



저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 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](#)

생활과학박사학위논문

여성 외모의 아름다움 인식에 대한
한중일 비교문화연구

2013년 8월

서울대학교 대학원

의류학과

김 선 우

여성 외모의 아름다움 인식에 대한
한중일 비교문화연구

지도 교수 이 유 리

이 논문을 생활과학박사 학위논문으로 제출함

2013년 5월

서울대학교 대학원

의류학과

김 선 우

김선우의 박사 학위논문을 인준함

2013년 6월

위 원 장 _____ (인)

부위원장 _____ (인)

위 원 _____ (인)

위 원 _____ (인)

위 원 _____ (인)

초 록

현대 사회에 있어 아름다운 외모는 신체적 특성을 넘어 개인의 자아 형성에 영향을 미치며, 나아가 사회적 경쟁력을 획득할 수 있는 요소가 되었다. 특히 여성 외모의 아름다움은 왜곡된 사회적 고정 관념에 영향을 받아, 여성의 사회적 역할을 한정시키고 여성의 자아에 대한 부정적 인식을 강화시키고 있다. 본 연구에서는 여성 외모의 아름다움에 대한 인식이 문화적 맥락에 영향을 받는다는 전제 하에, 한중일 문화권의 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 비교문화적 관점에서 분석하였다. 이와 같은 비교문화적 접근을 통해, 본 연구는 한중일 문화권의 여성이 인식하는 외모 아름다움의 개념과 외모 아름다움에 대한 인식의 포괄적 구조를 밝혔다. 더불어 외모 아름다움에 대한 인식의 문화적 보편성과 특수성을 밝힘으로써, 세 문화권의 문화적 패턴을 검증하고 나아가 비교문화연구의 새로운 분석 틀을 제시하였다.

본 연구에서는 구성주의 인지심리학과 미학의 관점을 접목시켜, '여성의 외면적 특성과 형상으로 인해 특정한 사회문화의 구성원에게 인식되는 주관적이고 감각적인 미적 가치'라는 외모 아름다움의 정의를 도출하였다. 이러한 정의를 기반으로 본 연구에서는 연구의 대상을 외모 아름다움에 대한 인식의 과정으로 확대시켜, 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향 미치는 사회문화적 특성, 외모의 아름다움을 인식하는 기준, 외모의 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치, 외모 아름다움에 대한 인식의 결과인 아름다움에 대한 감정과 태도, 외모 관리 행동 등을 포괄적으로 살펴보았다.

연구 자료의 수집을 위해 2012년 2월부터 2012년 7월까지, 서울 소재 대학교에 재학중인 한국, 중국, 일본의 2, 30대 여성을 대상으로 FGI를 실시하였다. FGI는 한국 3회, 중국 4회, 일본 3회로 총 10회가 시행되었으며, 총 60명의 한중일 여성이 FGI에 참가하였다. 본 연구에서는 원활한 FGI의 진행과 비교문화연구의 등가성 확보를 위해, FGI 참가자들이 스스로 자극물을 개발하였다. 자극물은 참가자가 속한 문화권에서 일반적으로 아름답

다고 인식되는 국가적 미인과 참가자가 개인적으로 아름답다고 인식하는 개인적 미인의 사진 이미지로 구성되었으며, 총 256개의 자극물 이미지가 수합되었다. 수집된 질적 자료는 근거이론 방법을 통해 분석하였으며, 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 한중일 여성의 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 포괄적으로 설명하는 패러다임 모형이 도출되었다. 패러다임 모형은 한중일 세 문화권에 공통적으로 적용되었으며, 외모의 아름다움에 영향을 미치는 사회문화의 맥락적 조건, 외모의 아름다움 인식의 기준, 외모 아름다움의 미적 가치, 외모 아름다움에 대한 감정, 외모 아름다움에 대한 태도, 외모 관리 행동의 총 6개의 패러다임 요소로 구성되었다. 6개의 패러다임 요소는 각각의 문화권에 따라 문화적 보편성과 특수성을 보였다.

둘째, 본 연구를 통해 한중일 문화권에서 여성 외모의 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치의 보편성과 특수성이 밝혀졌다. 세 문화권의 보편적 미적 가치는 진정성의 아름다움이었으며, 특수적 미적 가치는 사회적 경쟁의 강도와 투사와 내사의 사회적 비교 방법에 따라 차이를 보였다. 한국은 강한 사회적 경쟁과 내사의 사회적 비교 성향을 기반으로, 사회적 기준에 부합하는 외모를 통해 사회적 경쟁에서 우위를 점할 수 있는 우월한 아름다움을 추구하였다. 중국은 약한 사회적 경쟁과 내사의 사회적 비교 성향으로 인해, 사회적 기준에 부합하는 아름다운 외모를 추구하되 꾸준한 자기 관리를 통해 향상되는 과정에 초점을 맞춘 발전의 아름다움을 추구하였다. 일본은 강한 사회적 경쟁과 투사의 사회적 비교 성향을 기반으로, 타인과 구별되는 개성적 아름다움을 통해 사회적 경쟁력을 확보하는 개성적 아름다움을 추구하였다.

셋째, 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 문화적 조건의 경우, 미의식과 직접적 관련이 있는 요소와 관련이 없는 요소로 구분되었다. 미의식과 직접적 관련이 있는 요소는 미디어의 영향력, 획일화된 미의식, 전통미에 대한 자부심, 여성의 노화에 대한 인식 등이 언급되었다. 한중일 세 문화권 모두에서 미디어가 외모 아름다움의 인식에 강한 영향을 미쳤다. 각각의 문화권 별 특성의 경우, 한국에서는 젊은 여성의 외모 선호와 여성 외모의 대한 사회적 고정 관념이, 중국에서는 원숙한 여성미에 대한 인정

과 외모의 아름다움에 대한 다양한 기준이 발견되었다. 일본에서는 전통미에 대한 자부심과 함께 서구적 아름다움이 양립하여, 외모의 아름다움에 대한 기준이 확대되어 있었다. 미의식과 직접적 관련이 없는 요소는 가부장적 문화, 아름다운 외모의 사회적 권력화, 여성의 사회적 지위, 문화의 다양성 등이 언급되었다. 한국에서는 가부장적 문화의 영향으로 여성의 사회적 역할이 제한적이었으며, 아름다운 외모의 사회적 권력이 강하였다. 중국에서는 여권 신장의 영향으로 여성의 사회적 역할이 다변화되고 가정 내 양성 평등이 확대되었다. 일본에서는 문화의 다양성을 추구하였으며, 개인주의 가치관의 확산으로 개인의 사생활을 존중하였다. 또한, 타인의 시선을 의식하는 문화 역시 함께 발견되었다.

넷째, 외모의 아름다움을 인식하는 조건의 경우, 세 나라 모두에서 서구적이고 현대적인 외모와 함께 전통적인 외모가 선호되었으며, 신체 여러 부위간에 균형과 조화가 아름다운 외모의 조건으로 언급되었다. 외모의 게슈탈트적 이미지는 각 문화권 별로 차이를 보여, 한국에서는 가부장적 문화에 영향을 받은 현모양처 이미지가, 중국에서는 여권 신장의 영향을 받은 독립적이고 당당한 이미지가, 일본에서는 개성 추구의 영향으로 다양한 이미지가 동시에 선호되었다.

다섯째, 한중일 세 문화권의 여성들은 여성 외모의 아름다움에 대한 인식의 결과로 외모의 아름다움에 대한 감정을 느끼고 외모의 아름다움에 대한 태도를 형성하였으며, 이를 통해 최종적으로 아름다운 외모를 위한 외모 관리 행동을 시행하고 있었다. 외모의 아름다움에 대한 감정과 태도는, 본인의 외모, 미인, 외모 관리, 성형, 노화의 범주로 구성되었다. 외모의 아름다움에 대한 감정의 경우, 한국 여성들은 외모의 아름다움에 대한 강박과 스트레스로 인해 강한 양가 감정을 느끼고 있었으며, 중국 여성들은 외모에 대한 주체성을 기반으로 대부분 긍정적인 감정을 느끼고 있었다. 일본 여성들은 감정 표현을 자제하는 사회적 분위기로 인해, 아름다움에 대한 감정이 미인, 외모 관리, 성형에 국한되었다. 외모의 아름다움에 대한 태도의 경우, 한중일 세 문화권 모두에서 본인의 외모에 대해 자족하는 경향을 보였다. 한국의 여성들은 외모에 대한 강박으로 인해 미인과 성형에 대해 양가적 태도를 보였으며, 중국 여성들은 외모에 대한 주체적 인식을

기반으로 성형을 제외한 대부분의 범주에 대해 긍정적인 태도를 형성하고 있었다. 일본 여성의 경우, 타인을 의식하는 문화와 개성을 추구의 욕구로 인해 외모 관리와 아름다운 외모에 대해 양가적 태도를 보였다. 외모의 아름다움에 대한 인식의 최종 결과인 외모 관리 행동에 있어 세 문화권 모두에서 성형, 화장, 패션, 피부 관리, 외모 이외의 능력 개발의 범주가 나타났다. 각 문화권 별로 주력하는 전략에는 차이가 있었다. 한국 여성들은 단기간에 외모를 바꿀 수 있는 성형과 체중 관리에, 중국 여성들은 독립적인 여성상을 위해 건강 관리에, 일본 여성들은 개성적 아름다움을 위해 패션과 화장에 주력하였다.

이상의 연구 결과를 통해 여성 외모의 아름다움에 대한 인식이 객관적으로 불변하는 것이 아닌 문화적 맥락을 기반으로 이루어지는 문화적 산물임을 밝혔다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있다. 나아가 유사한 문화적 특성을 갖고 있다고 간주되어 온 한국, 중국, 일본의 각기 다른 문화적 특성을 밝힘으로써, 한중일 문화에 대한 이해를 증진시켰다. 특히 본 연구에서 나타난 외모 아름다움의 미적 가치는 사회적 비교와 사회적 경쟁의 문화적 패턴에 영향을 받은 것으로, 사회적 비교와 사회적 경쟁은 외모의 아름다움뿐만이 아닌 다양한 사회문화적 현상에 영향을 미치는 비교문화연구의 새로운 분석 틀이 될 수 있을 것이다. 또한 본 연구는 여성 외모의 아름다움에 대한 정의를 기반으로 포괄적 패러다임 모형을 도출하여, 외모의 아름다움에 대한 인식의 유기적 관계를 밝혔다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있다. 특히 각 문화권 별로 밝혀진 패러다임 요소간의 유기적 관계를 통해, 문화적 맥락을 기반으로 이루어지는 외모의 아름다움에 대한 인식의 문화적 보편성과 특수성을 밝혔다는 점에 주목할 만 하다.

주요어: 외모의 아름다움, 사회적 비교, 사회적 경쟁, 사회적 성, 미적 가치, 미적 경험, 비교문화연구, 근거 이론

학 번: 2009-

목 차

초 록.....	i
제 1 장 서 론.....	1
제 1 절 연구의 필요성 및 의의.....	1
제 2 절 연구의 범위 및 구성.....	6
제 2 장 이론적 배경.....	8
제 1 절 외모 아름다움의 개념.....	8
1. 외모의 아름다움에 대한 철학적 고찰.....	9
2. 외모 아름다움에 대한 다학제적 정의.....	18
3. 본 연구에 적용된 외모의 아름다움에 대한 정의.....	23
제 2 절 외모의 아름다움에 대한 인식의 구조.....	25
1. 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 요인.....	27
2. 외모의 아름다움에 대한 인식의 기준.....	40
3. 외모의 아름다움에 대한 인식의 결과.....	44
제 3 절 외모의 아름다움 인식에 대한 비교문화연구..	49
1. 문화와 비교문화연구.....	50
2. 비교문화연구의 분석 틀.....	53
3. 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 한국, 중국, 일본의 문화적 패턴.....	55
4. 비교문화적 관점 기반의 외모 아름다움 관련 선행 연구..	67
제 3 장 연구문제 및 모형.....	72

제 1 절 연구문제	72
제 2 절 연구모형	73
제 4 장 연구방법 및 절차	74
제 1 절 연구 참가자 선정 및 연구윤리	74
1. 연구 참가자 선정	74
2. 연구윤리	76
제 2 절 자료수집방법	76
제 3 절 자극물 개발	78
제 4 절 자료분석방법	83
제 5 절 연구의 타당성 및 신뢰성 검증	85
1. 질적 자료 수집, 분석 과정의 타당성 및 신뢰성	85
2. 비교문화연구 분석의 등가성	87
제 5 장 연구결과	90
제 1 절 한중일 여성의 외모 아름다움 인식의 패러다임 모형	90
제 2 절 한국 여성의 외모 아름다움에 대한 인식	92
1. 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건	95
2. 외모 아름다움 인식의 기준	99
3. 외모 아름다움의 미적 가치	102
4. 외모 아름다움 인식의 감정적 결과: 외모 아름다움에 대한 감정	104
5. 외모 아름다움 인식의 태도적 결과: 외모 아름다움에 대한 태도	109
6. 외모 아름다움 인식의 행동적 결과: 외모 관리 행동	113
제 3 절 중국 여성의 외모 아름다움에 대한 인식	117

1. 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건	120
2. 외모 아름다움 인식의 기준	123
3. 외모 아름다움의 미적 가치	126
4. 외모 아름다움 인식의 감정적 결과: 외모 아름다움에 대한 감정	128
5. 외모 아름다움 인식의 태도적 결과: 외모 아름다움에 대한 태도	132
6. 외모 아름다움 인식의 행동적 결과: 외모 관리 행동	136
제 4 절 일본 여성의 외모 아름다움에 대한 인식	140
1. 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건	143
2. 외모 아름다움 인식의 기준	146
3. 외모 아름다움의 미적 가치	150
4. 외모 아름다움 인식의 감정적 결과: 외모 아름다움에 대한 감정	152
5. 외모 아름다움 인식의 태도적 결과: 외모 아름다움에 대한 태도	155
6. 외모 아름다움 인식의 행동적 결과: 외모 관리 행동	158
제 5 절 한중일 여성의 외모 아름다움 인식의 보편성과 특수성	163
1. 외모 아름다움의 미적 가치	163
2. 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건	173
3. 외모 아름다움 인식의 기준	183
4. 외모 아름다움에 대한 감정	187
5. 외모 아름다움에 대한 태도	192
6. 외모 관리 행동	197
제 6 절 한중일 2, 30대 여성이 인식하는 여성 외모의 아름다움에 대한 FGI의 선택코딩 결과	200

제 6 장 결론 및 제언	205
제 1 절 연구 결과의 요약	205
1. 연구의 배경과 설계	205
2. 연구결과	206
3. 연구의 의의	211
제 2 절 연구의 제한점	213
제 3 절 연구의 시사점	214
1. 학계를 위한 제언	214
2. 기업을 위한 제언	216
3. 후속연구를 위한 제언	218
 참 고 문 헌	 220
 Abstract	 241

표 목 차

<표 4-1> FGI 참가자 정보.....	75
<표 4-2> FGI 진행 지침	77
<표 4-3> FGI 자극물 개발 지침	80
<표 4-4> FGI를 통해 개발된 국가적 미인과 개인적 미인의 자극물 현황	81
<표 4-5> 한중일 국가 별 FGI 자극물 대표 예시	83
<표 5-1> 한국 여성의 아름다움에 대한 인식에서의 범주, 하위범주, 개념	92
<표 5-2> 중국 여성의 아름다움에 대한 인식에서의 범주, 하위범주, 개념	117
<표 5-3> 일본 여성의 아름다움에 대한 인식에서의 범주, 하위범주, 개념	140
<표 5-4> 외모 아름다움의 미적 가치의 보편성과 특수성	164
<표 5-5> 외모 아름다움 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건의 보편성과 특수성: 미의식과 직접적 관련이 있는 요인	174
<표 5-6> 외모 아름다움 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건의 보편성과 특수성: 미의식과 직접적 관련이 없는 요인	174
<표 5-7> 외모 아름다움 인식 기준의 보편성과 특수성	184
<표 5-8> 외모 아름다움에 대한 감정의 보편성과 특수성	187
<표 5-9> 외모 아름다움에 대한 태도의 보편성과 특수성	192
<표 5-10> 외모 관리 행동의 보편성과 특수성	197

그림 목 차

<그림 2-1> 외모의 아름다움에 대한 인식과 관련된 선행 연구의 구조	26
<그림 2-2> 한국, 중국, 일본의 문화적 가치 체계 점수.....	57
<그림 3-1> 연구문제와 연구모형	73
<그림 5-1> 축코딩을 통해 도출된 한중일 여성 외모의 아름다움 인식의 패러다임 모형	91
<그림 5-2> 외모 아름다움의 미적 가치에 대한 구조틀	172

제 1 장 서론

제 1 절 연구의 필요성 및 의의

아름다움에 대한 인간의 열망은 인류의 역사만큼이나 오랜 역사를 갖고 있다. 이러한 열망은 오늘날의 현대 사회에까지 이어져, 아름다운 외모는 사회문화적 권력을 형성하는 주요 요인이 되었다. 성영신과 박은아(2009)에 의하면, 한국 사회의 구성원들은 외모의 아름다움이 개인의 능력 평가에 영향을 미치며 높은 사회적 지위와 삶의 만족을 보장할 것이라 믿는다.

이러한 현상은 비단 한국 사회에만 국한된 것이 아닌 전 세계 공통의 현상이다. 세계 경기의 불황 속에서도 외모를 가꾸는 패션 산업, 뷰티 미용 산업의 매출은 상승세를 보이고 있으며, 글로벌 패션 기업의 브랜드 파워는 꾸준한 안정세를 보이고 있다. 실례로 매해 전 세계 기업의 브랜드 가치 순위를 발표하고 있는 인터브랜드(interbrand)에 의하면, 글로벌 코스메틱 기업 로레알(L'Oréal)의 브랜드 가치는 2012년 42위를 기록하며 2002년 이후 10년간 지속적인 브랜드 가치의 상승을 기록하였다(Interbrand, 2013). 더불어 인터브랜드에서 발표한 2012년 세계 100대 브랜드에 13개의 글로벌 패션 기업이 포진하고 있어, 패션 산업이 전 세계 경제에서 차지하고 있는 위치를 가늠해볼 수 있다(Interbrand, 2013). 이와 같은 패션 산업, 뷰티 미용 산업의 성장을 기반으로 성형 수술 역시 하나의 산업으로 성장하였다(임인숙, 2002). 국제 미용 성형 수술 협회(ISAPS: International Society of Aesthetic Plastic Surgery)의 2011년 연구 조사 결과에 의하면, 연간 한국에서는 65만여 건, 중국은 105만여 건, 일본에서는 95만여 건의 성형 수술이 시행되었다(ISAPS, 2012).

전 세계적으로 확산된 외모의 아름다움을 추구하는 현상과 한류 열풍의 영향으로, 한국인의 아름다움에 대한 관심이 증가하고 있다. 한류 열풍의 근원에는 문화 콘텐츠가 자리하고 있으나, 이러한 열풍이 아시아 지역을 넘어 전 세계로 확산됨에 있어 한류 연예인의 아름다운 외모가 큰 역할을

하였다(Shuling, 2011). 특히 한류 연예인의 외면적 아름다움은 한류와 관련된 경제적 효과 확산에 영향을 미쳐, 한류 연예인들이 광고 모델로 등장하는 한국산 화장품과 패션 제품의 매출이 증가하였다. BB크림, 한방 화장품 등 한국에서 유행한 화장품의 인기가 전 세계로 확산되었으며(스즈키 사토코, 2010), 한국에서 유행하는 패션 스타일이 중국 등 아시아 지역으로 전파되었다(김재은, 박길순, 2004). 이렇듯, 외모의 아름다움에 대한 현대인의 관심은 단순히 개인의 취향을 넘어 한 나라의 경제 발전과 문화 확산의 근원이 되었다.

이처럼 외모의 아름다움을 추구하는 사회문화적 현상을 기반으로 최근 패션 마케팅의 연구 분야가 다변화되고 있다. 패션 마케팅 관련 연구들은 패션 기업의 제품이나 서비스를 기획, 제조, 유통, 촉진하는 과정에서 발생하는 현안을 연구 문제로 다루게 되는데, 최근 패션 산업의 범위가 확장되면서 관련 연구도 이에 걸맞게 다양한 산업을 아우르며 확장되었다. 패션 산업의 범위를 정의한 박광희 등(2003)에 의하면, 전통적 개념인 협의의 패션 산업이 어패럴 산업, 복식 산업, 패션 소매업 등에 국한된 것에 반해 최대 광의의 패션 산업은 뷰티 산업, 건강 용품 산업, 관광 산업 등을 포괄하는 것으로 나타났다. 이와 같은 패션 산업의 범위 확장은 패션 제품의 영역을 단순히 인체를 감싸는 섬유, 의복에서 인간의 아름다움을 유지, 향상, 발전시켜줄 수 있는 다양한 제품으로 확대시켰다. 이와 같은 개념의 확장을 기반으로 패션 마케팅 분야의 관련 연구 역시 뷰티 산업, 관광 산업, 건강 관련 산업으로 다변화되는 추세이다(스즈키 사토코, 2010; 이유리, 정혜정, 2012; Lee et al., 2009).

패션 산업의 범위가 확장되고 패션 마케팅의 연구 분야가 다변화되는 현 상황에서 외모의 아름다움에 대한 연구에 주목할 필요가 있다. 외모의 아름다움은 의류학이 태동한 20세기 초반부터 연구되기 시작한 복식 사회심리의 주요 연구 주제임과 동시에, 오늘날 패션 마케팅을 넘어 의류학 전반에 영향을 미치는 연구 주제이다. 아름다운 외모에 대한 인간의 욕구는 외모의 아름다움을 유지, 향상시키고자 하는 노력으로 이어졌으며, 이러한 욕구와 노력을 기반으로 패션 산업이 발전하였다. 이러한 이유로 외모의 아름다움이란 연구 주제는 패션 산업과 관련된 다양한 연구에 파급 효과를

갖는다. 연구 주제의 중요성을 감안하여 외모의 아름다움과 관련된 다수의 연구가 진행되었으나, 이들 연구들은 외모의 아름다움에 대한 체계적이고 명확한 이해에 있어 아쉬움을 보였다. 이러한 결과의 원인으로 다음의 세 가지 이유를 언급할 수 있다.

첫째, 외모의 아름다움이 단순히 정의 내리기 어려운 모호한 개념이기 때문이다. 아름다움은 특정한 대상에 대해 인간이 느끼는 감성, 느낌, 이미지를 기반으로 형성되는 인식으로, 개인의 경험과 지식에 따라 다면화되는 특성이 있다(설혜심, 2002; 홍덕선, 박규현, 2009; Eco, 2004; Eco, 2007; Renz, 2008; Shusterman, 2009; Shusterman, 2010; Tatarkiewicz, 1980; Weitz, 1967). 이러한 이유로 외모의 아름다움에 대한 개념을 객관적으로 구체화하기 어렵다. 실제로 아름다움의 실체를 밝히는 것을 연구의 주요 목적으로 삼는 미학 분야에서조차 아름다움에 대한 정의 확립에 어려움을 겪고 있다(김민자, 2004a; 김주현, 2009). 이러한 상황 속에서 일부에서는 다수의 사람들이 아름답다고 인정하는 것이 아름다운 것이라는 다소 애매한 정의까지 내려지고 있다(Rhode, 2010).

외모의 아름다움에 대해 정의 내리는 것이 어렵기 때문에, 학계에서는 아름다움에 대한 정의를 기반으로 외모의 아름다움 자체를 연구의 대상으로 삼기보다는 아름다움의 사회적, 심리적 결과에 대해 주로 연구해왔다. 심리학, 사회학, 경영학, 의류학 등 다양한 학문 분야에서 인간의 외면적 아름다움에 대해 연구하였는데, 이 중 대다수의 연구가 외모의 아름다움이 대인 관계(Kaiser, 1990; Karraker, 1986), 자아 존중감(Lennon et al., 1999), 자아 효능감(Reilly et al., 2008; Reilly & Rudd, 2009; Rudd & Lennon, 2000), 섭식 장애(Kim et al., 2007), 사회문화적 권력 형성(김완석 외, 2010; 성영신 외, 2009; Nezlek et al., 1982) 등에 미치는 영향력을 검증하였다. 최근 들어 다양한 사회문화적 관점을 포괄하여 외모의 아름다움을 정의 내리고자 하는 노력이 있었으나(김민자, 2004b; 김주현, 2009; 홍은영, 2004; 홍덕선, 박규현, 2009; Eco, 2007), 아직도 관련 연구들은 아름다움의 심리적, 사회적, 문화적 결과 검증에 주력하는 아쉬움을 보이고 있다.

외모의 아름다움과 관련된 연구가 미흡한 두 번째 이유는, 외모의 아름

다움에 대한 포괄적 접근이 이루어지지 않았기 때문이다. 외모의 아름다움에 대한 인식은 특정한 사회문화적 맥락을 기반으로 형성되어 문화 구성원의 가치 체계, 감정, 행동, 태도 등 다양한 범주를 아우르는 문화적 패턴(culture pattern)을 형성한다. 문화적 패턴은 특정 문화 구성원의 생각과 행동에서 나타나는 지속적인 일관성으로(Benedict, 2008), 사회문화적 맥락의 영향을 받는 외모의 아름다움에 대한 인식 역시 특유의 문화적 패턴을 형성한다. 다시 말해 외모의 아름다움에 대한 인식의 단편적인 접근만으로는 외모의 아름다움을 명확히 이해할 수 없으며, 이보다는 외모의 아름다움을 하나의 거대한 문화적 패턴으로 보는 포괄적 접근이 필요하다. 즉, 특정 문화권에서 외모의 아름다움이 어떠한 기준을 통해 평가되는지, 이러한 평가에 영향을 미치는 사회문화적 요인은 무엇인지, 외모의 아름다움에 있어 중요한 가치는 무엇인지에 대한 유기적 이해가 필요하다. 더불어 특정 문화의 구성원들이 외모의 아름다움에 대해 어떠한 감정과 태도를 형성하는지, 외모의 아름다움을 유지하고 향상시키기 위해 어떠한 노력을 기울이고 있는지에 대한 개념이 성립되어야만 외모의 아름다움에 대한 포괄적 이해가 가능하다.

마지막으로, 외모의 아름다움과 관련된 연구가 미흡한 이유는 외모의 아름다움에 대한 인식이 문화적 맥락을 기반으로 형성되는 문화의 산물이기 때문이다. 문화란 사회의 한 구성원으로써 인간이 습득한 지식, 신앙, 예술, 도덕, 습관, 능력들을 포함하는 복합적 총체이다(Tylor, 2010). 문화는 보통 사람들은 이해하기 어려운 높은 지적 수준과 교양이 아닌, 일반적인 사람들의 일상 생활 그 자체이다(Hall, 1981). 일상의 삶은 일종의 관습이 되고, 관습은 의식적인 관심의 대상이 되지 못한다(Benedict, 2008). 문화는 관습과 같이 일상적인 특성을 갖고 있으므로, 각각의 개별 문화에 따라 다면화된 외모의 아름다움에 대한 인식을 문화권에 소속되어 있는 구성원의 시각으로 바라볼 경우 객관적으로 이해하기 어렵다.

근래 들어 글로벌 문화가 전 세계로 확산되고 있으나(Levitt, 1983), 각 지역과 국가의 고유한 문화적 특성은 여전히 남아있다. 이러한 이유로 다수의 소비자 관련 연구에서 특정 문화권의 소비 행동을 설명하는 변수로 문화적 특성을 언급하는 비교문화연구가 진행되었다(Douglas & Craig,

1997). 또한 다양한 사회적 가치를 인정하는 포스트모더니즘이 확산되면서(Calinescu, 1987), 비교문화연구는 사회 과학의 주요 연구 방법으로 부상하였다(이노미, 2005; 전경수, 1994; Crow, 1997; Hall, 1981; Jandt, 1998). 사회 과학에서 시행된 비교문화연구를 통해 전 세계의 문화적 특수성을 파악하고, 나아가 문화적 보편성을 이해할 수 있다(Benedict, 2008; Calinescu, 1987). 문화의 특수성과 보편성에 대한 이해를 기반으로, 삶의 관습처럼 일상화된 문화적 현상을 새로운 관점을 기반으로 파악할 수 있다(이노미, 2005; Benedict, 2008). 특히 문화적 맥락을 기반으로 이루어지는 외모의 아름다움에 대한 인식은 비교문화연구를 통해 명확하게 이해할 수 있다.

이상과 같은 선행 연구의 한계를 보완한 본 연구는 다음과 같은 의의를 갖는다.

첫째, 본 연구는 외모의 아름다움에 대한 개념적 정의를 기반으로, 외모의 아름다움 자체를 연구의 대상으로 삼아 외모의 아름다움이 무엇인지 밝히고자 한다. 이를 위해 우선 아름다움에 대한 철학적 개념의 변천과 관련 선행 연구에 대한 다학제적 접근을 통해, 본 연구에 적용될 외모의 아름다움에 대한 보편적 정의를 도출할 것이다. 이어 외모의 아름다움에 대한 보편적 정의를 한중일 문화권에 적용하여, 외모의 아름다움이 각기 다른 문화권에서 다면화되는 양상을 살펴볼 것이다. 이와 같은 연구를 통해 외모의 아름다움이 무엇인지 밝힐 수 있을 것이다. 더불어 외모의 아름다움에 대한 이해를 통해, 향후 관련 연구의 확장을 도모할 수 있으리라 생각한다.

둘째, 본 연구는 외모의 아름다움에 대한 인식을 포괄적인 관점에서 살펴볼 것이다. 외모의 아름다움은 문화적 맥락을 기반으로 형성되는 인식으로, 이에 대한 명확한 이해를 위해서는 인식 과정을 포괄적으로 살펴보아야 한다. 이를 위해 본 연구에서는 연구 범위를 아름다움을 인식하는 과정으로 확장시켜, 외모의 아름다움에 대한 인식의 구성 요소와 과정을 포괄하는 패러다임 모형을 제안하고자 한다. 본 연구에서 제시하는 패러다임 모형을 통해, 외모의 아름다움에 대한 인식이 어떠한 요소를 기반으로 어떠한 과정을 통해 형성되어 어떠한 결과를 도출하는지에 대한 포괄적 이해가 가능할 것이다.

셋째, 본 연구는 한중일 비교문화연구를 통해 문화적 맥락 속에서 형성되는 외모의 아름다움에 대한 인식을 연구할 것이다. 본 연구에서는 한중일 문화권을 연구 대상으로 선정하여 이들 문화권에서 나타나는 외모의 아름다움에 대한 문화적 보편성과 특수성을 살펴볼 것이다. 이러한 비교문화적 접근을 통해 일차적으로 문화적 산물인 외모의 아름다움에 대한 이해를 증진시킬 수 있을 것이며, 나아가 한국, 중국, 일본 문화권에 대한 이해 역시 함께 강화시킬 수 있으리라 생각한다.

제 2 절 연구의 범위 및 구성

본 연구의 구성은 다음과 같다.

제 1 장 서론에서는 외모의 아름다움이 갖는 사회적 파급이 강화되고 있는 현대 사회에서 관련 연구의 필요성과 의의를 밝히고, 전반적인 연구의 범위와 구성을 제시하였다.

제 2 장 이론적 배경에서는 외모의 아름다움에 대한 한중일 비교 문화 연구를 위해 관련 선행 연구를 고찰하였다. 제 1 절에서는 아름다움의 개념을 다학제적 관점에서 살펴봄으로써 본 연구에 적용될 외모의 아름다움에 대한 정의를 도출하였다. 제 2 절에서는 외모의 아름다움에 대한 인식의 구조와 관련된 선행 연구를 살펴보았다. 관련 선행 연구는 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 요인, 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 기준, 외모의 아름다움을 인식함으로써 나타나는 결과 등으로 세분화시켜 고찰하였다. 제 3 절에서는 비교문화 관점의 선행 연구를 살펴보았다. 우선 비교문화연구의 정의와 범주를 제시하고 이들 연구들이 어떠한 분석 틀을 통해 시행되었는지 살펴보았다. 더불어 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 한국, 중국, 일본 문화의 문화적 패턴을 살펴보고, 마지막으로 외모의 아름다움과 관련된 비교문화연구를 고찰하였다.

제 3 장 연구문제 및 모형에서는 본 연구의 연구문제와 연구모형을 제시하였다.

제 4 장 연구방법 및 절차에서는 연구 참가자 선정 및 연구 윤리, 자료 수집 방법, FGI의 자극물 개발, 자료 분석 방법, 연구의 타당성과 신뢰성 검증 방법에 대해 기술하였다.

제 5 장 연구 결과에서는 연구의 결과를 제시하고 관련된 논의를 시행하였다. 제 1 절에서는 한중일 여성의 외모 아름다움에 대한 인식의 패러다임 모형을 제시하였다. 제 2 절, 제 3 절, 제 4 절에서는 한중일 세 나라의 여성이 인식하는 여성 외모의 아름다움을 각 국가 별로 정리하여 제시하였다. 제 5 절에서는 앞서 제시된 결과를 기반으로 한중일 문화권의 여성이 인식하는 외모의 아름다움을 문화적 보편성과 특수성의 관점에서 살펴보았다. 마지막으로 제 6 절에서는 본 연구 결과를 통합하여 한중일 여성이 인식하는 여성 외모의 아름다움에 대한 이야기를 도출하였다.

제 6 장 결론 및 제언에서는 연구 결과를 요약하여 제시하고, 이를 기반으로 관련 학계와 기업에 위한 시사점을 제안하였다. 더불어 관련 연구의 활성화를 위해 후속 연구를 위한 제언을 하였다.

제 2 장 이론적 배경

본 장에서는 여성 외모의 아름다움에 대한 비교문화연구를 위해 관련 선행 연구를 고찰하였다.

우선 본 연구에 적용될 외모의 아름다움에 대한 개념을 정립하기 위해 아름다움에 대한 철학적 개념의 변천을 살펴보고, 다양한 학문 분야에서 제시한 아름다움의 정의를 살펴보았다. 이러한 선행 연구 고찰을 기반으로 본 연구에 적용될 외모의 아름다움에 대한 정의를 도출하였다.

이어 외모의 아름다움에 대한 인식이 어떠한 구조를 보이는지 관련 선행 연구를 다양한 관점에서 접근하여 살펴보았다. 본 장에서 살펴본 외모의 아름다움과 관련된 선행 연구는 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건, 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 기준, 외모의 아름다움에 대한 인식의 결과와 관련된 연구를 포괄하였다. 이러한 선행 연구 고찰을 기반으로 외모의 아름다움에 대한 포괄적이고 탐색적인 연구 시행의 기틀을 마련하였다.

마지막으로 외모의 아름다움에 대한 비교문화연구 진행을 위해 비교문화 관점의 선행 연구를 고찰하였다. 우선 문화와 비교문화연구의 정의와 범주를 확립하고, 비교문화연구가 어떠한 분석 틀을 통해 시행되었는지 문화적 패턴의 관점에서 살펴보았다. 이어 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 한국, 중국, 일본의 문화적 패턴을 살펴보았다. 마지막으로, 비교문화적 관점을 기반으로 시행된 외모의 아름다움과 관련된 선행 연구를 고찰하였다.

제 1 절 외모 아름다움의 정의

본 절에서는 본 연구에 적용될 외모의 아름다움에 대한 정의 도출을 위하여 선행 연구에 나타난 아름다움의 개념을 다학제적 관점에서 고찰하였다. 우선 외모의 아름다움에 대한 철학적 논의를 정리하였고, 이어 다양한

학문 분야에 적용된 외모의 아름다움에 대한 정의를 살펴보았다. 이러한 고찰을 통해 최종적으로 본 연구에 적용될 외모 아름다움의 정의를 도출하였다.

1. 외모의 아름다움에 대한 철학적 고찰

여기서는 외모의 아름다움과 관련된 철학적 논의들을 살펴보았다. 외모의 아름다움에 대한 철학적 논쟁의 쟁점은 아름다움이 객관적인 것이냐 혹은 주관적인 것이냐에 집중되어 왔다(Tatarkiewicz, 1963). 고대 그리스 시대부터 17세기까지 긴 시간 동안 철학자들은 객관적인 기준을 통해 외모의 아름다움을 수치화할 수 있다는 객관적 아름다움을 지지하였다. 그러나 인본주의 철학자 칸트(Kant)의 등장 이후 현재까지, 개인에게 주어진 상황과 사회문화적 맥락에 따라 아름다움의 인식에 차이가 있다는 주관적 아름다움이 철학계의 주류로 자리매김하고 있다(Crawford, 1974). 본 연구에서는 객관적 아름다움과 주관적 아름다움을 지지하는 여러 철학자의 주장들을 시간의 흐름에 따라 살펴보았다. 더불어 아름다움의 양가성 개념을 통해 20세기 이후 주관적 아름다움의 관점에 어떠한 변화가 발생하였는지 알아보았다. 이러한 고찰을 기반으로 객관적 아름다움과 주관적 아름다움에 대한 철학적 논쟁을 정리하고, 본 연구에 적용될 외모 아름다움의 정의를 도출하고자 한다.

(1) 객관적 아름다움의 시기: 고대 그리스 시대부터 17세기까지

아름다움에 대한 철학적 고찰은 고대 그리스 시대에서부터 시작되었다(Eco, 2004; Tatarkiewicz, 1980). 고대 그리스의 철학자 플라톤(Plato)은 이성 중심주의 철학을 기반으로 인간의 신체와 정신을 이분법적 대립관계로 파악하였으며, 인간의 신체와 감각, 일상의 경험을 정신, 이성보다 열등한 존재로 규정하였다(김주현, 2009; 오생근, 1997). 이데아론(ideenlehre)을 제기한 플라톤에게 있어 인간의 신체는 영원하고 변하지 않는 본질적 세계인 이데아의 추구를 위해 극복해야 할 대상이었다(오생근,

1997). 플라톤에게 있어 외모의 아름다움은 감각적 경험이 아닌 이성적 사고에 국한된 것이었으며, 이러한 이유로 수학적 규칙(비례, 균형, 조화, 통일성)을 기반으로 아름다움을 객관화할 수 있다고 하였다(김주현, 2009; Tatarkiewicz, 1980).

플라톤의 사상을 정리하여 고대 미학을 체계화한 아리스토텔레스(Aristoteles)는 아름다움이란 현상을 모방하고 재현하는 것이라 하면서, 아름다움의 객관성을 주장하였다(김민자, 2004a; 김주현, 2009; 김진엽, 2002; 설혜심, 2002; Tatarkiewicz, 1980). 아리스토텔레스가 주장한 아름다움의 객관성에 의하면, 외모의 아름다움이란 주어진 맥락에 맞게 변화하는 것이 아니며 이미 객관적으로 확립되어 있는 아름다움의 법칙을 모방하고 재현한 것이었다. 아리스토텔레스가 생각하는 이상적인 외모의 아름다움은 특정 신체 부위(머리카락, 자세, 골격, 가슴, 엉덩이, 종아리, 이목구비, 피부 등)에 대한 사회적 고정 관념을 형성하는데 일조하였다. 이러한 고정 관념은 외모의 특성을 통해 개인의 성격적 특성까지 유추하는 관상학으로까지 발전하였다(설혜심, 2002). 그러나 아름다움의 객관성을 지지한 고대 그리스 시대 철학자들의 주장은 여성과 비 그리스인을 인간이 아닌 동물로 폄하하는 사회적 불평등과 차별을 양산하였다는 점에서, 후대 철학자들의 비판을 받고 있다(김주현, 2009; 설혜심, 2002).

고대 그리스 시대의 철학자들에 의해 체계화된 신체와 이성에 관한 이분법적 사고는, 합리주의적 인식론(rational epistemology)의 기반을 마련한 데카르트(Descartes)에게로 이어졌다(오생근, 2009; 홍덕선, 박규현, 2009). ‘나는 생각한다, 고로 존재한다(cogito, ergo sum)’라는 명제로 유명한 데카르트의 합리주의적 인식론은, 인간의 신체와 사고 간의 상관관계를 부정하였다. 이러한 주장을 기반으로 하였을 때, 인간의 현존성과 합리성을 유지하기 위해 중요한 것은 인간의 신체와 경험이 아닌 사고와 정신이었다(Descartes, 1993). 인간의 신체를 바라보는 데카르트의 부정적 시각은 외모의 아름다움에 대한 시각에도 영향을 미쳤다. 데카르트에게 있어 외모는 아름다움을 실현할 수 있는 장이 아니었으며, 오직 인간의 본질인 사고를 담는 도구적 역할에 국한되었다(오생근, 2009).

이렇듯 고대 그리스 시대부터 17세기까지, 인간의 아름다움은 인간의 정

신적 영역을 통해서만 실현 가능한 것이었다. 외모의 아름다움을 향상시키기 위해 고대 그리스 시대에는 수적 질서의 충족을 통해 객관적 아름다움인 ‘미의 이데아(the first beauty)’를 모방해야 했다. 신체와 정신에 대한 이분법적 사고는 합리주의적 인식론을 주장한 데카르트에게까지 이어졌다. 그러나 신체를 정신보다 열등하게 인식하는 이분법적 사고는 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 인간과 인간 사이의 관계, 인간과 사회문화의 관계를 모두 부정하였다는 점에서 한계를 보인다(Kenny, 1968).

(2) 주관적 아름다움의 시기: 칸트 이후부터 20세기까지

객관적 아름다움에 대한 주장은 18세기 인본주의 미학(humanistic aesthetics)을 주장한 칸트(Kant)에 의해 변화를 맞는다. 칸트는 그의 저서 ‘판단력 비판(critique of judgment)’을 통해 개별 문화권은 외모에 대한 고유한 이상미를 추구하며, 외모에 대한 문화적 이상은 그 문화권에서 가장 아름답다고 생각하는 것과 일치한다고 하였다(Kant, 2005). 이러한 칸트의 주장은 문화적 맥락에 따라 아름다움의 인식에 차이가 있다는 주관적 아름다움을 지지하는 것이다(Armstrong & Detweiler-Bedell, 2008). 주관적 아름다움을 지지하는 칸트의 주장은 현대 미학의 시발점이 되었다. 칸트의 주장을 기반으로 현대 미학 분야에서 주관적 아름다움과 관련된 연구가 진행되었으며, 외모의 아름다움에 대한 철학적 개념은 인간이 갖고 있는 외면적 특성에 국한되는 것이 아니라 그 안에 내포된 사회적, 심리적 의미까지 함께 고려하여 확장되었다(Crawford, 1974).

19세기에 등장한 니체(Nietzsche)는 인간의 신체를 인간의 의지를 표현하는 수단으로 보고, 신체를 통해 경험하게 되는 비합리적이고 충동적 삶을 지향하는 생철학(philosophy of life)을 주장하였다. 니체의 생철학은 인간이 갖고 있는 신체의 가치를 폄하하고 신체의 사회적 역할을 간과한 데카르트의 주장을 비판하였다(오생근, 1997). 니체는 그의 저서 ‘비극의 탄생(Die Geburt der Tragödie)’을 통해, 현실의 원리와 질서를 지지하는 아폴론적인 것(apollonian type)과 이와는 반대로 맹목적이고 본능적이

며 삶의 역동성을 지지하는 디오니소스적인 것(dionysus type)의 충동을 비극이라 지칭하였다(Nietzsche, 2007). 인간의 신체가 갖고 있는 본능적인 감각을 통해 생명의 의지를 향상시킬 수 있다고 본 니체는, 궁극적으로 디오니소스적인 것을 추구함으로써 형이상학적 인식과 사회적 규범 속에서 억눌려진 가치를 회복할 수 있다고 주장하였다(오생근, 1997; 홍덕선, 박규현, 2009). 니체는 관습과 도덕에 억눌려 있는 군중과는 달리 디오니소스적인 것의 추구를 통해 신체가 갖고 있는 ‘위대한 이성’을 발현시켜 생의 의지를 획득한 이를 ‘초인(overman, superman)’이라 칭하였다(Nietzsche, 1994). 이러한 니체의 주장에 의하면, 신체는 더 이상 인간의 사고보다 열등한 것이 아니며 개인적 가치를 넘어 사회문화적인 가치를 표현하는 사회적 대상이었다. 또한, 니체의 신체관은 외모에 대한 사회적 고정 관념을 타파하고, 외모의 아름다움에 대한 다양한 관점을 수용하였다. 궁극적으로 이러한 니체의 주장은 이성적으로 명확하게 판단할 수 있는 객관적 아름다움을 지양하고, 개인의 주관적 가치를 기반으로 형성되는 주관적 아름다움에 주목한 것이다.

20세기 초반 프랑스를 중심으로 활동한 부르디외(Bourdieu)는 사회 구성원인 인간이 소유하고 있는 자본(capital)을 사회 자본(social capital), 문화 자본(cultural capital), 상징 자본(symbolic capital)으로 구분한 자본 이론(capital theory)을 제시하였다(Bourdieu, 1986). 부르디외의 자본 이론에 의하면, 신체 역시 인간이 사회적 관계 속에서 성취하고 관리되는 자본이다. 또한, 특정한 문화적 맥락의 이상적 아름다움을 충족하는 외면적 조건을 갖고 있다는 것은 그 자체로 사회적 경쟁에서 우위를 점할 수 있음을 의미한다(김민자, 2004b). 부르디외가 바라보는 외모의 아름다움은 사회 지배 계급이 그들의 사회적 지배를 지속적으로 유지하기 위해 향유하는 계급적 취향인 ‘아비투스(habitus)’의 일부가 된다. 부르디외가 주장한 아비투스는 각 문화권에서 오랜 기간에 걸쳐 형성된 고유한 문화적 정서, 가치, 도덕, 규범 등을 포괄하는 것으로(Bourdieu, 1996), 외모의 아름다움 역시 개별 문화권의 아비투스라 할 수 있다. 특정 문화의 구성원들은 그들이 속한 문화권의 이상적 아름다움에 충족하는 외모를 갖추어 사회적 경쟁력과 지위를 획득하고자 하며, 외모의 아름다움은 사회적 지배를 유지하기

위해 사회적으로 재생산(cultural reproduction)되는 상징 자산(symbolic capital)을 내장하게 된다(Bourdieu & Passeron, 2000). 특히 현대 사회의 미디어는 아비투스를 생산, 재생산하는 강력한 사회적 도구가 되었는데, 특정 문화권의 이상적 아름다움 역시 미디어를 통해 왜곡된 모습으로 확산되면서 상징적 폭력(symbolic violence)을 양산하고 있다(조종혁, 2007). 이상과 같이 살펴본 부르디외가 바라본 인간의 신체관을 종합하였을 때, 외모의 아름다움은 시대를 초월하여 객관적인 기준에 의해 인식되는 것이 아니라, 특정한 사회의 계급적 취향인 아비투스를 통해 형성되는 문화적 산물이다.

현대 사회의 권력을 심층적으로 분석한 푸코(Foucault)는 인간의 신체를 권력 행사의 장으로 보았다(Foucault, 2007). 푸코에 의하면, 현대 사회의 권력은 이전 시대와는 다르게 사회 구성원을 억압하여 군림하기보다는 부드럽고 생산적인 방향으로 작용한다. 다시 말해, 현대 사회의 권력은 경제적 측면에서 개인의 사회적 권력을 향상시키는 생산적 측면을 갖고 있지만, 사회 구성원에게 복종을 요구하는 정치적 측면에서는 개인의 권력을 감소시키는 이중적인 면모를 보이고 있다(오생근, 1997). 푸코의 권력관을 기반으로 하였을 때, 현대 사회의 구성원들은 사회적 이상미에 의한 속박으로 인해 신체의 주도권을 상실하게 됨과 동시에 사회적 이상미를 실현하게 되면 사회적 권력 역시 함께 얻게 된다. 사회적 권력 획득을 위해 현대 사회의 구성원들은 사회적 이상을 충족시키는 외면적 아름다움을 가꾸려는 의식에 사로잡히게 된다. 이러한 의식은 다양한 형태의 사회적 권력 조직으로부터 체화되고 학습되어, 개인이 자각하지 못한 사이에 인간을 점령한다(홍은영, 2004). 푸코는 개인이 자각하지 못하는 사이에 인간을 점령하는 감시 장치를 펜옵티콘(panopticon)으로 명명하였다(Foucault, 2007). 펜옵티콘은 인간에게 직접적인 공격을 가하지 않고 인간과 적절한 거리를 두고 인간을 감시한다(양운덕, 2003). 푸코는 사회적 권력을, 부르디외는 사회적 자본을 기반으로 사회문화적 맥락이 외모의 아름다움에 미치는 영향력을 설명하였다. 그러나 이 두 가지 견해는 모두 사회적 이상미가 불변하는 객관성을 내포하지 않으며, 사회 문화의 맥락에 따라 변동하는 주관적 아름다움을 지지한다는 공통점이 있다.

자본주의 경제 체제가 사회 전반에 영향을 미치는 사상이 된 현대 사회의 특성을 소비의 관점에서 분석한 보드리야르(Baudrillard)에게 있어, 인간의 신체는 소비 사회의 가장 아름다운 대상이었다(황순혁, 1997). 보드리야르는 신체가 차별화된 사회적 의미를 담아내는 기호의 역할을 수행한다고 하였으며, 이러한 이유로 신체는 경제적으로 관리되고 투자되며 동시에 심리적으로 물신숭배 되었다(Baudrillard, 1992). 보드리야르의 이러한 관점은 아름다운 인간의 외모가 사회적 투자 가치를 가진 유형재임을 의미하는 것이다. 현대 사회에 있어 이상적인 외모의 아름다움은 단순히 개인적 특성을 넘어 개인의 사회적 권력과 자기 관리의 지표로 인식되기 때문에, 현대인들은 항상 외모를 아름답게 가꾸어야 한다는 강박에 시달리고 있다(황순혁, 1997). 소비의 관점에서 보았을 때, 현대 사회가 추구하는 외모의 아름다움은 사회 문화의 맥락적 상황에 맞게 변동한다는 주관적 아름다움의 입장을 지지하면서도, 결과적으로는 외모의 아름다움이 불변하는 객관적인 기준을 모방함으로써 획득된다는 칸트 이전 시대의 사고와 별반 차이가 없다는 모순이 있다.

이상과 같이 살펴본 것처럼 칸트 이후에 이루어진 외모의 아름다움과 관련된 논의들은 각각의 철학자의 주장에 따라 차이가 있다. 그러나 이러한 논의들은 외모의 아름다움은 개별 문화의 맥락에 따라 변화한다는 주관적 아름다움을 공통적으로 지지하고 있다.

(3) 아름다움의 양가성: 포스트모던 사회의 아름다움

현대 사회의 문화와 사상에 영향을 미치고 있는 포스트모더니즘(post modernism)의 영향으로 아름다움에 대한 미의식 역시 변화하였다(이영철, 1996; Eco, 2004; Eco, 2007). 2차 세계대전 이후 모더니즘(modernism)에 대한 비판을 기반으로 1960년대를 즈음하여 등장한 포스트모더니즘은 현대 사회의 인간이 이루어낸 결과물의 사상적 기반이 되었다(Calinescu, 1987). 인간의 이성을 기반으로 한 모더니즘이 합리적 세계관을 기반으로 사물의 객관적 인식을 목표로 하였다면(김성기, 1994), 포스트모더니즘은 기존 질서를 와해시킴으로써 인간의 사상을 지식의 동질성, 체계성으로부

터 해방시켰다(홍덕선, 박규현, 2009; Calinescu, 1987). 오늘날까지 포스트모더니즘이 지닌 해체성, 불확실성으로 인한 논란이 지속되고 있으나, 포스트모더니즘이 본래적으로 담고 있는 반미학, 미완성, 반동, 불확정성, 다원주의 등의 개념은 20세기 중, 후반의 사상적 토대가 되었다(이영철, 1996; Calinescu, 1987).

양가성(ambivalence)은 탈획일화, 불확실성, 불확정성을 추구하는 포스트모더니즘과의 사상적 유사성을 기반으로 현대인의 특성을 설명하는 주요 개념이 되었다. 여러 선행 연구를 종합하였을 때, 양가성은 특정한 대상에 대해 동시에 호, 불호 혹은 쾌, 불쾌를 인식하는 것, 혹은 특정한 대상에 대해 동시에 두 개 이상의 개념(꼭 상반된 개념만을 의미하는 것이 아닌, 두 개 이상의 다차원적 개념을 의미)을 인식하는 것, 특정한 대상에 대해 인식자의 시간적, 상황적 특성에 따라 일관되지 않은 인식을 하는 것으로 정의할 수 있다(Alvarez & Brehm, 1995; Bauman, 1991; Bleuler, 1950; Craig et al., 2005; Eagly & Chaiken, 1993; Merton, 1976; Otnes et al., 1997; Sjoberg, 2010). 이러한 양가성은 복잡계를 기반으로 한 포스트모던 사회의 다양한 사회문화적 현상을 설명할 수 있는 개념으로, 처음 양가성의 개념이 등장한 심리학 분야를 넘어 사회 과학의 다양한 연구 분야에 적용되고 있다(Bauman, 1991; Merton, 1976).

양가성은 아름다움에 대한 철학적 고찰에도 영향을 미쳤다. 앞서 살펴본 양가성의 개념을 기반으로 하였을 때, 아름다움은 이성적 사고를 기반으로 불변하는 객관적 기준에 의해 판단할 수 있는 것이 아니다. 이보다는 주어진 상황의 맥락적 특성에 따라 아름다움의 대상에 대해 동시에 호, 불호와 같은 상반된 인식을 할 수도 있고, 상반된 인식이 아니더라도 두 가지 이상의 다차원적 개념을 인식할 수도 있다. 나아가 시간과 상황의 변화에 따라 아름다움의 대상에 대해 일관되지 않은 인식을 할 수도 있는 것이다. 이와 같은 아름다움의 양가성은 아름다움에 대한 인식이 사회문화의 맥락을 기반으로 형성된다는 아름다움의 주관성에서 한발 더 나아가, 아름다움에 대한 인식이 다차원적 구조를 가질 수 있음을 의미한다. 아름다움의 양가성이 내포하고 있는 다차원성은 의류학의 관련 선행 연구에서 양가성이란 용어를 기반으로 연구되진 않았다. 그러나 외모의 사회문화적 역할과

개인의 심리 상태에 대한 외모의 영향력 등을 기반으로 외모 아름다움이 다차원적 개념을 내포할 수 있음이 밝혀졌다(Kaiser, 1990).

근본적으로 인간은 아름다운 대상을 통해 미적 쾌감(aesthetic pleasure)을 느끼게 된다(Amstrong & Detweiler-Bedell, 2008). 이러한 쾌감은 인간의 본능에 가까운 것으로, 실제로 아름다운 얼굴에 대한 선호는 성인만이 지각할 수 있는 것이 아니라 3개월 된 아기도 본능적으로 미인을 선호한다는 것이 선행 연구를 통해 밝혀졌다(Langlois et al., 1987). 그러나 앞서 살펴본 바와 같이 현대 사회에서 외모의 아름다움이 사회적 계급을 구분하는 자본이 되고, 사회적 권력을 양산하는 도구가 되며, 객체화된 유행재로 소비의 대상이 되면서, 외모의 아름다움이 갖는 양면성에 주목하게 되었다. 아름다운 외모에 대한 본능적 선호와 함께, 아름다운 외모에 대한 강박과 스트레스가 결부된 현상이 나타나게 된 것이다(Reilly & Rudd, 2009). 이처럼 현대인이 보여주고 있는 아름다움에 대한 양가성은 주관적 아름다움과 결부되어 특정한 사회문화적 맥락에 따라 다원적인 양상으로 나타나게 되었다(Langmeyer & Shank, 1994).

이렇듯 외모의 아름다움에 대한 양면적 시각을 기반으로 하였을 때, 특정 시대와 문화권 속에서 외모의 아름다움은 하나의 단일한 차원으로 정의되기보다는 다양한 차원으로 해석될 수 있다(Langmeyer & Shank, 1994). 또한, 외모의 아름다움에 대한 인식이 특정 문화적 맥락을 기반으로 주관적으로 인식되는 대상임을 감안하였을 때, 아름다움의 본질을 명확히 파악하기 위해 문화적 맥락을 함께 고려한 연구 설계가 필요하다.

(4) 아름다움의 객관성, 주관성 논쟁

외모의 아름다움을 인간의 사고를 기반으로 객관적인 기준에 의해 평가할 수 있다는 객관적 아름다움과, 이와는 반대로 외모의 아름다움은 인간에게 주어진 사회 문화의 맥락적 상황에 따라 변화한다는 주관적 아름다움에 대한 논쟁은 오랜 기간 동안 철학과 미학 분야의 주요 현안이었다(Tatarkiewicz, 1963). 객관적, 주관적 아름다움에 대한 논쟁은 다시 말해, 외모가 ‘아름답다’는 것은 인간이 갖고 있는 특성에 기인한 것인가, 혹은

관찰자가 인간에게 부여하는 특성에 의한 것인가의 문제로 귀결된다(Tatarkiewicz, 1980).

주관적 아름다움을 지지하는 입장을 기반으로 하면 모든 인간은 그 자체로는 아름답지도 추하지도 않은 중립적인 것이며, 관찰자의 취향을 기반으로 인간의 마음(mind) 속에서만 존재하는 것이다(Tatarkiewicz, 1980). 앞서 살펴본 바와 같이 외모의 아름다움에 대한 객관성, 주관성의 논쟁에 있어 칸트 이전 세대의 철학에서는 대체적으로 객관적 아름다움에 대한 지지가, 칸트 이후의 현대 철학에서는 주관적 아름다움에 대한 지지가 주류를 이루었다.

그러나 아름다움이 객관적인 속성과 주관적 속성을 모두 갖고 있다는 주장 역시 등장하였으며, 이러한 주장의 고대 그리스의 소크라테스(Socrates)에 의해 시작되었다(Tatarkiewicz, 1980). 소크라테스는 객관적 아름다움에 해당하는 그 자체로 아름다운 것과, 아름다운 것을 바라보는 관찰자에게만 아름다운 것을 구별하였다. 이러한 구분은 곧 객관적 아름다움과 주관적 아름다움이 혼재할 수 있음을 의미하는 것이다(Tatarkiewicz, 2005).

이와 같은 소크라테스의 미관을 현대인이 인식하는 외모의 아름다움에 접목시킬 수 있다. 각각의 개별 문화권은 고유의 문화적 맥락을 기반으로 타 문화권과 구별되는 고유의 미적 가치를 형성하게 된다. 또한 이러한 미적 가치는 특정한 문화권에서 선호되는 비례, 균형, 조화, 균제 등의 수학적 규칙을 기반으로 평가할 수 있다. 특히 이러한 평가는 인체를 소비의 대상으로 본 보드리야르의 신체관을 기반으로 하였을 때, 현대 사회에서 외모가 갖는 유형성, 물질성으로 인해 더욱 심화되었다.

실제로 외모의 아름다움이 다양한 문화적 상황 속에서 어떠한 양상으로 전개되는지 밝힌 선행 연구들을 살펴보면, 특정한 문화권에서 선호되는 외모의 특성이 신체의 길이, 몸무게, 외모 각 부위의 비율 등을 통해 객관적 수치화할 수 있음이 밝혀졌다(남윤자, 이승희, 2001; 박우미, 2000; 이승희 외, 2001; Swami et al., 2007; Swami et al., 2011). 그러나 최근 글로벌화된 미의식이 확장되면서, 외모의 미적 가치를 평가하는 기준이 범문화적으로 유사해지는 경향을 보이고 있다. 여성의 마른 외모, 남성에게 성적으로 소구 하는 여성의 매력, 근육질의 남성 체격, 긴 팔과 다리, 짧게 보

이는 얼굴, 매끄러운 피부, 또렷한 이목구비 등에 대한 선호가 광범위한 문화에 걸쳐 나타나는 현상이 외모의 아름다움에 대한 선행 연구를 통해 밝혀진 것이다(Baker, 2005; Horvath, 1979; Jung & Lee, 2009; Kim & Lennon, 2006; Silverstein et al., 1998).

이상과 같은 연구 결과를 기반으로 하여, 외모에 대한 주관적 아름다움과 객관적 아름다움에 대한 논쟁은 다음과 같이 정리할 수 있다. 외모의 아름다움에 대한 인식은 기본적으로 객관적 아름다움보다는 주관적 아름다움의 관점에서 발생한다. 다시 말해, 인간이 외모의 아름다움을 인식하는 일차적인 기제는, 외모 그 자체가 갖고 있는 특성보다는 외모의 아름다움을 인식하는 문화적 맥락의 영향을 받아 인간이 외모에 아름다움의 성질을 부여함으로써 나타난다. 그러나 특정한 문화권에서 아름답다고 인식되는 외모의 특성은 객관적인 수적 질서를 통해 설명할 수 있다. 이처럼 특정 문화권에서 선호되는 외모의 특성을 객관화시킬 수 있다 하더라도, 이러한 현상 역시 인간의 주관적 인식에 의해 형성됨을 간과해서는 안 될 것이다.

이상의 내용을 정리해보면, 외모의 아름다움에 대한 인식은 특정한 문화권의 맥락을 기반으로 형성되는 주관적인 문화적 산물이다. 문화적 맥락에 따라 특정 문화권에서 특정한 외모의 특성이 선호되며, 이러한 특성은 객관적 기준을 통해 수치화할 수 있다. 그러나 이러한 객관적 접근 역시 문화 구성원의 주관적 인식을 기반으로 형성된다는 사실에 주목해야 한다.

2. 외모의 아름다움에 대한 다학제적 정의

외모의 아름다움에 대한 인식은 사회문화적 이상(cultural ideals)을 기반으로 형성되므로, 외모의 아름다움에 대한 정의는 문화적 맥락을 기반으로 도출된다(김민자, 2004b). 이러한 이유로 문화의 차이에 따라 외모의 아름다움에 대한 각기 다른 정의를 내릴 수 있다. 외모의 아름다움에 대한 정의의 유동성으로 인해, 외모의 아름다움이란 정의 내릴 수 있는 특성인가에 관한 논쟁이 지금도 진행 중에 있다(Patzer, 1985; Rhode, 2010). 이러한 논쟁으로 인해 외모의 아름다움과 관련된 다수의 선행 연구에서는 외모의 아름다움에 대한 명확한 정의보다는, 아름다움이 개인과 사회문화

에 미치는 영향력을 주로 검증하였다. 그러나 일부 연구에서는 외모의 아름다움에 대한 정의를 내리고자 한 경우가 있었다. 여기서는 선행 연구를 통해 나타난 외모의 아름다움에 대한 정의를 살펴보고, 이를 통해 본 연구에 적용될 외모의 아름다움에 대한 정의를 도출하고자 한다.

(1) 외모의 아름다움에 대한 사전적 정의

외모의 아름다움을 명확하게 정의하기 어려움에도 불구하고 다양한 연구분야에서 아름다움의 실체를 파악하고자 노력해왔다. 외모의 아름다움이 사회적 권력 형성에 미치는 영향력을 살펴본 성영신과 박은아(2009, p.23)는 아름다움의 사전적 의미에 주목하였다.

이들은 아름다움을 뜻하는 영문 뷰티(beauty)의 정의를 옥스포드 영어사전과 위키피디아(Wikipedia)에서, 미(美)를 국어 사전에서 찾아보았다. 옥스포드 영어 사전에서는 ‘미적인 감각, 특히 시각을 즐겁게 하는 형태, 색, 구조와 같은 속성들의 조합’이라는 정의와 더불어 ‘아름다운, 또는 즐겁게 해주는 사물 또는 사람’이라는 두 가지 정의를 제시였다. 더불어 뷰티(beauty)를 ‘감각적으로 즐겁거나, 의미가 있거나, 만족을 시켜주는 경험을 가져다 주는 인간, 사물, 생각 등의 특성’이라고 정의 내린 위키피디아(Wikipedia)와, 미(美)를 ‘눈 따위의 감각 기관을 통해 인간에게 좋은 느낌을 주는 아름다움’으로 정의한 국어 사전 역시 이들 연구자가 아름다움의 정의를 도출하는 자료로 사용되었다.

성영신과 박은아(2009. p.25)는 이와 같은 사전적 정의들을 통해 최종적으로 “아름다움에는 외적인 아름다움과 내적인 아름다움이 있으며, 내적인 대상보다는 외적인 대상에 대해 아름다움이라는 단어를 적용할 수 있다”고 주장하였다.

이와 같은 외모의 아름다움에 대한 사전적 정의는 사회의 특정 영역에 국한되지 않고 범용적 적용이 가능하다. 그러나 외모의 아름다움이 사회문화적 맥락을 기반으로 형성되는 인식이라는 점을 감안하였을 때, 외모의 아름다움에 대한 사전적 정의는 문화적 영향력을 반영할 수 없다는 한계를 갖고 있다.

(2) 외모의 아름다움에 대한 사회생물학적 정의

인간의 심리를 진화의 관점에서 논하는 사회생물학자들은 외모의 아름다움을 종족 번식의 관점에서 접근하였다(김진엽, 2003; Buss, 1989; Buss, 1995; Buss & Barnes, 1986; Luxen & van de Vijver, 2006; West-Eberhard, 1983). 사회생물학의 시작은 ‘종의 기원(the origin of species)’으로 유명한 진화생물학자 다윈(Darwin)으로 거슬러 올라간다. 다윈은 인간의 진화를 자연 선택(natural selection)과 성 선택(sexual selection)으로 설명하였다. 여기에서 자연 선택은 인간이 자신의 생물학적 유전자를 후대에 전달하기 위해 주어진 자연 환경에 적응할 수 있도록 유전자를 변이(variation)시키는 것이며, 성 선택은 자신의 유전자를 후대에 함께 전달할 수 있도록 성적 배우자를 선택(mating)하는 것이다(Darwin, 2005).

특히 성적 배우자의 선택의 경우 남성은 왕성한 생식력을 상징하는 가슴과 엉덩이가 큰 젊은 여성을, 여성은 임신 기간 혹은 자녀의 양육 기간 동안 경제적 책임을 다할 수 있는 능력을 상징하는 근육질의 몸매, 긴장한 어깨와 다리 등의 신체적 조건을 가진 남성을 배우자로 선택하고자 한다(Buss, 1989; Buss 1995). 인간의 생존에 유리한 신체적 유전자가 자연 선택을 통해 후대로 전달되는 것과 같이, 성 선택을 통한 배우자의 선택 기준 역시 이성에 대한 본능적 선호가 되어 후대로 전달된다(Dawkins, 2010).

인간은 자신의 유전자를 계승하는 후손을 남기고자 하는 생물학적 욕구를 가지고 있으며, 자신의 유전자를 후대에 함께 전달할 수 있는 외모의 조건을 가진 건강한 배우자를 선택하고자 한다. 특히 앞서 살펴보았듯이, 남성의 관점에서 바라본 여성의 외모는 자녀를 건강하게 임신하고 출산할 수 있는 능력을 기준으로 평가된다. 일반적으로 아름다운 여성의 조건은 얼굴의 정확한 대칭, 깨끗한 피부, 모래시계 같은 몸매 등으로 대변되는데, 이러한 특성은 여성의 젊음과 건강의 상태와 더불어 왕성한 생식력을 가지고 있음을 의미한다(Rhode, 2010).

사회생물학적 관점의 외모의 아름다움은 ‘생식력을 기반으로 한 건강한

신체적 상태’로 정의할 수 있다. 그러나 이러한 정의는 인간의 오감과 감정을 기반으로 형성되는 인식인 아름다움을 생물학적 욕구의 관점으로만 접근한다는 점에서 한계가 있다.

(3) 외모의 아름다움에 대한 미학적 정의

외모의 아름다움에 대한 명확한 정의를 위해 아름다움을 학문의 대상으로 삼는 미학(美學)적 접근이 필요하다. 미학에 대한 학문적 정의는 다양하게 제시되어 왔다. 김주현(2009, p. 42)은 미학(美學)을 “미(beauty)로 대표되는 미적 개념(aesthetic concept)과 미적 가치(aesthetic value)에 대한 철학적 탐구”의 학문이라 보았다. 김민자(2004a, p.21)는 “미적 욕구(aesthetic desire), 미적 체험(aesthetic experience)과 그 실현에 의한 예술적 창작 활동이나, 인간의 미적 태도(aesthetic attitude)에 따라 예술적 창작에 대한 관조를 함으로써 이에 영향을 받은 인간의 감각, 사고, 의지, 감정 등을 연구하는 것”이라 하였다.

이와 같은 정의를 정리해보면, 미학이란 아름다움의 대상 자체가 갖고 있는 불변의 객관적 아름다움이 아닌, ‘아름다움을 인식하는 관찰자가 속한 문화적 맥락에 따라 변동하는 주관적 아름다움에 대해 탐구하는 학문’이다. 다시 말해, 미학이란 아름다운 대상이 본래적으로 갖고 있는 객관적 아름다움에 대한 탐구를 통해 ‘아름다움이란 무엇인가’를 연구하는 학문이 아니라, 아름다움을 바라보는 관찰자가 ‘무엇을 아름답다고 인식하는가’를 연구하는 학문이다.

미학적 관점에서 아름다움의 개념을 좀 더 명확히 하기 위해 ‘미(beauty)’와 ‘미적인 것(aesthetic)’이란 용어를 명확히 구분할 필요가 있다. 영어로 뷰티(beauty)와 에스테틱(aesthetic)은 명확하게 다른 용어이나, 이 용어들이 우리말로 해석되는 과정에서 둘 다 ‘미(美)’라는 개념이 포함됨으로써 의미가 모호해졌다.

미적인 것(aesthetic)이란 용어는 18세기 초반 독일의 바움가르텐(Baumgarten)이 미학이란 학명을 처음 사용했을 때 ‘에스테티카(aesthetica)’란 용어로 사용되었으며, 이는 ‘감성적 지각의 학문’을

의미했다(김민자, 2004a; 김주현, 2009; Tatarkiewicz, 1980). 즉 미학은 미적 판단(aesthetic decision)에 대한 탐구이며, 미적 판단은 감각적 경험(sensuous experience)으로부터 시작하여 감정적 판단(affective decision)을 내리는 것으로, 이는 인지적 판단(cognitive decision)을 내리는 것과는 차이가 있다(김민자, 2004a). 특정한 상황이나 대상에 대해 감각적이고 감정적인 반응의 소통을 위해 사용되는 개념이 바로 미적 개념이며, 이러한 반응 불러일으키는 대상 혹은 반응 그 자체를 ‘미적인 것(aesthetic)’이라 정의할 수 있다(김주현, 2009; Tatarkiewicz, 1980).

‘미적인 것(aesthetic)’과 모호하게 사용되고 있는 ‘미(beauty)’는 근본적으로 이성적 특성을 가진 객관적인 인식의 범주에 속한다. 일반적으로 아름답다고 생각되는 것들은 인간의 이성적 판단에 근거하여 수학적 규칙(균제, 비례, 조화, 통일성)에 부합하는 특성을 보인다. 다시 말해 ‘미(beauty)’는 이성적 이데아, 수적인 질서를 구현하는 것으로, 객관적이며 이성적인 인식적 판단의 대상이다(김주현, 2009; Tatarkiewicz, 1980). 그러나 이와 같은 절대적, 객관적 미는 사회문화적인 권력에 영향을 받는 것으로, 일상의 개인이 자신의 외모를 통해 실현하는데 어려움이 있다(McKinley & Hyde, 1996; Rubin et al., 2004; Tyner & Ogle, 2007; Tyner & Ogle, 2009).

위에서 살펴본 바와 같이 개념의 혼동을 일으키고 있는 ‘미(beauty)’와 ‘미적인 것(aesthetic)’을 새로운 용어를 통해 정리하고자 하는 시도가 이루어졌다. 김주현(2009, p.63)은 미를 ‘협의의 미’로, 미적인 것을 ‘광의의 미’로 재정의 하였다. 또한, ‘협의의 신체미’은 이성 중심의 객관적 아름다움을 통해 검증할 수 있는 신체를 통한 수적 질서의 재현을 의미하며, ‘광의의 신체미’는 신체로부터 일어날 수 있는 다양한 미적 차원을 의미한다고 하였다.

이러한 재정의는 객관적 아름다움인 협의의 미가 주관적 아름다움인 광의의 미에 한 부분을 이루는 아름다움의 구조를 제시하였다는 점에서 의의를 찾을 수 있다. 특히 이러한 주장은 서구 철학에서 이루어진 아름다움에 대한 논쟁처럼 객관적 아름다움과 주관적 아름다움이 상호 대립하는 것이 아니며, 개인의 주관적인 아름다움에 대한 인식이 특정 문화의 영향을 받

은 객관적 아름다움을 포함한다고 볼 수 있다.

3. 본 연구에 적용된 외모의 아름다움에 대한 정의

본 연구에서 실시하고자 하는 비교문화연구의 절대적 전제 조건인 개념적 동가성(conceptual equivalence)의 확립을 위해(Berry & Dasen, 1974; Green & White, 1976; Peng et al., 1991), 관련 선행 연구 고찰을 기반으로 본 연구에 적용될 외모의 아름다움에 대한 정의를 도출하였다. 여기서 도출된 개념적 정의는 한국, 중국, 일본 문화권 모두에 보편적으로 적용 가능한 개념이다.

아름다움의 사회적, 심리적 영향력에 대해 다룬 선행 연구의 대부분은 아름다움에 대한 개념적 정의를 내리지 않거나, 내린 경우에도 선행 연구 고찰을 통한 접근보다는 사전적 정의에 의존한 경우가 많았다. 이에 본 연구는 구성주의적 관점과 미학적 관점을 접목시켜 여성 외모의 아름다움에 대한 정의를 구축하고자 한다.

구성주의(constructivism)는 객관주의의 상대되는 개념으로 교육학을 배경으로 처음 등장하였다(Glasersfeld, 1995). 구성주의적 관점에서 보았을 때, 특정한 대상에 대한 인식은 과거의 경험을 기반으로 형성된다. 이러한 관점은 인식의 대상에 대한 주목이 아닌, 인식을 하는 인간의 개인적 특성과 인식이 형성되는 과정, 인식의 기반이 되는 문화에 대한 주목이다. 이를 여성 외모의 아름다움에 적용시켜보면, 여성 외모의 아름다움은 어느 누구에게나 보편적으로 인식되는 객관적 성질의 것이 아니다. 이보다는 아름다움을 인식하는 관찰자의 경험과 문화적 맥락을 기반으로 다양한 형상으로 인식 될 수 있다. 더불어 이러한 인식의 과정 역시 다양한 양상으로 나타난다(Glasersfeld, 1995; Schmidt, 1995).

본 연구에 적용될 외모의 아름다움에 대한 정의를 도출하기 위해 구성주의 인지심리학적 관점에 미학적 관점을 접목시켰다. 우선 아름다움에 대한 정의를 다룬 미학 분야의 선행 연구를 기반으로 여성 외모의 아름다움에 대한 정의에 있어 고려해야 할 세 가지 차원을 도출하였다.

첫 번째 차원은 아름다움을 바라보는 관점이며, 이는 객관적 아름다움과

주관적 아름다움으로 분류된다. 객관적 아름다움은 고대 그리스 로마 시대에 형성된 이데아적 아름다움에 기반한 것으로, 객관적 수치에 의해 증명될 수 있으며 시대와 문화의 변화에 관계 없이 불변하는 객관적 절대미이다. 그러나 객관적 아름다움에 대한 인간의 열망은 현실 세계에서 실현되기 어려우며 이론적으로 정당화하는데 어려움이 있다(김민자, 2004a; 김주현, 2009; Tatarkiewicz, 1980). 이는 아름다움이 사회문화적 가치와 취향을 기반으로 한 인식의 산물이라는 점에 부합하지 않기 때문이다. 객관적 아름다움에 대한 반동으로 등장한 주관적 아름다움에 따르면, 아름다움은 사회문화적 맥락에 따라 차이가 있다. 주관적 아름다움은 아름다움의 대상을 통해 형성되는 감각적인 경험과 호, 불호의 감정적 판단을 아우르며, 이는 수학적 비례, 균형, 조화를 기반으로 인지적 판단을 내리는 객관적 아름다움과는 구별된다. 객관적 아름다움이 인간의 호감, 쾌의 감정을 기반으로 한다면, 주관적 아름다움은 호감과 비호감, 쾌와 불쾌를 모두 아우르는 개념이다. 주관적 아름다움의 관점에서 아름다움의 개념은 ‘객관적으로 무엇이 아름다운가’가 아닌, ‘주관적으로 무엇을 아름답다고 인식하는가’의 문제인 것이다.

