



# 패션모델의 매력자본과 긍정심리자본, 주관적 행복감과의 관계 - 긍정심리자본의 병렬다중매개효과 검증

## The Relationship between Erotic Capital, Positive Psychological Capital, and Subjective Well-being in Fashion Model - The Verification of Multiple Parallel Mediation Effect of Positive Psychological Capital

박민희\*, 한림연예예술고등학교, 이한성\*\*, 싸이크라테스

Park, Min-Hee, Hanlim Arts School, Lee, Han-Sung, Psycrates.

### Abstract

This study aims to find out the relationship between erotic capital, positive psychological capital, and subjective happiness of fashion models in Korea. The method of the study was surveyed on 243 male and female fashion models currently active in Korea. The results derived through these research methods and data analysis are as follows. First, it was found that there was a significant correlation between erotic capital, positive psychological capital, and subjective happiness of the fashion model. Second, it was found that the erotic capital of the fashion model had a positive effect on subjective happiness. Third, it was found that the positive psychological capital of the fashion model had a positive effect on subjective happiness. Fourth, it was found that positive psychological capital had a positive effect on subjective happiness as a mediator. Therefore, this study concluded that as a fashion model who is repeatedly compared and evaluated with others, it is necessary to strengthen and recover positive psychological capital that can be quickly overcome in a negative situation, and to have a resilient lifestyle.

Keywords: Erotic Capital, Positive Psychological Capital, Subjective Well-being, Fashion Model, Verification of multiple parallel mediation effect

\* 본 연구는 박민희의 석사학위논문을 수정 보완하여 작성하였습니다.

\*\* hans3090@naver.com

## I. 서론

### 1. 연구의 필요성 및 목적

매력은 삶에 중요한 영향을 미치는 요소 중 하나이다. Dion, Berscheid & Walster(1972)는 매력은 외적인 모습과 의사소통 능력, 지성, 친화력 등 내적인 소양으로 이루어졌으며, 인간은 매력적인 사람에게 상대적으로 호의적이고 '아름다운 것이 좋은 것'이라는 인식을 고착화시켰다고 하였다. 또한 Mathes & Kahn(1975)과 Feingold(1992) 역시 스스로 매력적이라고 생각하는 사람들은 다양한 긍정적 심리적 기전에 영향을 미쳐 인간의 행동에 많은 영향을 미친다고 하였다. 나아가 매력은 하나의 자본적 형태로 전이(轉移) 되기에 이르렀다(Mutz & Meier, 2014).

이처럼 개인에게 매우 중요한 영향을 미치게 되는 매력자본은 그 시대를 대표하는 미의 기준, 무생물인 의상에 생명력을 불어넣어 주는 대사 없는 배우(김동수, 2002), 신체미의 기준을 제시하는 대표적인 신체적 매력 집단(성광숙, 2004)으로 비유되는 패션모델 집단에게 매우 중요한 요소임을 예상해 볼 수 있다. 영국의 사회학자 Hakim(2010)은 '경제자본(economy capital)', '사회자본(social capital)', '인적자본(personal capital)'과 함께 '매력자본(erotic capital)'이란 표현을 최초로 사용하며 그 개념을 제시하였으며 매력자본이란 아름다운 외모, 건강하고 섹시한 몸, 멋진 패션 스타일, 이성을 대하는 태도, 화려한 사교술 등으로 구성된 개인의 자산화된 개념이라고 하였다.

매력자본의 하위 요인 중 신체적 매력(physical attractiveness)은 한 사회에서 이상화된 기준에 따라 다른 사람들에게 매력적인 것으로 인지되는 외모, 몸매, 목소리, 키 등 유전적으로 타고난 개인의 신체적인 특성을 의미한다(Hakim, 2010). 사회적 매력(social attractiveness)은 외모(beauty), 활력(liveness), 사회적 표현력(social presentation), 사회적 기술(social skills)의 특징을 가진다(Hakim, 2010). 즉 시간과 노력을 통해 후천적으로 발전시킬 수 있는 것으로, 신체적 매력을 증진시키기 위한 외모 관리행

동(화장, 헤어관리, 체형관리, 의상선택 등)과 커뮤니케이션 능력이 해당된다(전지선, 2014).

하지만 선행연구에서는 패션모델의 주관적, 객관적 자기이미지(김은선, 2008), 신체이미지(김인, 2009; 박순희, 2011), 신체상(김종걸, 2019; 이지원, 2013; 유영준, 박순희, 최보영, 2009), 신체만족도(이재환, 2012; 이지원, 2013) 등 주로 신체적 매력에 관한 연구이거나 협의적인 매력자본과 관련지어 연구가 이루어졌다(최영아, 2015). 이에 사회적 매력이 투입된 좀 더 확장된 매력자본 분석이 필요하다.

과거 패션모델은 쇼 현장에서 주로 활동하는 단층적인 활동 영역으로 신체적 매력에 초점이 맞춰져 있었다. 하지만 최근 패션모델 활동 영역은 배우, MC, 가수, 예능인, 인플루언서, 리포터 등으로 확대되고 패션, 상품, 기업의 이미지 등을 창출하는 역할 수행으로 인해(김동수, 2015) 패션모델도 일반 연예인처럼 대중과 소통하는 환경에 노출되기에 이르렀다. 이것은 패션모델에게 신체적 매력뿐만 아니라 메이크업, 헤어관리, 친화력, 표정, 태도 등 다양한 사회적 매력도 개인의 가치 향상을 위해 매우 중요한 요소임을 알 수 있다. 이에 광의의 의미로서 패션모델 매력에 관한 연구의 필요성을 제기한다.

