한국심리학회지: 건강
The Korean Journal of Health Psychology
2010. Vol. 15, No. 3, 549 - 568

외모의 사회적 유용성: 외모도구성 척도(BVI-SI-A) 개발과 타당화

김 완 석† 권 지 현 유 연 재
아주대학교 심리학과

자신의 신체에 대한 가치관의 일종으로서 “외모가 사회적 영역인 대인관계, 연인(배우자)관계, 사회적 성취 차원에서 가지는 유용성에 대한 개인의 신념 또는 믿음”이라 정의한 외모도구성을 측정할 수 있는 척도를 개발하기 위해 두 개의 연구를 실시하였다. 연구1에서는 예비문항을 개발하여 남녀 대학생(N=333)에게 실시하고, 탐색적 요인분석을 통해 3개의 하위차원을 확인하였다. 연구2에서는 선정된 19개 문항을 새로운 대학생 표본(N=320)에 실시하여 요인구조를 교차타당화 하고, 성별 집단의 요인구조의 동질성을 검증하였다. 또한 경쟁모형을 구성하여 비교한 결과 3요인 모형의 타당함을 확인하였고, 외모존중감(김완석, 2007)과 신체감시성(McKinley & Hyde, 1996), 신체편향성(김완석, 유연재, 2007)과도 이론적으로 예상한 유의한 관계가 있음을 확인하였다. 외모도구성은 신체관리 행동에 대해서도 유의한 예언력을 가지는 것으로 나타났다. 이런 결과를 토대로 외모도구성 척도(Body Value Inventory-Social Instrumentality-Appearance: BVI-SI-A)가 적절한 수준의 심리측정학적 특성을 가진 것으로 결론지었고, 향후 신체이미지와 신체관리 행동의 연구에 유용한 척도임을 논의하였다.

주요어: 신체이미지, 신체의 사회적 유용성, 외모도구성, 외모관리 행동, 척도개발, 타당도

† 교신저자(Corresponding author) : 김완석, (442-749) 경기도 수원시 영통구 원천동 산5 아주대학교 심리학과, Tel: 031-219-2769, E-mail: wsgim@ajou.ac.kr

www.kci.go.kr

우리가 어떤 대상에 대해서 이야기할 때, 경우에 따라서는 그 대상 자체가 어떤 목적으로서 존재하는 경우도 있고, 어떤 경우에는 그 대상이 또 다른 대상을 얻거나 성취하기 위한 도구가 되는 경우가 있다. 그 대표적인 예가 돈과 신체의 외형 즉, 외모일 것이다. 돈은 일반적으로 어떤 특정한 대상이나 사건을 획득할 수 있는 도구로서 사용되지만 어떤 경우에는 돈 그 자체가 목적이 되는 경우도 있다.

사람들은 왜 외모에 대해 관심을 갖고 자신의 외모를 좋게 만들려고 노력하는 것일까? 화장품과 장신구, 의류, 미용성형, 다이어트 등 좋은 외모 만들기에 관한 담론은 우리의 일상생활에서 매우 쉽게 찾아볼 수 있다. Harre(1991)에 따르면, 신체는 신체의 외형을 의미하는 하는 외모와 신체가 가지는 체기능적인 속성인 건강으로 구분할 수 있는데 이러한 외모와 건강은 우리의 삶에서 목적 그 자체인 경우도 있지만 도구로서 역할을 하기도 한다. 매력적인 외모는 사람들로 하여금 더 호의적인 반응을 이끌어내어서 사회적 활동을 하는데 도움이 되는 도구이고, 건강은 삶의 행복을 유지시켜주는 도구의 역할을 한다. 하지만 어떤 경우에는 외모와 건강의 향상이나 유지 자체가 삶의 목적이 되어 병리적 행동을 일으키는 경우도 있다. 성형중독이나 운동중독, 기타 다양한 섭식장애는 이런 예가 될 수 있다.

사람들은 누구나 외모가 가지는 사회적 유용성에 대해서 알게 모르게 인지하고 있다. 단순하게 매력적인 외모가 좋아서 매력적인 외모를 추구하는 사람들은 그다지 많지 않다. 매력적인 외모가 가지는 개인적인 또는 사회적인 유용성을 인식하기 때문에 더 매력적인 외모를 추구한다. 개인적인 영역에서 매력적인 외모는 자기존중감의 하나의 자원이 된다. 매력적인 외모를 가진 사람들은 매력적인 외모를 가지지 않은 사람들보다 자기존중감이 더 높고(구자명, 이명희, 1994; 양계민, 1993), 자신감도 더 높다(오은정, 2009). 사회적인 영역에서도 매력적인 외모는 개인의 대인관계와 직업 활동에도 큰 영향을 준다(성영신, 박은아, 서현숙, 2008). 또한 외모존중감이 낮으면 자기존중감이 낮으며, 주관적 안녕감도 낮다(김완석, 2007).

이러한 외모가 가지는 유용성에 대한 높은 사회적 인식에 비하면, 학계에서는 외모의 유용성에 대해서는 관심을 거의 가지지 않고, 주로 외모가 가지는 부정적인 측면에 관해 많은 연구들을 진행되었다. 외모에 대한 많은 연구들은 외모에 관련된 사회현상에 관한 연구(Haas & Gregory, 2005; Miller, 1970; Webster & Driskell, 1983)와 외모의 사회적 의미가 외모관련 행동에 미치는 영향력에 대한 연구(Stice & Shaw, 2002; Van den Berg & Thompson, 2007)를 중심으로 이루어졌다. 또한, 외모가 실제적인 행동에 미치는 영향에 대한 연구들은 외모관련 가치관과 부적응적 신체이미지 및 병리적 행동의 관련성에 초점을 맞추고 있다. 이들 연구들은 외모에 대한 지나친 관심이나 중요성 인식이 높은 신체불만족이나 낮은 신체존중감을 유발시키고(Striegel-Moore & Frando, 2002) 심지어 섭식장애(Noll & Fredrickson, 1998)나 신체기형장애(Phillips, 2002)를 유발하는 것으로 설명한다.

사람에게 중요한 직업장면, 대인관계, 그리고 이성 또는 연애장면을 포함한 삶의 사회적 영역에서 외모의 영향력이 크게 작용하는 현대 사회의 상황적 맥락에서 외모에 대한 관심 및 중요성

www.kci.go.kr

을 부적응적인 기제로만 다루는 것은 한 대상의 한 측면만을 가지고 전부인양 해석하는 것과 동일한 우를 범하는 것이다. 따라서 본 연구에서는 외모가 가지는 신체존중감, 신체태도, 신체만족과 같은 개인적인 영역에서 외모유용성을 접근하기 보다는 개인이 접하는 사회적 영역에서의 외모 유용성으로 접근하고자 한다.

외모의 사회적 유용성에 관한 사회일반의 활발한 담론과는 달리 이에 관한 학술적 연구는 그리 활발하게 진행되고 있지 않으며, 특히 사회적 영역에서의 외모의 유용성을 어떻게 측정할 것인가에 대한 연구들도 그 필요성에 비해서 상당히 적게 이루어지고 있으며 몇 가지 한계점을 가지고 있다.

첫째, 외모개념은 개인적, 사회적인 두개의 차원으로 구분할 수 있지만(Harre, 1991) 이를 측정하는 선행연구들(Cash & Labarge, 1996; Spangler & Stice, 2001)은 개인적 영역과 사회적 영역을 명확하게 구분하고 있지 않고 있으며, 사회적 영역을 포함한다고 할지라도 각 차원별로 명확하게 구분하고 있지 않다. Heinberg, Thompson과 Stomer(1995)는 외모의 중요성 측정에서 사회적 영역에서 외모의 중요성을 측정하지만 사회적 영역의 하위차원으로 구분하지 않고 있으며, Cash와 Labarge(1996)은 ASI(Appearance Schemas Inventory)척도를 통해 외모의 사회적 유용성에 대한 지각을 측정하였는데 '내 외모를 바꿔야만 내가 나를 좋아할 수 있다', '사람들이 원래의 내 외모를 본다면 나를 덜 좋아할 것이다'의 문항에서 알 수 있듯이 외모의 사회적 유용성 지각의 하위 영역을 명확히 구분하지 않고 있다. Spangler와 Stice(2001)가 BAAS(Belief About Appearance Scale)척도에서 측정하는 외모중요성은 개인적 영역(자기평가, 자신에 대한 느낌)과 사회적 영역(대인관계, 성취)에 관한 문항들을 구분하지 않고 "외모에 관한 신념'이라는 1요인 구조로 간주하고 있다. 외모의 사회적 유용성은 개념적으로 크게 개인적 영역과 사회적 영역으로 구분될 수 있는데 개인적 영역에서 외모의 유용성이란 개인의 자기평가(self-evaluation)라는 측면에서 개인이 스스로에 대한 느낌 및 평가나 자신감에서 지각하는 것이다. 이에 비해, 사회적 영역에서 외모의 유용성은 타인과의 상호작용에서 외모나 건강이 가지는 유용성으로서 대인관계나 직업장면 등에서 지각하는 유용성이라고 할 수 있다.

