중국 20대 여성의 외모에 대한 사회문화적 요인이 뷰티관심도에 미치는 영향

장역문¹ · 최미옥^{2,*}

¹광주여자대학교 일반대학원 미용과학과, 대학원생

²광주여자대학교 미용과학과, 교수

The Effects of Sociocultural Factors on the Appearance of Women in Their 20s in China on Beauty Interests

Yi-Wen Zhang¹ and Mee-Ok Choi^{2,*}

¹Graduate Student, General Graduate School of Beauty Science, Gwangju Women's University

²Professor, Dept. of Beauty Science, Kwangju Women's University

This study uses demographic methods to understand Chinese women in 20s' beauty concerns. Mainly focus on the impact about five following 5 socio-cultural factors of beauty concerns includes media beauty interest, beauty consciousness, friend beauty tendency, cultural living standards, and dependence on others. In the survey, Chinese women in their 20s will be asked about the impact on socio-cultural factors of beauty interests. The study conducted a total of 350 women in 30 cities across China, including large cities, metropolitan cities, secondary cities, small cities and prefectural cities. Excluding 41 unfaithful or missing responses, 301 surveys were used as final analysis. The survey results are categorized according to general characteristics and socio-cultural factors in appearance. In general characteristics, people in their 20s were divided into three groups (20-23 years old, 24-26 years old, 27-29 years old) to surveyed on their final educational background, direct, poor areas, and monthly living expenses. Also, the socio-cultural factors of appearance were divided into five categories including media appearance, beauty awareness, friend beauty tendency, cultural living standards and dependence on others. Their beauty concerns are mainly focused on hair beauty, face beauty, nail beauty, and skin care. Investigating the above content, "the difference between interest in beauty based on general characteristics", "the relationship between social cultural factors of appearance and interest in beauty", and "the influence of socio-cultural factors on appearance" were identified as research questions.

Keywords: Appearance, Beauty, General characteristics, Sociocultural factors, Women in their 20s

I. 서 론

외모지상주의는 현대 사회에서 개인 간의 우열, 인생의 성공과 실패까지 외모가 좌우한다고 할 수 있다. 중국은 경제 발전에 더불어 여성들이 미에 요구가 높아지고 있고, 특히 생방송이나 짧은 미디어 등 인터넷 뉴미디어 영향에 미쳐 여성들이 현실 생활에서는 물론 인터넷에서 관심을 받기 위해 외모에 대한 신경을 쓴다(张素素, 2021). 사람들이 외모를 중시하면서 외모가 연애, 결혼 부분은 물론, 취업이나 승진 등 사회생활까지

영향을 미치기 때문에 외모를 가꾸려는 노력을 한다(Yoon, 2007). 중국 경제가 발전하는 가운데 국민 소득이 꾸준히 증가하고 있고, 사람들의 경제적인 여유로 미에 대한 의식도 큰 변화가 이루어지게 되었다. 郭军艳(2019)에 의하면 2016년 말까지 중국 뷰티 산업에 종사 기업 수가 330,684개로, 영업 수익은 3,129억 위안으로 크게 성장하였고, 중국의 뷰티산업이 발전할 수 있는 요인은 경제 발전, 여성 사회 활동 증가, 매스미디어의 발달, 외모지상적인 사회적 분위기, 미용기술 발달 등으로 볼 수 있다고 보고하고 있다.

현대 사회에서는 건강, 기능과 상관없이 외적으로 보이는 형태가 새로운 '아름다움에 대한 기준'으로 나타나고 있으며 이에 여성들은 사회에서 만들어 낸 아름다워져야 한다는 욕망과 조건을 충족시키기 위해 외모를 아름답게 만들려는 노력을 하

*Corresponding author: Mee-Ok Choi

Tel : +82-62-950-3792

E-mail : cmo0323@kwu.ac.kr

접수일(2021년 8월 4일)/수정일(2021년 11월 4일)/채택일(2021년 12월 7일)

게 된다(Lee, 2018). 2000년 이후 한류 열풍이 중국으로 진출해 중국에서는 화장에 대한 개념이 바뀌기 시작하였다. 이와 같이 현대중국 사회에서 점차 한국처럼 이미지 커뮤니케이션 시대라고 불릴 정도로 개인의 이미지가 사회생활에서 커다란 경쟁력으로 작용하게 되었다(吳樂田, 2019). 한편 외모는 개인의 겉모습을 의미하며 사람들은 사회 속에서 좀 더 잘 받아들여지기 위하여 외모를 아름답게 만든다. 이렇게 아름답게 장식하는 것을 외모관리행동이라고 하며 외모관리행동은 일반적으로 의복착용, 헤어스타일 연출, 피부관리, 화장 등으로, 최근에 와서 성형수술로까지 확대되어 보다 적극적인 행동으로 나타나고 있다(Go, 2016).