Mears & Finlay(2005)는 패션모델은 직업이 불규칙적이고 경쟁이 치열한 도전적인 직업이라고 하였다. 이에 개인을 안정적이고 긍정적인 심리상태로 유지, 회복, 복원하여 패션모델이 직무수행을 하는 데 있어 중요한 역할을 하는 것으로 알려진 긍정심리자본에 대한 심도 있는 연구가 필요하다. 긍정심리자본이란 개개인이 발전을 추구하는 개인의 긍정적 심리개발 상태라는 포괄적인 의미를 가지고 있다(Luthans, Youseff & Avolio, 2012). 좀 더 구체적으로 Luthans, Youseff & Avolio(2007)들은 업무를 위해 필요한 자신감인 '자기효능감(self-efficacy)'의 목표 성취와 성공적인 계획 수행을 위한 믿음인 '희망(hope)', 현재 및 미래의 성공에 긍정적, 낙관적인 요인인 '낙관주의(optimism)', 문제의 실패, 역경에 부딪혔을 때 원래 상태로 돌아오는 '복원력(resilience)'으로 구성된다고 정의하고 있다. 더불어 다양한 내용으로 정의되고 있

는 다차원 개념의 긍정심리자본의 병렬다중매개효과검 증은 단일매개효과모형에서는 확인할 수 없는 매개변 인 간의 효과 차이 검증이 가능하여 개인의 정서적 안 정성에 미치는 영향력의 상대적 크기를 확인할 수 있 다. 따라서 이 연구는 매개변인으로써의 긍정심리자본 의 폭넓은 연구로서의 가치가 있을 것으로 판단된다.

주관적 행복감이란 개인이 자신의 삶에 대한 주관적 이고 긍정적인 심리적 느낌이다. 긍정적 정서 상태로 서의 주관적 행복감은 개인의 정신건강 및 정서건강에 다양한 형태로 영향을 미친다(정은선, 조한익, 2009). 주관적 행복감에 영향을 끼치는 다양한 변인들에 관한 연구는 패션모델의 직무특성을 이해하는 데에 실제적 자료로서 의미가 있을 것으로 판단된다. 나아가 김진 주(2006)는 신체적, 사회적으로 매력적일수록 다양한 삶의 혜택을 누리게 되고, 그에 따라 자아존중감도 높 아져 긍정적이고 행복한 삶을 살 가능성이 높아졌음을 의미한다고 하였다. 이에 이 연구를 통해 좀 더 주관 적 행복감에 관한 다양한 심리적 기전을 확보할 수 있 을 것이다.

이 연구를 통해 경쟁이 치열한 직업적 특성을 가진 패션모델의 매력자본과 긍정심리자본 및 주관적 행복 감의 관계를 규명하고 긍정심리자본의 다차원 효과분 석을 통해 패션모델 개인이 가진 매력, 긍정심리자본 및 주관적 행복감을 재고(再考)하여 패션모델로서의 직무수행능력 향상 및 행복한 삶의 방향성 제시에 실 제적인 근거를 제시하고자 한다. 따라서 이 연구는 패션모델이 가진 매력자본과 긍정심리자본 및 주관적 행복감이 어떤 관련성이 있는지 살펴보는데 그 목적 이 있다.

## 2. 연구 문제

이 연구의 목적을 달성하기 위해 연구문제 ‘패션모 델의 매력자본과 긍정심리자본, 주관적 행복감은 어떠 한 관계가 있는가’를 제시한다. 더불어 긍정심리 자본의 병렬다중매개효과를 파악하고자 한다.

## II. 연구 방법

### 1. 연구 절차 및 대상

이 연구의 대상은 전국 국내 남성, 여성 패션모델 243명을 모집단으로 선정하였다. 2022년 10월에 연구자가 현장에 직접 방문하여 연구목적과 설문지 배포 및 회수에 대해서 사전에 교육을 실시한 후, 완성된 설문지를 회수하였다. 설문지의 표본추출은 편의표본 추출법(convenience sampling method)을 활용하여 표본을 추출하였으며, 설문의 결과 작성은 연구 대상 자가 직접 읽고 기입하는 자기평가기입법을 통해 설문 지를 수집하여 분석에 사용한 설문지는 총 243부이 다. 연구대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다.

표 1. 연구대상자의 일반적 특성 (N=243)

변수	구분	빈도(명)	퍼센트(%)
성별	남성	83	34.2
	여성	160	65.8
나이	10대	63	25.9
	20대	156	64.2
	30대	24	9.9
경력	1년 미만	91	37.4
	3년 미만	72	29.6
	5년 미만	38	15.6
	10년 미만	17	7.0
	10년 이상	25	10.3
	30회 미만	158	65.0
활동 횟수	50회 미만	36	14.8
	100회 미만	20	8.2
	100회 이상	29	11.9

### 2. 측정도구

이 연구에서 국내 패션모델의 매력자본과 긍정심리 자본 및 주관적 행복감의 관계를 규명하기 위해 측정 도구로 설문지를 사용하였다.

신체적 매력을 측정하는 설문지는 신명순(2008),

Hakim(2010), Sundaram & Webster(2000)의 설문지를 바탕으로 재구성한 전지선(2014)의 설문지를 이 연구의 목적에 부합하도록 재구성하여 사용하였다. 사회적 매력을 측정하는 설문지는 김상희(2007), Sundaram & Webster (2000)의 설문지를 바탕으로 재구성한 전지선(2014)의 설문지를 이 연구의 목적에 부합하도록 재구성하여 사용하였다. 긍정심리를 측정하는 설문지는 기존 임태홍(2013), Luthans et al. (2012)와 연구의 긍정심리자본의 척도를 중심으로 이 연구의 목적에 부합되도록 재구성하여 작성하였다. 모든 문항은 1점 '전혀 그렇지 않다' 2점 '그렇지 않다' 3점 '보통이다' 4점 '그렇다' 5점 '매우 그렇다' Likert 5점 척도로 구성하였다. 설문지의 구성 내용은 신체적 매력 20문항, 사회적 매력 24문항, 긍정심리자본 23문항, 주관적 행복감 7문항, 일반적 특성 4문항으로 총 78문항으로 구성하였다.