둘째, 외모도구성을 개념화하고 이를 측정하기 위한 연구는 거의 없지만, 비슷한 개념을 측정하는 도구를 개발한 일부 연구들은 외모에 대한 왜곡된 가치관이나 지나친 관심으로 인해 유발되는 부적응적 신념이나 행동을 설명하는 임상연구들로서 임상표본을 대상으로 척도를 개발하고 타당화하였다. 예컨대, 외모의 중요성과 도식을 측정한 BAAS(Spangler et al., 2001)나 ASI(Cash et al., 1996)의 문항들을 살펴보면 '내 외모를 바꿔야만 내 모습이 마음에 든다'와 '사람들은 내 외모가 이상할 때 나에 대해 처음으로 인식한다'. '내 외모가 최고로 보이기 위해 내가 할 수 있는 것은 무엇이든 해야만 한다' 와 같이 외모에 대한 도구성이나 중요성 인식을 다소 병리적 현상으로 보고 있어 일반인들을 대상으로 신체의 사회적 유용성을 측정하기 위한 문항으로 적절하지 않다.

셋째, 신체도구성 개념을 김완석과 김정식(2007)은 개인이 지각하는 신체의 사회적 의미인

www.kci.go.kr

신체개념에 속하는 것으로 제안한 바 있는데, 이의 측정을 위해 제작된 신체도구성 척도의 경우 외모도구성에서 연인관계, 사회적 성취, 대인관계의 3영역의 요인구조가 확인되었으나 하위구성개념별 문항의 수가 최소 2개에서 최대 5개로 충분하지 않았다. 따라서 외모도구성을 측정하고 이를 통해 외모도구성이 개인의 신체다루기 행동에 미치는 영향력을 검증해보기 위해 외모도구성을 측정하는 척도를 더 체계적으로 개발할 필요성이 있다.

따라서 본 연구에서는 선행연구들이 가지는 몇 가지 한계점을 포괄하여, 선행연구에서 많이 이루어진 개인적 영역을 제외하고, 사회적 영역만을 그 대상으로 하여 김완석과 김정식(2007)에서 나타난 연인관계(배우자), 사회적 성취(직업적 성취), 대인관계로 나누어 외모의 사회적 유용성에 대한 지각과 신념인 외모도구성을 측정하는 도구를 개발하고자 한다.

외모도구성

도구성은 직접적인 획득의 대상이 아니라 다른 대상의 획득을 통해 자신이 성취하고자 하는 목표를 성취하는 2차적인 수단의 의미를 가지고 있다. 신체도 어떤 목적 성취의 수단으로 사용될 수 있다. 자연계에서 살고 있는 동물들에게 체력과 외모 모두가 생존을 위한 중요한 도구가 된다. 영역다툼이나 짝짓기에서 체력이나 외모는 매우 중요한 수단이 된다. 이와 비슷하게 인간계에서도 한 개인의 체기능과 외모는 다양한 사회적 상황에서 원하는 것을 성취하기 위한 중요한 수단이다.

김완석과 김정식(2007)은 신체의 외모와 건강이 다양한 사회적 성취장면에서 얼마나 유용한 도구가 되는가에 대한 신념을 '신체의 사회적 유용성'이라는 개념으로서 설명하였다. 즉, 신체의 사회적 유용성이란 외모와 건강이 연애나 결혼상대 획득, 좋은 인상주기와 같은 대인관계나 취업, 승진, 업무성과와 같은 사회적 성취에서 얼마나 중요한 요인으로 작용하는가 하는 신념이라고 할 수 있다. 하지만 인간의 신체기능을 대신하는 과학기술의 발달은 체육활동과 같은 일부 분야를 제외하면 사회적 성취에서 체기능의 중요성을 감소시키고 있다. 이에 반해, 외모의 중요성은 상대적으로 더욱 커지고 있다. 따라서 본 연구에서는 체기능의 사회적 유용성보다는 외모의 사회적 유용성에 초점을 맞추었다.

외모도구성(appearance instrumentality)이란 일종의 '신체의 사회적 유용성'(김완석과 김정식, 2007)으로서, "외모가 사회적 영역인 대인관계, 연인(배우자)관계, 사회적 성취 차원에서 가지는 유용성에 대한 개인의 신념 또는 믿음"이라고 정의할 수 있다. 신체이미지 연구분야에서 외모도구성에 대하여서 직접적으로 언급한 연구는 거의 찾아볼 수 없지만 비슷한 개념으로 '외모도식' 또는 '외모중요성'이라는 개념을 사용한 연구들이 있다(예를 들면, Heinberg, Thompson, & Stomer, 1995; Jakatdar, Cash, & Engle, 2006; Spangler & Stice, 2001).

Jakatdar, Cash와 Engle(2006)은 외모의 인지행동적 중요성이라는 개념을 소개하고 있는데 개념의 조작적 정의나 측정하고 있는 문항을 살펴보면 사회적 영역에서 개인이 지각하는 외모의 유용성을 뜻하고 있어 외모도구성과 거의 동일한 개념으로 볼 수 있으며, Cash 등(1996)은 외모중

www.kci.go.kr

요성을 자기도식에서 파생된 외모도식의 개념으로 설명하며 외모도식을 생활에서 외모의 의미와 영향력에 대한 신념으로 정의하고 있다. 측정문항에서 '사람들이 원래의 내 외모를 본다면 나를 덜 좋아할 것이다', '내 외모는 내 삶에서 일어난 일의 많은 부분에 영향을 미쳤다'등을 포함시켜 외모의 사회적 유용성 차원을 포함하고 있다. Spangler 등(2001)은 외모도식을 측정하면서 '내가 직업장면에서 성공하는가는 어떻게 보이느냐에 따라 달라진다', '내가 원하는 모습의 외모를 가진다면 내 인간관계는 더 좋아질 것이다'와 같은 문항을 포함시켜 대인 관계와 직업 장면의 사회적 영역에서의 외모의 유용성에 대한 신념을 측정하고 있다.

Heinberg 등(1995)은 외모에 대한 사회문화적 태도를 개인이 사회에서 지각하는 외모의 중요성으로 정의내리고 그 하위요인을 '내면화'와 '인식'으로 제안한 바 있다. 그 중 '인식'은 매력적인 외모의 사회적 중요성을 의미하는데 인식의 측정에서 '오늘날의 우리 문화에서 성공하려면 몸매관리를 열심히 하는 것이 중요하다', '우리 문화에서 출세하기 원한다면 외모의 매력이 매우 중요하다'와 같은 문항을 포함시켜 외모가 가지는 사회적 성공 장면에서 외모의 도구성 차원을 포함하고 있다.

이런 연구들은 외모도식, 외모중요성, 외모의 사회문화적 태도 등의 개념으로 사회적 영역에서 외모의 유용성에 대한 신념들을 측정하고 있지만, 모두 단일차원으로 간주하고 있을 뿐, 외모가 유용할 수 있는 사회적 영역을 좀 더 자세하게 구분하여 측정하려는 노력은 하지 않았다.

외모도구성의 차원

김완석과 김정식(2007)은 신체의 사회적 유용성을 연인관계, 사회적 성취, 대인관계의 3차원으로 구분하고 있다. 본 연구에서는 이러한 구분을 수용하여 외모도구성을 3가지 차원으로 구분하였다.