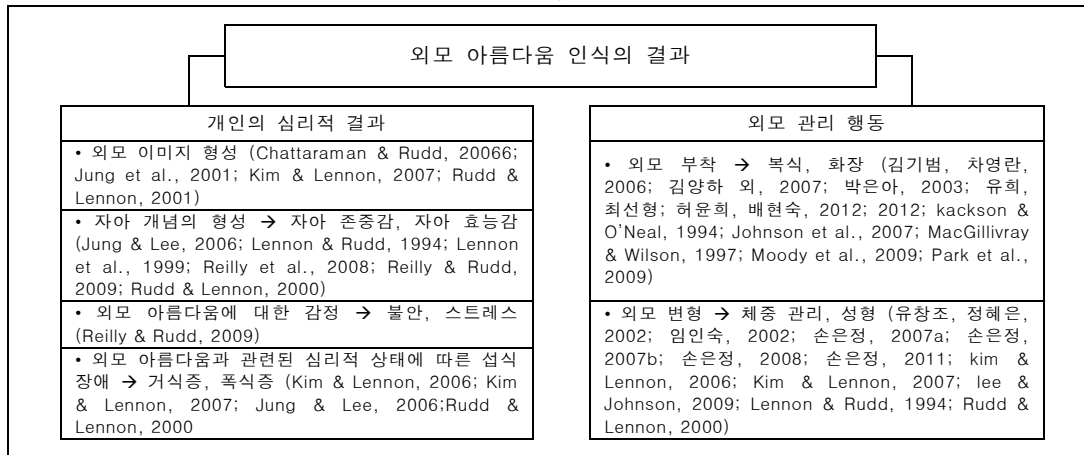
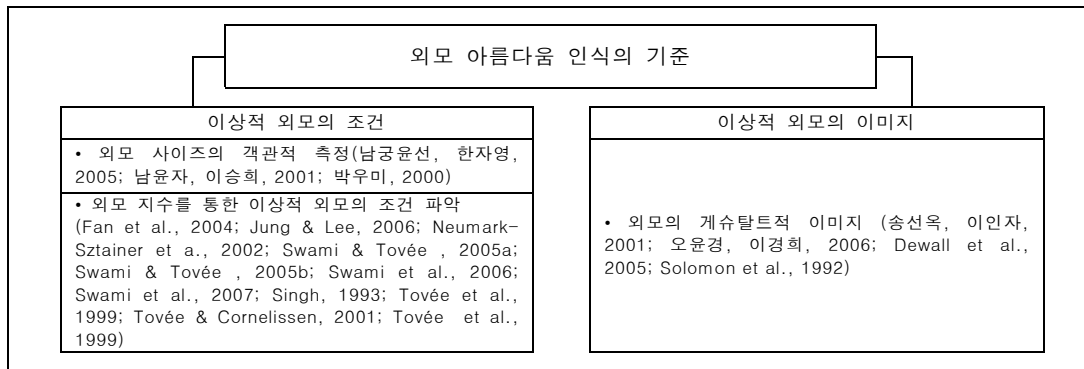
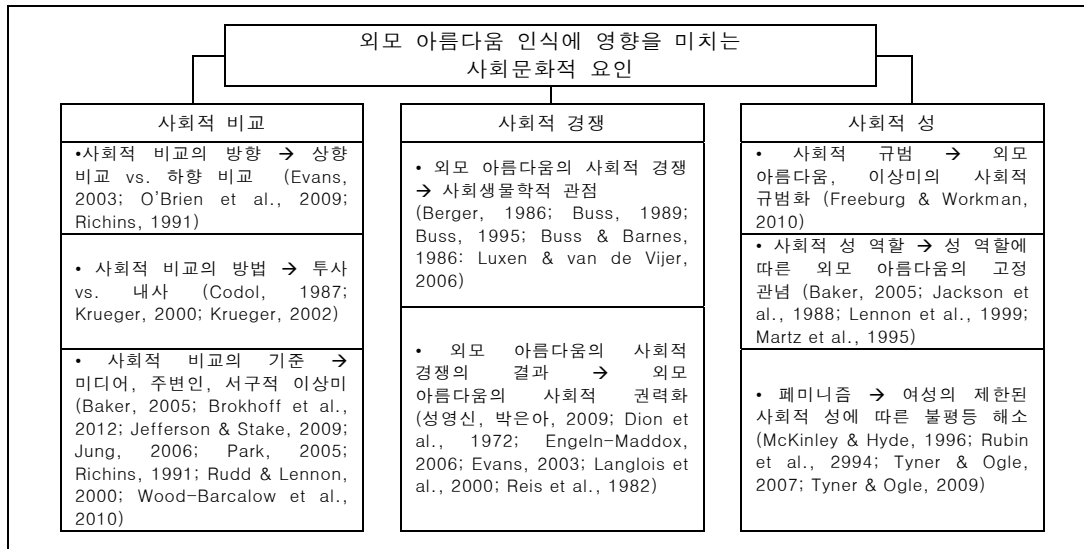
아름다움의 정의에 영향을 미치는 두 번째 차원은 아름다움의 대상이다. 주관적 아름다움에 대한 감정적 인식을 위해서는 아름다움의 대상이 필요하다. 감정적 인식을 형성하게 하는 대상은 우리를 둘러싸고 있는 자연물, 인간이 만들어낸 인공물 등 다양한 범주를 아우를 수 있으나, 본 연구에서는 인간의 외모를 연구의 대상으로 한정하고자 한다. 일부 연구에서는 인간의 아름다움을 신체적 특성으로 인해 형성되는 외면적 아름다움으로 구분하고 있다(성영신, 박은아, 2009). 인간을 아름다움의 대상으로 하였을 때, 우리는 대상의 외면적 특성뿐 아니라 내면적 성격, 심리를 통해서도 감정적 반응을 불러일으킬 수 있다. 그러나 본 연구에서는 인간의 외면적 아름다움만을 연구 대상으로 삼았다. 그 이유는 인간의 내면적 아름다움을 연구 대상에 포함시킬 경우 연구 대상의 성격적, 심리적 특성을 함께 고려하여야 하는데, 그렇게 될 경우 연구의 방향이 인간의 심리적, 성격적 특성으로 확장되어 여성 외모의 아름다움을 연구 대상으로 삼는 본 연구의 방향성이 흐려질 수 있기 때문이다.

아름다움의 정의에 있어 고려하여야 할 마지막 차원은 아름다움에 대한 인식의 과정이다. 앞서 살펴본 바와 같이 본 연구에서는 주관적 아름다움의 관점을 채택하였다. 주관적 아름다움의 관점에 따르면, 아름다움은 ‘무엇이 아름다운가’의 문제가 아닌 ‘무엇을 아름답다고 인식하는가’의 문제로 귀결된다. 이와 같은 문제 해결을 위해서는 인식의 과정에 영향을 미치는 요인과 인식의 결과도 함께 제시되어야 한다. 본 연구에서는 아름다움에 대한 인식의 하위 차원으로 여성 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화의 맥락적 요인, 여성 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 기준, 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 통해 추구하는 미적 가치, 여성 외모의 아름다움에 대한 인식의 결과인 아름다움에 대한 감정과 태도, 외모의 아름다움을 향상시키기 위한 외모 관리 행동을 제안하고자 한다.

이상의 선행 연구 고찰을 통해 본 연구에 적용될 여성 외모의 아름다움에 대한 정의를 도출하였다. 여성 외모의 아름다움이란, ‘여성의 외면적 특성과 형상으로 인해 특정한 사회문화의 구성원에게 인식되는 주관적이고 감각적인 미적 가치’이다. 본 연구는 연구의 범위를 여성 외모의 아름다움에 대한 인식의 과정으로 확장시켜, 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 요인, 외모 아름다움 인식의 기준, 외모 아름다움에 대한 인식을 통해 추구하는 미적 가치, 외모 아름다움에 대한 감정과 태도, 외모 아름다움을 유지, 향상시키기 위한 외모 관리 행동을 포괄적으로 고찰하고자 한다.

제 2 절 외모의 아름다움에 대한 인식의 구조

주관적 아름다움의 견해를 기반으로 하였을 때, 외모의 아름다움에 대한 인식은 특정한 문화적 맥락을 기반으로 각각의 문화권 별로 특화된 양상을 보인다. 이러한 이유로 외모의 아름다움에 대한 인식을 이해하기 위해서는 문화에 대한 이해를 기반으로, 외모의 아름다움에 대한 인식으로 인해 발생하는 다양한 현상들을 포괄적인 관점에서 접근해야 한다. 본 연구에서



<그림 2-1> 외모의 아름다움에 대한 인식과 관련된 선행 연구의 구조

시도하는 외모의 아름다움에 대한 포괄적 이해를 위해서, 외모 아름다움의 인식과 관련된 선행 연구들이 통합적 관점에서 어떠한 구조를 보이고 있는지 살펴볼 필요가 있다.

본 절에서는 외모의 아름다움에 대한 인식에 포괄적으로 접근하기 위해 관련 선행 연구를 포괄적으로 고찰하고자 한다. 관련 연구들은 외모 아름다움의 인식에 대한 사회문화적 영향력, 외모 아름다움 인식의 기준, 외모 아름다움 인식의 결과로 세분화되었다. <그림 2-1>은 외모 아름다움의 인식과 관련된 선행 연구들이 어떠한 구조를 보이는지 도식화한 것이다.

1. 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 요인

외모의 아름다움에 대한 인식은 사회문화의 맥락적 특성에 영향을 받는다. 인간은 객관적인 기준을 통해 외모의 아름다움을 인지적으로 평가하기 보다는, 개인이 속한 문화권의 맥락을 기반으로 외모의 아름다움을 평가하는 기준을 세우고 이를 기반으로 외모의 아름다움을 주관적으로 인식한다. 사회문화의 맥락적 요인은 외모의 아름다움을 주관적으로 평가하게 되는 이유인 동시에 평가의 기준을 제공한다는 점에서, 외모의 아름다움에 대한 인식의 구조에 있어 중요한 역할을 담당한다.

본 연구에서는 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 맥락을 사회적 비교(social comparison)와 사회적 경쟁(social competition), 사회적 성(social gender)으로 보고, 이와 관련된 선행 연구를 고찰하였다. 사회문화의 구성원들은 외모의 아름다움을 점검하기 위해 사회적 비교를 시행한다. 외모의 아름다움과 같이 사회적으로 경쟁력을 획득할 수 있거나 객관적인 기준에 의해 평가하기 어려운 능력의 경우, 사회적 비교를 통해 본인의 능력을 가늠하게 된다(Festinger, 1954). 이러한 외모의 아름다움에 대한 사회적 비교는 사회적 경쟁과 밀접한 관련이 있다. 사회적 경쟁력을 획득할 수 있는 능력의 경우, 사회적 비교가 강화되기 때문이다(Baubl, 2002). 사회적 경쟁은 사회의 구성원이 생존을 위한 자원을 획득하기 위해 사회적 경쟁자와의 상호 작용, 혹은 상호 비교에서 우위를 점하고자 하는 현상으로(West-Eberhard, 1983), 외모의 아름다움이 개

인적 특성을 넘어 사회적 경쟁력으로 간주되고 있는 현대 사회에서 외모의 아름다움을 통해 사회적 경쟁력을 확보하려는 현상이 두드러지고 있다. 외모의 아름다움에 대한 사회적 비교와 사회적 경쟁은 사회적 성에 영향을 미친다. 사회적으로 이상적인 외모의 아름다움은 사회적 비교와 사회적 경쟁의 기준이 되고, 이러한 기준은 최종적으로 사회적 규범, 사회적 성 역할을 형성하게 된다. 이상과 같은 외모의 아름다움에 대한 사회적 비교, 사회적 경쟁, 사회적 성은 상호 유기적인 관계를 형성하며, 특정한 문화에서 이루어지는 외모 아름다움에 대한 인식 과정 전반에 총체적인 영향을 미친다.

(1) 사회적 비교

인간은 개인의 능력(ability)과 의견(opinion)에 대한 평가를 위해 타 구성원과의 사회적 비교(social comparison)를 실행한다(Festinger, 1954). 사회적 비교는 비교 대상이 되는 능력과 의견에 대한 객관적인 평가가 어려운 경우, 비교 대상이 되는 능력에 대한 열망이 강한 경우, 비교 대상이 되는 의견이 갖고 있는 사회적 파급이 강한 경우에 더 강해진다(Baubl, 2002; Festinger, 1954).

현대 사회에 있어 외모의 아름다움은 단순히 개인의 특성을 넘어, 사회적 능력 중 하나로 인식되고 있다(성영신, 박은아, 2009). 또한 인간의 외모가 갖고 있는 게슈탈트적 특성으로 인해 외모의 아름다움은 객관적인 기준을 통해 평가하기 어렵고, 외모의 아름다움이 갖는 사회적 권력으로 인해 다수의 사람들이 이에 대한 열망을 갖고 있다. 이러한 이유로 외모의 아름다움은 현대 사회의 주요 사회적 비교의 대상이 되었다.

본 연구에서는 사회적 비교와 관련된 선행 연구들을 크게 사회적 비교의 방향, 사회적 비교의 방법, 사회적 비교의 기준과 관련된 연구로 나누어 살펴보았다. 사회적 비교의 방향으로 상향 비교와 하향 비교를, 사회적 비교의 방법으로 투사와 내사의 관점을 기반으로 선행 연구를 살펴보았다. 더불어 사회적 비교의 기준에 영향을 미치는 요소로 미디어, 주변인, 서구적 이상미의 확산 등에 대해 다룬 선행 연구를 고찰하였다.

① 사회적 비교의 방향(direction): 상향 비교/ 하향 비교

사회적 비교에 있어 비교 대상이 갖고 있는 능력의 우월함 혹은 열등함의 정도에 따라 비교의 방향(direction)이 결정된다. 상향 비교(upward comparison)는 본인보다 우월한 능력을 갖고 있는 대상과의 비교를, 반대로 하향 비교(downward comparison)는 본인보다 열등한 능력을 갖고 있는 대상과의 비교를 의미한다(O'Brien et al, 2009; Wheeler, 1966; Wheeler & Miyake, 1992; Wills, 1981).

개인의 능력에 대한 사회적 비교에 있어 능력이 동질적인 집단과의 비교(similar comparison)는 지속적으로 이루어지는 것에 반해, 능력이 우월한 대상과의 상향 비교는 지속적이지 않은 경우가 많다(Festinger, 1954). 지속적 상향 비교는 시기심(Salovey & Rodin, 1984), 박탈감(Crosby, 1976), 불안(Reilly & Rudd, 2009) 등을 유발하여 부정적 자아 개념을 형성하므로, 자아의 보호를 위해 상향 비교를 중단하게 된다(Wheeler, 1966; Wills, 1981). 다만 능력 획득에 대한 강한 열망을 갖고 있는 경우에는 상향 비교가 지속되는 경우가 많은데, 이 경우 개인은 심리적으로 불안정한 상태에 놓여 자아에 대한 부정적인 평가를 초래하게 된다(Baubl, 2002; Festinger, 1954). 상향 비교와는 반대로, 비교의 대상이 열등한 능력을 갖고 있는 경우에 발생하는 하향 비교는 긍정적 자아 개념 형성에 영향을 미친다(Wills, 1981; Wheeler & Miyake, 1991).

상향, 하향 비교 이론을 기반으로 외모의 아름다움에 대한 사회적 비교에 대한 연구가 진행되었다. 이러한 연구들은 특히 외모의 아름다움이 자아 개념 형성에 미치는 영향을 밝혔다. O'Brien et al.(2009)의 연구에 의하면, 외모에 대한 사회적 비교에 있어 상향 혹은 하향 비교와 같은 비교의 대상은 신체 이미지의 인식, 섭식 장애 행동 등에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 외모 아름다움에 대한 상향 비교는 외모에 대해 부정적인 평가를 초래하는 것으로 나타났고, 반대로 하향 비교는 외모에 대한 긍정적인 평가를 유발하는 것으로 나타났다. Evans(2003)의 연구에서는, 날씬한 외모를 가진 여성과의 상향 비교를 통해 일반 여성들의 자아에 대한 부정적 인식이 증가함이 밝혀졌다. Richins(1991)는 미디어를 통해 접하게 된 왜곡된 외모 기준의 확산이 사회적 비교의 기준을 변화시키고, 이는 외모

의 아름다움에 대한 상향 비교로 이어져 대중으로 하여금 자아 불만족을 증대시킨다고 하였다.

앞서 살펴본 바와 같이 자아를 보호하고자 하는 인간의 심리적 특성으로 인해, 사회적 비교에 있어 동질적 집단과의 비교 혹은 열등한 집단과의 하향 비교가 지속적으로 일어나는 것으로 나타났다. 그러나 외모의 아름다움에 있어서는, 미디어를 통해 노출되는 왜곡된 외모 기준의 확산과 외모의 아름다움에 대한 열망의 증대로 상향 비교가 확대되고 있다. 이러한 상향 비교의 증대는 현대 사회에서 나타나는 외모의 아름다움으로 인해 발생하는 개인의 심리적 불안정과 자아의 훼손, 섭식 장애의 주요 원인이다.

② 사회적 비교의 방법: 투사/내사

사회적 비교의 방법은 크게 본인을 비교의 기준으로 삼고 타인을 비교의 대상으로 삼는 투사(projection)와(Codol, 1987), 타인을 비교의 기준으로 삼고 본인을 비교의 대상으로 삼는 내사(introjections)로 나뉜다(Krueger, 2000; Krueger, 2002). 인간에게는 집단에 소속되고자 하는 욕구와 함께 개성을 추구하고자 하는 욕구가 함께 존재하기 때문에, 사회적 비교에 있어서도 비교 대상과의 동질화와 차별화의 동기가 함께 존재한다. 이러한 주장은 사회적 비교가 비교 대상과의 동질화를 동기로 하여 이루어진다는 Festinger(1954)의 전통적 견해와 구분되는 것이다.

사회적 비교의 투사는 본인과 타인이 유사한 상황, 능력, 의견을 갖고 있다고 인식하는 경우에 더 강하게 나타나며(Ames, 2004; Ames & Iyengar, 2005), 이러한 인식은 소속된 집단으로부터 자신만의 개성을 확보하고자 하는 개성 추구의 욕구로 표출된다(Irmak et al., 2010). 반대로 사회적 비교의 내사는 본인과 타인이 유사하지 않은 비교 대상을 갖고 있다고 인식하는 경우에 더 강하게 나타나며, 투사를 통해 집단적 기준과의 차이를 줄여 집단에 동질화되고자 한다(Irmark et al., 2010).

사회적 비교의 투사와 내사는 외모의 아름다움에 대한 사회적 비교에도 적용된다. 외모 아름다움의 사회적 비교에 있어 내사의 성향이 강한 사람은 사회적 이상미를 비교의 기준으로 삼아 이를 자신의 외모와 비교한다. 또한 이들은 사회적으로 이상미와 본인의 외모에 큰 차이가 있다고 생각하

며, 사회적 기준과의 차이를 줄여 이에 도달하고자 하는 욕구를 가지고 있다. 반대로 투사의 성향은 사회적 이상미를 기준으로 자신의 외모를 평가하기보다는, 자신의 외모를 사회적 비교의 기준으로 삼아 타인과 자신을 비교한다. 투사의 성향이 강한 사람은 사회적 이상미에 자신의 외모를 맞추기보다는 자신만의 개성적 아름다움을 추구하고자 한다.

③ 사회적 비교의 기준: 미디어의 영향

현대 사회에서 미디어는 사회의 미적 가치를 형성하고 전파하는 역할을 수행하기 때문에, 외모의 아름다움에 대한 사회적 비교의 기준 형성에 영향을 미친다(Baker, 2005; Groesz, et al., 2001; Jung & Lee, 2009; Park, 2005; Silverstein et al., 1986; Silverstein et al., 1986; Tiggemann & Pickering, 1996). 현대 사회의 미디어에 등장하는 이상적 외모의 기준은 현실에서 실현 불가능한 극도의 마른 형태로 왜곡되었으며(Groesz, et al., 2001; Silverstein et al., 1986; Tiggemann & Pickering, 1996), 이러한 현상은 사진 이미지를 보완하고 수정하는 기술이 발전하면서 더욱 심화되었다(Park, 2005).

미디어를 통해 확산된 왜곡된 미의식이 외모의 아름다움에 대한 사회적 기준 형성에 미치는 영향을 밝힌 연구는 의류학뿐만이 아니라 광고학, 신문방송학, 경영학, 소비자학 등 다양한 학제를 통해 이루어졌다. 이들 연구들은 크게 미디어에 노출된 미인형에 대한 내용 분석을 통해 특정 문화권의 이상미를 밝히거나(Baker, 2005; Jung & Lee, 2009), 미디어의 노출이 개인의 심리적 상태에 미치는 영향력을 검증한 연구로 나뉜다(Jefferson & Stake, 2009; Jung, 2006; Park, 2005; Richins, 1991).

Jung and Lee(2009)는 글로벌 패션 잡지의 한국과 미국판에 실린 광고 이미지를 연구의 대상으로 선정하여 이에 대한 내용 분석을 시행하였다. 그 결과, 정도의 차이는 있었지만 두 나라 모두에서 미디어를 통해 여성의 성적 상품화와 객체화 현상이 나타나고 있었다. Baker(2005)는 잡지 광고에 실린 여성의 성적 이미지를 연구 대상으로 삼아, 미국 사회의 백인과 흑인 문화권에 따라 이상적인 여성의 성적 이미지에 차이가 있음을 밝혔다. 이상의 연구들은 미디어가 미의식 형성에 영향을 미침과 동시에, 특정 사

회의 미의식 역시 함께 반영하는 상호 작용의 매체임을 밝힌 결과이다.

최근에는 미디어를 통해 확산된 왜곡된 미의식에 대한 비판적 접근이 이루어졌다. Maddox and Miller(2008)는 미 이미지에 대한 비판적 정보 처리 척도(CPBI: Critical Processing of Beauty Image Scale)를 거짓(fake), 의구심(questioning), 극도의 마름(too thin)으로 구성된 세 개의 하위 차원으로 제시하였다. 이를 통해 미디어에 등장하는 이상미는 현실화되기 어려우며, 여성에게 부정적 영향을 미쳐 섭식 장애(eating disorder)를 일으킬 수 있다고 하였다. 그러나 미디어 속 이상미에 대한 비판적 정보 처리가 이루어짐에도 불구하고, 왜곡된 이상미의 부정적 영향력에는 변화가 없는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과는 미디어를 통해 확산되고 있는 왜곡된 이상미의 기준이 사회에 미치는 부정적 측면을 해결하기 위해서는, 법적 규제 등을 통해 왜곡된 시각 이미지의 유출 자체를 규제해야 함을 의미하는 것이다(Rhode, 2010).

④ 사회적 비교의 기준: 서구적 이상미

글로벌화가 가속화되면서 외모의 아름다움을 인식하는 기준 역시 전 세계적으로 동질화되었다. 서양인 중에서도 유럽계 백인의 외모 특성이 전 세계의 미적 기준이 되면서, 마른 체형과 긴 팔다리, 백인의 이목구비 형태 등이 아름다운 외모를 판단하는 기준이 되었다(Rudd & Lennon, 2000; Swami et al, 2007). 이러한 양상은 서구의 문화가 급속도로 유입된 아시아 지역에서 특히 심화되어 나타났다(Brokhoff et al., 2012; Swami et al, 2011).

Brokhoff et al.(2012)은 서구적 이상미가 빠른 속도로 유입된 일본 문화권에 거주하는 남녀 청소년을 연구의 대상으로 하여, 현대화와 서구화에 대한 인식이 외모 만족도에 미치는 영향을 연구하였다. 그 결과, 일본의 청소년들은 현대화와 서구화에 긍정적인 인식을 갖고 있을수록 낮은 외모 만족도를 보이는 것으로 나타났다. 이러한 연구는 문화의 구성원이 태생적으로 갖고 있는 외모의 특성과 서구적 이상미 간의 괴리를 경험하고 있는 동양 문화권에 살고 있는 사회적 이상미의 변화를 검증하였다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있다.

⑤ 사회적 비교의 기준: 주변인의 영향

외모의 아름다움에 대한 사회적 비교 기준의 형성에 있어 주변인 역시 영향력을 행사한다(Rudd & Lennon, 2000; Wood-Barcalow et al., 2010). 외모의 아름다움에 대한 사회적 비교와 관련된 연구에서 주변인의 영향력에 대해 다른 연구가 충분하지는 않지만, 주변인이 개인의 실생활에 미치는 파급 효과를 감안하였을 때 앞서 살펴본 미디어, 서구적 이상미와 함께 중요한 영향력을 행사하는 요인일 것이다. 특히 미디어, 서구적 이상미 등이 외모의 아름다움 인식에 부정적인 영향력을 행사하는 것에 반해, 주변인은 긍정적인 영향력과 부정적인 영향력을 동시에 행사하며 실제 삶에 큰 영향을 미친다.

Wood-Barcalow et al.(2010)의 연구에서는 자신의 외모를 사랑하는 주변인, 자신의 신체적 특성을 있는 그대로 수용하는 주변인, 외모의 아름다움과 더불어 건강의 중요성을 인식하는 주변인이 있을 경우, 긍정적인 신체 이미지를 형성할 가능성이 커진다고 하였다. 이 점은 사회적 비교 기준의 성립에 있어 소속 집단 내부의 구성원이 큰 영향력을 행사한다는 Festinger(1954)의 연구 결과와 일치하는 것이다.

(2) 사회적 경쟁

현대 사회에서 외모의 아름다움은 개인의 능력 중 하나로 인식되고 있다. 사회적 이상미에 부합하는 외모는 사회적 경쟁의 우위를 점하는 요인이 된다. 이러한 이유로 외모의 아름다움을 사회적 경쟁의 관점에서 고찰해볼 필요가 있다. 본 연구에서는 외모의 아름다움에 대한 사회적 경쟁의 기원을 사회생물학적 관점에서 살펴보고, 외모 아름다움의 사회적 경쟁의 결과인 아름다움의 사회적 권력화 현상에 대하여 고찰하였다.

① 사회적 경쟁의 기원: 사회생물학적 관점

외모의 아름다움을 사회적 경쟁의 관점에서 고찰한 연구의 기원은 다윈(Darwin)의 저서인 '종의 기원(The Origin of Species)'으로 거슬러 올라간다(김진엽, 2003; Berger, 1986; Buss, 1989; Buss, 1995; West-

Eberhard, 1983). 다윈은 인류의 기원에 대한 진화론적 견해를 크게 자연 선택(natural selection)과 성 선택(sexual selection)의 관점에서 접근하였는데, 이중에서 성 선택의 관점이 외모 아름다움의 사회적 경쟁과 관련이 있다(West-Eberhard, 1983).

성 선택은 인간이 자신의 유전자를 후세에 남기기 위해 배우자를 선택함에 있어, 자신의 유전적 형질의 단점을 보완하기 위해 젊고 건강하며, 아름답고 매력 있는 대상을 선택한다는 관점이다(Berger, 1986; Buss, 1989; Buss, 1995; Buss & Barnes, 1986; Luxen & van de Vijer, 2006). 다시 말해 젊고 건강하다는 것은 성적 번식력이 우수함을 의미하며, 아름답고 매력 있다는 것은 유전적으로 우수한 형질을 가졌음을 의미한다. 다윈은 성 선택을 단순히 배우자의 선택으로 보지 않고 사회적 경쟁 과정으로 보았으며, 진화론적 입장에서 인류의 사회상을 해석한 사회생물학자들은 다윈의 입장을 수용하였다(Rhode, 2011; West-Eberhard, 1979). West-Eberhard(1983)는 사회적 경쟁이란 사회구성원이 생존을 위한 자원 획득을 위해 사회적 경쟁자와의 상호 작용, 혹은 상호 비교에서 우위를 점하고자 하는 현상이라 정의 내렸다. 더불어 성 선택은 사회적 경쟁의 일부로, 한정되어 있는 배우자의 자원 속에서 경쟁자와의 비교 우위를 점하기 위한 과정이라 하였다.

이러한 성 선택의 관점을 외모의 아름다움에 적용시켜보면, 아름다운 외모를 갖추었다는 것은 곧 성적으로 매력 있는 배우자의 조건을 갖추고 있음을 의미한다(Buss, 1989; Buss, 1995; Buss & Barnes, 1986). 좌우 대칭의 얼굴, 모래시계 같은 체형, 젊어 보이는 피부 등과 같이 인간이 본능적으로 아름답다고 생각하는 외모의 조건들은, 성 선택의 관점에서 보았을 때 타인 대비 비교 우위에 있는 성적 번식력을 의미한다(김진엽, 2003).

현대 사회의 외모 아름다움을 통한 사회적 경쟁을 단순히 사회생물학에서 언급하는 성 선택의 관점으로만 해석할 수는 없다. 그러나 현대 사회의 한정된 자원으로 인해 구성원 간의 경쟁이 심화되고 있는 상황에서, 외모의 아름다움 역시 구성원 간의 경쟁을 통해 획득할 수 있는 사회적 자원으로 인식되고 있다.

② 사회적 경쟁의 결과: 아름다움의 사회적 권력화

외모의 아름다움이 사회적 권력이 되면서 개인의 경쟁력 강화를 위해 외모의 아름다움을 추구하는 경향이 강화되었다(성영신, 박은아, 2009). 이에 사회적 이상미에 부합하는 외모의 조건으로 인해 사회적으로 획득하게 되는 권력에 대한 연구가 진행되었다(Dion et al., 1972; Engeln-Maddox, 2006; Evans, 2003; Langlois et al., 2000; Reis et al., 1982).

Evans(2003)과 Engeln-Maddox(2006)는 미디어에 등장하는 이상적인 외모를 가진 여성이 일반 여성에 비해 성공적이고 행복한 삶을 살게 될 것이라는 사회적 인식에 대해 연구하였다. Dion et al.(1972)은 아름다운 외모를 가진 경우 그렇지 않은 경우에 비해 배우자와 직업 선택에 있어 보다 성공적일 것이라 예측하였다. Reis et al.(1982)은 외모의 아름다움이 갖는 사회적 권력의 양과 질을 남, 녀의 성별에 따라 분석하였다. 그 결과, 남성은 아름다운 외모를 갖고 있는 경우에 여성과의 사회적 관계의 양적 측면에 있어 경쟁력을 갖고 있었으며, 남성과의 관계에 있어서는 유의한 차이가 없었다. 반면에, 여성의 경우에는 외모의 아름다움이 사회적 관계의 양적 측면에 유의한 영향력을 보이지 않았다. 또한, 남녀 모두 외모의 아름다움이 사회적 관계의 질적 측면에 있어 긍정적 영향을 미쳤다. 이상의 연구 결과를 통해, 아름다운 외모를 갖고 있는 사람들이 사회 활동에 능동적으로 참여하게 된다고 주장하였다. Langlois et al.(2000)도 역시 아름다운 외모를 갖고 있는 경우 사회적 활동에 있어 긍정적인 인상을 심어줄 수 있으며 호의적인 대접을 받을 수 있기 때문에, 아름다운 외모를 가진 사람들이 사회적으로 긍정적인 행동 양상을 보이게 된다고 주장하였다.

그러나 일부 연구에서는 외모의 아름다움이 갖고 있는 사회적 권력이 일반인들이 예측하는 것에 비해 미비할 수도 있음을 주장하였다(Dion et al., 1990; Eagly et al., 1991; Feingold, 1992). 이들 연구들은 아름다운 외모를 가진 사람들이 강한 사회적 권력을 획득하게 될 것이라는 선행 연구와는 달리, 실제 일반인들의 삶에서는 아름다운 외모의 영향력이 그다지 강하지 않음을 주장하였다. 오히려 외모의 특성보다는 개인적인 정보가 사회적 권력 형성에 더 강한 영향을 미칠 것이라 하였다.

사회적 권력이 영역에 따라 외모 아름다움의 영향력에 차이가 있는 것으로

로 나타났다(성영신 외, 2009; Heilman & Saruwatari, 1979). 성영신 등 (2009)은 사회적 권력을 개인 특성, 가정, 직장, 문화 여가 생활과 같은 사적 생활 영역(private life domain)과 경제 생활, 사회 참여 및 정치 생활과 같은 공적 생활 영역(public life domain)으로 분류한 후, 이러한 권력에 외모의 아름다움이 미치는 영향력을 살펴보았다. 그 결과, 아름다움의 권력은 공적 생활 영역보다 사적 생활 영역에서, 여성보다는 남성의 사회적 권력이 더 강하게 나타났다. Heilman and Saruwatari(1979)의 연구는 구직 과정에서 외모의 아름다움이 미치는 영향력이 남녀의 성별에 따라 차이를 밝혔다. 남성의 경우에는 아름다운 외모의 조건을 가진 경우 구직에 있어 모든 직종에 유리한 영향을 미쳤지만, 여성의 경우에는 아름다운 외모를 가진 경우, 비 관리직을 구직할 경우에만 긍정적인 영향을 미쳤다.

이상의 연구 결과를 종합하였을 때, 일부 연구에서 언급된 것처럼 외모의 아름다움으로 인한 사회적 권력이 과장된 측면도 있으나, 아름다움이 사회적 권력 형성에 긍정적 영향을 미친다고 볼 수 있다. 외모 아름다움의 사회적 권력화를 통해 특정 사회에서 아름답다고 간주되는 이상적인 외모를 가진 개인은 사회적으로 더 많은 기회를 얻게 되고 더 많은 사회적 권력을 획득할 수 있다.

(3) 사회적 성: 사회적 규범, 성 역할, 페미니즘

사회적 성(gender) 역시 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 요인 중 하나이다. 섹스(Sex), 젠더(Gender), 섹슈얼리티(Sexuality)는 영문으로는 모두 각각 생물학적 성, 사회적 성, 성적인 것의 의미를 갖고 있으나, 한국어로 해석되는 과정에서 모두 '성'을 내포하고 있어 의미가 혼동되고 있다. 외모의 아름다움에 대한 인식이 사회문화적 맥락을 통해 형성되므로, 여기서는 사회적 성(gender)을 중점적으로 살펴보았다. 외모의 아름다움을 사회적 성의 관점에서 바라본 연구는 외모의 아름다움이 사회적 규범화되는 현상을 다룬 연구, 사회적 성 역할(social gender role)이 외모의 아름다움 인식에 미치는 영향을 살펴본 연구, 남성 중심적인 사회적 성에 반발하는 페미니즘(feminism) 관점의 구로 나뉜다.

① 사회적 규범

외모의 아름다움에 대한 인식은 문화적 맥락을 기반으로 형성된다. 외모의 아름다움을 인식함에 있어 외모의 아름다움과 관련된 사회의 규범이 영향을 미치기도 하지만, 특정 문화에서 선호되는 외모의 특성 자체가 사회적 규범이 되기도 한다. 이러한 현상을 반영하여, 신체 이미지 형성에 영향을 미치는 신체 변형(body modification), 신체 부착(body supplement) 등이 사회의 규범적 질서(social norm)가 되는 현상이 연구되었다(Freeburg & Workman, 2010). 사회의 규범적 질서란 특정한 문화를 공유하는 사람들이 생각하는 혹은 행동하는 방식에 대한 규율을 의미하는 것으로, 이는 사고, 언어, 행동, 시각을 아우른다(Blake & Davis, 1964).

신체(body)의 영역이 의복을 입고 있는 신체(dressed body)로 확장되고, 의복의 의미 역시 섬유 제품을 넘어 성형, 체중 관리 등 외모를 변형시키는 행위와 화장, 문신 등 외모의 장식을 위한 부착으로 확산되면서, 신체의 영역 역시 함께 확장되었다(Kaiser, 1990). 확장된 신체의 의미를 기반으로 하였을 때, 외모를 가꾸고 관리하는 제품, 행위 등도 역시 사회적 규범의 일부가 되었다(Freeburg & Workman, 2010). 또한, 신체는 자아를 담는 상징적 의미를 갖고 있기 때문에(Damhorst et al., 2005), 신체의 장식과 변형은 개인의 자아와 외형의 결합으로 이루어진 신체의 계슈탈트적 이미지 형성에 영향을 미친다. 이러한 이유로 신체의 계슈탈트적 이미지는 개인의 자아를 반영한 규범적 질서로 발전하게 된다.

Freeburg and Workman(2010)은 3단계 연구 설계를 통해 신체의 계슈탈트적 이미지, 신체의 변형과 부착 등의 외모 관리가 사회적 규범화되는 현상을 연구하였다. 이들은 미국 사회의 신체와 관련된 규범적 질서를 연구하기 위해, 우선 외모 관리와 관련된 잡지 칼럼을 분석하여 이에 나타난 규범적 질서를 도출하였다. 더불어 이러한 규범들이 미국 사회의 구성원들에 의해 신체와 관련된 규범으로 인식되고 있는지 실증적 분석을 통해 검증하였다. 그 결과, 근골격계의 특성, 헤어 스타일, 피부, 치아, 손톱 등과 관련된 외모의 특성과 이미지 들이 미국 사회의 규범적 질서화되어 있음을 발견하였다. 이는 특정한 문화권에서의 이상적 외모의 조건이 고정 관념을 넘어 하나의 사회적 규범이 될 수 있음을 보여준 흥미로운 결과이다.

② 성 역할

성 역할(gender role)은 사회적으로 특정한 생물학적 성을 가진 사회 구성원에게 요구되는 역할을 의미하며, 사회적 성 역할에 걸맞은 외모의 특성은 아름다움에 대한 사회적 기준이 된다(Jackson et al., 1988; Martz et al., 1995; McKinley & Hyde, 1996). 현대 사회에서 일어난 여성의 사회적 역할 변화, 양성 평등 운동으로 인해 여성의 사회적 성에 변화가 일어났다. 그럼에도 불구하고 아직까지도 사회적 성은 여성을 특정한 역할에 국한시키고 있으며, 사회적 성 역할이 남성보다는 여성의 외모에 대한 인식에 더 큰 영향력을 미치고 있다.

성 역할은 특히 남성보다 여성의 아름다움 인식에 더 큰 영향을 미친다. Jackson et al.(1988)은 사회적 성 역할을 남성적(masculine), 여성적(feminine), 중성적(androgynous), 구분 없음(undifferentiated)의 4 가지 차원으로 구분한 후, 성 역할의 중요성에 따라 신체 이미지, 자아 존중감 등에 차이가 있는지 살펴보았다. 그 결과 여성 응답자의 경우 여성적 성 역할(feminine gender role)을 중요하게 인식한 집단이 중성적 성 역할(androgynous gender role)을 중요하게 인식한 집단보다 자신의 외모를 부정적으로 평가하는 것으로 나타났다. Martz et al.(1995)은 여성적인 성 역할에 대한 강한 스트레스를 받을수록 섭식 장애 등의 이상 행동을 보일 가능성이 증가함을 밝혔다. 이러한 연구 결과는 여성의 사회적 성 역할이 여성의 외모에 대한 강박과 스트레스 형성의 원인이 되며, 여성의 사회적 지위와 권리뿐만이 아니라 여성의 외모에 대한 인식에 영향을 미침을 밝혔다. 또한 여성에게 부여된 남성 중심의 가부장적 가치관이 동서양을 불문하는 현상이며, 이러한 가치관이 여성의 사회적 성을 가정과 남성에게 국한 시킴을 알 수 있다.

③ 페미니즘

페미니즘은 사회적으로 억압되어 있는 여성의 권리 회복을 위해 여성 억압의 원인과 상태를 파악하고, 이를 통해 궁극적으로 여성 해방을 지향하는 운동 또는 이러한 운동의 기반이 되는 이론을 의미한다(Price & Shildrick, 1999; Schiebinger, 2000). 19세기 후반에 시작된 초기 페미니

즘이 여성의 정치적, 사회적 평등을 법적인 테두리 안에서 보장 받기 위한 것이었다면, 20세기 중반에 시작된 2차 페미니즘은 사회심리적 영역에서의 성적 불평등을 해소하기 위한 것이었다. 여성의 외모와 관련된 페미니즘은 이러한 2차 페미니즘이 활성화되면서 사회적 관심을 받기 시작했으며, 오늘날까지 다양한 논의가 진행 중이다(Tyner & Ogle, 2009).

페미니즘을 기반으로 여성의 외모를 바라보는 시각은 다양하게 병존하고 있다. 이중에서도 여성에 대한 사회적 구속이 내면화되어 사회적 억압을 인식하지 못하는 현상이 일어나고 있다. Tyner and Ogle(2009)은 여성의 신체가 권력 탑재의 수단이 되고 있는 현실과 함께 여성의 신체가 갖고 있는 양가성을 비판하였다. McKinley and Hyde(1996)는 여성의 신체가 객체화된 현대 사회를 비판적 태도로 견지하며, 신체 객체화 척도(OBC: Objectified Body Consciousness Scale)를 신체 감시(surveillance), 신체 수치심(body shame), 외모 통제 신념(appearance control beliefs) 등의 세개의 하위 범주로 제시하였다. Reilly and Rudd(2009)는 외모의 아름다움으로 인해 발생하는 사회적 불안(social anxiety)이 여성 신체의 객체화와 사회적 미적 기준의 내면화 현상과 연관이 있음을 주장하였다. 또한, 이운정(2004)은 미국 여대생을 연구의 대상으로 하여 객체화된 신체 의식을 신체 통제 신념을 통해 알아보고, 이러한 신념이 신체 만족도에 미치는 영향력을 살펴보았다. 이처럼 페미니즘을 기반의 연구들은 불합리하게 형성되어 있는 미적 기준으로 인한 속박을 비판하고, 이러한 연구를 통해 불합리한 현실에 대한 개선을 촉구하였다.

이러한 페미니즘 관점의 연구에도 불구하고, 현실 세계에서는 외모에 대한 사회적 비교와 경쟁 심리로 인해 사회적 이상미를 내면화하는 현상이 발생한다. Rubin et al.(2004)는 페미니즘적 가치관에 동조하는 여성 25명에 대한 질적 연구를 통해, 이들이 페미니즘의 신념을 갖고 있음에도 불구하고 신체 이미지, 자아 인식 등에 있어 신체의 객체화 현상에 영향을 받고 있음을 밝혔다. 또한, Rudd and Lennon(2000)은 여대생을 대상으로 한 질적 연구를 통해 여성들이 사회적으로 이상적 이상미를 내면화하고 있으며, 이러한 이상미가 점차 사회적 규범이 되고 있음을 밝혔다. 또한, 신체는 개인의 노력에 따라 변할 수 있는 통제 가능한 대상이라 인식 역시

증가하고 있는 것으로 나타났다.

2. 외모의 아름다움에 대한 인식의 기준

외모의 아름다움을 인식하는 기준은 곧 외모를 평가하는 기준이다. 외모 아름다움에 대한 인식이 주관적 견해를 따른다는 관점을 기반으로 하였을 때, 외모를 평가하는 기준은 사회문화의 맥락을 기반으로 특정 문화의 이상미 형성에 영향을 미친다. 본 연구에서는 외모의 아름다움에 대한 인식의 기준을 크게 객관적으로 수치화할 수 있는 이상적 외모의 조건, 외모 각 부분의 결합을 통해 형성되는 이상적 외모 이미지로 나누어 접근하였다. 이상적 외모의 조건은 신체 사이즈의 객관적 측정과 신체 지수(body index)를 기반으로 유추되는 비례, 균형, 조화 등으로 평가할 수 있다. 그러나, 이상적 외모의 조건은 객관적인 수치로 제시될 수 있지만 이러한 수치 역시 주관적 아름다움을 기반으로 형성된다. 이상적인 외모의 이미지는 신체 각 부분의 계슈탈트적 결합에 의해 형성되는 이미지를 의미하는 것으로, 신체 각 부분의 특성보다는 외모 각 부분의 조합을 통해 형성되는 전반적인 이미지를 의미한다.

(1) 이상적인 외모의 조건

주관적 아름다움의 견해를 기반으로 외모의 아름다움을 인식한다 하더라도, 특정 문화권의 이상적 외모의 조건은 객관적으로 수치화할 수 있다. 아름다운 외모의 객관적 수치화와 관련된 선행 연구는 크게 신체 사이즈의 객관적 측정을 통해 이상적인 외모의 조건을 밝힌 연구, 신체 지수(index)를 기반으로 이상적인 외모의 조건을 밝힌 연구로 구분된다.

① 신체 사이즈의 객관적 측정

신체 각 부위의 길이, 몸무게 등의 신체 사이즈를 객관적인 측정 도구를 사용하여 측정한 후, 이를 기반으로 이상적인 외모의 조건을 검증한 연구가 진행되었다(남궁윤선, 한자영, 2005; 남윤자, 이승희, 2001; 박우미,

2000). 신체 치수의 객관적인 측정은 의복을 제작함에 있어 신체의 맞춤형 패턴을 위한 중요한 요소이므로, 이와 관련된 연구는 의류학 분야에서도 특히 피복 인간 공학, 의복 패턴 개발 등의 연구 분야에서 활발히 이루어졌다. 신체 사이즈의 객관적 측정과 관련된 연구는 기성복 생산을 위한 패턴 개발의 가장 기본적이면서도 핵심적인 자료를 제공하였다. 더불어 최근 증가하고 있는 신체 사이즈에 대한 복식 사회 심리적 접근은 신체의 아름다움을 객관적 아름다움의 관점에서 검증할 수 있는 시각을 제시하였다는 점에서 주목할 만하다. 다시 말해, 이러한 신체 사이즈에 대한 복식 사회 심리적 접근을 통해 특정 문화권의 이상미에 해당하는 외모의 특성을 가늠할 수 있다.

남윤자와 이승희(2001)의 연구에서는 한국과 미국 여대생의 체형을 객관적 측정 도구인 마틴 인체 계측기를 사용하여 실측하였으며, 인지 체형과 만족도는 설문지를 통해 파악하였다. 특히 이들의 연구에서는 KS A 7003을 통해 인체 계측 항목과 계측 기준을 설정하여 수치적 객관화에 기여하였다. 박우미(2000)는 손, 엉덩이, 다리, 허리, 넓적 다리 등의 둘레와 키, 몸무게 등의 다양한 신체 부위를 실측하고 이상의 신체 사이즈가 신체 만족도와 어떠한 관계를 보이는지 검증하였다. 남궁윤선과 한자영(2005)은 미스코리아 대회와 슈퍼모델 선발 대회의 수상자들의 신체 치수 변화 과정을 시대 별로 살펴봄으로써 현대 한국 사회의 이상적 신체 치수의 변천을 검증하였다.

② 신체 지수(body index)를 통한 이상적 외모 조건의 파악

신체 사이즈를 통해 도출된 지수(index)를 기반으로 이상적인 외모의 조건을 파악하는 연구들이 진행되었다. 이들 연구들은 이상적인 외모의 조건을 객관적인 지수로 간략하게 제시함으로써, 이상적인 외모의 특성을 파악하는 기준을 제공하였다. 과거에는 주로 체중과 키를 통해 지방의 양을 추정하는 비만 측정법인 체질량지수(BMI: Body Mass Index)가 연구에 사용되었다(Jung & Lee, 2006; Neumark-Sztainer et al., 2002). 그러나 최근에는 서구적 외모의 특성이 사회적 이상미가 되면서, 서구적 외모의 특성을 고려한 신장 대 다리 길이(LBR: Leg-to-Body Ratio), 허리 대 엉

덩이 둘레(WHR: waist-to-hip ratio), 허리 대 가슴 둘레(WCR: Waist-to-chest ratio) 등이 체형 파악을 위한 지수로 사용되고 있다(Fan et al., 2004; Swami & Tovée, 2005a; Swami & Tovée, 2005b; Swami et al., 2006; Swami et al., 2007; Singh, 1993; Tovée et al., 1999; Tovée & Cornelissen, 2001; Tovée et al., 1999).

Jung and Lee(2006)는 한국과 미국의 여대생을 연구의 대상으로 하여 BMI를 기준으로 이들을 과 체중(BMI 25 이상), 보통 체중(BMI 20~25), 저 체중(BMI 20 미만) 집단으로 구분하였다. 이 연구에서는 실제 체형과 이상 체형의 차이, 다이어트 행동의 차이, 자아 존중감 등 개인의 심리적 차이, 신체 만족도의 차이 등을 검증하였다. Neumark-Sztainer et al.(2002)은 미국에 거주하는 유럽계, 아프리카계, 아시아계 등 다양한 문화권의 남녀 청소년의 체질량 지수(BMI)를 통해 실제 체형을 측정 한 후, 실제 체형이 체중과 관련된 인식과 행동에 어떠한 영향을 미치는지 살펴 보았다. 그 결과, 대부분의 문화권에서 외모와 관련된 청소년의 이상 행동과 심리적 압박을 발견할 수 있었으나, 그 중에서도 아시아계와 아프리카계 문화권에서 이러한 위험성이 더 큰 것으로 나타났다.

Swami and Tovée(2005a), Swami et al.(2006), Tovée and Cornelissen(2001), Tovée et al., (1999) 등의 연구에서는 체형을 파악하는 지수로 체질량지수(BMI)와 함께 허리 대 엉덩이 둘레(WHR)을 사용하였다. 이들 연구에서 허리 대 엉덩이 둘레(WHR)를 함께 사용함으로써, 복부 비만 등 건강을 고려한 체형과 모래시계형 몸매로 대변되는 서구적 외모의 이상미를 함께 파악할 수 있었다. 이 밖에도, Swami et al.(2007)의 연구의 전신 대 다리 길이(LBR: leg-to-body ratio), Fan et al.(2004), Singh(1993)의 연구의 허리 대 엉덩이 둘레(WHR: waist-to-hip ratio), Swami & Tovée(2005)의 허리 대 가슴 둘레(waist-to-chest ratio)등이 서구적 외모의 특성 파악을 위해 사용되었다.

최근에는 문화적 맥락이 사회적 이상미에 미치는 영향력에 주목하여, 신체 지수를 통해 특정 문화권에서 이상적인 외모의 조건을 비교하는 연구들이 진행되었다(남윤자, 이승희, 2001; 박우미, 2000; 이승희 외, 2001; Jung & Lee, 2006; Swami et al., 2007; Swami et al., 2011).

이상과 같이 살펴본 선행 연구들은 연구 대상, 연구 방법 등에서 차이를 보이고 있음에도 불구하고, 현대 여성의 이상적 신체가 마르고 길며 가늘어지는 경향이 있다는 공통된 결과를 도출하였다. 또한, 동서양에 관계 없이 특정 문화권에서 선호되는 외모의 차이가 감소하고 있는데, 이는 동양 문화권이 갖고 있는 외모에 대한 인식이 서구화되고 있기 때문이다.

(2) 이상적인 외모의 이미지

외모의 아름다움을 인식하고 평가하기 위한 기준으로 외모의 객관적 수치 역시 중요한 요인이지만, 외모가 갖고 있는 게슈탈트적(gestalt) 특성으로 인해 개개인이 형성하게 되는 고유한 이미지 역시 중요한 요인이다. 게슈탈트(gestalt)라는 용어는 형태라는 뜻을 가진 독일어에서 유래하였다(김경희, 2000). 게슈탈트적 견해에 의하면, 특정한 대상이나 현상의 파악을 위해서는 세부 구성 요소보다 전반적인 형태의 파악이 중요하다. 또한, 전체는 부분의 합으로 단순하게 파악할 수 없으며 단순한 합 이상의 성질을 갖는다. 따라서, 부분의 개별적 의미는 고정되어 있지 않으며 전체 안에서 변동적인 의미를 갖는다. 이러한 게슈탈트의 개념을 외모 이미지에 적용하면, 객관적인 수치로 측정 가능한 외모 각 부분이 모여 부분의 합 이상의 외모 이미지를 만들어낸다. Cash(1989)는 이와 같은 외모의 게슈탈트적 특성을 연구에 반영하여, 신체 만족에 영향을 미치는 요소는 외모의 게슈탈트적 특성과 신체 각 부분의 합에 의해 결정된다고 하였다.

외모의 게슈탈트적 이미지와 관련된 선행 연구들은 외모의 다양한 이미지들을 관련 형용사를 통해 규정하고, 특정한 사회문화적 환경 하에서 어떠한 이미지가 선호되는지 검증하였다(송선옥, 이인자, 2001; 오윤경, 이경희, 2006; Dewall et al., 2005; Solomon et al., 1992). 송선옥과 이인자(2001)는 대학교 졸업 앨범 속 사진을 남녀 대학생에게 제시한 후, 자극물을 통해 연상되는 형용사를 측정하였다. 오윤경과 이경희(2006)는 한국인 여성 연예인의 사진을 통해 이들의 이미지 평가하여 한국 사회에서 선호되는 여성의 이미지로 elegant, natural, tough, romantic, sexy 등의 형용사를 도출하였다. Dewall et al. (2005) 역시 여성의 이미지를 표현하는

형용사를 추출하여 professional, feminist, homemaker, female athlete, beauty, temptress 등의 단어를 제시하였으며, Solomon et al.(1992)은 classic beauty/feminine, sensual/exotic, sexy-kitten, trendy, cute, girl-next-door 등의 형용사를 통해 미국 사회에서 선호되는 여성 외모의 이미지를 제시하였다. 이상의 선행 연구에 나타난 형용사들은 모두 특정한 문화의 맥락을 반영한 것이므로 각각의 연구 결과에 큰 차이가 있었다. 그러나 이들 연구에 있어 각각의 문화권 별로 어떠한 맥락이 특정 이미지의 선호에 영향을 미치는가에 관한 언급이 부족하다는 아쉬움이 있다.

3. 외모의 아름다움에 대한 인식의 결과

외모의 아름다움에 대한 인식은 개인의 심리와 행동에 영향을 미친다. 외모의 아름다움에 대한 인식을 통해 인간은 자의식을 형성하고 외모의 아름다움을 유지, 향상, 발전시키기 위한 외모 관리 행동을 시행한다. 본 연구에서는 문화의 영향을 받아 형성되는 외모의 아름다움에 대한 인식 결과를 개인의 심리적 상태, 자의식 형성과 외모 관리 행동으로 나누어 살펴보았다.

(1) 개인의 심리적 상태, 자의식 형성

사회문화적 맥락에 영향을 받아 형성된 외모의 아름다움에 대한 인식은 개인의 심리적 상태와 자의식 형성에 영향을 미친다. 외모는 자아를 담는 그릇이기 때문에, 외모의 아름다움에 대한 인식은 개인의 심리적 상태에 영향을 미치며 이는 곧 자의식의 형성으로 이어진다(Damhorst et al., 2005; Kaiser, 1990).

외모의 아름다움에 대한 인식을 개인의 심리적 관점에서 바라본 연구들은 신체 이미지(body image)의 개념에 주목하였다. 개인이 스스로의 외모를 바라보는 상은 하나의 이미지를 형성하게 되는데, 이는 곧 신체 이미지가 된다(Rudd & Lennon, 2001). Rudd and Lennon(2001)은 미학과 사회심리학적 범주를 통합하여, 의류학적 관점에서 신체 이미지 관련 연구를

체계화하였다. 이들은 신체 이미지를 “인간이 스스로의 신체에 대해 갖고 있는 정신적 상(mental picture)으로, 인지적이고 감정적인 측면을 모두 갖고 있다”고 하였다. 더불어 이들은 의복을 입고 있는 신체(dressed body)의 개념을 정리함으로써, 외모와 관련된 연구가 의류학에서 활성화될 수 있음을 제시하였다.

신체 이미지는 신체 만족에 영향을 미치게 되는데, 신체 만족은 개인이 스스로에 대해 갖게 되는 인식 중에서 신체의 범주를 넘어서 자의식의 범주에까지 영향을 미친다. 다양한 선행 연구들이 외모의 아름다움이 자아 존중감(self-esteem), 자아 효능감(self-efficacy), 거식증(anorexia)이나 폭식증(sitomania)과 같은 섭식 장애(eating-disorder), 사회적 불안감(social anxiety) 형성 등 개인의 자의식에 미치는 영향력을 밝혔다(Jung & Lee, 2006; Lennon & Rudd, 1994; Lennon et al., 1999; Reilly et al., 2008; Reilly & Rudd, 2009; Rudd & Lennon, 2000). 이들 연구들은 외모에 대한 부정적 이미지가 부정적인 자의식으로 이어져 낮은 자아 존중감과 자아 효능감을 형성하게 되며, 이는 개인의 자의식 전반에 부정적 영향을 미친다고 하였다.

Jung and Lee(2006)는 한국과 미국 여대생의 비교문화연구를 통해, 부정적인 신체 이미지가 부정적인 자아 존중감 형성에 미치는 영향력을 검증하였다. Lennon and Rudd(1994)는 부정적 신체 이미지가 신체 만족과 자아 존중감 형성에 미치는 부정적 영향력을, Lennon et al.(1999)는 한국, 싱가포르, 아프리카계 미국인, 유럽계 미국인 여대생을 대상으로 한 비교문화 연구를 통해 부정적 신체 이미지가 자아 존중감, 외모에 대한 평가에 미치는 부정적 영향력을 밝혔다. Rudd and Lennon(2000)는 여대생을 대상으로 한 질적 연구를 통해 신체 이미지가 신체 만족, 외모 관리 행동에 미치는 영향력을 밝혔다. 이들 연구들은 각기 다른 연구의 대상, 문화권, 시기를 기반으로 시행되었으나, 대부분의 연구 결과에서 부정적인 신체 이미지가 신체 만족, 자아 존중감에 미치는 부정적 영향력을 밝힘으로써 신체와 자아 형성 간의 관련성을 검증하였다.

지금까지 외모 이미지와 개인의 심리 상태에 관련된 연구들이 이들 간의 부정적 영향력에 집중되었다면, 최근에는 긍정적 영향력과 관련된 연구가

진행되어 주목할 만 하다. Wood-Barcalow et al.(2010)은 여대생을 대상으로 한 질적 연구를 통해 긍정적인 신체 이미지가 형성될 수 있는 개인적, 사회적 기제에 대해 밝혔다. 그 결과, 개성적인 아름다움의 추구, 외모의 기능적 측면에 대한 인식, 광고와 미디어와 같은 주변의 환경적 자극에 대한 올바른 수용, 외모에 대한 다양성 인정, 외모의 대한 인정과 수용 등이 긍정적 신체 이미지를 형성하는 주요 요인임을 밝혔다. 이와 같은 탐색적 접근을 기반으로 향후 신체 이미지를 바라보는 다양한 관점의 연구가 확산될 수 있으리라 생각된다.

(2) 외모의 아름다움을 유지, 향상시키기 위한 외모 관리 행동

사회적 이상에 부합하는 외모의 아름다움을 달성하기 위해 현대인들은 다양한 외모 관리(physical appearance management) 전략을 취한다. 이러한 경향은 독립적인 성향을 가진 사람보다 사회 구성원과 상호 의존적인 성향을 가진 사람에게서 더 강하게 나타난다(박은아 외, 2009). 다시 말해 사회 구성원과의 상호 작용에 강한 의미를 부여할수록 사회적 고정 관념과 규범에 민감하게 반응하여, 자신의 외모 역시 사회적인 기준에 맞추고자 하는 것이다. 그러나 현대 사회의 이상적 아름다움은 미디어를 통해 현실에서 달성하기 어렵게 왜곡되었으며, 일반인들은 사회적 이상미에 대한 집착으로 인해 과도한 강박과 불안을 경험하고 있다.

외모를 아름답게 장식하고자 하는 인간의 욕구는 의복을 세상에 출현시킨 원천이 되었다(김민자, 2004; Damhorst et al., 2005; Kaiser, 1990). 의복의 범주가 단순히 외모를 감싸는 섬유 제품을 넘어 외모를 장식하고 변형시키는 다양한 행동 양식으로 확장되면서, 의복은 곧 외모를 관리하는 모든 것을 의미하게 되었다. 이러한 영향으로 의복을 연구 대상으로 삼는 의류학에서도 단순히 의복을 통한 외모 관리 행동이 아닌, 의복, 화장, 미용, 체중 관리, 성형 수술 등 광의의 의복을 포괄하는 외모 관리 행동과 관련 연구가 이루어졌다. 본 연구에서는 Roach-Higgins and Eicher(1992)가 제시한 바와 같이, 외모 관리 행동을 크게 체중 관리, 성형과 같은 신체 변형(body modification)과 의복, 화장과 같은 신체 부착(body

supplement)으로 구분하여 관련 연구를 고찰하였다.

① 신체 변형: 체중 관리, 성형

이상적인 외모가 사회적 고정 관념과 규범을 형성하게 되면서 사회의 구성원들은 이를 내면화시켰으며, 내면화된 사회적 기준을 일상에서 현실화하기 위해 다양한 방법을 통해 외모 관리를 시행하고 있다(손은정, 2011; Kim & Lennon, 2006; Lee & Johnson, 2009; Reilly & Rudd, 2009; Rudd & Lennon, 2000).

체중 관리와 성형 같은 외모 변형을 통한 외모 관리 행동은 타 방법보다 쉽고, 간편하며, 빠르고 효과적이라는 인식이 확산되면서, 사회적 이상미에 빠르게 근접하고자 하는 이들의 관심을 끌었다(유창조, 정혜은, 2002; 임인숙, 2002; 손은정, 2011; Kim & Lennon, 2006). 그러나 체중 관리는 섭식 장애(eating disorder)를, 성형은 성형 중독(cosmetic surgery addiction)과 같은 신체적, 정신적 부작용을 일으킬 수 있다는 점에서 사회적 경각심이 고조되고 있다(손은정, 2011; Kim & Lennon, 2006; Kim & Lennon, 2007; Lennon & Rudd, 1994).

이러한 현상을 반영하여 섭식 장애와 성형 중독과 같은 외모 관리의 부작용에 대한 연구가 활발하게 진행되었다. 섭식 장애와 성형 중독은 전혀 별개의 현상이지만, 두 현상의 원인이 되는 심리적, 사회적 요인은 상호 강한 연관성이 있다. 선행 연구에 나타난 관련 요인으로는 개인의 심리적 차원인 자아 존중감(손은정, 2008; 손은정, 2011; Kim & Lennon, 2007), 신체 이미지에 대한 태도(손은정, 2007a; 손은정, 2011; Kim & Lennon, 2007), 신체 불만족(손은정, 2008; 손은정, 2011; Kim & Lennon, 2007), 신체 감시(손은정, 2007a; 손은정, 2007b) 등의 요인과, 사회문화적 차원인 사회문화적 가치의 내면화(손은정, 2007; 손은정, 2008; Kim & Lennon, 2006; Lee & Johnson, 2009; Rudd & Lennon, 2000), 객체화된 신체 의식(Kim & Lennon, 2006; Lee & Johnson, 2009; Rudd & Lennon, 2000), 왜곡된 미의식의 확산(손은정, 2007a) 등이 있다. 이러한 요인들은 모두 앞서 살펴보았던 외모의 아름다움에 대한 사회적 비교, 사회적 경쟁, 사회적 성을 통해 형성되는 개인의 심리적 상태, 사회적 고정 관념과 규범 등과

연관이 있다. 이렇듯 외모의 아름다움과 관련된 다양한 현상들이 상호 유기적으로 연관되어있기 때문에, 본 연구에서와 같이 외모의 아름다움에 대한 통합적 관점의 연구가 필요하다.

② 신체 부착: 의복, 화장

외모를 변형시키는 효과가 강한 체중 관리와 성형은 위험한 외모 관리 행동(risky physical appearance management)을 유발할 가능성이 있는 것에 반해, 의복과 화장은 외모를 장식하는 기능이 강하다. 의복과 화장은 부착을 통해 신체를 변형시키지 않고 외모를 장식하는 미적 효과를 갖는다. 그러나 의복과 화장 역시 사회적으로 외모의 아름다움을 인정받고자 하는 기제가 작용하는 외모 관리 행동이기 때문에, 미적 기능과 함께 사회적 기능 역시 함께 고찰한 연구들이 진행되었다(김기범, 차영란, 2006; 김양하 외, 2007; 박은아, 2003; Johnson et al., 2007; MacGillivray & Wilson, 1997; Park et al., 2009).

박은아(2003)는 한국 사회에서 화장이 갖는 사회적 의미를 밝힌 연구를 통해, 화장은 아름다움을 추구하는 여성의 미적 행동임과 동시에 사회의 구성원으로써 지켜야 할 규범이라 하였다. 한국 사회에서 화장을 하지 않는다는 것은 외모 관리에 대한 개인의 성향에 그치지 않고, 사회적 규범을 지키지 않는 일탈 행동으로 간주되었다. 이는 한국 여성들이 화장을 외모를 아름답게 가꾸는 미적 행동으로 인식하지 않고, 사회적 규범을 준수하기 위한 수동적이고 타인 의존적인 행동으로 인식하기 때문이었다. 이러한 박은아(2003)의 연구 결과는 이후에 이루어진 김기범과 차영란(2006), 김양하 등(2007)의 연구에서도 유사한 맥락을 보였다. 김기범과 차영란(2006), 김양하 등(2007)의 연구에서도, 한국 여성에게 있어 화장은 아름다움에 대한 추구하고 사회적으로 인정받고 싶은 욕구를 동시에 충족시키는 행위였다. 이들 연구에서는 추가적으로 여성성과 성인의 사회적 승인이라는 화장의 의미를 발견하였다. 이렇듯 외모 관리 행동으로써의 화장이 아름다운 외모에 대한 미적 추구를 넘어 사회적 인정의 의미를 갖는 것은 비단 한국 사회만의 현상이 아니다. Workman and Johnson(1991)이 미국 여대생을 대상으로 화장이 갖는 사회적 정보 기능을 밝힌 연구에서도, 화

장이 개인의 매력, 여성성, 개성, 도덕성 등을 가늠할 수 있는 정보원으로 작용할 수 있음이 밝혀졌다.

화장과 관련된 선행 연구와는 달리 의복과 관련된 연구들은 의복의 선택, 사용 등에 영향을 미치는 개인의 특성과 사회문화적 특성에 대해 주로 다루었다(유희, 최선형, 2012; Johnson et al., 2007; MacGillivray & Wilson, 1997; Moody et al., 2009; Park et al., 2009). 의복과 관련된 외모 관리 행동에 영향을 미치는 개인적 특성은 크게 심리적 요인과 신체적 요인으로 구분된다. 심리적 요인은 개인의 감정 혹은 분위기, 개성, 외향성과 개방성과 같은 사회성 등이(유희, 최선형, 2012; Johnson et al., 2007; Moody et al., 2009), 신체적 요인은 체형, 비만 정도 등인 것으로 나타났다(Park et al., 2009). 더불어 사회문화적 특성은 의복을 선택하는 시기에 대한 생애사적 접근(허윤희, 배현숙, 2012; Jackson & O'Neal, 1994; MacGillivray & Wilson, 1997), 의복을 선택하는 장소와 역할 등(유희, 최선형, 2012)이 주로 연구되었다. 외모 관리 행동의 관점에서 보았을 때 의복은 화장과 마찬가지로 개인의 미적 가치 추구하고 사회문화적 가치를 공통적으로 추구하고 있으므로, 이와 관련된 추가적 연구가 필요하리라 생각된다.

제 3 절 외모의 아름다움 인식에 대한 비교문화연구

외모의 아름다움에 대한 인식은 문화적 맥락을 기반으로 이루어지는 문화의 산물이다. 이러한 이유에서 외모의 아름다움을 이해하기 위해서는 문화에 대한 이해가 선행되어야 한다. 본 연구는 한중일 문화권의 여성이 인식하는 여성 외모의 아름다움을 이해하기 위해, 한중일 문화에 대한 비교문화연구를 시행하고자 한다. 이를 위해 본 절에서는 우선 문화의 개념을 문화적 패턴의 관점에서 살펴보고, 비교문화연구의 정의와 범주를 확고히 하였다. 또한 비교문화연구의 분석 방법을 문화적 패턴의 관점에서 살펴보고, 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 문화적 패턴을 정리하였다. 이어 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 한국, 중국, 일본의 문화적 패턴을 홉스테드(Hofstede)의 문화적 가치 체계와 사회적 비교, 사회적 경쟁

의 관점에서 살펴보았다. 마지막으로 비교문화 관점 기반으로 진행된 외모 아름다움과 관련된 선행 연구를 고찰하였다.

1. 문화와 비교문화연구

여기서는 비교문화연구를 시행하기에 앞서, 문화에 대한 개념을 관련 선행 연구를 통해 정립하고 나아가 문화의 특징이 모여 하나의 패턴을 형성하는 패턴화 현상을 살펴보았다. 더불어 문화에 대한 이해를 기반으로 비교문화연구의 연구 범위와 연구 관점에 대해서도 살펴보았다.

(1) 문화와 문화의 패턴

아름다움의 개념은 특정한 시대의 문화를 반영하여 변화한다. 본 연구는 이러한 점에 주목하여 한국, 중국, 일본 문화권의 여성이 인식하는 아름다움을 문화적 맥락을 기반으로 고찰하였으며, 이를 위해 일차적으로 관련 선행 연구를 중심으로 문화의 정의를 알아보았다.

문화라는 용어는 라틴어 ‘colere(경작하다)’를 어원으로 하며, ‘경작하다’란 의미를 인간에게 부여하게 되면 ‘교육하다’라는 표현이 가장 적합한 용어가 된다(김민자, 2004; 홍덕선, 박규현, 2009). 다시 말해 문화란 문화의 구성원들이 이전 세대에 축적된 사회문화적 가치를 교육받는 과정을 통해 개발되고 전승된다. 이러한 문화의 어원적 접근은 문화의 교육적 측면을 강조한 것이다.

지금까지 다양한 학자들이 관련 연구를 통해 문화에 대한 정의를 내렸다. 비교문화연구의 분석 틀을 제시한 Hofstede(1983)는 문화란 ‘한 집단 또는 한 범주를 구성하는 사람들을 다른 집단 또는 다른 범주의 구성원들과 구별되게 만드는 집합적 정신 프로그램’이라 정의하면서, 한 사람의 정신 프로그램은 그가 살아온 생활 경험을 축적한 사회 환경 속에 뿌리를 두고 있으며 그 프로그램의 주입은 가족 안에서 시작되고 이웃, 학교, 직장, 지역 사회 안에서도 일어난다고 하였다. Williams(1981)는 문화란 ‘특정한 문화적 활동 혹은 관심사의 성과물로서, 사람들이 예술과 지적 활동의

작품을 의미할 때 사용하는 복잡한 단어' 라고 하였다. Tylor(2010)는 문화란 '사회의 한 구성원으로써 인간이 습득한 지식, 신앙, 예술, 도덕, 습관, 능력들을 포함하는 복합적 총체' 라 정의하였다. 조윤진 등(2006)은 '문화란 인간의 사회 생활에서 파생된 정신적, 물질적 요소를 모두 포함하는 것이며, 이러한 문화는 한 집단 내지 한 범주 구성원들의 가치관과 행동을 특징짓는 것' 이라 하였다. 이상과 같이 살펴본 문화의 정의를 종합하였을 때, 문화란 '특정한 문화 구성원들의 가치관과 행동에 영향을 미치는 집합적 정신 프로그램으로, 인간이 이룩한 지적 활동을 통해 전승되는 복합적 총체' 라 정의 내릴 수 있다.

이렇듯 문화는 문화 구성원들의 가치관과 행동에 포괄적인 영향력을 행사한다. 다시 말해 문화는 문화 구성원들이 사물을 바라보는 렌즈의 역할을 하게 되는데, 이러한 렌즈는 사물을 바라보는 무의식의 범주에 속하게 되어 의식적 관심의 대상이 되지 못한다(Benedict, 2008; Hall, 1981). 문화의 구성원들은 무의식적으로 문화의 영향을 받아, 문화를 기반으로 삶과 연관이 있는 대상을 인식하고, 삶의 방식을 결정하며, 삶과 연관이 있는 가치의 체계를 형성한다.

문화 구성원의 삶에 무의식적 영향력을 행사하는 문화는 특정 문화권에서 지속적이고 집합적으로 발현된다. 문화에 기반을 둔 삶의 방식들은 문화 구성원의 생각과 행동에서 발견되는 지속적이고 일관적인 특성의 원인이 되는데, 이는 문화가 고유의 패턴을 형성하기 때문이다. 문화의 패턴이란 Benedict(2008)의 저서 '문화의 패턴(patterns of culture)' 을 통해 처음 제시된 개념으로, 문화를 구성하는 다양한 영역이 통합됨으로써 나타나는 일관된 특성을 의미한다. 문화의 패턴은 문화를 구성하는 다양한 요소가 보여주는 특징들의 총합을 의미하지 않으며, 그보다는 문화의 특징들이 상호 작용을 일으켜 특정 문화만의 지속적이며 고유한 통합적 양상으로 나타나게 된다. 이러한 문화의 패턴은 이후에 제시된 비교문화연구의 다양한 분석 틀과 유사한 개념이다. 문화의 패턴은 문화의 여러 구성 요소를 아우르는 영향력을 행사하며, 개별 문화만의 고유한 문화의 양상을 밝히는 주요 수단으로 사용되고 있다.

(2) 비교문화연구의 정의와 범주

문화가 인간의 삶에 미치는 영향력에 대한 주목을 기반으로, 비교문화연구의 중요성 역시 함께 증대되었다. 문화가 삶을 바라보는 무의식의 렌즈 역할을 하고 있기 때문에, 대부분의 문화권에서는 자기 문화의 양상을 올바르게 파악하는데 어려움이 있다. 무의식적 일상이 된 문화를 편견 없이 파악하기 위해서는 타 문화권과의 비교가 필요하며, 이러한 이유에서 비교문화연구의 중요성이 증대되고 있다(Benedict, 2008).

비교문화연구는 문화 간에 발생하는 차이와 특정 문화만의 고유한 특성, 여러 문화에 포괄적으로 적용되는 보편적 특성을 밝히는데 주안점을 두고 있다. 비교문화연구란 ‘제한된 현상을 통해 문화 간의 동일성과 차이점을 연구하는 것(조운진 외, 2006)’, 혹은 ‘전 세계의 여러 문화 집단을 두 개 혹은 그 이상 선정하여, 문화 간의 상관 관계를 규명함으로써 서로의 특수성과 보편성의 다양한 문화 현상을 비교하는 연구(Jandt, 1998)’로 정의할 수 있다.

비교문화연구를 접근하는 관점은 문화의 ‘특수성’과 ‘보편성’을 기반으로 한다. 문화적 특수성이란, 특정 문화권 고유의 행동 양식을 의미하는 것으로, 이를 통해 사회의 규범, 태도, 개성이 문화 간에 어떠한 차이를 보이는지 밝힐 수 있다(de Mooij, 2007). 반면에 문화적 보편성이란, 다양한 문화에 걸쳐 공통적으로 나타나는 범문화적 패턴을 의미하는 것으로, 이를 통해 문화를 초월하는 인류의 보편적 특성을 파악할 수 있다(Hui & Triandis, 1985). 비교문화연구는 각 문화의 상호 비교를 통해 보편성과 특수성을 도출하여, 문화를 통해 나타나는 현상과 과정을 이해할 수 있다(이노미, 2005).

비교문화연구는 시공간적 차원의 구분을 기준으로 하여 통시적 접근(diachronic approaches)과 공시적 접근(synchronic approaches)이 가능하다. 통시적 접근은 한 사회의 문화적 특성을 역사적 맥락에서 연구하는 것으로, 특정 집단의 문화가 시간에 따라 어떻게 변화하여 오늘에 이르고 있는가를 연구하는 것이다. 반면에 공시적 접근은 특정한 시대 내부의 문화를 선정하여 각 문화의 특성을 비교 연구하는 것으로, 특정 시점과 지역

에 대한 문화 현상과 문화 체계에 대한 비교 분석이 가능하다(이노미, 2005). 현대 사회에서는 한 사회에 하나의 문화가 아닌 다수의 문화들이 중첩되어 있으므로, 문화 내 문화(cultures within cultures)로서 하위 문화(subculture) 역시 비교문화연구의 대상이 될 수 있다. 사회 계층과 인종, 성 역할, 지역, 성적 집단의 기초가 되는 하위 문화는, 지배 문화 내 소수 집단의 문화로서 문화의 다양성에 있어 중요한 의미를 갖고 있다(이노미, 2005).

글로벌화된 현대 사회의 구성원들은 상호 의존적이고 유사한 삶을 살아가고 있다. 그러나 글로벌화가 심화될수록 개별 문화 간의 충돌이 심화되고 개별 문화의 고유한 특성 역시 강화되고 있다. 이러한 시점에서 비교문화연구의 중요성이 증대되었다. 글로벌 문화의 확산 이면에 나타나고 있는 개별 문화 간의 갈등을 이해하고, 자문화의 특성과 한계, 문제점을 도출하며, 타 문화에 대한 이해를 증진시키기 위해서는 다양한 문화권을 대상으로 한 비교문화연구가 시행되어야 한다(이영철, 1996). 문화 상대주의적 관점에서 비교문화연구를 시행함으로써, 타 문화에 대한 고정 관념과 편견을 해소하고 문화적 충격과 갈등을 최소화하여, 이를 통해 타 문화에 대한 이해를 높일 수 있다(이노미, 2005).

외모의 아름다움은 사회문화적 가치의 체득을 통해 주관적으로 인식하게 되는 반응이다. 이러한 이유로 아름다움의 기준은 역사적으로 그 시대의 문화와 가치에 맞게 변화하는 양상을 보이며, 동일한 시각에도 지역적 차이에 따른 다양성이 존재한다. 이러한 이유로 사회문화적 가치의 산물인 아름다움에 대한 명확한 인식을 위해서는 비교문화적 관점이 필요하다. 본 연구에서는 ‘무엇을 아름답다고 인식하는가’에 대한 심도 깊은 이해를 위해 한국, 중국, 일본 문화권을 연구 대상으로 선정하여 이들 문화권의 외모의 아름다움에 대한 인식을 상호 비교하고자 한다.

2. 비교문화연구의 분석 틀

문화의 특성을 파악하기 위해 여러 가지 문화적 특징에 포괄적으로 적용할 수 있는 비교문화연구의 분석 틀이 제시되었다. 비교문화연구의 분석

들은 특정 문화에서 나타나는 다양한 문화적 현상을 설명하는 요인임과 동시에 특정한 문화의 패턴이 되기도 한다. 여기서는 다양한 연구자에 의해 제시된 비교문화연구의 분석 틀을 문화적 패턴의 관점에서 살펴보았다.

Hofstede(1983, 2001)와 Hofstede et al.(2010)은 다국적기업인 IBM의 53개국 직원 100만 명을 연구의 대상으로 하여, 인간의 문화 행태에 영향을 미치는 문화적 가치 체계를 비교문화연구의 분석 틀로 제시하였다. 홉스테드(Hofstede)는 1983년도를 기점으로 하여 최근 2010년에 개정하여 제시된 일련의 연구를 통해, 권력 거리(power distance), 개인주의 대 집단주의(individualism vs. collectivism), 불확실성 회피 정도(uncertainty avoidance), 남성성과 여성성(masculinity vs. femininity), 장기 지향과 단기 지향(long-term orientation vs. short-term orientation), 자유와 제어(indulgence vs. restraint)로 분류되는 6 가지 문화적 가치 체계를 제시하였다.

Hall(1981)은 커뮤니케이션 과정에 영향을 미치는 맥락을 언어적 표현과 상황, 배경이 갖는 정도에 따라 고맥락 문화(high-contexts)와 저맥락 문화(low-context)로 이원화하였다. 고맥락 문화는 의미의 전달에 필요한 정보가 개인에게 내재되어 정확한 메시지의 전달이 되지 않는 반면, 저맥락 문화는 모든 정보가 메시지에 전달되어 의미 전달이 명확하게 이루어지는 특성을 보인다. 이와 더불어 Hall(1981)은 시간을 문화적 차원에 접목시켜 단시적 시간 개념(mono-chronic)과 복시적 시간 개념(poly-chronic)을 제안하였다. 단시적 시간 개념은 한 번에 한 가지 일만을 함으로서 계획, 세분화, 신속성을 강조하는 문화적 특성을, 복시적 시간 개념은 한꺼번에 여러 가지 일을 하는 것으로 개인의 참여나 성과를 강조하는 문화적 특성을 의미한다.

Nisbett et al.(2001)은 동양과 서양 문화권에서 발생하는 인식 과정(cognition process)의 차이를 밝힌 연구를 통해, 동양 문화권에서는 전체론적 과정(holistic process)이 서양 문화권에서는 분석적인 과정(analytic process)이 지배적임을 밝혔다. 전체론적 과정은 현상을 인식함에 있어 논리적 체계와 카테고리에 의존하기 보다는 현상에 대한 포괄적 접근을 시행함을 의미하며, 분석적인 과정은 논리적인 체계와 카테고리를 통해 현상을

인식함을 의미한다. Nisbett et al.(2001)은 이러한 문화권 별 차이가 문화권 별로 암묵적으로 형성되어 있는 인식론에 기인한 것이라 주장하며, 이는 오랜 기간 동안 문화적 공통점을 공유하는 구성원 내부에서 형성되는 문화적 특성이라 주장하였다.

다양한 학자들에 의해 제시된 비교문화연구의 분석 틀 중에서 모든 연구 주제에 광범위하게 보편적으로 적용 가능한 분석 틀을 찾는다는 것은 불가능하다. 이보다는 연구 주제와 방법, 시기, 대상에 맞추어 정확하고 원활하게 연구 결과를 도출할 수 있는 분석 틀을 적용하는 것이 바람직하다. 이를 위해서는 연구 주제의 특성을 잘 반영할 수 있는 문화적 패턴이 무엇인지 선행 연구를 중심으로 살펴본 후, 이를 반영하여 실증적 비교문화연구의 분석 틀을 설정해야 한다.

3. 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 한국, 중국, 일본의 문화적 패턴

여기서는 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미칠 것으로 예측되는 문화적 패턴에 대해 살펴보고, 이를 기반으로 본 연구에 적용할 수 있는 비교문화연구의 분석 틀을 선정하였다. 앞서 살펴본 바와 같이 비교문화연구의 분석 틀을 선정하기 위해서는, 연구 주제가 갖는 특성을 반영할 수 있는 문화적 패턴을 살펴보아야 한다.

