

소셜 미디어에서 나타나는 신체 긍정주의와 표현 방법, 여성의 주관적 신체 사이즈 인식이 기분 상태와 외모 만족도에 미치는 영향

이민선 · 이현화^{1)†}

건국대학교 글로벌캠퍼스 패션디자인전공

¹⁾인하대학교 의류디자인학과

Effects of Body Positivity and Types of Expression on Social Media, and Women's Subjective Body Size on Mood and Appearance Satisfaction

Minsun Lee and Hyun-Hwa Lee^{1)†}

Dept. of Fashion Design, Konkuk University Glocal Campus; Chungju, Korea

¹⁾Dept. of Fashion Design & Textiles, Inha University; Incheon, Korea

Abstract: Body positivity has emerged among young social media users with the purpose of enhancing a positive body image. In the social media environment, body positivity is frequently presented in the forms of female models' images and/or words that represent individual attitudes toward the female body. The media effects on female viewers' body image differs based on the viewers' perceptions of their own body size. This experimental study examined how body positivity and types of expression on social media influence women's mood and appearance satisfaction by subjective body size. We randomly assigned to 415 young and middle-aged females to one of six experimental conditions which contained three images and three vignettes, each reflecting non-body positivity, body positivity, and control. We used a 3 (body positivity: non-body positivity vs body positivity vs. control) × 2 (types of body positivity expression on media: images vs vignettes) × 2 (subjective body size: under/normal weight vs overweight/obese) between-subject design. The results of MANCOVA revealed the significant main effects of subjective body size on women's mood and appearance satisfaction. There was a significant interaction effect of body positivity and subjective body size on appearance satisfaction. The stimuli representing body positivity caused positive psychological effects for women who perceive themselves being in the under/normal weight range.

Key words: body positivity (신체 긍정주의), types of body positivity expression on media (미디어의 신체 긍정주의 표현 방법), subjective body size (주관적 신체 사이즈), mood (기분 상태), appearance satisfaction (외모 만족도)

1. 서 론

미디어에서 보이는 여성의 신체 관련 이미지와 표현들은 한 사회에서 공유되는 이상적인 미에 대한 기준 형성에 강력한 영향력을 갖는다. 대부분의 일반 여성들이 갖기 어려운, 왜곡된 미의 기준을 강조하는 미디어에의 지속적인 노출은 수용자로 하여금 획일화된 신체 기준을 갖게 하며, 수용자의 신체 이미지에 부정적인 영향을 미친다(Tiggemann & Miller, 2010). 아름다움에 대한 사회적 기준과 자신의 차이가 클수록 여성은 부정적인 심리 상태를 경험하게 되며, 이는 자이존증감을 낮아지

게 할 수 있다(Pinkasavage et al., 2015; Sherlock & Wagstaff, 2019). 이미 우리사회의 많은 여성들은 미디어에서 보이는 지나치게 마른 몸을 사회에서 규정하는 아름다움의 기준으로 여기고 있으며, 이러한 기준에 맞추기 위해 노력하고 있다. 비현실적인 마네킹 같은 몸에 자신의 신체를 맞추기 위한 노력은 극단적인 다이어트나 성형 수술 행동으로 나타나고 있어 지나치게 왜곡된 미의 기준에 대한 비판의 목소리가 높아지고 있다(Lee & Lee, 2019a).

최근 이러한 획일화된 아름다움의 기준을 없애고, 건강한 여성의 신체 이미지를 확립하려는 노력의 일환으로 신체 긍정주의(Body positivity)가 주목받고 있다. 신체 긍정주의는 획일화된 미의 기준에 나를 맞추는 것이 아닌, 자신의 신체와 외모를 몸무게나 체형에 관계없이 존중해야 한다고 강조한다. 신체 긍정주의는 국내에서도 소셜 미디어를 사용하는 젊은 여성들을 중심으로 빠르게 확산되고 있다. '자신의 몸을 있는 그대로 사랑하자'라는 의미에서 자기 몸 긍정주의로 해석되기도 하며, 사회에서 규정된 기준에 나를 맞추기 위한 보정 속옷을 벗어버리

†Corresponding author; Hyun-Hwa Lee

Tel. +82-32-860-8138, Fax. +82-32-865-8130

E-mail: hyunhwa@inha.ac.kr

© 2020 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

지는 ‘탈코르셋 운동’도 신체 긍정주의로 설명될 수 있다. 스스로의 몸을 인정하고 사랑하는 태도는 자신의 몸에 대한 만족도 뿐만 아니라 개인의 섭식 행동과 운동 행동과도 연관된다(Wood-Barcalow et al., 2010). 따라서 신체 긍정주의 인식은 여성의 긍정적인 외모 관련 심리와 행동을 형성하기 때문에 그 중요성이 더욱 강조된다.

신체 이미지는 다양한 사회, 문화적 요인에 의해 형성되지만, 기본적으로 키, 몸무게, 신체 비율 등 개인적 특성의 영향도 크게 받는다(Lawler & Nixon, 2011). 특히 스스로의 신체 사이즈에 대한 주관적 평가는 개인의 전반적인 신체 이미지를 결정하는 주요 요인이 되며, 미디어를 통해 노출되는 모델과의 비교 및 아름다운 신체에 대한 사회적 기준의 내면화 수준에도 영향을 미친다(Lee & Lee, 2019b). 선행연구를 살펴보면, 일반적으로 자신의 신체 사이즈가 크다고 생각할수록 부정적인 신체 이미지를 갖고 있는 것으로 보고되고 있다(Papp et al., 2013). 자신의 신체 사이즈에 대한 평가는 타인과의 비교 기준이 되기 때문에, 신체 사이즈에 대한 주관적 인식에 따라 다양한 사회문화적 요인이 신체 이미지에 미치는 영향력이 달라질 수 있다는 것이다(Lee & Lee, 2018; Stewart & Ogden, 2019).

대중적인 관심의 증가와 함께 신체 긍정주의에 대한 학술적인 관심도 최근 들어 눈에 띄게 증가하고 있으며, 관련 연구로는 소셜 미디어에 게시된 신체 긍정주의 관련 게시물에 대한 내용 분석 연구(Cohen et al., 2019b)와 관련 게시물이 수용자의 신체 이미지에 미치는 영향에 대한 실험 연구(Cohen et al., 2019a; Stewart & Ogden, 2019) 정도가 발표되고 있다. 본 연구에서는 국내 여성의 신체 긍정주의 인식 수준을 알아보고, 신체 긍정주의 반영 여부가 여성 수용자의 기분 상태와 외모 만족도에 미치는 영향에 있어 미디어의 표현 방법과 개인의 주관적 신체 사이즈 인식에 따른 차이를 고찰함으로써 선행연구를 보다 확장해보고자 하였다.

2. 이론적 배경

2.1. 신체 긍정주의와 미디어 표현 방법

신체 긍정주의란 이상적인 여성의 신체에 대한 획일화된 사회적 기준이 아닌, 여성의 신체사이즈, 외모, 체형, 평가와 관련하여 아름다움에 대한 다양한 기준을 받아들여지는 움직임이다(Cohen et al., 2019a). 여성의 아름다움에 대한 획일적 기준에 대항하며 모든 인간은 긍정적인 신체 이미지를 가져야 한다는 믿음에서 시작된 신체 긍정주의는 최근 들어 소셜 미디어를 중심으로 빠르게 확산되고 있으며, 이러한 움직임에 찬성하고 동참하고자 하는 여성들도 증가하고 있다(Cohen et al., 2019b). 신체 긍정주의 인식 수준이 높다는 것은 자신의 신체에 대한 평가에 있어 다양한 기준을 받아들인다는 것을 의미하며, 이는 왜곡된 미의 기준으로 말미암아 야기되는 다양한 부정적 심리 및 행동 결과를 예방할 수 있는 방법으로 여겨지고 있다(Sastre, 2014). 더욱이 자기 자신 뿐만 아니라 타인에 대한 인

정과 존중을 바탕으로 하는 신체 긍정주의 인식은 긍정적인 신체 이미지의 확립과 여성의 정신적인 삶의 질의 향상으로까지 이어질 수 있기 때문에 더욱 주목받고 있다. 신체 긍정주의와 관련된 선행연구로는 Cohen et al.(2019b)의 소셜 미디어에 게시된 신체 긍정주의 관련 게시물에 대한 내용 분석 연구, Cohen et al.(2019a)과 Stewart and Ogden(2019)의 신체 긍정주의 관련 게시물이 수용자의 신체 이미지에 미치는 영향에 대한 실험 연구, Sastre(2014)의 신체 긍정주의 관련 웹사이트의 내용 고찰을 통한 사회적 방향성 제언 연구, Caruso and Roberts (2018)의 남성을 위한 신체 긍정주의 블로그 포스트에 대한 사례 연구 등이 있다.