첫 번째는 연인관계 또는 배우자 관계에서의 유용성이다. 진화심리학에 의하면 연인관계에서 외모의 사회적 유용성 지각 즉 외모도구성을 '배우자 선택과정'에서 설명할 수 있다. Sarwer, Magee와 Clark(2004)의 연구에 따르면 진화심리학자들은 인간이 성공적인 세대전승을 하기 위해 배우자 선택 시, 신체적 건강과 매력적인 외모는 큰 장점으로 작용된다고 설명한다. 즉, 성적 선택(mating)장면에서 쉽게 눈에 띄는 외모의 속성은 매우 중요한 요인이 된다. 또렷한 윤곽, 큰 눈, 깨끗한 피부, 빛나는 머릿결, 신체의 좌우대칭성과 같은 외모특성은 '예쁜' 또는 '멋진' 이성이라는 매력과 호감의 원천이며 그래서 접근행동을 낳는다.

두 번째 차원은 사회적 성취차원으로서 신체적 매력에 대한 고정관념에 대한 메타분석 결과, 매력적인 사람이 비매력적인 사람들에 비해서 더 좋은 직장을 얻고, 더 높은 연봉을 받는 것으로 나타났다(Mulford, Orbell, Shatto, & Stockard, 1998). 또한 외모가 매력적인 사람들이 비매력적인 사람들에 비해서 더 지적이고 더 뛰어난 직업적인 능력을 가지고 있다고 평가받는다(Sarwer, Magee & Clark, 2004). 우리나라의 대학생들은 특히 취업장면에서 외모의 중요성을 높게 지각하는 경향성이 있다(임인숙, 2002).

셋 번째 차원은 대인관계 차원으로서 Spangler 등(2001)은 외모중요성의 하위차원으로 관계차원

www.kci.go.kr

을 대인관계의 단일차원으로 제시하고 있다. 대인관계 차원에서 외모의 유용성은 매력적 또는 비매력적인 외모를 가진 사람들에 대한 고정관념과 인상형성 연구에서 찾아볼 수 있다. 매력적인 사람은 비매력적인 사람들에 비해서 연인이나 중요한 특정 소수와의 관계뿐만 아니라 일반적인 대인관계에서도 더 많은 혜택을 누리고 있는 것으로 나타났다(Haas & Gregory, 2005; Mulford, Orbell, Shatto, & Stockard, 1998; Webster & Driskell, 1983). 또한 신체적으로 매력적인 성인들이 비매력적인 성인에 비해 사람들에게 더 호감이 가고, 친밀하고, 자신감 있는 사람으로 인식되고 있으며(Miller, 1970), 다른 사람들에게 더 인기가 많으며, 도움이 필요할 경우 쉽게 도움을 받을 수 있고, 사회적 불안과 외로움을 덜 경험한다(Haas et al., 2005; Mulford et al., 1998; Webster et al., 1983). 이러한 대인관계에서 매력적인 사람들이 가지는 우위성은 성인뿐만 아니라 아동기에서도 비슷하게 나타난다(Haas et al., 2005; Mulford et al., 1998).

이와 같이 사회적 영역에서 외모의 사회적 유용성, 즉 외모도구성은 대인관계(타인의 호감이나 인정), 연인관계(연애와 결혼), 사회적 성취(취업과 승진 및 직업적 성공)의 차원으로 구분할 수 있다.

외모도구성과 외모관리 행동

사회구성주의 관점에 따르면 인간은 환경과 상호작용하면서 자신의 의도나 목적에 따라 스스로 행동하는 존재이다. 따라서 개인이 자신의 몸을 어떻게 파악하는가에 따라 서로 다른 의도나 목적을 갖는 행동들이 이루어진다(김완석, 김정식, 2007). 외모도구성은 개인이 가지는 도구적 측면에서 외모의 사회적 의미에 대한 신념이라고 할 수 있기 때문에 외모와 관련된 소비행동에 영향을 줄 수 있다. 예를 들어, 외모의 도구성을 높게 지각하는 사람 즉, 외모가 자신의 이성관계나 직업적인 성취에 큰 영향을 준다고 생각하는 사람들은 외모가 가지는 이점을 얻기 위해서 외모도구성이 낮은 사람들에 비해서 외모를 관리하고, 향상시키려는 행동경향이 더 높을 것이다.

외모도구성이 외모관리 행동에 미치는 영향은 Rogenberg(1956)의 기대-가치 이론(expectancy-value theory)으로 설명할 수 있다. 기대-가치 이론에 따르면 특정 행동은 여러 가지 행동 결과들의 발생가능성에 대한 기대와 그런 결과들이 자신에게 가지는 가치지각의 함수로 나타난다. 예를 들어, 배고픈 사람이 “냉장고 문을 열면 먹을 것이 있을 것이다”라는 기대를 가지고 있는데, 먹을 것은 배고픈 사람에게는 높은 가치를 가지고 있기 때문에 배고픈 사람은 이런 기대가 낮거나 배고프지 않은 사람에 비해 ‘냉장고 문을 여는 행동’을 할 가능성이 높아진다. 마찬가지로 ‘외모가 좋으면 좋은 배우자를 만날 수 있을 것이다’ 또는 ‘외모가 좋으면 취업이 잘 될 것이다’ 라는 기대를 가지고 있는 사람들에게 좋은 외모는 좋은 배우자와 취업 성공의 높은 발생 가능성을 기대하게 할 것이다. 그리고 좋은 배우자와 취업 성공에 대하여서 높은 가치를 가진 사람들은 좋은 외모를 가지기 위한 행동을 할 것이다.

이러한 특정 행동의 결과는 연령이나 각 개인이 처한 상황에 따라서 차이가 존재할 수 있다. 예를 들어 결혼적령기의 미혼남녀나 취업 면접을

www.kci.go.kr

앞둔 사람들에게 '좋은 배우자'와 '취업의 성공'은 높은 가치를 가지지만, 기혼 남녀나 이미 취업에 성공한 중간 이상의 관리직에게는 '좋은 배우자'와 '취업의 성공'은 별로 큰 가치가 없을 수 있다.

연구1

연구1에서는 외모도구성을 측정하는 척도를 개발하기 위하여 선행연구들과 관련된 척도 등을 참고하여 문항들을 표집하거나 대인관계, 연인(배우자)관계, 사회적 성취 차원에서의 외모도구성에 적합한 문항들을 예비문항으로 선정하였으며, 선정된 예비문항을 이용하여 1차적으로 탐색적 요인분석과 문항분석을 실시하여 적합한 문항을 추출하였다.

연구방법

예비문항개발

예비문항개발 과정은 다음과 같다. 첫 째, 김완석과 김정식(2007)에서 제시한 6문항 중 적절하지 않은 1문항을 수정 보완하여 6개 문항을 사용하였고, 새로운 추가적인 문항들을 생성하기 위하여 대학원생 35명을 대상으로 "당신이 지금보다 더 예뻐진다면/멋있어진다면 어떤 점이 당신의 생활에서 더 좋아질 것 같습니까?" 하는 질문에 대한 자신의 생각을 자유롭게 기술하도록 하고, 응답한 내용들을 연구자들이 내용분석을 통하여서 외모도구성의 하위 구성개념을 잘 반영하고 있다고 여겨지는 응답들을 추출하였다. 두 가지 과정을 통해서 최종적으로 56문항을 외모도구성 척도를 위한 예비문항으로 선정하였다. 각 문항들은 남성과 여성들에게 공통적으로 사용할 수 있도록 '매력적인 외모'로 표현하였다.

둘 째, 생성된 56문항의 예비문항을 척도개발과 관련된 전문가 1명과 심리학과 박사 1명에게 맡겨 내용의 타당성을 검토받고, 적절하지 않은 문항들은 제거하거나 수정하였다. 2차적으로 심리학과 대학원생 10명에게 척도의 조작적 정의를 제시한 이후에 각 문항에 대한 적절성과 척도 구성의 적절성 그리고 문항 내용의 모호성 등을 평가하게 해서 적절하지 않은 문항들은 제거하거나 수정하였다. 이러한 수정 및 제거 과정에서 외모에 대한 명확한 의미 전달을 위해서 외모란 얼굴뿐만 아니라 신체의 전반적인 체형을 포함한다는 것을 평가지에 포함하였다.

