

## 공적 신체의식에 따른 건강과 미용 메시지에 대한 태도

양 윤<sup>†</sup> 박 찬 희

이화여자대학교 심리학과

본 연구에서는 공적신체의식 수준에 따라서 건강과 미용메시지 주제와 긍정과 부정의 메시지 틀이 메시지태도에서 어떠한 영향을 주는지를 살펴보았다. 실험결과, 식단관리에서 공적신체의식이 높을 때는 미용주제이면서 부정틀 조건의 메시지태도가 더 호의적이었지만, 공적신체의식이 낮을 때는 건강과 미용주제 그리고 긍정과 부정틀 간에 유의한 차이가 없었다.

주제어 : 건강, 미용, 메시지틀, 공적신체의식

---

<sup>†</sup> 교신저자 : 양 윤, 이화여자대학교 심리학과, yyang@ewha.ac.kr

최근 꾸준히 증가하고 있는 여성의 건강과 미용에 대한 관심은 현대사회에서 여성의 사회 진출도 증가와 사회적 지위 상향에 따라 극대화되고 있다. 그리고 여성들의 이런 건강과 미용에 대해 높아지는 관심과 함께 환경오염, 작업환경으로부터 오는 스트레스, 각종 질환과 같이 여성의 건강과 미용을 위협하는 요인도 늘어나고 있다. 여성의 높아지는 미용에 대한 관심이 한편으로는 여성의 건강과 미용을 위협하는 요인으로 대두되고 있는데, 이는 마른 여성이 미인의 기준이 되고 있고, 이를 추종하는 세태가 반영된 것이다. 최근 ‘몸짱 열풍’과 함께 마스크와 인터넷에서 화제가 되고 있는 특정 유명인의 다이어트 식단은 남녀노소를 불문하고 저칼로리 다이어트 식단에 주목하게 한다. 하지만 식단을 잘못 이해하여 원푸드 다이어트를 하거나 지나친 소식 또는 금식을 하는 것은 건강에 적신호를 불러오기 마련이다. 건강보험심사평가원이 지난 2005년과 2009년 사이의 담석증 환자에 대한 심사 결정 자료를 분석한 결과, 무리한 다이어트를 시도한 20대 여성 담석증 환자가 남성 환자보다 약 두 배 정도 높았다. 이러한 조사결과 또한 과도한 다이어트의 부작용이 생각보다 광범위하며, 치명적이라는 것을 보여주고 있다.

그러나 여성의 이러한 미용에 대한 관심도 사람에 따라 차이가 있을 것이다. 젊은 여성에게 효과적인 메시지를 구성하기 위해서는 미용에 대한 관심 차이를 나타내는 척도를 사용하여 어떤 메시지 구성이 효과적인지 연구할 필요성이 있다. 건강메시지의 목표는 메시지를 접하는 사람의 지각과 실천행동의 수행이다. 이러한 지각과 실천행동을 이끌어내기 위해서는 메시지를 접하는 대상의 세분화

를 통한 효과적인 메시지 구성이 필요하다.

기존의 건강메시지 연구에서, 연구대상이 외모에 대한 관심이 높은 경우, 건강주제 메시지보다 미용을 기반으로 정보를 제공하는 미용주제 메시지가 효과적이었으며(Leary & Jones, 1993), 연구자들은 건강메시지를 설계할 때 외모에 대한 관심이 고려되어야 한다는 것을 제안하였다(McClendon, Prentice-Dunn, Blake, & McMath, 2002). 이러한 연구를 기반으로 미용주제 메시지는 외모에 대한 관심이 높은 대상에게 효과적일 것이며, 건강주제 메시지는 외모에 대한 관심이 낮은 대상에게 효과적일 것으로 기대된다. 이러한 외모에 대한 관심 정도는 공적신체의식으로 잘 드러난다(Miller & Cox, 1981). 공적신체의식 수준이 높은 사람은 외모에 대해 높은 관심을 보이지만, 낮은 사람은 외모에 대한 관심이 낮다(Fresé, 2005).

한편 건강메시지 연구에서 메시지 틀의 효과 또한 중요한 변수로 작용한다. 메시지 틀이란 메시지의 긍정적 또는 부정적 구성형식을 의미한다. 사람은 동일한 사건에 대해 갖고 있는 개념 또는 틀에 따라 그 사건에 대한 판단이 달라질 수 있으며, 형태가 다르게 제시된 동일한 정보는 매우 다른 결정을 야기할 수 있다(양윤 & 구혜리, 2006).

본 연구는 건강과 미용의 메시지 주제, 긍정과 부정의 메시지 틀, 공적신체의식 등에 따라 건강과 미용 관련 메시지에 대한 태도가 어떻게 달라지는지를 살펴보고자 하였다.

#### 메시지 주제

많은 건강메시지 연구들은 건강주제 메시지가 건강에 해로운 정보를 제공하는 경우 사람들의 태도를 변화시키며, 권장행동을 촉구한

다고 예상해왔다. 하지만 Jones와 Leary(1994)는 이러한 건강주제 메시지의 일반적 효과, 특히 젊은 사람에 대한 효과에 대해 의문을 제기하였다. 이들의 태닝과 피부암에 대한 메시지 연구에서, 메시지를 접하는 대상이 태닝을 하고 싶어 하며, 태닝이 외모를 향상시켜준다는 믿음을 갖고 있을 때에는, 건강을 주제로 피부암의 위험을 강조하는 메시지는 효과가 없었다(Leary & Jones, 1993). 이 연구자들은 외모에 관심이 높은 대상에게는 건강에 대한 부정적 정보(즉, 건강주제메시지)보다 외모에 대한 부정적 정보(즉, 미용주제메시지)가 더 설득적이라고 제안하였다(Prentice-Dunn, Jones, & Floyd, 1997).

