

디지털시대 여성의 몸, 자기대상화와 사회참여

신 홍 임[†]


국립순천대학교

여성은 신체의 아름다움으로 자신의 가치가 평가되는 성적 대상화를 경험한다. 사회의 성적 대상화는 여성 자신의 자기대상화로 이어진다. 자기대상화(self-objectification)는 한 개인이 자신을 제 삼자의 관점에서 자신의 외모에만 초점을 맞추어 도구화하여 바라보는 것이다. 본 연구에서는 디지털시대 여성의 자기대상화, 외모 신념, 성불평등 시스템의 합리화경향 및 사회참여의 관계를 검증하고자 한다. 연구 1(N=76)에서는 자기보고식 질문지를 토대로 여성의 자기대상화, 외모 신념, 시스템 합리화경향 및 사회참여 의향을 측정하였다. 연구 2 (N =77)에서는 참가자에게 작문과제를 통해 불특정 다수의 청중이 있는 온라인 상황 또는 청중이 없는 상황에서 자기대상화를 유도한 후, 자기 대상화, 외모신념, 시스템 합리화경향 및 사회참여의향에서 차이가 나타나는지를 비교하였다. 그 결과 연구 1에서는 자기대상화가 높을수록 여성이 능력보다 외모를 중요시하는 태도가 강하게 나타났으며, 외모신념이 강할수록 성 불평등과 연관된 시스템 합리화경향이 낮게 나타났다. 또한 시스템 합리화경향이 증가할수록 사회참여의향이 낮았다. 연구 2에서는 청중이 있는 온라인 상황에서 참가자의 자기대상화 및 시스템 합리화경향이 청중이 없는 상황이나 통제조건보다 더 높게 나타났다. 또한 자기대상화와 시스템 합리화경향은 사회참여에 유의한 영향을 끼쳤다. 이 결과는 디지털 기술이 여성의 자기대상화, 외모신념과 시스템 합리화를 더 증가시키며, 여성의 사회참여를 지속적으로 감소시킬 가능성을 시사한다.

주제어 : 여성, 자기대상화, 시스템 합리화, 사회참여, 디지털 기술

* 본 연구는 2022년 한국여성심리학회 학술연구공모전의 우수상에 선정되어 지원되었음.

† 교신저자: 신흥임, 순천대학교 자유전공학부, (57922) 전라남도 순천시 중앙로 255, 순천대학교 기초교육관 317호, E-mail: shin7038@naver.com

 Copyright © 2022, The Korean Society for Woman Psychology. This is an Open Access article This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution -NonCommercial Licenses (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

여성의 신체적 아름다움을 강조하는 성적 대상화는 우리의 일상에 만연해있다(Swim, Hyers, Cohen, & Ferguson, 2001). Fredrickson과 Roberts(1997)에 의하면 성적 대상화(sexual objectification)는 한 인간의 가치가 신체적 매력에 기반하여 관찰되고, 평가되며, 도구화되는 것이다. 다양한 상황에서 유사한 방식(예: 여성을 인격이 아닌, 얼굴, 가슴, 다리 등의 신체의 일부로 제시)으로 진행되는 여성 신체의 도구화에는 세 가지의 중요한 특성이 있다. 첫째, 성적 대상화는 사회적 맥락에서 일어난다. 여성의 신체는 남성의 신체보다 더 많이 주시되고, 여성은 자신의 몸을 타인이 바라보고 있다는 감정을 남성보다 더 많이 경험한다(Heflick & Goldenberg, 2009). 둘째, 성적 대상화는 미디어에서 사회적 상호작용을 보여줄 때 나타난다. TV, 영화와 상업적 광고에서는 남성이 여성의 신체를 바라보는 것을 부각시킨다(Goffman, 1976). 셋째, 성적 대상화는 미디어를 통해 암묵적 방식으로 서서히 문화에 침투한다(van Zoonen, 1992). 다양한 매체를 통해 여성의 신체는 소비되는 대상으로 남성의 신체보다 더 많이 제시된다. 여성을 인격이 아닌, 외모에 집중하게 하는 성적 대상화는 여성을 한 인간으로서 제시했을 때보다 여성을 능력에서 더 떨어진 존재로서 인식하게 하고, 인간적 속성(예: 배려심)보다는 동물적 속성(예: 충동적)에 더 가깝게 평정하게 하는 비인간화의 결과를 발생시킨다(Heflick & Goldenberg, 2009).

선행연구에서는 여성이 사회에서 대상화를 강하게 경험할수록 사회에서 자신을 도구화하는 관점을 더 내면화함을 보고한다(de Vries & Peter, 2013; Loughnan et al., 2015). 여성의 자기대상화(self-objectification)는 여성 스스로가 자

신의 신체를 제 삼자의 관점에서 사회에서 활용되는 도구로서 인식하는 것이다(Fredrickson & Roberts, 1997). 여성은 일상에서 자신의 가치를 외모의 아름다움이나 섹시함으로 스스로 평가하고, 신체를 감시하는 자기대상화를 경험한다. 사회적 상황에서 여성은 남성보다 3배 이상 자기대상화를 경험한다(Swim, Hyers, Cohen, & Ferguson, 2001). 또한 디지털 기술의 발달은 다양한 대중매체에서 여성의 아름다움을 신체적 아름다움에 집중하도록 편향시킨다(Karsay, Knoll, & Matthes, 2018). 선행연구(de Vries & Peter, 2013)에서는 온라인 상황에서 불특정 다수가 자신을 바라본다는 인식이 여성의 자기대상화를 증가시킴을 보고하였다. 본 논문에서는 두 개의 연구를 통해 디지털시대 여성의 자기대상화, 외모 신념, 성차별 시스템의 합리화경향 및 사회참여의 관계를 검증하고자 한다. 첫째, 연구 1에서는 여성의 자기대상화(성향)가 외모신념, 사회의 성불평 등 시스템 합리화 및 사회참여의향과 유의한 관계에 있는지를 검증하고자 한다. 둘째, 연구 2에서는 작문과제를 통해 온라인상황에서 불특정 다수의 청중이 자신을 바라본다고 생각하게 하여 여성의 자기대상화(상태)를 유도한 후, 외모신념, 성불평등의 시스템 합리화 경향 및 사회참여의향이 달라지는지를 분석하려 한다.

