

여대생의 미디어 노출과 관여도가 객체화된 신체의식 및 외모관리행동에 미치는 영향

이 미 숙
공주대학교 의류상품학과

The Effects of Media Exposure and Involvement of Female University Students on Objectified Body Consciousness and Appearance Management Behaviors

Mi-Sook Lee

Dept. of Fashion Design & Merchandising, Kongju National University
(2017. 6. 23 접수; 2017. 10. 3 수정; 2017. 10. 11 채택)

Abstract

This study examined the effects of media exposure and involvement on objectified body consciousness and appearance management behaviors. The subjects were 325 female university students in Daejeon and Chungnam Province. The research method was a survey, and the questionnaire was composed of media exposure and involvement, objectified body consciousness, appearance management behaviors, and subjects' demographic characteristics. The data were analyzed by descriptive statistics, Cronbach's α , factor analysis, and regression analysis using SPSS program. The results were as follows. First, female university students used mass media for about 3.76 hours a day and showed a high level of media involvement. Second, three factors (body surveillance, body shame, and appearance control belief) emerged regarding objectified body consciousness with female university students showing a high level of objectified body consciousness. Third, six factors (make-up, plastic surgery, weight control, fashion, hair, and skin care) emerged regarding appearance management behaviors with female university students showing high intention to perform various appearance management behaviors. Fourth, media exposure and involvement had important effects on objectified body consciousness and appearance management behaviors, and media involvement was a more important variable than media exposure. Fifth, objectified body consciousness had important effects on appearance management behaviors. Body shame had more important effects on skin care, weight control, and plastic surgery behaviors, while body surveillance had more important effects on fashion, make-up, and hair management behaviors than other objectified consciousness factors. The implication of this study was that media involvement is a more important variable affecting objectified body consciousness and appearance management behaviors than media exposure, and among objectified body consciousness dimensions, body shame has important effects on more active appearance management behaviors like weight control and plastic surgery behaviors.

Key Words: Media exposure(미디어 노출), Media involvement(미디어 관여도), Objectified body consciousness(객체화된 신체의식), Appearance management behaviors(외모관리행동), Female university student(여대생)

⁺Corresponding author ; Mi-Sook Lee
Tel. +82-41-850-8302, Fax. +82-41-850-8301
E-mail : evanms@kongju.ac.kr

I. 서론

우리 사회 전반에 널리 퍼져있는 외모지상주의 가치관으로 인해 외모가 개인의 심리적 측면뿐 아니라 사회적 역할을 수행할 때에도 중요한 영향을 미치게 됨에 따라, 최근 외모의 중요성과 외모관리의 필요성이 점점 증가하고 있다. 현대사회에서 '무엇이 매력적인 외모인가'에 대한 사회문화적 기준은 주로 미디어에 의해 창출되고 전달된다. 미디어가 전달하는 메시지는 그 수용대상과 파급범위가 광범위하고 일방적이기 때문에 사회 전반에 미치는 영향력이 매우 크다고 할 수 있다. 특히 TV, 인터넷과 같이 시각적이고 감각적인 미디어는 외모에 대한 구체적인 이미지를 빠르고 강력하게 일반 대중들에게 전달하는 역할을 수행함으로써, 외모에 대한 개인의 사고, 가치, 태도 및 행동에 직접적인 영향을 미치는 것으로 보여 진다(김지양 외, 2013; 송지영 외, 2009).

미디어가 개인의 외모에 대한 태도 및 외모관리행동에 미치는 영향을 조사한 선행연구들은 미디어 노출과 미디어 관여도를 주요 변인으로 다루어왔다. 미디어 노출에 대한 연구에서는 미디어는 우리가 세상에 대한 정보를 얻는 가장 중요한 수단이므로 개인들은 미디어에서 제시되는 정보에 수용적인 태도를 보이며 미디어에서 보여주는 가상의 현실을 실제 현실로 받아들여 자신의 태도를 형성하는 경향이 있다고 주장한다. 따라서 개인들은 미디어에 오래 노출될수록 자신과 연예인의 외모를 비교하면서 자신의 외모에 불만족하게 되고, 따라서 다이어트나 성형 등의 적극적인 외모관리행동을 수행하는 것으로 나타났다(김지양 외, 2013; 박수경, 2015; 배상울, 이재연, 2012; 우형진, 2008; Botta, 1999; Hargreaves & Tiggemann, 2003; Kim & Lennon, 2007). 미디어 관여도에 대한 연구에서는 단순노출보다는 개인이 미디어를 중시하고 관심을 갖는 정도가 미디어의 영향을 파악하는데 더 중요하다고 제안한다. 선행연구 결과를 살펴보면, 미디어 관여도가 높을수록 사회문화적으로 이상적인 신체이미지에 대해 인지하고 내면화하는 경향이 높았으며, 외모 관심과 외모관리행동에 적극적인 태도를 지니는 것으로 나타났다(박수경, 2014; 이지영, 박혜정, 2013; 전지현, 이미숙, 2014; 홍금희, 2010; 홍병숙

외, 2007; Markey & Markey, 2010; Sharp et al., 2014).

미디어 노출과 미디어 관여도는 모두 개인의 태도 및 행동에 영향을 미치는 미디어 관련변인이라고 할 수 있다. 그러나 어떤 변인이 미디어의 영향을 파악하는데 더 핵심적인 변인인지에 대해서는 상이한 의견이 제시되고 있다. 오현숙(2015)은 단순히 미디어 정보에 노출되는 것 자체는 개인의 외모관리행동에 영향을 주지 않는다고 제시하였다. 반면, 박수연과 황진숙(2016)은 패션/뷰티/TV 미디어 이용에 대한 연구에서 관심이용보다 우연노출이 개인의 미디어 태도와 외모관리행동에 더 중요한 영향을 미치는 것으로 나타나, 미디어 노출의 중요성을 시사하였다. 지금까지 미디어가 개인의 외모에 대한 태도 및 외모관리행동에 미치는 영향을 조사한 대부분의 연구들은 미디어 노출 또는 미디어 관여도 중 하나의 변인만을 대상으로 연구를 수행하였으므로 두 변인의 상대적인 영향력을 파악하기에는 부족하다. 또한 두 변인을 다룬 일부 선행연구에서는 서로 다른 연구결과가 제시되고 있으므로 앞으로 이에 대한 연구가 수행되어야 할 필요성이 있다고 판단된다.

객체화된 신체외식이란 자신의 신체를 전인격적 주체의 일부로 보지 않고, 관찰하고 감시하여야 할 객체로 간주하는 것을 의미한다(McConnell, 2001), 객체화 이론에 따르면, 외모를 중시하는 사회문화적 환경에서 여성들은 미디어를 통해 제시되는 이상적인 미적기준을 내면화하고 이 기준과 비교하여 자신의 신체를 지속적으로 감시하고 평가하며, 자신의 신체가 이 기준에 미치지 못할 때 자신의 신체에 수치심을 느끼고 적극적인 외모관리행동을 수행한다고 주장한다(김윤, 황선진, 2008; 안나영, 2007; 전현진, 정명신, 2011; Calogero et al, 2005; Fredrickson & Roberts, 1997; Kretchmar, 2001; Noll & Fredrickson, 1998; Sinclair, 2006). 전정혜와 유태순(2011)은 공적 자기의식, 외모에 대한 사회문화적 태도, 객체화된 신체외식이 여성의 외모관리행동에 미치는 인과관계를 조사한 결과, 객체화된 신체외식이 외모관리행동에 미치는 상대적인 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다고 하였다. 안나영(2007)도 객체화된 신체외식은 외모에 대한 사회문화적 태도보다 외모관리행동에 더 많은 영향을 미친다고 보고하였다. 이처럼 객체

화된 신체의식이 여성의 외모관리행동에 영향을 미치는 중요한 요인으로 제시되면서 최근 연구가 활발히 진행되고 있다. 그러나 미디어가 객체화된 신체의식에 미치는 영향을 조사한 연구는 매우 드물다.

