

여성의 신체이미지 지각이 신체관련 소비에 미치는 영향

김 완 석[†]

김 해 진

아주대학교 심리학과

신체이미지에 대한 자기지각이 신체관련 소비에 미치는 영향을 여성을 대상으로 연구하였다. 자신의 신체를 이상적인 신체와 얼마나 다르게 지각하는가 하는 신체이미지 차이지각이 신체존중감에 영향을 미치고, 이는 다시 신체관련 소비의도에 영향을 미치는 것으로 개념화 하였다. 이런 과정에서 자신의 체형에 대한 관심도와 자기 신체에 대한 통제감이 조절변수로 기능할 것으로 보았다. 조사 대상은 서울과 경기도, 전라북도의 네 개 대학 여학생과 직장여성을 포함해서 총 354명이었다. 연구결과, 신체이미지 차이지각은 신체존중감에 영향을 미치는 것으로 나타났으나 이 과정에서 체형관심도는 조절변수의 역할을 하지 않는 것으로 나타났다. 한편, 신체 존중감은 신체관련 소비경험과 신체관련 소비의도 모두에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 과정에서 신체통제감은 운동과 섭식에 대해서는 조절변수로 기능하지 않지만 성형에 대해서는 조절변수로 기능하는 것으로 나타났다. 즉, 성형의 경우 신체존중감이 높은 집단은 신체통제감 수준에 따른 성형수술의도에 차이가 없지만, 신체존중감이 낮은 집단의 경우에는 신체통제감이 낮은 집단이 높은 집단에 비해 성형수술 의도가 더 높은 것으로 나타났다. 연구결과의 의미를 논의하고 후속연구의 가능성을 제시하였다.

주제어 : 신체이미지, 신체존중감, 신체관련 소비

[†] 교신저자 : 김완석, wsgim@ajou.ac.kr

최근 몸 자체를 변화시키는 것을 목적으로 하는 소비행동이 급격하게 증가하고 있다. 이는 기본적으로 인간의 몸에 대한 개념의 변화를 토대로 하는 것이며, 이러한 변화와 이 변화를 야기한 여러 가지 요인들에 대한 논의들이 여러 분야에서 활발하게 이루어지고 있다. 심리학적으로는 몸에 대한 생각 즉 신체개념은 자기개념의 일부로서 개인의 개인적 사회적 행위의 특징을 규정하는 근거가 된다. 예를 들어, Harre(1991)는 신체개념이 자기개념 또는 자기 이미지의 아주 중요한 부분이어서, 신체개념은 우리가 자신과 타인에 대해 생각하는 방식과 행동양식에 영향을 미친다고 주장하는데, 이는 체형(bodily form)과 체기능(bodily function)이 인간의 모든 종류의 공적 사회적 평가와 규범적 판단의 대상이 되기 때문이다.

이렇듯, 자신의 신체에 대한 생각은 몸을 이용한 자기표현과 의사소통방식(몸짓, 손짓, 자세, 걸음걸이 등)이나 옷을 입을 방식, 음식물 섭취, 자살에 대한 생각, 화장과 성형, 운동, 장기기증, 노화에 대한 생각 등 삶의 전 분야에 영향을 미친다. 본 연구는 자신의 신체에 대한 개념이 신체와 관련한 소비행동과 어떤 관계가 있는지를 탐구하려는 것이다.

신체이미지와 신체존중감

신체이미지(body image)는 자신의 신체경험을 통해 형성하게 되는 신체에 관한 정신적 표상으로서, 자신이 속한 환경과의 상호작용을 통해 학습되는 것이다. 신체이미지는 신체의 기능 차원인 체기능 차원(근력, 내장기관들의 적절한 작용을 토대로 하는 건강 등에 대한 지각)과 신체의 외모 차원인 체형 차원(신

체의 외적 특성, 크기, 형태 등에 대한 지각)으로 구성된다. 이러한 체기능과 체형에 대한 지각에는 신체의 특성에 대한 인지뿐만 아니라 이에 대한 평가적 감정이 포함되는 바, 후자를 신체존중감(body-esteem)이라 한다. 즉, 신체존중감이란 자신의 신체의 기능과 외모에 대한 긍정적이거나 부정적인 일종의 전반적 태도라고 볼 수 있다.

한편, 신체의 기능이나 외모에 대한 평가 즉, 자신의 신체기능이나 체형을 부정적으로 지각하는가 아니면 긍정적으로 지각하는가에 많은 요인들이 영향을 미친다. 이런 영향 요인들 중 가장 기본적인 것은 그것이 종교의 이름으로든 이념의 형태로든 관계없이 다양한 사회적 상호작용과 개인간 또는 세대간 정보소통을 통해 전달되는 신체와 관련된 가치관과 규범일 것이다. 현대사회에서는 가치관과 규범이 주로 TV, 영화, 신문, 잡지, 인터넷 등의 매스미디어를 통해 전파되고 있어서, 이런 매체를 통해 전달되는 내용들이 개인의 신체 지각에 상당한 영향력을 미치는 것으로 간주하고 있다(예를 들어, 박은아, 2000; 오상화와 나은영, 2002; Beuf, 1974; Jennings, Geis, & Brown, 1980; Farber & O'Guinn, 1988; Stice, 1994; Harrison & Cantor, 1997 등). 즉, 대량 매체들이 전달하는 신체에 관한 메시지들은 수용자에게 '아름다운' 또는 '좋은' 신체란 무엇인가에 대한 평가의 기준으로 작용한다. 그래서, 많은 연구자들은 현대인들에게, 특히 여성들의 경우, 대중매체들이 전달하는 긍정적 외모의 특성이 하나의 이상형(ideal form)으로 내면화 되어 자신의 신체를 '부정적'으로 지각하게 만든다고 본다(예를 들어, 김은실, 2001; 박은아와 성영신, 2001; 최경숙, 2000; Harrison & Cantor, 1997; Renee, 1999; Stice & Shaw, 1994

등).

