



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

신문 방송 학 석 사 학 위 논 문

외모에 대한 사회문화적 압력이
남녀의 신체불만족과 제품구매에
미치는 효과



2016년 2월

부 경 대 학 교 대 학 원

신 문 방 송 학 과

이 정 하

신문방송학석사학위논문

외모에 대한 사회문화적 압력이
남녀의 신체불만족과 제품구매에
미치는 효과

지도교수 남인용

이 논문을 신문방송학 석사 학위논문으로 제출함

2016년 2월

부 경 대 학 교 대 학 원

신 문 방 송 학 과

이 정 하

이정하의 신문방송학석사
학위논문을 인준함

2016년 2월 26일



주 심 철 학 박 사 김무규 (인)

위 원 철 학 박 사 김정규 (인)

위 원 문 학 박 사 남인용 (인)

- 목 차 -

I. 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
II. 문헌연구	6
1. 외모에 대한 사회문화적 압력	6
가. 대중매체영향	9
나. 가족(부모)영향	12
다. 친구영향	15
2. 신체비교	18
3. 마른이상적인 체형의 내면화 및 규범화	20
4. 신체불만족	21
가. 신체불만족에 미치는 미디어 효과	22
5. 외모행동관리에 따른 제품구매	23
III. 연구방법	25
1. 연구모형	25
가. 연구모형	25
2. 연구가설 및 분석방법	26
가. 연구가설	26
나. 분석방법	26
(1) 데이터분석방법	26
3. 측정도구	28

가. 외모에 대한 사회문화적 압력	28
나. 신체비교	31
다. 마른 몸매에 대한 규범화	33
라. 신체불만족	34
마. 구매의도	35
바. 신체비교측정	36
IV. 분석결과	38
1. 측정도구의 신뢰성 및 타당성 검증	38
가. 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석	38
(1) 탐색적 요인분석 및 신뢰도분석	39
나. 확인적 요인분석	42
(1) 외생변수의 확인적 요인분석	43
(2) 내생변수의 확인적 요인분석	44
다. 상관관계분석	46
V. 모델분석	47
1. 구조모형 적합도	47
2. 측정모형 검증 및 가설검증	48
VI. 결과	50
참고문헌	56

- 표 차례 -

〈표 1〉 연구대상자의 인구통계학적 분포	27
〈표 2〉 연구대상자의 평균 몸무게, 키 이상적 몸무게, 키	28
〈표 3〉 외생변수 탐색적 요인분석	40
〈표 4〉 내생변수 탐색적 요인분석	41
〈표 5〉 외생변수의 확인적 요인분석	43
〈표 6〉 내생변수의 확인적 요인분석	44
〈표 7〉 상관관계 분석	46
〈표 8〉 구조모형의 적합도 지수	47
〈표 9〉 가설검증 분석결과	49
〈표 10〉 신체비교 측정결과	53

- 그림 차례 -

[그림 1] 모형1	25
신체불만족에 따른 제품구매의도에 대한 사회문화적 압력	
[그림 2] 신체비교 측정도구	37
[그림 3] 측정모형검증	48
[그림 4] 지각적인 신체비교 측정도구	53

Effects of Appearance-Related Sociocultural Pressure on Korean Men and Women's Body Dissatisfaction and Purchases of Goods

Lee jeong ha

*Department of Mass Communication, The Graduate School,
Pukyong National University*

Abstract

This study observes that appearance-related sociocultural pressure from parents, friends, and mass media on Korean males and females leads to their body dissatisfaction by forcing them to compare their bodies with others'; and to regard a thin body as a social norm. Thus, the study aims to determine what effects this dissatisfaction has on their goods purchasing; and to empirically clarify whether causal relationship exists between the variables in this process.

Data was collected using a questionnaire, and reliability and validity of the measurement tool were verified by selecting and surveying, as research subjects, 202 men and women living in Busan Metropolitan City. The survey was performed with students and ordinary people living in Busan Metropolitan City from October 1 through November 1, 2015. For data analysis, statistical package of SPSS for windows 18.0 was used; and Pearson Product-Moment Correlation was measured between research variables presented by this study. Afterwards, by means of multiple-group analysis approach, path analysis of principle of cause and effect between individual variables was made in accordance with research models presented by this study with AMOS 6.0.

The results are as follows:

As the result of research of hypothesis 1: Sociocultural pressure will have effects on comparing one's body with others' and on regarding a thin body as a social norm, it was found that only parental influence among sub-factors of sociocultural pressure had significant effects on comparing one's body with others'; and that all its sub-factors had significant effects on regarding a thin body as a social norm, with friends' influence being the most significant effect.

As the result of research of hypothesis 2: Comparing one's body with others and regarding a thin body as a social norm will have effects on body dissatisfaction, it was found that only the latter had significance effects on body dissatisfaction.

As the result of research of hypothesis 3: Body dissatisfaction will have effects on goods purchasing, it was found that those who were dissatisfied with their bodies purchased cosmetics, clothes, and accessories. Lastly, as the result of the investigation into males' and females' attitudes towards body images, it was found that both males and females thought their own bodies should be thinner than they actually were; and that both males and females wanted their counterparts to have normal bodies while females wanted their own bodies to be thinner than males wanted them to be.

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

외모지상주의는 어디서부터 시작되었을까? 우리들이 외모지상주의를 만들어낸 것일까? 주변사람들은 미디어 매체에 나오는 광고모델이나 연예인들의 마른 몸을 부러워하고 원한다. 일반인들 역시 그들을 닮아가려고 노력하는 것을 반복하고 비교 하며 자기 자신의 신체에 불만을 가지게 된다. 일반인들은 미디어에 나오는 연예인들과 자신은 다르다는 것을 인정 하고 합리화 시켜보지만, 다시 일반인들은 광고모델이나 연예인처럼 사회의 미적기준으로 제시되는 이미지와 닮아 가기 위해 노력하고 있다. 일반인들은 당장에 아름다워지기 위해 할 수 있는 것을 찾거나 연예인이나 광고모델처럼 예뻐지고 멋있어지기 위해 화장품이나 가방 옷을 구매하거나 그들의 몸매와 닮아가기 위해 무리한 다이어트나 비싼 요금을 주면서까지 운동을 한다.

미디어에서는 뚱뚱한 사람을 자신의 외모를 관리 하지 않는 사회의 낙오자 혹은 실패자로 표현한다. 하지만 외모가 뛰어나지 않았던 사람이 살을 빼고 외모 관리를 하고 나타나면 그들이 비하하던 사람들도 여성이 변한 모습을 보며, 당당한 여성, 성공한 여성이라 표현한다. 영화<미녀는괴로워>는 이러한 사회상을 적절하게 보여주는 예이다. 사회가 아름다움을 이처럼 이미지화한다면 일반인들은 살만 빼면, 혹은 외모만 관리하면 행복하고 성공한 삶을 살 수 있을 거라는 기대감이 들 수 있을 것이다. 미디어뿐만 아니라 내 소중한 가족들이나 친구들 역시도 사회적으로 표상된 아름답

다움을 반복적으로 이야기하고, 일반인에게 영향을 미친다면, 일반인들은 그러한 미적 기준을 내면화 하게 된다.

오늘날 외모지상주의가 현대사회의 중요한 이슈로 자리 잡고 있으며 외모 중에서도 얼굴 및 몸의 크기 몸무게와 직접 관련되는 날씬한 몸매에 대한 관심은 높은 편이며 이러한 사회적 분위기는 여성이나 남성들에게 날씬한 몸, 슬림한 몸매를 암묵적으로 강조하고 그 기준에서 벗어난 체형에 대해서는 수용할 수 없다는 강한 압력을 주고 있다. (Stormer & Thompson, 1996). 외모지상주의 사회에서 흔히 볼 수 있는 것들 중 지나친 다이어트로 인해 섭식억제를 하게 되어 그로인해 섭식장애를 유발하게 한다(stice, 2002). 날씬한 몸매에 대한 사회적 압력을 통해 날씬한 몸매를 강하게 요구하는 사회적 분위기가 형성되고 있으며, 많은 여성들이 몸매 관리로 인해 많은 비용을 지출하고, 더 나아가서는 거식증과 같은 섭식장애를 경험하기도 한다. 이러한 사회적 분위기에 일조하는 것으로 날씬한 몸매를 가진 여배우를 아름다움의 기준으로 삼는 광고나, 연예오락프로그램 드라마 등 대중매체의 영향을 들 수 있다. 대중매체에서는 마른 체형을 이상적인 체형의 기준으로 제시 하면서, 미디어에서는 날씬한 몸매를 가진 사람들은 능력 있고, 친구들에게 인기 있는 사람으로, 반대로 뚱뚱하거나 못생긴 사람들은 매력 없고, 능력이 부족한 사람으로 또는 친구들에게 따돌림을 당하는 사람으로 표현하고 있다. 이러한 사회적 분위기 속에서 날씬함에 대한 사회적 기준은 점점 더 엄격해지고 있으며, 이상적인 기준과 현재 모습에서의 괴리감으로 인하여 신체 불만족을 경험하는 비율도 점점 더 높아지고 있다.

대중매체의 영향뿐만 아니라 친구나 부모의 압력 또는 날씬한 몸매에 대한 집착이 많은 영향을 미치고 있다. Mitchell, Hatsukami, Pyle 및 Eckert(1986)의 연구에 따르면, 신경성 폭식증을 보이는 여성의 53%가

그들의 가족으로부터 체중을 줄이라는 압력을 느꼈다고 보고했으며, 가족 중에서도 어머니의 영향이 가장 컸다고 보고했다(Pike & Rodin, 1991). 또 다른 연구에서는 신경성 폭식증 환자의 45%가 친구들로부터 체중을 줄이라는 압력을 받고 폭식과 구토를 경험했다고 보고했다(Stomer & Thompson, 1996).

이처럼 부모나 가족, 친구, 대중매체로부터 외모에 대한 압력을 지속적으로 받게 되면 이와 관련하여 개인 내부에서 심리적인 변화가 일어나게 된다. 즉 날씬한 몸매에 대한 지속적인 사회적 압력은 이상적인 몸매와 자신의 실제 몸매를 지속적으로 비교하게 만들어, 사회에서 매력적이라고 정의된 외모의 가치를 자신의 것으로 받아들이도록 하고(박정수, 이민규, 신희천, 2007; Thompson & Stice, 2001), 날씬한 몸매가 더 아름답다는 가치를 스스로가 내면화하게 만든다. 그리고 이러한 과정에서 이상적인 몸매와 실제 몸매의 괴리감으로 인해 신체 불만족을 경험하게 된다.

실제로 외모로서 기초한 사회문화적 압력이 섭식장애에 영향을 미치는 연구결과는 많은 연구들에서 확인되고 있다(Rodin Sillberstein, & Striegel-Moore, 1985). 지금까지 이러한 섭식장애를 설명하기 위해서 ‘삼자영향모형’을 사용한 연구들이 많이 진행되어 왔다. ‘삼자영향모형’이란 부모, 또래(친구), 대중매체로부터의 ‘말라야 된다’는 압력이 ‘신체비교’와 ‘마른 이상적인체형’의 내면화를 증가 시키고 이 과정을 통해 신체 불만족이 증가하게 된다(Keery et al., 2004; Thompson, Heinberg, Altaba & Tantleff-Dunn, 1999; 박정수 2007에서 재인용)는 것이다.

지금까지 ‘삼자영향모형’과 관련된 연구들은 주로 여자대학생들을 대상으로 이루어져 왔다. 하지만 최근에는 초·중·고등학생 및 다양한 연령대

를 대상으로도 신체체불만족에 대한 연구가 진행되고 있다. 예를 들어 인체의대 상계백병원 소아과 박미정 교수님이 서울시내 초·중·고등학생 3382명 (남 1724명 여 1658명)을 대상으로 설문조사를 한 결과에서도, 자신의 몸무게에 불만족한 학생은 남자 39.9%, 여자 54.5%에 달했으며, 이러한 신체에 대한 불만족은 여자가 남자보다 컸고, 초등학생에서 중학생, 고등학생으로 갈수록 더 많이 나타났다. 그리고 특히 청소년들은 자신이 비만이지 않는데도 비만이라고 여기거나 키가 작지 않아도 작다고 여기는 등 자신의 신체를 바르게 인식하지 못하는 경향이 높았다(매일경제, 2003).

TV 인기 프로그램 등은 성공한 주인공들을 아름답고 날씬하게 묘사해 왔다. 그래서 날씬함은 결국 자기 통제와 성공을 나타내는 상징이 되었다. 즉 ‘성공한 사람들은 날씬하고 아름다움을 당연히 겸비하고 있다’라는 암묵적 메시지와 아름다운 신체이미지가 각종 미디어에서 자주 노출 되고 있다.

광고모델의 여러 속성들 중에서 신체적 매력성이 수용자에게 영향을 미쳐서 궁극적으로 광고효과를 발생시킨다는 것은 그동안의 많은 연구에서 논의되었고, 또한 지지되었다(남인용·박경미, 2012). 그리고 광고는 매스미디어 중에서도 이상적인 아름다움을 지닌 모델을 앞세워 제품에 대한 긍정적인 이미지를 형성하려는 목표를 지닌 커뮤니케이션매체이지만 소비자들에게 미에 대한 기준을 턱없이 높게 제공한다.

페스팅거(Festinger, 1954)에 따르면 사람들은 자신의 노력, 태도, 외양이나 행동 등을 객관적으로 평가하는 욕구를 지니며, 객관적 기준이 없는 상황에서는 자신과 타인을 비교함으로써 자신에 대한 평가를 형성한다고 주장한다. 사회 비교 이론의 틀에서 개인이 미디어 이미지와 강제 비교하기 쉽다고 예측했으며, 마른 몸이 이상적이라는 미디어 이미지가 우리로

하여금 자동적으로 비교하게 만들고 있다고 주장하였다(Goethals, 1986).

현대 사회의 미디어 비평가들은 마른 몸을 강조하거나 선호하는 미디어 메시지(Thinness Promoting Messages: 이하 TPM)가 젊은 여성들의 이상적인 미에 대한 기준에 영향을 미치고, 지나치게 마른 몸매를 이상화시키는 많은 메시지로 인하여 젊은 여성들이 부정적인 자아 이미지나 부정적인 신체 이미지를 갖는데 영향을 미치고 있다고 주장 해왔다. (한모정 2000). 마른 몸매를 이상적인 미로 간주하는 경향은 젊은 여성들로 하여금 지나친 다이어트 행위나 섭식장애(eating disorders)를 일으킬 수도 있다고 알려져 있다.

레논과 루드(Lennon & Rudd, 1994)는 사회 비교 이론으로부터 신체 미학 모델을 발전시켰다. 이 모델에 의하면 어떠한 사회문화에 이상적인 외모는 사람들이 그들의 외모를 창조하고 자신과 비교하기 위하여 사용되는 미적 기준으로 내면화되며, 이상적 기준에 도달하기 위하여 다이어트 제품 혹은 화장품과 같은 구체적인 외모관리 행동을 이끌어낸다.