본 연구에서는 홉스테드(Hofstede)에 의해 제시된 문화적 가치 체계의 차원을 기반으로, 한중일 문화권의 외모 아름다움에 대한 인식에 영향을 미칠 것으로 예측되는 문화적 요소의 특성을 유추하였다. 본 연구에서는 한중일 문화권에서 나타나는 문화적 가치 체계의 차이를 이러한 차이가 나타나게 된 원인을 기반으로 살펴보았다.

나아가 선행 연구 고찰 결과를 통해 나타난 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회적 비교, 사회적 경쟁을 문화적 패턴의 관점에서 접근하였다. 사회적 비교와 사회적 경쟁은 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 요인임과 동시에, 외모의 아름다움 이외의 다양한 문화적 현상의 원인을 설명하는 문화적 기준이 된다는 점에서 문화적 패턴의 특성

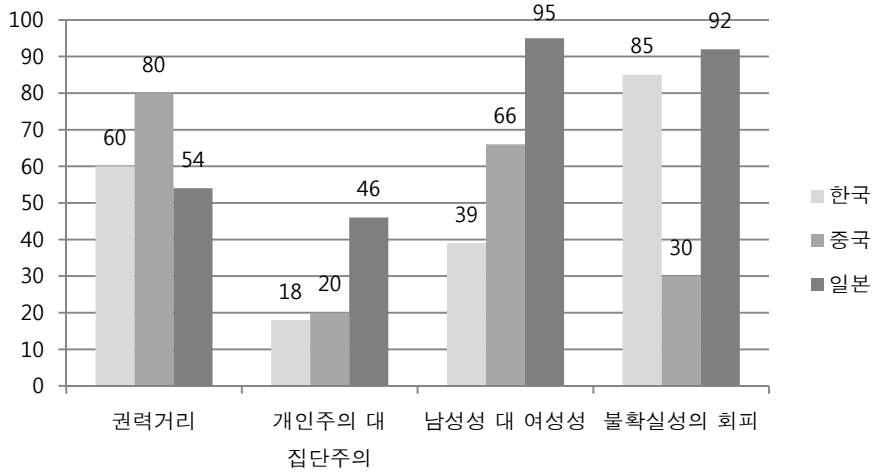
을 갖고 있다. 이러한 이유에서 사회적 비교와 사회적 경쟁은 새로운 비교 문화연구의 분석 틀로 자리매김할 수 있을 것으로 예측된다.

(1) Hofstede의 문화적 가치 체계

홉스테드(Hofstede)가 제시한 문화적 가치 체계는 특정 국가의 기본적인 가치의 차이를 이해하는데 유용한 비교문화연구의 분석 틀이다(de Mooij, 2007). 본 연구에서는 외모 아름다움의 정의를 '외모의 아름다움에 대한 인식을 통해 형성하는 미적 가치'로 정의하였다. 이러한 정의를 기반으로 하였을 때, 외모 아름다움의 미적 가치 역시 문화적 가치를 기반으로 형성될 것이라 생각하여, 홉스테드의 문화적 가치 체계를 본 연구의 비교문화적 분석 틀로 적용하였다.

홉스테드의 문화적 가치 체계는 권력 거리(power distance), 개인주의 대 집단주의(individualism vs. collectivism), 남성성 대 여성성(masculinity vs. femininity), 불확실성의 회피(uncertainty avoidance), 장기 지향성(long-term orientation), 자유와 제어(indulgence vs. restraint)의 여섯 가지 차원으로 구성되며, 이들 차원은 모두 0에서 100까지의 점수로 측정된다(Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010). 홉스테드는 온라인 홈페이지를 통해 매 해 세계 여러 국가의 문화적 가치 체계 차원의 점수와 이를 기반으로 한 국가의 문화적 특성을 공유하고 있다.

홉스테드의 홈페이지(www.geert-hofstede.com)에 소개되어 있는 다섯 가지 문화적 가치 체계 중 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미칠 것으로 생각되는 네 가지 문화적 가치 체계 점수를 기반으로 한국, 중국, 일본 문화권에서 외모 아름다움에 대한 인식에 영향을 미칠 문화적 패턴에 대해 살펴보았다. 다섯 가지 차원 중 단기지향성은 4개의 기본 차원에 추가된 차원으로 다른 차원보다 측정이 늦게 시작되어 평가의 타당성과 신뢰성에 대한 추가 검증이 필요하며, 가치의 내용 역시 외모의 아름다움과는 거리가 있다고 판단되어 본 연구에서 제외시켰다. <그림 2-2>는 홉스테드의 홈페이지에 나타난 한국, 중국, 일본의 문화적 가치 체계 점수를 도식화한 것이다.



<그림 2-2> 한국, 중국, 일본의 문화적 가치 체계 점수

① 권력 거리

권력 거리는 권력에 취약한 사회 구성원들이 불평등한 권력의 배분을 수용하는 정도이다(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al, 2010). 한중일 문화권의 권력 거리 점수는 한국 60점, 중국 80점, 일본은 54점인 것으로 나타나, 중국이 가장 높은 점수를, 한국과 일본은 유사한 정도의 점수를 보였다. 일반적으로 유교 문화권인 동양 문화의 권력 거리 점수가 서양 문화보다 높게 나타나는 경향이 있으나(Richardson & Smith, 2007), 동아시아 문화권에 속하는 한중일 문화권에서는 중국의 점수가 한국과 일본보다 현저하게 높은 것으로 나타났다.

이러한 현상의 원인으로서는 20세기 이후 중국 사회가 오랜 기간 정치, 경제 등 사회의 모든 영역에 있어 공산주의 체제를 기반으로 발전하였기 때문이다(Cheung & Chow, 1999). 권력 거리의 점수가 높다는 것은 권력의 위계적 질서가 사회적으로 용인되며, 권력을 자연스럽게 인정하는 사회적 분위기가 형성되어 있음을 의미한다(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al, 2010). 이처럼 권력 거리의 점수가 의미하는 바를 기반으로 하였을 때, 중국 문화권은 권력의 사회적 파급이 강한 위계적 사회이며 한국과 일본은 중국보다는 권력의 사회적 파급이 약한 문화권이라 할 수

있다(de Mooij, 2007). 권력의 사회적 파급이 강한 중국 사회에서는 사회적 권력에 순응하는 경향이 강하여, 사회적 경쟁을 통해 권력을 획득하고자 하는 노력이 한국과 일본에 비해 약하다(www.geert-hofstede.com).

권력 거리는 사회적 경쟁의 결과로 나타나는 아름다움의 사회적 권력화에 영향을 미친다. 외모의 아름다움이 사회적 권력의 원천이 되는 현대 사회에서(성영신, 박은아, 2009; Dion et al., 1972; Heilman & Saruwatari, 1976; Langlois et al., 2000; Reis et al., 1982), 권력을 인정하고 순응하는 정도인 권력 거리는 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 문화적 패턴이 된다. 높은 수준의 권력 거리 지수를 보이는 중국 문화의 구성원들은 외모의 아름다움으로 인해 얻게 되는 사회적 권력에 순응하는 태도를 형성할 것이다. 이러한 문화권에서는 외모의 아름다움을 획득하기 위한 과대한 사회적 경쟁이 이루어지지 않으며, 미인에 대해서도 시기심과 열등감을 느끼기보다는 긍정적인 감정과 태도를 형성할 것이라 예측된다.

권력 거리는 미디어를 통해 확장되는 미의식에도 영향을 미친다. 미디어는 사회적 권력을 기반으로 사회 구성원에게 정보를 제공하는데(Donohue et al., 1973), 미디어를 통해 대중에게 전달되는 정보에 대한 인정과 순응 역시 권력 거리의 문화적 가치에 영향을 받는다. 현대 사회에서 미디어를 통해 등장하는 연예인들의 외모는 아름다움에 대한 사회적 비교의 기준이 된다는 점에서(Baker, 2005; Groesz et al., 2001; Jung & Lee, 2009; Park, 2005; Silverstein et al., 1986; Tiggemann & Pickering, 1996), 특정 문화권의 외모 아름다움에 대한 인식에 영향을 미친다. 높은 권력거리 점수를 기록한 중국 문화권의 구성원들은 미디어 역시 사회적 권력의 일종으로 인식할 것이며, 미디어를 통해 확산되는 정보에 대한 낮은 의구심으로 인해 미디어를 통해 확산되는 정보에 순응하는 모습을 보일 것이다. 미디어의 사회적 권력을 기반으로 확산되는 왜곡된 아름다움이 사회적 이상미로 고착화되는 현대 사회의 특성이(Richins, 1991), 중국 문화권에서 한국, 일본보다 더 강하게 나타날 것이다.

② 개인주의 대 집단주의

개인주의 성향이 강하다는 것은 집단보다는 개인을 중요하게 생각하고,

타인과 차별화된 나만의 개성을 추구함을 의미한다. 또한 개인의 의견을 존중하고 자아 실현에 가치를 부여한다(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al, 2010). 개인주의 대 집단주의 점수의 경우, 한국은 18점, 중국은 20점, 일본은 46점으로 나타났다. 개인주의 대 집단주의 점수가 0에 가까울수록 집단주의 성향이, 100점에 가까울수록 개인주의 성향이 강한 문화임을 의미한다. 이와 같은 점수를 기반으로 하였을 때, 한중일 세 문화권 모두 집단주의 문화권에 속한다고 볼 수 있다. 하지만 대체적으로 아시아 지역 문화권이 집단주의 문화에 속하는 것에 반해, 일본은 아시아 지역 내에서 개인주의 문화의 특성이 강한 문화권에 속한다(de Mooij, 2007). 실제로 일본의 점수는 한국과 중국 대비 20점 이상의 차이를 보이고 있다. 이러한 영향으로 일본 문화권에서는 문화의 다양성과 개인의 사생활 존중, 상황적 맥락에 따라 유동적인 집단 소속감 등의 현상이 나타난다(김희경 외, 2008; 선우정, 2009; 임경택, 2006; Benedict, 2001).

일본이 근대화되는 역사를 통해 일본 문화의 개인주의적 가치 성립의 원인을 밝힐 수 있다. 서구의 제국주의가 아시아 지역을 침범하기 시작한 19세기 후반부터, 일본은 한국과 중국에 비해 서구 문물 도입에 적극적인 자세를 보였다(Levy, 1954). 일본은 1868년에 시행된 메이지 유신을 통해 일본의 전통적 가치와 서구의 신 문물을 결합시킨 개방 정착을 시행하였다(Benedict, 2001). 19세기 일본은 개방을 통해 입수한 서구의 신 기술을 기반으로 아시아 국가 중 가장 빠른 근대화를 이뤄냈다(다나카 아키라, 2006). 19세기 일본의 개방에 있어 주목할 점은 자문화 고유의 가치와 서구 문화의 장점을 결합시켜 자신만의 고유한 문화적 가치를 재창조하였다는 점이다(Benedict, 2001). 흡사 모순처럼 느껴지는 상반되는 요소의 결합에 능한 일본인들의 능력은 오늘날까지 이어져, 다양한 문화가 공존하는 일본만의 고유한 문화를 구축하였다(김희경 외, 2008; 선우정, 2009). 일본의 서구 문물 유입은 일본의 경제 발전의 기반이 되어(다나카 아키라, 2006), 20세기 일본은 아시아 지역 국가 중 자력으로 경제 발전을 이뤄낸 최초의 국가가 되었다(Ayal, 2010). 일본에 유입된 서구 문화는 문화의 다양성, 경제의 발전과 더불어 개인주의 문화의 확산에도 영향을 미쳤다. 일본은 아시아 문화권에서 가장 빠르게 서구의 문화를 받아들였으며, 서구적

문화의 가치인 개인주의 역시 서구 문화와 함께 일본에 유입되었다.

아시아 지역 국가 중에서 개인주의 문화의 특성이 가장 강하게 나타나는 일본에서는, 외모의 아름다움에 대한 인식에서도 개인주의 문화의 영향력이 한국과 중국에 비해 강하게 나타날 것이다. 우선 문화의 다양성을 존중하는 사회적 풍토로 인해 외모의 아름다움에 있어서도 확실적인 사회적 이상미를 일률적으로 추구하는 현상이 한국과 중국에 비해 약할 것이다. 또한 개인의 사생활을 존중하는 성향으로 인해 외모와 관련된 개인적 정보를 노출하는 정도가 한국과 중국에 비해 약할 것이다. 마지막으로 외모의 아름다움에 대한 사회적 비교에 있어서도 타인의 기준에 자신을 맞추기 보다는 자신만의 고유한 개성을 추구하고자 하는 경향이 한국과 중국에 비해 강하게 나타날 것이라 예측된다.

③ 남성성 대 여성성

남성성 대 여성성 점수의 경우, 한국은 39점, 중국은 66점, 일본은 95점으로 나타났다. 남성성 대 여성성의 점수가 낮을수록 여성성의 문화가, 높을수록 남성성의 문화가 강하다고 볼 수 있으므로, 한국은 여성성의 문화가 일본은 남성성의 문화가 가장 강하게 나타나며 중국은 한국과 일본의 중간 정도의 성향을 보임을 알 수 있다. 여성성의 문화 구성원들의 삶에 있어 중요한 가치는 삶의 행복이며, 사회적 조화와 합의에 가치를 둔다. 반대로 남성성의 문화에서 중요한 것은 삶의 성취이며, 사회적 조화보다는 승리에 가치를 둔다(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al, 2010). 여성성의 문화에서는 타인과의 의사 소통에 있어 타인의 체면(face)을 존중하는 문화적 특성이 나타난다(Ting-Toomey & Kurogi, 1998). 이러한 남성성과 여성성의 문화적 특성을 감안하였을 때, 한국 사회는 타인과의 조화와 개인의 삶의 질을 추구하는 성향이 강할 것이며, 일본은 반대로 삶의 성취와 성공이 중요한 가치일 것이다. 중국의 경우는 한국과 일본의 중간적 성향을 보일 것이라 예측된다.

한국과 일본이 문화의 남성성/여성성에 있어 현저한 차이를 보이는 이유는 한국의 선비 문화와 일본의 무사도 문화 때문이다. 한국과 일본은 전통적으로 사농공상(士農工商)의 사회 구조를 가진 유교 문화 국가인데, 한국

에서의 사(士)가 선비를 의미하는 것에 반해 일본의 사(士)는 사무라이를 의미한다는 점에서 차이가 있다(호사카 유지, 2007).

일본의 사무라이는 12세기 이후 등장한 무력 정권의 실세 역할을 하면서 사회적 권력을 잡기 시작하여, 사무라이 신분이 폐지되는 메이지 유신까지 정치적 실권을 장악하였다(유용규, 2004; 호사카 유지, 2007; Ikegami, 1995). 사무라이 문화에 있어 중요한 것은 개인의 명예(honor)인데, 이는 집단이 원하는 가치를 성취함으로써 획득할 수 있다(Ikegami, 1995). 일본의 사무라이들은 개인의 명예를 위해 집단에서의 성취, 승리를 추구하였고, 이를 위해 개인적 희생을 감내하는 모습을 보였다. 다시 말해 개인의 희생을 통해 개인적인 명예를 유지하는 모순적 행태를 보인 것이다(Benedict, 2001). 이러한 사무라이의 문화는 일본 문화가 보여주는 남성성 가치의 기반이 되었다.

반면에 한국 문화는 선비의 문화로 대변된다. 선비는 학식이 뛰어난 지식인으로써 갈고 닦은 지식을 기반으로 사회적 영향력을 행사하는 교양인을 의미한다(호사카 유지, 2007). 이들은 성리학에서 말하는 사람으로써 갖추어야 할 네 가지 마음가짐인 인의예지(仁義禮智)를 도덕적 실천의 기본으로 삼았다(김광민, 2009). 인의예지(仁義禮智)는 어짊, 의로움, 예의, 지혜를 의미하며, 이들은 현대 사회가 추구하는 삶의 행복, 사회적 조화와 합의에 부합하는 사상을 내포하고 있다. 다시 말해 선비들은 어질고 의로운 가치를 준수하고 예의범절을 통해 사회적 조화를 지향하며, 지식보다는 지혜를 중요시하였다(김광민, 2009). 선비들은 이러한 삶의 가치 준수를 통해 궁극적으로 사회적 조화를 지향하였으며, 삶의 행복을 추구하였다. 이렇듯 한국 사회 유교 문화의 기반이 된 선비 정신은 한국 문화가 보여주는 여성성 문화의 주요 원인이 되었다.

남성성과 여성성의 문화 역시 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 문화적 패턴이다. 한국의 경우 여성성의 문화로 인해 외모의 아름다움을 사회적 체면을 뒷받침하는 도구화하는 경향이 강할 것이다. 또한 사회적 조화와 합의를 추구하는 여성성의 문화로 인해, 외모 아름다움의 추구에 있어서도 사회적 고정 관념과 이상미가 중요한 요소로 작용할 것이다. 반면에 남성성이 강한 일본 문화에서는 외모의 아름다움을 사회적 성공과

성취의 도구로 보는 경향이 강할 것이다. 특히 이러한 현상은 외모의 아름다움이 갖는 사회적 권력이 강화되고 있는 현대 사회에서 더욱 강하게 나타날 것이라 예측된다.

④ 불확실성의 회피

불확실성의 회피는 불확실성과 모호함에 불안감을 느끼고 이를 회피하려는 정도를 의미하는 것으로, 모호함을 피하기 위해 규칙, 행동 규범 등에 따라 행동하는 성향이 나타나게 된다(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al, 2010). 불확실성의 회피의 경우, 한국은 85점, 중국은 30점, 일본은 92점의 점수를 보였다. 한국과 일본은 전 세계적으로도 매우 높은 정도의 불확실성 회피 성향을 갖고 있었으며, 중국은 한국, 일본과는 다르게 매우 낮은 수준의 불확실성 회피 수준을 보였다. 한국과 일본은 높은 불확실성 회피 성향으로 인해 사회적 규범과 행동 양식을 철저히 지키므로써 불확실한 현재의 상황에 대해 안도감을 얻고자 할 것이다. 반대로 불확실성 회피 성향이 낮은 중국의 경우에는 규칙이 적은 것을 선호하며 결과지향적이며, 의례적인 행동보다는 실리를 추구하는 문화적 특성을 보일 것이다.

한중일 문화권에서 나타나는 불확실성의 회피 성향의 차이는 세 국가의 국가 형성 과정 차이에 기인한 것이다. 한국과 일본은 소수의 민족이 하나의 국가를 형성하고 있다. 이에 반해, 중국은 넓은 지역에 걸쳐 각기 다른 문화와 역사를 가진 다수의 민족들이 하나의 국가를 형성하고 있다(정종호, 2000). 중국의 오랜 역사를 살펴보면, 현재 중국의 다수 민족인 한족과 여진족, 만주족 등 다양한 민족들이 정치적 권력을 이양하며 거대 중국의 문화를 유지, 발전시켜왔다. 현재 중국은 통일적 다민족 국가를 지향하며, 이를 통해 소수 민족을 중국의 구성원으로 융합시켜 다민족 국가에서 나타날 수 있는 민족 간 갈등을 방지하고 있다(김유리, 2005). 각기 다른 민족적 특성을 가진 여러 민족을 하나의 국가 구성원으로 융합시키기 위해서는, 국가 차원의 강력한 중앙 집권적 규범보다는 맥락에 따라 유연하게 적용시킬 수 있는 지방 분권화된 규범이 필요하다(김성철, 1997). 이른바 중국 문화는 다양한 문화 구성원의 결속을 위해 특정한 사회적 현상이나 대상에

대한 협상이 필요한 상상된 공동체(imagined community)에 속하는 것이다(Anderson, 2002). 중국이라는 국가 안에서 문화는 다름을 인정하고 결속시키는 확장, 통합, 통섭의 특성을 갖고 있다. 이러한 이유로 중국 문화는 확실성의 구체화된 가치를 추구하기보다는 불확실성의 상상된 가치를 추구한다.

이러한 불확실성의 회피 성향 역시 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미칠 것이다. 한국과 일본은 강한 불확실성 회피 성향으로 인해 사회적 규범과 행동 양식이 중국에 비해 강한 사회적 파급 효과를 가지고 있다. 이러한 영향으로 외모의 아름다움에 있어서도 외모와 관련된 사회적 규범이 강한 사회적 영향력을 가질 것이다. 한국과 일본은 중국에 비해 성 역할, 가부장제 등의 사회적 성과 외모 관리 행동에 대한 사회적 규제가 외모의 아름다움에 강한 파급 효과를 보일 것이라 예측된다.

(2) 비교문화연구의 새로운 문화적 패턴: 사회적 비교, 사회적 경쟁

문화적 맥락을 기반으로 이루어지는 아름다움에 대한 인식은 문화권 별로 차이가 있다. 본 연구에서는 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 문화의 패턴으로 사회적 비교, 사회적 경쟁을 새롭게 제시하고자 한다.

외모 아름다움에 대한 사회적 비교와 사회적 경쟁은 상호 유기적인 관련이 있다. 사회적으로 획득하길 갈망하지만 쉽게 획득할 수 없는 능력에 대해, 다수의 사회 구성원은 타인과의 사회적 비교를 통해 자신의 능력을 파악하고자 한다(Baubl, 2002; Festinger, 1954). 획득하길 원하는 능력에 대한 사회적 비교는 타 사회 구성원에 대한 시기심(envy)를 유발한다(Foster, 1972). 흄(Hume)은 '인간 본성에 관한 논고(a treatise of human nature)'에서 인간이 시기심을 느끼게 되는 핵심적 요인으로 사회적 비교를 언급하였다(Baubl, 2002에서 재인용). 자신이 획득하지 못한 능력을 가진 타인에게 시기심을 느끼게 되면, 그 결과 사회적 경쟁이 강화된다(Foster, 1972). 다시 말해, 사회적 비교와 사회적 경쟁은 시기심이라는 감정을 기반으로 상호 밀접한 관련성이 있다.

앞서 살펴본 선행 연구에서와 같이 사회적 비교와 사회적 경쟁은 외모의

아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 주요 사회문화적 맥락 중 하나이다. 특히 사회적 비교와 사회적 경쟁은 홉스테드가 제시한 문화적 가치 차원처럼 다양한 문화권의 문화적 차이를 설명할 수 있는 근거가 된다.

사회적 비교와 사회적 경쟁이 단순히 문화적 특징을 넘어 문화의 패턴이 되기 위해서는, 외모의 아름다움뿐만이 아닌 다양한 사회문화적 현상에 영향을 미치는 지속적인 문화적 양상임을 증명해야 한다(Benedict, 2008). 사회적 비교와 사회적 경쟁은 사회적으로 강한 파급을 가진 능력에 대한 인식에 영향을 미치는 문화적 패턴이다. 다시 말해, 사회적 경쟁력 획득이 가능한 능력을 인식함에 있어 사회적 비교를 통해 사회 구성원 간의 상대적 능력을 파악할 수 있으며, 사회적 비교의 과정에서 유발되는 시기심은 사회적 경쟁을 가속화시킨다. 이렇듯 사회적 비교와 사회적 경쟁은 단순한 문화의 맥락을 넘어서 다양한 문화적 현상을 설명하는 특정 문화만의 고유하며 지속적인 양상이라는 점에서 Benedict(2008)가 언급한 문화적 패턴의 요소를 갖추고 있다.

① 사회적 비교

외모의 아름다움처럼 객관적인 기준에 의해 평가하기 어려우며 사회적으로 강력한 파급 효과를 가진 능력의 경우, 사회적 비교를 통해 개인의 능력을 가늠할 수 있다(Baubl, 2002; Entwistle, 2002; Festinger, 1954). 외모 아름다움에 대한 상향 비교와 하향 비교(O'Brien et al., 2009), 미디어에 등장하는 이상적 외모를 갖춘 연예인과의 사회적 비교(Evans, 2003; Jefferson & Stake, 2009; Jung, 2006; Park, 2005; Richins, 1991)를 다룬 연구를 통해, 사회적 비교가 외모 아름다움의 인식에 미치는 영향력이 검증되었다.

본 연구에서는 외모 아름다움에 대한 사회적 비교에 있어 비교의 방법인 투사와 내사가 각각의 문화권의 맥락에 따라 다른 양상을 보일 것이라 예측하였다. 투사는 본인 자신을 비교의 기준으로 삼고 타인을 비교의 대상으로 삼으며(Codol, 1987), 투사와 반대로 내사는 타인을 비교의 기준으로 삼아 본인 자신을 비교의 대상으로 삼는다(Krueger, 2000; Krueger, 2002). 본 연구의 연구 대상인 한국, 중국, 일본은 각각의 문화적 차이로

인해 사회적 비교의 양상에서도 고유한 문화적 패턴을 보일 것이다.

홉스테드의 문화적 가치 체계 점수를 기반으로 하였을 때, 일본은 아시아 국가 중 가장 강한 개인주의 성향으로 인해 개인의 개성과 문화의 다양성을 존중하는 사회적 분위기가 형성되어 있을 것으로 예측되었다. 실제로 일본 문화의 다양성은 일상 생활의 다원성으로도 설명할 수 있으며(임경택, 2006), 일상 생활의 다원성은 다국적 축제, 식문화, 의생활, 거주 공간을 통해 나타나고 있다(미나미 히로시, 1995). 이러한 이유로 외모 아름다움에 대한 사회적 비교에 있어서도 획일화된 기준보다는 개인의 개성을 존중하는 문화가 형성되어 있을 것으로 예측된다. 다시 말해 외모 아름다움의 사회적 비교에 있어 사회적 고정 관념, 타인의 시선을 사회적 비교의 기준으로 삼는 내사보다는, 자신만의 고유한 개성을 사회적 비교의 기준으로 삼는 투사의 성향이 일본에서 가장 강하게 나타날 것이다.

한국과 중국의 경우에는 두 나라 모두 강력한 집단주의 문화의 영향으로 집단적 기준을 외모 아름다움에 대한 사회적 비교에 적용할 것으로 예측된다. 더불어 한국 문화권에서 나타나는 집단 간 조화를 중시하는 여성성의 문화와 사회적 규범을 중요하게 생각하는 불확실성의 회피 문화가 접목되어, 한국 문화에서는 중국 문화권보다 외모 아름다움에 대한 사회적 고정 관념과 규율이 더 강한 영향력을 행사할 것이다. 이러한 문화적 특성을 종합하였을 때, 한국과 중국 문화권에서는 외모 아름다움에 대한 사회적 비교에 있어 타인과 사회의 기준을 비교의 기준으로 삼고 본인의 외모 아름다움을 이러한 기준에 대입시키는 내사의 성향이 강하게 나타날 것이라 예측된다. 또한 이와 같은 내사의 성향은 중국보다 한국에서 더 강하게 나타날 것이다.

② 사회적 경쟁

사회적 경쟁은 사회의 구성원들이 생존을 위한 자원을 획득하기 위해 사회적 경쟁자와 상호 작용 혹은 상호 비교를 통해 우위를 점하는 행동을 의미한다(West-Eberhard, 1983). 인간은 본인보다 우월한 능력을 갖고 있는 타인과의 사회적 비교 과정에서 시기심을 느끼게 되고, 이러한 시기심은 사회적 경쟁의 원동력이 된다(Foster, 1972). 외모의 아름다움과 같이

사회적 권력 획득에 중요한 영향력을 행사하는 능력의 경우, 사회적 비교의 강화를 통해 사회적 경쟁을 유발하게 된다. 그러나 사회적 경쟁의 강도는 특정 문화권의 문화적 패턴에 따라 차이를 보이게 된다.

본 연구의 연구 대상인 한국, 중국, 일본에서도 외모 아름다움에 대한 사회적 경쟁의 강도에 차이가 있을 것으로 예측된다. 홉스테드의 문화적 가치 체계 중 권력거리 차원에 의하면, 중국은 가장 권력의 순응 정도가 높은 문화권이므로 외모의 아름다움으로 인해 획득하게 되는 사회적 권력에 대해 순응하는 정도가 한중일 세 나라에서 가장 강하게 나타날 것이다. 중국에서는 미인이 갖는 사회적 권력에 대한 일반 여성의 시기심이 가장 약할 것이며, 사회적 경쟁을 통해 아름다움의 권력을 획득하고자 하는 노력 역시 한국과 일본에 비해 가장 낮을 것이라 생각된다. 반면에 일본의 경우에는 강한 남성성 문화로 인해 사회적 권력을 획득하고자 하는 성향이 강하게 나타나게 된다. 이러한 이유로 외모 아름다움을 통해 사회적 권력을 획득하고자 하는 성향이 강하게 나타날 것이라 예측된다.

외모의 아름다움에 대한 사회적 경쟁의 강도 차이는 사회생물학적 관점으로도 분석이 가능하다. 사회생물학적 관점에서 보았을 때 인구 밀도와 사회적 경쟁은 정적 상관 관계를 갖는다(Berger, 1986; Foster, 1965; Hairston et al., 1960). 중국처럼 넓은 영토를 가진 국가는 인구 밀도가 한국, 일본에 비해 낮고, 이러한 이유로 사회적 비교의 빈도와 강도가 한국과 일본에 비해 현저하게 낮아진다. 인구 밀도가 낮다는 것은 사회적으로 비교의 대상과의 접촉이 제한적임을 의미하며, 이러한 상황에서 사회적 경쟁의 강도 역시 약해진다.

사회적 경쟁의 강도는 경제 발전의 수준과도 밀접한 관련이 있다. 일본의 빠른 근대화는 서구식 문화의 유입을 앞당겼으며, 이는 일본의 경제 발전에도 영향을 미쳤다. 19세기 일본은 빠른 개항을 통해 서구의 과학 기술을 적극적으로 수용하였으며(다나카 아키라, 2006), 이를 기반으로 20세기 일본은 아시아 지역 국가 중 자력으로 경제 발전을 이뤄낸 최초의 국가가 되었다(Ayal, 2010). 1990년대 일본은 한때 거품 경제의 영향으로 GDP 성장률이 년 1%대로 추락하는 위기를 겪기도 하였지만(Mori et al., 2001), 2012년 현재 일본의 GDP는 59,809억 달러로 세계 3위를 기록하고 있다

(International Monetary Fund, 2012). 한국은 일본과는 달리 19세기 후반, 서구 문물의 빠른 유입에 실패하여 일본에게 주권을 침탈당하는 위기를 겪기도 하였지만, 1970년대 이후 전 세계적으로 유례를 찾아볼 수 없는 빠른 경제성장을 이뤄내며 아시아의 경제중심지로 부상하였다(Kuznets, 1988). 2012년 현재 한국의 GDP는 11,635억 달러로 세계 15위를 기록하고 있으며, 아시아 국가 중에서는 4위의 경제 규모를 보이고 있다(International Monetary Fund, 2012). 이와 같은 한국과 일본의 경제 발전은, 사회적으로 한정되어 있는 자원에 대한 경쟁을 가속화시켜 사회적 경쟁이 심화되었을 것이다.

이상의 관점을 통합하였을 때, 외모 아름다움에 대한 사회적 경쟁 강도는 중국이 한국과 일본에 비해 가장 낮을 것이며 상대적으로 한국과 일본은 강한 경쟁 강도를 보일 것이라 예측된다.

4. 비교문화적 관점 기반의 외모 아름다움 관련 선행 연구

외모의 아름다움이 사회적 고정 관념을 넘어 규범화되고 외모 아름다움의 중요성이 사회적 비교와 경쟁을 통해 강화되고 있는 현대 사회의 특성을 반영하였을 때, 외모의 아름다움에 대한 이해를 위해서는 문화적 맥락을 고려한 연구 설계가 필요하다. 본 연구에서는 문화적 맥락을 기반으로 설계된 외모 아름다움에 대한 선행 연구를 외모에 대한 고정 관념, 문화권 별 이상적인 외모의 조건, 외모 아름다움에 대한 문화적 기준, 문화권 별 외모 아름다움에 대한 인식의 차이의 시각에서 고찰해보았다.

(1) 비교문화연구의 분석 틀을 기반으로 살펴본 외모에 대한 고정 관념

비교문화연구에 대한 여러 분석 틀 중에서도 Hofstede(1983, 2001)이 제시한 6 가지 분석 기준 중, 개인주의 대 집단주의(individualism vs. collectivism), 남성성 대 여성성(masculine vs. feminine)의 가치를 기반으로 각 문화권 별 외모에 대한 고정 관념을 살펴본 연구가 진행되었다(Dion et al., 1990; Hofstede, 1996; Shaffer et al., 2000; Wheeler &

Kim, 1997).

개인주의 대 집단주의를 분석의 틀로 삼은 연구들은 두 문화권 중 어느 쪽이 외모의 아름다움에 대한 고정 관념이 강하게 작용하는가를 주요 연구 문제로 삼았다. 그 결과, 집단주의 문화권인 동양 문화권이 개인주의 문화권인 서양 문화권에 비해 외모 아름다움에 대한 고정 관념이 약했으며, 외모의 아름다움이 실제 대인 관계에 미치는 영향도 약하게 나타났다(Dion et al., 1990; Shaffer et al., 2000; Wheeler & Kim, 1997). 그 이유는 대인 관계에 있어 집단적 가치와 기여를 중요시하는 집단주의 문화권에서 개인을 평가함에 있어 외모의 아름다움보다는 사회적 기여, 집단 내부와의 조화 등이 더 강력한 정보원으로 작용하기 때문이었다. 다시 말해, 집단의 가치 추구 현상은 개인의 외모보다는 개인의 성격적 특성을 더 중요시하는 문화적 풍토를 형성하고, 이는 곧 외모의 아름다움에 대한 고정 관념을 희석시키는 요소로 작용하게 된다.

남성성 대 여성성을 분석의 틀로 삼은 Hofstede(1996)의 연구에서는, 이러한 문화적 가치가 배우자를 선택하는 기준에 있어 어떠한 차이를 발생시키는지 알아보았다. 그 결과, 남성적 문화에서는 진실되고 결단력 있으며, 활발하고 야심 있는 남성이, 여성적 문화에서는 개성 있고 똑똑하며 유머 있는 남성이 배우자 감으로 선호되었다. 이와 같은 Hofstede(1996)의 연구는 비록 여성 배우자에 대한 기준을 제공하지는 않았지만, 남성성과 여성성의 분석 틀이 문화에 영향을 받은 이상적인 외모의 차이를 밝히는 기준이 될 수 있음을 시사하는 결과라는 점에서 주목할 만하다.

이상의 연구를 통해, 비교문화연구의 분석 틀이 외모의 아름다움에 대한 문화권 별 차이를 설명하는 주요 요소로 작용할 수 있음을 확인하였다. 그러나 이들 연구들은 지금까지 진행된 대부분의 비교문화연구와 같이 특정 분석 틀을 위주로 연구가 설계되었다는 아쉬움을 보인다. 향후 관련 연구에서는 외모의 아름다움에 대한 인식의 문화권 별 차이를 설명할 수 있는 타 분석 틀을 발견하는데 주력하여야 할 것이다.

(2) 문화권 별 이상적인 외모의 조건

이상적인 외모에 대한 평가와 인식은 객관적인 신체의 수치나 외모의 게슈탈트적 이미지를 기반으로 이루어진다. 이 점을 반영하여, 문화권 별로 이상적인 외모의 조건 차이를 살펴본 비교문화연구가 진행되었다(남윤자, 이승희, 2001; 박우미, 2000; Swami et al., 2007; Swami et al., 2011).

박우미(2000), 남윤자와 이승희(2001)의 연구에서는 한국과 미국의 여대생을 대상으로 이들 문화권의 이상적 외모의 기준을 비교하였다. 그 결과, 서구화된 이상미가 확산되고 있는 한국의 여대생들이 미국 여대생보다 실제로 다른 체형을 갖고 있었음에도 불구하고 자신의 외모에 불만족 하는 것으로 나타났다. 이는 서구적 이상미가 확산된 한국 사회의 이상적 외모의 기준 변화에 따른 여성들의 심리적 불안을 보여주는 결과라 생각된다.

Swami et al.(2007)과 Swami et al.(2011)은 각각 영국과 말레이시아, 영국과 인도네시아 문화권을 연구의 대상으로 하여 각각의 문화권 별로 아름다운 외모의 기준 차이를 검증하였다. 그 결과 여성의 전신 대비 다리 비율(*leg-to-body ratio*)의 경우 영국 문화권이 더 긴 다리를 선호하는 것으로 나타났으며(Swami et al., 2007), 몸무게에 있어서는 영국 문화권이 더 마른 체형을 더 선호하는 것으로 나타났다(Swami et al., 2011).

이상의 연구 결과를 기반으로 아름다운 외모에 대한 인식과 평가의 기준은 각각의 문화권에 따라 다양한 양상으로 전개되고 있음을 알 수 있다.

(3) 외모의 아름다움에 대한 문화적 기준: 미디어의 영향력

현대 사회에 있어 미디어는 외모에 대한 사회적 비교의 기준이 된다. 이러한 이유로 미디어를 통해 등장하는 이상적 외모의 기준에 어떠한 차이가 있는지 밝히는 비교문화 관점의 연구가 다수 진행되었다. 이들 연구는 연구 대상에 따라 동서양의 문화 차이(Jung & Lee, 2009; Kim & Lennon, 2006), 혹은 하위 문화의 문화적 차이를 밝히거나(Baker, 2005; Jefferson & Stake, 2009; Poran, 2002), 혹은 연구 방법에 따라 미디어가 문화 구성원에게 미치는 영향력을 설문을 통해 밝힌 연구(Jefferson & Stake, 2009; Poran, 2002), 실제 미디어의 내용 분석을 통해 이상적인 외모의 기준을 밝히는 연구(Baker, 2005; Jung & Lee, 2009; Kim &

Lennon, 2006)로 구분된다.

미디어가 개인의 신체 이미지, 신체 만족, 자의식 등 개인의 심리 상태에 미치는 영향력에 관한 연구 역시 특정한 문화적 맥락을 고려하여 설계되었다. 미디어를 통해 아름다운 외모에 대한 인식의 기준이 형성되면, 이는 특정한 문화의 맥락화되어 문화를 공유하는 구성원에게 영향을 미쳤다 (Jefferson & Stake, 2009; Jung & Lee, 2006; Leonard et al., 2009; Richins, 1991; Xu et al., 2010). Richins(1991)는 미디어에 대한 노출이 사회적 비교의 기준을 변화시켜 신체에 대한 불만족을 유발한다고 하였으며, Jefferson and Stake(2009)는 미국의 백인과 흑인 문화권에서 나타나는 신체 만족의 차이에 있어 미디어가 갖는 영향력을 검증하였다. Xu et al.(2010)과 Jung and Lee(2006)는 각각 중국 청소년과 한미 여성을 대상으로 한 연구를 통해 미디어가 신체 이미지, 신체 만족에 미치는 영향력을 검증하였다. 또한, Jung(2006)은 미디어를 통해 이상적 외모의 광고 모델에 노출된 여성이 노출 전에 비해 불안감, 좌절감 등을 느끼는 경향이 강해짐을 밝혔다. 이러한 연구들은 모두 미디어가 외모에 대한 사회적 비교의 기준을 왜곡시키고, 이러한 기준을 통한 상향 비교가 일반인의 자아 개념 형성에 미치는 부정적 영향을 검증하였다는 공통점을 갖는다.

위에 언급한 연구들의 결과를 종합해보면, 서구화된 미의식과 글로벌 문화의 확산으로 미디어를 통해 등장하는 이상적인 외모에 대한 문화적 차이가 감소하고 있음을 알 수 있다. 그러나 아직도 개별 문화의 특성이 잔존하고 있어, 하위 문화에 따라 아름다운 외모에 대한 인식에 차이가 있는 경우도 있었다. 이러한 결과는 미국 문화권처럼 다양한 하위 문화가 결합하여 거대 문화를 형성하는 문화권에서 더 심화되었다.

이러한 연구 결과를 기반으로 하였을 때, 아름다운 외모에 대한 기준이 유사해지고 있는 현대 사회에서 동아시아 문화권과 같이 일반적으로 동일 문화권으로 간주되는 문화에서도, 거대 문화를 구성하는 하위 문화의 문화적 맥락에 따라 아름다운 외모에 대한 인식에 있어 공통점과 차이점이 함께 존재할 것이라는 예측할 수 있다.

(4) 외모의 아름다움에 대한 인식의 차이

아름다운 외모에 대한 인식은 문화적 맥락에 영향을 받는다. 이러한 이유로 비교 문화의 관점에서 아름다운 외모에 대한 인식의 차이를 밝힌 연구가 다수 진행되었다(이승희 외, 2001; Jung & Lee, 2006; Lennon et al., 1999). 이들 연구들은 개인의 외모에 대한 인식에 영향을 미치는 심리적 요인으로 셀프 스키마(self-schema), 외모 이미지(body image), 자아 존중감(self-esteem) 등을, 사회적 요인으로 미디어(media), 성 역할(gender role) 등을 제시하면서, 이러한 요인들이 사회적 맥락에 따라 어떠한 차이를 보이는지 밝히고 나아가 이러한 차이가 개인의 외모에 대한 인식과 신체 만족에 어떠한 영향을 미치는지 검증하였다.

이러한 선행 연구를 통해, 문화적 차이에 따른 외모에 대한 인식의 차이가 밝혀졌다. 이러한 차이에 영향을 미치는 문화적 맥락은 개인주의 대 집단주의 가치관의 차이, 외모에 대한 서구적 이상미의 유입, 전통적 성 역할의 붕괴, 현대 문명에 대한 가치관 등인 것으로 나타났다. 특히 동양 문화권의 경우, 20세기 이후 짧은 기간 동안 급격히 이루어진 문화적 맥락의 변동으로 외모에 대한 가치관의 혼란을 겪고 있는 것으로 나타났다. 이러한 영향으로 서양 문화권과 비교하였을 때 신체에 대한 만족이 전반적으로 낮게 나타났다. 그러나 이러한 결과는 동, 서양 문화권 응답자들이 통계적으로 동질적인 분포를 보이고 있다는 수치 등가성(scholar equivalence)를 검증하지 않은 채 도출된 결과이기 때문에, 후속 연구에서는 이 점에 대한 방법론적 보완이 필요하리라 생각된다.

제 3 장 연구문제 및 모형

제 1 절 연구문제

본 연구에서는 아름다움과 관련된 선행 연구 고찰을 기반으로 여성 외모의 아름다움에 대한 개념을 도출한 후, 한국, 중국, 일본 문화권 여성 외모의 아름다움 인식에 대한 보편성과 특수성을 포괄적 관점에서 밝히고자 한다. 이러한 연구 목적을 달성하기 위해 다음과 같은 연구 문제를 제시하였다.

연구문제 1. 한국, 중국, 일본 여성이 인식하는 외모 아름다움의 개념을 밝힌다.

연구문제 2. 한국, 중국, 일본 여성의 외모 아름다움에 대한 인식의 구조를 밝힌다.

연구문제 3. 한국, 중국, 일본 여성의 외모 아름다움에 대한 인식의 문화적 보편성과 특수성을 밝힌다.

제 2 절 연구모형

앞서 언급한 연구문제에 의해 아래의 <그림 3-1>과 같은 연구모형을 구성하였다.



<그림 3-1> 연구모형과 연구문제

연구문제 1을 위해 외모의 아름다움과 관련된 선행 연구를 고찰한 후, 이를 기반으로 구성주의와 미학적 관점을 기반으로 하여 본 연구에 적용될 외모 아름다움의 보편적 정의를 도출하였다. 이어 시행된 한중일 여성의 FGI(Focus Group Interview)를 통해 질적 자료를 수집하였다. 이를 통해 연구문제 1에 해당하는 한중일 문화권의 외모 아름다움에 대한 정의를 도출하였다. FGI의 질적 자료 분석을 통해 연구문제 2에 해당하는 외모 아름다움에 대한 인식의 포괄적 구조를 밝히고, 이어 연구문제 3에 해당하는 외모 아름다움 인식의 문화적 보편성과 특수성을 밝혔다.

제 4 장 연구방법 및 절차

본 연구에서는 여성 외모의 아름다움에 대한 통합적 접근을 시도한 선행 연구가 부족한 관계로, 이에 대한 탐색적 접근을 위해 질적 연구방법이 사용되었다. 질적 자료의 수집을 위해 한국, 중국, 일본의 2, 30대 여성을 대상으로 FGI(focus group interview)를 진행하였으며, 수집된 자료는 Strauss and Corbin(1987, 1990)이 제시한 근거 이론(grounded theory)을 기반으로 분석되었다. 질적 연구방법의 구체적인 연구방법과 절차는 다음과 같다.

제 1 절 연구 참가자 선정 및 연구윤리

1. 연구 참가자 선정

본 연구는 선행 연구의 고찰을 통해 아름다움에 대한 정의를 구축한 후, 이에 대한 실증적 검증을 위해 한국, 중국, 일본의 2, 30대 여성을 연구 대상으로 선정하고 질적 연구방법을 적용하여 자료를 수집하였다. 연구 대상의 선정을 위해 서울 소재 4년제 대학교의 온라인 홈페이지 게시판을 통해 연구 참여자를 모집하는 공고를 게재하였다. 참가 희망자는 일차적으로 연구자에게 이메일로 나이, 학교, 학과, 연락처 등의 간단한 인적 사항을 적어 참가 신청을 하였다. 연구자는 1차 참가 신청자를 대상으로 인터뷰 적합성 여부 판단을 위한 설문을 실시하였다. 이를 기반으로 한국인 18명, 중국인 25명, 일본인 17명의 총 60명을 연구 참가자로 선정하였다. 최종 연구 참가자 확정을 위해 고려되었던 점은 이들의 나이, 전공, 경제적 수준, 외모에 대한 관심도, 외모 관리 비용 등이었다. 수집된 자료의 대표성 확보와 동시에 연구 참가자 사이의 동질성을 확보하기 위해 나이는 20대 초반부터 30대 중반까지, 전공은 여러 분야를 아우를 수 있는 다양한 전공으로, 경제적 수준은 중산층 이상으로, 외모에 대한 관심도는 5점 척도에 3점 이

상으로 외모에 대한 관심이 중간 이상인 집단이 되도록 조정하였다. 중국과 일본 참가자의 경우 한국어로 진행되는 인터뷰에 있어 의사 소통에 어려움이 없도록 사전 설문을 통해 한국어 능숙도를 검증하였다. 더불어 한국 문화권 거주 경험에 의해 여성 외모의 아름다움에 대한 인식에 있어 한국 문화의 영향력 강화와 모국 문화의 영향력 감소 현상을 최소화하기 위해, 되도록 한국 거주 경험이 짧은 신청자를 대상으로 인터뷰 참가자를 선정하였다. 본 연구에서 시행한 FGI에 참가한 60명의 세부 정보는 아래의 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> FGI 참가자 정보

한국					중국					일본				
일련 번호	그룹	나이	결혼 여부	전공	일련 번호	그룹	나이	결혼 여부	전공	일련 번호	그룹	나이	결혼 여부	전공
1	1	23	미혼	식품영양	1	4	23	미혼	언어학	1	8	19	미혼	한국어
2	1	24	미혼	식품영양	2	4	23	미혼	인류학	2	8	22	미혼	한국어
3	1	19	미혼	의류	3	4	25	미혼	의류학	3	8	22	미혼	한국어
4	1	20	미혼	교육	4	4	23	미혼	의류학	4	8	26	미혼	동양사학
5	1	20	미혼	철학	5	4	24	미혼	의류학	5	8	27	미혼	한국어
6	1	23	미혼	경제	6	5	24	미혼	국문	6	8	25	미혼	한국어
7	1	21	미혼	철학	7	5	23	미혼	한국학	7	9	26	미혼	통번역학
8	1	24	미혼	식영	8	5	27	미혼	경영학	8	9	20	미혼	인문대학
9	2	27	미혼	영어영문	9	5	24	미혼	국제경영	9	9	25	미혼	한국어
10	2	22	미혼	약학	10	5	25	미혼	국문	10	9	21	미혼	경영학
11	2	21	미혼	화학	11	5	25	미혼	국제경영	11	9	25	기혼	미술학
12	2	21	미혼	약학	12	5	21	미혼	경제학	12	9	21	미혼	한국어
13	2	22	미혼	의류학	13	6	25	미혼	행정학	13	9	27	미혼	식품영양
14	3	35	기혼	의류학	14	6	25	미혼	생명공학	14	10	29	미혼	한국어
15	3	32	미혼	의류학	15	6	26	미혼	의류학	15	10	28	미혼	사진학
16	3	35	기혼	의류학	16	6	23	미혼	호텔경영	16	10	28	미혼	호텔경영
17	3	33	기혼	의류학	17	6	28	미혼	국문	17	10	28	미혼	경영학
18	3	34	기혼	의류학	18	7	30	기혼	일어일문					
					19	7	32	기혼	국어국문					
					20	7	32	기혼	정치외교					
					21	7	31	미혼	국문					
					22	7	30	미혼	국문					
					23	7	30	미혼	국문					
					24	7	31	미혼	정치외교					
					25	7	30	미혼	기계항공공학					

2. 연구윤리

본 연구에서는 연구 참가자를 대상으로 연구 윤리 약속서를 작성하고 연구 시작 전에 이에 대한 설명을 실시하였다. 연구 윤리 약속서에는 연구를 위해 수집된 자료의 사용 범위, 연구 참가자에 대하여 연구의 목적과 연구 방법 등에 대한 정보를 제공할 의무, 연구 참가자에게 일정한 금전적 보상을 제공하여야 함을 명시하였다. 더불어 연구 참가자의 경우에는 연구자에게 연구의 신뢰성을 위해 진실된 정보를 제공할 의무가 있음을 명시하였다. 또한 연구 결과를 기술하는 과정에서 연구 참가자에 대한 익명성을 보장하며, 연구 참가자는 언제든지 연구 참여 철회에 대한 자유를 가지고 있음을 공지하였다. 또한 연구가 종료된 후에는 연구와 관련하여 수집한 자료를 모두 폐기할 것임을 설명하고 연구 윤리 약속서에 서명하도록 하였다.

제 2 절 자료수집방법

연구의 자료 수집을 위해 선정된 연구 참가자를 이들의 국적, 학교, 나이, 전공, 결혼 여부 등을 고려하여 한국과 일본 여성은 각 3회, 중국은 4회에 걸쳐 총 10회의 FGI를 실시하였다. 본 연구와 같이 특정한 사회문화적 요소의 영향력이 강하게 나타나는 연구 주제의 경우, FGI의 그룹다이나믹스(group dynamics)를 통해 풍부하고 통찰력 있는 정보를 확보할 수 있으며, 확보할 수 있는 정보의 양도 안정적이라는 장점이 있다(Silverman, 2005; Stewart & Shamdasani 1990). FGI는 2012년 2월부터 2012년 7월까지 6개월에 걸쳐 실시되었으며, 연구자의 연구실 내부에 마련되어 있는 회의실에서 FGI를 실시하였다.

FGI는 연구자가 직접 진행하였으며, 시간은 각 집단 별로 2시간 정도가 소요되었다. FGI의 진행은 연구자가 사전에 설정해 놓은 질문에서부터 시작되었다. 이들 질문은 크게 외모 아름다움과 관련된 다양한 미적 경험에 대한 포괄적 질문과, 각각의 미적 경험의 세부 사항을 밝힘으로써 새로운 개념 및 이론 구축을 돕는 질문으로 구성되었다. 연구자는 인터뷰 참가자

가 개발한 자극물 중에서 가장 많은 참가자가 지목한 순서대로 자극물을 배치, 공유하면서, 자극물을 선정하게 된 이유, 자극물을 접하면서 느끼게 되는 감정, 자극물 선정에 영향을 미친 요인 등에 대해 질문하였다. 더불어 각 국가 별 사회 구성원이 미인에 대해 갖고 있는 인식, 아름다움이 삶에 미치는 영향력, 아름다움을 위한 노력 등에 대해서도 질문하였다. 질문은 개방형 질문으로 시작되었으며, 응답자의 반응에 따라 세부적인 질문이 추가되었다(Creswell, 1998). 인터뷰 내용은 참가자의 동의 하에 모두 녹음되었으며, 이를 모두 필사하여 분석에 사용하였다. 더불어 연구자는 녹음에 포함될 수 없는 인터뷰 진행 시 느낀 비언어적 정보를 인터뷰를 마친 후 바로 정리하여 분석 시 함께 고려하였다(Silverman, 2005). 본 연구의 FGI 진행을 위해 사전에 설정된 지침은 다음의 <표 4-2>와 같다.

<표 4-2> FGI 진행 지침

소요 시간	총 시간	인터뷰 진행 및 질문	기타사항
10분	10분	<Introduction> 연구 소개 및 공지 사항 안내 연구자 및 인터뷰 참가자 소개	Rapport 형성에 주력하여 친근감 있는 분위기 조성
15분	25분	<미인의 사진 공개> 참가자들이 연구자에게 미리 보내준 국가적 미인/ 개인적 미인의 사진 이미지 공유 '국가적 미인'과 '개인적 미인'이 일치하는지 혹은 차이가 있는지 정리하여 제시함으로써 인터뷰 참가자들이 여러 미인형의 사진 이미지를 머리 속에 정리할 수 있게 함	FGI 참가자들이 지목한 미인이 일치하는지, 그렇지 않은지에 따라 사진 공개의 방식에 차이를 둠 PPT 프리젠테이션, 인쇄물 출력 등의 방법을 통해 참가자가 논의의 대상이 되는 미인에 대한 인식이 용이하게 함
20분	45분	< 미인에 대한 감정 > Q 미인을 보면 어떤 기분이 드나요? 미인의 이미지를 통해 형성되는 감정과 느낌을 자유롭게 이야기하도록 유도함 주관적 아름다움을 불러일으키는 감정에 대해 논의 미인이 불러일으키는 마음 속의 감정을 논의하기 위해 미인 타입에 대한 언급이 있으면 이를 정리해가면서 진행 국가적 미인과 개인적 미인을 분리하여 진행 → 국가적 미인의 경우 공동 논의를 진행하고, 개인적 미인은 지목한 사람의 발언을 유도	미인 타입에 대한 논의가 진행되면 이를 정리하되 참가자들의 의견이 일치하는가 여부를 면밀히 관찰 동일한 이미지에 대해 상반되는 감정에 대한 언급이 있으면, 이에 대한 추가 질문 실시

20분	65분	<p><미인 인식의 속성> Q 왜 이 사람들이 예쁘다고, 미인이라고 생각하게 되었나요? 다 함께 미인의 사진을 보면서 사진 속 인물을 미인으로 지목하게 된 원인, 속성에 대해 논의 미인 인식의 속성은 외형적인 요인과 더불어 인간의 내면적 요인 역시 함께 다루도록 함 → 아름답다고 인식하게 되는 주요 속성은 인물의 외면적 매력이 될 것이나, 이에 추가적으로 지목되는 내면적 요인이 있을 경우 이를 분리하여 정리</p>	<p>국가적 미인과 개인적 미인을 구분하여 진행 국가적 미인에 있어 어떠한 인식의 속성이 특정 문화권의 주요한 요소로 작용하는지 밝힘 앞서 언급된 미인 타입 별로 미인 인식의 속성에 차이가 있는지 관찰 동일한 미인, 혹은 미인 타입에 있어 인식의 요소가 상반되는 경우가 있을 경우 추가 질문</p>
20분	85분	<p><미인에 대한 가치> Q (응답자가 속한) 문화권에서 미인들은 어떤 영향력을 가지나요? 어떤 대접을 받나요? 사회적 인식은 어떠한가요? Q 아름답다는 것이 (참가자의) 인생(삶)에 어떠한 영향을 미치나요? Q 미인들을 보면 어떤 생각이 드나요? Q 아름다워지기 위한 본인 (참가자)만의 비법, 노력이 있나요? 참가자들이 미인/아름다움에 대해 어떠한 가치를 인식하고 있는지 위와 같은 간접적인 질문을 통해 알아봄 질문은 간접적이거나, 참가자의 응답에 대한 laddering을 통해 미인에 대한 가치를 도출해봄 소속 문화권에서 문화권 공통으로 인식하고 있는 가치, 개인적으로 인식하고 있는 가치를 구분하여 정리하고, 이 둘 사이에 차이가 있는지 관찰</p>	<p>문화권이 인식하는 가치와 개인이 인식하는 가치를 구분하여 정리 국가적/개인적 미인에 대한 가치에 있어 상반되는 요소가 있을 경우 추가 질문 실시</p>
10분	95분	<p><FGI 정리> FGI 내용을 정리하고 참가자들에게 감사의 인사말 전달 FGI 참가자들을 대상으로 신상에 대한 간단한 설문지 배포 후 작성, 회수</p>	<p>추후 필요 시 추가 인터뷰(depth interview)가 진행될 수 있음을 언급하여 이에 대한 신청 접수</p>

제 3 절 자극물 개발

FGI를 통해 수집되는 자료의 질적, 양적 수준의 향상을 위해 원활한 그룹 다이내믹스(group dynamics)가 충족되어야 한다(Lee & Lee, 2009; Silverman, 2005; Sleeswijk et al., 2005; Steward & Shandarani, 1990; van Rijn et al., 2006). 특히 타인과의 의사 소통에 있어 자신의 체면(face)이 손상되는 것을 두려워하는 동양 문화권에서는(Ting-Toomey &

Kurogi, 1998), FGI의 진행에 있어 원활한 그룹 다이내믹스를 이끌어내는데 어려움이 있다(Toseland et al., 2004). 지금까지 동양 문화권에서 수행된 연구에 적용된 질적 연구 방법은 대부분 서양 문화권을 기반으로 개발된 것이기 때문에, 동양의 문화적 맥락에 따른 참여자의 특성을 고려할 수 없다는 단점이 있었다(Lee & Lee, 2009). 이러한 이유로 최근에 동아시아 지역에서 시행된 질적 연구에서 참가자 스스로 자극물을 개발하도록 하여 그룹 다이내믹스를 향상시키고, 질적 자료의 질적, 양적 향상을 꾀할 수 있음이 검증되었다(Lee & Lee, 2009; van Rijn et al., 2006).

본 연구에서는 동아시아 국가 특유의 체면을 고려한 소극적 FGI 참여를 지양하고 그룹 다이내믹스를 활성화하기 위해, 참여자 스스로 FGI 자극물을 개발하게 하였다. 자극물은 FGI 참가자 외면적으로 아름답다고 생각하는 여성의 사진 이미지였으며, 크게 국가적 미인과 개인적 미인으로 구분되었다.

국가적 미인은 인터뷰 참가자가 속한 문화권에서 일반적으로 아름답다고 인식되는 미인이며, 이들은 집단적 합의에 이른 미인이므로 널리 알려진 유명인으로 한정하였다. 개인적 미인은 연구 참가자가 개인적 취향을 기반으로 아름답다고 생각하는 미인으로, 일반인과 유명인의 여부에 제한을 두지 않았다. 본 연구는 특정한 문화적 맥락을 기반으로 형성되는 여성 외모의 아름다움에 대한 포괄적 이해를 목표로 하므로, 자극물의 선정에 있어 개인적 취향만을 고려하여 자극물을 선정할 경우 특정 문화권의 영향력이 배제될 수 있다는 점이 우려되었다. 더불어 국가적 미인만을 자극물로 선정할 경우 개인의 취향에 따른 영향력을 반영하지 못할 것이라 생각되었다. 이러한 이유로 미인의 기준을 두 가지로 나누어 자극물을 수합하였다.

연구 참가자들은 본인이 선호하는 미인의 외적인 모습을 가장 잘 나타낼 수 있는 사진 이미지를 입수하여 연구자의 이메일로 인터뷰 날짜 3일 전까지 전송하였다. 1차 FGI에서는 자극물의 개수에 제한을 두지 않았으나 2차 FGI부터는 인터뷰의 할당 시간과 그룹 다이내믹스를 고려하여 참가자 일인당 국가적 미인과 개인적 미인 각각 2장씩 총 4장으로 제한하였다. FGI 참가자들에게 제공한 자극물 개발 지침은 <표 4-3>과 같다.

<표 4-3> FGI 자극물 개발 지침

안녕하세요?

저는 서울대학교 의류학과 패션머천다이징연구실 박사과정에 재학중인 '김선우' 라고 합니다.

먼저 급번에 진행하게 된 '한국, 중국, 일본 여성의 아름다움에 대한 인식 조사'와 관련된 인터뷰에 참가신청을 접수해주신 점에 감사드립니다.

'아모레퍼시픽 학술재단'의 지원으로 진행되는 본 연구는 한국, 중국, 일본의 동아시아 3개국 여성이 '무엇을 아름답다고 인식하는가'에 관한 비교문화연구로 진행될 예정입니다.

여러분의 고귀한 의견이 아시아의 아름다움을 정립하는데 큰 도움이 될 것입니다. 다시 한번 연구에 참가하여 주신 점 감사드리며 아래와 같이 인터뷰 안내와 사전 준비 사항을 알려드립니다.

□ 인터뷰 사전 준비 _ 사진 이미지 전송

- ✓ 인터뷰 참가자는 아래의 조건에 부합하는 사진 이미지를 연구자의 이메일로 인터뷰 날짜 3일 전(201X년 X월 X일 24:00)까지 전송하여야 합니다.
- ✓ 사진 이미지의 선발 기준은 반드시 '**여성의 외면적 아름다움**'을 기준으로 선정되어야 합니다.
ex) 참가자가 지정한 아름다운 여성의 사진의 선정 이유가 '성격이 착해서', '마음씨가 좋아서' 등 내면적 성격 등이면 본 연구에 적합하지 않습니다. '테레사수녀님의 자비로운 모습이 아름답다고 생각합니다'등의 이유는 적합하지 않습니다.
- ✓ 사진 이미지의 기준은 아래와 같습니다.

분류	조건	비고	개수
개인적 미인	인터뷰 참가자가 개인적으로 외모가 아름답다고 생각하는 여성의 사진	개인적으로 아름답다고 생각하는 여성으로 널리 알려진 유명인, 연예인의 사진 1장 + 개인적으로 아름답다고 생각하는 일반인(개인적 지인) 사진 1장	2장
국가적 미인	인터뷰 참가자가 속한 국가의 국민들이 일반적으로 외모가 아름답다고 생각하는 여성의 사진	국가의 국민들이 일반적으로 아름답다고 생각하는 여성이므로 널리 알려진 유명인의 사진	2장
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 참가자 개인이 아름답다고 생각하는 여성과 참가자가 속한 나라의 국민이 아름답다고 생각하는 여성이 일치할 경우 이를 명시한 후, 동일한 인물이라고 언급하여 주시기 바랍니다. ✓ 사진 이미지 전송 시 파일명은 '참가자이름_연령_국적_개인적미인_일련번호', '참가자이름_연령_국적_국가미인_일련번호'로 지정하여 전송하여주시기 바랍니다. ex) '홍길동_20_한국_개인적미인_1', '김미녀_30_중국_국가적미인_2' ✓ 연구자에게 전송하여 주신 아름다운 여성의 사진 이미지는 집단 인터뷰 시 인터뷰 참가자 모두가 함께 공유할 예정입니다. ✓ 집단 인터뷰 시 참가자 모두가 수합된 사진을 보면서 인터뷰를 진행할 예정입니다. 			

- ✓ 송부해주신 사진 이미지는 연구의 목적으로만 사용될 것을 약속 드립니다.

총 10회의 FGI를 통해 국가적 미인 이미지 126개, 개인적 미인 이미지 130개로 총 256개의 자극물이 수합되었으며, 이들 자극물의 현황은 <표 4-4>와 같다.

<표 4-4> FGI를 통해 개발된 국가적 미인과 개인적 미인의 자극물 현황

	한국		중국		일본	
국가적 미인	김태희	14	판빙빙	14	마쓰시마 나나코	6
	송혜교	7	장쯔이	6	키타가와 케이코	6
	이영애	4	유역비	5	아야세 하루카	4
	김희선	3	순리	4	사사키 노조미	3
	전지현	2	임청하	4	나카마 유키에	2
	기타 (1)	김연아, 문채원, 박봄, 산다라박, 손예진, 수지, 신민아, 심은하, 올리비아 핫세, 이나영, 이민정, 한가인, 한예슬 (총 13명)	고원원	3	시바사키 코우	2
			왕조현	2	기타 (1)	SHIHO, 코유키, 나가사와 마사미, 다케우치 유코, 미야자와 리에, 이야자키 아오이, 요시타카 유리코, 칸노 미호, 타케이 에미, 히로스에 료코 (총 10명)
장만옥			2			
합계 (126)	43		50		33	
개인적 미인	지인	16	지인	22	지인	16
	송혜교	4	림신여	3	김태희	2
	손예진	2	손예진	2	블레이크라일리	2
	탕웨이	2	저우쑤	2	기타 (1)	나카마 유키에, 미즈카와 아사미, 고도우 쿠미코, 사사키 노조미, 스기우라 마가렛, 아마미 유우키, 아야세 하루카, 야마다 유우, 요네쿠라 요코, 전지현, 코유키, 타나카 미호, 타케시타 레이나, 타케이 에미, 후카추 애리 (총 15명)
	김태희	2	기타 (1)	안젤라 베이비, Xie yuyi, 김태희, 리빙빙, 리즈, 린쯔링, 소피 마르소, 수지, 오드리 햅번, 왕예유, 유역비, 이민정, 이효리, 이약동, 장의모, 장천천, 전지현, 제시카 알바, 조아지, 탕웨이 (총 21명)		
	신민아	2				
	기타 (1)	김희선, 김연아, 모니카 벨루치, 산다라 박, 손연재, 장만옥, 스칼렛 요한슨, 아이유, 이연희, 임수정, 최정원, 하지원, 한고은, (총 17명)				
합계 (130)	45		50		35	

한국과 중국 참가자에 의해 개발된 국가적 미인의 자극물의 경우, 일부 연예인들에 치중되는 경향이 있었다. 한국 참가자들이 김태희, 송혜교를 국가적 미인으로 지목한 비율이 48.8%, 중국 참가자의 경우엔 판빙빙, 장쯔이, 유역비 등을 국가적 미인으로 지목한 비율이 50.0%로 나타나 일부 연예인의 이미지가 전체 자극물 중에서 50%에 가까운 비중을 나타냈다. 반

면에 일본 참가자들의 경우 특정 연예인에 편중되는 현상이 심하지 않았다. FGI 참가자의 숫자가 양적으로 충분하지 않은 이유로 이들이 한중일 2, 30대 여성을 대표한다고 단정짓는데 어려움이 있고 향후 추가적인 검증이 이루어져야 할 것이다. 그러나 이러한 결과를 통해 일본에 비해 한국과 중국 문화권에서 미인에 대한 고정 관념이 더 강하게 형성되어 있음을 반증할 수 있다.

한국의 국가적 미인 이미지는 대부분이 참하고 지적이며 우아한 현모양처의 이미지가 대부분인 것에 반해, 중국의 경우엔 능력 있고 당당한 이미지로 상호 간에 차이를 보였다. 반면에 일본 참가자들에 의해 선정된 국가적 미인의 경우는 다양한 이미지가 혼재되어 있어, 한국과 일본에 비해 미인에 대한 고정 관념이 강하지 않음을 알 수 있었다.

FGI 자극물 개발에 있어 주목할만한 점은 한국과 중국 자극물에서 국가적 미인과 개인적 미인의 이미지에 큰 차이가 있었다는 점이다. 한국의 경우 국가적 미인은 대부분이 우아하고 지적인 이미지가 언급된 것에 반해, 개인적 미인은 당당하고 세련되며 능력 있는 여성의 이미지가 다수 수집되었다. 반대로 중국의 경우 국가적 미인은 능력 있고 당당한 이미지가 언급된 것에 반해, 개인적 미인은 부드럽고 세련되며 밝은 이미지의 여성이 다수 언급되었다. 특히 중국 참가자들은 한류 연예인의 이미지를 부드럽고 세련되며 밝은 이미지로 인식하고 있었다. 이러한 이미지는 중국 사회의 국가적 미인 이미지인 당당하고 독립적인 이미지의 미인과 상반되는 것으로, 이러한 점이 2, 30대 젊은 여성을 중심으로 나타나는 한류 연예인의 인기 상승에 큰 요인으로 작용하고 있었다. 일본의 경우 국가적 미인과 개인적 미인 모두에서 다양한 이미지의 미인이 언급되었다.

다음의 <표 4-5>는 FGI 참가자들이 개발한 자극물 중 다수의 응답자들에 의해 언급된 대표 이미지를 각각의 국가 별로 정리한 것이다.

<표 4-5> 한중일 국가 별 FGI 자극물 대표 예시

한국		중국		일본	
국가적미인	개인적미인	국가적미인	개인적미인	국가적미인	개인적미인
김태희	탕웨이	판빙빙	김태희	기타가와 케이코	나카마 유키에
					
송혜교	김연아	장만옥	송혜교	사사키 노조미	아야세 하루카
					
김희선	장만옥	유역비	이효리	시바사키 코우	다케우치 유교
					
전지현	손연재	순리	밀크티얼짱	오네쿠라 료코	마쓰시마 나나코
					

제 4 절 자료분석방법

10 차례에 걸친 FGI를 통해 수집된 질적 자료를 스트라우스(Strauss)와 코빈(Corbin)이 제시한 근거 이론 방법을 사용하여 분석하였다. 1967년도에 간호학을 배경으로 탄생하여 지난 40여 년 동안 사회 과학 이론의 개발에 큰 공헌을 한 근거 이론은(Schreiber & Stern, 2001), 현장을 기반으로 자연스러운 상황에서 발생한 현상을 실제 그 현상에 직면한 당사자

들이 어떻게 인식하고 대응하는지 직접적으로 관찰하고 해석하는 과정을 통해 새로운 이론을 도출하는 질적 연구방법이다(Glaser & Strauss, 1967; Strauss, 1987; Strauss & Corbin, 1990). 본 연구에서는 한국, 중국, 일본의 2, 30대 여성이 인식하는 여성 외모의 아름다움을 각각의 문화적 맥락에 대한 이해를 기반으로 포괄적으로 이해하고자 하며, 이러한 연구 목적을 충족시킬 수 있는 방법으로 근거 이론이 적합하다고 판단되어 주요 연구 방법으로 채택하였다. 자료의 분석은 자료 수집 과정과 병행되었으며, 자료의 분석 결과를 기반으로 자료 수집 방법에 보완이 가해졌다(Lincoln & Guba, 1985; Spiggle, 1994).

본 연구에 적용된 근거 이론을 기반으로 한 분석 단계는 다음과 같다. 우선 1단계로 개방 코딩(open coding)을 실시하였다. 개방 코딩은 자료를 기반으로 이론을 구성하는 기본 단위인 개념을 추출하는 단계이다. 개념화가 어느 정도 진행되면 여러 개념을 아우르는 설명적, 추상적 용어로 개념들을 그룹화시키는 범주화 작업이 진행되며, 각각의 범주들은 범주가 설명하고 있는 현상에 대한 구체적인 설명 기능을 수행하는 하위 범주로 구성된다(Strauss & Corbin, 1990). 연구자는 개방 코딩을 위해 일차적으로 인터뷰 녹취 자료 전체를 정독한 후 단어 단위, 문장 단위, 단락 단위로 분석을 이어 나갔으며, 개념과 범주를 추출하는 작업에 있어 자료 상호 간의 비교, 통합, 반복의 과정을 거치면서 자료에 대한 통합적 관점을 구축하였다(Holbrook & O' Shaughnessy, 1988; Spiggle, 1994). 개방 코딩은 더 이상 새로운 개념이 나타나지 않아 이론적 포화(theoretical saturation)가 진행된 시점까지 계속되었다(Strauss & Corbin, 1990).

이상의 과정을 거친 후 2단계 분석으로 축 코딩(axial coding)을 실시하였다. 축 코딩은 패러다임 모형에 기반하여 각각의 범주들 간의 연관성을 고려하여 이들 간의 통합적 구조화를 시행하는 과정이다(Strauss & Corbin, 1990). 축 코딩을 통해 개발된 패러다임 모형은 단순한 인과 관계가 아닌 현상의 맥락적 이해를 통해 관계의 본질을 보여주기 위한 것이므로, 연구자 역시 범주 간의 관련성에 대한 엄격한 제한보다는 상황의 본질을 이해하는 것에 주안점을 두고 분석을 실행하였다.

최종적으로 1단계, 2단계 분석 결과를 다시 새로운 이야기로 기술하는 3

단계 선택 코딩(selective coding)을 실시하였다. 개방 코딩은 범주와 이들의 속성 생성에, 축 코딩은 범주의 체계화를 목적으로 한다면, 선택 코딩은 범주들의 통합과 정교화를 목적으로 한다(Strauss & Corbin, 1990). 선택 코딩의 단계를 통해 본 연구 결과를 통합적으로 제시할 수 있는 이야기를 구축하였다.

제 5절 연구의 타당성 및 신뢰성 검증

본 절에서는 본 연구의 타당성 및 신뢰성을 확보하기 위해 적용된 연구 방법과 연구 자료의 분석 절차에 대해 기술하였다. 본 연구는 한국, 중국, 일본 문화권의 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 이해하기 위해 질적 연구방법 기반의 비교문화연구를 시행하였다. 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 포괄적인 관점에서 탐색적으로 접근하기 위해 시행한 질적 연구방법의 타당성과 신뢰성을 확보하기 위해, 연구 결과의 내적 타당성(internal validity)과 외적 타당성(external validity), 연구 결과의 신뢰성과 중립성 확보에 주안점을 두었다. 또한 비교문화연구의 타당성과 신뢰성 확보를 위해 선행 연구를 중심으로 본 연구에 적용되어야 할 동가성(equivalence)을 확인하고, 이를 기반으로 연구를 진행하였다. 본 연구에 적용된 타당성과 신뢰성 확보를 위한 방안들은 아래와 같다.

1. 질적 자료 수집, 분석 과정의 타당성 및 신뢰성

질적 연구는 양적 연구와는 다른 철학적 배경을 기반으로 하며 사회문화적 현상에 대한 상이한 접근 방식을 갖고 있다. 이러한 이유로 다수의 학자들에 의해 양적 연구와는 다른 질적 연구만의 고유한 타당성과 신뢰성 검증 방식에 대한 논의가 이루어졌다(Creswell & Miller, 2000; Lincoln & Guba, 1985; Spiggle, 1994; Wallendor & Belk, 1989). 본 연구에서는 이러한 연구 결과를 기반으로 하여 연구의 타당성과 신뢰성을 검증하였으며, 그 결과는 아래와 같다.

첫 번째로 고려된 사항은 연구 결과의 내적 타당성(internal validity)으로, 이는 연구자가 연구를 통해 측정하고자 하는 현상을 실제로 정확하게 측정하였는가를 통해 검증된다(Lincoln & Guba, 1985; Wallendorf & Belk, 1989). 본 연구에서는 FGI 참가자가 여성 외모의 아름다움을 고려하였을 때 미인이라고 간주하는 여성의 이미지를 질적 자료 수집의 자극물로 활용함으로써, 인터뷰를 통해 수집된 자료의 내적 타당성을 확보하였다. 더불어 분석 과정에 있어 개별 인터뷰 참가자 소수의 의견에 치중하기보다는, 각각의 인터뷰 전반에 걸쳐 반복적으로 나타나는 유사한 패턴에 주목함으로써 결과의 타당성에 기여하였다.

두 번째로 고려된 사항은 외적 타당성(external validity)으로 연구 결과를 연구 이외의 다른 맥락에 적용할 수 있는지, 독자들이 연구 결과를 접하였을 때 자신의 경험과 관련성을 찾아낼 수 있는지 여부에 따라 판단된다(Belk et al., 1989; Lincoln & Guba, 1985). 본 연구는 인터뷰 참여자 선정 방식에 있어 인터뷰 참가 신청자의 사전 자료 분석 결과를 기반으로, 연구 참가자 선정의 기준을 연구에 맞게 변형시키는 이론적 샘플링(theoretical sampling)기법을 적용하여 자료의 대표성을 확보하였다(Strauss & Corbin, 1990). 더불어 연구자는 연구 설계와 분석 과정에 메모, 그림, 녹취, 요약물 등 다양한 양식의 기록물을 통해 저장함으로써(Glase & Strauss, 1967; Lincoln & Guba, 1985; Strauss, 1987; Strauss & Corbin, 1990), 본 연구를 다른 맥락, 다른 연구자에 의해 재시도될 수 있도록 하였다(Spiggle, 1994).

세 번째로는 연구 과정의 일관성과 분석 도구의 평가를 통해 연구 결과의 신뢰성을 확보하였다(Lincoln & Guba, 1985; Wallendorf & Belk, 1989). 연구자는 지도 교수에게 연구 진행 과정에 대한 정기적 보고를 시행하였으며, 자료 분석 과정과 결과를 지도 교수와 함께 검토하여 최종 결과를 도출하였다. 질적 연구에서는 연구자 스스로가 분석 도구가 되므로(Spiggle, 1994; Strauss & Corbin, 1990), 연구자 개인의 연구 관련 경험 역시 연구 결과의 신뢰성 확보에 중요한 요소가 된다. 본 연구자는 화장품 기업에 근무하면서 아름다움과 관련된 소비자 행동을 연구하는 업무를 수행한 경험과 아름다움에 대한 인식, 화장품 관련 사용 행태, 외모 관

리 행동에 대한 연구 경험을 바탕으로 본 연구를 진행하였다.

마지막으로 고려된 요소는 연구 과정에 있어 중립성을 확보하는 것이다 (Lincoln & Guba, 1985; Strauss & Corbin, 1990). 연구자 개인의 주관적 요소의 영향력이 높은 질적 연구를 수행함에 있어 철저하게 객관성을 유지함으로써 중립성을 확보하는 것이 불가능하지만 (Strauss & Corbin, 1990), 연구자는 주관성의 개입이 최소화되도록 노력하였다. 이를 위해 자료에 나타난 개념들을 상호 비교하는 과정을 통해 보다 체계적이고 구조적인 분석을 시행하였으며, 하나의 개념을 다양한 관점에서 견지함으로써 열린 시각을 갖고자 하였다. 더불어 현재 진행되고 있는 연구 과정, 연구 결과에 대한 객관적 자기 성찰을 통해 연구 자료 자체에 대한 몰입을 향상시켰으며, 분석 결과에 대한 회의적 태도를 유지함으로써 결과의 객관성을 높였다.

2. 비교문화연구 분석의 등가성

비교문화연구 결과의 타당성을 확보하기 위해서는 분석상의 등가 수준 (equivalence level)을 고려해야 하며, 등가성이 충족되지 않을 시 연구 결과 전반의 신뢰성에 타격을 받을 수 있다 (Gordon & Kikuchi, 1966). 비교문화연구의 방법론에 있어 등가성의 중요성을 반영하여, 이에 대한 다수의 연구가 아래와 같이 진행되었다.

