

신체가치가 외모관리행동에 미치는 영향: 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모지향성의 매개효과를 중심으로

김 완 석[†] 유 연 재 권 지 현

아주대학교 심리학과

본 연구에서는 신체가치관들과 외모에 대한 사회문화적 태도, 외모지향성이 외모관련 소비행동에 미치는 영향을 살펴보았다. 이를 위해 17세에서 23세에 이르는 242명의 여성표본을 대상으로 신체조작성과 신체편향성을 선행인자로 하고 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모지향성을 매개변수로 하는 연구모형과 그 선후관계를 바꾼 경쟁모형의 적합도를 비교하였다. 연구결과 신체가치를 선행인자로 하는 연구모형이 더 적합한 것으로 나타났다. 연구결과 의미와 시사점을 논의하였다.

주요어 : 신체가치, 신체조작성척도, 신체편향성척도, 외모지향성, 외모에 대한 사회문화적 태도, 신체 이미지

[†] 교신저자 : 김완석, 아주대학교 심리학과, wsgim@ajou.ac.kr

사람이라면 누구나 타인들에게 아름답게 보이고자 하는 욕구가 있고, 이러한 욕구를 충족하기 위해서 자신의 외모를 아름답게 가꾸고자 하는 행동들을 하게 된다. 이러한 일련의 행동들을 외모관리행동이라고 하는데 Aune와 Aune(1994)는 외모관리행동을 사람들이 옷이나 장신구로 치장을 하거나 꾸미는 행동으로 보았으며, Kaiser(1997)는 외모를 신체와 신체 변형에 의해 만들어지는 시각적으로 지각되는 총체적인 이미지로 정의하면서 외모관리행동에 신체 변형에 대한 개념을 포함하였다. 외모관리행동은 자신의 외모를 타인보다 좀 더 돋보이게 하기 위하여 소극적으로는 화장이나 장신구를 이용하여 꾸미는 행동부터 좀 더 적극적인 형태로서 외과적인 수술을 통하여 자신의 외모를 개선하려는 행동까지를 모두 포함한다고 할 수 있다.

외모가 매력적인 사람이 비매력적인 사람들에 비해 병원, 학교, 법원 등 사회생활영역 전반에서 더 좋은 평가를 받는다. 그리고 매력적인 사람은 비매력적인 사람에 비해 개인의 능력을 발휘할 기회가 더 많으며(Sarwer, Magee & Clark, 2003), 대인관계, 직업적 장면, 연애 및 결혼 등에서도 더 유리한 입장을 가지고 있다. 과거에는 사람을 평가하는 기준이 성격이나 성품과 같은 내적 요소를 중요하게 생각하였으나 최근에는 외모를 중요하게 생각하는 경향이 증가하고 있다(Rudd & Lennon, 1994). ‘아름다움이 선’이라는 격언은 매력적인 외모가 가지는 사회적인 힘을 함축적으로 표현하는 것으로 볼 수 있다.

그런데 우리는 어떤 사람들을 아름다운 사람이라고 느끼는 것일까? 우리는 개인마다 아름다움에 대한 주관적 신념과 기준을 가지고 있지만 그러한 주관적 신념과 기준은 사실 사

회적 기준의 영향을 받는다. Cash(1990)에 의하면 개인의 신체이미지는 우리 사회 내에 존재하는 신체적 매력에 대한 사회적 기준에 따라 결정되며, 또한 외모에 대한 사회문화적인 영향력은 성별에 따라 달라서 특히 여성들에게는 마름(thin)이 하나의 중요한 기준으로 작용하고 있다. 미의 기준은 각 개인에게 존재하기 보다는 사회적 기준으로 특정 시대와 함께 변화해왔고, 개인은 그러한 사회적 기준에 부합하도록 자신을 변화시키려고 노력해왔다(Fallon & Rozin, 1990). 과거에는 각 문화권 내에서 아름다움(미)의 기준은 각기 다른 양상을 가지고 있었으나, 현재에는 교통과 통신의 발달과 세계화 추세로 인해 서구의 문화와 관습들이 대중매체를 통해 점차적으로 전파되었다(Tiggemann, 2002). 이러한 사회적 기준은 현대에 와서는 주로 대중매체에 의해서 창출되고, 전달되어지는 경향성이 있는 것 같다. 예컨대, 최근 우리 사회의 젊은이들 사이에 신체적 미의 기준으로 자주 거론되는 S라인 몸매, V라인 얼굴, 두드러진 쇄골 등은 주로 대중매체에 등장하는 인물 모델들이나 이에 관한 연예인들의 담화의 영향이 큰 것으로 보인다. 이런 대중매체의 내용은 긍정적 평가를 받는 신체적 특성에 관한 기준을 제시하는 역할을 하고, 대중은 이런 기준을 자신의 신체 평가를 위한 기준으로 내면화 할 수 있다.

대중매체는 사회의 문화를 전파하고 사람들의 규범에 영향을 미치는 것으로써(Stice, 2001, 2002) 개인들의 생각에 큰 영향을 미친다. 실제로, McKinley와 Hyde(1996), Heinberg와 Thompson(1995) 등은 대중매체가 전달하는 마른 여성과 근육형 남성들이 사회문화적인 미(매력)의 기준이 되고, 이런 기준을 내면화 하여 자신의 기준으로 삼은 개인들이 이상적인

미와 자신의 신체를 비교하여 자신의 외모가 이상적인 외모에 도달하지 못했다고 생각할수록 자신의 외모를 부정적으로 평가하게 된다고 주장한다. 더구나 사람들은 자신의 실제 모습과 이상적인 체형을 자주 비교할수록, 이상적인 기준과 실제의 자신의 외모와의 불일치를 경험할수록 자기가치는 떨어지고 외모 만족은 감소하게 된다(Stormer & Thompson, 1996). 화장이나 미용성형, 운동, 섭식 등 신체 관리와 관계가 있는 다양한 외모관리 행동은 이러한 내면화한 미적 기준에 도달하기 위한 도구적 기능을 갖는 것은 당연한 귀결일 것이다.

하지만 외모 관리 행동에 대한 외모에 관한 내면화한 기준이 대중매체에 의해서만 형성되는 것은 아니다. 때로는 대중매체가 전달하는 이상화된 미의 사회기준을 따르기보다는 자기 내면에 있는 성향이나 가치가 외모 관리 행동에 영향을 주기도 한다. 예컨대, 개인이 가지고 있는 자기개념은 개인의 외모 관리 행동에 영향을 주기도 한다. 사적 자기의식보다 공적 자기의식이 강한 사람은 타인의 평가 대상이 되는 자신의 외모에 민감하게 반응하고 자신의 외모에 만족하기보다는 사회가 요구하는 이상적인 외모를 추구한다(Schlenker & Weigold, 1990). 김해정(2008)에 의하면 자기의식적 자기에 집단은 자신의 신체에 만족하고 있으며 타인에게 보여지는 자신의 신체에 대한 자신감도 있는 반면 복합적 집단과 타인의식적 자기에 집단은 체중증가에 대한 염려가 높았으며, 성형수술, 화장을 통한 외모관리의 경우에는 복합적 집단과 타인의식적 자기에 집단이 높게 나타났고, 자기의식적 자기에 집단이 위축된 자기에 집단보다 낮게 나타났다. 개인이 가지고 있는 몸에 대한 가치는 외모 관리

행동에 영향을 주기도 한다(김완석, 차주화, 2006; 김완석, 유연재, 2007). 개인이 자신의 생활 속에서 외모에 얼마나 초점을 맞추어서 생활하고 있느냐도 개인의 외모 관리 행동에 영향을 줄 수 있다. 즉 외모가 얼마나 중요한가에 대한 개인의 신념이 외모에 대한 행동으로 나타나기도 한다(조선명, 고애란, 2001). 이러한 측면에서 살펴볼 때 개인이 나타내는 외모관리행동은 대중매체에 의해 많은 영향을 받지만 개인이 가지고 있는 특질적인 요소에 따라서도 영향을 받는다고 볼 수 있다.