이들 연구들은 신체존중감을 외적 정보의 영향을 받아 형성하게 되는 이상적인 이미지와 자신의 신체에 대한 지각을 통해 형성하게 되는 실제 이미지를 비교함으로써 형성되는 것으로 간주한다. 이런 개념화는 자기개념을 단순히 자신에 대한 현실적 지각이라는 단일 구성체로 보는 것이 아니라 현실적 자기(real-self)와 이상적 자기(ideal-self)의 두 성분으로 구성된 중다구성체로 보는 관점(예컨대, Belch, 1978; Sirgy, 1980 등)과 일치하는 것이다. 다시 말하면, 자신의 신체 특성에 대한 긍정적 또는 부정적인 전반적 태도는 자신의 신체특성에 대한 지각을 이상적인 것으로 지각한 신체특성과 비교한 결과로 형성된다는 것이다. 예를 들어, Stice(1994)가 말한 것처럼, 현대의 매스미디어를 통해 전달되는 사회 문화적 정보들은 마른(thin or slim) 신체를 여성의 이상적인 신체로서 아름답고, 건강하고, 바람직하며, 성숙한 것으로 제시하고 있으며, 매우 마른 신체를 이상적인 신체로 지각하고 이를 내면화함으로써 자신의 실제 신체이미지와 불일치를 경험케 한다. 즉 이상적인 자기는 “매우 날씬한 자기”이나 실제 자기는 “그와는 다른 상태”라면 이들 두 자기이미지간의 불일치(discrepancy)를 경험하며, 이는 자신의 신체기능과 체형에 대한 전반적인 태도인 신체존중감에 영향을 미치게 된다.

그러나 불일치를 크게 지각한다고 해서 무조건 신체존중감이 낮아지는 것은 아닐 수 있다. 즉, 이상적 신체이미지와 실제 신체이미지의 차이가 크더라도 개인이 자신의 신체에 대한 일반적인 관심이 낮은 경우에는 신체존중감이 덜 영향을 받을 수 있다. 예컨대, 일반적으로 자신을 더 매력적이라고 지각하는 사람

이 그렇지 못한 사람들에 비해 더 나은 자기개념을 가지고 있기는 하지만, 개인이 자신의 외모에 대한 관심이 없을 때는 이런 차이가 나타나지 않을 수도 있다(예를 들어, Cash, Kehr, Polson & Freeman, 1977; Cash 1990).

신체존중감과 신체관련 소비행동

신체존중감은 신체관련 소비행동에 영향을 미칠 것이다. 여기서 말하는 신체관련 소비란 단순한 생명유지를 위한 섭취이나 운동이 아니라 ‘신체의 기능이나 체형을 변화시키려는 것을 목적으로 하는 모든 의도적 소비행위’를 뜻하는 것이다. 즉, 신체의 기능이나 체형을 통제하려는 의도를 가진 적극적 소비행위를 말한다. Turner(1987)는 우리의 일상생활에서 몸을 직접적으로 통제하는 가장 대표적인 영역이 음식과 운동이라고 주장한다(이런 관점에서 몸을 간접적으로 통제하는 가장 대표적인 영역은 화장과 의복일 것이다). 최근 우리 사회에서 널리 볼 수 있는 건강식품의 소비와 다이어트프로그램, 그리고 에어로빅이나 헬스클럽과 같은 운동프로그램들의 소비증가는 이런 주장을 뒷받침 한다. 그러나, 이런 주장은 일반적으로 수긍할만한 것이기는 하지만, 최근 우리 사회에서 볼 수 있는 더욱 적극적인 몸 통제를 간과하고 있다. 예를 들면, 얼굴이나 체형을 직접 변화시키게 되는 성형이나 지방흡입술은 이미 널리 사용되는 방법이다(김완석과 김철민, 2002).

현대 사회에서 볼 수 있는 신체관련 소비상품(예를 들면, 건강/다이어트식품과 프로그램, 에어로빅/헬스클럽과 같은 프로그램들, 단학/활원/명상/요가와 같은 신체수련 프로그램들, 화장품, 기능성 의류, 성형 등)의 광고들이 전