한국은 세계적으로도 외모를 매우 중시하는 사회문화적 환경을 지니고 있다. 국제미용성형외과 협회(ISAPS)의 2013년 보고서에 따르면, 인구 1만 명 당 미용수술 및 성형수술 건수를 분석한 결과, 한국이 131건으로 세계 1위를 차지하여 전 세계에서 미용성형수술을 가장 많이 받는 것으로 나타났다(이지혜, 2014). 김완석과 김정식(2007)도 한국, 일본, 중국 여대생 중 한국 여대생이 외모를 중시하는 경향이 가장 높았다고 하였고, Wardle et al.(2006)은 22개국의 대학생들을 대상으로 신체이미지와 체중조절행동을 조사한 결과, 한국 여대생들은 몸무게가 가장 낮았음에도 불구하고 다른 국가의 학생들보다 체중조절행동 의도가 높게 나타났다고 하였다.

이와 같이 한국인이 외모를 중시하고 외모관리행동에 적극적인 사회문화적 환경을 형성하는 데에는 미디어의 역할이 매우 크다고 판단된다. 따라서 미디어가 외모에 관심이 많은 20대 여대생의 객체화된 신체의식과 외모관리행동에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보는 것은 매우 중요하다고 생각된다. 이러한 연구의 필요성에 의해, 본 연구에서는 외모에 관한 정보를 제공하는 중요한 미디어인 TV와 인터넷을 대상으로, 미디어 노출과 관여도가 여대생의 객체화된 신체의식과 외모관리행동에 미치는 영향에 대해 알아보고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 미디어 노출과 관여도

미디어는 사회의 문화를 전파하고 사람들의 규범 형성에 중요한 역할을 수행함으로써 개인들의 생각, 태도 및 행동에 큰 영향을 미친다. 문화배양이론(culture cultivation theory)에 의하면, 미디어는 많은 사람들에게 획일적인 메시지를 전달하며 대다수의 시청자들은 이러한 메시지를 습관적, 비선별적으로 받아들여 사회적 현실에 대한 인식

을 형성하기 때문에, 미디어에서 보여 지는 상징적인 메시지나 이미지는 시청자들에게 강력하고도 장기적인 영향을 미친다고 하면서 미디어 노출의 중요성을 주장하였다(차배근, 2003). 미디어 노출이란 일정기간 동안 미디어에 얼마나 오래 시간 노출되는가를 의미하는데, 배상률과 이재연(2012)은 TV 중이용자가 경이용자보다 TV를 통해 제시된 외모지상주의 메시지를 내면화하여 자신의 외모에 불만족하고 자존감에 부정적인 영향을 받는 것으로 나타났다고 하였다. 홍종필과 이시연(2005)은 날씬한 몸매를 강조하는 미디어의 광고메시지에 노출된 20대 여성은 그렇지 않은 여성보다 상향비교 및 날씬한 몸매에 대한 사회적 규범화를 통해 부정적인 기분을 느끼고 자신의 신체에 불만족하는 것으로 나타나, 미디어 노출이 여성 수용자의 외모태도에 중대한 영향력을 미친다는 것을 시사하였다. Hargreaves & Tiggemann(2003)도 외모와 관련된 미디어 광고에 많이 노출된 여자 청소년은 그렇지 않은 청소년보다 더 낮은 외모만족도를 보였으며, Kim & Lennon(2007)도 패션 또는 뷰티잡지에 노출될수록 여대생의 신체 및 외모불만족과 섭식행동장애가 증가하였다고 하였다. 김인숙(2016)은 미디어를 통해 제시되는 성형광고 노출은 성형수술 의도에 직접적인 영향을 미치지 않았으나, 외모기준의 내면화와 외모만족도를 매개하여 성형수술 의도에 간접적인 영향을 미친다고 하였다.

미디어 관여도란 일상생활에서 미디어를 중시하고 미디어에서 제시되는 제품, 메시지, 상황에 대하여 개인이 얼마나 관심을 갖고 중요하게 고려하는 가를 의미한다(김지양 외, 2013). 미디어 관여도를 변인으로 한 연구에서는 동일한 미디어 정보에 노출되더라도 개인이 이를 어떻게 받아들이는가에 따라 개인이 형성하는 태도나 행동에는 차이가 있으므로, 미디어에의 단순 노출보다는 미디어 관여도가 사람들의 태도나 행동에 더 중요한 영향을 미친다고 제안한다. 박수경(2014)은 미디어 관여도가 높을수록 성형욕구 및 가치와 위험감수에 대한 성형태도가 높게 나타났다고 하였으며, 이지영과 박혜정(2013)은 여자 대학생들은 미디어 관심이 높을수록 외모에 대한 사회문화적 기준을 내면화하는 경향이 높다고 하였다. 최지혜와 김미영(2014)은 대중매체와 연예인 관여도는 여성 소비자의 외모관심과 뷰티, 헤

어 등의 외모관리행동에 중요한 영향을 미친다고 하였고, 전지현과 이미숙(2014)의 연구에서도 미디어 관여도가 높을수록 여대생들은 자신의 신체를 부정적으로 평가하며 외모관리행동에 긍정적인 태도를 지니는 것으로 나타났다.

한편, 오현숙(2015)의 연구에서는 여대생들의 다이어트 의도를 예측하는데 있어서는 미디어 압력이 가장 중요한 요인이었으며 내면화도 유의한 정적 영향을 미치는 반면 미디어 정보는 유의미한 영향을 미치는 않는 것으로 나타나, 단순히 미디어에서 전달되는 정보에 노출되는 것 자체는 개인의 외모관리행동 의도에 영향을 주지 않는다고 하였다. 그러나 박수연과 황진숙(2016)은 패션/뷰티/TV 미디어 이용에 대한 연구에서 미디어의 관심 이용보다 우연적인 노출이 개인의 미디어에 대한 태도 형성에 더 중요한 영향을 미쳤으며, 미디어 태도는 또한 외모관리행동에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나, 관여도보다 미디어 노출이 외모관리행동에 더 중요하다고 제시하였다. 따라서 미디어 관여도와 미디어 노출 중 어떤 변인이 미디어의 영향을 파악하는데 더 의미 있는 변인인가를 알아보기 위해서는 추가적인 연구가 필요할 것으로 판단된다.

2. 객체화된 신체의식

객체화된 신체의식이란 ‘자기 신체를 관찰하고 감시하여야할 객체로서 바라보는 심리적 경험을 지지하는 신념’을 의미한다. McKinley & Hide(1996)는 객체화된 신체의식의 구성차원으로 신체감시성, 신체수치심, 외모통제신념을 제안하였는데, 신체감시성이란 자신의 신체를 객체화하여 이상적인 미의 기준과 자신의 신체를 끊임없이 비교하고 평가하는 것을 의미한다. 신체수치심이란 자신이 이상적인 미적 기준에 도달하지 못했을 때 자신의 신체에 수치심을 느끼는 것을 말하며, 외모통제신념은 스스로의 노력과 통제를 통해 외모를 바꿀 수 있다는 신념으로, 외모통제신념이 높으면 보다 적극적인 외모관리행동을 수행하는 경향을 보인다. 신체의 객체화는 사회문화적으로 제시된 외모기준을 내면화하고 이를 토대로 자신의 신체를 감시, 평가함으로써, 신체에 대한 부정적인 경험, 즉 수치심과 불안, 섭식장애와 우울증, 성기능

장애 등의 부적응적 문제 등을 경험하게 하는데, 이러한 객체화된 신체의식을 형성하는 데에는 부모나 친구의 영향도 있지만 미디어가 가장 큰 영향력을 미칠 것으로 판단된다(Harrison & Cantor, 1997). 그러나 미디어가 객체화된 신체의식에 미치는 영향에 대한 연구는 아직 부족하며, 이에 대한 소수 연구(홍금희, 2011; Calogero et al., 2005)의 경우도 미디어 전반에 대한 포괄적인 질문 또는 하나의 미디어 변인만을 다루고 있는 경우가 많아, 어떠한 미디어 관련변인이 객체화된 신체의식에 더 중요한 영향을 미치는 지를 이해하기에는 미흡한 실정이다.