최근에는 남성들에서도 그런 경향이 커지고 있기는 하지만, 신체의 외모에 대한 관심은 일반적으로 남성보다는 여성이 더 크며, 여성은 외모의 가치나 태도에 대한 사회문화적 영향을 더 크게 받는다(Franzoi & Stephani, 1984). 본 연구에서는 여성표본을 대상으로 외모 관리 행동이 발생하는 과정을 외모에 관한 다양한 사회적 영향을 반영하는 변수들을 통해 설명해보려는 것이다. 더 구체적으로는 신체 가치와 신체 특히 외모에 대한 사회문화적 태도, 외모의 중요성 지각 등의 변수들이 신체관리 행동에 영향을 미치는 과정에서 어떤 역할을 하는가를 모형을 통해 검증하고자 한다.

이론적 배경

신체이미지(body image)와 신체가치(body value)

최근 서구의 학자들은 ‘신체 이미지’라는 개념을 토대로 섭식, 성형, 운동 등 신체와 관련된 다양한 행동적인 문제들을 다루고 있다. ‘신체이미지’에 관한 연구들은 심리학 외에 여

성학, 정치학, 스포츠과학, 의류학 등 다양한 분야의 학자들에 의해 매우 빠르게 성장하고 있으며, 이를 반영하듯 2004년에는 ‘Body Image’라는 학술지가 창간되기도 했다. 하지만, 이 분야의 연구들은 신체이미지에 관해 합의된 정의를 가지고 있지 못하며, 신체만족, 신체개념, 외모만족, 신체왜곡, 신체지각, 신체존중감, 외모에 대한 사회문화적 태도 등 다양한 구성개념을 사용하고 있다(Pruzinsky & Cash, 2002). 정통심리학에서는 ‘이미지’라는 개념을 거의 사용하고 있지 않으며, 일상용어로서 ‘이미지’는 사실상 대상에 대한 지식, 신념, 태도, 감정, 시각적 자극 등 다양한 내적과정의 산물들을 총칭하는 것으로 사용하고 있기 때문에 과학적 연구에 사용하기에는 지나치게 포괄적인 개념이다(김완석, 2000). 또한 여러 연구들이 사용하는 개념들은 그것을 사회문화적 영향에 의한 것인지 아니면 개인의 비교적 지속적인 특질인지를 전혀 구분하지 않고 사용하고 있다.

김완석과 김철민(2002)은 인간의 신체관련 행동을 설명하는 중요한 심리적 변인으로 ‘신체가치’를 제안한 바 있다. 이들은 신체가치를 신체에 대한 평가나 지각에 비해 더 근본적인 “신체의 개인적 사회적 의미에 대한 주관적 지각으로서 학습가능한 일련의 가치”로 정의하였고, 이러한 가치를 반영하는 당위적 신념으로서 ‘신체조작성’과 ‘신체편향성’ 개념을 정의하고 측정도구를 개발하였다(김완석, 유연재, 2007). 신체조작성이란 ‘신체를 자신의 의지에 따라 마음대로 조작해도 되는 것인가’에 대한 개인적 신념을 뜻하며, 신체편향성이란 ‘신체의 외모(체형)와 신체의 건강(체기능) 중 어느 것이 더 자신에게 가치있는가’에 대한 개인적 신념을 말한다(김완석, 유연재, 2007).

여성은 남성에 비해 신체조작성 점수가 더 높아서 신체에 대한 자의적 조작에 더 허용적이며, 신체의 외모와 건강 중에서 외모를 더욱 가치있는 것으로 여기는 경향이 있으며(김완석, 차주화, 2006; 김완석, 유연재, 2007), 이런 경향은 나이가 어린 집단일수록 더 컸다(김완석, 김철민, 2002; 김완석, 차주화, 2006). 한국과 중국 일본의 여대생을 비교한 결과, 신체의 자의적 변형에 대한 수용정도는 일본 여대생이 한국과 중국에 비해 더 높은 반면, 건강에 비해 외모를 더 가치있게 여기는 정도 즉, 신체편향성은 한국여대생이 일본과 중국 여대생에 비해 더 높은 것으로 나타났다(김완석, 김정식, 2007). 또한 이러한 신체가치는 신체존중감과도 관련이 있으며, 성형수술, 섭식, 운동 등 다양한 영역의 신체관련 행동들과 유의미한 관계가 있는 것으로 나타났다.

이러한 신체개념은 일종의 당위적 신념으로서, 해당 문화권이나 사회의 근본적인 가치관을 반영하는 것이기 쉽다. 학교나 종교집단은 이런 가치관을 다음세대로 전수하는 가장 대표적인 사회조직들이다. 따라서 신체개념은 생애초기부터 공식적 비공식적 사회적 영향을 통해 개인의 가치구조에 뿌리 깊게 자리 잡은 핵심적 신념이라고 볼 수 있다(더 자세한 논의는 김완석과 김정식, 2007 참조). 이에 반해 최근의 ‘신체이미지’ 연구들에서 강조하는 매스컴의 영향은 주로 자본주의 사회의 상업적 매체를 지칭하고 있는 바, 이러한 일상적 상업매체들이 전달하는 신체의 의미와 신체평가의 기준 등에 관한 메시지는 당위적 신념과 충돌하면서 상호 영향을 미칠 수 있다. 예를 들어, 대부분의 문화권의 학교나 종교기관에서는 사람에 대한 평가를 ‘외모’를 기준으로 하는 것을 부정적으로 묘사한다. 그러나 상업

주의 매체들은 ‘외모’가 실제 생활에서 사람에 대한 평가에서 매우 중요한 요인임을 보여준다. 이러한 상업주의 매체는 근본적인 가치관에도 영향을 미치겠지만, 먼저 태도나 지향성 같은 비교적 덜 핵심적인 인지들에 더 큰 영향을 미치며, 일상적인 신체관련 행동들에 관해 가치관에 비하면 더욱 가까운 선행요인으로 작용할 수 있다. 뒤이어 살펴볼 외모에 대한 사회문화적 태도나 외모지향성 같은 개념이 그런 예가 될 수 있다.

외모에 대한 사회문화적 태도

대중매체의 메시지는 다양한 방법으로 여성들(최근 들어서 남성들에게도)이 자신의 외모에 대한 지각과 평가에 영향을 줄 수 있다. 대중매체는 해당 사회나 문화가 가지고 있는 아름다운 외모의 이상적 특성을 반영하기도 하고(Irving, 1990), 일반 사람들이 도달하기 어려운 외모의 기준을 제시하기도 하며(Lakoff & Scherr, 1984), 외모에 대한 이상적 기준을 제공함으로써 사회적 비교 과정을 통해 개인의 태도나 가치관에 영향을 주기도 한다(Thomson & Heinberg, 1999).

Heinberg, Thompson과 Stomer(1995)가 제안한 외모에 대한 사회문화적 태도(Sociocultural Attitude Toward Appearance: 이하 ‘SATA’로 표기)란 대중매체가 제시하는 외모의 특성을 가진 몸매를 아름다운 것으로 인식하고 그러한 기준을 스스로의 기준으로 받아들여서 내면화한 정도를 포착하는 개념이다. 이 개념은 두 가지 가정을 토대로 하고 있다. 첫째, 신체적 아름다움의 기준이 있으며, 이런 이상적 신체상은 문화 내에 존재하며, 개인이 가진 아름다움이나 매력의 기준은 자신이 속한 문화적

이상에 의존한다. 둘째, 문화의 이상적 신체는 영원불변의 개념이 아니라 시대에 따라 변화하기도 하는 바(Jackson, 2002), 한 사회문화의 이상적 신체의 기준은 대중매체를 통해 전파된다. 이렇게 이상적인 외모에 대한 사회적 기준을 인식하고 내면화한 개인은 그런 기준에 맞는 아름다움을 다양한 외모관리 행동을 추구하게 된다.