그러나 건강행동촉구 메시지에서 미용주제 메시지의 영향에 대한 연구들은 그 결과가 일관적이지 않다. Jones와 Leary(1994)는 자외선으로부터 자신을 보호하는 행동을 촉구하는데 있어서, 건강주제 메시지보다 미용주제 메시지가 더 효과적이라고 제안했지만, 미용주제 메시지를 접한 외모적 관심이 높은 대상은 권장행동으로의 태도변화를 보이지 않았다. 이는 미용주제 메시지가 심리적 저항과 같은 방어적 편향을 활성화시켰기 때문이다. 태닝을 통해서 그들의 외모를 향상시키고 싶어 하는 외모적 동기가 강한 사람은 자외선이 외모에 주는 효과에 대한 정보를 토대로 태닝을 그만두게 하려는 메시지에 의해 위협을 느꼈을 것이고, 그 결과로 외모적 동기가 약한 사람에 비해 더 큰 저항을 경험하였을 것이며, 태닝을 저지시키려는 메시지에 저항함으로써 그들의 자유를 주장했을 것이다(Leary & Jones, 1994).

이후 연구에서는 외모적 관심이 높은 대상과 외모에 대한 관심이 낮은 대상이 미용주제

메시지에 대한 반응에서 차이를 보이지는 않았지만, 외모에 대한 관심이 높은 대상이 더 많이 권장행동으로의 태도변화를 보임으로써(Prentice-Dunn et al., 1997), 건강메시지를 설계할 때, 외모에 대한 관심이 고려되어야 함을 제안하였다(McClendon et al., 2002).

## 메시지 틀

메시지 틀이란 메시지의 긍정적 또는 부정적 구성형식을 의미한다. 부정적이거나 긍정적으로 틀화된 정보는 사람의 선택, 선호, 태도, 행동에 영향을 준다(Wilson, Purdon, & Wallstons, 1988). 부정적으로 틀화된 정보는 긍정적으로 틀화된 정보보다 위험이 따르는 선택에 대한 행동을 촉구하도록 설득하는데 더 효과적이다(Meyerowitz & chaiken, 1987). 하지만 메시지 틀효과는 행동에서 항상 일관적이지 않았고, 건강관련 행동에서는 더욱 그러했다(Wilson et al., 1988). 이러한 차이의 상당 부분은 틀조작에서의 차이로 인한 것이겠지만(Fagley & miller, 1987), 메시지를 받고 행동을 촉구당하는 결정자와 행동 자체의 특성 또한 긍정들과 부정들의 영향을 매개한다(Rothman, Salovey, Antone, Keough, & Martin, 1993).

건강메시지에서 메시지 틀의 효과를 명확하게 도와주는 변수 중 하나는 촉구되는 행동의 특성이다(Rothman et al., 1993). 건강메시지에서 틀에 관한 연구에서 촉구되는 행동특성은 건강문제를 발견할 수 있는 행동(예, 유방 자기검사), 건강문제를 예방할 수 있는 행동(예, 육아용 차량 안전장치 등), 건강문제를 완화할 수 있는 행동(예, 수술)으로 나뉜다(Rothman et al., 1993). 선행연구들은 예방을 지향하는 건강행동과 발견을 지향하는 건강행동을 구별

하는 것이 위험평가, 결정, 행동변화의 유지를 예측하는 데에 중요한 영향을 줌을 보였다(Weinstein, 1988). 이러한 다른 행동유형의 특성은 긍정적이거나 부정적으로 틀화된 메시지의 효과를 매개한다(Rothman et al., 1993).

틀효과가 연구마다 상충하는 또 다른 이유는 연구과제에 대한 연구대상의 관여가 다르기 때문이다(Kardes, 1988). 태도변화 연구와 일관되게 관여도는 대상이 정보를 세부적이고 통합적인 태도로 처리하느냐 또는 주변단서에 의존한 피상적 태도로 처리하느냐에 영향을 준다(Petty & Cacioppo, 1986). 행동에 관여가 낮거나, 관심이 없는 대상은 정보를 피상적으로 처리한다(Rothman et al., 1993). 또한 정보가 포괄적으로 처리되지 않았을 때, 부정적으로 틀화된 정보보다 긍정적으로 틀화된 정보가 더 설득적이다(Petty, Cacioppo, & Schmann, 1983). 하지만 행동분야에 관여가 높은 대상은 정보를 포괄적으로 처리한다(Rothman et al., 1993). 선행연구에서 연구자들은 정보가 포괄적으로 처리되었을 때, 긍정적으로 틀화된 정보보다 부정적으로 틀화된 정보가 더 커다란 영향력을 가진다고 제안하였다(Kanouse, 1984).

많은 건강관련 메시지들이 목적 틀이라는 특정한 유형의 틀을 사용하는데, 이는 특정한 행동을 함으로써 건강상의 이익을 얻거나, 같은 행동을 함으로써 부정적 결과를 피하는 것을 강조하는 것이다(Andrea & Simon, 2008). 여기에서 긍정틀은 이득을 얻는 행동의 목표를 언급하는 것이고, 부정틀은 손실을 피하는 행동의 목표를 언급하는 것이다(Levin et al., 1998). 예를 들어, 피부암에 대한 긍정틀은 “빨리 발견할수록 완치의 확률이 늘어납니다.”이지만, 반대로, 부정틀은 “늦게 발견할수록

완치의 확률은 줄어듭니다.”이다. 이렇게 목적틀은 부정틀과 긍정틀로 틀화된 두 개의 문장이 같은 행동을 목표로 한다(Andrea & Simon, 2008).

Meyerowitz와 Chaiken(1987)는 여성의 유방 자기검사에서 틀이 미치는 영향을 연구하였고, 이들은 여대생에게 긍정틀에서보다 부정틀에서 유방 자기검사를 수행하도록 하는 동기가 더 많이 부여되었음을 발견했다. 또한 Levin 등(1998)은 많은 목적 틀 연구들을 검토한 후에, 부정적 목적 틀이 긍정적 목적 틀보다 더 설득력 있고, 효과적임을 발견했으며, 제품 또는 직업평가에 대한 연구(Tversky & Kahneman, 1991)와 유방촬영술을 이용한 유방암 조기검진에 대한 연구(Banks, Salovey, Greener, Rothman, Moyer, Beauvais, & Epel, 1995)에서도 긍정적 목적 틀보다 부정적 목적 틀이 더 효과적이었음을 제시하였다.