객체화된 신체의식에 대한 선행연구들을 살펴보면, Calogero et al.(2005)은 미디어에 의해 제시되는 이상적 외모에 대한 미적기준이 자기 객체화에 영향을 주어, 많은 여성들은 이상적인 기준과 자신을 비교하면서 신체에 대한 수치심과 부정적 감정을 유발하고 이에 따라 다양한 외모관리행동을 수행하는 것으로 나타났다(Kretchmar, 2001; Noll & Fredrickson, 1998). 홍금희(2011)는 객체화된 신체의식의 구성차원인 신체수치심과 외모변경 의도에는 미디어압력이 가장 큰 영향을 미쳤다고 하였으며, Fredrickson & Roberts(1997)은 여성들은 미디어에서 제시된 미적 기준을 내면화하는 과정을 통해 자신의 신체를 객체화하고 적극적인 외모관리행동을 수행하게 된다고 하였다. 김윤과 황선진(2008)은 객체화된 신체의식은 여대생의 외모관리행동에 중요한 영향을 미치는 변인이라고 하였고, 전현진과 정명선(2011)은 객체화된 신체의식 차원 중 신체수치심과 신체감시성은 여성의 체중 및 헤어관리행동에 유의한 영향을 미쳤으나 외모통제신념은 영향을 미치지 않았다고 하였다. 안나영(2007)도 미디어에서 전달되는 사회적 표준을 자신의 가치로 내면화할수록 객체화된 신체의식과 헤어 및 피부관리, 체중조절, 성형수술 의도와 같은 외모관리행동이 높게 나타났으며, 특히 객체화된 신체의식은 체중조절행동에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다고 하였다.

3. 외모관리행동

외모관리행동은 자신의 외모를 아름답게 가꾸고자 하는 일련의 행동으로써, 외모관리행동으로

는 크게 의복이나 액세서리를 통한 패션 연출, 메이크업, 피부관리, 헤어스타일 연출, 운동, 다이어트 등의 체중 및 몸매관리, 외과적인 시술을 통하여 외모를 개선, 변형하려는 성형행동 등이 포함된다(김완석 외, 2009). 현대사회에서는 외모지상주의 열풍으로 인하여 남녀노소를 불문하고 외모관리의 중요성을 인식하고 다양한 외모관리행동을 수행하는 현상이 증가하고 있는데, 이러한 현상은 특히 외모에 관심이 높은 20대 여대생에게서 두드러지게 나타난다.

외모관리행동에 대한 선행연구를 살펴보면, 이주영(2012)은 여대생의 외모관리행동을 조사한 결과, 의복을 이용한 방법이 가장 중요한 요인이었고, 그 다음이 메이크업이었으며, 헤어관리행동은 상대적으로 중요도가 낮게 나타났다고 하였다. 조혜란과 최종명(2007)은 여대생들이 가장 많이 수행한 외모관리행동은 화장, 체중조절, 피부관리, 성형수술의 순이라고 하였으며, 박주현(2010)은 여대생들은 외모관리행동 중에서 체형관리를 가장 많이 시도하였고 그 다음으로 피부, 헤어, 화장, 성형의 순으로 나타났다고 보고하였다. 서란숙(2012)은 다양한 외모관리행동 중 피부와 몸매관리가 외모에 대한 만족도를 높이는 데 중요한 요인이라고 제시하였으며, 여대생들은 자신의 외모가 이상적인 외모에 미치지 못한다고 지각함으로써 성형수술을 통한 외모관리행동을 선호하는 경향을 보였다고 하였다. 홍금희(2011)도 한국 여대생들은 독일이나 중국 여대생보다 건강보다는 외모증진을 위한 외모관리행동이 높게 나타났으며, 특히 약물복용이나 성형수술 등의 극단적인 외모관리행동이 유의하게 높았다고 하였다. 이주영(2011)은 한국 여대생들은 실제로 비만이 아님에도 불구하고 자신을 비만체형으로 왜곡하여 지각하면서 다양한 체중관리행동을 수행한다고 하였으며, 손은정(2007)도 한국 여성들은 미디어를 통해 제시된 미적기준과 자신을 비교하는 과정을 통해 신체왜곡현상을 경험하며, 이를 해소하기 위해 성형수술과 같은 적극적인 외모관리행동을 수행하려는 의도가 높게 나타났다고 하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

본 연구는 여대생들을 대상으로 미디어 노출과 관여도가 객체화된 신체의식 및 외모관리행동에 미치는 영향을 알아보기 위하여 실시되었으며, 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 여대생의 미디어 노출과 관여도, 객체화된 신체의식, 외모관리행동의 수준을 알아본다.

둘째, 미디어 노출과 관여도가 객체화된 신체의식에 미치는 영향을 알아본다.

셋째, 미디어 노출과 관여도가 외모관리행동에 미치는 영향을 알아본다.

넷째, 객체화된 신체의식이 외모관리행동에 미치는 영향을 알아본다.

2. 연구대상

본 연구의 피험자는 대전과 충남지역에 거주하는 여자 대학생이며, 편의표집방법에 의해 총 325명이 선정되었다. 피험자들의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 전공계열은 인문사회계열 전공자가 183명(56.3%)으로 많은 비중을 차지했으며 자연계열이 90명(27.7%), 예체능계열이 51명(15.7%)이었고, 한 달 용돈은 20~30만원 미만(36.3%)이 가장 많았으며 그 다음으로 30~40만원 미만(26.8%), 20만원 미만(19.4%), 40만원 이상(17.2%)의 순으로 나타났다.

3. 측정도구

연구방법은 설문조사방법으로, 설문지는 미디어 노출과 관여도, 객체화된 신체의식, 외모관리행동, 피험자의 인구통계학적 특성 문항으로 구성되었다. 미디어 노출을 알아보기 위해서는 선행연구(송지영 외, 2009; 홍병숙 외, 2007)에서 외모에 대한 중요한 정보원으로 나타난 TV와 인터넷의 하루 평균 이용시간을 조사하였다. 미디어 관여도 측정문항은 선행연구(전지현, 이미숙, 2014)에서 타당성이 검증된 5문항을 선정하였으며, 신뢰도는 .74로 나타났다. 객체화된 신체의식은 김완석 외(2007)의 한국판 객체화된 신체의식 척도(K-OBCS)를 토대로 18문항을 선정하였으며, 신뢰

〈표 1〉 미디어 관여도 평균점수

미디어 관여도 측정문항	평균	표준 편차	신뢰도 계수
미디어는 나의 생활에 꼭 필요하다. 미디어를 접하고 있으면 시간 가는 줄 모른다. 좋아하는 미디어 프로그램은 빼먹지 않고 꼭 본다. 나는 좋아하는 미디어 프로그램의 내용을 상세히 기억하고 있다. 나는 친구들과 미디어 프로그램의 내용에 대해 이야기하기를 좋아한다.	3.61	.62	.74

도는 .65~.74로 나타났다. 외모관리행동은 선행 연구(안나영, 2007; 이경숙, 2007)를 토대로 패션 관리, 메이크업관리, 피부관리, 헤어관리, 체중관리, 성형관리 등의 다양한 외모관리행동에 대한 앞으로의 수행의도를 묻는 15개 문항으로 구성되었으며, 신뢰도는 .76~.87로 나타났다. 한편, 피험자의 인구통계학적 특성으로는 전공계열과 한 달 평균 용돈을 조사하였다.