이러한 수정과 제거 과정 결과, 외모도구성의 조작적 정의를 잘 반영하고, 이해하기 쉬운 문항들을 각 차원에서 11개의 문항을 선정하여 외모도구성 33문항을 최종적으로 선정하였다. 응답반응형태는 김완석과 김정식(2007)에서는 4점 리커트 척도를 사용하였으나 본 연구에서는 '전혀 아니다 - 매우 그렇다'의 5점 척도를 사용하여 제작하였다.

조사대상

서울과 수도권의 종합대학 두 곳에서 남학생 163명, 여학생 170명 총 333명의 자료를 모았다. 표본의 평균연령은 21.3세(SD=2.39)였으며, 연령범위는 17세에서 27세로 나타났다.

www.kci.go.kr

측정도구

외모도구성. 예비문항 개발과정을 통해 만들어진 33개의 문항을 '전혀아니다'-'매우그렇다'의 5점 척도로 구성하였다.

분석 및 결과

예비문항들의 요인구조를 검증하기 위하여 공통요인분석법 중 모델의 적합도에 대한 직접적인 통계치를 제공하여 주는 최대우도법(Maximum Likelihood) 추정방식을 이용하여 탐색적 요인분석을 실시하였다.

요인분석이 가능한 자료인지 판단하기 위하여 KMO와 구형성 검증를 실시한 결과, KMO=.917과 구형성지표 χ^2 =5287.905(p<.001)로 요인분석 가능한 자료로 나타났다(양병화, 2006). 요인분석 결과, kaiser 기준을 만족시키는 요인은 6개였으나, 선행연구를 기반으로 한 이론적 배경에서 3개 요인으로 가정하고 있었으며, Scree검사에서 3요인이 적합한 것으로 나타나 요인 수를 3요인으로 지정하였다.

예비문항 중 각 요인에 대한 설명력이 높은 문항들을 추출하기 위하여 다음과 같은 기준을 가지고 문항을 제거하였다. 첫째, 요인부하량이 .40 이하인 문항, 둘째, 요인간 교차부하량(cross loading)의 차가 .10이하의 문항(이수현, 서영석, 김동민, 2007), 셋째, 전체문항의 문항-총점상관계수가 .30미만인 문항, 넷째, 각 요인에 속하는 문항의 커뮤넬리티가 지나치게 낮거나 높은 문항이었다(양병화, 2006). 마지막으로 가장 최소한의 개수가 묶이는 요인을 기준으로 하여 다른 요인에서 문항수가 더 많은 경우 요인 부하량이 낮은 순으로 문항을 제거하는 과정(성태제, 1998)을 통해 요인 당 문항수가 너무 차이가 나지 않도록 조절하였다. 이런 과정을 통하여 최종적으로 19문항을 선별하였다.

이들 19문항을 최대우도법을 이용한 요인추출 방법과 직교회전인 배리막스 방식을 이용한 요인분석을 실시한 결과, 3요인의 누적설명량은 55.36% 였으며, 1요인은 연인관계로 36.12%를, 2요인은 사회적 성취로 12.11%를 3요인은 대인관계로 7.13%를 설명하고 있는 것으로 나타났다. 내적신뢰도(Cronbach's α)는 전체 19문항은 .901이였으며, 하위차원인 연인관계는 .855, 사회적 성취는 .853, 대인관계는 .805로 나타나서 만족할만한 수준이었다.

외모도구성의 남여 요인구조의 차이를 알아보기 위하여 확정된 19문항을 이용하여 남녀 각각의 표본에서 최대우도법을 이용한 추정과 직교회전을 이용하여 요인분석을 실시한 결과, 남성의 대인관계 차원에서 요인부하량이 전체 집단이나 여성 집단과 달리 .30 이 넘는 요인부하량을 가진 문항이 존재하고, 다른 요인에 상대적으로 더 높은 요인부하량을 가진 문항들이 나타났지만 전체 집단의 결과와 거의 유사한 결과가 나타났다. 표1에 남녀표본의 요인별 문항, 문항의 요인부하량, 그리고 신뢰도를 제시하였다.

외모도구성의 탐색적 요인분석 결과, 김완석과 김정식(2007)의 연구와 동일하게 연인관계, 사회적 성취, 대인관계의 3개 하위차원으로 구성되는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 Spangler 등(2001)이 구분한 '관계'차원에서 관계가 대인관계와 연인관계 차원으로 구분될 수 있음을 보여준다. 그러

www.kci.go.kr

나 남녀 표본의 외모도구성 요인구조가 전반적으로 연인관계, 사회적 성취, 대인관계의 3차원으로 구성되기는 하지만 몇몇 문항들에서 .3 대의 약간 낮은 요인부하량과 한 문항이 두 요인에 모두 높게 나타나는 교차부하량을 가지고 있는 것으로 나타났기 때문에 요인구조를 재확인할 필요성이 있다.

표 1. 외모도구성 척도(BVI-SI-A) 문항의 요인부하량과 하위척도 신뢰도

문항	전체			남성(n=163)			여성(n=170)			신뢰도
	요인1	요인2	요인3	요인1	요인2	요인3	요인1	요인2	요인3	
1. 외모가 매력적이면 이성에게 호감을 얻기 쉽다	.660			.637			.646			
2. 외모가 매력적이면 성적으로 매력이 있다	.601			.683			.522			
3. 이성에게 관심을 끌기 위해서는 매력적인 외모가 중요하다	.648			.674			.626			전체 .855, 남 .868, 여 .841
4. 매력적인 외모는 연애를 하는데 도움을 준다	.602			.613			.621			
5. 외모가 매력적이면 이성을 사귀는데에 유리하다	.683			.769			.589			
6. 외모가 매력적이면 이성에게 에프터신청을 받기/하기 쉽다	.721			.702			.743			
7. 외모가 매력적이면 이성과 데이트할 기회가 더 많다	.628			.668			.562			
8. 외모가 매력적이면 사회적으로 능력 있어보인다		.690			.686			.673		
9. 매력적인 외모는 사회적 성공에 도움을 준다		.641			.590			.714		
10. 외모가 매력적이면 업무상 상대방에게 더 믿음을 준다		.602			.584			.654		전체 .853, 남 .822, 여 .878
11. 외모가 매력적이면 직장생활에서 더 많은 기회가 주어진다		.591			.550			.643		
12, 외모가 매력적이면 승진에 유리하다		.733			.753			.714		
13. 외모가 매력적이면 사회적으로 인정을 더 받는다		.687			.592			.811		
14. 사람들은 외모가 매력적인 사람의 실수에 좀 더 관대하다			.424			.375			.454	
15. 외모가 매력적이면 친구들을 많이 만들수 있다			.606			.554			.620	
16. 외모가 매력적이면 모임이나 회식에 초대받기 쉽다.			.788			.855			.756	전체 .805, 남 .799, 여 .815
17. 매력적인 외모를 가지면 도움이 필요할 때 도움을 받기 쉽다			.497		*.430*	*.372*			.534	
18. 외모가 매력적이면 정서적으로 어려울 때 위로를 받기 쉽다			.430		*.456*	*.376*			.427	
19. 일반적으로 사람들은 외모가 매력적인 사람들에게 더 친절하다			.436			.347			.540	
eigenvalue	6.683	2.301	1.354	6.697	2.559	1.271	7.143	2.184	1.412	
설명변량비율(%)	36.12	12.11	7.13	35.24	13.46	6.68	37.59	11.49	7.43	

www.kci.go.kr

연구2

연구2에서는 새로운 표본을 구성하여, 다음과 같은 목적을 위해 진행하였다. 첫째, 연구1에서 확정한 요인구조와 문항들을 재검증함으로서 교차타당도를 검증한다. 둘째, 연구1에서 나타난 남녀간의 성차가 실제로 존재하는지 확인적 요인분석의 집단간 차이 검증을 통하여서 검증하고자 한다. 셋째, 선행연구를 통해 외모도구성과 관련이 있을 것이라고 예상되는 다양한 심리적 변인들과의 관련성을 탐색해보고자 하며, 넷째, 신체도구성이 가지는 실제적인 의미로서 신체도구성이 신체관리 행동과 어떠한 관련성이 있는지 검증하고자 한다.

연구방법

조사대상

경기도 소재의 A대학과 J대학의 대학생 320명을 대상으로 실시하였으며, 성별로는 남성이 120명 여성이 200명이였으며, 평균연령은 20.8세(SD=2.5세)였으며 연령범위는 18-33세로 나타났다.