### 3. 측정도구와 타당도와 신뢰도

측정 자료가 실증분석에 적합한지 검증하는 핵심 기준은 타당도와 신뢰도이다. 이 연구에서 불필요한 항목을 제거하고, 항목 간 특성을 대상으로 타당성을 평가할 수 있는 분석 방법으로 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)과 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 실시하였다. 요인 분석에서는 데이터의 총 분산을 이용해 보편적으로 사용되고 있는 주성분 분석(principle component analysis)을 사용하였다. 그 이후 직접 오블리민(oblimin rotation)으로 회전하여 구인 타당도 분석을 실시하였다. 측정 도구에 관한 신뢰도 측정을 위해 하나의 개념에 대한 여러 항목으로 구성된 척도에 활용되는 크론바흐알파(Cronbach's  $\alpha$ ) 계수를 이용한 신뢰도 분석을 실시하였다. 구체적으로 이 연구의 측정도구 타당도와 신뢰도는 다음과 같다.

#### 1) 신체적 매력에 관한 요인분석 및 신뢰도

누적분산 설명력은 76%, 요인분석 적합성 검정지수인 Kaiser-Meyer-Olkin 표본적합성 측정값은 .885로 나타남에 따라 요인분석을 위한 변수 선정이 적절하였음을 나타내고 있다. 요인분석 적합성을 확인할 수 있는 구형성 검증 값(Bartlett)은 3600.871( $p<.001$ )로 나타남에 따라 요인분석에 적합한 것으로 나타났다. 요인부하량은 얼굴은 .687~.781이고 피부는 .810~.979이며 몸매는 .814~.865이고 키는 .509~.862이고 목소리는 -.943~-0.879로 나타났다. 신뢰도 검증에서는 얼굴은 .864이상, 피부는 .914이상, 몸매는 .899이상, 키는 .768이상, 목소리는 .937이상으로 나타났다. 확인적 요인분석을 통해서는  $Q=1.694$ ,  $RMR=.041$ ,  $GFI=.900$ ,  $CFI=.968$ ,  $RMSEA=.054$ 로 나타나 구조적 안정성을 확인할 수 있었다.

#### 2) 사회적 매력에 관한 요인분석 및 신뢰도

누적분산 설명력은 75%, 요인분석 적합성 검정 지수 Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적합성 측정값은 .912로 나타남에 따라 요인분석 변수 선정이 적절하였음을 나타내고 있다. 요인분석 적합성을 확인하기 위한 구형성 검증 값(Bartlett)은 4259.079( $p<.001$ )로 나타남에 따라 요인분석을 적합한 것으로 나타났다. 요인부하량은 태도는 .681~.831이고 친화력은 -.881~-0.701이며 화장은 .563~.923이고 헤어는 .696~.841이며 표정은 -.794~-0.596이고 의사소통은 .418~.716으로 나타났다. 신뢰도 검증에서는 태도는 .878이상, 친화력은 .909이상, 화장은 .863이상, 헤어는 .854이상, 표정은 .895이상, 의사소통은 .843이상으로 나타났다. 확인적 요인분석을 통해서는  $Q=2.470$ ,  $RMR=.050$ ,  $GFI=.824$ ,  $CFI=.916$ ,  $RMSEA=.078$ 로 나타나 구조적 안정성을 확인할 수 있었다.

#### 3) 긍정심리자본에 관한 요인분석 및 신뢰도

누적분산 설명력은 72%, 요인분석 적합성 검정 지수 Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적합성 측정값은 .944로 나타남에 따라 요인분석 변수 선정이 적절하

였음을 나타내고 있다. 요인분석 적합성 확인을 위한 구형성 검증 값(Bartlett)은 4475.377( $p<.001$ )로 나타나 요인분석에 적합한 것으로 나타났다. 요인 부하량은 복원력은 .592~.940이고 자기효능감은 -.928~-1.748이며 희망은 .412~.911이고 낙관주의는 -.913~-1.417으로 나타났다. 신뢰도 검증에서는 복원력은 .898이상, 자기 효능감은 .940이상, 희망은 .892이상, 낙관주의는 .898이상으로 나타났다. 확인적 요인분석을 통해서는  $Q=2.863$ ,  $RMR=.050$ ,  $GFI=.797$ ,  $CFI=.905$ ,  $RMSEA=.088$ 로 나타나 구조적 안정성을 확인할 수 있었다.

#### 4) 주관적 행복감에 관한 요인분석 및 신뢰도

요인분석 적합성 측정 지수 Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적합성 측정값은 .924로 나타나 요인분석 변수 선정이 적절하였음을 나타내고 있다. 요인분석 적합성 확인을 위한 Bartlett의 구형성 검증 값은 1445.330( $p<.001$ )로 나타나 요인분석에 적합한 것으로 나타났다. 요인부하량은 주관적 행복감은 .714~.888으로 나타났다. 신뢰도 검증에서는 주관적 행복감이 0.932이상으로 나타났다. 확인적 요인분석을 통해서는  $Q=2.892$ ,  $RMR=.028$ ,  $GFI=.956$ ,  $CFI=.978$ ,  $RMSEA=.088$ 로 나타나 구조적 안정성을 확인할 수 있었다.