여성의 자기대상화, 외모신념, 시스템 합리화와 사회 참여

여성의 자기 대상화는 다양한 정신적 및 신체적 문제와 연결되는 것으로 보인다. 선행연구에서는 자기 대상화와 신체감시(손은정, 2006), 성형수술(장지원, 이지연, 장진이, 2012),

섭식장애(Tiggemann & Williams, 2012), 우울증(Kahalon, Schnabel, & Becker, 2018)과의 관계를 보고하였다. Langton(2009)에 의하면 자기대상화는 보는 것(seeing)(예: 외모가 자기개념의 중심)과 행하는 것(doing)(예: 신체감시)에 변화를 가져온다. Breines 등(2008)의 연구에서는 특히 여자대학생들이 사회에서 타인이 자신을 외모 중심으로 바라보는 관점을 내면화하여, 과도하게 외모에 집착하여 자기가치감이 형성됨을 보고하였다. 또한 자기대상화의 경향이 높은 참가자의 경우 자신의 외모에 만족할수록 주관적 행복감이 증가하였으며, 자신의 외모에 대한 불만족감이 클수록 주관적 행복감이 낮게 나타났다. 따라서 자기대상화의 성향은 외모만족감과 상호작용하며 정신건강에 영향을 끼치는 것으로 보인다.

이러한 연구들은 대체로 한 여성의 내적 측면에서 자기 대상화를 성향으로 분석하였으며, 여성의 자기대상화가 개인 외적 측면에서 사회의 성불평등에 대한 지각과 행동에 어떤 영향을 끼치는지를 거의 다루지 못하였다(Kahalon et al., 2018). 최근 들어 국외에서는 자기 대상화와 타인과의 관계(Puvia & Vaes, 2013), 자기 대상화와 사회적 참여의 관계(Calogero, 2013)를 보고하는 연구들이 시작되고 있다. 예를 들어, Calogero(2017)는 여성이 자신의 건강함보다는 신체적 외모를 더 중요하게 생각하는 자기대상화 경향이 강할수록, 사회의 성불평등에 대한 인식이 상대적으로 부족함을 보고하였다. 이 결과는 ‘외모는 돈가설(Beauty as currency hypothesis; Forbes et al., 2007)’과도 일치한다. 이 가설에 의하면 여성의 자기대상화 경향이 강할수록 자신의 외모를 중요하게 생각할 것이며, 이것은 외모중심의 사회적 기준을 무비판적으로 수용하도록

하여, 사회시스템에 대한 비판인식이 전반적으로 부족해지는 결과를 발생시킬 수 있다. 따라서 한 여성이 사회화의 과정을 통해 받아들인 외모중시의 관점은 자신에게 내면화되고, 자신을 바라보고 평가하는 기준이 되는 것으로 보인다(Jost & Kay, 2005). Calogero 등(2017)의 연구에는 여성의 자기대상화와 사회참여의 관계를 보여주었다는 의의가 있다. 그러나 이 연구에서는 자기대상화의 정도를 다양한 상황에 따라 조작하지 않고, 자기보고식 질문지를 통해 변인들간의 관계를 분석했기 때문에 자기대상화의 인과적 영향을 해석하는데 한계가 있다. 또한 자기대상화는 문화권에 따라 달라질 수 있으며(Loughnan et al., 2015), 여성이 자신을 바라보는 청중을 의식하는 정도에 따라서도 달라질 수 있기 때문에 본 연구에서는 한국 여자대학생을 대상으로 자기대상화를 다양한 실험상황에서 유도할 때, 자기대상화가 시스템 합리화의 경향 및 사회참여 의향에 끼치는 영향을 검증하려 한다.

여성의 자기대상화와 디지털 미디어

디지털 미디어 기반의 온라인 상황에서는 여성이 자신의 외모를 불특정 다수의 타인이 바라본다는 생각으로 인해 자기대상화를 증가시킬 수 있다. Karsay 등(2018)은 현대 사회의 디지털 미디어(예: 인터넷)를 통한 여성의 성적 대상화는 여성이 무의식적으로 사회의 관점을 내면화하는 과정을 촉진시켜 기존의 아날로그 미디어(예: 텔레비전)의 방식보다 여성의 자기대상화를 증폭시킴을 보고하였다. 연구자들은 디지털 미디어와 여성의 자기대상화의 관계에 대한 총 54개의 논문을 분석하여 약 .20의 유의한 상관관계를 보고하였다. 기존

의 전통적 미디어가 자기대상화의 경향과 상대적으로 낮은 상관관계를 갖는데 비해, 온라인 미디어를 많이 활용하는 참가자일수록 자기대상화와 상관관계가 더 높게 나타났다. 연구자들은 이 결과를 온라인 공간에서는 사회에서 개인을 도구화하여 바라보고, 평가하는 대상화의 방식에 따라 스스로 자기의 이미지를 손쉽게 제작하여 빠르게 자기를 노출시키기 때문에 자기대상화의 경향이 더 높은 것으로 해석하였다. 이 결과는 김애라(2019)가 한국 사회에서 온라인 여성 커뮤니티를 기반으로 뷰티 크리에이터가 생산하고, 확산시키는 방대한 뷰티 콘텐츠를 여성 사용자가 비판 없이 받아들이고, 다양한 방식의 재현에 직접적으로 참여하는 ‘아름다움’의 소셜 네트워크(예: 메이크업 따라하기, 비슷한 포즈로 사진 찍기 등)가 활성화되고 있음을 보고한 것과도 연결된다.