본 연구는 남녀의 신체 불만족이 외모관리 행동으로서 제품 구매에 미치는 영향에 대한 이해를 높이고 자신감 저하, 스트레스, 무리한 다이어트 의도를 감소시키는데 도움이 될 수 있을 것이다. 또한 남녀 대상으로 타당성이 입증된 ‘삼자 영향 모형’이 남녀 신체 불만족을 설명하는데 적용이 되는지를 확인하고 변인들의 관계를 재검증함으로써 남녀 신체 불만족 현상을 체계적으로 설명하는데 도움이 될 수 있을 것이다.

II. 문헌 연구

1. 외모에 대한 사회문화적 압력

미(美)가 시대에 따라 그 기준을 달리하면서 변화한 것처럼(이철재, 2010), 우리 시대에 ‘미’에 대한 기준은 우리의 사회가 요구하는 특별한 것이다. 그리고 우리 개개인의 몸은 분명 각자에게 귀속된 것이지만, 사회의 시선이 투영된 것이기도 하다. Shilling, (1993.)이 주장했듯, “몸은 중립적인 물리적 실체가 아니라 권력, 자본, 가치·규범, 이데올로기가 겹겹이 중첩되어 있는 ‘사회구성물’”인 것이다.

인간은 빈 공간 속에서 태어나지 않는다. 인간은 좁게는 가족, 넓게는 사회 안에서 태어나며 이후 죽음의 순간까지 끊임없는 사회화 과정을 거치는 사회적 존재로서 살아간다. 특히 유년기의 사회화과정을 통해 인간은 사회적 규범과 가치 등을 학습하게 되며, 자신이 속한 사회가 지향하는 표준화된 신념이나 기준, 규칙이 무엇인지를 파악하게 된다. 이러한 과정 속에서 인간은 그가 속한 사회의 기본적 준칙들이나 타인의 반응에 유사하게 반응하도록 행동한다. 이러한 행동을 내면화(internalization)라고 한다.

(장희순·김태련, 2006)은 초등학생, 고등학생, 대학생 총 357명을 대상으로 대중매체가 신체상에 미치는 영향을 조사하였다. TV자국은 이상적인 신체조건을 강조하는 조건(뮤직비디오, 드라마, 패션쇼), 뚱뚱하지만 긍정적인 모습을 강조하는 조건(뚱보미인대회), 통제 조건(동식물 비디오)의 3가지 조건으로 주어졌다. 피험자들은 TV자국에 노출된 이후 신체상에 관한 설문지를 작성한다. 신체지각차이는 이상적인 체형과 현재 자신의 체형 간

의 차이이고 신체 존중감은 신체상에 대한 태도를 의미한다. 연구결과, 이상적인 신체조건을 강조하는 조건의 피험자들은 이상적인 체형과 자신의 체형의 차이를 크게 지각하고, 신체 존중감도 낮은 것으로 보고된 반면, 뚱뚱하지만 긍정적인 모습을 강조하는 조건의 피험자들은 신체 지각의 차이가 줄어들고 신체 존중감도 상승하는 것으로 보고되었다. 기존의 선행연구들을 토대로 보아 대중매체로부터 압력이 이상섭식행동이나 신체 불만족 및 신체 비교를 일으키는 사회문화적 요인임을 알 수 있다.

부모의 영향도 또 하나의 주요한 사회적 문화 요인이다. 부모로부터 체중이나 체형에 대한 평가가 여대생의 이상섭식 행동을 정적으로 예측하였고(Kluck, 2010), 또한, 356명의 14-17세의 여자 청소년을 대상으로 한 연구에서 45%가 어머니로부터 체중을 감소하도록 제안을 받고 있고, 58%가 가족으로부터 외모에 대한 놀림을 당한 것으로 밝혀졌다. 이러한 가족과 부모로부터의 외모 관련 피드백은 신체 불만족을 정적 예측하며, 극단적이고 건강하지 못한 체중조절 시도도 정적 예측함을 보고하였다(Neumark-Sztainer et al., 2010).

친구(또래)의 영향도 신체 불만족 및 신체 비교 마른 몸 규범화를 예측하는 사회문화적 요인이다. 11-16세의 청소년들을 대상으로 한 연구에서 친구로부터 체중, 체형에 대한 조절을 격려 받는 것은 여자 청소년의 체중에 관한 염려를 정적 예측했다(Helfert & Warschburger, 2011). 즉 친구로부터의 압력도 신체 불만족, 비교, 마른 몸 규범화의 주요한 사회문화적 요인임을 알 수 있다.

한 개인에게 있어 사회화는 평생에 걸쳐 이루어지는 과정이며, 이러한 사회화를 통해 내면화를 이끌어내는 대표적인 기제 들은 ‘대중매체’, ‘가족’, 그리고 ‘친구나 주변인’ 이 있다. 만약 이러한 사회화 과정의 기제들이 다양한 신체적 특징 중 특정한 부분을 ‘미’ 로서 상징화되고,

사회적 신념으로 표현된다면 그것은 사회적 압력으로 표현될 수 있을 것이다. 그리고 오늘날 사회가 “표준화시키고 있는 몸 이미지는 지나치게 날씬한 마른몸 이다” (임인숙, 2004). 이러한 날씬한 몸에 대한 사회문화적 압력은 각 개인들에게 있어 날씬한 몸을 내면화시키는 압력으로 작용한다.

특히 신체는 ‘나의 정체성’을 드러낼 수 있는 표현의 장이지만, 동시에 사회의 시선이 ‘나의 정체성’을 관찰할 수도 있는 노출의 장이라는 측면에서, 개인인 자신의 신체에 대한 사회적 인식으로부터 자유로울 수 없다. 특히 ‘미’에 대한 사회문화적 압력이 뚜렷하고 강할수록 개인은 자신의 것임에도 불구하고, 신체에 대한 사회의 미적 기준을 더욱 의식할 수밖에 없을 것이다. 이런 관점 하에서 이 연구는 사회적 압력을 가시화하는 기제로서 ‘대중매체’와 ‘부모, 가족’ 그리고 ‘친구’의 영향을 살펴보려 한다.

나아가 사회문화적으로 틀지어진 미적 기준의 압력 속에 지속적으로 노출된 개인은, 자신의 신체를 주변인 또는 미적 기준의 상징으로 등장하는 연예인과 끊임없이 비교할 수도 있다. 우리 사회의 미적 기준이 날씬함이라면, 이러한 비교를 통해 개인은 자신의 몸을 언제나 더 날씬해져야 하는 것, 아직 뚱뚱한 것으로 이미지화할 수 있다. 이러한 신체의 자기 이미지화가 개인의 행위에 어떤 영향을 미치는가에 대한 연구는 박정수 등(2007)가 섭식장애를 연구하며 그 연관성을 밝힌 바가 있다.

본 연구는 이론적 설명으로 삼자영향모형을 사용하고 있으며, 사회문화 압력을 설명하는 삼자영향모형을 자세히 살펴보려 한다. 그리고 이 연구는 마케팅 분야 및 광고 분야 에서 신체에 대한 자기이미지화가 제품구매 어떠한 영향을 미치는가를 실증적으로 검증해볼 것이다.

가. 대중매체 영향

현대는 몸이 자아의 상징물로 인정되는 시대이며 1980년대 이후 서구의 대중문화가 급속히 전파되면서 신체에 대한 많은 인식의 변화가 일어나기 시작했다. (홍조필, 이시연 2005) 은 “이제 신체는 단순한 노동의 도구가 아니라 부와 지위를 획득할 수 있는 자본으로 변하고 있다”라고 하였다. 빠르게 성장한 경제 발전은 소비문화를 촉진시켰고, 대중매체가 눈부시게 팽창하면서 슈퍼모델, 연예인, 운동선수 등의 대중 스타들은 그들의 신체를 과시하며 일반인들의 우상이자, 삶의 전형으로 등장하였다.

슈퍼모델, 연예인 및 운동선수들은 자신의 신체를 과시하면서 우리들의 이목을 집중시키고, 날씬한 여성의 신체 이미지는 매스미디어, 방송, 광고, 영상의 시각적 소재로서 거침없이 등장하게 되었다(백한울, 1993). 이에 따라 개인은 성공적인 자아를 창조하기 위해서 사회적으로 이상화된 신체 이미지에 따라 자신의 몸을 조율하게 마련이고(Williams & Bendelow, 1998), 이런 이상화된 이미지를 대중들에게 제시하는 가장 영향력 있는 수단이 대중매체이며, 특히 그중에서 광고는 이러한 영향력을 행사하는데 주도적인 역할을 담당하고 있다(Featherstone, 1982; Thompson & Heinberg, 1999).

개인이 자신의 신체 이미지를 구성하는데 있어 대중매체는 미치는 영향력은 다면적이고 지속적이다. “TV나 신문, 잡지 등과 같은 대중매체에서 보여주는 다양한 가치와 사회적 메시지는 이에 노출되는 거의 모든 수용자에게 여과 없이 전달될 뿐만 아니라, 한 개인은 물론 한 사회의 보편적인 가치와 문화를 형성, 강화시키는 역할을 한다” (장희순•김태련, 2006). 따라서 대중매체가 사회적 기준으로 제시하는 아름다움, 대표적으로는 날씬함을 지속적으로 노출할 때, 그것은 대중매체를 접하는 개인들에게 외

모에 대한 기준으로서 자리 잡게 만들 수 있다. 또한 김영신(2011)이 주장하듯, 대중매체는 “외모를 직접적으로 보여주는 것 이외에도 날씬하고 매력적인 외모가 사회적 지위와 경제적 부유와 연결될 수 있다는 비합리적인 정보와 메시지를 함께 제공하면서 많은 여성들에게 신체에 대한 비합리적인 신념을 형성하도록 한다.” 물론 이러한 대중매체의 영향력이 비만 여성들만의 문제는 아닐 것이다. 이에 대한 예로서, 바렛과 보 웰스 그리고 소시에(Barlett, Vowels & Saucier, 2008)의 연구는 그들은 대중매체의 메시지에서부터 이상화된 신체 이미지에 대한 압력을 받은 남자들은 자신의 신체에 대한 부정적 감정을 가진다고 주장했다. 이는 성 역할의 변화에 따라 남성들 중에서, 외모와 패션에 관심을 갖고 적극적인 투자를 아끼지 않는 소비집단이 급격히 증가한 것과(안현주, 박민여, 2007), 무관하지 않을 것이다. 즉, 대중매체가 반복 생산하는 이상화된 신체 이미지는 여성과 남성의 차이에도 불구하고, 일정한 영향력을 발휘하는 것이다.

하지만 대중매체가 신체 이미지에 미치는 영향력을 분석한 연구는 남성을 대상으로 한 것에 비해, 여성을 대상으로 진행된 것이 훨씬 더 많고 다양하다. 여성 모델의 신체적 매력이 광고효과에 미치는 영향력을 논한 해외의 연구들은 여성의 신체 노출이 소비자의 주의나 기억, 제품에 대한 평가에 어떤 영향을 미치는지에 대해 관심을 가졌는데, 가냐르드(Gagnard, 1986)는 1950년에서 1984년 사이 인기 잡지의 광고에 날씬한 모델들의 등장이 급증했고, 1980년대에 46%에 이르렀다고 보고했고, Lakoff와 Scherr(1984)는 광고에서 나오는 광모 모델이 제시하는 이상적인 아름다움은 젊은 여성을 자극하여 신체적 매력에 대한 기준을 높게 만들고, 자기에 대해 부정적인 평가를 하도록 만든다는 점을 지적하면서 광고의 부정적인 기능을 비판하였다.

Grubb, Sellers와 Waligroski(1993)는 여성 수용자는 신체 크기를 실

제보다 과대 지각하는 경향에 강해 신체 크기에 대해 불만이 남성보다 높다고 하였다. Richins(1991)은 광고에 표현된 비현실적으로 아름다운 광고 모델의 신체적 매력이 소비자 자신의 신체적 매력을 낮게 지각하도록 만들어 개인에게 부정적인 영향을 미친다고 주장하였다.

국내의 신체 이미지에 대한 연구는 신체 이미지 비교를 중심으로 광고 모델에 대한 소비자 지각이 구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구(박은아, 성영신, 2001)와 대중매체와 관련하여 신체 이미지에 미치는 영향에 관하여 연구(신미영, 1997; 김재숙·이미숙, 2001; 한미정, 2000, 2002; 하지현, 2002; 윤태일, 이명천, 2002; 장희순, 2004) 등이 있다.

1988년과 2001년도의 잡지 광고를 분석한 윤각(2002)의 연구에 의하면 잡지 광고에 묘사된 여성 모델의 역할 이미지 유형은 미국이나 국내의 선행 연구들과 마찬가지로 여성의 육체적 매력에 초점을 맞춰 묘사되고 있다고 하였다. 특히 지나치게 마른 몸매를 선호하는 추세는 시대의 흐름에 따라 더욱 심화된 경향을 보여주고 있다.

매스미디어에서 나타난 신체 이미지를 분석한 2003년 여성 민우회의 TV 모니터링 보고서에는 여자 출연자들 중 마른 체격을 가진 비율은 42.3%인데 비해, 남자 출연자의 경우는 14.8%였으며, 연예인들이 주로 등장하는 연예오락 프로그램이나 드라마는 물론이고, 교양 프로그램이나 뉴스를 담당하는 여성들도 한결같이 날씬하다고 하였고, 1990년대의 한국 여성 잡지를 분석한 김희정(1995)의 연구에 의하면, 화장품 광고에 출현한 86% 이상의 여성이 모두 마른 몸을 지닌 모델들 이었다. 이는 “광고가 한 시대의 가치관을 반영하고 창조해낸다”라는 관점을 받아들일 때 다양한 맥락에서 묘사되는 성별 이미지나 역할의 정형화가 소비자로 하여금 특정 고정관념(stereotype)과 가치(Value)를 자연스럽게 받아들임으로써 그 가치 기준을 습득하게 된다(이시연, 2005)고 볼 수 있을 것이다.

퍼시와 라우트만(Percy & Lautma, 1994)은 모델의 신체 사이즈는 점차로 줄어들어서 점점 더 마른 신체를 선호하는 경향이 뚜렷해지고 있으며 지난 30여 년간의 잡지와 광고 속 모델을 조사한 결과도 매스미디어 속 모델은 점점 더 날씬해져가고 있는데 비해, 현실에서 30대 이하 여성들의 신장 대비 평균 몸무게는 실제적으로 증가하였다(Colburn, 1992; Stephens, Hill & Hanson, 1994). 따라서 여성의 아름다움에 대한 사회적인 이상과 기준은 점점 더 비현실적이 되어 가고, 대다수의 여성들이 이러한 이상적인 기준에 도달하기란 결코 쉽지 않은 일이다.

그러므로 대중매체 중 광고의 영향력이 점점 증대되는 현재, 광고의 신체 이미지가 수용자들에게 어떤 영향을 미치는지에 대한 실증적인 연구가 필요한 시점이라 할 수 있다.

