

대학생들의 미용 성형에 대한 심리적 태도

이유림¹, 김장현^{2*}

¹화성과학기술대학교 스타일테크학과, ²디자인 팩토리

Undergraduate Students' Psychological Attitude toward Cosmetic Surgery

Yu-Rim Lee¹, Jang-Hyeon Kim^{2*}

¹Dept. of STYLETECH, Hwasung Medi-Science University

²Design Factory

요약 현대사회의 미용 성형은 자신의 외적인 가치를 높여줄 수 있는 외모관리의 수단으로 여겨지고 있지만, 미용 성형의 부정적인 영향력 또한 간과할 수 없다. 본 연구는 미용 성형의 감성적 경향과 미용 성형에 대한 대학생들의 심리적 태도를 조명해보고, 향후 미용 성형으로 인하여 변화되어야 할 사회상의 함의점을 제시해보는데 목적이 있다. 연구 방법은 이론적 연구와 소셜 데이터 분석 연구 및 서술형 설문지 응답법을 병행하였다. 본 연구의 결과로 첫째, 미용 성형에 대한 감성적 경향은 미용 성형에 대한 긍정적인 경향이 지속되고 있는 것으로 나타났다. 둘째, 미용 성형에 대한 대학생들의 부정적인 심리적 태도는 미용 성형에 대한 안전 불감증, 외모에 대한 강박증, 획일화된 미의 고착화의 견해가 주를 이루었다. 긍정적인 심리적 태도로는 개인의 자율성에 따른 인간의 심미적 욕구, 이미지 경쟁에서의 필요성 증대, 자존감 회복을 통한 삶의 질 향상의 견해가 주를 이루었다. 셋째, 미용 성형으로부터 변화되어야 할 사회상의 함의점은 자신의 삶 속에서 진정한 아름다움이란 무엇인지 스스로 고민해보는 자세, 외모로 상대방의 전체를 단정 짓는 사회적 분위기의 변화와 대중 매체들의 동참, 미용 성형에 대한 지나친 편견보다는 보다 긍정적인 측면에서 미용 성형을 바라볼 수 있는 포용적 사고가 필요하다.

Abstract Cosmetic surgery in modern society is considered a means of managing appearance that can enhance one's external value, but the negative influence of cosmetic surgery cannot be overlooked. This study examined the emotional tendency of cosmetic surgery and the psychological attitude toward cosmetic surgery from the learner's point of view with suggested implications. First, the emotional tendency toward cosmetic surgery showed a highly positive tendency toward cosmetic surgery. Second, the negative psychological attitudes towards cosmetic surgery were mainly about insensitivity to safety in cosmetic surgery, obsession with appearance, and fixation on standardized beauty. Positive psychological attitudes were mainly about human aesthetic needs according to individual autonomy, increased need for image competition, and improving the quality of life by restoring self-esteem. Third, the implication for the social aspect that needs to be changed from cosmetic surgery requires the attitude to contemplate what true beauty is in one's own life, the change in the social atmosphere and the mass media that determines the entirety of another person based on their appearance, and the inclusive thinking looking at cosmetic surgery from a positive perspective.

Keywords : Cosmetic Surgery, Emotional Tendency, Undergraduate Students, Aspect of Society in
Cosmetic Surgery, Psychological Attitude

*Corresponding Author : Jang-Hyeon Kim(Design Factory)

email: jamie8122@naver.com

Received July 11, 2023

Accepted September 1, 2023

Revised August 9, 2023

Published September 30, 2023

1. 서론

현대인들은 자신의 이미지가 또 하나의 경쟁력이 되는 자기 PR 시대에 직면해 있다고 해도 과언이 아니다. 이는 한 개인의 외모가 사회 구성원들로 하여금 긍정적 태도를 형성하도록 하는 요인으로 작용한다는 것을 의미한다. 이에 따라 남녀노소를 불문하고, 자신의 외적인 가치를 높여줄 수 있는 외모관리의 수단으로서 미용 성형을 행하는 사람들이 많아지고 있다. 2021년 국제 미용 성형 수술협회(ISAPS: International Society of Aesthetic Plastic Surgery)가 발표한 통계[1]에 따르면, 우리나라에서 진행된 성형 수술은 미국, 브라질, 중국, 일본에 이어 다섯 번째로 높은 비율을 나타냈으며, 각 나라의 인구수를 고려해볼 시, 세계 1위를 차지하고 있다. 이 같은 결과는 외적인 아름다움에 큰 비중을 두는 우리 사회의 현 주수와 이로 인해 미용 성형의 대중화가 진행되고 있다는 사실을 유추해볼 수 있는 단적인 예라고 할 수 있다. 이 같이 미용 성형의 대중화는 성형의 우호적 인식이 형성되고 있다고도 할 수 있지만, 그 이면에 미용 성형에 대한 우려와 부정적인 시선 또한 적지 않다. 특히, '성과, 강남미인, 성형 중독' 등 미용 성형을 경험한 이들을 비난하는 비속어나 미용 성형의 극심한 부작용을 경험한 예를 들 수 있다. 이처럼 양면성을 함양하고 있는 미용 성형에 대한 사회적 관심의 증가는 외모를 중요시 하는 사회문화적 영향에서 기인된다고 볼 수 있다. 이에 대하여 Thompson and Stice[2]에 의하면 사회문화적 기준이 만들어 내는 이상적인 신체와 괴리가 있을 시, 이를 좁혀나가기 위해 신체이미지를 변화시키려는 행동을 하게 된다고 하였다. 이는 우리 사회를 구성하는 개개인이 사회의 일원으로서 사회적 풍토에 불가항력적인 영향을 받는다고 할 수 있다. 현재 우리나라의 대학생들 또한 극심한 취업난 속에 면접 시 긍정적인 인상의 형성을 위한 '취업 성형'을 행하고 있으며, 미용 성형은 대학생들에게 필수불가결한 선택이 되고 있다. 최근 한국 Gallup 조사[3]에 따르면 "취업을 위해 성형을 할 수 있다"고 응답한 비율이 67%로 나타났으며, 미용 성형을 고려한 연령대가 20대가 18%로 가장 높게 나타났다. 이와 같이 미용 성형에 대하여 실질적으로 체감하고 있는 대학생들이 미용 성형에 대하여 어떠한 심리적 태도를 함양하고 있는지 살펴보는 것은 의미 있는 연구라 사료된다.

이에 본고에서는 현대사회에서 조명되는 미용 성형에 대한 감성적 경향 파악과 대학생들이 미용 성형에 대하여 어떠한 심리적 태도를 취하는지 고찰해보는데 목적이

있다. 이를 토대로 향후 대학생들의 미용 성형에 대한 심리적 태도를 이해하고, 외모에 대한 사회적 인식의 개선 및 미용 성형에 대한 올바른 문화 정착의 방향성을 제시해줄 수 있는 기초자료로 활용될 수 있다는데 의의가 있다.

연구의 방법은 이론적 연구와 소셜 데이터 분석 연구 및 서술형 설문지 응답법을 병행하였다. 이론적 연구는 미용 성형의 개념 및 한국의 미용 성형 실태에 관련된 선행 연구, 신문기사, 국내외 단행본, 인터넷 및 전문서적을 기반으로 고찰을 수행하였다. 소셜 데이터 분석 연구는 Sometrend를 토대로 현대 사회에서 조명되는 미용 성형에 대한 감성적 경향에 대해 고찰하였다. 최종적으로, 미용 성형에 대해 어떠한 심리적 태도를 취하는지에 대하여 대학생 113명을 대상으로 서술형 응답 조사를 수행하였다.