Heinberg 등(1995)은 매스미디어가 전달하는 이상적인 미의 기준이 사회비교 과정을 거쳐 여성들의 신체이미지에 부정적인 영향을 준다고 생각하였으며, 사회문화적인 요인들이 여성의 신체이미지에 미치는 영향들을 검증하기 위하여 SATAQ(Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire)를 개발하여 타당화하였다. SATAQ는 외모의 사회적 중요성을 지각하고 이상적인 외모의 사회적 기준을 인지하는 인식(awareness) 차원과 이상화된 사회적 기준을 자신의 평가 기준으로 채용하고 사용하는 내면화(internalization) 차원으로 구성되어 있다.

앞서 말했듯이 과거 각 문화권에서 외모에 대학 독특한 문화적 기준은 최근 서구의 영향을 받은 대중매체들에 의해 범세계적으로 서구의 기준으로 통일되는 양상을 보이고 있다(Tiggemann, 2002). 대중매체를 통해 전해지는 이상적인 신체는 특히 여성의 경우 과거의 기준이나 의학적인 기준으로 볼 때, 비정상적으로 마른 신체상이다(Thompson & Heinberg, 1999). SATA라는 개념은 결국 현대사회에서 특히 여성들에서 많이 나타나는 부적응적인 외모관련 경험들, 예를 들면 자신의 신체에 대한 부정적 평가와 불만족, 폭식이나 과도한 절식과 같은 섭식장애, 과도한 미용성형의 욕구 등은 상업주의 대중매체가 전달하는 비정

상적으로 마른 몸매를 이상적인 외모의 기준으로 인식하고 이를 내면화하여 자신의 신체와 비교한 결과로 발생한다는 인과적 관계를 설명하기 위한 개념이라고 볼 수 있다.

실제로, Stice, Schupack-Neuberg, Shaw와 Stein(1994)은 미디어에 많이 노출하면 날씬한 신체에 대해 내면화하게 되고 이는 다시 신체 불만족과 섭식장애를 초래함을 주장하였고, Calogero와 Thompson(2004)은 섭식장애 환자를 대상으로 한 연구에서 SATA가 섭식장애에 큰 영향을 준다는 것을 검증하였다.

외모지향성(Appearance Orientation)

Cash(1990)가 제안한 ‘외모지향성’은 개인이 자신의 외모를 중요하게 생각하고, 외모에 열중하여 관심을 가질 뿐 아니라 자신의 외모를 유지하고 향상시키기 위해서 노력하는 적극적이고 능동적인 경향성을 말한다. 이런 경향성이 높은 사람들은 외모를 매우 중요한 것으로 여겨서 자신과 타인의 외모에 더 많은 주의를 기울이며, 외모와 관련된 정보들에 민감하게 반응하며, 외모에 대해 더 많은 투자를 할 것이다(Rusticus & Hubley, 2006).

신체편향성이 사람들이 가지고 있는 가치로서 건강보다는 외모 또는 외모보다는 건강에 조금 더 가치는 두고 있느냐 즉 외모와 건강 둘 중 어느 것에 좀 더 큰 가치를 부여 하는가를 측정하고 있다면 외모지향성은 외모에 대한 인지적 차원으로서 개인이 자신의 외모에 대하여 얼마나 관심을 가지고 의식하고 있으며 또 얼마나 중요하게 생각하고 있느냐에 대한 것이라고 할 수 있다(조선명과 고애란, 2001). Rusticus와 Hubley(2006)는 외모에 더 주의를 기울일수록 외모활동이 증가하기에 외모

추구성향이 높을수록 외모에 더 많은 투자를 할 것이라고 제안한다. 즉, 건강과 같은 특성보다 외모에 관련된 특성을 더욱 지향성을 하는 특성때문에 특정한 정보를 받아들일 경우 그와 관련된 정보에 더욱 민감하게 반응한다고 볼 수 있다. 결국 외모에 대한 지향성이 더 큰 사람은 건강에 관한 지향성이 더 큰 사람에 비해 외모에 관련된 이상적 신체 정보를 더욱 민감하게 받아들이며, 이상적인 신체를 상대적으로 더 받아들이고 자신의 신념으로 수용할 것으로 간주된다.

외모관리행동

Kaiser(1990)는 외모관리는 자기를 표현하기 위한 수단으로서 사회적 상황에서 자신의 정체성을 보여주는 과정이라고 주장하면서 개인이 사회문화적으로 이상적인 아름다운 외모를 자신이 추구하는 이상적인 아름다운 외모로 내면화하고, 이상적인 외모와 실제 자신의 외모와의 차이를 극복하기 위해 일어나는 행동을 외모관리 행동으로 설명하였다. 즉 내면화 과정을 통해 이상을 구축하고 이러한 이상에 도달하기 위해서 외모와 관련된 소비행동을 동기화 시킨다는 것이다. Lennon과 Rudd(1994)는 신체미학모형을 통해 내면화과정과 외모관리행동을 설명하였는데 개인이 살고 있는 문화권내에서 이상적인 외모는 사람들이 그들의 외모를 창조하고 자신과 비교하기 위하여 사용되는 미적 기준으로 내면화되며, 이상적 기준에 접근하기 위하여 의복이나 화장과 같은 외모관리행동이 동기화되고 구체적인 행동을 이끌어낸다고 하였다(김선희, 2003에서 재인용). Aune와 Aune(1994)는 외모관리는 자기존중감 향상에 기여하며 타인들 앞에서 보다 긍정

적인 인상을 형성시키기 때문에 외모관리행동을 자기향상 행동으로 보았다. 이러한 외모관리행동은 특히 우울한 사람들에게 더 중요하고 외모관리행동은 기분을 상승시키는 수단으로 이용될 수 있는 것으로 보기도 하였다 (Dubler & Gurel, 1984). 박수진(2006)은 적절한 외모관리는 개인에 대한 긍정적인 평가뿐만 아니라 상대방에게도 영향을 주는 중요한 사회적 표현수단으로 보았으며, 김완석과 김해진(2006)은 외모관련 소비행동을 외모를 가꾸기 위해 행하는 모든 의도적 소비행동으로 정의하고 있다.

다양한 외모관리행동은 여러 가지 방식으로 분류할 수 있다. 예를 들어 관리 대상이 신체의 어느 부위이나에 얼굴, 체형, 체중관리 행동 등으로 구분할 수 있고, 관리 방법에 따라서 화장, 섭식, 운동, 성형 등으로 구분할 수도 있다. 또한 이러한 관리방법에 따른 구분은 해당 행위의 심각성이나 신체에 대한 직접적 조작 여부에 따라서 구분할 수도 있다. 즉 신체에 대한 직접적인 조작 없이 화장이나 장신구를 이용하는 등의 방법은 신체에 대한 직접적인 조작이나 변형이 없는 방법인 반면에 운동이나 섭식, 각종 성형수술 등은 직접적으로 자신의 신체에 변형을 가하는 좀 더 적극적인 형태의 외모관리행동이라고 볼 수 있다.

연구모형

본 연구는 신체가치로 개념화한 신체조작성과 신체편향성이 일종의 태도로 개념화한 SATA나 외모지향성의 선행요인으로 작용하는가를 검증하기 위한 것이다. 일반적으로 개인이 가진 가치는 신념이나 태도에 선행한다. 또한 태도나 신념은 행동의도에 영향을 미칠

수 있다. 앞서 논의한 것처럼 신체가치는 신체의 의미에 대한 근본적이고 장기간에 걸쳐 형성된 핵심적인 신념체계를 반영하는 것으로서 당위적인 특성이 있다. 이에 반해, 일종의 태도나 지향성으로 개념화하고 있는 SATA나 외모지향성은 덜 핵심적인 인지들이며 더 최근의 대중매체 접촉경험의 영향을 많이 받은 당위적이기 보다는 실제적인 것이어서 특정 행동에 더욱 인접한 선행요인일 수 있다. 따라서 신체가치를 선행변수로 하고 외모지향성과 SATA를 매개 변인으로 하는 탐색적으로 모형을 설정하였다(그림 1).