사람들과의 사회생활에서 신체적 외모는 중요하여, 개인의 능력으로까지 평가되는 개인 이미지의 지각에 신체적 외모는 첫 번째로 사용하는 단서이며, 외모는 얼굴이나 몸에 장식하는 것을 포함하는 개념으로 이해되어야 한다(Gang, 1997). 이처럼 외모는 사회생활에서 인간관계 형성하는 데에 매우 중요한 역할이 되자 이에 대해서는 사회문화적인 요인으로 고찰하여 이해할 필요가 있다고 본다. 그러나 기존에 미의식과 외모 관리 행동에 관련된 선행연구는 주로 피부관리에 집중되어 있으며 사회문화 시각으로 이루어진 연구는 미비하였다.

따라서 본 연구는 중국 20대 여성을 대상으로 인구통계학적으로 뷰티관심도를 알아보고 미디어뷰티관심도, 뷰티 의식, 친구 뷰티 성향, 문화생활 수준, 타인의존도 등 다섯 사회문화적 요인을 나누어 조사하여 이러한 사회문화적 요인이 뷰티관심도에 미치는 영향을 연구해 보고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 중국 20대 여성 특성 연구

외모에 대한 관심은 신체를 매력적으로 보이기 위해서이며, 사람들이 자신의 외모에 관심을 갖고 외모 향상을 위해 관리를 더욱 외적 모습을 아름답게 꾸미고 관리하는 것이다(Oh, 2012). Hong(2013)에서는 한국 내 거주하는 중국 여성을 대상으로 연구했는데 자기 외모에 대해 관심도가 높을수록 유행지향관심도도 높고 피부, 헤어나 메이크업 관리를 많이 하는 것으로 나타났다. 외모에 관심이 많을수록 미용성형을 하지 않는 것으로 나타났다.

2. 사회문화적 요인 연구

Kim(2016)은 20~50대 여성을 대상으로 외모관심도, 두피·모발 관리태도와 관리행동에 대해 연구하였는데 그 중에 20대 여성은 개성적인 외모와 의상에 대한 관심이 많고, 자신의 모습을 남에게 아름답게 보이려고 하는 경향이 컸으며 아름다움을

추구하고자 하는 성향이 높을수록 다른 사람에게 비추어지는 자신의 아름다운 모습을 통해 인간관계에 있어 좋은 이미지를 준다고 하였다. 張素素(2021)에서는 뉴미디어 시각 문화 형성으로 인해 여성들이 신체 및 외모에 대한 소비가 젊을수록 더욱 투자하는 경향이 강하다고 하며 사회적인 요인은 젊은 여성이 뷰티관심도에 큰 영향을 미치고 있다고 보았다.

그리고 Lee(2009)는 사회계층에 따라 의복관심이 차이가 있어 상류층이 의복관심이 높고 신분이 높은 집단이 외모만족도가 높은 것으로 나타났다. 그리하여 여성들이 적절한 외모관리는 자신의 외모에 긍지를 지니게 하며 일상생활에 만족스러운 삶을 느끼게 하는 데에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났고 밝혔다.

3. 뷰티 관심도

張素素(2021)에서는 뉴미디어 시각 문화 형성으로 인해 여성들이 신체 및 외모에 대한 소비가 젊을수록 더욱 투자하는 경향이 강하다고 하며 사회적인 요인은 젊은 여성이 뷰티관심도에 큰 영향을 미치고 있다고 보았다. Lee et al.(2015)은 20-30대 여성을 대상으로 외모관련 변인에 대하여 조사하였다. 그 결과 외모에 대한 내면화가 높을수록 외모관심도가 높고, 외모에 대한 인식이 높을수록 뷰티관심도가 낮은 것으로 나타났다.

이상으로 알 수 있듯이 뷰티에 대한 관심은 지금 사회에서 더욱 중요시하나 단지 겉모습을 치장하는 정도의 개념이 아닌 자신의 외모에 대한 내면화와 인식의 개념이 되었다. 따라서 사회문화적 측면으로 뷰티관심도에 미치는 영향을 살펴볼 필요가 있으며 본 연구는 인구통계학 특징 및 미디어 뷰티관심도, 뷰티 의식, 친구 뷰티 성향, 문화생활 수준, 타인 의존도 등 사회문화적 요인을 조사해보고자 한다.

