여대생의 퍼스널 이미지가 자기효능감에 미치는 영향

김 미 경

숙명여자대학교 리더십역량개발센터

The Effect of Personal Image on Self-Efficacy in Female University Students

Kim Mikyung

Leadership Competency Development Center, Sookmyung Women's University

Abstract

By investigating structural relationships between personal image and self-efficacy, this experimental study purposes to suggest a direction and the meaning of effective education on personal image. Based on scholars' studies on personal image and self-efficacy, this study extracts a revised questionnaire on personal image. The experimental study proved the relationship between the variables of personal image and self-efficacy by using personal image questionnaires which are extracted from the literature study. For this purpose, we have conducted a questionnaire survey including 234 students from women's university in Seoul. The results of this study are as follows. First, for cognitions on personal image, which are components of the internal image, both the visual image and social image impacting on self-efficacy have a significant efficacy in the self-regulation factor. Second, the satisfaction rates of the components for personal image impacting all the factors of self-efficacy showed a significant effect. Third, the significant results are being obtained from the analysis of differences in self-efficacy according to the levels of satisfaction rates on internal image and social image, which are expected to have effects on the self-efficacy between the groups for all factors. However, according to the analysis of differences in self-efficacy in relation to the levels of satisfaction for visual images, only the self-confidence factor in the self-efficacy is different between the groups.

Key words: personal Image(퍼스널 이미지), self-efficacy(자기효능감)

I. 서론

다양성과 전문성이 공존하는 현대사회에서 개인의 특성을 나타내는 이미지는 사회경쟁력의 외재적 단서를 제공하는 요인으로 중요시되고 있다. 개인은 경쟁력 있는 퍼스널 이미지를 통해 자신의 부가 가치를 창출하고 사회적으로 가치를 인정받음으로써 자기효능감을 갖게 된다. 매력적이고 영향력 있는 퍼스널 이미지의 구축은 기업이 전략적으로 실행하는 브랜드 이미지처럼 관련 연상들이 호의적이고 강력하며 차별화된 우위를 가질 때 형성된다. 만일 개인의 이미지와 관련된 연상들이 다른 사람의 이미지들과 차별화 되지 못한다면 퍼스널 이미지는 비교 우의적 가치를 지닐 수 없을 것이다. 긍정적 이미지 전략은 국가나 기업뿐 아니라 개인에게도 매우 중요한 의미를 가지므로 개인은 자신의 행동을 규정하며 타인의 태도 및 행동에도 영향을 미치게 되는 퍼스널 이미지 형성에 대한 중요성을 인식하고 자기효능감을 높일 수 있는 긍정적이고 효과적인 퍼스널 이미지를 구축할 수 있도록 노력하여야 할 것이다. 이는 성과주의를 지향하는 현대사회에 있어 개인의 이미지를 어떻게 관리하느냐에 따라 자기효능감을 높이고 긍정적 자아상을 창출함으로써 자신의 가치를 높일 수 있는 단서를 제공할 수 있기 때문이다. 따라서 개인의 잠재된 역량과 내재된 핵심가치를 효과적으로 창출하기 위해서는 개인의 내면과 외면의 가치가 하나의 아이콘으로 타자에게 전달되는 퍼스널 이미지에 대한 분석적이고 체계적인 연구를 통해 퍼스널 이미지 개발의 통합적인 프로세스를 구축해야 할 것이다. 지금까지의 퍼스널 이미지에 대한 교육이나 컨설팅은 체계적이고 학문적인 연구의 토대를 갖지 못한 상태에서 실무자들에 의해 자의적으로 이루어지고 있는 실정이다. 외적 이미지가 취업상황에서 미치는 영향에 대한 연구는 몇몇 학자들에 의해 다소 행해지고는 있으나 퍼스널 이미지를 구성하고 있는 요소에 대한 체계적인 연구는 아직 미흡한 상태이다. 이에 이 연구에서는 선행연구자들에 의해 제기되어진 퍼스널 이미지를 구성하는 요소에 대한 각각의 연구를 토대로 퍼스널 이미지 구성요소의 척도를 개발하고 개인의 변화와 성장을 촉진시킬 수

있는 자기효능감 변인과의 관계성을 밝힘으로써 효과적 퍼스널 이미지 프로그램을 개발할 수 있는 전략을 수립하는데 유용한 자료를 제공하고자 한다. 또한 여대생의 퍼스널 이미지 요인이 자기효능감에 미치는 영향을 규명함으로써 경력개발을 위한 자기관리의 변인들을 학문적으로 정립하는데 의의를 두고자 한다.

이 연구의 내용은 이론적 연구와 실증적 연구로 구성하였다. 이론적 연구에서는 퍼스널 이미지의 학문적 의미를 규명하기 위해 관련 선행연구를 통해 퍼스널 이미지의 의미와 개념을 정립하고 구성요소에 대해 고찰하였다. 또한 퍼스널 이미지가 자기효능감에 미치는 영향을 규명하기 위해 자기효능감에 대한 선행 연구자들의 이론을 토대로 퍼스널 이미지와 자기효능감과의 관계를 조명하였다. 실증적 연구에서는 퍼스널 이미지 구성요소의 타당성을 입증함으로써 퍼스널 이미지에 대한 학문적 이론을 제시하고, 자기효능감과의 관계를 규명함으로써 퍼스널 이미지 컨설팅과 퍼스널 이미지 프로그램을 진행하고 있는 각 분야의 연구자들에게 실효성 있는 콘텐츠를 구축할 수 있는 계기를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 퍼스널 이미지의 의미와 구성요소