달하는 메시지는 자명하다. “당신의 신체는 이상적이지 않다. 이 상품으로 신체를 이상적인 것에 가깝게 신체의 기능 또는 체형을 변화시킬 수 있다”는 것이다. 따라서 자신의 신체에 대해 불만족하는 부정적인 태도를 가지고 있는 사람들은 이런 광고의 표적이 된다. 또는 불만족하지 않는 사람들에게도 이런 메시지에 노출하면서 다시금 자신의 신체를 살펴보면 부정적인 태도를 갖게 될 수도 있다. 이런 부정적 태도나 불만족이 야기하는 긴장은 소비행위를 위한 동기적 기능을 하게 될 수 있다. 실제로, Labarnara(1998)는 광고모델의 신체이미지와 자신의 신체이미지의 차이를 크게 지각하는 사람들은 그렇지 않은 사람들에 비해 신체존중감이 낮아지며, 이를 보완하기 위해 ‘아름다움’ 관련 상품들의 구매의도가 높아진다는 결과를 보고하기도 했다. 한국의 여대생을 대상으로 연구들에서도 광고노출 후에 신체존중감이 저하된 소비자는 향상된 소비자에 비해 광고자체에 대한 호감이나 광고상표에 대한 구매의도가 더 높았으며(박은아, 2000), 신체관련 내용을 다루는 TV프로그램이나 잡지 기사에 노출하는 정도가 높은 여대생들이 그렇지 않은 여대생에 비해 신체변형과 관련된 신념과 태도, 행동에 대해 더 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다(오상화와 나은영, 2002). 이런 결과들은 신체존중감이 신체관련 소비행동에 영향을 미칠 가능성을 시사하는 것이다.

하지만, 인간의 행동은 그렇게 단순하지 않아서, 신체존중감이 낮다고 해서 무조건 신체관련 소비행위가 더 많이 나타나지는 않을 수 있다. 예컨대, 기대-가치이론이나 Bandura(1977)가 제시한 사회학습이론은 목표달성이 가능한가에 대한 내적 평가가 실제로 행동을 수행하

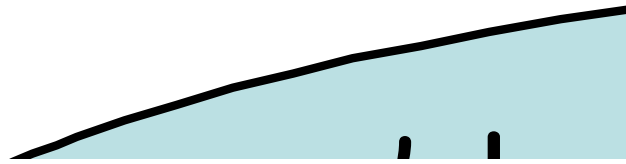
는데 중요한 역할을 한다는 것을 보여주고 있다. 즉, 낮은 신체존중감으로 인해 신체의 기능이나 체형을 변화시키고자 하는 욕구가 발생한다 해도 실제 행동이 나타나려면 자신이 선택한 소비행위가 원하는 결과를 낼 수 있을까 하는 확신이나 기대가 없으면 행동수행을 개시하지 않을 것이다. 실제로 신체존중감과 신체관련 소비에 관한 태도나 행동의 관계에는 자기효능감이 조절역할(moderator)을 하는 것으로 보고되기도 했다(오상화와 나은영, 2002). 또한 똑같이 날씬한 체형을 이상적으로 생각하는 경우에도 자기효능감이 높은 사람들이 다이어트를 더 많이 한다(이상선, 1994).

본 연구에서는 신체통제감(body control belief)이 신체존중감과 신체관련 소비의 관계를 조절할 것으로 보았다. 통제감이란 환경에 대한 개인의 통제가능성에 대한 믿음을 뜻한다. 신체통제감이란 예를 들어, 자신의 신체 형태를 변화시키는 것이 얼마나 가능한가 하는 개인적 신념인 바, 최근 연구들에서 그 개념적 유용성이 입증되었다(예컨대, Cash, Rissi, & Chapman, 1985; Mckinley & Hyde, 1996).

연구모형과 가설

그림 1은 앞서의 논의를 바탕으로 설정한 연구모형이다. 이 모형에서 신체관련 소비행동은 신체존중감에 의해 결정되며, 이는 다시 신체이미지 차이지각에 의해 결정되는 것으로 개념화 했다. 그리고 각 과정에서 체형관심도와 신체통제감이 각기 조절변인의 역할을 하는 것으로 보았다.

이러한 연구모형을 검증하기 위해 연구문제를 둘로 구분해서 다음과 같은 가설을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

가설 1-1: 신체이미지 차이 지각에 따라 신체존중감의 차이가 있을 것이다.

1-2: 신체이미지 차이와 신체존중감의 관계는 개인의 체형관심도에 따라 달라질 것이다. 이는 신체이미지 차이와 체형관심도의 상호작용으로 나타날 것이다.

가설 2-1: 신체존중감 수준에 따라 신체관리 행동 경험비율의 차이가 있을 것이다.

2-2: 신체존중감 수준에 따라 신체관리 행동 소비의도의 차이가 있을 것이다.

2-3 신체존중감과 신체관리행동의 관계는 신체통제감에 따라 달라질 것이다. 이는 신체존중감과 외모통제신념의 상호작용으로 나타날 것이다.

연구방법

조사대상

서울 소재 E, K 대학, 경기도 소재 A대학, 전라북도 소재 C대학 여대생과 경기도 소재 20대 직장여성을 대상으로 자료를 수집하였다. 총 383부가 수집되었고 무성의한 응답자를 제외한 총 354부를 분석에 사용하였다. 평균연령은 21.3세이고, 대학생이 279명, 직장인이 71

명이었다.

측정변인

신체이미지 차이지각

신체이미지 차이 값은 이상적인 외모와 현재의 외모의 차이를 구하는 Thompson(1995)이 제작한 9점 척도인 Contour Drawing Rating Scale을 사용했고, 내적신뢰도는 .78이다. 또한 Anton(2000)의 이상적인 키, 체중, 허리둘레와 현재 자신의 키, 체중, 허리둘레 대한 차이를 합산점수를 붙일치 지수로 사용했다. 내적 신뢰도를 나타내는 $\alpha=.78$ 로 나타났다.