아직 이를 검증한 연구는 없지만, 신체조작성은 자신의 신체에 대한 자의적 통제에 대한 허용정도를 포착하는 바, 이런 경향은 외모지향성에 영향을 미칠 수 있다. 예를 들어, 자신의 신체특성을 조상님이 결정해주신 것이므로 따라서 죽을 때까지 털끝하나 건드려서는 안 된다는 전통적인 유교적 신체관을 가진 사람의 경우, 자신의 외모특성에 대한 관심이 그리 클 수 없으며, 또한 외모자체를 자신의 삶에서 중요한 것으로 여기기보다는 있는 그대로 받아들이는 경향이 높을 것이다. 또한 신체를 조작할 수 있는 것으로 그리고 신체를 조작할 수 있다고 여기는 사람일수록 조작할 수 없는 것으로 생각하는 사람들에 비해 외모에 관련된 정보를 더 민감하게 받아들일 것으로 간주할 수 있다. 신체에 관련된 정보는 외모에 관련된 정보를 포함하는데 외모에 관한 정보의 민감함은 외모를 추구하는 성향의 증가를 가져 올 수 있을 것이다. 이런 추론은 신체조작성이 외모지향성에 영향을 미친다는 예언의 타당성을 지지한다.

또한 기존 연구들에서 대중매체에서 제시되는 신체관련정보들은 극도로 마른 이상적인

신체를 자신이 생각하는 이상적 신체로 내면화시키는 결정적인 요인임을 고려할 때(Stice, & Agras, 1998; Blowers et al, 2003), 신체조작성이 높은 사람은 외모관련 정보에 대한 인식과 이상적 신체의 내면화를 포착하는 SATA 점수도 더 높을 것이라고 예상할 수 있다.

한편, 신체편향성은 외모와 건강의 상대적 중요성을 측정하는 반면 외모지향성은 외모에 대한 관심도와 중요성을 직접 측정하고 있다. 김완석과 유연재(2007)에 의하면 신체편향성과 외모지향성 간에는 상관이 존재하며 가치가 태도의 인지적 측면보다는 선행한다. 따라서 건강에 비해 외모를 더 가치 있는 것으로 여기는 사람들은 그렇지 않은 사람들에 비해서 외모에 대하여 관심이 많고 중요하게 생각할 수 있다. 관심이 많기 때문에 외모의 중요성을 강조하는 중요성을 강조하는 대중매체에 더 많은 주의를 기울이고 더 많은 영향을 받을 수 있다. 그리고 그런 결과로 외모에 대한 사회적 기준의 인식과 중요성을 더 크게 지각할 수 있다.

SATA는 외모관련 정보에 대한 인식과 외모에 대한 사회적 기준의 내면화를 포착하는 개념으로서 주로 상업적 대중매체의 영향에 의해 형성되는 일종의 태도로 개념화되었다(Heinberg et. al, 1995). 일반적으로 태도는 가치에 비해 행동과의 관련성이 더 높다는 면에서 SATA는 본 모형에 사용된 개념들 중에서는 외모관리 소비행동의 가장 가까운 선행인자로 보아도 될 것이다. 또한 SATA가 외모관련 정보에 대한 인식과 그런 정보들이 제안하는 외모기준의 내면화한 정도를 포착하는 개념으로서 비교적 후천적인 학습의 결과라는 특징을 갖는 반면에, 외모지향성은 자신의 외모를 중시하고 향상시키고자 하는 성향으로서

일종의 성격적 특성을 많이 갖고 있다는 점에서 외모지향성은 SATA에 영향을 미칠 것으로 생각해볼 수 있다. 즉, 신체외모를 중시하고 이를 향상시키는데 관심을 가진 사람들은 대중매체나 기타 영향원들이 제시하는 외모에 관한 정보들에 더 민감하며, 또한 이런 메시지들이 담고있는 외모에 대한 사회문화적 태도를 더 쉽게 내면화할 가능성이 있다. 이런 추론은 외모지향성을 SATA의 선행요인으로 상정하는 것이 논리적으로 타당함을 지지한다.

위와 같은 이론적인 배경으로 연구모형1을 설정하였지만 경우에 따라서 SATA와 신체 가치의 관계가 반대일 가능성에 대한 논의가 가능하다. 즉, 연구자가 신체가치로 개념화하고 측정한 신체조작성이나 신체편향성이 사실은 가치가 아니라 단순히 대중매체가 전달하는 외모에 대한 기준이나 중요성, 생각들을 인식하고 내면화한 결과로서 나타나는 생각이나 인식일 수 있다는 비판이 가능하다. 실제로 신체가치를 다룬 연구는 없지만, 외모지향성과 SATA를 다룬 일부 연구들은 SATA가 외모지향성에 영향을 미친다는 것을 보여주었다. 예를 들어, 우리나라 청소년을 대상으로 했던 조선명과 고애란(2001)의 연구는 SATA가 외모지향성을 통해 의복구매행동에 영향을 미친다는 것을 보여주었다. 비슷하게, 최근 한국남자대학생을 대상으로 대중매체 노출도가 외모지향성과 SATA 관계를 연구한 홍금희(2008)에 따르면, 대중매체에 대한 노출은 외모지향성에 직접 영향을 미치는 것이 아니라 SATA의 매개작용을 통해 외모지향성을 높이는 것으로 나타났다. 이런 연구결과는 SATA가 신체가치와 외모지향성에 영향을 미침으로써 외모관리 행동에 영향을 미친다는 대안적 모형의 가능성을 보여준다. 따라서 본 연구에서는 그림 2

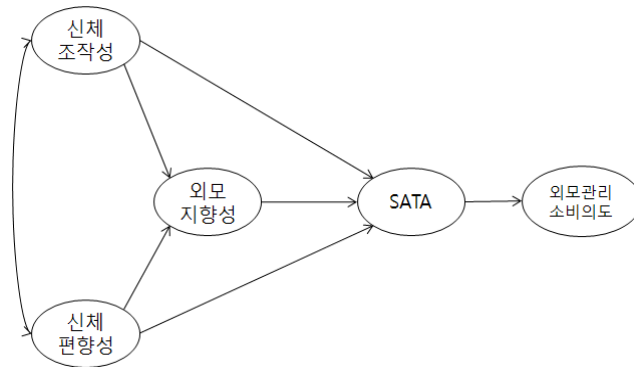


그림 1. 신체 가치에 따른 외모관리 소비행동의 연구모형
 주. SATA는 외모에 대한 사회문화적 태도임

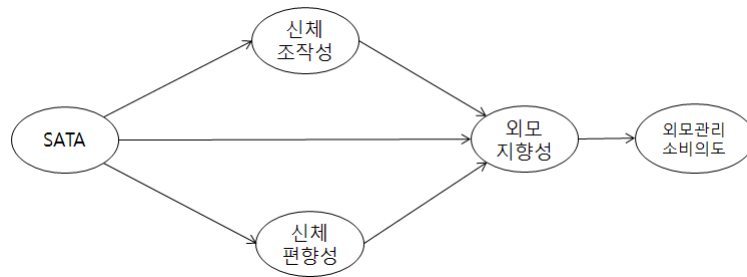


그림 2. 신체 가치에 따른 외모관리 소비행동의 경쟁모형

와 같은 경쟁모형을 수립하였다.

항의 응답이 반복적이며 양극의 반응을 보이는 고등학생 1명의 데이터를 제외한 241명의 데이터가 분석에 사용되었다.

방 법

측정도구

연구대상

신체조작성과 신체편향성

표본의 선정은 경기도의 C 고등학교, Y 고등학교에서 여자 고등학생 117명, 경기도의 A 대학교와 경상도의 D 대학의 여학생 125명을 대상으로 총 242명을 조사하였다. 고등학생의 경우, 평균연령은 19.2세이며, 대학생의 평균연령은 20.2세로 전체연령평균은 18.6세였다. 문

김완석과 차주화(2006)가 개발하여 김완석과 유연재(2007)가 수정, 보완한 신체가치-조작성 척도(BVI-O)와 신체가치-편향성 척도(OVI-I)를 사용하였다. BVI-O(Body Value Inventory-Operability)는 신체의 의미와 조작가능성에 대해 상반되는 두 개의 문장 중 하나를 택하는

12개의 이분척도(dichotomous scale) 문항으로 이루어져 있다. 신체조작성은 그 값이 클수록 신체의 자의적 조작에 대한 허용도가 높은 것을 의미한다. BVI-I(Body Value Inventory-Inclination)는 신체의 체형과 체기능의 특성 중 무엇을 더 중요하게 생각하는지를 묻는 4점 리커트식 척도이며 9문항으로 구성되었다. 신체편향성은 그 값이 클수록 건강에 비해 외모를 상대적으로 더 중요하게 생각하는 것을 나타낸다. 본 연구에서 BVI-O 신뢰도는 .871, BVI-I의 신뢰도는 .860이었다.