측정도구의 구성

외모도구성(appearance instrumentality). 연구1에서 확정한 19문항 짜리 외모도구성 척도(BVI-SI-A)를 사용하였다. 각 하위차원별로 연인관계 7문항, 사회적 성취 6문항, 대인관계 6문항 총 19문항으로 구성되어 있으며, '전혀 아니다 - 매우 그렇다'의 5점 리커트 척도이며, 점수가 높을수록 사회적 장면에서 외모에 대한 도구성을 높게 지각하고 있음을 의미한다. 연구2에서 외모도구성의 Cronbach's α는 .935였고 하위척도인 연인관계는 .90, 사회적 성취는 .91, 대인관계는 .89로 나타났다.

신체감시성(body surveillance). 신체감시성은 자신의 신체를 '자기애'의 대상이 아니라 타인의 시선에서 사회에서 이상화된 신체상에 가까워지기 위해 스스로 '통제'하는 대상으로 여기는 것을 말한다. 외모도구성이 높은 사람들은 외모가 사회적으로 중요하다고 생각하기 때문에 사회에서 이상화된 신체상을 내면화를 잘하며, 자신의 외모를 통제하고 감시하고자 할 것이다. 따라서 외모도구성이 높은 사람들은 외모에 대한 감시성이 높을 가능성이 존재한다. 신체감시성의 측정을 위해 McKinley와 Hyde(1996)의 객체화 신체의식 척도의 한국판(김완석, 유연재, 박은아, 2007) 척도(K-OBCS) 중 감시성 척도(Surveillance)를 사용하였다. 이 척도는 자신의 신체를 객체화된 대상으로 간주하여 타인에게 자신의 신체가 어떻게 보이는지 얼마나 감시하며 관찰하는가를 측정하는 8문항으로 구성되어 있으며 '매우 동의하지 않는다'-'매우 동의한다'의 5점척도로 측정된다. 본 연구에서 감시성 척도의 Cronbach's α는 .782로 나타났다.

외모존중감(appearance esteem). 김완석(2007)에 따르면 신체존중감은 외모존중감, 체중존중감, 체기능(건강)존중감으로 구성되는데, 외모존중감은 체형을 포함한 자신의 외모에 대한 개인의 주관적인 평가라고 할 수 있다. 외모존중감과

www.kci.go.kr

외모도구성의 관계에 대한 연구는 아직 없지만, 자신의 외모를 부정적으로 평가하는 사람들은 이것이 사회적 장면에서 자신에게 약점이 될 수 있다고 지각할 가능성이 높으며, 따라서 외모의 사회적 유용성을 과대평가할 가능성이 있다. 이는 외모존중감과 외모도구성의 부적인 상관으로 나타날 것이다. 본 연구에서는 김완석(2007)이 개발한 전반적 신체존중감 척도(K-OBES)의 하위척도인 6문항 짜리 외모존중감 척도를 사용하였으며, Cronbach's α는 .812로 나타났다.

신체편향성(body value-Inclination). 신체편향성이란 신체에 대한 가치관의 하나로서, 건강과 외모의 상대적인 중요성에 대한 신념을 의미한다. 외모의 사회적인 유용성에 대한 신념인 외모도구성 점수가 높은 사람일수록 건강보다는 외모를 더 중요하게 생각할 것이고, 따라서 두 척도 간에는 정적인 상관이 있을 것이라 예상할 수 있다. 신체편향성의 측정을 위해 김완석과 유연재(2007)가 개발한 신체편향성 척도(BVI-I)를 사용하였으며 신체편향성 점수가 높을수록 외모의 상대적 중요성을 더 크게 믿음을 의미한다. 이 척도는 9문항으로 이루어져 있으며 -2~+2의 4점 척도로 구성된 양극척도이다. 본 연구에서 Cronbach's α는 .862로 나타났다.

외모관리 행동의도. 외모나 건강이 가지는 사회적 유용성을 높게 지각하는 사람들은 좋은 외모와 건강한 신체를 가지기 위한 노력을 많이 하고자 할 것이다. 따라서 외모도구성을 높게 지각하는 사람들은 화장품 소비, 다이어트, 성형 수술 등과 같은 외모관리 행동 의도가 높을 것이다. 외모관리 행동의도는 선행연구에서 나타난 외모관리 행동 중 13개를 수집하여 각 행동의 의도를 '매우 하기 싫다'에서 '매우 하고 싶다'의 4점으로 측정하였다.

결과 및 논의

확인적 요인분석

외모도구성은 연구1에서는 3요인으로 나타났으나 2요인의 가능성이 존재한다. Spangler 등(2001)은 '관계'차원을 본 연구와 같이 대인관계와 연인관계로 구분한 것이 아니라 대인관계와 연인관계를 통합하여 하나의 차원으로 구성하였다. 또한 연구1의 결과에서 전체 집단과 여성 표본의 경우에는 대인관계 요인에 포함되어 있는 17번('매력적인 외모를 가지면 도움이 필요할 때 도움을 받기 쉽다')과 18번('외모가 매력적이며 정서적으로 어려울 때 위로를 받기 쉽다') 문항이 남성 표본에서는 사회적 성취 요인에 대한 요인부하량이 조금 더 높게 나타나 이러한 성별 차이를 반영하여 검증할 필요성이 있다.

이를 위해, 본 연구에서는 1가지 연구모형과 2가지 경쟁모형을 수립하였다. 연구모형은 연구1에서 나타난 연인관계, 사회적 성취, 대인관계의 3요인 모형이며, 경쟁모형1은 연인관계와 대인관계를 통합한 2요인 모형을, 경쟁모형2는 3요인 모형이지만 연구1에서 교차부하량이 높게 나타난 외모도구성의 17, 18번을 대인관계가 아닌 사회적 성취 요인에 포함시킨 모형으로 수립하였다. 표2에는 외모도구성의 각 요인모형별 모형적합도를 제시하였다. 분석결과, 전체집단, 남성, 여성 모두에

www.kci.go.kr

서 연구모형이 경쟁모형1, 경쟁모형2보다 상대적으로 높은 모형 적합도를 가지고 있는 것으로 나타났다. 따라서 3요인 구조인 연구모형을 채택하였다. 연구모형의 적합도는 CFI는 .9 이상의 높은 적합도를, RMSEA는 .082의 보통수준 적합도(홍세희, 2000)를 가지고 있는 반면, TLI와 NFI는 .893과 .883의 약간 높지 않은 적합도를 가진 것으로 나타났지만 수용가능한 적합도 수준이라고 할 수 있다. 연구모형의 확인적 요인분석 결과를 그림1에 제시하였다.

여성 집단과 남성 집단 간에 외모도구성의 요인구조에서 차이가 있는지 검증하기 위하여 다집단 요인분석을 실시하였다. 다집단 요인분석은 비교하고자 하는 구성개념이 서로 다른 각 집단에서 동일한 의미를 가지고 있는지 검증하는 과정으로서 일반적으로 4단계의 동일성을 확보해야 한다(meredith, 1993). 첫 번째 단계는 두 집단의 요인구조가 같은지 검증하는 형태동일성(configural invariance), 두 번째 단계는 두 집단에서 요인이 동일한 의미를 가지는가를 검증하는 측정동일성(metric invariance), 세 번째로 두 집단 간의 절편 또는 평균이 동일한지 검증하는 절편동일성(scalar invariance), 네 번째로 두 집단의 문항 오차분상이 동일한지 검증하는 잔차동일성(residual invariance)을 검증하게 된다. 4단계 모두에서 동일한 경우에는 견고한((strict) 요인동일성이 확보되고, 3단계인 절편동일성까지 동일한 경우에는 강한(strong) 요인동일성이 확보되며, 두 집단의 요인구조가 같다고 하기 위해서는 적어도 절편동일성까지는 확보되어야 한다(Meredith, 1993).

외모도구성에서는 남성 집단과 여성 집단 모두에서 연구모형의 요인구조가 가장 좋은 것으로 나타나서 두 집단의 형태동일성은 확보되었다. 두 집단 간의 요인부하량 동일성 제약에 의한 각 모형 $\Delta\chi^2$의 차이 검증에 의해서 측정동일성이 확보되었으며($\Delta\chi^2(16)= 17.864$, $p=.332$), 절편 동일성 제약에 의한 각 모형의 $\Delta\chi^2$의 차이 검증에서 유의한 차이가 나타나($\Delta\chi^2(19)= 42.284$, $p<.01$) 여성과 남성이 서로 다른 절편을 가진 것으로 나타났다.