신체존중감

Mendelson, Mendelson, Andrews, Balfour & Bucholz(1997)가 제작하였고, 이정숙(2001)이 변안한 23문항을 사용했다. 내적신뢰도는 $\alpha=.86$ 으로 나타났다.

체형관심도

Cooper, Taylor, Cooper와 Fairvurn(1987)이 만들고, 박은아(2000)가 변안한 체형관심도(concern about body shape)척도를 사용하였다. 이 척도는 자신이 얼마나 살췌다고 지각하는지(지각차원), 체중과 체형에 얼마나 관심을 갖고 있으며(인지차원), 날씬한 신체를 만들기 위해 열

마나 노력하는지(행동차원)의 세 차원으로 구성되어 있다. 이 중 본 연구 목적에 비추어 체중과 체형에 얼마나 관심을 갖고 있는가 하는 인지차원의 9문항을 사용하였다. 내적신뢰도는 $\alpha=.87$ 로 나타났다.

신체통제감

Mckinley와 Hyde(1996)에 의해 제작된 외모 통제신념(appearance control belief)을 박은아(2003)가 번안하여 사용한 6점짜리 6문항 척도를 사용하였다. 본 연구에서는 내적신뢰도는 $\alpha=.72$ 로 나타났다.

신체관리행동 경험

섭식, 운동, 그리고 성형에 관한 관리 경험을 묻는 질문지로, 4점 척도(경험 없음, 한번, 두 번, 세 번 이상)로 구성되어 있다. 구체적

으로 섭식은 다이어트식품, 건강보조식품, 전문 운동 프로그램에 관한 세 문항이었고, 운동은 조깅/수영, 헬스/에어로빅 그리고 요가/단학의 3문항으로 구성했다. 마지막으로 성형(외과적인 도움)수술에 대한 경험을 묻는 1문항을 포함해서 총 7문항으로 구성했다. 내적신뢰도는 $\alpha=.69$ 로 나타났다.

신체관리행동 소비의도

소비의도는 소비행위의 최종지표로 사용하기 위한 것으로, 신체관리행동 경험을 묻는 문항과 동일하되 다만 소비의도를 묻는 문항이었다. 섭식 3문항, 운동 3문항 그리고 성형 1문항으로 총 7문항에 대해 6점 척도로 응답하도록 했다. 내적신뢰도는 .81로 나타났다. 표 1은 본 연구에 사용한 측정변인들을 요약한 것이다.

<표 1> 측정변인들의 특성 요약

| 측정문항 | 문항수 | 척도 | 측정변인 명칭 | 범위 |
|-----------|-----|------|-----------|------|
| 이상적 신체이미지 | 4 | 8,9점 | 신체이미지차이지각 | 0-7점 |
| 실제 신체이미지 | 4 | 8,9점 | | |
| 신체존중감 | 23 | 4점 | 신체존중감 | 1-4점 |
| 체형관심도 | 9 | 6점 | 체형관심도 | 1-6점 |
| 신체통제감 | 6 | 6점 | 신체통제감 | 1-6점 |
| 신체관련 소비경험 | 7 | 4점 | 전체소비경험빈도 | 0-3점 |
| | (3) | | 운동경험빈도 | 0-3점 |
| | (3) | | 섭식경험빈도 | 0-3점 |
| | (1) | | 성형경험빈도 | 0-3점 |
| 신체관련 소비의도 | 7 | 6점 | 전체소비의도 | 1-6점 |
| | (3) | | 운동소비의도 | 1-6점 |
| | (3) | | 섭식소비의도 | 1-6점 |
| | (1) | | 성형소비의도 | 1-6점 |

* 주: 모든 측정치에서 값이 클수록 더 그렇다 또는 더 많다/높다는 것을 뜻함

결 과

신체이미지 차이와 신체존중감의 관계

가설 1-1, 1-2를 검증하기 위해, 우선 참가자들의 신체이미지 차이 지각 평균값(M=1.45)을 구한 다음, 평균이상의 점수인 응답자를 ‘큰 차이 지각’ 집단으로, 평균이하인 응답자를 ‘작은 차이 지각’ 집단으로 분류했다. 그리고 체형관심도의 경우에도 평균값(M=2.58)을 중심으로 ‘높은 관심도’ 집단과 ‘낮은 관심도’ 집단으로 분류하였다. 표 2는 신체이미지 차이 지각과 체형관심도에 따른 신체존중감의 집단별 평균(표준편차)이고 표 3은 분산분석결과이다.

분석결과를 보면, 신체이미지 차이 지각과 체형관심도의 주효과는 유의미한 것으로 나타났다. 즉, 신체이미지 차이 지각이 작은 집단이 큰 집단에 비해 신체존중감이 더 낮았으며 [F(1, 354)=19.69, $p < .01$], 체형관심도가 높은 집단은 낮은 집단에 비해 신체존중감이 더 낮

았다[F(1, 354)=45.59, $p < .01$]. 그러나 두 변인의 상호작용 효과는 유의미하지 않았다. 따라서 신체이미지 차이 지각에 따라 신체존중감이 달라질 것이라는 가설 1-1은 검증되었지만, 체형관심도가 조절역할을 할 것이라는 가설 1-2는 기각되었다.