나. 부모영향

인간은 가정이라는 가장 작은 사회에서 태어나 가족과의 소통을 통해 사회의 집단에서 구성원이 빚어내는 인간관계를 배우고 타인과의 관계 형성이나 사물에 대한 태도, 생각을 발달시켜 성장한다. 가족 중 특히 부모는 그 중심에 있고, 가정이라는 작은 사회는 개인의 성격과 행동양식을 형성하는 과정에서 보다 중요한 역할을 하게 된다(이지연, 2003). 부모가 신체에 대해 갖는 감정이나 태도들은 자녀가 자신의 신체를 어떻게 평가하느냐를 배우는데 있어서 매우 강력한 역할을 한다(Rozin & Fallen, 1988). 부모들은 자녀의 외모에 대한 평가와 외모관련 사회화 과정은 자녀의 성별에 따라 차이가 나타난다. 사춘기 자녀를 가지고 있는 부모들의 경우, 아들보다 딸을 보다 더 비판인 것으로 인식하는 경향이 높으며

(Striegel-Moore & Kearney-Cook, 1994), 실제로 조사 대상이었던 사춘기 소녀들 중 5%만이 과체중임에도 불구하고 30% 정도가 어머니로부터 체중을 줄이라는 이야기를 들었으며, 과체중 아동을 둔 부모들의 경우에도 아들보다 딸의 체중에 더 민감하게 반응하고 음식 조절을 하도록 권유하는 것으로 나타난다(Smolak, Levine & Thompson, 1999). 이러한 결과는 부모들이 딸에게는 신체적 외모에 대한 많은 관심을 기울이도록 사회화 하고 있으며, 반면 아들에게는 운동에 초점을 맞추고 있음을 보여준다(Rodin, Silberstein & Striegel-Moore, 1985). 국내에서 초등학교 여아와 어머니를 대상으로 한 연구에 따르면, 어머니의 신체 불만족, 체중에 대한 염려, 제한된 섭식은 딸의 신체 불만족, 체중에 대한 염려, 제한된 섭식과 정적인 상관을 보였다(노은아, 안창일, 2006). 폭식증인 여대생의 어머니들은 정상 집단의 어머니에 비해, 자신의 딸을 과체중이라고 지각하고 체중감량을 격려하는 경향이 있는 것으로 드러났다(Moreno & Thelen, 1993). 게다가 폭식증 집단과 준 폭식증 집단은 통제 집단에 비해 가족들에게 체중 관련된 놀림을 더 많이 받았다고 보고하였다(Kanakakis & Thelen, 1995). 이는 미디어나 또래를 통해 신체 만족에 대한 주관적 인지가 형성되기 이전에 부모의 영향을 받고, 부모는 친밀감을 바탕으로 구체적인 내용 전달하여 때로는 미디어보다 즉각적인 영향력을 발휘한다(조윤경·김은미, 2008; Smolak, Levine, & Schermer, 1999; Wertheim, Mee, & Paxton, 1999). 삼자 영향 모델을 토대로 여대생들의 신체 불만족에 미치는 가족의 영향력을 살펴본 연구에서도 가족으로부터의 신체에 대한 놀림이나 날씬해져야 한다는 압력이 신체 불만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다(van den Berg, Thompson, Obremski-Drandon, & Coover, 2002). 사회문화적 압력에 대한 연구로 가족, 회화 과정에서 있어 일차적인 영향력을 발휘하는 가족 집단은

‘나’의 신체 이미지를 구성하는데 직접적인 영향력을 미칠 수 있다. 김효정·김미라(2010)의 연구는 신체 이미지 및 체형에 대한 외적 요인이 다이어트 실행에 미치는 영향을 분석하며, 체형에 대한 부모의 영향력은 크지 않지만, 다이어트 실행 집단과 이 실행 집단 간에는 실행 집단에게 부모의 영향력이 통계적으로 유의미하게 차이 있음을 밝혔다. 이 외에도 가족 구성원들의 신체와 외모 관련 놀림이 청소년들의 신체 만족도, 식이장애 및 심리적 반응에 미치는 영향력에 관한 연구에서도 부모와 형제자매의 놀림이 우울감과 같은 부정적 감정과 함께 신체 만족도와 마른 몸체에 대한 사회문화적 내면화에 영향을 주며, 식이조절과 식이장애 행동까지도 유발하고 있음을 알 수 있다(Keery, Boutelle, Berg & Thompson, 2005).

국내의 연구에서도 신체와 외모에 대한 평가와 체중 및 외모관리 행동이 자신의 판단이 아닌 부모, 자매와 같은 가족에 의하여 이루어지고 있음을 알 수 있다. 학령기 비만아동의 경우, 가족 분위기, 비만에 대한 가족들의 생각, 그리고 부모의 비만 여부가 비만아동의 신체 이미지와 유의한 관계가 있으며(유인영, 이정렬, 임지영, 김순애, 김영옥, 장성옥, 장효선, 조각출, 한금선, 한명수, 한 명이 선, 1997), 더 나아가 부모의 체중감량 의도와 지지가 자녀들에게 체중조절 행동에 실질적인 영향을 미치고 있다(강운주, 1988; 김옥수, 윤희상, 1998; 김혜경, 이운영, 김명, 2003). 가족 분위기가 허용적이고 화목한 경우에 그리고 사회적 통념상 비만에 대한 가족의 생각이 긍정적일 때, 비만 아동의 신체 이미지가 더 긍정적이었으며, 반면에 부모가 비만한 경우에 비만아동의 신체상이 부정적인 것으로 나타난다(유일영 외, 10인, 1997). 또한 여대생의 체중조절 실태 및 관련 요인에 관한 연구에서도 다이어트를 시도하는 여대생 집단의 의 경우에 가족들이 자신에게 더 마른 체형을 원하며, 체중을 더 줄이기를 기대하는 것으로 인식하고 있다(김경원 외 3인, 1988). 이는 가족들의 기대가 대상자들

의 체형변화 및 체중감량에 대한 신념과 행동에 영향을 미치는 요인임을 의미한다. 또한, 평상시 외모에 대한 불만족한 어머니가 자신을 닮은 딸에게 성형을 권유하고 있는 것으로 나타났다(이수경, 조선명, 2006). 즉 체중조절과 성형과 같은 외모관리 행동에 어머니의 영향력이 크다는 것을 알 수 있다.

위의 국내·외 연구결과들을 요약하면, 체중감량과 다이어트 행동과 같은 외모관리 태도와 행동이 가족 구성원의 영향에 의해 형성되며, 부모 및 가족과 소통을 통해 이상적 외모와 관련된 부모들의 신념과 행동이 자녀에게 전달되고 있음을 보여준다. 그리고 이는 결과적으로 가족 구성원으로부터 사회에서 바람직한 외모 기준과 신체 외모 및 외모관리에 대한 중요성을 배우고 자신의 신체 및 외모에 대해 끊임없는 의식과 적절한 수준의 외모를 가져야 한다는 신념을 가져 자기를 대상화하는 것을 습득하게 된다.

다. 친구영향

라자스펠드(Lazarsfeld)는 2단계 흐름 가설을 통해 미디어 효과보다 개인 간 접촉을 강조하였다. 사회적 비교 차원에 대한 관여도가 높을수록 비교 과정이 활발해지는 경향이 있어(Miller, Turnbull, & McFaland, 1988) 외모에 대한 관심이 높은 시기인 청소년들은 외모에 대한 사회적 비교를 활발히 할 것이다. 청소년기의 부정적인 신체 이미지는 친구들의 놀림에 의해 형성되며(Gardner, Sorter & Friedman, 1997), 자신의 신체와 친구의 신체를 비교하고 자신의 신체에 관해 친구들과 이야기하는 경향이 높은 사춘기 소녀의 경우, 신체에 대한 불만족도가 높다(Oliver & Thelen, 1996). 그리고 윤진(1984)은 친구관계를 친구와 문화·사상이

통하도록 교류하면서 서로 즐거움을 느끼고 성장하는 상호의존적인 인간관계를 형성하는 것이라고 정의하였고, 김용서 외(2001)는 특히 청소년기의 친구가 행동과 가치관을 형성하는데 미치는 영향이 가장 크다고 강조하였다. Hartup(1993)은 친구가 사회적 기술을 습득하고 발달시킬 수 있는 환경과 정서적, 인지적 자원을 제공하고, 자아개념과 자기인식의 형성을 위한 매우 중요한 정보원이 된다고 하였다.

특히 여자학생에 의해 체중조절행위에 대한 욕구에 직접적으로 영향을 받으며(Hill & Franklin, 1998), 사춘기 여학생뿐만 아니라 성인 여성들의 경우에도 외모에 대한 피드백과 부정적 신체이미지가 상호관련성이 있다(Schwartz, Pharres, Tanleff-dunn & Thompson, 1999).

Keery et al.(2004)은 자신의 신체 외모에 대한 친구들의 놀림, 외모와 신체에 대한 인식 등과 같은 친구에게 받는 영향이 직접적인 신체 불만족 예측 요인이라 밝혔다. 친구의 영향은 청소년기부터 영향이 나타나 성인까지 이어질 수 있고, 신체적·정서적·도덕적·사회적 발달이 활발하게 이루어지는 청소년기에 친구의 영향을 받아서 형성된 신체와 외모에 대한 인식은 성인기 전반까지 영향을 미칠 수 있으므로 매우 중요한 요인이다.

허혜경, 김혜수(2003)는 이와 같은 친구관계는 학교라는 곳에서 생활현장을 공유하기 때문에 청소년기에 개인의 삶에서 중요한 위치를 차지한다고 하였다. 많은 연구들이 마른 몸매의 연예인들이 등장하는 미디어 메시지에 자주 노출되면 상향 비교를 통해 신체 만족도가 낮아진다고 보여주었으나, 사회적 비교 대상의 외모가 인공적이거나 비현실적이면 사회적 비교가 일어나지 않아 신체 만족도에 영향을 미치지 않는다는 결과(Posavac & Posavac, 2001)도 있다. 이는 비현실적으로 마른 몸매를 강조하는 미디어가 제공하는 상향 비교의 영향력이 그리 크지 않을 수 있다는 것을 시사한다. 전문 모델과 비교하지 않더라도 자신의 외모가 다른 연령층보다 열

등한 경우보다 또래의 친구보다 열등한 경우가 신체 만족도가 더 낮았다 (Heinberg & Thompson, 1992).

Ricciardelli와 McCabe(2003)는 친구의 영향력을 포함한 사회문화적 요인이 신체 만족도, 신체 이미지 중요성 그리고 신체 수정 전략에 어떠한 영향을 미치는가를 검증하는 연구를 하였다. 이 연구에서 친구와 가족 요인이 청소년 남녀 모두의 신체 이미지 중요도에 영향을 미치며, 체중감량 행동에 영향을 주는 직접적인 변수가 됨을 보여주었다. 또한 Paxton, 외 3인(1999)은 다이어트 행동 경향이 높은 고등학생 여학생들의 경우, 자신의 체중과 체형에 대해 친구들의 놀림을 경험한 적이 많았으며, 친구들 때문에 다이어트를 결심하고 체중과 섭식에 관련된 주제에 대해 더 많이 몰두하고 있는 것으로 주장하였다. 우리나라 청소년 및 청년기 여성을 대상으로 한 연구에서도 이성친구와 같은 주변인들이 자신에게 기대할 것으로 여기는 체형은 정상보다 훨씬 마른 체형으로 인식되었다. 또한, 사회에서 이상적인 체형으로 마른 체형을 선호할수록 스트레스가 크게 인지되어 체형에 대한 불만족이 커지는 것으로 나타나며, 체형 불만족은 다이어트 행동 의도에 크게 영향을 주고 있다(류호경, 윤진숙, 박동연, 1999).

이와 같이 친구들은 청소년들에게 다른 대상보다 중요한 비교 대상이다. 미디어는 마른 몸매를 강조하여 단편적 정보를 지속적으로 제공하여 마른 몸매가 사회가 원하는 미의 기준이고 규범이라고 생각하게 하여 마른 몸매에 대한 신념을 강화시키고 신체 만족도를 낮춘다. 마찬가지로 친구와의 대화에서도 지속적으로 외모에 대한 정보를 접하고 관련된 이야기를 한다면 그것이 친구의 집단이 원하는 미의 기준이고 규범이라 생각할 수 있다. 위의 연구 결과를 보면 알 수 있듯이 사람들은 자신의 신체를 인식하는데 있어 주변이나 친구들의 영향을 많이 받고 있으며, 객관적인 기준에 의해서가 아니라 타인에게 자신의 외모나 신체가 어떻게 보일지에 민감하며,

상대적인 기준에 의해서 인식하게 되는 것을 알 수 있다. 여기서 본 연구자는 기존 연구 여성 대상으로 그리고 청소년들 대상으로 했던 연구를 일반인 남녀 대상으로 볼 것이다. 친구는 삶에 있어서 중요한 사회적 대리인(Social agents)으로 표현할 수 있을 만큼 매우 귀중한 존재이다(Jones & Crawford 2006).

2. 신체비교

페스팅거(Festinger, 1954)가 제안한 사회 비교 이론을 바탕으로 하여 제시된 개념인 신체 비교는 자신의 몸매, 외모, 체중, 키와 같은 신체적 특징을 타인과 비교하는 것을 의미한다. 사회 비교 이론에 따르면 사람들은 일반적으로 자신을 평가하고자 하는 동기에 의해 지속적으로 자기평가를 수행하게 된다고 한다. 이러한 비교평가에 있어 객관적 기준이 있다면 그것을 활용하지만, 만약 객관적 기준이 존재하지 않거나 모호하다면 자신과 유사한 타인을 평가 기준으로 삼고 비교하게 된다.

초기의 사회 비교 이론은 능력적인 차원으로 자신보다 나은 사람을 비교한다는 ‘상향 비교’ 측면을 제안하였다. 상향 비교는 자신보다 높은 위치나 우월한 사람과 자신을 비교하는 것으로 자신을 향상시키고자 하는 욕구로부터 발생한다. 상향 비교 시 자신의 관한 평가가 낮아져 자신감의 하락으로 인해 주관적 안녕감이 낮아지고 비교 대상자에게 질투심을 느낄 수 있다. 이러한 부정적인 감정은 자신보다 상위 위치에 있는 사람들을 지속적으로 탐색했을 때 부정적인 감정이 더 자주 나타난다고 연구된 바 있다. 조근영(1997)은 개인은 자아 범주에서 사회 비교에 의한 감정적, 인지적, 행동적 결과를 보인다고 하였다. 감정적 결과는 주로 비교 기준과의 차이

와 관련하여 많이 이루어지는데, 비교기준과 지각된 자기와의 차이가 클수록, 즉 부정적인 모순이 생길 경우에 불만족의 감정이 생기며, 그 차이가 커질 때는 실망, 질투, 부러움 자기 비하 등의 부정적인 감정이 생기기 쉽고(Oliver, 1980), 특히 개인이 중요하게 생각하는 속성의 경우에는 만족, 불만족의 감정이 더 커진다(Higgins, 1987).

신체 비교는 사회 비교 이론에서처럼 자신과 비슷한 타인 외에도(Festinger, 1954), 시간적으로 최근에 상호작용이 있었던 사람을 기준으로 시행되기도 하며(Gilbert, Giesler, & Morris, 1995; Morse & Gergan, 1970), 혹은 자신과 비슷한 속성을 지니지 않은 사람을 대상으로도 이루어진다(Gilbert, Giesler, & Morris, 1995; Morse & Gergan, 1970). 또한 상향 비교는 자기 향상 동기에서 비롯되는 행동으로 자신보다 우수한 사람을 비교 기준으로 삼는다. 다이어트를 하는 여성이 냉장고 앞에 마른 여성의 사진을 붙여놓는 것이 그 좋은 예라고 할 수 있다(이시연, 2005).