III. 내용 및 방법

1. 연구 대상 및 조사 내용

본 연구는 20대 중국여성 대상으로 사회문화적 요인이 뷰티관심도에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 연구 대상은 중국 전국 30개 도시를 특대형도시, 대도시, 중등도시, 소도시, 현급시에서 총 350명 여성에 대해서 조사를 실시하였으며 이 중 응답이 불성실하거나 누락된 41부를 제외한 301명의 설문을 최종 분석 자료로 사용하였다.

본 연구에서는 20대 중국 여성을 대상으로 실시한 조사는 일반적 특성과 외모에 대한 사회문화적 요인에 따른 뷰티관심도를 조사하였다. 일반적 특성에서는 20대를 '20-23세', '24-26세', '27-29세' 세 그룹을 나누고, 최종학력, 직업, 거주지역, 월 생활비에 대해서 조사하였다. 또한, 외모에 대한 사회문화적 요인

은 미디어외모관심도, 뷰티의식, 친구뷰티성향, 문화생활수준, 타인의존도 등 다섯 개로 나누고 뷰티관심도에 대해서는 헤어뷰티, 얼굴뷰티, 네일뷰티, 피부관리 총 4개로 분류하였다.

이상을 조사하고 ‘일반적 특성에 따른 뷰티관심도의 차이’, ‘외모에 대한 사회문화적 요인과 뷰티관심도와의 관계’, ‘외모에 대한 사회문화적 요인이 뷰티관심도에 미치는 영향’을 알아보고자 한다.

2. 자료 분석 방법

본 연구는 SPSSWIN 21.0 프로그램을 사용하여 분석하였으며 실증분석은 모두 유의수준 5%에서 검증하였다. 그리고 조사대상자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였고 외모에 대한 사회문화적 요인과 뷰티관심도에 대한 신뢰도는 Cronbach's α 의 계수로 판단하였다. 일반적 특성에 따른 뷰티관심도의 차이를 알아보기 위하여 일원변량분석(one-way ANOVA)을 실시하였으며, Scheffe의 다중범위 검정(Scheffe's multiple range test)을 통하여 $p<.05$ 에서 유의한 차이를 검정하였다. 외모에 대한 사회문화적 요인과 뷰

티관심도와의 관계를 알아보기 위하여 상관분석을 실시하였으며, 마지막 외모에 대한 사회문화적 요인이 뷰티관심도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 살펴본 결과는 <Table 1>와 같다. 연령은 ‘27-29세’가 47.5%, ‘20-23세’가 31.9%, ‘24-26세’가 20.6% 순이었고, 최종학력은 ‘대학교 졸업(4년제)’가 33.6%로 가장 많았고, 이어서 ‘대학교 졸업(2년제)’ 27.2%, ‘대학원 석사’ 25.9%, ‘박사 이상’ 7.3%, ‘중학교 이하’ 6.0% 순으로 나타났다. 직업은 ‘학생’이 40.5%, ‘기타’가 18.9%, ‘사무직’이 17.6%, ‘서비스직’이 9.1% 순이었으며, 거주지역은 ‘소도시’가 24.3%, ‘중등도시’가 21.6%, ‘대도시’가 21.3%, ‘특대형도시(상해, 북경)’가 19.9%, ‘현급시’가 13.0%이었다. 월 생활비는 ‘20-50만원 미만’이 31.6%, ‘50-100만원 미만’이 30.6%, ‘100-200만원 미만’이 19.6%, ‘200만원 이상’이 10.0%, ‘20만원 미만’이 8.3% 순으

Table 1. General Characteristics of survey subjects

	Category	Frequency(N)	Percent(%)
Age	20-23years	96	31.9
	24-26years	62	20.6
	27-29years	143	47.5
Final education	University graduation (two years) or less	100	33.2
	University graduation (4-year)	101	33.6
	Graduate School Abnormality	100	33.2
Occupation	Student	122	40.5
	Service job	27	9.0
	clerical work	53	17.6
	Professional technical profession	20	6.6
	Management position	22	7.3
	Guitar	57	18.9
Residential Area	Extra-large city (Shanghai, Beijing)	60	19.9
	Big city	64	21.3
	Secondary city	65	21.6
	Small town	73	24.3
	The present	39	13.0
Monthly living expenses	Less than 200,000 won	25	8.3
	Less than 200,000 won to 500,000 won	95	31.6
	Less than KRW 500-1 million	92	30.6
	Less than 100 to 2 million won	59	19.6
	More than 2 million won	30	10.0
	All	301	100.0

