

외모지상주의에 대한 감성적 경향과 패션에 대한 인식

김장현¹, 이유림², 유진우^{2*}
¹디자인 팩토리, ²신경대학교 뷰티디자인학과

The Perception of Fashion and Emotional Tendency in Lookism

Jang-Hyeon Kim¹, Yu-Rim Lee², Jin-Woo Yu^{2*}
¹Design Factory
²Division of Beauty Design, Shin-Gyeong University

요약 현대사회의 외모지상주의는 개인 간의 우열이나 사회생활의 성패를 가르는 기준이라 여겨지며, 신체적 자아의 확장이라 여겨지는 패션에도 많은 영향력을 미치고 있다. 본 연구는 외모지상주의의 감성적 경향과 외모지상주의가 패션에 어떠한 영향력을 미치는데 대한 대학생들의 인식을 조명해보고, 향후 외모지상주의로 인하여 변화되어야 할 사회상과 패션에 대한 태도의 함의점을 제시해보는데 목적이 있다. 연구 방법은 이론적 연구와 소셜 데이터 분석 연구 및 서술형 설문지 응답법을 병행하였다. 본 연구의 결과로 첫째, 외모지상주의에 대한 감성적 경향은 외모지상주의에 대한 비판적 인식과 우려가 높은 것으로 나타났다. 둘째, 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 대학생들의 부정적인 인식으로는 과소비의 조장, 패션에 국한하여 타인을 평가하는 왜곡된 인식의 확장, 획일화된 패션의 양산의 견해가 주를 이루었다. 긍정적인 인식으로는 패션 소비 시장의 활성화, 패션 정보의 확산과 의복의 기술적 증진, 자신만의 패션 스타일의 정립을 통한 자존감의 향상의 견해가 주를 이루었다. 셋째, 외모지상주의로부터 변화되어야 할 사회상에 대한 함의점은 개개인의 개성을 존중해주는 사회적 분위기의 전환, 타인의 총체적인 부분을 아우를 수 있는 포용적 자세의 확립, 자기 자신에 대한 관심과 애정이 필요하다.

Abstract Lookism in modern society is considered the criterion for determining superiority/inferiority between individuals or the success/failure of social life. Therefore, lookism greatly influences fashion, which is regarded as an extension of the physical self. This study aims to examine the emotional tendency of lookism and how lookism affects fashion from the learner's point of view. This study also provides implications from the examination. The results of this study are as follows. First, an emotional tendency towards lookism was found to show a high level of critical awareness and concern about lookism. Second, the negative perceptions of the influences of lookism on fashion were found. These negative perceptions were mainly on aggravating excessive consumption, expanding the distorted perception that evaluates others through fashion, and mass production of standardized fashion. On the other hand, positive perceptions were mainly on revitalizing the fashion consumer market, disseminating fashion information and technological advancement of clothing, and improving self-esteem by establishing own fashion style. Third, the implication for the social aspect that needs to be changed from lookism requires a change in the social atmosphere. In particular, the social atmosphere should change by respecting individuality, establishing an inclusive attitude to embrace the holistic aspects of others, and respecting the interest and affection for oneself.

Keywords : Lookism, Emotional Tendency, Undergraduate Students' Perspectives, Influences of Lookism on Fashion, Aspect of Society in Lookism

*Corresponding Author : Jin-Woo Yu(Shin-Gyeong Univ.)

email: yjw0237@naver.com

Received January 18, 2022

Accepted April 1, 2022

Revised February 8, 2022

Published April 30, 2022

1. 서론

현대사회는 “외모도 하나의 경쟁력이다”라고 명시될 만큼 외적인 이미지가 매우 중요시되는 시대이다. 겉으로 드러나 보이는 모양[1]으로 명명되는 외모는 타인과의 사회적 상호 작용에서 개인의 긍정적인 인상을 형성하는데 큰 영향을 미치며, 개인의 자존감을 높여주는데 주요한 역할을 한다. 하지만, 현대 사회에서 외모는 앞서 언급한 긍정적인 영향력 보다는 개인 간의 우열이나 사회생활의 성패를 가르는 기준으로 여겨지고 있으며, 이에 따라 개인의 인성이나 능력보다는 외모의 경쟁력이 우선시 되는 외모지상주의 풍조가 확산되고 있는 추세이다. 이는 비단 인간의 신체만 국한되는 것이 아닌 제 2의 피부라 명명되는 의복에도 영향을 미치게 된다. Sontag and Schalter[2]는 의복은 자아의 한 구성요소이자, 자아가 형성되고 확인되는 외모의 한 측면이라 언급하였으며, Cash[3]는 자신의 신체 이미지에 대한 감정은 행동적 실천에 영향을 주어 불만족스러운 신체부위나 체형을 은폐 또는 보충하는 노력의 동기로 작용한다고 하였다. 즉, 의복은 자신의 신체에 대한 의식의 확장으로서 외모지상주의로 인하여 생성되는 신체의 감정이나 느낌에 직·간접적인 영향을 줄 수 있음을 시사한다. 특히, 새로운 인간관계가 형성되고, 확장되는 시기인 대학생들은 외모지상주의의 문제점을 의식하면서도 사회적 분위기에 편승하여 외모에 대한 관심과 노력을 기울이는 역설적인 현상이 나타나고 있으며, 운동이나 다이어트, 피부미용과 같이 신체와 관련된 미적 행위뿐만 아니라 패션에 대한 많은 투자를 아끼지 않고 있다[4]. 이 같은 현실적인 상황을 고려해볼 시, 대학생을 중심으로 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대하여 어떠한 인식을 함양하고 있는지 면밀히 파악할 필요성이 제기된다. 또한, 외모지상주의와 관련된 선행연구가 미용이나 다이어트 등 신체에 국한되어 다수 진행되었음에 따라 패션에 대한 인식을 살펴보는 것 또한 의미 있는 연구라 판단된다.

이에 본고에서는 외모지상주의에 대한 감성적 경향 분석 및 외모지상주의가 패션에 어떠한 영향력을 미치는지에 대한 대학생들의 인식을 조명해보고, 향후 외모지상주의로 인하여 변화되어야 할 사회상에 대한 함의점을 논해보는데 목적이 있다. 이를 토대로 현대 사회에 만연하고 있는 외모지상주의에 대한 올바른 인식의 정립 및 우리 사회가 지향해야할 사회적 태도의 방향성을 제시해 줄 수 있다는데 의의가 있다.

연구의 방법은 이론적 연구와 소셜 데이터 분석 연구

및 서술형 설문지 응답법을 병행하였다. 이론적 연구는 외모지상주의의 개념 및 외모지상주의와 패션의 상관관계에 관련된 전문서적, 선행 연구, 인터넷 및 국내의 단행본을 토대로 한 고찰을 수행하였다. 소셜 데이터 분석 연구로는 Sometrend를 기반으로 외모지상주의에 대하여 대중들이 느끼는 감성적 경향을 분석하였다. 최종적으로, 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 대학생들의 인식을 살펴보기 위해 대학생 79명을 대상으로 서술형 응답 조사를 수행하였다.

2. 이론적 배경

2.1 외모지상주의에 대한 일반적인 고찰

외모지상주의는 “외모에 가치의 중심을 두는 사고 방식”[5]을 의미하며, 영문으로 Lookism이라 명명된다. 이 용어는 William Safire가 New York times의 논평에서 이 시대의 새로운 차별적 요소로 외모의 등장을 언급하며, Lookism의 용어를 이라는 용어를 사용한 이후 대중적으로 사용되기 시작하였다[6].