신체존중감에 따른 신체관리 소비의도

신체존중감과 신체관리행동 경험

가설 2-1과 2-2를 검증하기 위해, 참가자들의 신체존중감 평균(M=2.51)을 구한 후, 평균보다 높은 점수를 가진 사람들을 ‘높은 신체존중감’ 집단으로 묶고, 평균이하의 점수를 가진 사람들을 ‘낮은 신체존중감’ 집단으로 분류했다. 그리고 신체통제감의 평균(M=3.84)을 구한 후, 평균보다 높은 점수를 가진 사람들을 ‘높은 통제감’ 집단으로 묶고, 평균보다 낮은 점수를 가진 사람들을 ‘낮은 통제감’ 집단으로 분류했다. 표 4는 집단별 전채소비경험빈도의

<표 2> 차이 지각과 체형관심도에 따른 신체존중감 평균(표준편차)

| 체형관심도 | 큰 차이 지각 | | 작은 차이 지각 | |
|-------|-----------|-----|-----------|-----|
| | 평균(표준편차) | n | 평균(표준편차) | n |
| 높은관심 | 2.32(.28) | 119 | 2.49(.23) | 58 |
| 낮은관심 | 2.57(.28) | 61 | 2.69(.34) | 116 |

<표 3> 신체존중감에 대한 분산분석

| 분산원 | df | F-value |
|---------------|----|----------|
| 차이 지각 | 1 | 18.515** |
| 체형관심 | 1 | 46.679** |
| 차이 지각 × 체형관심도 | 1 | .451 |

** P < .01, * P < .05

<표 4> 신체존중감과 신체통제감에 따른 전체소비경험 빈도의 평균(표준편차)

| 신체통제감 | 낮은 신체존중감 | | 높은 신체존중감 | |
|-------|----------|----|----------|----|
| | 평균(표준편차) | n | 평균(표준편차) | n |
| 낮은통제 | .45(.49) | 95 | .32(.41) | 83 |
| 높은통제 | .41(.42) | 89 | .32(.37) | 87 |

<표 5> 전체소비경험에 대한 분산분석

| 분산원 | df | F-value |
|---------------|----|---------|
| 신체존중감 | 1 | 5.17** |
| 신체통제감 | 1 | .10 |
| 신체존중감 × 신체통제감 | 1 | .332 |

** P < .01, * P < .05

평균(표준편차)이고, 표 5는 분산분석결과이다. 분석결과를 보면, 신체존중감 수준에 따른 신체관리 경험에서는 유의미한 차이가 있었다 [F(1, 354)=5.17, $p < .05$]. 즉 신체존중감이 낮은 집단이 높은 집단보다 신체관련 소비경험의 빈도가 높은 것으로 나타났다. 그러나 신

체통제감에 따른 소비경험에는 차이가 없었으며, 또한 신체존중감과 신체통제감의 상호작용도 유의미하지 않았다.

신체존중감과 신체관리 소비의도

표 6은 신체존중감과 신체통제감에 따른 전

<표 6> 신체존중감과 신체통제감에 따른 신체관리 소비의도 평균(표준편차)

| 신체통제감 | 낮은 신체존중감 | | 높은 신체존중감 | |
|-------|------------|----|-----------|----|
| | 평균(표준편차) | n | 평균(표준편차) | n |
| 낮은통제 | 3.41(1.26) | 83 | 2.67(.96) | 95 |
| 높은통제 | 3.20(.93) | 87 | 2.68(.83) | 89 |

<표 7> 신체관리 소비의도에 대한 분산분석

| 분산원 | df | F-value |
|-------------|----|----------|
| 신체존중감 | 1 | 35.387** |
| 신체통제감 | 1 | .915 |
| 신체존중감×신체통제감 | 1 | 1.105 |

** P < .01, * P < .05

체소비의도의 평균(표준편차)이고, 표 7은 분산분석 결과이다. 이 결과도 전체소비경험을 종속변인으로 하는 분석결과와 마찬가지로 신체존중감의 주효과만 유의미한 것으로 나타났고[F(1, 354)=35.387, $p < .01$], 상호작용효과는 유의미하지 않았다.

신체존중감과 영역별 신체관리 소비의도

표 8은 소비의도를 신체관련 소비 영역(즉, 운동, 섭식, 성형)별로 분석하기 위해 각 영역별로 신체통제감과 신체존중감 집단별 평균(표준편차)을 정리한 것이고, 표 9는 분산분석 결과이다. 분석결과를 보면, 운동과 섭식의 경우는 신체존중감에 따라 소비의도에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났지만(운동, [F(1,

347)=16.515, $p < .01$]; 섭식, [F(1, 347)=32.844, $p < .01$]), 신체통제감의 주효과나 두 변인의 상호작용 효과는 유의미하지 않았다. 하지만 성형의 경우에는 신체존중감이 낮은 집단이 높은 집단에 비해 성형의도가 높을 뿐 아니라 [F(1, 347)=15.055, $p < .01$], 신체통제감이 낮은 집단이 높은 집단에 비해 성형의도가 높은 것으로 나타났으며[F(1,347)=8.641, $p < .01$], 두 변인의 상호작용효과도 유의미한 것으로 나타났다[F(1, 347)=4.588 $p < .05$]. 이는 신체존중감이 높은 집단의 경우는 신체통제감에 따른 성형의도의 차이가 없지만, 신체존중감이 낮은 집단에서는 신체통제감이 낮은 집단이 높은 집단에 비해 높은 성형의도를 드러내고 있음을 보여주는 것이다.