Table 2. Socio-cultural factors in appearance

Category		Average(M)	Standard deviation(SD)
Sociocultural Factors on Appearance	Interest in Media Beauty	3.48	.63
	Beauty consciousness	3.72	.64
	Friend's Beauty Tendency	3.33	.61
	Cultural standard of living	3.18	.70
	Dependence on others	3.24	.58
Sociocultural Factors on Appearance		3.42	.48

Table 3. Interest in beauty

Category		Average(M)	Standard deviation(SD)
Beauty interest level	Interest in hair beauty	3.43	.60
	Interest in facial beauty	3.65	.68
	Interest in nail beauty	3.37	.86
	Skin care interest level	3.76	.72
Sociocultural Factors on Appearance		3.42	.48

로 조사되었다.

2. 외모에 대한 사회문화적 요인

외모에 대한 사회문화적 요인을 살펴본 결과는 <Table 2>와 같다. 외모에 대한 사회문화적 요인 전체의 평균은 3.42로, ‘뷰티의식’(M=3.72), ‘미디어뷰티관심도’(M=3.48), ‘친구뷰티성향’(M=3.33), ‘타인의존도’(M=3.24), ‘문화생활수준’(M=3.18) 순으로 평균이 높았다.

3. 뷰티관심도

뷰티관심도를 살펴본 결과는 <Table 3>와 같다. 뷰티관심도 전체의 평균은 3.56으로, ‘피부관리관심도’(M=3.76), ‘얼굴뷰티관심도’(M=3.65), ‘헤어뷰티관심도’(M=3.43), ‘네일뷰티관심도’(M=3.37) 순으로 평균이 높았다.

4. 연구문제 고찰

본 연구는 일반적 특성에 따른 뷰티관심도의 차이, 외모에 대한 사회문화적 요인과 뷰티관심도와의 관계, 외모에 대한 사회문화적 요인이 뷰티관심도에 미치는 영향 등 세 가지 연구문제에 대해서 검정하고자 한다.

1) 일반적 특성에 따른 뷰티관심도의 차이

일반적 특성에 따른 뷰티관심도의 차이를 살펴본 결과는 <Table 4>와 같다. 직업은 기타(M=3.69), 사무직(M=3.65), 서

비스직(M=3.63), 학생(M=3.51), 전문기술직(M=3.48), 관리직(M=3.24) 순으로 뷰티관심도가 높았다($F=2.471$, $p<.05$). 월 생활비는 200만원 이상(M=3.79), 100-200만원 미만(M=3.73), 50-100만원 미만(M=3.57), 20-50만원 미만(M=3.45), 20만원 미만(M=3.25) 순으로 월 생활비가 200만원 이상인 여성의 뷰티관심도가 가장 높았고, 20만원 미만인 여성의 뷰티관심도가 가장 낮았다($F=5.354$, $p<.001$). 또한, 직업과 월 생활비에 따른 뷰티관심도의 차이는 유의미하였으나, 연령, 최종학력, 거주지역에 따른 차이는 유의수준 5%에서 유의미하지 않았다.

이러한 분석 결과를 통해서 직장 수요 및 경제적 여유가 다른 요인보다는 뷰티관심도에 미친 영향이 가장 크다는 것을 알 수 있다. 일반적인 중국 사회에서 여성은 직장에 다녀야 한다는 사회적 인지가 있다. 따라서 직장 여성들은 직장 생활을 위해서 뷰티에 대한 수요가 필수라고 볼 수 있다. 또한, 현재까지 중국인의 평균 소득은 높은 편이 아니며 뷰티는 필수 소비물이 아니므로 경제적인 여유가 있어야 뷰티에 대한 관심도도 높아질 수 있다(王彩钰, 2021).

2) 외모에 대한 사회문화적 요인과 뷰티관심도와의 상관관계

외모에 대한 사회문화적 요인과 뷰티관심도와의 상관관계를 살펴본 결과는 <Table 5>와 같다. 뷰티관심도는 외모에 대한 사회문화적 요인의 미디어뷰티관심도($r=.669$, $p<.001$), 문화생활수준($r=.549$, $p<.001$), 친구뷰티성향($r=.546$, $p<.001$), 뷰티의식($r=.544$, $p<.001$), 타인의존도($r=.521$, $p<.001$) 순으로 정의 상관이 높았다.