외모지상주의에 관련된 다양한 선행연구들을 살펴보면, Louis and Steven[7]은 외모지상주의는 외모가 가치의 최우선이 되어 여러 차별을 생산해내어 사회 속에서 인간으로서 평등을 해치는 현상이라고 명명하였다. Patzer[8]에 의하면 외모지상주의는 상업자본의 소비와 생산 체제 하에서 물신주의가 반영된 매스 미디어를 통해 반복적으로 재생산되고, 확장되어 개인의 삶뿐만 아니라 개개인이 이루고 있는 사회 문화까지 작용하는 것이라고 하였다. Cavico et al.[9]은 외모지상주의 경향이 외모로 인한 인간의 계급화와 서열화에도 부정적인 영향을 준다고 하였으며, Hass and Gergory[10]의 연구에서는 외모가 뛰어난 사람일수록 대인관계 및 연인 관계에서 보다 많은 기회가 주어지고, 혜택을 받는다고 기술하였다. Um[11]의 연구에 의하면 외모지상주의는 사회병리적 현상으로 간주하며, 일상생활 전반에 걸쳐 외모를 기준으로 평가되는 미에 대한 편애나 비호감을 의미하며, 이는 차별과 편견을 생산한다고 하였다.

이처럼 외모지상주의에서 외모는 차별적 의식 구조의 형성에 대한 기제가 되고 있음을 의미한다. 또한, 외모지상주의는 매스 미디어가 상업주의 기반 하에 현실과 동떨어진 편협한 미의 기준들을 대중들에게 제시함으로써 현실의 보편화된 규범으로 수용되어 하나의 이데올로기를 형성하며, 이 기준에 부적합한 이들은 사회에서 배제

하고자 하는 부정적인 결과를 초래한다. 이는 인간의 아름다움이 상업주의 아래 물신화되고 있음을 뜻하며, 외모에 대한 왜곡된 가치관이 섭식장애, 대인불안과 같은 개인적 문제의 유발 및 특정 외모만이 우선시되는 사회 풍조 형성에 일조하고 있음을 보여주고 있다.

외모지상주의는 인간의 본질을 판단하고자 하는 대인지각의 단서를 내적 단서보다는 외적 단서에 치중함에 따라 발현되는 현상이라고 할 수 있다. 즉, 외모에 대한 대인지각 정도가 높다는 측면을 뜻하는데, 이는 자기 인식에 대한 방식의 차이에 따라 문화권에서도 다르게 나타난다. Sub et al.[12]에 의하면 동양인들은 사회적 역할이나 지위 같은 외적 특성에 따라 자신을 규정하는 경향이 높은 반면에, 서양인들은 개인의 성격이나 생각, 능력과 같은 내적 단서를 토대로 자신을 규정함에 차이가 있다고 기술하였다. 이는 각 문화권의 특성에 따라 자기 인식의 방식에 대한 차이로 출현한 현상이라고 할 수 있다. Markus and Kitayama[13]의 연구에 의하면 개인주의 문화권은 사회적 맥락과 자신을 분화하여 하나의 독립된 존재로 여기는 독립적 자기 개념이 우세하며, 집단주의 문화권에서는 개인과 타인의 관계성을 중요시하는 상호의존적 자기 개념이 우세하게 나타난다고 언급하였다. 이상의 내용을 토대로 대한민국에서 나타나는 외모지상주의적 경향은 집단주의 문화권에서 상호의존적 자기 개념의 영향으로 설명될 수 있으며, 대인지각의 단서로 성격, 능력과 같은 내적인 특성보다 외적 특성, 즉, 외모에 보다 많은 비중을 두는 경향이 나타난다고 유추해볼 수 있다.

2.2 대인지각의 단서로서 신체 이미지와 패션

외모는 타인과의 사회적 상호 작용에서 개인의 패션 소비 시장긍정적인 인상을 형성하는데 큰 의미를 지니며, 자존감을 향상시키는데 주도적인 역할을 한다. 외모지상주의는 대인지각의 단서로 외모나 사회적 지위, 옷차림과 같은 외적인 단서들만을 통하여 자신과 타인을 인식하고 평가하는 인간관에서 나타나게 된다.

즉, 외모란 “겉으로 드러나 보이는 모양”[1]으로, 자신의 외형적 이미지 형성하는 여러 단서들이 통합되어 나타나는 신체적 이미지라고 할 수 있다.

신체 이미지를 구성하는 여러 외적 단서들 중 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 신체 위에 입혀지는 의복을 들 수 있다. 의복은 개인의 이미지의 85%를 차지할 만큼 많은 영향력을 내포하고 있다. 의복은 외모를 구성하는데 인간의 신체를 둘러싸고 있는 하나의 환경이며, 신체와 가장 긴밀하게 연결되어 신체의 연장된 자아로서의 의미

를 갖는다[14]. 즉, 사람들은 의복과 자신을 일원화하며, 의복에 대한 평가를 자신의 외모에 대한 평가로 인지함으로써 한 개인의 감정이나 행동 변화에도 영향을 미친다. Cash[3]에 의하면, 자신의 신체 이미지에 대한 감정은 행동적 측면에 영향을 주어 만족스럽지 못한 신체부분 및 체형을 은폐하거나 보충하는 노력을 동기화시킨다고 하였다. Compton[15]는 신체적 자아상이 미약한 사람은 의복을 활용하여 자신의 신체적 자아를 강화하거나 확장하는 경향이 있다고 하였다.

이처럼 신체와 의복은 필수불결하게 효과적인 신체 이미지를 연출하기 위한 상호보완적인 관계를 이루고 있으므로, 외모지상주의에 따른 패션의 효용성은 더욱 높아질 것으로 판단된다. 하지만, 그 이면에는 외모지상주의가 제시하는 미의 기준에 부합하는 결과를 창출하지 못할 시, 대중들에게 외면 받는 상황을 유발할 수도 있다는 양면성을 간과해서는 안 될 필요가 있다.

외모지상주의와 관련된 대표적인 선행연구를 살펴보면, 외모지상주의를 하나의 사회문제로 바라보고, 인문학적 접근을 토대로 이를 해결하기 위한 방안을 제안하거나 [16-18], 청소년을 중심으로 외모지상주의에 대한 실태의 파악 및 청소년의 외모지상주의와 신체변형 욕구에 미디어 이용이 미치는 영향을 분석하는 연구가 수행되었다 [19,20]. 이와 함께 청소년들에게 인기가 있는 웹툰을 중심으로 외모지상주의 현상이 어떻게 묘사되고 있는지 조명해보는 연구가 진행되었다[21]. 외모지상주의와 패션과 관련된 선행연구들을 살펴보면, Park and Chun[22]은 패션 Youtube의 영상과 댓글을 토대로 외모지상주의의 표현 양상에 대하여 분석하는 연구를 수행하였으며, Jung[23]는 여성의 외모관리행동 및 소비성향에 외모지상주의가 미치는 영향관계를 조명해보고, 자기효능감 및 감성지능의 매개효과를 실증적으로 규명하고자 하였다.