Peng et al. (1991)은 비교문화연구에 있어 등가성은 연구의 절대적 전제 조건이라 언급하였으며, Green and White (1976)은 다양한 문화권에서 연구되는 현상의 기능적 등가성 (functional equivalence), 연구에 사용되는 개념적 등가성 (conceptual equivalence), 도구의 등가성 (instrument equivalence), 각 국가 별 표본의 등가성 (sample equivalence)을 언급하였다. Berry and Dasen (1974)은 기능, 개념, 매트릭스라는 세 가지 차원의 등가성을 제시하였다. 기능적 등가성은 유사한 활동이 서로 다른 국가에서 유사한 기능을 가지는가에 관한 것이며, 개념적 등가성은 유사한 활동이 유사한 의미와 개념을 갖는가의 문제이며, 매트릭스 등가성 (matrix equivalence)은 통계 분석을 위해 사용되는 측정 도구의 등가성을 의미한

다. Hui and Triandis(1985) 역시 비교문화연구에서 주의해야 할 등가성을 4 가지 차원으로 제시하였다. 연구에서 다루는 문화권에서 측정하고자 하는 동일한 개념을 연구 대상으로 삼았는지에 관한 개념적/기능적 등가성 (conceptual/functional equivalence), 연구를 위한 조작적 정의가 각 문화권 별로 동일하게 적용되었는가에 관한 조작적 등가성(operation-alization equivalence), 연구에서 다루는 개념을 동일한 도구로 측정하였는지에 대한 문항 등가성(item equivalence), 앞서 언급된 세 가지 등가성이 모두 충족된 상태에서 각 문화권의 자료가 동일한 분포를 갖고 있는가에 관한 수치 등가성(scalar equivalence)등을 언급하였다.

이상의 개념을 정리하여 본 연구에 있어 주의해야 할 등가성을 체계화해보면, 선행 연구들에 따라 용어의 차이가 있긴 하지만 개념적 등가성, 조작적 등가성, 도구의 등가성, 표본의 등가성 등이 확보되어야 할 것이다.

개념적 등가성의 확보를 위해서 본 연구에서 알아보하고자 하는 아름다움의 인식이 한국, 중국, 일본의 세 문화권에서 동일하게 실재하는 현상이어야 한다. 이미 여러 선행 연구를 통해 외모의 아름다움에 대한 인식이 범문화적으로 현존하는 현상임을 검증되었으며(이승희 외, 2001; Brokhoff et al., 2012; Xu et al., 2010), FGI의 진행을 통해 실제 한국, 중국, 일본 여성들의 일상적 삶을 통해 형성된 외모 아름다움과 관련된 미적 경험을 질적 자료로 수집함으로써 본 연구의 개념적 등가성을 확보하였다.

조작적 등가성 확보를 위해서 본 연구에 사용될 아름다움이라는 개념이 한국, 중국, 일본의 세 문화권의 연구에 있어 동일하게 적용되어야 한다. 본 연구에서는 우선 외모 아름다움과 관련된 선행 연구의 고찰을 통해 본 연구에 적용될 외모 아름다움의 개념을 도출하였으며, 이를 기반으로 하여 연구를 설계, 진행하였다. 또한, 질적 자료의 수집을 위해 시행한 FGI의 참가자들로 하여금 스스로 자극물을 개발하게 하였는데, 자극물 개발 지침을 통해 한국, 중국, 일본 문화권의 국가적 미인과 개인적 미인을 자극물로 삼아 이를 기반으로 인터뷰를 진행하였다. 세 나라 모두에 동일한 자극물 개발 지침이 적용되었으므로, 이를 기반으로 본 연구에 적용된 아름다움의 개념이 한중일 문화권에서 동일하게 적용될 수 있었다.

또한, 도구의 등가성 확보를 위해 세 나라의 비교문화연구를 실제로 진

행함에 있어 연구의 진행, 연구 결과의 분석 등에 적용될 분석 도구들이 균일하여야 한다. 이를 위해 본 연구에서는 FGI진행 지침을 사전에 설계하여 이를 기반으로 한국, 중국, 일본의 질적자료를 수집하였다. 또한 Strauss and Corbin이 개발한 근거이론 방법을 분석 도구로 사용하여 (Glaser & Strauss, 1967; Strauss, 1987; Strauss & Corbin, 1990), 연구 도구의 등가성을 확보하였다.

마지막으로 표본의 등가성을 위해 연구 분석에 사용될 데이터가 동일한 특성의 표본으로부터 수집되어야 한다. 본 연구에서는 한국, 중국, 일본의 FGI 참가자의 동질성 확보를 위해 참가 신청자를 대상으로 1차 설문을 실시하였다. 이를 통해 연구 참가자의 나이, 전공, 경제적 수준, 외모에 대한 관심도를 조정하여 동질적인 집단이 되도록 하였다. 또한, 중국과 일본 참가자의 경우 한국 문화의 영향력을 최소화하기 위해 되도록 한국 거주 기간이 짧은 지원자를 우선 선발하였다.

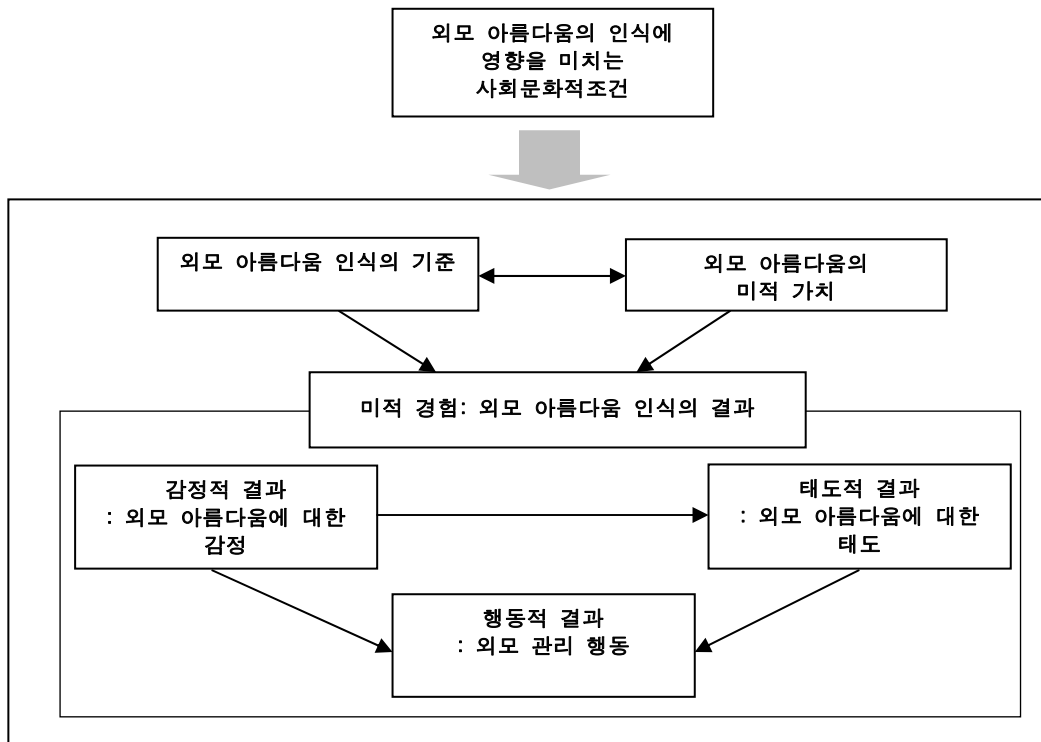
제 5 장 연구결과

본 연구에서는 한국, 중국, 일본 문화권의 여성이 인식하는 여성 외모의 아름다움에 대한 탐색적 접근을 위해 질적 연구를 실시하였다. 질적 자료의 분석을 통해, 외모 아름다움에 대한 인식 과정의 패러다임 모형이 도출되었으며, 이는 세 문화권에서 공통된 구조를 보였다. 본 장에서는 여성 외모의 아름다움 인식의 패러다임 모형을 살펴보고, 이어 한국과 중국, 일본의 FGI 결과를 각각의 문화권 별로 분석한 후, 이를 기반으로 한중일 세 문화권의 여성 외모의 아름다움에 대한 문화적 보편성과 특수성을 살펴보았다. 마지막으로 모든 연구 결과를 포괄하여 한중일 문화권의 여성 외모의 아름다움에 대한 통합적 접근을 시행하였다.

제 1 절 한중일 여성 외모의 아름다움 인식의 패러다임모형

한국, 중국, 일본의 2, 30대 여성의 FGI는 한국 3집단, 중국 4집단, 일본 3집단의 총 10집단의 인터뷰로 진행되었으며, 한국 18명, 중국 25명, 일본 17명의 총 60명의 응답자가 연구에 참여하였다. 인터뷰 자료를 근거이론의 세 단계 분석법을 적용하여 분석하였으며, 개방 코딩과 축 코딩을 통해 다음의 <그림 5-1>과 같은 6개의 요소로 구성된 여성 외모의 아름다움 인식의 패러다임 모형을 도출하였다.

본 연구에서 바라보는 외모 아름다움에 대한 관점이 특정 사회문화의 맥락적 상황을 기반으로 형성되는 주관적 인식임을 감안하였을 때, 외모 아름다움에 대한 인식의 구성 요소들은 모두 사회문화적 조건에 영향을 받게 된다. 다시 말해, 외모 아름다움 인식의 기준, 외모 아름다움의 미적 가치, 외모 아름다움의 감정적/태도적/행동적 결과는 모두 사회문화적 조건에 영향을 받고 있었다.



<그림 5-1> 축 코딩을 통해 도출된 한중일 여성 외모의 아름다움 인식의 패러다임 모형

외모 아름다움 인식의 기준과 외모 아름다움의 미적 가치는 상호 영향력을 행사하며, 두 요소의 상호 작용을 통해 미적 경험에 해당하는 외모 아름다움 인식의 결과를 도출하게 된다. 외모 아름다움 인식의 기준은 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 기준을 의미하는 것으로, 사회문화의 맥락적 조건을 기반으로 특정 문화권에서 아름답다고 인식되는 외모의 조건을 의미한다. 외모 아름다움의 미적 가치는 외모를 통해 추구하는 아름다움의 가치이다. 가치의 정의가 '특정 시점에서 최종적 존재 상태가 다른 것보다 낫다고 인식되는 지속적인 신념'임을 감안하였을 때(Rokeach, 1973), 외모 아름다움의 미적 가치란 '특정한 사회 문화의 구성원에게 외모의 아름다움을 통해 형성된, 최종 상태가 다른 것보다 낫다고 인식되는 지속적인 신념'이라 정의할 수 있다. 이러한 외모 아름다움 인식의 기준과 외모 아름다움의 미적 가치는 상호 영향력을 보였다. 외모의 아름다움을 인식하

고 평가하는 기준은 외모의 아름다움을 통해 추구하는 가치에 영향을 미치고, 반대로 외모의 아름다움을 통해 추구하는 가치 역시 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 기준에 영향을 미치고 있었다.

외모 아름다움 인식의 결과는 외모 아름다움에 대한 감정인 감정적 결과, 외모 아름다움에 대한 태도인 태도적 결과, 외모 관리 행동인 행동적 결과로 구성되었다. 외모 아름다움에 대한 감정은 외모 아름다움에 대한 태도에 영향을 미치고, 외모 아름다움에 대한 감정과 태도는 모두 외모 아름다움을 유지, 향상, 발전시키기 위한 외모 관리 행동에 영향을 미쳤다.

제 2 절 한국 여성의 외모 아름다움에 대한 인식

한국의 2, 30대 여성의 FGI는 총 3집단의 인터뷰로 진행되었으며, 총 18명의 응답자가 연구에 참여하였다. 인터뷰 자료를 근거 이론의 세 단계 분석법을 적용하여 분석한 결과, 개방 코딩과 축 코딩을 통해 총 24개의 범주와 49개의 하위 범주를 추출하였다. 또한, 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 통해 형성되는 미적 가치와 미적 경험에 대한 포괄적 패러다임 요소가 도출되었다. 각각의 패러다임 요소와 범주, 하위 범주의 내용은 아래의 <표 5-1>과 같다.

<표 5-1> 한국 여성의 아름다움에 대한 인식에서의 범주, 하위범주, 개념

패러다임 요소	범주	하위 범주	개념
외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건	전반적 미의식	확립화된 미의식	정형화된 미의식, 다양하지 않은 미인의 범주, 미인에 대한 강한 고정 관념
		한국적 전통미에 대한 자부심	세계적으로 경쟁력 있는 한국의 미, 서양에 뒤지지 않는 동양의 미, 한국적이고 동양적인 아름다움에 대한 친근감
		매스미디어를 통한 미의식의 확장	미디어를 통해 만들어진 허구의 이미지, 기획사를 통한 완벽한 외모 관리, 미디어에 대한 동조 현상, 아이돌의 성 상품화, 연예인의 성 상품화, 미디어를 통한 신체 노출의 일상화, 미디어를 통해 확산된 성형의 보급/일상화
		여성의 노화에 대한 인식	여성의 나이가 들수록 외모의 아름다움이 반감된다는 고정 관념, 나이 어린 여성의 외모에 대한 선호, 나이에 따른 여성만의 고유한 아름다움 생성

패러다임 요소	범주	하위범주	개념	
외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건	외모 관리 산업	외모 관리 산업의 급신장	운동/패션/화장품 산업의 활성화, 고가의 외모 관리 프로그램, 해외 원정 외모 관리 산업	
	가부장적 문화	제한적인 여성의 사회적 역할	결혼을 잘 하는 것이 취업을 잘 하는 것만큼 중요, 배우자에 따라 인생의 성공 여부가 결정된다는 사회적 인식, 여성의 사회적 활동을 위한 지원 부족	
		한국 남성의 왜곡된 여성관	여성의 능력과 성격보다는 외모를 중심으로 배우자 선택, 남성의 무조건적인 어린 여성 선호, 남성보다 사회적 능력이 좋은 여성에 대해 부정적 인식	
	미인의 사회적 권력화	과대 평가되는 미인의 능력	능력보다 여성의 외모가 인정받는 사회, 미인의 사회적 발탁의 기회 증가, 사회적으로 높은 위치 점유, 우수한 사회적 관계 형성,	
외모 아름다움 인식의 기준	외모의 조형적 요소	균형과 조화를 갖춘 외모	이목구비의 크기와 위치가 조화로운 얼굴, 비율이 좋고 균형 잡힌 몸매, 객관적으로 아름다운 이상적인 신체 조건	
		서구적이고 현대적인 외모	글래머 몸매, 큰 키, 긴 팔다리, 쌍꺼풀진 눈, 높은 코, 마른 몸매, 작고 입체적인 얼굴, 가름한 얼굴형	
		전통적인 외모	부드러운 곡선미의 얼굴형과 이목구비, 아담한 체형, 너무 뚜렷하지 않은 이목구비, 하얀 피부	
	외모의 게슈탈트적 이미지	참한 현모양처 이미지	참한 현모양처 같은, 드세지 않은, 부드러운, 여성적인, 날카롭지 않은, 싸 보이지 않는, 애교 있는, 지혜로운	
		청순하고 어린 이미지	청순한, 보호본능을 일으키는, 남성들이 좋아하는, 때묻지 않은, 착한, 인형 같은, 귀여운, 어린, 순수한, 세파에 찌들지 않은, 파릇파릇한, 발랄한, 말 잘 듣는	
		우아하고 귀족적인 이미지	기품 있는, 도도한, 깨끗한, 귀해 보이는, 성숙한, 고급의, 격을 갖춘, 위엄 있는	
		능력 있고 당당한 이미지	건강한, 근육이 있는, 연약하지 않은, 젊음을 유지하는, 세련된, 카리스마 있는, 자신감 있는, 당당한, 능력 있는, 화려한, 섹시한, 나이 들면서 멋있어지는	
		친근감 있는 이미지	친숙한, 볼수록 매력 있는, 온화한, 인간적 매력이 있는, 자연스러운, 소박한	
	외모 아름다움의 미적 가치	진정성 (authenticity)	아름다움에 대한 진정성	꾸며내지 않은, 모방 불가능한, 보편적이지 않은, 스스로 체득한, 일상에서 묻어 나오는
		우월함 (superiority)	타인보다 우월한 美	아름다움의 등급에서 상위급인, 타인보다 확연하게 우월한
아우라(aura)와 감동			말로 표현하기 어려운 감동과 탄성, 고유의 잔상과 여운, 여신과 같은, 아우라에 대한 선망	
외모 아름다움 인식의 감정적 결과: 외모 아름다움에 대한 감정	미인에 대한 감정	미인에 대한 긍정적 감정	미인과의 사회적 관계 형성에 대한 호기심/호감/흥미, 미인의 아름다운 외모에 대한 선망/동경/모방 욕구/경외심/놀라움, 미인의 사회적 권력에 대한 부러움, 모든 면에 있어 완벽한 미인에 대한 부러움, 미인의 아름다운 외모로 인한 미적 즐거움, 미인과의 인간 관계를 통해 이익을 얻을 것이라 기대심	
		미인에 대한 부정적 감정	미인의 아름다운 외모에 대한 콤플렉스/열등감, 미인에게만 호의적인 사회에서의 소외감/짜증, 일반인과 현저하게 차이 나는 미인의 외모 아름다움에 대한 거리감, 자아도취에 빠진 미인에 대한 비호감/얕미움,	
	본인의 외모에 대한 감정	본인의 외모에 대한 긍정적 감정	자신의 외모에 대한 자족, 자신만의 고유한 매력에 대한 자족,	
		본인의 외모에 대한 부정적 감정	외모를 가꾸지 않은 것에 대한 후회/자괴감/짜증, 외모로 인해 사회적으로 과소평가 되는 것에 대한 소외감/짜증/분노/상실감, 이성에게 주목 받지 못하는 외모에 대한 스트레스/소외감/열등감	

패러다임 요소	범주	하위범주	개념	
외모 아름다움 인식의 감정적 결과: 외모 아름다움에 대한 감정	외모 관리에 대한 감정	외모 관리에 대한 긍정적 감정	완벽하게 관리된 외모에 대한 자신감/성취감/즐거움, 완벽하게 외모 관리 한 것에 대한 부러움/노고에 대한 공감과 인정, 다양한 외모 관리가 가능한 여성에 대한 부러움	
		외모 관리에 대한 부정적 감정	외모 관리를 하지 않으면 대인 관계에서 자신감 상실, 늘 외모 관리에 완벽해야 한다는 부담감/스트레스, 외모 관리에 완벽하지 않은 자신에 대한 죄책감/패배감/실망감, 외모 관리 하지 않은 자신에 대한 타인 비난에 대한 두려움, 외모 관리를 하지 않은 타인에 대한 비난/무시/비호감	
	성형에 대한 감정	성형에 대한 긍정적 감정	성형을 통해 외모 콤플렉스의 해소/자신감 상승, 성형을 통해 사회적 경쟁력 획득을 통한 성취감/자신감, 성형 미인에 대한 부러움/모방욕구/호기심/놀라움, 성형 정보에 대한 흥미/놀라움	
		성형에 대한 부정적 감정	성형 중독/통증에 대한 두려움, 성형하지 않아 외모지상주의 사회에서 낙오될 것에 대한 두려움/열패감, 성형 미인의 가공미에 대한 비하/거리감/	
	노화에 대한 감정	노화에 대한 긍정적 감정	나이 들면서 찾게 되는 나만의 스타일과 원숙함에 대한 기대감	
		노화에 대한 부정적 감정	여성으로써 나이 먹는 것에 대한 두려움, 나이 들면서 원숙미를 가꾸지 않고 무조건적 동안을 추구하는 것에 대한 비호감/추함	
	외모 아름다움 인식의 태도적 결과: 외모 아름다움에 대한 태도	미인에 대한 태도	미인에 대한 긍정적 태도	자연 미인에 대한 긍정적 태도, 성형 미인이 얻게 되는 사회적 이익에 긍정적 태도
			미인에 대한 부정적 태도	미인은 자기 개발에 소홀하거나 능력이 부족할 것이라는 부정적 편견
본인의 외모에 대한 태도		본인의 외모에 대한 긍정적 태도	자신만의 고유한 외모의 경쟁력 개발, 외모 중심의 사회에서 나만의 매력으로 승부, 본인의 외모에 대한 주변의 평가에 흔들리지 않음, 자신의 외모에 대한 자족, 자신의 외모에 익숙해짐,	
		본인의 외모에 대한 부정적 태도	외모 중심 사회에서 인정 받지 못하는/사회적 이상미와 거리가 있는 자신의 외모에 대한 불만족	
외모 관리에 대한 태도		외모 관리에 대한 긍정적 태도	외모 관리를 자기 관리의 지표화, 다양한 외모 관리를 통해 향상되는 외모에 대한 긍정적 태도	
		외모 관리에 대한 부정적 태도	과도한 외모 관리에 대한 부정적 태도,	
성형에 대한 태도		성형에 대한 긍정적 태도	성형 미인의 노력에 대한 인정, 성형 미인이 얻게 되는 사회적 이익에 긍정적 태도, 성형 효과가 우수한 성형 미인의 경우 가공된 아름다움도 자연미라 인식	
		성형에 대한 부정적 태도	성형 미인의 인위성/가공성에 대한 비하하는 부정적 태도,	
노화에 대한 태도		노화에 대한 긍정적 태도	나이 들면서 변해가는 외모를 인정하고 받아들임, 나이가 들수록 외모와 능력의 조화를 통해 고유한 아름다움을 가꿀 수 있다고 여김, 나이 들면서 체득되는 아름다움의 경쟁력을 높이 평가, 멋있게 나이 들고자 노력	
		노화에 대한 부정적 태도	여성으로써 나이 든다는 것은 외모의 반감된다고 인식	

패러다임 요소	범주	하위범주	개념
외모 아름다움 인식의 행동적 결과: 외모관리행동	성형	성형의도 증가	결과가 보장된다면/성형한 티가 안 난다면 성형 가능, 성형의 보급으로 하지 않는 것이 손해, 성형을 통해 누구나 미인이 될 수 있음, 성형 기술의 발달로 자연스러운 성형 증가, 사회적 효과 대비 저렴한 성형 비용
		성형사실을 숨김	성형한 표시 안나는 성형 선호, 성형 사실을 주변에 알리지 않음
	화장	화장의 일상화	외출 시 매일 하는 화장, 외출 시 화장을 통해 마음의 안정 추구
		화장을 통한 콤플렉스 보완	나이 들면서 자신에게 어울리는 화장법 개발, 화장을 통해 얼굴의 매력 증대, 화장을 통해 생성되는 대인 관계의 자신감,
	피부 관리	화장품의 사용	기능성 화장품에 대한 관심, 기능성 화장품에 대한 아낌 없는 투자
		피부관리 마사지, 피부과	시간과 경제적 여유가 있다면 피부 관리 시행, 성형보다는 피부 관리에 더 치중
	체중 관리	무리한 식이 조절	체중 조절을 위해 음식을 극도로 제한, 단기간의 빠른 효과 추구, 건강에 미치는 악영향,
		운동 중심의 체중 관리	무리한 식이 조절의 부작용으로 운동 결심, 시간과 노력을 투자하여 운동, 나이 들수록 커지는 운동의 중요성, 꾸준히 운동하고 있는 극소수의 여성
	패션	자신만의 스타일을 만드는 패션	패션 스타일에 따라 자신만의 전반적 이미지 형성 가능, 나이 들수록 자신만의 고유한 패션 스타일 형성, 나이 들수록 패션의 중요성 강화
	외모 이외의 능력	외모 이외의 능력 개발	외모보다 경쟁력 있는 다른 분야에 투자, 내면의 능력/외면의 외모를 함께 유지/발전, 나이 들수록 외면/내면의 중요성 증가

1. 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건

한국 문화권에서 여성 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건은 크게 '전반적 미의식', '외모 관리 산업', '가부장적 문화', '미인의 사회적 권력화'의 네 범주로 나타났다. 이와 같은 사회문화적 요인은 여성의 외모 아름다움을 통한 미적 경험 전반에 영향을 미치고 있었다.

(1) 전반적 미의식

외모 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 전반적 미의식은 '획일화된 미의식', '한국적 전통미에 대한 자부심', '매스미디어를 통한 미의식의 확장', '여성의 노화에 대한 인식'이란 하위 범주로 구성되었다.

한국 여성의 외모 아름다움에 대한 기준은 매우 획일화되고 정형화되어 있었다. 한국 문화 전반에 걸쳐 미인에 대한 강한 고정 관념이 형성되어 있었으며, 이러한 영향으로 미인의 범주가 다양하지 않았다.

더불어 주목할 점은 한국의 2, 30대 여성들이 한국적인 아름다움에 대해 자부심을 갖고 있었다는 점이었다. 한국 여성들은 한국적 아름다움이 서양에 뒤지지 않으며 세계적으로 경쟁력이 있다고 인식하였으며, 한국적이고 동양적인 아름다움에 친근감을 느낀다고 하였다.

또한, 매스미디어를 통해 등장하는 연예인들이 한국 여성의 외면적 아름다움에 대한 인식에 강한 영향을 행사하는 것으로 나타났다. 미디어를 통해 완벽하게 관리된 이른바 만들어진 이미지를 가진 연예인의 외모가 일반인의 미의식에도 영향을 미쳤다. 미디어를 통해 등장하는 성형 연예인으로 인해, 성형을 통한 인공적 아름다움이 일반인에게도 적용되는 현상이 나타났다. 연예인들의 일상적인 신체 노출과 성의 상품화 역시 한국 사회의 전반적 미의식에 영향을 미치는 요소였다.

여성의 노화에 대한 인식 역시 전반적 미의식의 구성 요소 중 하나였다. 나이가 들면서 자신에게 어울리는 패션을 연출하는 능력이 개발되고 고유한 이미지를 형성할 수 있다는 긍정적인 반응도 있었으나, 대부분이 참가자들은 여성의 노화가 여성의 외면적 아름다움에 부정적인 결과를 초래한다고 생각하였다.

(2) 외모 관리 산업

외모 관리 산업의 급격 성장세 역시 한국 여성의 외모 아름다움에 대한 전반적 미의식 형성에 영향을 미치고 있었다. 한국 사회 전반에 일고 있는 외모 아름다움에 대한 가치 향상으로 인해, 운동, 패션, 화장품 산업이 활성화된 것은 물론 고가의 외모 관리 프로그램 역시 급격하게 일반화되는 현상을 보였다. 또한, 외모를 가꾸기 위해 해외 원정 프로그램을 이용해보고 싶다는 의견도 함께 제시되었다.

이러한 연구 결과는 이후에 기술될 것과 같이, 외모 관리 행동이 외모 아름다움에 대한 인식의 주요 패러다임 요소 중 하나인 것과 연관이 있다.

한국 문화권에서는 외모 아름다움에 대한 인식에 있어 최종적 행동을 의미하는 외모 관리 행동이 다양한 양상으로 전개될 수 있는 문화적 기반이 형성되어 있었다.

(3) 가부장적 문화

한국의 2, 30대 여성의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건으로 '가부장적 문화'가 발견되었다. 20세기 이후 한국 사회가 현대화되면서 양성 평등의 문화가 유입되었으나, 아직까지도 여성의 사회적 역할을 제한하는 가부장제가 한국 사회에 지배적 영향력을 행사하고 있었다. 한국의 2, 30대 여성은 가부장제의 영향으로 여성의 사회적 역할이 제한적이라고 생각하였으며, 여성의 사회적 진출이 쉽지 않은 상황 속에서 사회적 성공을 위해서는 능력 있는 배우자와 결혼을 하는 것이 개인의 능력을 기반으로 한 성취만큼 중요하다고 인식하였다. 다시 말해 한국의 젊은 여성에게 있어 결혼은 취업과 같은 사회적 성공과 유사한 중요성을 가지고 있었다.

한국의 2, 30대 여성은 가부장적 문화의 영향으로 한국 남성들이 배우자를 선택함에 있어 여성의 능력과 성격보다는 외모를 중요시한다고 생각하였으며, 본인보다 사회적 능력이 뛰어난 여성을 배우자로 선호하지 않는다고 생각하였다. 더불어 한국 남성들은 무조건적으로 나이가 어린 여성을 선호한다는 반응이 지배적으로 나타났다.

(4) 미인의 사회적 권력화

외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 요인의 마지막 범주는 미인의 능력이 사회적으로 과대 평가됨을 의미하는 '미인의 사회적 권력화'인 것으로 나타났다. 한국의 2, 30대 여성들은 능력보다 외모가 사회적 성공에 큰 영향력을 행사한다고 생각하였으며, 외모가 사회적 성공에 미치는 영향력이 남성보다 여성에게 더 강하게 형성되어 있다고 인식하였다. 참가자들은 한국 사회에서 미인은 사회적으로 발탁의 기회가 증가하고,

이를 통해 높은 지위를 점유하며, 사회적 인맥 역시 광범위하게 형성할 수 있다고 응답하였다.

(5) 사회문화적 요인 관련 인터뷰 내용

한국의 2, 30대 여성의 외모 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 요인을 도출하는 근거가 된 인터뷰 내용은 다음과 같다.

옛날에 칸 영화제가 갔을 때, 그때도 혼자서 한복을 딱 입고 있는데 아 정말 동양적이면서도 서양에서도 절대 미에 뒤지지 않는 그때 딱 보면서 우리나라의 미가 서양의 어떤 미보다도 훨씬 높게 아름답고... (참가자 8: 한국적 전통미에 대한 자부심)

사람들이 '어떻게 김태희랑 수지를 비교해' 하고 생각을 할지도 모르는데, 뭐 김태희의 열 아홉살 시절을 비교하면 모르겠는데, 슬픈 말이지만 김태희는 너무 늙었고...수지는 정말 파릇파릇하고 정말 정말 너무 예뻐요. (중략) 요즘 제가 느낀 거는 아무리 예뻐도 나이는 못 따라 잡는다... 슬픈데... 여자는 스물두살까지가 여자는 리즈인거 같아요. (참가자 6: 여성의 노화에 대한 인식)

같은 능력이면 예쁜 사람이 뽑히는 건데, 우리나라에는 여전히 이력서에 사진을 넣잖아요. 외국에서는 안그런데... 바뀌어야 해요. (참가자 9: 과대 평가되는 미인의 능력)

섹시하다고 칭찬을 해주면서도 속으로는 약간 낮게 생각하는 것 같아요. 쉽게 벗고 쉽게 자기 몸을 보여주려고 한다는 식으로. 좀 눈요깃 거리로 보는게 많은 것 같아요. 그 사람을 섹시하다고 높게 평가해 주는게 아니라 천박하다 이런 식으로. 그냥 그게 한끝차이인 것 같아요. 섹시한 거랑 저렴한 느낌이란 (참가자 12: 한국 남성의 왜곡된 여성관)

여성의 미 중에 되게 여러 가지가 있잖아. 지성미도 있고... 여러 가지가 있는데. 유독 우리나라에서는 여성스럽고, 귀엽고, 착하고...(중략) 서양사람들은 강한 걸 아름답다고 생각하고 약한 거를 별로... 위약하다고만 생각을 하더라고. 그런 걸 봤을 때 우리나라는 굉장히 특이한 것 같아. (참가자 14: 획일화된 미의식)

결혼정보회사에서 레벨이 여자는 거의 외모로만 판단되잖아. 여자는 외모가 한 칠십퍼센트 이상일걸? 키 얼마 이상, 몸무게 얼마 이하 이렇게 딱 자르는거. 키 크고 마른 이라면 A등급. (참가자 18: 한국 남성의 왜곡된 여성관)

헛아랑 누구지? 트러블메이커 보면 막 초딩들은 '재네 분명히 잤을 거야' 이런 댓글 올리잖아요. 솔직히 그냥 어른들이 보기에는 그런 걸 뭐라고 해야 하지... 흥분한다고 하나? 그냥 가벼운 포르노를 보는... 기분 좋게 보는 거잖아요. (참가자 9: 매스 미디어를 통한 미의식의 확장)

교수님들이 탄식 섞인 이야기가 애들 아무리 A+ 받고 4년 공부를 하면 뭐냐고... 결국에 취업하는 애는 날

씬하고 예쁜애가 취업하는데 공부만 하면 뭐하냐고... 자기들이 열심히 가르쳐 놓고도 자괴감이 든다는 거죠.
(참가자 17: 제한적인 여성의 사회적 역할, 과대평가되는 미인의 능력)

우리 남편은 예쁘면 뭐든지 잘한데. 심지어는 요리도 잘하고... 다리에 좀 집착하는 경향이 있는데, 다리가 예쁘면 뭐든지 잘한데, 육아도 잘하고, 일도 잘하고... (참가자 14: 한국 남성의 왜곡된 여성관)

2. 외모 아름다움 인식의 기준

한국 여성이 여성 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 기준은 크게 '외모의 조형적 요소'와 '외모의 계슈탈트적 이미지'로 구성되었다. 외모의 조형적 요소는 객관적인 기준을 통해 측정이 가능한 객관적 아름다움의 범주에 속하나, 이러한 객관성 역시 사회문화적 조건에 의해 주관적으로 설정된다는 점에 주목해야 한다. 외모의 계슈탈트적 이미지는 외모의 여러 부분의 조합을 통해 형성되는 개인 고유의 이미지를 의미하는 것으로, 외모 전체의 이미지는 각 부분의 합보다 큰 특성을 갖는다. 이러한 계슈탈트적 이미지 역시 특정한 문화적 맥락을 기반으로 특정 문화권에서 선호되는 고유의 이상미를 형성하게 된다. 한국의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 기준이 된 범주와 하위 범주의 내용은 다음과 같다.

(1) 외모의 조형적 요소

한국 여성들이 여성의 외모 아름다움을 인식하고 평가하는 기준이 되는 외모의 조형적 요소는 크게 '균형과 조화를 갖춘 외모', '서구적이고 현대적인 외모', '전통적인 외모'의 세 가지 하위 범주로 구성되었다. 외모의 조형적 요소는 객관적인 수치와 비율로 증명이 가능한 객관적 아름다움의 관점에 가까운 개념으로, 외모의 구성 요소인 이목구비의 생김새나 키, 몸무게 등 실측이 가능한 특성을 보였다.

한국의 2, 30대 여성은 외모를 구성하는 여러 요소들이 상호 균형 있고 조화롭게 배치되어 있는 외모를 아름답다고 인식하였다. 외모를 구성하는 요소가 각기 아름다운 형상을 하고 있더라도 주변의 구성 요소와 어우러지

지 않는다면 아름다움이 반감된다고 생각하였다.

더불어 한국의 2, 30대 여성들은 서구적이고 현대적인 외모를 아름답다고 생각하여, 큰 키, 긴 팔다리, 쌍꺼풀진 눈, 높은 코, 작고 입체적인 얼굴과 가름한 얼굴형 등 서구의 미인형에 가까운 외모를 선호한다고 응답하였다. 그러나 이러한 현상은 단순히 서양의 미의식을 있는 그대로 수용한 것이 아닌 우리만의 미의식으로 변환되었는데, 이는 전통적인 외모의 조형미를 아름다움의 조건이라고 응답하였음을 통해 알 수 있었다. 부드러운 곡선미의 얼굴형과 이목구비, 아담한 체형, 너무 뚜렷하지 않은 선이 고운 이목구비와 하얀 피부 등이 전통적인 미인관을 반영한 아름다움의 조건으로 언급되었다. 이러한 연구 결과는 외모 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 요소 중 전반적 미의식에 나타난 한국적 전통미에 대한 자부심의 영향을 받은 것이라 생각된다.

(2) 외모의 계슈탈트적 이미지

인간의 외모는 각각의 구성 요소가 가지는 조형적 특성과 더불어 여러 구성 요소가 총체적으로 결합된 이미지를 형성하게 되는데, 이러한 이미지는 각각의 외모 구성 요소가 가지고 있는 특성이 상호 간에 시너지를 창출하는 계슈탈트적 특성을 보이게 된다(김경희, 2000). 외모의 계슈탈트적 이미지의 범주는 '참한 현모양처 이미지', '청순하고 어린 이미지', '우아하고 귀족적인 이미지', '능력 있고 당당한 이미지', '친근감 있는 이미지'의 5개 하위 범주로 구성되었다.

한국의 2, 30대 여성들은 다양한 이미지를 아름다운 여성의 조건으로 제시하였는데, 이들 이미지는 국가적 미인과 개인적 미인에서 상호 양분되었다. 한국 문화권에서 대중적으로 아름답다고 생각되는 이미지는 '참한 현모양처 이미지', '청순하고 깨끗한 이미지', '우아하고 귀족적인 이미지'가 언급되었다. 반면에 기존 세대와는 다른 문화적 기반 속에서 성장한 2, 30대 여성 응답자들이 개인적으로 아름답다고 생각하는 미인의 이미지는 '능력 있고 당당한 이미지', '친근감 있는 이미지'인 것으로 나타났다.

국가적 미인의 이미지로 가장 빈번하게 언급된 이미지는 '참한 현모양처

이미지' 였으며, 참한 현모양처 같은, 드세지 않은, 부드러운, 여성적인, 날카롭지 않은, 썩 보이지 않는, 애교 있는, 지혜로운 등의 형용사로 설명되었다. '우아하고 귀족적인 이미지' 역시 국가적 미인의 범주에 속하였다. '우아하고 귀족적인 이미지'는 기품 있는, 도도한, 깨끗한, 귀해 보이는, 성숙한, 고급의, 격을 갖춘, 위엄 있는 등의 형용사를 통해 설명되었다. 이러한 이미지는 앞서 살펴본 가부장적 문화에 영향을 받은 것이다. 가부장적 문화에서는 여성의 사회적 역할보다는 가정 내부에서 남성을 조력하는 역할에 비중을 두며, 여성의 성적 취향을 드러내는 것을 억압하는 분위기가 형성되어 있다. 이러한 영향으로 '참한 현모양처 이미지', '우아하고 귀족적인 이미지'가 한국 문화권의 대표적인 국가적 미인 이미지로 언급되었다.

'청순하고 어린 이미지' 역시 국가적 미인의 이미지로 언급되었으며, 특히 이러한 이미지는 남성들이 선호하는 이미지라는 반응이 지배적이었다. 청순하고 어린 이미지는 보호 본능을 일으키는, 때묻지 않은, 착한, 어린, 순수한, 세파에 찌들지 않은, 파릇파릇한, 발랄한, 말 잘 듣는, 인형 같은, 남성들이 좋아하는 등의 형용사로 설명되었다. 한국 문화권에서 이러한 이미지가 선호되는 이유는 어린 여성의 신체적 특성을 선호하는 외모 아름다움과 관련된 전반적 미의식 때문인 것으로 생각된다.

한국의 2, 30대 여성들이 개인적 미인으로 언급한 여성의 이미지는 '능력 있고 당당한 이미지', '친근감 있는 이미지' 였다. '능력 있고 당당한 이미지'는, 건강한, 근육이 있는, 연약하지 않은, 젊음을 유지하는, 세련된, 카리스마 있는, 자신감 있는, 당당한, 능력 있는, 화려한, 섹시한, 나이 들면서 멋있어지는 등의 형용사로 설명되었다. 또한 '친근감 있는 이미지'는, 친숙한, 볼수록 매력 있는, 온화한, 인간적 매력이 있는, 자연스러운, 소박한 등의 형용사로 설명되었다.

이처럼 한국 2, 30대 여성들이 언급한 국가적 미인과 개인적 미인의 이미지에 차이가 발생하는 것은, 여성의 역할을 가정에 귀속시키는 가부장적 문화에서 여성의 사회적 역할이 강화된 양성 평등의 문화로의 이양기에 나타나는 문화적 현상이라 생각된다. 특히 한국의 젊은 세대 여성들이 인식하는 여성의 이미지에 변화가 일고 있는 것으로 보아, 향후 한국 사회 전반에 걸쳐 이상적인 여성의 이미지에 변화가 일어날 것이라 예측된다.

(3) 외모 아름다움 인식의 기준 관련 인터뷰 내용

한국의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 기준을 도출하는 근거가 된 인터뷰 내용은 다음과 같다.

하지원이랑 손예진은 엄청 꾸미고 화려하다는 이미지보다는 수수하고 안 꾸민 듯 소박하고 자연스러운데 얼굴이나 외모나 그런데서 어색함이 느껴지지 않고 왜 자연스러운데 이쁘잖아요. (중략) 자연스럽고 풍겨오는 분위기도 계절에 비유하자면 봄? 되게 따스하고 따뜻하고 온화하고,,, (응답자4: 친근감 있는 이미지)

이하늬같은 그런 느낌. 잔잔한 근육을 가진 탱탱함. 그런 게 닳고 싶어요. 어렸을 때는 안 그랬는데, 조금씩 나이가 들어가면서 근육의 소중함을 느끼면서... 이하늬의 몸을 보고 숨막혔던 적이 있어서... 이하늬나 이효리처럼 탱탱함 이런 거는 선망의 대상이 되는 것 같아요. 나이 드는 여자라면. 그런 탱탱함을 당연히 가지고 싶으니까... (참가자 1: 능력 있고 당당한 이미지)

눈이랑 얼굴이 전체적으로 모난 데가 없고 얼굴은 되게 가름한데 붓으로 그린 것처럼 선이 되게 곱잖아요. 김연아는 나이답지 않게... 사실 저랑 동갑인데... 분위기나 아니면 아우라는 말하는 거에서 풍겨오는 자신감이 나 그렇게 너무 이쁜거 같아서... (참가자 7: 전통적인 외모, 능력 있고 당당한 이미지)

강남은 약간 좀 더 시내고 해서 애들이 조금 더 세련되고 세파에 약간 찌들었는데 분당은 계획 도시잖아. 그래서 아파트에서 나와서 바로 학교 갔다가 바로 엄마 차 타고 집으로 오는 그런 애 이미지. 약간 돈도 있고... (중략) 내가 정말 손연재 같은 딸을 낳수만 있다면 백프로 낳 수만 있다면 낳아보고 싶어. (참가자 14: 청순하고 어린 이미지)

왜 수많은 다리 중에 하지원 다리냐. 그런 그냥 맨다리가 아니라 진짜 건강하고 가꾸고 너무 얇은 다리는 솔직히 갖고 싶긴 한데 그냥 이렇게 말하잖아요. 어떻게 저 다리로 걸어 다니고 뭐 저렇게 알 없이 있으려면 움직이지도 말아야 할 것 같고... 근데 하지원은 운동하고 가꾸고 그런 미가 더해지는 것 같아요. (참가자 8: 능력 있고 당당한 이미지)

김태희는 얼굴 자체가 선들이 약간 동그랗다고 해야 하나... 그래서 남자들이 봤을 때 약간 운순해 보이는 강아지 같은... 그러면서도 이목구비도 뚜렷해서 그래서 좀 예쁘다고 생각하는 것도 있고 또 거기다가 약간의 학교의 이미지나 이런거를 해서 현모양처, 현명하고 예쁜, 그런 드세지 않은... (참가자 8: 균형과 조화를 갖춘 외모, 참한 현모양처 이미지)

3. 외모 아름다움의 미적 가치

외모 아름다움의 미적 가치는 외모의 아름다움을 통해 궁극적으로 추구

하는 가치로, 외모의 아름다움을 통해 형성된 최종 상태가 다른 것보다 낮다고 인식하는 지속적인 신념을 의미한다. 한국의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치는 '우월함'과 '진정성'인 것으로 나타났다.

(1) 우월함

아름다움의 우월함은 타인의 아름다움을 능가할 수 있는 비교 우위의 아름다움을 의미했다. 한국의 2, 30대 여성들은 아름다움에도 등급이 있다고 생각하였으며, 아름다움의 우월함을 통해 일반인을 넘어서는 비교 우위를 점할 수 있다고 인식하였다. 이와 같은 아름다움의 우월함은 말로 표현하기 어려우며, 고유의 잔상과 영운을 남기는 아우라와 감동을 전달할 수 있다고 믿었다. 아우라와 감동은 마치 일반인이 아닌 것 같은, 마치 여신과 같은 이미지를 형성하였으며, 이를 통해 타인의 탄성, 감동, 선망을 자아내었다.

(2) 진정성

한국의 2, 30대 여성들은 꾸며내지 않은 본인만의 고유하고 독특한 이미지, 타인에 의해 쉽게 모방될 수 없는 이미지와 특성을 통해 아름다움의 진정성이 완성될 수 있다고 하였다. 더불어 이러한 아름다움의 진정성은 스스로의 삶을 통해 체득한 아름다움이기 때문에 일상의 삶을 통해 묻어나오는 특성이 있다고 인식하였다.

(3) 외모 아름다움의 미적 가치 관련 인터뷰 내용

한국의 2, 30대 여성이 외모 아름다움에 대한 인식을 통해 형성한 아름다움에 대한 가치를 도출하는데 근거가 된 응답은 아래와 같다.

제가 아이유를 딱 봤을 때 예쁜긴 한데 그냥 여운이 있는게 아니라 그냥 반응으로 '아, 예쁘다'하는 생각이

드는거고, 김희선은 아 뭔가 이런 아우라가 있고 분위기도 있고 잔상이 남는 스타일 있잖아요. 자신만의 분위기나 매력, 기품이 있는, 약간의 탄성이 나오는... (참가자 8: 아우라와 감동)

미인에도 다 등급이 있는 것 같아요. 레벨, 그니까 애는 이쁘는데 이 정도는 아니야. 그런거... 최고 미인이 있고 예쁜 축에 속하는 것 같다, 이런 식으로... 김희선은 고급스러운 이미지가 있는 것 같아요. 우아하고 고급스러운 이미지가 꾸며내거나 화장으로 나오는 것 같지는 않거든요. (참가자 11: 타인보다 우월한 아름다움)

탕웨이는 여신인데, 섹시한 이미지도 있으면서 눈빛이 살아있기도 하면서, 귀여운 상이기도 하고... 기품도 있고... 동양에서 느껴지는 기품도 있고... 그래서 탕웨이는 아름답다는 말에 잘 맞는 사람이라고 생각했어요. 제가 연예인하면 소회를 제일 좋아하는데... 소회는 감히 넣을 수가 없겠더라고요. 예쁘고 진짜 귀여운데... 어떤 느낌이나면 저희집 강아지가 굉장히 예쁘거든요. 근데 강아지보고 아름답다고는 안하잖아요. 탕웨이 같은 사람은 아름답다는 말이 어울리는 사람인 것 같아요. (참가자 5: 아름다움에 대한 진정성)

4. 외모 아름다움 인식의 감정적 결과: 외모 아름다움에 대한 감정

한국의 2, 30대 여성들은 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 기준과 외모 아름다움에 대한 미적 가치를 기반으로 외모의 아름다움을 인식하고 있었다. 이러한 외모의 아름다움을 인식함으로써 나타나게 되는 결과는 크게 감정적, 행동적, 태도적 결과로 나뉘었다. 외모 아름다움 인식의 감정적 결과는 외모의 아름다움에 대한 감정의 패러다임 요소로 나타났으며, 이는 크게 '미인에 대한 감정', '본인의 외모에 대한 감정', '외모 관리에 대한 감정', '성형에 대한 감정', '노화에 대한 감정'의 다섯 가지 범주로 구분되었다.

(1) 미인에 대한 감정

미인에 대한 감정은 '미인에 대한 긍정적 감정', '미인에 대한 부정적 감정'의 하위 범주로 구성되었다. 아름다움에 대한 획일화된 인식, 매스미디어를 통한 왜곡된 미의식의 확산, 여성의 노화에 대한 부정적 인식, 외모 관리를 부추기는 사회문화적 조건, 남성 중심의 가부장제, 미인의 사회적 권력화 등의 사회문화적 조건들은 한국 여성으로 하여금 외모에 대한 강한 압박감을 느끼게 하였으며 이는 미인에 대한 다양한 감정으로 표출되었다.

미인에 대한 긍정적 감정으로는 미인과의 사회적 관계를 형성하고 싶은

호기심, 호감, 흥미 등이 언급되었다. 사회적으로 다양한 이익을 얻고 있는 미인과 인간 관계를 형성함으로써, 미인의 사회적 자산을 이용할 수 있을 것이란 기대심을 느낀다는 응답도 있었다. 더불어 아름다운 미인의 외모에 대한 선망, 동경, 모방 욕구, 경외심, 놀라움을 느끼며, 아름다운 미인의 모습 그 자체를 보면서 즐거움을 느낀다는 응답도 있었다. 또한, 미인이 갖고 있는 사회적 권력에 대해 부러움을 느끼며, 모든 면에 있어 완벽한 미인에게 부러움을 느낀다고 하였다.

미인에 대한 부정적 감정으로는 아름다운 미인의 외모에 대해 콤플렉스와 열등감을 느낀다고 하였으며, 미인에게만 호의적인 사회에서 소외감과 짜증이 느낀다고 하였다. 일반인과 현저하게 차이 나는 미인의 아름다운 외모로 인해 거리감이 느껴진다고 하였으며, 자아도취에 빠진 미인에게서 알미운 감정과 비호감을 느낀다고 하였다.

미인에 대한 감정에 있어 주목할 점은, 위에 언급한 긍정적 감정과 부정적 감정을 동시에 느끼는 양가 감정이 자주 언급되었다는 점이다. 양가 감정이란 하나의 대상 혹은 사물에 대해 동시에 혹은 시간차를 두고 긍정적 감정과 부정적 감정을 느끼거나, 두 개 이상의 감정을 느끼는 것을 말한다(Alvarez & Brehm, 1995; Bauman, 1991; Bleuler, 1950; Craig et al., 2005; Eagly & Chaiken, 1993; Merton, 1976; Otness et al., 1997; Sjoberg, 2010). 양가 감정은 정신적 강박을 느끼는 스트레스 상황에서 주로 생성되는 것으로(Bleuler, 1950), 미인에 대해 양가 감정을 느낀다는 것은 그만큼 한국 여성들이 외모에 대해 사회적 압박과 불합리함을 느끼고 있음을 의미한다. 아름다움은 기본적으로 미적 쾌를 유발하여 긍정적인 감정을 느끼게 하나(Amstrong & Detweiler-Bedell, 2008), 한국 문화권에 형성되어 있는 외모에 대한 강박과 스트레스가 외모에 대한 부정적 감정의 원천이 되어 미인에 대한 양가 감정이 형성되었으리라 생각된다.

(2) 본인의 외모에 대한 감정

본인의 외모에 대한 감정은 '본인의 외모에 대한 긍정적 감정', '본인의 외모에 대한 부정적 감정'의 하위 범주로 구성되었다.

한국의 2, 30대 여성들이 대체적으로 자신의 외모에 대한 자족하는 경향을 보였으며, 자신만의 고유한 외모의 매력에 대해서도 자족하는 모습을 보였다. 그러나 자신의 외모에 대한 자족은 자신에 대한 완벽한 만족이라기 보다는, 인공적으로 변화시키기 어려운 타고난 외모의 특성에 대한 어쩔 수 없는 인정에 가까운 모습을 보였다.

본인의 외모 아름다움에 대한 긍정적 감정이 완만한 수준의 감정이었다면, 부정적 감정은 매우 다양한 영역에 있어 강력한 수준으로 표출되었다. 한국의 2, 30대 여성들은 사회적 불평등을 받기 전에 자신의 외모를 미리 가꾸지 않은 것에 대해 후회, 자괴감, 짜증을 느끼고 있었다. 또한, 외적으로 아름답지 못해 사회적으로 자신의 능력을 과소 평가 받는 것에 대해 소외감, 짜증, 분노, 상실감을 느낀다고 하였다. 더불어 미인만을 선호하는 한국 남성들에게 주목 받지 못하는 것에 대해서도 스트레스, 소외감, 열등감을 느낀다고 하였다.

(3) 외모 관리에 대한 감정

한국 사회에서 여성의 외모 아름다움으로 인해 사회적 경쟁에서 비교 우위를 점할 수 있게 됨에 따라, 다양한 외모 관리 전략이 시행되고 있었다. 이러한 상황 속에서 한국의 2, 30대 여성들은 외모 관리에 대해서도 다양한 감정을 느끼고 있었다. 외모 관리에 대한 감정 역시 '긍정적 감정'과 '부정적 감정'의 하위 범주로 구성되었다.

한국의 2, 30대 여성들은 완벽하게 관리된 외모에 통해 자신감을 느낄 수 있고 성취감, 즐거움을 느낀다고 하였다. 또한 타인이 완벽하게 외모 관리한 것을 보면서 그 사람의 노력에 대한 노고를 인정하고 공감대를 형성한다고 하였으며, 자신의 외모 관리를 위해 여러 가지 유혹을 떨친 여성의 의지에 부러운 마음을 느낀다고 하였다. 또한 시간적 경제적 여유가 있어 다양한 외모 관리 프로그램을 이용할 수 있는 여성에 대해 부러움을 느낀다고 하였다.

외모 관리에 대한 부정적 감정도 다수 언급되었다. 한국의 2, 30대 여성들은 외모 관리를 하지 않으면 대인 관계에 있어 자신감을 상실하고, 어찌

한 상황에서도 외모 관리를 해야 한다는 것에 부담감, 스트레스를 느낀다고 하였다. 외모 관리에 대해 부담감과 스트레스를 느끼면서도 외모 관리에 완벽하지 않은 자신에 대해 죄책감, 패배감, 실망감을 동시에 느끼는 것으로 나타나, 외모 관리에 있어서도 미인에 대한 감정처럼 양가적인 모습을 보여주었다. 자신이 외모 관리를 함에 있어 양가적인 감정을 느끼면서도, 타인이 외모 관리에 소홀한 것에 대해서는 엄격한 잣대를 적용하여 외모 관리에 소홀한 타인을 무시하고 비하하며 비호감을 느낀다고 하였다.

(4) 성형에 대한 감정

한국의 2, 30대 여성들은 외모의 아름다움을 유지, 향상, 발전시키는 외모 관리 전략으로 빠른 시간 안에 급격한 효과를 볼 수 있는 성형에 큰 관심을 보였다. 한국 문화권에서는 미디어를 통해 성형 미인을 자주 접하게 되고, 주변인들을 통해 성형의 효과를 직접 확인할 수 있게 됨에 따라 성형을 통해 외모의 아름다움을 빠르게 개선시킬 수 있다는 인식이 확산되었다. 그러나 성형은 진정한 아름다움을 보장하지 않으며, 성형 미인은 자연 미인보다 열등하다는 인식이 팽배하여 성형에 대한 다양한 감정 형성의 원인으로 작용하고 있다. 본 연구에서 나타난 한국의 2, 30대 여성이 느끼는 성형에 대한 감정은 '성형에 대한 긍정적 감정'과 '성형에 대한 부정적 감정'의 하위 범주로 구성되었다.

한국의 2, 30대 여성들은 성형을 통해 외모의 콤플렉스를 해소하고 자신감을 상승시킬 수 있다는 점에서 성형에 대한 긍정적인 감정을 느낀다고 하였다. 또한, 성형을 통해 사회적 경쟁력을 획득함으로써, 성취감, 자신감을 느낄 수 있다고 하였다. 평생 외모의 콤플렉스를 갖고 자신감 없이 살아가는 것보다는 성형을 통해 자신에 대한 만족을 향상시킬 수 있다는 점에서 성형에 대해 긍정적인 감정을 형성하게 된 것이다. 이러한 성형에 대한 긍정적 감정은 성형 미인에 대한 긍정적 감정으로 이어졌다. 성형 미인의 개선된 외모에 대해 부러움, 모방 욕구, 놀라움, 호기심을 느낀다고 하였다. 더불어 성형과 성형 미인에 대한 긍정적 감정은 성형 정보에 대한 흥미와 놀라움의 감정을 수반하는 것으로 나타났다. 한국 문화권에서는 본

인이 성형을 할 계획이 없더라도 성형에 대한 다양한 정보 그 자체가 하나의 재미있는 사회적 유희 역할을 하고 있었다.

(5) 노화에 대한 감정

한국 문화권에서 발견된 외모 아름다움에 대한 감정 중 마지막 하위 범주는 노화에 대한 감정이었다. 가부장적 문화의 강력한 영향 하에 있는 한국 문화권에서 여성으로써 나이가 든다는 것은 다양한 감정을 유발하게 하는 원인이 되었다. 여성의 사회적 역할보다는 가정 내부에서의 남성의 조력자로서의 역할을 중요시하며, 여성의 성적 생식 능력을 중요하게 생각하는 한국 문화권에서 살아가는 한국 여성들은 노화에 대한 다양한 감정을 느끼고 있었다. 노화에 대한 감정 역시 '노화에 대한 긍정적 감정'과 '노화에 대한 부정적 감정'의 하위 범주로 구성되었다.

한국의 2, 30대 여성들은 나이 들면서 갖게 되는 나만의 스타일과 원숙미에 대한 기대감을 표현하였다. 그러나 이는 노화에 대한 감정에 일부분에 해당했을 뿐, 인터뷰 참가자 대부분이 노화에 대해 부정적인 감정을 느끼고 있었다. 한국 여성에게 있어 여성으로써 나이를 먹는다는 것은 매우 두려운 일이었다. 그러나 나이가 들었다고 해서 나이 대에 걸맞지 않게 무조건 동안만을 추구하는 것에 대해서도 추함을 느낀다고 하였다.

(6) 외모 아름다움에 대한 감정 관련 인터뷰 내용

한국의 2, 30대 여성이 외모의 아름다움을 인식하는 과정에서 느끼게 되는 감정의 패러다임 요소를 도출하게 된 인터뷰 내용은 아래와 같다.

친구들도 많이 성형을 하는데 그러면 확실히 그 부분은 예뻐져요. 전후 비교를 하면 확실하게 예뻐지는데 근데 하고 나면 애가 반반씩 섞이는 느낌 있잖아요. 이것도 아니고 저것도 아니고.. 애가 가지고 있던 느낌이 애매하게 섞여서 뭉치 애다움이 사라지더라구요. (참가자 7: 성형에 대한 부정적 감정)

이쁜 애들이 있으면 솔직히 열등감 많이 느끼는 것 같아요. 예쁜건 권력인 것 같아요. 솔직히 슬프지만 예쁜 애들은 페이스북에 시덥잖은 말을 해도 댓글이 이만큼 달리고... 솔직히 예쁜 애랑 있으면 남녀노소 가리지 않

고 저 자신도 예쁜 애랑 더 친해지고 싶고 인간적인 호감이 더 가는 것 같아요. 그런데 예쁜애한테 열등감을 느끼면서도 개인적인 호감이 더 가는 저 자신을 느끼면서 굉장히 슬프고 열등감을 느끼고... (참가자 6: 미인에 대한 긍정적 감정, 미인에 대한 부정적 감정)

내가 지금 때까지 등록금이랑 학원비, 과외비만 내 몸에 투자했어도 집안을 일으킬 수 있었다고... 그런 이야기는 하죠. 그런 사진 볼 때마다... 엄마랑 둘이서, 집에서만 해요. 딴 데 가서는 안하고... 엄마가 '내가 진짜 우리 딸 공부 안 시키고 이렇게 했어야 한다'고, 정말... 새 인생을 살게 해줘야 했었는데... (참가자 10: 본인의 외모에 대한 부정적 감정)

50대, 60대 되는 연기자들 보니까 너무 보톡스를 심하게 맞아서 입이 안 움직이고... 여기가 근육이 마비가 돼서 안 움직이는거야. 너무 우겨서 그렇게까지 해야 하나 하는 생각이 드는...(참가자 16: 노화에 대한 부정적 감정, 성형에 대한 부정적 감정)

그 사람의 어둠 상자가 되는 느낌. 내가 그 사람이 더 빛나게 만들어주는 배경이 되는 느낌. 뭔가 내 친군데 나를 덮고 일어서는 느낌. 엄마가 막 너 예쁜애랑 같이 다니지 말라고 하는데 또 저는 예쁜 애가 좋으니까 엄마 말 안 듣고 같이 다니긴 하는데.... 남자애들이 막 나를 통해 애를 알고 내가 한마디로 메신저가 되는 그런 느낌이 있어서...(참가자 10: 미인에 대한 긍정적 감정, 미인에 대한 부정적 감정)

5. 외모 아름다움 인식의 태도적 결과: 외모 아름다움에 대한 태도

한국의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 통해 형성하게 되는 태도적 결과는 외모 아름다움에 대한 태도의 패러다임 요소로 나타났다. 외모 아름다움에 대한 태도는 크게 '미인에 대한 태도', '본인의 외모에 대한 태도', '외모 관리에 대한 태도', '성형에 대한 태도', '노화에 대한 태도'의 다섯 가지 범주로 구성되었다.

(1) 미인에 대한 태도

한국의 2, 30대 여성들이 형성하고 있는 미인에 대한 태도는 '미인에 대한 긍정적 태도'와 '미인에 대한 부정적 태도'의 하위 범주로 구성되었다.

미인에 대한 긍정적 태도는 자연 미인과 성형 미인 모두에게서 발견되었다. 자연 미인의 경우, 인공적이지 않은 자연스러운 모습에서 우월함을 느낀다고 하면서 이들에 대한 긍정적 태도를 언급하였다. 한편 성형 미인에

있어서도, 성형의 결과가 인위적이지 않고 성공적이라면 이들의 외면적 아름다움에 대해서 긍정적인 태도를 보였다.

미인에 대한 부정적 태도로는 미인은 자기 개발에 소홀하거나 능력이 부족할 것이며 머리가 나쁠 것이라는 부정적인 편견이 있다는 응답이 있었다. 그러나 이러한 응답은 개인적인 친분이 없는 미디어를 통해 접한 연예인들에 대한 선입견이 대부분이었으며, 주변에 알고 지내는 미인 지인에 대해서는 오히려 긍정적인 태도를 형성하고 있는 경우가 많았다. 어려서부터 사회적으로 인정을 받고 자라온 미인들은 사회적 성취에서도 더 뛰어난 능력을 보이고 대인 관계에 영향을 미치는 성격적 측면에서도 일반인보다 우월한 성향을 보인다고 언급하면서, 이들에 대해서 긍정적인 태도를 형성하고 있다고 응답하였다.

(2) 본인의 외모에 대한 태도

한국의 2, 30대 여성이 외모 아름다움에 대한 인식을 통해 형성하고 있는 본인의 외모에 대한 태도는 크게 '본인의 외모에 대한 긍정적 태도'와 '본인의 외모에 대한 부정적 태도'의 두 가지 하위 범주로 구성되었다.

한국의 2, 30대 여성들은 외모 중심의 한국 사회에서 나만의 고유한 매력을 통해 승부를 보겠다는 응답이 있었으며, 사회적인 미인의 기준에 자신의 외모를 변형시키기보다는 자신만의 고유한 외모의 경쟁력을 개발하겠다는 응답을 보였다. 이를 위해서는 본인의 외모에 대한 주변의 평가에 흔들리지 않고, 자신의 외모에 자족할 것이라 하였다. 그러나 이와 같은 본인의 외모에 대한 긍정적 태도는 높은 수준의 긍정이라기 보다는, 이미 정해져 있으며 변경하기 어려운 상황에 대한 인정에 가까운 것이었다.

한국 여성들은 본인의 외모에 대해 만족하기보다는 불만족의 부정적 태도를 더 많이 언급하였다. 외모의 아름다움이 갖는 사회적 영향력이 강한 한국 문화권에서 살아가고 있는 한국의 젊은 여성들은 외모 중심의 사회에서 인정받지 못하고 사회적 이상미와 거리가 있는 자신의 외모에 대한 불만을 표하는 경우가 더 많았다.

(3) 외모 관리에 대한 태도

한국의 2, 30대 여성들은 외모 관리에 대해서도 긍정적 태도와 부정적 태도를 함께 언급하였다.

외모 관리에 대한 긍정적 태도로는, 외모 관리가 자기 관리의 지표가 되면서 외모 관리의 중요성을 인식하고 있다는 응답이 있었다. 또한 다양한 외모 관리 행동을 실천함으로써 향상되는 외모의 아름다움에 대해 긍정적인 태도를 보였다. 그러나 외모 관리에 과도하게 집착하는 것에 대해서는 부정적 태도를 형성하고 있었다.

(4) 성형에 대한 태도

한국의 2, 30대 여성들은 성형에 대한 긍정적 태도와 부정적 태도를 함께 형성하고 있었다. 성형에 대한 긍정적 태도로는, 성형 미인에 얻게 되는 사회적 이익에 대한 긍정적 태도를 언급하였다. 또한 통증을 참고 이겨낸 성형 미인의 노력을 인정하는 경향이 강하였다. 반면에 성형 미인의 인위적인 가공된 아름다움을 비하하는 부정적 태도도 강하게 언급되었다. 성형 미인과 관련된 태도를 결정함에 있어 중요한 요인은 성형의 결과였다. 성형의 결과가 자연스럽고 아름답다면 성형 미인도 자연 미인인 것처럼 여겨진다는 응답이 있었으며, 성형 결과가 인위적이고 부자연스럽다면 성형을 시도한 것에 대해 부정적인 태도를 갖게 된다고 하였다.

(5) 노화에 대한 태도

한국의 2, 30대 여성들은 여성으로써 나이 먹는 것에 대해서도 긍정적인 태도와 부정적인 태도를 보여주었다. 대다수의 응답자들이 여성으로써 나이 든다는 것은 외모의 아름다움이 반감되는 것이라는 의견의 함치를 보였다. 그러나 한국의 젊은 여성들은 자연스러운 생물학적 노화를 받아들이고자 하는 경향을 보였다. 나이 들면서 변해가는 본인의 외모를 인정하고 받아들이고자 하였으며, 나이가 들면서 감퇴하는 외모의 아름다움을 다양한

방안을 통해 극복하고자 하였다. 이들은 나이가 들수록 외모와 능력의 조화를 통해 고유한 나만의 아름다움을 찾고자 하였으며, 나이가 들면서 자연스럽게 체득되는 아름다움의 경쟁력을 높게 평가하고 있었다. 더불어 스스로의 노력을 통해 아름답고 멋있게 나이 들고 싶다는 응답이 많았다.

(6) 외모 아름다움의 태도 관련 인터뷰 내용

한국의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 기반으로 형성하게 되는 아름다움에 대한 태도는 아래의 인터뷰 내용을 기반으로 하여 도출되었다.

저는 제가 예뻐서라기보다는 그냥 제가 저기 때문에 저를 엄청 좋아하면서 살거든요. 물론 TV나 그런데서 예쁜 여성들을 보면 그 예쁜 여성들을 보여주면서 요구하는 것들은... 그런 사람들을 보면서 열등감을 느낀다거나, 정말 저 사람들은 좋겠다 하는 건 있어요. 있지만 그래도 어느 정도 제 자신에 대한 자신감이 있기 때문에... (참가자 5: 본인의 외모에 대한 긍정적 태도)

의느님이라고. 의느님 덕분이라고. 의느님 계신 곳에 두 번씩 절하라고... 그냥 고쳐도 이쁘면 이쁘면 한데... 그래도 재는 고쳤으니까 약간 내리까는듯한 뉘앙스? 그런 뉘앙스가 있는 것 같아요. 이쁘긴 이쁘지, 그래도 개는 고쳤잖아, (참가자 10: 성형에 대한 부정적 태도)

저는 사실 중학교, 고등학교 그럴 때, 제가 눈에 쌍꺼풀이 없잖아요. 그래서 엄마도 그러고 대학교 가면 쌍꺼풀 해주겠다고 이야기도 하고 미용실 갔을 때도 쌍꺼풀만 있으면 너는 참 예쁘겠다고 막 하고... 그래서 참 화났었어요. 저 제 그대로그 좋다고 생각하고 성형해서 예쁜 사람들을 봐도 막 하고 싶다 생각해본 적도 없고... (참가자 13: 본인의 외모에 대한 긍정적 태도)

나는 어쨌든 내가 좋아하는 예쁜 여자처럼 그렇게 예쁘질 수 없는 걸 잘 아니까 차라리 그냥 나는 내 매력으로 승부하겠어. 내가 남자를 만나던 뭐 이럴 때도 나만의 매력이 있잖아요. 잘 웃는다던가, 착하다던가 이런 성격이나 나만의 매력이 있잖아요. 예쁘지 않아도 매력 있는 사람이 있고... 그런 사람이 되자 하고 생각을 하게 되요. (참가자 10: 본인의 외모에 대한 긍정적 태도)

질투가 날 것도 같은데 저 친구 성격이 워낙 착하다 보니까 심지어 질투도 안나는... 그냥 그래서 다 좋은 것 같아요. 얼굴 예쁘는데 얼굴 예쁘거 믿고 노는 것도 아니고 자기는 공부 더 열심히 하고 공부 더 잘하고 예쁘다고 세침한 것도 아니고 성격도 착하고 애들하고도 다 잘 놀고 예쁘다고 해서 빠지고 그런 느낌도 없거든요. (참가자 10: 미인에 대한 긍정적 태도)

6. 외모 아름다움 인식의 행동적 결과: 외모 관리 행동

한국의 2, 30대 여성들은 외모 아름다움에 대한 인식의 행동적 결과로 외모 아름다움을 유지, 향상시키기 위한 외모 관리 전략을 시행하고 있었다. 외모 관리 행동은 크게 '성형', '화장', '피부 관리', '체중 관리', '패션', '외모 이외의 능력 개발' 등 6개의 범주로 구성되었다.

(1) 성형

성형 범주는 '성형 의도의 증가', '성형 사실을 숨김'의 두 가지 하위 범주로 구성되었다. 성형 의도 증가에 대해서는 매우 다양한 언급이 있었다. 미디어를 통해 성형 연예인이 빈번하게 노출되고 성형 기술이 발달하여 성형을 하지 않은 것 같은 자연스러운 성형 미인이 주변에 많아지면서 성형의 보급이 가속화되었다. 이러한 상황에서 성형 비용은 성형 후 얻게 되는 이익에 비하면 오히려 적은 것이라 생각하는 여성이 증가하게 되었고, 오히려 성형을 하지 않으면 손해를 본다는 의견도 증가하였다. 대부분의 응답자들이 타인과 본인의 성형에 대해 모두 호의적인 반응을 보였지만, 정작 본인이 성형을 하게 된다면 혹은 성형을 했다면 주변에 알리지 않겠다는 응답이 많았다. 이는 성형을 해도 예전처럼 표시가 거의 나지 않는 경우가 많기 때문에 굳이 알리지 않는 것이 사회적으로 이익이라는 인식과 더불어 성형 미인에 대한 사회적 인식이 아직까지도 부정적인 면이 더 많다고 생각하기 때문이었다. 이와 같은 반응에도 불구하고 성형을 결심하는데 어려움이 따르는 이유로는 통증에 대한 두려움과 성형 중독이 되지 않을까 하는 두려움인 것으로 나타났다.

(2) 화장

화장의 범주는 '화장의 일상화'와 '얼굴의 콤플렉스 보완'이라는 두 개의 하위 범주로 구성되었다. 한국 사회에서는 대부분의 여성이 외출 시 매일 화장을 하는 것으로 나타났고, 화장을 하고 외출을 해야 마음이 편안하다

는 응답을 보였다. 피곤하거나 시간이 없어 화장을 하지 못한 상태로 외출하게 되면 마음이 불안하고 자신감이 줄어든다는 반응을 보였다. 더불어 화장을 통해 얼굴의 콤플렉스를 보완하고 있다는 응답이 많았다. 또한 화장을 통해 대인 관계에 자신감이 생겨 보다 당당해질 수 있다고 응답하였으며 나이가 들면서 자신의 콤플렉스를 보완할 수 있는 화장법을 습득하게 된다는 응답도 있었다.

(3) 피부 관리

화장도 중요한 외모 관리의 전략 중 하나였지만, 한국 여성들은 피부 관리에 더 많은 비용을 투자하고 있었다. 피부 관리 범주는 '화장품의 사용', '피부 관리 마사지와 피부과'의 하위 범주로 구성되었다. 이들은 20대 중반 이후부터 기능성 화장품에 대한 관심이 증가하였으며, 그 이후부터는 기능성 화장품에 경제적 투자를 아끼지 않고 있었다. 20대 중후반 이후에는 좀 더 적극적인 피부 관리 전략을 취하였다. 시간과 경제적 여유가 있다면 피부 관리 마사지나 피부과 시술을 통해 좀 더 적극적으로 피부를 관리하고 싶다고 하였으며, 정기적으로 피부 관리를 받고 있는 여성을 부러움의 시선으로 바라보고 있었다. 과도한 피부 관리 시술이 오히려 피부에 좋지 않은 영향을 끼칠 수 있다는 우려를 보이는 경우도 있었으나, 성형보다는 피부 관리 시술에 대한 부담감을 덜 느끼고 있는 것으로 나타났다.

(4) 체중 관리

체중을 관리하여 날씬한 외모를 유지해야 한다는 중압감은 거의 모든 응답자에게 공통적으로 나타난 현상이었다. 체중 관리에 대한 스트레스와 중압감은 다른 전략 범주에 비해 매우 강하게 여성들을 압박하고 있었고, 이러한 영향으로 '무리한 식이 조절'의 경험을 가진 여성이 많았다. 이 경우 음식을 극도로 제한하여 체중을 단기간에 줄이는 효과를 본 여성이 있었으나 건강에 좋지 않은 영향을 미치고 요요 현상 등을 겪으면서 '운동 등의 방법을 병행'하고자 하는 의지를 보이기도 하였다. 그러나 정기적으로 운동

을 하고 있는 경우는 많지 않았다. 운동을 통한 체중 관리는 시간과 노력을 많이 투자해야 하기 때문에 운동을 실제로 실행에 옮기는 경우가 많이 없다고 하였다. 그러나 나이가 들수록 체중 관리와 더불어 건강 관리 차원에서라도 운동을 꾸준히 하고 싶다고 응답하였다. 이렇듯 한국 여성이 실제 꾸준한 운동을 통한 체중 관리를 하는 경우가 흔하지 않기 때문에, 운동을 통해 체중을 관리해 외면적 아름다움을 향상시킨 여성을 높게 평가하고 선망하고 있음을 알 수 있었다.

(5) 패션

외모 관리 전략으로 패션의 중요성 역시 언급되었다. 패션의 범주는 '자신만의 스타일을 만들어주는 패션', '나이가 들면서 패션의 영향력 강화'의 하위 범주로 구성되었다. 나이가 들수록 자신에게 맞는 패션 스타일을 알게 되어 세련된 이미지를 연출할 수 있다고 하였으며 어떤 옷을 입느냐에 따라 외모의 이미지 형성에 큰 영향을 끼칠 수 있다고 생각하였다. 특히 나이가 들수록 패션에 신경을 써야 한다고 생각하는 경향이 강하였다.

(6) 외모 이외의 능력 개발

외모 관리 전략에 있어 '외모 이외의 능력을 개발'해야 한다는 응답에 주목할만하다. 자신의 타고난 외모를 후천적인 노력을 통해 획기적으로 변화시키는 것에는 한계가 있고, 장기적인 대인 관계에 있어 외모보다 성격적인 측면이나 능력이 더 중요한 영향을 미친다는 것을 알게 되면서 외모 관리와 더불어 외모 이외의 능력을 함께 개발해야 한다는 응답이 많았다. 이러한 현상은 특히 나이가 들수록 외모와 능력의 조화가 중요하다는 인식으로 이어졌다.

(7) 외모 관리 행동 관련 인터뷰 내용

한국의 2, 30대 여성이 여성의 외모의 아름다움을 인식하고 이를 통해

자신의 외모를 유지, 향상, 발전시키기 외모 관리 전략을 시행하고 있었다. 외모 관리 전략과 관련된 범주, 하위 범주를 도출하게 된 참가자들의 응답은 다음과 같다.

무식하게 굶어서 뺏긴 했지만, 오킬로 정도 뺏는데... 그때 정말 행복했던 것 같아요. 계속 시리얼먹고 한시간씩 운동하고 배고프면 토마토먹고... 한동안은 배부르면 죄책감이 느껴지는거예요. 한동안 빈혈도 심하고 저혈압도 심하고... 그렇게 살을 빼고나니까 옛날보다 뭘 입어도 옷태가 잘 사는 것 같고 자신감도 생기고 그래서 그때 굉장히 혈벗고 다녔던 기억이 나요. (참가자 10: 무리한 식이 조절)

제가 눈이 흘컹풀이고 제가... 아이라인을 꼭 그리는 편이에요. 아이라인을 안그린거랑 그린거랑은 차이가 있어서... 고등학교때는 생얼로 잘 다녔으면서도 화장을 매일매일 하니깐 그냥 집 밖을 나갈때도 아이라인을 안하면 그냥 제가 불편하고 화장을 안하면 살짝 자신감이 죽는? (참가자 11: 화장을 통한 콤플렉스 보완)

아파트 위에 있는 헬스장가서 다른거 한 것도 아니고 그냥 런닝머신 한시간 정도하고 30분 자전거 타기 하나... 저는 먹는거 안줄였거든요, 제가 많이 먹어요. 근데 먹는거 안줄였는데도 빠져가지고... (참가자 12: 운동 중심의 체중 관리)

저는 제일 집착하는게 주름이에요. 제가 어린 시절부터 아이크림을 꾸준히 발라야 된다는걸 몰랐어요. 주름이 생기기 시작한 후로 안거예요. (중략) 제일 그래서 백만원짜리 이런건 못쓰더라도 사람들이 좀 좋다더라 이런건 다 써보고, 주름개선 기능성 화장품 이런건 다 써보고... (참가자 9: 화장품의 사용)

나 렷미인 한번도 안빼놓고 되게 열심히 봤어. (중략) 성형해주는거. 근데 그게 완전 페이스오프인거야. 너무 너무 예뻐지는거야. 이삼천? 삼사천 정도 들어서 저 정도 예뻐지면 할 수 있겠다 하는 생각이 들더라고 (참가자 16: 성형 의도 증가)

나도 찼었는데... 나는 근데 사람들이 보통은 얘기를 하지 말라그래. 티가 안나거든, 근데 사실은 찼었어.(참가자 14: 성형 사실을 숨김)

저는 두 개가 같이 가는거예요. 내 실력도 쌓으면서 외적인 것도 거기에 걸맞게. 내가 맨날 피부과만 다녀야지 하는게 아니라... (중략) 사실 사람이 그냥 예쁘다에서는 멀어지지만 그 사람 고유의 색깔은 더 깊어진다고 생각하고 그게 너무 추레하지만 았다면 그냥 미적인거나 미의 외모 외적인 거나 그냥 다 같이 가는 것 같아요. (참가자 17: 외모 이외의 능력 개발)

근데 내 동생이 눈에 쌍카풀을 하고 교정도 하고 약간 얼굴에 살이 많은데 막 고민을 하고 있더라고. 그래서 내가 '왜 그러냐고. 너 그러다가 선풍기 아줌마처럼 된다'고 그랬는데. 그런데 어린 사람들은 그거를 성형을 안하면 바보, 그냥 안하는 애가 바보라고 생각을 한다고 하네. 우리보다 어린 사람들은 또 다른 생각을 하는 것 같아. (참가자 14: 성형 의도 증가)

제 3 절 중국 여성의 외모 아름다움에 대한 인식

중국의 2, 30대 여성의 FGI는 4집단의 인터뷰로 진행되었으며, 총 25명의 응답자가 연구에 참여하였다. 인터뷰 자료를 근거이론방법을 사용하여 분석한 결과, 총 24개의 범주와 49개의 하위 범주로 구성되었다. 또한, 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 통해 형성되는 미적 가치와 미적 경험에 대한 포괄적 페러다임 요소가 도출되었다. 각각의 페러다임 요소의 내용은 아래의 <표 5-2>과 같다.