앞서 언급한 선행연구들을 근거로 본 연구는 권장행동을 수행하도록 대상자의 특성에 따른 가장 효과적인 건강메시지 유형을 선정할 것이다. 외모에 대한 관심정도를 나타내는 공적신체의식을 개인차 변수로 이용할 것이며, 예방행동을 촉구하는 식단관리메시지를 사용할 것이다. 긍정틀과 부정틀의 조작은 반대되는 감정적 어조를 띄지만, 같은 행동을 목표로 하는 목적 틀로 구성할 것이다. 개인차 변수로 이용된 외모에 대한 관심(즉, 공적신체의식)이 높은 대상에게 더 설득적이라고 기대되는 미용주제 메시지 그리고 일반적으로 건강메시지에서 흔히 접하며, 외모에 대한 관심이 낮은 대상에게 더 설득적이라고 기대되는 건강주제 메시지로 메시지 주제를 조작할 것이다. 조작한 메시지를 통해 외모에 대한 관심이 높은 대상이 미용주제 메시지에 더 호의적

인지 외모에 대한 관심이 낮은 대상이 건강주제 메시지에 더 호의적인지를 살펴볼 것이다.

### 신체외식

우리가 우리 자신에게 전념할 때, 우리는 무엇을 관찰할까? 이 질문에 여러 가지 대답이 나올 수 있겠지만, 그 중 하나는 자아의 다양한 요소를 사적이거나 공적인 측면으로 분류하는 것이다(Miller, Murphy, & Buss, 1981). 사적인 측면은 그 사람이 되어봄으로써만 관찰할 수 있는데, 이는 한 개인에 대한 생각, 이미지, 기억, 동기, 그리고 느낌 등을 포함한다. 즉, 자신 이외의 타인이 알아챌 수 없는 경험들(예, 배가 꼬르륵 거리는 것, 머리가 간지러운 것, 근육이 긴장되는 것)이다. 공적인 측면은 타인에 의해서도 관찰될 수 있는데, 외모(예, 얼굴, 체형, 머리, 자세), 태도, 그리고 행동방식 등이 여기에 속한다(Miller et al., 1981). Miller 등(1981)은 이러한 공적-사적 대조가 신체외식에 적용된다고 제안하였다.

사적신체외식이 높은 사람은 자신의 내적 상태를 민감하게 지각하지만, 낮은 사람은 자신의 내적 상태를 민감하게 지각하지 않는다(Fresé, 2005). 그러나 공적신체외식이 높은 사람은 타인들 앞에서의 자신의 외모에 높은 관심을 보이지만, 낮은 사람은 타인들 앞에서의 자신의 외모에 관심을 덜 나타낸다(Fresé, 2005).

신체외식 연구에서 Miller와 Cox(1981)에 따르면, 공적신체외식은 신체의 외모에 집중하고 고려하는 경향이며, 사적신체외식은 내적신체의 느낌에 집중하는 경향이다. 이 연구자들은 공적신체외식이 높은 여성이 공적신체외식이 낮은 여성에 비해 외모에 더 관심이 있

는지를 연구했으며, 더불어 사적신체외식 또한 측정하였다. 실험 도중에 촬영한 칼라사진에 대한 조사에서 공적신체외식이 높은 여성이 색조화장품을 더 많이 사용하는 경향을 보였으며, 공적신체외식이 낮은 여성은 색조화장품을 덜 사용하는 경향을 보였다. 하지만 사적신체외식이 높거나 낮은 정도는 색조화장품의 사용과 관계가 없었다.

그런데 메시지들의 효과를 조절하는 변수로서 공적신체외식의 연구는 매우 드물게 행해졌다. 이에 본 연구는 공적신체외식을 근거로 메시지 주제와 메시지들의 효과를 살펴보고자 하였다.

### 가설

건강행동촉구 메시지에서 미용주제 메시지의 영향에 대한 연구는 그 결과가 일관적이지 않다(Jones & Leary, 1993). 외모에 대한 관심이 높은 개인에게 미용을 주제로 한 건강관련 메시지가 더 효과적이었던 연구도 있었지만, 다른 연구들에서는 이러한 결과가 나타나지 않았다. 하지만 Jones와 Leary(1993)는 외모에 대한 관심이 높은 대상에게는 건강주제 메시지보다 미용주제 메시지가 더 설득력이 있다고 제안하였다. 그리고 건강관련 행동에서의 틀 연구 또한 일관적인 효과를 나타내지 않았지만(Wilson et al., 1988), 관여가 높은 대상에게는 긍정적으로 틀화된 정보보다 부정적으로 틀화된 정보가 더 설득적이었으며(Rothman et al., 1993), 목적 틀의 경우, 부정적 목적 틀이 긍정적 목적 틀보다 더 설득력이 있고, 효과적인 경향이 있었다(Banks et al., 1995).

이러한 연구결과들을 참고하여 본 연구에서는 메시지에 대한 개인차 변수로서 사용된 공

적신체의식의 수준에 따라 집단을 나눈 후 공적신체의식이 높은 경우에는, 미용주제의 메시지가 부정틀로 제시되었을 때에 긍정틀로 제시되었을 때보다 더 호의적인 메시지태도를 보일 것이며, 공적신체의식이 낮은 경우에는 건강주제의 메시지가 부정틀로 제시되었을 때에 긍정틀로 제시되었을 때보다 더 호의적인 메시지태도를 보일 것이라고 예상하였다. 즉 공적신체의식이 높은 경우, 외모에 대한 관심이 높기 때문에 건강을 기반으로 정보를 제시한 메시지보다 미용을 기반으로 정보를 제시한 메시지가 더욱 설득력 있게 작용할 것이며, 아울러 미용주제에 더 높은 관여를 가질 것이므로, 긍정틀로 메시지가 제시되었을 때보다 부정틀로 제시되었을 때 더 호의적인 메시지태도를 보일 것이다. 공적신체의식이 낮은 경우, 외모에 대한 관심이 낮기 때문에 미용을 기반으로 정보를 제시한 메시지보다 건강을 기반으로 정보를 제시한 메시지가 더욱 설득력 있게 작용할 것이며, 아울러 건강주제에 더 높은 관여를 가질 것이므로, 긍정틀로 메시지가 제시되었을 때보다 부정틀로 제시되었을 때 더 호의적인 메시지태도를 보일 것이다. 따라서 다음과 같은 가설들을 설정하였다.