이처럼 외모지상주의에 관련된 다양한 연구가 진행되고 있지만, 외모지상주의의 해결방안이나 청소년을 대상으로 외모지상주의의 실태 및 외모지상주의의 영향을 미친 요인들을 밝히는 연구가 주를 이루고 있다. 현재 외모지상주의적 경향이 여러 사회 병리현상들을 초래하고, 무언의 사회적 차별을 생산해내고 있음을 고려해 볼 시, 외모지상주의에서 느끼는 대중들의 감성적 경향을 고찰해볼 필요성이 제기된다. 또한, 앞서 살펴본 신체 이미지를 구성함에 있어서 핵심적인 역할을 수행하는 패션이 외모지상주의로 인해 어떠한 영향을 받는지에 대한 의미를 파악해보는 것 또한 필요하다고 판단된다. 이에 본 연구는 사회와 학업의 경계선상에 위치하고 있는 대학생들

을 대상으로 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력을 파악해봄으로서 향후 외모지상주의로부터 변화되어야 할 사회상을 제언해보고자 한다.

3. 현대사회에 나타난 외모지상주의에 대한 감성적 경향

본 장에서는 빅데이터와 관련된 선행연구[24, 25]를 토대로 현대 사회에서 나타난 외모지상주의에 대한 대중들의 감성적 경향을 분석하고자 하였다. 감성적 경향 분석은 최근 3년간 빅데이터 분석 플랫폼인 Sometrend에 외모지상주의 키워드와 관련된 감성어를 추출하였으며, 외모지상주의의 년 단위 언급량 상위 10위의 감성어를 수합하였다. 감성적 경향 파악은 감성어를 긍정, 부정으로 나누어 연단위로 변화추이를 분석하였으며, 종합적인 관점에서 외모지상주의와 관련된 공통된 감성어를 도출하고, 워드클라우드로 시각화하였다.

연도별 감성어(Table 1)를 살펴보면, 2019년에는 ‘여성 혐오’, ‘차별’, ‘심각한 문제’, ‘마녀사냥’과 같은 부정어가 나타났고, ‘예쁘다’, ‘훈남’, ‘잘생기다’, ‘미인’ 등의 긍정어가 나타났다. 2020년도에는 ‘차별’, ‘여성혐오’, ‘스트레스’, ‘비판하다’와 같은 부정어가 나타났고, ‘멋있다’, ‘아름다움’, ‘이쁘다’, ‘좋다’ 등의 긍정어가 나타났다. 2021년도에는 ‘심하다’, ‘차별’, ‘싫다’, ‘비판하다’ 등의 부정어가 나타났고, ‘예쁘다’, ‘좋다’, ‘잘생기다’, ‘천사’와 같은 긍정어가 나타났다. 특이할만한 사항으로 2019년 54%, 2020년 69%로 부정적인 감성어가 긍정적인 감성어보다 높았던 반면에, 2021년에는 외모지상주의에 대한 긍정적인 감성어가 77%로 부정적인 감성어에 비해 급격하게 높아졌음을 살펴볼 수 있었다. 이는 코로나 상황의 장기화로 인하여 영상 기반의 언택트 시대가 도래함에 따라 영상에서 보여진 외모에 대한 평가가 더 많이 이루어진데 기인하였음을 유추해볼 수 있다.

Table 1. Changes in emotional words about lookism by year

Years	Negative	Positive
2019	Misogyny, discrimination, serious problem, witch hunt	Beautiful, men like eye candy, handsome, beauty
2020	Discrimination, misogyny, stress, criticize	Splendid, beauty, pretty, like
2021	Immoderate, discrimination, unlike, criticize	Beautiful, like, handsome, angel

종합적인 관점에서 최근 3년간 외모지상주의에 대한 대중들의 감성적 경향(Table 2)을 살펴보면, 부정어에는 ‘차별’, ‘논란’, ‘여성혐오’, ‘비판하다’, ‘심하다’, ‘심각한 문제’, ‘마녀사냥’, ‘스트레스’, ‘싫다’, ‘성형괴물’의 단어가 나타났다. 긍정어에는 ‘예쁘다’, ‘좋다’, ‘잘생기다’, ‘좋아하다’, ‘멋있다’, ‘훈남’, ‘얼짱’, ‘아름다움’, ‘천사’, ‘상냥’이 나타났다. 부정어에는 주로 외모지상주의로 인하여 받았던 감정에 대한 비판적인 인식이 높게 나타났으며, 특히, 여성에 많은 영향을 미치는 것을 파악할 수 있다. 또한, 긍정어에는 외모지상주의로 인하여 주목받는 대상에 대한 시각적인 평가의 감정이 다수 반영되어 있음을 살펴볼 수 있다. 이를 워드클라우드로 시각화해보면 Fig. 1과 같다.

Table 2. Emotional tendency of lookism in 3 years

No.	Negative	Positive
1	Discrimination	Pretty
2	Argument	Good
3	Misogyny	Handsome
4	Criticize	Like
5	Immoderate	Splendid
6	Serious problem	Men like eye candy
7	Witch hunt	A person with a very beautiful face
8	Stress	Beauty
9	Plastic surgery monster	Angel
10	Hate	Suavity



Fig. 1. Visualization of the emotional tendency of lookism through word cloud for 3 years

이상에서 살펴본 바와 같이, 현대사회에서 외모지상주의는 타인에게 시각적인 미적 평가를 발현시키는데 영향력을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 또한, 외모지상주의가 남성보다는 여성에게 많은 영향력을 주며, 대중들은 외모지상주의에 대한 비판적 인식과 우려를 직·간접적으로 나타내고 있음을 유추해볼 수 있다.

4. 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 대학생들의 인식

외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 대학생들의 인식을 살펴보기 위해 79명의 대학생들에게 개방형 질문을 통한 서술형 응답을 수행하였다. 서술형 응답은 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 긍정 또는 부정의 입장 중 한 가지를 선정하고, 이에 대한 자신의 견해를 임의롭게 기술하도록 하는 제한 개방형 질문을 적용하였다. 제한 개방형 질문은 두세 가지에 한하여 응답을 요하는 설문지법으로, 응답의 자율성 확보 및 연구자가 추정하지 못한 새로운 응답을 취합할 수 있는 강점을 갖고 있다[26]. 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 대학생들의 인식을 살펴보면, 45명(56.96%)이 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 부정인 인식을 갖고 있었으며, 34명(43.04%)이 긍정적인 인식을 갖고 있는 것으로 나타났다.

4.1 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 부정적 인식 분석

대학생들이 어떠한 배경으로 인하여 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 부정적인 인식을 함양하고 있는지 분석해본 결과, 크게 세 가지로 축약해 볼 수 있다.