레논과 루드(Lennon & Rudd, 1994)는 사회 비교 이론을 기초로 신체 미학 모델을 발전시켰는데, 이 모델에 의하면 어떠한 사회문화에 이상적인 외모는 사람들이 그들의 외모를 창조하고 자신과 비교하기 위하여 사용되는 미적 기준으로 내면화되며, 이상적 기준에 도달하기 위하여 다이어트 제품 혹은 화장품과 같은 구체적인 외모관리 행동을 이끌어낸다.

본 연구에서는 자신의 신체 이미지를 어떻게 받아들이고 날씬함에 대한 사회문화 인식이 남녀에게 어떤 영향을 주는지 선행연구를 통해 알아보고자 한다.

3. 마른 이상적인 체형의 규범

다양한 사회문화적 요인들에 의해 마른 몸매를 중요하게 인식하게 되고 이를 내면화시키는 과정을 거치면, 마른 몸매를 현실적인 사회 규범 (social norm)으로 받아들이게 된다. 사회적으로 마른 몸매를 가지는 것이 얼마나 바람직한 것으로 받아들여지는가에 따라 개인의 신체 만족 정도는 달라질 수 있다. 실제로 신체 이미지는 지각된 마른 몸매에 대한 규범 (perceived thinness norm)에 따라 크게 영향을 받는다는 연구결과들이 있으며(Thompson, Heinberg, Altabe, & Tantleff-Dunn, 1999), 마른 몸매에 대한 사회규범을 단순히 지각 하는가 또는 이를 내면화시키는가에 따라 신체 이미지에 영향을 미치는 정도가 달라지기도 한다(Bergstrom & Neighbors, 2006).

이상적인 마른 체형의 내면화는 개인이, 마른 몸매로 이상화된 사회적 신체이미지를 자신의 이상적 가치로 받아들여 수용하는 것을 의미한다(박정수, 이민규, 신희천, 2007; Thompson & Stice, 2001). 마른 체형을 이상화하고 그것을 내면화하는 것은 신체 불만족을 촉발할 수 있으며(Thompson & Stice, 2001), 또한 사회문화적 압력과 신체 불만족 간의 관계를 매개한다고 밝혀졌다(Cusmano & Thompson, 1997; Heinberg et al., 1995). 그리고 국내의 연구에서도 이상적인 마른 체형에 대한 규범화와 신체 불만족의 경로가 유의하게 나타났다(박정수, 2007; 손은정, 2007). 이러한 이상적인 마른 체형에 대한 사회화는 대중매체를 통해서도 가능하다. 하인 버그와 톰슨(Heinberg & Thompson, 1995)은 이상적인 마른 신체 이미지와 텔레비전 상업 광고의 영향력을 분석했다. 그들의 연구에서 여성 피험자들은 광고에 등장한 모델이 날씬하고 매력적일수록 우울해하는 경향을 보였다. 또한 자기 신체에 대한 불만족도가 높을수록, 날

씬한 광고모델을 통해 자기 신체를 불만족스러워하는 경향 역시 강화됨을 알 수 있었다. 이러한 결과는 매체가 제시하는 날씬함과 매력이 특정인에 있어서 기분이나 신체 만족에 악영향을 미친다는 것을 시사한다.

이러한 연구는 국내의 연구에서도 나타난 바 있는데, 신미영(1997)은 대중매체를 통해 이상적 체격에 대한 고정관념을 내재화하는 정도가 심할수록, 신체 불만족이 높았고 보다 적극적인 다이어트 행동을 유도한 것으로 드러났다. 문정신(2003)에 의하면, 외모에 대한 사회·문화적 가치를 내재화 하는 정도와 신체 이미지 왜곡 중산간의 관계는 외모에 대한 사회·문화적 가치를 내재화 할수록 자신의 신체에 대한 왜곡이 심해진다고 하였다.

본 연구는 신체에 대한 기존 연구를 결과를 검토해 보면 바람직한 신체 이미지가 마르고 날씬한 몸이며 이와 같은 기준을 여성들이 더욱 과하게 내면화 및 규범화하고 있음을 보여주었다. 따라서 날씬한 신체가 아름다운 것이라 생각을 강하게 할수록 모델의 마른 신체에 대한 부러움 또는 동경을 가지고 자기 신체에 대해 불만족하게 될 것이다.

4. 신체불만족

신체 불만족은 실제의 신체상과 목표로 정해둔 이상적인 신체상 사이에 차이가 있을 때 발생하는 부정적인 내적 상태를 말하며(임숙희, 2006), 자신의 신체에 대한 부정적인 평가를 의미한다(박정수, 이민규, 신희천, 2007). Cash(1990)에 의하면 자신의 외모에 대한 긍정적인 평가는 개인의 자존감을 고양시키는 반면에, 자신의 신체에 대한 부정적인 평가는 자신감을 낮추고, 사회적 활동에서 더 자의적이고 소극적이 되도록 만든다고

지적한다(임숙희 2006에서 재인용).

가. 신체불만족에 미치는 미디어 효과

매스미디어와 신체 이미지 간의 효과와 관련한 선행 연구들을 살펴보면, 대부분의 연구 결과 마른 몸매를 강조하는 신체 이미지 관련 미디어 메시지가 여성의 신체 이미지 만족도와 자아 만족도에 영향을 미치는 것으로 조사되었다(Myers & Biocca, 1992; Stice & Shaw, 1994; 신미영, 1997; Harrison & Cantor, 1997; Turner, Hamilton, Jacobs, Angood & Dwyer, 1997).

Harrison과 Cantor(1997)의 연구에 따르면, 마른 몸매를 가진 TV 캐릭터가 출연하는 프로그램을 많이 볼수록 여성 수용자들이 마른 몸매를 갖고자 하는 욕구를 더욱 강하게 보인다고 하였다. 또한 미디어 비평가와 사회의 일각에서는 마른 몸매를 강조하거나 선호하는 미디어 메시지(TPM)가 젊은 여성들의 이상적인 미에 대한 기준에 영향을 미치고, 지나치게 마른 몸매를 이상화 시키는 많은 메시지로 인하여 젊은 여성들이 부정적인 자아 이미지나 부정적인 신체 이미지를 갖도록 만든다고 비판하고 있다.

따라서 매스미디어 광고의 신체 이미지가 여성 수용자에게 미치는 영향을 신체 불만족과 관련하여 선행연구를 정리해 보도록 하겠다.

게탈스(Goethals, 1986)는 사회 비교 이론의 틀에서 개인이 미디어 이미지와 강제 비교하기 쉽다고 예측했으며, 마른 몸이 이상적이라는 미디어 이미지가 우리로 하여금 자동적으로 비교하게 만들고 있다고 주장하였다. 이로 인해 사람들은 매체에 나타난 신체를 이상적인 신체 이미지로 간주하여 자신의 외모를 평가하는 기준으로 삼게 되어 자신의 신체에 대해 불만을 갖게 된다. 현대에는 특히 외모의 매력이 인간관계에서 중시되기 때문에 외모가 다른 이에 비해서 뒤처지게 되면 이는 신체 불만족으로 연결되

고 결국 개인의 자아존중에 부정적 영향을 끼치게 된다(황진숙·김윤희, 2005).

한미정(2000)은 여대생을 대상으로 신체 이미지 관련 텔레비전 노출이 신체 만족감에 미치는 영향에 대한 조사를 하였는데 여대생들이 프로그램을 보는 과정에서 느끼는 마른 몸매에 대한 지각인 인식에 따라 자신들의 신체에 대한 만족감에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이어 한미정(2002)은 초등학생을 대상으로 마른 몸매를 강조하는 내용의 비디오를 보게 한 집단과 동물 등이 나오는 비디오를 10분간 시청하게 한 집단 간의 신체 불만족에 대한 실험을 하였는데 마른 몸매를 강조한 내용의 비디오를 시청한 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 신체 불만족이 더욱 높게 나타났다.

광고와 관련한 연구에서도 비슷한 결과가 나타나는데, Thompson과 Hirschman(1995)은 대중문화와 광고에서 넘쳐나는 이상화된 신체(idealized body)의 모습은 개인으로 하여금 자신의 신체에 대해서 끊임 없이 문제의식을 갖도록 만들어 결과적으로 자아 존중감(self-esteem)을 낮게 지각 하도록 만든다고 하였다.

즉, 이상화된 날씬한 신체 이미지 노출이 시청자에게 부정적인 기분과 신체 불만족을 가져오지만 개인에 따라 각각의 효과가 차이가 있을 것이다.

5. 외모관리 행동에 따른 제품구매

박은하·성영신(2001)는 모델의 신체 이미지를 강조한 광고에 노출된 소비자는 신체를 강조하지 않은 광고에 노출된 소비자보다 신체 존중감이 저하되었는데, 신체 존중감이 많이 저하된 소비자일수록 광고에 대해 호감

을 갖고 구매의도를 높게 형성하였다.

Cash(1990)는 신체이미지는 고정되어 있지 않고 항상 변화하는데, 예를 들어 매력적인 광고 모델들이 신체에 대한 의식을 강화하는 요인으로 작용하며 이에 따라 신체를 꾸며주는 의복이나 보석, 화장, 향수 등을 통해 자신의 외모 변화 행동을 함으로써 신체에 대한 감정을 변화시키려 한다.

신체 이미지와 외모관리 행동에 관한 연구는 소수인데 그중 Rudd와 Lennon(2000)은 미국 여대생 대상으로 신체 이미지와 외모관리 행동에 대해 질적연구를 하였다. 그 결과 현대 서구사회의 이상적 미의 기준은 날씬함, 매력, 체력 등으로 나타났으며, 서구 여성은 운동을 통한 외모관리를 중요시 여긴다고 하였다. 반면 한국 여성을 대상으로 한 김선희(2003)의 연구에 따르면 한국 여성은 이상적인 미로 ‘내적인 미’와 ‘서구적인 신체 매력’을 추구하였으며 이상적인 미를 추구하기 위해 얼굴 부분을 가꾸고 외모관리 행동으로, 화장이나 피부관리를 많이 하는 것으로 나타났다. 정명선(2003)은 연구에서 대다수의 여성들은 화장, 헤어 관리, 마사지나 팩 사용, 기능성 화장품 사용, 운동 등 일상적인 외모관리 행동을 더 자주 하고 있고, 체중 감소를 위한 다이어트, 설사제와 구토제 복용 및 흡연, 성형수술 등 위험이나 고통을 수반하는 극단적인 외모관리 행동은 빈도가 낮다는 것을 발견하였고, 다이어트 행동에 대한 실태 파악과 관련된 박희숙(1998)의 연구 결과에 의하면 다이어트를 하는 이유로는 68.9%가 외형적인 아름다움을 유지하기 위해서라고 답했으며, 다이어트 방법으로 가장 많이 사용하는 방법은 절식과 운동으로 나타났다.

그러므로 본 연구에서는 사회문화적 압력으로 인하여 신체 비교 및 마른 몸 규범화에 영향을 미친다는 모형을 검증하고 그에 따른 신체 불만족이 어떠한 제품구매에 영향을 미치는지 알아보도록 하겠다.

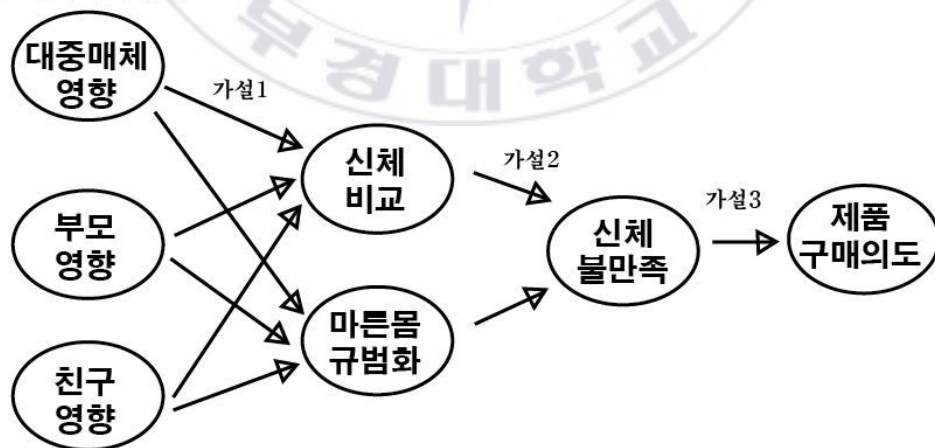
Ⅲ. 연구 방법

1. 연구모형

가. 연구모형

본 연구는 외모에 대한 사회문화적 압력을 지각하고 있는 정도에 따라 자신의 신체 비교 및 마른몸 규범화를 통해 신체불만족 수준이 영향을 받고 이는 제품구매의도에 영향을 미치게 될 것 이라는 그림 1과 같은 모형을 구성하고, 이모형이 한국의 남녀 대상에게 적용가능한지를 탐색해 보려 한다.

사회문화적압력



[그림 1] 신체불만족에 따른 제품구매의도에 대한 사회문화적 압력 설명 모형

2. 연구가설 및 분석방법

가. 연구가설

본 연구에서 다루고자 하는 구체적인 연구가설은 다음과 같다.

가설1 사회문화적 압력이 신체비교와 마른몸규범화에 영향을 미칠 것이다.

1-1 대중매체영향은 신체비교와 마른몸 규범화의 영향을 미칠 것이다

1-2 친구영향은 신체비교와 마른몸 규범화의 영향을 미칠 것이다.

1-3 부모영향은 신체비교와 마른몸 규범화의 영향을 미칠 것이다.

가설2 신체비교와 마른몸 규범화는 신체불만족에 영향을 미칠 것이다.

가설3 신체불만족은 제품구매에 영향을 미칠 것이다.

나. 분석방법

이론적 논의들을 바탕으로 도출된 가설을 검증하기 위해, 본 연구는 경로분석(path analysis)방식을 이용하여 변인들 간의 직접적 혹은 간접적 인과관계를 측정하려 한다. (그림1참조) 세부적으로 본 연구는 사회문화적 압력 하위요인 대중매체영향 가족영향 친구영향은 신체비교와 마른몸 규범화에 직접적 영향을 미칠 것 이며 신체비교와 마른몸규범화 는 신체불만족에 직접적 영향을 미칠 것이다. 그리고 신체불만족은 제품구매에 대한 영향을 미칠 것이다. 이러한 구조모형 (stuctural models)은 경로계수(path coefficients)값과 모델 적합 지수(model fit indices)에 대한 분석을 포함한다.

(1) 데이터분석방법

가장먼저 SPSS18버전을 이용하여 본 연구가 제시한 연구 변인들 간의 피

어슨 상관계수(Pearson Product-Moment Correlation)를 측정하였다. 이후 AMOS 6.0을 이용하여 본 연구가 제시한 연구 모델의 모형에 따라 각 변인들 간의 인과율을 다 그룹 분석 접근법을 이용하여 경로분석 하였다.

본 연구의 대상은 부산 남녀 대상으로 자기보고식 설문지를 실시하였다. 조사는 2015년 10월 1일부터 2015년 11월 1일 사이에 이루어졌으며, 설문지 작성에 소요된 시간은 15분 정도였다.