하지만, χ^2값 차이 분석의 경우 모형의 간명성을 고려하지 않으며, 표본 크기의 영향을 받는 문제점을 지니고 있다. 이러한 경우 TLI와 RMSEA 같은 모형의 간명성을 고려하고, 표본 크기의 영향을 받지 않는 적합도 지수를 통해 모형의 적합성을 평가할 수 있다. 즉, 측정 동일화 제약을 가한 모형의 TLI와 RMSEA값이 측정 동일화 제약을 가하지 않은 모형의 TLI와 RMSEA값에 비해 나빠지지 않으면 동일화 제약은 기각되지 않는다(김주환, 김민규, 홍세희, 2009). 이를 고려하였을 때, 두 모형의 적합도 차이는 미미하므로(ΔTLI = -.000, ΔRMSEA =-.000) 절편동일성은 확보되었으며, 표3에 동일성 검증에 대한 적합도 지수를 제시하였다.

비록 절편동일성 검증에서 χ^2값 차이가 나타났으나 다른 적합도 지수의 차이가 극히 작기 때문에 남성과 여성의 외모도구성의 요인구조는 3요인 19문항으로 모두 동일한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 김완석과 김정식(2007)의 결과와 유사한 결과로서 Spangler 등(2001)의 관계 차원이 연인과 대인관계로 구분될 수 있음을 보여주는 것이라고 할 수 있다.

www.kci.go.kr

표 2. 외모도구성의 요인모형별 모형적합도

모형	표본	χ^2	df	CFI	TLI	NFI	RMSEA
연구모형	전체	467.566***	149	.916	.893	.883	.082
	남성	324.813***	149	.886	.854	.812	.100
	여성	397.095***	149	.896	.867	.846	.091
경쟁모형1 (2요인)	전체	969.085***	151	.785	.730	.758	.130
	남성	463.143***	151	.797	.745	.732	.132
	여성	764.279***	151	.743	.676	.703	.143
경쟁모형2 (3요인 문항변경)	전체	647.541***	149	.869	.833	.838	.102
	남성	416.974***	149	.826	.778	.759	.123
	여성	485.958***	149	.859	.820	.811	.107

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$
사례수: 전체=320, 남성=120, 여성=200

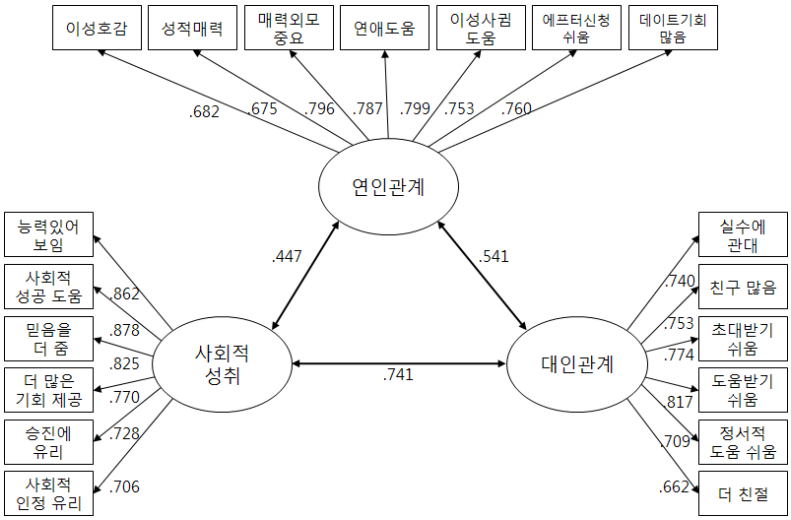

그림 8. 확인적 요인분석 결과

주) 요인부하량은 표준화된 값으로 모두 p<.001 수준에서 유의미하였다.

표 3. 외도도구성 동일성 검증에 대한 적합도 지수

척도	모형	χ^2	df	TLI	RMSEA
외모도구성	모형1: 형태동일성	722.092***	298	.862	.067
	모형2: 측정동일성	739.956***	314	.869	.065
	모형3: 절편동일성	782.240***	333	.869	.065

www.kci.go.kr

관련 변인과의 상관

외모도구성과 관련이 있는 신체관련 변인들과의 상관관계를 탐색해봄으로써 외모도구성이 다른 심리학적 변인들과 어떤 관련성이 있는지 탐색해보고자 하였다. 외모도구성 전체와 하위 차원인 연인관계, 사회적 성취, 대인관계 그리고 외모존중감, OBC의 신체감시성, 신체편향성과의 관련성을 상관분석을 통하여서 검증하였으며 그 결과를 표4에 제시하였다.

분석결과, 하위차원인 연인관계, 사회적 성취 간에는 .486(p<.001)의 정적상관이, 사회적 성취와 대인관계 차원 간에는 .688(p<.001)의 정적상관이, 연인관계와 대인관계 차원 간에는 .539(p<.001)의 정적상관이 나타났다. 외모존중감은 하위차원이 사회적 성취 차원을 제외한 외모도구성 전체(r=-.118, p<.05), 연인관계(r=-.142, p<.05), 대인관계(r=-.113, p<.05)와 모두 부적상관이 나타났는데 이러한 결과는 외모존중감이 낮을수록 외모도구성을 높게 지각한다는 것을 의미하며, 특히 외모존중감이 연인관계 또는 대인관계와 같은 인간관계 측면과 관련성이 있음을 시사하여 준다. 신체감시성도 사회적 성취를 제외한 나머지 차원과 모두 정적인 상관이 나타났는데, 사람들이 자신의 외모를 감시의 대상으로 삼는 이유가 사회적 성취 차원이라기보다는 연인관계나 대인관계와 같은 인간관계 측면에서 그 이유를 찾을 수 있음을 보여준다. 반면 신체편향성은 외모도구성 전체, 하위차원인 연인관계, 사회적 성취, 대인관계에서 모두 정적인 상관을 가지고 있는데, 사람들이 건강보다는 외모를 중요시하는 이유가 연인관계와 대인관계와 같은 인간관계뿐만 아니라 사회적 성취와도 관련성이 있음을 보여주는 결과라고 할 수 있다.

준거관련 타당도

준거관련 타당도를 검증하기 위해서 외모관리 행동 의도를 준거변인으로 하고 외모도구성의 하위차원인 연인관계, 사회적 성취, 대인관계를 예언변인으로 하는 다중회귀 분석을 실시하였으며, 그 결과를 표5에 제시하였다.

다중회귀분석결과, 전체집단에서 외모도구성의 3가지 하위차원들은 외모관리 소비행동 의도를 약 4%(R^2=.040) 설명하는 것으로 나타났으며 (F=4.150, p<.01), 3가지 하위 차원 중 연인관계만

표 4. 관련 변인과의 상관분석 결과

	외모도구성	연인관계	사회적성취	대인관계	외모존중감	신체감시성	신체편향성
외모도구성							
연인관계	.765***						
사회적 성취	.876***	.486***					
대인관계	.890***	.539***	.688***				
외모존중감	-.118*	-.142*	-.055	-.113*			
신체감시성	.182**	.248**	.103	.133*	-.144*		
신체편향성	.193**	.253**	.118*	.139*	-.321**	.405**	

*** p < .001, ** p < .01, * p < .05 n=304(listwise)

www.kci.go.kr

이 유의미하게 영향을 주는 것으로 나타났다(β =.230 p<.001). 이런 결과는 한창 이성에 대한 관심과 교제가 활발한 대학생 집단을 연구표본으로 하였기 때문에 다른 요인보다는 연인관계 요인의 영향력이 상대적으로 크게 나타났을 가능성이 있다. 하지만, 졸업을 앞두고 있기에 취업에 대한 관심이 많다고 볼 수 있는 4학년 집단 만을 대상으로 다중회귀분석을 실시한 결과, 외모도구성은 외모관리 소비행동의도에 대해 약 20%(R^2=.199)의 설명량을 나타냈으며, 전체집단과는 달리 사회적 성취만이 통계적으로 유의한 예측력을 가진 것으로 나타났다(β =.490 p<.01). 이런 결과는 같은 대학생이라도 학년에 따라 외모관리 소비행동의도에 영향을 미치는 외모도구성의 차원이 서로 다르다는 것을 시사하는 것이며, 외모도구성의 하위차원들이 외모관리 소비행동의도에 대해 표본에 따라 서로 다른 차별적 설명력을 갖는 다는 것을 시사하는 것이기도 하다.