본 연구를 위한 설문지는 의류학 박사학위를 가진 전공자들과의 토론을 통해 내용의 타당도를 검증하고 문항을 수정, 보완하는 과정을 거쳐 최종 제작되었다. 측정도구 중 미디어 관여도, 객체화된 신체 의식, 외모관리행동 문항은 5점의 Likert 형 척도(1: 전혀 그렇지 않다, 5: 매우 그렇다)로 제시되었고, 미디어 노출시간과 피험자의 인구통계학적 특성 문항은 선다(multiple choices) 형식으로 제시되었다.

4. 자료수집 및 분석

본 연구를 위한 설문조사는 여대생을 대상으로 2013. 5. 20~6. 20에 실시되었으며, 회수된 348부 중에서 불성실하게 응답한 설문지를 제외하고 총 325부가 최종 자료분석에 사용되었다. 자료분석은 SPSS 통계프로그램(Ver. 20.0)을 사용하여 실시되었으며, 구체적인 자료분석 방법으로는 기술통계, 신뢰도분석, 요인분석, 회귀분석이 사용되었다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 미디어 노출과 관여도

미디어가 객체화된 신체 의식과 외모관리행동에

미치는 영향을 알아보기 위해 먼저 여대생의 미디어 노출과 관여도를 조사하였다. 미디어 노출은 선행연구(송지영 외, 2009; 홍병숙 외, 2007)에서 외모에 대한 중요한 정보원으로 나타난 TV와 인터넷을 대상으로, 여대생들이 외모에 대한 정보를 얻기 위해 사용하는 하루 평균 미디어 이용시간을 조사하였다. 그 결과, 여대생들은 하루 평균 3.76시간(SD=1.64)을 미디어를 통해 외모에 대한 정보를 접하는 것으로 나타났으며, TV 시청시간(M=1.56)보다 인터넷 사용시간(M=2.20)이 좀 더 많은 것으로 나타났다.

미디어 관여도는 일상생활에서 미디어를 중요시하고 미디어에서 제시되는 메시지나 정보에 얼마나 관심을 기울이는가를 의미한다. 여대생들의 미디어 관여도는 평균 3.61로 측정도구가 5점의 likert척도임을 고려해볼 때 중간 이상의 높은 수준으로 나타났다. 따라서 여대생들은 일상생활에서 미디어를 중시하고 미디어에서 제시된 메시지나 내용에 많은 관심을 기울이며 중요하게 고려하고 있음을 알 수 있었다.

2. 객체화된 신체 의식

객체화된 신체 의식의 구성차원을 알아보기 위해 주성분분석과 Varimax 회전방법을 이용하여 요인분석을 실시한 결과, 신체수치심, 신체감시성, 외모통제신념의 세 요인이 도출되었으며 총 설명력은 56.40%로 나타났다.

첫 번째 요인은 자신의 신체적 외모가 사회문화적으로 제시된 미적 기준에 도달하지 못할 때 수치심을 느끼는 내용의 문항들로 구성되어 '신체 수치심' 요인으로 명명하였으며, 전체 변량 중 20.26%의 설명력을 보였다. 두 번째 요인은 타인에게 나의 외모가 어떻게 보이는 지를 중시하며,

〈표 2〉 객체화된 신체 의식 구성차원

요인명	구성 문항	요인 적재치	설명변량 (누적변량)	신뢰도 계수	평균 (표준편차)
신체 수치심	· 내가 생각하는 적당한 사이즈가 아닐 때 나는 부끄러움을 느낀다.	.78	20.26 (20.26)	.74	3.26 (.80)
	· 사람들이 나의 실제 몸무게를 알게 되면 창피할 것 같다.	.78			
	· 체중을 조절하지 못하면 내게 문제가 있는 것처럼 느껴진다.	.76			
	· 내 몸무게를 조절할 수 없더라도 괜찮다고 생각한다.*	.54			
신체 감시성	· 나는 내 겉모습이 다른 사람들에게 어떻게 보이는지 거의 신경 쓰지 않는다.*	.80	19.34 (39.60)	.73	3.84 (.56)
	· 나는 내 겉모습에 거의 신경 쓰지 않는다.*	.77			
	· 나는 옷을 입을 때 어떻게 보이느냐 보다는 편안한 것이 더 중요하다.*	.71			
	· 나는 내 겉모습을 다른 사람들과 거의 비교하지 않는다.*	.57			
외모 통제 신념	· 내가 충분히 노력하면 원하는 몸무게가 될 수 있다.	.78	17.80 (56.40)	.65	3.98 (.56)
	· 사람들이 노력한다면 자신이 원하는 만큼 멋있어질 수 있다고 생각한다.	.66			
	· 내가 아무리 몸무게를 변화시키려고 노력하더라도 내 몸무게는 항상 비슷할 것이다.*	.63			
	· 나는 사람들의 외모는 타고난 것이어서 변화시킬 수 없다고 생각한다.*	.53			

* 점수의 해석을 위해 문항의 측정값을 역으로 환산하여 계산한 문항임

자신의 신체를 객체화하여 사회문화적인 미적 기준을 토대로 비교하고 평가하는 내용의 문항들로 구성되어 ‘신체감시성’ 요인으로 명명하였으며 19.34%의 설명력을 보였다. 세 번째 요인은 본인의 노력과 통제에 의해 외모를 변화시킬 수 있다는 신념에 대한 문항들로 구성되어 ‘외모통제신념’ 요인으로 명명하였으며, 17.80%의 설명력을 보였다. 이러한 결과는 객체화된 신체 의식의 구성차원이 신체감시성, 신체수치심, 외모통제신념으로 구성되었다고 제시한 선행연구(안나영, 2007; 임보형, 2009; McKinley & Hide, 1996) 결과를 지지한다.

한편, 한국 여대생의 객체화된 신체 의식 수준을 알아보기 위하여 객체화된 신체 의식 세 요인의 평균점수를 산출한 결과, 모두 중간 이상으로 나타나 한국 여대생의 객체화된 신체 의식은 전반적으로 높은 수준임을 알 수 있었다. 세 요인의 점수를 살펴보면, 신체수치심(M=3.26)보다 외모통제신념(M=3.98)과 신체감시성(M=3.84)이 높게 나타났다. 따라서 한국의 여대생들은 ‘외모는 타고나는 것이 아니라 스스로의 노력과 통제에 의해 만들어지는 것’이라는 통제신념과 자신의 신체를

지속적으로 감시하고 바라보는 경향인 신체감시성이 매우 높으며, 또한 자신의 신체에 대해 수치심을 느끼고 있음을 알 수 있다.

본 연구의 결과는 박은아와 김완석(2007)의 연구에서 한국 여대생의 객체화된 신체 의식은 평균 이상이었으며, 외모통제신념이 가장 높고 그 다음이 신체감시성이었으며, 수치심은 중간보다 조금 높게 나타난 결과와 일치한다. 또한 한국 여대생은 일본이나 중국 여대생에 비해 신체에 대한 자의적 조작에 가장 허용적이며, 건강보다는 외적으로 보여 지는 외모를 더 중요시하고 자신의 신체를 타인의 관점에서 평가하는 경향이 높다고 한 김완석과 유연재(2012)의 연구결과와도 일치하는 것으로 보여 진다.

3. 외모관리행동

외모관리행동의 구성차원을 알아보기 위해 주 성분분석과 Varimax 회전방법을 이용하여 요인분석을 실시한 결과, 메이크업관리, 성형관리, 체중관리, 패션관리, 헤어관리, 피부관리의 6 요인이

도출되었으며 총 설명력은 82.29%로 나타났다.