2. 이론적 배경

2.1 미용 성형에 대한 일반적인 고찰

성형이란 "인과적 수단으로 신체의 어떤 부분을 고치거나 만들."[4]을 의미하는 것으로, 미용 성형이란 후천적 또는 신체적으로 피부 또는 근과 골격에 변형이나 결손이 있을 시, 형태뿐만 아니라 기능을 개선해주는 외과적인 수술이라 정의한다[5].

미용 성형에 관한 다양한 선행연구를 살펴보면, Lee and Chang[6]에 의하면 미용 성형 수술은 병적인 원인보다는 정상적인 신체적 형태에 대한 불만족에서 비롯된다고 기술하였으며, Choi[7] 또한 미용 성형의 주된 배경으로 외형상 노출되는 신체적 단점을 변화하고자 하는 정신적 작용에서 비롯된다고 언급하였다. Lee[8]는 신체적인 기능의 회복하거나 외모를 아름답게 개선하는 목적뿐만 아니라 심리적 불만족을 해소하여 안정감을 가져다 줌으로써 인간다운 삶을 지속하는데 도움을 줄 수 있다고 하였다. Won, et al.[9]에 의하면 대중 매체와 인터넷의 영향력으로 인하여 외모는 만들어지고 관리되는 것이라는 인식 변화가 형성되었으며, 미용 성형에 대한 대중들의 적극적이고 능동적인 참여가 높아졌다고 언급하였다. Bae[10]의 연구에 의하면 미용 성형수술은 개인의 주관적인 미적 요구도가 증가 되기에 지향점이 수시로 변모하며, 당대 미의 기준에 따라 유행이라는 하나의 흐름을 형성하게 된다고 하였다.

이처럼 미용 성형은 단순히 신체의 외형적인 변화를 통하여 아름다움을 추구하는 것에만 그치는 것이 아닌,

종전의 외모로 인하여 축적된 개인의 심리적 열등감을 해소하고 정신적 만족감을 갖도록 함으로서 삶의 질적 향상을 도모하고자 하는 핵심적인 목적 또한 존재한다. 즉, 미용 성형의 참여 여부는 한 개인의 심리적·정신적인 영향력에 비롯됨을 파악할 수 있다.

미용 성형은 단순히 인간으로서의 미적 욕구의 충족이나 자기만족을 위해 비롯된다는 개인적인 의미도 있지만, 개인의 삶 속에 존재하는 타인이나 다수의 삶이 존재하는 사회의 외모에 대한 판단 또한 간과할 수 없다. Kaiser[11]는 외모가 개개인 사회생활 속에서 타인에게 긍정적인 이미지를 전해 줄 수 있는 하나의 매개체로 작용하며, 타인과의 상호관계에서 외모의 관리는 중요하다고 언급하였다. Flanary[12]의 연구에서는 미용 성형을 원하는 대부분의 환자들은 직업의 선택에 대한 기회를 늘리고자, 또는 사회적인 수용성을 높이거나, 인생의 중요한 변화에 따른 준비를 위해 행하는 것이라고 밝혔다. 특히, 사회로의 진입을 앞둔 대학생들의 경우 미용 성형에 대한 요구도가 매우 높는데, 여대생의 경우 취업에 있어서 외모가 실력에 앞서 평가되는 경우가 많고, 남성들에 비해 상대적으로 크기 때문에 미용 성형 수술을 고려하게 된다고 하였다[13,14]. 이는 성공적인 사회생활에 있어서 개인의 능력만큼이나 외모가 매우 중요한 조건으로 여겨지고 있으며, 미용 성형 수술이 이를 타개할 수 있는 하나의 해결책으로 인식되고 있음을 보여준다.

대학생들의 미용 성형과 관련된 선행연구를 살펴보면, Han and Park[15]은 대학생들의 메이크업과 미용 성형에 대한 관심과 외모관리 행동 간의 상관관계를 밝히는 연구에서 관심과 행동 간의 정적인 상관관계가 있음을 도출하였다. Hwang, et al.[16]은 대학생들의 미용 성형 및 피부 미용의 경험에 미치는 요인을 분석하는 연구에서 취업이 가장 많은 영향력을 주는 것으로 나타났다. Kim, et al.[17]은 대학생의 미용 성형수술 수용성 영향요인의 연구에서 대학생 본인에게 미용 성형 수술의 필요성 체감 및 외적 변화를 위해 미용 성형을 수용하는 태도는 강하지 않은 것으로 분석되었다. 하지만, 대학생들이 학년이 올라갈수록 미용 성형수술에 대한 관심은 높아지는 것으로 분석되었다.

이처럼 대학생들의 미용 성형에 관련된 다양한 연구가 진행되고 있지만, 미용 성형과 메이크업간의 요인이나 관계성을 분석하거나 수용성 요인을 밝히는 연구가 주를 이루고 있다. 현재 미용 성형 수술이 긍정적인 역할을 수행하기도 하지만, 수술의 부작용이나 성형 중독, 외모지상주의 과 같은 사회 문제를 유발하고 있음을 고려해볼

시, 실제로 대학생들이 미용 성형에 대하여 어떠한 인식을 함양하고 있는지 파악할 필요성이 제기된다.

2.2 한국의 미용 성형 실태에 대한 일반적인 고찰

우리나라의 성형 시장은 5조원 규모로 전 세계 성형 시장의 25%를 차지하고 있으며, 평균 성형 건수는 인구 1천 명당 13.5건으로 미용 성형 강국[18]이라고 할 수 있다. 한국사회에서 성형에 대한 인식은 젊은 세대 및 중년층을 포함한 전 연령대의 여성이 성형수술에 대해서 적극적으로 긍정적인 경향을 나타내고 있다[19]. 이에 대하여 다수의 선행연구들[20-22]에서는 한국의 집단주의적인 문화적 특성을 그 원인으로 언급하고 있으며, 이와 함께 대중 매체의 성형에 대한 긍정적인 태도가 성형 수술에 대한 인식의 보편화와 가속화를 이루어낸다고 기술하고 있다. 대중 매체를 통하여 전달되는 이상적인 외모의 기준은 대중들에게 무비판적으로 수용되어 사회적 통념으로 인지되고, 대중들은 자신이 추구하는 이상적인 외모로 내면화함으로써 심상속의 이상미와 외형적 합일점을 찾기 위한 외모관리행동으로 미용 성형을 선택하게 된다[23,24]. 결과적으로 대중들이 미용 성형을 긍정적으로 수용하게 되는 전반적인 분위기가 형성되고, 외모를 중시하는 사회적 풍토의 점진적 확산과 함께 무분별한 미용 성형의 대중화 현상이 확산되는 것이라고 할 수 있다. 실제로 한국갤럽[3]에서 2020년 2월 만 19세 이상 1,500명에게 외모와 성형수술에 대한 인식의 조사를 실시한 결과, 89%의 응답자가 중요하다고 하였으며, 20대의 연령대에서 28%로 매우 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다. 성형수술의 경우 우리나라 성인 여성 18%, 남성 2%가 성형 수술을 경험한 적이 있다고 응답하였으며, 여성의 경우 2004년 9%, 2015년 14%로 수용도가 점진적으로 증가하는 것으로 나타났다[3].