외모지상주의가 패션에 미치는 영향력의 부정적 인식에 대한 첫 번째 배경으로 과소비의 조장이다. “... 무리하게 비싼 옷 가방을 사게 되는...”, “... 실제 지닌 경제능력보다 더 많은 소비를 유발하게...”, “... 유행에 따라가기 위해... 무분별하게 지출을...”, “... 꼭 필요하지도 않는 물건임에도 불구하고 사고 싶은 욕구로 과소비로 이어질...” 라는 응답처럼 대학생들은 외모지상주의로 인하여 생성된 패션에 대한 높은 관심이 패션 상품의 무분별한 소비를 부추기는 부정적인 영향력을 확산시킬 수 있음을 언급하고 있다. 이는 외모지상주의가 단순히 타인의 신체에 국한하여 평가하는 것이 아닌 전체적인 이미지로 확장됨을 뜻하는 것으로, 성형이나 다이어트 등의 신체적 변형에 만족하지 못하고, 패션 스타일까지 미적 소비를 확장하여 사회적 기준에 부합하기 위한 소비를 지속적으로 하게 됨을 의미한다. Ryan[27]에 의하면 대학생은 외모에 관심이 많은 시기로, 추상적인 개념보다는 사실적이고 구체적인 의복과 외모를 통하여 사회적 인정을 받고자 하는 경향

이 높다고 하였다. 즉, 보다 사실적인 형태로서 자신을 보이길 원하는 대학생들은 패션에 대한 가격이나 브랜드로 자신을 몰화된 신체로 만들어내게 되고, 패션상품에 대한 무분별한 과소비를 야기하게 된다. 자아매력가치를 높이기 위한 패션의 소비는 자신에 대한 투자라는 측면에서 분명 긍정적인 측면이지만, 과소비는 순간적 쾌락에 의해 일어나기에 이를 감당하지 못한다면 삶의 수준 자체가 피폐화될 수 있기 때문이다. 패션이 좋은 이미지를 만들어줄 수는 있지만, 모든 결점을 보완할만한 스펙이 될 수 없다는 사실을 인지하고, 진정으로 자신을 위해서 필요한 패션이 무엇인지 심사숙고해보는 자세가 중요하다.

외모지상주의가 패션에 미치는 영향력의 부정적 인식에 대한 두 번째 배경으로 패션에 국한하여 타인을 평가하는 왜곡된 인식의 확장이다. “... 그 옷이 가지고 있는 물질적 가치만을 강조하게 되는...”, “... 명품 옷이나 가방 등으로 서열이 매겨지는...”, “... 무조건적인 고급스러운 차림새가 자신들의 가치를 높여 준다는 착각”, “... 옷차림으로 사람을 판단하면서 일부러 말을 섞지 않고 피했던...”이라는 응답처럼 대학생들은 외모지상주의로 인하여 패션에서 암묵적인 위계적 층위가 생성되게 됨을 우려하고 있었다. 즉, 외모지상주의로 인하여 대중들은 타인에 대한 시선과 부정적인 평가를 은폐하기 위해 고가의 패션을 하나의 도구로서 활용하게 되며, 이 같은 상황이 지속된다면 물질만능주의의 틀 속에 인간의 본질적 가치가 고립될 수 있음을 의미한다. Kim[28]에 의하면 “외모지상주의와 더불어 명품의 열풍은 한 사람을 판단할 시 시간을 들여 성격, 능력, 다른 재능 등을 파악하기보다는 몇 초 동안에 얼굴과 명품 패션으로 판단하려는 현대인들의 경망한 조급증” 때문이라고 주장하였다. Lee[29]는 우리 사회의 타인 지향적인 세태를 언급하며, 외모지상주의나 명품의 열풍은 타인의 시선이라는 감옥 속에 갇힌 주체성을 잃어버린 나를 간접적으로 보여주는 것이라고 하였다. 즉, 외모지상주의와 패션 명품에 치우쳐진 편향된 사고는 빠르게 변화하는 현대의 자본주의 사회에서 인간을 하나의 물질적 객체로 판별하고자하는 왜곡된 시선 속에서 나타난 문제라 할 수 있다. 이는 표면적으로 패션산업의 활성화를 불러일으키기 보다는 패션 산업에서의 양극화를 유발하며, 더 나아가 명품 패션만이 존재하고, 가치소비에 부합하는 패션은 사라지는 위기에 직면할 수 있음을 시사한다.

외모지상주의가 패션에 미치는 영향력의 부정적 인식

에 대한 세 번째 배경으로 획일화된 패션의 양산이다. “...패션의 다양성을 획일화시키고...”, “...개인의 자유를 제한하고, 사회가 원하는 방식으로 패션을 갖추기를 강요...”, “...개성있는 자신만의 스타일은 점점 사라지게...”, “...획일화되고 누가 봐도 괜찮은 무난한 스타일의 옷만 고집...”, “...사회 패션 트렌드에 발을 맞추지 않으면 금세 패션 감각이 부족한 사람으로 치부되기도...”라는 응답처럼 학습자들은 외모지상주의로 인하여 획일화된 패션이 양산될 것이며, 이는 결과적으로 소비자들의 패션에 대한 선택의 폭을 제한함으로써 개인의 다양성은 소실될 수 있음을 언급하고 있었다. 현대사회는 개인의 다양성을 존중하고 공감하는 시대이지만, 외모지상주의로 인하여 소비자들은 자신들의 정체성을 우선시하기 보다는 보다는 타인들의 시선에 적합한 패션을 선택하게 된다. Kim[30]에 의하면 패션이란 변화를 전제로 하는 개념으로 명명하고 있다. 즉, 외모지상주의로 인한 패션 스타일의 암묵적 제한은 자신에게 적합한 스타일에 대한 대중들의 분별력을 저해시키고, 개개인마다 함양하고 있는 고유한 가치를 상실시키는 원인이 될 수 있다. 더 나아가, 패션 기업 또한 다양성 보다는 외모지상주의의 흐름에 편협한 디자인과 사이즈의 정형화된 상품을 선보이게 된다. 이는 변화를 전제로 하는 패션의 정체로 이어질 수 있으며, 결과적으로 패션 산업의 성장과 발전에 퇴보를 앞당기는 역효과를 낼 수 있다.

4.2 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 긍정적 인식 분석

대학생들이 어떠한 배경으로 인하여 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 긍정적인 인식을 함양하고 있는지 크게 세 가지로 기술해볼 수 있다.

외모지상주의가 패션에 미치는 영향력의 긍정적 인식에 대한 첫 번째 배경으로, 패션 시장의 활성화이다. “...외적인 것에 신경을 쓰지 않았더라면 지금처럼 패션 산업이 발전할 일은 절대 없었을...”, “...외모에 따른 패션의 다양성도 점차 커지고...패션 산업의 크기도 비례하게 커지고...”, “...패션에 대한 관심이 증가함으로써 사람들은 더 많은 패션 아이템을 소비하고...”라는 응답처럼 대학생들은 외모지상주의로 인하여 대중들이 패션에 대한 소비가 증대되고, 패션 시장이 더욱 활발해 질 수 있음을 언급하고 있다. 외모지상주의는 한 개인이 외모의 타자성에 대한 정신적 영향을 주는 세태로, 대중들은 자신이 얼마나 더 예뻐지고 타인

의 관점에서 이상적인 모습을 가질 수 있을지 고민하게 된다. 신체는 타고난 체형과 골격을 갖고 있음으로 자신의 의지와 노력만으로 바꾸기에는 한계점이 존재한다. Kim[31]에 의하면 패션행동은 인상관리와 자기표현을 위한 하나의 수단이자, 자신의 이상적인 신체를 실현시키기 위한 긍정적인 도구로 사용하기도 한다고 언급하였다. 즉, 대중들은 신체적 한계를 은폐하고, 자신의 미적 욕구를 충족시키기 위한 대안으로 패션을 활용하게 된다. 이 같이 패션에 대한 높은 수요는 패션산업에서 더 넓은 소비층을 확보하는 계기가 되며, 상품뿐만 아니라 패션 코디네이터나 컨설턴트와 같은 직군까지 창출되게 된다. 결과적으로 외모지상주의가 한국 패션 시장의 활성화에 기여하는 측면은 부정할 수 없는 사실임을 유추해볼 수 있다.