외모에 대한 사회문화적 태도(SATA)

Heinberg, Thompson과 Stomer(1995)가 개발한 Sociocultural Attitude Toward Appearance Questionnaire(SATAQ)는 신체적 외모에 중요성과 이상적인 사회 기준에 대한 개인의 태도를 측정하는 척도로서 미에 대한 이상적인 사회적 기준을 자신의 가치로 수용하고 내면화하는 “내면화(Internalization: SATAQ-I)”와 외모의 사회적 중요성을 인식하는 것을 의미하는 “인식(Awareness: SATAQ-A)”으로 구성되어 있다. 원척도는 5점 리커트 14문항으로 구성되었으나, 본 연구에서는 국내 타당화 연구(조선명, 2000)에서 사용된 10문항을 사용하였다. 본 연구에서 내면화 차원의 신뢰도는 .827이며, 인식차원의 신뢰도는 .688, 전체 신뢰도는 .805로 나타났다.

외모지향성

Brown, Cash와 Mikulka(1990)가 개발한 Multidimensional Body-Self relation Questionnaire(MBSRQ)의 하위척도인 외모지향성 척도(Appearance Orientation-AO)를 사용하였다. 이 척도는 개인이 자신의 외모에 대해 얼마나 의

식하고 있는가를 측정하는 5점 리커트 척도이며 10문항으로 구성되어 있다. 이 척도는 국내의 타당화 연구를 통해 10문항 모두 신뢰로운 지수를 보이고 있었으므로 타당화된 연구에서 번안된 10문항을 그대로 사용하였다. 기존 연구에서 외모지향성 척도의 신뢰도는 .83(조선명, 2000)이었으며, 본 연구에서는 .807의 신뢰도를 나타냈다.

외모관리행동

외모관리행동의 경험과 의도는 선행 연구에서 사용되었던 다양한 외모관리행동 문항을 이용하여 구성하였다. 헤어관리와 같이 비교적 쉽게 할 수 있는 외모관리행동부터 안면윤곽수술이나 키늘이 수술과 같이 비교적 어려운 외모관리행동 등을 포함하는 34개의 행동 중에서 현실성이 없거나 외모관리 행동이라고 보기 어려운 행동 5개를 제외한 총 29개의 행동문항을 측정하였다.

외모관리행동 척도는 네일아트, 머리무스, 장신구, 점제거수술, 체형보정옷, 헤어관리, 식이조절 다이어트, 치아미백, 키늘이 신발, 피부관리, 피어싱, 체형전문관리, 미용문식, 얼굴경락, 운동다이어트, 질병수술, 치아교정, 체중전문관리, 건강보조식품, 약먹기, 쌍꺼풀 수술, 안면윤곽수술, 코성형수술, 시력교정수술, 입술성형수술, 가슴성형수술, 키수술, 지방흡입, 서클렌즈 등으로 구성하였다 각각의 행동에 대해 경험여부와 향후 실행의도를 측정하였으며 행동의도는 ‘전혀 하고 싶지 않다’에서 ‘매우 하고 싶다’에 이르는 4점 척도로 측정하였다.

29개 문항에 대한 행동의도를 주축(Principal Axis) 방법과 사교회전을 이용하여 요인분석하였다. 꾸밈행동(12문항)과 변형행동(10문항)

으로 구분하는 것이 적절한 것으로 나타났다, 이런 두 요인 구조에서 적합하지 않은 7개의 문항은 측정값의 계산에서 제외하였다. ‘꾸밈 행동’에 속하는 문항은 체중전문관리, 체형전문관리, 운동다이어트, 식이조절다이어트, 장신구, 헤어관리, 치아미백, 얼굴경락, 네일아트, 점제거수술, 피부관리 서클렌즈 ,등으로 12 문항이었고, ‘변형행동’에는 입술성형, 안면윤곽수술, 코성형수술, 가슴수술, 쌍꺼풀수술, 지방흡입, 키수술, 시력교정수술, 약먹기, 피어싱 등 10문항이 속했다. 꾸밈행동 의도의 신뢰도는 .807, 변형행동 의도의 신뢰도는 .805, 전체 행동의도 신뢰도는 .857로 나타났다.

분석결과

본 연구에서는 여고생과 여대생이라는 약간은 이질적인 집단을 사용하였기 때문에 두 집단 간에 모형에서 차이가 있는지 먼저 검증하기 위하여 다집단분석을 실시하였다. 다집단 분석은 형태동일성(configural invariance), 측정동일성(metric invariance), 구조동일성(structure invariance)의 위계적인 순서에 따라 실시되며 각 단계에서 동일성을 판단하는 단계에서는 각 모형이 포함되기(nested) 때문에 최대우도법(Maximum likelihood)에 근거한 χ^2 차이 검증을 통해 집단 간 차이를 검증하는 방법이다.

두 집단의 형태동일성을 확보하기 위하여 여고생과 여대생 각각의 연구모형과 경쟁모형의 모형적합도를 비교하였다. 여고생의 연구모형 적합도는 $\chi^2=118.989(df=59, p<.001)$, CFI = .901, TLI = .849, NFI=.826, RMSEA=.092, 경쟁모형 적합도는 $\chi^2=196.396(df=61, p<.001)$, CFI = .772, TLI = .659, NFI=.713, RMSEA=.123으로 나타나 연구모형이 조금 더 적합한 것으로 나타났으며 여대생의 연구모형 적합도는 $\chi^2=91.544(df=59, p<.001)$, CFI = .949, TLI = .921, NFI=.874, RMSEA=.067, 경쟁모형 적합도는 $\chi^2=209.794(df=61, p<.001)$, CFI=.766, TLI = .651, NFI=.711, RMSEA=.140로 나타나 두 집단 모두에서 연구모형이 조금 더 적합한 것으로 나타나 형태동일성이 확보되었다.

두 집단 간에 차이가 있는지 검증하기 위하여 아무 제약이 없는 모형을 기저모형으로, 측정변인들의 경로계수에 동일화제약을 한 것을 완전측정동일성모형으로, 측정변인들의 경로계수뿐만 아니라 잠재변인들의 경로계수에서도 동일화제약을 한 것을 구조동일성 모형으로 하여 차이검증을 실시하였으며 표2에 각 동일화 제약에 따른 모형적합도를 제시하였다. 완전측정동일성 검증은 표1의 모형1과 모형2의 카이스퀘어 변화량으로, 구조동일성 검증은 표 1의 모형2와 모형3의 카이스퀘어 변화량으로 검증하는데 완전측정동일성은 $\Delta\chi^2 = 3.763(p=0.878)$ 로 유의미한 차이가 나타나지 않

표 1. 학력(여고생 vs 여대생)에 따른 동일성 검증 적합도 지수

	χ^2	df	CFI	TLI	NFI	RMSEA
모형1: 기저모형	225.183***	120	.914	.870	.840	.061
모형2: 완전측정동일성모형	228.946***	128	.918	.883	.838	.057
모형3: 구조동일성 모형	230.483***	132	.920	.890	.837	.056

*** $p < .001$

았으며, 구조동일성은 $\Delta\chi^2=1.537(p=0.820)$ 로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타나 두 집단에서 모형은 동일하게 적용가능한 것으로 나타났다.

여대생과 여고생 간의 모형에서 차이가 없었기 때문에 전체응답자들을 대상으로 모형들을 검증하였다. 연구모형의 경우, AMOS16을 이용하여 분석한 결과, $\chi^2 = 132.76(df=59, p < .001)$, CFI = .938, TLI = .903, NFI = .898, RMSEA = .073으로 각 적합도 지수의 기준을 만족하는 모형적합도가 나타났다. 하지만 신체조작성에서 SATA로 가는 경로가 유의미하지 않게 나타났다($\beta = .012, p=.107$).