소셜 미디어에서 표현되는 신체 긍정주의는 주로 이미지 또는 해시태그 등의 짧은 단어나 문구의 형태로 수용자에게 전달된다(Cohen et al., 2019b, Stewart & Ogden, 2019). 예를 들어, 미디어에서 보이는 여성의 이미지는 주로 획일화된 마른 몸을 가진 여성 연예인이나 모델의 사진들이었다면, 신체 긍정주의가 반영된 여성의 이미지는 다양한 나이, 체형, 사이즈, 피부색을 지닌 여성 모델의 사진들이 포함된다. 마찬가지로, 사회에서 인정하는 미의 기준을 추구하기 위한 다이어트나 성형을 부추기는 문구, 여성 인물의 태도 표현이 주를 이루던 미디어의 내용과는 다르게, 신체 긍정주의가 반영된 태도 문구는 여성의 아름다움에는 다양한 기준이 존재한다는 것을 강조하며 신체나 외모와 상관없이 자신을 존중하는 여성의 태도를 보여준다. 신체 긍정주의 반영 여부에 따른 여성의 이미지가 수용자의 신체 이미지에 미치는 영향을 분석한 Cohen et al.(2019a)의 연구에서는 인스타그램 게시물 중에서 실험 자극물을 선택하였다. 신체 긍정주의가 반영되지 않은 여성의 이미지는 마르고 이상적인 여성의 사진들이 포함되었으며, 신체 긍정주의가 반영된 여성 이미지에겐 일반인이나 비만 여성의 사진이 포함되었다. Stewart and Ogden(2019)은 비만에 대한 선입견과 신체 긍정주의가 반영된 문구가 신체 관련 행동과 비만에 대한 태도에 미치는 영향력을 고찰하였다. 이 연구에서 사용된 비만에 대한 선입견과 신체 긍정주의 반영 문구는 자신의 신체에 대한 상반된 화자의 태도를 표현하였다. 즉, 비만에 대한 선입견 문구의 화자는 자신의 신체에 불만족하며 자신감이 없고, 사회에서 인정하는 미의 기준에 맞춰야 한다는 압박을 받는 태도를 보였으며, 신체 긍정주의 문구의 화자는 자신의 신체에 만족하고 자신감이 있는 태도로 표현되었다.

신체 긍정주의에 대한 학계의 이어지는 관심에도 불구하고 아직까지는 매우 제한적인 연구들이 발표되어왔지만, 이러한 선행 연구에서는 신체 긍정주의 인식은 개인의 긍정적인 신체 이미지의 성립에 유의한 영향력이 있음을 일관되게 밝히고 있다. 더욱이 신체 긍정주의에 대한 선행연구는 주로 해외에서만 발표되고 있어, 우리나라의 특성을 고려한 연구가 필요한 시점이다.

2.2. 주관적 신체 사이즈

개인의 신체 사이즈는 스스로의 외모에 대한 평가에 있어 중

요한 기준이 된다(Frederick et al., 2016; Rojas et al., 2018). 특히 미디어를 통해 전달되는 여성의 외모에 대한 사회적 기준과 자신을 비교하는데 있어 개인의 신체 사이즈는 가장 먼저 고려되는 평가 요인이 될 수 있다. 신체 이미지를 설명하는 개인의 신체 사이즈는 주로 객관적 평가나 주관적 평가로 측정된다. 객관적 평가 지표로는 몸무게 또는 키와 몸무게로 계산되는 신체질량지수가 주로 사용되며, 주관적인 평가는 자신의 신체 사이즈에 대한 스스로의 평가로 측정된다. 두 평가 지표 모두 개인의 신체 이미지를 결정하는 주요 요인으로 밝혀져 왔지만, 최근에는 주관적 평가 지표의 설명력이 더 큰 것으로 여겨진다(Haynes et al., 2018; Lawler & Nixon, 2011; Lee & Lee, 2019b; Madanat et al., 2007; Wilson et al., 2005). 이는 많은 현대사회에서 이상적인 여성의 신체 기준을 지나치게 마른 몸으로 규정하는 경향이 높아짐에 따라 자신의 신체 사이즈에 대해 오인(Misperception)하는 여성이 많아지고 있기 때문이다(Kim & So, 2014). 즉, 자신의 신체질량지수는 정상체중에 속함에도 불구하고, 미디어에서 강조하는 비현실적인 모델과 비교하여 자신을 과체중으로 인식하는 여성이 많아지고 있다는 것이다. 국내 여성을 대상으로 객관적 신체 사이즈(신체질량지수)와 주관적 신체 사이즈(모델과 자신의 신체 사이즈 유사성)가 미디어 압박과 내면화를 통해 신체 만족도에 미치는 영향력을 검증한 Lee and Lee(2019b)의 최근 연구에서는 주관적 신체 사이즈 인식이 신체질량지수보다 여성의 신체 이미지에 대한 설명력이 더 크다는 것을 밝혔다. 대부분의 여성은 자신의 신체 사이즈를 크게 인식할수록 부정적인 신체 이미지를 갖는 경향을 보인다(Kim et al., 2018; Radwan et al., 2019). 우리나라의 2014년 국민건강영양조사의 자료를 활용하여 몸무게 인식과 우울증상 사이의 관계를 분석한 Kim et al.(2018)의 연구에서는 자신의 체중을 실제보다 크게 인식하는 정상체중 여성은 자신의 체중을 정확히 인식하는 여성보다 높은 우울 증상을 보인다고 하였다. 유사하게, 비만의 경우에는 자신의 체중을 실제보다 적게 인식하는 여성은 체중을 정확하게 인식하는 여성보다 낮은 우울 증상을 보였다.

2.3. 기분 상태와 외모 만족도

개인의 주관적인 평가를 바탕으로 형성되는 신체 이미지는 신체와 외모와 관련된 개인의 생각과 감정으로 정의된다(Grogan, 2016). 여성의 신체 이미지에 미치는 다양한 사회문화적 요인에는 노출은 수용자의 기분 상태와 외모 만족도에 영향을 미치는 것으로 알려져 있다(Mills et al., 2018). 특히, 미디어의 영향력을 검증하는 연구에서는 종종 기분 상태와 외모 만족도가 주요 결과 변수로 포함되어왔다(Birkeland et al., 2005; Harper & Tiggemann, 2008; Jung, 2006; Lee & Lee, 2018). 이미 여러 선행연구에서는 미디어에서 보이는 연예인이나 모델의 이상적인 외모는 일반 여성 수용자들의 우울감과 낮은 외모 만족도와 높은 상관관계가 있음을 밝혔다(Chang et al., 2013; Moreno-Domínguez et al., 2019). 비현실적으로 마른 몸의 모

델 사진과 평균이나 플러스 사이즈 몸을 가진 모델 사진에의 노출이 여성의 신체 이미지에 미치는 영향을 직접 비교한 실험 연구들도 진행되어왔다(Betz et al., 2019; Diedrichs & Lee, 2010; Lee & Lee, 2018). 이러한 선행 연구에서는 평균이나 플러스 사이즈 모델의 사진은 수용자의 긍정적인 신체 이미지를 높일 수 있다는 것을 밝혔다. 국내 20~30대 여성을 대상으로 온라인 쇼핑 사이트의 마른 모델 사진과 플러스 사이즈 모델 사진이 여성 소비자의 기분 상태와 신체 만족도에 미치는 영향을 소비자의 신체 사이즈에 따라 분류하여 비교한 Lee and Lee(2018)의 연구에서는 모델의 신체 사이즈의 영향은 모델 사진에 노출된 수용자의 신체 사이즈에 따라 달라질 수 있음을 밝혔다.