de Vries와 Peter(2013)에 의하면 인터넷 기반의 온라인 상황은 자기대상화를 다음과 같이 두 가지 측면에서 가속화시킨다. 첫째, 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 사용은 한 개인이 다양한 방법(예: 프로필, 근황, 활동사진)으로 자신을 노출시키는 방식을 통해 사회의 불특정 다수가 자신을 바라보는 방식에 영향을 끼칠 수 있다. SNS미디어 활용은 양방향적 정보전달이라는 점에서 기존의 전통적 미디어의 일방향적 정보전달과 근본적으로 다르다(이민선, 이현화, 2017). 사용자는 시시각각으로 수신자로부터 공감 또는 비호감 등의 반응을 받게 되며, 수신자로부터 받는 반응은 사용자의 자기대상화를 증가시키는 것으로 보인다. Vendemia 등(2021)의 연구에서는 참가자들의 SNS 사진 보정행동, 수신자의 반응 및 자기대상화의 관계를 분석하였을 때, 수신자의 반응

을 기대하는 조건에서 사진보정행동과 상관없이 자기대상화의 경향이 유의하게 증가하였다. 둘째, 디지털미디어로 제작한 자신의 이미지는 사용자가 모르는 불특정 다수의 수신자에게도 쉽게 전달된다. 시공간 제약을 벗어난 접근의 용이성은 디지털미디어의 사용자가 전통적 미디어의 상황보다 자기를 노출시킬 때, 불특정 다수의 청중을 더 의식하는데 영향을 끼칠 수 있다. 사용자는 청중이 선호하는 가치를 정확하게 잘 모르기 때문에 자신의 이미지를 사회에서 전반적으로 선호되는 기준에 맞추려한다. 예를 들어, Ringrose(2011)에 의하면 SNS에서 청중의 반응은 외모의 매력에 기반하여 구성된다. 또한 여성은 SNS에서 외모가 매력적일수록 수신자에게 더 받아들여지는 경향이 있기 때문에, 여성이 자신의 이미지를 재현할 때, 사회에서 여성을 외모중심으로 바라보는 시각에 맞추려는 경향이 있다(Wang et al., 2010). 이 연구들은 디지털 미디어의 활용이 여성에게 기존의 미디어보다 자기대상화를 더 증가시킬 가능성을 보여준다.

요약하면 본 연구에서는 디지털 시대 여성의 자기대상화, 외모신념, 성차별 시스템 합리화와 사회참여의 관계에 대해 검증하려 한다. 첫째, 연구 1에서는 여성의 자기 대상화가 외모신념, 시스템 합리화경향 및 사회참여와 유의한 관계에 있는지를 분석하려 한다. 선행연구(예: Calogero, 2013)에서는 여성의 자기 대상화가 높을수록 사회의 성 불평등 시스템을 그대로 수용하는 경향이 증가함을 보고하였다. 본 연구에서도 여성이 자신의 신체적 능력보다 외모를 더 우선시하는 자기 대상화가 높을수록 성불평등 시스템을 합리화하여 지각할 것을 예측한다. 또한 사회 시스템을 합리화하는 경향은 불평등을 감소시키려는 사회참여의

향과도 유의한 상관관계가 나타날 것을 예측한다. 둘째, 연구 2에서는 참가자가 자신의 사진을 SNS에 업로드하는 작문과제를 통해 자기대상화를 유도한 후, 자기 대상화가 외모신념, 성차별 시스템 합리화 및 사회참여의향에 영향을 끼치는지를 검증하고자 한다. 지금까지 선행연구에서는 전통적 미디어와 여성의 자기대상화의 관계를 주로 연구했기 때문에 본 연구에서는 선행연구를 확장하여 디지털 미디어의 활용이 자기대상화, 성차별 시스템의 합리화 경향 및 사회참여의향에 어떤 영향을 끼치는지를 분석하려 한다.

연구 1)

연구 1의 목적은 여성의 자기대상화가 외모에 대한 비합리적 신념, 시스템 합리화 경향 및 사회참여의향과 관계가 있는 정도를 분석하는데 있다. 선행연구(Jost & Kay, 2005)에서는 외모 신념(예: 여성은 능력보다는 외모로 성공한다)이 여성의 자기 대상화와 유의한 정적 상관관계가 나타남을 보고하였다. 본 연구에서는 외모신념과 여성의 자기대상화가 높을수록 사회의 성불평등 시스템을 합리화하여 지각하며, 이러한 경향이 사회참여의향과도 유의한 관계가 나타날 것을 예측한다.

방 법

1) 본 논문의 연구 1과 연구 2는 연구참가자의 동의를 얻고, 기관생명윤리위원회 심의규정을 준수하여 실시하였습니다.

참가자

4년제 대학교의 여자대학생 76명(평균연령만 21.76세, 표준편차=3.64)이 대학 홈페이지 게시판의 공고를 통해 참가하였다. 선행연구(Manago, Graham, Greefield, & Salimkhan, 2008; Pempek, Yermolayeva, & Calvert, 2009)에서는 여자대학생이 남자대학생보다 더 외관을 중요시하고, 자기대상화의 경향이 더 높게 나타남을 보고하였기 때문에 여자대학생들만을 연구참가에 모집하였다.

연구도구 및 절차

본 연구는 웹기반 자기보고식 질문지를 활용하여 진행되었다. 본 연구에서 사용된 질문지세트는 자기대상화 질문지, 외모 신념에 대한 질문지, 시스템 합리화 질문지 및 사회참여의향 질문지로 구성되었다.