외모에 대한 사회문화적 태도가 신체조작성, 신체편향성 그리고 외모지향성에 선행한다는 경쟁모형을 검증한 결과, 외모지향성의 잔차에서 부적 변량(negative variance)이 나타나는 헤이우드현상이 나타났고, 외모에 대한 사회문화적 태도에서 외모지향성으로 가는 경로의 표준화계수가 1이 넘었으며, 신체조작성과 신체편향성에서 외모지향성으로 가는 경로의 표준화계수가 부적으로 나타났다. 헤이우드현상(Heywood, 1931; 김계수, 2008에서 재인용)은 오차분산을 0.005로 고정하여 주었으며(김계수, 2008) 외모에 대한 사회문화적 태도에서 외모지향성으로 가는 경로의 표준화계수가 1이 넘는 경우는 각 경로계수가 상관관계가 아닌 경우에는 나타날 수 있는 현상(홍세희, 2007)이라고 해석할 수 있지만, 신체조작성과 신체편향성에서 외모지향성으로 가는 경로가 부적인 것은 선행연구(김완석과 유연재, 2007)와 다른 결과이고, SATA와 외모지향성의 관계가 완전 매개일 가능성이 존재하기 때문에 외모에 대한 사회문화적 태도에서 외모지향성으로 가는 경로를 제거하고 수정모형을 수립하

여 검증하였다. 경쟁모형의 수정모형의 모형 적합도는 $\chi^2 = 210.26(df=61, p < .001)$, CFI = .875, TLI = .811, NFI = .838, RMSEA = .102로 연구모형의 수정모형보다 낮은 적합도를 보였다.

포함관계 모형간 비교(nest-nested model comparison)에서는 χ^2 차이검증을 실시하는 것과 달리 비포함관계 모형 간 비교(non-nested model comparison)는 모형적합도인 ECVI(Browne & Cudeck, 1989)와 AIC 순위(rank)를 비교(Kumar, & Sharma, 1999; Rigdon, 1999)하거나 BIC 차이를 비교(Raftery, 1995)하는 방법을 사용하는데 ECVI, AIC, BIC 모두 작을수록 더 간명하고 좋은 모형이고, Raftery(1995)는 두 모형 간의 BIC 차이가 5이상이면 차이가 있을 가능성이 존재하고, 10이상이면 거의 확실히 차이가 있다고 하였다. AMOS에서는 결측치가 존재하여 절편과 평균(intercepts & means)을 추정하게 하면 BIC가 추정되지 않기 때문에 ECVI와 AIC만을 비교하였다. 연구모형은 ECVI = .936, AIC = 224.756인 반면 경쟁모형의 수정모형은 ECVI = 1.243, AIC = 298.263로 연구모형에 비해 더 낮게 나타나 연구모형이 경쟁모형보다 더 좋은 모형인 것으로 나타나 연구모형을 선택하였다.

본 연구모형은 2중 매개를 가진 다중매개 모형으로 각 매개경로의 유의미성과 이중매개의 유의미성을 MPUS로 검증하기가 어렵기 때문(홍세희, 2008)에 MPLUS 4.0을 이용하여 Phantom variable 방법(Rindskopf, 1984; cheung, 2007)으로 각 매개경로의 유의미성을 검증하였으며, 그 결과를 표 2에 제시하였다. 검증결과, 신체조작성과 신체편향성에서 SATA로 가는 매개 경로는 모두 95% 신뢰구간에서 유의미한 것으로 나타났으며, 신체조작성과 신체

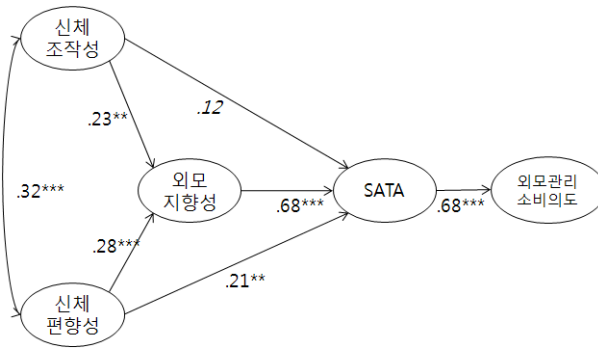


그림 3. 연구모형과 경로계수

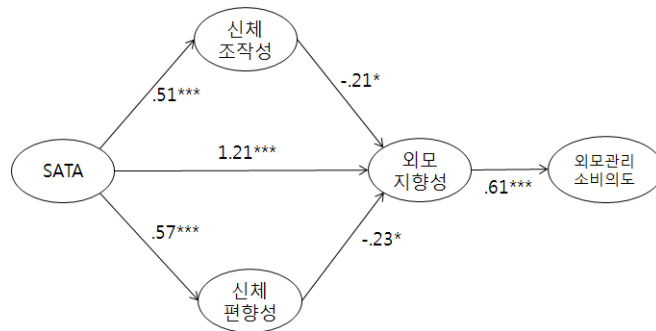


그림 4. 경쟁모형과 경로계수

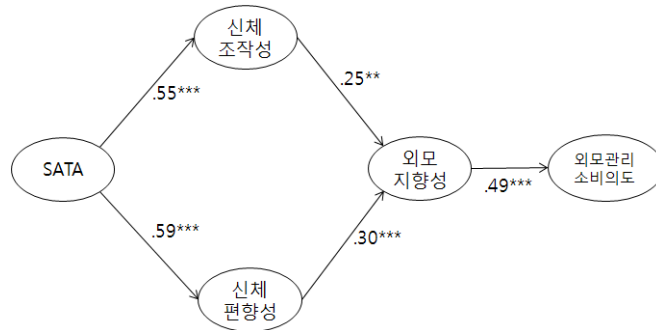


그림 5. 경쟁모형의 수정모형과 경로계수

편향성에서 외모관리 소비의도로 가는 이중매개 경로 또한 95% 신뢰구간에서 모두 유의미한 것으로 나타났다. 하지만 신체편향성→

SATA→소비의도로 가는 매개효과는 95% 신뢰구간에서 유의미하지 않은 것으로 나타났다.

표 2. 매개효과 모형 추정결과(표준화계수)

기준변인	예측변인	전체효과	직접효과	매개효과	매개효과와 bootstrap CI	
					lower95%	upper95%
외모지향성	신체조작성	0.259	0.259**	-		
	신체편향성	0.277	0.277***	-		
SATA	신체조작성	0.188	-	0.188	0.046	1.362
	신체편향성	0.429	0.228**	0.201	0.871	1.046
	외모지향성	0.726	0.726***			
외모관리 소비의도	신체조작성	0.129	-	0.129	0.053	1.173
	신체편향성 ^a	0.138	-	0.138	0.029	0.839
	신체편향성 ^b	0.156		0.156	-0.071	0.935
	외모지향성	0.498	-	0.498	0.749	3.256
	sata	0.686	0.686***	-		

*** $p < .001$, ** $p < .001$, * $p < .001$,

a: (신체편향성→외모지향성→SATA→소비의도), b: (신체편향성→SATA→소비의도)

논 의

본 연구는 여고생과 여대생을 대상으로 신체조작성과 신체편향성이 외모지향성과 외모에 대한 사회문화적 태도(SATA)를 거쳐 외모관리 소비행동에 어떻게 영향을 미치는지 구조방정식 모형을 이용해 검증하였다. 또한 신체조작성과 신체편향성이 SATA에 영향을 주는 것인지 반대로 SATA 때문에 신체조작성과 신체편향성이 영향을 받는 것인지 검증하기 위하여 비포함 관계 모형 간 비교를 통하여 비교하였다.