2.4. 연구문제

미디어를 통해 전달되는 여성의 신체에 대한 이미지나 태도 등의 정보는 수용자의 기분 상태와 외모 만족도에 유의한 영향력을 갖는다. 본 연구에서는 최근 소셜 미디어를 중심으로 확산되고 있는 신체 긍정주의에 집중하여, 국내 여성의 신체 긍정주의 인식 수준을 알아보고 신체 긍정주의가 여성의 신체 이미지에 미치는 영향력을 분석해 보고자 하였다. 보다 구체적으로, 소셜 미디어에서 주로 표현되는 신체 긍정주의의 두 가지 표현 방법인 여성 모델의 사진과 여성의 신체에 대한 태도 문구가 수용자의 기분 상태와 외모 만족도에 미치는 영향을 분석하였다. 또한, 신체 관련 자극물이 여성의 기분 상태와 외모 만족도에 미치는 영향력이 개인의 주관적 신체 사이즈에 따라 어떻게 달라지는지에 대해 분석하고자 하였다. 본 연구에서는 다음의 연구문제를 제안한다.

연구문제 1: 우리나라 여성의 신체 긍정주의에 대한 인식 수준은 어느 정도인가?

연구문제 2: 신체 긍정주의 반영 여부가 여성의 기분 상태에 미치는 영향은 미디어의 신체 긍정주의 표현 방법(여성 모델 사진 또는 여성 신체에 대한 태도 문구)과 개인의 주관적 신체 사이즈 인식에 따라 달라지는가?

연구문제 3: 신체 긍정주의 반영 여부가 여성의 외모 만족도에 미치는 영향은 미디어의 신체 긍정주의 표현 방법(여성 모델 사진 또는 여성 신체에 대한 태도 문구)과 개인의 주관적 신체 사이즈 인식에 따라 달라지는가?

3. 연구방법

3.1. 연구 대상

본 연구의 모집단은 국내 청년 및 중년 여성으로, 연구 참여자는 편의표집방법을 활용, 온라인 마케팅 회사를 통해 모집되었다. 연구의 참여에 관심이 있는 20세 이상 65세 미만의 여성 패널에게는 연구 설명문이 제공되었으며, 연구 참여에 동의한 여성들은 실험 집단 중 하나의 집단에 무작위로 배정되어 온라인 설문에 참여하였다. 수집된 자료 중 불성실한 응답 등의 무

효데이터를 제외한 총 415명의 응답이 분석에 이용되었다.

3.2. 실험 설계

본 연구는 실험 연구로 사진과 글로 표현된 신체 긍정주의에 대한 실험 자극물에 따른 여성의 기분 상태와 외모 만족도의 차이를 비교하였다. 또한, 실험 자극물의 영향력에 있어 개인의 신체 사이즈에 대한 주관적 인식 수준에 따른 차이를 분석하였다. 연구문제 2와 3에 대한 검증을 위해 본 연구의 실험 설계는 팩토리얼 설계로 진행되었다(3×2×2). 실험 집단은 신체 긍정주의 반영 여부(세 집단: 신체 긍정주의가 반영되지 않은 자극물 노출 집단 vs. 신체 긍정주의가 반영된 자극물 노출 집단 vs. 통제 집단)×미디어의 신체 긍정주의 표현 방법(두 집단: 사진 vs. 글)×주관적 신체 사이즈(두 집단: 저체중/정상체중 vs. 과체중/비만)로 구성되었다. 즉, 본 연구에는 신체 긍정주의 반영 여부(세 집단)와 미디어의 신체 긍정주의 표현 방법(두 집단)에 따른 총 6개의 실험 자극물이 활용되었으며, 개인의 주관적 신체 사이즈에 따라 두 집단으로 구분되어, 총 12개의 실험 집단이 구성되었다. 또한, 신체나 외모와 관련된 행동이나 이미지에의 노출 자체가 개인의 신체 이미지에 영향을 미칠 수 있기 때문에, 본 연구에서는 신체 관련 자극물 노출 집단과 함께 신체와 관련이 없는 자극물에 노출되는 통제 집단을 포함하여 실험을 진행하였다(Mills et al., 2018). 신체 긍정주의 반영 여부, 미디어의 신체 긍정주의 표현 방법, 주관적 신체 사이즈에 따른 집단 별 연구 참여자 수는 Table 1에 정리되었다.

모든 집단의 연구 참여자는 실험 자극물에 노출되기 전에 자신의 나이와 주관적 신체 사이즈에 대한 문항에 응답하였다. 각 집단의 연구 참여자는 해당 실험 자극물에 노출되었으며, 자극물에 대한 조작적 검증 문항, 기분 상태, 외모 만족도 관련 문항에 응답하였다. 이 후, 모든 연구 참여자는 신체 긍정주의 인식 수준 관련 문항에 응답하였다.

3.3. 실험 자극물

통제 집단을 포함하여 신체 긍정주의 반영 여부와 미디어의

신체 긍정주의 표현 방법에 따른 총 6개의 실험 자극물이 활용되었다. 신체 긍정주의가 반영되지 않은 사진으로 표현된 자극물로는 빅토리아 시크릿의 “The Perfect Body” 캠페인의 광고 모델 이미지를 활용하였다. 신체 긍정주의가 반영된 사진으로 표현된 자극물로는 빅토리아 시크릿의 캠페인에 대항하여 제안된 도브의 “Real Beauty” 캠페인의 이미지를 활용하였다. 신체 긍정주의 반영 여부에 따른 글로 표현된 자극물로는 Stewart and Ogden(2019)의 연구에서 사용된 여성의 신체에 대한 태도 문구(소품문: vignette)를 수정 및 보완하여 활용하였다(Appendix 1). 통제 집단의 자극물로는 신체 이미지와 전혀 관련이 없는 전국 날씨를 보여주는 사진과 이를 설명하는 문구가 사용되었다.

3.4. 측정 도구

주관적 신체 사이즈에 대한 인식은 자기 보고 형식으로 측정되었다. 연구 참여자는 “귀하는 자신의 신체 사이즈가 다음 중 어느 카테고리에 포함된다고 생각하십니까?”의 질문에 저체중, 정상체중, 과체중, 비만의 네 가지 카테고리 중 하나를 선택하여 응답하였다. 본 연구에서는 주관적 신체 사이즈 인식에 대해 저체중/정상체중과 과체중/비만의 두 집단으로 연구 참여자를 분류하였다. 기분 상태는 Heinberg and Thompson(1995)의 제안을 바탕으로 ‘불안한’, ‘우울한’, ‘행복한’, ‘화가 나는’, ‘자신 있는’ 상태를 포함하는 5문항으로 측정되었다. ‘행복한’과 ‘자신 있는’ 상태에 대한 문항은 역코딩하여 분석에 사용하였으며, 기분 상태의 5문항에 대한 평균값이 높을수록 부정적인 기분 상태를 의미하도록 하였다. 외모 만족도는 몸매, 신체 사이즈, 체형에 대한 만족 상태의 3문항으로 측정되었다. 외모 만족도의 평균값은 높을수록 만족도가 높은 상태를 의미하였다. 응답자는 현재의 기분 상태와 외모 만족도에 대해 전혀 그렇지 않다(0)에서 매우 그렇다(100) 중의 한 점수를 선택하였다.