자기대상화

자기대상화를 측정하는 질문지(Noll & Fredrickson, 1998)는 열 개의 항목으로 구성되었고, 참가자는 각 항목이 자신의 자기개념에 중요한 순서에 따라 0에서 9까지 중복없이 각 항목에 대한 점수를 기입하였다 (0: 전혀 중요하지 않음, 9: 매우 중요함). 이 중에서 다섯 개 항목은 겹으로 직접 드러나는, 외모(appearance)와 관련된 항목으로, 여기에는 신체 매력, 섹시함, 신체 크기, 탄탄한 신체 근육, 몸무게가 포함되었다. 다른 다섯 개 항목은 겹으로 나타나지 않는, 신체 능력(competence)과 연관된 항목이며, 건강함, 활기찬 에너지 수준, 신체적 조화, 힘의 세기, 강인한 체력이었다. 자기대상화점수는 외모와 연관된 다섯 개

항목의 총점에서 신체 능력과 연관된 다섯 개 항목의 총점을 감하여 산출한다. 총점 범위는 -25점에서 25점까지 변화한다. 총점이 클수록 외모가 신체 능력보다 자기 개념에서 더 중요한 것으로 인식하는 것이며, 이것은 자기대상화 경향이 큰 것으로 해석된다. Calogero (2013)에서는 외모와 연관된 항목과 신체능력 과 연관된 항목의 상관계수가 $r = -.97$ 이었으며, 본 연구의 연구 1에서는 $-.72$ 로 나타났다.

외모신념척도

외모 신념을 측정하는 질문지(Forbes, Collinsworth, Jobe, Braun, & Wise, 2007)는 참가자가 여성의 외모를 능력보다 더 중요하게 생각하는 정도를 7점 척도에 따라 측정하며, 총 다섯 개 문항으로 구성되어 있다(예: 여성에게 가장 큰 재산은 외모다). Forbes 등(2007)이 보고한 내적 합치도 알파계수는 $.72$ 이었으며, 본 연구에서는 $.78$ 로 나타났다. 외모 신념 질문지에서는 총 다섯 개 문항의 총점을 문항 개수로 나누어 평균을 산출하였으며, 점수가 높을수록 연구 참가자가 여성의 외모를 능력보다 더 중요하게 생각하는 것으로 해석하였다.

시스템 합리화 척도

성 불평등에 관한 시스템 합리화 경향을 측

정하는 질문지(Calogero, 2013; Jost & Kay, 2005)는 총 8개의 문항(예: 우리 사회에서 여성과 남성은 평등하다, 한국은 여성에게 가장 살기 좋은 나라다)로 구성되었으며, 참가자는 문항의 내용에 동의하는 정도를 9점 척도에 따라 응답하였다. Calogero(2013)가 보고한 내적 합치도 알파계수는 $.85$ 였으며, 본 연구에서는 $.81$ 로 나타났다.

사회참여의향 척도

사회참여의향 질문지(Calogero, 2013; Stake, Roades, Rose, Ellis, & West, 1994)는 총 8개 문항(예: 성평등의 주제를 다루는 워크숍이나 강연에 참가함)으로 구성되었으며, 참가자는 향후 자신이 성평등이나 여권신장을 지지하는 사회활동에 참여할 의향이 있는 정도를 7점 척도에 따라 응답하였다. Calogero(2013)가 보고한 내적 합치도 알파계수는 $.92$ 이었으며, 본 연구에서는 $.76$ 으로 나타났다.

결 과

연구 1에서는 자기대상화 경향, 외모에 대한 신념, 시스템 합리화 경향 및 사회참여에 관한 상관분석을 수행하였다. 그 결과 표 1과

표 1. 주요 변인의 평균과 상관분석결과(연구 1)

변인	M	SD	1	2	3	4
1. 자기대상화	-2.35	5.46		.419**	.097	.137
2. 외모 신념	3.20	1.40			.254*	-.261*
3. 시스템 합리화 경향	3.79	1.89				-.288*
4. 사회참여의향	3.92	1.90				

* $p < .05$, ** $p < .01$

같이 자기대상화 경향은 여성의 외모를 능력보다 더 중요하게 생각하는 태도와 정적 상관관계에 있었다, $r = .419, p = .01$. 이 결과는 참가자의 자기대상화 경향이 높을수록 여성의 외모를 능력보다 더 우선시하는 비합리적 신념이 강함을 보여준다. 또한 외모신념은 시스템 합리화 경향과 정적 상관관계에 있었다, $r = .254, p = .016$. 연구 참가자가 여성의 외모를 능력보다 더 중요하게 생각할수록 사회의 성 불평등을 받아들이는 경향이 더 큰 것으로 나타났다. 이와 더불어 외모 신념은 성 불평등을 해소하려는 사회활동의 참여의향과 부적 상관관계에 있었다, $r = -.261, p = .013$. 따라서 여성의 외모가 능력보다 중요하다고 생각할수록 성 불평등에 반대하는 사회활동에 더 적게 참여하는 것으로 나타났다. 또한 시스템 합리화경향은 성불평등을 반대하는 사회활동 참여의향과 부적 상관관계에 있었다, $r = -.288, p = .006$. 따라서 연구참가자가 사회의 성 불평등을 받아들일수록 성 불평등을 해소하려는 사회활동에 대한 동기화가 적은 것으로 나타났다.

연구 1에서 주된 관심사는 자기대상화, 외모 신념 및 시스템 합리화 경향이 사회참여에 끼치는 영향을 검증하는데 있다. 표 2와 같이 다중회귀분석 결과에 의하면, 자기대상화, 외

모 신념 및 시스템 합리화경향의 세 가지 변인 중에서 자기대상화는 유의한 영향을 끼치지 않았다. 반면 외모 신념과 시스템 합리화 경향은 모두 유의하게 사회참여 의향에 부적 영향을 끼친 것으로 나타났다.

연구 1의 결과는 Calogero(2017)의 연구와 부분적으로 일치하지만, 자기대상화가 사회참여 의향에 유의한 부적 영향을 끼치지 않은 이유에 대해 설명하기가 어렵다. 또한 연구 1에서는 자기대상화의 경향을 개인차변인으로만 측정하였기 때문에 상황에 따라 변화하는 자기대상화의 정도, 외모 신념 및 시스템 합리화와 성 불평등을 반대하는 사회활동 참여의향의 관계에 대한 설명을 제공하지 못한다. 이에 따라 연구 2에서는 자기대상화의 상태를 청중이 있는 온라인상황과 청중이 없는 오프라인 상황에서 각각 유도하여 자기대상화, 외모신념 및 사회참여 의향과의 관계를 검증하고자 한다.