#### 4. 자료처리

이 연구를 위해 응답이 불성실하거나 신뢰성이 떨어진다고 판단되는 자료는 분석대상에서 제외하였으며, 통계프로그램 SPSS(21.0)을 활용하여 분석하였다. 구체적인 자료처리는 다음의 방법을 활용하였다. 첫째, 연구 대상의 개인적 특성에 대한 판단을 위해서 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였다. 둘째, 설문지 항목들에 대한 타당도와 신뢰도를 살펴보기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)과 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis) 및 내적일관성 검사를 활용해 얻은 크론바흐알파(Cronbach's  $\alpha$ )

계수를 이용하여 신뢰도를 분석하였다. 셋째, 매력자본, 긍정심리자본, 주관적 행복감의 관계 정도를 살펴보기 위해 상관관계 분석(correlation analysis)을 실시하였다. 넷째, 매력자본과 긍정심리자본이 주관적 행복감에 미치는 영향력을 살펴보기 위해 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실시하였다. 다섯째, 긍정심리자본의 매개효과 검증을 위해서 Hayes(2013)의 PROCESS macro 병렬다중매개모형(multiple parallel mediation) 검증방법을 사용하였다. 이 방법은 여러 개의 매개변인을 동시에 투입하여 하나의 모형을 통해 매개효과를 동시에 추정하여 비교할 수 있다는 장점이 있다. 간접효과에 대한 통계적 유의성 검증과 간접효과 사이의 차이 검증을 위해서 부트스트래핑(bootstrapping) 기법을 적용하였다.

### III. 연구결과

#### 1. 매력자본과 긍정심리자본, 주관적 행복감의 상관관계

변인 간의 관련성 정도 및 가설 설정에 따른 방향성, 다중공선성을 확인하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 그 결과 모든 변인 간 관계에서 정(+)적인 방향을 확인할 수 있었으며, 관련성 정도는 .505~.719로 나타나 다중공선성에 문제가 없는 것을 확인하였다. 그 구체적 내용은 <표 2>와 같다.

표 2. 변인 간 상관관계

변인	1	2	3-1	3-2	3-3	3-4
1. 신체적 매력	1					
2. 사회적 매력	.642**	1				
3-1. 효능	.576**	.613**	1			
3-2. 희망	.567**	.648**	.674**	1		
3-3. 낙관	.536**	.617**	.648**	.719**	1	
3-4. 복원	.534**	.538**	.577**	.636**	.703**	1
4. 행복	.505**	.626**	.537**	.627**	.677**	.600**

\*\* $p<.01$



## 2. 매력자본과 주관적 행복감의 관계

패션모델의 매력자본의 하위요인인 신체적 매력, 사회적 매력과 주관적 행복감과의 관계를 살펴보기 위해 다중회귀분석을 수행하였으며, 그 결과는 다음의 내용과 같다.

### 1) 신체적 매력과 주관적 행복감과의 관계

패션모델의 신체적 매력과 주관적 행복감과의 관계를 분석한 결과는 다음의 <표 3>과 같다. 회귀모형설명력( $R^2$ )은 31.9%로 나타났으며, 회귀모형의  $F$ 값은 22.201( $p < .001$ )으로 나타났다. 변인 간의 관계에서는 신체적 매력의 하위요인 중 얼굴( $\beta = .455^{***}$ ,  $p = .001$ ), 키( $\beta = .129^*$ ,  $p = .045$ ) 요인이 주관적 행복감에 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 패션모델의 신체적 매력의 얼굴, 키 요인이 높을수록 주관적 행복감이 높다는 것을 의미한다. 그중 얼굴요인( $\beta = .455^{***}$ )이 주관적 행복감에 더 강한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 3. 패션모델의 신체적 매력과 주관적 행복감과의 관계

구분	$B$	$SE$	$\beta$	$t$	$p$
얼굴	.462	.073	.455	6.369	.001
몸매	-.005	.062	-.005	-.077	.939
피부	.055	.049	.068	1.137	.257
목소리	.028	.061	.031	.456	.649
키	.145	.072	.129	2.016	.045
$R^2 = .410$ , $F = 83.400$ , $p = .001$					

\* $p < .05$ , \*\*\* $p < .001$

### 2) 사회적 매력자본과 주관적 행복감과의 관계

패션모델의 사회적 매력과 주관적 행복감과의 관계를 분석한 결과는 다음과 같다. <표 4>에 의하면 회귀모형설명력( $R^2$ )은 41.6%로 나타났으며, 회귀모형의  $F$ 값은 27.969( $p < .001$ )으로 나타났다. 변인 간의 관계에서는 사회적 매력의 하위요인 중 표정( $\beta = .199^{**}$ ,  $p = .008$ ), 헤어( $\beta = .177^{**}$ ,  $p = .008$ ), 태도( $\beta = .295^{***}$ ,  $p = .001$ ) 요인이 주관적 행복감에 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 패션모델의 사회적 매력의

표정, 헤어, 태도 요인이 높을수록 주관적 행복감이 높다는 것을 의미한다. 그중 태도 요인( $\beta = .295^{***}$ )이 주관적 행복감에 더 강한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 4. 패션모델의 사회적 매력과 주관적 행복감과의 관계

구분	$B$	$SE$	$\beta$	$t$	$p$
의사소통	-.010	.091	-.008	-.112	.911
화장	.052	.066	.050	.792	.429
친화력	.067	.056	.081	1.198	.232
표정	.178	.067	.199	2.679	.008
헤어	.187	.070	.177	2.683	.008
태도	.363	.097	.295	3.719	.001
$R^2 = .416$ , $F = 27.969$ , $p = .001$					