분석결과, SATA를 신체조작성, 신체편향성과 외모지향성의 선행요인으로 상정한 경쟁모형에 비해 신체조작성과 신체편향성을 SATA에 선행요인으로 상정한 연구모형이 모형적합도가 더 높게 나타났으며, 간면적합지수를 이

용한 모형간 비교에서도 조금 더 우수한 것으로 나타났다. 모형 검증 결과는, 체기능(건강)에 비해 체형(외모)을 더 가치있는 것으로 여기는 여성은 외모지향성이 높으며, 이러한 높은 외모지향성은 대중매체를 통해 전달되는 미에 대한 사회문화적 기준을 인식하고 그것을 자신의 기준으로 내면화하도록 함으로써 외모관리 소비행동의 차이를 낳는다는 인과적 관계가 타당함을 시사하는 것이었다.

신체조작성은 SATA에 직접적으로 영향을 미치지 않지만, 외모지향성에 대한 영향을 통해 결과적으로 외모관리행동에 영향을 미친다는 것을 보여준다. 이와는 다소 다르게, 신체편향성은 외모지향성을 통한 간접효과 외에도 SATA에 대한 직접적인 효과가 있는 것으로 나타났다. 대중매체의 영향력은 신체를 조작해도 된다는 가치보다는 건강보다는 외모를

더 가치롭다는 가치가 직접적으로 영향을 준다고 할 수 있다.

신체가치들이 외모지향성이나 SATA의 선행 요인이라는 본 연구의 결과는 그동안의 신체 이미지 연구에서 다루지 않았던 신체가치라는 개념의 유용성을 시사한다. 대부분의 신체 이미지 연구들은 여성을 주 연구대상으로 하였으며, 부정적인 신체이미지와 신체경험의 원인으로서 자본주의 시장경제체제하의 상업적 대중매체를 가장 큰 요인으로 지목하였다. 즉, 상업적 대중매체들이 전파하는 과도하게 마른 인물(여성의 경우)이나 엄청난 근육질의 인물(남성의 경우)에 대한 보상과 찬사가 현대사회가 경험하는 여성들의 부정적 신체경험의 가장 큰 원인이라는데 대부분의 학자들이 동의하고 있다. 또한 그 과정에 관해서는 이 같은 대중매체에 의해 사람들은 도달 불가능한 신체상을 자신의 이상적 신체상으로 내면화하게 되며, 이렇게 내면화한 신체상을 실제 자신의 신체와 비교함으로써, 자신의 신체를 왜곡지각하거나(실제보다 뚱뚱한 것으로), 자신의 신체를 부정적으로 평가하거나(낮은 신체존중감), 체형에 관한 정보에 과도하게 민감하게 반응하거나, 역기능적인 운동이나 섭식, 성행동을 하는 등의 부정적 신체이미지와 신체경험을 야기한다는 인과론적 설명을 널리 받아들이고 있다. 이렇듯, 상업적 대중매체에 의한 역기능적 결과발생의 과정을 억제하거나 촉진하는 조절변수로서 성별과 나이같은 인구통계적 변수 외에 개인 심리적 변수들은 거의 이용되지 않고 있다는 점을 고려하면, 신체가치들은 그와 상반되는 대표적인 사회문화적 자극인 대중매체들의 부정적 영향을 조절하는 중요한 변수일 가능성이 있다. 예컨대, 신체조작성이 낮고 체형보다는 체기능을 중시하는

사람들은 신체이미지에 부정적 영향을 미치는 매체 내용들에 대한 관심도 적고, 그 영향도 훨씬 덜할 수 있다.

외모지향성과 SATA가 신체가치가 외모 관리 행동의 영향력을 매개한다는 것은 신체가치와 신체관리행동의 관계 간에 매개변인을 상정하지 않고 직접 검증한 기존연구(김완석과 차주화, 2006; 김완석과 유연재, 2007)에서 나타난 유의미하지만 낮은 상관에 대해 한 가지 가능한 설명을 제공하여준다. 실제로 추가적인 분석에서 신체조작성($\beta = -.137, p = .164$), 신체편향성($\beta = -.075, p = .477$)이 모두 외모관리 행동의도에 미치는 영향이 유의미하지 않게 나타났는데 이러한 결과는 신체조작성과 신체편향성이 외모관리 행동에 직접적이기보다는 간접적으로 영향을 주고 있음을 시사하여 준다.

한편, 본 연구의 결과는 신체가치를 개념화하고 이를 측정하기 위해 개발한 척도인 신체조작성 척도(BVI-O)와 신체편향성 척도(BVI-I)가 이 분야의 연구들이 주로 측정하는 신체에 대한 태도나 평가, 지각과는 달리 좀 더 근본적인 핵심가치를 포착하는 것임을 보여주는 것이기도 하다. 또한 여성들이 어떤 이유로 건강을 훼손시켜가면서 외모를 개선시키고자 하는지 여성들이 어떤 이유로 인의적인 조장을 통해서 자신의 외모를 개선시키고자 하는지에 대한 설명을 제공하여 주고 있다.

한편, 여고생에 비해 여대생 집단의 모형적합도가 더 높게 나타난 결과는 여고생이나 여대생 집단 모두에서 신체가치는 SATA나 외모지향성의 매개과정을 통해 신체관련 소비활동을 일으키지만, 여성의 연령이 증가하고 사회적 활동이 많아짐에 따라 외모에 대한 사회문화적 압력을 더 심하게 받고 또한 외모에 대

한 사회문화적 태도를 더 내면화한다는 것을 시사한다. 최근에는 남성들에서도 이런 현상이 벌어지고 있기는 하지만 일반적으로 여성은 남성에 비해 외모에 대한 사회문화적 영향을 더 많이 받는 것으로 알려져 있다. 또한 한국에서는 이런 영향을 받는 연령도 점차 낮아져가는 경향이 있다(김완석, 차주화, 2006).

본 연구가 신체조작성과 신체편향성이 어떻게 외모관리 행동에 영향을 주고 있는지에 대하여 설명을 제공하고 있지만 여성들만을 대상으로 하였으며 또한 상대적으로 외모관리 행동의 경험이 적은 여고생과 여대생만을 대상으로 하였다는데 연구의 한계를 가진다. 실제로 쌍꺼풀 수술 등을 포함한 외과적 시술은 사회생활을 하는 여성이나 중장년층 여성들에 비해서는 상대적으로 적은 경험을 가질 수밖에 없고 또한 대중매체의 영향력 또한 상대적으로 적게 나타날 가능성이 존재한다. 외모에 대한 중요성 인식은 여성뿐만 아니라 남성에게도 높게 나타나고 있는데 이러한 점을 추후 연구를 통해 진행해 나가야 할 것이다.

본 연구에서는 외모관리행동에 영향을 주는 신체불만족을 고려하지 못하고 있는데 신체불만족은 신체에 대한 이상적 자기와 실제 자기 간의 차이를 반영하는 것으로서 이러한 신체불만족이 신체조작성 또는 신체편향성과 어떠한 관계성이 있는지에 대한 연구가 추가적으로 필요할 것이다.

이러한 한계점에도 불구하고 본 연구는 사람들이 하는 외모관리 행동에는 외모에 대한 단순한 관심 또는 대중매체의 영향력 이전에 존재하는 신체에 대한 근원적인 가치가 영향을 주고 있음을 밝히고 있다는 점에서 의의가 크다고 할 수 있다.

참고문헌

김계수 (2008). New Amos 16.0 구조방정식 모형 분석. 한나래.

김선희 (2003). 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모관리행동에 대한 연구. 대한가정학회지. 41(5), 99-108.

김완석 (2000). 광고심리학. 서울:학지사.

김완석과 김철민 (2002). 몸의 심리학: 몸에 대한 생각과 소비행동. 한국 소비자광고심리학회 학술대회 발표논문집, 1-20.

김완석과 김해진 (2005). 여성의 신체이미지가 신체관련 소비에 미치는 영향. 한국심리학회지: 소비자광고, 6(3), 27-40.

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

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

김완석과 차주화 (2006). 신체가치와 소비행동: 척도개발과 활용을 위한 탐색연구. 한국심리학회지: 소비자광고, 7(3), 455-485.

김해정 (2008). 자기에 성향에 따른 외모관여도 및 의복소비가치에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

박수진 (2006). 남성의 패션 헤어스타일 피부 신체이미지에 관한 유형 분석: 내용분석 설문지법 Q방법을 통합하여. 충남대학교 대학원, 박사학위논문.