퍼스널 이미지란 개인의 가치관과 행동, 태도에서 나타나는 특성이 다각적 방법을 통해 연상되고 지각되는 것으로 개인의 신념과 가치관을 외형적으로 투사해 주는 사회적 기호로서의 기능을 갖고 있다. 이와 관련하여 M. Kim(2012)은 리더의 스타일에 투영된 패션이미지는 리더의 가치관과 메시지를 전달하는 소통의 도구로 대중에게 개인적 취향과 친밀감, 동일시를 이끌어 내는 사회적 기호라고 하였으며, E. Lee(2007)는 외적 이미지가 이상적인 사회기준에 대한 개인의 태도를 나타내는 기호라고 하며 외모에 대한 욕구, 가치, 동조에 함축된 사회적 의미를 설명하였다. 이는 타인에게 평가되는 시각적 이미지가 개인의 능력과 사회적 지위 및 역량을 평가

하는 사회적 기호로서의 역할을 한다고 볼 수 있다. 이러한 측면에서 볼 때 개인의 외모형성에 있어 중요한 요인인 퍼스널 이미지는 사회에서 요구하는 행동의 규범을 자신의 가치관으로 내면화하여 능력과 태도 행동규범으로 가시화시킴으로써 개인을 이해하고 평가할 수 있는 도구라 할 수 있다.

이처럼 퍼스널 이미지는 개인에게 내재된 다양한 속성이 타인의 가치관, 패러다임 및 사회적 규범 등에 의해 평가되므로 퍼스널 이미지를 형성하는 요소에 대한 다각적 연구는 매우 중요한 의미를 가지고 있다. 퍼스널 이미지를 구성하는 요소의 중요성에 대해 M. Kim(2008)은 긍정적인 이미지를 구축하기 위해서는 이미지를 구성하는 개별요소들이 서로 상호작용하여 시각적으로 구체화 할 수 있는 과정이 필요하다고 보았다. 퍼스널 이미지를 형성하는 구성요소의 중요성이 확장되면서 학자들은 퍼스널 이미지를 평가하는 척도에 대해 다차원적 접근 방법을 제안하였다. Kaiser(1998)는 첫 인상이 개인의 전체 이미지를 결정함으로 퍼스널 이미지를 평가하기 위해 외적 이미지, 성격적 이미지, 성향적 이미지를 평가할 수 있는 자아모니터링 분석을 통해 자신을 진단하고 이미지 메이킹 할 것을 제안하였다. Kyongho Kim(2004)는 한국의 이미지 메이킹 프로그램의 내용을 소개하면서 이미지의 구성요소를 내적 이미지, 외적 이미지, 사회적(관계적) 이미지로 제시하였으며 내적 이미지를 자신의 특성, 외모에 대한 지각의 자아개념으로 보았다. M. Kim(2008)은 이미지의 구성요소를 분석한 연구자들의 내용을 정치, 경제계 리더를 대상으로 분류하여 내적 이미지와 외적 이미지로 제시하였으며 Keunyoung Kim(2005)은 음성적, 외적, 행위적, 정서적 요소로 분류하였다. U. Lee(2008)은 선행연구자들의 연구를 종합하여 퍼스널 이미지의 형성 요소를 정서적 요소의 내적 이미지와 음성적, 행위적, 시각적 요소의 외적 이미지로 제시하였다. H. Lee(2008)는 이미지를 내적 이미지와 외적 이미지로 분류하여 내적 이미지를 자신의 특성, 능력, 결정 및 외모 등에 대한 개인의 느낌 자아존중감으로 규정하였으며 외적 이미지는 내적 이미지를 언어, 자세, 태도, 표정, 외모 등의 신체이미지로 규정하였다. 선행연구자들이 제

시한 퍼스널 이미지 구성요소를 볼 때 세부적인 구성에 있어서는 분류에 따라 미세한 차이를 보이고는 있으나 크게 개인의 자질론적인 측면을 강조한 내적 이미지와 시각, 청각 등 외형적 측면의 요인들로 형성된 외적 이미지, 사회적 환경과 관계에 의해 형성되는 사회적 이미지의 세 가지 차원으로 분류할 수 있다.

따라서 이 연구에서는 퍼스널 이미지를 구성하는 척도개발을 위해 퍼스널 이미지의 구성요소를 내적 이미지, 외적 이미지, 사회적 이미지로 분류하여 세 가지 요소를 설명할 수 있는 다양한 하위변인을 제시하고자 한다. 내적 이미지를 형성하는 요인으로는 자아존중감과 가치관, 목표에 대한 신념 및 성품 등을 하위변인으로 규정한다. 외적 이미지의 요인으로는 시각적 요소와 청각적 요소, 행위적 요소로 구분하여 외모를 평가하는 척도인 헤어스타일과 메이크업, 얼굴표정과 체형, 옷차림 및 음성과 매너 등을 하위변인으로 규정한다. 사회적 이미지의 요인으로는 개인의 이미지형성에 영향을 미치는 사회적 역량변인 리더십과 관계적 역량, 사회적 지위와 경제적 역량, 전문적 역량 등을 하위변인으로 규정하여 이에 대한 실증적 연구를 진행하고자 한다.

2. 퍼스널 이미지와 자기효능감과의 관계

자기효능감이란 인간의 행동 변화에 영향을 주는 신념적 가치체계의 사회인지이론으로 특정과업을 수행할 수 있는 자신의 능력에 대한 신뢰와 과업을 수행하려는 동기가 결합된 개념으로 행동양식에 긍정적인 영향을 미치게 하는 자신에 대한 믿음이다.