외모지상주의가 패션에 미치는 영향력의 긍정적 인식에 대한 두 번째 배경으로, 패션 정보의 확산과 의복의 기술적 증진이다. “...인터넷상에서 자신이 원하는 패션에 대한 정보들을 쉽게 찾아볼 수...”, “...패션에 관련된 다양한 콘텐츠가 생산되고...”, “...여러 사람의 체형과 이미지를 고려한 의상들과 성능을 가진 여러 의상이 많이 발전될 것이며...”, “...코플렉스를 보정할 수 있는 의상이 개발되었다는...”, 라는 응답처럼 대학생들은 외모지상주의로 인해 패션에 대한 다양한 정보들이 더욱 폭넓게 나타나고 있으며, 의복에 대한 기술적 진보가 이루어지고 있음을 체감하고 있었다. 사회적 존재로서의 한 개인은 자신의 의도와 무관하게 타인에게 비쳐지는 외적 이미지가 자신의 정체성으로 인지된다. 외양에서 패션은 60%~85%를 차지할 정도로 개인의 이미지에 많은 영향을 미치며, 사회 속에서 TPO를 고려한 패션은 다른 사람의 호감을 살 수 있음과 동시에 강력한 메시지를 전달하는 하나의 기호적인 의미를 갖는다[32]. 자신에게 적합한 패션을 위해서는 패션에 대한 이해가 선행되어야 하는데, 과거 패션에 대한 다양한 정보들이 서적이거나 잡지에 국한되어 일방적으로 전달되었다면, 현재에는 영상 기반의 인터넷 플랫폼 또는 AI의 기술적 접근을 토대로 대중들이 보다 용이하게 다양한 패션 정보를 수집할 수 있는 창구가 확대되고 있다. 뿐만 아니라 대중들은 자신의 패션 정보까지도 서로 공유하는 쌍방향 소통을 진행함으로써 보다 실질적인 상황에 대처할 수 있는 패션에 대한 데이터베이스 구축을 가능케 하고 있다. 이는 정보화 시대의 흐름 속에서 외모지상주의에 대한 대중들의 높은 관심이 패션의 정보를 확장시키고 있음을 보여주는 결과라고 할 수 있다. 이와 함

게 신체적 약점을 보완해주는 보정용 의복의 개발과 판매가 활발하게 이루어지고 있으며, 여성뿐만 아니라 남성들에게도 선호도가 높아지고 있다. 실례로, 남성의 경우 좁은 어깨를 보완해주거나, 마른 체형이나 가슴 근육을 보정해주는 의복들이 인기를 끌고 있으며, 여성의 경우 가슴이나 골반, 엉덩이 등 전신을 보정해주는 상품 위주로 전개되고 있다[33]. 이 같은 제품들은 외모지상주의의 심화를 가속화한다는 우려의 시선이 있지만, 신체적 약점을 보완해주는 기능성 의복은 운동이나 식이요법으로 신체적 외형을 보완해줄 수 없는 한계점을 극복하는데 활용됨으로서 신체에 대한 만족감을 높여주며, 자존감까지도 향상시켜줄 수 있다. 뿐만 아니라 신체적 장애를 은폐하거나 확장할 수 있는 기능성 의복에 대한 개발의 확대는 신체적 장애를 갖고 있는 이들에게도 의복을 통하여 신체적 궁지를 회복하고, 삶의 질적 향상을 도모하는데 긍정적인 결과를 기대해볼 수 있다.

외모지상주의가 패션에 미치는 영향력의 긍정적 인식에 대한 세 번째 배경으로, 자신만의 패션 스타일의 정립을 통한 자존감의 향상이다. *“자신의 모습에 대해 성찰하게 되고, 다양한 패션을 접하고 입어봄으로서 자신의 패션 스타일을 확립하게 . . .”*, *“ . . . 자기 자신을 표현할 수 있는 방법을 갖게 . . .”*, *“ . . . 자신만의 패션, 좋아 하는 스타일 등을 알게 되어 각자 개성있는 스타일을 갖게 . . .”*라는 응답처럼 대학생들은 외모지상주의로 인하여 자신에게 적합한 패션스타일을 찾을 수 있음을 언급하고 있다. Lee and Lee[34]는 현대사회에서 패션은 자신을 표현하는 사회적 기술이자, 능동적인 방법임을 언급하며, 개인의 미적가치나 가치관을 함양하고 있는 옷차림을 통해 자신을 표현하는 행위는 삶의 한 방식이라고 기술하였다. 외모지상주의로부터 오는 열등감의 극복은 자신을 남들 앞에 어떻게 표출할 것이며, 어떻게 보일 것인지에 대한 건전한 노력이 수반되어야 하는 것으로, 자신의 이미지 전략을 수립하기 위해서 자신만의 개성이 돋보이는 패션 스타일을 완성해야 함은 자명한 사실이다. 패션 스타일이란 타고나는 것이 아니라, 자신이 어떠한 이미지를 어떻게 구성하느냐에 따라 향상될 수 있기 때문에 자신의 이미지를 개척하고 변화시켜야만 차별화된 자신을 완성할 수 있다. 즉, 외모지상주의로 인하여 다양한 패션을 접하고 착용해보는 경험적 접근은 자신을 찾아가는 과정이자, 보다 당당하게 자신을 표현할 수 있는 자존감을 고양하는 수단이 될 수 있다. 이처럼 자신만의 패션 스타일의 정립을 위한 일련의 노력들은 외모지상주의 사회가 만들어 놓은 차별적 의식 구조에서

벗어나 온전히 자신의 삶에 집중하고, 개척하는 주체적 자아로 거듭나기 위한 하나의 기회라 할 수 있다.

외모지상주의가 패션에 미치는 영향력이 지속되는 가장 큰 배경으로 대부분의 학생들은 대중매체의 무분별한 미의 기준에 대한 생산을 지목하고 있었다. *“ . . . 미디어 매체는 외모에 대한 비판을 줄여야 . . .”*, *“매체가 사람들에게 끼치는 영향 . . . 신중히 . . .”*, *“ . . . 여러 매체로 보여지는 연예인을 통해서 미의 기준이 정해지고 . . .”*, *“ . . . 영상 광고들이나 화보들은 실현이 불가능할 정도로 허위 광고를 하거나 외모를 강조하는데 . . .”*, *“ . . . 예쁘고 잘생긴 모델, 연예인들이 입는 옷들을 . . . 무리해서 비싼 옷, 가방을 사게 되는 . . .”*라는 응답처럼 대학생들은 대중매체에서 무분별하게 나타나는 외모와 이에 따른 패션의 정형화된 정보가 미에 대한 편향적인 가치관을 형성시킬 수 있는 위험성에 대하여 언급하고 있다. 즉, 사회상의 창이라 일컬어지는 대중매체가 우리사회에 만연해있는 외모지상주의를 확대·재생산하여 전파시키고 더욱 강화하는 주도적인 역할을 하고 있음을 뜻한다. 이로 인하여 대중들은 대중매체에서 요구하는 외모와 패션 스타일을 여과 없이 무의식적으로 수용하며, 내면화하게 된다. 즉, 대중매체에서 선보이는 심미적 기준은 대중들에게 사회가 바라고 원하는 이상미의 기준으로 인식되어 외모지상주의를 심화시키는 기제가 될 수 있으며, 외모변형행동욕구나 패션소비행동으로 이어짐을 시사한다. Lennon and Rudd[35]에 의하면 자신의 실제 이미지와 미디어 속 이상적 신체이미지의 간극을 줄이기 위한 일환으로, 제품을 구매하여 외모를 치장함으로써 본연의 이미지를 향상하고자 한다고 언급하고 있다. 대중매체에서 외모지상주의에 영향을 미치는 미의 대칭적 기준을 해소하거나, 재정립한다는 측면은 매우 난해한 문제임은 틀림이 없다. 하지만, 대중들에게 많은 영향력을 미치는 대중매체가 건강한 미디어 환경의 구축을 위해 외모에 대한 올바른 미적 경험의 진상을 전달할 수 있는 미디어 커뮤니케이션의 실질적인 역할을 이행해야 할 것으로 사료된다.