조선명 (2000). 외모에 대한 사회문화적 태도와 신체이미지가 의복추구혜택에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위 청구논문.

조선명과 고애란 (2001). 외모에 대한 사회 문

- 화적 태도와 신체이미지가 의복추구혜택에 미치는 영향-청소년기 여학생의 연령 집단별 차이 비교. *한국의류학회지*, 25(7), 1227-1238.
- 홍금희 (2008). 남자대학생의 대중매체 노출도가 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모지향성에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 32(7), 1149-1159.
- 홍세희 (2007). 구조 방정식 모형의 이론과 응용: 고급연구방법론 워크샵 시리즈3. 연세대학교 사회복지학과.
- 홍세희 (2008). 구조 방정식 모형: 고급연구방법론 워크샵 시리즈4. 고려대학교 교육학과.
- Aune, R. K., & Aune, K. S. (1994). The influence of culture, gender, and relational status on appearance management. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 25(2), 258-272.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness-of-fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88, 588-600.
- Blowers, L. C., Loxton, N. J., Grady-Flessner, M., Occhipinti, S., & Dawe, S. (2003). The relationship between sociocultural pressure to be thin and body dissatisfaction in preadolescent girls. *Eating Behaviors* 4, 229 - 244
- Brown, T. A., Cash, T. F., & Mikulka, P. J. (1990). Attitudinal body image assessment: Factor analysis of the Body-Self Relations Questionnaire. *Journal of Personality Assessment*, 55(1&2), 135-144.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1989). Single sample cross-validation indices for covariance structures. *Multivariate Behavioral Research*, 24(4), 445-455.
- Calogero, R. M., Davis, W. N., & Thompson, J. K. (2004). The Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire (SATAQ-3): Reliability and normative comparisons of eating disordered patients, *Body Image*, 1, 193 - 198.
- 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.
- Cheung, M. W. L. (2007). Comparison of approaches to constructing confidence intervals for mediating effects using structural equation models. *Structural Equation Modeling*, 14, 227-246.
- Dubler, M. L., & Gurel, L. M. (1984). Depression: Relationships to clothing and appearance self concept. *Home Economics Research Journal*, 13, 21-26.
- Fallon, A. E., & Rozin, P. (1990). Sex differences in perceptions of body shape. *Journal of Abnormal Psychology*, 94, 102-105.
- Franzoi, S. L., & Stephanie, A. S. (1984). The body esteem scale: Multidimensional structure and sex difference in a college population. *Journal of Personality Assessment*, 48(2), 173-178.
- 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, 325-338.
- Heinberg, L. J., Thompson, J. K., & Stormer, S. M. (1995). Development and validation of the sociocultural attitude towards appearance

- questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 17(1), 81-89.
- Heywood, H. B. (1931). On finite sequences of real numbers. *Proceedings of the Royal Society of London*, 134, 486-501.
- Irving, L. (1990). Mirror Images: effects of the standard of beauty on the self-and body esteem of women exhibiting varying levels of bulimic symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 9, 230-242.
- Jackson, L. A. (2002). Physical Attractiveness. In Cash, & T. Pruzinsky (Eds.) *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice* (13-21). New York: Guilford.
- Kaiser, S. B. (1990). *The Social Psychology of Clothing : Symbolic Appearance in Context*. Macmillan Publishing Company, New York, 157-424.
- Kaiser, S. B. (1997). *The Social Psychology of Clothing*(2nd Ed.). Fairchild Publications, New York, pp.134-424.
- Kumar, A., & Sharma, S. (1999). A metric measure for direct comparison of competing models in covariance structure analysis. *Structural Equation Modeling*, 6, 169-197.
- Lakoff, R.T., & Scherr, R.L. (1984). *Face value: The politics of beauty*. Boston, MA: Routledge & Kegan Paul.
- Lennon, S. and Rudd, N. A. (1994). Linkages between attitudes toward gender roles, body satisfaction, self-esteem, and appearance management behaviors in women. *Family and Consumer Science Research Journal*, 23(2), 94-117.
- McKinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). The Objectified Body Consciousness Scale: Development and validation. *Psychology of Women Quarterly*, 20, 181-215.
- Pruzinsky, T., & Cash, T. F. (2002). Understanding body images: Historical and contemporary perspectives. In Cash, & T. Pruzinsky (Eds.) *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice* (3-12). New York: Guilford.
- Raftery, A. E. (1995). Bayesian model selection in social research. In P. V. Marsden (Ed.), *Sociological Methodology* (pp. 111-163). Cambridge: Basil Blackwell.
- Rigdon, E. E. (1999). Using the Friedman method of ranks for model comparison in structural equation modeling. *Structural Equation Modeling*, 6, 219-232.
- Rindskopf, D. (1984) Using phantom and imaginary latent variables to parameterize constraints in linear structural models. *Psychometrika*, 49, 37-47.
- Rudd, N. A. and Lennon, S. J. (1994) Aesthetics of the body and social identity. *ITAA Special Publication*, 7, 163-175.
- Rusticus, S. A. & Hubley, A. M. (2006). Measurement invariance of the multidimensional body-self relations questionnaire: Can we compare across age and gender? *Sex Roles*, 55, 827-842.
- Sarwer, D. B., Magee, L., & Clark, V. L. (2003). Physical appearance and cosmetic medical treatments: Physiological and socio-cultural influences. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 2(1), 29 - 39.
- Schlenker, B. R., & Weigold, M. F. (1990). Self-consciousness and self-presentation: Being

- autonomous versus appearing autonomous. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59 (4), 820-828.
- Stice, E. & Agras, W. S. (1998). Predicting onset and cessation of bulimic behaviors during adolescence : A longitudinal grouping analysis. *Behavior Therapy*, 29, 257-276.
- Stice, E. (2001). A prospective test of the dual pathway model of bulimic pathology: Mediating effects of dieting and negative affect. *Journal of Abnormal Psychology*, 110, 124-135.
- Stice, E. (2002). Risk and maintenance factors for eating pathology: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 128, 825-848.
- Stice, E., Schupak, N. E., Shaw, E. H., & Stein, R. I. (1994). Relation of media exposure to eating disorder symptomatology: Examination of mediating mechanisms. *Journal of Abnormal Psychology*, 103, 836-840.
- 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. *Journal of Eating Disorders*, 19(2), 193-202.
- Thompson, J. K. and Heinberg, L. J. (1999). The media's influence on body image disturbance and eating disorders : We've reviled them, now can we rehabilitate them. *Journal of Social Issues*, 55(2), 339-353.
- Tiggemann, M. (2002). Body image development: Media influences. In T. F. Cash, & T. Pruzinsky (Eds.), *Body images: A handbook of theory, research and clinical practice* (pp. 91-98). New York: Guilford.
- 원 고 접 수 일 : 2009. 5. 26.
수정원고접수일 : 2009. 8. 12.
게 재 결 정 일 : 2009. 8. 15.

The Effect of Body Value on Appearance-Management Behaviors: Focusing on Mediation Effect of Sociocultural Attitude Toward Appearance (SATA) and Appearance Orientation

Wan-Suk Gim Yeon-Jae Ryu Ji-Hyun Kwon

Department of Psychology, Ajou University

The purpose of this study was to explore the relationships among body values(Gim et al. 2006, 2007), appearance orientation(Brown, Cash, & Mikulka, 1990), & sociocultural attitude toward appearance (Heinberg, Thompson, & Stomer, 1995). Two competing models were established based on theoretical and empirical findings. In the research model, appearance orientation and SATA hypothesized to mediate the effects of body values on appearance-related behaviors. Instead in a competing model, body values and appearance orientation hypothesized to mediate the effects of SATA on the behaviors. 242 female data were gathered by a questionnaire. LISREL analysis showed that the model fit and the parsimoniousness of the research model were better than those of the competing model.

Key words : *body values, BVI-O, BVI-I, appearance orientation, sociocultural attitude toward appearance, MBSRQ, SATAQ, body images*