여대생의 외모관리행동에 대한 수행의도를 구체적으로 살펴보기 위해 각 외모관리행동 요인별 평균점수를 산출하여 살펴본 결과, 여대생들은 패션관리에 대한 수행의도(M=4.67)가 가장 높았고 그 다음이 메이크업 관리(M=4.32), 피부관리(M=4.19), 체중관리(M=4.10), 헤어관리(M=3.91), 성형관리(M=2.95)의 순으로 나타났다. 외모관리행동이 5점의 Likert형 척도로 측정된 점을 고려해 볼 때, 성형관리를 제외한 5개 외모관리 항목은 모두 중간보다 상당히 높은 수준으로 나타나, 한국 여대생들은 외모관리행동에 대해 매우 적극적인 태도를 지니고 있음을 알 수 있었다. 한편, 성형관리의 평균점수는 2.95로 중간보다 약간 낮은 점수를 보였다. 그러나 성형관리의 각 문항별 평균점수를 살펴보면, 몸매 성형수술(M=2.72)에 대해서는 비교적 낮은 수행의도를 보였으나, 외모관리를 위한 보톡스, 필링 등의 시술(M=3.13)이나 쌍꺼풀, 코 등의 얼굴 성형수술(M=3.02)은 중간이나 중간보다 약간 높은 수행의도를 보였다. 따라서 한국 여대생들은 건강과 직접적으로 문제가 될 수 있는 몸매에 대한 성형수술을 제외한 피부 및 얼굴에 대한 성형관리에 대해서는 비교적 수용적인 태도를 지니고 있는 것으로 나타났다.

〈표 3〉 외모관리행동 구성차원

요인명	구성 문항	요인 적재치	설명변량 (누적변량)	신뢰도 계수	평균 (표준편차)
메이크업 관리	기초화장품(스킨, 로션 등) 구입	.81	17.72 (17.72)	.87	4.32(.86)
	색조화장품(립스틱, 아이섀도우 등) 구입	.79			
	기능성화장품(주름, 미백, 보습, 탄력 등) 구입	.73			
성형 관리	외모관리를 위한 시술(보톡스, 필링 등)	.85	17.02 (34.73)	.83	2.95(1.26)
	얼굴 성형수술(쌍꺼풀, 코, 양악수술 등)	.85			
	몸매 성형수술(지방흡입, 가슴성형 등)	.82			
체중 관리	체중관리를 위한 운동(헬스, 요가 등) 수행	.86	12.75 (47.48)	.81	4.10(1.02)
	일상적인 식이요법을 통한 다이어트 수행	.82			
패션 관리	자신에게 어울리는 의복 구입	.89	12.63 (60.11)	.76	4.67(.56)
	의복에 맞춰 패션소품(가방, 신발 등) 구입	.82			
헤어 관리	헤어케어제품(트리트먼트, 앰플, 팩 등) 구입	.84	12.08 (72.19)	.83	3.91(1.11)
	헤어관리를 위한 전문관리실 이용	.75			
피부 관리	피부관리를 위한 마사지 또는 팩 구입	.73	10.10 (82.29)	.81	4.19(.97)
	피부관리를 위해 피부관리실 또는 피부과 방문	.69			

이러한 결과는 여대생의 외모관리방법에서 의복을 이용한 방법이 가장 중요한 요인이었으며, 그 다음이 메이크업이었고, 헤어관리행동은 상대적으로 중요도가 낮았다는 이주영(2012)의 연구결과를 지지한다. 또한 한국 여대생들은 건강보다는 외모증진을 위한 외모관리행동에 적극적이며, 약물복용이나 성형수술 등의 극단적인 외모관리행동도 비교적 높게 나타났다는 홍금희(2011)의 연구결과를 지지한다.

4. 미디어 노출과 관여도가 객체화된 신체의식에 미치는 영향

미디어 노출과 관여도가 객체화된 신체의식에 미치는 영향을 알아보기 위하여 미디어 노출과 관여도를 독립변인으로, 객체화된 신체의식 요인인 신체수치심, 신체감시성, 외모통제신념을 종속변인으로 하고 단계선택법(stepwise)을 사용하여 회귀분석을 실시하였다. 그 결과, 미디어 노출과 관여도는 신체수치심과 신체감시성에 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타나, 미디어 노출과 관여도가 높을수록 자신의 신체에 수치심을 느끼고, 일상생활에서 외모를 중요하게 고려하며 타인

〈표 4〉 미디어 노출과 관여도가 객체화된 신체외모에 미치는 영향

종속변인	독립변인	b	β	t	R ²	F
신체수치심	미디어 노출	.08	.17	2.98**	.16	9.94***
	미디어 관여도	.18	.14	2.44*		
신체감시성	미디어 관여도	.20	.22	4.05***	.22	16.17***
	미디어 노출	.05	.16	2.83**		
외모통제신념	미디어 노출	-.01	-.02	-.28	.06	.57
	미디어 관여도	.06	.06	1.07		
전체	미디어 관여도	.38	.22	3.99***	.23	20.19***
	미디어 노출	.14	.20	3.75***		

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

과 자신의 외모를 비교하는 경향이 증가하는 것을 알 수 있다. 반면, 미디어 노출과 관여도는 외모통제신념에는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않았다.

미디어 노출과 관여도가 객체화된 신체외모에 미치는 상대적인 영향력을 살펴보면 다음과 같다. 먼저, 신체수치심에 대한 상대적인 영향력을 알아보기 위해 표준화된 회귀계수(β)를 살펴보면, 큰 차이는 없으나 미디어 노출(β=.17)이 관여도(β=.14)보다 조금 높은 것으로 나타났다. Festinger(1954)의 사회적 비교이론에서는 사람들은 자신을 평가하려는 욕구를 지니며, 객관적 기준이 없는 상황에서는 자신을 타인들과 비교함으로써 평가를 형성한다고 주장한다. 신체외모는 객관적인 기준이 없기 때문에, 사람들은 자신의 신체외모에 대한 평가를 형성할 때 미디어에서 이상적으로 제시되는 미적기준과 자신을 비교하는 경향을 보이기 쉽다. 따라서 미디어에 지속적으로 노출되면 미디어에 나오는 연예인과 자신을 무의식적, 무비판적으로 비교하면서 자신에 대한 평가를 형성할 가능성이 크다. 더구나, 비현실적으로 마른 외모의 연예인들을 이상적인 미적기준으로 제시하는 한국의 미디어 환경은 외모에 관심이 많은 여대생들에게 이들과 자신의 신체를 지속적으로 비교하면서 자신의 신체를 부정적으로 평가하고, 결과적으로 자신의 신체에 수치심을 갖게 만드는 원인을 제공하고 있다고 판단된다. 한편, 미디어 노출과 관여도가 신체감시성에 미치는 상대적인 영향력을 살펴보면, 미디어 노출(β=.16)보다 관여도(β=.22)가 더 높은 정적 영향력을 지니는 것으로 나타났다. 이는 미디어에 단지 노출되는 것보다는 미

디어의 내용에 관심과 주의를 기울일수록 미디어에서 제시하는 외모이상주의 가치를 받아들이고 이를 자신의 가치로 내면화하는 경향이 높아, 자신과 타인의 외모에 주의를 기울이고 외모를 중시하는 경향이 증가하는 것이라 해석할 수 있겠다.

이상의 내용을 정리해보면, 미디어 노출과 관여도는 객체화된 신체외모의 구성차원인 신체수치심과 신체감시성에 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 신체수치심에는 미디어 노출이, 신체감시성에는 미디어 관여도가 상대적인 영향력이 좀 더 높은 것으로 나타났다. 한편, 전체적으로는 미디어 관여도가 미디어 노출보다 객체화된 신체외모에 미치는 상대적인 영향력이 좀 더 높은 것으로 보여 지나, 두 변인간의 상대적인 영향력에 뚜렷한 차이는 나타나지 않았다.