Bandura(1977)는 자기효능감을 성공적인 목표를 수행하기 위해 인지적, 정서적, 행동적 역량을 선별하여 실행하고 조직화하는 자신의 역량에 대한 지각된 신념이라고 하였으며, Gist(1987)는 자기효능감은 자신의 성공에 대한 경험과 타인에 대한 관찰, 격려와 피그말리온 효과와 같은 성공에 대한 상상력 및 심리적 신체적 안정 등에 의해 형성된다고 하였다. 즉 자기효능감은 자기변화 및 성장과 관련된 연구에 있어 다양한 동기관련 요인들과 관련성이 높은 효과성 변인이라 할 수 있다. 따라서 사회적 관계

속에 자신과 타인에게 노출되어 관찰되고 평가되어지는 개인의 퍼스널 이미지 요인은 자기효능감 형성에 영향을 미치는 동기관련 요인으로 개인의 변화 발달에 있어 그 중요성이 부각되고 있다. MacGillivray and Wilson(1997)은 청소년의 외모관리 행동에 대한 연구에서 외적 이미지 관리를 자아 존중감을 높이고 타인에게 긍정적 자각을 형성하게 함으로써 개인의 가치를 높이고 사회적 성공요인으로 작용할 수 있다고 하였다. Song(2005)은 직장여성의 이미지향상을 위한 메이크업의 만족도와 사회·심리적 효과가 자아 존중감과 자기효능감을 높여준다고 제시하였다. S. Lee and Park(2011)은 여대생의 자기효능감과 자아존중감에 따른 외모관리행동에서 사회적 자기효능감과 자아존중감이 외모관리행동에 유의한 영향을 미치며 자신의 능력과 자아에 대한 평가가 높을수록 외모를 향상시키기 위한 노력도정의 관계로 증가한다고 주장하였다. Jeon(2006)은 청소년기에는 외모에 대한 느낌과 수용은 자기효능감에 매우 중요한 변인이며 신체자아에 대한 만족감은 자기효능감의 요소인 자존감 형성에 직접적인 영향을 미친다고 하였다. Hyun(2008)은 직장여성의 외적 이미지가 자기효능감에 미치는 영향에서 패션에 대한 인식이 높을수록 자기효능감의 개인적 효능감과 사회적 효능감이 모두 높게 나타났다고 하였다. 그러나 선행연구의 내용은 퍼스널 이미지를 구성하는 요소 중 외적 이미지에 대한 연구가 대부분이며 내적 이미지의 구성요소인 자아존중감을 외적 이미지의 관련변인으로 규정하여 퍼스널 이미지 구성요소간의 영향관계를 통해 자기효능감과의 관계를 설명하였다. Thompson and Heinberg(1999)는 신체이미지는 다차원적 개념구조로 내적 이미지를 형성하는 자아개념과 자아존중감 형성에 영향을 미치는 요소라 하였으며 Chung(2003)은 신체적 매력성에 대한 자아지각이 높을수록 자아존중감이 높아진다고 하였다. 지금까지 진행된 선행연구의 내용을 살펴볼 때 퍼스널 이미지와 자기효능감과의 관계는 내적 이미지요소인 자아존중감과 외적 이미지와의 상관관계를 통해 자기효능감에 영향을 미침을 알 수 있다. 즉 퍼스널 이미지를 구성하는 내적 이미지, 외적 이미지, 사회적 이미지 각각의 요소가 자기효

능감에 미치는 영향에 대한 연구는 진행되지 않은 상황이다. 따라서 이 연구에서는 퍼스널 이미지를 구성하는 요소 각각에 대한 중요성의 인지와 만족도가 자기효능감에 어떻게 영향을 미치는지를 분석함으로써 효과적인 퍼스널 이미지를 형성하는 구성요소에 대한 세부적이고 체계적인 전략을 수립하고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구문제

이 연구에서는 여대생의 퍼스널 이미지가 자기효능감에 미치는 영향을 규명하기 위해 퍼스널 이미지를 구성하는 요소에 대한 인지와 만족도가 자기효능감에 미치는 영향을 중심으로 진행되었다. 이 연구의 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 퍼스널 이미지 구성요소의 중요성에 대한 인지가 자기효능감 요인에 미치는 영향을 규명한다.

둘째, 퍼스널 이미지 구성요소에 대한 만족도가 자기효능감 요인에 미치는 영향을 규명한다.

셋째, 퍼스널 이미지 구성요소의 만족수준에 따른 자기효능감 요인의 차이를 검증한다.

2. 연구대상

이 연구는 여대생의 퍼스널 이미지와 자기효능감에 대한 연구로 자신의 내적, 외적 이미지를 향상시킴으로서 경쟁력 있는 자아를 형성하고자 하는 여대생을 위해 설계되었다. 따라서 연구대상의 표본을 자기개발 관련 강의를 수강한 여대생으로 설정하여 설문지를 배포하였다. 설문조사 기간은 2013년 5월 1일~14일까지 진행되었으며 총 250부의 설문지 중 응답이 불확실하여 자료 분석에 부적절한 설문지를 제외하한 총 234부를 최종자료로 통계분석에 사용하였다. 연구대상자의 구성은 1학년이 8.1%, 2학년이 42.7%, 3학년이 23.1%, 4학년이 26.1%로 이루어져 있다. 연구대상자의 전공계열은 인문계열 22.6%, 사회계열 20.5%, 자연계열 12%, 경상계열

이 13.7%, 생활과학계열이 12.4%, 예체능계열 18.8%로 모든 전공이 골고루 구성되어 있음을 나타내고 있다. 졸업 후 진로분야에 대한 질문에는 공무원이 11.5%, 전문직이 20.5%, 경영 및 관리자가 17.5%, 예술분야가 29.5%, 금융 및 서비스관련 분야가 9.4%, 기타 11.5%로 응답하였다.