이처럼 우리나라는 미용 성형수술에 대한 인식의 변화와 미용 성형수술 시장의 성장에 따른 의술의 발전에 따라 성형수술을 하는 사람들이 비약적으로 증가하고 있지만, 성형 수술의 결과에 불만족하거나 부작용을 경험한 사람들 또한 적지 않다. 한국 소비자원[25]에 따르면 2018~2020년도까지 미용 성형에 대한 피해 구제 신청은 총 472건이었으며, 2018년과 2019년은 각각 150건, 2020년은 172건으로 증가하고 있는 추세이다. 피해 사례 중 미용 성형 후 부작용 발현 및 효과 미흡 등의 피해가 45.7%(147건)를 차지하였으며, 피해사례의 연령대는 30대가 31.1%, 20대가 22.7%로 나타났다[25].

이 같은 상황을 고려해봤을 시, 미용 성형수술을 수행

하는 사람들이 늘어나는 만큼 관련 의료분쟁 또한 매년 늘어갈 것으로 판단된다.

3. 현대사회에 나타난 미용 성형에 대한 감성적 경향

본 장에서는 빅데이터와 관련된 선행연구[26,27]를 토대로 현대 사회에서 미용 성형에 대한 대중들의 감성적 경향을 분석하고자 하였다. 감성적 경향 분석은 최근 3년간 빅데이터 분석 플랫폼인 Sometrend에 미용 성형과 연관된 감성어를 추출하였으며, 미용 성형의 년 단위 언급량 상위 10위의 감성어를 취합하였다. 감성적 경향 파악은 연단위로 긍정, 부정의 감성어에 대한 변화추이를 고찰하였으며, 총체적인 관점에서 미용 성형과 관련된 공통된 감성어를 추출하고, 워드클라우드를 시각화하였다.

연도별 감성어(Table 1)를 고찰해보면, 2020년에는 '잘하다', '최고', '잘생기다', '미인', '원하다' 등과 같은 긍정어가 도출되었고, '부작용', '고민', '여혐', '부족한 부분', '스트레스' 등의 부정어가 나타났다. 2021년도에는 '잘하다', '최고', '좋다', '미인', '성공'과 같은 긍정어가 나타났고, '부작용', '고민', '스트레스', '차별', '부담' 등의 부정어가 도출되었다. 2022년도에는 '잘하다', '최고', '아름다움', '유명하다', '만족도' 등의 긍정어가 나타났고, '부작용', '고민', '이상하다', '스트레스', '거부하다'와 같은 부정어가 나타났다. 통시적인 관점에서 미용 성형과 관련된 감성어의 경향은 2020년 69%, 2021년 69%에 비해 2022년에는 65%로 다소 감소된 경향을 보였지만, 미용 성형과 관련하여 대체적으로 긍정적인 경향이 지속되고 있음을 살펴볼 수 있다. 이는 외모도 하나의 경쟁력으로 평가받고 있는 현실적 상황을 감안해본다면, 자의적인 노력으로 변화될 수 없는 신체에 관하여

Table 1. Changes in emotional words about plastic surgery by year

Years	Negative	Positive
2020	Do well, best, handsome, beautiful, wanted	Side effects, worries, misogyny, insufficient parts, stress
2021	Do well, best, good, beautiful, success	Side effects, worries, stress, discrimination, burden
2022	Do well, best, beauty, famous, satisfaction	Side effects, worries, strange, stress, reject

변화를 도모하는 미용 성형에 대한 인식이 매우 보편화 되었음을 유추해볼 수 있다.

종합적인 관점에서 최근 3년간 미용 성형에 대한 대중들의 감성적 경향(Table 2)을 살펴보면, 긍정어는 '잘하다', '최고', '잘생기다', '유명하다', '미인', '만족', '좋다', '아름다움', '긍정적', '예뻐지다', '잘하다'의 단어가 나타났다. 부정어에는 '부작용', '고민', '스트레스', '여혐', '이상하다', '부담', '괴물', '차별', '거부하다', '좌절'이 나타났다. 긍정어는 성형 수술 후 의료 기술수준의 만족도가 많은 것으로 분석되었으며, 성형을 통하여 변화된 외적인 변화가 타인에게 비치는 호감도 뿐만 아니라 자신의 심리적 안정감까지 긍정적으로 전환되고 있음을 파악할 수 있다. 또한, 부정어에는 미용 성형에 대한 심리적 두려움과 성형 후 외형적 변화에 대한 타인의 부정적인 평가, 이에 대한 심리적 좌절감이나 성형 부작용에 대한 두려움이 다수 반영되어있음을 살펴볼 수 있다. 이를 워드클라우드를 시각화해보면 Fig. 1과 같다.

Table 2. Emotional tendency of plastic surgery in 3 years

No.	Positive	Negative
1	Do well	Side effect
2	Best	Worries
3	Handsome	Stress
4	Famous	Misogyny
5	Beautiful woman	Insufficient parts
6	Satisfaction	Strange
7	Good	Burden
8	Beauty	Monster
9	Positive	Discrimination
10	Getting prettier	Reject

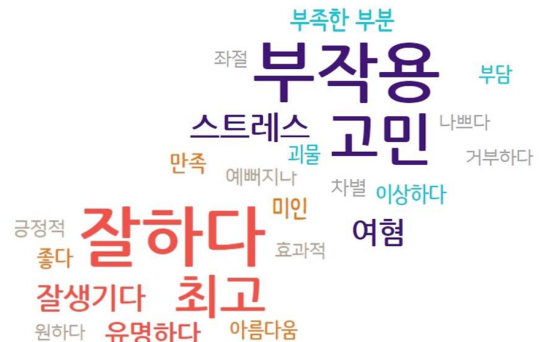


Fig. 1. Visualization of the emotional tendency of plastic surgery through word cloud for 3 years

이상에서 고찰해본 바와 같이, 현대사회에서 미용 성형은 성형 수술의 의료 기술 수준의 요구도가 높음으로 나타났으며, 타인에게 긍정적인 시각적인 평가를 이끌어낼 뿐만 아니라 구성원들의 호감을 이끌어내는데 큰 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있다. 이와 함께 대중들은 미용 성형 이후 외적 변화에 대한 비판적 인식과 부작용에 대한 근심을 직·간접적으로 나타내고 있음을 유추해볼 수 있다.

4. 미용 성형에 대한 대학생들의 심리적 태도

미용 성형에 대한 대학생들의 심리적 태도를 살펴보기 위해 113명의 대학생들에게 서술형 응답을 수행하였다. 서술형 응답은 미용 성형에 대한 긍정이나 부정의 입장 중 한 가지를 선택한 후, 이에 대한 자신의 견해를 임의롭게 기술하는 제한 개방형 질문을 활용하였다. 두세 가지에 한하여 응답을 요하는 제한 개방형 질문은 답변의 자율성 확보 및 연구자가 예상하지 못한 새로운 답변을 수합할 수 있는 강점을 내포하고 있다[28]. 미용 성형에 대한 대학생들의 긍정과 부정의 인식을 살펴보면, 72명(63.72%)이 부정적인 심리적 태도를 나타내고 있었으며, 41명(36.28%)이 긍정적인 심리적 태도를 취하고 있는 것으로 나타났다.