<표 5-2> 중국 여성의 아름다움에 대한 인식에서의 범주, 하위범주, 개념

페러다임 요소	범주	하위범주	개념	
외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건	전반적 미의식	다양한 미의 기준	아름다움의 다양성 인정, 남성의 다변화된 여성 선택 기준	
		인위적아름다움에 대한 반감	인위적 방법을 통해 아름다워진 미인에 대한 반감, 자연 미인에 대한 선호, 가벼운 화장 선호	
		여성의 원숙미에 대한 가치부여	나이에 맞는 아름다움 추구, 원숙미의 인정, 동안에 대한 낮은 집착	
		한류 기반의 한국적 미의식 확산	한국 연예인 패션에 대한 관심, 한국 패션과 화장품의 인기, 한국 원정 성형 수술에 대한 관심, 한국 여성의 외모 관리에 대한 관심, 한국 여성의 과도한 외모 관리에 대한 연민	
	여성의 사회적 지위 향상	독립적 여성상의 확산	남성에게 의지하지 않는 독립적 여성상 선호, 자신에 대한 주관이 확실한 여성성 추구, 경제적으로 독립된 여성 선호	
		가정 내 양성 평등	여성의 사회 활동에 대한 가족의 지원, 가정 내 여성의 지위 상승, 남성과 여성의 가사 분담	
		남성의 여성화	강한 여성에 비해 약해진 남성, 약한 남성에 대한 거부감	
		강한 여성에 대한 거부감	강한 여성에 대한 부정적 감정, 드센 성격에 대한 거부감, 편안하지 않은 성격과 이미지에 대한 반감	
	사회적 권력	높은 권력 순응	미디어 정보에 대한 높은 수용성	
		능력 중심의 사회	외모 아름다움의 낮은 사회적 영향력, 외모와 첫인상의 낮은 사회적 영향력, 개인의 능력 위주의 사회 진출	
	외모 아름다움 인식의 기준	외모의 조형적 요소	균형과 조화를 갖춘 외모	이목구비의 크기와 위치가 조화로운 얼굴, 비율이 좋고 균형 잡힌 몸매, 극단적으로 마르지 않은 건강한 몸매
			서구적이고 현대적인 외모	V라인 얼굴, S라인 몸매, 큰 눈, 작고 입체적인 얼굴, 시원한 입매, 긴 팔다리
전통적인 외모			둥근 얼굴, 오목조목한 이목구비, 볼륨 있는 몸매, 하얀 피부	

패러다임 요소	범주	하위범주	개념
외모 아름다움 인식의 기준	외모의 게슈탈트적 이미지	독립적이고 강한 이미지	연약하지 않은, 남성에게 의지하지 않는, 주체적인, 당당한, 건강한, 능력 있는, 사회적으로 성공한, 지적인, 주관이 강한, 경제적으로 자립한, 의리 있는, 타인을 의식하지 않는, 자기 관리를 잘 하는
		우아하고 귀족적인 이미지	고급스러운, 청순한, 도도한, 집안이 좋은, 똑똑한, 부유한, 사회적 지위가 있는, 쉽게 접근하기 어려운
		부드럽고 편안한 이미지 (한류연예인)	따뜻한, 미소가 아름다운, 생기 있는, 활발한, 친근한, 즐거운, 쾌활한, 드세지 않은, 타인을 배려하는, 귀여운, 싹싹한, 착한, 순진한, 한류 연예인 같은
		길한 중국 전통의 이미지	복스러운, 길한, 영리한, 단정한, 고전적인, 활력 있는, 부모님 세대가 좋아하는, 위로가 되는
외모 아름다움의 미적 가치	진정성 (authenticity)	아름다움에 대한 진정성	확립된 미의 기준에 대한 거부감, 자연스러운 모습에 대한 가치 부여, 남성 중심의 미의식이 아닌 나만의 매력으로 이성에게 소구
	발전 (development)	세월을 초월하는 아름다움 꾸준한 관리와 노력	세월을 통해 발전/ 개선/ 향상되는 아름다움 꾸준한 자기 관리에 주력, 자기 관리를 통해 향상되는 자신만의 아름다움
외모 아름다움 인식의 감정적 결과: 외모 아름다움에 대한 감정	미인에 대한 감정	미인에 대한 긍정적 감정	길한 인상을 주는 미인에게서 느끼는 심리적 위로, 자기 개발을 통해 아름다움을 가꾸는 미인에 대한 인정/선망/동경, 미인의 우호적인 첫인상에 대한 호감, 다방면에 능력 있는 미인에 대한 부러움/동경, 아름다운 미인의 외모에 대한 부러움/ 모방 욕구
		미인에 대한 부정적 감정	미인은 머리가 나쁘다는 편견, 성격이 나쁘고 외모만 아름다운 미인에 대한 비호감,
	본인의 외모에 대한 감정	본인의 외모에 대한 긍정적 감정	자신의 현재 외모에 대해 자족/욕심부리지 않음, 자신만의 고유한 외모 아름다움에 대한 자신감/만족
	외모 관리에 대한 감정	외모 관리에 대한 긍정적 감정	외모 관리를 통해 외모가 개선되는 것에 대한 즐거움, 외모 관리 자체를 스트레스 없이 즐김,
		외모 관리에 대한 부정적 감정	과도한 외모 관리를 하는 사람에 대한 비하
	성형에 대한 감정	성형에 대한 긍정적 감정	성형을 통해 선천적 기형/상처 등이 개선되는 것에 안도감/다행스러움
		성형에 대한 부정적 감정	성형 미인의 인위적인 모습에 대한 비하/이상함, 통증에 대한 두려움, 건강에 미치는 악영향/부작용에 대한 두려움, 성형 실패에 대한 두려움
	노화에 대한 감정	노화에 대한 긍정적 감정	나이 들면서 생기는 원숙미에 대한 자신감, 나이 들면서 아름다움을 유지하는 여성에 대한 존경/경외감
노화에 대한 부정적 감정		나이 들면서 외모의 아름다움이 반감되는 것에 대한 스트레스/두려움,	

패러다임 요소	범주	하위범주	개념
외모 아름다움 인식의 태도적 결과: 외모 아름다움에 대한 태도	미인에 대한 태도	미인에 대한 긍정적 태도	자연 미인이 가진 자연스러움에 대한 긍정적 태도, 자기 개발 잘 하는 미인에 대한 긍정적 태도,
	본인의 외모에 대한 태도	본인의 외모에 대한 긍정적 태도	자신만의 고유한 외모 아름다움에 대한 긍정적 태도/자족, 자신만의 아름다움을 주체적으로 개발/발전시킴
	외모 아름다움에 대한 태도	외모 아름다움에 대한 중립적 태도	외모의 아름다움은 인간이 가진 능력 중 하나로 더 중요하지도 덜 중요하지도 않음,
	외모 관리에 대한 태도	외모 관리에 대한 긍정적 태도	외모 관리를 통해 발전/향상되는 외모의 아름다움, 외모 관리는 자기 관리/개발의 지표
		외모 관리에 대한 부정적 태도	과도한 외모 관리에 대한 부정적 인식
	성형에 대한 태도	성형에 대한 부정적 태도	성형 사실을 숨김, 성형 미인의 인위적인 아름다움에 대한 부정적 태도, 건강을 훼손시키는 성형에 대한 부정적 태도
	노화에 대한 태도	노화에 대한 긍정적 태도	삶의 경험을 기반으로 다양 능력을 배양하여 원숙미/진정한 아름다움을 개발
노화에 대한 부정적 태도		나이 들면서 반감되는 외모 아름다움에 대한 부정적 태도	
외모 아름다움 인식의 행동적 결과: 외모관리행동	성형	낮은 성형 의도	성형을 신체적 기형의 치료 목적으로 인식, 부모님이 주신 자연스러운 모습을 그대로 유지해야 한다는 인식, 성형은 일부 연예인들만 해야 한다는 인식
		성형의 점진적 확산	한류의 영향으로 성형 확산, 젊은 층을 중심으로 성형 의도 증가, 보형물을 넣지 않는 가벼운 성형에 대한 인식 변화
	화장	비일상적 화장	일상 생활에서 매일 화장하지 않음, 특별한 행사를 위한 화장, 기본적 수준의 화장법 보급
		화장의 중요성 증가	젊은 층을 중심으로 화장에 대한 관심 증대, 일상적인 화장의 빠른 확산
	피부관리	화장품의 사용	20대 후반 이후 기능성 화장품 사용, 메이크업보다 스킨케어에 주력, 셀프 피부관리 화장품의 인기, 스킨케어 화장품을 꾸준하게 사용하지 않음
		피부관리 마사지, 피부과	중국 전통 마사지의 유행, 한의원 등에서 피부 관리 성행, 피부 관리 마사지 샵의 성행, 피부 트러블 관리 차원에서 피부과 방문, 노화/미백 관리를 피부과에서 시행하지 않음
	패션	패션의 중요성 증가	사회 생활을 하는 여성의 이미지 연출, 화려함보다는 단정하고 깔끔한 패션 추구, TPO에 맞는 옷차림 추구
	건강 관리	무리한 다이어트 거부	극도의 제한된 식이 요법 거부, 자연스러운 식이 조절 추구, 건강을 해치는 체중 관리 거부
		건강식을 통한 관리	고른 영양 섭취, 보양식의 섭취
		규칙적인 운동	체중보다 건강을 위한 운동, 사회적으로 왕성한 활동의 기반이 되는 체력, 건강을 통한 심리적 안정 추구
		생활습관 개선	음식/운동/수면/금주/금연 등의 생활 습관 관리를 통해 외모관리와 건강을 동시에 추구
외모 이외의 능력 개발	외모 이외의 능력 개발	외면으로 드러나는 내면의 아름다움 추구, 지식(독서)/예술(악기)/사회적 경험(직업) 등을 통해 내면의 원숙미 개발	

1. 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건

중국의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움을 인식하는데 영향을 미치는 사회문화적 조건으로는 '전반적 미의식', '여성의 사회적 지위 향상', '사회적 권력'의 세 가지 범주가 나타났다.

(1) 전반적 미의식

전반적 미의식의 범주는 '다양한 미의 기준', '인위적 아름다움에 대한 반감', '여성의 원숙미에 대한 가치 부여', '한류 기반의 한국적 미의식 확산'의 하위 범주로 구성되었다.

중국의 2, 30대 여성들은 아름다움의 인식에 있어 다양한 미의 기준을 인정하고 있는 것으로 나타났다. 더불어 중국 여성들은 중국 남성들 역시 여성의 외모에 대해 다변화된 아름다움의 기준을 인정한다고 생각하였다.

중국 여성들은 인위적인 아름다움에 대해 반감을 갖고 있어, 외모의 개선을 위해 성형과 같은 인위적인 방법을 사용하거나 화장을 너무 화려하고 진하게 하는 것을 좋게 생각하지 않았다. 또한 자신만의 자연스러운 아름다움을 추구하는 자연 미인에 대해서는 호감을 나타냈다.

여성의 노화에 대해서는 부정적인 반응보다 나이가 들면서 다양한 삶의 연륜을 기반으로 형성되는 이미지를 높게 평가하고 있었다. 이들은 나이와 아름다움은 직접적인 상관이 없다고 생각하여, 여성이 나이를 먹는다고 무조건 아름다움이 반감되는 것은 아니라고 생각하였다. 이러한 이유로 중국의 젊은 여성들은 무조건적인 동안 추구 현상은 나타나지 않았으며, 오히려 이보다는 여성의 원숙미를 인정하고 나이에 맞는 아름다움을 추구해야 한다고 인식하였다.

마지막으로 한류의 영향으로 한국적 미의식이 중국 사회 전반에 영향을 미침을 확인하였다. 한류 열풍의 영향으로 접하게 된 한국 드라마, K-pop은 중국 여성이 가지고 있는 한국 여성의 아름다움, 한국 여성의 패션 스타일과 관련된 인식에 큰 변화를 가져왔다. 중국의 2, 30대 여성은 한국 패션, 그 중에서도 특히 동대문 패션 스타일에 관심이 많았고 한국산 화장품

품은 한국에서보다 고가로 중국 시장에서 판매되고 있었다. 한국으로 성형 수술을 하러 오겠다는 의사를 표하는 여성도 다수 있다고 응답하였다. 이처럼 중국 여성들은 한국 여성의 외모 관리에 큰 관심을 가지고 있었으며, 한국 여성은 매우 세련되고 유행에 민감하다고 생각하였다. 그러나 한편으로는 한국 여성의 과도한 외모 관리 현상을 지적하면서, 과도한 스트레스에 시달리는 한국 여성에 대한 연민을 보이기도 하였다.

(2) 여성의 사회적 지위 향상

여성의 사회적 지위 향상의 경우 '독립적 여성상의 확산', '가정 내 양성 평등', '남성의 여성화', '강한 여성에 대한 거부감'의 네 가지 하위 범주로 세분화되었다.

중국의 젊은 여성에게는 자신의 삶의 주체성을 가지고 있는 독립적인 여성상이 확산되어 있었다. 이들은 남성에게 의지하여 살아가기 보다는, 자신 스스로 삶을 개척하고 자신에 대한 뚜렷한 주관을 갖고 있는 독립적인 여성상을 추구하였다. 이러한 삶의 주체성을 확보하기 위해서는 무엇보다도 경제적으로 독립할 수 있는 능력이 필요하다고 언급하였다.

사회적으로 독립적이고 주체적인 삶을 살길 원하는 중국 여성들의 의지는 가정 내 변모된 여성의 역할에 기인한 것이었다. 중국의 가정에서는 가부장적 문화가 사라지고 남성과 여성이 가정 내 평등한 역할을 수행하고 있었다. 중국의 가정에서는 여성의 사회 활동을 위해 가족이 모두 함께 가사 역할을 분담하고, 가족 구성원 모두가 여성의 사회 활동을 지원해주었다. 이러한 중국 가정 내의 여성의 역할 변화를 기반으로, 여성의 가정 내 지위가 향상될 수 있었다.

중국 사회와 가정 모두에서 여성의 역할이 다변화되고 지위가 향상됨에 따라, 중국 남성들은 오히려 여성화되는 경향이 나타났다. 중국의 2, 30대 여성들은 중국 여성들이 이전 세대에 비해 강해진 반면 남성들은 약해졌다고 인식하였으며, 약해진 남성에 대해 거부감을 표시하였다.

또한, 너무 강하고 드센 성격을 가진 여성에 대해서는 부정적인 감정과 태도를 보였다. 자신의 삶에 대한 주체성을 갖고 독립적인 삶을 살아가는

능력 있는 여성의 모습을 선망하긴 하지만, 타인을 배려하지 않고 타협하지 않는 강한 성격의 여성과는 개인적 친분을 유지하는데 어려움이 있다고 하였다. 이들은 너무 강한 성격의 여성들은 주변에서 지켜보기엔 멋있고 당당해 보이지만, 개인적으로 알고 지내게 될 경우 편안하지 않을 것 같은 느낌이 든다고 응답하였다

(3) 사회적 권력

사회적 권력은 '높은 권력 순응성'과 '능력 중심의 사회'라는 두 개의 하위 범주로 구성되었다.

중국의 2, 30대 여성은 높은 권력 순응을 기반으로 미디어로부터 얻은 정보에 대한 의구심이 낮았다. 이들은 미디어에 의해 전파되는 정보에 대해 신뢰하는 성향이 강하기 때문에, 인기 있는 연예인들의 외모가 변했다 하더라도 성형 등의 방법을 사용하지는 않았을 것이라 믿고 있었다.

중국 사회에서는 개인의 사회적 성공에 있어 외모보다는 능력이 중요시되는 풍조가 형성되어 있었다. 외모의 사회적 권력이 높지 않았으며, 외모와 우호적인 첫인상으로 사람을 판단하는 경향도 낮았다. 중국의 젊은 여성들은 개인의 탁월한 능력을 기반으로 사회에 진출하여 성공할 수 있다고 인식하고 있었다.

(4) 사회문화적 요인 관련 인터뷰 내용

중국의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움을 인식하는데 영향을 미치는 사회문화적 조건을 도출하는 근거가 된 인터뷰 내용은 다음과 같다.

아름다운거 하고 나이는 전혀 상관이 없어요. 두렵죠, 여자는 다 나이 먹는게 두렵죠. 근데 뭐랄까... 나이가 들면서 또 다른 매력이 생길 것 같다고... 나이가 들수록 외모는 사라지지만 그만큼 경력이 쌓이기 때문에 매력이 있는, 분위기 있는 여성이 될 수 있을 거라 생각해요. (참가자 4: 여성의 원숙미에 대한 가치 부여)

제가 생각하기엔 여자에게 있어 나이가 큰 상관이 없어요. 40대엔 40대의 아름다움이 있고 20대엔 20의 아름다움이 있고 그런 게 있다고 생각해요. (참가자2: 여성의 원숙미에 대한 가치 부여)

여자가 일하지 않으면, 남자에게 기대면 남자에게 버림받아요. 그래서 여자도 스스로 자기의 일이 있어야 해요. (참가자 1: 독립적 여성상의 확산)

한국에서 여자들이 결혼하면 보통 직장 안 다니고 가정 내에서 주부가 되니까... 근데 중국에서는 보통 결혼해도 다 일해요. 결혼하면 집안일 다 나눠서 하는 거예요. 여자가 다 하는 거 아니고... 지금은 중국 남자들이 다 요리 잘해요. 남자들이 잘해줘요. (참가자 2: 가정 내 양성 평등)

한류가 처음에 대만에서 그쪽에 있었는데요. 그 이후 한류가 활발해서 대륙에서도 영향을 받아서 드라마나 노래나 가수 활동도 많이 있었어요. 한류 이미지를 보면서 아 되게 예쁘고 멋있고 그런 느낌이에요. (참가자 10: 한류 기반의 한국적 미의식 확산)

제 생각은 사람마다 심미 이런 기준이 좀 다르거든요. 우리 여기 계신 분들도 어느 순간에 보면 다 아름답다고 말할 수가 있습니다. (참가자 6: 다양한 미의 기준)

여자는 그렇게 빼고 싶지 않은데, 남자는 그렇게 빼지 않으니까 여자는 계속 이렇게 빼게 될 수 밖에 없어요. 남자는 점점 여성스러운 면으로 변하고 있어요. 여자는 더 빼고 강해지고... (참가자 15: 남성의 여성화)

한류 영향을 많이 받죠. 패션 같은 경우도 한국 거다 그러면 뭐 그런 경우 많거든요. 화장품 같은 경우도 요즘에 한국화장품이 많이 인정을 받고 있잖아요. 한국에서 수입된 화장품이라면 좀 인기 얻을 수 있어요. 여기보다도 더 비싸요. (참가자 25: 한류 기반의 한국적 미의식 확산)

2. 외모 아름다움 인식의 기준

중국의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 기준은 객관적인 외모의 특성을 의미하는 '외모의 조형적 요소'와 외모 고유의 이미지를 기반으로 형성되는 '외모의 계슈탈트적 이미지'의 범주로 나뉘었다.

(1) 외모의 조형적 요소

중국의 2, 30대 여성들이 외모의 아름다움을 인식하는 기준이 되는 외모의 조형적 요소는 '균형과 조화를 갖춘 외모', '서구적이고 현대적인 외모', '전통적인 외모'의 세 가지 하위 범주로 구성되었다.

중국의 젊은 여성은 외모의 구성 요소 간의 균형과 조화가 여성 외모의 아름다움을 결정하는 요소라고 생각하였다. 이들은 아름다운 외모로 평가

받기 위해서는, 이목구비의 크기와 위치가 조화로워야 하며 외모의 비율 역시 균형이 잡혀있어야 한다고 인식하였다. 또한, 전반적인 외모의 비율에 있어서도 균형과 조화를 중요시하여, 너무 극단적으로 마른 몸매보다는 건강하게 균형 잡힌 체형을 선호하였다.

사회적 이상미의 서구화 현상은 중국 사회에서도 발견할 수 있었다. 중국의 젊은 여성들은 서구적이고 현대적인 외모를 아름답다고 인식하였다. V라인 얼굴, S라인 몸매, 큰 눈, 시원한 입매, 작고 입체적인 얼굴, 긴 팔다리가 서구적인 아름다움에 부합하는 외모의 조건으로 언급되었다.

중국 여성들은 서구적인 외모 조건과 함께 중국 정통 미인의 외모 특성 역시 함께 선호하였다. 전통적인 외모의 조건으로는 둥근 얼굴, 오목조목한 이목구비, 볼륨 있는 통통한 몸매, 하얀 피부 등이 언급되었다. 각기 상이한 특성을 보이고 있는 서구적인 혹은 전통적인 외모의 조형미는 상호 융합되어 절충적인 미의 기준을 만들어내기 보다는, 동서양 각각의 특성을 모두 아름다운 여성의 조건으로 양립시키는 특성을 보였다.

(2) 외모의 계슈탈트적 이미지

중국의 2, 30대 여성들이 언급한 아름다운 여성의 이미지들은 '독립적이고 강한 이미지', '우아하고 귀족적인 이미지', '부드럽고 편안한 이미지', '길한 중국 전통의 이미지'가 있었다. 이들 중 '독립적이고 강한 이미지', '우아하고 귀족적인 이미지', '길한 중국 전통의 이미지'는 국가적 미인으로, '부드럽고 편안한 이미지'는 개인적 미인에서 주로 언급되었다.

중국 문화권에서 선호되는 외모의 계슈탈트적 이미지로 가장 빈번하게 언급된 이미지는 독립적이고 강한 이미지였다. 이러한 이미지를 설명하는 단어로는 연약하지 않은, 남성에게 의지하지 않는, 주체적인, 당당한, 건강한, 능력 있는, 사회적으로 성공한, 지적인, 주관이 강한, 경제적으로 자립한, 의리 있는, 타인을 의식하지 않는, 자기 관리를 잘 하는 등의 형용사가 추출되었다. 중국의 2, 30대 여성은 연약한 이미지로 남성에게 의지하기 보다는 주체적이고 당당하며 지적인 이미지를 기반으로 사회적, 경제적으로 성공한 커리어우먼을 선망하고 있었다. 또한 자기 주관이 강하고 타인

을 의식하지 않는 강한 여성의 이미지를 선호하는 것으로 나타났다.

두번째로 빈번하게 언급된 이미지는 우아하고 귀족적인 이미지였으며, 이러한 이미지를 설명하는 단어로는 고급스러운, 청순한, 도도한, 집안이 좋은, 똑똑한, 부유한, 사회적 지위가 있는, 쉽게 접근하기 어려운 등의 형용사들이 도출되었다. 중국의 젊은 여성들은 고급스럽고 청순하며 도도한 이미지를 통해 사회적 지위와 부유한 경제적 수준을 가늠할 수 있다고 생각하였으나, 이러한 이미지의 여성에게 개인적으로 쉽게 접근하기 어렵다는 반응도 다수 있었다.

더불어 함께 언급된 이미지는 부드럽고 편안한 이미지였다. 이는 앞서 언급된 독립적이고 강한 이미지에 대한 반발로 등장한 것으로, 주로 중국의 젊은 여성들이 개인적으로 선호하는 미인의 이미지였다. 이러한 이미지를 설명하는 단어로는 따뜻한, 미소가 아름다운, 생기 있는, 활발한, 친근한, 즐거운, 쾌활한, 드세지 않은, 타인을 배려하는, 귀여운, 싹싹한, 착한, 순진한, 한류 연예인 같은 등의 형용사들이 도출되었다. 부드럽고 편안한 이미지의 여성은 타인을 배려하는 드세지 않은 모습을 통해, 중국 문화 전반의 국가적 미인과는 구별되는 독특한 이미지를 형성하고 있었다. 특히 한류를 타고 중국에서 인기몰이를 하고 있는 여성 한류 연예인들의 이미지가 이에 부합한다는 응답이 많았다.

마지막으로 언급된 이미지는 길한 중국 전통의 이미지였다. 중국 문화권에서는 전통적으로 길한 기운을 가진 여성을 미인이라 여겼는데, 이러한 전통적 미인관이 현대 중국 문화권에서도 잔존하고 있었다는 점이 흥미롭다. 이러한 이미지의 미인은 특히 부모님 세대에게 인기가 있는 것으로 나타났다. 길한 중국 전통의 이미지를 설명하는 단어들은 복스러운, 길한, 영리한, 단정한, 고전적인, 활력 있는, 부모님 세대가 좋아하는, 위로가 되는 등의 형용사들이 있었다. 이러한 이미지는 단정하고 영리하며 활력을 주는 모습을 표현함으로써, 중국 문화에서만 나타나는 특유한 '길한 상'을 연출하고 있었다.

(3) 외모 아름다움 인식의 기준 관련 인터뷰 내용

중국의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 기준을 도출하는 근거가 된 인터뷰 내용은 다음과 같다.

얼굴은 너무 작고 눈 크고... 제가 약간 다르게 생각하는 건 전통적인 미인이라고 생각하지는 않아요. 되게 현대적인 것 같아요. 현대 사람들이 얼굴이 뾰족한 얼굴을 선호하잖아요. 딱 현대 사람이 좋아하는 얼굴인 것 같아요. (참가자 3: 서구적이고 현대적인 외모)

대부분 연예인은 자기 몸무게 숨기잖아요, 근데 되게 당당하게 제 몸무게는 60kg 나간다고 그렇게 이야기해요. 자기 사업도 하고... 그래서 되게 강한 여자, 되게 강해요. 그런 여자 있잖아요. 남자에 기대서 사는 여자, 도와달라고 하는 여자 그런 여자 있는데.. 그 여자는 전혀 그런 여자 아니에요. 되게 독립적인 그리고 되게 자기 원하는 거는 열심히 하고 그렇게 사는 여자 같아요. (참가자 3: 독립적이고 강한 이미지)

그냥 다 비율? 비율 되게 예쁘다고 생각해요. 따로따로 봤을 때도 다 이쁘고 다 합쳐서 봤을 때도 예뻐요. 어떤 사람들은 한 부분만 이쁜 것 같고 총체로 보면 이쁘지 않은 느낌이 와요. 근데 이분은 좀 다 예뻐요. 하나하나 봐도 예쁘고... (참가자 13: 균형과 조화를 갖춘 외모)

순리 같은 경우는 일단 전체적으로 보면은 단정하고 중국 사람의 인식에 되게 어떻게 보면 좀 단정한 미인? 좀 어떻게 보면 이미지가 참 중국 옛날 미인 그런 이미지... 옛날 양반집 그런 귀한 느낌을 더 선호하는 거 같아요. 부모님들은 그런.. 약간 둥근 얼굴이나 눈은 되게 청순하고 그런 이미지를 선호하는 것 같아요. (참가자 23: 전통적인 외모, 길한 중국 전통의 이미지)

3. 외모 아름다움의 미적 가치

중국의 2, 30대 여성들은 '발전'하는 아름다움, 고유의 '진정성'을 가진 아름다움을 여성 외모의 아름다움에 있어 중요한 미적 가치라 인식하고 있었다. 앞서 살펴본 한국의 FGI결과와 마찬가지로, 선행 연구를 통해 도출된 외모 아름다움의 개념이 중국 문화권에서는 '발전'과 '진정성'의 가치를 기반으로 표출되고 있었다.

(1) 발전

중국 2, 30대 여성들은 꾸준한 자기 관리와 노력을 통해 자신의 아름다움을 발전시키는 과정 자체를 아름다움으로 인식하고 있었다. 발전의 미적

가치는 '세월을 초월하는 아름다움', '꾸준한 관리와 노력'의 하위 범주로 구성되었다.

세월을 초월하는 아름다움의 경우, 여성으로써 나이를 먹어감에 따라 외모의 아름다움이 반감되는 것이 아닌, 꾸준한 관리와 노력을 통해 세월이 흐르면서 오히려 아름다움이 발전, 향상될 수 있음을 의미한다. 특히 중국 여성들이 지향하는 아름다움의 발전은 외모의 아름다움에만 치중하는 것이 아닌, 여러 영역을 아우르는 전반적 자기 관리를 통한 아름다움의 개발을 의미하였다. 이들은 발전의 미적 가치를 통해 세월이 흐름에 따라 발전, 개선, 향상되는 아름다움을 갖출 수 있다고 인식하였다. 중국의 젊은 여성들은 여성이 나이를 먹음으로 인해 아름다움이 반감되지 않으며, 꾸준한 자기 관리를 시행한 여성은 세월을 초월하는 아름다움을 형성할 수 있다고 믿었다. 더불어 이러한 아름다움을 젊음으로 인해 느껴지는 아름다움보다 더 상위의 아름다움으로 인식하는 것으로 나타났다.

발전의 아름다움을 위해 수반되어야 하는 조건으로 중국 여성들은 꾸준한 자기 관리와 노력을 언급하였다. 중국 여성들은 아름다움 역시 개인의 노력에 따라 향상될 수 있는 능력이라고 인식하였으며, 외모 관리를 아름다움의 발전을 위한 수단으로 여기고 있었다. 중국 여성에게 있어 아름다운 외모가 중요한 의미를 갖지 않는 것은 아니었지만, 그보다는 아름다운 외모를 자기 관리의 지표 중 하나로 인식하면서 꾸준한 관리와 노력을 통해 외모를 발전시키는 것 그 자체를 중요하게 생각하였다.

(2) 진정성

중국의 2, 30대 여성들이 외모의 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치로 진정성이 언급되었다. 중국 여성들이 추구하는 아름다움의 진정성은 한국 여성들이 추구하는 진정성과는 개념적으로 약간의 차이를 보였다. 한국 여성들이 추구하는 아름다움의 진정성이 모방 불가능한 원본의 의미에 가깝다면, 중국 여성들이 추구하는 진정성에는 자연스러움의 의미가 더 강했다.

중국 여성들이 추구하는 아름다움의 진정성은 자연스러운 나만의 매력을 통해 아름다움을 찾고자 하는 성향에 기인한 것이다. 이들은 인위적인 방

법으로 획일적인 미적 기준에 부합하는 외모의 아름다움을 지향하기 보다는 나만의 매력, 나만의 자연스러움을 통해 외모의 아름다움을 개발하고자 하였다. 이러한 미적 가치의 추구로 인해 중국의 젊은 여성들은 남성에게 소구하는 외모의 기준에 집착하거나 사회적 편견에 의해 획일화된 미의식을 추구하는 것이 아닌, 나만의 고유한 진정성의 아름다움을 통해 아름다움을 개발하고자 하였다.

(3) 외모 아름다움의 미적 가치 관련 인터뷰 내용

중국의 2, 30대 여성이 외모의 아름다움에 대한 인식을 통해 추구하는 미적 가치를 도출하는데 근거가 된 참가자들의 응답은 아래와 같다.

청순한 이미지는 아까 이야기했던 배우들이 모두 가지고 있지만... 탕웨이이는 뭐랄까 우아한 느낌이 있어요. 세상에 하나밖에 없는 이미지가 있어요. 가짜가 아니라 애만의 origin. (참가자 5: 아름다움에 대한 진정성)

중국에서 나이 먹으면 말도 잘하고 행동도 올바르게 하면 오히려 존경 받지 않나요? 특히 어떤 여배우들 그럴잖아요. 만약에 올바르게 자기 관리 잘 하면 사람들이 오히려 더 뭐 여자가 머리 빈 여자 아니라고 생각할 수 있어요. 나이 먹어도 예쁜 이미지는 사람의 머리 속에 남아있어요. (참가자 9: 꾸준한 자기 관리와 노력)

중국인들은 이런 거 다 부모님이 주신 거라서 좀 다치거나 고치거나 하면 부모님께 되게 미안한 거예요. 그리고 중국인들은 성형 수술 하고 나서 예뻐진 게, 성형 때문에 예쁘고 그러니까 진짜 예쁜 건 아니라고 생각해요. (참가자 15: 아름다움에 대한 진정성)

4. 외모 아름다움 인식의 감정적 결과: 외모 아름다움에 대한 감정

중국의 2, 30대 여성들은 여성 외모의 아름다움에 대한 인식의 감정적 결과로, 외모 아름다움에 대한 감정을 느끼고 있었다. 이러한 감정은 크게 '미인에 대한 감정', '본인의 외모에 대한 감정', '외모 관리에 대한 감정', '성형에 대한 감정', '노화에 대한 감정'의 범주로 구분되었다.

(1) 미인에 대한 감정

미인에 대한 감정은 '미인에 대한 긍정적 감정', '미인에 대한 부정적 감정'의 두 가지 하위 범주로 구성되었다.

중국의 2, 30대 여성들은 미인에 대해 대체로 긍정적인 감정을 느낀다고 하였다. 이들은 길한 이미지의 미인에게서 심리적인 위로를 얻는다고 하였으며, 자기 개발을 통해 아름다움을 가꾸는 미인에 대한 인정과 선망, 동경심을 느끼고 있었다. 외모가 아름다운 미인에 대해 우호적인 첫인상을 느껴 호감을 형성한다고 하였으나, 미인의 외면적 특성은 첫인상 형성에만 영향을 미칠 뿐 장기적인 대인 관계에는 큰 영향을 받지 않는다고 하였다. 더불어 아름다운 외모와 함께 성격도 좋고 다방면에 걸친 탁월한 능력까지 갖춘 미인에 대해서는 부러움을 느낀다고 하였다.

반면에 중국 여성들이 느끼는 미인에 대한 부정적 감정도 언급되었다. 미인은 머리가 나쁘다는 편견이 존재하였으며, 성격적으로 문제가 있고 남성들에게만 인기가 있는 미인에 대해서는 부정적인 감정을 느끼는 것으로 나타났다. 그러나 대부분의 인터뷰 참가자들은 미인에 대한 부정적 감정보다는 긍정적 감정을 더 많이 응답하였다는 점이 흥미롭다.

한국 여성들이 미인에 대한 양가 감정을 강하게 느끼고 있었던 것에 반해, 중국 여성들은 미인에 대한 양가 감정을 거의 느끼지 못하였다. 그나마 언급된 미인에 대한 양가 감정도, 특정한 이미지를 소유하고 있는 미인에 국한된 것이었다. 중국 여성에게 있어 가장 선호되는 이미지인 강하고 독립적인 이미지의 미인에 대해서는 닮고 싶은 면도 있긴 하지만 너무 강한 이미지에 대해 거부감을 느낄 때도 있다고 하였다. 또한, 우아하고 귀족적인 이미지의 미인에 대해서는 외모에 대해 선망을 느끼지만 다가가기 어려운 느낌에 질투심을 느끼기도 한다고 응답하였다.

(2) 본인의 외모에 대한 감정

중국의 2, 30대 여성들이 본인의 외모에 대해 느끼는 감정은 대부분 긍정적인 것이었다. 이러한 현상의 원인은, 중국 문화권의 외모에 대한 미의식이 획일적이지 않으며 중국 여성들도 획일화된 사회적 미적 기준에 자신의 외모를 맞추려 하기 보다는 자신만의 외적인 아름다움을 인정하고 자족

하는 경향을 보였기 때문이다. 중국의 젊은 여성들은 현재 자신이 갖고 있는 외모에 대해 자족감, 자신감, 만족을 느끼면서, 무리하게 욕심을 부려 자신의 외모를 변화시키려 하지 않았다.

(3) 외모 관리에 대한 감정

인터뷰에 참가한 중국 여성들은 외모 아름다움이 발전하는 것에 대해 중요하게 생각하였기 때문에, 외모의 아름다움을 발전시킬 수 있는 외모 관리에 대해서도 다양한 감정을 언급하였다. 외모 관리에 대한 감정은 크게 '외모 관리에 대한 긍정적 감정'과 '외모 관리에 대한 부정적 감정'의 하위 범주로 구성되었다.

중국의 2, 30대 여성들은 주로 외모 관리에 대한 긍정적 감정은 느끼고 있었다. 획일화된 외모에 대한 기준보다는 개인의 외모에 자족하는 성향으로 인해, 외모 관리 역시 타인의 시선이나 사회적 기준에 부합하려 하기보다는 자신 스스로의 발전과 개발에 비중을 두었다. 이러한 이유에서 중국 여성들은 외모 관리에 대해 주체성 있는 모습을 보여주었다. 자신의 의지에 따른 자아 개발 차원에서 외모를 관리하는 중국 여성들은, 외모 관리를 통해 자신의 외모가 개선되는 것에 대해 즐거운 감정을 느끼고 있었다. 또한 타의에 의한 압력에 의한 외모 관리가 아닌 즐거운 감정을 기반으로 한 외모 관리가 주를 이루고 있어, 외모 관리 자체를 스트레스 없이 즐기고 있었다.

반면에 외모 관리에 대한 부정적 감정도 함께 언급되었다. 중국 여성들은 사회적 기준이나 타인의 시선을 의식하여 과도하게 필요 이상으로 외모 관리에 집착하는 사람들에 대해 부정적인 감정을 느끼고 있었다. 그러나 중국 여성들이 외모 관리와 관련하여 느끼는 감정은 대부분 긍정적인 것이 주를 이루었다.

(4) 성형에 대한 감정

중국의 2, 30대 여성들은 외모를 빠르게 변화시켜 아름다움을 향상시킬

수 있는 성형에 대한 감정을 언급하였는데, 이러한 감정은 '성형에 대한 긍정적 감정'과 '성형에 대한 부정적 감정'의 하위 범주로 구성되었다. 미디어의 확산과 한류의 영향을 받은 미의식이 확산되면서, 젊은 중국 여성들은 성형에 대한 다양한 정보를 접하고 성형의 놀라운 결과를 알게 되었다. 그러나 아직 성형이 초기 보급 단계이며 대중에게 확산되지 않은 중국 문화권에서 중국의 2, 30대 여성들은 성형에 대한 긍정적인 감정보다는 부정적인 감정을 더 많이 느끼고 있었다.

중국의 젊은 여성들이 느끼는 성형에 대한 긍정적 감정은 주로 일반인 대상으로 한 성형이 아닌 신체적인 문제를 치료하기 위한 목적으로 시행된 성형에 국한되어 있었다. 이들은 성형을 통해 선천적 기형이나 상처 등이 개선되는 것에 대해 안도감과 다행스러움을 느낀다고 하였다.

반면에 일반인이 미용 목적에서 시행하는 성형에 대해서는 대부분 부정적인 감정을 느낀다고 하였다. 중국의 2, 30대 여성들은 성형의 긍정적인 결과에 대한 기대보다는 부작용에 대한 두려움을 더 크게 느끼고 있었으며, 성형을 통해 건강을 해칠 수도 있음을 걱정하였다. 더불어 성형 수술 시 감내 해야 하는 통증에 대한 두려움을 크게 느끼고 있었다. 이러한 통증과 두려움을 감내하고 성형 수술을 시행한 성형 미인에 대해서는 이들을 용감하게 여기고 부러워하기보다는, 인위적인 모습에서 부정적인 감정을 느낀다고 하였다. 또한 성형을 통해 자신만의 매력을 상실하게 될 것을 두려워하였으며, 성형을 통해 자신의 매력을 상실한 성형 미인을 비난하고 혐오하였다.

(5) 노화에 대한 감정

중국의 2, 30대 여성들은 여성으로써 나이 드는 것에 대해 긍정적인 감정과 부정적인 감정을 모두 느끼고 있어, 노화에 대한 감정 범주 역시 '노화에 대한 긍정적 감정'과 '노화에 대한 부정적 감정'의 하위 범주로 구성되었다.

전반적으로 자신의 외모에 대해 주도적인 모습을 보여준 중국 여성들 역시 여성으로써 나이 드는 것에 대해서는 부정적인 감정을 느끼고 있었다.

이들 여성들 역시 나이가 들면서 외모의 아름다움이 반감되는 것을 인식하면서, 나이 드는 것에 대한 두려움을 느낀다고 하였다.

그러나 중국의 젊은 여성들은 나이가 들면서 다양한 지식을 쌓고 사회적 경험과 성취를 이루어 내면서 자신만의 고유한 아름다움을 배양시킬 수 있다고 생각하였다. 노화를 통해 비록 외적인 아름다움은 감퇴하지만 나만의 고유한 스타일과 원숙함은 증대된다고 인식하였다. 특히 나이가 들어도 자신만의 아름다움을 잃지 않고 오히려 젊은 시절보다 깊은 아름다움을 유지하는 나이 든 여성에 대해서는 존경, 경외의 감정을 느끼고 있었다.

(6) 외모 아름다움에 대한 감정 관련 인터뷰 내용

중국의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움에 대해 인식하는 과정에 있어 느끼게 되는 감정을 도출하게 된 인터뷰 내용은 다음과 같다

아마 평소에 친구로써 판빙빙 같은 친구 있으면 스트레스 받을 것 같아요. 보기엔 좋는데 친구로는 좀... (참가자 7: 미인에 대한 부정적 감정)

사실 그런거 있잖아요. 만약에 주변에 너무 이쁜 친구가 있어요. 남자한테 너무 인기 많고, 근데 여자는 그런 거 있잖아요. 너무 이쁘면 친구할 수도 있지만 미워할 수도 있잖아요. 그런 경향도 있지 않을까... (참가자 16: 미인에 대한 부정적 감정)

장쯔이가 판빙빙보다 약간 거리감이 있는데, 좀 별로 친하게 지낼 수 없는 그런 여자. 이런 여자는 애는 이쁘지만 나랑 친구 될 수 없어... (참가자 15: 미인에 대한 부정적 감정)

예를 들어서... 기분이 좋지 않을 때 이런 사진 아니면 이런 사람을 보면 좀 위로가 되는 것 같아요. (참가자 13: 미인에 대한 긍정적 감정)

일단 예쁜 사람 보면 자꾸 눈이 가요. 계속 눈이 가요. 어떻게 이렇게 이쁘게 생겼지 계속 쳐다 보기도 하고 신경써서 보는 것 같아요. (참가자 9: 미인에 대한 긍정적 감정)

5. 외모 아름다움 인식의 태도적 결과: 외모 아름다움에 대한 태도

중국의 2, 30대 여성들은 여성 외모의 아름다움에 대한 인식의 태도적 결과로, 외모 아름다움에 대한 태도를 형성하고 있었다. 이러한 패러다임

요소는 크게 '미인에 대한 태도', '본인의 외모에 대한 태도', '외모 아름다움에 대한 태도', '외모 관리에 대한 태도', '성형 미인에 대한 태도', '노화에 대한 태도'의 범주로 구성되었다.

(1) 미인에 대한 태도

중국의 2, 30대 여성들이 미인에 대해 형성하고 있는 태도는 '미인에 대한 긍정적 태도'의 단일 하위 범주로 구성되었다. 중국 문화권에서 미인에 대한 부정적 태도는 사회적으로 형성되어 있는 미인에 대한 고정 관념에 국한되었을 뿐, 인터뷰에 나타난 미인과 관련된 태도 대부분은 긍정적인 것이 주류를 이루었다.

중국 여성들은 꾸준한 자기 관리를 통해 발전되는 모습을 보여주는 여성을 아름답다고 인식하였기 때문에, 이러한 성향을 가진 미인에 대한 긍정적인 태도를 형성하고 있었다. 더불어 성형과 같은 인위적인 방법을 사용하여 아름다워진 미인의 아름다움을 인정하지 않은 것에 반해, 자연스러운 아름다움을 가진 미인에 대해서는 호의적인 태도를 보였다.

(2) 본인의 외모에 대한 태도

중국의 2, 30대 여성들은 본인의 외모에 대해서는 대체로 만족하는 '긍정적인 태도'를 형성하고 있었다. 이들은 외면의 아름다움에 대해 과도한 욕심을 부리지 않고 있었으며, 외모 관리를 스트레스 없이 즐기고 있었다. 자신의 외모에 대한 태도 형성에 있어 타인의 시선이나 사회적 고정 관념에 얽매이기 보다는, 스스로 자신의 외모에 대한 주체성을 가지고 자신에게 어울리는 아름다움을 개발하고자 하였다.

(3) 외모 아름다움에 대한 태도

본 연구의 인터뷰에 참가한 중국의 젊은 세대 여성들은 외모 아름다움에 대해 긍정적이지도 부정적이지도 않은 중립적인 태도를 갖고 있었다. 이들

은 외모 아름다움을 인간이 가진 능력 중 하나로 인식하면서, 인간의 다른 능력 대비 더 중요하지도 덜 중요하지도 않다고 응답하였다. 물론 외모의 아름다움 역시 인간의 능력이므로 꾸준한 노력을 통해 발전시켜야 하겠지만, 외모에 과도하게 집착하여 신체적, 정신적 건강을 해칠 필요는 없다고 생각하였다. 오히려 이보다는 외모의 아름다움과 다른 영역의 능력을 골고루 배양하여, 나만의 고유한 경쟁력을 만들어가는 것이 더 중요하다고 인식하였다.

(4) 외모 관리에 대한 태도

중국의 2, 30대 여성들이 형성하고 있는 외모 관리에 대한 태도는 크게 '외모 관리에 대한 긍정적 태도'와 '외모 관리에 대한 부정적 태도'의 하위 범주로 구성되었다.

인터뷰를 통해 언급된 외모 관리에 대한 부정적 태도는 일부 과도한 외모 관리를 시행하는 사람에 대한 부정적인 견해였고, 대부분의 여성들은 외모 관리에 대해 긍정적인 태도를 형성하고 있었다.

중국의 젊은 여성들은 외모 관리를 자기 관리의 지표로 인식하여, 일상에서의 외모 관리가 갖는 중요성을 강하게 느끼고 있었다. 그러나 이들은 본인의 외모 아름다움에 대한 주체성을 갖고 외적인 아름다움을 개발하고자 하였기 때문에, 외모 관리에 대한 관심이 압박과 스트레스로 이어지고 있지는 않았다. 이러한 이유로 외모 관리의 긍정적인 면을 크게 인식하여, 외모 관리를 통해 외적인 아름다움을 향상, 발전시킬 수 있다고 생각하였다.

(5) 성형에 대한 태도

중국의 2, 30대 여성들은 성형에 대해 대부분 '부정적인 태도'를 형성하고 있었는데, 이는 외적인 아름다움을 통해 추구하는 진정성의 가치가 자연스러운 것에 대한 가치에 가까웠던 연구 결과와 맥을 같이 하는 것이었다. 중국의 젊은 세대 여성들은 성형을 통해 획일적인 모습을 갖게 된 성

형 미인의 개선된 외모에 주목하기 보다는, 개성을 상실한 모습을 조롱하고 인위적으로 변한 모습에 대해 부정적인 태도를 보였다. 또한, 성형이 중독의 우려가 있고 신체 건강에 피해를 끼칠 수 있다는 인식을 기반으로 성형 자체에 대해서도 부정적인 태도를 형성하고 있었다.

(6) 노화에 대한 태도

본 연구에 참여한 중국의 젊은 세대 여성들은 여성의 노화에 대한 태도로 '긍정적 태도'와 '부정적 태도'를 함께 보여주었다. 긍정적인 태도로는 세월의 흐름에 따라 쌓게 된 다양한 삶의 경험을 기반으로 다양한 능력을 배양하여 고유의 원숙한 아름다움과 진정한 아름다움을 개발할 수 있을 것이라 인식하였다. 반면에 나이 들면서 감퇴되는 외모의 아름다움으로 인해 노화에 대한 부정적 인식 역시 함께 보여주었다. 그러나 노화에 대한 부정적인 태도는 현실의 상황을 있는 그대로 받아들이는 것에 가까워 노화 자체에 대한 정신적 스트레스는 한국 여성에 비해 적은 것으로 나타났다.

(7) 외모 아름다움에 대한 태도 관련 인터뷰 내용

중국의 2, 30대 여성은 여성 외모의 아름다움에 대한 인식의 태도적 결과로 외모 아름다움에 대한 태도를 형성하고 있었다. 이러한 결과를 도출하는 근거가 된 인터뷰 내용은 아래와 같다.

중국 사람들은 그런 생각이 있는 것 같아요. 저를 좋아하면 나의 예쁜 모습도 좋아하고 나의 평범한 모습도 좋아해 줘야 해요. 그냥 단지 예쁜 것만 좋아한다고 하면 나중에 내가 나이 들면 그 사람이 나를 떠날 것 같아요. 중국 사람은 남을 위해 내가 열심히 화장해야 된다, 예쁘게 단장해야 한다 그런 생각이 별로 없는 것 같아요. 나를 좋아하면 다 좋아해야 해요. (참가자 3: 본인의 외모에 대한 긍정적 태도)

외모는 그 사람의 플러스하는 거고 한 포인트인 거 같아요. 전부는 아니잖아요. 그냥 능력도 있고 그런 사람들은 좀 외모가 더 뛰어나면 더 플러스가 되는 거고... 나중에 다 없고 외모만 가지고 있는 사람에 대해서는... (참가자 11: 외모 아름다움에 대한 중립적 태도)

예쁘면 좋아요. 예를 들면, 한 여자가 예쁘고 안 예쁘게 아니고, 평범하고 관리도 안하고 자기 외모도 관리할

수 없으면, 다른 것도 잘 못해요. (참가자 14: 미인에 대한 긍정적 태도)

저는 제가 지금 즐겁게... 제가 지금 가지고 있는 것에 만족하고 더 이상 욕심부리지 않는거. 전 지금 만족해요. 모든 것을 즐기면서 하면 되요. 힘들면 안 하면 되고... (참가자 15: 본인의 외모에 대한 긍정적 태도, 외모 관리에 대한 긍정적 태도)

화장하고 싶으면 하고 안하고 싶으면 안 하고... 안 하면 이쁘지 않다는 것도 아니잖아요. 건강하게 아름다운 모습 그런 모습 보여줄 수 있구요. 저한테 아름다운 것은 그냥 제 인생의 플러스 있죠? 여자니까 좀 깨끗하게 건강하게 아름다운 모습 보여주는 것이라고 생각해요. 여자뿐만 아니라 남자들도 그렇게 해야 하는.. 아무튼 열심히 관리할거예요. (참가자 13: 외모 관리에 대한 긍정적 태도, 외모 아름다움에 대한 중립적 태도)

6. 외모 아름다움 인식의 행동적 결과: 외모 관리 행동

중국의 2, 30대 여성은 여성 외모의 아름다움에 대한 인식의 행동적 결과로 외모의 아름다움을 유지, 향상, 발전시키기 위한 외모 관리 행동을 시행하고 있었다. 외모 관리 전략은 크게 '성형', '화장', '피부 관리', '패션', '건강 관리', '외모 이외의 능력 개발'이라는 범주로 구성되었다.

(1) 성형

외모 관리 행동 중 성형 범주는 크게 '낮은 성형 의도', '성형의 점진적 확산'의 하위 범주로 구성되었다.

성형은 아직 중국 여성들에게 대중적으로 널리 받아들여지지 않고 있었다. 대체적으로 많은 중국 여성들이 성형의 필요성을 느끼지 못하고 있었으며, 신체적 기형의 치료 목적으로 시행한다는 인식이 지배적이었다. 또한 부모님이 주신 자연스러운 외모를 그대로 유지해야 한다는 생각을 하고 있었으며, 성형은 일부 연예인들만이 직업적인 이유로 시행하는 것이라 인식하였다. 사회적으로 성형이 널리 확산된 상황이 아니기 때문에 성형에 대한 거부감과 두려움을 많이 느끼고 있었다. 더불어 이들은 성형 통증과 성형 결과의 불확실성에 대해 두려움을 느끼고 있었으며, 성형이 건강을 해칠 것이라는 우려를 보였다. 사회적으로 성형 미인을 좋게 보지 않는 인식으로 인해 성형을 했다 하더라도 성형 사실을 숨기고자 하였으나 성형이

점진적으로 확산되고 있다는 응답도 많았다. 현재 중국 사회에서는 보형물을 넣지 않은 가벼운 성형에 대한 인식의 변화가 일어나고 있으며 젊은 층을 중심으로 성형 의도가 점진적으로 증가함을 알 수 있었다. 이러한 성형에 대한 인식의 변화에 한류가 큰 영향을 미치고 있었다.

(2) 화장

화장의 범주는 '비일상적 화장', '화장의 중요성 증가'의 하위 범주로 구성되었다. 중국 여성들은 일상 생활에서 매일 화장을 하지는 않는 것으로 나타났다. 그보다는 특별한 행사가 있을 때 화장을 하는 경우가 많았다. 화장법도 대중에게 널리 보급되지 않은 것으로 나타나, 일반적인 젊은 여성들은 화장법에 대한 정보 수준이 한국과 일본에 비해 낮은 편이었다. 그러나 젊은 여대생들을 중심으로 최근 화장법에 대한 관심이 근래에 증가하여, 화장하는 방법을 배우는 대학 내 동아리가 인기리에 운영되고 있다는 응답이 있었으며, 기회가 된다면 화장법을 배워보고 싶다는 응답도 있었다.

(3) 피부 관리

피부 관리의 범주는 '화장품의 사용', '피부 관리 마사지, 피부과'의 하위 범주로 구성되었다. 피부 관리를 위해서는 피부과 시술보다는 화장품에 더 많은 비중을 두고 있었으며, 기능성 화장품은 주로 20대 후반부터 사용하기 시작하는 것으로 나타났다. 이들은 메이크업 제품보다는 스킨케어 화장품에 더 많은 관심을 보였으며 더 많은 경제적 비용을 투자하고 있었다. 일반적인 스킨케어 화장품과 더불어 마스크 시트와 같은 셀프 피부 관리 화장품의 인기가 높았다. 그러나 아직도 일부의 중국 여성들은 스킨케어 화장품을 꾸준하게 사용하지 않는 것으로 나타났다. 피부 관리 마사지는 피부과보다는 마사지샵을 통해 이루어지고 있는 것으로 나타났으며, 중국에서 전통적으로 인기 있는 전통 마사지샵을 중심으로 피부관리 프로그램이 성행하고 있었다. 피부과는 노화 관리, 미백 관리 등의 목적보다는 피부 트러블 관리 차원에서 방문한다는 응답이 많았다.

(4) 패션

패션의 범주는 '패션의 중요성 증가'의 단일 하위 범주로 구성되었다. 패션의 경우에는 최근 여성의 원만한 사회 생활에 있어 차지하는 중요성이 증가하면서, 중국 여성들이 외모 관리 전략으로 비중 있게 다루고 있었다. 화려한 패션보다는 단정하고 깔끔한 패션을 추구한다는 응답이 많았고 시간, 장소, 상황에 맞는 옷차림을 하는 것이 사회 생활을 하는 여성의 이미지 연출에 있어 중요한 역할을 한다고 인식하였다.

(5) 건강 관리

중국 여성들은 건강 관리를 여러 외모 관리 행동 중에서 가장 비중 있게 생각하고 있어, 가장 많은 하위 범주를 포함하고 있었다. 건강 관리 범주는 '무리한 다이어트 거부', '건강식을 통한 관리', '규칙적인 운동', '생활 습관 개선'의 네 가지 하위 범주로 구성되었다. 무리한 다이어트는 건강을 해칠 수 있으므로 가급적 실시하지 않는 것으로 나타났으며, 식이 조절과 운동을 병행하여 체중을 조절하고자 하였다. 중국의 젊은 여성들은 무조건적으로 음식을 제한하는 다이어트에 대해 매우 부정적인 인식을 가지고 있었으며, 오히려 건강을 위해 고른 영양소의 보양식을 섭취한다는 응답이 많았다. 이들은 체중보다는 건강 관리를 위해 운동을 하는 경우가 많았으며, 운동을 통해 심리적인 안정까지 추구하고 있었다. 운동은 아름다움을 관리함과 동시에 체력을 키워 사회적으로 왕성한 활동을 할 수 있는 원동력이 된다는 점에서 중국 여성의 필수적인 자기 관리 전략으로 자리매김하고 있었다. 마지막으로 중국의 2, 30대 여성들은 건강 관리를 위해 생활 습관의 개선을 언급하였다. 음식, 운동, 수면, 금주, 금연 등 건강에 이로운 생활 습관을 유지하며 이를 통해 외모 관리와 건강 관리 모두를 시행하고 있는 것으로 나타났다.

(6) 외모 이외의 능력 개발

외모 관리 행동의 마지막 범주는 외모 이외의 능력 개발이었다. 중국의 2, 30대 여성들은 내면의 아름다움은 외면으로 드러나기 마련이라는 인식을 기반으로 지식을 쌓고, 예술을 연마하며, 사회적 경험 등을 쌓아 내면의 원숙미를 개발하고자 하는 의지를 보였다.

(7) 외모 관리 행동 관련 인터뷰 내용

중국의 2, 30대 여성이 여성의 외모의 아름다움을 인식하고 이를 통해 자신의 외모를 유지, 향상, 발전시키기는 외모 관리 행동의 범주를 도출하게 된 참가자들의 응답은 다음과 같다.

요새는 중국에서 한국의 영향을 받아서 성형 수술 하는 사람도 많아요. 제가 아는 사람 중에서 몇 명 있어요. 완전 바뀌었어요. 완전 코도... 눈고 했고... 앞에서는 아무 소리 안하고 너 예뻐졌다 하지만 뒤에서는 뭐라고 해요. (응답자 5: 성형에 대한 부정적 태도)

친구 중에 진짜 심하게 다이어트 하는 사람 있는데요. 주변에 보니까 진짜 완전히 몸이 나쁜 상태에 빠지고 항상 침대에 누워있고 할 일도 할 수 없는데 계속 다이어트하고... 우리 친구들 모두 너 하지마 했.. 좋은 아미지 아니예요. 건강이 제일 중요해요.. (참가자 2: 무리한 다이어트 거부, 외모 관리에 대한 부정적 태도)

책 많이 읽고, 내면적으로 더 키우고 그런 매력을... 왜냐면 얼굴은 우리는 다 성형 같은 거 하기 싫고 어떻게 할 수 없는 것 같아요. 나이 들수록, 피부가 처지고 그렇게 될 것 같아요. 내면적으로 더 매력을 더 키우게 그런 면에서 더 열심히 하는 것 같아요. (참가자 3: 외모 이외의 능력 개발)

특히 요즘 가슴 수술 하는 여자들이 많이 위험해요. 몇 달 전에 그런 뉴스가 나왔어요. 암 이런 거... 임신하기 전에 수술했는데 나중에 아기가 모유 먹인 후에 머리 문제가 심각해지고 애가 거의 죽은 것 같아요. (참가자 10: 성형에 대한 부정적 태도)

우리는 나중에 애인도 있고 결혼도 하고 애도 낳을 수 있어요. 그래서 성형 수술을 안해도 되요. 근데 진짜 얼굴이 못생기고 또 태어났을 때 입, 코, 눈 이런 문제가 있으면 그런 사람들은 꼭 성형 수술을 해야 나중에 개인의 발전에 도움이 될 수 있잖아요. (참가자 10: 낮은 성형 의도)

중국 여자들은 한국 여자처럼 그렇게 신경 쓰지 않는 것 같아요. 예를 들면 한국 여자라면 남자친구랑 데이트할 때 꼭 화려하게 화장하고 나갈 수 있어요. 근데 중국에서 특히 대학교에서 그냥 아무것도 안하고 그냥 나와요. (참가자 7: 비밀상적 화장)

평소에는 이렇게 옷차림 하고 나갔는데 예를 들어 면접하거나 친구랑 나가서 파티하거나 그렇게 장소에 맞게

화장을 하고 옷차림을 하고... (참가자 9: 패션의 중요성 증가)

매일 매일 마스크를 해요. 붙이는 것도 하고 수면팩도 하고... 꼭 매일 매일 해야 되요. 심지어 하루에 두번씩 할때도... (참가자 15: 피부 관리 마사지)

저는 운동도 좋아해요. 운동을 좋아하는 이유가 건강을 위해서. 왜냐하면 우리가 우리 전공은 계속 아침 일찍 나와서 컴퓨터 앞에 앉았다가 기숙사에 들어가는 그런 거라서, 그냥 하루 종일 앉아 있는 거예요. 지난 학기도 헬스 다니고... 이번 학기에는 방송 댄스 학원을 다니고 있었구요. (응답자 13: 규칙적인 운동)

제 4 절 일본 여성의 외모 아름다움에 대한 인식

일본의 2, 30대 여성의 FGI는 3집단의 인터뷰로 진행되었으며, 총 17명의 응답자가 연구에 참여하였다. 인터뷰 자료를 근거이론방법을 사용하여 분석한 결과, 총 20개의 범주와 48개의 하위 범주가 도출되었다. 각각의 페러다임 요소의 내용은 아래의 <표 5-3>과 같다.

<표 5-3> 일본 여성의 아름다움에 대한 인식에서의 범주, 하위범주, 개념

페러다임요소	범주	하위범주	개념
외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건	전반적 미의식	다양한 미의 기준	다양한 미인의 범주, 미인에 대한 약한 고정 관념, 획일적이지 않은 미의 기준
		서구화된 미의식	서구적인 외모 선호, 서양인과 혼혈된 외모 선호
		여성의 원숙미에 대한 가치 부여	나이에 걸 맞는 아름다움 추구, 외면적 관리와 더불어 내면에서 우러나오는 아름다움의 중요성
		일본의 전통미에 대한 자부심	일본적 장인 정신/전통 예술 작품에 대한 자부심, 기모노의 상징적 가치에 대한 자부심
	문화의 다양성	기존의 것과 다른 것에 대한 선호	내가 가지지 못한 것에 대한 선망, 남들과 구별되는 개성 추구, 타인의 개성 존중, 불편적이지 않은 것에 대한 동경,
		상반된 가치의 병존/혼합	모순적으로 보이는 가치들이 함께 공존/혼합되어 새로운 것을 창조
	타인을 의식하는 문화	타인의 평가에 민감	타인이 자신을 주의 깊게 관찰한다는 인식, 타인의 평가에 민감하게 반응, 타인의 부정적 평가에 수치심/부끄러움을 느낌
		타인에게 피해주지 않으려는 노력	타인의 사생활 존중, 사생활을 타인과 공유하지 않음, 타인의 과도한 친절이 부담스러움, 타인에게 피해주는 것에 대한 스트레스
	사회적 권력	능력 중심의 사회	개인의 능력에 따른 사회 진출, 성별의 차이보다 능력의 차이 강조
		여성의 사회적 지위	강화되는 여성의 사회적 지위, 여성 스스로 원하는 능력 기반의 사회 진출, 타인에게 피해주지 않는 독립적 삶을 위해 사회적 지위 추구

패러다임요소	범주	하위범주	개념
외모 아름다움 인식의 기준	외모의 조형적 요소	균형과 조화를 갖춘 외모	이목구비의 크기와 위치가 조화로운 얼굴, 비율이 좋고 균형 잡힌 몸매, 조각 같은 얼굴
		서구적이고 현대적인 외모	큰 키, 쌍꺼풀 진 큰 눈, 크고 화려한 이목구비, 높은 코, 작고 입체적인 얼굴, 긴 팔다리
		전통적인 외모	좋은 피부, 하얀 피부, 검은 머리카락, 적당한 높이의 코, 선이 고운 이목구비
	외모의 게슈탈트적 이미지	강렬하고 당당한 이미지	강렬하고 또렷한 눈매, 중성적인, 건강한, 깔끔한, 스타일이 좋은 존재감이 있는, 선이 굵은 이목구비, 털털한, 당당한, 자신의 감정/주장을 표현하는, 혼하지 않은, 매력적인, 특별한, 귀엽지 않은, 강렬한 인상을 주는, 화통한
		이국적이고 개성 있는 이미지	일본 사람과는 다른, 다른 인종의 느낌이 나는, 일반적이지 않은, 친숙하지 않은, 혼혈의, 개성 있는, 독특한, 내가 갖지 못한 것을 가진
		예쁘고 여성적인 이미지	애교 있는, 성적 매력에 있는, 영리한, 여우 같은, 인형같이 예쁜, 완벽하게 예쁜, 한류 연예인 같은
		일본의 전통적 미인 이미지	검은 머리에 하얀 피부, 기모노가 잘 어울리는, 깔끔한, 서늘한, 단정한, 우아한, 타인을 배려하는, 매너좋은, 예의바른, 지적인, 분위기있는, 품위있는
		독립적인 여성의 이미지	혼자서도 독립적으로 살아갈 수 있는, 능력 있는, 머리 좋은, 지성미 있는, 세련된, 주체성 있는, 타인에게 의존하지 않는, 당당한, 우아한, 활발하게 사회 활동을 하는
		부드럽고 편안한 이미지	웃는 모습이 예쁜, 활발한, 생기 있는, 위로를 주는, 편안하게 해주는, 친근한, 일상에 있을 법한
		보호본능을 자극하는 이미지	보호 본능을 자극하는, 빈 구석이 있는, 폰수 끼 있는, 귀여운, 운순한, 아기 같은, 남성들이 좋아하는, 지켜줘야 하는
		원숙한 여성미	나이 들어도 아름다움을 유지하는, 나이 대에 맞는 아름다움을 갖춘, 나이 들면서 외모를 잘 관리한
		청순하고 깨끗한 이미지	순수한, 어려 보이는, 청순한, 깨끗한
		외모 아름다움의 미적 가치	진정성 (authenticity)
개성 (Personality)	타인과 구별되는 아름다움		다른 사람이 가지지 못한 아름다움, 나만이 가진 고유하고 독특한 아름다움, 나를 다른 사람과 구별시켜주는 아름다움
	다양한 이미지의 병존		다양한 스타일이 어울리는 아름다움, 이미지 사이에 간극이 있는 상호 다른 이미지의 결합을 통해 형성되는 나만의 고유한 이미지 창출, 다양한 이미지 변신을 통해 자신만의 이미지 창조
외모 아름다움 인식의 감정적 결과: 외모 아름다움에 대한 감정	미인에 대한 감정	미인에 대한 긍정적 감정	아름다운 미인의 신체적 조건에 대한 부러움, 미인과 사회적 관계 형성을 원하는 호감, 미인의 아름다운 외모에 대한 미적 즐거움/ 놀라움, 미인 친구에 대한 자랑스러움
		미인에 대한 부정적 감정	미인에게만 친절할 사회에 대한 상처/소외감, 미인에게 느끼는 열등감
	외모 관리에 대한 감정	외모 관리에 대한 긍정적 감정	외모 관리 자체의 즐거움, 외모 관리를 통한 다양한 스타일 변화에 대한 흥미, 완벽하게 관리된 외모에 대한 타인의 시선을 즐기, 외모 관련 제품의 쇼핑을 즐기, 내 힘과 노력을 통한 외모 관리의 즐거움
		외모 관리에 대한 부정적 감정	외모 관리 소홀에 대한 스트레스, 외모 관리에 소홀했을 때 타인에게 피해를 주었다는 죄책감/ 본인 스스로에 대한 실망감/ 타인의 부정적 시선에 대한 두려움/ 자신감의 저하

패러다임요소	범주	하위범주	개념
외모 아름다움 인식의 감정적 결과: 외모 아름다움에 대한 감정	성형에 대한 감정	성형에 대한 부정적 감정	성형 미인에 대한 부정적 인식, 성형 미인의 사회적 이미지 저하, 성형 미인은 자신감이 떨어진다고 비하/불쌍히 여김, 성형한 아름다움에 대한 이상하고 인위적인 느낌, 성형 사실이 타인에게 알려지는 것에 대한 두려움
외모 아름다움 인식의 태도적 결과: 외모 아름다움에 대한 태도	미인에 대한 태도	미인에 대한 중립적 태도	미인은 나와는 별개의 사람이므로 미인의 모습을 닮으려 하기 보다는 나만의 개성 추구
	본인의 외모에 대한 태도	본인의 외모에 대한 긍정적 태도	본인의 외모에 대한 자족, 자신만의 개성을 통해 외모 아름다움을 개발하고자 함
	외모 아름다움에 대한 태도	외모 아름다움에 대한 긍정적 태도	아름다움을 기반으로 사회적 성취/사회 진출의 가능성 개발
		외모 아름다움에 대한 부정적 태도	확립화된 미의식에 대한 부정적 태도, 외모에만 너무 집착하는 것에 대한 부정적 태도,
	외모 관리에 대한 태도	외모 관리에 대한 긍정적 태도	외모 관리를 자리 관리의 지표로 여기고 과감한 투자,
		외모 관리에 대한 부정적 태도	타인의 시선을 느껴/타인에게 피해주지 않기 위해/타인에게 긍정적 평가를 받기 위해 일상 생활에서 철저하게 외모 관리 시행
성형에 대한 태도	성형에 대한 부정적 태도	성형을 통한 고유의 개성 상실, 건강을 해치는 성형	
외모 아름다움 인식의 행동적 결과: 외모 관리 행동	화장	화장의 일상화	대부분의 여성이 매일 화장을 함, 화장을 안 하면 이상한 사람으로 여김, 고등학교 때부터 화장 시작,
		다양한 화장 스타일의 공존	화려한 색조화장과 깨끗한 피부표현 모두 유행, 장점을 살리는 생얼 메이크업/단점을 은폐하는 가루 스타일 병존
		화장 기술의 발달	화장의 일상화로 화장 기술 발달, 다양한 화장 기술의 발달로 얼굴의 콤플렉스 보완, 성형보다 화장 기술에 의존
	패션	다양한 패션 스타일의 공존	다양한 패션스타일 시도에 재미를 느낌, 나이 대에 맞는 다양한 패션스타일 시도, 지금 나이에만 해볼 수 있는 패션 스타일 시도, TPO에 맞는 스타일 시도
		패션 정보에 대한 관심	다양한 연출을 위해 패션에 관심이 많음, 패션잡지 구독률이 높음, 패션잡지에 소개된 정보를 모방
	피부 관리	화장품의 사용	화장품을 꾸준히 사용, 특정 제품에 대한 높은 애고 형성, 20대 중반부터 기능성 화장품 사용
		피부 관리 마사지, 피부과	얼굴경락/전신/얼굴 마사지, 셀프마사지, 한방 스파, 한국식 목욕탕, 피부과 시술이 일반적이지 않음
	성형	성형 경험을 감춤	성형에 대한 경험/정보를 공유하지 않음, 성형사실을 숨김, 예쁜 성형보다 티 안나게 성형하는 것이 중요함
		낮은 성형 의도	외모를 인공적으로 바꾸고 싶지 않음, 자신의 모습을 사랑 하는 타인에 대한 배려로 성형하지 않음, 화장기술의 발달로 외모의 단점 커버 가능, 성형은 연예인들만 한다는 인식, 미 기준의 다변화로 성형할 필요를 못 느낌
	건강 관리	규칙적인 운동	혈액순환/ 피부개선/ 피부관리의 목적으로 규칙적인 운동 시행, 정신적 스트레스와 긴장 해소
외모 이외의 능력 개발	외모 이외의 능력 개발	지식/능력/교양 쌓기, 개인적 삶의 방식에 대한 고민, 내면의 미를 개발하여 외면으로 우러나오게 함	

1. 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건

일본의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움을 인식함에 있어 영향을 미치는 사회문화적 조건으로 '전반적 미의식', '문화의 다양성', '타인을 의식하는 문화', '사회적 권력'의 범주가 도출되었다.

(1) 전반적 미의식

일본의 2, 30대 여성의 외모 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 전반적 미의식의 범주는 '다양한 미의 기준', '서구화된 미의식', '여성의 원숙미에 대한 가치 부여', '일본의 전통미에 대한 자부심', '한류의 영향으로 한국적 미의식의 확산' 등의 하위 범주로 구성되었다.

일본 사회에서 여성의 외모 아름다움을 인식하는 기준은 다양한 관점으로 확장되어 있었다. 미인의 외모에 대한 고정 관념이 강하지 않았으며 아름다움의 기준이 획일적이지 않아 미인의 범주가 넓게 형성되어 있었다.

일본 문화권에서는 다양한 미의식을 기반으로 서구화된 미의식과 일본 전통미에 대한 자부심이 동시에 발견되었다. 서구 문화에 영향을 받은 아름다움이 아름다움의 범주로 인식되어 서구적인 외모와 이미지를 선호한다는 일본 여성이 많았으며, 서양인과 혼혈된 외모에 대한 선호도 높았다. 서구화된 미의식과 더불어 일본의 전통미에 대한 강한 자부심도 함께 형성되어 있었다. 일본의 2, 30대 여성들은 일본의 장인 정신과 전통 예술 작품에 대한 높은 자부심을 표하였으며, 무엇보다도 일본의 기모노로 대변되는 일본적인 여성미에 대한 자부심도 매우 강했다.

일본의 젊은 여성들은 여성의 연령대가 높아진다고 해서 외적인 아름다움이 반감된다고 생각하지 않았으며, 결혼과 출산 이후에도 여성성에 타격을 입지 않는다고 생각하였다. 오히려 나이가 들면서 체득되는 고유한 아름다움의 가치를 중요하게 생각하고 있었으며, 나이대에 걸맞는 아름다움의 추구를 통해 여성의 원숙미에 대한 가치를 부여하고 있었다.

일본 역시 중국과 마찬가지로 한류의 영향으로 한국 드라마와 K-pop을 통해 유입된 한국 연예인의 외적인 아름다움에 높은 관심을 보였다. 일본

의 2, 30대 여성들은 한국 여성이 성형을 시행하여 이목구비가 일본 여성들보다 또렷하다고 생각하였으며, 한국 여성의 패션보다는 피부 관리 방법에 더 많은 관심을 가지고 있었다.

(2) 문화의 다양성

일본 문화에서 여성의 외모 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 문화적 조건 중 문화의 다양성 범주는 '기존의 것과 다른 것에 대한 선호', '상반된 가치의 병존/혼합'의 하위 범주로 세분화되었다.

2, 30대 일본인 여성들은 기존의 것과는 다른 새로운 것을 선호하는 성향이 강하였다. 내가 가지지 못한 것에 높은 가치를 부여하고 선망하고 있었으며, 남들과는 구별되는 나만의 고유한 개성을 추구하고자 하였다. 나와는 다른 타인의 개성 역시 존중하였으며 보편적이지 않은 것에 대한 동경, 새롭고 특이한 것에 대한 강한 선호를 보였다.

이러한 성향을 통해 겉으로 보기엔 상호 모순되어 보이는 가치들이 함께 공존할 수 있는 일본만의 고유한 문화적 다양성을 형성할 수 있었다. 또한, 이러한 다양성을 기반으로 하여 기존의 것과는 다른 새로운 것을 창조할 수 있는 문화적 여건이 마련되어 있음을 알 수 있었다.

(3) 타인을 의식하는 문화

일본의 2, 30대 여성들의 외모 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건 중 타인을 의식하는 문화는 '타인의 평가에 민감', '타인에게 피해를 주지 않으려는 노력'의 하위 범주로 구성되었다.

일본인들은 타인의 평가에 민감하여 주변인들이 항상 자신을 주의 깊게 관찰한다고 생각하였으며, 타인의 평가에 민감하게 반응하여 자신에 대한 타인의 부정적 평가가 이루어지면 수치심과 부끄러운 감정을 느꼈다.

또한, 일본의 젊은 여성들은 타인에게는 피해를 주지 않으려 노력하는 경향이 강했다. 이들은 타인의 사생활에는 큰 관심을 보이지 않으며 타인의 사생활을 존중하였다. 더불어, 자신의 사생활도 타인과 공유하기를 원하

지 않았다. 이들은 타인의 과도한 친절을 부담스럽게 인식하였으며 타인에게 피해를 주는 것에 대해 스스로 극심한 스트레스를 받는다고 하였다.

(4) 사회적 권력

외모 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건 중 마지막 범주인 사회적 권력은 '능력 중심의 사회', '여성의 사회적 지위'의 하위 범주로 세분화되어 나타났다.

일본의 2, 30대 여성들은 일본 사회가 능력 중심의 사회이며 개인의 능력에 따른 사회 진출이 가능하다고 응답하였으며, 성별의 차이나 외모의 경쟁력보다는 능력 차이에 따라 사회적 성공이 결정된다고 생각하였다.

일본의 젊은 여성들은 여성의 사회적 지위는 남성과 동등하지는 않지만 여성의 사회적 지위가 점차 강화되고 있는 추세라고 생각하였으며, 여성 스스로 외모 경쟁력보다는 개인적 능력을 기반으로 사회에 진출하기를 원하고 있었다. 이들은 여성도 타인에게 피해를 주지 않고 독립적으로 살아가기 위해서는 능력을 갖추어 직업을 가져야 한다고 생각하고 있었으며, 이를 통해 독립적인 삶을 살 수 있다고 응답하였다.

(5) 사회문화적 요인 관련 인터뷰 내용

일본의 2, 30대 여성이 인식하는 외모의 아름다움에 영향을 미치는 사회문화적 요인을 도출하는 근거가 된 인터뷰 내용은 다음과 같다.

서양 쪽 얼굴을 좋아하는 사람이 많은 것 같아요. 일본 사람이, 그니까 뭔가 저하고 다른 스타일을 자기한테 안 가지고 있는 스타일을 되게 좋아하는 것 같아요. (참가자 2: 서구화된 미의식)

한국 사람들은 뭔가 자기랑 비슷한 옷을 입고 화장하고 그런 친구들이랑 같이 노는 거 좋아하는데, 일본 사람들은 친구가 자기랑 완전히 다른 스타일이더라도 상관 없이 친구가 되는 경우가 많은 것 같아요. (참가자 5: 기존의 것과 다른 것에 대한 선호)

일본에서는 엄마가 되도 여자라고, 예쁘다고, 언니라고, 그런 게 한국에서는 이렇게 정해져 있는 것 같은데 요, 결혼하면 이제 여자가 아니라 엄마가 되는 게, 일본에서는 뭐 자기가 여자로서 있고 싶으면, 그만큼 계속

있을 것 같은, 나이는 별로 상관 없는... (참가자 4: 여성의 원숙미에 대한 가치 부여)

노화랑 조금 다른 것 같아요, 그 아까 말씀하셨던 것도 30대 때는 30대, 40대 때는 40대, 아름다움이 있어서 그거를 대표하는 연예인이 있어요, 그래서 50대에서 예쁜 연예인도 있고, 그래서 아, 50대가 되면 나는 저 사람이 되고 싶다. (참가자 4: 여성의 원숙미에 대한 가치 부여)

일본은 요즘, 그 너무 애기 안 낳아서, 사회적으로 여자가 애기 낳고, 다시 취직할 수 있게 하는 제도가 잘 되어있어요. 육아 휴직, 그게 잘 나와요. (참가자 2: 여성의 사회적 지위)

일본에서는 남자가 그렇게 여자를 보호해주지 않아요, 개인 개인 문제라고 생각하니까, 능력 있는 사람이 뛰어나고, 사회에 나가는 거고, 그걸로 따지는 경우가 많은 것 같아요. (참가자 4: 능력 중심의 사회)

자기가 할 수 있는데, 해주는 거, 오히려, 불편할 때도 있을 거 같아요.. 오히려 나를 좀 약간 무시하는.. 할 수 있는데, 왜 대신... (참가자 6: 타인에게 피해주지 않으려는 노력)

세계적으로 자랑할 수 있다고 생각해요. 역사적으로 봐도 에도 시대의 그림이 유럽에서 인기 있었다거나 서양 사람들이 일본에 대한 물건들이 다 예쁘다고 하는 걸 우리도 알고 있고, 그래서 모르는 사이에 그런 자부심도 생기고... (참가자 13: 일본의 전통미에 대한 자부심)

한국 사람들은 좀 평균적인 그런 거에 묻어가는... 일본 사람들은 평균적인 그런 거보다 여기보다 좀 특이한 거에 좀 관심 보이는 사람들도 한국 사람들은 똑 같은 거 좋아하니까 한국 여자들은 진짜 똑같이 생긴 거 좋아하는 거 같아요 연예인들은 요새 티비보면 진짜 얼굴 똑같아요. (참가자 15: 기존의 것과 다른 것에 대한 선호)

일본에서는 이런 것도 아름답고 이런 것도 아름답고 여러 개념이 있어요, 선택할 수 있잖아요... 나는 이런 게 내 스타일이다, 나는 이런 게 내 스타일이다. 근데 한국에서는 선택할 수 없잖아요... 하나를 향해서 사람들이 다 이렇게 갈려고 하는 것들이 좀 있어서... (참가자 15: 다양한 미의 기준)

다양한 문화가 있고 종교도 보면, 일본 사람들은 크리스마스도 좋아하고 기독교도 있고 불교도 있고... 여러 종교를 동시에 같이 하나만 믿는 게 아니라 좀 여러 종교를 가지고 있는... 문화도 다양하게 있고... 그러니까 다양한 거를 받아들이는 환경이 있어서 그런 거 아닌가? (참가자 15: 상반된 가치의 병존, 혼합)

2. 외모 아름다움 인식의 기준

일본의 2, 30대 여성들이 여성의 외모 아름다움을 인식하고 평가하는 기준은 '외모의 조형적 요소'와 '외모의 게슈탈트적 이미지'의 범주로 구분되었다. 외모의 조형적 요소는 일본 문화에서 선호되는 외모의 객관적 특징이 주를 이루었고, 외모의 게슈탈트적 이미지는 일본 문화의 문화적 다양성을 반영하여 한국과 중국에 비해 다양한 이미지의 미인형이 언급되었다.