세부적으로 분석해 보면 뷰티관심도의 헤어뷰티관심도, 얼굴뷰티관심도, 네일뷰티관심도, 피부관리관심도 모두 외모에

Table 4. Differences in purchase intention of cosmetics according to general characteristics

	Category	Average(M)	Standard deviation(SD)	F-value	p
Age	20-23years	3.49	.61	2.378	.095
	24-26years	3.70	.58		
	27-29years	3.54	.56		
Final education	University graduation (two years) or less	3.46	.53	2.250	.107
	University graduation (4-year)	3.60	.61		
	Graduate School Abnormality	3.62	.60		
Occupation	Student	3.63	.62	2.471*	.033
	Service job	3.65	.46		
	clerical work	3.48	.63		
	Professional technical profession	3.24	.79		
	Management position	3.69	.61		
	Guitar	3.64	.68		
Residential Area	Extra-large city (Shanghai, Beijing)	3.58	.67	.892	.469
	Big city	3.52	.53		
	Secondary city	3.58	.51		
	Small town	3.43	.51		
	The present	3.25	.62		
Monthly living expenses	Less than 200,000 won	3.45	.58	5.354***	.000
	Less than 200,000 won to 500,000 won	3.57	.58		
	Less than KRW 500-1 million	3.73	.53		
	Less than 100 to 2 million won	3.79	.49		
	More than 2 million won	3.25 ^a	.774		
	All	3.57	.763		

*p<.05, ***p<.001 e,d,c,b>c,b,a

Table 5. Relationship between socio-cultural factors and beauty interest in appearance

		Sociocultural Factors on Appearance					Beauty interest level				
	Category	Interest in Media Beauty	Beauty consciousness	Friend's Beauty Tendency	Cultural standard of living	Dependence on others	All	Interest in hair beauty	Interest in facial beauty	Interest in nail beauty	Skin care interest level
Sociocultural Factors on Appearance	Interest in Media Beauty	1									
	Beauty consciousness	.481***	1								
	Friend's Beauty Tendency	.567***	.570***	1							
	Cultural standard of living	.498***	.318***	.508***	1						
	Dependence on others	.502***	.306***	.379***	.401***	1					
Sociocultural Factors on Appearance		.864***	.720***	.765***	.714***	.664***	1				
Beauty interest level	Interest in hair beauty	.563***	.483***	.482***	.498***	.528***	.682***	1			
	Interest in facial beauty	.641***	.531***	.516***	.498***	.491***	.724***	.719***	1		
	Interest in nail beauty	.417***	.311***	.341***	.371***	.342***	.479***	.457***	.512***	1	
	Skin care interest level	.589***	.472***	.467***	.448***	.363***	.639***	.646***	.680***	.466***	1
Beauty interest level		.669***	.544***	.546***	.549***	.521***	.764***	.849***	.887***	.732***	.842***

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

대한 사회문화적 요인과는 모두 유의미한 정의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 즉, 미디어외모관심도, 뷰티의식, 친구뷰티성향, 문화생활수준, 타인의존도 등 사회적인 요인들이 뷰티에 모든 면에 대한 영향을 주고 있다는 것을 알 수 있다. 특히 미디어외모관심도가 가장 높다는 것은 중국 현재 동영상 플랫폼이 여성들이 뷰티를 교육하거나 학습하는 중요한 장이라는 것을 관련이 있다고 본다. 2016년 이후 더우인, 콰이소우 등 동영상 플랫폼이 유행하기 시작하고 젊은 여성들이 누구나 어디든지 생방송이나 동영상 방송을 할 수 있다(素素, 2021) 이러한 과정에서 외국에서의 뷰티 수법이나 정도 등을 순시간 공유하게 되고 여성들도 서로 자신의 뷰티 경험을 교육하므로 젊은 여성들이 미디어외모관심도에 영향을 미친 것으로 볼 수 있다.

3) 외모에 대한 사회문화적 요인이 뷰티관심도에 미치는 영향

외모에 대한 사회문화적 요인이 뷰티관심도에 미치는 영향을 살펴본 결과는 <Table 6>와 같다. 외모에 대한 사회문화적 요인이 뷰티관심도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과, $R^2=0.587$ 로 전체 변동의 58.7%로 회귀모형을 설명하고 있음을 알 수 있다.