논 의

본 연구는 개인이 지각하고 있는 외모의 사회적 유용성에 대한 신념 또는 믿음인 외모도구성을 측정하기 위한 척도 개발을 위해 진행하였다. 연구1에서는 선행연구에서 나타난 문항과 새로운 문항 생성 과정을 통해 1차 예비문항을 생성하였고, 전문가와 관련학과 대학생들을 통해 내용타당도 및 문항 수정을 통해서 2차 예비문항을 생성하였다. 생성된 예비문항들을 대학생들을 대상으로 설문조사 한 이후에 탐색적 요인분석을 통해서 연인관계, 사회적 성취, 대인관계의 3요인 19문항을 추출하였으며, 여성과 남성 사이에서 문항의 차이는 존재하였지만 남녀 모두 동일하게 3요인 구조를 가지고 있는 것으로 나타났다.

연구2에서는 '관계'차원을 구분하지 않은 Spangler 등(2001)의 주장을 수용한 2요인 모형과 연구1에서 나타난 성별 간에 문항 구성의 차이를 검증하기 위하여 문항구성이 다른 3요인 모형을 수립하여 연구모형과 적합도를 비교한 결과, 연구1에서 나타난 3요인 19문항이 가장 적합도가 높은 것으로 나타났다.

외모도구성의 요인구조가 남녀에 따라 차이가 있는지 검증하기 위하여 χ^2값 차이검증을 실시한 결과, 형태동일성, 측정동일성, 절편동일성이 확보되어서 남녀 집단이 동일한 요인구조를 가지고 있음을 알 수 있었다.

외모도구성과 신체감시성, 외모존중감, 신체편향성과 같은 외모 관련한 변인들과의 관련성을

표 5. 외도도구성에 따른 외모관리 소비행동 의도의 다중회귀분석 결과

표본	독립변인	B	β	t(p)	R^2	adj R^2	F
전체	연인관계	.029	.230	3.328***	.040	.030	4.150**
	사회적 성취	.001	.009	.116			
	대인관계	-.009	-.080	-.975			
4학년 (n=53)	연인관계	.016	.101	.637	.199	.147	3.811*
	사회적 성취	.071	.490	2.803**			
	대인관계	-.024	-.179	-.987			

*** p < .001, ** p < .01, * p < .05

www.kci.go.kr

탐색하기 위하여 상관분석을 실시한 결과, 외모도구성은 외모존중감과는 부적상관(r=-.118, p<.05)이, 신체감시성과는 정적상관(r=.182, p<.01)이, 신체편향성과는 정적상관(r=.193, p<.01)이 나타났다. 또한 외모존중감과 신체감시성은 하위 차원 중에 연인관계와 대인관계에서만 부적 상관이 있는 것으로 나타나서 외모존중감과 신체감시성이 인간관계 측면에서 관련성이 있음을 시사하여 주고 있다. 아직 외모존중감과 외모도구성의 관계에 대한 본격적인 연구는 없지만, 이들 두 변인의 관계에 대해 서로 상반되는 예언이 가능하며, 인과관계의 양상도 다를 수 있다. 예컨대, 앞서 예상한 것처럼 외모존중감이 낮은 사람들이 이를 사회적 약점으로 지각하고 외모의 사회적 유용성을 과대평가하는 경향이 나타날 수도 있지만(역상관), 이런 약점을 극복하기 위해 사회적 규범(즉 외모를 중시하는 것에 대한 사회적인 부정적 평가)에 기대어 외모의 사회적 유용성을 낮게 평가하려는 경향도 있을 수 있다(정상관). 이런 상반되는 예상이 가능하다는 것은 이들 두 변수 간의 관계에 다른 제 3의 변수가 조절역할을 할 가능성을 시사한다. 본 연구에서는 이들 두 변수 간에 유의하지만 비교적 낮은 상관이 나타난 것은 이런 가능성을 뒷받침 하는 것으로 해석할 수도 있다. 향후 이에 관한 연구가 필요할 것이며, 또한 두 변수의 인과관계 방향에 대해서도 연구가 필요할 것이다.

외모도구성의 하위차원들이 외모관리 행동의도에 어떠한 영향력을 가지는지 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과, 전체표본에서는 약 4%(R^2=.04)의 낮은 설명력을 가지고 있지만, 4학년 표본만을 대상으로 한 분석에서는 약 20%(R^2=.199)의 설명력을 가지고 있는 것으로 나타났다. 또한 전체 집단에서는 연인관계, 사회적 성취, 대인관계 중 연인관계만이 유의미하게 나타난 반면에(β =.230 p<.001), 4학년 집단에서는 사회적 성취(β =.490 p<.01)만이 통계적으로 유의미하게 영향을 주고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 사회적 도구성의 각 하위 차원들이 외모관리 행동의도에 영향을 주고 있지 않다고 해석하기보다는 각 개인이 처한 상황에 따라서 차별적으로 외모관리 행동에 영향을 주고 있다고 보아야 할 것이다. 즉, 일반적으로는 사람들은 평소에는 외모가 가지는 사회적 유용성에 대하여서 인식 정도가 낮고 따라서 외모관리 소비행동에 낮은 영향력을 가지게 된다. 하지만 취업이나 결혼과 같이 외모의 사회적 유용성이 높아지는 시기나 상황에 접하게 되면 사람들은 외모가 가지는 도구성을 높게 인식하고 따라서 외모관리 소비행동을 많이 하고자 한다는 것이다.

본 연구의 제한점은 무엇보다도 본 연구에 참여한 표본 집단이 20-30대의 대학생 집단으로 한정되어 있다는 점이다. 외모의 사회적 유용성에 대한 지각은 이들 대학생 집단이 나이든 높은 연령층에 비해 더 높을 수 있다. 또한 각 표본 집단이 처한 상황이나 연령에 따라서 외모관리 소비행동에 차이가 존재할 수 있다. 따라서 추후 연구에서는 대학생 집단 뿐만 아니라 30대 이상의 연령층에서 외모도구성이 어떠한 요인구조를 가지고 있으며, 외모관리 소비행동에서는 어떠한 영향력을 가지고 있는지 검증해볼 필요가 있다.

두 번째는 신체의 다른 측면인 건강 또는 체기능의 유용성을 다루지 않았다. 김완석과 김정식(2007)에서는 신체의 사회적 유용성을 외모와 건강의 두 측면에서 모두 측정하였지만 본 연구에

www.kci.go.kr

서는 일반적으로 사람들이 가지는 건강의 유용성보다는 외모의 유용성을 크게 지각할 것이라고 생각하였기 때문에 건강의 유용성을 제외하였다. 하지만, 건강유용성 또한 건강과 관련된 소비행동과 높은 관련성을 가졌을 가능성이 매우 높다. 이러한 차이는 연령에 따라서 차이가 존재할 수 있는데 예를 들어, 외모도구성은 아직 결혼 전이나 결혼적령기 또는 취업을 앞 둔 젊은 세대에서는 외모도구성이 더 높게 지각되지만 결혼을 한 기혼 집단이나 취업을 하여 승진을 하고자 하는 집단에서는 외모보다는 건강의 유용성이 더 높을 가능성이 존재 한다. 따라서 추후 연구에서는 대학생 집단과 같은 결혼 전 세대와 취업과 결혼을 한 청장년 세대를 대상으로 하여 건강도구성 개념을 탐색해 볼 필요성이 있다.

이러한 제한점에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 함의를 가진다. 첫째, 신체에 대한 가치관의 하나로서 외모도구성에 대한 신뢰성 있고, 타당한 척도를 제공하고 있다. 선행연구에서 잠재적으로만 인식하고 있었던 외모의 사회적 유용성이라는 개념을 외모도구성이라는 개념으로 조금 더 명확하게 수립하고, 외모도구성을 측정하기 위하여 사회적 장면인 연인관계, 사회적 성취, 대인관계 측면으로 나누어서 외모도구성 척도를 개발하고, 그 타당성을 검증하였다.