5. 외모지상주의로부터 변화되어야 할 사회상에 대한 함의점

본 장에서는 앞서 고찰해본 외모지상주의에 대한 감성적 경향 분석과 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 대학생들의 인식에 기반을 두어 외모지상주의로 인

하여 우리 사회가 가져야 할 태도에 대한 합의점을 제안하고자 한다. 합의점은 크게 사회를 구성하는 개인적인 관점에서 타자와 자아에 대한 태도, 총체적인 관점에서의 사회상으로 구분하여 언급하고자 한다. 이는 다음과 같다.

첫째, 타자적인 측면에서 타인의 외면에 편중하기보다는 총체적인 부분을 아우를 수 있는 자세가 필요하다. 아름다움을 추구하는 것은 인간이 함양하고 있는 가장 기본적인 본성이다. 하지만, 현재 외모지상주의와 같이 인간의 외모를 차별화하거나 지나치게 증시하는 측면을 정당화해서는 안 될 부분이다. 이는 사람마다 미에 대한 기준도 서로 다르며, 외모만이 타인을 평가하는 총체적인 기준이 될 수는 없기 때문이다. 물론, 1차적으로 인간의 시각에 의하여 인지되는 부분이 외모임으로 선제적인 기준이 될 수는 있지만, 외모의 우열이 능력의 우열이 아님을 인지하면서도, 인간의 인격이나 성품 등의 내면을 들여다보기보다는 외형 미에 많은 가치를 부여하는 경향은 외모와 상관없는 분야에서도 외모만을 과도하게 그 가치의 우선순위에 두는 사회적 문제를 야기하게 된다. 실존주의자인 Sartre[36]는 “인간의 존재에는 어떠한 이유도 없기에, 본질이 없다”고 주장하였다. 여기서 본질은 어떤 것이 존재하는 목적이나 이유를 말하며, 인간의 실존은 본질로 해석할 수 없는 의미미한 존재라고 볼 수 있다. 이는 존재 자체만으로도 의미있는 인간의 가치를 부정하고, 인간의 본질에만 중점을 두어 물화시키는 풍조를 양산하게 된다. 이 같은 사회적 분위기를 전환시키기 위해서는 외모만이 타인을 가늠할 수 있는 절대적이고 보편적인 기준이 될 수 없다는 측면을 인지하고, 외모에 국한된 왜곡된 시선의 잣대로 상대방을 바라보기보다는 총체적인 타인의 자아를 수용할 수 있는 자세를 갖추는 마음가짐이 선행되어야만 한다. 이를 통하여 학생들은 타인의 내면까지도 들여다볼 수 있는 통찰적 시각을 함양하게 될 수 있으며, 이는 올바른 인간관계를 형성하고, 유지하는데 큰 도움을 줄 수 있으리라 판단된다.

둘째, 자아적인 측면에서 타인에 대한 시선을 우선시하기 보다는 자기 자신에 대한 관심과 애정이 더욱 요구된다. 외모지상주의의 시발점은 타인에 대한 시선, 즉, 남에게 사랑받고 인정받고 싶은 인간의 욕구에서 기인된다. 이처럼 타인의 시선에 부합하기 위한 인간의 기본적인 욕구에서 발원된 외모지상주의에서 극적인 패러다임의 변화를 기대할 수 없다는 것은 자명한 사실임에 틀림이 없다. “우리사회는 끊임없이 존재의 가치를 높이고자 욕망을 창조하여 종전에 존재하지 않았던 결핍들을 존재

속으로 가져오도록 한다”고 언급한 Williams[37]의 견해처럼 우리사회는 새로운 것을 창조하고자 인간 존재의 결핍을 생산내고 인간 본연의 욕망을 자극한다. 하지만, 외모를 중요시 하는 사회로 변모되어감에 따라 무의식적으로 자신을 남들과 비교하여 열등감을 느끼게 되고, 이는 자존감의 하락으로 이어져 다양한 사회적 병리현상들을 유발하게 된다. 이와 같이 외모를 지향하는 사회의 전반적인 분위기에 편승하여 자신을 괴롭히기 보다는 자기 스스로에 더 많은 관심을 가질 필요성이 제기된다. Foucault[38]는 “주체가 진실에 접근할 수 있는 권리를 갖기 위해 자신을 변화시키고, 변형시키고, 개선해 어느 정도는 현재의 자신과 다르게 되어야 한다는 것을 전제한다”고 주장하였다. 이는 사회적 시류와 연대성을 갈구하거나, 타자를 평가하기 앞서 자기 자신에 대한 애정과 성찰이 우선시되어야 함을 뜻한다. 즉, 우리 사회를 구성하는 개개인들이 인간의 존재로서 타인에게 자신의 가치를 인정받기 위해서는 자기 자신에 대한 배려의 실천을 통하여 자신을 변화시키고자 하는 일련의 노력들이 요구됨을 의미한다. 이는 인간의 주체적 욕망과 외모지상주의로 인해 결핍된 자아를 충족시킬 수 있음과 동시에 현대 사회와 자신의 삶을 연관 지을 수 있는 존재의 수립 및 자신의 참된 모습을 현전시키는 계기가 될 수 있다. 외모가 내면의 마음과 더불어 인간의 존재감을 나타내는 신체의 외형이라는 점을 고려해본다면, 자신에 대한 애정도가 높은 사람은 어울리지 않는 의복을 착용하였을지라도 타인에게 충분히 매력적이게 보일 수 있다는 점을 상기하는 것이 중요하다.