〈표 1〉 연구대상자의 인구통계학적 분포

	구분	(명)	(%)
성별	남	65명	32.2%
	여	137명	67.8%
연령	20세이하	18명	8.9%
	20대	139명	68.8%
	30대	34명	16.8%
	40대	11명	5.4%
학력	고졸이하	9명	4.5%
	전문대학재학	69명	34.2%
	전문대 졸업	20명	9.9%
	대학교재학	68명	33.7%
	대학교졸업	31명	15.3%
	대학원 재학	5명	2.5%
결혼	미혼	171명	84.7%
	기혼	31명	15.3%
직업	공무원/사무직	16명	7.9%
	전문직	15명	7.4%
	판매/서비스	11명	5.4%
	학생	133명	65.8%
	기술직	10명	5.0%
	자영업	2명	1.0%
	주부	9명	4.5%
	기타	5명	2.5%

참여자는 남녀 분포는 남 65명(32.2%) 여 137명(67.8%)가 분포 하였으며 남자 이상적인 평균 키 180cm 남자 이상적인 평균 몸무게 72kg 남자 평균 키 175cm 남자 평균 몸무게 75kg, 여자 이상적인 평균 키 166cm , 여자 이상적인 평균 몸무게 51kg, 여자 평균 키 161cm, 여자 평균 몸무게 55kg 로 나타났다

〈표 2〉 연구대상자 평균 키, 몸무게 이상적 키, 몸무게

성별	N	키		몸무게	
		평균	이상적평균	평균	이상적평균
남	65명 (32.2%)	175cm	180cm	75kg	72kg
여	137명 (67.8%)	161cm	166cm	55kg	51kg

3. 측정도구

가. 사회문화적 압력

—삼자영향척도(Tripartite Influence Scale-Revised: TIS-R)

부모 또래, 미디어가 신체 이미지에 미치는 사회문화적 압력을 측정하기 위해 Kerry, van den Berg 및 Thompson(2004)이 개발한 삼자영향척도(Tripartite Influence Scale-Revised: TIS-R)를 박정수(2006)가 번안 및 수정한 척도를 사용하였다. 이 척도는 총 43문항으로 구성되어 있으며, 요인분석결과 신뢰도 .600이하 요인들은 제거 하였다. 응답은 5점 척도로 1점 ‘매우 그렇지 않다’ 에서 5점 ‘매우 그렇다’ 로 되어있다. 그 중

사회문화적 압력의 하위요인 (부모, 친구, 미디어의)중 **부모**관련 문항은 20문항으로 부모의 체중이나 몸매에 대한 몰두, 개입, 언급에 대한 내용으로 이루어져 있다. **친구** 관련된 문항은 13문항으로 친구들의 체중이나 몸매에 대한 몰두, 친구들로부터 체중이나 몸매에 대한 놀림이나 거부, 친구들이 주는 영향력에 대한 지각에 대한 내용으로 이루어져 있다. 그리고 **미디어** 관련 문항은 10문항으로 몸매, 체중과 관련한 신체비교에 대중매체에서 주는 영향력에 대한 지각, 체중감량에 대한 대중매체에서의 압력, 다이어트나 패션, 건강 관련 프로그램이나 잡지는 보는 정도와 인터넷상에서 관련 카페와 블로그, 클럽 활동, 정보 검색을 하는 정도에 대한 내용으로 이루어져 있다.

부모님 영향에 관한 설문문항

문항 번호	문항
1	어머니는 체중감량을 위한 다이어트를 하고 있다.
2	어머니는 가능한 날씬해지는 것을 중요하게 생각한다.
3	어머니에게는 자신의 외모(몸매, 체중, 옷)가 중요하다.
4	아버지는 체중감량을 위한 다이어트를 하고 있다.
5	아버지는 가능한 한 날씬해지는 것을 중요하게 생각한다.
6	아버지에게는 자신의 외모(몸매, 체중, 옷)가 중요하다.
7	부모님이 서로 체중과 몸매에 많은 주의를 기울인다고 생각합니까?
8	부모님은 체중과 몸매를 중요하게 여깁니까?
9	어머니가 내 외모를 언급하거나 놀렸다.
10	아버지가 내 외모를 언급하거나 놀렸다.
11	부모님은 서로의 체중에 대해 언급한다.
12	부모님은 서로 체중을 줄이라고 격려해준다.
13	부모님은 체중이나 다이어트에 관해서 이야기한다.
14	부모님은 자신들의 체중에 대해 걱정한다.
15	부모님은 먹는 것을 고민한다.

- 16 부모님은 다이어트를 한다.
- 17 당신의 체중이 너무 많이 나간다고, 살이 찼다고, 혹은 살이 찌까봐 어머니가 걱정스러워 하십니까?
- 18 당신이 날씬한 것이 어머니에게는 중요합니까?
- 19 당신의 체중이 너무 많이 나간다고, 살이 찼다고, 혹은 살이 찌까봐 아버지가 걱정스러워 하십니까?
- 20 당신이 날씬한 것이 아버지에게는 중요합니까?

친구영향 설문문항

문항
번호

문항

- 1 한 명 이상의 친구가 살을 빼려고 다이어트중이다.
- 2 내 친구들은 가능한 날씬해지는 것을 중요하게 생각한다.
- 3 내 친구들에게는 자신의 외모(몸매, 체중, 옷)가 중요하다.
- 4 친구들이 내 외모를 언급하거나 놀렸다
- 5 친구들이 서로의 체중에 대해 언급한다.
- 6 친구들이 서로 체중을 줄이라고 격려해준다
- 7 친구들이 체중이나 다이어트에 관해서 이야기한다.
- 8 친구들이 자신들의 체중에 대해 걱정한다.
- 9 친구들이 먹는 것을 고민한다.
- 10 친구들이 다이어트를 한다.
- 11 친구들이 식사를 거른다.
- 12 친구들이 서로의 체중과 몸매에 많은 주의를 기울인다.
- 13 친구들은 체중과 몸매를 중요하게 여긴다.

대중매체 설문문항

문항 번호	문항
1	내가 보는 잡지와 TV에서는 날씬해지는 것이 중요하다고 강조한다
2	내가 보는 잡지와 TV에서는 외모(몸매, 체중, 옷)가 중요하다.
3	내가 보는 잡지와 TV에서는 체중감량을 위한 다이어트를 강조한다.
4	다이어트를 주제로 하는 TV프로그램/잡지를 보는데 관심이 있다.
5	건강, 운동을 주제로 하는 TV프로그램/잡지를 보는데 관심이 있다.
6	패션을 주제로 한 TV프로그램/잡지를 보는데 관심이 있다.
7	대중매체에서 살을 빼라는 압력을 느낀다.
8	다이어트와 관련된 정보를 검색하거나, 관련 카페, 블로그, 클럽 활동을 한다.
9	패션과 관련된 정보를 검색하거나, 관련카페, 블로그, 클럽 활동을 한다.
10	건강, 운동과 관련된 정보를 검색하거나, 관련 카페, 블로그, 클럽 활동을 한다.

나. 신체비교

- 신체외모비교척도(Physical Appearance Comparison Scale; PACS)
- 신체특성비교척도(Specific Attributes Comparison Scale; SACS)

신체에 대한 사회적 비교를 측정하기 위해서 Thompson, Heinberg, Tantleff(1991)의 신체외모에 대한 비교척도(Physical Appearance Comparison Scale; PACS)5문항과 Tiggemann과 McGill(2004)의 신체특성에 대한 비교척도(Specific

Attributes Comparison Scale; SACS) 5문항을 사용하였다. PACS척도는 사회적 맥락에서 자신의 신체와 외모를 다른 사람과 비교하는 정도에 대한 애용으로 구성되어 있으며, 손은정(2008)이 변안한 척도를 사용하였다. 응답은 5점 척도로 1점 ‘전혀 그렇지 않다’에서 5점 ‘항상 그렇다’로 되어있다. 점수가 높을수록 자신의 신체와 외모를 다른 사람과 비교하는 경향이 높음을 의미한다. Thompson 등(1991)의 연구에서 *Cronbach's alpha*는 .780이었으며, SACS척도는 팔뚝, 허벅지, 배, 엉덩이 등 구체적인 신체부위를 다른 사람과 비교하는 정도에 대한 애용으로 구성되어 있으며, 응답은 1점 ‘전혀 그렇지 않다’에서 5점 ‘항상 그렇다’로 하도록 되어 있다. 점수가 높을수록 자신의 신체와 외모를 다른 사람과 비교하는 경향이 높음을 의미한다. 본 연구에서는 문화적인 요인을 고려하여 3번 문항의 ‘수영장에 갈 때’를 ‘목욕탕에 갈 때’로 수정하여 사용하였다.

신체비교 설문문항

문항
번호

문항

- 1 나는 사교 모임에서 나의 신체적 외모와 다른 사람의 신체적 외모를 비교한다.
- 2 어떤 사람이 과체주인지 체중마달인지를 알 수 있는 가장 좋은 방법은 그 사람의 몸매를 다른 사람들과 비교해 보는 것이다.
- 3 나는 사교모임에서 내가 옷을 어떻게 입고 있는가와 다른 사람이 어떻게 옷을 입고 있는 가를 비교한다.
- 4 당신의 외모를 다른 사람의 외모와 비교하는 것은 당신이 매력적인지 매력적이지 못한지를 결정하는데 있어서 좋지 않은 방법이다.
- 5 나는 종종 사람들을 만날 때 나의 몸매를 다른 사람의 몸매와 비교한다.
- 6 가늘고 단단한 팔뚝을 가진 사람들과 함께 있을 때 나 자신을 의식하게 된다.
- 7 목욕탕에 갈 때 다른 사람들에 비해 내 배가 어떻게 보이는데 대해 의식한다.

- 8 다른 사람들과 같이 있을 때 나의 허벅지의 둘레를 동료의 허벅지와
비교한다.
- 9 나는 다른 사람들의 엉덩이 크기와 내 엉덩이 크기를 비교한다.
- 10 다른 사람들이 청바지를 입은 것을 보면 그런 옷을 입었을 때 나의
하체는 어떻게 보일까 비교한다.

다. 마른 몸매에 대한 규범화

- － 외모에 대한 사회문화적 태도척도 : (sociocultural Attitudes
towards Appearance Questionnaire SATAQ)

Stormer & Thompson(1996)은 마른 몸매를 가진 연예인의 모습이 지배적으로 등장하는 많은 프로그램에 노출되는 것이 젊은 여성 수용자로 하여금 외모를 중요시하고, 여성으로서 마른 몸매를 가지는 것이 사회적 성공에 유리하다고 지각할 수도 있다고 하였다. 따라서 이러한 마른 몸매를 이상화시키거나 사회에서 규정하는 미의 기준이 여성 수용자들의 기분이나 신체 불만족에 영향을 미칠 것이라 생각된다. 이에 본 논문에서 Stormer와 Thompson(1996)이 만든 외모에 대한 사회문화적 태도 척도(SATAQ : sociocultural Attitudes towards Appearance Questionnaire)를 바탕으로 Botta(1999)의 논문에서 사용한 12개 항목으로 구성된 측정도구를 이용하여 연구에서 12개의 항목을 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다.

마른몸 규범화 설문문항

문항
번호

문항

- 1 우리 사회에서는 뚱뚱한 사람은 매력적이지 않다.
- 2 미디어에 등장하는 인물들은 내가 이상형으로 생각하는 타입의 외모를 보여준다.
- 3 이상적인 여성은 날씬하다.
- 4 미디어에 나오는 마른 몸매의 모델이 아름답고 멋진 여성의 기준을 설정한다.
- 5 현대사회에서 성공하려면 항상 자기의 외모를 가꾸어야 한다.
- 6 건강한 몸매보다는 마른 몸매가 훨씬 매력적이다.
- 7 사람은 살을 빼면 더 행복해질 것이다.
- 8 대부분의 사람들은 날씬할수록 더 보기 좋다고 생각한다.
- 9 수영복 모델처럼 생겼으면 좋겠다.
- 10 날씬한 여자나 몸매가 좋은 남자를 보면 나도 그렇게 되고 싶다.
- 11 현대사회에서 성공하려면 사람들은 몸매관리를 열심히 해야한다.
- 12 웃은 날씬한 모델이 입어야 예뻐 보인다.

라. 신체불만족

- 상태자존감척도 (The Stare Self-Esteem Scale SSES)

신체 불만족이란 자신의 신체에 대한 불만족 정도를 말한다. 신체 불만족은 홍종필·이시연(2005)이 사용한 측정항목을 차용하였다. 홍종필·이시연(2005)은 선행 연구들(박은아·성영신, 2001; Heatherton & Polivy, 1991)에서 사용되었던 신체 불만족도 측정 항목 중 신뢰도를 확보한 문항들을 종합하여 10개의 항목으로 신체에 대한 만족 정도를 측정하였다. 이 연구에서 10개의 항목을 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다. 구체적인 항목은 다음과 같다. ① 내 얼굴은 너

무 큰 것 같다, ② 내 엉덩이는 너무 큰 것 같다, ③ 내 허벅지는 너무 굵은 것 같다, ④ 내 허리는 너무 굵은 것 같다, ⑤ 내 팔뚝은 너무 굵은 것 같다, ⑥ 나는 현재 다른 사람에게 보이는 내 신체에 만족감을 느낀다, ⑦ 나는 현재의 내 체중이 불만족스럽다, ⑧ 나는 현재의 내 외모가 만족스럽다, ⑨ 나는 매력적이지 않은 것 같다, ⑩ 지금 나는 내 모습이 괜찮게 느껴진다. ⑥, ⑧, ⑩은 긍정문으로 되어 있어 역 코딩을 하였다.

신체불만족 설문문항

문항 번호	문항
1	내 얼굴은 너무 큰것같다.
2	내 엉덩이는 너무 큰 것 같다.
3	내 허벅지는 너무 굵은 것 같다.
4	내 허리는 너무 굵은 것 같다.
5	내 팔뚝은 너무 굵은 것 같다.
6	나는 현재 다른 사람에게 보이는 내 신체에 만족감을 느낀다.
7	나는 현재의 내 체중이 불만족스럽다.
8	지금 나는 외모가 만족스럽다
9	나는 매력적이지 않은 것 같다.
10	나는 지금 내 모습이 괜찮게 ,느껴진다.

마. 구매의도

신체 이미지 노출에 따른 외모관리 행동으로 신체를 강조한 미디어에 자주 노출될수록 신체 존중감이 많이 저하되어 신체불만족을 형성하게 되고 소비자들은 제품구매의도를 높게 형성했다. Cash(1990)는 신체불만족이 생기면 신체를 꾸며주는 의복이나 보석, 화장, 향수 등을 통하여 자신

의 외모를 변화 행동을 함으로써 신체에 대한 감정을 변화 시킨다고 이야기하였다. 이 연구에서 7개의 항목을 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다 이 척도의 구체적 항목은 다음과 같다.