둘째, 외모도구성은 신체의 사회적 유용성으로서 부정적인 자기 개념이 아닌 적응적 기제로서 외모관리 소비행동을 설명해줄 수 있다. 사회적으로 곱지 않은 시선을 받고 있는 젊은 여성들의 몸매관리나 미용행동, 그리고 최근 빠르게 증가하고 있는 남성들의 몸매관리나 미용행동과 같은 외모관리 행동을 단순히 자신의 신체에 대한 불만족이나 낮은 신체존중감과 같은 부정적인 심리상태의 결과로 간주하는 것이 아니라 이런 행동들을 사회적 활동에 적응하고자 하는 동기로서 생태학적 타당성을 지닌 긍정적인 행동이라고 설명할 수도 있다. 특히, 취업이나 결혼을 앞둔 시기에 많이 발생하는 외모관리 행동은 당위적인 관점의 비난을 받을 행동일 수도 있지만, 분명한 생태학적 유용성을 지닌 적응적 행동이라고도 볼 수 있는 것이다.

참 고 문 헌

구자명, 이명희 (1994). 남·여 중학생의 외모만족도와 사회성 및 성취동기에 관한 연구. 대한가정학회지, 32(5), 153-163.

김완석 (2007). 전반적 신체존중감 척도: 개발 및 성차 탐색. 한국심리학회지:여성, 12(2), 231-253.

김완석, 김정식 (2007). 동아시아 여대생들의 신체가치관과 신체존중감:한국, 중국, 일본의 비교. 한국심리학회지:사회문제, 13(4), 113-134.

김완석, 유연재, 박은아 (2007). 한국판 객체화 신체의식 척도(K-OBCS): 개발과 타당화. 한국심리학회지:일반, 26(2), 329-349.

김완석, 차주화 (2006). 여성의 신체이지미 지각이 신체관련 소비에 비치는 영향. 한국심리학회지:소비자광고, 6(3), 27-40.

김완석, 유연재 (2007). 신체가치척도의 개발과 타당화: 신체조작성척도와 신체편향성척도. 한국심리학회지:일반, 26(1), 1-21.

김주환, 김민규, 홍세희 (2009). 구조방정식모형으로 논문쓰기. 서울: 커뮤니케이션북스.

성영신, 박은아, 서현숙 (2008). 아름다움(美)평가의 심리적 차원에 관한 질적연구. 한국소비자및 광고심리학회 춘계학술대회 발표.

양계민(1993). 자신의 신체적 매력에 대한 인식이 자아

www.kci.go.kr

존중감에 미치는 영향: 청소년을 중심으로. 충북대학교 대학원 석사학위논문.

오은정(2009) 요가수련 참여자의 신체적 자기개념이 심리적 행복감에 미치는 영향. 단국대학교 교육대학원 석사학위논문.

임인숙 (2002). 한국사회의 몸 프로젝트: 미용성형 산업의 팽창을 중심으로. 한국사회학, 36(3), 183-204.

이수현, 서영석, 김동민 (2007). 상담자 자기효능감 척도 국내 타당화 연구. 한국심리학회지:상담 및 심리치료, 19(3), 655-673.

홍세희 (2000). 구조방정식 모형의 적합도 지수 선정기준과 그 근거. 한국심리학회지:암상, 19(1), 161-177.

성태제 (1998). 문항제작 및 분석의 이론과 실제. 서울: 학지사.

양병화 (2006). 다변량 자료분석의 이해와 활용. 서울:학지사.

Cash, T. F., & Labarge, A. S. (1996). Development of the Appearance Schemas Inventory: A new cognitive body-image assessment. *Cognitive Therapy and Research, 20*(1), 37-50.

Haas, A., & Gregory, S. W. (2005). The impact of physical attractiveness on women's social status and interactional power. *Sociological Forum, 20*(3), 449-471.

Heinberg L. J., Thompson, J, K., & Stormer, S. (1995). Development and validation of the sociocultural attitudes towards appearance questionnaire. *International Journal of Eating Disorders, 17*(1), 78-89.

Harre, R. (1991). *Physical Being: A Theory for a Corporeal Psychology*. Oxford: Blackwell.

Jakatdar, T. A., Cash. T. F., & Engle, E. K. (2006). Body-image thought processes: The development and initial validation of the Assessment of Body-Image Cognition Distortions. *Body Image, 3,* 325-333.

Meredith, W. (1993). Measurement invariance, factor analysis and factorial invariance. *Psychometrika, 58*(4), 525-543.

Mckinley, N. M. & Hyde, J. (1996). The Objectified Body Consciousness Scale: Development and validation. *Psychology of Women Quarterly, 20.* 191-215.

Mulford, M., Orbell, J., Shatto, C., & Stockard, J. (1998). Physical attractiveness, opportunity, and success in everyday exchange. *American Journal of Sociology, 103*(6), 1565-1592.

Miller, A. G. (1970). Role of physical attractiveness in impression formation. *Psychonomic Science, 19*, 241-243.

Noll, S. M., & Fredrickson, B. L. (1998). A mediational model linking self-objectification, body shame, and disordered eating. *Psychology of Women Quarterly, 22,* 623-636.

Phillips, K. A. (2002). Body image and body dysnorphic disorder. In T. F. Cash & T. Pruzinsky(Eds.), *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice(pp.312-329)*. New York: Guilford.

Rosenberg M. J. (1956). Cognitive structure and attitudinal affect. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 53*, 367-372.

Spangler, D. L., & Stice, E. (2001). Validation of the Beliefs About Appearance Scale. *Cognitive Therapy and Research, 25*(6), 813-827.

Sarwer, D. B., Magee, B., & Clark, V. (2004). Physical appearance and cosmetic medical treatments: Physiological and socio-cultural influences. *Journal of Cosmetic Dermatology, 2,* 29-39.

Stice, E., & Shaw, H. E. (2002). Role of body dissatisfaction in the onset and maintenance

www.kci.go.kr

of eating pathology A synthesis of research findings. *Journal of Psychosomatic Research, 53*(5), 985-993.

Striegel-Moore, R. H., & Frando, D. L. (2002). Body Image issues among girls and women. In T. F. Cash & T. Pruzinsky(Eds.), *Body image: A handbook of theory, research, and clinic practice(pp.183-191)*. New York: Guilford.

Van Den Berg, P., & Thompson, J. K. (2007). Self-schema and social comparison explanations of body dissatisfaction: A laboratory investigation. *Body Image, 10,* 1-10.

Webster, M. & Driskell, J. E. (1983). Beauty as status. *American Journal of Sociology, 89*(1), 140-165.

원고접수일: 2010년 4월 8일
수정논문접수일: 2010년 6월 9일
게재결정일: 2010년 7월 21일

www.kci.go.kr

한국심리학회지: 건강
The Korean Journal of Health Psychology
2010. Vol. 15, No. 3, 549 - 568

Social Instrumentality of Appearance: Scale Development and Validation

Wan-Suk Gim Jee-hyun Kwon Yeon-Jae Ryu
Department of Psychology Ajou University

To develop a Social Instrumentality of Appearance Scale(BVI-SI-A), two studies were performed. Social instrumentality of appearance, as a kind of body-related values, was defined as "personal beliefs of utility of body appearance in social settings such as interpersonal relationship, sexual partnership, and social achievement". In study 1, 333 of college students were responded to 55 items which were developed as an item pool. 19 items were selected according to the results of item and factor analysis. Exploratory factor analyses of those 19 items revealed a 3 factor structure of the scale. In study 2, new college samples were collected(N=320, 120 male and 200 female) to examine the psychometric properties of the scale further. Factor analysis revealed 3 factor structure of the scale which was same as study 1, and the homogeneity of factor structure across the sex was verified as well. The scale showed significant correlations with Appearance Esteem(Gim, 2007), Body Surveillance(Mckinley, & Hyde, 1996), and Body Value-Inclination(Gim & Ryu, 2007) as predicted. BVI-SI-A had significant predictive power on body-related behaviors. Authors interpreted these results as the scale(BVI-SI-A) have acceptable psychometric properties and concluded that it could be useful tool for body image and body related behavior studies.

Keyword: body image, social utility of body, appearance instrumentality, scale development, body management behavior

www.kci.go.kr