연구 2

연구 2의 목적은 온라인/오프라인 상황에서 여성의 자기 대상화(상태)가 외모에 대한 신념, 시스템 합리화 및 사회참여에 영향을 끼

표 2. 성 불평등을 반대하는 사회활동참여의향에 자기대상화, 외모 신념 및 시스템 합리화 경향이 끼치는 영향에 대한 다중회귀분석(연구 1)

변인	B	S.E.	β	t	p	VIF	모형 요약
자기대상화	.047	.029	.250	1.637	.111	1.054	$F = 4.106^*$
외모 신념	-.423	.198	-.327	-2.139	.048	1.061	$R^2 = .272$
시스템 합리화	-.381	.165	-.351	-2.058	.048	1.037	$Adj.R^2 = .206$

* $p < .05$

치는지를 검증하는데 있다. 연구 2에서는 온라인 상황이 오프라인 상황보다 불특정 다수의 청중이 자신의 외모를 바라본다는 생각을 더 강하게 활성화하기 때문에 온라인 상황의 자기대상화의 조건에서 오프라인 상황의 자기대상화조건에 비해 외모 신념, 시스템 합리화 및 사회참여 경향이 더 높을 것을 예측한다.

방 법

참가자

4년제 대학교의 여자대학생 77명(평균연령만 22.14세, 표준편차 = 2.12)이 교내 홈페이지 모집공고를 통해 참가하였다. 연구참가에는 약 10분의 시간이 소요되었으며, 참가자들은 연구참가에 대한 보상으로 오천원 상당의 커피쿠폰을 받았다.

연구도구 및 절차

연구 2에서는 웹기반으로 참가자에게 작문 과제 및 질문지 세트가 제시되었다. 참가자는 온라인 상황의 자기대상화조건(n=27), 오프라인 상황의 자기대상화조건(n=26) 및 통제조건(n=24)에 무선적으로 배정되어 작문과제를 수행하였다. 자기대상화의 실험조건에서는 선행연구(de Vries & Peter, 2013)를 토대로 참가자에게 5분 동안 작문과제²⁾를 수행하도록

하였다. 이 중에서 온라인 상황의 자기대상화 조건에서는 참가자에게 불특정 다수가 자신을 바라본다는 생각을 하면서, 자신이 여름휴가에서 수영복을 입은 사진을 SNS에 게시할 때, 자신의 신체에 대해 어느 정도 만족감이 느끼게 될 지에 대해 5문장 이상 작성하도록 하였다. 선행연구(Aubrey, 2010; Karsay et al., 2018)에서는 여성의 신체노출이 커질수록 자기대상화의 경향이 높아짐을 보고하였다.

이에 따라 평상복 사진보다는 수영복/속옷 광고사진이 자기대상화를 유도하는데 효과적인 조작으로 나타났다. 이에 따라 연구 2에서는 자기대상화를 조작하기 위해 여성이 자신의 수영복 사진을 상상하도록 하여, 자신의 내면적 건강함보다는 타인이 바라보는 신체의 외적 아름다움에 초점을 맞추는 자기대상화를 유도하였다. 이에 비해 청중이 없는, 자기대상화조건에서는 여름휴가철에 자신의 수영복 사진을 보았을 때, 자신의 신체에 대해 갖게 될 감정에 대해 작성하도록 하였다. 통제조건에서는 자신의 여름방학계획을 적도록 지시하였다. 작문과제가 완료되면, 연구 1과 동일한 질문지세트가 제시되었다. 질문지 세트는 자기대상화 질문지, 외모 신념에 대한 질문지, 시스템 합리화 질문지 및 사회참여 질문지로 구성되었다. 마지막으로 참가자들은 연구 2의 취지와 목적에 대해 작성하였다.

2) 이 작문과제는 점화(priming)의 한 유형으로서 도입되었다. 점화는 선행자극이 의미적/음운적으로 연관된 일련의 개념을 활성화시켜, 정보처리과정과 행동의 변화를 자동적으로 유도한다(Custers & Aarts, 2010). 예를 들어, 자기대상화의 선행연구

(Kahalon et al., 2018)에서는 성형수술에 대해 작문과제를 하거나, 또는 참가자에게 수영복을 입게 하는 실험조건(Calogero, 2013; Herbl et al., 2004)에서 자기대상화가 통제조건(예: 수영복 대신 스웨터를 입거나 휴가계획을 작성)보다 유익하게 높아짐을 보고하였다.

결 과

자기대상화의 조작점검

연구 2에서 수영복 사진에 대한 작문과제를 통해 유도한 자기대상화가 실험조건에서 실제로 참가자의 자기대상화에 영향을 끼쳤는지를 확인하기 위해 일원변량분석을 수행하였다. 그 결과 그림 1과 같이 수영복 사진조건(불특정다수의 청중 있음 vs. 청중 없음 vs. 통제)의 주효과가 유의하였다, $F(2, 74) = 8.463, p < .001, \eta^2 = .186$. 청중이 있는 온라인 상황조건($M = -3.66, SD = 4.91$)의 자기대상화는 청중이 없는 조건($M = -9.46, SD = 2.14$)보다 유의하게 높았다, $t(51) = 2.574, p = .013$. 청중이 없는 상황에서 자신의 수영복 사진에 대해 작문과제를 수행하는 조건에서는 자신의 여름방학계획에 대한 글을 작성하는 통제조건($M = -14.45, SD = 1.96$)의 자기대상화보다 유의하게 높았다, $t(48) = 2.052, p = .046$. 이 결과는 연구 2에서 자기대상화가 청중조건에

따라 작문과제의 실험조작을 통해 적절하게 유도되었음을 보여준다.