(1) 외모의 조형적 요소

일본의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 객관적인 기준인 외모의 조형적 요소는 '균형과 조화를 갖춘 외모', '서구적이고 현대적인 외모', '전통적인 외모'의 세 가지 하위 범주로 세분화 되었다.

일본의 2, 30대 여성은 외모의 아름다움을 결정하는 기준으로 구성 요소 상호간의 균형과 조화가 충족되어야 함을 언급하였다. 이목구비의 크기와 위치가 조화로워야 하며, 몸매 역시 비율이 좋고 균형이 잡혀있어야 아름답다고 인식하는 것으로 나타났다.

더불어 일본 여성들이 아름답다고 인식되는 외모의 조형적 요소에 있어 서구적인 기준과 일본의 전통적인 기준이 양립하고 있음을 확인하였다. 서구화된 미의식의 영향으로 일본의 젊은 여성들은 큰 키, 긴 팔다리, 작고 입체적인 얼굴, 쌍꺼풀 진 큰 눈, 화려한 이목구비, 높은 코 등의 신체 조건을 선호하였다. 그러나 일본의 전통적인 미인의 기준 역시 아름다운 조형미로 함께 인식되어, 하얀 피부, 검은 머리카락, 선이 고운 이목구비, 적당한 높이의 코 역시 미인의 신체 조건으로 언급되었다. 서구적인 신체적 특성과 자국 문화 고유의 신체적 특성이 동시에 선호되는 현상은 한국, 중국, 일본 문화권 모두에서 발견된 현상이라는 점이 주목할 만하다.

(2) 외모의 계슈탈트적 이미지

일본 문화권에서 여성 외모의 아름다움을 인식하고 평가함에 있어 선호되는 고유의 이미지인 외모의 계슈탈트적 이미지는 '강렬하고 당당한 이미지', '이국적이고 개성 있는 이미지', '예쁘고 여성적인 이미지', '일본의 전통적 미인 이미지', '독립적인 여성의 이미지', '부드럽고 편안한 이미지', '보호 본능을 자극하는 이미지', '원숙한 여성미', '청순하고 깨끗한 이미지'의 일곱 가지 하위 범주로 구성되었다. 일본 문화권에서 아름답다고 인식되는 여성의 이미지가 다양한 양상을 보인 것은 앞서 살펴본 다양성을 인정하는 일본 고유의 문화적 배경에 기인한 것이었다. 또한, 한국과 중국의 경우 국가적 미인과 개인적 미인의 미인 이미지에 확연한 구분이 있었던 것에 반해,

일본에서는 이러한 구분이 명확히 드러나지 않았다.

강렬하고 당당한 이미지의 경우 또렷한 눈매, 선이 굵은 이목구비 등의 신체적 요소와 중성적이고 건강하며 깔끔한 이미지를 기반으로 하여 당당하게 자신의 감정과 주장을 표현하는 여성의 이미지로 설명되었다. 이러한 이미지는 일본에서 흔히 접할 수 있는 귀여운 느낌보다는 털털하고 당당한 성격, 강렬한 인상을 주는 이미지 등을 통해 젊은 일본 여성에게 아름다운 여성의 새로운 이미지로 각광받고 있었다.

이국적이고 개성 있는 이미지 역시 일본 문화권에서 아름다운 여성의 이미지로 인식되었다. 이러한 이미지는 일본의 본토 사람과는 다른 마치 다른 인종인 것 같은 이미지로, 친숙하지 않은 느낌을 통해 자신만의 독특한 개성을 표출함으로써 많은 일본 여성들의 호응을 받고 있었다. 이러한 이미지는 일반적이지 않은 독특한 느낌을 통해 일반인이 갖추기 어려운 이미지를 형상화하고 있었다.

예쁘고 여성적인 이미지 역시 아름다운 여성의 이미지로 언급되었다. 남성에게 성적인 매력을 가진 애교 있고 인형같이 완벽하게 예쁜 여성의 이미지는 특히 한류를 통해 일본에서 인기를 얻고 있는 한국 연예인들의 이미지로 인식되면서 한류 열풍에 큰 몫을 하고 있었다.

일본인에게 친숙한 일본의 전통적 미인 이미지 역시 많은 일본 여성의 사랑을 받고 있었다. 검은 머리카락에 하얀 피부를 가진 단정하고 우아한 이미지의 일본의 전통 미인은 특유의 정갈한 이미지로 인해 서늘한 이미지마저 풍기고 있었다. 일본의 전통 미인은 기모노가 잘 어울리는 예의 바르고 매너 있는 우아한 여성의 이미지로 타인을 배려하는 품위 있고 지적인 모습으로 형상화되어 있었다.

독립적인 여성의 이미지도 일본 여성에게 아름다운 여성의 이미지로 인식되었다. 혼자만의 능력으로 타인에게 의존하지 않고 당당하게 독립적으로 살아갈 수 있는 능력을 갖춘 여성으로, 지성미와 영민한 두뇌를 기반으로 활발한 사회 활동을 하는 이미지로 각인되어 있었다.

부드럽고 편안한 이미지 역시 아름다운 여성의 이미지로 언급되었다. 웃는 모습이 예쁜 일상에서 쉽게 만날 수 있을 것 같은 친근한 이미지의 미인은 타인을 편안하게 해주고 위로를 주는 이미지를 통해 일반인이 쉽게

다가갈 수 있는 이미지를 형성하고 있었다.

더불어 보호 본능을 자극하는 이미지 역시 아름다운 미인으로 언급되었다. 남성들의 보호 본능을 자극하는 여성으로 귀엽고 온순하며 아기 같은 이미지를 가지고 있으면서 동시에 무언가 빈 구석이 있는 특유의 푼수 같은 이미지를 통해 타인으로 하여금 도움을 주어야 할 것 같은 이미지를 연출한다고 응답하였다.

원숙한 여성미 역시 일본의 젊은 여성들이 선호하는 외모의 계속탈트적 이미지로 언급되었다. 이들은 나이 들어도 외모를 잘 관리하여 나이 대에 걸맞은 아름다움을 갖춘, 나이 들어도 아름다움을 유지하는 여성을 아름답다고 응답하였다.

마지막으로 청순하고 깨끗한 이미지가 언급되었다. 깨끗하고 청순하며 순수하고 어려 보이는 이미지를 일본 여성들도 선호하고 있었다.

(3) 외모 아름다움 인식의 기준 관련 인터뷰 내용

일본의 2, 30대 여성이 여성의 외모 아름다움을 인식하고 평가하는 기준을 도출하는 근거가 된 인터뷰 내용은 다음과 같다.

바지보다 치마가 잘 어울릴 것 같은 조금 더 이미지도 건강한 이미지도 있고, 키도 되게 커요. 자기가 생각하고 있는 거 그대로 말하는 스타일이에요. 저희가 동경할 수 있는 저희가 그냥 일본 사람들이 동경할 수 있는 그런 것도 있고... (참가자 4: 강렬하고 당당한 이미지)

쌍꺼풀이 중요한 것 같아요. 화장도 쌍꺼풀 만드는 화장이 많아서 중요해요. 쌍꺼풀 없는 연예인은 좀 별로라고 생각하는 것 같아요. (참가자 6: 서구적이고 현대적인 외모)

오키나와 출신이라서요. 오키나와 사람은 그 일본이 아닌 다른 곳에... 인종이 원래 다른 것 같아요. 다른 나라에서 온 사람도 많이 있어요. 옛날부터 다른 나라의 피가... (참가자 3: 이국적이고 개성 있는 이미지)

나카마 유키에는 염색 안하고 계속 까만 머리고, 그리고 또, 진짜 일본 사람 스타일이고, 특이한 것 같아요. 요즘, 서양 얼굴도 인기 있는데, 그 안에서 나카마 유키에는 옛날부터 있었던 일본 사람 같은 일본 전통 미인이에요. 완전 기모노도 잘 어울리고... (참가자 1: 일본의 전통적 미인 이미지)

귀엽게 보이고, 애교 있게 보이고 아기 같아요, 그렇게 머리도 좋지 않고요, 뭔가 조금 허접한 이미지가 있어요, 그래서 지켜주고 싶은 느낌이 나는 거 같아요. (참가자 2: 보호 본능을 자극하는 이미지)

그 사람은 아마 30대 후반? 아니면 40대? 초반? 그 이미지가 지성미가 있고, 되게 우아하고 세련되고 무슨 대학교 교수 같아요, 혼자라도 살 수 있는 것 같은 능력도 있는 여자. (참가자 3: 독립적인 여성의 이미지)

이 사람은 잡지의 모델인데, 웃는 표정이 너무 예뻐서, 그래서 성격 좋게 보이고 그리고 건강한 이미지가 있어서 활발한 여자이지만 그래도 예쁜 것도 있고...(참가자 6: 부드럽고 편안한 이미지)

기모노가 어울려요. 그니까 기모노라는 게 약간 예의를 잘 갖출 수 있고 입으면서 걷기도 힘들고 막 앉기도 힘든데 그런 걸 잘 할 수 있을 것 같은 이미지가 있어요, 뭔가 다른 사람한테 배려를 할 줄 알 것 같고, 기모노라는 위상의 대한 이미지가 그 사람에게 어울릴 때 그 사람에게 부여되는 이미지... (참가자 10: 일본의 전통적 미인 이미지)

그 아야세 하루카가 작년에 연봉이 4억인가, 그니까 1위래요. 그게 뭐지 CF도 나오고 영화도 나오고 드라마도 나오는데 그런 데서 많은 연령층에 노출이 되잖아요. 약간 뭔가 위로를 받는? 지켜주는 그런 요소가 있지 않을까 라는 생각이 들었고... 어머니들께서 볼 때도 며느리로 왔으면 좋겠다 라는 생각이 들 수도 있고, 직장인 같은 경우에는 부하로 왔으면 좋겠다는 생각이 들 수도 있고 여고생들 같은 경우에는 언니가 됐으면 좋겠다, 이런 상상을 유발하게 하는 캐릭터라고 생각을 해요 (참가자 10: 부드럽고 편안한 이미지)

미야자와 리에는 정말 제가 어렸을 때부터 계속 나오는 여배우인데, 뭐 지금 예쁜 것 보다 나이가 들어서 예뻐지는 거 그런 거 뭐 그쪽이 좋다고 전 생각하니까... 미야자와 리에는 나이 들어서, 어렸을 때도 예뻐는데, 나이 들어서 그 주름이나 그런 게 생겨도 예쁜 그런 이미지도 있고 (참가자 13: 원숙한 여성미)

3. 외모 아름다움의 미적 가치

일본의 2, 30대 여성들은 '진정성'과 '개성'을 여성 외모의 아름다움에 대한 미적 가치로 인식하고 있었다. 일본 여성의 FGI를 통해 도출된 미적 가치 역시, 앞서 살펴본 한국, 중국의 결과와 마찬가지로 본 연구에 적용된 외모의 아름다움에 대한 정의를 기반으로 도출된 일본 문화권 고유의 문화적 결과로 해석될 수 있다.

(1) 개성

일본의 2, 30대 여성들이 외모의 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치인 개성의 아름다움은 '타인과 구별되는 아름다움', '다양한 이미지의 병존'의 하위 범주로 구성되었다.

타인과 구별되는 아름다움은 타인이 갖고 있지 못한 고유한 개성을 통해 다른 사람과 차별화된 아름다움을 추구하는 성향이였다. 일본의 2, 30대 여성들은 다른 사람이 가지지 못한, 나만의 고유하고 독특한 개성을 통해 자신과 타인이 구별되기를 원하고 있었다.

일본의 2, 30대 여성들은 개성적 아름다움이 다양한 스타일의 병존을 통해 형성될 수 있다고 응답하였다. 이들은 상호 간에 모순되어 보이지만 적절한 이미지 혹은 신체적 특성의 조합을 통해 독특한 개성을 창출할 수 있다고 생각하였다. 또한 이들은 자신만의 고유한 이미지를 찾기 위해 다양한 이미지로의 변신을 시도하는 것을 게을리 하지 않았으며, 이러한 이유로 새롭고 널리 수용되지 않은 스타일을 시도하는 것에 대한 두려움이 적었다.

(2) 진정성

일본의 2, 30대 여성들이 외모 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치인 진정성의 아름다움은 인위적으로 만들어낸 모습이 아닌 자연스럽게 우러나오는 아름다움을 의미하는 것으로, 일본의 2, 30대 여성들은 자신만의 자연스러운 모습이 진정한 아름다움이라고 응답하였다. 다시 말해 아름다움은 인위적으로 만들어낸 가공된 아름다움이 아닌 진정성을 기반으로 자연스럽게 우러나오는 것이라 인식하고 있었다.

(3) 외모 아름다움의 미적 가치 관련 인터뷰 내용

일본의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 기반으로 형성한 외모 아름다움의 미적 가치를 도출하는데 근거가 된 참가자들의 응답은 아래와 같다.

다른 연예인들 좀 귀여운 스타일 그런 사람들이 많은데 그 중에서 조금 깔끔하고, 조금 남자 같은 그런 분위기가 있고... 생긴 것도 귀여운 게 아니라 예쁜 스타일이구요. 그런 사람 그렇게 많지 않아서... 뭔가 좀 달라 보여요. (참가자 4: 타인과 구별되는 아름다움)

말할 수 없을 만큼 진짜 아름답고, 다른 사람이 봐도 진짜 예쁜 사람, 아, 말로 표현할 수 없는 그런 무언가가 있어요. (참가자 1: 아름다움에 대한 진정성)

일본에 잡지가 엄청 많잖아요, 저희 동생 잡지 많이 있는데, 이국적인 얼굴이 많이 나오는 잡지를 많이 갖고 있어요. 제가 없는 거를 다 가진 거 같아요. 나한테 없는 거를 다, 저한테 없는 거를 다... 가지고 있어서 그래서 좋아요 저는... (참가자 2: 타인과 구별되는 아름다움)

타나카 미호는 짧은 머리가 정말 잘 어울려요, 네, 짧은 머리가 잘 어울리는 사람이 미인이라는 말도 있었고, 그리고 그것뿐만 아니라 기모노도 잘 어울리고... 그리고 웃도 다 잘 입어서 전체적으로 되게 부드러우면서도 귀여운 이미지가 있어서 좋아해요. 조금 남자 같은 그런 분위기가 있어서 너무 좋아요. (참가자 4: 다양한 이미지의 병존)

그게 화장을 했다고 이런 눈이 되는 거 아니잖아요, 자연스럽게다는 생각이 들어서 그런 것 같아요, 뭔가 어려 보여요, 웬지, 순수해 보인다고 할까요? 뭔가 그리고 갸이 있어요, 이게 눈 끝이 이렇게 되어 있으면 섹시한 메이크업도 되게 어울려서... 표정 없이 있으면 되게 당당하고 그렇게 보이는데... 갑자기 웃으면 귀엽고 뭔가 친근감 느껴지고, 그 갸이 되게 좋아해요. (참가자 10: 다양한 이미지의 병존)

성유리는 귀여운 스타일이고... 그 사람은 좀 멋진 스타일이잖아요. 귀여움과 멋진, 그거 두 개 있는 스타일... 제가 지향하는 것 같고, 귀여움과 동시에 멋진 여자 (참가자 13: 다양한 이미지의 병존)

4. 외모 아름다움 인식의 감정적 결과: 외모 아름다움에 대한 감정

일본의 2, 30대 여성들이 여성 외모의 아름다움을 인식함에 있어 느끼는 감정은 '미인에 대한 감정', '외모 관리에 대한 감정', '성형에 대한 감정'의 범주로 나타났다. 일본 여성들이 느끼는 감정은 한국과 일본에 비해 적은 수의 범주에 국한되어 나타났는데, 이러한 결과의 원인은 자신의 감정 표현 자체를 자제하는 일본인들의 성향 때문일 것으로 예측되었다.

(1) 미인에 대한 감정

일본의 2, 30대 여성들이 외모 아름다움을 인식하는 과정에서 느끼는 미인에 대한 감정은 '미인에 대한 긍정적 감정'과 '미인에 대한 부정적 감정'의 하위 범주로 구성되었다. 긍정적 감정으로는 아름다운 외모에 대한 부러운 감정, 미인과 친구가 되고 싶은 호감 형성, 아름다운 외모에 대한 놀

라움, 미인 친구에 대한 자랑스러운 감정 등이 언급되었다. 반면에 미인에
게만 친절한 사회에 상처 받고 소외감을 느끼며, 미인의 아름다운 외모에
대해 열등감을 느낀다는 부정적인 감정에 대한 언급도 있었다.

(2) 외모 관리에 대한 감정

일본의 2, 30대 여성들이 외모 관리에 대해 느끼는 감정 역시 '외모 관
리에 대한 긍정적 감정'과 '외모 관리에 대한 부정적 감정'의 하위 범주로
나타났다. 특히 외모 관리와 관련된 감정은 아름다움에 대한 감정 중에서
가장 많은 응답 비율을 차지하여, 일본 여성들이 외모 관리를 중요시 함을
유추할 수 있었다.

일본의 젊은 세대 여성들은 외모 관리 그 자체로 즐거움을 느끼며, 외모
관리를 통해 시도해볼 수 있는 다양한 스타일에 흥미를 느꼈다. 또한 이들
은 완벽하게 관리된 자신의 외모에 주목하는 타인의 시선에 즐거운 감정을
느꼈으며, 외모 관련 제품을 쇼핑하는 과정에서도 즐거운 감정을 느꼈다.
더불어 자신의 힘과 노력을 통한 외모 관리를 통해 자신의 외모가 나아지
는 것에 대한 즐거움도 언급하였다.

일본 여성들이 외모 관리와 관련된 다양한 상황, 결과에 대해 다양한 긍
정적 감정을 느끼고 있음에도, 외모 관리와 관련된 다수의 부정적 감정도
함께 언급되었다는 점에 주목할 만 하다. 이들은 외모 관리에 소홀했을 때
타인에게 피해를 주었다는 죄책감을 느끼고 본인 스스로에 대해 실망감을
느끼며 자신감이 저하된다고 하였다. 또한 자신의 관리 안된 외모를 바라
보는 타인의 부정적인 시선에 두려움을 느끼는 것으로 나타났다.

일본의 2, 30대 여성들은 외모 관리를 즐기는 성향이 있으나, 한편으로
는 외모 관리에 대한 스트레스와 압박을 느끼고 있었다. 이렇듯 외모 관리
에 대해 긍정적 감정과 부정적 감정을 동시에 느끼는 양가 감정이 나타나
고 있다는 것은, 일본의 젊은 세대 여성들이 외모 관리에 대한 높은 관여
수준을 갖고 있음과 동시에 외모 관리에 대한 강한 사회적 스트레스를 받
고 있음을 의미한다.

(3) 성형에 대한 감정

일본의 젊은 세대 여성들이 느끼는 성형에 대한 감정은 '성형에 대한 부정적 감정'의 단일 차원으로 구성되었다. 이들은 성형을 한 사람들의 외모가 자연스럽지 못하고 인위적이라는 점을 언급하며 미적으로 우수하지 않다고 생각하고 있었으며, 성형 미인의 심리적 상태 역시 자신감이 부족할 것이라고 예측하며 부정적으로 생각하였다. 이러한 인식 때문에 본인의 외모에 만족하지 못하더라도 본인이 성형 후 받게 될 사회적 질타가 두려워 성형을 하고 싶지 않다고 응답하였다.

(4) 외모 아름다움에 대한 감정 관련 인터뷰 내용

일본의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움에 대한 인식하는 과정에 있어 느끼게 되는 감정을 도출하게 된 근거는 다음과 같다.

조금 고양이처럼 생겼다고 할까? 조금 여우 같은 그런 느낌이 있어가지고... 너무 예뻐서 싫어하는 사람도 많은 것 같아요. 너무 애교가 있고 그래서 싫어하는 사람도 많은데... (참가자 4: 미인에 대한 부정적 감정)

두 명이 같은 그룹에서 준짱 있으면 헛갈려서, 불편하니까 예쁜 준코씨가 준짱이 되고, 저는 좀 이상한 별명 지어줬어요. 좀 그래서 좀 상처받았어요. 조금 더 예쁘면... 준짱을 지킬 수 있었는데, 고등학교 때 준소라고 불렀어요. 진짜 이상해요... 지금은 웃으면서 이야기 하지만 그때는 기분이 안 좋았어요. (참가자 6: 미인에 대한 부정적 감정)

저는 같이 다녔을 때 매점에 같이 갔었는데... 그 개가 지나가면 매점 아줌마들이 '아 안녕하세요' 이러는 거예요. 그래가지고 저 뭔가 사려고, 그러는데 개한테 되게 잘해주고... 이러니까 조금 상처를 받아가지고... (참가자 11: 미인에 대한 부정적 감정)

저는 화장도 안 하고 나갈 수 없어요. 왜냐면 안 예쁘면, 그 밖에 나가면 기분도 안 좋고... 그 다른 사람한테 어떻게 보이는지 모르잖아요... (참가자 9: 외모 관리에 대한 부정적 감정)

저도 진짜 동네친구들 만날 때만 그냥 잠옷으로 그냥 편하게 그냥 그렇게 나갈 수는 있는데, 다른 여자애들이나 남자애들 만날 때는 예의라고 생각해요. 화장 잘하고 그래서 그나마 좀 이쁘게 입고, 그런 거는 좀 예의 그런 거고... 안 그러면 너무... (참가자 15: 외모 관리에 대한 부정적 감정)

뭔가 불쌍하다는 마음이 있어요, 그렇게까지 해야 되는, 사회, 그런 것도 좋다고 생각하지 않고... 자연스러

운 미인이 제일 좋은 것 같아요. 원래 부모님께서 태어나서 그게 제일 소중하고, 그런 미인이 최고라고 생각합니다. (참가자 2: 성형에 대한 부정적 감정)

5. 외모 아름다움 인식의 태도적 결과: 외모 아름다움에 대한 태도

일본의 2, 30대 여성들은 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 기반으로 외모 아름다움에 대한 태도를 형성하고 있었다. 외모 아름다움에 대한 태도는 '미인에 대한 태도', '본인의 외모에 대한 태도', '외모 아름다움에 대한 태도', '외모 관리에 대한 태도', '성형에 대한 태도'의 범주로 구성되었다.

(1) 미인에 대한 태도

일본의 2, 30대 여성들은 미인에 대해 중립적인 태도를 형성하고 있는 것으로 나타났다. 미인에 대한 감정에서는 긍정적인 감정과 부정적인 감정을 함께 언급하였으나, 태도에 있어서는 중립적인 면모를 보였다는 점이 주목할 만 하다. 이들은 미인은 나오는 별개의 사람이므로 미인의 모습을 닮으려 하기 보다는 나만의 개성을 추구하겠다는 응답이 있었다. 이러한 현상은 타인의 개성을 존중하고 사생활을 보호하고자 하는 일본의 문화적 특성에 영향을 받은 것이라 생각된다.

(2) 본인의 외모에 대한 태도

자신의 외모에 관한 발언을 대중 앞에서 하지 않는 일본인의 성향으로 인해, 일본 여성을 대상으로 한 인터뷰에 있어 본인의 외모와 관련된 언급이 많지 않았다. 그러나 본인의 외모와 관련된 소수의 발언들은 대부분이 긍정적인 태도와 관련된 것이었다.

일본의 젊은 세대 여성들은 자신의 외모를 있는 그대로 받아들여 자족하는 경향을 보였다. 이들은 획일화된 사회적 기준에 맞추어 외모를 변화시키기보다는, 타인과 구별되는 자신만의 독특한 매력과 개성을 통해 외모의 아름다움을 표현하고자 하였다. 이러한 결과는 개성의 아름다움을 추구하

는 일본 여성의 성향과 일치하는 결과이다.

(3) 외모 아름다움에 대한 태도

일본의 젊은 세대 여성들은 외모 아름다움에 대해 긍정적 태도와 부정적 태도를 모두 표현하였다. 이들은 외모의 아름다움을 기반으로 사회적 성취와 사회 진출의 가능성을 높일 수도 있을 것이라 언급하면서 외모 아름다움에 대한 긍정적 태도를 보였다. 그러나 외모의 아름다움이 실제 대인 관계에 있어 큰 영향을 미치지 않는다는 견해가 지배적이었다. 이들은 외면의 아름다움에만 너무 집착하는 것 자체를 부정적으로 인식하였으며, 획일화된 미의식에 대해서도 부정적인 태도를 보였다.

(4) 외모 관리에 대한 태도

일본의 2, 30대 여성들이 외모 관리에 대해 갖고 있는 태도는 '외모 관리에 대한 긍정적 태도'와 '외모 관리에 대한 부정적 태도'의 하위 범주로 구성되었다.

이들은 자신의 외모에 대한 타인의 평가에 매우 민감하게 반응하기 때문에, 본인을 바라보는 타인의 시선을 크게 의식하는 경향이 강했다. 이러한 이유로 타인에게 피해를 주지 않고 긍정적인 평가를 받기 위해 일상 생활에서 철저하게 외모 관리를 하고 있었다. 더불어 외모 관리를 타인에 대해 배려, 예의, 에티켓, 사회적 의무라고 생각하고 있었다. 이렇듯 외모 관리에 대한 부정적인 태도를 형성하고 있음과 동시에 긍정적인 태도 역시 함께 보이고 있었다는 점이 흥미롭다.

일본의 젊은 세대 여성들은 스스로 외모 관리하는 것에 대해 즐거움을 느낀다고 응답하였다. 다양한 스타일의 변신을 흥미롭게 생각하였으며, 외모 관리 자체에 스트레스를 받기 보다는 외모 관리 하지 않는 상황에서 더 큰 스트레스를 받는다고 하였다. 잘 관리된 자신의 외모를 바라보는 타인의 시선을 즐긴다는 응답이 많았으며, 이러한 이유에서 외모 관련 제품과 서비스에 과감한 투자를 아끼지 않았다. 성형과 같은 외모 관리 방법은 자

신의 힘으로 얻은 개성이 아니라고 생각하였기 때문에 부정적인 태도를 형성하고 있었고, 성형보다는 자신의 노력을 기반으로 패션, 화장, 피부 관리, 운동 등을 통해 꾸준히 외모를 가꿈으로써 자신만의 개성을 찾을 수 있다고 생각하였다.

이렇듯 외모 관리와 관련된 양가적 태도를 형성하고 있는 이유는 문화의 다양성을 추구함과 동시에 타인을 의식하는 문화적 조건이 혼재하고 있기 때문이라 생각된다. 이들은 자신만의 개성을 추구할 수 있다는 점에서 외모 관리 자체에서는 즐거운 감정을 느껴 긍정적인 태도를 형성하지만, 외모 관리에 소홀해서 타인에게 피해를 주지 말아야 한다는 강박과 스트레스를 받고 있어 부정적인 태도 역시 함께 형성하게 되었으리라 생각된다.

(5) 성형에 대한 태도

일본의 젊은 여성들은 성형에 대해 부정적인 태도를 형성하고 있었다. 이들은 본인에 대한 타인의 시선과 평가에 민감하게 반응하기 때문에, 성형 사실이 주변에 알려질 경우 받게 될 사회적 조롱과 질타를 두려워하였다. 이러한 이유로 성형을 했다 하더라도 그 사실을 주변에 알리지 않고, 성형을 하게 되더라도 예쁜 결과보다는 티 안 나는 결과를 원했다. 이러한 성형에 대한 부정적 인식은 성형 미인에 대한 부정적 태도로 이어졌다. 성형 미인이 성형을 통해 외모가 개선되었다 하더라도, 결과에 주목하여 긍정적으로 평가하기보다는 자신만의 개성을 포기하고 획일화되고 인위적인 아름다움을 쫓은 것을 부정적으로 평가하였다.

(6) 외모 아름다움의 태도 관련 인터뷰 내용

일본의 2, 30대 여성은 외모의 아름다움을 인식하는 과정에 있어 아름다움에 대한 태도를 형성하게 되는데, 이러한 결과를 도출하는 근거가 된 인터뷰 내용은 아래와 같다.

한국에 있을 때는, 생얼이라도 밖에 나갈 수 있어요. 그런데 일본에 있을 때에는 절대 못나가요. 마스크나 모자

써서, 이렇게 가요. 한국에서는 그냥 청바지랑 티셔츠로 걸어 다니는 사람 많은데, 일본에서 같은 티셔츠라고 해도 조금 뭔가 예쁘거나, 그리고 한국에서는 자기 대학교 잠바 입는 사람 많잖아요, 일본에선... 있을 수 없죠. (참가자 3: 외모 관리에 대한 부정적 태도)

다른 사람이 저를 보잖아요, 어차피, 이야기하거나, 그건 상대방에 대한 예의라고 생각해요. 서로, 제대로 된 모습으로 다른 사람 앞에 서 있는 거? (참가자 5: 외모 관리에 대한 부정적 태도)

그냥 재미있어서, 그걸 즐기는 것 같기 때문에... 그 옷이 이렇게 여기까지 많이 입어보고, 거울보고, 그런걸 많이 하면서... 즐거워요, 재미있어요... (참가자 4: 외모 관리에 대한 긍정적 태도)

저도 미인을 보면 부럽고... 때로는 열등감을 느끼기도 해요. 근데 그 사람이랑 저는 다른 사람이고 그 사람이 가지고 있지 않은 점을 제가 가지고 있을 수도 있고... 그래서 다른 존재라고 생각해요. 그리고 자기도 조금이라도 좋게 보이려고 노력하면 된다고 생각해요... (참가자 5: 미인에 대한 중립적 태도)

그런 것도 있지만, 사회 생활에서는 하지 않으면 다른 사람한테 폐를 끼치는 그런 게... 또... 강요해서 해야 될 것 같은... 아, 내가 화장 안하고 옷을 아무렇게나 입고 나가면 사람들이 눈치를 줘요. (참가자 11: 외모 관리에 대한 부정적 태도)

(외출을 할 때 화장을 하지 않으면) 만약에 아는 사람 만나면 어떨까... 그런 생각 먼저 들어요. 그리고 막 그렇게 나오는 사람이 별로 없다는 것도 있어요, 없으니까... 눈에 띄까봐... (참가자 9: 외모 관리에 대한 부정적 태도)

그 예쁜면 아까 말했던 것처럼 할 수 있는 가능성도 많은 것 같아요. 예를 들면 예쁜면, 지금은 예쁜면, 옛날이라면 아나운서나 연예인이나 그런 것도 할 수 있을 수도 있었잖아요. (참가자 9: 외모 아름다움에 대한 긍정적 태도)

6. 외모 아름다움 인식의 행동적 결과: 외모 관리 행동

일본의 2, 30대 여성들은 여성 외모의 아름다움에 대한 인식의 행동적 결과로 외모 관리 전략을 시행하고 있었다. 일본 여성이 시행하고 있는 외모 관리 행동은 '화장', '패션', '피부 관리', '성형', '건강 관리', '외모 이외의 능력 개발' 등의 범주로 구성되었다. 화장은 '화장의 일상화', '다양한 화장 스타일의 공존', '화장 기술의 발달'의 하위 범주로, 패션은 '다양한 패션 스타일의 공존', '패션 정보에 대한 관심'의 하위 범주로 구성되었다. 피부 관리는 '화장품의 사용', '피부 관리 마사지/피부과'의 하위 범주로, 성형은 '성형에 대한 부정적 인식', '낮은 성형 의도'의 하위 범주로 구성되었다. 건강 관리는 '규칙적인 운동'의 단일 하위 범주로, '외모 이외의 능력 개발' 범주 역시 동일한 단일 하위 범주로 구성되었다.

(1) 화장

일본 여성에게 있어 외모 관리 행동의 가장 중요한 범주는 화장이었다. 이들에게는 화장이 일상화되어 대부분의 여성이 특별한 행사가 없어도 매일 화장을 하고, 가까운 집 앞을 나갈 때도 화장을 꼭 한다는 응답이 지배적이었다. 화장을 안 하면 주위로부터 이상한 사람으로 여겨질 정도로 화장이 일상화되어 있었으며, 대부분의 여성이 고등학생 때부터 화장을 시작한다고 하였다.

일본에서는 화장의 일상화로 화장 기술이 매우 발달되어, 다양한 화장 기술이 일반인 여성들에게도 다양하고 광범위하게 보급되어 있었다. 일본의 2, 30대 여성들은 화장의 보급으로 인해 굳이 성형 수술을 하지 않아도 얼굴의 콤플렉스를 완벽하게 보완할 수 있다고 생각하고 있었다.

화장의 스타일도 다양한 스타일이 공존하고 있어 화려한 색조 화장부터 깨끗한 피부 표현까지 다양한 범주의 화장 스타일이 인기를 얻고 있었으며, 인의 신체적 특성에 따라 다양한 스타일을 시도해본다고 응답하였다.

(2) 패션

일본에서는 패션 역시 다양한 스타일이 공존하고 있었다. 일본 여성들은 연령대에 따라 어울리는 패션 스타일이 존재하며, 그 연령대에만 시도해볼 수 있는 패션 스타일을 시행해본다는 것에 큰 의의를 두고 있었다. 이들은 시간, 장소, 상황에 맞는 패션 스타일을 연출하고자 하였으며, 다양한 패션 스타일을 시도하는 것 자체에서 재미를 느끼는 것으로 나타났다.

더불어 패션 정보에 대한 관심도 높게 형성되어 있었다. 다양한 스타일의 패션 연출을 위해 패션 정보에 대한 관심이 향상되었으며, 패션 정보는 패션 잡지 등을 통해 수집하는 것으로 나타났다. 패션 잡지를 정기적으로 구독한다는 응답자들이 다수 있었으며, 잡지에서 제시하는 패션 스타일을 모방해보면서 자신에게 적합한 패션 스타일을 찾게 된다고 하였다.

(3) 피부 관리

일본의 젊은 세대 여성들은 피부 관리를 위해서는 스킨케어 화장품을 꾸준히 사용하는 것으로 나타났다. 일본 여성들은 자신의 피부 타입에 맞는 화장품에 대한 강한 충성이 형성되어 있는 경우가 많았으며, 20대 중반부터는 기능성 화장품을 통해 노화에 대비한다고 응답하였다.

화장품과 더불어 피부 관리 마사지샵과 피부과를 통해 피부 관리를 한다고 하였다. 마사지의 경우 얼굴에만 국한된 것이 아닌 전신 관리 마사지에도 관심이 많았으며, 다양한 셀프 마사지를 스스로 시행하면서 피부를 관리한다는 응답자도 많았다. 특히 한국식 피부 관리와 목욕법이 한국 여성의 아름다운 피부의 비결이라는 인식이 확산되면서, 한국 여성의 피부 관리 방법에 많은 관심을 보이고 있었다. 중국과 마찬가지로 피부과에서 피부 관리를 받는 경우보다는 마사지샵을 이용한다는 응답자가 더 많았다.

(4) 성형

일본의 2, 30대 여성들은 성형에 대해서는 대부분이 부정적인 인식을 하고 있었다. 이들은 부모님이 물려주신 자연스러운 외모에 큰 가치를 부여하고 있었으며 성형을 통해 미인이 된 사람들에 대해 개선된 외모를 부러워하기 보다는 오히려 자신감이 없는 그들이 불쌍하게 여겨진다고 응답하였다. 이러한 성형에 대한 부정적 인식으로 인해 대중적인 공간에서 성형에 대한 대화를 거의 하지 않는다고 하였으며, 성형에 대한 정보 공유도 활발하게 일어나지 않는다고 응답하였다. 성형에 대해 공개적으로 언급하지 않는 습성으로 인해 주변에 성형 미인이 있는지 모른다고 응답한 사람이 많았으며, 만약 주변에 성형 미인이 있다 하더라도 성형 사실을 숨기는 경우가 대부분이라 하였다. 더불어 만약 성형을 하게 된다면 외모의 개선보다는 성형을 한 표시가 나지 않도록 하는 것이 가장 큰 관심사가 될 것이라 하였다.

이러한 성형에 대한 부정적 인식으로 인해 성형 의도는 높지 않은 것으로 나타났다. 자신의 외모를 굳이 인공적으로 바꾸고 싶지 않다는 응답이 지배적이었으며, 자신의 모습을 있는 그대로 사랑해주는 타인에 대한 배려 차원에서도 성형은 할 수 없다고 하였다. 더불어 미의 기준이 다변화된 사

회적 분위기로 인해 굳이 성형의 필요성을 느끼지 못한다고 응답하였으며, 성형은 일부 연예인들이 직업적인 이유로 시행하는 일이라고 인식하고 있었다. 또한 화장 기술이 발달되어 있어 얼굴의 콤플렉스를 화장으로도 충분히 만회할 수 있다고 생각하고 있었다.

(5) 건강 관리

일본의 2, 30대 여성들은 건강 관리를 위해 규칙적인 운동을 중요하게 생각하였다. 이들은 체중 조절보다는 건강을 목적으로 운동을 한다고 하였으며, 무리한 다이어트를 통해 굳이 건강을 해치고 싶지 않다는 응답이 대다수였다. 또한, 규칙적인 운동을 통해 혈액 순환 개선, 피부 개선, 정신적 스트레스와 긴장을 해소할 수 있어 운동을 규칙적으로 하려고 노력한다는 응답을 보였다.

(6) 외모 이외의 능력 개발

일본 여성들에 의해 언급된 외모 관리 행동의 마지막 범주는 외모 이외의 능력 개발이었다. 일본 여성들은 내면의 아름다움을 개발하게 되면 그것이 외면으로 자연스럽게 우러나오게 될 것이라는 인식을 기반으로 하여, 지식을 쌓고 능력을 배양하며 교양을 길러 외모와 더불어 내면의 아름다움을 함께 가꾸고자 하는 노력을 보여주었다.

(7) 외모 관리 행동 관련 인터뷰 내용

일본의 2, 30대 여성이 여성 외모의 아름다움을 인식하고 이를 통해 자신의 외모를 유지, 향상, 발전시키기 위해 취하는 외모 관리 전략을 도출하게 된 참가자들의 응답은 다음과 같다.

가루는요, 그 감추는 화장... 그니까 원래 자신이 없는 데가 있는데 그걸 감춰서 하기 위해서... 좀 화려하게 하는 그런 걸 좋아해서 이미지가 있고... 좀 하얀 사람은 좀 자신 있고 그렇게 화려하게 안 해도 자기가 좀 예쁘다고 생

각하는 사람은 그렇게 화장 안 하는 것 같아요. (참가자 2: 다양한 화장 스타일의 공존)

(화장은) 해야 하는 거죠, 자기를 위해서가 아니고 남을 위해서도 뭔가 해야 되는 거 같아요. 이거는 에티켓 같은 거예요. (참가자 2: 화장의 일상화)

요즘 어떻게 하면 얼굴이 작을 수 있는지, 스트레칭 같은 게 자주 나오는 편이고... 제가 얼굴에 살이 많아서... 따라서 하고 있어요. 그거하고, 또 패션이요, 저는 여러 가지 스타일 하는 거 좋아해요, 남자스러운 바지입고, 남자스러운 스타일도 하고, 원피스 입고 진짜 이런 스타일 주는 게 좋아요. 여러 가지 스타일을 다른 사람한테 보여주고, 그게 너무 재미있어요. (참가자 2: 피부 관리 마사지, 피부과, 다양한 패션 스타일의 공존)

뭔가 지금이라서 할 수 있는 것 같아서요, 제가 지금 대학 다니고 그니까 지금이라서 할 수 있는 것 같아서, 젊을 때는 많이 하면 늙어서는 후회 안 할 것 같아서... 50대에 아, 그때 많이 입었으면 좋았었다, 후회하기 싫어서 좀 지금은... (참가자 2: 다양한 패션 스타일의 공존)

많이 잡지를 읽어서... 잡지를 읽어서 이렇게 되고 싶다 생각하면 따라서 하는 게 많데요, 그니까 루즈도 그렇고 염색도 원래 까만데 잡지 나오는 사람이 예쁘면 그걸 따라서 하고... 옷을 잘 입는 게 좋아서 잡지를 읽으면 이렇게 하면 좋겠다, 지식을 받을 수 있으니까... (참가자 1: 패션 정보에 대한 관심)

전 요즘 좀 몸 상태가 안 좋아서 피부관리 같은 거 잘 못했었는데. 음, 저는 화장품 같은 거 자기가 마음에 드는 거 쪽 사용하는 편이에요. 마음에 진짜 마음에 드는 것은... 지금 한국에 있잖아요, 일본에 있었을 때 쪽 사용하고 있었던 화장품 있는데요, 그거 한국에서 살 수 없어서 일본에 돌아갈 때마다 사고 한국에 와요. (참가자 5: 화장품의 사용)

안하고 싶어요 왜냐하면, 이게 나 자신이니까... 나니까... 그래도 이런 사람도 나를 사랑해주는 사람도 있으니까, 그 사람을 위해서 하면 안 된다... 이렇게 생각하고 있어요 (참가자 2: 낮은 성형 의도)

주변에 그렇게 말하는 사람 없어요. 부끄럽다기보다는 약간 공개하면은 좀 안 좋은 느낌? 그니까 뭔가 얼굴을 고친다는 거에 약간 부정적인 이미지가 있을 수도 있는 거고... 우선 일본사람들 화장 되게 잘 하잖아요, 그래서 그거로 커버할 수 있다고... 한국 사람들은 화장 많이 안 하고 되게 생얼로 나가는데, 일본사람들은 꼭 화장하고 다니니까, 코를 높게 보여질 수 있거나, 눈 크게 보여줄 수도 있거나, 그런 안 해도 된다고...(참가자 11: 성형에 대한 부정적 인식, 낮은 성형 의도, 화장 기술의 발달)

원래 개인적인 얘기를 안 하는데, 거기에다가 성형수술까지 하면 자기 몸에 관한 거니까, 몸에 관한 거 별로 얘기하지 않지 않나요? 그래서 그거를 고쳤다고 스스로 뭔가 했다는 거를 공개하는 걸... 뭔가 자신감이 없었나? 하는 생각은 들어요, 그니까 성형을 했다는 게 본인한테 자신감이 없어서 그런 게 아닌가 하는 생각이... (참가자 10: 성형에 대한 부정적 인식)

다 즐기고 싶으니까... 그니까 섹시한 것도 즐기고 싶고, 귀여운 것도 입어보고 싶은데, 둘 다 갖출 수 있는 뭔가 이상형... 이런 느낌을 줘요. 그니까 패션의 분야가, 이게 어쩌면 캐주얼 한 것도 있고, 러블리 한 것도 있고, 이런 게 다 있는데 하나하나의 장점이 있고, 다 소화하고 싶고... (참가자 10: 다양한 패션 스타일의 공존)

외모도 중요하지만 내면도 더 중요하다고 생각해요 내면이 예뻐야 얼굴에도 나타날 것 같아서... 그래서 요가를 하면서 힘든 일을 거기서 위로 받고 스트레스를 풀기 위해서 요가를 하고 있고... 이렇게 긴장하지 않고 그런 게 중요한 것 같아요 (참가자 7: 외모 이외의 능력 개발)

차이가 뭐냐 하면은, 한국사람들은 어떻게 하면은 이뻐질까 그런 기준으로 수술하는데, 일본사람들은 먼저 어떻게 하면 티 안나게 그래도 조금 이뻐질수 있을까... 그런거 제일 중요시한대요 일본사람 만약에 이렇게 하면 많이 이뻐질수 있는데 티가 많이 나니까는... 그렇게 까지는 못하겠다고 하는사람들이 많대요. 사람들이 그거를 알았을 때 조금 이상하게 생각하는 경우가 많아서... 그게 더 두려워서... (참가자 14: 성형에 대한 부정적 인식)

제 5 절 한중일 여성의 외모 아름다움 인식의 보편성과 특수성

한국, 중국, 일본 여성의 FGI 자료를 각각의 문화권 별로 개별적으로 분석한 후, 이를 기반으로 본 절에서는 이들 세 문화권의 외모 아름다움에 대한 인식을 비교문화적 관점에서 살펴보고자 한다. 본 연구에서 제안된 외모 아름다움에 대한 패러다임 요소가 개별 문화권에서 어떠한 문화적 특수성을 보이는지, 더불어 한중일 문화권에서 공통적으로 나타나는 문화적 보편성은 무엇인지 살펴보겠다.

1. 외모 아름다움의 미적 가치

FGI 자료를 기반으로 하여, 한중일 여성들이 인식하는 외모 아름다움의 가치에 어떠한 보편성과 특수성이 있는지 살펴보았다. 한국, 중국, 일본 문화권 모두에서 외모의 아름다움에 대한 미적 가치로 각각 두 개의 범주가 도출되었다. 세 국가 모두에서 두 개의 범주 중 하나는 '진정성'이라는 범주가 포함되어 있었으며, 다른 하나의 범주는 각 국가 별로 차이가 있었다. 여성 외모의 아름다움에 대한 인식에 있어 세 국가에서 공통적으로 나타난 공통 범주와 각 국가 별로 개별적으로 나타난 특수 범주는 다음의 <표 5-4>와 같다.

<표 5-4> 외모 아름다움의 미적 가치의 보편성과 특수성

보편성	특수성		
	한국	중국	일본
진정성	우월함	발전	개성

(1) 외모 아름다움의 미적 가치의 보편성

한국, 중국, 일본 모두에서 아름다움의 진정성 추구 현상이 공통적으로 나타났다. 그러나 진정성을 추구하는 사회문화적 요인과 진정성의 세부적인 내용에는 국가 별 차이가 발견되었다. 여기서는 한국 문화에서 나타난 아름다움의 진정성을 사회적 경쟁에 대한 반발의 측면에서, 중국과 일본 문화에 나타난 아름다움의 진정성을 자연스러운 본연의 아름다움에 대한 추구의 측면에서 살펴보았다.

① 한국 문화의 아름다움의 진정성: 사회적 경쟁에 대한 반발

한국 여성이 추구하는 아름다움의 진정성은 외모 관리에 대한 극심한 스트레스와 외모에 대한 양가 감정의 혼돈 상황 속에서 심리적 안정을 찾고자 나타난 것이었다.

앞서 한국 문화의 패턴을 통해 살펴보았던 것처럼, 한국 문화권에서는 낮은 권력 거리(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010), 높은 인구 밀도(Berger, 1986; Foster, 1965; Hairston et al., 1960), 급속한 경제 발전의 영향으로(de Mooij, 2007; Kuznets, 1988), 강한 사회적 경쟁 의식이 형성되어 있었다. 또한 한국 사회 전반에 걸친 권력 지향성에 외모의 사회적 권력화 현상이 더해지면서, 한국의 여성들은 성형 수술과 같은 인위적인 방법을 통해서라도 외적인 아름다움을 향상시켜 사회적으로 낙오되지 않아야 한다는 위기 의식을 느끼고 있었다. 외모 지상주의 사회 속에서 평범한 외모를 가진 한국의 젊은 여성들은 외모 관리에 대한 스트레스에 시달리고 있었으며, 이는 외적인 아름다움과 미인에 대한 강한 양가 감정으로 이어졌다. 한국의 젊은 여성들은 아름다움을 추구하는 인간의 본성으로 인해 아름다운 외모에서 미적 쾌감을 느끼고 있지만

(Amstrong & Detweiler-Bedell, 2008), 아름다움의 사회적 기준에 부합하지 못하는 외모로 인해 사회적 소외감과 패배감 등의 부정적 감정을 함께 느끼게 되어 외모의 아름다움에 대한 양가 감정에 시달리고 있었다.

처음 소개될 당시 양가 감정은 정신 분열증과 같은 심리적으로 불안정한 상태를 설명하는 기제로 사용되었으나(Bleuler, 1950), 정신적 안정을 추구하는 인간의 기본 성향으로 인해 양가 감정이 오히려 건강한 정신 상태의 기제로 작용할 수도 있다. 감정을 다양하게 인식하고 이를 조절할 수 있는 능력이 높은 사람의 경우, 양가 감정을 더 잘 느끼며 감정에 대한 지식을 기반으로 양가 감정을 극복하여 안정적인 감정을 유지하게 된다(문용린, 2011). 이러한 이유에서, 한국 문화권에서 나타난 아름다움에 대한 진정성 추구 현상 역시 외모의 아름다움에 대한 강박과 스트레스에 따른 심리적 불안정의 상태를 극복하고자 하는 현상으로 해석할 수 있다.

현대 한국 사회에서 나타나고 있는 양가 감정은 비단 아름다움에만 국한된 것이 아닌 사회 전반에 걸친 현상으로 확산되고 있다. 최근 한국 사회에 불고 있는 진정성 추구 현상은 사회적 경쟁 심화와 이에 따른 스트레스, 양가 감정에 기인한 것이다. 김난도 등(2011)은 정보의 과잉과 오류 현상이 심화되고 있는 2012년 대한민국을 이끌어갈 사회문화적 트렌드 중 하나로, 일관성 있는 자기 정체성을 확고히 정립하고 이에 충실하여 내면과 외면의 합치를 추구하는 현상인 진정성의 개념을 제시하였다. 이처럼 사회적 경쟁이 심화된 한국 사회 전반으로 확산된 진정성 추구 현상은, 현대 사회의 경쟁력 확보에 주요 요소인 외모의 아름다움에도 영향을 미쳤으리라 생각된다.

② 중국, 일본의 아름다움의 진정성: 자연스러운 아름다움 추구

중국과 일본 여성들이 추구하는 아름다움의 진정성은 한국 사회와는 다른 원인을 기반으로 형성되어 다른 양상으로 전개되고 있었다. 중국과 일본 사회는 한국 사회와 비교하였을 때 비교적 아름다움의 사회적 권력화가 심하게 나타나지 않았는데, 이러한 현상의 원인은 중국 문화의 높은 권력 거리와(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010), 낮은 인구 밀도(Berger, 1986; Foster, 1965; Hairston et al., 1960), 일본 문

화가 갖고 있는 사회적으로 다양한 가치를 수용하는 상상된 공동체(imagined culture)의 특성(Anderson, 2002), 개인주의 문화를 기반으로 한 문화적 다양성 추구 현상(미나미 히로시, 1995; 선우정, 2009; 임경택, 2006; Benedict, 2001; de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010) 때문이었다. 물론 여성으로써 아름다운 외모를 가졌다는 것은 사회적으로 유리한 위치를 점할 수 있음을 의미하나, 중국 문화권에서는 여성의 사회적 역할 확대를 기반으로 외모보다는 능력과 성격이 사회적 성공에 중요한 요소로 작용한다는 인식이 형성되어 있었다.

외모 관리에 대한 스트레스의 강도 역시 중국과 일본 여성이 한국 여성보다 낮았다. 중국 여성의 경우 외모 관리에 있어 타인과의 외모 비교보다는 자기 주체성을 기반으로 한 전략을 취하고 있었기 때문에, 타인과의 비교를 통해 외모에 대한 스트레스를 받아가면서 외모 관리를 할 필요를 느끼지 못하는 경우가 많았다. 일본 여성은 외모 관리를 타인에 대한 예의, 의무로 인식하여 외모 관리 그 자체에 대한 스트레스보다는 외모 관리를 하지 않는 경우에 오히려 심한 스트레스를 받았다.

이상과 같은 중국, 일본 문화의 맥락을 기반으로 중국, 일본 여성이 인식하는 아름다움의 진정성은 인위적으로 꾸며낸 것이 아닌 자신만의 고유하고 자연스러운 모습을 통해 우러나오는 아름다움에 가까웠다. 중국과 일본 문화권에서는 아름다움의 기준이 획일적이지 않고 다양한 아름다움을 추구하는 사회적 분위기로 인해, 여성 개개인이 갖고 있는 자연스러운 모습 자체를 외모의 아름다움을 통해 추구하는 가치로 인식하고 있었다.

(2) 외모 아름다움의 미적 가치의 특수성

한국, 중국, 일본의 2, 30대 여성이 인식하는 외모 아름다움의 미적 가치는 각각의 사회문화적 여건의 차이로 문화권 별로 특화된 양상을 띠었다. 한국 여성은 타인보다 '우월한 아름다움'을, 중국 여성은 개인적 노력을 통해 '발전하는 아름다움'을, 일본 여성은 다양한 이미지의 병존을 통해 타인과 구별되는 '개성적 아름다움'을 추구하였다.

① 한국의 미적 가치: 우월한 아름다움

한국 여성은 타인보다 우월한 아름다움에 큰 가치를 두었다. 이들은 아름다움에도 등급이 있다고 생각하였으며, 타인을 앞설 수 있는 경쟁 우위의 외모를 진정한 아름다움이라 생각하였다. 우월한 아름다움은 마치 인간이 아닌 것 같은 느낌을 자아내, 여신을 보는 것 같은 아우라(aura)와 감동을 자아낸다고 하였다. 한국 여성들이 우월한 아름다움을 추구하게 된 문화적 배경은 강력한 사회적 경쟁과 외모의 아름다움에 대한 강한 사회적 고정 관념 때문이었다.

한국 문화가 갖고 있는 문화적 패턴에 대해 살펴본 것처럼, 한국 문화권은 일본과는 유사하나 중국보다는 낮은 권력 거리 점수를 보였다(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010). 이러한 권력 거리 점수를 기반으로 하였을 때, 한국의 사회적 권력은 변동 불가능한 것이 아닌 유동적인 것이며, 개인의 노력 여하에 따라 접근 가능한 것이었다. 더불어 한국은 비교적 좁은 국토 면적에 많은 인구가 집중되어 있기 때문에, 한국 사회의 구성원들은 타인이 갖고 있는 사회적, 경제적, 문화적 자산을 손쉽게 파악할 수 있다. 이러한 지리적 특성으로 인해 한국 문화에서는 한정되어 있는 자원 배분의 문제가 발생하게 되며, 자원의 확보를 위해 사회적 경쟁이 가속화되었다(Baubl, 2002; Berger, 1986; Foster, 1972). 또한 한국은 1970년대 이후 급속한 경제적 발전을 짧은 기간 동안 이룩하면서 아시아의 경제 중심지로 부상하였다(Kuznets, 1988). 집약적인 경제적 성장의 이면에는 사회적으로 한정되어 있는 자원에 대한 사회적 경쟁이 자리하고 있었으리라 생각된다.

이렇듯 사회적 경쟁이 심화된 한국 문화권에서는 외모의 아름다움 역시 사회적 권력의 일환으로 여겨져, 나만의 우월한 아름다움을 통해 사회적 경쟁에서 경쟁 우위를 점하고자 하는 현상이 나타나게 되었다.

특히 인터뷰를 통해 나타난 우월한 아름다움이 갖고 있는 아우라(aura)의 개념을 통해, 한국 사회에서 나타난 외모 아름다움에 대한 미적 가치의 이해를 높일 수 있다. 아우라의 개념은 20세기 초반 사진 기술의 발달로 예술 작품이 복제되는 과정에서 처음 등장한 개념으로(Benjamin, 2011), 예술 작품이 복제되어 범람하는 상황 속에서 진품만이 갖고 있는 고유의

모방 불가한 탁월한 분위기를 의미한다. 한국 여성들이 외모의 아름다움에서 아우라를 발견하고자 하는 것은, 사회적 경쟁을 위해 외모의 아름다움을 인위적으로 가공해내는 상황 속에서 진정한 아름다움만이 가질 수 있는 진품의 분위기에 대한 갈망으로 해석될 수 있다.

한국 문화권에서 나타나는 사회적 고정 관념의 강화는 한국 문화권의 강한 불확실성의 회피 성향으로 설명할 수 있다. 한국 문화의 강한 불확실성 회피 성향은 사회적인 규범과 고정 관념을 강화시키는 역할을 하였다(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010). 한국 문화의 구성원들은 사회적 규범을 철저히 지키는 행동 양식을 통해, 현재의 불확실한 상황에 대해 안도감을 얻고자 한다.

이렇듯 한국 사회의 강한 사회적 고정 관념은 아름다운 외모에 대한 획일적 기준을 강화시켰을 것이며, 사회적으로 획일화된 아름다움에 대한 기준이 외모에 대한 사회적 비교의 기준으로 작용하게 되었을 것이다. 이러한 이유로 한국 문화권의 아름다운 외모에 대한 사회적 비교에 있어 외모에 대한 획일적 고정 관념이 사회적 비교의 기준이 되었을 것이다.

② 중국의 미적 가치: 발전하는 아름다움

중국 여성에게 있어 아름다운 외모 그 자체보다는 꾸준한 자기 관리와 노력을 통해 나날이 아름다움이 향상되는 과정 그 자체가 외모의 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치였다. 이들은 단기간에 인위적인 방법을 통해 외면의 아름다움을 조작하기보다는, 오랜 세월 동안 본인만의 아름다움에 대한 기준을 세우고 이를 기반으로 아름다움을 발전시키고자 노력하는 것에 큰 의의를 두었다. 이러한 이유를 기반으로, 개인의 노력을 통해 아름다움을 향상시킬 수 있다고 생각하는 중국 여성들은 아름다움은 시간의 흐름, 노화를 초월할 수 있다고 생각하였다. 또한 여성에게 있어 나이가 든다는 것은 아름다움이 반감되는 것이 아닌, 오히려 고유한 아름다움을 개발할 수 있는 기회로 인식하고 있었다. 중국 여성들이 발전하는 아름다움의 미적 가치를 추구하게 된 문화적 조건은 낮은 사회적 경쟁 강도와 강한 사회적 고정 관념이었다.

중국 문화권은 높은 권력 거리 점수로 인해, 사회적 권력의 위계성이 강

한 문화적 특성을 보였다(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010). 높은 권력 거리 점수의 문화권에서는 사회적 권력의 위계적 질서가 형성되어 있어, 문화의 구성원들은 사회적 권력을 자연스럽게 인정하고 본인 스스로 사회적 권력을 획득하고자 하는 노력은 현저하게 줄어들게 된다. 사회적 권력에 대한 갈망이 적은 문화에서는 사회적 경쟁의 강도도 감소하게 된다.

중국 문화권에서 나타나는 높은 권력 거리와 낮은 사회적 경쟁의 원인은 공산주의 정치 체제 때문이다. 20세기 중반 이후 중국을 지배하고 있는 공산주의 정치 체제의 유지를 위해 시행하고 있는 호구 제도는 사회적 계급의 이동을 억제하여(정중호, 2000), 사회적 경쟁의 강도를 감소시켰다. 중국 문화의 강한 사회적 고정 관념 역시 공산주의 정치 체제의 결과이다. 공산주의 정치 체제는 강한 위계적 질서를 기반으로 사회적 변화가 빈번하지 일어나지 않기 때문에(Cheung & Chow, 1999), 사회적인 고정 관념 역시 위계적 질서가 되어 문화 전반을 지배하게 된다. 또한 중국의 강한 집단주의 문화로 인해 집단적 가치를 중요하게 생각하는 분위기가 형성되어 있어(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010), 사회적 고정 관념을 강화시키는 동인으로 작용하였다. 이러한 중국의 문화적 패턴으로 인해, 중국 문화권의 사회적 비교에 있어 강한 사회적 고정 관념이 비교의 기준이 되었다.

중국 문화의 낮은 사회적 경쟁 강도와 사회적 고정 관념의 사회적 비교의 기준화 현상으로 인해, 외모 아름다움의 인식에 있어 발전적 아름다움을 추구하는 현상이 나타났을 것이다. 사회적 경쟁이 강하지 않기 때문에 타인을 제압할 수 있는 우월함을 추구하진 않지만, 외모의 아름다움에 대한 사회적 기준에 부합하는 아름다움을 추구하기 때문에 본인의 꾸준한 노력을 통해 외모의 아름다움을 개선시키고자 할 것이다.

③ 일본의 미적 가치: 개성적 아름다움

일본 여성에게 있어 외모의 아름다움은 타인은 갖고 있지 못한 자신만의 개성을 표출하는 것이었다. 일본 사회의 구성원들은 타인의 평가에 민감하게 반응하여 타인에게 피해를 주지 않고자 노력함과 동시에 타인의 인정을

받는 것에 큰 가치를 두었다. 이러한 이유로 외모의 아름다움 역시 타인에 대한 배려 차원에서 가꾸고 개발시켜야 하는 사회적 의무 중 하나로 인식하였다. 이러한 인식을 기반으로 일본의 2, 30대 여성들은 타인에게 인정받을 수 있도록 외모를 아름답게 가꾸어야 한다고 생각하였다.

이와 더불어 일본 사회는 기존의 것과는 다른 새로운 것에 가치를 두는 다양성의 문화를 추구하였다(미나미 히로시, 1995; 선우정, 2009; 임경택, 2006; Benedict, 2001; de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010). 이들은 나와 다른 성향을 가진 타인을 대함에 있어 배척하고 경계하기보다는, 차이를 인정하고 존중하는 모습을 보여주었다. 이러한 이유로 외모의 아름다움을 평가하는 기준 역시 다양한 가치의 기준이 마련되어 있었다. 이상과 같은 사회문화적 요소로 인해 일본의 젊은 세대 여성들은 타인은 가지지 못한 나만의 고유하고 독특한 아름다움을 추구하고 있었으며, 이는 다양한 이미지의 병존을 통해 형성될 수 있다고 인식하였다.

이처럼 개성적 아름다움의 가치를 추구하는 현상은 일본 문화가 갖고 있는 강한 사회적 경쟁을 유발하는 남성적 문화와 낮은 권력 거리, 문화의 다양성과 개인의 사생활을 존중하는 개인주의 성향에 기인한 것이다.

남성적인 일본 문화에서 중요한 것은 삶의 성취와 승리이다(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010). 삶의 성취와 승리를 중요하게 생각하는 문화의 원인은 12세기 이후 메이지 유신 이전까지 일본 사회의 지도 세력이었던 사무라이 계급의 사상 때문이다(유용규, 2004; 호사카 유지, 2007; Ikegami, 1995). 일본의 사무라이들은 개인의 명예를 위해 집단에서의 성취와 성공을 추구하는 모순을 보여주었다(Benedict, 2001; Ikegami, 1995). 이러한 현상을 통해 집단주의 문화권에 속하면서도 개인주의 문화의 특성이 나타나고, 개인주의적이면서도 사회적 경쟁을 통한 사회적 성취를 이루고자 하는 일본인들의 모순의 원인을 파악할 수 있다(Benedict, 2001).

여기에 낮은 권력 거리의 문화적 특성이 더해져, 사회적 경쟁을 가속화시켰다. 권력거리가 낮은 문화권에서는 사회적 계급 변동이 유동적이며 사회적 권력의 위계성이 약하기 때문에(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010), 문화의 구성원들은 사회적 경쟁을 통한 사회적 권

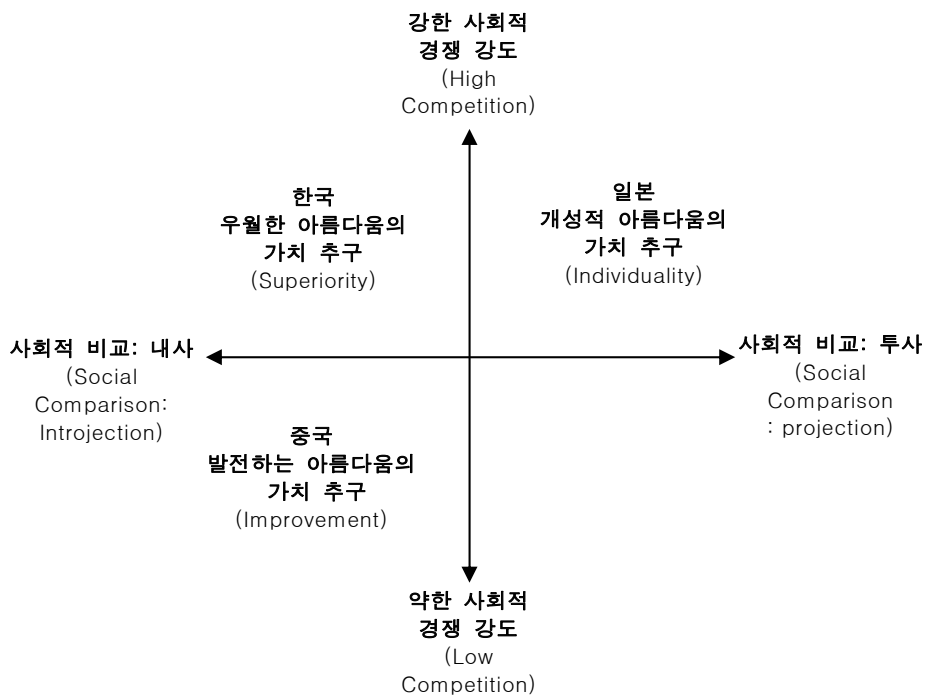
력 강화를 추구한다. 이러한 문화적 특성이 아름다운 외모에 대한 인식에도 반영되어, 일본의 젊은 세대 여성들은 아름다운 외모를 통해 사회적 권력을 획득하기 위해 높은 강도의 사회적 경쟁을 시행하게 되었다.

대부분의 아시아 문화들은 집단주의적 특성을 갖고 있지만, 일본은 아시아 지역 국가 중에서 가장 개인주의적 가치가 강한 국가이다(de Mooij, 2007). 일본의 개인주의적 가치 추구 문화는 문화의 다양성을 추구하는 사회적 분위기로 이어져(김희경 외, 2008; 미나미 히로시, 1995; 선우정, 2009; 임경택, 2006; Benedict, 2001), 획일화된 사회적 규범보다는 개인의 개성을 존중하는 사회적 분위기가 형성되었다. 이러한 문화적 패턴으로 인해 외모에 대한 사회적 비교에 있어서도 사회적 이상미보다는 개인의 개성을 비교의 기준으로 하는 경향이 강해졌다. 이와 같은 사회적 비교의 기준으로 인해 한국과 일본이 모두 외모의 아름다움이 갖는 사회적 경쟁력을 중요하게 생각함에도 불구하고, 두 문화권에서 추구하는 미적 가치에 차이가 있었다. 일본 여성이 추구하는 아름다움의 개성과 독특함은 타인과의 경쟁 우위를 의미하는 것이 아니며, 타인과 구별된다는 그 자체에 의미를 두었다는 점에서 한국 여성이 추구하는 아름다움과 차이가 있었다.

(3) 외모 아름다움의 미적 가치에 대한 구조틀(frameworks)

동아시아 문화권인 한국, 중국, 일본은 각기 다른 사회문화적 특성으로 인해, 여성 외모의 아름다움에 대한 미적 가치의 보편성과 특수성을 함께 보여주었다. 한중일 세 문화권의 여성 모두 진정한 아름다움을 추구하는 미적 가치의 보편성을 보였으나, 이러한 현상의 근본 원인은 국가 별로 상이했다. 여성 외모의 아름다움에 대한 미적 가치의 특수성의 경우, 한국은 우월한 아름다움을, 중국은 발전하는 아름다움을, 일본은 개성적 아름다움의 추구를 통해 각 문화권 별로 특화된 양상을 보였다. 한중일 동아시아 문화권이 추구하는 여성 외모의 아름다움에 대한 미적 가치들은 사회적 비교(social comparison)의 기준과 사회적 경쟁(social competition) 강도의 문화적 패턴에 영향을 받은 사회문화적 산물이었다. 다음의 <그림 5-2>에 나타난 구조틀은 한중일 문화권의 문화적 패턴의 차이에 따라 각각의 문화

권에서 어떠한 미적 가치를 추구하는지 도식화한 것이다. <그림 5-2>의 구조들은 크게 사회적 경쟁의 강도와 사회적 비교의 기준에 따라 4개의 구획으로 구분되었다.



<그림 5-2> 외모 아름다움의 미적 가치에 대한 구조들

한국 사회에서 발견된 우월한 아름다움의 가치 추구는 강한 사회적 경쟁 강도와 사회적 비교의 기준 중 내사(introjections)의 성향에 기인한 것이다. 한국 사회에서는 자신의 외적인 아름다움을 타인과 비교하는 성향이 강하고, 자신의 외모가 타인보다 비교 우위에 있어야 한다고 인식하였다. 실제로 본 연구 결과에서도, 한국의 2, 30대 여성들은 타인과 자신의 외모를 비교하는 성향으로 인해 아름다운 외모를 가진 미인에 대해 강한 양가 감정을 느끼고 있었으며, 외모 관리에 대해서도 스트레스를 감수하면서도 적극적으로 임하는 모습을 보였다. 더불어 사회적 비교에서 내사의 기준이 적용되었다는 것은 미디어, 서구화된 이상미 등의 영향을 받아 사회적으로 확립된 아름다운 외모에 대한 고정 관념을 사회적 비교의 기준으로 삼았다

는 것을 의미한다. 본 연구 결과에서 한국 문화권은 중국과 일본 문화권 대비 여성 외모의 아름다움에 대한 고정 관념이 강하게 형성되어 있었으며, 미디어를 통해 확산되는 성형 연예인이 일반 여성의 외모에 대한 인식에 큰 영향을 미치고 있었다.

중국 사회에서 발견된 발전적 아름다움의 추구 성향은 중국 사회의 약한 사회적 경쟁 강도와 내사를 기반으로 한 사회적 비교 때문에 나타나는 현상이었다. 중국 사회에서는 자신의 개인적 특성을 인식함에 있어 본인의 내적 가치보다는 사회적 준거 집단과 비교를 통해 인식하는 경향이 강해, 외모 관리에 있어서도 타인을 의식하여 자신의 외모를 지속적으로 향상시키고자 하였다. 그러나 향상의 과정 그 자체에 가치를 두고 타인보다 우월한 외모의 경쟁력을 갖추하고자 애쓰지는 않았다. 본 연구 결과에서도 2, 30대 중국 여성들은 타인을 의식하여 스트레스를 참아가며 화장, 패션, 피부와 체형 관리 등을 적극적으로 실시한다는 응답자를 거의 찾아볼 수 없었으며, 이보다는 개인의 건강을 향상시켜 사회적 활동을 활발히 할 수 있도록 내실을 추구한다는 응답이 더 많았다.

일본 사회에서 발견된 개성적 아름다움의 가치 추구 현상은 투사(projection)를 기반으로 한 사회적 비교 성향과 강한 사회적 경쟁 강도에 기인한 것이었다. 일본인들은 개성을 존중하는 문화적 다양성을 기반으로 외모의 아름다움에 있어서도 사회적으로 형성되어 있는 기준보다는 본인 스스로의 개성을 중요시하였다. 이들은 개성 있게 아름다운 외모를 통해 타인과는 구별되는 나만의 경쟁력을 추구하고자 하였다. 실제로 본 연구에 참가한 2, 30대 일본 여성들은 다양한 아름다움의 기준을 제시하면서, 사회문화적으로 여성의 특정 이미지와 특성만을 미인의 기준이라 규정짓는 것에 반대하는 의견을 보였다.

2. 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건

아름다운 외모에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건은 각 국가별로 다양한 양상을 보였다. 사회문화적 조건은 아름다움 그 자체와 직접적인 연관이 있는 전반적인 미의식 범주와, 사회 전반의 문화적 특성과 관

련이 있는 범주로 구분되었다. 이들 범주 역시 각 국가 별로 특수적 특성과 세 국가 모두에서 동시에 발견되는 보편적 특성이 발견되었으며, 이는 다음의 <표 5-5>, <표 5-6>과 같다.

<표 5-5> 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건의 보편성과 특수성: 미의식과 직접적 관련이 있는 요인

보편성	특수성		
	한국	중국	일본
• 미디어의 강한 영향력	<ul style="list-style-type: none"> • 미 기준의 획일화 • 젊은 여성의 신체적 특성 선호 • 전통미에 대한 자부심 • 적극적인 외모 관리 	<ul style="list-style-type: none"> • 미 기준의 다양화 • 원숙미 인정 • 과도한 외모 관리 지양 	<ul style="list-style-type: none"> • 미 기준의 다양화 • 원숙미 인정 • 전통미에 대한 자부심 • 과도한 외모 관리 지양

<표 5-6> 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건의 보편성과 특수성: 미의식과 직접적 관련이 없는 요인

보편성	특수성		
	한국	중국	일본
발견되지 않음	<ul style="list-style-type: none"> • 가부장적 문화 • 아름다운 외모의 사회적 권력 강화 	<ul style="list-style-type: none"> • 여성의 사회적 지위 향상 • 외모보다는 능력 위주의 사회 분위기 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화의 다양성 • 타인의 시선을 의식하는 문화

(1) 전반적 미의식

전반적 미의식 범주는 국가 별로 차이가 있긴 하였지만, 하위 범주는 대부분 '미 기준의 획일화', '여성의 노화에 대한 인식', '전통적 미 의식', '외모에 대한 미디어의 영향력'인 것으로 나타났다.

① 아름다움 기준의 획일화

아름다운 외모 기준의 획일화 정도는 한국 문화권에서 가장 강한 것으로 나타났다. 한국 사회에서는 미인이라 인식되는 범주가 다양하지 않았고, 미

인의 신체적 조건과 이미지에 대한 강한 고정 관념이 형성되어 있었다. 반면에 일본은 한국에 비해 미인의 범주가 다양하였고 미인에 대한 고정 관념이 적어 아름다운 외모의 기준이 비교적 획일적이지 않았다. 중국 문화권은 한국보다는 아름다운 외모의 기준에 대한 획일화 정도가 약했지만, 일본보다는 강한 것으로 나타났다.

이러한 결과의 원인은 다양성에 대한 존중보다는 집단적 가치를 추구하는 한국 문화의 특성 때문이었다. 더불어 한국 문화권이 추구하는 불확실성의 회피 성향 역시 아름다운 외모에 대한 획일화된 기준 성립에 영향을 미쳤다. 불확실성의 회피 수준이 높은 문화권에서는 사회적으로 명확한 규범과 행동 양식을 규정하고, 이에 맞게 사고하고 행동하는 것을 선호한다 (de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010). 이러한 이유로 한국 사회에서는 아름다운 외모에 대한 사회적인 기준을 형성하고, 이에 걸맞게 자신의 외모를 변화시키고자 하는 성향이 강할 것이다. 또한, 한국 문화에서는 여성성의 가치 추구로 인해 사회적 합의를 중요시하게 되는데 (de Mooij, 2007), 이러한 문화적 조건이 아름다운 외모에 대한 기준에도 적용됨에 따라 아름다운 외모에 대한 사회적 기준이 강화되었다.

중국 문화의 경우 한국 문화와 마찬가지로 집단주의적 가치를 추구하나 한국보다 현저하게 낮은 불확실성 회피 성향으로 인해 (de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010), 아름다운 외모에 대한 사회적 기준이 한국보다는 강하지는 않았다. 또한 다민족 간의 갈등 방지와 지방분권을 통한 국가 체제 유지 전략은 (김성철, 1997; 김유리, 2005), 문화의 다양성에 대한 존중으로 이어졌다. 또한 중국 문화가 다양한 범주의 문화구성원을 결속하고 새로운 문화를 통합하여 문화의 범위를 확장시키는 것을 문화 형성의 목적으로 하는 상상된 공동체 (imagined culture)에 속한다는 점 역시 다양성의 문화를 강화시키는 요인으로 작용하였다 (Anderson, 2002).

일본 문화의 경우엔 개인주의적 가치 추구 성향이 개인의 개성을 존중하고 문화적 다양성을 추구하는 문화적 조건으로 이어져 (김희경 외, 2008; 미나미 히로시, 1995; 선우정, 2009; 임경택, 2006; Benedict, 2001), 아름다운 외모에 대한 다양한 기준이 형성되는 문화적 기반이 되었다. 더불어

어 일본 문화 역시 섬나라의 지리적 한계를 벗어나 다양한 문물을 수용하고자 하는 상상된 공동체에 속하기 때문에, 이 역시 다양한 아름다움의 기준을 수용하는 분위기 형성에 영향을 미쳤다.

② 여성의 노화에 대한 인식

여성의 노화에 대한 인식 역시 한국, 중국, 일본의 문화적 특성에 따라 다르게 나타났다. 한국 문화권에서는 여성의 노화에 대한 부정적 시선이 지배적이었던 것에 반해, 중국과 일본 문화권에서는 상대적으로 여성의 노화에 대해 인식이 관대하였다.

남성 중심적인 가부장적 문화권인 한국 사회에서 여성의 노화는 곧 여성성의 상실을 의미하였다. 한국 문화권에서 여성으로써 나이가 든다는 것은 원숙미를 배양할 수 있는 기회보다는 생물학적인 매력을 상실한다는 의미가 더 강하였고, 이러한 이유에서 다수의 한국 여성들은 젊음을 유지하기 위해 과도한 스트레스를 받으며 외모 관리에 치중하고 있었다. 한편으로는 여성으로서 자신만의 고유한 스타일을 만들 수 있고 다양한 사회 활동을 통해 내면의 아름다움을 향상시킬 수 있는 기회로 생각하는 경우도 있었으나, 이러한 이점은 노화로 인해 얻는 단점보다 크지 않다는 응답이 많았다.

한국 문화권의 이러한 결과는 여성 외모의 아름다움을 생물학적 번식의 능력으로 접근하고 있는 사회생물학적 선행 연구 결과와 일치하는 것이다 (Berger, 1986; Buss, 1989; Buss, 1995; Buss & Barnes, 1986; Luxen & van de Vijer, 2006). 젊은 여성의 신체적 조건을 선호하는 한국 문화권의 연구 결과는, 여성의 역할을 생식의 차원으로 국한시키고 있는 한국 사회의 단면을 보여주는 것이라 생각된다.