그리고 변수간 다중공선성을 진단하기 위하여 분산팽창계수(VIF : variable inflation factor)와 허용치(tolerance)를 살펴보고 있으며, 일반적으로 분산팽창계수가 10이상이거나 허용치가 0.1보다 작으면 다중공선성의 문제가 있다고 판단하게 된다. 본 분석에서 변수들의 VIF값은 모두 10 이하였고, 허용치는 0.1보다 크게 나타나 다중공선성의 문제는 발생하지 않는 것으로 볼

Table 6. The Effect of Social and Cultural Factors on Beauty Interests in Appearance

Dependent variable	Independent variable	B	β	t	p	R^2	adj R^2	F
Beauty interest level	(constant)	.395		2.436*	.015	.587	.580	83.699***
	Interest in Media Beauty	.309	.334	6.495***	.000			
	Beauty consciousness	.214	.234	4.984***	.000			
	Friend's Beauty Tendency	.046	.049	.927	.354			
	Cultural standard of living	.175	.211	4.571***	.000			
	Dependence on others	.179	.179	4.033***	.000			
Hair Beauty	(constant)	.427		2.274*	.024	.479	.470	54.172***
	Interest in Media Beauty	.192	.202	3.490**	.001			
	Beauty consciousness	.205	.218	4.130***	.000			
	Friend's Beauty Tendency	.041	.042	.706	.481			
	Cultural standard of living	.172	.202	3.884***	.000			
	Dependence on others	.272	.264	5.304***	.000			
Facial Beauty	(constant)	.138		.683	.495	.529	.521	66.180***
	Interest in Media Beauty	.361	.334	6.089***	.000			
	Beauty consciousness	.260	.243	4.859***	.000			
	Friend's Beauty Tendency	.044	.040	.708	.479			
	Cultural standard of living	.161	.166	3.374**	.001			
	Dependence on others	.195	.167	3.522***	.000			
Nail Beauty	(constant)	.472		1.450	.148	.234	.221	18.008***
	Interest in Media Beauty	.270	.198	2.830**	.005			
	Beauty consciousness	.138	.102	1.598	.111			
	Friend's Beauty Tendency	.048	.034	.479	.632			
	Cultural standard of living	.208	.170	2.708**	.007			
	Dependence on others	.192	.130	2.156*	.032			
Skin Care	(constant)	.595		2.510*	.013	.420	.410	42.728***
	Interest in Media Beauty	.416	.366	6.000***	.000			
	Beauty consciousness	.234	.207	3.733***	.000			
	Friend's Beauty Tendency	.054	.046	.739	.460			
	Cultural standard of living	.167	.164	2.990**	.003			
	Dependence on others	.040	.033	.625	.532			

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

수 있다. 모형에 대한 분산분석 결과 추정된 모형은 유의한 것을 알 수 있으며($F=83.699$, $p<.001$), 외모에 대한 사회문화적 요인의 미디어뷰티관심도($\beta=.334$, $p<.001$), 뷰티의식($\beta=.234$, $p<.001$), 문화생활수준($\beta=.211$, $p<.001$), 타인의존도($\beta=.179$, $p<.001$) 순으로 뷰티관심도에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 따라서, 미디어뷰티관심도와 뷰티의식, 문화생활수준, 타인의존도가 높을수록 뷰티관심도가 높은 것을 알 수 있다.

세부적으로 외모에 대한 사회문화적 요인이 헤어뷰티관심도에 미치는 영향에 대한 $R^2=0.479$ 로 전체 변동의 47.9%로 회귀모형을 설명하고 있으며, 모형에 대한 분산분석 결과 추정된 모형은 유의하였다($F=54.172$, $p<.001$). 외모에 대한 사회문화적 요인의 타인의존도($\beta=.264$, $p<.001$), 뷰티의식($\beta=.218$, $p<.001$), 미디어뷰티관심도($\beta=.202$, $p<.01$), 문화생활수준($\beta=.202$, $p<.001$) 순으로 헤어뷰티관심도에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이는 타인의존도와 뷰티의식, 미디어뷰티관심도, 문화생활수준이 높을수록 헤어뷰티관심도가 높은 것을 의미한다.

외모에 대한 사회문화적 요인이 얼굴뷰티관심도에 미치는 영향에 대한 $R^2=0.529$ 로 전체 변동의 52.9%로 회귀모형을 설명하고 있으며, 모형에 대한 분산분석 결과 추정된 모형은 유의하였다($F=66.180$, $p<.001$). 외모에 대한 사회문화적 요인의 미디어뷰티관심도($\beta=.334$, $p<.001$), 뷰티의식($\beta=.243$, $p<.001$), 타인의존도($\beta=.167$, $p<.001$), 문화생활수준($\beta=.166$, $p<.01$) 순으로 얼굴뷰티관심도에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이는, 미디어뷰티관심도와 뷰티의식, 타인의존도, 문화생활수준이 높을수록 얼굴뷰티관심도가 높은 것을 의미한다.

