하 집단에서는 페미니즘 성향과 체형관리행동 간의 관계는 유의한 결과를 보이지 않았으나, 대졸 이상 집단에서는 페미니즘 성향이 높을수록 체형관리행동이 낮아지는 것으로 나타났다($\beta=-0.277, p<0.001$).

넷째, 페미니즘 성향이 메이크업관리행동에 미치는 영향력의 크기가 학력 집단에 따라서 유의한 차이가 있었다(CR Dif.=2.362, $p<0.01$). 즉, 전문대졸 이하 집단에서는 페미니즘 성향과 메이크업관리행동 간의 관계는 유의한 결과를 보이지 않았으나, 대졸 이상 집단에서는 페미니즘 성향이 높을수록 메이크업관리행동이 낮아지는 것으로 나타났다($\beta=-0.175, p<0.001$).

이는 교육수준이 높을수록 페미니즘 성향이 높고(Kim et al., 2006), 신체적 매력과 외모에 대한 자존감과 외모만족도가 더 높게 나타난 결과(Hong & Han, 2005)와 과시적 소비를 통해 낮은 자존감을 회복한다는 결과(Kim et al., 2015)를 뒷받침해 준다. 또한 이와 같은 결과는 자존감이 높을수록 미용소비행동이 낮아진다는 연구(Kim & Jin, 2019)와 유사함을 보였다.

V. 결 론

본 연구는 여성의 페미니즘 성향이 외모관리행동에 미치는 영향과 교육수준의 조절효과를 분석하고 이를 기초로 하여 시대적 흐름에 맞는 미용서비스 제고를 위한 기초자료를 제공하는 것을 목적으로 하였다. 이를 위하여 전국의 성인 여성을 대상으로 하여 온라인 설문조사를 실시하였으며 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 페미니즘 성향은 외모관리행동의 하위요인인 성형관리행동, 네일관리행동, 체형관리행동, 메이크업관리행동에 부(-)적인 영향을 미치지만 피부관리행동에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

둘째, 전문대졸 이하 집단은 페미니즘 성향이 외모관리행동에 영향을 미치지 않았으나, 대졸 이상 집단에서는 외모관리행동의 하위요인인 성형관리행동, 네일관리행동, 체형관리행동, 메이크업관리행동에 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이상의 결과를 종합하면 페미니즘 성향이 높고 교육수준이

높을수록 성형관리행동, 네일관리행동, 체형관리행동, 메이크업관리행동이 낮아지는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 성형관리, 네일관리, 체형관리, 메이크업관리의 경우 미적 욕구를 충족시켜주는 분야로 인식하지만 피부관리의 경우 미용적 목적보다 건강학적 차원에서 인식한 결과로 사료된다. 또한, 여성들은 페미니즘 성향이 높을수록 사회에서 여성에게 부여하는 아름다움에 대한 기준을 거부하고 여성의 신체에 초점을 맞추는 것을 비판하면서 화장품이나 패션의류, 네일아트 등의 다양한 여성 관련 제품 또는 서비스 소비를 지양한다는 점을 시사하고 있다. 이는 최근에 여성들의 교육수준이 높아지고 사회활동이 많아짐에 따라 외모관리에 대한 인식과 소비 태도가 변화하고 있음을 알 수 있다. 이러한 변화에 맞추어 새로운 자기 정체성을 확립할 수 있는 외모관리행동에 대한 방법론적 대안을 모색해야 한다. 이에 따라 미용 관련 산업을 이끌어 가는 주체들은 시대적 흐름에 따른 소비자의 변화를 다양한 관점에서 분석하여 외모관리에 대한 규범적인 소비관과 마케팅 전략을 확립해야 할 것이다.

본 연구가 가지는 의의는 이론적 고찰이 대부분인 선행연구들과는 달리 양적 연구를 통해 페미니즘 성향이 외모관리행동에 미치는 영향의 구조적 관계를 파악하고 교육수준의 조절효과를 검증하였다는 데 있다. 본 연구 결과를 통해 페미니즘 성향에 따른 외모관리에 대한 새로운 관점을 인지하고, 이러한 소비자들의 페미니즘 성향에 맞춘 적절한 마케팅 전략을 통해 기업들의 성과와 소비자들의 만족도를 향상시킬 수 있을 것이다. 또한, 올바른 미적 정체성을 찾고자 하는 페미니즘 운동이 젊은 여성을 중심으로 대두되고 있는 상황에서 외모관리가 필수라는 사회적 압박과 부담감을 높이는 형태가 아닌 소비자의 외모인식에 긍정적인 영향을 줄 수 있는 관점으로 마케팅 전략을 수립한다면 외모관리에 대한 소비자의 올바른 소비관 정립에 기여할 수 있을 것이다.