**가설 1-1.** 공적신체의식이 높은 사람은 미용주제 메시지가 부정틀로 제시될 때에 긍정틀로 제시될 때보다 메시지에 호의적일 것이나 건강주제 메시지에서는 메시지 틀효과가 나타나지 않을 것이다.

**가설 1-2.** 공적신체의식이 낮은 사람은 건강주제 메시지가 부정틀로 제시될 때에 긍정틀로 제시될 때보다 메시지에 호의적일 것이나 미용주제 메시지에서는 메시지 틀효과가 나타나지 않을 것이다.

## 방 법

### 연구 대상

본 연구에서는 이화여자대학교에서 심리학 관련 전공 및 교양 수업을 듣는 학부생 297명을 대상으로 메시지태도와 공적신체의식 수준을 측정하는 설문을 실시하였다. 이 중에서 불성실한 응답을 했거나, 수업이 중복된 57명의 자료를 제외하고 총 240명의 자료를 사용하였다. 공적신체의식은 중앙치(3.06)를 기준으로 높은 조건과 낮은 조건으로 나누었다.

### 실험 설계

본 연구의 실험설계는 2(메시지주제: 건강/미용)×2(메시지틀: 긍정/부정)×2(공적신체의식: 고/저)의 삼원 완전무선 요인설계이다.

### 독립변수

**메시지 주제.** 메시지 주제는 식단관리 수행여부에 따라 생기는 긍정적인 영향과 부정적인 영향을 건강의 관점에서 강조하는 건강주제와 식단관리 수행여부에 따라 생기는 긍정적인 영향과 부정적인 영향을 미용의 관점에서 강조하는 미용주제로 조작되었다.

미용주제 조건에서는 “균형 잡힌 식단과 규칙적인 식사는 칼로리가 낮으며, 탈모 및 피부노화를 방지해주고, 몸속의 독소를 체외로 배출시키는 효과가 있어 피부미용에 좋습니다. 또한 여러분의 몸매를 균형 잡히고 탄력 있는 몸매로 만들어 줍니다.”의 문장을 사용하였다.

건강주제 조건에서는 “균형 잡힌 식단과 규칙적인 식사는 질병 및 스트레스에 대한 저

항력을 높여주고 면역체계에 도움을 주어 항 바이러스 효과 및 항암효과가 있습니다. 또한 여러분의 몸을 활력 있는 건강한 몸으로 만들어 줍니다.”의 문장을 사용하였다.

**메시지 틀.** 메시지 틀은 식단관리를 수행함으로써 얻게 되는 긍정적 영향을 강조하는 긍정틀과 식단관리를 수행하지 않음으로써 오는 부정적 영향을 강조하는 부정틀로 구성되었다. 긍정틀 조건에서는 “균형 잡힌 식단과 규칙적인 식사는 -----.”의 문장을 사용하였다. 부정틀 조건에서는 “균형 잡히지 않은 식단과 불규칙적인 식사는 -----.”의 문장을 사용하였다. 부록 1에 메시지 주제와 메시지 틀 간의 결합된 실험용 시나리오를 제시하였다.

**공적 신체 의식.** Miller 등(1981)에 의해 개발된 신체 의식 척도(Body Consciousness Questionnaire Scales)는 신체 의식에 대한 자의식을 알아보기 위한 것으로, 자신의 신체에 대해 어떻게 생각하지를 묻는 항목들로 구성되어 있다. 총 15개의 항목으로 이루어졌으며, 사회적 신체 의식(5개 항목), 공적 신체 의식(6개 항목), 신체 유능감(4개 항목)의 세 가지 하위 척도로 나뉜다.

본 연구에서는 공적 신체 의식 6개 문항만을 연구자들이 번역한 척도를 토대로 하여 원문과 비교하여 수정 보완하여 사용하였다. 공적 신체 의식 척도는 5점 척도(0: 전혀 아니다, 4: 매우 그렇다)로 구성하여 이화여자대학교에서 심리학 관련 전공 및 교양수업을 듣는 학부생 140명을 대상으로 탐색적 요인분석을 실시한 후 사용하였다. 공통요인분석을 분석모형으로 선택하였으며, 공통분산의 초기값은 SMC (Squared Multiple Correlation, 다중상관계곱치)를

사용하였고, 기초구조의 추출을 위해 단일 주축 분해법을 사용하였다. 공적 신체 의식 수준 각 변수의 구성요인으로서 적절한 요인 수를 결정하기 위하여 누적분산비율, 스크리 검사, 그리고 해석 가능성을 기준으로 사용하였으며, 초기에 구한 요인들의 의미를 명확히 해석하기 위하여 varimax 방식을 사용하여 직각회전시켰다. 요인분석 결과, 1개 요인이 추출되었으며, 추출된 요인을 공적 신체 의식으로 명명할 수 있었다. 앞서 제시한 기준을 적용하여 제외하는 문항 없이 모든 6개의 공적 신체 의식 문항으로 구성된 질문지를 제작하였다. 공적 신체 의식 6개 문항의 Cronbach's  $\alpha$ 는 .78이었다. 부록 2-1에 신체 의식 원 척도와 부록 2-2에 공적 신체 의식 척도의 번역본을 제시하였다.

#### 종속변수

종속변수는 메시지에 대한 태도이다. 참여자는 식단관리 관련 메시지를 읽고 그와 관련한 질문에 응답하였다. 질문은 세 문항이었다: “이틀에 한 번 이상 식단관리에 위배되는 식사를 하게 될 것이라고 생각하십니까?”, “당신은 스트레스를 받을 때 식단관리를 포기할 것이라고 생각하십니까?”, “당신은 시간에 쫓길 때 식단관리를 포기하고 식사를 거를 것이라고 생각하십니까?”