\*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

## 3. 긍정심리자본과 주관적 행복감과의 관계

패션모델의 긍정심리자본과 주관적 행복감과의 관계를 분석한 결과는 다음과 같다. <표 5>에 의하면 회귀모형설명력( $R^2$ )은 51.6%로 나타났으며, 회귀모형의  $F$ 값은 63.451( $p < .001$ )으로 나타났다. 변인 간의 관계에서는 긍정심리자본의 하위변인 중 희망( $\beta = .221^{**}$ ,  $p = .002$ ), 낙관주의( $\beta = .359^{***}$ ,  $p = .001$ ), 복원력( $\beta = .177^{**}$ ,  $p = .008$ )이 주관적 행복감에 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 패션모델의 긍정심리자본의 희망, 낙관주의, 복원력 요인이 높을수록 주관적 행복감이 높다는 것을 의미한다. 그중 낙관주의( $\beta = .359^{***}$ )가 주관적 행복감에 더 강한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 5. 긍정심리자본과 주관적 행복감과의 관계

구분	$B$	$SE$	$\beta$	$t$	$p$
효능	.056	.068	.053	.822	.412
희망	.257	.084	.221	3.072	.002
낙관	.358	.075	.359	4.782	.001
복원	.171	.064	.177	2.662	.008
$R^2 = .516$ , $F = 63.451$ , $p = .001$					

\*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

#### 4. 긍정심리자본의 매개효과 검증

##### 1) 매력자본과 주관적 행복감의 관계에서 긍정심리자본의 병렬다중매개효과

패션모델의 매력자본이 주관적 행복감에 미치는 영향에서 네 변인의 병렬다중매개 효과를 분석한 결과를 살펴보면 다음과 같다. <표 6>을 살펴보면, 병렬다중매개모형 내의 모든 변인들 사이의 직접효과를 제시하고 있으며, <표 7>은 독립변인이 종속변인에 미치는 총효과와 직접효과를 제시하고 있다. 또한 <그림 1>은 이 연구에서 설정한 병렬다중매개 모형의 직접효과와 총효과를 도식화하여 보여준다. 직접효과를 분석한 결과, 매력자본은 희망( $B=.839$ ,  $p<.001$ ; a2 경로)에, 희망은 행복( $B=.179$ ,  $p<.001$ ; b2 경로)에 유의한 영향을 미쳤으며, 매력자본은 낙관주의( $B=.929$ ,  $p<.001$ ; a3 경로)에 유의한 영향을 미쳤고, 매력자본은 복원력( $B=.889$ ,  $p<.001$ ; a4 경로)에, 복원력은 행복( $B=.138$ ,  $p<.001$ ; b4 경로)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 매력자본은 자기효능감( $B=.910$ ,  $p<.001$ ; a1 경로)에 유의한 영향을 미쳤으나, 자기효능감( $B=-.018$ ,  $p<.05$ ; b1 경로)은 행복에 유의한 영향을 미치지 않았다.

표 6. 매력자본, 긍정심리자본, 주관적 행복감과의 관계에서 직접효과

직접효과	B	SE	t	p
(독립) (종속)				
매력자본 - 행복	.353	.096	.367	.001
(독립) (매개)				
매력자본 - 효능	.910	.068	13.490	.001
매력자본 - 희망	.839	.060	14.334	.001
매력자본 - 낙관	.929	.073	12.791	.001
매력자본 - 복원	.889	.078	11.387	.001
(매개) (종속)				
효능 - 행복	-.018	.070	-.256	.798
희망 - 행복	.179	.084	2.119	.035
낙관 - 행복	.323	.074	4.383	.001
복원 - 행복	.138	.063	2.169	.013

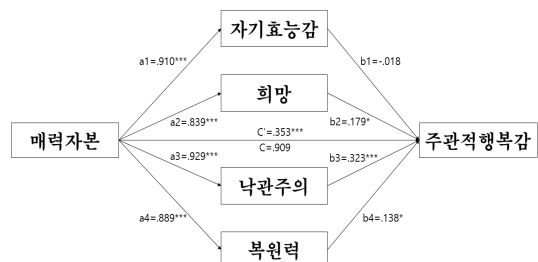
매력자본이 주관적 행복감에 미치는 효과는 총효과, 직접효과, 간접효과(매개효과)로 나누어서 살펴볼 수 있다. <표 7>에서 볼 수 있듯이 4개의 긍정심리자본 매개변인을 모두 통제된 상태에서 매력자본이 주관적 행복감에 미치는 영향이라고 할 수 있는 직접효과는 통계적으로 유의함( $B=.353$ ,  $p<.001$ ; c' 경로)을 알 수 있다.

끝으로, 매력자본이 주관적 행복감에 미치는 총효과 및 직접효과에 더하여, 매력자본이 긍정심리자본에 포함되는 4개의 매개변인을 통하여 주관적 행복감에 간접적으로 미치는 간접효과 전체와 매개변인의 간접효과를 살펴보았다. 이 연구에서 간접효과의 유의성 검증은 부트스트래핑을 통해 이루어졌다. 부트스트래핑으로 재추출된 표본수는 PROCESS macro에서 권장하는 10,000개였으며 95% 신뢰구간(CI) 이내에서 간접효과 하한값(boot LL)과 상한값(boot UL)을 참조하여 신뢰구간 이내에 0이 포함되는지 여부를 살펴보았다.