3. 측정도구

퍼스널 이미지 구성요소의 척도를 개발하기 위해 선행연구를 바탕으로 퍼스널 이미지의 하위차원을 내적 이미지, 외적 이미지, 사회적 이미지로 구분하여 퍼스널 이미지 수업을 수강하는 학생과 전문가 집단과의 인터뷰를 통해 타당성이 입증된 15개의 문항을 설문문항으로 채택하여 구성 하였다. 자기효능감 변인은 선행연구를 통해 타당성이 입증된 요인을 설문문항으로 구성 하였다. 전체 설문 문항의 구성과 신뢰도 계수는 Table 1과 같다.

퍼스널 이미지 구성요소에 대한 문항은 내적 이미지 3문항, 외적 이미지 7문항, 사회적 이미지 5문항으로 구성하였으며 이미지의 중요성에 대한 인지정도과 만족정도에 대해 5점 척도로 측정하였다. 내적 이미지의 평가문항은 자아존중감, 비전수립, 가치관과 성품 등의 3문항으로 구성하였고 외적 이미지 문항은 헤어스타일, 메이크업, 표정, 옷차림, 체형, 음성과 어조, 매너 등 총 7문항에 대해 평가하도록 하

였다. 사회적 이미지 문항은 리더십 역량, 인간관계 역량, 사회적 역량(지위, 학력), 경제적 역량, 전문적 역량 등 총 5문항에 대해 평가하게 하였다. 퍼스널 이미지에 대한 중요성 인지 요인의 신뢰도 계수는 .915로 높은 값을 나타내었으며 내적 이미지의 중요성 인지에 대한 3문항은 .810, 외적 이미지의 중요성 인지에 대한 7문항은 .876, 사회적 이미지의 중요성 인지에 대한 5문항은 .826의 안정된 신뢰도 계수값을 나타냄으로써 문항의 타당성을 입증하였다. 퍼스널 이미지에 대한 만족도 요인의 신뢰도 계수는 .863으로 내적 이미지 만족에 대한 3문항 .715, 외적 이미지 만족에 대한 7문항 .742, 사회적 이미지 만족에 대한 5문항 .736으로 안정된 신뢰도 계수값을 나타내었다. 자기효능감 문항은 Bandura(1977)의 자기효능감 이론에 근거하여 Sherer et al. (1982)에 의해 척도로 개발된 문항을 국내 연구자들이 수정 보완한 문항 들 중 A. Kim(1997)이 수정한 일반적 자기효능감 문항을 Jeon(2006)이 연구에 인용하여 타당성을 입증한 24개의 문항 중 12개의 문항을 선별하여 구성하였다. 자기효능감 문항의 구성은 과제 난이도 4문항, 자신감 4문항, 자기조절 효능감 4문항으로 구성하였다. 자기효능감 문항의 신뢰도 계수는 과제난이도 요인이 .759, 자신감 요인이 .723, 자기조절 요인이 .628을 나타내었으며 자기효능감 전체의 값은 .770으로 안정된 값을 나타내었다.

Table 1. Measures & Reliability Coefficients

Components		N of item	Cronbach' α	
Cognitive to importance of personal image	Cognition of Internal Image	3	.810	.915
	Cognition of Visual Image	7	.876	
	Cognition of Social Image	5	.826	
Satisfaction to importance of personal image	Satisfaction level of Internal Image	3	.715	.863
	Satisfaction level of Visual Image	7	.742	
	Satisfaction level of Social Image	5	.736	
Self-efficacy	Task difficulty	4	.759	.770
	Self-confidence	4	.723	
	Self-regulation	4	.628	
Total		42		

4. 분석방법

자료 분석의 도구로는 SPSS 14.0 프로그램을 사용하였다. 기술통계분석을 통해 연구대상자의 인구통계적 특성을 살펴보았으며 자기효능감 변인의 개념적 속성요인을 도출하기 위해 주성분 요인분석을 실시하였다. 변인의 타당성을 입증하기 위해 퍼스널 이미지 구성 요소인 내적 이미지, 외적 이미지, 사회적 이미지 요인과 자기효능감 요인의 신뢰도 분석을 실시하였다. 신뢰성이 입증된 요인을 바탕으로 퍼스널 이미지가 자기효능감에 미치는 영향을 알아보기 위해 퍼스널 이미지의 구성요소를 독립변수로 설정하고 자기효능감의 요인을 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 또한 패션이미지 구성요소의 만족 수준에 따른 자기효능감 요인의 차이를 알아보기 위해 T-검정을 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 자기효능감의 요인분석

자기효능감 문항에 대한 요인구조의 타당성을 알아보기 위해 주성분 요인분석을 통한 Varimax 회전법을 실시하였으며 분석결과는 Table 2와 같다. 요인분석 결과 Eigenvalue값이 1이상인 요인 3개가 추출되어 A. Kim(1997), Jeon(2006)이 제시한 과제난이도 요인, 자신감 요인, 자기조절 요인과 일치하는 요인구조를 나타내었다. 요인 1은 일과 과제에 대한 난이도에 관한 문항으로 구성되어 과제난이도 요인을 지지하였고 요인 2는 과제나 상황에 대한 실패와 두려움에 대한 역문항으로 자신감 요인과 일치된 내용을 보이고 있다. 요인 3은 일에 대한 판단과 상황극복에 대한 문항으로 자기조절 요인의 내용과