페미니즘 성향과 외모관리의 관계에 대한 후속연구를 위한 제한점 및 제언을 덧붙이면 다음과 같다. 첫째, 본 연구의 조사 대상과 구성비는 지역적 제한으로 한정하였으므로 그 분포 비율은 연구결과를 일반화하기에 한계가 있다. 둘째, 페미니즘과 외모관리행동과 관련한 연구가 미비한 상황에서 본 연구의 결과와 상응하는 고찰이 부족하였다. 향후 연구에서 미성년자와 남성을 포함한 연구로 확대한다면 양성평등의 관점에서 의미 있는 연구가 될 것이다. 또한, 페미니즘과 외모관리행동과의 관계에서 교육수준 외에 연령이나 혼인과 같은 다양한 변수를 포함한 조절효과에 대한 연구가 필요하다. 현재 페미니즘 성향과 외모관리행동에 대한 연구가 많지 않은 상황에서 본 연구가 향후 여성들의 아름다움을 보다 능동적인 관점에서 향상시킬 수 있는 방안을 마련할 수 있는 근거자료로 활용되기를 기대한다.

References

- Bae, Y. K. (2009). Feminist Appearance Decorating is Aesthetic Activism: Aesthetics and Feminism of Appearance. *The Journal of Asian Women*, 48(2), 273-280.
- Bang, H. J. (2013). The Effect of Nail Management Behavior according to Appearance Interest of Female University Students. *Journal of The Korean Society of Cosmetology*, 19(4), 613-620.
- Boush, D. M., Friestad, M., and Rose, G. M. (1994). Adolescent Skepticism Toward TV Advertising and Knowledge of Advertiser Tactics. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 165-175.
- Cha, E. J., & Lee, S. H. (2020). The Influence of Middle-aged Women's Appearance Interest and Appearance Management Behavior on Life Satisfaction. *Journal of Korean Academy of Nursing*, 2020(10), 226-226.
- Choi, A. Y., & Kim, J. W. (2019). Analysis of Appearance Management Behavior and Beauty Education Perception of Women in Their 10s to 20s, Philippines. *Asia-Pacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology*, 9(12), 453-470.
- Choi, E. Y. (2015). Impacts of Beauty Benefits in Males grouped by Appearance Interest on Beauty Care Behaviors. Master's thesis. Graduate School of Kyung Sung University, p. 8.
- Choi, H. J. (2016). Literary Restoration and Therapeutic Alternatives to Lookism -Humanistic Solutions for Social Problems due to Lookism-. *Journal of Literary Therapy*, 40, 225-259. DOI: 10.20907/kslt.2016.40.
- Choi, K., Park, D., Kim, S., Park, D., & Sim, J. (2020). The Correlation between Satisfaction of Appearance and Self-respect after Semi-permanent Makeup. *Journal of Korea Semi-permanent Make up Research Society*, 1(1), 1-14.
- Choi, M. S. (2017). The Effect of Women's Makeup and Nail Action on Self-esteem and Psychological Well-being. Master's thesis. Graduate School of Chosun University, p. 27.
- Chong, Y. S., Kim, S. H., & Min, H. S. (2004). Paternal Perceptions of Gender Equality & Sex-role Education for Young Children. *Journal of Child Welfare and Development*, 2(1), 19-34.
- Chu, H. (2017). Gendered Happiness -Moderating Effects of Gender Role Attitude-. *Journal of Korean Women's Studies*, 33(2), 137-180. DOI: 10.30719/JKWS.2017.06.33.2.137
- Etcoff, N. (2000). The survival of prettiest: The science of beauty. NY: Anchor Books, p. 7.
- Feltman, C. E., & Szymanski, D. M. (2018). Instagram Use and Self-objectification: The Roles of Internalization, Comparison, Appearance Commentary, and Feminism. *Sex Roles*, 78(5-6), 311-324.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206.
- Hoe, J. R., & Yang, D. H. (2017). A Study on the Sociocultural Attitude and Appearance Management Behavior of Women: Focus on Experience of Cosmetic Surgery. *The Journal of Humanities and Social Science*, 8(4), 1315-1332.