<표 8> 신체존중감과 신체통제감에 따른 운동, 섭식, 성형의 소비의도 평균(표준편차)

| | | 낮은 신체존중감 | | 높은 신체존중감 | |
|----|------|------------|----|------------|----|
| | | 평균(표준편차) | n | 평균(표준편차) | n |
| 운동 | 낮은통계 | 4.25(1.50) | 83 | 3.63(1.26) | 94 |
| | 높은통계 | 4.11(1.16) | 87 | 3.64(1.08) | 89 |
| 섭식 | 낮은통계 | 2.73(1.40) | 83 | 1.91(1.10) | 94 |
| | 높은통계 | 2.62(1.26) | 87 | 1.96(1.10) | 89 |
| 성형 | 낮은통계 | 2.96(1.77) | 83 | 2.05(1.31) | 94 |
| | 높은통계 | 2.20(1.33) | 87 | 1.93(1.23) | 89 |

<표 9> 운동, 섭식, 성형소비의도의 분산 분석

| 분산원 | df | F-value | | |
|-------------|----|----------|----------|----------|
| | | 운동 | 섭식 | 성형 |
| 신체존중감 | 1 | 16.515** | 32.844** | 15.055** |
| 신체통제감 | 1 | .231 | .040 | 8.641** |
| 신체존중감×신체통제감 | 1 | .300 | .387 | 4.588** |

** P < .01, * P < .05

논 의

본 연구는 신체차이지각과 신체관리행동의 경험과 소비의도의 관계와 이 과정에서 개인의 심리적 변인이 어떤 역할을 하는지 보고자 하였다. 연구결과는 전체적으로 이상적인 신체이미지와 실제 신체이미지의 차이인 신체이미지 차이지가 신체존중감에 영향을 미친다는 연구결과들과 이러한 신체존중감의 차이가 신체관리행동의 소비의도에 영향을 끼친다는 연구결과들을 지지하는 것이다. 이런 결과는 신체이미지차이지각과 신체존중감, 소비행동을 동시에 다룸으로써 지금까지 서로 독립적으로 이루어졌던 연구결과들을 통합해서 입증해주는 것이다.

그러나, 본 연구에서 살펴본 체형관심도와 신체통제감이 각 과정에서 조절변인으로 역할 하는가에 대해 확실한 결론을 내리기 어려운 결과를 얻었다. 특히 신체차이지각과 신체존중감의 관계를 조절할것으로 보았던 체형관심도는 어떤 신체관련 소비행동에 관해서도 전혀 조절역할을 하지 못하는 것으로 나타났다. 또한, 신체존중감과 소비행동의도의 관계를 조절할 것으로 예상한 신체통제감은 운동이나 섭식행동의 의도에 대해서 조절역할을 하지 않는 것으로 나타났다. 하지만 신체통제감은 성형의도에 대해서는 신체존중감과 상호작용하는 것으로 나타나서 조절역할을 하는 것으로 나타났다.

체형관심도의 조절효과가 나타나지 않은 것에 대해서는 무엇보다도 측정치의 개념과 도구의 부적절성에서 찾아볼 수 있다. 체형관심도는 개념적으로 자신의 체형 즉 신체적 외모에 대한 관심을 뜻하는 바, 이런 관심은 이미 이상적 신체이미지나 실제 신체이미지의 지각

에 이미 반영되어있을 가능성이 있다. 또한 측정도구의 경우, 본 연구에서는 체형관심도를 체형관심도 척도의 인지차원 문항만을 이용하였는데, 이들 문항들이 측정하는 내용이 체형 관심도라기 보다는 신체존중감과 거의 유사한 내용을 측정하는 것으로 보인다. 예컨대, 신체존중감 척도의 인지차원 문항인 “내 체형에 대해 부끄러움을 느낀 적이 있다”, “거울이나 쇼윈도에 비친 내모습을 보았을 때 체형이 마음에 들지 않았다”, “다른 여성을 보면서 내 체형과 비교하여 내가 더 못하다고 느낀 적이 있다”는 등의 문항들은 체형 자체에 대한 관심보다는 오히려 신체존중감의 차이를 반영하는 것으로 보인다. 향후 연구에서는 체형관심도를 체형과 신체기능에 대한 상대적 관심도로 개념화하고 이에 따른 측정도구를 구성하는 연구가 필요할 것으로 보인다. 이와 관련해서, 본 연구에서 사용한 신체존중감 척도의 경우에도 그 내용상 체형(즉, 외모)에 대한 존중감만을 측정하는 것인 바, 이 척도 또한 체형 뿐아니라 체기능에 대한 존중감을 포함하는 척도로 개선할 필요가 있을 것이다.