Table 2. Factor Analysis of Self-Efficacy

items	Variables	Factor Loadings		
Task difficulty	If you make a mistake, work hard.	.870	.027	.132
	I enjoy challenging work.	.786	-.194	.007
	I prefer to bean easy tasks.(R)	-.740	.135	-.025
	I enjoy hard work, rather than easy tasks.	.594	-.036	-.011
Self-confidence	I think I am superior than those around me.(R)	-.042	.781	-.030
	I only work when I feel I like something will fail.(R)	-.120	.779	-.138
	I will not be able to cope with the dangerous situations. (R)	-.062	.752	-.257
	I get stressed easily.(R)	-.092	.579	.111
Self-regulation	I can always make things right.	-.051	-.171	.738
	I know what I can not accomplish.	-.168	.086	.670
	I can overcome the difficult situation.	.294	-.307	.669
	I am enjoy working within the organizational processes.	.175	.020	.618
Eigenvalue		3.218	1.920	1.559
% of variance		26.819	16.000	12.995
Cumulative %		26.819	42.819	55.814
Cronbach's alpha		.759	.723	.628

(R) : Reverse scored Variables

일치한다. 도출된 3개 요인의 신뢰도 계수는 각각 .759, .723, .628로 내적 일관성을 나타내며 전체 분산의 55.814%를 나타내고 있다. 따라서 이 연구에서 제시한 자기효능감의 하위차원인 과제난이도, 자신감, 자기조절 요인의 타당성이 입증되었다.

2. 퍼스널 이미지의 중요성에 대한 인지가 자기효능감에 미치는 영향

퍼스널 이미지의 중요성에 대한 인지가 자기효능감에 미치는 영향을 분석하기 위해 독립변수로 퍼스널 이미지의 구성요소인 내적 이미지, 외적 이미지, 사회적 이미지를 설정하고 자기효능감의 과제난이도, 자신감, 자기조절 요인을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석 결과는 Table 3과 같다. 자기효능감의 하위요인 중 자기조절 요인의 F값은 $p < .05$ 에서 통계적으로 유의했으나 과제난이도와 자신감 요인은 유의한 값을 나타내지 못하였다. 독립변수인 퍼스널 이미지의 구성요소와 종속변수인 자기효능감 요인의 영향력을 나타내는 회귀계수(표

준화 계수 β)에서도 퍼스널 이미지의 모든 요소가 자기효능감의 하위요인인 과제난이도, 자신감, 자기조절 요인에서 유의한 영향을 나타내지 못하고 있다. 따라서 퍼스널 이미지 구성요소의 중요성에 대한 인지가 자기효능감에 미치는 영향은 유의하지 않음을 알 수 있다.

3. 퍼스널 이미지에 대한 만족도가 자기효능감에 미치는 영향

퍼스널 이미지에 대한 만족도가 자기효능감에 미치는 영향을 분석하기 위해 독립변수로 퍼스널 이미지의 구성요소인 내적 이미지, 외적 이미지, 사회적 이미지를 설정하고 자기효능감의 과제난이도, 자신감, 자기조절 요인을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석 결과 Table 4와 같다.

자기효능감의 과제난이도 요인은 F값이 $p < .05$ 에서 통계적으로 유의했으며 자신감과 자기조절 요인의 F값은 유의수준 $p < .000$ 에서 유의한 것으로 나타났다. 퍼스널 이미지의 구성요소가 자기효능감의 과

Table 3. The Effects of Cognitive Factors for Personal Image on Factors of Self-Efficacy

Dependent variable	Independent variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R Square	F
		B	Std. Error	Beta				
Task difficulty	Constant	2.485	.451		5.510	.000	.006	.483 $p = .694$
	Cognition of Internal Image	.044	.100	.035	.445	.657		
	Cognition of Visual Image	.074	.134	.053	.556	.579		
	Cognition of Social Image	.004	.134	.003	.032	.975		
Self-confidence	Constant	3.404	.424		8.027	.000	.007	.530 $p = .662$
	Cognition of Internal Image	-.006	.094	-.005	-.063	.950		
	Cognition of Visual Image	-.063	.126	-.048	-.499	.618		
	Cognition of Social Image	-.051	.126	-.039	-.404	.687		
Self-regulation	Constant	2.365	.311		7.607	.000	.064	5.227 $p = .002$
	Cognition of Internal Image	.068	.069	.075	.985	.326		
	Cognition of Visual Image	.104	.092	.104	1.124	.262		
	Cognition of Social Image	.115	.093	.116	1.241	.216		

Table 4. The Effects of Satisfaction Factors for Personal Image on Factors of Self-Efficacy

Dependent variable	Independent variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	R Square	F
		B	Std. Error					
Task difficulty	Constant	1.872	.415		4.506	.000	.051	4.096 p=.007
	Satisfaction level of Internal Image	.237	.096	.204	2.468	.014		
	Satisfaction level of Visual Image	.052	.073	.046	.712	.477		
	Satisfaction level of Social Image	.034	.115	.025	.300	.764		
Self-confidence	Constant	4.342	.378		11.485	.000	.111	9.587 p=.000
	Satisfaction level of Internal Image	-.183	.088	-.167	-2.093	.037		
	Satisfaction level of Visual Image	.017	.066	.016	.264	.792		
	Satisfaction level of Social Image	-.264	.104	-.202	-2.529	.012		
Self-regulation	Constant	2.350	.283		8.293	.000	.124	10.889 p=.000
	Satisfaction of Internal Image	.123	.066	.149	1.876	.062		
	Satisfaction of Visual Image	.005	.049	.006	.103	.918		
	Satisfaction of Social Image	.237	.078	.240	3.023	.003		