실험 조작의 검증을 위해 여성 모델의 이미지에 노출된 집단의 연구 참여자는 예상되는 모델의 신체 사이즈에 대해 응답하였고(1 = 44사이즈~5 = 88사이즈 이상), 신체에 대한 태도 문

Table 1. Number of participants by experimental groups

(N = 415)

Body positivity	Types of body positivity expression on media	Subjective body size	n
Non-body positivity	Image	Under/normal weight	44
		Overweight/obese	35
	Vignette	Under/normal weight	28
		Overweight/obese	32
Body positivity	Image	Under/normal weight	38
		Overweight/obese	49
	Vignette	Under/normal weight	37
		Overweight/obese	27
Control	Image	Under/normal weight	33
		Overweight/obese	33
	Vignette	Under/normal weight	25
		Overweight/obese	34

구에 노출된 집단의 연구 참여자는 문구에서 표현된 긍정적 신체 이미지 수준에 대해 답하였다(1 = 전혀 그렇지 않다~5 = 매우 그렇다). 통계 집단의 자극물은 여성의 신체 이미지와의 관련성 여부를 묻는 문항으로 검증되었다(1 = 전혀 관련이 없다~4 = 매우 관련이 있다). 인구통계학적 특성은 연구 참여자의 나이, 최종학력, 연평균 가구소득의 문항으로 측정되었다.

3.5. 분석 방법

자료의 분석은 SPSS 24.0을 활용하였다. 다변량 공분산분석 결과의 주효과와 상호작용효과에 대한 사후 검증은 대응비교(Paired comparison)와 단순주효과(Simple main effect) 분석을 사용하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 표본 특성

전체 연구 참여자의 평균 나이는 44.95세(SD = 13.53)였으며, 청년 여성(20~44세) 196명(47.23%), 중년 여성(45~64세) 219명(52.77%)으로 구성되었다. 직업으로는 사무직($n = 152$, 36.6%), 전업주부($n = 119$, 28.7%), 전문직($n = 48$, 11.6%)이 가장 많았으며, 연평균 가구소득은 2천만 원 이상~4천만 원 미만($n = 117$, 28.19%)과 4천만 원 이상~6천만 원 미만($n = 114$, 27.47%)이 대부분을 차지하였다. 연구 참여자의 주관적 신체 사이즈에 대한 인식은 저체중($n = 29$, 6.99%), 정상체중($n = 176$, 42.40%), 과체중($n = 162$, 39.04%), 비만($n = 48$, 11.57%)인 것으로 조사되었다. 본 연구의 분석에서는 저체중/정상체중($n = 205$, 49.40%)과 과체중/비만($n = 210$, 50.60%)의 두 집단으로 연구 참여자를 분류하여 분석에 사용하였다.

집단 간의 표본 동질성을 확인하기 위해 교차분석의 집단 간 카이스퀘어 검정을 실시하였다. 신체 긍정주의 반영 여부와 표현 방법에 따른 총 여섯 집단의 동질성 검증 결과, 주관적 신체 사이즈($\chi^2(5) = 5.56$, $p = .35$), 연령($\chi^2(20) = 27.15$, $p = .13$), 직업($\chi^2(35) = 32.19$, $p = .60$), 연평균 가구소득($\chi^2(25) = 27.69$, $p = .32$)에 대한 집단 간 차이는 모두 유의하지 않은 것으로 나타났다. 따라서 실험집단 간 표본 특성의 동질성이 확인되었다.

4.2. 요인 분석과 실험 자극물의 조작적 검증

기본 상태와 외모 만족도 변수에 대한 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석 결과, 두 변수에 대해 단일차원의 요인이 도출되었다(Table 2). 기본 상태의 5문항에 대한 요인 적재량은 .74~.92로 분포되었고, 고유값은 3.55, 설명력은 70.96%로 나타났다. 외모 만족도의 3문항에 대한 요인 적재량은 .79~.88로 분포되었고, 고유값은 2.18이었으며, 해당 요인은 전체 분산의 72.80%를 설명하는 것으로 나타났다. 두 변수에 대한 신뢰도 계수는 각 .89와 .80으로 측정도구에 대한 내적일관성을 확보하였다.

실험 자극물에 대한 조작적 검증 결과, 신체 긍정주의가 반영되지 않은 여성 모델 사진에 노출된 집단(Mean = 1.34, SD = .60)과 신체 긍정주의가 반영된 여성 모델 사진에 노출된 집단(Mean = 3.16, SD = .70)의 연구 참여자가 예상하는 사진 속 모델의 신체 사이즈는 통계적으로 유의한 차이가 있었다, $t(164) = -17.98$, $p < .001$. 신체 긍정주의가 반영되지 않은 신체에 대한 태도 문구에 노출된 집단(Mean = 1.78, SD = .78)과 신체 긍정주의가 반영된 신체에 대한 태도 문구에 노출된 집단(Mean = 4.25, SD = .67)의 연구 참여자가 응답한 문구에서 표현된 긍정적 신체 이미지 수준은 통계적으로 유의한 차이가 있었다, $t(122) = -18.93$, $p < .001$. 대부분의 통계 집단의 연구 참여자는 노출된 실험 자극물의 신체 이미지 관련 여부에 대해 전혀 관련이 없다(날씨 사진 노출 집단: $n = 28$, 42.4%; 날씨 설명 문구 노출 집단: $n = 32$, 54.2%)와 관련이 없다(날씨 사진 노출 집단: $n = 30$, 45.5%; 날씨 설명 문구 노출 집단: $n = 22$, 37.3%)로 응답하였으며, 응답에 대한 두 집단 간의 차이는 유의하지 않은 것으로 분석되었다, $\chi\text{-square} = 1.80$, $p = .41$.

4.3. 신체 긍정주의 인식 현황

국내 여성의 신체 긍정주의 인식 현황(연구문제 1)에 대한 분석 결과, 대부분의 연구 참여자는 본 연구에 참여하기 전에 신체 긍정주의에 대해 들어본 적이 없다고 응답하였다(들어본 적이 없다: $n = 366$, 88.19%; 들어본 적이 있다: $n = 49$, 11.81%). 신체 긍정주의에 대해 들어본 적이 있는 연구 참여자들은 인터넷($n = 33$, 67.35%), SNS($n = 16$, 32.65%), TV($n = 11$, 22.45%), 주변 지인($n = 9$, 18.37%), 학교 또는 교육과정($n = 4$, 8.16%), 잡

Table 2. Results of exploratory factor analysis for mood and appearance satisfaction

Variable Items	Factor loadings	Eigen value (% of variance)	Cronbach's α
Mood			
Right now, I am depressed.	.92		
Right now, I am anxious.	.88	3.55	.89
Right now, I am angry.	.82	(70.96)	
Right now, I am confident.(R)	.74		
Right now, I am happy.(R)	.84		
Appearance satisfaction			
I think I have an attractive body.	.88	2.18	.80
I think I am fat.(R)	.79	(72.80)	
I am satisfied with my body size and shape.	.88		

(R): reversed item

지($n=4$, 8.16%)를 통해 신체 긍정주의에 대한 정보를 접했다고 응답하였다.

4.4. 신체 긍정주의 반영 여부, 미디어의 신체 긍정주의 표현 방법, 주관적 신체 사이즈와 여성의 신체 이미지

연구문제 2와 3에서 제시한 신체 긍정주의 반영 여부가 여성의 기분 상태와 외모 만족도에 미치는 영향은 미디어의 신체 긍정주의 표현 방법(여성 모델의 사진 또는 여성의 신체에 대한 태도 문구)과 개인의 주관적 신체 사이즈 인식에 따라 어떻게 달라지는지를 알아보기 위해 다변량 공분산분석을 실시하였다. 신체 긍정주의 반영 여부, 미디어의 신체 긍정주의 표현 방법, 개인의 주관적 신체 사이즈 인식의 주효과와 독립변수들 사이의 상호작용효과가 검증되었으며, 연구 참여자의 나이가 통제 변수로 포함되었다. 종속변수인 기분 상태와 외모 만족도에 대한 다변량 공분산분석 결과와 일변량 공분산분석 결과는 Table 3에 보고되었다. 다변량 공분산분석 결과, 여성의 신체 이미지에 미치는 개인의 주관적 신체 사이즈 인식 수준의 주효과(Wilks' $\lambda = .65$, $F(2, 401) = 107.60$, $p < .001$, partial $\eta^2 = .349$)와 신체 긍정주의 반영 여부와 개인의 주관적 신체 사이즈 인식 수준의

상호작용효과(Wilks' $\lambda = .96$, $F(4, 802) = 4.15$, $p < .01$, partial $\eta^2 = .020$)가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

각 종속변수에 대한 개인의 주관적 신체 사이즈 인식 수준의 주효과 검증 결과, 기분 상태($F(1, 402) = 12.32$, $p < .001$, partial $\eta^2 = .030$)와 외모 만족도($F(1, 402) = 210.22$, $p < .001$, partial $\eta^2 = .343$)에 대한 주효과가 모두 유의한 것으로 분석되었다. 개인의 주관적 신체 사이즈 인식 수준에 따른 기분 상태와 외모 만족도의 차이는 Bonferroni 사후 검증을 활용하여 분석되었으며 그 결과는 Table 4에 제시하였다. 저체중/정상체중의 여성들은 과체중/비만의 여성들보다 통계적으로 유의하게 낮은 부정적 기분 상태(Mean_{diff} = -6.84, SE = 1.95, $p < .001$)와 높은 외모 만족도(Mean_{diff} = 24.55, SE = 1.69, $p < .001$)를 갖는 것으로 규명되었다.