- Hong, K. H. (2006). The Influence of the Sociocultural Attitudes towards Appearance, BMI and Body Image on Self-Esteem. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 30(2), 348-357.
- Hong, K. W., & Han, Y. S. (2005). Differential Self-Esteems of Korean Adults by Demographic Variables. *Korean Journal of Woman Psychology*, 10(2), 135-156.
- Hwang, H. M., & Cheon, H. J. (2011). The Makeup Experience of Middle School Girls. *Media, Gender & Culture*, 19, 179-211.
- Hwang, H. S. (2018). The Effect of Youtube Beauty Video Characteristics on Beauty Managing Behavior and Product Purchase Intention. *Journal of Beauty Art Management*, 12(4), 67-84.
- Hwang, I. J. (1993). A Study on Kindergarten Teacher's Physical Shapes favored by Children, Parents and Headmasters and Their Ideal Physical Shapes. Master's thesis. Graduate School of Sookmyung Women's University, p. 2.
- Im, A. D. (2020). A Study on Appearance Management Behavior According to Narcissistic Tendency and Color Tendency -Mediating Effect Self-Esteem-. Doctoral dissertation Graduate School of Asia LIFE University, pp. 1-2.
- Jeong, K. H. (2006). The Influence of Make-up on the Image Effect-Women in Twenties-. Master's thesis. Graduate School of Sookmyung Women's University, p. 49.
- Jeong, M. S. (2020). Makeover for Men based on the Styling of Idols: Focused on the Gender Ideology. Doctoral dissertation Graduate School of Konkuk University, p. 91.
- Jin, H. J., Chung, M. K., Jung, J. Y., & Chul, K. E. (2014). The Effects of Social Faces and Body Satisfaction on the Appearance Management Behaviors of Pre-service Elementary School Teachers. *Journal of Korean practical arts education*, 27(2), 73-87.
- Jung, C. E. (2014). A Study of Women's Identity in Contemporary Consumption Society. Master's thesis. Graduate School of Dong-A University, p. 36.
- Jung, E. R. (2015). A Study of Determinants on Suicidal Ideation among Korean Youths. *The Journal of Social Science*, 22(2), 193-214.
- Kang, P. S. (1997). A Study in Liberal Feminism. *The Jungang Journal of English Language and Literature*, 39(1), 159-173.
- Kim, A. (2019). The Movement of 'Tal-Corsets' (taking off all corsets), #getreadywithme: Popular Feminism in the Digital Economy. *Korean Association of Women's Studies*, 35(3), 43-78. DOI: 10.30719/JKWS.2019.09.35.3.43
- Kim, B. M. (2018). Feminism Revival and the Politics of Survival. *Economy and Society*, (118), 99-138.
- Kim, D. Y., Eom, Y. J., Woo, Y. L., Rhie, J. M., Jang, M. J., & Shin, E. B. (2017). Self-Management Brand 'Bom' Development for Amelioration Image Complexes. *Sookmyung society of desing science*, 23, 15-28.
- Kim, E. (2019). Appearance Management Behavior of Korean and Chinese Women using Correspondence Analysis. *Journal of The Korean Society of Cosmetology*, 25(4), 890-899.
- Kim, E. H., & Kim, I. S. (2017). The Effects of Appearance Management Motives on Body Management Behavior and Self-Satisfactions. *The Korean Journal of Arts Education*, 15(4), 89-108.
- Kim, G. R. (2020). Appearance Management Behaviors Depending