제난이도 요인에 미치는 영향력은 내적 이미지만이 $p<.05$ 에서 유의한 차이를 나타냈으며 회귀계수(표준화 계수 β)도 .204로 외적 이미지의 .046, 사회적 이미지의 .025 보다 과제난이도에 대한 영향력이 크게 나타났다. 자기효능감의 자신감요인에 미치는 영향력은 내적 이미지와 사회적 이미지가 $p<.05$ 에서 유의한 차이를 나타냈으며 회귀계수가 -.167, -.202로 외적 이미지 .016보다 영향력이 큰 것으로 나타났다. 자신감 문항은 역코딩 문항으로 -값이 자신감에 대한 긍정성을 나타낸다. 퍼스널 이미지의 구성요소가 자기조절 효능감에 미치는 영향력은 사회적 이미지만이 $p<.05$ 에서 유의한 차이를 나타냈으며 회계계수도 사회적 이미지가 .240으로 내적 이미지의 .149, 외적 이미지의 .006보다 높아 영향력이 큰 것으로 나타났다. 퍼스널 이미지의 구성요소가 자기효능감 요인에 미치는 영향에 대해서는 내적 이미지와 사회적 이미지에 대한 만족은 자기효능감 요인에 유의한 영향을 미치나 외적 이미지에 대한 만족은 자기효능감에 유의한 영향을 미치지 못함을 알 수 있다.

4. 퍼스널 이미지 구성요소의 만족 수준에 따른 자기효능감의 차이검정

퍼스널 이미지 구성요소에 대한 만족요인만이 자기효능감에 영향을 미침에 따라 만족 수준별 자기효능감 요인의 차이를 알아보기 위해 차이검정을 실시하였다. 퍼스널 이미지 구성요소에 대한 만족도 수준을 높은 고집단과 낮은 저집단으로 분류하고 집단 간의 차이를 규명하기 위해 T-test 분석을 실시하였다. 모집단의 수준은 각 구성요소의 평균값을 구하여 만족 수준의 차이를 명확히 구분하기 위해 기준값을 4.00으로 하였다. 평균값이 4.00 미만인 집단을 저집단, 평균값이 4.00 이상인 집단을 고집단으로 분류하였으며 구성요소별 집단의 빈도분석은 Table 5와 같다. 내적 이미지 만족은 저집단이 153명, 고집단이 81명으로 나타났으며 외적 이미지 만족은 저집단이 116명, 고집단이 118명으로 유사한 분포를 나타냈다. 사회적 이미지 집단은 저집단이 192명, 고집단이 42명으로 나타났다.

Table 5. Frequency Table on the Satisfaction Level of Internal Image, Visual Image and Social Image

		Frequency	%	Valid %	Cumulative %
Satisfaction level of Internal Image	Low - Level	153	65.4	65.4	65.4
	High - Level	81	34.6	34.6	100
Satisfaction level of Visual Image	Low - Level	116	49.6	49.6	49.6
	High - Level	118	50.4	50.4	50.4
Satisfaction level of Social Image	Low - Level	192	82.1	82.1	82.1
	High - Level	42	17.9	17.9	17.9

Table 6. T-Test of Factors on Self-Efficacy according to the Satisfaction Levels of Internal Image

	The satisfaction level of Internal Image	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
Task difficulty	Low - Level	153	2.8873	.85980	-2.971	.003
	High - Level	81	3.2346	.83324		
Self-confidence	Low - Level	153	2.9869	.79513	2.307	.022
	High - Level	81	2.7315	.82611		
Self-regulation	Low - Level	153	3.4722	.58529	-3.798	.000
	High - Level	81	3.7840	.61967		
Self-efficacy	Low - Level	153	3.1155	.40759	-2.519	.012
	High - Level	81	3.2500	.34958		

1) 내적 이미지의 만족 수준에 따른 자기효능감 요인의 차이검정

내적 이미지의 만족 수준에 따른 자기효능감의 차이검정 결과는 Table 6과 같다. 두 집단은 자기효능감의 모든 요인에서 유의한 차이를 나타냈다. 요인 별로는 자기조절 요인이 $p<.000$ 에서 유의한 차이를 나타냈으며 과제 난이도와 자신감 요인은 $p<.05$ 에서 유의한 차이가 나타났다. 전체적인 자기효능감에 대해서는 $p<.05$ 에서 유의한 차이를 나타냈다. 자기조절 요인의 경우 고집단과 저집단의 평균값이 각각 3.78, 3.47로 비교적 높은 값을 나타냄으로써 내적 이미지 만족도가 높은 사람이 자기조절 효능감이 높음을 알 수 있다.

2) 외적 이미지의 만족 수준에 따른 자기효능감 요인의 차이검정

외적 이미지의 만족 수준에 따른 자기효능감의 차이검정 결과는 Table 7과 같다. 두 집단은 자기효능감의 하위요인 중 자신감 요인에서만 $p<.05$ 에서 유의한 차이가 나타났으며 과제 난이도와 자기조절 요인에서는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 전체적인 자기효능감에 대해서는 $p<.05$ 에서 유의한 차이를 나타내고 있다. 자신감 요인의 경우 고집단의 평균은 3.01인데 비해 저집단의 평균값은 2.78로 낮은 값을 나타내고 있다. 자기조절 효능감의 경우 집단 간의 차이는 나지 않았으나 두 집단의 평균값이 각각 3.56과 3.60으로 자기조절 효능감이 높음을 나타내고 있다.