4.1 미용 성형의 부정적인 심리적 태도 분석

대학생들이 어떠한 배경으로 인하여 미용 성형에 대한 부정적인 심리적 태도를 취하고 있는지 분석해본 결과, 크게 세 가지로 축약해 볼 수 있다.

미용 성형에 대한 부정적인 심리적 태도의 첫 번째 배경으로 미용 성형에 대한 안전 불감증이다. *“성형에 대한 장벽이 낮아져 많은 사람들이 쉽게 접할 수 있는 . . .”, “ . . . 비용을 지불하면 행할 수 있는 자연스러운 행위 . . .”, “성형의 부작용이 생기면 극심한 스트레스와 우울감을 호소하며 . . .”, “ . . . 정상적인 생활을 하기 어렵은 . . .”*라는 응답에서와 같이 학습자들은 미용 성형이 보편화된 현실과 미용 성형의 부작용이 한 개인에게 미치는 육체적·정신적 고통, 이로 인하여 삶의 질을 더욱 악화시키는 부정적인 영향력에 대해 언급하고 있다. 성형이란 사고나 병으로부터 유발된 신체적 결손을 개선시키기 위한 수술[5]이지만, 미용 성형이라는 미명 하에 그 목적성을 상실한 채 보편화되어가고 있다. 특히, 프랑스나 영국 등 외국의 경우 성형 광고를 규제하고 있는 반

면, 우리나라는 너무나도 쉽게 수많은 성형 광고들이 대중들에게 노출되어 있다[29]. 이에 비해 대중들에게 전달되는 성형에 대한 세부적인 정보는 상대적으로 부족하다. 특히, 미용 성형에 대한 부작용[30]은 안면마비, 피부괴사, 신경마비 등 단순히 신체적인 장애를 넘어 수많은 후유증을 양산하고, 더 나아가 정신적인 피해까지 가져올 수 있다. 또한, 재수술로 인한 금전적 피해, 더 나아가 의료사고로 미용 성형이 생명까지 앗아가는 위험요인이 될 수 있다. 이처럼 미용 성형에 대한 인식 부족은 우리 사회에서 미용 성형에 대한 안전 불감증을 확대시키는 문제점을 함양하고 있다. 물론, 미용 성형이 자신의 콤플렉스를 보완해줄 수도 있지만, 이 선택이 오히려 더 큰 콤플렉스를 가져올 수도 있다는 사실을 간과해서는 안 된다.

미용 성형에 대한 부정적인 심리적 태도의 두 번째 배경으로 외모에 대한 강박증이다. *“ . . . 다른 사람에게 어떻게 보일지 . . .”, “ . . . 다른 사람 얼굴을 보면서 내 외모가 틀렸다고 생각하고 . . .”, “ . . . 자신의 모습에 만족하지 못하고 계속해서 수술을 하는 . . .”, “ . . . 남들의 시선에 맞추고자 하는 . . .”, “ . . . 작은 단점을 어떻게든 발견해 다른 사람과 비슷하게 바꾸고자 . . .”*이라는 응답과 같이 학습자들은 외모에 대한 강박증에서 시작된 미용 성형이 이를 더욱 가중시킬 수 있으며, 이는 성형 중독으로까지 이어질 수 있다고 기술하고 있다. 신체이형성장애로 명명되는 외모 강박증은 “타인이 인지하지 못하는 신체 부위 또는 존재하지 않는 산체의 결함에 집착하는 정신 장애”[31]를 뜻한다. 외모에 대한 강박증의 기저에는 타인과 자신을 비교하고 평가하고자 하는 사회 비교에서 기인된다. 사회심리학자 Festinger[32]에 의하면 모든 사람들은 개인의 능력이나 태도 등에 대해 정확한 평가를 하고자 하는 동기가 있으며, 이를 평가할 객관적 기준이 없을 시, 타인을 기준으로 하여 자기 자신을 주관적으로 비교하고, 평가한다고 주장하였다. 즉, 지각된 신체적 결함의 기준이 타인의 외모가 되고, 이를 해결하고자 하는 하나의 방법으로 미용 성형을 선택하게 됨을 의미한다. Kim and Chung[33]에 의하면 미용 성형의 경험자들은 자신의 외모변형에 일시적인 만족감을 느끼지만, 오래 지나지 않아 또 다른 만족감을 위해 다시 성형 수술을 하게 되는 결과를 초래한다고 언급하였다. 다시 말해서, 이러한 미용 성형에 대한 만족은 간헐적으로 외모의 강박 속에서 자유를 부여하지만, 자신을 억압하는 또 다른 족쇄로 작용하여 충동 통제력이 결핍된 성형 중독증으로 이어질 가능성이 크다. 더 나아가 자신의

주관적인 기준으로 삼았던 타인의 기피증으로 이어져 새로운 인간관계를 형성하고 유지하는 사회적 건강까지도 위협할 수 있다.

미용 성형에 대한 부정적인 심리적 태도의 세 번째 배경으로 획일화된 미의 고착화이다. “... 자신의 개성을 상실하고...”, “... 자신의 고유한 외적인 매력을 잃어버린...”, “... 부자연스러운 강남 미인이 많아져...”, “... 요즈음 애들은 다 똑같이 생겼다는...”, “... 짝여넷 한 큰 눈과 오목한 코들이 늘어나는...”이라는 응답처럼 학습자들은 미용 성형이 우리 사회가 선호하는 미의 기준에 부합하기 위해 시도되고 있으며, 이는 자신만의 개성에 대한 고유성이 상실될 수 있음을 언급하고 있다. 인간의 개성이란 “다른 사람이나 개체와 구별되는 고유의 특성”[34]을 뜻하는 것으로, 미용 성형은 자신의 개성보다는 보편화된 사회적 미의 기준에 자신의 외형을 일반화시키는 행위가 된다. 즉, 각자가 가진 개성을 지켜나가기 보다는 사회가 인정하는 외모를 갖추기 위해 성형을 시도하는 것이다. Yonginilbo[35]에 의하면 성형외과의 웹사이트에서도 코의 높이나 각도, 눈·코·입의 세로 가로 간격까지 정해진 미인상을 만들고 있다고 기술하고 있다. 다시 말해서, 자신감과 용기를 갖기 위해 수행한 미용 성형이 오히려 자신의 정체성이나 본질적인 가치를 상쇄시키는 치명적인 영향을 주며, 우리사회가 잘못된 미의 개념 정립으로 획일화되고 정형화된 아름다움만이 존재하는, 다양성이 상쇄된 사회로 변질될 우려가 농후하다는 것을 말해준다.

4.2 미용 성형의 긍정적인 심리적 태도 분석

대학생들이 어떠한 배경으로 인하여 미용 성형에 대한 긍정적인 심리적 태도를 취하고 있는지에 대해 크게 세 가지로 기술해볼 수 있다.