반면 중국과 일본에서는 여성의 아름다움이 여성의 나이와 반드시 비례하는 것은 아니라고 생각하였으며, 여성의 아름다움은 시간의 흐름 속에서 더욱 강화될 수 있다고 인식하였다. 이러한 이유로 인해 중국과 일본의 여성들은 외모 관리 전략을 설계함에 있어 동안에 집착하는 현상이 드물었고, 젊음을 유지해야 한다는 강박도 한국 문화권에 비해 상대적으로 적게 나타났다.

③ 전통적 미의식

각 국가의 전통적 미의식과 서구적 미의식의 유입 역시 국가 별로 서로 다른 양상을 보였다. 한국과 일본의 경우 전통적인 아름다움에 대해 자부심을 보인 반면, 중국의 경우에는 이러한 점에 대한 언급이 없었다. 특히 일본의 여성들은 한국 여성과 비교하였을 때 자국의 전통적 아름다움에 대한 강한 자부심을 가지고 있었다. 기모노를 입을 수 있는 여성에 대한 자부심은 본 인터뷰에 참가한 대부분의 일본 여성에 의해 언급될 정도로 강하게 형성되어 있었다. 이처럼 일본 여성이 자국의 전통 문화에 대한 강한 자부심을 가지고 있음에도 불구하고, 한국과 중국에 비해 서구의 미의식의 영향력이 강하게 나타났다. 문화의 다양성을 기반으로 자국 문화와 서구 문화의 공존을 추구하는 일본의 사회문화적 특성에 기인한 것이다(미나미 히로시, 1995).

한국과 일본 문화권에서 나타난 자국 문화에 대한 자부심은 아시아 지역의 전반적인 아름다움에 대한 인식이 서구화되고 있다는 선행 연구 결과(박우미, 2000; 남운자, 이승희, 2001; Brokhoff et al., 2012)와 대치되는 것이다. 본 연구의 결과는 세계화가 진행될수록 자국 문화에 대한 자긍심이 증대된다는 문화 상대주의적 관점을 지지하는 것이라 생각된다(이영철, 1996).

④ 미디어의 영향력

한국과 중국, 일본 문화권 모두에서 미디어가 미의식에 강한 영향을 미치고 있었으나, 각각의 문화권 별로 실제 나타나는 현상에는 약간의 차이가 있었다. 한국의 경우 성형의 보급과 왜곡되고 획일화된 미의식 형성에 미디어의 영향력이 강하게 나타난 것에 반해, 중국과 일본에서는 미디어를 통해 확산되고 있는 한류의 영향으로 여성의 아름다운 외모에 대한 인식에 변화가 있었다.

한국에서는 미디어를 통해 빈번하게 노출되는 성형 연예인의 모습과, 이들이 보여주는 과감한 성적 노출로 인해 일반 여성의 미의식에도 변화가 있었다. 외모의 급격한 개선을 이룬 성형 연예인의 사례를 빈번하게 접한 한국 여성들은, 본인 역시 성형을 통해 외모를 개선하고 싶은 강한 욕구를

형성하게 되었다. 이러한 욕구에 타인과의 경쟁 의식과 우월함 추구 성향이 더해져, 성형에 관대한 문화가 형성되었다.

이러한 연구 결과는 미디어가 외모의 아름다움에 대한 인식에 있어 사회적 비교의 기준이 된다는 선행 연구 결과와 일치하는 것이다(Baker, 2005; Groesz et al., 2001; Jung & Lee, 2009; Park, 2005; Silverstein et al., 1986; Tiggemann & Pickering, 1996). 특히 한국 문화권에서 외모의 아름다움에 미디어가 강한 영향력을 행사하는 이유는, 한국 문화권이 갖고 있는 집단주의 문화와 불확실성에 대한 회피 성향 때문이다(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010). 한국에서는 사회적 규범과 가치를 사회적 비교의 기준으로 삼는 경향이 강하게 나타났다. 미디어 역시 사회적 규범과 가치 형성에 영향을 미치게 되므로, 외모의 아름다움에 대한 사회적 비교의 기준에 미디어가 강한 영향을 행사하였다.

중국과 일본의 경우 미디어에 등장하는 성형 연예인에 대해 한국 사회와는 다른 반응을 보였다. 이들은 연예인들은 직업적인 이유에서 성형을 하는 것이므로, 일반인까지 성형을 할 필요는 없다고 생각하였다. 반면에, 중국 여성들은 미디어를 통해 전파되는 정보에 대한 의구심이 낮아, 성형을 통해 아름다워진 연예인도 성형을 하지 않았다고 생각하는 경향이 강했다.

중국은 한국처럼 집단주의 문화권에 속하지만 문화적 다양성에 있어서는 한국보다 관대하기 때문에(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010), 미디어를 통해 확산되는 왜곡된 미의식의 영향력이 한국보다 낮게 나타났다. 반면에 중국은 한국보다 높은 권력 거리로 인해(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010), 미디어를 통해 유포되는 정보에 대한 의구심이 적었다.

일본 문화는 앞서 살펴본 바와 같이 개인의 개성, 다양한 문화를 존중하는 개인주의적 문화로 인해(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010), 미디어를 통해 확산되는 외모에 대한 획일적인 아름다움의 기준보다는 개개인의 개성을 아름다운 외모의 기준으로 삼았다.

중국과 일본 모두에서 미디어를 통해 확산된 한류 열풍에 영향을 받은 한국적 미의식이 전반적 미의식 형성에 영향을 미치고 있었다. 이는 아시아를 중심으로 시작된 한류 열풍이 단순히 엔터테인먼트 산업의 범주를 넘

어 패션 산업으로까지 확장되고 있음을 반증하는 결과이다(Shuling, 2011). 중국에서는 한국 여성의 패션과 화장, 피부 관리 등 전반적인 외모 관리 방법에 관심을 보였으며, 일본의 경우에는 여러 외모 관리 방법 중에서도 특히 피부 관리 방법에 큰 관심을 보였다.

여기서 주목할 점은 중국과 일본에 형성되어 있는 한국 여성의 이미지가 상이하다는 점이었다. 중국 여성은 한국 여성의 부드럽고 편안한 이미지에 호감을 느낀 것에 반해, 일본 여성은 한국 여성의 예쁘고 여성적인 이미지를 선호하였다. 이러한 이유로 인해 중국과 일본에서 인기를 끄는 한류 연예인에도 국가 별 차이를 보였다.

중국과 일본에 부는 한류의 바람이 한국 여성에 대한 긍정적인 인식만을 심어준 것은 아니었다. 양국에서 모두 한국 여성이 지나치게 외적인 아름다움에만 치중한다는 응답을 보였으며, 성형을 통해 획일적인 아름다움을 추구하는 것을 부정적으로 평가하였다. 더불어 스트레스를 받으면서 외모를 가꾸어야 하는 한국 여성을 안쓰럽게 생각하는 경향까지 보였다.

(2) 사회 전반의 문화적 특성

외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회 전반의 문화적 조건은 각각의 국가 별로 상이한 범주를 보였다. 한국의 경우 '가부장적 문화'와 '강력한 외모의 사회적 권력' 범주가, 중국의 경우에는 '여성의 사회적 지위 향상'과 '낮은 외모의 사회적 권력'의 범주가, 일본의 경우에는 '문화의 다양성', '타인을 의식하는 문화', '사회적 권력'의 범주가 도출되었다.

① 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 한국 문화 전반의 특성

한국 여성의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 요인인 가부장제는 한국 여성의 억압된 미의식에 가장 큰 영향을 미치는 요인 중 하나였다. 한국 사회의 남성 중심의 가부장적 문화는 여성의 사회적 역할을 제약하고 있었으며, 여성의 능력보다는 외모가 더 중요하다는 인식 확산에 영향을 미쳤다. 한국의 가부장적 문화는 여성의 능력을 기반으로 사회적으로 성공하는 것 보다는 남성에게 소구 하는 외모를 갖추어 좋은 배

우자를 만나 결혼하는 것이 사회적 성공에 버금가는 것이라는 인식을 강화시켰다. 여기에 남성들의 왜곡된 미의식이 더해져, 한국 여성들은 남성이 여성을 선택함에 있어 능력이나 성격보다는 외모를 우선시 하는 경향이 강하다고 응답하였으며, 여성 외모의 아름다움도 생물학적인 나이에 의해 결정된다고 인식하였다.

이러한 연구 결과는 외모에 대한 인식에 사회적 성이 영향을 미친다는 선행 연구 결과와 일치하는 것이다(Jackson et al., 1988; Martz et al., 1995; McKinley & Hyde, 1996). 한국의 경우 여성의 사회적 역할 변화, 양성 평등의 가치가 확산되었음에도 불구하고, 아직까지 여성의 성 역할을 가정과 자손 번식에 국한시키는 가부장적 문화가 여성의 왜곡된 미의식 형성에 영향을 미치고 있었다.

한국 여성의 아름다움에 대한 인식은 가부장제와 함께 미인의 사회적 권력화 현상에도 영향을 받고 있었다. 한국 여성들은 여성의 능력보다는 외모가 인정받는 사회문화적 분위기 속에서, 매력적인 외모를 가진 여성은 사회적 발탁의 기회가 증가하고 우수한 사회적 자산과 지위를 점유할 수 있다고 믿고 있었다.

이러한 연구 결과는 외모의 사회적 경쟁으로 인해 나타나는 외모의 사회적 권력화 현상과 맥을 같이 하는 것이다(성영신, 박은아, 2009; Dion et al., 1972; Engeln-Maddox, 2006; Evans, 2003; Langlois et al., 2000; Reis et al., 1982). 한국 문화권의 불평등한 권력에 대한 의구심(de Mooij, 2007; Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010), 높은 인구 밀도(Berger, 1986; Foster, 1965; Hairston et al., 1960), 집약적인 경제 성장의 역사(Kuznets, 1988) 등의 요소가 강한 사회적 경쟁을 유발하였다. 이러한 사회적 경쟁의 강화는 아름다운 외모를 통해 사회적 권력을 취하고자 하는 현상으로 이어져, 미인의 사회적 권력이 증대되는 현상으로 나타났다.

이상과 같은 가부장제와 미인의 사회적 권력화는 한국 여성의 아름다운 외모에 대한 스트레스와 강박감, 양가성을 조장하는 사회문화적 조건으로 작용하였다.

② 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 중국 문화 전반의 특성

중국 여성의 경우에는 한국과는 다르게 여성의 사회적 지위가 신장되어 있었다. 유교 문화는 중국을 중심으로 발달하여 한국 사회에 전파되었으나, 중국은 공산주의 혁명 이후 유교 문화의 폐해가 감소하여, 여성의 사회적 지위가 급상승하여 오늘에 이르고 있다. 여성의 사회적 지위 향상으로 여성도 사회적 능력을 갖추고 사회의 구성원으로써 제 역할을 다 해야 한다는 인식이 확산되었으며, 가정 내에서도 양성 평등이 이루어져 여성의 사회 진출을 돕고 있었다. 한편 강한 여성상의 확산으로 남성이 오히려 여성화되고, 강한 여성의 이미지가 편안함과 거리가 멀다는 인식이 강해져 이에 대한 반감도 함께 형성되었다.

중국 사회는 한국 사회와 비교하였을 때, 미인의 사회적 권력화 현상이 약한 편이었다. 중국 사회에서 여성이 성공하기 위해서는 외모보다는 능력이 중요시 되었으며, 매력적인 외모가 장기적인 사회적 관계에 있어 큰 영향력을 행사하지는 않는다고 하였다. 그러나 높은 권력에 대한 순응을 보여 미디어로부터 얻은 정보에 대해 의구심이 낮았다. 이러한 영향으로 성형 연예인들도 성형을 하지 않았을 것이라고 믿는 경우가 대다수였다.

김선주 등(2005)의 연구에 의하면, 중국 문화권에서 이루어진 여성의 사회적 역할 변화는 모택동 혁명 이후에 이루어진 여권 신장에 기인한 것이었다. 모택동 혁명을 통해 공적 영역에 대한 여성의 역할 변화가 먼저 일어나, 여성은 경제적 활동의 기회와 남성과 동등한 교육의 기회를 제공받았다. 공적 영역의 역할 변화는 사적 영역의 역할 변화로 이어져, 가정 내에서 여성의 역할도 남성의 조력자에서 남성과 평등한 가족 구성원으로 변화되었다. 이러한 문화적 배경에 의해 중국 사회 전반에 여성의 사회적 역할에 변화가 발생하였으며, 여성의 사회적 역할 변화는 여성의 외적인 특성보다는 여성의 능력을 중요시하는 사회문화적 분위기로 이어졌다.

그러나 모택동 혁명을 통해 지속적으로 유지된 공산주의 정치 체제는 중국 문화의 높은 권력 거리로 이어져, 사회적 권력에 의해 제공된 정보에 대한 의구심을 낮추는 결과를 낳았다(de Mooij, 2007). 중국의 여성들은 미디어에 의해 제공된 정보에 대한 낮은 의구심으로 인해, 성형 연예인도 성형하지 않았을 것이라 생각하고 있었다.

③ 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 일본 문화 전반의 특성

일본 역시 아름다움의 인식에 영향을 미치는 고유한 문화적 특성을 보였다. 일본에서는 다양한 문화적 가치를 존중하는 사회문화적 분위기로 인해 (김희경 외, 2008; 미나미 히로시, 1995; 선우정, 2009; 임경택, 2006; Benedict, 2001), 새로운 것에 대한 수용에 관대하고 획일화된 문화적 규범의 사회적 영향력이 적었다. 일본인들은 타인과 같아지기보다는 타인과 구별되는 것을 선호하여 다양한 패션 스타일이 공존하고 있었으며, 다양한 미의식을 수용하여 한국과 중국에 비해 압도적으로 다양한 종류의 외모 이미지를 미인의 특성으로 언급하였다.

일본인은 다양성에 대한 선망을 기반으로 타인과 구별되는 나만의 가치를 추구하면서도, 자신이 갖고 있는 가치를 타인에게 인정받고자 하는 모순적인 성향을 갖고 있었다(미나미 히로시, 1995; Benedict, 2001). 그러나 타인과 구별되고자 하는 성향과 타인에게 인정받고자 하는 것이 상호별개의 속성임을 감안하였을 때(Irmak et al., 2010), 타인에게 자만의 개성을 인정받고자 하는 일본 문화의 모순을 이해할 수 있으리라 생각한다.

타인의 평가에 민감한 일본 여성들은 타인이 자신을 주의 깊게 관찰하기 때문에 항상 외모를 철저히 가꾸어야 한다고 생각하였으며, 그렇지 못할 경우에는 수치심을 느끼고 스트레스를 받았다. 한국 여성과 일본 여성 모두가 외모 관리에 대한 스트레스를 받는다는 점은 동일하였으나, 두 문화권에 있어 차이점 역시 발견되었다. 한국 여성은 외모 관리를 철저히 해야 한다는 점에서 스트레스를 받고 있는 반면, 일본 여성은 외모 관리를 철저히 하지 못하는 상황 그 자체에서 스트레스를 받고 있었다.

이러한 현상은 Benedict(2001)에 의해 제시된 일본인이 갖고 있는 수치의 문화에 기반한 것이다. 수치는 사회적 기대에 부합하지 못했을 때 느끼는 열등감과 유사한 감정으로, 사회적 합의에 벗어난 행동을 하였을 때 타인으로부터 받게 될 비난에 대한 두려움과도 연관이 있는 감정이다. 수치의 감정은 일본 문화 전반에 걸쳐 나타나는 거대한 문화적 패턴으로, 일본은 수치의 감정을 기반으로 사회적 통제를 시행하고 사회적 발전을 이뤄냈다. 일본의 수치 문화로 인해 일본 여성들은 타인에게 받게 될 비난을 방지하고자 철저히 외모 관리를 시행하였다. 수치의 문화를 기반으로 일

본이 사회적 발전을 이루어낸 것처럼, 세계적 수준에 도달해 있는 패션, 화장품 산업 같은 일본의 외모 관리 산업 역시 일본인들이 갖고 있는 수치적 문화를 기반으로 양적, 질적 발전을 이룩할 수 있었으리라 생각된다.

일본의 문화는 타인의 시선을 의식하는 경향이 강하지만, 반대로 타인의 사생활에는 큰 관심을 보이지 않았다(미나미 히로시, 1995; 선우정, 2009). 일본인들은 타인의 사생활을 침해하는 것은 타인에게 피해를 주는 일이라 생각하였으며, 이러한 이유에서 자신의 사생활도 타인과 공유하기를 꺼려했다. 특히 개인의 신체적 특성에 관한 정보 공유는 사생활을 침해하는 것이라 생각하였기 때문에, 성형에 대한 정보 공유와 타인의 외모에 대한 평가를 극도로 자제하는 사회문화적 분위기가 형성되어 있었다. 다시 말해, 대부분의 일본인들은 타인이 자신을 주목하고 있다고 생각하고 타인에게 피해를 주지 않기 위해 노력하지만, 일본인 개인은 타인의 사생활에 큰 관심을 보이지 않는 모순된 특성을 갖고 있었다.

일본의 특유한 문화적 특성과 더불어 미인이 가지는 사회적 권력 역시 아름다움의 인식에 영향을 미쳤다. 일본에서는 중국보다는 약하지만 여성의 사회적 지위가 점차 강화되고 있었으며, 중국과 마찬가지로 여성의 외모보다는 능력을 우선시하는 사회적 분위기가 형성되어 있음이 본 연구를 통해 확인되었다.

3. 외모 아름다움 인식의 기준

한국, 중국, 일본 세 국가 모두에서 여성 외모의 아름다움을 인식하고 평가하는 기준의 범주는 동일하게 나타났다. 객관적 아름다움에 대한 기준으로 작용하는 '외모의 조형적 특성'과 주관적 아름다움에 해당하는 '외모의 계슈탈트적 이미지'가 한국, 중국, 일본 문화권에서 동일한 범주로 구성되어 있었다. 이들 범주 간의 보편성과 특수성은 다음의 <표 5-7>과 같이 정리할 수 있다.

<표 5-7> 외모의 아름다움에 대한 인식 기준의 보편성과 특수성

보편성 : 미인의 외모 특성	특수성: 외모의 계슈탈트적 이미지		
	한국	중국	일본
<ul style="list-style-type: none"> • 서구적이고 현대적인 외모 • 전통적인 외모 • 균형과 조화 	<ul style="list-style-type: none"> • 가부장적 문화에 영향을 받은 이미지 	<ul style="list-style-type: none"> • 여권 신장의 영향을 받은 이미지 	<ul style="list-style-type: none"> • 개성 추구의 영향으로 다양한 이미지 선호

(1) 미인 외모의 특성

외모의 조형적 요소는 한중일 세 국가에서 모두 동일한 하위 범주로 구성된 보편적 특성을 보였다. 이는 아름다움을 평가하는 외모의 기준이 전세계적으로 유사해지고 있는 현대 사회의 특성과 일치하는 결과이다.

'균형과 조화를 갖춘 외모'의 하위 범주를 통해 세 국가 모두에서 신체 구성 요소 간의 비율과 조화가 외모의 중요한 평가 기준이 되고 있음을 확인하였다. 신체의 균형과 조화를 중시하는 연구 결과는 고대 그리스 시대부터 형성되어온 절대적인 아름다움의 기준에 부합하는 것이다(김민자, 2004a; 김주현, 2009; 김진엽, 2002; 설혜심, 2002; 오생근, 1997; Eco, 2004; Tatarkiewicz, 1980). 또한 이러한 연구 결과는 현대 사회의 이상적인 외모의 기준과 관련된 연구 결과와도 일치하는 것이다(남윤자, 이승희, 2001; 박우미, 2000; 이승희 외, 2001; Langlois et al., 1987).

'서구적이고 현대적인 외모'의 하위 범주와 '전통적인 외모'의 하위 범주가 세 국가 모두에서 동일하게 나타났다. 이러한 결과를 통해 미의 서구화가 진행되고 있는 현대 사회의 특성에도 불구하고, 각 국가 별 전통적 미인관 역시 아름다운 외모에 대한 평가와 인식에 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 세 국가 모두에서 서구적인 신체적 특성을 아름답게 인식하고 있었고, 특히 이러한 점은 인터뷰에 참가한 젊은 세대의 여성에게 선호되는 특성이었다. 더불어 오랜 기간에 걸쳐 각각의 문화권에서 미인의 신체적 특성으로 인식되어온 요인 역시 외모의 아름다움을 평가하는 기준이 되었다. 특히 전통적 미인의 기준은 모든 문화권에서 전 연령대에 걸친 고른 선호를 보였다. 한국에서는 선이 곱고 부드러운 신체적 특성을, 중국에서는

등근 얼굴형에 오목조목한 이목구비와 볼륨 있는 몸매를, 일본에서는 검은 머리카락에 하얀 피부를 가진 단정한 신체를 전통적 아름다움의 요소로 생각하였다.

주목할 만한 점은 세 국가 모두에서 하얀 피부를 전통 미인의 조건으로 인식하고 있었다는 것이다. 일반적으로 서구적 미의식의 영향으로 하얀 피부를 선호한다고 생각할 수도 있으나, 오히려 현대 서구 사회에서는 약간 그을린 피부를 아름다운 외모의 조건으로 여기고 있다. 또한, 동양 문화권에서 전통적으로 하얀 피부를 선호하였다는 점을 감안하였을 때, 하얀 피부의 선호는 동아시아 문화권의 공통된 전통 미인의 기준이라 할 수 있다.

(2) 미인이 갖고 있는 외모의 계슈탈트적 이미지

신체의 여러 요소가 복합적인 상호 작용을 통해 형성하는 외모의 계슈탈트적 이미지에 대한 선호는 각 국가 별로 상이한 특성을 보였다. 한국 사회에서는 가부장제의 영향을 받은 여성상이, 중국 사회에서는 여권 신장의 영향으로 강하고 독립적인 이미지가, 일본 사회에서는 다양성을 존중하는 문화의 영향으로 상이한 특성을 가진 다양한 이미지가 언급되었다.

① 한국 문화권의 미인 이미지

한국의 젊은 세대 여성이 선호하는 개인적 미인과 국가적 미인의 이미지에 큰 차이가 있었다. 한국 문화권에서 일반적으로 다수의 사람들이 아름답다고 생각하는 국가적 미인의 이미지는 대부분이 가부장제와 남성중심주의에 부합하는 것이었다. '참한 현모양처의 이미지', '청순하고 깨끗한 이미지', '우아하고 귀족적인 이미지' 등이 국가적 미인으로 언급되었다.

반면에 개인적 미인은 '능력 있고 당당한 이미지', '친근감 있는 이미지'가 언급되어, 젊은 한국 여성을 중심으로 전통적인 미의식에 변화가 일고 있음을 감지할 수 있었다. 그러나 아직까지도 자신의 성적 매력을 발산하는 여성에 대한 비하 현상이 여성의 아름다움을 인식하는 기준에 큰 영향을 미치고 있었다.

② 중국 문화권의 미인 이미지

중국 여성 역시 개인적 미인과 국가적 미인의 이미지에 차이가 있었으나, 한국의 경우와는 상반되는 결과를 보였다. 중국 여성들은 여성의 사회적 권익 향상을 기반으로 여성의 지위가 향상되어 사회적으로 강한 면모를 보이는 '독립적인 여성상'을 국가적 미인의 기준으로 삼았다. 남성에게 의지하기보다는 스스로 주체적이고 당당한 삶을 살아가는 여성에 대한 전망이 특히 젊은 여성을 중심으로 강하게 형성되어 있었다. 더불어 '우아하고 귀족적인 이미지' 역시 중국 여성들에게 국가적 미인으로 언급되었다. 그러나 이러한 이미지들은 쉽게 접근하기 어려운 인상을 준다는 점에서 일부 응답자들에게 양가 감정을 느끼게 하였다.

중국 여성들은 이러한 국가적 미인에 대한 반감으로 인해 개인적 미인으로는 '부드럽고 편안한 이미지'를 선호한다고 하였다. 너무 드세지 않고 친근하고 발랄하며 타인을 배려하는 느낌의 부드럽고 편한 이미지는, 특히 중국에서 인기 있는 한류 연예인의 이미지라는 점에서 중국에 부는 한류 열풍의 원인을 유추할 수 있었다. 더불어 30대 초반의 중국 여성들은 중국의 전통 미인인 '길한 이미지'의 미인을 선호한다는 응답을 보였다. 이는 중국 특유의 기복 사상이 미인형에도 반영된 주목할만한 결과이다.

③ 일본 문화권의 미인 이미지

한국과 중국 여성과는 달리 일본 여성들은 국가적 미인과 개인적 미인에 있어 특별한 이미지의 선호를 보이지 않았으며, 국가적 미인과 개인적 미인 모두에 있어 한국과 중국보다 다양한 이미지가 언급되었다. 이러한 특성은 일본 사회가 다양성에 가치를 두는 문화적 풍토를 형성하고 있기 때문인 것으로 보인다. 사회 진출을 앞둔 젊은 여성의 전망이 되는 '강렬하고 당당한 이미지', 개성을 추구하는 일본인의 취향에 맞는 '이국적이고 개성 있는 이미지', '일본의 전통적 미인 이미지', '독립적인 여성의 이미지', '부드럽고 편안한 이미지', '보호 본능을 자극하는 이미지', '원숙한 여성미', '칭순하고 깨끗한 이미지', '예쁘고 여성적인 이미지'의 상호 다른 여성미가 함께 공존하면서 일본 문화의 다양성을 반영하였다.

4. 외모 아름다움에 대한 감정

한국, 중국, 일본의 여성들은 외모의 아름다움에 대한 인식의 감정적 결과로, 외모의 아름다움에 대한 감정을 느끼고 있었다. 한국과 중국, 일본 여성 모두 외모의 아름다움과 관련된 다양한 범주의 긍정적 감정과 부정적 감정을 느끼고 있었고, 각 국가 별로 하위 범주의 다양성과 감정의 정도에 있어 차이를 보였다. 한국 여성들은 미인, 외모 관리, 성형에 대한 강한 양가 감정을 느끼고 있었던 것에 반해, 중국 여성들은 아름다움과 관련된 양가 감정이 거의 발견되지 않았다. 일본 여성들은 미인과 외모 관리에 대해 양가 감정을 느끼고 있었으나, 본인의 감정 표현을 자제하는 일본인들의 성향으로 인해 양가 감정의 범주와 감정의 격차가 한국에 비해 적게 나타났다. 범주의 다양성 측면에서 외모의 아름다움과 관련된 감정을 살펴보면, 한국 여성들이 외모의 아름다움과 관련된 가장 다양한 감정을 느끼고 있었고 일본 여성들은 감정의 범주와 종류에서 모두 제한적인 응답을 보였다.

<표 5-8>은 한국, 중국, 일본의 세 국가의 2, 30대 여성이 외모의 아름다움을 인식하는 과정에서 느끼게 되는 감정의 특수성을 정리한 것이다. 여성 외모의 아름다움에 대한 인식 과정에서 느끼게 되는 감정에 있어, 다른 패러다임 요소와는 달리 보편적인 감정이 발견되지 않았다. 여기서는 감정의 범주 별로 나타난 한중일 세 문화권의 특성에 대해 살펴보겠다.

<표 5-8> 외모 아름다움에 대한 감정의 보편성과 특수성

보편성	특수성		
	한국	중국	일본
발견되지 않음	<ul style="list-style-type: none"> • 미인, 외모 관리, 성형에 대한 양가 감정 • 미인, 본인의 외모, 외모 관리, 성형, 노화 등 다양한 외모 아름다움의 범주와 관련된 긍정적/부정적 감정 	<ul style="list-style-type: none"> • 미인, 본인의 외모, 외모 관리, 노화에 대한 긍정적인 감정이 주류 • 성형에 대한 부정적 감정 • 아름다움과 관련된 하위 범주에서 약한 수준의 양가 감정 	<ul style="list-style-type: none"> • 자신의 감정에 대한 표현에 익숙하지 않아 아름다움에 대한 감정의 하위 범주가 미인, 외모 관리, 성형에 국한됨 • 미인, 외모 관리에 대한 양가 감정 • 성형에 대한 부정적 감정

(1) 미인에 대한 감정

한국 문화권에서는 미인에 대한 양가 감정이 강하게 나타났다. 획일화된 미의 기준과 미인에게만 관대한 사회문화적 분위기 속에서 한국 여성들은 미인의 외모를 부러워하고 닮고 싶고 선망하나, 한편으로는 이들에게 짜증, 질투, 분노, 열등감, 소외감을 느끼고 있었다. 아름다움은 기본적으로 인간에게 긍정적 감정인 쾌를 유발하나(Amstrong & Detweiler-Bedell, 2008), 미인의 사회적 권력이 강화되면서 권력을 획득하지 못한 일반 여성이 느끼는 미인에 대한 부정적 감정이 증대된 것으로 보인다.

한국 여성에 비해 중국 여성들은 미인에 대한 감정에 있어 비교적 안정적인 모습을 보여주었다. 중국 여성들이 미인에 대해 느끼는 감정의 대부분이 부정적인 감정보다는 긍정적인 감정이 우세하였으며, 미인에 대해 느끼는 양가 감정도 특정한 이미지를 가진 미인에게만 국한되어 나타났다. 이는 사회적으로 다양한 아름다움의 기준이 확산되어 있고 미인의 사회적 권력화가 심화되지 않은 중국의 사회문화적 분위기로 인해, 중국 여성들이 주체적으로 자신의 아름다움을 관리하며 외모 관리에 대한 외부의 압력이나 스트레스를 적게 받고 있기 때문인 것으로 생각된다.

일본 여성들은 한국과 중국 여성에 비해 미인에 대해 다양한 감정을 표출하지 않았다. 미인에 대해서는 긍정적인 감정이 부정적인 감정보다 더 빈번하게 표출되었고, 양가 감정에 대한 언급은 없었다. 이러한 결과가 자신의 감정을 표현하는 것이 타인에게 피해가 된다고 생각하는 일본인의 성향에 의한 것인지(선우정, 2009), 아니면 이들이 외모 관리에 대한 약한 강박감과 스트레스로 인해 감정 자체를 못 느끼는 것인지 논의가 필요하다.

양가 감정에 대한 연구를 살펴보면 감정을 다양하게 인식하고 이를 조절할 수 있는 능력을 의미하는 정서 지능이 높은 사람일수록 양가 감정을 더 잘 느끼고, 이러한 정서 지능을 기반으로 양가 감정을 극복하여 안정적인 정서를 유지할 수 있다는 결과가 있었다(문용린, 2011). 이러한 연구 결과를 기반으로 하였을 때, 양가 감정이 반드시 부정적인 결과만을 초래하는 것이 아니며 오히려 정신적 불안정을 치유하는 감정적 과정 될 수도 있을 것이다. 본 연구의 결과에서 한국 여성들이 중국과 일본 여성에 비해 미인에 대해 양가 감정을 더 강하게 느끼는 것으로 나타났으나, 이러한 양가 감정을 통해 외모에 대한 스트레스와 강박을 어떠한 방법으로 해결할 수

있는지에 대한 추가적인 연구가 필요할 것이다.

(2) 외모 관리에 대한 감정

한국 여성들이 느끼는 미인에 대한 강한 양가 감정은 아름다움을 유지, 발전시켜야 한다는 외모 관리에 대한 부담으로 이어져, 이들은 사회적으로 획일화된 미의 기준에 부합하지 못하는 자신의 외모로 인해 극심한 스트레스를 받고 있었다. 이러한 연구의 결과는 외모의 아름다움이 사회적 규범 화됨에 따라 사회 구성원의 강박과 스트레스가 증대된다는 선행 연구 결과와 일치하는 것이다(Reilly & Rudd, 2010). 한국 여성들은 외모 관리에 대한 부정적 감정과 더불어 긍정적 감정도 느끼고 있었다. 인간이 갖고 있는 외모 관리의 기본적 욕구로 인해(Kaiser, 1990), 여성으로써 외모를 아름답게 가꾸는 것 그 자체에 긍정적인 감정도 함께 느끼고 있었다.

중국 여성들은 외모 관리에 있어서도 비교적 안정적인 감정을 표현하였다. 아름다움을 유지, 발전시켜야 한다는 강박 관념이 적었으며 오히려 일상에서의 과도한 외모 관리의 필요성을 느끼지 못하였다. 이러한 현상의 원인은 중국 여성들이 아름다움을 유지, 발전시켜 타인을 능가하는 아름다움을 추구하기 보다는 아름다움을 발전시키는 과정 그 자체에 가치를 두고 있기 때문이었다.

일본인들 역시 외모 관리에 대해 강한 양가 감정을 느끼고 있었다. 자신의 감정에 대한 표현을 많이 하지 않았던 일본 여성들이 비교적 자신의 감정에 대한 솔직한 응답을 한 범주가 바로 외모 관리에 대한 감정이었다. 일본의 젊은 여성들은 외모 관리에 소홀한 것에 대해 강한 스트레스를 받고 있었으며, 외모 관리 자체에 대한 스트레스는 비교적 적었다. 오히려 다양한 스타일을 시도해 볼 수 있는 외모 관리 행동을 적극적으로 즐기는 모습이 발견되었다.

(3) 성형에 대한 감정

한국 사회의 획일화된 미의식과 아름다운 외모의 사회적 권력화 현상은

여성들에게 성형을 해서라도 미인이 되어야 한다는 강박을 조장하였다. 특히 미디어를 통해 성형 미인이 널리 알려지고, 성형 기술의 발달로 만족할 만한 수준의 결과를 보장받게 되면서, 일반인을 대상으로 한 성형이 확대되었다. 한국 여성들은 성형에 대한 정보 습득을 통해 성형 결과에 대한 기대 수준이 높아져, 성형에 대한 긍정적 기대가 증가하였다. 그러나 여전히 성형 중독과 통증에 대한 두려움과 같은 부정적 감정이 잔존하고 있어, 성형에 대한 양가 감정을 유발하고 있었다. 한국 여성이 갖고 있는 성형 자체에 대한 양가 감정은 성형 미인에 대한 양가 감정으로 이어졌다. 한국 여성들은 성형의 위험을 무릅쓰고 성형을 시행한 성형 미인의 노고를 인정하고 성형 미인의 개선된 외모를 부러워하면서도, 이들이 갖고 있는 인공적인 아름다움을 비하하고 조롱하였다.

반면에 중국 여성들은 인공적인 방법을 통해 외모를 개선시켜야 하는 필요성을 느끼지 못하고 있어서인지, 성형과 성형 미인에 대해 부정적인 감정을 느끼고 있었다. 이들은 성형 미인의 인공적인 아름다움을 비하하여, 성형 미인의 외모를 인위적이고 부자연스럽게 여겼다. 또한 이들은 성형이 건강에 좋지 않고 통증을 유발하며, 개인의 고유한 아름다움을 훼손시키기 때문에 부정적인 감정을 느낀다고 하였다.

일본 여성들 역시 성형에 대해서 중국 여성들과 마찬가지로 성형에 대해 부정적인 감정을 느끼고 있었다. 차이가 있다면 중국 여성들은 성형 미인의 인위적인 모습에 대해 부정적인 감정을 느끼는 반면, 타인의 평가를 의식하는 일본 여성들은 성형 미인의 자신감이 없는 모습에 부정적인 감정을 느꼈다. 또한 이들은 성형에 대한 부정적인 인식으로 인해 성형 사실이 주변에 알려진다면 사회적 평판에 해를 끼칠 것이라 염려하였다.

(4) 노화에 대한 감정

한국과 중국 여성들이 노화와 관련된 긍정적인 감정과 부정적인 감정을 언급한 반면, 일본 여성들은 이 부분에 대한 언급이 없었다. 생물학적으로 노화된다는 것은 곧 여성성의 상실을 의미하는 것이기 때문에, 한국과 중국 여성 모두는 여성으로써 나이 먹는다는 것에 대해 두려움과 스트레스를

느끼고 있었다. 차이가 있다면 중국 여성들은 노화에 대한 두려움과 스트레스에도 불구하고 노화되면서 변화하는 자신의 외모를 있는 그대로 받아들이고자 하는 것에 반해, 한국 여성들은 외모 관리를 통해 노화를 늦추고자 하였다. 대부분의 한국 여성들이 노화를 늦추기 위해 외모 관리에 신경을 쓰지만 정작 노화가 진행된 나이든 여성이 과도하게 동안을 추구하는 것에 대해서는 부정적인 감정을 느낀다고 하였다.

노화에 대한 긍정적인 감정에 있어서도 한국과 중국이 일치하는 결과를 보였다. 두 문화권의 여성 모두 여성으로써 나이가 들면서 다양한 사회 경험을 통해 삶의 지혜를 터득하게 될 것이라 생각하였으며, 이를 기반으로 나만의 고유한 스타일과 원숙한 아름다움을 얻게 될 것이라는 기대감을 갖고 있었다.

(5) 본인의 외모 아름다움에 대한 감정

본인의 외모에 대한 감정 역시 한국과 중국 집단의 인터뷰에서만 발견된 아름다운 외모와 관련된 감정이었다. 일본 여성들은 자신의 외모와 관련된 발언을 대중 앞에서 하는 것을 꺼리는 성향이 있는데(미나미 히로시, 1995), 이러한 성향 때문에 자신의 외모에 대해 느끼는 감정 역시 인터뷰 중에 언급하지 않았다.

한국 여성들은 자신의 외모와 관련하여 부정적인 감정을 더 많이 언급하였다. 자신의 외모를 가꾸지 않은 것에 대한 후회, 자괴감, 짜증을 느낀다고 하였으며, 사회적으로 과소 평가 받는 것에 대해서는 소외감, 상실감을 느낀다고 하였다. 또한 이성에게 주목 받지 못하는 자신의 외모로 인해 스트레스, 소외감, 열등감을 느끼고 있었다. 이러한 상황 속에서도 한국 여성들은 자신의 외모에 자족하면서 자신만의 고유한 매력을 개발하고자 하였다. 그러나 이러한 자족은 자신의 외모에 대한 완벽한 자족이라기보다는, 주어진 상황을 변화시킬 수 없는 상태에서 일어난 일종의 타협에 가까웠다.

한국 여성과는 반대로 중국 여성들은 자신의 외모에 대해 대부분 긍정적인 감정을 느끼고 있었다. 이들 역시 자신의 외모에 자족한다고 응답하였으나, 한국 여성이 느끼는 타협에 가까운 자족이 아닌 자신감과 만족을 기

반으로 한 자족이라는 점에서 한국 여성이 느끼는 감정과 차이를 보였다.

5. 외모 아름다움에 대한 태도

한국, 중국, 일본의 여성들은 모두 외모 아름다움에 대한 태도적 결과로, 외모 아름다움에 대한 태도를 형성하고 있었으며, 각 국가의 문화적 차이로 인해 상호 다른 결과를 보였다. 다음의 <표 5-9>는 한국, 중국, 일본의 2, 30대 여성이 인식하는 아름다움에 대한 태도의 보편성과 특수성을 정리한 것이다.

<표 5-9> 외모 아름다움에 대한 태도의 보편성과 특수성

보편성	특수성		
	한국	중국	일본
<ul style="list-style-type: none"> 본인의 외모에 대해 자족하는 경향 → 결과는 동일하나, 각기 다른 사회문화적 조건으로 인해 각 국가 별 원인은 상이함 	<ul style="list-style-type: none"> 미인, 성형에 대한 양가적 태도 본인의 외모, 외모 관리, 노화에 대한 긍정적 태도 	<ul style="list-style-type: none"> 미인, 본인의 외모, 외모 관리, 노화에 대한 긍정적 태도 성형에 대한 부정적 태도 외모 아름다움에 대한 중립적 태도 	<ul style="list-style-type: none"> 외모 아름다움, 외모 관리에 대한 양가적 태도 미인에 대한 중립적 태도 성형에 대한 부정적 태도

(1) 미인에 대한 태도

한중일 세 문화권에서 미인에 대한 각기 다른 태도가 형성되어 있었다. 한국 문화권의 경우, 미인에 대한 양가 감정을 기반으로 양가적 태도가, 중국의 경우엔 긍정적 태도가, 일본의 경우엔 중립적 태도가 형성되어 있었다.

한국 여성들은 주변에 알고 지내는 미인에 대해 긍정적 태도를 형성하고 있어, 인터뷰 참가자들이 실제적으로 알고 지내는 미인들은 성격도 좋고 능력도 우수한 경우가 많았다. 그러나 미인이 갖고 있는 사회적 경쟁력과 우수한 인적 자원, 미인에게만 관대한 사회적 분위기로 인해 미인에 대해

부정적인 태도를 형성하게 되는 경우도 있었다. 이러한 이유로 미인은 자기 개발에 소홀하거나 능력이 부족할 것이라는 부정적인 사회적 편견도 형성되어 있었다.

중국 여성들은 미인에 대한 긍정적인 태도를 형성하고 있었다. 발전적 아름다움에 가치를 두는 중국 여성의 미적 성향으로 인해, 미인에 대한 태도 역시 미인의 아름다운 외모 자체에 주목하기 보다는 자기 관리와 노력을 통해 외모를 향상시킨 점을 높게 평가하였다. 또한 인공적인 방법을 통해 아름다워진 미인보다는 자연 미인을 더 선호하는 것으로 나타났다.

일본 여성들은 미인에 대해 중립적인 태도를 보였다. 타인의 사생활에 관심이 적고 개성을 중요시 하는 일본인의 성향으로 인해, 일본 문화권에서는 미인에 대해서 별다른 반응을 보이지 않았다. 일본 여성들은 미인은 나와는 다른 별개의 사람이라고 인식하여, 미인의 외모를 모방하기 보다는 나만의 개성을 추구하고자 하였다. 이러한 결과를 통해 타인의 시선을 의식하지만, 정작 타인에게는 관심을 보이지 않는 일본인의 성향을 유추할 수 있다.

(2) 외모 관리에 대한 태도

외모 관리에 대한 태도의 경우 한국 여성의 경우엔 긍정적 태도와 부정적 태도가 혼재되어 있었으며, 중국 여성들은 긍정적 태도를, 일본 여성들은 양가적 태도를 형성하고 있었다.

한국 여성들은 중국과 일본 여성에 비해 여성의 노화에 대해 부정적인 감정과 태도를 형성하고 있었다. 이들은 나이가 들어도 젊은 여성과 같은 외모를 유지하기 위해 적극적으로 외모를 관리하고 있었다. 한국 여성들은 발전되어 있는 외모 관리 산업의 도움을 받는다면, 노화를 늦추고 자신의 젊음을 유지할 수 있다고 생각하였다. 더불어 다양한 외모 관리 행동을 통해 인위적으로 외모를 개선시킬 수 있다고 생각했다. 이들은 성형이나 식이를 극도로 제한하는 체중 관리와 같이 위험한 외모 관리 행동은 정신적, 육체적 건강을 해칠 수 있다고 생각하여 부정적으로 인식하였으나, 외모의 경쟁력을 확실히하고 빠르게 확보하기 위해서 성형과 체중 관리에 대한 긍정

적인 태도 역시 함께 형성하여 양가적 태도를 보이고 있었다.

중국 문화권에서는 외모 관리에 대한 긍정적 태도가 주를 이루었다. 중국 여성들이 추구하는 발전하는 아름다움의 미적 가치로 인해, 중국 여성들은 외모 관리를 아름답게 외모를 가꿀 수 있는 도구로 인식하였다. 이들은 외모 관리의 방법 중에서 성형과 무리한 체중 관리와 같은 위험한 외모 관리 행동은 지양하고자 하였으며, 이보다는 패션, 화장, 피부 관리, 건강 관리, 외모 이외의 능력 개발 등 건강을 훼손시키지 않는 방법을 통해서도 얼마든지 외모를 가꿀 수 있다고 생각하였다.

일본 여성들은 외모 관리에 대한 양가적 태도를 보였다. 타인의 평가에 민감하게 반응하는 일본인들의 성향으로 인해(미나미 히로시, 1995; 선우정, 2009; Benedict, 2001), 일본 여성들은 적극적인 외모 관리를 통해 자신의 외모를 철저하게 관리하고자 하였다. 그러나 타인의 평가에 대한 민감한 일본인의 성향은 외모 관리에 소홀한 본인에 대한 부정적 태도로 이어졌다. 여기서 주목할 점은 외모 관리 자체에 대한 부정적 태도가 아닌, 외모 관리에 소홀했을 때 본인에 대한 부정적 태도가 형성된다는 점이었다. 일본 여성들은 외모 관리를 자신의 독특한 개성을 발견할 수 있는 기회라고 여겼기 때문에, 외모 관리에 대해 스트레스를 받기 보다는 즐겁게 그 자체를 즐기려 하였다. 이들은 다양한 패션 스타일의 시도를 통해 자신의 개성을 발견하는 과정 자체에서 즐거움을 느끼고 있었다.

(3) 성형에 대한 태도

성형에 대해서는 한국 문화권의 경우 양가적 태도가, 중국과 일본 문화권에서는 부정적 태도가 형성되어 있었다.

한국의 2, 30대 여성들은 성형 후 개선된 외모를 통해 신체적 콤플렉스를 해소할 수 있고, 사회적으로는 다양한 삶의 기회를 얻을 수 있을 것이라 생각하였다. 또한 개선된 외모를 통해 궁극적으로 사회적 권력을 획득할 수 있을 것이라 예측하였다. 한국 여성들은 성형 미인에 대해서도 긍정적인 태도를 보였다. 성형의 부작용과 통증에 대한 우려에도 불구하고 이를 극복한 성형 미인의 용기를 긍정적으로 평가하였다. 또한, 비록 인위적

인 방법이긴 하지만 성형을 통해 아름다워질 수만 있다면 성형 여부는 그다지 중요하지 않다고 생각하였다. 심지어 성형을 통해 외모가 개선된 성형 미인의 경우, 가공된 아름다움도 자연미처럼 여기고 있었다. 이렇게 한국 여성들이 성형에 대한 긍정적 태도를 보인 반면에, 동시에 성형에 대해 부정적인 태도도 갖고 있었다. 한국 여성들은 외모가 개선된 성형 미인을 부러워하면서도 동시에 이들의 아름다워진 외모를 허구의 것이라 비하하고 조롱하였다.

중국 문화권에서는 성형에 대한 부정적 태도를 형성하고 있었다. 이들은 성형이 건강을 훼손시킬 것이라 생각하였으며 성형 미인의 인위적 아름다움에 대해서도 부정적인 태도를 보였다.

일본 문화권의 경우에도 성형에 대해 부정적인 태도가 지배적이었는데, 이러한 현상의 원인에 있어서는 중국 문화권과 차이가 있었다. 일본 문화권에서 성형을 시행했다는 것은 곧 외모에 대해 콤플렉스가 있다는 것을 의미하기 때문에, 성형 사실이 주변에 알려진 후 받게 될 사회적인 비난과 질책을 두려워하였다. 이러한 이유에서 일본 여성들은 성형에 대해 두려운 감정을 느꼈고, 부정적 태도를 형성하고 있었다.

한국 문화권의 성형에 대한 태도는 긍정적 태도와 부정적 태도가 혼재하여 양가적 특성을 보이긴 하였지만, 한중일 세 문화권 모두에서 성형에 대해 부정적인 태도를 보였다. 그러나 부정적인 태도의 양상과 원인은 문화권 별로 상이한 모습을 보였다는 점이 흥미로운 결과라 생각된다.

(4) 노화에 대한 태도

노화에 대한 태도에 있어 한국과 중국에서는 긍정적인 태도가 주를 이루었고, 일본 문화권에서는 별 다른 언급이 없었다. 한국과 중국 문화권 모두 노화에 대한 부정적 태도도 약간 언급되긴 하였지만, 궁극적으로 긍정적 태도가 우세하였다.

한국과 중국 문화권 모두에서 여성의 노화에 대한 부정적 태도를 보였으나, 시간의 흐름과 생물학적 노화는 불가항력의 사안이므로 나이가 들수록 내면과 외면의 조화를 통해 나만의 고유한 아름다움을 개발하고자 하였다.

이러한 이유로 한국과 중국의 여성들은 나이가 들면서 꾸준한 자기 관리를 통해 자신만의 고유한 이미지를 개발한 여성을 높이 평가하였으며, 나이든 여성의 원숙한 아름다움이 사회적으로 경쟁력이 있다고 판단하였다.

(5) 본인의 외모에 대한 태도

본인의 외모에 대한 태도에 있어 한국과 중국 여성 모두 긍정적인 태도를 형성하고 있었다. 반면에 일본 여성들은 본인의 외모에 대한 발언 자체를 자제하였다.

한국 여성들은 자신의 외모에 자족하는 경향을 보였다. 이러한 결과는 자신의 외모에 대한 진정한 만족이라기 보다는, 자신의 노력으로 외모를 개선시키는 것에 한계가 있으므로 자신의 외모를 있는 그대로 인정하고 현실과의 타협에 가까웠다. 이들은 자신의 외모가 사회적으로 획일화된 아름다움의 잣대에 부합하지 않더라도, 나만의 고유한 매력을 개발한다면 사회적 경쟁에서 밀리지 않을 것이라 생각하였다. 또한 한국 사회의 남성들이 외모가 아름다운 여성을 무조건적으로 선호하는 경향이 있음에도 불구하고, 자신의 외모를 있는 그대로 인정해주는 남성이 있을 것이라는 기대를 갖고 자신만이 갖고 있었다.

중국 여성들은 자신의 외모에 대해 타인의 시선이나 사회적 기준에 얽매이기 보다는 본인 스스로 외모에 대한 주체성을 갖고자 하였다. 중국 여성에게 있어 외모에 대한 사회적 기준이 아름다움에 있어 중요한 역할을 하지 않으므로, 이들은 외모에 대한 스트레스가 적었으며 외모에 대해 과도한 욕심을 부리지 않았다. 이는 자신의 외모에 대한 만족으로 이어져, 중국 여성들이 한국과 일본 여성에 비해 외모에 대한 만족도가 가장 높았다.

일본 여성들은 자신의 외모에 대한 이야기를 대중 앞에서 하는 것을 꺼리기 때문에, 자신의 외모에 대한 언급이 많지 않았다. 일본 여성을 대상으로 한 인터뷰를 통해 도출된 소수의 외모와 관련 발언들은 대부분이 긍정적인 것이었다. 이들은 자신의 외모를 있는 그대로 인정하고자 하였으며, 굳이 사회적 기준에 부합하도록 외모를 가꾸기 보다는 자신만의 독특한 개성을 추구하고자 하였다.

6. 외모 관리 행동

한국과 중국, 일본의 여성은 외모의 아름다움에 대한 인식의 행동적 결과로, 아름다운 외모를 유지, 향상, 발전시키기 위한 외모 관리 전략을 시행하고 있었다. 세 나라 모두에서 비교적 유사한 외모 관리 전략들이 도출되었으나, 각각의 문화권 별로 각기 다른 하위 범주를 보여주었다. '성형', '화장', '패션', '피부 관리', '외모 이외의 능력 개발'의 범주는 세 나라 모두에서 도출된 범주였고 체중 관리 범주는 한국에서만, '건강 관리' 범주는 중국과 일본 문화권에서만 발견된 범주였다. 각각의 문화권 별로 외모 관리를 위해 주력하는 범주에 차이가 있었다. 한국, 중국, 일본의 2, 30대 여성이 외모의 아름다움을 유지, 향상시키기 위해 취하는 외모 관리 전략에 있어 보편성과 특수성은 다음의 <표 5-10>에 정리되어 있다.

<표 5-10> 외모 관리 행동의 보편성과 특수성

보편성	특수성		
	한국	중국	일본
<ul style="list-style-type: none"> • 성형, 화장, 패션, 피부 관리, 외모 이외의 능력 개발 등의 범주 동일 	<ul style="list-style-type: none"> • 성형, 체중 관리에 주력 • 화장보다 피부 관리에 주력 • 건강 관리 범주 나타나지 않음 • 외모 관리 행동의 중요성 → 외모 아름다움의 경쟁력 획득 	<ul style="list-style-type: none"> • 건강 관리 범주에 주력 • 외모 관리 행동의 중요성 → 아름다움의 발전과정 자체를 아름다움으로 인식 → 	<ul style="list-style-type: none"> • 패션, 화장 범주에 주력 • 외모 관리 행동의 중요성 → 개성적 아름다움을 추구하는 도구로 인식

(1) 성형

한국 여성들이 외모의 관리를 위해 가장 주력하고 있는 범주 중 하나는 성형이었다. 한국 여성은 성형 중독과 통증에 대한 두려움이 있었지만, 성형 후 개선될 외모에 대한 기대감으로 인해 성형에 대한 큰 관심을 보였다. 한국 여성들은 성형에 대해 대중적 장소에서 정보를 교환하는 것에 거리낌이 없었고, 성형의 결과만 보장된다면 성형을 해보고 싶어 했다. 특히 기술의 발달로 흔적을 남기지 않는 성형이 보급되면서 성형 의도는 한층 배가

되었다. 그러나 아직도 일부에는 성형 사실을 알리고 싶지 않다는 의견이 많았다. 이러한 결과는 외모의 진정성을 잃은 모습에 대한 두려움과 타인의 평가에 대한 불신 때문일 것으로 생각된다.

중국과 일본의 경우 성형에 대해 부정적인 인식이 강했다. 중국의 경우 아직까지 일반 여성들이 성형을 하는 경우가 드물어 성형에 대한 거부감이 컸다. 중국 여성들은 성형의 결과를 불신하였고, 통증을 두려워하였으며, 성형이 건강에 미치는 악영향을 염려하였다. 더불어 중국 사회에서는 미인이 얻게 되는 사회적 권력이 강하지 않고, 미의 기준이 다변화되어 있으며, 성형이 굳이 필요하지 않다고 생각하였다.

일본에서도 성형에 대해 부정적으로 인식하였으나, 이러한 현상의 근본 원인에는 차이가 있었다. 일본 여성들은 타인의 시선을 의식하여 성형 후 사회적으로 비난 받는 것을 두려워했고, 자신의 외모를 인공적으로 바꾸는 것 자체가 타인에 대한 배려가 아니라고 생각하였다.

(2) 화장

일본 여성들은 성형보다는 화장을 통해 외모의 콤플렉스를 보완할 수 있다고 믿었다. 화장이 일상화되어 대부분의 여성에게 화장이 보급되어 있었고, 다양한 화장법이 확산되어 있었으며, 개개인의 개성을 살릴 수 있는 다양한 스타일의 화장이 공존하고 있었다. 이러한 이유로 화장은 일본 여성의 외모 관리 전략 중에서 가장 큰 비중을 차지하는 전략이었다.

반면 중국 여성의 경우 화장이 일상화되어 있지 않았으나, 점차 보급이 확산되는 추세였다. 화장에 대한 관심이 최근 5년 이내에 급속도로 증가하였다는 점을 감안하였을 때, 향후 중국 여성을 대상으로 한 화장품 시장의 성장이 예상된다.

한국의 경우에는 진한 화장 스타일보다는 피부 표현 중심의 화장 스타일이 주를 이루고 있었으며, 일본에 비해 다양한 화장 스타일이 발견되지는 않았다. 그러나 일상 생활에서 여성들이 화장을 하는 비중은 높은 편이었다. 특히 나이가 들수록 화장을 통해 외모의 콤플렉스를 보완해야 한다고 생각하였다.

(3) 피부 관리

한국 여성들은 화장보다는 피부 관리에 더 큰 관심을 보였다. 이들은 고가의 화장품과 피부 관리 서비스 등에 경제적 투자를 아끼지 않았는데, 이러한 결과는 동안을 추구하는 한국 사회의 이상미를 반영한 결과였다. 특히 주름과 잡티 없는 피부가 여성의 나이를 가늠하는 척도가 되면서, 한국 여성들은 피부 관리를 한중일 여성 중에서 가장 적극적으로 시행하였다.

일본과 중국 여성들은 실제로 한국 여성의 피부가 좋다는 사실을 인정하고 있었으며, 특히 일본 여성들은 한국 여성의 피부 관리 비법에 관심을 보였다. 일본 여성들 역시 한국 여성처럼 화장품, 피부 관리 서비스를 적극적으로 이용하고 있었으나, 한국 여성과 같이 피부과 시술에 경제적 투자를 하지는 않고 있었다. 중국 여성 역시 피부 관리에 관심을 갖고 있었으나 한국과 일본에 비해 화장품의 사용 빈도는 낮았다. 더불어 중국 전통의 마사지 기법의 유행을 기반이 유행하여, 피부 관리 마사지 서비스에 대해 우호적인 태도를 보였다.

(4) 패션

패션은 한국, 중국, 일본 모두에서 중요한 외모 관리 전략으로 인식되었으나, 특히 일본 여성들이 큰 관심을 보이는 전략이었다. 일본 여성들은 다양한 패션의 시도 그 자체를 즐기고 있었으며, 패션 정보에 대해서도 한국, 중국 여성보다 더 많은 관심을 갖고 있었다. 한국 여성은 나이가 들수록 젊음을 유지하기 위해 패션의 중요성이 높아진다고 응답하였으며, 패션을 통해 자신만의 스타일을 만들 수 있다고 생각하였다. 중국 여성들은 화려한 패션 스타일보다는 단정하고 깔끔한 패션을 선호하였고, 한류의 영향으로 한국의 동대문 패션에 관심을 보였다.

(5) 체중 관리

한국 여성에게 있어 중요한 외모 관리 전략 중 하나는 체중 관리였다.

한국 여성은 무리한 식이 조절을 통해서라도 단기간에 체중을 줄이고자 하였으며, 건강을 위해 운동을 병행하며 체중을 관리해야 한다는 사실을 인지하고는 있었으나 실제로 규칙적인 운동을 하는 경우는 드물었다.

반면에 중국과 일본 여성들은 체중 관리에 대한 스트레스가 한국 여성보다 적었다. 이들 국가의 여성들은 체중 관리보다는 건강 관리의 차원에서 운동을 중요하게 생각하였다. 특히 중국 여성은 건강 관리에 큰 비중을 보여, 운동과 더불어 건강식, 규칙적인 생활 습관 등을 통해 체력을 키워 사회적으로 능력을 펼치고 싶어 하였다.

(6) 외모 이외의 능력 개발

한국, 중국, 일본 세 문화권 모두에서 외모 이외의 능력 개발의 범주가 도출되었다. 이들 문화권의 여성들은 내면의 아름다움이 외면으로 나타나 온다는 믿음을 갖고 있었으며, 이러한 이유로 내면의 아름다움을 외면의 아름다움과 함께 배양하고자 하였다. 특히 나이가 들면서 체득되는 진정한 아름다움은 내면의 아름다움을 통해 강화된다고 생각하였다.

제 6 절 한중일 2, 30대 여성이 인식하는 여성 외모의 아름다움에 대한 FGI의 선택코딩 결과

본 연구에서 실시한 FGI는 스트라우스(Strauss)와 코빈(Corbin)이 제시한 질적 연구 방법인 근거 이론을 기반으로 분석되었다. 본 절에서는 근거 이론의 마지막 단계인 선택 코딩의 결과를 정리하였다. 선택 코딩은 근거 이론의 마지막 단계로, 개방 코딩과 축 코딩을 통해 파편화된 질적 자료를 다시 하나의 거대한 관점에서 이해할 수 있도록 통합적으로 정리하는 단계이다. 선택 코딩은 연구 결과를 각기 다른 패러다임 요소와의 연관성을 고려하여 하나의 설명적인 이야기로 제시하며, 이러한 과정을 통해 도출된 이야기는 '여기서 진행되고 있는 것처럼 보이는' 특성을 지니게 된다 (Strauss, Corbin, 1990). 선택 코딩을 통해 도출된 한국, 중국, 일본의 2,

30대 여성이 인식하는 여성 외모의 아름다움과 관련된 이야기는 다음과 같다.

외모의 아름다움에 대한 인식은 사회문화의 맥락적 상황에 따라 형성되는 문화적 산물이다. 이러한 이유로 특정 문화권에서 인식되는 외모의 아름다움을 이해하기 위해서는 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 요소에 대한 이해가 선행되어야 한다. 따라서 한국, 중국, 일본 문화권의 여성 외모의 아름다움을 이해하기 위해서는 세 문화권에 대한 이해가 전제되어야 한다. 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화의 맥락적 조건은 크게 아름다움의 인식에 직접적인 영향을 미치는 미의식과 관련된 요소와, 아름다움에 간접적인 영향을 미치는 요소로 분류된다. 미의식과 관련된 요소는 다시 한중일 세 국가에서 동일하게 나타난 보편적 요소와 각각의 개별 문화권 별로 차이를 보이는 특수적 요소로 분류할 수 있다. 미의식과 직접적 관련이 있는 요소 중에서 한중일 세 국가에서 동일한 양상을 보인 요소는 미디어의 영향력이다. 대중 문화 산업의 양적, 질적 확대를 기반으로 미디어를 통해 등장하는 연예인들의 외모와 이미지는 특정 사회의 미의식에 강력한 영향을 미치는 요소로 작용하고 있다. 이와 더불어 한중일의 사회문화적 특성을 반영한 미의식 역시 함께 존재 한다. 한국의 경우, 외모와 이미지에 대한 강한 고정 관념이 형성되어 있으며 젊은 여성의 외모를 선호하는 경향이 강하다. 더불어 중국과 일본에 비해 외모 관리 행동에 있어 적극적인 모습을 보여 외모 관리 산업이 경제적 불황 속에서도 성장세를 지속하고 있다. 중국의 경우엔 미의 기준이 다변화되어 있어 미인의 외모와 이미지에 대한 고정 관념이 한국에 비해 상대적으로 약하며 무조건적으로 어린 여성만을 미인으로 인식하지 않고, 나이가 들면서 생기는 원숙한 아름다움의 가치 역시 높이 평가하고 있다. 여기에 추가로 한국의 외모 관리 성향과는 다르게, 과도한 외모 관리에 대한 부정적 인식을 갖고 있다. 일본의 경우에도 중국과 마찬가지로 아름다운 여성의 외모에 대한 기준이 다변화되어 있다. 일본 여성들은 여성의 원숙한 아름다움에 대해 긍정적인 평가를 내리고 있으며 과도한 외모 관리에 대해 부정적인 감정을 느끼고 있다. 이상과 같이 미의식과 직접적인 관련이 있는 요소와 함께 간접적인 영향을 미치는 요소 역시 존재한다. 한국의 경우에는 가부장제가 가지는 사회적 지배력이 여성 외모의 아름다움의 인식에도 강한 영향을 미치고 있는데, 가부장제의 영향을 받은 가족 제도와 여성의 사회적 역할 등으로 인해 한국 사회에서는 아직까지도 현모양처의 여성 이미지가 국가적 미인으로 자리매김하고 있다. 이와 더불어 외모의 사회적 권력화 현상이 강하게 나타나고 있어, 한국 여성들은 외모를 아름답게 유지, 향상시켜야 한다는 스트레스를 강하게 받고 있다. 중국의 경우는 전통적으로 유교 문화의 발상지이긴 하지만 공산주의 혁명과 문화 혁명을 거치면서 모택동주의로 대변되는 사회문화적 신념이 중국 사회 전반을 지배하고 있다. 이러한 현상은 여성 외모의 아름다움에 대한 인식에도 영향을 미쳐, 전통적인 유교문화적 여성관은 사라지고 남성과 사회적으로 평등한 독립적이고 당당한 여성관이 자리매김하였다. 이러한 영향으로 여성을 아름다운 외모를 가진 객체로써 보는 시각이 줄어들었고, 나아가 외모의 사회적 권력화 현상 역시 한국에 비해서는 비교적 약한 모습을 보이고 있다. 일본의 경우엔 다양한 문화를 흡수시켜 일본만의 고유한 문화를 만들어내는 문화적 특성이 여성 외모의 아름다움에 대한 인식에도 영향을 미치고 있다. 더불어 일본인 특유의

타인의 시선을 의식하는 문화가 반영되어, 외모 관리에 대한 소홀에 있어 스트레스를 받는 경향을 보이고 있다.

한중일 2, 30대 여성이 인식하는 아름다운 여성 외모의 기준은 크게 '외모의 조형적 요소'와 '외모의 계슈탈트적 이미지'로 구성된다. 아름다움에 대한 범주 중에서 신체 상의 수치, 비례, 균형 등의 요소로 대변되는 외모의 조형적 요소는 한중일 세 국가에서 모두 유사한 기준을 보이는데, 이는 전 세계적으로 동질화되고 있는 미인의 기준이 동아시아 국가에도 영향을 미치고 있기 때문이다. 동일한 기준으로 적용되고 있는 외모의 특성은 이목구비의 크기와 위치가 조화롭고 전체적인 균형과 조화를 갖춘 외모이다. 또한 글래머 몸매, 큰 키, 긴 팔다리, 마른 몸, 쌍꺼풀 진 큰 눈과 높은 코, 큰 입, 작고 가름하며 입체적인 얼굴로 대변되는 서구적이고 현대적인 외모 역시 미인의 특성으로 인식되고 있다. 그러나 여기서 한 가지 주목할 점은, 각 국가 별로 오랜 기간 동안 선호되어 온 전통적 미인의 기준 역시 아름다움에 대한 인식에 영향을 미친다는 것이다. 이는 아름다움의 기준이 전 세계적으로 동질화되고 있는 현대 사회에서 동아시아 지역 고유의 미의식 형성의 공간이 된다는 점에서 주목할 만 하다. 여성 외모의 아름다움에 대한 인식의 기준이 되는 또 하나의 범주인 외모의 계슈탈트적 이미지는 한중일 세 나라의 사회문화적 특성에 따라 다변화된 모습을 보인다. 외모의 계슈탈트적 이미지는 개별 국가의 구성원들이 전반적으로 아름답다고 생각하는 국가적 미인과 개별 구성원들이 개인의 취향에 의해 아름답다고 인식하는 개인적 미인으로 나뉘어진다. 한국의 경우, 참한 현모양처 이미지와 청순하고 깨끗한 이미지, 우아하고 귀족적인 이미지의 여성이 국가적 미인으로 간주되는데, 이들은 모두 전통적인 유교 문화에 부합되는 이미지라는 공통점이 있다. 그러나 개인적 미인은 능력 있고 당당한 이미지, 친근감 있는 이미지로 나타나 국가적 미인과 대조를 이루는데, 이러한 현상은 여성의 사회적 역할 변화, 여권의 신장, 교육 수준의 향상, 서구의 문화 유입 등에 의해 나타난 결과이다. 중국에서는 국가적 미인의 경우 중국 사회의 여권 신장을 기반으로 독립적이고 강한 이미지가 선호되고 있으며, 오랜 세월 동안 중국인들의 사랑을 받아 온 우아하고 귀족적인 이미지 역시 국가적 미인으로 인식되고 있다. 그러나 중국의 2, 30대 여성들은 국가적 미인과는 상반되는 이미지의 여성을 개인적으로 선호하고 있다. 부드럽고 편안한 이미지가 바로 중국 여성들이 개인적으로 선호하는 이미지인데, 이는 강하고 드센 중국의 여성상에 대한 반대 급부로 나타난 현상임과 동시에 한류 열풍을 타고 중국에서 인기를 끌고 있는 한국의 여성 연예인들의 이미지와 부합한다는 점에서 주목할 만 하다. 일본의 경우 한국과 중국과는 다르게 국가적 미인과 개인적 미인에 있어 선명한 대비가 일어나지 않으며, 한국과 일본에 비해 다양한 미인의 이미지가 선호되고 있다. 일본의 2, 30대 여성들은 강렬하고 당당한 이미지, 이국적이고 개성 있는 이미지, 예쁘고 여성적인 이미지, 일본의 전통적 미인 이미지, 독립적인 이미지, 부드럽고 편안한 이미지, 보호 본능을 자극하는 이미지, 원숙한 여성미, 청순하고 깨끗한 이미지 등을 아름다운 여성의 이미지라 생각하고 있다.

한중일 세 문화권의 여성들은 외모의 아름다움을 통해 미적 가치를 추구한다. 이들은 진정성, 우월함, 발전, 개성을 외모의 아름다움을 통해 추구하고 있었으며, 이는 국가 별로 중요도에 있어 차이를 보였다. 진정성의 아름다움은 세 나라의 여성 모두가 외모의 아름다움을 통해 추구하는 가치이다. 진정성은 거짓으로 꾸며내지 않은 아름다움, 다른 사람들이 쉽게 모방할 수 없는 고유한 아름다움, 인공적으로 만들어내지 않은 자연스러운 아름다움으로 대변된다. 이와 함께 각각의 개별 국가의 사회 문화적 상황에 맞추어 외모의 아름

다움을 통해 추구하는 미적 가치에도 문화적 특수성이 발견되고 있다. 한국의 경우, 우월한 아름다움이 여성 외모의 아름다움에 있어 중요한 가치이다. 우월한 아름다움은 다른 사람을 능가하는, 일반적인 여성에게서는 찾아보기 어려운 아우라가 있는, 타인으로 하여금 탄성을 자아내게 하는 아름다움으로, 한국 여성들은 이러한 아름다움의 가치를 통해 사회적 권력을 취하고 사회적 경쟁력을 획득하고자 한다. 중국 여성들은 발전적 아름다움을 추구한다. 발전적 아름다움은 나이가 들어도 세월을 초월하는 아름다움, 나이가 들면서 발전되는 아름다움, 아름다움의 발전을 위해 꾸준한 자기 관리를 하고 있는 것에 대한 가치를 의미한다. 중국 여성들은 이러한 아름다움을 통해 자신의 외모가 발전하고 향상되는 것 그 자체에 의미를 부여하고 있다. 일본 여성들은 개성적 아름다움을 높게 평가한다. 개성적 아름다움은 다른 사람들과 구별되는 개성 있는 아름다움, 다양한 스타일과 이미지를 소화할 수 있는 아름다움, 일반적으로 흔하지 않은 독특한 아름다움을 의미하는 것으로, 일본 여성들은 이러한 아름다움을 통해 개개인의 개성을 존중하여 사회문화적으로 다양한 미인형을 형성하고 있다. 또한, 이러한 사회문화적 분위기에 힘입어 패션 산업의 경쟁력 확보 역시 함께 이룩하였다.

한중일 세 나라의 2, 30대 여성들은 외모의 아름다움에 대한 인식의 감정적 결과로 아름다운 외모에 대한 다양한 감정들을 경험하게 된다. 아름다움에 대한 감정은 미인, 본인의 외모, 외모 관리 행동에 대한 감정 등 다양한 범주를 아우른다. 한국 여성의 경우 미인과 외모의 아름다움에 대해 모두 강한 양가 감정을 느끼고 있는데, 이는 외모 관리와 아름다운 외모에 대한 강한 스트레스와 강박으로 인한 결과이다. 반면 중국의 2, 30대 여성의 경우에는 미인과 아름다움에 있어 긍정적인 감정이 주류를 이루고 있다. 물론 일부에서 양가 감정을 느끼는 경우도 있지만 이는 일부 특정한 이미지를 가진 미인에 대한 감정이며, 일반적인 미인 모두에게 적용이 가능한 감정이라 보기에는 무리가 있다. 이러한 경향은 중국 여성들이 한국 여성에 비해 아름다운 외모에 대해 정신적으로 안정적인 상태에 있음을 의미하는 것이다. 일본 여성의 경우에는 미인과 아름다움에 대한 감정 표현을 자제하는 경향이 있어, 긍정적인 감정도 부정적인 감정도 더불어 양가적 감정도 잘 드러내지 않는 경우가 많다. 이러한 경향은 본인의 감정을 타인에게 드러내는 것이 타인에게 피해를 주는 것이라 여기는 일본인 특유의 특성 때문이며, 그렇기에 일본 여성들이 양가적인 감정을 잘 드러내지 않는 성향을 이들이 정신적으로 안정적인 상태에 있다고 해석하기에 무리가 따른다.

한국, 중국, 일본의 여성들은 여성 외모에 대한 인식의 태도적 결과로 외모의 아름다움에 대한 태도를 형성하고 있는데, 이 역시 세 나라를 아우르는 보편적 특성과 각각의 국가 별로 개별적으로 나타나는 특수한 특성이 발견되고 있다. 보편성의 경우, 세 나라 여성 모두가 본인의 외모에 대해 자족하고 있으나, 이러한 현상의 이유는 각각의 국가 별로 차이가 있다. 한국의 2, 30대 여성의 경우엔 아름다움에 대한 긍정적 태도를 유지하려 노력하지만 실제로는 긍정적인 태도와 부정적 태도가 혼재한 양가적 태도가 형성되어 있다. 이러한 현상의 원인은 한국 여성들이 중국과 일본 여성에 비해 외모 관리, 아름다움에 대한 스트레스와 강박을 심하게 느끼기 때문이다. 중국의 2, 30대 여성의 경우엔 본인의 외모 아름다움과 미인에 대해 긍정적인 태도를 유지하고 있는데, 이는 타인을 의식하지 않고 주체적으로 자신의 아름다움을 발전시키고자 하는 중국 여성의 의지에 기인한 것이다. 일본의 2, 30대 여성의 경우에는 미인에 대한 태도를 언급하지 않는 경향이 있는데, 이는 타인의 사생활을 존중하고 타인에게 관심을 보이지 않는 성향으로 인한 결과이다.

한국, 중국, 일본의 동아시아 여성들은 여성 외모의 아름다움에 대한 인식의 행동적 결과로 외모의 아름다움을 유지, 향상, 발전시키기 위한 외모 관리 전략을 수립하고 있다. 외모 관리 행동은 한중일 세 나라 모두에서 성형, 화장, 패션, 피부 관리, 외모 이외의 능력 개발의 범주가 동일하게 나타났다. 물론 문화권 별로 특정 범주에 더욱 주력 하고 특정 범주는 소홀하게 인식하는 경향이 있긴 하지만, 외모 관리를 위한 행동의 종류는 국가 별로 큰 차이가 없다. 한국의 여성들은 중국과 일본에 비해 성형과 체중 관리에 주력하고 있다. 미디어를 통해 성형 전과 후가 확연하게 다른 연예인들을 빈번하게 접하고, 성형 수술의 기술이 발전되어 표식이 나지 않는 성형 수술이 늘어나면서 젊은 여성들을 중심으로 성형의 결과가 보장된다면 비용과 통증 등을 감내하고서라도 성형을 하고 싶어하는 여성이 늘어나고 있다. 그러나 아직도 성형 중독이 되지 않을까 하는 두려움을 갖고 있고, 주변에서 본인의 성형 사실을 알고 본인에게 피해를 입히지 않을까 하는 걱정도 함께 하고 있다. 한국 여성들은 성형과 함께 체중 관리에도 큰 관심을 가지고 있다. 음식을 극도로 제한하면서까지 건강에 무리를 주면서 체중을 줄이기 위해 노력하는 여성들이 다수이고 운동을 통해 체중을 관리해야 한다는 것을 알고는 있지만 실제 일상 생활에서 운동을 꾸준히 하는 여성은 소수에 불과하다. 중국의 2, 30대 여성들은 건강 관리 범주에 주력하고 있으며, 건강을 관리하기 위해 다양한 전략을 취하고 있다. 이들은 무리한 다이어트를 거부하고 건강식을 통해 건강을 관리하며, 규칙적인 운동을 하고 충분한 수면과 금주, 금연 등을 통해 생활 습관을 개선하고자 노력하고 있다. 일본 여성들은 패션과 화장을 주요 외모 관리 행동으로 삼고 있다. 이들은 다양한 패션 스타일을 시도해보고, 이를 위해 패션과 관련된 정보를 적극적으로 획득하고자 노력하며, 다양한 화장 스타일을 통해 자신만의 개성을 살리고자 노력하고 있다. 또한, 이들은 개성을 추구하는 아름다움에 대한 인식으로, 외모 관리 행동 자체를 개성을 추구하는 하나의 방편으로 인식하고 즐기고 있다. 외모 관리 행동에 있어 주목할 점은 한중일 세 나라 모두에서 외모 이외의 능력을 개발하여 내면의 아름다움을 통해 외면의 아름다움을 향상시키고자 하는 공통점이 있다는 것이다. 이는 외면에만 치중하는 것에 대한 부정적인 인식이 세 나라 모두에 걸쳐 널리 퍼져있기 때문으로 생각된다.

제 6 장 결론 및 제언

제 1 절 연구 결과의 요약

1. 연구의 배경과 설계

현대 사회에서 아름다운 외모가 갖는 사회적 영향력이 점차 강화되고 있다. 특히 이중에서도 여성의 아름다운 외모는 사회적 경쟁, 사회적 비교, 사회적 성 등의 문제와 결부되면서, 남성의 아름다운 외모보다 더 강력한 사회적 파장을 형성하고 있다.

오늘날 아름다운 여성의 외모는 사회적 경쟁에 있어 우위를 점할 수 있는 강력한 능력이 되었다. 매력적인 외모를 갖고 있는 여성은 보다 다양한 사회적 성공의 기회를 누리게 된 것이다. 아름다운 외모에 대한 사회적 경쟁은 사회적 비교를 강화시키는 원인이 되었다. 외모의 아름다움처럼 사회적으로 중요한 능력을 객관적인 기준으로 검증하기 어려운 경우, 사회적 비교는 개인의 능력을 파악하는 도구가 된다. 특히 현대 사회의 미디어를 통해 등장하는 여성의 매력적인 외모는 사회적 비교의 기준이 되었으나, 이들의 외모는 현실에서 실현되기 어려운 왜곡된 이상미를 확산시킨다는 점에서 비판을 받고 있다. 또한 여성 외모의 아름다움은 여성에게 주어진 사회적 역할에도 영향을 받는다. 특정 문화권의 이상적 성 역할에 부합하는 이미지가 특정 문화권의 미인상으로 자리매김하게 된 것이다. 여성들은 사회적 경쟁, 사회적 비교, 사회적 성에 영향을 받은 이상적인 외모로 인해 심리적인 강박과 스트레스에 시달리고 있으며, 이는 섭식 장애, 자아 효능감과 자아 존중감의 저하 등의 심리적 문제를 야기하고 있다.

외모의 아름다움이 갖는 사회적 영향력이 강화되면서 사회학, 심리학, 여성학, 의류학 등 다양한 연구 분야에 걸쳐 관련 연구가 진행되었다. 그러나 이들 연구의 대부분은 여성 외모의 아름다움이 무엇인지에 대한 접근보다는, 아름다운 외모의 사회적 영향력이나 아름다운 외모가 개인의 심리 상

태에 미치는 영향력을 주로 검증하였다. 또한, 이들 연구들은 특정한 사회문화적 맥락을 기반으로 형성되는 문화적 산물인 외모의 아름다움을 연구함에 있어 문화적 맥락을 고려하지 않았다는 아쉬움도 함께 남겼다. 더불어 앞서 진행된 선행 연구들은 아름다움에 대한 명확한 정의 없이 연구를 진행하였다는 점 역시 한계로 지적되었다.

이와 같은 선행 연구의 한계를 보완하여, 본 연구는 여성 외모의 아름다움이 무엇인지 밝히고자 하였다. 우선 외모의 아름다움 그 자체를 연구 주제로 삼기 위해, 미학과 구성주의적 관점을 기반으로 본 연구에 적용될 외모의 아름다움에 대한 정의를 도출하였다. 또한 한국, 중국, 일본 문화권을 대상으로 비교문화연구를 시행함으로써, 문화적 맥락을 기반으로 형성되는 문화적 산물인 외모의 아름다움에 대한 이해를 증진시켰다. 더불어 연구의 범위를 외모의 아름다움에 대한 인식의 과정으로 확장시켜 아름다움에 대한 인식의 원인과 결과를 함께 살펴봄으로써, 외모의 아름다움에 대한 총체적 이해에 기여하였다. 마지막으로 상호 이질적인 문화적 특성을 갖고 있음에도 불구하고 지리적 근접성으로 인해 그 동안 동질적인 문화권으로 인식되어온 한국, 중국, 일본 세 나라에 대한 비교문화연구를 통해, 세 문화권이 갖고 있는 문화적 패턴의 차이를 밝혔다.