5. 미디어 노출과 관여도가 외모관리행동에 미치는 영향

미디어 노출과 관여도가 외모관리행동에 미치는 영향을 알아보기 위하여 미디어 노출과 관여도를 독립변인으로, 외모관리행동 요인을 종속변인으로 하고 단계선택법(stepwise)을 사용하여 회귀분석을 실시하였다. 그 결과, 패션관리에서는 미디어 관여도만이 유의한 영향을 미쳤으며, 다른 외모관리행동에서는 미디어 노출과 관여도가 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

〈표 5〉의 분석결과를 구체적으로 살펴보면, 패션관리에서는 미디어 관여도만이 유의한 정적 영향을 미쳐, 미디어 관여도가 높을수록 패션관리에 대한 수행의도가 높은 것으로 나타났

〈표 5〉 미디어 노출과 관여도가 외모관리행동에 미치는 영향

종속변인	독립변인	b	β	t	R ²	F
메이크업관리	미디어 관여도	.27	.20	3.52***	.17	12.57***
	미디어 노출	.07	.14	2.53*		
성형관리	미디어 관여도	.43	.22	3.87***	.16	19.70***
	미디어 노출	.16	.21	3.77***		
체중관리	미디어 관여도	.39	.24	4.24***	.15	14.25***
	미디어 노출	.07	.11	2.04*		
패션관리	미디어 관여도	.16	.18	3.36**	.07	11.31***
	미디어 노출	.04	.10	1.80		
헤어관리	미디어 노출	.13	.19	3.46***	.11	15.40***
	미디어 관여도	.33	.18	3.31***		
피부관리	미디어 관여도	.32	.20	3.70***	.13	16.82***
	미디어 노출	.10	.17	3.13**		
전체	미디어 관여도	.32	.27	5.01***	.24	26.71***
	미디어 노출	.09	.21	3.85***		

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

다. 다른 5개의 외모관리영역에서는 미디어 노출과 관여도가 모두 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타나, 미디어 노출과 관여도가 높을수록 여대생들은 메이크업, 성형, 체중, 헤어, 피부관리에 대한 수행의도가 증가하는 것을 알 수 있었다. 그러나 미디어 관여도와 노출이 각 외모관리행동에 미치는 상대적인 영향력에서는 차이가 나타났다. 즉, 메이크업, 체중, 피부관리에서는 미디어 관여도가 미디어 노출보다 상대적인 영향력이 큰 것으로 나타났으며, 특히 이러한 차이는 체중관리에서 두드러지게 나타났다. 반면, 성형과 헤어관리에서는 미디어 관여도와 미디어 노출의 상대적인 영향력에 거의 차이가 없었다.

한편, 외모관리행동 전체에 대한 회귀분석 결과를 살펴보면, 표준화된 회귀계수를 고려해볼 때 미디어 관여도($\beta = .27$)가 노출($\beta = .21$)보다 상대적인 영향력이 높은 것으로 나타났다. 따라서 미디어 관여도가 미디어 노출보다 여대생의 전반적인 외모관리행동에 더 중요한 영향을 미치는 요인임을 확인할 수 있었다.

6. 객체화된 신체의식이 외모관리행동에 미치는 영향

객체화된 신체the의식이 외모관리행동에 미치는

영향을 살펴보기 위해 객체화된 신체the의식 요인을 독립변인으로, 외모관리행동 요인을 종속변인으로 하고 단계선택법(stepwise)을 사용하여 회귀분석을 실시한 결과는 〈표 6〉과 같다.

분석결과를 살펴보면, 메이크업관리와 패션관리에서는 신체감시성과 외모통제신념이 유의한 정적 영향을 미쳐, 신체감시성과 외모통제신념이 높을수록 메이크업과 패션관리에 대한 수행의도가 증가하는 것으로 나타났으며, 신체감시성이 외모통제신념보다 상대적인 영향력이 더 큰 것으로 나타났다. 성형관리에서는 신체수치심과 신체감시성이 유의한 정적 영향을 미쳐, 신체수치심과 신체감시성이 높을수록 성형관리에 대한 수행의도가 높았으며, 큰 차이는 없었으나 신체수치심이 신체감시성보다 상대적인 영향력이 좀 더 높은 것으로 나타났다. 체중관리와 피부관리에서는 신체수치심, 신체감시성, 외모통제신념의 세 요인이 모두 유의한 정적 영향을 미쳐, 신체수치심, 신체감시성, 외모통제신념이 높을수록 체중과 피부관리에 대한 수행의도가 증가함을 알 수 있었다. 그러나 체중과 피부관리에 미치는 객체화된 신체the의식 세 요인의 상대적인 영향력에는 차이가 있어, 피부관리에서는 신체감시성의 상대적인 영향력이 큰 것으로 나타난 반면, 체중관리에서는 신체수치심이 다른 두 요인보다 상대적인 영향력이 매우 크게 나타났다. 헤어관리에서는 신체감시성만이

유의한 정적 영향을 미쳐, 신체감시성이 높을수록 헤어관리에 대한 수행의도가 증가하는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 정리해보면, 객체화된 신체외식은 외모관리행동에 유의한 영향을 미치는 중요한 변인임을 알 수 있었으며, 다양한 외모관리행동에 영향을 미치는 객체화된 신체외식 요인과 상대적인 영향력에는 차이가 존재하는 것으로 나타났다. 일반적으로 메이크업, 패션, 헤어, 피부관리와 같이 개인의 취향에 따라 비교적 다양한 스타일이 공존하는 외모관리행동에서는 신체감시성의 상대적 영향력이 큰 것으로 나타난 반면, 성형과 체중관리와 같이 사회문화적으로 어떠한 것이 이상적인지에 대한 보다 구체적이고 획일화된 미적 기준이 제시되어있는 외모관리행동에서는 신체수치심의 상대적인 영향력이 큰 것으로 나타났다.

객체화된 신체외식이 외모관리행동에 유의한 영향을 주는 것으로 나타난 본 연구의 결과는 객체화된 신체외식이 외모관리행동에 영향을 미치

는 주요 변인이라고 제시한 선행연구(김윤, 황선진, 2008; 전정혜, 유태순, 2011; 전현진, 정명선, 2011; Noll & Fredrickson, 1998; Kretchmar, 2001)의 결과와 일치한다. 그러나 대부분의 선행연구들은 외모관리행동을 본 연구와 같이 다양한 항목으로 분류하여 살펴보지 않았으므로 직접적인 비교는 어렵다. 한편, 20~30대 여성의 다양한 외모관리행동을 조사한 전현진과 정명선(2010)은 체중 및 체형관리, 피부관리에서는 신체수치심이 가장 중요한 정적 영향을 미쳤으며, 메이크업과 의복선택에서는 신체감시성이 가장 중요한 정적 영향을 미친 것으로 나타났는데, 이러한 결과는 본 연구의 결과와 상당 부분 일치하는 것으로 보여진다. 그러나 본 연구에서는 외모통제신념이 메이크업관리, 체중관리, 패션관리, 피부관리 등의 외모관리행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 전현진과 정명선(2010)의 연구에서는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타난 점에서는 차이를 보였다.

〈표 6〉 객체화된 신체외식이 외모관리행동에 미치는 영향

종속변인	독립변인	b	β	t	R ²	F
메이크업관리	신체감시성	.35	.23	4.16***	.20	13.40***
	외모통제신념	.20	.13	2.42*		
	신체수치심	.11	.11	1.95		
성형관리	신체수치심	.28	.18	3.22***	.11	7.86***
	신체감시성	.35	.16	2.76**		
	외모통제신념	-.03	-.01	-.20		
체중관리	신체수치심	.43	.34	6.46***	.28	25.27***
	신체감시성	.25	.14	2.65**		
	외모통제신념	.22	.12	2.36*		
패션관리	신체감시성	.21	.21	3.69***	.18	10.14***
	외모통제신념	.16	.16	2.97**		
	신체수치심	.01	.01	.23		
헤어관리	신체감시성	.38	.18	3.20**	.10	7.55***
	외모통제신념	.20	.10	1.78		
	신체수치심	.11	.08	1.67		
피부관리	신체감시성	.34	.20	3.60***	.19	11.75***
	신체수치심	.15	.12	2.26*		
	외모통제신념	.22	.12	2.26*		
전체	신체감시성	.30	.23	4.23***	.24	18.50***
	신체수치심	.18	.19	3.60***		
	외모통제신념	.17	.13	2.37***		