Table 7. T-Test of Factors on Self-Efficacy according to the Satisfaction Leves of Visual Image

	The satisfaction level of Visual image	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
Task difficulty	Low - Level	116	2.9397	.76088	-1.190	.235
	High - Level	118	3.0742	.95481		
Self-confidence	Low - Level	116	2.7845	.82284	-2.142	.033
	High - Level	118	3.0106	.79151		
Self-regulation	Low - Level	116	3.5647	.59811	-.381	.703
	High - Level	118	3.5953	.63205		
Self-efficacy	Low - Level	116	3.0963	.36508	-2.568	.011
	High - Level	118	3.2267	.41012		

Table 8. T-Test of Factors on Self-Efficacy according to the Satisfaction Levels of Social Image

	The satisfaction level of Visual image	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig. (2-tailed)
Task difficulty	Low - Level	192	2.9310	.75768	-2.939	.004
	High - Level	42	3.3571	1.19341		
Self-confidence	Low - Level	192	2.9648	.79946	2.703	.007
	High - Level	42	2.5952	.81703		
Self-regulation	Low - Level	192	3.5169	.58396	-3.442	.001
	High - Level	42	3.8690	.67227		
Self-efficacy	Low - Level	192	3.1376	.37548	-2.048	.042
	High - Level	42	3.2738	.45356		

3) 사회적 이미지의 만족 수준에 따른 자기효능감 요인의 차이검정

사회적 이미지의 만족 수준에 따른 자기효능감의 차이검정 결과는 Table 8과 같다. 두 집단은 자기효능감의 모든 요인이 $p < .01$ 에서 유의한 차이를 나타내고 있다. 전체적인 자기효능감에 대해서는 $p < .05$ 에서 유의한 차이를 나타냈다. 요인별로는 자기조절 요인의 평균값이 각각 3.52, 3.87로 비교적 높은 값을 나타내고 있으며 자신감 요인은 두 집단 모두 2.96, 2.60으로 자신감이 낮은 것으로 나타났다.

V. 결 론

퍼스널 이미지와 자기효능감에 대한 이론적 연구를 바탕으로 진행된 퍼스널 이미지와 자기효능과의 관계에 대한 실증적 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 퍼스널 이미지의 구성요소인 내적 이미지, 외적 이미지, 사회적 이미지의 중요성에 대한 인지가 자기효능감에 미치는 영향은 자기효능감의 하위요인인 자기조절 효능감 요인에서만 $p < .05$ 에서 유의한 영향을 나타내었으며 과제난이도와 자신감 요인에서는 유의한 영향을 나타내지 않았다. 이는 퍼스널 이미지에 대한 인지만으로는 자기효능감을 높이는 데 한계가 있으며 개인의 내면적 가치를 높일 수 있는

자기효능감의 역량개발을 위해서는 실행을 통한 퍼스널 이미지의 행동적 변화가 중요함을 시사하고 있다. 이러한 논의는 선행연구가 자기효능감과 관계로 인지적 차원보다는 이미지에 대한 태도와 행동에 초점을 두고 진행되었음을 지지해 주는 결과로 Shin(2006)과 Park and Yoo(2012) 등이 외모의 중요성에 대한 인식이 외모에 대한 태도의 매개효과를 통해 외모관리 행동에 영향을 미친다는 변인의 다차원적 인과관계의 주장을 뒷받침해 준다고 볼 수 있다. 따라서 퍼스널 이미지의 중요성에 대한 인지는 단일차원의 영향력 보다는 이미지에 대한 태도와 행동 등 관련 변인간의 다차원적 인과관계를 통해 자기효능감에 영향을 미치는 다차원적 연구가 진행되어야 할 것이다.

둘째, 퍼스널 이미지의 구성요소에 대한 만족도가 자기효능감에 미치는 영향에 대해서는 자기효능감의 모든 하위요인에서 유의한 영향을 나타내었다. 그러나 자기효능감의 하위요인별 퍼스널 이미지 구성요소의 영향력에 있어서는 차이가 나타났다. 과제난이도 요인에 있어서는 내적 이미지에 대한 만족이 가장 큰 유의한 영향력을 나타냈으며, 자신감 요인에서는 내적 이미지와 사회적 이미지가, 자기조절 효능감 요인에 있어서는 사회적 이미지의 영향력이 가장 크게 나타났다. 이는 신체이미지를 다차원적 개념구조로 인식하고 내적 이미지를 형성하는 자아개념과 자아존중감 형성에 영향을 미치는 요소로 퍼스널 이미지를 형성하는데 있어 외적 이미지와 내적 이미지간의 상호 관계성을 주장한 Thompson and Heinberg(1999)의 연구를 지지하는 결과이다. 또한 외적 이미지 관리가 내적 이미지를 구축하는 자아존중감을 높이고 사회적 성공요인으로 작용할 수 있는 사회적 이미지 요인에 영향을 미친다는 Mac Gillivray and Wilson(1997)의 연구와 직장인의 이미지향상을 위한 메이크업의 만족도와 사회·심리적 효과가 자아 존중감과 자기효능감을 높여준다고 제시한 Song(2005) 등 퍼스널 이미지를 구성하는 하위차원간의 영향력에 대한 선행 연구를 지지하고 있다. 따라서 자기효능감을 높이기 위해서는 단일 차원의 외적 이미지에 대한 관심과 만족 보다는 내적 이미지인 자아존중감과 비전수립 등에 대한 만족감

과 리더십, 학력, 경제적, 전문적 역량을 높일 수 있는 사회적 이미지에 대한 만족감을 통해 외적 이미지를 구축할 수 있는 다차원적 이미지 전략을 수립해야 할 것이다.

셋째, 퍼스널 이미지의 만족 수준에 따른 자기효능감의 차이검증 결과 내적 이미지와 사회적 이미지에 대한 만족 수준은 자기효능감의 하위요인인 과제난이도, 자신감, 자기조절 효능감의 모든 요인에서 집단 간의 차이를 나타내고 있으나 외적 이미지에 대한 만족 수준은 자기효능감의 자신감 요인에서만 집단 간의 차이를 나타내고 있다. 이는 외적 이미지에 대한 만족도가 높은 집단은 자신감이 높지만 과제난이도에 대한 효능감이나 자기조절 효능감 같은 요인에 있어서는 큰 차이가 나타나지 않음으로 자신감 뿐 아니라 과제난이도나 자기조절 역량을 높이기 위해서는 내적, 사회적 이미지에 대한 성취도를 높이는 것이 중요함을 알 수 있다.