신체 긍정주의 반영 여부와 개인의 주관적 신체 사이즈 인식 수준의 유의한 상호작용효과에 대한 사후 검증을 위해 SPSS syntax를 활용하여 단순주효과(Simple main effect) 분석을 실시하였다. 각 종속변수에 대한 분석 결과에서는 외모 만족도에 대한 상호작용효과만이 유의한 것으로 나타났으나, 다변량 분산분석은 종속변수 사이의 상관관계를 가정하기 때문에

Table 3. Effects of body positivity and types of expression on social media, and subjective body size on mood and appearance satisfaction

Independent variables	Dependent variables	MANCOVA			ANCOVA	
		Wilks' λ	F	partial η^2	F	partial η^2
Body positivity	Mood ^a	.98	1.76	.009	1.80	.009
	AS ^b				2.51	.012
Types of body positivity expression on media	Mood	1.00	.67	.003		.001
	AS					.000
Subjective body size	Mood	.65	107.60***	.349	12.32***	.030
	AS				210.22***	.343
Body positivity x Types of body positivity expression on media	Mood	1.00	.45	.002	.50	.003
	AS				.09	.000
Body positivity x Subjective body size	Mood	.96	4.15**	.020	2.07	.010
	AS				5.50**	.027
Types of body positivity expression on media x Subjective body size	Mood	1.00	.85	.004	.37	.001
	AS				.68	.002
Body positivity x Types of body positivity expression on media x Subjective body size	Mood	.99	.91	.005	.61	.003
	AS				.58	.003

AS = Appearance satisfaction

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

^a $R^2 = .08$ ($R^2_{adj} = .05$); ^b $R^2 = .37$ ($R^2_{adj} = .35$); Participants' age was treated as control variable.

Table 4. The estimated means comparisons for mood and appearance satisfaction by subjective body size

Dependent variable	Subjective body size	Mean	SE	Mean difference
Mood	Under/normal weight	34.51 ^a	1.38	-6.84***
	Overweight/obese	41.35 ^a	1.37	
App. Satisfaction	Under/normal weight	55.01 ^a	1.20	24.55***
	Overweight/obese	30.47 ^a	1.19	

^aCovariate of age in the model was evaluated at the mean value of 44.95.

Table 5. Simple main effects of body positivity group on mood within each level of subjective body size perception

Subjective body size	Body positivity group	Mean	SE	F	η^2
Under/normal weight	Non-body positivity	39.44 ^a (A)	2.35	3.39*	.017
	Body positivity	31.45 ^a (B)	2.25		
	Control	32.64 ^a (AB)	2.58		
Overweight/obese	Non-body positivity	41.54 ^a (A)	2.40	.56	.003
	Body positivity	43.01 ^a (A)	2.33		
	Control	39.51 ^a (A)	2.37		

* $p < .05$

^a Covariate of age in the model was evaluated at the mean value of 44.95.

Table 6. Simple main effects of body positivity group on appearance satisfaction within each level of subjective body size perception

Subjective body size	Body positivity group	Mean	SE	F	η^2
Under/normal weight	Non-body positivity	49.93 ^a (A)	2.04	4.99**	.024
	Body positivity	55.82 ^a (B)	1.95		
	Control	59.29 ^a (B)	2.24		
Overweight/obese	Non-body positivity	30.70 ^a (AB)	2.08	2.99	.015
	Body positivity	33.87 ^a (A)	2.02		
	Control	26.82 ^a (B)	2.06		

** $p < .01$

^a Covariate of age in the model was evaluated at the mean value of 44.95.

본 연구에서는 기분 상태와 외모 만족도에 대한 신체 긍정주의 반영 여부와 주관적 신체 사이즈의 상호작용효과에 대한 사후검증을 실시하였다. 저체중/정상체중(Wilks' $\lambda = .97$, $F(4, 802) = 3.27$, $p < .05$, partial $\eta^2 = .016$)과 과체중/비만(Wilks' $\lambda = .97$, $F(4, 802) = 2.67$, $p < .05$, partial $\eta^2 = .013$)의 주관적 신체 사이즈 인식의 두 집단 모두에서 신체 긍정주의 반영 여부의 유의한 단순주효과가 확인되었다. 주관적 신체 사이즈와 신체 긍정주의 반영 여부에 따른 각 집단의 기분 상태 평균은 Table 5와 Fig. 1에 보고되었다. 우선, 저체중/정상체중 집단에서 기분 상태에 대한 신체 긍정주의 반영 여부에 따른 집단 차이가 유의하였다($F(2, 402) = 3.39$, $p < .05$, partial $\eta^2 = .017$). 신체 긍정주의가 반영되지 않은 자극물에 노출된 여성(Mean_{adj} = 39.44, SE = 2.35)의 부정적 기분 상태가 가장 높았으며, 통제 집단(Mean_{adj} = 32.64, SE = 2.58), 신체 긍정주의가 반영된 자극물에

노출된 집단(Mean_{adj} = 31.45, SE = 2.35)의 순으로 나타났다. 각각의 두 집단 간 비교 검증 결과, 신체 긍정주의가 반영되지 않은 자극물 노출 집단은 신체 긍정주의가 반영된 자극물 노출 집단보다 통계적으로 유의하게 높은 부정적 기분 상태를 보였으며(Mean_{diff} = 7.99, SE = 3.25, $p < .05$), 통제 집단보다는 비교적(Marginally) 유의하게 높은 부정적 기분 상태를 보였다(Mean_{diff} = 6.80, SE = 3.49, $p = .05$). 통제 집단과 신체 긍정주의가 반영된 자극물 노출 집단 간 기분 상태는 유의한 차이가 없는 것으로 분석되었다(Mean_{diff} = 1.19, SE = 3.41, $p = .73$). 과체중/비만 집단에서는 기분 상태에 대한 신체 긍정주의 반영 여부에 따라 통계적으로 유의한 집단 간 차이가 나타나지 않았다($F(2, 402) = .56$, $p = .57$, partial $\eta^2 = .003$).

주관적 신체 사이즈와 신체 긍정주의 반영 여부에 따른 각 집단의 외모 만족도 평균은 Table 6과 Fig. 2에 보고되었다.

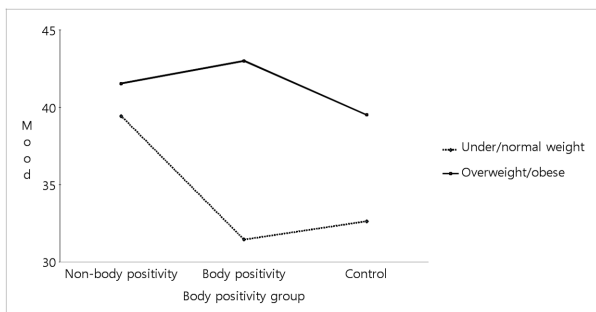


Fig. 1. Interaction plot of mood by body positivity group and subjective body size.