- on the Appearance Satisfaction of Female Students in the Departments Related to Flight Services. Master's thesis. Graduate School of Arts Sookmyung Women's University, p. 1.
- Kim, G. R., & Jin, Y. M. (2019). The Influence of Beauty Consumption Behavior on Self-respect and Appearance Satisfaction. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 25(4), 27-36.
- Kim, H. S., & Han, S. J. (2016). The Effects of Sociocultural Attitude on Quality of Life Through Individual Appearance Satisfaction and Appearance Management Behavior. *Journal of Korea Design Forum*, 53, 235-249.
- Kim, I. O., & Kim, D. Y. (2019). Difference between Body Image, Interest of Aesthetics and Beauty-management Behavior by Age Groups in Korean Female. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 25(1), 111-124. DOI: 10.18208/ksdc.2019.25.1.111
- Kim, J. G. (2020). Beauty Practices in Korean Society and Embodied Ethics of Joy. *Asian Cultural Studies* 52, 5-37.
- Kim, J. H. (2006). Aesthetics of Female Body and Beautification—Beyond the Aesthetic Asceticism and Narcissism—. *Mihak-The Korean Journal of Aesthetics*, 47, 25-76.
- Kim, K. E., Sohn, W. Y., & Rim, H. B. (2015). Shame and Conspicuous Consumption : Choosing Loud Logos as an Ego-protective Behavior. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 16(3), 477-498.
- Kim, M. S., Han, Y. S., & Lee, H. J. (2006). Explorations on the Feminism of Korean Women on the bases of their Social Structural Variables its Effect on Well-being. *The Korean Journal of Woman Psychology*, 11(1), 83-105.
- Kim, M. Y., & Kim, J. M. (2013). A study on the influencing mental health factors to suicidal ideation in adolescents. *Korean Journal of Youth Studies*, 20(12), 267-293.
- Kim, N. O. (2012). Research Trends and New Challenges of Sociology of Body. *Society and Theory*, 21(1), 289-326.
- Kim, S. H. (2009). A Study of Women's Make-up Behavior and Cosmetic Plastic Surgery Behavior According to Age Group. Doctoral dissertation Graduate School of Design & IT Dongseo University, pp. 53-78.
- Kim, S. J. (2016). Marketing Strategy of Companies Acknowledging Uncomfortable Facts. *Excellence Marketing for Customer* 50(2), 48-52.
- Kim, T. I. (2004). Clothing Behaviors of Men in their 20's~30's according to Body Management Behaviors and Self-Confidence in appearance. Graduate School of Dongguk University, p. 6.
- Kim, Y. A., & Kim, K. H. (2016). A Study on Beauty Behaviour of Female Student in Their 20s according to Media-Lookism. *Journal of Korean Traditional Costume*, 19(2), 143-157. DOI: 10.16885/jkctc.2016.06.19.2.143
- Kim, Y., Yeo, M., & Lee, M. (2018). The Effect of Media Exposure and Interpersonal Communication on Body Satisfaction and Appearance Management Behaviors of Women in their twenties: Focusing on the Role of Social Norms. *Media, Gender & Culture*, 33(3), 43-84.
- Ko, M. S. (2005). Feminism and Body Education. *The Journal of Research in Education*, (22), 17-46.
- Ko, S. J., Chung, J. K., & Cho, H. J. (1992). Beauty and Oppression=The Impacts of cultural Myth on Women. *Journal of Korean Women's Studies* 8, 33-75.
- Kwon, H. Y. (2008). A Study on Skincare Service Preference and Customer Satisfaction. Master's thesis. Graduate School of Distance Learning Sookmyung Women's University, p. 71.
- Lee, E., & Kim, Y. (2017). Effect of Sociocultural Attitudes toward Appearance, Social Pressure and Stress on University Students' Body Figure Discrepancy. *Journal of Korea Academy Industrial Cooperation Society*, 18(12), 173-181.
- Lee, I. J. (2019). Analysis of changes in Korean female consumers' interest in beauty products due to the spread of the escape the corset movement. *Journal of the Korea Society of Management Information Systems*, 2019(5), 492-495.
- Lee, J. E. Shop skin care and customer service satisfaction, usage patterns and preferences. Master's thesis. Graduate School of Gachon University, p. 44.
- Lee, J. Y. (2020). Discourse on the Appearance of Young Women in Korean Webtoons After the Feminism Reboot. *Journal of ATE*, 10, 21-33.
- Lee, J. Y., & Park, K. S. (2012). Study on the Theory of Planned Behavior applied to appearance management behavior - focused on skin care, makeup, apparel, hair and weight management behaviors -. *Korean Journal of Human Ecology*, 21(2), 331-347.
- Lee, M. Y. (2009). A Study on beauty care behaviors according to aesthetic consciousness in female undergraduates - Focusing on skin care, weight control and cosmetic surgery behavior. Master's thesis. Graduate School of Arts Hansung University, p. 44.
- Lee, S. (2016). Contradictory Coexistence of the Mechanism of Women's Stereotyped Body Image and Postfeminist Interpretation in the Interlocking System of Mass-media and Surgical Industry : Based on the Analysis of Image Narrative in TV Makeover Show Program. *Journal of Korean Women's Studies*, 32(2), 71-112.
- Lee, S. J., & Yhang, W. J. (2013). The Effect of Aesthetic Dimension on the Appearance Management Behavior's Willingness to Pay (WTP) by Experience. *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, 22(4), 283-297.
- Lee, Y. A. (2020). The Mediating Effect of Self-Esteem in the Relationship Between Outward Self-Love and Appearance Management Behavior -Focusing on Women in Their 20s-. *Journal of the Korean Society for Wellness*, 15(4), 413-422. DOI: 10.21097/ksw.2020.11.15.4.413
- Lim, E. T. (2011). The Effect Lookism of the characters in the drama of the changes impact on the psychology of the audience -focusing on self-identity. *Journal of College Education*, 12(3·4), 257-275.
- Lim, H. S. (2019). The Effect of Narcissistic Propensity and Appearance Interest on Beauty Consumer Value. Master's thesis. Graduate School of Seokyeong University, pp. 42-43.
- Lim, H. Y. (2019). A Study on the Influence of Social/Psychological Expectancy Effects of Cosmetics on Self-esteem and Make-up Behavior of Female. Master's thesis. Graduate School of Sungshin Women's University, pp. 1-2.
- Moon, H. J. (2016). The Influence of the Sexual Objectification Experiences and Attitude Toward Appearances, Body Monitoring Clothing, Weight Control, Skin Care Behavior by Mediating