한편, 신체존중감과 소비행동의도의 관계를 조절하는 것으로 가정했던 신체통제감은 성형에 대해서만 조절효과가 있었고, 운동이나 섭식에 대해서는 그렇지 못했는데, 이런 결과도 1차적으로는 연구에 사용한 개념들의 수준이라는 문제로 설명해볼 수 있다. 즉, 실제 측정에서 신체존중감과 소비행동의도의 경우에는 구체적인 신체에 대한 지각과 구체적인 소비 대상에 대한 행동의도를 측정했던 것에 비해 신체통제감은 구체적인 소비행위에 대한 자신의 통제력, 즉 다이어트프로그램이나 운동프로그램을 지속적이고 규칙적으로 실천할 수 있는가하는 것을 질문한 것이 아니라 신체의

외양이 개인의 노력으로 변화시킬 수 있는 것인가 아니면 유전적으로 결정된 것인가 하는 매우 추상적이고 근본적인 수준에서 측정했는데, 이러한 조작수준의 차이가 이런 결과를 낳은 원인일 수 있다. 하지만, 이렇게 측정수준이 달랐는데도 성형에 대해서는 조절효과가 있는 것으로 나타난바, 이는 운동/섭식과 성형이라는 신체변형행위의 특성을 고려할 때 매우 흥미로운 추론을 가능케 한다. 즉, 운동이나 섭식은 운동프로그램이나 섭취하는 음식 자체의 특성과 자신의 의지, 즉 프로그램대로 꾸준히 실시하거나 음식섭취를 제한하는 등의 의지가 합쳐져서 그 효과를 발휘하는 것인데 비해, 성형의 효과는 전적으로 성형시술자의 특성에 의존하는 것이기 때문에, 자신의 통제력이 전혀 영향을 미치지 않는 것이다. 따라서 성형과 같이 전적으로 자신의 통제력이 효과에 영향을 발휘할 수 없는 소비의 경우에는 동일한 수준의 신체존중감을 지닌 경우라도 신체통제감에 따라서 소비의도가 큰 영향을 받을 수 있을 것이다.

연구결과에서는 제시하지 않았지만, 표본에 포함된 여대생과 직장여성의 소비경험과 의도를 분석해 본 결과, 소비의도에서는 차이가 없었지만 소비경험에서는 유의한 차이가 나타나서 직장 여성은 여대생보다 섭식과 성형 경험이 더 많은 것으로 나타났다. 이런 결과는 행동자체의 실행에는 금전과 같은 경제적 변인이 영향을 미친다는 것을 시사하는 것이다. 한편, 소비의도는 운동의 경우가 섭식이나 성형보다 더 높은 것으로 나타났는데 이는 운동이 체형뿐만 아니라 체기능의 향상에도 도움이 된다는 사실과, 일반적으로 운동과 같은 개인의 적극적 참여와 노력을 통한 신체관리를 섭식이나 성형같은 다분히 수동적인 행위에 비

해 더 바람직하게 생각하는 사회적 통념이 작용한 결과로 해석해볼 수 있다.

본 연구는 20-30대의 여성소비자만을 대상으로 했는데, 향후 연구에서는 남성과 다른 연령층의 표본을 포함할 필요가 있다. 특히 신체개념에서 성차가 있다는 연구들이 많은바, 이에 따라 후속 심리과정이나 행동에서도 상당한 차이가 있을 가능성이 있기 때문이다. 둘째, 앞서 논의에서 언급한 것처럼, 이 분야의 연구들이 개념적 정의나 이에 따른 측정들에서 상당한 개선의 여지가 있는바, 이에 대한 체계적인 연구가 필요할 것이다. 마지막으로 신체관리 행동들을 분류하고 각각의 특성을 밝히는 연구가 필요할 것으로 보인다. 여기에는 소비상품으로서 섭식과 운동 성형 외에도 장기기증이나 수술, 시신의 처리와 같은 신체관련 행동들이 포함될 수 있을 것이다.

참고문헌

김완석, 김철민 (2002). 몸의 심리학: 몸에 대한 생각과 소비행동. 몸의 시대, 아름다움을 찾는 소비자 심리. 한국 소비자광고 심리학회 심포지움 발표논문집, pp 1-20.

김은실 (2001). 여성의 몸, 몸의 문화정치학. 서울: 도서출판 또 하나의 문화.

박은아 (2003). 객체화된 신체의식척도 한국적 타당화. 한국심리학회지:일반, 22(2). 35-56.

박은아 (2000). 광고모델과 소비자의 신체이미지 차이에 따른 광고효과. 미발표 박사학위 청구논문, 고려대학교 대학원.