온라인 상황의 자기대상화, 외모신념, 성불평 등 합리화 경향 및 사회참여의향의 관계

연구 2에서는 온라인 상황의 자기대상화가 외모에 대한 신념, 성 불평등의 합리화 및 사회참여의향에 끼치는 영향을 분석하고자 하였다. 이에 따라 표 3과 같이 실험조건에서 불특정 다수의 청중이 있는 온라인 상황과 청중이 없는 상황에서 각각 자기대상화가 유도되었을 때, 자기대상화, 외모 신념, 시스템 합리화 경향 및 사회참여의향에서 차이가 나타나는지를 분석하였다. 독립표본 t-검정에 의하면 청중이 있는 조건에서는 청중이 없는 조건보다 자기 대상화, $t(51) = 2.574, p = .013$, 및 성차별 시스템 합리화가 더 높게 나타났다, $t(51) = 2.161, p = .043$. 또한 상관분석을 수행한 결과, 청중이 가정된 온라인 상황에서는 참가자의 자기대상화가 외모신념, $r = .642$,

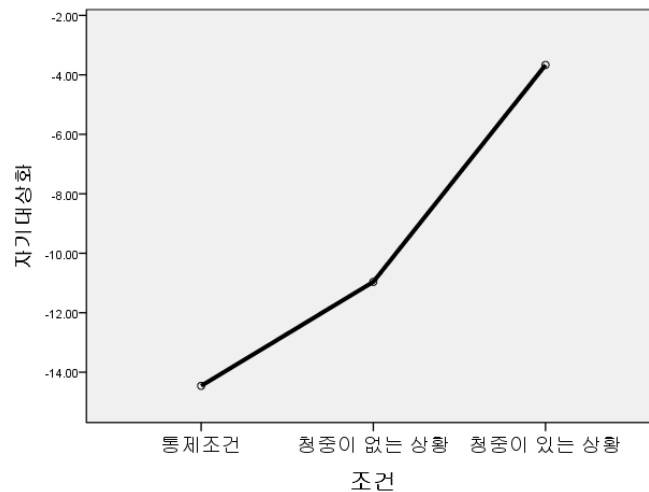


그림 1. 청중 조건과 자기대상화(연구 2)

표 3. 청중조건에 따른 자기대상화, 외모 신념, 시스템 합리화경향 및 성차별 반대 사회활동 참여의향의 평균 및 상관분석 결과(연구 2)

변인		M	SD	2	3	4
불특정다수 청중 있음	1. 자기대상화	-3.66	4.91	.642**	.707**	-.551**
	2. 외모 신념	2.91	1.11		.396*	.023
	3. 시스템 합리화 경향	4.30	1.89			-.289*
	4. 사회참여의향	2.99	1.69			
청중 없음	1. 자기대상화	-9.46	2.14	.221	.393*	-.190
	2. 외모 신념	2.20	.89		.102	-.162
	3. 시스템 합리화 경향	5.18	1.53			-.471**
	4. 사회참여의향	3.05	1.31			

* $p < .05$, ** $p < .01$

$p < .001$, 및 시스템 합리화경향과 정적 상관관계에 있었다, $r = .707$, $p < .001$. 또한 성차별 시스템 합리화 경향은 사회참여의향과 부적 상관관계에 있었다, $r = -.289$, $p = .047$. 이 결과는 자기대상화가 높을수록 외모신념과 사회의 성 불평등을 합리화하는 경향이 증가함을 보여준다. 또한 자기대상화가 높을수록 성불평등을 감소시키려는 사회참여의향이 더 낮아지는 경향이 나타났다, $r = -.551$, $p < .001$. 청중이 없는 조건에서도 자기대상화와 시스템 합리화 경향 간에 유의한 관계가 나타났지만, $r = .393$, $p = .027$, 변인들 간의 관계는 청중이 있는 온라인 상황에서 더 뚜렷하게 나타났다.

다. 연구 2의 결과는 여성이 불특정 다수의 청중을 의식하며, 자신의 외모에 집착할수록 자기대상화가 높아질 뿐만 아니라 시스템 합리화 및 불평등을 감소시키는 사회참여의향도 달라질 가능성을 보여준다.

표 4와 같이 수영복 사진을 SNS에 업로드 하는 것에 대한 작문과제를 통해 자기대상화가 유도되었을 때, 자기대상화, 외모신념 및 시스템 합리화경향의 각 독립변인이 사회참여에 끼치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석을 수행하였다. 그 결과, 자기대상화, 외모신념 및 성불평등 시스템의 합리화경향은 사회참여의향에 대해 14.8%의 변량을 설명하였

표 4. 청중 조건에 따른 자기대상화, 외모에 대한 신념 및 시스템 합리화경향이 사회참여 의향에 끼치는 영향에 대한 다중회귀분석(연구 2)

변인	B	S.E.	β	t	p	VIF	모형 요약
자기대상화	-.498	.210	-.386	-2.375	.024	1.004	F = 2.953*
외모 신념	-.068	.192	-.048	-.352	.727	1.002	R ² = .194
시스템 합리화	-.305	.116	-.358	-2.623	.012	1.003	Adj.R ² = .148

* $p < .05$

다. 이 세 가지 변인 중에서 자기대상화와 시스템 합리화 경향은 사회참여의향에 유의한 부적 영향을 끼치고 있는 것으로 나타났다. 이 결과는 여성의 자기대상화가 높아질수록 성불평등에 반대하는 사회참여의향이 낮아질 가능성을 보여준다. 자기대상화는 불특정 다수가 자신을 바라본다고 생각되는 온라인 상황에서 더 높았기 때문에 온라인 상황에서 여성이 자신의 건강함보다는 신체의 아름다움에 지나치게 주목할수록 사회참여의향에 더 적게 동기화될 것을 예측할 수 있다. 또한 연구 1과 같이 성 불평등을 합리화하는 경향이 증가할수록 성 불평등을 감소시키려는 사회참여의향이 감소되는 것으로 나타났다. 연구 2에서 자기대상화와 시스템 합리화경향은 한 개인이 자신을 바라보는 청중을 더 강하게 의식하는 온라인 상황에서 더 높았기 때문에 디지털 미디어의 활용이 증가할수록 성불평등을 감소시키려는 사회참여의향이 더 적어질 가능성을 추정해볼 수 있다.