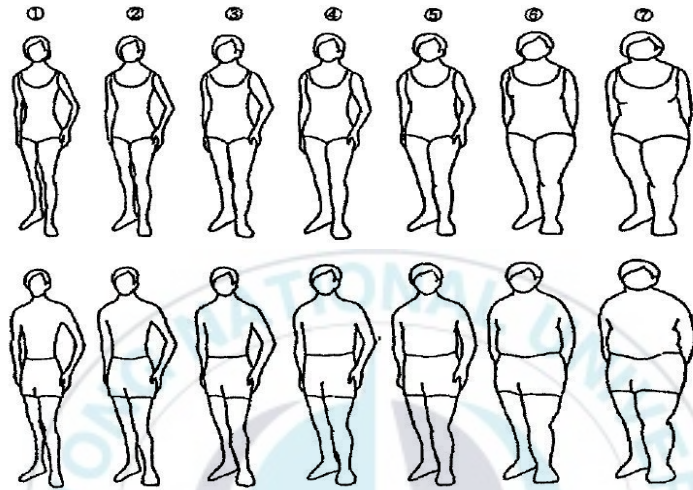
① 나는 다이어트제품을 구매하겠다, ② 나는 화장품을 구매하겠다, ③ 나는 옷을 구매하겠다, ④ 나는 기능성 속옷을 구매하겠다, ⑤ 나는 향수를 구매하겠다, ⑥ 나는 액세서리를 구매하겠다, ⑦ 나는 헬스이용권을 구매하겠다, 로 측정하였다.

제품구매에 설문문항	
문항 번호	문항
1	나는 다이어트제품을 구입(구매)하겠다.
2	나는 화장품을 구입(구매)하겠다.
3	나는 옷을 구입(구매)하겠다.
4	나는 기능성 속옷을 구입(구매)하겠다.
5	나는 향수를 구입(구매)하겠다.
6	나는 액세서리를 구입(구매)하겠다.
7	나는 헬스이용권을 구입(구매)하겠다.

바. 신체비교 측정도구

지각적인 신체비교 측정도구는 아직까지 국내에서 개발된 것이 없는 관계로 서양인을 대상으로 외국에서 개발된 측정도구를 사용해왔다. 그러나 서양인과 동양인은 그 신체비례나 비만정도 등에서 차이가 있으므로 이미숙, 김재숙(2001)의 남녀 중 고등학생의 신체이미지 측정도구 그림을 사

용하였다. 가장마른모습은1, 가장 뚱뚱한 모습은 7에 해당하도록 구성하였다.



[그림 2] 신체비교 측정도구

IV. 분석 결과

1. 측정도구의 신뢰성 및 타당성 검증¹⁾

가. 탐색적 요인분석과 신뢰도분석

본 연구에서는 구성 개념의 타당성 검증 및 신뢰성 검증을 확보하기 위하여 탐색적 요인분석(Exploratory factor analysis: EFA)과 내적일관성을 분석하는 Cronbach's α 값을 제시하였다.

기본적으로 본 연구의 측정변수들을 선행연구 및 문헌 등을 바탕으로 하였지만 기존 연구와 달라진 환경과 각각의 변수들에 대한 요약화 및 측정 개념이 명확히 확립되지 않았으므로 탐색적 요인분석을 다시 실시하였다. 탐색적 요인 분석은 실제로 존재하는 어떤 특정 사회현상에 관한 연구를 수행할 때 일련의 관측된 변수들을 직접 관측할 수 없는 개념을 확인하기 위한 것이다. 즉, 측정항목들 간 상관관계가 높은 항목끼리 하나의 요인으로 구성하여 하나의 특성을 나타내고 있는지의 측정항목의 타당성을 평가하고자 하는 것이 요인분석의 목적이다.

먼저 외생변수(대중매체, 부모영향, 친구영향)와 내생변수(신체비교, 마른 몸규범화, 신체불만족, 제품구매)에 대한 개념타당성을 검증하기 위해 요인 분석에 있어 요인추출방법은 주성분분석(Principal component analysis)법을 사용하였으며 요인회전 방법으로는 직교회전(Varimax rotation)을 이용하였다.

또한 측정항목의 내적 일관성(Internal consistency)을 검증하기 위해 신뢰성 분석을 실시하였다. 내적 일관성이란 동일한 개념을 측정하기 위하여

1) 강병서(2013). 연구조사방법론-SPSS와 AMOS활용. 무역경영사 참고

여러 항목을 이용하는 경우 신뢰성을 저해하는 항목을 찾아내어 제거시킴으로써 측정도구의 신뢰성을 높이기 위한 방법으로 Cronbach's α 계수를 이용한 방법이 많이 사용되고 있다.

Cronbach's α 계수의 값의 기준에 대하여 Van & Ferry(1980)는 일반적으로 0.6이상이면 측정도구의 신뢰성에 별 무리가 없다고 하였다.

(1) 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

- 외생변수 (사회문화적 압력) 내생변수 (신체비교, 마른몸 규범, 신체불만족, 제품구매)

본 연구에 이용된 외생변수(대중매체, 부모영향, 친구영향)에 대한 요인 분석 결과는 <표 3>에 제시되어 있다.

요인의 수는 고유값(Eigen-Value) 1이상을 기준으로 하였으며, 0.6이상의 요인 적재값이 2개 요인이상에 나타나는 항목은 제거하였다. 이러한 타당성 검증을 통하여 대중매체영향은 10개 문항 중 5개 문항이 제거되었고, 부모 영향의 경우 20개 문항 중 15개 문항이 제거되었다. 그리고 친구영향의 13개 문항 중, 8개 문항이 제거되었다.

내생변수(신체비교, 마른몸규범화, 신체불만족, 제품구매의도)에 대한 요인 분석 결과는 <표 4>에 제시되어 있다.

요인의 수는 고유값(Eigen-Value) 1이상을 기준으로 하였으며, 0.6이상의 요인 적재값이 2개 요인이상에 나타나는 항목은 제거하였다. 이러한 타당성 검증을 통하여 내생변수 중 신체비교 10개 문항 중, 5개 문항이 제거되었고, 신체불만족 또한 10개 문항중, 5개문항이 제거되었다. 그리고 마른몸 규범화에 대한 12개 문항 중 8개 문항이 제거되었고, 제품구매에 대한 문항 7개 중 3개가 제거되었다.

또한 외생변수와 내생변수에 속한 요인들의 내적일관성을 분석하기 위해 신뢰도분석을 실시하였으며, Cronbach's α 계수를 제시하였다. <표 3>와 <표 4>에서 Cronbach's α 계수는 모두 0.6이상을 상회하고 있어 본 연구에서 사용된 측정도구의 신뢰성이 있는 것으로 판단하였다.

<표 3> 외생변수의 탐색적 요인분석

	Factor1	Factor2	Factor3	공통성
부모영향13	0.917	-0.086	-0.032	0.849
부모영향14	0.908	-0.108	-0.042	0.837
부모영향16	0.906	-0.096	-0.058	0.833
부모영향12	0.904	-0.122	-0.013	0.833
부모영향5	0.876	-0.088	-0.029	0.777
대중매체9	-0.086	0.865	-0.003	0.755
대중매체8	-0.095	0.863	-0.096	0.763
대중매체10	-0.047	0.829	-0.060	0.693
대중매체4	-0.100	0.824	0.033	0.689
대중매체5	-0.137	0.752	0.131	0.602
친구영향2	-0.001	-0.022	0.834	0.696
친구영향10	0.008	-0.024	0.829	0.687
친구영향13	-0.030	-0.027	0.828	0.688
친구영향3	-0.052	0.015	0.819	0.673
친구영향7	-0.077	0.063	0.761	0.589
고유값	4.128	3.481	3.355	
분산	27.517	23.207	22.366	
누적분산	27.517	50.724	73.090	
Cronbach's α	0.946	0.899	0.873	

<표 4> 내생변수의 탐색적 요인분석

	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	공통성
신체비교1	0.860	0.144	0.099	0.014	0.769
신체비교2	0.843	-0.009	0.033	0.038	0.714
신체비교8	0.840	0.134	0.152	0.044	0.749
신체비교9	0.829	0.072	0.011	0.014	0.693
신체비교3	0.824	0.048	0.134	0.147	0.721
신체불만족2	0.023	0.837	0.188	0.077	0.742
신체불만족3	0.089	0.832	0.207	0.084	0.750
신체불만족5	0.053	0.822	0.153	0.074	0.708
신체불만족4	0.127	0.813	0.196	0.084	0.723
신체불만족7	0.112	0.702	0.312	0.101	0.613
마른몸규범화3	0.038	0.209	0.837	0.045	0.748
마른몸규범화4	0.112	0.204	0.832	0.156	0.771
마른몸규범화5	0.165	0.285	0.797	0.207	0.787
마른몸규범화12	0.128	0.376	0.740	0.090	0.713
구매의도2	0.074	0.081	0.042	0.850	0.737
구매의도5	0.048	0.155	0.084	0.833	0.727
구매의도6	0.044	0.044	0.061	0.819	0.679
구매의도3	0.046	0.062	0.222	0.728	0.585
합계	3.631	3.615	2.927	2.756	
% 분산	20.174	20.082	16.262	15.312	
% 누적	20.174	40.256	56.518	71.829	
Cronbach's α	0.902	0.892	0.886	0.839	

나. 확인적 요인분석

본 연구는 탐색적 요인 분석과 Cronbach's α 계수를 이용한 신뢰성 분석 결과를 바탕으로 연구가설 검증에 앞서 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis: CFA)을 실시하였다. 확인적 요인 분석은 탐색적 요인 분석과 대비되는 요인분석의 한 방법으로 연구자가 자료내부에 숨겨져 있는 이론적 구조에 대한 정보를 사전에 알고 있어, 이론적 구조를 확인하고자 할 때 사용하는 방법이다(채서일, 2005).

본 연구에서는 연구모형의 전반적인 적합도를 판단하기 위하여 구조모형이 제공하는 적합도 지표인 χ^2 , GFI(Goodness of fit index), NFI(Normed fit index), CFI(Comparative fit index), RMR(Root mean square residual) 등의 적합도 지수를 확인하였다. 또한 집중타당성을 분석하기 위해 모든 요인들의 평균분산(AVE)값을 계산하고, 그 값이 검증 기준치인 0.5 이상을 상회하고 있으면, 각 요인을 설명하는 변인들은 집중타당성(convergent validity)을 확보했다고 볼 수 있다.

확인적 요인 분석에서 χ^2 는 모형의 완전성, 즉 모형이 자료에 완전하게 적합 하는지의 여부를 검토할 때 사용한다. χ^2 이 크면 연구모형이 자료에 부합되지 않음을 의미하는데, 카이스퀘어 검증력은 표본의 크기에 매우 민감하므로 모형의 적합도는 카이스퀘어값 외에 다른 적합도 지수들을 동시에 종합적으로 고려하여 판단할 필요가 있다.

모형의 적합도를 보기위해 가장 널리 사용되는 적합도 지수(GFI)는 주어진 모형이 전체 자료를 얼마나 잘 설명하는지를 나타내는 지표로서 GFI는 보통 0.9에 가깝거나 그 이상일 경우 적합도가 좋은 것으로 간주되며, 0.8 이상일 때 모형에는 문제가 없는 것으로 판단할 수 있으며, 평균제곱잔차 제곱근(RMR)은 적합잔차의 제곱들의 평균에 제곱근을 취한 것이다. 따라

서 RMR값이 작을수록 적합정도가 좋음을 나타낸다. 보통 0.08 이하이면 적당한 모형으로 간주된다. 표준적합지수(NFI)는 표준화시킨 부합치로 0.9보다 크면 모형의 적합도에 만족한다고 할 수 있다

(1) 외생변수의 확인적 요인분석

외생변수(대중매체, 친구영향, 부모영향)에 대한 확인요인분석을 실시한 결과 다음 <표 5>에서 보는 바와 같이 $\chi^2=93.441$, $df=83$, $p=0.203$ GFI=0.944, AGFI=0.919 RMR=0.031, NFI=0.954, CFI=0.995, RMSEA=0.025로 대부분이 적합도 권장기준을 충족시키는 것으로 나타났다. 또한 표준화 계수도 0.6이상이었으며, 유의수준 5%에서 유의하였다.

<표 5> 외생변수의 확인적 요인분석

구성개념	측정변수	비표준화계수	표준화계수	S.E.	t-value	p-value
대중매체	대중매체4	1	0.689			
	대중매체5	0.791	0.62	0.068	11.609	0.000
	대중매체8	1.454	0.892	0.13	11.171	0.000
	대중매체9	1.321	0.862	0.121	10.951	0.000
	대중매체10	1.217	0.802	0.118	10.316	0.000
친구영향	친구영향2	1	0.665			
	친구영향3	0.927	0.645	0.068	13.711	0.000
	친구영향7	1.217	0.761	0.135	8.994	0.000
	친구영향10	1.249	0.805	0.134	9.349	0.000
	친구영향13	1.185	0.821	0.125	9.457	0.000

부모영향	부모영향5	1	0.814			
	부모영향12	1.072	0.887	0.07	15.370	0.000
	부모영향13	1.076	0.915	0.067	16.100	0.000
	부모영향14	1.042	0.913	0.065	16.041	0.000
	부모영향16	1.119	0.866	0.063	17.834	0.000
적합도	$\chi^2=93.441$, $df=83$, $p=0.203$ GFI=0.944, AGFI=0.919 RMR=0.031, NFI=0.954, CFI=0.995, RMSEA=0.025					

(2) 내생변수의 확인적 요인분석

내생변수(마른몸매, 신체비교, 신체불만족, 제품구매)에 대한 확인요인분석을 실시한 결과 다음 <표 6>에서 보는 바와 같이 $\chi^2=171.412$, $df=125$, $p=0.004$ GFI=0.916, AGFI=0.885 RMR=0.035, NFI=0.924, CFI=0.978, RMSEA=0.043로 대부분이 적합도 권장기준을 충족시키는 것으로 나타났다. 또한 표준화계수도 0.6이상이었으며, 유의수준 5%에서 유의하였다.

<표 6> 내생변수의 확인적 요인분석

구성개념	측정변수	비표준화계수	표준화계수	S.E.	t-value	p-value
마른몸매	마른몸규범화3	1	0.767			
	마른몸규범화4	1.062	0.814	0.089	11.88	0.000
	마른몸규범화5	1.147	0.87	0.09	12.742	0.000
	마른몸규범화12	1.047	0.799	0.09	11.635	0.000
신체비교	신체비교1	1	0.839			
	신체비교2	0.961	0.761	0.069	13.924	0.000
	신체비교3	0.983	0.837	0.077	12.696	0.000

	신체비교8	1.043	0.784	0.088	11.838	0.000
	신체비교9	0.983	0.717	0.093	10.532	0.000
신체불만 족	신체불만족2	1	0.772			
	신체불만족3	0.99	0.789	0.065	15.255	0.000
	신체불만족4	1.051	0.802	0.098	10.683	0.000
	신체불만족5	1.069	0.767	0.105	10.165	0.000
	신체불만족7	1.075	0.751	0.104	10.381	0.000
제품구매	구매의도2	1	0.801			
	구매의도3	0.688	0.654	0.076	9.1	0.000
	구매의도5	1.031	0.817	0.091	11.36	0.000
	구매의도6	0.953	0.741	0.091	10.42	0.000
적합도	$\chi^2=171.412$, $df=125$, $p=0.004$ GFI=0.916, AGFI=0.885 RMR=0.035, NFI=0.924, CFI=0.978, RMSEA=0.043					

다. 상관관계 분석

구성개념간의 상관관계를 정리하여 <표 7>에 제시하였다. 상관분석 결과 대부분의 상관계수 값이 0.3이하로 낮은 상관관계를 보여주고 있으며, 마른몸규범과 신체불만족은 0.566으로 높은 상관관계를 보이나 판별타당성에는 큰 문제가 없다. 따라서 분석에 사용된 구성개념간 판별타당성에는 문제가 없다.