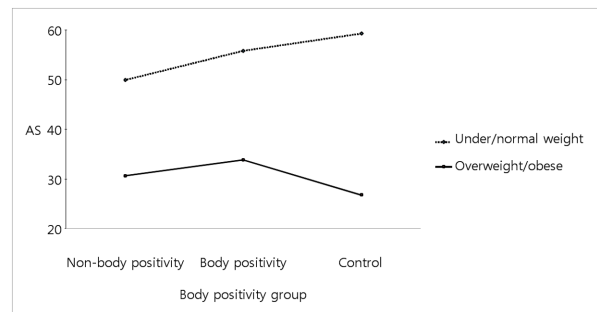


Fig. 2. Interaction plot of appearance satisfaction (AS) by body positivity group and subjective body size.

저체중/정상체중 집단의 외모 만족도에서는 신체 긍정주의 반영 여부에 따른 집단 차이가 유의하였다($F(2, 402) = 4.99, p < .01, \text{partial } \eta^2 = .024$). 통제 집단($\text{Mean}_{\text{adj}} = 59.29, \text{SE} = 2.24$)의 외모 만족도가 가장 높았으며, 신체 긍정주의가 반영된 자극물 노출 집단($\text{Mean}_{\text{adj}} = 55.82, \text{SE} = 1.95$), 신체 긍정주의가 반영되지 않은 자극물 노출 집단($\text{Mean}_{\text{adj}} = 49.93, \text{SE} = 2.04$)의 순으로 분석되었다. 각 두 집단 간의 평균 비교 분석 결과, 통제 집단은 신체 긍정주의가 반영되지 않은 자극물 노출 집단보다 통계적으로 유의하게 높은 외모 만족도를 보였으며($\text{Mean}_{\text{diff}} = 9.36, \text{SE} = 3.03, p < .01$), 신체 긍정주의가 반영된 자극물 노출 집단과는 유의한 차이가 나타나지 않았다($\text{Mean}_{\text{diff}} = 3.47, \text{SE} = 2.96, p = .24$). 신체 긍정주의가 반영된 자극물 노출 집단은 신체 긍정주의가 반영되지 않은 자극물 노출 집단보다 통계적으로 유의하게 높은 외모 만족도를 보였다($\text{Mean}_{\text{diff}} = 5.89, \text{SE} = 2.82, p < .05$). 과체중/비만 집단에서는 신체 긍정주의 반영 여부에 따른 집단 간 차이가 비교적 유의하였다($F(2, 402) = 2.99, p = .05, \text{partial } \eta^2 = .015$). 신체 긍정주의가 반영된 자극물 노출 집단의 외모 만족도가 가장 높았으며($\text{Mean}_{\text{adj}} = 33.87, \text{SE} = 2.02$), 신체 긍정주의가 반영되지 않은 자극물 노출 집단($\text{Mean}_{\text{adj}} = 30.70, \text{SE} = 2.08$), 통제 집단($\text{Mean}_{\text{adj}} = 26.82, \text{SE} = 2.06$)의 순으로 나타났다. 각 집단 간의 평균 비교 결과, 신체 긍정주의가 반영된 자극물 노출 집단과 통제 집단의 외모 만족도만이 통계적으로 유의한 차이를 보였다($\text{Mean}_{\text{diff}} = 7.05, \text{SE} = 2.89, p < .05$).

5. 결 론

본 연구는 여성의 신체에 대한 미디어의 표현이 여성 수용자의 기분 상태와 외모 만족도에 미치는 영향에 있어 신체 긍정주의 반영 여부, 미디어의 신체 긍정주의 표현 방법, 주관적 신체 사이즈 인식에 따른 차이를 실험을 통해 고찰하였다. 본 연구의 실험은 신체 긍정주의 반영 여부(신체 긍정주의가 반영되지 않은 자극물 vs. 신체 긍정주의가 반영된 자극물 vs. 신체와 관련이 없는 자극물) × 미디어의 신체 긍정주의 표현 방법(여성모델 사진 vs. 여성 신체에 대한 표현 문구) × 주관적 신체 사이즈(저체중/정상체중 vs. 과체중/비만)의 $3 \times 2 \times 2$ 팩토리얼 디자인으로 설계되었다. 분석 결과, 세 독립변수 중 개인의 주관적 신체 사이즈 인식 수준이 여성의 기분 상태와 외모 만족도에 미치는 주효과가 유의한 것으로 나타났으며, 신체 긍정주의 반영 여부와 미디어의 신체 긍정주의 표현 방법의 주효과는 유의하지 않은 것으로 분석되었다. 자신을 저체중/정상체중으로 인식하는 여성들은 스스로를 과체중/비만으로 인식하는 여성들보다 낮은 부정적 기분상태와 높은 외모 만족도를 갖는 것으로 분석되었다. 이는 여성의 기분 상태와 외모 만족도를 형성하는 개인의 주관적 신체 사이즈의 강력한 설명력을 시사한다. 본 연구의 결과와 유사하게, 온라인 쇼핑 사이트 모델의 신체 사이즈와 개인의 신체 사이즈에 따른 여성의 신체 이미

지(내면화, 압박, 기분 상태, 신체 만족도)의 차이를 비교한 Lee and Lee(2018)의 연구에서는 여성 소비자의 기분 상태와 신체 만족도를 결정하는 요인의 영향력은 모델의 신체 사이즈보다 개인의 신체 사이즈가 더 크다고 설명하였다.

독립변수 간의 상호작용효과 분석 결과, 신체 긍정주의 반영 여부와 주관적 신체 사이즈 인식 수준의 상호작용효과의 유의한 영향력이 밝혀졌다. 각각의 주관적 신체 사이즈 인식 수준(저체중/정상체중, 과체중/비만)에서 신체 긍정주의 반영 여부의 단순주효과 검증 결과, 신체 긍정주의 반영 여부에 따른 집단 간 기분 상태와 외모 만족도의 차이는 저체중/정상체중에서 유의하게 다른 것으로 나타났다. 이 결과는 스스로를 저체중/정상체중으로 인식하는 여성이 신체 긍정주의가 반영된 자극물에 노출될 경우에는 신체 긍정주의가 반영되지 않은 자극물에 노출되었을 때보다 긍정적인 신체 이미지(낮은 부정적인 기분 상태와 높은 외모 만족도)를 갖게 될 수 있음을 시사한다. 자신을 과체중/비만으로 인식하는 여성의 경우에는 신체 긍정주의 반영 여부에 따른 기분 상태의 차이가 없는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 신체 긍정주의 반영 여부를 조작한 자극물 이외에 신체 이미지와 관련이 없는 자극물 노출 집단(통제 집단)을 포함하여 실험을 진행하였다. 신체 이미지 관련 실험 연구에서는 신체나 외모 관련 자극물이나 상황에의 노출 자체가 피시험자의 신체 이미지에 영향을 미칠 수 있다고 설명한다(Mills et al., 2018). 이는 지나치게 왜곡된 여성 모델 이미지에의 노출뿐만 아니라, 나와 비슷한 일반인 여성 모델 사진에의 노출도 수용자로 하여금 자신의 외모에 대해 생각하고 타인과 자신을 비교하게 만들 수 있기 때문이다. 본 연구의 결과에서, 저체중/정상체중과 과체중/비만 집단 모두에서 통제 집단과 신체 긍정주의 반영 여부에 따른 각 두 집단 사이의 기분 상태는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 신체 긍정주의가 반영되지 않은 자극물에 노출된 저체중/정상체중 집단 여성의 외모 만족도는 통제 집단보다 유의하게 낮았다. 하지만 신체 긍정주의가 반영된 자극물에 노출된 과체중/비만 여성의 외모 만족도는 통제 집단보다 높은 것으로 분석되었다. Mills et al.(2018)이 지적한 바와 유사하게, 본 연구의 결과에서도 연구 참여자들은 외모관련 자극물에의 단순 노출 상황에서도 외모 만족도에 대한 변화를 나타냈다. 신체 긍정주의 반영 유무와 주관적 신체사이즈의 집단에 따라 외모 만족도에 대한 통제 집단과의 유의한 차이의 방향성이 달라졌으며, 이는 신체 이미지와 관련된 실험 연구에서 통제 집단이 갖는 역할에 대한 의미있는 시사점을 제시한다.