2. 연구결과

본 연구는 주요 연구 결과는 다음과 같다.

외모의 아름다움이 무엇인지 살펴보기 위해 우선 본 연구에 적용될 외모의 아름다움에 대한 정의를 확립하였다. 이를 위해 본 연구에서는 아름다움에 대한 철학적 고찰을 통해 객관적 아름다움과 주관적 아름다움을 이해하고, 관련 선행 연구에 적용된 외모의 아름다움에 대한 정의를 다학제적 관점에서 살펴보았다. 이상과 같은 선행 연구의 고찰을 기반으로, 미학과 구성주의적 관점이 결합된 외모의 아름다움에 대한 정의를 다음과 같이 도출하였다. 외모의 아름다움이란, ‘인간의 외면적 특성과 형상으로 인해 특정한 사회문화의 구성원에게 인식되는 주관적이고 감각적인 미적 가치’이다. 이처럼 사회문화적 맥락에 영향을 받은 외모 아름다움을 명확하게 이

해하기 위해, 본 연구에서는 연구의 범위를 외모의 아름다움에 대한 인식의 과정으로 확장시켰다. 연구 범위의 확장을 통해 아름다움을 인식하게 되는 원인과 함께 아름다움에 대한 인식의 결과까지 함께 살펴봄으로써, 외모의 아름다움에 대한 총체적 이해가 가능하였다.

여성 외모의 아름다움에 대한 총체적 관점의 선행 연구가 부족한 관계로, 본 연구는 탐색적 자료의 수집을 위해 질적 연구를 시행하였다. 질적 자료의 분석을 통해 여성 외모의 아름다움이 어떠한 인식 구조를 갖고 있는지 밝혔으며, 외모 아름다움에 대한 인식에 있어 한중일 문화권 별로 어떠한 보편성과 특수성을 보이는지 확인하였다. 마지막으로 한중일 여성들이 인식하는 여성 외모의 아름다움을 비교문화적 관점에서 분석함으로써, 한중일 문화권의 문화적 패턴을 밝혔으며 비교문화연구의 새로운 분석 틀을 제시하였다.

질적 연구의 자료 수집을 위해 2012년 2월부터 7월까지, 서울 소재 대학교에 재학중인 한중일 2, 30대 여성을 대상으로 FGI를 실시하였다. FGI는 한국 3회, 중국 4회, 일본 3회로 총 10회가 시행되었으며, 총 60명의 여성이 참가하였다. FGI는 비 구조화된 형식으로 진행되었으며, 연구의 내적 타당성과 비교문화연구의 등가성 확보를 위해 참가자 스스로 FGI 자극물을 개발하였다. 자극물은 참가자가 속한 문화권에서 일반적으로 아름답다고 인식되는 국가적 미인과 참가자가 개인적으로 아름답다고 인식하는 개인적 미인의 사진 이미지로 구성되었으며, 총 256개의 자극물 이미지가 수집되었다. FGI를 통해 수집된 질적 자료는 스트라우스(Strauss)와 코빈(Corbin)이 제시한 근거 이론 기법을 사용하여 분석하였다.

질적 자료의 분석을 통해 일차적으로 한중일 문화권의 여성들이 여성 외모의 아름다움을 인식하는 과정에 대한 포괄적 패러다임 모형이 도출되었다. 패러다임 모형은 크게 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회문화적 조건, 외모의 아름다움을 인식하는 기준, 외모의 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치, 외모의 아름다움에 대한 감정, 외모의 아름다움에 대한 태도, 아름다운 외모를 유지, 향상시키기 위한 외모 관리 행동의 6가지 요소로 구분되었다. 이들 패러다임 요소들은 한중일 문화의 맥락에 따라 문화적 보편성과 특수성을 보였다.

여성 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 사회 문화의 맥락적 조건은 미의식과 직접적 관련이 있는 요소와 관련이 없는 요소로 나뉘었다. 미의식과 직접적 관련이 있는 요소는 미디어의 영향력, 획일화된 미의식, 전통미에 대한 자부심, 여성의 노화에 대한 인식 등이 언급되었다. 한중일 세 문화권 모두에서 미디어가 외모의 아름다움에 대한 인식에 강한 영향력을 미쳤다. 각각의 문화권 별 특성의 경우, 한국에서는 젊은 여성의 외모 선호와 여성의 외모에 대한 사회적 고정 관념이, 중국에서는 원숙한 여성미에 대한 인정과 아름다운 외모에 대한 다양한 기준이 발견되었다. 일본에서는 전통미에 대한 자부심과 함께 서구적 아름다움이 양립하여, 아름다운 외모에 대한 기준이 다양하게 확대되어 있었다. 미의식과 직접적 관련이 없는 요소는 가부장적 문화, 아름다운 외모의 사회적 권력화, 여성의 사회적 지위, 문화의 다양성 등이 언급되었다. 한국에서는 가부장적 문화의 영향으로 여성의 사회적 역할이 제한적이었으며, 아름다운 외모의 사회적 권력이 강하였다. 중국에서는 여권 신장의 영향으로 여성의 사회적 역할이 다변화되고 가정 내 양성 평등이 확대되었다. 일본에서는 문화의 다양성을 추구하였으며, 개인주의 가치관의 확산으로 개인의 사생활을 존중하였다. 또한 타인의 시선을 의식하는 문화 역시 함께 발견되었다.

여성 외모의 아름다움을 인식하는 기준은 객관적 아름다움에 속하는 외모의 조형적 요소와 주관적 아름다움에 속하는 외모의 게슈탈트적 이미지로 나뉘었다. 외모상의 수치, 비례, 균형 등의 요소로 대변되는 외모의 조형적 요소는 한국, 중국, 일본의 세 국가에서 모두 유사한 기준을 보였다. 반면에 외모의 게슈탈트적 이미지는 한중일 세 문화권에서 각각의 문화적 맥락에 따라 차이를 보였다. 한국에서는 가부장적 문화에 영향을 받은 현모양처 이미지와 우아한 이미지가, 중국에서는 여권 신장의 영향을 받은 당당하고 독립적인 이미지가, 일본에서는 개성 추구의 영향으로 다양한 여성의 이미지가 동시에 선호되었다.

한중일 문화권의 여성들은 외모의 아름다움에 대한 인식을 통해 고유의 미적 가치를 추구하였다. 본 연구에서 발견한 미적 가치는 진정성, 우월함, 발전, 개성의 네 가지였다. 각 국가 별 고유의 미적 가치는 사회적 경쟁의 강도와 투사와 내사의 사회적 비교 기준에 따라 차이를 보였다. 한국은 강

한 사회적 경쟁과 내사의 특성을 기반으로, 사회적 기준에 부합하는 외모를 통해 사회적 경쟁에서 우위를 점할 수 있는 우월한 아름다움을 추구하였다. 중국은 약한 사회적 경쟁과 내사의 특성으로 인해, 사회적 기준에 부합하는 아름다움을 추구하되 꾸준한 자기 관리를 통해 아름다움이 향상되는 과정에 초점을 맞춘 발전의 아름다움을 추구하였다. 일본은 강한 사회적 경쟁과 투사의 특성을 기반으로, 타인과 구별되는 개성을 통해 사회적 경쟁력을 확보하는 개성적 아름다움을 추구하였다. 세 문화권 모두에서 공통적으로 진정성의 미적 가치를 추구하였으나, 각각의 문화권 별로 진정성의 가치를 추구하게 된 원인에는 차이가 있었다. 한국에서는 아름다운 외모에 대한 사회적 경쟁과 비교의 심화로 인한 압박을 해소하고자 하는 심리로 인해 진정성의 가치를 추구하였으나, 중국과 일본에서는 자연스러운 고유의 아름다움에 대한 갈망이 진정성의 가치 추구로 이어졌다.

한중일 세 문화권의 여성들은 여성 외모의 아름다움에 대한 인식의 결과로 외모의 아름다움에 대한 감정을 느끼고 외모의 아름다움에 대한 태도를 형성하였으며, 이를 통해 최종적으로 외모의 아름다움을 향상시키기 위한 외모 관리 행동을 시행하고 있었다. 외모의 아름다움에 대한 감정과 태도는, 본인의 외모, 미인, 외모 관리, 성형, 노화의 범주로 구성되었다. 외모의 아름다움에 대한 감정의 경우, 한국 여성들은 외모의 아름다움에 대한 압박과 스트레스로 인해 강한 양가 감정을 느끼고 있었으며, 중국 여성들은 외모에 대한 주체성을 기반으로 대부분 긍정적인 감정을 느끼고 있었다. 일본 여성들은 감정 표현을 자제하는 사회적 분위기로 인해, 아름다움에 대한 감정이 미인, 외모 관리, 성형에 국한되었다. 외모의 아름다움에 대한 태도의 경우, 한중일 세 문화권 모두에서 본인의 외모에 대해 자족하는 경향을 보였다. 한국의 여성들은 외모에 대한 압박으로 인해 미인과 성형에 대해 양가적 태도를 보였으며, 중국 여성들은 외모에 대한 주체적 인식을 기반으로 성형을 제외한 대부분의 범주에 대해 긍정적인 태도를 형성하였다. 일본 여성의 경우, 타인을 의식하는 문화와 개성 추구의 욕구로 인해 외모 관리와 아름다운 외모에 대해 양가적 태도를 보였다. 외모의 아름다움에 대한 인식의 최종 결과인 외모 관리 행동에 있어 세 문화권 모두에서 성형, 화장, 패션, 피부 관리, 외모 이외의 능력 개발의 범주가 나타났으나,

각 문화권 별로 주력하는 전략에는 차이가 있었다. 한국 여성들은 단기간에 외모를 바꿀 수 있는 성형과 체중 관리에, 중국 여성들은 독립적인 여성상을 위해 건강 관리에, 일본 여성들은 개성적 아름다움을 위해 패션과 화장에 주력하였다.

이상과 같이 살펴본 여성 외모의 아름다움에 대한 인식은 특정한 사회문화적 조건에 영향을 받기 때문에, 외모의 아름다움을 이해하기 위해서는 문화적 패턴의 파악이 선행되어야 한다. 한중일 문화의 패턴을 파악하기 위해, 본 연구에서는 홉스테드(Hofstede)가 제시한 문화적 가치 체계의 권력 거리, 개인주의 대 집단주의, 여성성 대 남성성, 불확실성의 회피 차원을 이용하였다. 이 과정에서 단순히 홉스테드(Hofstede)가 제시한 차원 점수에 의지하지 않고, 세 나라의 역사, 경제, 정치, 사회, 문화의 다양한 비교를 통해 외모 아름다움의 인식에 영향을 미치는 사회문화적 맥락의 차이를 총체적으로 검증하였다. 그 결과, 지금까지 유사한 문화적 패턴을 갖고 있다고 여겨졌던 한국, 중국, 일본 문화가 각기 다른 문화적 특성을 갖고 있음이 밝혀졌다. 나아가 사회적 경쟁과 사회적 비교는 세 문화권에서 나타난 아름다운 외모를 통해 추구하는 미적 가치에 영향을 미치는 문화적 패턴인 것으로 나타났다.

본 연구에서는 사회적 비교와 사회적 경쟁을 비교문화연구의 새로운 분석 틀로 제시하였다. 사회적 비교의 방법인 투사와 내사, 사회적 경쟁의 강도가 각각 두 가지 차원을 이루어, 총 4개의 구획으로 나뉘어진 구조틀의 형태를 띄게 된다. 사회적 비교와 사회적 경쟁은 외모의 아름다움을 통해 추구하는 가치를 결정하는 문화적 패턴임과 동시에, 아름다운 외모뿐만이 아닌 사회적으로 경쟁력 획득이 가능한 능력을 통해 어떠한 가치를 추구하는가에 포괄적 영향력을 미치게 된다. 이렇듯 사회적 비교와 사회적 경쟁은 단순히 문화적 맥락을 넘어서 다양한 문화적 현상을 설명하는 특정 문화만의 고유하며 지속적인 양상이라는 점에서, Benedict(2008)가 언급한 문화적 패턴의 요소를 갖추고 있다. 비교문화연구의 분석 틀이 문화적 현상의 차이를 설명할 수 있는 특정 문화만의 고유한 양상임을 감안하였을 때, 사회적 비교와 사회적 경쟁은 비교문화연구의 새로운 분석 틀로 자리매김할 수 있을 것이다.

3. 연구의 의의

본 연구는 다음과 같은 의의를 갖는다.

첫째, 본 연구는 여성의 외모 아름다움에 대한 본질적 이해를 시도하였다는 점에서 의의를 찾을 수 있다. 아름다움에 대한 이해를 위해, 본 연구는 선행 연구를 기반으로 아름다움의 개념적 정의를 도출하였다. 기존의 선행 연구들이 아름다움에 대한 개념을 확립하지 않고 연구를 진행함으로써, 외모의 아름다움에 대한 이해보다는 외모의 아름다움으로 인해 발생하는 개인의 심리적 상태와 사회문화적 영향력만을 검증하였다는 한계를 보였다. 본 연구에서는 구성주의적 관점과(Glaserfeld, 1995; Schmidt, 1995) 미학 분야에서 도출된 아름다움의 정의를 결합시켜 본 연구에 적용될 외모 아름다움을 정의 내렸다. 이러한 정의를 기반으로 본 연구는 문화적 맥락에 따라 차이를 보이는 외모의 아름다움이 한국, 중국, 일본 문화에서 어떠한 양상을 보이는지 살펴보았다.

둘째, 기존의 선행 연구들이 외모 아름다움에 대한 인식의 과정을 각각의 개별적인 현상으로 파악하여, 인식 구조 간의 유기적 관계를 파악할 수 없었다. 본 연구는 외모 아름다움에 대한 인식의 과정을 유기적 관계로 파악하여, 외모의 아름다움에 대한 인식이 실제 현실에서 어떻게 전개되는지 총체적으로 이해할 수 있었다. 본 연구는 연구 대상을 외모의 아름다움에 대한 인식의 과정으로 확장시켜, 아름다움에 대한 인식에 영향을 미치는 원인과 아름다움에 대한 인식으로 인해 나타나는 결과를 각기 다른 문화적 맥락 하에서 살펴보았다. 이를 위해 연구 과정에서 수집된 자료를 기반으로 새로운 이론을 도출해내는 근거이론 기법을 적용하여(Strauss & Corbin, 1990), 실제 한중일 문화권에서 나타나는 외모 아름다움에 대한 인식의 과정을 포괄적으로 설명하는 패러다임 모형을 도출하였다.

셋째, 본 연구는 한중일 문화권에서 외모의 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치를 밝힌 최초의 연구이다. 본 연구에서는 ‘신체의 외면적 특성과 형상으로 인해 특정 사회문화의 구성원에게 인식되는 주관적이고 감각적인 미적 가치’라는 외모 아름다움의 개념적 정의가 적용되었다. 이러한 정의를 기반으로 외모의 아름다움은 곧 미적 가치를 통해 파악할 수 있음을 알 수

있다. 본 연구에서는 한중일 문화권에서 공통적으로 나타난 미적 가치인 진정성의 아름다움과 특수적 미적 가치인 한국 문화권의 우월한 아름다움, 중국 문화권의 발전의 아름다움, 일본 문화권의 개성의 아름다움을 새롭게 발견하였다.

넷째, 본 연구를 통해 외모의 아름다움이 객관적으로 불변하는 것이 아니라 주어진 사회문화적 맥락에 영향을 받는 문화적 산물임이 밝혀졌다. 사회문화의 맥락을 기반으로 형성되는 외모의 아름다움에 대한 이해를 위해 본 연구는 한국, 중국, 일본 문화권을 대상으로 비교문화 연구를 시행하였다. 그 결과, 각각의 문화권 별로 외모의 아름다움에 대한 인식 과정에 대한 문화적 보편성과 특수성이 발견되었으며, 각각의 인식 과정은 문화적 맥락을 기반으로 상호 유기적인 관계가 있었다.

다섯째, 본 연구는 한중일 문화를 대상으로 한 비교문화연구를 통해 이들 문화권의 문화적 패턴을 밝혔다. 문화적 패턴은 Benedict(2008)에 의해 제시된 개념으로, 문화의 다양한 영역이 통합됨으로써 나타나는 일관된 특성을 의미한다. 오랜 기간 동안 한국, 중국, 일본은 지리적 근접성 때문에 동질적인 문화적 패턴을 갖고 있을 것으로 간주되어, 이들 문화권의 개별적 특성에 대해 연구하기 보다는 서구 문화와의 차이를 밝히는 연구가 주로 진행되었다. 그러나 본 연구에서는 한국, 중국, 일본 문화를 대상으로 한 비교문화연구를 통해 이들 문화가 갖고 있는 고유한 문화적 패턴을 밝히고, 이를 통해 최종적으로 한중일 문화의 특수성과 보편성을 살펴보았다는 점에서 의의를 갖는다.

여섯째, 본 연구는 사회적 비교와 사회적 경쟁이라는 새로운 비교문화연구의 분석 틀을 제시하였다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있다. 사회적 비교의 방법인 투사와 내사, 사회적 경쟁의 강도는 외모의 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치에 영향을 미치는 문화적 특성이었다. 이러한 문화적 특성은 외모의 아름다움뿐만이 아닌, 사회적인 능력을 통해 추구하는 가치 전반에 영향을 미친다는 점에서 문화적 패턴으로 간주할 수 있다. 향후 다양한 사회문화적 현상을 설명하는 비교문화연구를 진행함에 있어, 사회적 비교와 사회적 경쟁은 문화적 차이를 설명하는 새로운 비교문화연구의 분석 틀이 될 수 있으리라 생각한다.

제 2 절 연구의 제한점

본 연구는 다음과 같은 제한점을 갖는다.

첫째, FGI가 한국어로 진행된 관계로 중국, 일본의 참가자들은 모두 한국에서 유학 생활을 하고 있는 집단으로 표집 되었다. 이러한 표집은 크게 두 가지 제한점을 남겼다. 우선 중국과 일본 참가자의 연구 결과에 있어, 한국 문화에 우호적인 성향, 해외 유학이 가능한 경제적 수준, 한국 문화의 흡수 등의 편향이 반영되었으리라 생각된다. 또한, 모국어가 아닌 외국어로 인터뷰에 응하였기 때문에 의사 표현에 어느 정도 제한이 있었으리라 생각된다. 향후에는 중국어와 일본어 구사가 가능한 연구자와의 공동 연구, 혹은 중국과 일본의 현지 연구 등을 통해 이러한 편향을 제거해야 할 것이다.

둘째, 한국, 중국, 일본의 참가자 대부분이 대도시 지역에 거주하는 특성을 보였다. 한국과 일본의 경우에는 국토 면적이 중국보다 작고, 대도시에 인구가 집중되어 있어 이와 같은 참가자의 지역 구성이 한국 문화와 일본 문화를 대표함에 있어 문제가 되지 않았을 것이다. 그러나 중국의 경우에는 국토 면적이 넓어 도시와 농촌 간의 경제적, 문화적 수준에 차이가 있을 것으로 예측된다. 중국의 이러한 특성은 본 연구의 주제와 같은 외모의 아름다움에 대한 인식에 큰 영향력을 미칠 것으로 예측되므로, 향후 중국과 관련된 문화 연구에 있어 지역의 대표성을 어떻게 설정할 것인가에 대한 논의가 필요하리라 생각된다.

셋째, 본 연구의 한국 참가자의 경우에는 의류학이, 중국과 일본 참가자의 경우에는 한국어와 한국학 등의 전공으로 치중되어 있는 경향을 보였다. 이러한 전공의 차이는 외모의 아름다움에 대한 인식에 영향을 미칠 수 있는 요소이므로, 향후 연구에서는 전공의 비중을 맞추어 인터뷰 참가자를 표집 해야 할 것이다.

넷째, 중국인과 일본인 참여자의 경우 한국인 연구자가 인터뷰를 진행하는 과정에서 사회적으로 바람직한 반응으로 응답의 편향이 발생하였으리라 생각된다. 중국과 일본인 참여자들은 한국에서 한국 연구자에 의해 진행되는 연구에 자국을 대표하여 연구에 참여했다고 의식하였을 것이며, 이러한 의식이 참여자로 하여금 윤리적으로 올바른 응답을 해야 한다는 부담감으로

작용하였을 것이다. 향후에는 중국과 일본인 연구자와의 공동 연구를 통해 이러한 편향을 제거해야 할 것이다.

다섯째, 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 알아보기 위해 진행된 본 연구에 있어 연구 참여자를 여성으로 한정함으로써 남성이 인식하는 여성 외모의 아름다움을 간과하게 되었다. 남성과 여성의 성차에 따라 여성 외모에 대한 인식에도 차이가 발생하게 되는데, 본 연구에서는 여성 참여자만을 대상으로 자료를 수집하였기 때문에 여성 외모에 대한 완벽한 이해가 불가능하였다는 아쉬움이 남는다. 후속 연구에서는 남성이 인식하는 여성 외모의 아름다움에 대해 연구함으로써, 여성 외모의 아름다움에 대한 이해를 증진시켜야 할 것이다.

제 3 절 연구의 시사점 및 제언

1. 학계를 위한 제언

본 연구의 결과를 기반으로 관련 연구를 진행하고 있는 학계에 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 본 연구는 한중일 세 나라의 여성이 인식하는 여성 외모의 아름다움에 관한 포괄적인 접근을 통해 여성 외모의 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치를 최초로 발견하였다. 이러한 미적 가치들은 외모의 아름다움을 미학적 개념으로 발전시킬 수 있다는 점에서 학문적 의의를 갖는다. 기존의 미학 분야에서 시행된 선행 연구에서 외모의 아름다움을 미적 범주화시켜 언급한 경우가 있긴 하나(Ewing, 1996), 이러한 선행 연구는 외모의 아름다움에 대한 인식의 기반이 되는 문화의 영향력을 간과하였다는 아쉬움이 있었다. 또한 본 연구에서 발견된 미적 가치들이 외모의 아름다움과 관련된 개인의 심리적 상태와 사회문화적 결과에 영향을 미치는 것으로 나타났다으므로, 향후 외모의 아름다움과 관련된 다양한 연구 분야에 적용 가능한 개념이라 생각된다. 마지막으로 외모의 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치는 특정 문화권의 영향력을 반영한 것이므로, 실제 문화의 구성원

들이 경험하게 되는 외모 아름다움에 대한 인식의 결과에 영향을 미치는 주요 원인이라는 점에서 주목할 만 하다.

둘째, 본 연구는 외모 아름다움에 대한 인식의 과정에 포괄적으로 접근한 패러다임 모델을 제시하였다. 외모의 아름다움에 대한 기존의 선행 연구들이 각각의 미적 가치와 경험들을 개별적 현상으로 접근함으로써 외모 아름다움에 대한 단편적 이해만이 가능하였던 것에 반해, 본 연구는 포괄적 관점을 기반으로 외모의 아름다움에 대한 총체적 이해를 시도하였다. 이러한 시도를 통해 외모의 아름다움에 대한 인식이라는 거대한 문화적 현상에 대한 심도 있는 이해가 가능하였다. 본 연구에서 도출된 외모의 아름다움에 대한 인식의 패러다임 모형은 문화적 맥락에 영향을 반영한 결과이므로, 향후 문화적 산물로서의 외모의 아름다움을 연구하는데 기여할 수 있으리라 생각한다.

셋째, 본 연구는 사회적 경쟁의 강도와 투사와 내사의 사회적 비교 방법을 비교문화 연구의 새로운 분석 틀로 제안하였다. 기존의 비교문화 연구는 Hofstede(2001)가 제시한 분석의 틀 중에서 개인주의와 전체주의, 남성성과 여성성 등의 요소와, Hall(1976)이 제시한 고맥락/저맥락 문화를 분석의 틀로 주로 사용하였다. 그러나 본 연구에서 제시한 아름다움의 인식과 가치 형성에 영향을 미치는 사회적 경쟁 강도와 사회적 비교의 방법 역시 새로운 비교문화 연구의 분석 틀이 될 수 있을 것이다. 특히 사회적 경쟁과 사회적 비교의 분석 틀을 통해 사회적 경쟁력을 획득할 수 있는 가치에 대한 특정 문화권의 패턴을 파악할 수 있을 것이라 생각한다.

넷째, 본 연구는 기존의 비교문화연구에서 지리적 접근성으로 인해 동일한 문화 집단으로 인식되었던 한국, 중국, 일본의 문화적 패턴의 차이를 밝혔다. 일차적으로 홉스테드(Hofstede)의 문화적 가치 체계의 다양한 차원을 기반으로 문화적 특성을 파악한 후, 이를 세 나라의 역사, 정치, 경제 등 다양한 사회적 범주의 차이를 통해 문화적 차이를 밝혔다. 또한 현대 사회의 주요 사회적 가치인 외모 아름다움에 대한 인식의 차이를 밝힘으로써, 최종적으로 한국, 중국, 일본이 차별화된 문화적 패턴을 갖고 있음을 입증하였다. 이러한 비교문화적 접근을 통해 후속 연구에서는 세 문화권을 개별 문화권으로 보고, 이들의 차이를 기반으로 한 연구가 진행될 수 있으

리라 생각한다.

다섯째, 본 연구에서는 연구 참여자가 스스로 FGI 자극물을 개발하였다. 체계적인 사전 준비를 통해 이루어진 FGI 자극물 개발 과정은 추후 관련 연구의 진행에 학문적 도움을 줄 것이다. 본 연구의 체계적인 FGI 자극물 준비 과정은 질적 연구의 타당성 확보, 비교문화연구의 등가성 확보, FGI의 그룹 다이내믹스 확보에 도움이 되리라 생각한다.

여섯째, 본 연구를 통해 사회 심리학적 현상에 대한 연구를 진행함에 있어 구성주의적 관점이 가지는 파급 효과를 입증할 수 있었다. 대부분의 연구들은 기존의 선행 연구를 기반으로 주요 변수들을 추출하고 이를 실증적으로 입증하는 과정으로 진행되었다. 그러나 이러한 연구는 기존의 거대한 지식의 틀에 지지대를 세울 뿐 새로운 지식을 발견함에 있어 한계를 보였다. 본 연구와 같이 구성주의적 관점을 기반으로 현상을 있는 그대로 관찰함으로써, 기존의 선행 연구에서는 간과하였던 새로운 연구 주제를 발견할 수 있을 것이다. 또한, 기존의 연구 주제에 대해서는 주제에 접근하는 새로운 시각을 얻을 수 있을 것이다. 본 연구에서는 여성 외모의 아름다움을 구성주의적 관점에서 접근함으로써, 외모 아름다움에 대한 인식의 과정을 총체적으로 이해할 수 있었으며, 새로운 변수의 발견을 통해 현상을 실제적으로 이해함과 동시에 관련 연구의 활성화에 기여하였다.

2. 기업을 위한 제언

본 연구의 결과를 통해 한국, 중국, 일본 지역에서 기업을 운영하고 있는 실무자들에게 다음과 같은 제언을 제시한다.

첫째, 한국, 중국, 일본 지역의 광고 홍보 전략의 수립에 있어 지역 별로 차별화된 모델을 적용시켜야 한다. 일반적으로 많은 글로벌 기업들은 한중일 지역을 동일한 시장권으로 인식하기 때문에, 동일한 모델을 적용하여 마케팅 전략을 시행하고 있다. 그러나 한국, 중국, 일본은 각기 다른 문화적 특성을 보유한 개별 문화권이기에 때문에, 차별화된 미의식을 형성하고 있다. 본 연구에서도 이러한 이유에서 각각의 국가 별로 선호되는 미인의 이미지에 차이가 있었다. 한국에서는 가부장적 문화에 부합하는 참한 현모

양치 이미지와 우아한 이미지가, 중국에서는 여권 신장의 영향을 받은 당당하고 독립적인 이미지가, 일본에서는 개성 추구의 영향으로 다양한 이미지의 미인이 동시에 선호되었다. 이러한 이유로 한중일 지역의 광고 홍보 전략을 취함에 있어 각각의 문화권 별로 선호되는 이미지를 가진 모델을 차별적으로 적용해야 한다.

둘째, 한국, 중국, 일본 지역을 타겟으로 하는 글로벌 기업의 경우 각각의 문화권 별로 차별화된 외모 아름다움에 대한 미적 가치를 파악하고, 이를 반영한 마케팅 전략을 수립해야 할 것이다. 세 나라 모두에서 진정성의 아름다움을 추구하는 성향이 발견되긴 하였지만, 각각의 국가 별로 다르게 나타난 한국 문화의 우월한 아름다움, 중국 문화의 발전적 아름다움, 일본 문화의 개성적 아름다움의 추구 성향을 파악하고 이에 맞게 차별화된 마케팅 전략이 필요하다. 기업이 제공하는 제품과 서비스를 통해 한국 문화에서는 타인을 능가하는 우월함을 제공함을, 중국 문화에서는 자아의 발전에 기여할 수 있음을, 일본 문화에서는 나만의 개성을 추구할 수 있음을 주요 마케팅 전략으로 삼아야 할 것이다.

셋째, 한국, 중국, 일본 지역을 타겟으로 하는 글로벌 기업 중에서 특히 뷰티와 패션 산업에 종사하는 기업의 경우, 동아시아 지역의 진출 전략 수립에 있어 한중일 세 나라의 여성이 중요시하는 외모 관리 전략에 기초하여 진입 전략을 차별화해야 한다. 한국 여성의 경우 체중 관리와 성형, 피부 관리를, 중국 여성의 경우 건강 관리를, 일본 여성의 경우 화장과 패션을 타국의 여성에 비해 중요하게 인식하고 있었다. 이러한 점에 기초하여 기업의 역량을 배분함에 있어 각각의 문화권에서 최적화된 성장이 가능한 제품과 서비스에 주력해야 한다. 예를 들어 장업 기업의 경우, 한국에서는 스킨케어 제품을, 중국에서는 건강 식품을, 일본에서는 메이크업 제품에 주력해야 할 것이다.

넷째, 한국 기업의 중국, 일본 시장 진출에 있어 한류 열풍의 활용에 대한 차별화된 전략이 필요하다. 한류는 동아시아 지역을 넘어 전 세계로 전파되고 있으나, 각 지역의 문화적 특성과 지역 구성원의 각기 다른 선호로 인해 한류를 다르게 인식하고 있음이 본 연구를 통해 밝혀졌다. 중국에서는 한류 연예인의 이미지가 밝고 긍정적이며 따뜻한 여성의 이미지로 인식

된 것에 반해, 일본에서는 한류 연예인의 이미지가 패셔니블하고 자기 관리를 잘 하는 매력적인 여성의 이미지로 각인되어 있었다. 한류 열풍을 기업의 매출 증대로 연결시키기 위해서는 한류가 각각의 지역 별로 전파되는 양상을 잘 파악하여 이에 걸맞은 기업 전략으로 연결시켜야 한다. 중국の場合엔 밝고 활발한 이미지의 여성 연예인을, 일본에서는 유행에 민감하고 세련된 이미지의 여성 연예인을 광고 모델로 선정할 경우 큰 광고 효과를 볼 수 있을 것이다. 또한, 중국 시장에서는 동대문 패션과 같은 대중적인 패션 제품에, 일본 시장에서는 좀 더 유행에 민감한 패션 제품에 한류의 이미지를 적용할 경우 한류의 경제적 효과를 배가시킬 수 있으리라 생각한다.

3. 후속연구를 위한 제언

한국, 중국, 일본의 동아시아 지역 여성이 인식하는 여성 외모의 아름다움을 밝히고자 진행된 본 연구를 기반으로, 다음과 같은 후속 연구를 시행할 것을 제안한다.

첫째, <표 5-4>와 <그림 5-2>를 통해 제시된 외모 아름다움을 통해 추구하는 미적 가치에 대한 실증적 검증이 필요하다. 본 연구 결과를 기반으로 도출된 아름다움의 진정성, 우월함, 발전, 개성의 가치들은 각기 사회적 비교 방법과 사회적 경쟁 강도에 따라 차이를 보일 것으로 예측되었다. 이러한 예측이 실증적으로 검증될 수 있는지에 대한 추가 연구가 이루어져야 한다.

둘째, 본 연구를 통해 제시된 비교문화연구의 새로운 분석 틀이 향후 실제적으로 문화적 차이의 원인으로 작용할 수 있는가에 대한 추가적인 검증이 필요하다. 본 연구를 통해 제시된 새로운 비교문화연구의 분석틀인 투사와 내사의 사회적 비교 방법, 사회적 경쟁 강도가 실제 타 연구에서도 문화적 차이의 기준이 될 수 있는지에 대한 후속 연구가 진행된다면, 비교문화연구에 대한 보다 다양한 관점이 생성될 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구를 통해 제시된 여성 외모의 아름다움에 대한 인식 과정에 대한 페러다임 요소들간의 인과 관계를 보다 심도 있게 연구해 보아야 한

다. 본 연구는 질적 자료의 수집을 통해 외모의 아름다움과 관련된 페리다임 요소를 제시하였는데, 향후에는 양적 자료의 수집을 통한 실증적 검증이 필요하다.

넷째, 본 연구는 한국, 중국, 일본의 세 문화권을 대상으로 비교문화 연구로 진행되었으나, 후속 연구에서는 한중일 문화권의 아름다움을 바라보는 타 문화 관점의 연구가 필요할 것이다. 아시아의 아름다움에 대한 주목이 증대되고 있는 가운데, 타 문화권에서 한중일 문화권의 아름다움과 한중일 문화권의 미인에 대해 어떠한 인식을 하고 있는지 실증적으로 밝히는 연구가 진행되었으면 한다. 특히 한중일 세 나라를 바라보는 타 문화권의 인식이 변화되고 있는 현 시점에서, 동아시아의 미인 이미지가 타 문화권에서 바라보는 동아시아 지역 국가의 이미지에 어떠한 영향력을 미치는지도 함께 살펴보면 좋을 것이다.

다섯째, 한중일 문화권과 타 문화권의 아름다움에 대한 인식에 대한 비교문화적 접근이 필요하리라 생각된다. 본 연구는 한국, 중국, 일본의 세 국가를 연구의 대상으로 선정하여, 세 문화권 간의 비교를 통해 여성 외모의 아름다움에 대한 이해를 도모하였다. 전 세계가 동질화되면서도 각각의 문화권 별로 고유한 특성이 잔존하는 글로벌 시대가 도래하는 현 시점에서 한중일 지역의 아름다움과 타 문화권의 아름다움을 비교문화적 관점에서 살펴본다면, 본 연구에서 얻게 된 아름다움에 대한 본질적 이해를 넘어서는 새로운 발견을 할 수 있으리라 생각된다.

마지막으로, 남성 집단을 대상으로 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 알아보는 연구가 진행되어야 한다. 남성과 여성은 여성의 외모를 바라보는 상이한 관점을 갖고 있어, 여성 외모의 아름다움을 확실히 이해하기 위해서는 남성과 여성을 모두 연구의 대상으로 삼아야 한다. 본 연구에서는 여성만을 연구의 대상으로 하였으므로, 후속 연구에서는 남성을 대상으로 여성 외모의 아름다움에 대한 인식을 살펴보아야 할 것이다.

참 고 문 헌

[국내문헌]

- 김광역. (2002). 중국연구를 위한 인류학적 패러다임 시론: 문화접점론과 국가-사회의 관계를 중심으로. *국제지역연구*, 11(3), 23-59.
- 김기범, 차영란. (2006). 여성의 화장을 통한 미(美)와 자기개념의 사회문화적 의미분석. *한국심리학회지, 여성*, 11(1), 107-123.
- 김경희. (2000). *제슈탈트 심리학*. 서울: 학지사.
- 김난도, 이준영, 권혜진, 전미영, 이향은, 김서영. (2011). *트렌드코리아 2012*. 서울: 미래의 창.
- 김민자. (2004a). *복식미학강의 1*. 서울: 교문사.
- 김민자. (2004b). *복식미학강의 2*. 서울: 교문사.
- 김선주, 배진영, 문현실, 김성희, 이성규, 육정임, 권현주, 이송은, 김염자, 조세현, 김문희, 지현숙, 천성림, 윤혜영, 이양자, 전동현, 최은진. (2005). *중국 여성, 신화에서 혁명까지*. 서울: 서해문집.
- 김성기. (1994). *모더니티란 무엇인가*. 서울: 민음사.
- 김성철. (1997). 종족과 사회: 한국과 중국의 비교. *비교문화연구*, 3, 109-129.
- 김양하, 김기범, 차영란. (2007). 화장의 자의식적 특성분석과 화장마음의 사회인지모형 검증. *한국심리학회지, 여성*, 12(2), 213-229.
- 김유리. (2005). 개혁 개방 이후 중국의 역사교육과 '통일적 다민족국가' 론. *북방사논총*, 6(8), 237-280.
- 김재은, 박길순. (2004). 한류 현상이 중국 신세대 패션에 미친 영향 분석. *한국의류학회지*, 28(1), 154-164.
- 김주현. (2009). *외모 꾸미기 미학과 페미니즘*. 서울: 책세상.
- 김진엽. (2002). 예술이란 무엇인가?: 현대 영미 미학의 답변. *미학 예술학 연구*, 16, 139-157.

- 김진엽. (2003). 예술이란 무엇인가?: 진화심리학적 답변. *미학*, 36, 121-143.
- 김희경, 김현정, 민세희, 장해라. (2008). *이야기를 파는 나라*. 서울: 미래의 창.
- 남궁윤선, 한자영. (2005). 우리나라 미인대회를 통해 본 이상적 몸의 변화 특성에 관한 연구. *복식*, 55(6), 15-23.
- 남윤자, 이승희. (2001). 한, 미 여대생의 실제체형과 인지체형의 만족도 비교. *한국의류학회지*, 25(4), 764-772.
- 문용린. (2011). *정서지능 강의*. 서울: 북스넷.
- 박광희, 김정원, 유희숙. (2003). *섬유패션산업*. 서울: 교학연구사.
- 박우미. (2000). 외모에 대한 의식과 만족도에 대한 한국과 미국 여대생의 비교연구. *한국의류학회지*, 24(5), 736-747.
- 박은아. (2003). 화장의 심리사회적 의미: '보여주기'의 미학. *한국심리학회지: 소비자광고*, 4(2), 105-127.
- 박은아, 김현정, 서현숙. (2009). 문화적 자기개념에 따른 외모중시 가치관과 외모관리행동. *한국심리학회지: 소비자광고*, 10(2), 251-274.
- 선우정. (2009). *일본 일본인 일본의 힘: 그들에게 무엇을 배울 것인가*. 서울: 루비박스.
- 설혜심. (2002). *서양의 관상학 그 긴 그림자*. 서울: 한길사.
- 성영신, 박은아. (2009). *아름다움의 권력: 심리학이 해부한 아름다움의 힘*. 서울: 원앤원북스.
- 성영신, 박은아, 이주원, 김운섭. (2009). 아름다움의 심리적 권력: 성별, 영역별 미 권력 차이를 중심으로. *한국심리학회지: 소비자광고*, 10(3), 461-488.
- 손은정. (2007a). 공적 자기인식, 사회문화적 가치의 내면화 및 외모상에 대한 태도가 성형 의도에 미치는 영향. *한국심리학회지: 여성*, 12(1), 63-81.
- 손은정. (2007b). 공적 자기인식, 외모에 대한 감시, 외모에 대한 수치심이 섭식행동에 미치는 영향. *한국심리학회지: 상담 및 심리치료*, 19(3),

- 735-750.
- 손은정. (2008). 여대생의 자아존중감, 외모비교, 마른 이상적인 체형의 내면화, 외모불만족이 이상섭식행동에 미치는 영향. *한국심리학회지: 상담 및 심리치료*, 20(3), 885-901.
- 손은정. (2011). 여대생의 성형수술 경험 및 성형수술 만족 여부에 따른 심리사회적 특성의 차이. *한국심리학회지: 여성*, 16(1), 23-42.
- 송선옥, 이인자. (2001). 남자의 인상에 미치는 의복유형, 얼굴형 및 체형의 영향. *한국의류학회지*, 25(2), 369-378.
- 양운덕. (2003). *미셀 푸코*. 파주: 살림출판사.
- 오생근. (1997). 데카르트, 들뢰즈, 푸코의 '육체'. *사회비평*, 17, 95-121.
- 오윤경, 이경희. (2006). 퍼스널 스타일의 유형 분석과 이미지 연구: 국내여자연예인을 중심으로. *한국의류학회지*, 30(1), 137-145.
- 유용규. (2004). 선비정신과 무사도의 상관관계. *일본문화연구*, 11(7), 129-143.
- 유희, 최선형. (2012). 직장인의 외모관리를 위한 프로페셔널 이미지 개념 연구 (제2보). *한국의류학회지*, 36(9), 952-965.
- 유창조, 정혜은. (2002). 소비자의 아름다움 추구행위에 관한 탐색적 연구: 남성의 치장과 여성의 화장, 성형 및 피트니스를 중심으로. *소비자학연구*, 13(1), 211-232.
- 이노미. (2005). 비교문화연구의 이론과 실제. *인문과학*, 36, 367-394.
- 이승희, Nancy A. Rudd, 김재숙. (2001). 바디이미지연구(1); 한미 여성의 이상적 미, 바디이미지와 외모행동에 관한 연구. *한국의류학회지*, 25(5), 969-980.
- 이영철. (1996). *21세기 문화 미리보기: 시각성, 성, 테크놀로지, 물신주의, 문화번역과 세계성*. 서울: 시각과 언어.
- 이유리, 정혜정. (2012). 한국과 일본 소비자의 웰빙의식과 외모관리에 따른 한방화장품 태도 연구. *복식*, 62(2), 87-102.
- 이윤정. (2004). 외모 통제에 대한 신념이 외모 만족도에 미치는 영향: 미국 여대생을 대상으로. *한국의류학회지*, 28(7), 974-982.

- 임경택. (2006). 이벤트성 외래축제를 통해 본 일본의 소비문화의 양상: 크리스마스, 밸런타인데이, 할로윈을 중심으로. *비교문화연구*, 12(2), 123-149.
- 임인숙. (2002). 한국사회의 몸 프로젝트: 미용성형 산업의 팽창을 중심으로. *한국사회학*, 36(3), 183-204.
- 전경수. (1994). *문화의 이해*. 서울: 일지사.
- 정중호. (2000). 중국의 유동인구와 국가-사회 관계 변화: 북경 '절강촌' 사례를 중심으로. *비교문화연구*, 6(2), 127-170.
- 조윤진, 양수진, 김은영, 추호정. (2006). 패션마케팅 영역에서의 비교문화적 연구의 경향. *한국의류학회지*, 30(8), 1312-1322.
- 조종혁. (2007). 미디어 아비투스과 상징적 폭력. *커뮤니케이션학 연구*, 15(1), 31-61.
- 호사카 유지. (2007). *조선 선비와 일본 사무라이*. 파주: 김영사.
- 홍덕선, 박규현. (2009). *몸과 문화: 인간의 몸을 해석하는 다양한 문화 담론들*. 서울: 성균관대학교 출판부.
- 홍은영. (2004). *푸코와 몸에 대한 전략*. 서울: 철학과 현실사.
- 황순혁. (1997). 외모문화의 비교사회학: 한국, 일본의 화장품 광고를 중심으로. *사회비평*, 17, 63-94.
- 황순희. (1997). 외모문화의 비교사회학. *사회비평*, 17, 63-94.

[번역서]

- 다나카 아키라. (2006). 현명철 역. *메이지 유신과 서양 문명: 이와쿠라 사절단은 무엇을 보았는가*. 서울: 소화.
- 미나미 히로시. (1995) 서정완 역. *일본적 자아*. 서울: 소화.
- Anderson, B. (2002). 윤형숙 역. *상상의 공동체: 민족주의의 기원과 전파에 대한 성찰*. 서울: 나남.
- Baubl, R. (2002). 이미옥 역. *시기심*. 서울: 에코리브르.
- Baudrillard, J. (1992). 이상률 역. *소비의 사회: 그 신화와 구조*. 서울:

- 문예출판사.
- Benedict, R. (2001). 김윤식, 오인석 역. *국화와 칼: 일본 문화의 틀*. 서울: 을유문화사.
- Benedict, R. (2008). 이종인 역. *문화의 패턴*. 고양: 연암서가.
- Benjamin, W. (2011), 최상만 역, *기술복제시대의 예술작품-사진의 작은 역사*. 서울: 도서출판 길.
- Bourdieu, P. (1996). 최종철 역. *구별짓기: 문화와 취향의 사회학*. 서울: 새물결.
- Bourdieu, P. & Passeron, J. C. (2000). 이상호, 신행선 역. *재생산: 교육체계 이론을 위한 요소들*. 서울: 동문선.
- Darwin, C. (2005). 박동현 역. *종의 기원*. 서울: 신원문화사.
- Dawkins, R. (2010). 홍영남, 이상임 역. *이기적 유전자*. 서울: 을유문화사.
- Descartes, R. (1993). 김형효 역. *방법서설; 성찰; 정념론 외*. 서울: 삼성출판사.
- De Mooij, M. K. (2007). 김유경, 이상훈, 김병희 역. *소비자 행동과 문화*. 파주: 나남.
- Ewing, W. A. (1996). 오성환 역. *몸*. 서울: 까치.
- Foucault, M. (2007). 오생근 역. *감시와 처벌: 감옥의 역사*. 서울: 나남.
- Kant, I. (2005). 김상현 역. *판단력 비판*. 서울: 책세상.
- Nietzsche, F. (1994). 최승자 역. *짜라투스트라는 이렇게 말했다*. 서울: 청하.
- Nietzsche, F. (2007). 박찬국 역. *비극의 탄생*. 서울: 아카넷.
- Renz, U. (2008). 박승재 역. *아름다움의 과학: 미인불패, 새로운 권력의 발견*. 서울: 웅진싱크빅.
- Schmidt, S. J. (1995). 박여성 역. *구성주의*. 서울: 까치.
- Shusterman, R. (2009). 김광명, 김진엽 역. *프로그마티즘 미학: 살아있는 아름다움, 다시 생각해보는 예술*. 서울: 북코리아.
- Shusterman, R. (2010). 이혜진 역. *몸의 의식: 외모미학-숨에스테틱스*. 서울: 북코리아.
- Tatarkiewicz, W. (2005). 손효주 역. *미학사. 1. 고대미학*. 서울: 미술문화.

[국외문헌]

- Alvarez, R. M., & Brehm, J. (1997). Are Americans ambivalent towards racial policies? *American Journal of Political Science*, *41*, 345–374.
- Ames, D. R. (2004). Strategies for social inference: A similarity contingency model of projection and stereotyping in attribute prevalence estimates. *Journal of Personality and Social Psychology*, *87*(5), 573–585.
- Ames, D. R., & Iyengar, S. S. (2005). Appraising the unusual: Framing effects and moderators of uniqueness-seeking and social projection. *Journal of Experimental Social Psychology*, *41*(3), 271–282.
- Amstrong, T., & Detweiler-Bedell, B. (2008). Beauty as an emotion: The exhilarating prospect of mastering as challenging world. *Review of General Psychology*, *12*(4), 305–329.
- Ayal, E. B. (2010). Value systems and economic development in Japan and Thailand. *Journal of Social Issues*, *19*(1), 35–51.
- Baker, C. N. (2005). Images of women's sexuality in advertisements: A content analysis of black- and white-oriented women's and men's magazines. *Sex Roles*, *52*(1/2), 13–27.
- Bauman, Z. (1991). *Modernity and ambivalence*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Berger, J. (1986). *Wild horses of the great basin*. Chicago: University of Chicago Press.
- Berry, J. M., & Dasen, P. (1974). *Introduction to culture and cognition*. London: Methuen.
- Blake, J., & Davis, K. (1964). Norms, values, and sanctions. Robert, F. (Ed.), *Handbook of modern sociology*. Chicago: Rand McNally.
- Bleuler, E. (1950). *Dementia praecox of the group of schizophrenias*.

- NY: International University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. Richardson, John G. (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*. NY: Greenwood Press.
- Brokhoff, M., Mussap, A. J., Mellor, D., Skouteris, H., Ricciardelli, L. A., McCabe, M. P., & Fuller-Tyszkiewicz, M. (2012). Cultural influences on body dissatisfaction, Body change behaviors, and disordered eating of Japanese adolescents. *Asian Journal of Social Psychology, 15*, 238–248.
- Buss, D. M. (1989). Sex Differences in Human Mate Preferences: Evolutionary Hypotheses Tested in 37 Cultures. *Behavioral and Brain Sciences, 12*, 1–49.
- Buss, D. M. (1995). Evolutionary psychology: A new paradigm for psychological science. *Psychological Inquiry, 6*(1), 1–30.
- Buss, D. M., & Barnes, M. (1986). Preferences in human mate selection. *Journal of Personality and Social Psychology, 50*(3), 559–570.
- Calinescu, M. (1987). *Five faces of modernity: Modernism, avant-garde, decadence, kitsch, postmodernism*. Durham: Duke University Press.
- Cash, T. F. (1989). Body-image affect: Gestalt versus summing parts. *Perceptual and Motor Skills, 69*, 17–18.
- Cheung, G. W., & Chow, I. H. (1999). Subcultures in greater China: A comparison of managerial values in the people's Republic of China, Hong Kong, and Taiwan. *Asia Pacific Journal of Management, 16*(3), 369–387.
- Codol, J. P. (1987). Comparability and incomparability between oneself and others: Means of differentiation and comparison reference points. *European Journal of Cognitive Psychology, 7*(1), 87–105.
- Craig, S. C., Martinez, M. D., & Kane, J. G. (2005). Core values, value

- conflict and citizens ambivalence about Gay right. *Political Research Quarterly*, 58, 5–17.
- Crawford, D. W. (1974). *Kant's aesthetic theory*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Crosby, R. (1976). A model of egoistical relative deprivation. *Psychological Review*, 83, 84–113.
- Damhorst, M. L., Miller–Spillman, K. A., & Michelman, S. O. (2005). *The meanings of dress* (2nd ed.). NY: Fairchild.
- Dewall, C. N., Altermatt, T. W., & Thompson, H. (2005). Understanding the structure of stereotypes of women: Virtue and agency as dimensions distinguishing female subgroups. *Psychology of Women Quarterly*, 29, 396–405.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(3), 285–290.
- Dion, K. K., Pak, A. W., & Dion, K. L. (1990). Stereotyping physical attractiveness: A sociocultural perspective. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 21(3), 378–398.
- Dong, Y., & Lee, K. (2008). A cross-cultural comparative study of users' perceptions of a webpage: With a focus on the cognitive styles of Chinese, Koreans and Americans. *International Journal of Design*, 2(2), 19–30.
- Donohue, G. A., Tichenor, P. J., & Olien, C. N. (1973). Mass media functions, knowledge and social control. *Journalism Quarterly*, 50(3), 652–659.
- Douglas, S. P., & Craig, C. S. (1997). The changing dynamic of consumer behavior: Implications for cross-cultural research. *International Journal of Research in Marketing*, 14, 379–395.
- Eco, U. (2004). *History of beauty*. NY: Rizzoli International

- Publications.
- Eco, U. (2007). *On ugliness*. NY: Rizzoli International Publications.
- Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G., & Longo, L. C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, *110*(1), 109–128.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*, Fort Worth, TX: Harcourt.
- Engeln–Maddox, R. (2006). Buying a beauty standard or dreaming of a new life? Expectations associated with media ideals. *Psychology of Women Quarterly*, *30*, 258–266.
- Engeln–Maddox, R., & Miller, S. A. (2008). Talking back to the media ideal: The development and validation of the critical processing of beauty images scale. *Psychology of Women Quarterly*, *32*, 159–171.
- Entwistle, J. (2002). The aesthetic economy: The production of value in the field of fashion modelling. *Journal of Consumer Culture*, *2*(3), 317–339.
- Evans, P. C. (2003). “If only I were thin like her, maybe I could be happy like her” : The self-implications of associating a thin female ideal with life success. *Psychology of Women Quarterly*, *27*, 209–214.
- Fan, J., Liu, F., Wu, J., & Dai, W. (2004). Visual perception of female physical attractiveness. *Proceedings of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences*, *271*(1537), 347–352.
- Feingold, A. (1992). Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, *111*(2), 304–341.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, *7*, 117–140.
- Foster, G. M. (1965). Peasant society and the limited good. *American Anthropologist*, *76*(2), 293–315.

- Foster, G. M. (1972), The anatomy of envy: A study in symbolic behavior. *Current Anthropology*, 13(2), 165–202.
- Freeburg, B. W., & Workman, J. E. (2010). A method to identify and validate social norms related to dress. *Clothing and Textiles Research Journal*, 28(1), 38–55.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967), *The discover of grounded theory*. Chicago: Aldine.
- Glaserfeld, E. V. (1995) *Radical constructivism: A way of knowing and learning*. London: The Falmer Press.
- Gordon, L. V., & Kikuchi, A. (1966). American personality tests in cross-cultural research—a caution. *Journal of Social Psychology*, 69, 179–183.
- Green, R., & White, P. D. (1976). Methodological consideration in cross-national consumer behavior. *Journal of International Business Studies*, 7(2), 81–87.
- Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 31(1), 1–16.
- Hairston, N. G., Smith, F. E., & Slobodkin, L. B. (1960). Community structure, population control, and competition. *The American Naturalist*, 421–425.
- Hall, E. T. (1981). *Beyond culture (2rd ed.)*. NY: Anchor Books.
- Heilman, M. E., & Saruwatari, L. R. (1979). When beauty is beastly: The effects of appearance and sex on evaluations of job applicants for managerial and nonmanagerial jobs. *Organizational Behavior and Human Performance*, 23, 360–372.
- Hofstede, G. H. (1983). The cultural relativity of organizational practices and theories. *Journal of International Business Studies*, 14(2), 75–89.

- Hofstede, G. H. (1996). Gender stereotypes and partner preferences of Asian women in masculine and feminine cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 27*(5), 533–546.
- Hofstede, G. H. (2001). *Cultural consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hofstede, G. H., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind: Intercultural cooperation and its importance for survival (3rd ed.)*. NY: McGraw-Hill Books.
- Holbrook, M. B., & O' Shaughnessy, J. (1988). On the scientific status of consumer research and the need for an interpretive approach to studying consumption behavior. *Journal of Consumer Research, 15*, 398–402.
- Horvath, T. (1979). Correlates of physical beauty in men and women. *Social Behavior and Personality, 7*(2), 145–151.
- Hui, C. H., & Triandis, H. C. (1985). Measurement in cross-cultural psychology: A review and comparison of strategies. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 16*(2), 131–152.
- Ikegami, E. (1995). *The taming of the samurai: Honorific individualism and the making of modern Japan*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Irmak, C., Vallen, B., & Sen, S. (2010). You like what I like, but I don't like what you like: Uniqueness motivations in product preference. *Journal of Consumer Research, 37*, 443–455.
- Jackson, H. O., & O' Neal, G. S. (1994). Dress and appearance responses to perceptions of aging. *Clothing and Textiles Research Journal, 12*(4), 8–15.
- Jackson, L. A., Sullivan, L. A., & Rostker, R. (1988). Gender, gender role, and body image. *Sex Roles, 19*(7/8), 429–443.
- Jandt, F. E. (1998). *Intercultural Communication*. Thousand Oaks, CA:

- Sage Publication.
- Jefferson, D. L., & Stake, J. E. (2009). Appearance self-attitudes of African American and European American women: Media comparisons and internalization of beauty ideals. *Psychology of Women Quarterly, 33*, 396-409.
- Johnson, T. W., Francis, S. K., & Burns, L. D. (2007). Appearance management behavior and the five factor model of personality. *Clothing and Textiles Research Journal, 25*(3), 230-243.
- Jung, J. (2006). Media influence: Pre-and post exposure of college women to media images and the effect of mood and body image. *Clothing and Textiles Research Journal, 24*(4), 335-344.
- Jung, J., & Lee, S. H. (2006). Cross-cultural comparisons of appearance self-schema, body image, self-esteem, and dieting behavior between Korean and U. S. women. *Family and Consumer Sciences Research Journal, 34*(4), 350-365.
- Jung, J., & Lee, Y. J. (2009). Cross-cultural examination of women's fashion and beauty magazine advertisements in the United States and South Korea. *Clothing and Textiles Research Journal, 27*(4), 274-286.
- Kahle, L. R., & Homer, P. M. (1985). Physical attractiveness of the celebrity endorser: A social adaption perspective. *Journal of Consumer Research, 11*, 954-961.
- Kaiser, S. B. (1990). *The social psychology of fashion: symbolic appearance in context (2nd ed.)*. NY: Macmillan.
- Kenny, A. J. P. (1968). *Descartes: A study of his philosophy*. NY: Random House.
- Kim, M., & Lennon, S. J. (2006). Content analysis of diet advertisements: A cross-national comparison of Korean and U. S. women's magazines. *Clothing and Textiles Research Journal, 24*(4), 345-362.

- Kim, J. H., & Lennon, S. J. (2007). Mass media and self-esteem, body image, and eating disorder tendencies. *Clothing and Textiles Research Journal*, 25(1), p.3~23.
- Krueger, J. I. (2000). The projective perception of the social world. Suls J., & Wheeler, L. (Ed.). *Handbook of Social Comparison: Theory and Research*. NY: Kluwer Academic/Plenum.
- Krueger, J. I. (2002). On the reduction of self-other asymmetries: Benefits, pitfalls, and other correlates of social projection. *Psychologica Belgica*, 42(1/2), 23-41.
- Kuznets, P. W. (1988). An east Asian model of economic development: Japan, Taiwan, and South Korea. *Economic Development and Cultural Change*, 36(3), S11-S43.
- Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson A., Hallam M., & Smoo, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, 126(3), 390-423.
- Langlois, J. H., Roggman, L. A., Casey, R. J., Ritter, J. M., & Rieser-Danner, L. A. (1987). Infant preferences for attractive faces: Rudiments of a stereotype? *Developmental Psychology*, 23(3), 363-369.
- Langmeyer, L., & Shank, M. (1994). Managing beauty products and people. *Journal of Products and Brand Management*, 13(3), 27-37.
- Lee, J., & Johnson, K. K. P. (2009). Factors related to engagement in risky appearance management behaviors. *Clothing and Textiles Research Journal*, 27(3), 163-178.
- Lee, J., & Lee, K. (2009). Facilitating dynamics of focus group interviews in East Asia: Evidence and tools by cross-cultural study. *International Journal of Design*, 3(1), 17-28.
- Lee, Y. R., Kim, S. Y., Seock, Y. K., & Cho, Y. J. (2009). Tourists' attitudes towards textiles and apparel-related cultural product: A cross-cultural marketing study. *Tourism Management*, 30, 724-

- 732.
- Lennon, S. J., & Rudd, N. A. (1994). Linkages between attitudes toward gender roles, body satisfaction, self-esteem, and appearance management behaviors in women. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, *23*(2), 94–117.
- Lennon, S. J., Rudd, N. A., Sloan, B., & Kim, J. S. (1999). Attitudes toward gender roles, self-esteem, and body images: Application of a model. *Clothing and Textiles Research Journal*, *17*(4), 191–202.
- Leonard, K. M., Scotter, J. R., & Pakdil, F. (2009). Culture and communication: Cultural variations and media effectiveness. *Administration and Society*, *41*(7), 850–877.
- Levy, M. J. (1954). Contrasting factors in the modernization of China and Japan. *Economic Development and Cultural Change*, *2*(3), 161–197.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Luxen, M. F., & van de Vijer, F. J. R. (2006). Facial attractiveness, sexual selection, and personnel selection: When evolved preferences matter. *Journal of Organizational Behavior*, *227*, 241–255.
- MacGillevray, M. S., & Wilson, J. D. (1997). Clothing and appearance among early, middle and late adolescents. *Clothing and Textiles Research Journal*, *15*(1), 43–49.
- Martz, D. M., Handley, K. B., & Eisler, R. M. (1995). The relationship between feminine gender role stress, body image, and eating disorders. *Psychology of Women Quarterly*, *19*(4), 493–508.
- McKinley, N., & Hyde, J. S. (1996). The objectified body consciousness scale. *Psychology of Women Quarterly*, *20*, 181–215.
- Merton, R. K. (1976). *Sociological ambivalence and other essays*. NY: The Free Press.

- Moody, W., Kinderman, P., Sinha, P., & You, K. (2009). Identifying the causal relationships of appearance management through an analysis of one's own clothing and wearing experiences over a 10-day period. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, *33*(6), 841–852.
- Mori, N., Shiratsuka, S., & Taguchi, H. (2001). Policy responses to the post-bubble adjustments in Japan: a tentative review. *Monetary and Economic Studies*, *19*, 53–112.
- Neumark-Sztainer, D., Croll, J., Story, M., Hannan, P. J., & French, S. (2002). Ethnic/racial differences in weight-related concerns and behaviors among adolescent girls and boys. *Journal of Psychosomatic Research*, *53*(5), 963–974.
- Nezlek, J., & Perri, M. (1982). Physical attractiveness in social interaction: II. Why does appearance affect social experience? *Journal of Personality and Social Psychology*, *43*(5), 979–996.
- Nisbett, R. E., Peng, K., Choi, I., & Norenzayan, A. (2001). Culture and systems of thought: Holistic versus analytic cognition. *Psychological Review*, *108*(2), 291–310.
- O'Brien, K. S., Caputi, P., Minto, R., Peoples, G., Hooper, C., Kell, S., & Sawley, E. (2009). Upward and downward physical appearance comparisons: Development of scales and examination of predictive qualities. *Body Image*, *6*, 201–206.
- Otness, C., Lowrey, T. M., & Shrum, L. J. (1997). Toward an understanding of consumer ambivalence. *Journal of Consumer Research*, *24*, 80–93.
- Park, J. K., Nam, Y. J., Choi, K. M., Lee, Y. R., & Lee, K. H. (2009). Apparel consumers' body type and their shopping characteristics. *Journal of Fashion Marketing and Management*, *13*(3), 372–393.
- Park, S. (2005). The influence of presumed media influence on women's desire to be thin. *Communication Research*, *32*, 594–614.

- Patzer, G. L. (1985). *The physical attractiveness phenomena*. NY: Plenum Press.
- Peng, T. K., Peterson, M. F., & Shy, Y. (1991). Quantitative methods in cross-national management research: Trends and equivalence issues. *Journal of Organizational Behavior, 12*, 87–107.
- Poran, M. A. (2002). Denying diversity: Perceptions of beauty and social comparison processes among Latina, Black, and White women. *Sex Roles, 47*(1/2), 65–81.
- Price, J., & Shidrick, M. (1999). *Feminist theory and the body*. NY: Routledge.
- Roach-Higgins, M. E., & Eicher, J. B. (1992). Dress and identity. *Clothing and Textiles Research Journal, 10*(4), 1–8.
- Richins, M. L. (1991). Social comparison and the idealized images of advertising. *Journal of Consumer Research, 18*, 71–83.
- Reis, H. T., Wheeler L., Spiegel, N., & Kernis, M. H. (1982). Physical attractiveness in social interaction: II. Why does appearance affect social experience? *Journal of Personality and Social Psychology, 43*(5), 979–996.
- Reilly, A., Rudd, N. A., & Hillery, J. (2008). Shopping behavior among gay men: Issues of body image. *Clothing and Textiles Research Journal, 26*(4), p.313~326.
- Reilly, A., & Rudd, N. A. (2009). Social anxiety as predictor of personal aesthetic among women. *Clothing and Textiles Research Journal, 27*(3), 227–239.
- Rhode, D. L. (2010). *The beauty bias: The injustice of appearance in life and law*. London: Oxford University Press.
- Richardson, R. M., & Smith, S. W. (2007). The influence of high/low-context culture and power distance on choice to communicate with professors in Japan and America. *International Journal of Intercultural Relations, 31*, 479–501.

- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. NY: Free Press.
- Rubin, L. R., Neneroff, C. J., & Russo, N. F. (2004). Exploring feminist women' s body consciousness. *Psychology of Women Quarterly*, *28*, 27–37.
- Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (2000). Body image and appearance–management behaviors in college women. *Clothing and Textiles Research Journal*, *18*(3), 152–162.
- Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (2001). Body image: Linking aesthetics and social psychology of appearance. *Clothing and Textiles Research Journal*, *19*(3), 120–133.
- Salovey, P., & Rodin, J. (1984). Some antecedents and consequences of social–comparison jealousy. *Journal of Personality and Social Psychology*, *47*, 780–792.
- Schiebinger, L. L. (2000). *Feminism and the body*. NY: Oxford University Press.
- Schimmack, U., Oishi, S., & Diener, E. (2005). Individualism: A valid and important dimension of cultural differences between nations. *Personality and Social Psychology Review*, *9*(1), 17–31.
- Schreiber, R. S., & Stern, P. N. (2001), *Using grounded theory in nursing*. NY: Pringer Publishing Company.
- Shaffer, D. R., Crepaz, N., & Sun, C. R. (2000). Physical attractiveness stereotyping in cross–cultural perspective: Similarities and differences between Americans and Taiwanese. *Journal of Cross–Cultural Psychology*, *31*(5), 557–582.
- Silverman, D. (2005). *Doing qualitative research: A practical handbook (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Silverstein, B., Perdue, L., Peterson, B., & Kelly E. (1986). The role of the mass media in promoting a thin standard of bodily attractiveness for women. *Sex Roles*, *14*(9/10), 519–532.
- Silverstein, B., Peterson, B., & Perdue, L. (1986). Some correlates of

- the thin standard of bodily attractiveness for women. *International Journal of Eating Disorders*, 5(5), 895–905.
- Singh, D. (1993). Adaptive significance of female physical attractiveness: Role of waist-to hip ratio. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(2), 293–307.
- Sjoberg, O. (2010). Ambivalent attitudes, contradictory institutions: Ambivalence in gender-role attitudes in comparative perspective. *International Journal of Comparative Sociology*, 51(1/2), 33–57.
- Sleeswijk, V. R., Stappers, P. J., van der Lugt, R., & Sanders, E. B. (2005). Contextmapping: Experiences from practice. *CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and Arts*, 1(2), 119–149.
- Solomon, M. R., Ashmore, R. D., & Long, L. C. (1992). The beauty match-up hypothesis: Congruence between types of beauty and product images in advertising. *Journal of Advertising*, 21, 23–24.
- Spiggle, S. (1994). Analysis and interpretation of qualitative data in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 21, 491–503.
- Stewart, D., & Shamdasani, P. (1990). *Focus group, theory and practice*. London: Sage Publications.
- Strauss, A. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. M. (1990), *Basics of qualitative research: Technique and procedures for developing grounded theory*. California: Sage Publications.
- Swami, V., Caprarid, C., & Tovée, M. J. (2006). Female physical attractiveness in Britain and Japan: A cross-cultural study. *European Journal of Personality*, 20, 69–81.
- Swami, V., Einon, D., & Furnham, A. (2007). Cultural significance of leg-to-body ratio preference? Evidence from Britain and rural Malaysia. *Asian Journal of Social Psychology*, 10, 265–269.

- Swami, V., Henderson, G., Custance, D., & Tovée, M. J. (2011). A cross-cultural investigation of men's judgments of female body weight in Britain and Indonesia. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 42*(1), 140–145.
- Swami, V., & Tovée, M. J. (2005a). Female physical attractiveness in Britain and Malaysia: A cross-cultural study. *Body Image, 2*, 115–128.
- Swami, V., & Tovée, M. J. (2005b). Male physical attractiveness in Britain and Malaysia: A cross-cultural study. *Body Image, 2*, 383–393.
- Tatarkiewicz, W. (1963). Objectivity and subjectivity in the history of aesthetics. *Philosophy and Phenomenological Research, 24*(2), 157–173.
- Tatarkiewicz, W. (1980). *History of six ideas: An essay in aesthetics*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- Thompson, M. A., & Gray, J. J. (1995). Development and validation of a new body-image assessment scale. *Journal of Personality Assessment, 64*(2), 256–269.
- Tiggemann, M., & Pickering, A. S. (1996). Role of television in adolescent women's body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Eating Disorders, 20*(2), 199–203.
- Ting-Toomey, S., & Kurogi, A. (1998). Facework competence in intercultural conflict: An updated face-negotiation theory. *International Journal of Intercultural Relations, 22*(2), 187–225.
- Toseland, R. W., Jones, L. V., & Gellis, Z. D. (2004). Group dynamics. Garvin, C. D., Gutierrez, L. M., & Galinsky, M. J. (Eds.). *Handbook of Social Work with Groups*. NY: Guilford Publications.
- Tovée, M. J., & Cornelissen, P. L. (2001). Female and male perceptions of female physical attractiveness in front-view and profile. *British Journal of Psychology, 92*, 391–402.

- Tovée, M. J., Maisey, D. S., Emery, J. L., & Cornelissen, P. L. (1999). Visual cues to female physical attractiveness. *Proceedings of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences*, 266(1415), 211–218.
- Taylor, E. B. (2010). *Primitive culture*. Charleston: Nabu Press.
- Tyner, K., & Ogle, J. P. (2007). Feminist perspectives on dress and the body: An analysis of Ms. magazine, 1972 to 2002. *Clothing and Textiles Research Journal*, 25(1), 74–105.
- Tyner, K., & Ogle, J. P. (2009). Feminist theory of the dressed female body: A comparative analysis and applications for textiles and clothing scholarship. *Clothing and Textiles Research Journal*, 27(2), 98–121.
- Van Rijin, H., Bahk, Y. N., Stappers, P. J., & Lee, K. P. (2006). Three factors for contextmapping in East Asia: Trust, control and nunchi. *CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and Arts*, 2(3), 157–177.
- Wallendorf, M., & Belk, R. W. (1989). Assessing trustworthiness in naturalistic consumer research. *Interpretive Consumer Research*, 1989, 69–84.
- Weitz, M. (1967). The role of theory in aesthetics. Monroe, S. (Ed.), *Aesthetic inquiry: Essays on art criticism and the philosophy of art*. California: Dickerson Publishing Company.
- West–Eberhard, M. J. (1979). Sexual selection, social competition, and evolution. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 123(4), 222–234.
- West–Eberhard, M. J. (1983). Sexual selection, social competition, and speciation. *The Quarterly Review of Biology*, 58(2), 155–183.
- Wheeler, L. (1966). Motivation as determinant of upward comparison. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2, 27–31.
- Wheeler, L., & Miyate, K. (1992). Social comparison in everyday life.

- Journal of Personality and Social Psychology*, 62(5), 760–773.
- Wheeler, L., & Kim, Y. M. (1997). What is beautiful is culturally good: The physical attractiveness stereotype has different content in collectivistic cultures. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(8), 795–800.
- Williams, R. (1981). *Culture*. London: Fontana New Sociology.
- Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin*, 90, 245–271.
- Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L., & Augustus-Horvath, C. L. (2010). “But I like my body: Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body Image*, 7, 106–116.
- Workman, J. E., & Jounson, K. K. P. (1991). The role of cosmetics in impression formation. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(1), 63–67.
- Xu, X., Mellor, D., Kiehne, M., Ricciardelli, L. A., McCabe, M. P., & Xu, Y. (2010). Body dissatisfaction, engagement in body change behaviors and sociocultural influences on body image among Chinese adolescents. *Body Image*, 7, 156–164.

[기타 자료]

- Interbrand. (2013). Best global brand 2012. 자료 검색일: 2013, 4, 15.
자료 출처: [http:// www.interbrand.com](http://www.interbrand.com)
- International Monetary Fund. (2012). World economic outlook database. 자료 검색일: 2013, 6, 9. 자료 출처: [http:// www.imf.org](http://www.imf.org)
- ISAPS. (2012). 2012 Global survey: Aesthetic survey procedures. 자료 검색일: 2013, 6, 5. 자료 출처: <http://www.isaps.org>

Abstract

A Cross-Cultural Study of Women's Perception of Physical Beauty in Korean, Chinese, and Japanese cultures

Kim, Sun Woo
Dept. Clothing and Textiles
The Graduate School
Seoul National University

Physical beauty affects the development of individual self-conception and increases social competitiveness in modern society. Women's physical beauty especially limits women's social roles and reinforces their negative self-conception influenced by distorted social stereotypes. This study investigated women's perception of physical beauty in Korean, Chinese, and Japanese cultures with cross-cultural perspectives on the condition that the perception of women's physical beauty is affected by cultural contexts. Through this cross-cultural approach, this research determined the concept of physical beauty and suggested the comprehensive paradigm of the physical beauty's perception. Additionally, this study verified cultural patterns in Korean, Chinese, and Japanese cultures and proposed the original analytical framework in the cross-cultural research area through examining cultural universality and specificity of the women's perception of physical beauty.

In combination with constructivism and aesthetics, this research generated and applied the definition of women's physical beauty; "the subjective and sensual aesthetic values perceived by members of a particular socio-cultural group through women's physical features and characteristics". On the basis of this definition, this research extended a research object into the perception process of physical beauty. In addition, this research investigated the socio-cultural contexts affecting the perception of physical beauty, the aesthetic values pursuing through physical beauty,

and the results on the perception of physical beauty which were emotions and attitudes toward physical beauty and appearance management behaviors.

For data collection, focus group interviews were conducted with Korean, Chinese, and Japanese women in their 20s and 30s who were attending universities located in Seoul, Korea from February 2013 to July 2013. A total of 10 focus group interviews were conducted: three with 18 Korean females, four with 25 Chinese females, and three with 17 Japanese females. For the purpose of facilitating the group dynamics and retaining the equivalence of a cross-cultural study, this research employed stimuli which were developed with images of beauties bought by FGI participants. Qualitative research data was analyzed according to the 3 steps of the grounded theory, and the results were as follows:

First, the paradigm model which comprehensively explained the perception of women's physical beauty was determined. The paradigm model was commonly applied in Korean, Chinese, and Japanese cultures and was composed of six dimensions: the socio-cultural contexts influencing physical beauty perception, the perception criteria of physical beauty, the aesthetic values of physical beauty, the emotions toward physical beauty, the attitudes toward physical beauty, and physical appearance management behaviors. These six dimensions showed cultural universality and specificity depending on each culture.

Second, this research discovered the cultural universality and specificity of the aesthetic values through women's physical beauty in Korean, Chinese, and Japanese cultures. The universal aesthetic value of three cultures was authentic beauty, and the specific aesthetic values were diverse depending on the intensity of the social competition and the standard of the social comparison. On the basis of the strong social competition and introjection, Korean culture pursued the superior beauty which accelerated the advantage in social competition through physical attractiveness coinciding with social stereotypes. Based on the weak social competition and introjection, Chinese culture pursued the improvement beauty which focused on the self-advanced process with constant self-management. According to the strong social competition and projection, Japanese culture sought the individual beauty which

facilitated the social competitiveness through personal originality.

Third, socio-cultural contexts influencing the perception of physical beauty were divided into the categories relevant to this area directly and indirectly. The categories directly relevant were composed of the media effect, standardized beauty criteria, pride of traditional beauty, and the perception of women's aging. The media strongly affected the perception of beauty in the all three cultures. In each cultural context of Korean culture, young women's physical appearance was preferred and the social stereotype of women's appearance strengthened. In the Chinese culture, the women's maturity was respected, and diverse beauty criteria were accepted. In Japanese culture, pride of traditional beauty coexisted with the preference of westernized beauty, and the standard of women's physical beauty was diversified. The categories indirectly relevant to physical beauty perception were composed of patriarchal culture, social competitiveness of physical attractiveness, women's social position, and cultural diversity. In Korean culture, women's social positions were restrictive due to the patriarchal culture, and the social competitiveness of physical attractiveness had powerful influences on individual lives and social achievements. In Chinese cultures, women's social position was expanded, and domestic gender equality strengthened under the influence of the extension of women's rights. In Japanese cultures, privacy of individuals was protected and cultural diversity was encouraged on account of the diffusion of individualism, and consciousness of other's surveillance was also existed.

Fourth, all three cultures preferred both westernized and traditional appearances as the perception criteria of physical beauty. In addition, balanced and harmonious figures were pursued as the condition of the standard acceptance of a beautiful appearance. Gestalt images of a physical appearance were different from all three cultures. A good wife and smart mother image influenced the patriarchal culture in Korean culture, an independent image influenced the extension of women's rights in Chinese culture, and diverse kinds of images affected by the pursuit of individuality were preferred.

Fifth, women of Korean, Chinese, and Japanese cultures felt emotions and

determined attitudes towards physical beauty and established physical appearance management strategies as the result of perception of women's physical beauty. Emotions and attitudes towards physical beauty were composed of five categories which were their own physical appearance, beauty, physical appearance management, cosmetic surgery, and aging. In the emotions of physical beauty, Korean women felt ambivalent emotions due to the social anxiety and stress over physical beauty, and Chinese women mostly felt positive emotions on the basis of the independence of their own appearance. In contrast, Japanese women's emotions toward physical beauty were restrictive on account of the social atmosphere which required them to suppress emotional expressions. In the attitudes of physical beauty, all three cultures' women were satisfied with their own physical appearance. Korean women defined ambivalent attitudes toward beauty and cosmetic surgery because of the social anxiety over physical beauty, and Chinese women maintained positive attitudes towards almost the whole category, except cosmetic surgery by reason of the independence of their own physical appearance. Japanese women demonstrated ambivalent attitudes towards physical appearance management and physical beauty on the ground of the desire for individuality and the consciousness of other people's surveillance. The dimension of physical appearance management which was the final result of the perception of physical beauty presented six categories in all three cultures: cosmetic surgery, make-up, fashion, skin care, weight control, and faculties' development except physical appearance. However, the main categories in each culture were different. Korean women's cosmetic surgery and weight control for the drastically changed physical beauty in short period, Chinese women's health care for the independent women's image, and Japanese women's fashion and make-up for the individual beauty were the main strategies for physical appearance management.

As discussed thus far, this research demonstrated the perception of women's physical beauty which was not the constant concept objectively, but the cultural product influenced by cultural contexts subjectively. Furthermore, the cultural comprehension of Korean, Chinese, and Japanese cultures which had been considered to have similar cultural characteristics were intensified with the detection of cultural

diversification in these three cultures. Aesthetic values of physical beauty suggested by this research were especially influenced by the cultural patterns of social comparison and social competition. Moreover, social comparison and social competition could be the new analytical framework in cross-cultural research by the reason of their cultural effects on the diverse socio-cultural phenomenon. Additionally, this research has its significance in that it discovered the comprehensive paradigm model of physical beauty perception based on the definition of physical beauty and verified the organic relations of the physical beauty perception. It is especially worthy of notice that this research demonstrated cultural universality and specialty toward the perception of physical beauty affected by cultural contexts with organic relations of paradigm dimensions in each culture.

Keywords: physical beauty, social comparison, social competitiveness, social gender, aesthetic value, aesthetic experience, cross-cultural study, grounded theory

Student Number: 2009-