논 의

본 연구에서는 여성의 자기대상화가 성 불평등과 연관된 사회 시스템의 합리화 경향 및 사회참여의향과 어떤 관계에 있는지를 분석하였다. 또한 자기대상화가 SNS기반의 온라인 상황에서 유도되었을 때, 자기대상화가 성 불평등 시스템의 합리화 경향 및 사회참여의향에 어떤 영향을 끼치는지를 검증하였다. 그 결과 여성의 외모를 능력보다 더 중요하게 여기는 외모신념이 강하고, 사회시스템의 합리화 경향이 높을수록, 성불평등을 감소시키려는 사회참여의향이 낮게 나타났다(연구 1).

이 결과는 선행연구(Calogero, 2013; Calogero et al., 2017)의 결과와 일치하며, 서구사회의 연구결과가 한국 여대생을 대상으로 재검증되었음을 보여준다. 또한 불특정 다수의 청중을 상상하는 온라인 상황에서 청중을 가정하지 않는 오프라인 상황보다 자기대상화와 성차별 시스템 합리화 경향이 유의하게 높아졌다. 또한 자기대상화와 성불평등 시스템 합리화 경향은 성 불평등을 감소시키려는 사회참여의향에 부적 영향을 끼치는 것으로 나타났다(연구 2). 이 결과는 불특정 다수의 수신자를 가정하는 디지털미디어가 기존의 미디어의 방식보다 여성에게 자기대상화를 더 높게 활성화시킬 수 있으며, 사회 시스템을 비판적으로 바라보며, 성 불평등을 감소시키려는 사회참여를 감소시킬 가능성을 보여준다. 자기대상화가 온라인 상황에서 증가한 것은 선행연구의 결과(Karsay et al., 2018)와 일치한다. 이에 비해 본 연구에서 온라인 상황에서 증가된 자기대상화가 사회 시스템 합리화경향과 사회참여의향에 유의한 영향을 끼친 결과는 선행연구를 확장한 것으로 볼 수 있다.

본 연구의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 본 연구를 통해 디지털 미디어 기술의 발달이 외모 중심의 아름다움에 대한 사회적 관점을 더 쉽고 빠르게 확산시키고, 현재 한국 사회를 살아가는 여대생의 자기대상화를 증가시킬 가능성을 탐색해볼 수 있었다. 둘째, 본 연구에서는 또한 온라인 상황에서 불특정 다수의 청중을 인식하는 것이 외모 신념 및 성 불평등 시스템을 합리화하는 경향에 어떤 영향을 끼치는지를 분석하였다. 본 연구결과는 현대 사회를 살아가는 여성이 디지털 미디어를 기반으로 외모 중심의 온라인 커뮤니티를 형성하는 것이 자기대상화, 시스템 합리화 경향 및

사회의 성 불평등을 감소시키려는 사회참여의 향에 끼치는 영향에 관한 자료를 제시한다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 참가자에게 수영복을 입은 사진을 SNS에 올리는 상황을 상상하도록 하는 점화기법이 여성의 자기대상화 및 성차별 시스템 합리화경향을 활성화시킴을 보여주었다. 그러나 이 결과가 참가자 자신이 모르는 불특정 다수의 청중이 SNS의 자기 사진을 볼 것이라고 상상하기 때문인지 또는 청중이 자신에게 긍정적/부정적 반응을 할 것이라고 생각하기 때문인지에 대해서는 분석할 수 없다는 한계가 있다. 후속연구에서는 디지털 미디어를 활용하는 상황을 점화할 때, 청중의 관찰조건과 청중의 반응조건을 구분하여 자기대상화와 시스템 합리화의 변화정도를 비교할 필요가 있다. 둘째, 본 연구에서는 여성의 자기대상화, 외모신념, 시스템 합리화 경향 및 사회참여의향을 자기보고식 질문지를 통해 측정하였다. 질문지 기법은 참가자가 사회적 긍정적 인상추구로 인해 솔직하게 응답하지 않을 가능성이 있기 때문에 결과해석에 한계가 있다. 특히 본 연구에서 사용한 자기대상화의 질문지는 참가자가 자신의 현재 상태보다는 자신이 추구하는 상태에 기반하여 응답했을 가능성이 있다. 후속연구에서는 자기대상화를 정교하게 측정할 수 있는 암묵적 측정기법(예: Carels et al., 2010)을 활용하여 참가자의 무의식적 반응을 수집하는 것이 필요할 것으로 보인다.

전 세계적으로 디지털미디어 기술의 발달은 현대 사회의 여성이 이전 세대에 비해 점점 더 성적 대상화된 콘텐츠에 노출되도록 하고 있다. 여성은 점점 더 자신과 연관된 뷰티 콘텐츠를 제작하여 타인과 공유하고 있다. 본

연구는 여성을 성적 대상화하는 디지털 미디어 콘텐츠의 증가가 향후 여성의 자기대상화와 성차별 시스템을 합리화하는 경향을 증가시키고, 사회참여를 감소시킬 가능성을 보여준다. 본 연구는 작은 크기의 표본으로 여대생 참가자를 기반으로 일회성으로 수행되었다. 후속연구에서는 다양한 사회집단의 연구 참가자를 중심으로 디지털미디어 활용, 자기대상화 및 사회참여의 관계를 종단연구로서 체계적으로 분석하는 것이 필요할 것으로 보인다.

참고문헌

- 김애라 (2019).10, 20대 여성들의 ‘아름다움’의 네트워크와 그 의미에 관한 연구. *미디어, 젠더 & 문화*, 34(1), 131-173.
- 손은정 (2006). 대상화경험이 여성의 정신건강에 미치는 영향. *한국심리학회지: 여성*, 11(1), 399-417.
- 이민선, 이현화(2017). SNS 외모 관련 사진활동이 여성의 사회·심리적 외모 관련태도, 신체만족도 및 자아존중감에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 41(5), 858-871.
- 장지원, 이지연, 장진이(2012). 여고생의 대인 성적 대상화 경험과 성형의도의 관계: 외모에 대한 사회문화적 가치의 내면화, 신체감시, 신체수치심의 매개효과. *한국심리학회지: 여성*, 17(1), 559-577.
- Aubrey, J. S. (2010). Looking good versus feeling good: An investigation of media frames of health advice and their effects on women's body-related self-perceptions. *Sex Roles*, 63(1), 50-63.