표 7. 매력자본이 주관적 행복감에 미치는 총효과 및 직접효과

	B	SE	t	p
총효과 (c)	.909	.073	12.382	.001
직접효과 (c')	.353	.096	3.674	.001
모형 요약	$R^2=.390$ , $F=153.318$ , $p<.001$			

\*\*\* $p<.001$



\* $p<.05$ , \*\*\* $p<.001$

그림 1. 패션모델의 매력자본, 긍정심리자본, 주관적 행복감의 관계에서 직접효과와 총효과

표 8. 매력자본이 긍정심리자본을 통해 행복감에 미치는 간접효과(부트스트래핑 95% CI)

간접효과	<i>B</i>	Boot <i>SE</i>	95% CI	
			Boot LL	Boot UL
매력 → 효능 → 행복	-.016	.071	-.157	.119
매력 → 희망 → 행복	.1500	.080	-.003	.312
매력 → 낙관 → 행복	.298	.081	.145	.459
매력 → 복원 → 행복	.122	.063	.003	.251
총 간접효과	.556	.095	.370	.744

〈표 8〉에 제시된 분석결과에서 볼 수 있듯이, 총 간접효과가 통계적으로 유의하였으나( $B=.556$ , 95% CI=.370~.744, CI에 0이 포함되지 않으므로 통계적으로 유의함), 세부적으로는 변인에 따라 차이를 보여, 낙관주의( $B=.298$ , 95% CI=.145~.459)와 복원력( $B=.122$ , 95% CI=.003~.251)의 간접효과는 유의한 반면, 자기효능감( $B=-.016$ , 95% CI=-.157~.119)과 희망( $B=.1500$ , 95% CI=-.003~.312)은 간접효과와 유의하지 않았다. 이러한 결과는 매력자본이 주관적 행복감에 미치는 영향을 긍정심리자본이 집합적으로는 매개(collectively mediate)한다고 할 수 있다. 하지만, 매력자본은 주로 낙관주의, 복원력을 통해 주관적 행복감에 간접적 영향을 미치는 것을 의미한다.

추가적으로, 간접효과 간 차이를 비교하기 위하여 PROCESS macro에서 제공하는 간접효과 차이검증을 실시하였다. 간접효과와 통계적 유의성 검증과 마찬가지로 부트스트래핑 결과를 활용하여 두 간접효과 사이의 차이 비교(Contrast)를 통해 특정 간접효과가 다른 간접효과에 비해서 유의하게 큰 영향이 있다는 것을 알 수 있다. 〈표 9〉에서 볼 수 있듯이 자기효능감과 낙관주의 모두 간접효과가 유의하였지만, 낙관주의의 간접효과가 자기효능감의 간접효과에 비해 통계적으로 유의하게 큰 것을 알 수 있다( $B=-.3159$ , 95% CI=-.5500~-0.0978, CI에 0 미포함). 또한 낙관주의의 간접효과가 복원력의 간접효과에 비해 유의하게 크고( $B=-.1775$ , 95% CI=-.0551~-0.4025, CI에 0 미포함), 자기효능감과 희망 간에는 유의한 차이가 없고( $B=-.1662$ , 95% CI=-.4097~.0607, CI에 0 포함),

표 9. 간접효과 사이의 차이검증 결과(부트스트래핑 95% CI)

Contrast	<i>B</i>	Boot <i>SE</i>	95% CI	
			Boot LL	Boot UL
효능 - 희망	-.1662	.1183	-.4097	.0607
효능 - 낙관	-.3159	.1160	-.5500	-.0978
효능 - 복원	-.1384	.0963	-.3287	.0489
희망 - 낙관	-.1497	.1283	-.4007	.1006
희망 - 복원	.0287	.1110	-.1849	.2452
낙관 - 복원	.1775	.1140	-.0551	-.4025

자기효능감과 복원력 간에도 유의한 차이가 없으며( $B=-.1384$ , 95% CI=-.3287~.0489, CI에 0 포함), 희망과 낙관주의 간에도 유의한 차이가 없고( $B=-.1497$ , 95% CI=-.4007~.1006, CI에 0 포함), 희망과 복원력 간에도 유의한 차이가 없는( $B=.0287$ , 95% CI=-.1849~.2452, CI에 0 포함) 것으로 나타났다. 결과적으로, 병렬다중매개효과 분석 결과 긍정심리자본 중 낙관주의와 복원력의 매개효과만 유의하였으며, 특히 낙관주의의 매개효과가 가장 큰 것으로 나타났다.

## IV. 결론

### 1. 논의 및 결론

이 연구를 통해 패션모델의 매력자본과 긍정심리자본 및 주관적 행복감의 관계를 규명하고 긍정심리자본의 다차원 효과분석을 통해 패션모델 개인이 가진 매력, 긍정심리자본 및 주관적 행복감을 재고(再考)하여 패션모델로서의 직무수행능력 향상 및 행복한 삶의 방향성 제시에 실제적인 근거를 제시하는데 그 목적이 있다.

이 연구의 목적을 달성하기 위하여 대상은 전국 국내 남성, 여성 패션모델 243명을 모집단으로 선정하였다. 설문지의 표본추출은 편의표본 추출법(convenience