셋째, 개개인의 개성을 존중해주는 사회적 분위기를 정립해나갈 필요성이 제기된다. 이는 본인의 생각과 조금 다르더라도 타인에 대한 평가보다는 그 사람의 취향과 개성을 이해해주어야 함을 의미한다. 사람마다 자기 좋아하는 심미관은 각자 다르며, 신체적인 외형뿐만 아니라 내적 가치, 패션 스타일을 추구하는 경향에서도 확연히 드러난다. 현대사회는 다양성과 개성이 존중되며, 개인의 자율성이 보장되는 시대이다. “싫어하는 것까지 하나의 취향으로 포함시켜 그 기호를 존중한다”를 뜻하는 싫존주의[39]의 등장은 그만큼 현대 사회가 유교적 기조에 따라 예의와 겸손을 덕목으로 인지하던 과거와는 다르게 자신의 의견을 자유롭게 표현할 수 있는 시대로 전환되었음을 반증하는 결과라고 할 수 있다. 즉, 개인의 개성이라는 측면과 자아의 확장체인 패션이 하나의 차별의 대상이 아닌 그 자체로 존중해주어야만 하며, 개인 또는 사회적 기준에 다소 벗어나는 패션 스타일이라 할지

라도 자신을 표현하는 하나의 방식으로 인정하고, 이를 수용하는 사회적 분위기를 조성해야 할 필요가 있다. 이와 더불어, 사회 구성원 모두가 사회적 상호작용의 맥락 안에서 자율성에 대한 책임감을 갖고, 타인에 대한 배려와 존중하는 마음가짐이 수반되어야 할 것이다. 개인적인 자유와 상대방에 대한 배려가 균형을 이루는 사회적 분위기가 형성된다면, 외모에만 편중된 사회문화적 태도를 개선시킬 수 있으며, 더 나아가 보다 다각화된 개인의 외연적 확장을 가능케 하는 사회로의 진입을 앞당길 수 있으리라 판단된다.

이상에서 제안하였던 일련의 함의점들이 점진적으로 확대되어 간다면, 필연적으로 시대의 변화에 따라 형성된 외모의 상징적 기준들이 보다 완화될 것이며, 더 나아가 외모에 편중된 사회적 시선을 인간 본연의 가치로 전환시킬 수 있는 새로운 사회적 공감대가 형성될 수 있는 발판을 마련할 수 있다. 이로 인하여 사회 구성원 모두가 외모지상주의로 발현된 자존감의 상실을 회복함과 동시에 타인에 대한 다양한 직관과 통찰력을 함양할 수 있으며, 우리사회에 긍정적인 이데올로기의 형성에도 이바지할 수 있으리라 사료하는 바이다.

6. 결론

본 연구는 외모지상주의에 대한 감성적 경향 분석 및 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 대학생들의 인식을 살펴보고, 향후 외모지상주의로 인하여 변화되어야 할 사회상에 대한 함의점을 제시하는데 목적이 있다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 현대사회에서 나타난 외모지상주의에 관련된 감성적 경향은 '예쁘다, 잘생기다, 훈남, 얼짱' 등의 긍정적인 키워드가 나타났으며, 부정적인 키워드는 '차별, 논란, 여성혐오, 비판하다' 등으로 나타났다. 이 같은 키워드로 외모지상주의에 관련된 경향을 살펴보았을 시, 외모지상주의가 타인에게 시각적인 미적 감흥을 발현시키는데 영향력을 미치는 것으로 분석되었다. 또한, 외모지상주의가 남성보다는 여성에게 많은 영향력을 주며, 대중들은 외모지상주의에 대한 비판적 인식과 우려를 직접적으로 보여주고 있음을 가늠해볼 수 있다.

둘째, 외모지상주의가 패션에 미치는 영향력에 대한 대학생들의 부정적인 인식의 주된 내용은 과소비의 조장, 타인을 평가하는 왜곡된 인식의 확장, 획일화된 패션의 양산이라는 견해가 나타났다. 외모지상주의가 패션에

미치는 영향력에 대한 긍정적인 인식의 주된 내용은 패션 시장의 활성화, 패션 정보의 확산과 의복의 기술적 증진, 자신만의 패션 스타일의 정립을 통한 자존감의 향상의 견해가 나타났다. 또한, 외모지상주의가 확산되는 주요한 원인은 대중매체의 무분별한 미의 기준에 대한 생산에서 비롯된다는 인식을 가장 많이 함양하고 있었다.

최종적으로 외모지상주의로 인하여 변화되어야 할 사회상에 대한 함의점은 첫째, 개개인의 개성을 존중해주는 사회적 분위기의 전환, 둘째, 타인의 외면에 편중하기 보다는 총체적인 부분을 아우를 수 있는 포용적 자세의 확립, 셋째, 타인에 대한 시선 보다는 자기 자신에 대한 관심과 애정이 요구된다고 할 수 있다. 이상에서 살펴본 바와 같이 외모지상주의와 관련된 우리사회의 병폐를 완화시키기 위한 방법들은 결국 인간 본연의 가치에 대한 속고가 필요하다는 것을 시사한다. 현재까지 우리사회에서 외모지상주의가 근절되지 않고 있는 배경에는 대중매체에서 생산되는 미가 상대성이 아닌 절대적 기준으로 고착화됨으로서 인간을 물화된 객체로 인지하고자하는 경향이 확산되어 가고 있다는 것, 우리 사회를 구성하는 개개인 모두가 이를 방관적 자세로 바라보는 우리사회의 단일한 태도에서 기인된다고 할 수 있다. 이를 해결해나가기 위해서는 우리 사회를 구성하는 다양한 일원들 모두가 외모만을 타인의 가치로 규정짓는 편협한 심미안에서 벗어나 서로 상대적 차이에서 나타나는 다양성을 수용하는 의식 구조의 전환이 필요하다고 판단된다. 이를 통하여 우리사회는 인간 본연의 가치에 중심을 두는 사회로 전환할 수 있는 교두보를 갖출 수 있을 뿐만 아니라 개인의 다양한 정체성이 존중받는 건전한 사회적 분위기를 형성할 수 있으리라 사료된다.

References

- [1] Look [Internet]. Naver dictionary [cited n. d.]. Available From: <https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/17f21f8d6c3344f39f39ecfd614164e3> (Accessed December. 21, 2021)
- [2] M. S. Sontag, J. D. Schlater, "Proximity of clothing to self: Evolution of a concept", *Clothing and Textiles Research Journal*, Vol.1, No.1, pp.1-8, 1982. DOI: <https://doi.org/10.1177/0887302X8200100101>
- [3] T. F. Cash, The multidimensional body-Self relations questionnaire. In appendix. *Body Image Disturbance, Assessment and Treatment*, p.125-130, Pergamon Press, 1990.