위의 문항들은 Riet(2007)가 사용한 10개의 질문문항들을 참고로 하였다. 종속변수 측정을 위해 사용한 위의 세 문항에 대한 응답점수를 합산하여 종속변수인 메시지 태도를 평가하였다. 이 세 문항은 높은 내적 일치도(Cronbach's  $\alpha=.82$ )를 나타냈다. 모든 문항은 양 극단(“확실히 그러함-확실히 그렇지 않음”)으로 하는 7점 척도를 사용하였다.

## 실험재료

기존연구에서는 유방암(Meyerwitz & Chaiken, 1987), 피부암(Hevey, Pertl, Thomas, Maher, Craig, & Chuinneagain, 2010), AIDS(Block & Keller, 1995), 심장병(Maheswaran & Meyer-levy, 1990) 등에 관한 메시지를 사용한 반면, 본 연구에서는 식단관리 메시지를 사용하였는데, 이는 식습관이 건강을 좌우할 수 있는 중요한 이슈라고 생각했기 때문이고, 또한 식단관리라는 일상적인 소재가 여대생 참가자에게 친숙할 것이라고 판단했기 때문이다. 바람직한 식단관리의 예시를 제시하기 위해 식약청이 2010년에 홈페이지(nutrition.kfda.go.kr/greendiet)를 통해 제시한 일주일 분의 권장식단 중 이들 분의 식단을 차용하였다. 바람직한 식단관리의 예로 월요일 아침에는 현미밥, 냉이된장국, 갈치구이, 미나리 무침의 537kcal가 제시되었으며, 월요일 하루 동안 섭취해야할 칼로리로는 2,045kcal가 제시되었다. 수요일 하루 권장 칼로리는 2,000kcal이었다. 참가자가 설문지에 제시된 하루 권장 칼로리가 너무 높다고 판단할 가능성이 있어 하단에 성인 여성의 하루 섭취 권장 칼로리를 제시하였다.

## 실험절차

본 실험의 참가자는 메시지 주제와 메시지 틀의 종류에 따라 네 가지 조건 중 한 조건의 식단관리 메시지를 읽었고, 그 메시지에 대한 세 문항에 응답하였다. 그 후 참가자는 두 문항으로 구성된 질문에 응답하였는데, 이는 메시지 주제와 메시지 틀에 대한 조작을 검증하기 위한 것이다. 문항들은 “부정적임-긍정적임”과 “건강 관련임-미용 관련임”을 양극단으

로 하는 7점 척도로 제시되었다. 이러한 문항들에 응답한 후에 참가자는 방해과제인 간단한 미로과제를 수행하였고, 마지막으로 6문항으로 구성된 공적신체의식 척도에 응답하였다.

## 결 과

### 조작 점검

연구에서 조작을 한 메시지 주제와 메시지 틀에 대해서 본 연구의 의도대로 참가자가 받아들였는지 살펴보았다. 조작점검 문항들을 통해 참가자가 긍정틀 메시지 조건에서는 메시지가 긍정적이라고 느끼는지, 부정틀 메시지 조건에서는 메시지가 부정적이라고 느끼는지 살펴보았다. 또한 미용주제메시지 조건에서는 제시된 식단관리메시지가 미용과 관련이 있다고 느끼는지, 건강주제메시지 조건에서는 제시된 식단관리메시지가 건강과 관련이 있다고 느끼는지 살펴보았다. 이러한 조작이 잘 이루어졌는지 확인하기 위하여 *t*검증을 실시하였다.

먼저 메시지 틀이 조작되었는지 분석한 결과, 긍정틀 조건의 참가자( $M=5.88$ ,  $SD=1.16$ )는 메시지가 긍정적이라고 그리고 부정틀 조건의 참가자( $M=2.66$ ,  $SD=1.51$ )는 메시지가 부정적이라고 응답하였다,  $t=3.51$ ,  $df=238$ ,  $p<.01$ . 다음으로 메시지 주제가 조작되었는지 분석한 결과, 미용틀 조건의 참가자( $M=5.84$ ,  $SD=.92$ )는 메시지가 미용주제라고 그리고 건강틀 조건의 참가자( $M=1.53$ ,  $SD=.84$ )는 메시지가 건강주제라고 응답하였다,  $t=3.05$ ,  $df=238$ ,  $p<.01$ . 이에 따라 메시지 틀과 메시지 주제의 조작이 성공적으로 이루어졌음을 확인하였다.



메시지 태도

분산분석 결과, 메시지주제, 메시지틀, 공적신체외식간의 삼원상호작용이 유의하였다,  $F(1,232)=16.13, p<.001$ . 이에 따라 공적신체외식 수준에 따른 메시지주제와 메시지틀간의 단순상호작용을 분석했다. 그 결과, 그림 1에서 보듯이, 공적신체외식 고 조건에서 메시지주제와 메시지틀간의 단순상호작용이 유의하였다,  $F(1,232)=45.70, p<.001$ . 이에 따라 단순단순주효과 분석을 실시하였다. 그 결과, 공적신체외식 고 조건에서 메시지가 미용주제로 제시된 경우, 부정 틀( $M=16.60$ )이 긍정 틀( $M=8.30$ )보다 더 호의적인 태도를 보였다,  $F(1,232)=95.18, p<.001$ . 그러나 공적신체외식 고 조건에서 메시지가 건강주제로 제시된 경우, 긍정 틀( $M=7.83$ )과 부정 틀( $M=7.67$ )간의 차이는 유의하지 않았다,  $F(1,232)=.04, ns$ . 한편 공적신체외식 저 조건에서 메시지가 미용 주제로 제시된 경우, 긍정 틀( $M=6.87$ )과 부정 틀( $M=6.87$ ) 간의 차이가 없었다,  $F(1,232)=.00 ns$ . 공적신체외식 저 조건에서 메시지가 건강 주제로 제시된 경우에도, 긍정 틀( $M=8.67$ )과 부정 틀( $M=7.37$ )간의 차이는 유의하지 않았

다,  $F(1,232)=2.33, ns$ .