박은아, 성영신 (2001). 광고모델에 대한 소비자 지각이 구매의도에 미치는 영향. 신

- 체이미지 비교를 중심으로. 한국심리학회지: 소비자·광고, 2(1), 87-115.
- 오상화, 나은영 (2002). 대중매체 소비가 여대생의 신체변형에 대한 태도 및 행동에 미치는 영향과 그 매개 과정. 한국심리학회지: 소비자·광고, 3(2), 141-158.
- 이상선 (1994). 여대생의 식사행동과 심리적 요인의 관계. 연세대학교 일반대학원 석사학위 청구논문.
- 이정숙 (2001). 중고등학생의 성별, 비만, 타인의 평가와 신체존중감의 관계. 한국 교원대학교 석사학위 청구논문.
- 최경숙 (2000). 하이틴 잡지가 여학생들의 신체 를 규정하는 방식에 관한 연구. 석사학위 청구논문, 서강대학교 신문방송학과 대학원.
- Anton, S. A., Perri, M. G., & Riley, J. R. (2000). Discrepancy between actual and ideal body images Impact on eating and exercise behaviors. *Eating Behaviors*, 1, 153-160.
- Bandura(1977) Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavior change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Belch, G. E. (1978). Belief systems and the differential role of the self-concept. *Advances in Consumer Research*, 5, 320-325.
- Beuf, A. (1974). Doctor, lawyer, household Drudge. *Journal of Communication*, 24, 142-145.
- Cash, T. F. (1990). Losing hair, losing points?: The effects of male pattern baldness on social impression formation. *Journal of Applied Social Psychology*, 20, 154-167.
- Cash, T. F., Kehr, J., Polysen, J., & Freeman, V. (1977). The role of physical attractiveness in peer attribution of psychological disturbance. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 45, 987-993.
- Cash, T. F., Rissi, J., & Chapman, R. (1985). Not just another pretty face: Sex roles, locus of control, and cosmetics use. *Personality and social psychology Bulletin*, 11, 246-257.
- Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z. & Fairburn, C. G. (1987). The development and validation of the body shape questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 6(4), pp. 485-494.
- Davis, C. & Katzman, M. (1998). Chinese men and women in the United States and Hong Kong: boys and self-esteem ratings as a prelude to dieting and exercise. *International Journal of Eating Disorders*, 23, 99-102.
- Farber, R. J. & O'Guinn, T. C. (1988). Expanding the view of consumer socialization: a non-utilitarian mass-mediated perspective. *Research in Consumer behavior*, 3, 49-77.
- Harre, R. (1991). *Physical Being: A Theory for a Corporeal Psychology*. Oxford: Blackwell.
- Harrison, K., & Cantor, J. (1997). The relationship between media consumption and eating disorders. *Journal of Communication*, 47(1), 40-67.
- Jennings, J., Geis, F. L., & Brown, V.(1980). Influence of television commercial`s on women`s on women`s self-confidence and independent judgement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38(2), 203-210.
- LaBarbara, P. A. (1998). The nouveaux riches: conspicuous consumption and the self-fulfillment. *Research in Consumer Behavior*, 3, 179-210.

- Lerner, R. M., Karabenick, S. A., & Stuart, J. L. (1973). Relations among physical attractiveness, body attitudes, and male and female college students. *The Journal of Psychology*, 99, 251-258.
- Mckinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). The objectified body consciousness scale. *Psychology of Women Quarterly*, 20, 181-215.
- Mendelson, B. K., Mendelson, M. J., Andrews, J., Balfour, L., & Bucholz, A. (1997). Three aspects of body esteem in adolescents and young adults: Differential relations with weight and self-esteem. *Research in Child Development*, 17(1), 145-160.
- Renee, A. B. (1999). Television Images and Adolescent Girls' Body Image Disturbance. *Journal of Communication*, 54(1), 22-41.
- Sirgy M. J. (1980). Self-concept in relation to product preference and purchase intention. In V. V. Bellue (Eds.), *Developments in Marketing Science*(Vol. 3, pp. 350-354), MI: Academy of Marketing Science.
- Stice E. (1994). Review of the evidence for a social culture model of bulimia nervosa and an exploration of the mechanism of action. *Clinical Psychology Review*, 14(7), 633-661.
- Stice, E., & Shaw, H. E. (1994). Adverse effects of the media portrayed thin-ideal on woman and linkages to bulimic symptomatology. *Journal of Social and Clinical Psychological*, 13, 288-308.
- Strauman. T. J., Higgins E. T., Vookles J., Berenstein V., & Chaiken S. (1991). Self-Discrepancies and Vulnerability to Body Dissatisfaction and Disordered Eating. *Journal of Personality and Social Psychology*. 61(6). 946-956.
- Thompson, M. A., & Gray, J. J. (1995). Development and Validation of a New Body-Image Assessment Scale. *Journal of Personal Assessment*. 64(2), 258-269.
- Turner, B. S. (1987). *Medical Power and Social Knowledge*. London; Sage.

Effects of Body Image on Body-related Consumption in Female

Wan-Suk Gim

Haejin Kim

Dept. of Psychology, Ajou University

Purpose of this study was to investigate the effects of body-image perceptions on intentions of body-related consumptions in female. We hypothesized that 'differences of the perceptions between one's own body image and ideal body-image' will affect 'intentions of body-related consumption' through the effect on 'body-esteem'. And 'involvement to one's own body shape' and 'sense of control' will have a function as moderators in the processes. Subjects were 354 female students who are attend 4 universities located in Seoul, Gyunggi, and Jeonlabul-Do areas. 'Differences of the perceptions between one's own body image and ideal body-image' revealed significant effect on 'body-esteem' and the 'body-esteem' had significant effect on the 'intentions of body-related consumption' and 'experience to body-related consumptions'. But, the 'involvement to one's own body shape' didn't have interaction function with the 'perceptions between one's own body image and ideal body-image'. The 'sense of control' interacted with the 'body-esteem' for the 'intentions to do plastic surgery', but not for the intentions to 'take healthy food' and to 'take body exercise'. The implications of these results were discussed and topics for future research were suggested.

keywords : *body-image, body-esteem, body consumption*