- [4] College students 'Look complex' is serious, lookism prevails [Internet]. Nesis [cited 2006 November 2], Available From: <https://news.naver.com/main/read.naver?mode=LSD&mid=sec&sid1=103&oid=003&aid=0000223430> (Accessed January. 22, 2022)
- [5] Lookism [Internet]. Naver dictionary [cited n. d.], Available From: <https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/95c3bed670c040059d35005133e843d2> (Accessed December. 22, 2021)
- [6] S. Hong, S. Lee, "Changes of the external image of female pop stars with the influence of media views", *Korean journal of aesthetics and cosmetics society*, Vol.10, No.3, pp.523-530, 2012.
- [7] T. Louis, C. Steven, "Is lookism unjust?: The ethics of aesthetics and public policy implicattions", *Journal of Libertarian Studies*, Vol.19, No.2, pp.31-50, 2005.
- [8] G. L. Patzer, Looks : Why they matter more than you ever imagined, p.1-288, Amacom, 2008.
- [9] F. J. Cavico, S. C. Muffler, B.G. Mujtaba, "Appearance discrimination, lookism and lookphobia in the workplace", *Journal of Applied Business Research*, Vol.28, No.5, pp.791-802, 2012.
DOI: <https://doi.org/10.19030/jabr.v28i5.7223>
- [10] A. Hass, S. W. Gergory, "The impact of physical attractiveness on women's social status and interational power", *Sociological forum*, Vol.20, No.3, pp.449-471, 2005.
DOI: <https://doi.org/10.1007/S11206-005-6597-2>
- [11] M. Um, "The development of visual culture and lookism", *Culture & Society*, Vol.5, No.1, pp.73-102, 2008.
DOI: <https://doi.org/10.17328/kics.2008.5.1.003>
- [12] E. Suh, E. Diener, S. Oishi, H. C. Triands, "The shifting basis of life satisfaction judgments across cultures: Emotions versus norms", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.74, No.2, pp.482-493, 1998.
DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.2.482>
- [13] H. R. Markus, S. Kitayama, "Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation", *Psychological Review*, Vol.98, No.2, pp.224-253, 1991.
DOI: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.98.2.224>
- [14] K. W. Oh, J. E. Kim, H. J. Jung, Y. S. Sung, S. N. Kim, Fashion connection, p.1-259, Gyomoonsa, 2019.
- [15] N. H. Compton, "Body-image boundaries in relation to clothing fabric and design preference of a group of hospitalized psychotic women", *Journal of Home Economics*, Vol.56, No.1, pp.40-44, 1964.
- [16] H. Choi, "Literary restoration and therapeutic alternatives to lookism -Humanistic solutions for social problems due to lookism-", *Journal of Literary Therapy*, Vol.40, No.-, pp.255-259, 2016.
DOI: <https://doi.org/10.16935/eiss.2015.31.1.005>
- [17] O. Jeong, "Developing art appreciation programme for overcoming 'lookism'", *Korean Journal of Culture and Arts Education Studies*, Vol.11, No.2, pp.55-82, 2016.
DOI: <https://doi.org/10.15815/kicaes.2016.11.2.55>
- [18] S. Song, "A humanistic solutions for the social problems caused by lookism : A phenomenological attempt for the recovering asymmetrical esthetic sense", *Studies in Philosophy East-West*, Vol.-, No.81, pp.527-556, 2016.
DOI: <https://doi.org/10.15841/kspew.81.201609.527>
- [19] Y. Moon, "A study on adolescents' lookism -Focused on middle-school & high-school students in gyeonggi region-", Master's thesis, Dongguk University, Seoul, Korea, pp.1-86, 2010.
- [20] J. Mim, "The effects of media use on adolescents' lookism and the desire to improve body image", Master's thesis, Sungkyunkwan University, Seoul, Korea, pp.1-96, 2006.
- [21] J. Jeon, M. Shin, "A study on the lookism through popular webtoons with adolescents", *Studies of Korean Science*, Vol.45, No.2, pp.93-130, 2019.
DOI: <http://dx.doi.org/10.21732/skps.2019.87.93>
- [22] J. Park, J. Chun, "A study on lookism expressed in youtube's fashion contents -Focused on videos and comments-", *Journal of Fashion Design*, Vol.20, No.1, pp.35-53, 2020.
DOI: <https://dz.doi.org/10.18652/2020.20.1.3>
- [23] H. Jung, "The effect of women's rookism on AMB and consumption trends according to EI and self-efficienc", Ph.D dissertation, Sungshin Women's University, Seoul, Korea, pp.1-116, 2021.
- [24] J. Park, "Consumers' sentiment based on SNS big data analysis according to items in Korea service markets", *journal of consumer policy studies*, Vol.52, No.1, pp.27-52, 2021.
DOI: <https://dx.doi.org/10.15723/jcps.52.1.202104.27>
- [25] J. Baek, N. Ju, "Analysis of changes in social perception of beauty devices-A comparison of semantic networks-", *A Journal of Brand Design Association of Korea*, Vol.19, No.2, pp.63-76, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.18852/bdak.2021.19.2.63>
- [26] Questionnaire method [Internet]. Namuwiki [cited 2020 July. 12], Available From: <https://namu.wiki/w/%EC%A7%88%EB%AC%B8%EC%A7%80%EB%B2%95> (Accessed October. 12, 2021)
- [27] M. Ryan, Clothing: A study in human behavior, p.1-341, Holt, Rinehart and Winston, 1966.
- [28] Celebrities who use only luxury goods caught by 'fake' [Internet]. Weekly Kyunghyang [cited 2006 August 15], Available From: http://weekkly.khan.co.kr/khnm.html?mode=view&code=115&art_id=12579 (Accessed January. 22, 2022)

- [29] Unfamiliar or familiar story [Internet]. The Kyunghyang Shinmun [cited 2015 March 13]. Available From: <https://www.khan.co.kr/opinion/column/article/201503132128545> (Accessed January. 23, 2022)
- [30] M. Kim, Dress aesthetics I, p.1-246, Gyomoonsa, 2004.
- [31] I. Kim, "The effect of body image on clothing behavior and weight control of women", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, Vol.34, No.9, pp.1442-1453, 2010.
- [32] B. Kim, Personal image: Valuable technic for your image, p.1-276, Kyungchunsa, 2010.
- [33] The golden age of fad from head to toe [Internet]. Hankookilbo [cited 2014 October 31], Available From: <https://www.hankookilbo.com/News/Read/201410311682171397> (Accessed January. 17, 2022)
- [34] G. Lee, Y. Lee, "An Exploratory Study on Defining the Concept of 'Fashion Sense' to Identify Competencies", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, Vol.42, No.4, pp.639-656, 2018.
DOI: <https://doi.org/10.5850/KSCT.2018.42.4.639>
- [35] S. Lennon, N. Rudd, "Linkages between attitudes toward gender roles, body satisfaction, self-esteem and appearance management behaviors", *Family and Consumer Sciences Research Journal*, Vol.23, No.2, pp.94-117, 1994.
DOI: <https://doi.org/10.1177/1077727X94232002>
- [36] J. Satre, Existentialism is humanism, p.1-144, Ihaksa, 2008.
- [37] R. Williams, Problems in materialism and culture, p.1-278, Verso, 1997.
- [38] M. Foucault, Self (Philosophy)-History Philosophy, Ancient, p.1-588, Dongmoonsun, 2007.
- [39] 'Siljon-ism' that respects even those who dislike it...a society that recognizes diversity and individuality [Internet]. Sisunnews [cited 2018 July 27], Available From: <https://www.sisunnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=87076> (Accessed January. 22, 2022)

김 장 현(Jang-Hyeon Kim)

[정회원]



- 2010년 8월 : 중앙대학교 일반대학원 의류학과 (의류학석사)
- 2015년 8월 : 중앙대학교 일반대학원 패션디자인학과 (패션예술학박사)
- 2019년 8월 ~ 현재 : 디자인 팩토리 대표

<관심분야>

패션디자인, 스포츠패션디자인, 디지털패션디자인

이 유 림(Yu-Rim Lee)

[정회원]



- 2013년 2월 : 서경대학교 미용예술대학원 미용예술학과 (미용예술학석사)
- 2019년 8월 : 중앙대학교 일반대학원 디자인학과 (디자인학박사)
- 2020년 9월 ~ 현재 : 신경대학교 뷰티디자인학과 조교수

<관심분야>

메이크업, 바디페인팅, 화장품, 피부학

유 진 우(Jin-Woo Yu)

[정회원]



- 1997년 2월 : 조선대학교 일반대학원 산업디자인학과 (미술학석사)
- 2011년 2월 : 전북대학교 일반대학원 디자인제조공학과 (공학박사)
- 1997년 3월 ~ 현재 : 신경대학교 뷰티디자인학과 부교수

<관심분야>

색채학, 뷰티일러스트, 뷰티디자인