따라서 연구결과를 통해 공적신체외식이 높은 사람은 미용주제메시지가 부정틀로 제시될 때에 긍정틀로 제시될 때보다 메시지에 호의적일 것이나, 건강주제메시지에서는 메시지 틀효과가 나타나지 않을 것이라고 예측한 가설 1-1이 지지되었다. 그러나 공적신체외식이 낮은 사람은 건강주제메시지가 부정틀로 제시될 때에 긍정틀로 제시될 때보다 메시지에 호의적일 것이나, 미용주제메시지에서는 메시지 틀효과가 나타나지 않을 것이라고 예측한 가설 1-2는 미용주제에서만 지지되고 건강주제에서는 기각되었다.

한편 분산분석 결과, 메시지주제와 공적신체외식 간의 이원상호작용,  $F(1,232)=47.28, p<.001$ , 메시지틀과 공적신체외식 간의 이원상호작용,  $F(1,232)=32.95, p<.001$ , 메시지주제와 메시지틀 간의 이원상호작용 등이 유의하였다,  $F(1,232)=30.74, p<.001$ . 이원상호작용이 유의하였기에 이에 대한 단순주효과 분석을 각각 실시하였다. 그림 2를 보면, 공적신체외식 저 조건에서는 메시지주제에 따른 메시지태도에서의 차이가 유의하지 않았지만,  $F(1,232)=3.65, ns$ . 공적신체외식 고 조건에서는 메시지

메시지태도

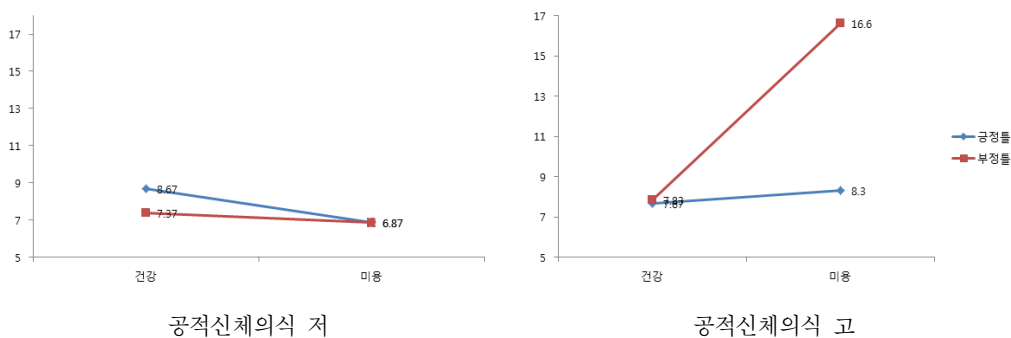


그림 1. 공적 신체외식 수준에서 메시지주제와 메시지틀에 따른 메시지태도

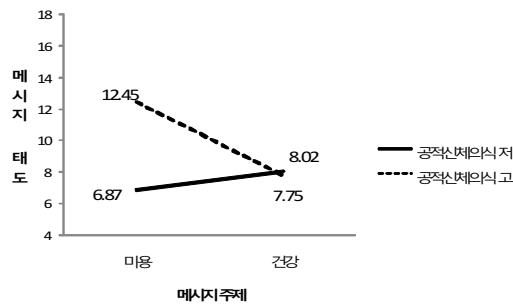


그림 2. 메시지주제와 공적신체의식에 따른 메시지태도

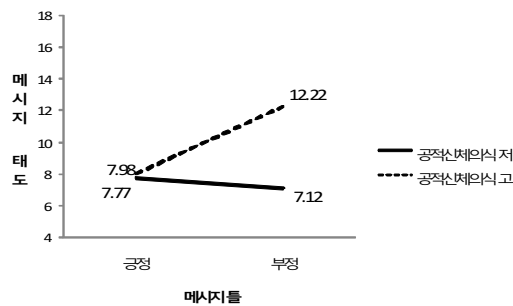


그림 3. 메시지들과 공적신체의식에 따른 메시지태도

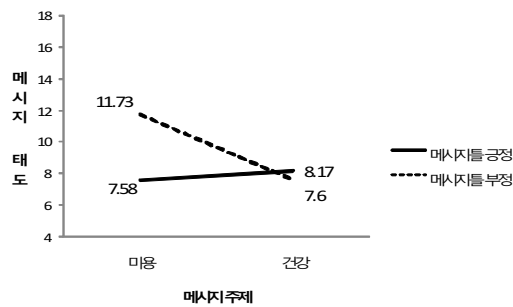


그림 4. 메시지주제와 메시지들에 따른 메시지태도

주제에 따른 메시지태도에서의 차이가 유의하였다,  $F(1, 232)=61.04, p<.001$ . 그림 3을 보면, 공적신체의식 저 조건에서는 메시지들에 따른 메시지태도에서의 차이가 유의하지 않았지만,  $F(1,232)=1.71, ns$ . 공적신체의식 고 조건에서는

메시지들에 따른 메시지태도에서의 차이가 유의하였다,  $F(1,232)=49.52, p<.001$ . 그림 4를 보면, 미용주제 조건에서는 메시지들에 따른 메시지태도에서의 차이가 유의하였지만,  $F(1,232)=47.60, p<.001$ . 건강주제 조건에서는 메시들에 따른 메시지태도에서의 차이가 유의하지 않았다,  $F(1,232)=.89, ns$ .

아울러 메시지주제의 주효과와 메시지들의 주효과가 유의하였다, 메시지주제,  $F(1,232)=17.41, p<.001$ ; 메시지들,  $F(1,232)=17.74, p<.001$ . 구체적으로, 부정적 메시지들( $M=9.67$ )이 긍정적 메시지들( $M=7.88$ )보다 더 호의적인 메시지태도를 보였다. 또한 메시지가 미용주제로 제시된 경우( $M=9.66$ )가 건강주제로 제시된 경우( $M=7.89$ )보다 더 호의적인 메시지태도를 보였다.