sampling method)을 활용하여 표본을 추출하였으며, 설문지의 결과 작성은 연구 대상자가 직접 읽고 기입하는 자기평가기입법을 통해 설문지를 수집하여 분석에 사용한 설문지는 총 243부이다. 회수된 설문지에 대하여 통계프로그램 SPSS(21.0)을 활용하여 분석하였다. 구체적인 자료처리는 다음의 방법을 활용하였다. 첫째, 연구 대상의 개인적 특성에 대한 판단을 위해서 빈도 분석(frequency analysis)을 실시하였다. 둘째, 설문지 항목들에 대한 타당도와 신뢰도를 살펴보기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)과 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis) 및 내적일관성 검사를 활용해 얻은 크론바흐알파(Cronbach's  $\alpha$ ) 계수를 이용하여 신뢰도를 분석하였다. 셋째, 매력자본, 긍정심리자본, 주관적 행복감의 관계 정도를 살펴보기 위해 상관관계 분석(correlation analysis)을 실시하였다. 넷째, 매력자본과 긍정심리자본이 주관적 행복감에 미치는 영향력을 살펴보기 위해 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실시하였다. 다섯째, 긍정심리자본의 매개효과 검증을 위해서 Hayes(2013)의 PROCESS macro 병렬다중매개모형(multiple parallel mediation) 검증방법을 사용하였다. 이 방법은 여러 개의 매개변인을 동시에 투입하여 하나의 모형을 통해 매개효과를 동시에 추정하여 비교할 수 있다는 장점이 있다. 간접효과에 대한 통계적 유의성 검증과 간접효과 사이의 차이 검증을 위해서 부트스트래핑(bootstrapping) 기법을 적용하였다. 결론은 다음과 같다.

첫째, 패션모델의 매력자본(신체적 매력, 사회적 매력)과 주관적 행복감간의 관계를 분석한 결과 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 패션모델의 신체적 매력의 얼굴, 키 요인이 각각 주관적 행복감에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며 이는 패션모델의 신체적 매력의 얼굴, 키 요인이 높을수록 주관적 행복감이 높다는 것을 의미한다. 그중 얼굴요인( $\beta=.455^{***}$ )이 주관적 행복감에 더 강한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사회적 매력에서는 표정, 헤어, 태도 요인이 각각 주관적 행복감에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며 이는 패

션모델의 사회적 매력의 표정, 헤어, 태도 요인이 높을수록 주관적 행복감이 높다는 것을 의미한다. 그중 태도 요인( $\beta=.295^{***}$ )이 주관적 행복감에 더 강한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 패션모델의 내·외적 매력은 직업적 특성상 필수 자본으로, 매력자본이 모델 활동을 함에 있어서 상대적으로 높은 행복감을 이끌어 낸 것으로 이 연구결과를 해석할 수 있다.

둘째, 패션모델의 긍정심리자본과 주관적 행복감과의 관계를 분석한 결과 부분적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 긍정심리자본의 희망, 낙관주의, 복원력 요인이 각각 주관적 행복감에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 패션모델의 긍정심리자본의 희망, 낙관주의, 복원력 요인이 높을수록 주관적 행복감이 높다는 것을 의미한다. 그중 낙관주의( $\beta=.359^{***}$ )가 주관적 행복감에 더 강한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 패션모델은 수많은 오디션 현장에서 반복적인 캐스팅 거절을 경험할 수도 있는데, 이로 인해 자아 정서가 부정적 정서로 이어지기 쉽다(김동수, 2002). 이런 부정적 정서를 개인에게 내재된 긍정심리자본이 상쇄 작용을 하여 주관적인 행복감이 높게 나타난다고 해석할 수 있다.

셋째, 패션모델의 매력자본과 주관적 행복감의 관계에서 긍정심리자본인 자기효능감, 희망, 낙관주의, 복원력의 매개효과를 병렬다중매개 모형을 통해 추정한 결과, 낙관주의와 복원력의 매개효과가 유의한 것으로 나타났다. 각각의 매개변인 간접효과 크기에 있어 유의한 차이가 있는지 알아보기 위해 부트스트래핑을 활용하여 검증한 결과, 낙관주의가 복원력보다 높은 매개효과를 보이는 것으로 나타났다. 즉 긍정심리자본 하위요인 중 낙관주의는 매력자본과 주관적 행복감과 관계에 있어 강한 매개체의 역할을 하고 있다고 해석할 수 있다.

종합적으로 국내 패션모델은 선천적으로 타고난 키, 외모의 신체적 매력과 후천적 노력으로 가꾸어진 헤어, 표정, 태도의 사회적 매력이 높을수록 심리적으로 행복감을 느끼는 것으로 나타났다. 부정적 상황에 직면했을 때 극복하는 긍정적인 심리상태인 긍정심리자본 중 희망, 낙관주의, 복원력 자본이 강할수록 빠른

극복을 통해 삶의 행복감을 느낀다. 그러나 긍정심리 자원을 매력자본과 주관적 행복감과 관계에서 매개체로 보았을 때 낙관주의와 복원력이 주관적 행복감에 강한 영향을 미치기 때문에 낙관주의와 복원력을 강화시킬 필요성이 있다.

이 연구에서 도출된 몇 가지 문제점을 바탕으로 후속 연구자가 검토해야 할 사항에 대해 제언하고자 한다.

첫째, 이 연구에서는 국내 패션모델 243명을 대상으로 하였기에 이 연구의 결과를 패션모델 전체집단으로 일반화시키기에는 어려움이 있다. 따라서 후속 연구에서는 더 다양한 지역의 표본집단을 대상으로 연구가 이루어져야 할 것이다.

둘째, 패션모델의 긍정심리 및 행복감에 관한 심리학적 선행 연구가 미흡한 실정이다. 이 연구에서 밝혀진 연구결과에 대해 보다 구체적이고 심층적인 연구가 이루어질 필요가 있다.

셋째, 패션모델의 주관적 행복감 증진을 위하여 낙관주의 및 복원력을 키울 수 있는 패션모델의 삶의 행동양식에 대한 후속 연구가 필요할 것으로 사료된다.