외모에 대한 사회문화적 요인이 네일뷰티관심도에 미치는 영향에 대한 $R^2=0.234$ 로 전체 변동의 23.4%로 회귀모형을 설명하고 있으며, 모형에 대한 분산분석 결과 추정된 모형은 유의하였다($F=18.008$, $p<.001$). 외모에 대한 사회문화적 요인의 미디어뷰티관심도($\beta=.198$, $p<.01$), 문화생활수준($\beta=.170$, $p<.01$), 타인의존도($\beta=.130$, $p<.05$) 순으로 네일뷰티관심도에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이는, 미디어뷰티관심도와 문화생활수준, 타인의존도가 높을수록 네일뷰티관심도가 높은 것을 의미한다.

외모에 대한 사회문화적 요인이 피부관리관심도에 미치는 영향에 대한 $R^2=0.420$ 으로 전체 변동의 42.0%로 회귀모형을 설명하고 있으며, 모형에 대한 분산분석 결과 추정된 모형은 유의하였다($F=42.728$, $p<.001$). 외모에 대한 사회문화적 요인의 미디어뷰티관심도($\beta=.366$, $p<.001$), 뷰티의식($\beta=.207$, $p<.001$), 문화생활수준($\beta=.164$, $p<.01$) 순으로 피부관리관심도에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

이상으로 사회적 요인 중에 미디어뷰티관심도와 뷰티의식, 문화생활수준, 타인의존도 등은 높을수록 뷰티관심도가 높은 것을 알 수 있다. 특히 순서대로 보았을 때 미디어뷰티관심도

가 가장 높았고 이는 앞선 언급한 더우인, 콕이소우 등 동영상 플랫폼과 관련이 있다고 보고 뷰티의식도 동영상 플랫폼을 활용되면서 젊은 여성들이 서로 공유와 교류할 기회가 많아져서 뷰티에 대한 의식도 변하기 때문이다(曹銳, 2015). 그리고 문화생활수준, 타인의존도 등 사회적 요인이 상대적으로 아래에 자리를 잡은 것은 현대사회에서 젊은 여성, 특히 여대학생들은 갈수록 독신과 개인주의로 기울고 있다(馬威, 2013).

V. 결 론

본 연구는 중국 20대 여성을 대상으로 인구통계학적으로 뷰티관심도를 알아보고 미디어뷰티관심도, 뷰티 의식, 친구 뷰티성향, 문화생활 수준, 타인의존도 등 다섯 사회문화적 요인을 나누어 조사하여 이러한 사회문화적 요인이 뷰티관심도에 미치는 영향을 연구해 보았다. 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 인구통계학 특성 분석 결과에서 중국 20대 여성에서 직업과 월 생활비에 따른 뷰티관심도의 차이는 유의미했지만, 연령, 최종학력, 거주지역에 따른 차이는 유의미하지 않았다. 즉, 직장 수요 및 경제적 여유가 뷰티관심도에 영향을 미치고 있다는 것을 알 수 있다.

둘째, 외모에 대한 사회문화적 요인과 뷰티관심도와의 상관관계를 살펴본 결과에서 타관심도의 헤어뷰티관심도, 얼굴뷰티관심도, 네일뷰티관심도, 피부관리관심도 모두 외모에 대한 사회문화적 요인과는 모두 유의미한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 이 중에 미디어뷰티관심도가 가장 높은 것으로 나타났다. 이어서 문화생활수준, 친구뷰티성향, 뷰티의식, 타인의존도 순으로 비슷한 결과가 보였다.

셋째, 외모에 대한 사회문화적 요인이 뷰티관심도에 미치는 영향을 분석한 결과에서 미디어뷰티관심도와 뷰티의식, 문화생활수준, 타인의존도가 높을수록 뷰티관심도가 높은 것을 알 수 있었다. 세부적으로 분석한 결과에서 타인의존도와 뷰티의식, 미디어뷰티관심도, 문화생활수준이 높을수록 헤어뷰티관심도가 높은 것으로 나타났으나 미디어뷰티관심도와 뷰티의식, 타인의존도, 문화생활수준이 높을수록 얼굴뷰티관심도가 높아진다는 것을 알 수 있었다. 그리고 미디어뷰티관심도와 문화생활수준, 타인의존도가 높을수록 네일뷰티관심도가 높아지고 미디어뷰티관심도와 뷰티의식, 문화생활수준이 높을수록 피부관리관심도가 높은 것으로 분석되었다.

이상으로 본 연구는 다음과 같이 시사점을 제시하고자 한다.