미용 성형에 대한 긍정적인 심리적 태도의 첫 번째 배경으로, 개인의 자유성에 따른 인간의 심미적 욕구이다. “... 개인의 자유와 행복을 추구하는 행동 중 하나...”, “... 선택의 자유에 속하는 문제...”, “... 본인의 선택이며, 책임인...”, “성형수술은 화장을 하는 것, 옷을 예쁘게 입는 것과 같은 것...”이라는 응답처럼 학습자들은 성형이란 자신의 선택이자, 자유이며, 이는 아름다움을 추구하는 행위는 인간의 기본적인 욕구라고 기술하고 있다. 인간이 성형을 선택하는 배경은 현재 자신의 외모에 만족하지 못하기 때문이며, 성형을 통해 우리 사회의 미적 기준에 보다 근접하고자 하는 욕구로

인하여 발현된다. 미국의 심리학자 Maslow[36]는 “인간의 8단계의 욕구 가운데 가장 고차원적 상위개념의 욕구가 바로 심미적 욕구이며, 인간은 존재 욕구로서 아름다움을 추구한다”고 기술하였다. 즉, 인간의 심미적 욕구는 자신의 존재가치를 상승시키려는 욕망이다. 프랑스의 철학자 Baudrillard[37]에 의하면 신체는 정해진 것이 아닌, 사회적 지위를 표상할 수 있는 기호로, 조작되고 바꿀 수 있는 하나의 대상으로 간주하고, 현대사회에서 물신화된 신체의 교환가치에 대해 기술하였다. 다시 말해서, 미용 성형은 인간이 화장, 장신구, 패션을 통하여 자신의 외모를 변화시키는 것과 같이 자신의 아름다움뿐만 아니라 가치를 증진시키고자 하는 욕구의 일환이며, 이는 인간의 자율성에 기반을 둔 하나의 선택적 행위라고 할 수 있다. 결과적으로, 미용 성형은 자신에 대한 주관적인 시각과 주체적 결정권이 반영된 하나의 능동적인 권리임을 뜻한다. 하지만, 자율적 선택에는 무한한 책임이 따르는 바, 미용 성형에 대한 결정은 보다 많은 심사숙고와 이에 대한 연역적 정당화가 필요하다.

미용 성형에 대한 긍정적인 심리적 태도의 두 번째 배경으로, 이미지 경쟁에서의 필요성 증대이다. “... 이성에게 매력을 어필할 수 있는 경쟁력...”, “... 외모도 취업에 있어서 하나의 경쟁력이 될 수 있는...”, “... 외적인 매력이 높아지면 그에 따른 이익이 돌아오는 시대...”, “... 자기관리를 잘하는 사람이라 평가를 받게...”라는 응답과 같이 학습자들은 이미지가 중요시되는 현 시점에서 미용 성형은 자신의 경쟁력을 증진시킬 수 있는 하나의 수단임을 언급하고 있다. JOBKOREA가 Albamon과 함께 구직자 1,052명을 대상으로 한 설문 조사에서는 95.6%가 면접에서 호감형 외모가 긍정적인 영향을 준다고 답하였으며[38], 20대에서 30대 직장인 2461명을 대상으로 한 설문조사에서는 응답자의 88.8%가 ‘외모도 경쟁력이다’라고 답하였다[39]. 현대사회는 이미지 소비 사회이다. 즉, 사회적 가치의 비중에서 직관과 감성으로 판단할 수 있는 외적인 가치가 이성과 논리적 사고를 통해 파악해야하는 내적 가치보다 우위를 점하고 있다는 측면을 말해준다. 프랑스 인문학자 Girard에 의하면, 우리 사회에서의 경쟁은 인간의 욕망이 일원화된 대상을 향해 수렴하고 있기 에 발현되는 것이며, 욕망이 획일화되면 될수록 경쟁이 가속화된다[40]고 말하였다. 인간의 욕망은 회소성에 결핍에 의한 것이기 때문에 현대사회에서 해당 분야에 대한 개인의 전문적 역량이 잉여 상태로 전환되었음을 뜻하며, 회소가치를 지닌 외적인 역량까지의 경쟁으로 의미라고

할 수 있다. 이처럼 '외모가 곧 경쟁력이다'라는 말이 자연스럽게 받아들여지는 현대 사회에서 성형은 경쟁 우위를 점할 수 있는 하나의 전략이자, 무한경쟁 시대에 끊임 없이 생존을 위한 하나의 필수불가결한 결정이라고 할 수 있다.

미용 성형에 대한 긍정적인 심리적 태도의 세 번째 배경으로, 자존감 회복을 통한 삶의 질 향상이다. *"외면이 바뀌니 내면적으로도 변화가 일어나는 . . ."*, *" . . . 얼굴형이 보완되어 자신감을 얻고 표정까지 밝아져 . . ."*, *" . . . 자신감을 주고 새로운 삶을 주기 때문에 . . ."*, *" . . . 사람들에게 호감을 얻음으로 인해 일상생활에서 만족감을 느끼는 . . ."*라는 응답처럼 학습자들은 미용 성형이 단순히 외적인 변화뿐만 아니라 자신의 삶에 의미와 행복을 가져다 줄 수 있는 중요한 원동력이 될 수 있음을 언급하고 있다. 인간의 삶은 단순히 물질적인 측면만으로 행복을 느낄 수 없다. 아무리 물질적으로 풍요롭고 만족스럽다고 하더라도, 자기 자신에 대해 만족하지 못하고, 자신의 삶에서 기쁨을 얻지 못한다면 행복하기 어렵다. 철학자 Rawls[41]에 의하면 자존감은 자신만의 특별한 가치에 대한 지각이자, 자신의 삶에 대한 굳건한 믿음이라고 밝혔다. 자신의 자존감을 높이기 위해서는 타인의 평가에 의해 형성되는 것이 아닌, 존재 자체에 대한 인정에서 나타난다. 불가항적 상황에서 발생한 외상에 대한 치유나 신체적인 콤플렉스를 개선시키는 것은 기 자신에 대한 애정이자, 자존감을 높이기 위한 하나의 방법이며, 실질적 외형 변화를 통한 긍정적 정서 획득은 자존감뿐만 아니라 삶에 대한 긍정적인 에너지까지도 얻을 수 있다.

최종적으로 성형 문화가 확산되는 가장 큰 배경으로는 대부분의 학생들이 대중매체의 비현실적이고 이상화된 미의 표준화를 지목하고 있었다. *" . . . 선남선녀의 기준을 제시하는 역할을 하고 . . ."*, *"인형 같은 외모를 찬양하는 대중매체 . . ."*, *"외모 중시를 앞세우는 미디어의 탓이 가장 크다고 . . ."*, *" . . . 매체가 미의 기준을 바꾸는 . . ."*라는 응답과 같이 학습자들은 대중매체에 의해 규정화된 외모의 이상적인 기준을 가장 큰 원인으로 언급하고 있다. 이는 사회비교이론으로 설명될 수 있는데, 사람들은 자신이 정한 표준모델과의 비교를 중심으로 자신의 판단을 보다 분명히 하며[42], 자신보다 우월한 표준모델과 비교하게 될 시, 자기개선의 동기 자극과 함께 행동으로 이어진다[43]. 다시 말해서, 대중매체는 외모에 대한 전형적인 미에 대한 지표 제시하는 통로가 될 수 있으며, 이를 접한 대중들은 자신의 외모에 대한 변화 욕구와 함께 미용 성형을 통해 개선하고자 함

을 뜻한다. 하지만, 대중매체에서 제시한 미의 잣대가 현대사회의 전형적인 미를 대변하는 것은 아니며, 온전히 대중매체의 영향으로만 미용 성형을 부추긴다고 해석하기는 어렵다. 미용 성형을 실행하기 위해서는 자신의 행위 의지가 수반되어야 하기 때문이다. 그럼에도 불구하고, 대중매체가 대중들의 외모에 대한 인식을 전환시킬 수 있는 사회화 도구로서의 영향력을 고려해본다면, 대중매체가 주도적으로 외모 다양성이 존중되는 사회적 분위기를 조성할 필요가 있다.