## 참고문헌

- 김동수(2002). **모델학**. 서울: 황금가지
- 김동수(2015). **모델론**. 서울: 형설출판사
- 김상희(2007). 서비스접점에서 판매원 언어적 비언어적 커뮤니케이션이 고객감정과 행동의도에 미치는 영향. **소비자학연구**, 18(1), 97-131.
- 김은선(2008). **패션모델의 주관적 자기이미지와 객관적 자기이미지의 비교분석**. 동덕여자대학교 공연예술대학원 석사학위논문.
- 김인(2009). 모델의 신체이미지 인식과 체형관리 실태분석. **한국모델학회지**, 3(2), 49-64.
- 김종걸(2019). **여성패션모델의 주관적 신체상과 모델효능감, 직무만족도의 관계**. 동덕여자대학교 공연예술대학원 석사학위논문.
- 김진주(2006). 객관적인 신체적 매력과 행복. **한국심리학회지**, 20(4), 61-70.
- 박순희(2011). **패션모델과 일반여대생의 신체적 특성 비교**

- 연구**. 동덕여자대학교 공연예술대학원 석사학위논문.
- 성광숙(2004). 60년대 이후 패션 트렌드를 중심으로 본 패션 모델이미지. **한국패션뷰티학회지**, 2(1), 21-33.
- 신명순(2008). 항공사 승무원의 외형, 탑승고객의 고객만족, 재이용의사 간의 관계. **한국관광학회 제63차 제주 학술 심포지엄**, 2, 423-433.
- 유영준, 박순희, 최보영(2009). 모델과 여대생의 신체상에 따른 신체부위평가. **한국모델학회지**, 3(2), 95-104.
- 이재환(2012). **모델과 여대생과 일반여대생의 섭식태도와 신체만족도 차이**. 동덕여자대학교 공연예술대학원 석사학위논문.
- 이지원(2013). **신체상이 자아존중감에 미치는 영향-패션 모델과 일반인의 비교분석을 중심으로**. 동덕여자대학교 공연예술대학원 석사학위논문.
- 임태홍(2013). **운동이 긍정심리자본에 미치는 영향**. 세종대학교 대학원. 박사학위논문.
- 전지선(2014). **객실승무원이 자각한 신체적 매력, 사회적 매력과 직무만족, 유대관계, 불량고객 행동의 구조적 관계**. 경기대학교 서비스경영전문대학원. 박사학위논문.
- 정은선, 조한익(2009). 부모의 양육태도가 주관적 행복감과 우울감에 미치는 영향: 강인성의 매개역할. **한국심리학회지 : 상담 및 심리치료**, 21(1), 209-227.
- 최영아(2015). **국내 여성 패션모델과 일반여성의 미의식과 외모관리행동**. 동덕여자대학교 공연예술대학원 석사학위논문.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(3), 285-290.
- Feingold, A. (1992). Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, 111(2), 304-341.
- Hakim, C. (2010). Erotic capital. *European Sociological Review*, 26(5), 499-518.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: Guilford Press.
- Luthans, F., Youseff, C. M., & Avolio, B. J. (2007). Psychological capital: Developing the human competitive edge. Oxford, UK: Oxford University

Press.

Luthans, F., Youseff, C. M., & Avolio, B. J. (2012).

**긍정심리자본.** 서울: 렉스미디어.

Mathes, E. W., & Kahn, A. (1975). Physical attractiveness, happiness, neuroticism, and self-esteem. *Journal of Psychology*, 90(1), 27-30.

Mears, A. & Finlay, W. (2005). Not Just a Paper Doll: How Models Manage Bodily Capital and Why They Perform Emotional Labor. *Journal of Contemporary Ethnography*, 34(3), 317-343.

Mutz, M., & Meier, H. E. (2014). Successful, sexy, popular: Athletic performance and physical attractiveness as determinants of public interest in male and female soccer players. *International Review for the Sociology of Sport*, 1-14.

Sundaram, D. S., & Webster, C. (2000). The role of nonverbal communication in service encounters, *Journal of Services Marketing*, 14(5), 378-391.

---

## 국문초록

---

이 연구는 국내 패션모델의 매력자본과 긍정심리자본 및 주관적 행복감의 관계를 규명하는데 있다. 현재 활동하고 있는 국내 남, 여 패션모델 243명을 대상으로 하였으며, 설문지의 표본추출은 비확률표집방법 중 하나인 편의 표본표집법을 사용하여 표본을 추출하였고, 연구 대상자가 읽고 응답하는 자기평가기입법을 사용하여 설문지를 수집하였다. 연구문제 검증 및 자료처리 방법으로는 통계프로그램 SPSS(21.0)을 이용하여 빈도분석, 탐색적 요인 분석, 신뢰도 분석, 상관관계분석, 확인적 요인 분석, 다중회귀분석, 병렬다중매개효과 검증을 실시였다. 위와 같은 연구 방법 및 자료 분석 실시한 결과는 다음과 같다. 첫째, 패션모델의 매력자본, 긍정심리자본, 주관적 행복감 간에 유의한 상관이 있는 것으로 나타났다. 둘째, 패션모델의 매력자본이 주관적 행복감에 정적인 영향이 있는 것으로 나타났다. 셋째, 패션모델의 긍정심리자본이 주관적 행복감에 정적인 영향이 있는 것으로 나타났다. 넷째, 긍정심리자본이 매개변인으로써 주관적 행복감에 정적인 영향이 있는 것으로 조사되었다. 따라서 이 연구는 타인과 반복적으로 비교 및 평가받는 패션모델이라는 직업인으로서 부정적 상황에 놓였을 때 빠르게 극복할 수 있는 긍정심리자본의 강화와 회복탄력적인 삶의 행동양식이 필요할 것으로 사료된다.

**주제어 :** 매력자본, 긍정심리자본, 주관적 행복감, 패션모델, 병렬다중매개효과

---

논문투고일: 2023.04.28

논문심사일: 2023.05.10

심사완료일: 2023.05.31