연구 결과를 요약하면, 기분 상태와 외모 만족도에 대한 신체 긍정주의 반영 여부의 주효과는 유의하지 않았지만, 신체 긍정주의 반영 여부와 주관적 신체 사이즈의 상호작용효과가 유의한 것으로 밝혀졌다. 이는 미디어에서 보이는 신체 긍정주의 관련 사진이나 문구가 여성 수용자의 신체 이미지에 미치는 영향력은 수용자 자신의 주관적 신체 사이즈 인식 수준에 따라 달라진다는 것을 의미한다. 이러한 본 연구의 결과는 개인의 신

체 사이즈는 여성의 신체 이미지를 결정하는 직접적 요인임을 밝힌 선행연구와 일치한다(Lee & Lee, 2019b). 본 연구의 결과는 신체 긍정주의 반영 여부는 과체중/비만의 여성 보다 스스로를 저체중/정상체중으로 인식하는 여성의 신체 이미지에 더 큰 영향력을 갖는 것으로 해석될 수 있다. 일반 체형이나 플러스 사이즈 체형의 다양한 신체 사이즈를 가진 모델 사진과 다양성을 받아들이는 태도 문구와의 지속적인 노출은 저체중/정상체중의 여성들의 긍정적인 신체 이미지 확립에 도움을 줄 수 있을 것이다. 하지만 본 연구의 결과는 이러한 신체 긍정주의 표현은 스스로를 과체중/비만이라고 생각하는 여성에게는 큰 영향력을 미치지 않는다는 것을 밝히고 있다. 주관적 신체 사이즈 인식이 과체중/비만인 여성들의 건강한, 긍정적인 신체 이미지 확립을 위해서는 지금과는 다른 방법으로 신체 긍정주의를 표현하는 노력이 필요하겠다.

본 연구는 다양한 학문적 및 실용적 시사점을 갖는다. 현대 사회의 많은 여성들은 자신의 외모에 대해 부정적인 이미지를 가지고 있으며, 외모 불만족 수준이 전반적으로 높은 것으로 조사되고 있다(Kim, 2018). 자신의 외모나 신체에 대한 부정적인 인식은 불안한 심리 상태, 위험한 신체 관리 행동, 낮은 자아 존중감, 낮은 삶의 만족도 등의 다양한 부정적 심리 및 행동 결과로 이어지기 때문에, 개인의 긍정적 신체 이미지의 확립은 사회 구성원들의 건강하고 행복한 삶의 영위를 위해 매우 중요한 요인이 된다(Swami et al., 2018). 있는 그대로의 자신의 몸을 사랑하는 태도를 강조하는 신체 긍정주의 인식은 개인의 긍정적인 신체 이미지 확립에 주요한 요인이 될 수 있기 때문에 이에 대한 사회적, 학술적 관심이 모두 높아지고 있는 상황이다. 다양한 신체 사이즈, 연령, 성 정체성의 모델을 기용하는 패션 업계의 변화도 신체 긍정주의 개념에 포함된다고 볼 수 있다. 따라서 본 연구는 최근 국내 젊은 여성들 사이에서도 빠르게 확산되고 있는 신체 긍정주의 움직임에 집중하여, 신체 긍정주의가 반영된 여성의 신체에 대한 미디어의 표현이 여성의 신체 이미지에 미치는 영향력을 검증하였다는 연구의 시의성을 갖는다.

본 연구는 신체 긍정주의 인식 수준은 개인의 긍정적 신체 이미지의 확립을 촉진시킬 수 있을 것이라는 선행 연구의 결과를 국내 여성을 대상으로 확인하였다. 또한, 개인의 신체 이미지를 결정하는 주요 요인인 주관적 신체 사이즈 인식을 동시에 고려하여 분석한 본 연구의 결과로부터 신체 긍정주의 인식의 확산을 위한 미디어의 표현 방법에 대한 구체적인 제안이 가능하다. 본 연구는 신체 긍정주의에 대한 미디어의 표현은 수용자의 주관적 신체 사이즈 인식에 따라 다르게 받아들여짐을 밝혔으며, 과체중/비만으로 자신을 인식하는 여성들의 신체 긍정주의 인식을 높이기 위한 새로운 표현법이 필요함을 시사한다.

본 연구는 연구 결과의 해석에 있어 고려해야 할 제한점과 그와 관련된 후속 연구의 필요성을 갖는다. 첫째, 본 연구에서 사용된 신체 긍정주의 관련 문구는 여성의 신체에 대한 전반적인 태도를 포함하고 있지만, 여성 모델의 사진 자극물의 경우

에는 여성 신체의 특성 중 신체 사이즈에만 중점을 두고 있다. 신체 긍정주의는 신체 사이즈뿐만 아니라, 나이, 생김새, 키 등의 여러 요인에 있어 다양성을 인정해야 한다는 개념이다. 후속 연구에서는 보다 모델의 다양성 측면을 고려한 자극물의 영향력을 검증할 필요가 있다. 또한 본 연구에 참여한 대부분 응답자의 신체 긍정주의 인지 수준이 낮은 것으로 규명된 바, 현재 우리나라에서의 신체 긍정주의 인식 확산을 위한 연구도 우선시 되어야 할 것이다. 둘째, 미디어의 신체 긍정주의 표현 방법에 대한 보다 심화된 후속 연구가 요구된다. 소셜 미디어를 중심으로 확산된 신체 긍정주의 움직임은 각 소셜 미디어의 특성에 따라, 여성 신체 관련 이미지나 짧은 단어, 태도 문구로 표현된다. 이에 따라 본 연구에서는 신체 관련 이미지와 여성의 신체에 대한 태도 문구의 영향력을 하나의 독립변수로 포함하여 분석하였다. 그러나 연구 결과, 미디어의 신체 긍정주의 표현 방법에 따른 주효과는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 후속연구에서 신체긍정주의에 대한 시각적 이미지와 문구의 보다 심층적인 연구가 필요하며, 두 가지 표현 방법에 대한 독립적인 영향력과 함께 두 요인이 모두 고려된 상황에 대한 연구가 필요할 것이다. 또한, 최근에는 여러 연예인들이 자신의 소셜 미디어를 통해 신체 긍정주의 관련 내용을 전하는 경우가 많아지고 있다. 즉 미디어 전달자 특성의 관점에서, 이미 사회에서 규정하는 아름다움의 기준으로 여겨지는 연예인이 신체 긍정주의를 전하는 것과, 평범하고 다양한 외모의 여성이 신체 긍정주의를 전하는 경우, 수용자 인식 변화의 차이를 고찰하는 후속 연구는 보다 심도 있는 결과를 제시할 수 있을 것이다. 셋째, 본 연구의 결과로부터는 연구 참여자의 자극물 노출 당시의 기분과 외모 만족도에 대한 해석만이 가능하다. 따라서 신체 긍정주의 관련 내용에의 반복적 노출의 효과를 분석하는 종단 연구가 필요하겠으며, 기분 상태와 외모 만족도 이외의 다양한 신체 관련 심리와 행동에 미치는 신체 긍정주의 움직임의 영향력을 고찰하는 후속 연구가 요구된다.

Appendix 1. Stimulus: Vignettes

신체 긍정주의가 반영되지 않은 신체에 대한 태도 문구

“민서는 그녀의 개인적인 삶과 일에서 스스로에게 도전하고 성과를 이루기 위해 항상 노력한다. 하지만 본인이 완벽한 몸매를 가지고 있지 않다고 생각하기 때문에 스스로의 몸에 대해 자신감이 부족하고 자기 자신을 존중하기가 힘들다. 또한 민서는 사회에서 인정하는 여성의 신체와 외모의 기준에 맞추기 위해 스스로의 외모를 바꿔야 한다고 생각한다. 민서는 자신의 신체 사이즈가 부끄럽고 자기 자신이 아름답지 않다고 생각한다.”

신체 긍정주의가 반영된 신체에 대한 태도 문구

“민서는 그녀의 개인적인 삶과 일에서 스스로에게 도전하고 성과를 이루기 위해 항상 노력한다. 민서는 본인이 완벽한 몸매를 가지고 있지 않다는 것을 알지만, 여전히 스스로의 몸에

대해 자신감이 있으며 자기 자신을 존중한다. 또한 민서는 사회에서 인정하는 여성의 신체와 외모의 기준에 맞추기 위해 스스로의 외모를 바꿀 필요는 없다고 생각한다. 민서는 자신의 신체사이즈가 부끄럽지 않으며, 자기 자신이 아름답다고 생각한다.”