5. 미용 성형으로부터 변화되어야 할 사회상에 대한 함의점

본 장에서는 앞서 살펴본 성형에 대한 감성적 경향 파악과 대학생들의 미용 성형에 대한 심리적 태도의 분석을 토대로 미용 성형으로부터 변화되어야 할 사회상에 대한 함의점을 제안하고자 하며, 이는 다음과 같다.

첫째, 자신의 삶 속에서 진정한 아름다움이란 무엇인지 스스로 고민해보는 자세가 필요하다. 현대사회는 외모가 우선시 되는 시류로 변모하고 있으며, 이에 대한 중요성을 인지한 사람들은 사회가 제시한 미적 기준에 부합하는 자신의 외모를 만들고자 미용 성형을 행하고 있다. 그럼 과연 현대 사회에서 제시한 외모적 기준을 충족한다면, 우리 모두는 이 사회에서 성공한 인생을 살아갈 수 있는지에 대한 의문을 제기해 볼 필요가 있다. 인생의 성공 기준은 사람마다 다르며, 단순히 외적인 것뿐만 아니라 내적인 부분과 온전히 결합할 시, 그 기준에 부합하는 영향력을 발휘하게 된다. 다시 말해서, 미용 성형이 인생의 성공 가능성을 높여줄 수는 있지만, 절대적이란 의미는 아니며, 극히 미비한 것임을 의미한다. 물론, 미용 성형을 행하는 배경이 사회적 미적 기준에 부합하기 위해서가 아닌, 오랜 기간 동안 자신의 콤플렉스로 여겨졌던 신체적 결함을 보완하기 위해서라면 미용 성형은 반드시 행해져야 할 일이다. 이는 우리 삶에 있어서 미용 성형뿐만 아니라 어떠한 선택이든 간에 삶의 방향성에 대한 중심이 온전히 자기중심에 있는지, 또는 사회의 중심에 있는지를 보여주는 것이라고 할 수 있다. 즉, 우리가 지향하고자하는 외모가 타인이나 사회적 외압이 아닌 나의 건강한 삶의 영위를 위해 자신 스스로 선택하고 결정하였는지에 대한 고민의 필요한 이유이다. 자율성[44]이란 외부의 어떤 제약 없이 자기 스스로의 원칙을 토대로 결정을 내리고, 행동하는 특성이라 명명된다. 자율성

의 핵심은 자기주도적인 삶의 태도가 수반되어야 함을 말해준다. 이 같은 자율성을 증진시키기 위해서는 내면적인 경쟁력을 통한 성숙한 자아를 완성시키는 것이 우선시되어야 할 것이다. 우리 사회에서 개개인은 하나의 개인적인 독립체이고 자신이 지향하는 아름다움을 추구하고 변화시킬 권리가 있다. 영국의 미용 성형외과의사협회 회장을 역임하였던 Netizens[29]은 성형이 인생을 반드시 좋아지게 하는 것은 아니며, 사람들에게 헛된 희망을 준다고 주장하였다. 이처럼 미용 성형이 필수가 아닌, 선택임을 인지하고, 아름다움을 추구하고자 하는 선택에 있어서 타율성이 아닌, 자신의 삶 속에서 진정한 아름다움이란 무엇인지 스스로 고민해보는 자세가 요구된다.

둘째, 외모로 상대방의 전체를 규정하는 사회적 분위기의 변화와 이에 대한 대중매체들의 동참이 필요하다. 앞서 살펴본 대학생들의 미용 성형에 대한 심리적 태도에서도 미용 성형의 주요한 원인을 대중매체로 인한 미의 획일화라고 언급하였다. 현재 우리 사회에서 범람하고 있는 외모지상주의 문제는 어제 오늘 일이 아니다. 물론, 타인에게 호감을 주는 매력적인 외모를 갖춘다는 것은 나쁠 건 없다. 하지만 외모만 상대방을 판단하고, 외모의 우월성을 한 개인의 능력과 등치시키는 것은 하나의 사회적 문제라고 할 수 있다. 이처럼 차이를 차별로, 다르다는 것을 틀리는 것으로 연결시키는 분위기는 외모지상주의를 넘어 외모차별주의로까지 확산되고 있는 추세이다. 이 같은 사회의 전반적인 분위기의 속에서 미용 성형은 아름다움을 위한 선택이 아닌, 차별의 굴레에서 빠져나오기 위한 처절한 몸부림이라고 할 수 있다. 아름다움은 획일화되어 있지 않음에도 불구하고, 현대인들의 외모에 대한 집착은 도를 넘고 있다. 실제로, 우리 사회에 뿌리 깊게 자리 잡고 있는 외모지상주의를 근절하는 것은 매우 어려운 사실임은 부인할 수 없다. 하지만, 이를 사회적 흐름의 일환으로 방관하는 자세로 대응한다면, 우리 사회 구성원들의 외모는 사회가 원하는 기준에 따라 유사한 모습으로 변해가고 있을지 고민해볼 문제이다. 특히, 사회적 미의 기준을 획일화시키고 있는 대중매체가 현재의 문제점을 인지하고 변화를 모색하지 않는 한 우리나라의 젊은이들은 미용 성형의 굴레에서 벗어나기 어려울 것이다. 이 같은 현실을 극복해나가기 위해서는 우리 사회가 지향하고 있는 사회적 가치관이 변해야만 한다. 사회적인 분위기가 만들어낸 획일적 미의 기준으로 서로간의 차별적 잣대를 들이대는 것이 아닌 개개인의 개성에 적합한 신체상과 이미지의 중요성을 알려주고, 그들의 다양성의 가치에 보다 중점을 두는 변화가 필

요하다. 외모가 완벽한 사람이 아름다운 것이 아닌, 자신감이 충만한 사람이 아름다운 것이다. 자신감을 심어주고 그들만의 정체성을 강화시켜주는 것이야말로, 우리 사회의 젊은이들에게 진정 필요한 것이며, 사회를 구성하는 개개인 모두가 직면한 하나의 숙제이다. 이를 해결한다면, 미용 성형 또한 존재의 의미를 찾아갈 수 있으리라 판단된다.