이 연구의 연구결과는 퍼스널 이미지의 구성요인과 자기효능감과의 관계 규명을 통해 향후 긍정적인 자아상과 개인의 능력을 향상시킬 수 있는 자기개발의 중요한 요인으로서 퍼스널 이미지를 구성하는 내적, 외적, 사회적 이미지가 갖는 의미의 중요성이 도출되었다. 이러한 결론은 기존의 이미지에 대한 관련연구가 이미지를 단순한 외적 이미지로 대입하여 외모나 신체적 이미지에 대한 연구가 중점적으로 이루어지고 있는 상황에서 퍼스널 이미지를 형성하는 구성요인에 대한 총체적 접근과 각각의 요소에 대한 분석적 연구로 퍼스널 이미지를 구성하는 요소에 대한 신뢰성 있고 타당한 척도의 개발과 내적, 외적, 사회적 이미지의 변인간의 영향력을 높일 수 있는 효과적인 전략 수립의 중요성을 시사해 주고 있다. 또한 경력개발 프로그램 콘텐츠 개발에 있어 퍼스널 이미지 컨설팅의 효과성과 유효성을 제공하기 위해서는 각 구성요소에 대한 연계적 개발에 대한 교육과 연구가 병행될 때 더 큰 시너지를 창출할 수 있음을 시사하고 있다. 따라서 향후 연구에 있어서는 퍼스널 이미지의 구성요소가 자기효능감에 미치는 영향에 대한 연구 결과를 바탕으로 퍼스널 이미지와 자기개발의 다양한 변인과의 관계를 연구하여 퍼스널 이미지를 구성하는 요소가 자기개발에 미

치는 영향력의 범주를 학문적으로 확대해 나가야 할 것이다.

References

- Bandura, A. (1977). Self efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Chung, M. (2003). The influence of self-perceived physical attractiveness on self-esteem and appearance management behavior of adult women. *Journal of the Korean society of costume*, 53(3), 165-179.
- Gist, M. E. (1987). Self efficacy: Implications for organizational behavior and human resources management. *Academy of Management Review*, 12, 47-48.
- Hyun, W. (2008). *The effect of career women's external image on self-efficacy: Focus on make-up, hair and fashion* (Unpublished doctoral dissertation). Korea International Culture University, Seoul, Korea.
- Jeon, J. (2006). *A study of relation with appearance satisfaction, social support, and self efficacy perceived of the high school students* (Unpublished master's thesis). Segang University, Seoul, Korea.
- Kaiser, S. B. (1998). *The social psychology of clothing: Symbolic appearances in context*. New York: Fairchild.
- Kim, A. (1997). A study on the accademic failure-tolerance and its correlates. *Journal of Educational Psychology*, 11(2), 1-19.
- Kim, K. [Keunyoung]. (2005). *A study on the effects of lecturer's image on receiver's attitude and educational result* (Unpublished master's thesis). Yonsei University, Seoul, Korea.
- Kim, K. [Kyongho]. (2004). *A study on establishment of the concept of image-making and the effectiveness analysis of the image-making program* (Unpublished doctoral dissertation). Myongji University, Seoul, Korea.
- Kim, M. (2008). The study on identify components of ceo image influence in brand's value. *Journal of Fashion Business*, 12(1), 129-146.
- Kim, M. (2012). The infulince of popular culture in the fashion politics phenomenon of leader. *Journal of Fashion Business*, 16(5), 88-106.
- Lee, E. (2007). A study related to adolescent girl students' appearance-related attitude and clothing attitude. *Korean journal of human ecology*, 16(2), 421-432.
- Lee, H. (2008). *Impact of image evaluation and image formation on career self-efficacy in college student* (Unpublished doctoral dissertation). Inha University, Seoul, Korea.
- Lee, S., & Park, K. (2011). Appearance management behaviors of female university students by self efficacy and self esteem. *The Research Journal of the Costume Culture*, 19(5), 1075-1087.
- Lee, U. (2008). *An applicative research on the cyber self fashion coordination system for the image-making in interviews: Focused on female interviewee for general office job* (Unpublished doctoral dissertation). Ewha Women's University, Seoul, Korea.
- MacGillivray, M. S., & Wilson, J. D. (1997). Clothing and appearance among early middle and late adolescents. *Clothing and Textile research Journal*, 15(1), 43-49.
- Park, K., & Yoo, H. (2012). An analysis of the casual relationships between cognition, attitude, and behavior toward appearance management. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 50(1), 51-63.
- Sherer, M., Maddux, J., Mercandante, B.,

- Prentice-Dunn, S., Jacobs, B., & Rogers, R. (1982). The Self-efficacy Scale: Construction and validation. *Psychological Reports*, 51(2), 663-671.
- Shin, Y. (2006). *A study on influencing variables of man's appearance management behavior* (Unpublished master's thesis). Yonsei University, Seoul, Korea.
- Song, E. (2005). *An analysis on the effects of facial image-making program to self esteem, positive thinking and facial image efficacy* (Unpublished doctoral dissertation). Myongji University, Seoul, Korea.
- Thompson, J. K., & Heinberg, L. J. (1999). The media's influence on body image disturbance and eating disorders. *Journal of Social Issues*, 55(2), 339-353.

Received(October 7, 2013)

Revised(November 17, 2013)

Accepted(November 22, 2013)