첫째, 중국 20대 여성은 직장 생활에서의 외모지상주의 영향을 미쳐 뷰티관심도가 높아지기 때문에 이는 외모에 대한 관심은 경제 발전 및 여성 사회 진출, 인간관계 등 사회문화적 차원에 의해 이해될 수 있다는 것을 시사한다. 또한, 월 생활비는 소득과 직접 관련이 있으나 직장 여부와 밀접한 관계가 있다는

것을 볼 수 있다.

둘째, 중국 최근 인터넷 미디어가 활약해지면서 더우인, 콰이소우 등 동영상 플랫폼이 유행하므로 젊은 여성들이 누구나 어디든지 생방송이나 동영상 방송을 할 수 있고 자신의 뷰티 경험을 이를 통해서 공유하기도 한다. 따라서 이러한 동영상 플랫폼이 여성들이 뷰티를 배우는 경로 및 서로 경험을 교류하는 장이 되었다. 때문에 외모에 대한 사회문화적 요인과 뷰티 관심도와 상관계수를 살펴본 결과에서 미디어뷰티관심도가 가장 높은 것으로 나타났다.

셋째, 사회문화적 요인이 뷰티관심도에 미치는 영향을 통해 헤어 업체들은 무엇보다 고객 관리를 중시해야 한다는 것을 알 수 있다. 영향 분석에서 타인의존도가 가장 높은 것으로 나타났다기 때문이다. 그리고 얼굴뷰티관심도에서 미디어뷰티관심도가 가장 높아서 이는 앞선 논의한 동영상 플랫폼 유행에 관련이 있다는 것을 시사한다. 뿐만 아니라 미디어뷰티관심도는 네일뷰티관심도, 피부관리관심도에 모두 긍정적인 영향을 미치고 있다는 것을 감안하면 뷰티 업체들이 동영상 플랫폼을 이용해 홍보하는 것이 효과가 있다는 것을 결론 내릴 수 있을 것이다.

References

- Gang, H. W. (1997). *Costume social psychology*. Seoul: School Gate History.
- Go, H. J. (2016). A study on Appearance Management Behavior and Appearance Satisfaction According to Socio-Cultural Backgrounds. Graduate School of Chosun University, Master's thesis.
- Hong, S. N. (2013). Difference in Appearance Management Behavior in Accordance with Personal Color Awareness of Single Women of 20~30's. *Korean Journal of Aesthetics and Cosmetics Society*, 11(5), 909-916.
- 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.
- Kim, C. H. (2016). A Study on the The scalp · hair attitude to Management According to the Type of the Age of the women and Appearance Concern Degree and Management behavior, The Graduate School Kyungsung University, Doctoral thesis Chung-Ang University, Master's thesis.
- Lee, H. J., & Oh, I. Y. (2011). The Use of Cosmetics in High School Girls Divided and Grouped according to Interest in Make-up and Make-up Behavior. *Journal of The Korean Society of cosmetology*, 12(1), 65-84.
- Lee, J. Y. (2018). A study of Beauty Consciousness and Appearance Management Behavior on 20s female's profession: Focused on hair, The Graduate School of Arts, Master's thesis.
- Lee, M. J., Chung, S. J., & Ahn, M. S. (2015). Effect of Sociocultural Attitudes toward Appearance on Appearance Concerns, Appearance Management Behavior, Appearance Complex, Face Satisfaction, and Body Satisfaction. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 39(3), 323-336.
- Oh, B. (2012). The adolescents' interest in beauty and the influence that searching information of it affect the beauty managing behavior, The Graduate School of Seokyeong University, Master's thesis.
- Yoon, S. Y. (2007). A Study on Cognition and Attitude toward Appearance Management in College Women - Focused on Hair, Skin Care, Makeup, and Cosmetic Surgery, The Graduate School of Social Culture Hannam University, Master's thesis.
- 郭军艳. (2019). 现代美容经济发展现状分析[J]. *现代商贸工业*, 40(33), 81-82.
- 馬威. (2013). 女大學生形象消費與自我認同的個例研究. *陝西農業大學學報*, 2013(6), 9-12.
- 吳樂田. (2019). 女大學生形象消費現象研究. *鄭州大學, 碩士學位論文*, 8-62.
- 王彩钰. (2021). 女性医疗美容的驱动因素研究. *医药卫生科技*, 30(03), 149-152.
- 张素素. (2021). 新媒体视觉文化中的女性身体外貌消费. *新闻传播*, 2021(4), 50-51.
- 曹銳. (2015). 性別邏輯下的選擇理性-都市女青年時尚消費理性解讀. *中國青年研究*, 2015(10), 25-27.
- 中國人力開發研究會. (2016). 美容產業人才現況報告書. *中國人力資源開發網*, 20-47.