<표 7> 구성개념간의 상관계수

	대중매체	친구영향	부모영향	신체비교	마른몸규범	신체불만족	제품구매
대중매체	1.000						
친구영향	0.010	1.000					
부모영향	-0.218**	-0.076	1.000				
신체비교	0.114	0.085	0.154*	1.000			
마른몸규범	0.060	0.222**	0.163*	0.252***	1.000		
신체불만족	0.092	0.034	0.150*	0.214*	0.566***	1.000	
제품구매	0.064	0.251***	0.124	0.144*	0.290***	0.235**	1.000

***: $p < 0.001$

**: $p < 0.01$

*: $p < 0.05$

v. 모델 분석

1. 구조모형의 적합도

본 연구에서는 상관관계분석을 통해 변수 간 판별타당성이 확보된 것으로 나타나 가설검증을 실시하였다.

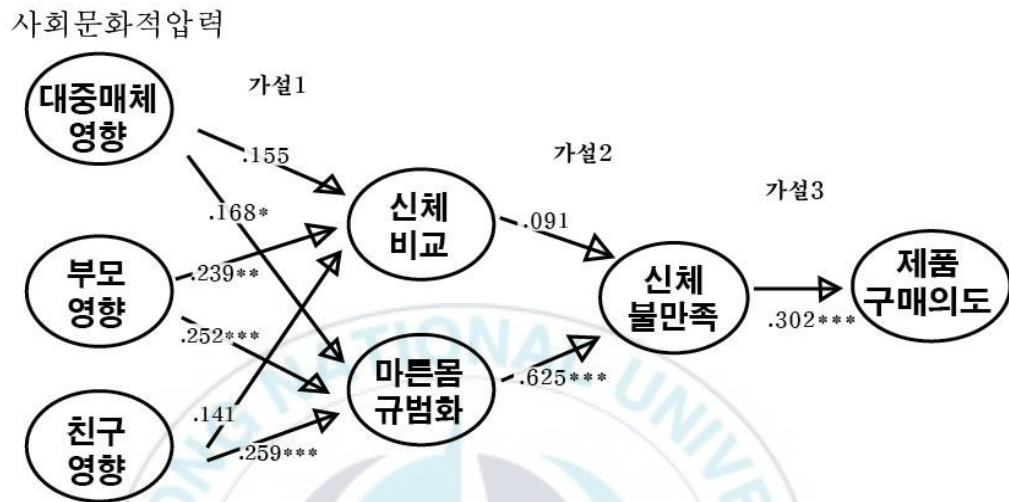
구조방정식 모형을 분석하기 위하여 대중매체, 부모영향, 친구영향을 외생변수로, 신체비교, 마른몸규범, 신체불만족, 제품구매의 결과변수의 내생변수로 설정하였다.

분석결과, 본 연구에서 제시한 가설검증의 모형적합도는 <표 8>과 같이 나타났다. $\chi^2=623.129$, $df=471$ $p=0.000$, GFI=0.853, AGFI=0.825, RMR=.051, NFI=0.872, CFI=0.965, RMSEA=0.040 으로 대부분 적합도를 충족시키는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구에 가설을 검증하는데 적합한 것으로 판단된다.

<표 8> 구조모형의 적합도 지수

카이제곱검증결과			GFI	AGFI	RMR	NFI	CFI	RMSEA
χ^2	df	p-value						
623.129	471	.000	0.853	0.825	0.051	0.872	0.965	0.040

2. 측정모형 검증 및 가설검증



[그림 3] 측정 모형 검증

사회문화적 압력이 신체비교와 마른몸규범화의 영향에 대한 가설 분석결과

친구영향에 따른 신체비교($\beta=.141$, $p>.05$) 대중매체에 따른 신체비교($\beta=.155$, $p>.05$)로 기각되었고, 부모영향에 대한 신체비교($\beta=.239$, $p<.01$),와 대중매체에 따른 마른몸규범화($\beta=.168$ $p<.05$), 친구영향에 따른 마른몸규범화($\beta=.259$, $p=.001$), 는 유의미한 예측변인 인 것으로 나타났다. 그러므로 가설 1의 일부분이 유의미한 결론을 도출 할 수 있었다. 그리고 마른몸매에 대한 신체불만족($\beta=.625$, $p=.000$)은 유의미한 것으로 나타났다. 그러나 신체비교에 따른 신체불만족은($\beta=.091$, $p>.05$)로 기각되었다. 이 결론 역시 가설3의 일부분이 유의미한 것으로 나타났다. 그리고 신체불만족에 따른 제품구매($\beta=.302$, $p=.000$)는 유의미하게 결론

이 도출되었다<표 9>.

<표 9> 가설검증 분석결과

경로	비표준화계수	표준화계수	S.E.	t-value	p-value
친구영향→신체비교	0.178	0.141	0.098	1.816	0.069
대중매체→신체비교	0.164	0.155	0.084	1.943	0.052
부모영향→신체비교	0.195	0.239**	0.065	3.022	0.003
대중매체→마른몸매	0.18	0.168*	0.083	2.162	0.031
친구영향→마른몸매	0.332	0.259***:	0.104	3.202	0.001
부모영향→마른몸매	0.209	0.252***:	0.064	3.25	0.001
마른몸매→신체불만족	0.562	0.625***:	0.077	7.344	0.000
신체비교→신체불만족	0.083	0.091	0.062	1.34	0.18
신체불만족→제품구매	0.366	0.302***:	0.101	3.639	0.000

***: $p < 0.001$

**: $p < 0.01$

*: $p < 0.05$

V. 결 과

가설 1의 연구결과를 보면 신체 비교에서의 사회문화적 압력의 하위 요인 부모 영향만이 유의미한 영향을 가진다는 연구결과가 나왔다. 그리고 친구와 대중매체에 대한 영향력보다는 부모님과 소통 중 체중이나 다이어트에 관한 것이나 자신에 대한 체중을 걱정하고 부모님 서로 마저도 체중을 줄이라고 하거나 다이어트를 하고 있는 것을 알 수 있었다. Mitchell, Hatsukami, Pyle 및 Eckert(1986)의 연구에 “신경성 폭식증을 보이는 여성의 53%가 그들의 가족으로부터 체중을 줄이라는 압력을 느꼈다”의 연구결과와 유사한 결과로 알 수 있다. 그리고 마른 몸 규범화에 대한 사회문화적 압력에 3가지 하위 요인 대중매체, 부모 영향, 친구 영향 대한 연구결과는 모두 유의미한 연구결과가 도출되었다. 그중 친구 영향이 가장 큰 것으로 나타났다.

가설 1 결과의 연구자의 생각은 서론에서 말했듯이 내 소중한 가족이 사회적으로 표상된 아름다움을 반복적으로 이야기한다면 미적 기준을 내면화하여 신체 비교를 한다는 생각에 적합한 연구결과였다. 그리고 남자와 여자 일반인들에게 타인에게 주는 인상에 민감하고, 중요하게 고려되는 타인들의 자신에 대한 평가에 영향을 많이 받기 때문에 본인이 생각하는 이상적인 몸매보다는 주변 사람들 중 친구가 생각하는 이상적인 몸매에 맞추려는 경향을 더 많이 보일 수 있다. 이러한 과정에서 자신이 생각하는 이상적인 몸매보다도 다른 사람들에게 비치는 몸매에 더 집착하고 그러한 몸매와 비교하게 됨으로써 자신의 신체에 대한 불만족을 경험하게 되는 것이다. 이러한 결과는 마른 이상적인 체형의 내면화가 신체 비교보다 실제 불

만족이 더 많은 영향을 미친다는 선행 연구에 부분적으로 지지되었고 (Dittmar & Howard, 2004), 마른 몸매에 대한 사회적 규범화보다 신체 비교가 신체 불만족을 더 유의하게 예측한다는 홍종필과 이시연(2005)의 연구결과는 일치하는 않는 것으로 나타났다.

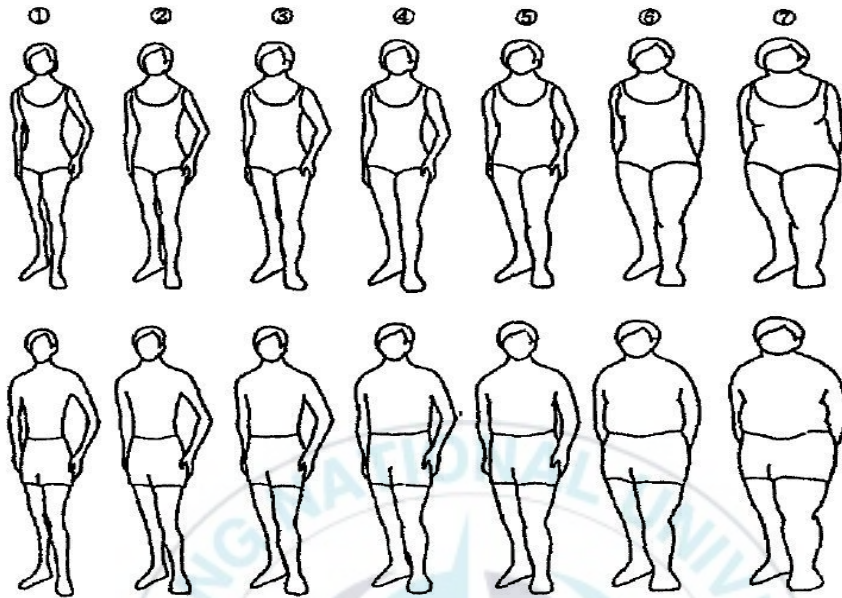
가설 2의 연구결과에 따른 결론은 신체 비교와 마른몸 규범에 따른 신체 불만족에 마른 몸 규범화만이 신체 불만족에 유의한 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 사회문화적 압력으로 인한 신체 비교는 이루어지지만 신체 불만족까지는 영향을 미치지 못한 이유는 그 턱없이 높은 마른 몸의 비교가 우리와는 다른 사람 즉 “연예인이기 때문에 말랐어, 그들과 우리는 달라 일반인이 아니야” 라는 생각으로 불만족까지 가지 않고 단순 비교만 하는 것으로 합리화 시키며 자신의 스트레스 및 불만족을 줄이지 않을 까라는 추측을 할 수 있다.

우리나라 문화에서는 내적으로 자신의 몸매에 대해 어떤 바람과 소망을 가지고 있는가 보다는 사회적인 상황에서 다른 사람들과 비교했을 때, 상대적으로 인식되는 자신의 모습이 어떠한가에 의해 신체 불만족을 경험하는 정도가 더 크다고 한다고 이야기하였다. 따라서 우리나라 남녀 일반인 경우 다른 사람과의 비교를 통해서 경험하는 부정적인 정서를 통해 자신의 신체에 불만족을 경험하게 되는 것보다는 마른 몸매가 아름답다고 생각하기 때문에 자신의 신체에 불만족하는 것이라고 할 수 있다.

가설 3의 연구결과를 보면 신체 불만족을 하는 사람들은 불만족으로 인하여 화장품, 옷, 향수, 액세서리를 구매를 하는 것으로 나타났다. 그중에서도 옷을 구매하겠다는 문항 평균이 가장 큰 것으로 나타났다. 신체 불만족을 하면 할수록 장기간에 걸쳐 나타나는 헬스나 다이어트 제품보다는 구매하면 바로 사용 및 착용할 수 있는 제품에 더욱 관심이 가는 것으로 보인다. 사회의 시선은 당장에 그리고 바로 지금 받을 수 것이기 때문에 외

모적으로 불만족이 있는 사람들은 스트레스 해소를 위한 바로 확인이 가능한 것 부터 구매를 할 것이라 추측을 할 수 있다.

그리고 추가적으로 남녀 대상으로 신체 비교 이미지 측정을 이용해 분석한 결과 남성과 여성 자신의 체형을 4번(보통) 그림이 자신의 체형과 유사하다고 나왔다. 하지만 이상적인 체형의 그림으로는 여성은 2번 남성은 3번으로 나왔다. 이는 여성이 남성보다 신체에 대한 만족감이 더 낮다고 볼 수 있다. 결과적으로 남녀 모두 자신의 신체의 그림보다 더 마른 체형에 그림을 선택을 하였으므로 자신의 신체보다 더 말라야 된다는 생각을 하는 것으로 알 수 있다. 그리고 남녀가 바라는 이성의 체형은 모두 평균 3번으로 나왔다. 이 결과로 보면 남성과 여성 모두 바라는 이성의 체형은 지극히 마른 몸매보다 평균적인 몸매에 대해 관심이 높았다. 그리고 자신의 바라는 남성의 체형에 대한 남녀 생각은 동일하지만 자신이 바라는 여성의 체형에 대한 생각은 서로 달랐다. 결과적으로 남성들의 선택의 체형보다 여성들은 더 말라야 한다는 그림을 선택하였고 즉 여성은 남성이 생각하는 체형보다 더 마른 몸 이여야 한다는 것을 알 수 있다.



[그림 4] 지각적인 신체비교 측정도구

<표 10> 신체비교 측정결과

성별		이상적체형	자신의체형	이성의 체형
남성	평균	3.6000	4.1385	3.2923
	N	65	65	65
	표준편차	.88034	1.50911	1.02657
여성	평균	2.6934	4.3869	3.5693
	N	137	137	137
	표준편차	.95918	1.27330	1.07646

사회문화적 압력과 이런 마른 몸의 규범화 그리고 신체 불만족은 모두 섭식 문제를 유발하는 위험 요인으로 널리 알려져 있다. 현대사회는 비만이 대한 낙인을 넘어서서 날씬함을 과도하게 강조하고, 이런 가치를 널리 전파하고 있는 특성을 지녔다고 지적된다.

일반인들은 사회에 대한 문화적 압력에 대해 마른몸규범 및 신체 비교를 함으로서 불만족이 생기지만 일반인들 역시 사회에 표상되어있는 외모에 대한 미를 내재화하고 있다. 일반 사회에서는 “사람은 보이는 게 다가 아니야” 라고 말은 하지만 사회적으로 보여는 미에 대한 표상미의 기준이, 일반 사람들의 내적 미를 들여다보지 못하게 하는 것 같다. 하지만 역설적으로 “가장 깊은 감정은 항상 침묵 속에 있다” 라는 토머스 무어 의 말처럼 사회적으로 표상되는 외적으로 표현되는 시선이 진실이 아닐 수도 있다는 생각이 든다. 앞으로 미래에는 어떻게 사회가 변할지 아무도 그 진실의 속은 알 수 없는 일일 것이다.

본 연구에서 주로 섭식장애를 설명하기 위해 사용되었던 ‘삼자 영향 모형’ 을 제품 구매의도를 알아보기 위해 사용하였다는 점에서 의의가 있다. 기존 연구에서 신체 불만족은 섭식장애를 이해하기 위한 변인으로 많이 사용되어 왔다.