셋째, 미용 성형에 대한 지나친 편견보다는 보다 긍정적인 측면에서 미용 성형을 바라볼 수 있는 포용적 사고가 필요하다. 미용 성형을 하는 배경은 사람마다 이에 대한 목적성을 띠고 있다. 누군가는 단순히 미적 욕구 충족을 위해 미용 성형을 한다면, 누군가에게는 자신의 외적 또는 내적 질환을 치료하기 위한 목적으로 행하는 미용 성형 또한 존재한다. 단순히 미용 성형을 했다는 이유만으로 부정적인 시선과 비하적 발언을 하는 것은 명백히 잘못된 일임은 자명하다. 인간에게 외모는 오래전부터 주된 관심사였으며, 아름다운 외모는 동경의 대상이었다. 인간이라면 누구나 끊임없이 외모관리의 노력을 한다. 과거에 미용 성형은 외모가 큰 영향력을 미치는 직업군의 연예인 또는 극소수 사람들의 전유물로 여겨졌지만, 현대 사회에서 외모의 중요성이 더욱 증가하면서 대다수의 사람들이 한번쯤은 고민해보고 시도해볼 수 있는 일반적인 현상으로 수용될 만큼 보편화되었다. 즉, 미용 성형 또한 우리가 화장을 하고, 옷으로 치장하는 것과 같이 더 매력적이고 아름다운 외모를 위한 다양한 시도들과 다르지 않다는 것이다. 물론, 미용 성형에 대하여 비판적인 시선을 보내는 이들 또한 성형 중독이나 부작용 등의 부정적인 일련의 사고들이나 미용 성형의 범람이 우리 사회에서 그다지 좋지 못한 결과를 자아내기에 부정적인 시선으로 바라보는 것 또한 부정할 수 없는 사실이다. 하지만, 미용 성형이 범람하는 원인을 파악해보고, 이를 해소하고자 하는 움직임은 찾아보기 힘들다. 특정 문제의 결과만을 중심으로 부정한다는 것은 옳지 않으며, 이 같은 부정적인 시선들이 또 다른 누군가에게 심리적 정신적 고통을 줄 수 있음을 알아야만 한다. 우리 사회 속 구성원들 모두가 미용 성형을 근절해야만 하는 범죄행위가 아닌 이상, 올바른 성형 문화를 정착시키기 위한 노력을 기울여야만 한다. 즉, 어느 한 부분에 치우친 편협한 시각이 아닌 서로 다름에서 오는 차이를 이해하고 이를 공감할 수 있는 포용적 사고가 필요하다고 할 수 있다. 이 같이 미용 성형에 대한 이해관계가 성립된다면, 미용 성형 또한 우리 사회에 긍정의 힘을 불어 넣는 하나의 문화로 자리 잡을 수 있으리라 사료하는 바이다.

6. 결론

본 연구는 미용 성형에 대한 감성적 경향 파악과 대학생의 관점에서 성형에 대하여 어떠한 심리적 태도를 취하고 있는지 조명해보고, 미용 성형으로부터 변화되어야 할 사회상에 대한 함의점을 제시하고자 하는데 목적이 있다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 현대사회에서 성형에 대한 감성적 경향은 '예쁜, 빠른, 가능하다, 잘하다, 자연스러운'의 긍정적인 키워드가 53%를 차지하고 있었으며, 중립적인 키워드는 '똥다, 다양한'이 15%, 부정적인 키워드는 "고민, 부작용, 똥똥하다"로 나타났다. 이 같은 키워드로 미용 성형에 관련된 경향을 살펴보았을 시, 성형 수술의 의료 기술 수준의 요구도가 높은 것으로 나타났으며, 타인에게 긍정적인 시각적인 평가를 이끌어낼 뿐만 아니라 구성원들의 호감을 이끌어내는데 큰 영향을 미치고 있음을 유추해볼 수 있다. 반면에 성형의 부작용에 대한 심리적 압박감이 존재하는 것으로 나타났다.

둘째, 성형에 대한 대학생들의 부정적인 심리적 태도의 주된 내용은 미용 성형에 대한 안전 불감증, 외모에 대한 강박증, 획일화된 미의 고착화라는 견해가 나타났다. 성형에 대한 긍정적인 심리적 태도의 주된 내용은 개인의 자율성에 따른 인간의 심미적 욕구, 이미지 경쟁에서의 필요성 증대, 자존감 회복을 통한 삶의 질 향상의 견해가 나타났다. 또한, 성형 문화가 확산되는 주요한 원인은 비현실적이고 이상적인 미에 대한 대중매체의 표준화에서 비롯된다는 인식을 가장 많이 함양하고 있었다.

최종적으로 성형에 대한 함의점은 첫째, 자신의 삶 속에서 진정한 아름다움이란 무엇인지 스스로 고민해보는 자세, 둘째, 외모로 상대방의 전체를 단정 짓는 사회적 분위기의 변화와 대중 매체들의 동참, 셋째, 미용 성형에 대한 지나친 편견보다는 보다 긍정적인 측면에서 미용 성형을 바라볼 수 있는 포용적 사고가 요구된다고 할 수 있다. 이상에서 살펴본 바와 같이 미용 성형과 관련된 우리사회의 다양한 이슈들은 결국 우리 사회를 구성하는 개개인들이 만들어낸 문제점이라고 할 수 있다. 즉, 사회를 구성하고 있는 개개인의 인격체가 미용 성형의 문제에 대해 고민해보고, 이를 개선하고자 하는 노력들을 실행해나간다면, 올바른 미용 성형 문화의 정착과 함께 외모가 미의 기준이 되는 사회적 분위기 또한 완화될 수 있으리라 사료하는 바이다. 이를 통하여 우리사회가 인간의 단편적인 부분이 아닌, 개개인의 인격을 존중하고 개성을 인정하며, 인간으로서의 가치와 존엄을 우위에 두

는 사회로 한걸음 나아갈 수 있는 계기가 되기를 바란다.

References

- [1] The results are in from the ISAPS 2021 Global Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures [Internet]. ISAPS [cited 2023. January 13]. Available From: <https://www.isaps.org/articles/isaps-blog/2023/global-survey-results-2021/> (Accessed June. 24, 2023)
- [2] J. K. Thompson, E. Stice, "Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk factor for body-image disturbance and eating pathology", *Current Directions in Psychological Science*, Vol.10, No.5, pp.181-183, 2001. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00144>
- [3] Awareness of appearance and plastic surgery [Internet]. Gallup [cited 2020. February 20]. Available From: <https://www.gallup.co.kr/gallupdb/reportContent.asp?seqNo=1097> (Accessed June. 24, 2023)
- [4] Cosmetic surgery [Internet]. Naver dictionary [cited n. d.]. Available From: <https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/da1679e4eaf8410dab9761aa140f1e4a> (Accessed June. 24, 2023)
- [5] J. Kang, "Plastic surgery", pp.1-508, Keimyung University Press., 1993.
- [6] D. Lee, A. C. Chang, "A study on the opinions about field of aesthetic surgery: Survey results", *The Korean Society of Plastic and Reconstructive Surgeons*, Vol.21, No.6, pp.1138-1147, 1994.
- [7] J. Choi, "A study on feeling of women about aesthetic sense and aesthetic surgery according to age", Master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul, Korea, pp.1-75, 2007.
- [8] T. K. Lee, "You too can be a beauty", pp.1-243, Ullimsa, 1994.
- [9] C. Won, D. Kang, S. Koo, S. Park, "A survey of Korean college students' cognition of cosmetic operation", *Archives of Aesthetic Plastic Surgery*, Vol.10, No.2, pp.51-58, 2004.
- [10] J. Bae, "Perception and attitude of undergraduate students in Korea about plastic surgery", Master's thesis, Daegu Haany University, Kyungbuk, Korea, pp.1-47, 2005.
- [11] S. B. Kaiser, "The social psychology & clothing : Symbolic appearances in context, Second edition", pp.1-651, Fairchild publications, 1996.
- [12] C. Flanary, "The psychology of appearance and the psychological impact of surgical alteration of the face : Modern practice in orthognatic and reconstructive surgery", pp.3-10, WB Saunders Company, 1983.
- [13] M. Um, "The effect of female college students' perceptions of their appearances on their cosmetic