- Calogero, R. M. (2013). Objects don't object: Evidence that self-objectification disrupts women's social activism. *Psychological Science*, 24(3), 312-318.
- Calogero, R. M., Tylka, T. L., Donnelly, L. C., McGetrick, A., & Leger, A. M. (2017). Trappings of femininity: A test of the "beauty as currency" hypothesis in shaping college women's gender activism. *Body Image*, 21(1), 66-70.
- Carels, R. A., Wott, C. B., Young, K. M., Gumble, A., Koball, M.W., & Oehlhof, M. W. (2010). Implicit, explicit, and internalized weight bias and psychosocial maladjustment among treatment-seeking adults. *Eating Behaviors*, 11(3), 180-185.
- Custers, R., & Aarts, H. (2010). The unconscious will: How the pursuit of goals operates outside of conscious awareness. *Science*, 329(5987), 47-50.
- de Vries, D. A., & Peter, J. (2013). Women on display: The effect of portraying the self online on women's self-objectification. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1483-1489
- Forbes, G. B., Collinsworth, L., Jobe, R., Braun, K. D., & Wise, L. M. (2007). Sexism, hostility toward women, and endorsement of beauty ideals and practices: Are beauty ideals associated with oppressive beliefs? *Sex Roles*, 56(5), 265-273.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206.
- Goffman, E. (1976) "Gender Advertisements." *Studies in the Anthropology of Visual Communication*, 3(2), 69-154.
- Hebl, M. R., King, E. B., & Lin, J. (2004). The Swimsuit Becomes Us All: Ethnicity, Gender, and Vulnerability to Self-Objectification. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(10), 1322-1331.
- Heflick, N. A., & Goldenberg, J. M. (2009). Objectifying Sarah Palin: Evidence that objectification causes women to be perceived as less competent and less fully human. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(3), 598-601.
- Jost, J. T., & Kay, K. (2005). Exposure to benevolent sexism and complementary gender stereotypes: consequences for specific and diffuse forms of system justification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(3), 498-509.
- Kahalon, R., Schnabel, N., & Becker, J.C. (2018). Experimental studies on state self-objectification: A review and an integrative process model. *Frontiers in Psychology*, 9, 1-27.
- Karsay, K., Knoll, J., & Matthes, J. (2018). Sexualizing media use and self-objectification: A meta-analysis. *Psychology of Women Quarterly*, 42(1), 9-28.
- Kim, S. Y., Seo, Y. S., & Baek, K. Y. (2014). Face consciousness among South Korean women: A culture-specific extension of objectification theory. *Journal of Counseling Psychology*, 61(1), 24-36.
- Langton, R. (2009). Sexual solipsism: Philosophical

- essays on pornography objectification. Oxford: Oxford University Press.
- Loughnan, S., Fernandez-Campos, S., Vaes, J., Anjum, G., Aziz, M., Harada, C., Holland, E., Singh, I., Puvia, E., & Tsuchiya, K. (2015). Exploring the role of culture in sexual objectification: A seven nations study. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 28(1), 125-152.
- Manago, A.M., Graham, M.B., Greenfield, P.M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on my space. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446-458.
- Noll, S. M., & Fredrickson, B. L. (1998). A mediational model linking self-objectification, body-shame, and disordered eating. *Psychology of Women Quarterly*, 22(4), 623-636.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238.
- Puvia, E., & Vaes, J. (2013). Being a body: Women's appearance related self-views and their dehumanization of sexually objectified female targets. *Sex Roles*, 68(7), 484-495.
- Swim, J. K., Hyers, L. L., Cohen, L. L., & Ferguson, M. J. (2001). Everyday sexism: Evidence for its incidence, nature, and psychological impact from three daily diary studies. *Journal of Social Issues*, 57(1), 31-53.
- Tiggemann, M., & Williams, E. (2012). The role of self-objectification in disordered eating, depressed mood, and sexual functioning among women: A comprehensive test of objectification theory. *Psychology of Women Quarterly*, 36(1), 66-75.
- van Zoonen, L. (1992). Feminist theory and information technology. *Media, Culture & Society*, 14(1), 9 - 29.
- Vendemia, Megan & DeAndrea, David. (2021). The effects of engaging in digital photo modifications and receiving favorable comments on women's selfies shared on social media. *Body Image*, 37(5), 74-83.

1차원고접수 : 2022. 10. 30.

심사통과접수 : 2022. 12. 12.

최종원고접수 : 2022. 12. 30.

Women's bodies on digital display, self-objectification and social activism

Hong Im Shin

Sunchon National University

Women often experience sexual objectification, being valued in terms of sexual and physical attractiveness. Being objectified may lead individuals to “self-objectify”, meaning they treat themselves as objects while adopting an evaluative third-person perspective on their bodies. This study investigated whether there are significant relationships between self-objectification in social media, system justification, and social engagement of women. Study 1 (N=76) tested the question whether self-objectification is associated with gender specific system justification and social engagement. According to the results, higher tendency of self-objectification was negatively correlated with social engagement of female students. In Study 2 (N=77), female students had to write an essay while portraying themselves wearing a swimming suit to others on social network sites to induce the state of self-objectification in the two experimental condition (audience: online audience vs. no audience). According to the results, the scores of self-objectification and system justification were higher in the experimental condition than those in the control condition. In addition, there was less engagement in gender-based social activism in the experimental condition than in the control condition. These findings implicated that women's online self-portrayal may lead to increasing self-objectification and system-justifying behavior that disrupts women's gender-based social activity.

Key words : women, self-objectification, system justification, social activism, digital media