날씬함에 대한 현대사회의 압력이, 어떻게 은밀하고 과도하게 남녀의 신체불만족에 영향을 미치는가를 직접적인 의사소통을 통해서 알려줄 필요가 있다. 아울러 선행연구들에서 일방적인 사회적 압력에 대해, 보호요인 구실을 하는 것으로 보고되는 있는 조절 변인들, 예를 들어 자기존중감(Dykens & Gerrard, 1986; Katzman & Wolchik, 1984; Kendler, 1991; Mintz & Beiz, 1988; Shis니마, Pazda, & Crago, 1990)이나 자기결정성(Pelletier, Dion & Levesque, 2004) 및 대처기술(Hasking, 2006)등을 높임으로써 과도한 신체불만족에 빠지는 위험성과 낮출 수 있

을 것이다.

본 연구의 제한점과 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 부산에 있는 남녀 대상으로만 설문을 실시하였기 때문에 전국 각지에 있는 남녀의 특성으로 일반화하는데 한계가 있다. 따라서 후속 연구는 다른 지역의 남녀 대상으로 한 연구도 필요할 것이다. 그리고 더 나아가 남녀 사이에 집단을 나누어 비교하는 연구도 가능할 것이다.

둘째, 본 연구에서는 남녀 대상으로 연구를 실시하였다. 하지만 모든 연령대를 골고루 실시하지 못하였다. 현대 사회에서는 신체에 대한 중요성은 나이와 상관없이 모든 연령대에서 중요하며 인간은 사회적 동물이기 때문에 사회 비교와 마른 몸 규범화에 따른 신체 불만족 그리고 신체 불만족에 따른 제품 구매의 도 문제에도 빠질 수 없는 부분이다. 따라서 후속 연구에서는 다양한 연령층을 적절하게 조사하여 연구를 확장해 볼 필요 있을 것이다.

셋째, 본 연구에서는 신체 비교 및 마른 몸 규범화에 대한 사회문화적 압력 중에서 부모 영향만 고려했는데, 부모뿐 아니라 형제, 자매도 중요한 영향을 미칠 수 있으며 또한 친구영향 중에 자신의 친구에서 성별을 나누어 이성친구와 동성친구로 나누어서 두 집단을 비교 연구를 하면 더 발전시켜나갈 수 있을 것이다.

넷째, 본 연구에 신체 불만족이 제품 구매에 미치는 영향을 보았는데 단순히 “어떤 제품을 구매할 것이다”라고만 보았다. 정교화 가능성 모델 (Elaboration Likelihood Model: ELM)로 소비자의 제품 관여도가 높거나 정보처리 능력이 높을수록 중심 경로 정보를 처리할 가능성이 높아진다. 따라서 차후 연구에서는 사전 조사로 제품에 대한 관여도 측정 후 사후 조사를 하게 되면 관여도에 따른 제품 구매 선택 의도를 알 수 있을 것이다.

참고 문헌

- 강병서(2013). 연구조사방법론-SPSS와 AMOS활용. 무역경영사
- 김선희. (2003). 외모에 대한 사회, 문화적 태도와 외모관리행동에 대한 연구-20대 여성을 중심으로. <대한가정학회지>, 41(5), 99-108.
- 김영신 (2011). <여자고등학생의 신체불만족이 대인관계문제에 미치는 영향: '삼자영향모형'을 중심으로>. 경상대학교 대학원 심리학과 석사학위논문.
- 김재숙, & 이미숙. (2001). TV 미디어가 청소년의 신체이미지에 미치는 영향. <한국의류학회지>, 25(5), 957-968.
- 김효정, 김미라 (2010). 고등학생의 자아존중감, 신체이미지 및 체형에 대한 외적요인이 다이어트 실행에 미치는 영향. <한국가정교육학회지>, 22(4), 65-75
- 김희정. (1995). <잡지광고의 여성 역할 이미지에 관한 연구>. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 남인용·박경미(2012). 광고모델의 신체 노출과 소비자의 성별 및 신체 존중감이 광고효과에 미치는 영향에 관한연구, <브랜드디자인학연구> 통권제 22호 pp162
- 박은아, & 성영신. (2001). 광고모델에 대한 소비자 지각이 구매의도에 미치는 영향: 신체이미지 비교를 중심으로. <한국심리학회지: 소비자, 광고,> 2(1), 87-116.
- 박정수 · 이민규 · 신희전 (2007). 여대생의 절식 및 폭식 행동에 대한 자기-평가의 신체 중요성 지각모형. <한국심리학회지:임상>, 26(1), 73-91.
- 박희숙(1998). <여고생의 체형에 대한 인식과 다이어트 행동의도에 관한연구, 동국대학교> 석사학위 논문
- 백한울(1993). 광고 속의 육체 이미지.<광고의 신화, 욕망, 이미지>. 서울 : 현실문화연구
- 손은정. (2008). 여대생의 자아존중감, 신체비교, 마른 이상적인 체형의 내면화, 신체불만족이 이상 섭식행동에 미치는 영향. <한국심리학회지> 상담 및 심리치료, 20(3), 885-901.

- 신미영. (1997). <대중매체가 여성의 다이어트와 섭식장애에 영향을 미치는 과정> 강원대학교 대학원 석사학위논문.
- 안현주, 박민여. (2007). 메트로섹슈얼과 위버섹슈얼 이미지에 따른 남성패션 디자인 분석. <한국의상디자인학회지>, 9(3), 99-113.
- 윤각. (2002). 1988 년과 2001 년도의 잡지 광고에 투영된 여성의 역할과 이미지에 관한 연구. <커뮤니케이션학연구>, 제 10-2 호.
- 윤태일, & 이명천. (2002). 텔레비전 시청이 육체이미지 혼란에 미치는 영향. <한국방송학보>, 16(3), 331-363.
- 이시연(2005). <신체 이미지 광고에 대한 노출이 20대 여성 수용자의 기분과 신체 불만족에 미치는 영향> 학위논문
- 이철재 (2010). 미의 기준과 공간 특성의 상관관계에 대한 역사적 연구. <한국실내디자인학회>, 19(6), 141-149.
- 임인숙 (2004). 다이어트의 사회문화적 환경. <한국사회학>, 38(2), 165-187
- 장희순, 김태련 (2006). 대중매체 노출이 신체상(身體像) 지각과 상태 신체존중감에 미치는 영향. <한국청소년연구>, 17(2), 57-83.
- 장희순. (2004). <대중매체가 신체상의 지각과 상태 신체존중감에 미치는 영향>. 석사학위논문, 이화여자대학교.
- 정명선. (2003). 성인 여성의 신체적 매력성 자아지각이 자존심과 외모관리 행동에 미치는 영향. <복식>, 53(3), 165-179.
- 채서일. (2005). 사회과학조사방법론, 제 3 판, 서울, 비엔엠북스.
- 하지현(2002). <신체 이미지 관련 광고 노출이 광고의 비의도적 효과에 미치는 영향 연구:20대 남성 소비자의 신체 존중감 중심으로>. 서강대학교 영상대학원 석사학위논문.
- 한미정. (2000). 신체이미지 관련 TV 메시지의 처리방식의 여대생의 신체만족감과 다이어트 행동에 미치는 영향에 관한 연구. <한국방송학보>, 14(3), 291-317.
- 한미정. (2002). 신체이미지 관련 TV 노출 (exposure) 과 지각 (perceptions) 이 초등학교 여자 어린이의 신체만족감과 다이어트행동에 미치는 영향. <방송통신연구>, 313-338.
- 홍종필, &이시연. (2005). 잡지 속의 신체 이미지 광고에 대한 노출이 20 대 여성의 기분과 신체 불만족에 미치는 영향. <미디어, 젠더 &문화>, (4),

72-118.

- 황진숙, & 김윤희. (2005). 외모관리행동에 따른 신체이미지 및 심리적 안녕감. <한국유통학회 학술대회 발표논문집>, 139-151.
- Botta, R. A. (1999). Television images and adolescent girls' body image disturbance. *Journal of communication*, 49(2), 22-41.
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. E. (1990). *Body images: Development, deviance, and change*. New York: the Guilford Press
- Conneely, R. J. (2004). *Prediction of body dissatisfaction in undergraduate women using thin-ideal internalization, body mass index, perceived body size, self-esteem and social comparison* (Doctoral dissertation, ProQuest Information & Learning).
- Featherstone, M., Hepworth, M., & Turner, B. S. (1991). *The body: Social process and cultural theory* (Vol. 7). Sage.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), pp117-140.
- Gagnard, A. (1986). From feast to famine: Depiction of ideal body type in magazine advertising: 1950-1984. In *Proceedings of the American Academy of Advertising* (Vol. 27, pp. 461-470).
- Gilbert, D. T., Giesler, R. B., & Morris K, A. (1995). When comparison arise. *Journal of Personality and social Psychology*, 69, 227-236.
- Goethals, G. R. (1986). Social comparison theory psychology from the lost and found. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12(3), 261-278.
- Grubb, H. J., Sellers, M. I., & Waligroski, K. (1993). Factors related to depression and eating disorders: Self-esteem, body image, and attractiveness. *Psychological Reports*, 72(3), 1003-1010.
- Harrison, K., & Cantor, J. (1997). The relationship between media consumption and eating disorders. *Journal of Communication*, 47, 40-67.
- Heinberg, L. J., & Thompson, J. K. (1995). Body image and televised

- images of thinness and attractiveness:
A controlled laboratory investigation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 14(4), pp.325–338.
- Kelloway, E. K. (1998). Using LISREL for structural equation modeling: A researcher's guide. Sage.
- Kluck, A. S. (2010). Family influence on disordered eating: The role of body image dissatisfaction. *Body image*, 7(1), 8–14.
- Lennon, S. J., & Rudd, N. A. (1994). Linkages between Attitudes toward Gender Roles, Body Satisfaction, Self-Esteem, and Appearance Management Behaviors in Women. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 23(2), 94–117.
- Mitchell, J. E., Hatsukami, D., Eckert, E. D., & Pyle, R. L. (1985). Characteristics of 275 patients with bulimia. *The American journal of psychiatry*.
- Morse, S., Gergern, K. J. (1970). Social comparison, self-consistency, and the concept of self. *Journal of Personality and Social Psychology* 16(1), 148–156.
- Myers, P. N., & Biocca, F. A. (1992). The elastic body image: The effect of television advertising and programming on body image distortions in young women. *Journal of communication*, 42(3), 108–133.
- Neumark-Sztainer, D., Bauer, K. W., Friend, S., Hannan, P. J., Story, M., & Berge, J. M. (2010). Family weight talk and dieting: how much do they matter for body dissatisfaction and disordered eating behaviors in adolescent girls?. *Journal of Adolescent Health*, 47(3), 270–276.
- Pike, K. M., & Rodin, J. (1991). Mothers, daughters, and disordered eating. *Journal of abnormal psychology*, 100(2), 198.
- Richins, M. L. (1991). Social comparison and the idealized images of advertising. *Journal of consumer research*, 71–83.

- Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (2000). Body image and appearance-management behaviors in college women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(3), 152-162.
- Shilling, Chris (1993). *The Body and Social Theory*. 임인숙 역(2006). <몸의 사회학>. 서울: 나남출판.
- Stice, E., Schupak-Neuberg, E., Shaw, H. E., & Stein, R. I. (1994). Relation of media exposure to eating disorder symptomatology: an examination of mediating mechanisms. *Journal of abnormal psychology*, 103(4), 836.
- Stormer, S. M., & Thompson, J. K. (1996). Explanations of body image disturbance: A test of maturational status, negative verbal commentary, social comparison, and sociocultural hypotheses. *International Journal of Eating Disorders*, 19(2), 193-202.
- Stormer, S. M., & Thompson, J. K. (1996). Explanations of body image disturbance: A test of maturational status, negative verbal commentary, social comparison, and sociocultural hypotheses. *International Journal of Eating Disorders*, 19(2), 193-202.
- Thompson, J. K., & Stice, E. (2001). Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk factor for body-image disturbance and eating pathology. *Current directions in psychological science*, 10(5), 181-183.
- Turner, S. L., Hamilton, H., Jacobs, M., Angood, L. M., & Dwyer, D. H. (1997). The influence of fashion magazines on the body image satisfaction of college women: An exploratory analysis. *Adolescence*, 32(127), 603-614
- Van de Ven, A. H., & Ferry, D. L. (1980). *Measuring and assessing organizations*. John Wiley & Sons.
- Weimann, G. (1999). *Communicating unreality: Modern media and the reconstruction of reality*. Sage Publications. 김용호 (2003). <매체의 현실 구성론>. 커뮤니케이션북스
- Williams, S. J., & Bendelow, G. (1998). *The lived body*. Taylor & Francis.

외모에 대한 사회문화적 압력이 남녀의 신체불만족과 제품구매에 미치는 효과

이 정 하

부 경 대 학 교 대 학 원 신 문 방 송 학 과

요 약

본 연구는 한국 남녀의 외모에 대한 사회문화적 압력(부모, 친구, 대중매체)이 신체비교 및 마른몸규범화를 통해 신체불만족을 만들며, 신체불만족이 제품구매에 어떠한 영향을 미치는가를 파악하고 이 과정에서 각 변인들 간에 인과관계가 존재하는지를 실증적으로 규명하는 것을 목적으로 하였다.

자료는 질문지를 이용하여 수집하였으며, 본 조사의 연구대상은 남녀 202명을 대상으로 실시하여 측정도구의 신뢰도와 타당도를 검증하였다. 본 조사는 부산 학생 및 일반인 대상으로 하여 2015년 10월 1일부터 2015년 11월 1일까지에 걸쳐 실시하였다. 수집된 자료의 분석을 위해, SPSS for windows 18.0 통계 package를 이용하였고 본 연구가 제시한 연구 변인들 간의 피어슨 상관계수(Pearson Product-Moment Correlation)를 측정하였다. 이후 AMOS 6.0을 이용하여 본 연구가 제시한 연구 모델의 모형에 따라 각 변인들 간의 인과율을 다 그룹 분석 접근법을 이용하여 경로분석 하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

가설 1 ‘사회문화적 압력이 신체비교와 마른몸규범화에 영향을 미칠 것이다.’의 연구결과 신체비교에서 사회문화적 압력의 하위요인(부모, 친구, 대중매체) 중 부모영향 만이 유의미한 영향을 가진다는 연구결과가 나왔으며 마른 몸 규범화에 대한 사회문화적 압력하위요인(부모, 친구, 대중매체)에 대한 연구결과는 모두 유의미한 연구결과가 도출되었다. 그중 친구 영향이 가장 큰 것으로 나타났다.

가설2 ‘신체비교와 마른몸 규범화는 신체불만족에 영향을 미칠 것이다.’ 연구결과에 따르면 신체비교와 마른몸 규범에 따른 신체 불만족에 마른 몸 규범화만이

신체 불만족에 유의한 결과를 도출하였다.

가설3 ‘신체불만족은 제품구매에 영향을 미칠 것이다’ 연구결과를 보면 신체 불만족을 하는 사람들은 화장품, 옷, 액세서리를 구매하는 것으로 나타났다. 그리고 마지막으로 남녀의 신체이미지에 대한 조사결과 남녀모두 자신의 신체보다 더 말라야 된다는 생각을 하고 있었으며, 남녀가 바라는 이성의 체형은 모두 평균이지만 여성이 자신의 체형에 대한 선택은 남성이 바라는 이성의 체형보다 더 마른 체형 이었다.