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

V. 결론

본 연구는 외모에 관심이 많은 여대생을 대상으로 미디어 노출과 관여도가 객체화된 신체 의식과 외모관리행동에 미치는 영향을 알아보기 위하여 실시되었으며, 연구결과를 요약해보면 다음과 같다. 첫째, 외모에 대한 정보를 제공하는 중요한 미디어인 TV와 인터넷의 하루 평균 이용시간은 3.76시간이었으며, 미디어 관여도는 3.61로 나타나, 여대생들은 일상생활에서 미디어에 많은 관심과 중요성을 부여하고 있는 것으로 나타났다. 둘째, 객체화된 신체 의식의 구성차원으로는 신체수치심, 신체감시성, 외모통제신념이 도출되었다. 여대생들의 객체화된 신체 의식 수준을 살펴보면, 세 요인 모두 중간 이상의 높은 수준이었으나, 특히 외모통제신념과 신체감시성이 신체수치심보다 높은 것으로 나타났다. 셋째, 외모관리행동 구성차원으로는 메이크업, 성형, 체중, 패션, 헤어, 피부관리의 6 요인이 도출되었다. 여대생들은 성형관리를 제외한 모든 외모관리행동에 대해 매우 높은 수행도를 보였으며, 성형관리에 대해서도 몸매관리를 제외한 보톡스, 필러 등의 성형시술과 쌍꺼풀, 코 등의 얼굴성형에 대해서는 비교적 수용적인 태도를 지니고 있는 것으로 나타났다. 넷째, 미디어 노출과 관여도가 객체화된 신체 의식에 미치는 영향을 조사한 결과, 미디어 노출과 관여도는 신체수치심과 신체감시성에 유의한 정적 영향을 미쳤으며, 전반적으로 미디어 관여도가 미디어 노출보다 상대적 영향력이 큰 것으로 나타났다. 다섯째, 미디어 노출과 관여도가 외모관리행동에 미치는 영향을 조사한 결과, 패션관리에서는 미디어 관여도만이 유의한 영향을 미쳤으나 다른 외모관리행동에서는 미디어 노출과 관여도가 모두 유의한 정적 영향을 미쳤으며, 미디어 관여도가 미디어 노출보다 전반적인 외모관리행동에 더 중요한 영향력을 지니는 것으로 나타났다. 여섯째, 객체화된 신체 의식이 외모관리행동에 미치는 영향을 조사한 결과, 객체화된 신체 의식은 다양한 외모관리행동에 유의한 정적 영향을 미쳤으나, 각 외모관리행동에 영향을 미치는 객체화된 신체 의식 요인과 상대적 영향력에는 차이가 있는 것으로 나타났다.

본 연구결과를 통한 결론은 다음과 같다. 첫째,

여대생의 미디어 노출과 관여도를 조사한 결과, 여대생들은 일상생활에서 미디어를 매우 중시하고 미디어에서 제시되는 정보에 많은 관심과 주의를 기울이며, 하루 평균 약 4시간에 가까운 비교적 오랜 시간을 미디어에 노출되어 생활하고 있음을 알 수 있었고, TV보다 인터넷의 노출시간이 상대적으로 높은 것으로 드러났다. 인터넷과 스마트폰의 보편화로 언제 어디서든 미디어의 이용이 가능해지면서 미디어가 현대인의 일상생활에 매우 중요한 부분을 차지하고 있는 만큼, 미디어의 영향에 대한 체계적인 연구가 필요하다고 판단된다. 즉, 외모관련 프로그램이나 광고 등에서 전달되는 메시지나 정보의 의미 분석, 시청자들의 메시지 해석 및 수용과정, 미디어 태도에 영향을 미치는 요인 등 미디어의 단기적, 장기적인 영향을 파악하기 위한 종적(Longitudinal) 연구가 필요하며, 또한 미디어의 문제점을 해결하기 위한 언론기관과 사회의 역할을 제시할 수 있는 다양한 프로그램이 개발되어야 할 것으로 판단된다.

둘째, 본 연구결과, 미디어는 여대생의 객체화된 신체 의식과 외모관리행동에 중요한 영향을 미치는 요인임을 확인할 수 있었으며, 미디어 노출과 관여도 중에서 특히 미디어 관여도가 더 중요한 영향을 미치는 변인으로 나타났다. 이는 미디어에 단지 노출되는 것보다 미디어의 내용이나 정보를 개인이 어떻게 해석하고 의미를 부여하며 평가하는지가 더 중요하다는 것을 의미한다. 따라서 미디어 관여도에 영향을 미치는 성격, 성별, 연령 등의 개인적인 특성과 가정, 학교, 사회 등의 환경적 특성을 조사하여 각 개인이 보다 비판적인 시각으로 미디어의 정보를 선별하여 수용할 수 있도록 하는 교육프로그램을 개발함으로써 바람직한 자아개념 형성과 긍정적인 외모관리행동을 수행하는데 도움이 될 수 있도록 해야 할 것이라 생각된다.

셋째, 객체화된 신체 의식이 외모관리행동에 미치는 영향을 살펴보면, 비교적 다양한 스타일이 공존하는 메이크업, 패션, 헤어, 피부관리행동에서는 신체감시성의 영향력이 큰 반면, 획일화된 미적기준이 제시되는 성형과 체중관리행동에서는 신체수치심의 상대적 영향력이 크게 나타났다. 특히 신체수치심은 개인의 자아존중감 형성에 매우 중요한 요인으로, 신체수치심이 높으면 신체

부적응적 문제가 증가하면서 다이어트, 성형수술 등의 극단적인 외모관리행동을 수행하게 될 가능성이 높으므로, 신체수치심을 감소시키기 위한 다양한 방안이 개발되어야 할 것이라고 판단된다.

본 연구는 대전과 충남지역의 여대생만을 대상으로 편의표집 방법에 의해 연구를 수행하였으므로 본 연구의 결과를 일반화할 때에는 신중한 주의가 필요하다. 후속연구에 대한 제언으로는 첫째, 본 연구에서는 미디어의 영향을 알아보기 위해 미디어 노출과 관여도 두 변인을 대상으로 양적인 연구를 수행하였다. 그러나 보다 심층적인 내용을 파악하기 위해서는 다양한 미디어 관련 변인을 대상으로 질적인 연구가 병행되어야 하리라 판단된다. 둘째, 본 연구에서는 외모에 관심이 많은 여대생을 대상으로 연구를 진행하였으나, 미디어에 의해 많은 영향을 받으며 자아개념을 형성하는 중요한 시기에 있는 청소년을 대상으로 연구가 수행될 필요가 있다. 또한 최근 남성의 외모관리행동이 급격히 증가하고 있으므로 연구대상을 남성으로 확대하여 연구를 진행한다면 흥미 있는 연구가 될 것이라 생각된다. 셋째, 다양한 문화권을 대상으로 미디어 환경과 미디어의 영향을 조절 또는 통제하기 위한 사회적 방안을 조사함으로써, 한국사회의 미디어 환경이 지니는 장단점을 파악하고 문제점을 해결하기 위한 다양한 연구가 수행되어야 할 것이라 판단된다.

참고문헌

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

김완석, 유연재. (2012). 한국 대학생의 신체이미지: 일본, 중국과의 비교를 토대로. *한국심리학회지: 사회문제*, 18(2), 301-327.

김완석, 유연재, 권지현. (2009). 신체가치가 외모관리행동에 미치는 영향: 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모지향성의 매개효과를 중심으로. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 10(3), 581-600.

김완석, 유연재, 박은아. (2007). 한국판 객체화

신체의식 척도(K-OBCS): 개발과 타당화. *한국심리학회지: 일반*, 26(2), 329-349.