## 논 의

본 연구의 주요 논의는 다음과 같다. 공적신체의식이 높은 경우, 미용주제 메시지가 부정틀로 제시될 때에 긍정틀로 제시될 때보다 메시지에 호의적이었지만, 건강주제 메시지에서는 메시지 틀효과가 나타나지 않았다. 외모에 대한 관심이 높은 대상은 미용주제에 더 높은 관여를 갖기 때문에, 긍정틀 메시지보다 부정틀 메시지에 더 호의적인 메시지태도를 보인 것이다. 그러나 공적신체의식이 낮은 사람은 미용주제 메시지보다 건강주제 메시지에 호의적이었으나, 부정틀 메시지보다 긍정틀 메시지에서 더 호의적인 메시지 태도를 보인 경향이 있었다. 이러한 결과가 나온 원인은 공적신체의식이 낮은 집단은 외모에 대한 관심 정도가 낮기 때문에 일반적으로 익숙한 건

강주제 메시지에 비교적 호의적이긴 했지만, 건강이라는 분야 자체에 높은 관여를 갖지 못했기 때문에 부정적 메시지보다 긍정적 메시지에 더 호의적인 경향을 보인 것일 수도 있을 것이다. 아니면 건강분야에 높은 관여를 가졌지만, 메시지 틀의 효과 자체가 사라진 것이라고 생각할 수도 있을 것 같다. 이는 고관여보다 저관여 상황에서 부정적이 더 설득적이라는 Shiv, Edell 및 Payne(1997)의 연구에서도 증명된 바 있다. 이들은 고관여 상황의 참가자는 주어진 정보를 더 정교하게 처리하기 때문에, 비방 메시지와 같은 부정적 메시지 틀 전략에 대해 긍정하지 않다고 인식하여 이에 따라 메시지 틀 효과가 사라진다고 설명하였다(Shiv et al., 1997).

본 연구결과는 공익광고 분야에 시사점을 제공할 수 있다. 공익광고에서도 표적의 특성을 고려한 세분화 전략을 활용하여야 한다는 것이다. 공적신체외식이 높은 사람을 대상으로 공익광고를 하는 경우와 공적신체외식이 낮은 사람을 대상으로 공익광고를 하는 경우, 메시지 주제와 메시지 틀에 근거한 광고표현을 달리 하여야만 설득효과를 높일 수 있을 것이다. 아울러 건강관련 제품에 관한 영리광고에서도 공적신체외식이 높은 사람의 경우에는 건강보다 미용을 강조하는 광고메시지를 부정적 틀로 제시하는 것이 더욱 효과적일 것이다.

추후연구를 위한 제안은 다음과 같다. 건강과 미용을 위한 식단관리 수행의 중요성에 대한 인식이 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있으며, 아울러 건강과 미용이라는 주제는 성별과 연령에 따라 다른 선호를 보일 수 있을 것이다. 따라서 추후연구에서는 대상자의 성별과 연령 등을 다양하게 할 필요가 있다.

## 참고문헌

- 양 윤, 구혜리 (2006). 기분, 메시지 틀, 제품 관여가 제품태도와 구매의도에 미치는 영향. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 7(1), 1-22.
- Andrea, V., & Simon, J. P. (2008). Message framing: keeping practitioners in the picture. *Marketing Intelligence & planning*, 26(6), 634-648.
- Banks, S. M., Salovey, P., Greener, S., Rothman, A. J., Moyer, A., Beauvais, J., & Epel, E. (1995). The effects of message framing on mammography utilization. *Health Psychology*, 14(2), 178-184.
- Block, L., & Keller, P. A. (1995). When to accentuate the negative: The effects of perceived efficacy and message framing on intentions to perform a health-related behavior. *Journal of Marketing Research*, 32, 192-203.
- Fagley, N. S., & Miller, P. M. (1987). The effects of decision framing on choice of risky and certain options. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 39, 264-277.
- Fresé, M. P. (2005). Relationships among gender, ethnicity, private body consciousness, and perceived health in college students. *Ph. D. dissertation. Pacific Graduate School of Psychology*.
- Hevey, D., Pertl, M., Thomas, K., Maher, L., Craig, A., & Chiuinagain, S. N. (2010). Body Consciousness moderates the effects of message framing on intentions to use sunscreen. *Journal of Health Psychology*, 15(4), 553-559.

- Jones, J. L., & Leary, M. R. (1994). Effects of appearance-based admonitions against sun exposure on tanning intentions in young adult. *Health Psychology, 13*(1), 86-90.
- Kanouse, D. E. (1984). Explaining negative biases in evaluation and choice behavior: Theory and research. *Advances in Consumer Research, 11*, 703-708.
- Kardes, F. R. (1988). Spontaneous inference processes in advertising: The effects of conclusion omission and involvement on persuasion. *Journal of Consumer Research, 15*, 225-33.
- Leary, M. R. & Jones, J. L. (1993). The social psychology of tanning and sunscreen use: Self-presentational motives as a predictor of health risk. *Journal of Applied Social Psychology, 23*, 1390-406.
- Levin, I. P., Gaeth, G. J., Evangelista, F. & Schneider, J. (1998). All frames are not created equal: a typology and critical analysis of framing effects. *Organisational Behavior and Human Decision Processes, 76*(2), 149-88.
- McClendon, B. T., Prentice-Dunn, S., Blake, R., & McMath, B. (2002). The role of appearance concern in responses to intervention to reduce skin cancer risk. *Health Education, 102*(2), 76-83.
- Meyerowitz, B. E., & Chaiken, S. (1987). The effect of message framing on breast self-examination attitudes, intentions, and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 52*, 500-510.
- Miller, L. C., Murphy, R., & Buss, A. H. (1981). Consciousness of body: Private and Public. *Journal of Personality and Social Psychology, 41*(2), 397-406.
- Miller, L. C., & Cox, C. (1981). Unpublished manuscript. University of Texas.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology, 19*, 123-205.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Schumann, D. (1983). Central and peripheral routes to advertising effectiveness: The moderating role of involvement. *Journal of Consumer Research, 10*, 135-146.
- Prentice-Dunn, S., Jones, J. L. & Floyd, D. L. (1997). Persuasive appeals and the reduction of skin cancer risk: The role of appearance concern, perceived benefits of a tan, and efficacy information. *Journal of Applied Social Psychology, 1997, 24*, 1041-7.
- Riet, J. V. (2007) The influence of self-efficacy on the effects of framed health message. *European Journal of Social Psychology, 38*, 800-809.
- Robinson, J. (1990). Behavior modification obtained by sun protection education coupled with removal of a skin cancer. *Archives of Dermatology, 126*, 447-481.
- Rothman, A. J., Salovey, p., Antone, C., Keough, K., & Martin, C. D. (1993). The influence of message framing on intentions to perform health behaviors. *Journal of Experimental Social Psychology, 29*, 408-433.
- Shiv, B., Edell, J. A., & Payne, J. W. (1997). Factors affecting the impact of negatively and positively framed ad messages. *Journal of Consumer Research, 24*, 49-64.

- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of Decisions and the psychology of choice. *Science*, 211, 453-458.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1991). Loss aversion in riskless choice: A reference-dependent model. *Quarterly Journal of Economics*, 106(4), 1039-1061.
- Weinstein, N. D. (1988). The precaution adoption process. *Health Psychology*, 7, 355-386.
- Wilson, D. K., Purdon, S. E., & Wallston, K. A. (1988). Compliance to health recommendations: A theoretical overview of message framing. *Health Education Research: Theory and Practice*, 3, 161-171.
- Worchel, S., & Brehm, J. W. (1971). Direct and implied social restoration of freedom. *Journal of Personality and Social Psychology*, 18, 294-304.
- 원 고 접 수 일 : 2013. 06. 10.  
수정원고접수일 : 2013. 08. 28.  
게 재 결 정 일 : 2013. 09. 02.

## **The attitude toward health and beauty message according to public body consciousness**

**Yoon Yang**

**Chanhee Park**

Dept. of Psychology, Ewha Womans University

The purpose of this study is to effectively persuade subjects who have different traits to conduct recommended health behavior with differently manipulated messages. As a result, there was three-way interaction of message issue  $\times$  message frame  $\times$  public body consciousness. Specifically, in high public body consciousness condition, an beauty issue message made a negatively framed message more effectively, and in low public body consciousness condition, a health issue message made a positively framed message more effectively. Although public body consciousness is one of the most important variables in health-related context, it was not considered importantly in message frame study, and the effects of both message issue and message frame by public body consciousness were hardly examined. Thereby, this study extended existing studies.

*Key words* : health, beauty, message frame, public body consciousness

## 부록 1. 실험용 시나리오

### **건강주제/긍정들:**

규칙적인 식습관과 식단 조절은 20대 여성에게 매우 중요합니다.

균형 잡힌 식단과 규칙적인 식사는 질병 및 스트레스에 대한 저항력을 높여주고, 면역 체계에 도움을 주어 항바이러스 효과 및 항암 효과가 있습니다. 또한 여러분의 몸을 활력 있는 건강한 몸으로 만들어 줍니다.

이처럼 균형 잡힌 식단과 규칙적인 식사는 건강에 긍정적인 영향을 줍니다.

### **건강주제/부정들:**

규칙적인 식습관과 식단 조절은 20대 여성에게 매우 중요합니다.

균형 잡히지 않은 식습관과 불규칙적인 식사는 질병 및 스트레스에 대한 저항력을 떨어뜨리고, 신체 면역력을 약화시켜 바이러스에 대한 저항력을 낮추고 암 발생 가능성을 높일 우려가 있습니다. 또한 여러분의 몸을 활력 없는 건강하지 않은 몸으로 만들 수 있습니다.

이처럼 균형 잡히지 않은 식단과 불규칙적인 식사는 건강에 부정적인 영향을 줍니다.

### **미용주제/긍정들:**

규칙적인 식습관과 식단 조절은 20대 여성에게 매우 중요합니다.

균형 잡힌 식단과 규칙적인 식사는 칼로리가 낮으며, 탈모 및 피부 노화를 방지해주고, 몸속의 독소를 체외로 배출시키는 효과가 있어 피부 미용에 좋습니다. 또한 여러분의 몸매를 균형 잡히고 탄력 있는 몸매로 만들어줍니다.

이처럼 균형 잡힌 식단과 규칙적인 식사는 미용에 긍정적인 영향을 줍니다.

### **미용주제/부정들:**

규칙적인 식습관과 식단 조절은 20대 여성에게 매우 중요합니다.

균형 잡히지 않은 식단과 불규칙적인 식사는 칼로리가 높으며, 탈모 및 피부노화를 촉진하고, 몸속의 독소를 체외로 배출시키지 못해 피부 미용에 해롭습니다. 또한 여러분의 몸매를 균형 잡히지 않고 탄력 없는 몸매로 만들 수 있습니다.

이처럼 균형 잡히지 않은 식단과 불규칙적인 식사는 미용에 부정적인 영향을 줍니다.

부록 2-1. 신체의식 원 척도(Miller et al., 1981)

---

Private Body Consciousness

- I am sensitive to internal bodily tensions.
  - I know immediately when my mouth or throat gets dry.
  - I can often feel my heart beating.
  - I am quick to sense the hunger contractions of my stomach.
  - I'm very aware of changes in my body temperature.
- 

Public Body Consciousness

- When with others, I want my hands to be clean and look nice.
  - It's important for me that my skin looks nice...for example, has no blemishes.
  - I am very aware of my best and worst facial features.
  - I like to make sure that my hair looks right.
  - I think a lot about my body build.
  - I'm concerned about posture.
- 

Body Competence

- For my size, I'm pretty strong.
  - I'm better coordinated than most people.
  - I'm light on my feet compared to most people.
  - I'm capable of moving quickly.
- 

부록 2-2. 공적신체의식 척도 번역본

1. 다른 사람과 있을 때, 나는 내 손이 깨끗하고 아름답게 보이길 원한다.
2. 내 피부가 깨끗하게 보이는 것은 나에게 중요하다. 예를 들어, 잡티가 없는 것.
3. 나는 가장 아름다울 때의 내 얼굴과 그렇지 않을 때의 내 얼굴을 잘 알고 있다.
4. 나는 내 머리를 정돈하기를 좋아한다.
5. 나는 내 체격에 대해 많이 생각한다.
6. 나는 내 자세에 관심을 가진다.