- surgeries-A research of female students at colleges in the capital area”, Master’s thesis, Chung-Ang University, Seoul, Korea, pp.1-83, 2013.
- [14] J. Lee, “Cosmetic plastic surgery behavior according to interest in appearance and perception on plastic surgery”, Master’s thesis, Honam University, Kwangju, Korea, pp.1-74, 2018.
- [15] D. Han, K. Park, “A study of external appearance management activities of university students: Make-up and cosmetic surgery”, *Journal of The Korean Society of cosmetology*, Vol.14, No.2, pp.622-632, 2008.
- [16] A. Hwang, J. Kang, S. Han, “Analysis of university students’ experience on cosmetic surgery and skin care”, *Journal of Investigative Cosmetology*, Vol.13, No.2, pp.125-132, 2017.
DOI: <https://doi.org/10.15810/jic.2017.13.2.005>
- [17] Y. Kim, D. Chae, H. Kim, “Factors affecting acceptance of cosmetic surgery among undergraduate students”, *The Korea Contents Society*, Vol.17, No.1, pp.455-464, 2017.
DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2017.17.01.455>
- [18] J. Lee, D. Kim, J. Ahn, “Equity research”, pp.1-41, Hana Financial Investment Co.,LTD, 2020.
- [19] M. Choi, J. Kim, “A study on feeling of women about aesthetic sense and aesthetic surgery according to age”, *Journal of The Korean Society of cosmetology*, Vol.13, No.2, pp.547-566, 2007.
- [20] J. Kim, “Youth and appearanceism”, *National Assembly Library review*, Vol.44, No.7, pp.28-35, 2007.
- [21] Y. Lee, S. Kwon, “The effect of TV exposure and sociocultural factors on the process from awareness of body-image to behavioral responses”, *Journal of Communication Science*, Vol.10, No.4, pp.390-424, 2010.
- [22] J. Jang, “A study on media-lookism in Korea -Focused on TV drama exposure and attitude toward cosmetic surgery”, Ph.D dissertation, Chung-Ang University, Seoul, Korea, pp.1-159, 2011.
- [23] K. Park, “Correlations among Cognitive Age, Sociocultural Attitudes towards Appearance, and Appearance Management Behavior”, *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, Vol.36, No.7, pp.756-766, 2012.
DOI: <http://dx.doi.org/10.5850/JKSC.2012.36.7.756>
- [24] L. J. Heinberg, J. K. Thompson, S. Stormer, “Development and validation of the Sociocultural attitudes towards appearance questionnaire”, *International Journal of Eating Disorders*, Vol.17, No.1, pp.81-89, 1995.
DOI: [http://doi.org/10.1002/1098-108x\(199501\)17:1<81::aid-eat2260170111>3.0.co;2-y](http://doi.org/10.1002/1098-108x(199501)17:1<81::aid-eat2260170111>3.0.co;2-y)
- [25] Plastic surgery increased due to ‘mask’, ‘who is responsible for side effects’ [Internet]. Womentimes [cited 2021. June 18], Available From: <http://www.womentimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=52925> (Accessed June. 30, 2023)
- [26] 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>
- [27] 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>
- [28] 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 June. 14, 2023)
- [29] Netizens believe cosmetic surgery ads should be banned in Korean subways, like other countries [Internet]. Allkpop [cited 2018. October 5], Available From: <https://www.allkpop.com/article/2018/10/netizens-believe-cosmetic-surgery-ads-should-be-banned-in-korean-subways-as-well> (Accessed July. 8, 2023)
- [30] Compensation for plastic surgery side effects... strict conditions [Internet]. Kukinews [cited 2022. June 11], Available From: <https://www.kukinews.com/newsView/kuk202206100136> (Accessed July. 8, 2023)
- [31] ‘The ugliest me in the world’, about obsessive compulsive appearance and escaping the corset [Internet]. Hidoc [cited 2019. March 12], Available From: <https://www.hidoc.co.kr/healthstory/news/C0000452779> (Accessed July. 9, 2023)
- [32] L. Festinger, “A theory of social comparison processes”, *Human Relations*, Vol.7, No.2, pp.117-140, 1954.
DOI: <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- [33] Y. Kim, H. Chung, “Factors affecting plastic surgery addiction tendency among undergraduate women”, *Journal of Digital Convergence*, Vol.12, No.12, pp.621-631, 2014.
DOI: <https://doi.org/10.14400/JDC.2014.12.12.621>
- [34] Personality [Internet]. Naver dictionary [cited n. d.], Available From: <https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/b23316dc0cc94b53a492ad9ae13dad8b> (Accessed July. 8, 2023)
- [35] Gangnam style beauties who all look the same [Internet]. Yonginilbo [cited 2014. October 25], Available From: <http://www.yonginilbo.com/mobile/article.html?no=38722> (Accessed July. 9, 2023)
- [36] hierarchy of needs theory [Internet]. Namuwiki [cited 2023. March 9], Available From: <https://namu.wiki/w/%EC%9A%95%EA%B5%AC%EA%B3%84%EC%B8%B5%EC%9D%B4%EB%A1%A0> (Accessed July. 9, 2023)
- [37] J. Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structures*, p.1-349, Moonye publisher, 2015.
- [38] Appearance is also a competitive edge?, 95.6% of job

seekers "Appearance influences interview results" [Internet]. POP communications [cited 2021. April 13]. Available From: <https://www.gosiweek.com/15233> (Accessed July. 9, 2023)

- [39] 9 out of 10 office workers in their 20s and 30s "Appearance is also a competitive edge" [Internet]. Metro [cited 2019. June 16]. Available From: <https://www.metroseoul.co.kr/article/2019061600052> (Accessed July. 10, 2023)
- [40] Competition [Internet]. Wikipedia [cited 2023. April 29], Available From: <https://ko.wikipedia.org/wiki/%EA%B2%BD%EC%9F%81> (Accessed July. 10, 2023)
- [41] J. Rawls, "A theory of justice: Original edition", pp.1-624, Harvard University Press., 1971.
- [42] K. Woo, "The relation between women's obsession over appearance and the cosmetic surgery industry in the contemporary Korea", Ph.D dissertation, Yonsei University, Seoul, Korea, pp.1-155, 2002.
- [43] M. C. Martin, P. F. Kennedy, "Advertising and social comparison: Consequences for female preadolescents and adolescents.", *Psychology & Marketing*, Vol.10, No.6, pp.513-530, 1993.
DOI: <https://doi.org/10.1002/mar.4220100605>
- [44] Autonomy [Internet]. Naver dictionary [cited n. d.], Available From: <https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/44a29610bcb4e82bd05663208508e43> (Accessed July. 10, 2023)

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 : 화성의과학대학교 스타일테크학과 조교수

<관심분야>

메이크업, 바디페인팅, 화장품, 피부학