김윤, 황선진. (2008). 사회문화적 압력과 대상화된 신체의식이 성인여성의 외모관리행동에 미치는 영향. *복식*, 58(10), 112-122.

김지양, 임은혜, 전호경. (2013). 여대생의 자기이미지와 미디어 관여가 외모관리행동에 미치는 영향. *패션비즈니스*, 17(2), 164-178.

박수경. (2015). 남성의 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모관리 수행의도에 관한 연구: 미디어 노출도를 중심으로. *한국미용학회지*, 21(4), 614-620.

박수경. (2014). 미디어 관여도, 외모만족이 성형태도, 성형의도에 미치는 영향에 관한 연구: 성별과 연령을 중심으로. *한국패션디자인학회지*, 14(4), 101-116.

박수연, 황진숙. (2016). 패션/뷰티/TV 미디어에 대한 태도가 외모관리행동에 미치는 영향. *기초조형학연구*, 17(5), 278-288.

박은아, 김완석. (2007). 객체화된 신체의식과 신체존중감의 관계:한·중·일 여대생 비교. *한국심리학회 학술대회 자료집*, 2007(1), 124-125.

박주현. (2010). *여성의 라이프스타일 유형별 외모관리행동 연구*. 경성대학교 대학원 박사학위논문.

배상률, 이재연. (2012). *미디어가 청소년에게 미치는 문화배양효과 연구*. 한국청소년정책연구원 연구보고서.

서란숙. (2012). 여대생의 외모관리행동과 외모의 중요성이 외모만족도에 영향을 미치는 요인. *한국미용학회지*, 18(1), 180-186.

손은정. (2007). 공적 자기의식, 사회문화적 가치의 내면화 및 신체상에 대한 태도가 성형의도에 미치는 영향. *한국심리학회지: 여성*, 12(1), 63-81.

송지영, 이난희, 이유미. (2009). 미디어 이용에 따른 외모관리행동이 신체만족도와 자아존중감에 미치는 영향. *한국인체예술학회지*, 10(1), 91-104.

안나영. (2007). *외모에 대한 사회·문화적인 태도와 객체화된 신체의식이 외모관리행동에*

- 미치는 영향. 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 오현숙. (2015). 여대생의 신체 불만족과 다이어트 의도에 영향을 미치는 요인: 대인, 미디어, 사회 규범의 영향력을 중심으로. *한국광고홍보학보*, 17(3), 65-97.
- 우형진. (2008). 텔레비전 드라마시청이 시청자의 성형수술 행위 의지에 미치는 영향에 관한 연구: 계획행동이론을 중심으로. *언론과학연구*, 8(4), 480-513.
- 이경숙. (2007). 성인 여성의 외모관심도에 따른 추구이미지와 외모관리행동. 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 이주영. (2012). 여대생의 외모만족과 BMI에 따른 외모관리행동에 관한 연구. *한국미용학회지*, 18(3), 651-660.
- 이주영. (2011). 여대생의 체중 조절행동과 신체 태도 및 비만 스트레스에 관한 연구. *한국미용학회지*, 17(3), 461-467.
- 이지영, 박혜정. (2013). 자아존중감, 외모비교, 미디어관심이 외모의 사회문화적 태도, 신체태도 및 삶의 만족에 미치는 영향. *한국의상디자인학회지*, 15(3), 1-17.
- 이지혜. (2014. 8. 16). 당신의 '진짜' 얼굴은 어디에 있습니까. 조선일보. 자료검색일 2016. 9. 20, 자료출처 http://srchdb1.chosun.com/pdf/i_archive/printTxt.jsp?ID=2014081600085.
- 임보형. (2009). 청소년의 외모에 대한 사회문화적 태도와 객체화 신체의식이 외모관리행동에 미치는 영향. 대구대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 전지현, 이미숙. (2014). 미디어 관여도가 외모평가, 외모스트레스, 외모관리행동에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 38(4), 518-527.
- 전정혜, 유태순. (2011). 공격자기의식과 외모에 대한 사회문화적 태도 및 객체화된 신체이식이 이미지 관리행동에 미치는 인과관계. *한국의류학회지*, 35(11), 1333-1345.
- 전현진, 정명선. (2011). 객체화된 신체이식과 신체존중감이 체중 및 헤어관리행동에 미치는 영향. *복식문화연구*, 19(6), 1272-1287.
- 전현진, 정명선. (2010). 외모에 대한 사회문화적 태도와 객체화된 신체이식이 20-30대 여성들의 외모관리행동에 미치는 영향. *한국미용학회지*, 16(2), 590-601.
- 조혜란, 최종명. (2007). 대학생의 성에 따른 신체만족도와 외모향상행동과의 관계. *한국생활과학회지*, 16(4), 825-835.
- 차배근. (2003). *메스커뮤니케이션 효과이론*(2판). 서울: 나남출판.
- 최지혜, 김미영. (2014). TV·연예인관여에 따른 뷰티관여와 헤어태도 및 인지연령의 차이. *복식*, 64(7), 68-81.
- 홍금희. (2011). 여대생의 신체수치심과 외모변경의도에 영향을 미치는 변인 연구: 한국, 중국과 독일의 비교. *한국의류산업학회지*, 13(4), 523-530.
- 홍금희. (2010). 중년 여성의 TV 미디어 관여도가 차이연령과 젊음추구 의복행동 및 유행선도력에 미치는 영향. *한국의류산업학회지*, 12(3), 310-317.
- 홍병숙, 백인선, 이은진, 박성희. (2007). 미디어 및 외모관심도가 직장인의 외모관리에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 31(4), 624-632.
- 홍종필, 이시연. (2005). 잡지 속의 신체이미지 광고에 대한 노출이 20대 여성의 기분과 신체 불만족에 미치는 영향: 상황 비교, 마른 몸에 대한 사회 규범화, 그리고 외모지향성의 매개 효과를 중심으로. *미디어, 젠더&문화*, 4, 72-118.
- Botta, R. A. (1999). Television images and adolescent girls' body disturbance. *Journal of Communication*, 48, 22-41.
- Calogero, R. M, Davis, W. N., & Thompson, J. K. (2005). The role of self-objectification in the experience of women with eating disorders. *Sex Roles*, 53(1-2), 43-50.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- 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.
- Hargreaves, D., & Tiggemann, M. (2003). The effect of thin ideal television commercials on body dissatisfaction and schema activation

- during early adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 32(5), 367-373.
- Harrison, K., & Cantor, J. (1997). The relationship between media consumption and eating disorders. *Journal of communication*, 47(1), 40-67.
- Kim J-H., & Lennon, S. J. (2007). Mass media and self-esteem, body image, and eating disorder tendencies. *Clothing and Textiles Research Journal*, 25(1), 3-23.
- Kretchmar, J. L. (2001). *Objectified body consciousness in african American and caucasian college-age women of varying physical activity levels*. Unpublished doctoral dissertation, The University of North Carolina at Chapel Hill, North Carolina.
- Markey, C. N., & Markey, P. M. (2010). A correlational and experimental examination of reality television viewing and interest in cosmetic surgery. *Body Image*, 7, 165-171.
- McConnell, C. A. (2001). *An object to herself: The relationship between girls and their bodies*. Unpublished doctoral dissertation, University of Wisconsin, Madison.
- McKinley, N. M., & Hide, J. S. (1996). The objectified body consciousness scale. *Psychology of Women Quarterly*, 20(2), 181-215.
- 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.
- Sharp, G., Tiggermann, M., & Matiske, J. (2014). The role of media and peer influences in Australian women's attitudes towards cosmetic surgery. *Body Image*, 11, 482-487.
- Sinclair, S. L. (2006). Object Lessons: A theoretical and empirical study of objectified body consciousness in women. *Journal of Mental Health Counseling*, 28(1), 48-68.
- Wardle, J., Hass, A., & Steptoe, A. (2006). Body image and weight control in young adults: international comparisons in university students from 22 countries. *International Journal of Obesity*, 30(4), 644-651.