- Through Body Shame. *Journal of The Korean Society of Cosmetology*, 22(1), 11-20.
- Moon, J. S. (2019). Gender Ideology in Multiple Equilibria and Educational Differences of Marital Relationships Satisfaction. *Journal of Korean Women's Studies*, 35(1), 183-242. DOI: 10.30719/JKWS.2019.03.35.1.183
- Morgan, B. L. (1996). Putting the Feminism into Feminism Scales: Introduction of a Liberal Feminist Attitude and Ideology Scale (LFAIS). *Sex Roles*, 34(5), 359-390.
- Oh, B., Kim, S. N., Lee, J. M., & Jin, Y. M. (2012). The Influence of Interest in Beauty and Its Information by Adolescents. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 18(3), 515-522.
- Oh, Y. N. (2020). A Study on the Influence of Gender Equality Perception and Behavior on Subjective Quality of Life. Master's thesis. Graduate School of Korea University, p. 73.
- Park, H. S., & Chung, M. S. (2011). The Influences of Appearance Concern and Body Satisfaction on the Appearance Management Behavior of Male College Students. *The Research Journal of the Costume Culture*, 19(5), 1119-1132. DOI: 10.29049/rjcc.2011.19.5.1119
- Park, J. H. (2010). A Study on Appearance Management Behaviors by the Patterns of Female Lifestyle. Doctoral dissertation Graduate School of Kyung Sung University, pp. 25-26.
- Park, J. H., & Park, O. L. (2009). A Study on the Degree of Bodily Satisfaction and the Attitude towards Managing External Appearance according to Women's Degree of Interest in External Appearance. *Journal of the Korea Society Beauty and Art*, 10(2), 115-126.
- Park, J. S. (2016). The Identity Research through the Makeup Experiences of 2-30s Women. Master's thesis. Graduate School of Ajou University, p. 16.
- Rhee, Y. J., & Lim, S. J. (2002). The Effect of Body Cathexis, Weight Control Behavior on Clothing Behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 26(11), 1491-1501.
- Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (2000). Body Image and Appearance-management Behaviors in College Women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 152-162.
- Son, M., & Kim, H. K. (2020). A Multi-disciplinary Study on the Characteristics of Appearance Improvement Behavior and Interpersonal Relationship of Female University Students. *The Korean Society of Science & Art*, 38(2), 161-174. DOI: 10.17548/ksaf.2020.03.30.161
- Song, J. H., & Kim, K. H. (2020). The Effect of Narcissistic Tendency on Appearance Management Behaviors and Interpersonal Relationships. *Journal of Korean Traditional Costume*, 23(2), 65-79. DOI: 10.16885/jktc.2020.06.23.2.65
- Song, S. H. (2010). The Mediating Effect of Negative Self-concept on the Relationship between Adolescent's Physical Stress and Aggressive and Depressive Symptoms. *Journal of Sungkyul Psychology & Counseling*, 3, 99-122.
- Song, S. R. (2016). A Humanistic Solutions for the Social Problems Caused by lookism : a phenomenological attempt for the recovering asymmetrical esthetic sense. *Studies in Philosophy East-West*, 81, 527-556. DOI: 10.15841/kspew.81.201609.527
- Song, T. I. (2015). A Comparative Study on Buying Behavior on Cosmetics of Low-price Brand and the Beauty Care Behavior as the Life Styles of Students in High School. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 21(4), 309-323.
- Wee, E. H. (2006). A Comparison of Appearance Management Behaviors of Middle School Boys with Girls in Relation to the Perception of Body Size -Among Girls and Boys' Middle School in Gwangju-. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 18(3), 119-131.
- Wolf, N. (1993). Fire with fire: New female power and how it will change the twenty-first century. NY: Random House, p. 274.
- www.data.kostat.go.kr, (2019). Statistics Korea. Seo, Y. B. Born in 92, born in 82, born in 72, born in 62, and born in 52, Ji-young Kim. Search date: 2020.9.13.