References

- Betz, D. E., Sabik, N. J., & Ramsey, L. R. (2019). Ideal comparisons: Body ideals harm women's body image through social comparison. *Body Image, 29*, 100-109. doi:10.1016/j.bodyim.2019.03.004
- Birkeland, R., Thompson, J. K., Herbozo, S., Roehrig, M., Carfi, G., van den Berg, P. (2005). Media exposure, mood, and body image dissatisfaction: an experimental test of person versus product priming. *Body Image, 2*(1), 53-61. doi:10.1016/j.bodyim.2004.11.002
- Caruso, A., & Roberts, S. (2018). Exploring constructions of masculinity on a men's body-positivity blog. *Journal of Sociology, 54*(4), 627-646. doi:10.1177/1440783317740981
- Chang, F. C., Lee, C. M., Chen, P. H., Chiu, C. H., Pan, Y. C., & Huang, T. F. (2013). Association of thin-ideal media exposure, body dissatisfaction and disordered eating behaviors among adolescents in Taiwan. *Eating Behaviors, 14*(3), 382-385. doi:10.1016/j.eatbeh.2013.05.002
- Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, A. (2019a). #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. *New Media & Society*. Advance online publication. doi:10.1177/1461444819826530
- Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T., & Slater, A. (2019b). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on instagram. *Body Image, 29*, 47-57. doi:10.1016/j.bodyim.2019.02.007
- Diedrichs, P. C., & Lee, C. (2010). GI Joe or Average Joe? The impact of average-size and muscular male fashion models on men's and women's body image and advertisement effectiveness. *Body Image, 7*(3), 218-226. doi:10.1016/j.bodyim.2010.03.004
- Frederick, D. A., Sandhu, G., Morse, P. J., & Swami, V. (2016). Correlates of appearance and weight satisfaction in a U.S. National Sample: Personality, attachment style, television viewing, self-esteem, and life satisfaction. *Body Image, 17*, 191-203. doi:10.1016/j.bodyim.2016.04.001
- Grogan, S. (2016). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children* (3rd ed.). London: Routledge.
- Harper, B., & Tiggemann, M. (2008). The effect of thin ideal media images on women's self-objectification, mood, and body image. *Sex Roles, 58*(9-10), 649-657. doi:10.1007/s11199-007-9379-x
- Haynes, A., Kersbergen, I., Sutin, A., Daly, M., & Robinson, E. (2018). A systematic review of the relationship between weight status perceptions and weight loss attempts, strategies, behaviours and outcomes. *Obesity Reviews, 19*(3), 347-363. doi:10.1111/obr.12634
- 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*(4), 325-338. doi:10.1521/jscp.1995.14.4.325
- Jung, J. H. (2006). Media influence: Pre- and postexposure of college women to media images and the effect of mood and body image. *Clothing and Textiles Research Journal, 24*(4), 335-344. doi:10.1177/0887302X06293066
- Kim, S. Y. (2018). Eating disorders, body dissatisfaction, and self-esteem among South Korean women. *Social Behavior and Personality: an international journal, 46*(9), 1537-1546. doi:10.2224/sbp.6801
- Kim, Y. J., Austin, S. B., Subramanian, S. V., & Kawachi, I. (2018). Body weight perception, disordered weight control behaviors, and depressive symptoms among Korean adults: The Korea National Health and Nutrition Examination Survey 2014. *PLoS ONE, 13*(6): e0198841. doi:10.1371/journal.pone.0198841
- Kim, S., & So, W. Y. (2014). Prevalence and sociodemographic trends of weight misperception in Korean adolescents. *BMC Public Health, 14*, 1-9. doi:10.1186/1471-2458-14-452
- Lawler, M., & Nixon, E. (2011). Body dissatisfaction among adolescent boys and girls: The effects of body mass, peer appearance culture and internalization of appearance ideals. *Journal of Youth Adolescence, 40*(1), 59-71. doi:10.1007/s10964-009-9500-2
- Lee, M., & Lee, H. H. (2018). Effects of model's body size in online shopping site on female consumers' body image. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 42*(5), 839-854. doi:10.5850/JKSC.2018.42.5.839
- Lee, M., & Lee, H. H. (2019a). Effects of family, friends, and social media pressures on acceptance of cosmetic surgical procedures via internalization and appearance satisfaction. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 43*(5), 605-618. doi:10.5850/JKSC.2019.43.5.605
- Lee, M., & Lee, H. H. (2019b). Objective versus subjective comparisons of body size against thin media models, media pressures, internalization, and body satisfaction. *The Social Science Journal*. Advance online publication. doi:10.1016/j.soscij.2019.01.004
- Madanat, H. N., Brown, R. B., & Hawks, S. (2007). The impact of body mass index and Western advertising and media on eating style, body image and nutrition transition among Jordanian women. *Public Health Nutrition, 10*(10), 1039-1046. doi:10.1017/S1368980007666713
- Mills, J. S., Musto, S., Williams, L., & Tiggemann, M. (2018). "Selfie" harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image, 27*, 86-92. doi:10.1016/j.bodyim.2018.08.007
- Moreno-Domínguez, S., Servián-Franco, F., Reyes del Paso, G. A., & Cepeda-Benito, A. (2019). Images of thin and plus-size models produce opposite effects on women's body image, body dissatisfaction, and anxiety. *Sex Roles, 80*(9-10), 607-616. doi:10.1007/s11199-018-0951-3
- Papp, I., Urbán, R., Czeglédi, E., Babusa, B., & Túry, F. (2013). Testing the tripartite influence model of body image and eating disturbance among Hungarian adolescents. *Body Image, 10*(2), 232-242. doi:10.1016/j.bodyim.2012.12.006
- Pinkasavage, E., Arigo, D., & Schumacher, L. M. (2015). Social comparison, negative body image, and disordered eating behavior: The moderating role of coping style. *Eating Behaviors, 16*, 72-77. doi:10.1016/j.eatbeh.2014.10.014
- Radwan, H., Hasan, H. A., Ismat, H., Hakim, H., Khalid, H., Al-Fityani, L.,... Ayman, A. (2019). Body mass index perception,

- body image dissatisfaction and their relations with weight-related behaviors among university students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(9), 1541. doi:10.3390/ijerph16091541
- Rojas, K. E., Matthews, N., Raker, C., Clark, M. A., Onstad, M., Stuckey, A., & Gass, J. (2018). Body mass index (BMI), postoperative appearance satisfaction, and sexual function in breast cancer survivorship. *Journal of Cancer Survivorship*, 12(1), 127-133. doi:10.1007/s11764-017-0651-y
- Sastre, A. (2014). Towards a radical body positive: Reading the online “body positive movement”. *Feminist Media Studies*, 14(6), 929-943. doi:10.1080/14680777.2014.883420
- Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2019). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 482-490. doi:10.1037/ppm0000182
- Stewart, S. F., & Ogden, J. (2019). The role of BMI group on the impact of weight bias versus body positivity terminology on behavioral intentions and beliefs: An experimental study. *Frontiers in Psychology*, 1-9, doi:10.3389/fpsyg.2019.00634
- Swami, V., Weis, L., Barron, D., & Furnham, A. (2018). Positive body image is positively associated with hedonic (emotional) and eudaimonic (psychological and social) well-being in British adults. *The Journal of Social Psychology*, 158(5), 541-552. doi:10.1080/00224545.2017.1392278
- Tiggemann, M., & Miller, J. (2010). The internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles*, 63(1-2), 79-90. doi:10.1007/s11199-010-9789-z
- Wilson, Jan M. B., Tripp, D. a., & Boland, F. J. (2005). The relative contributions of subjective and objective measures of body shape and size to body image and disordered eating in women. *Body Image*, 2(3), 233-247. doi:10.1016/j.bodyim.2005.06.001
- Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L., & Augustus-Horvath, C. L. (2010). “But I like my body”: Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body Image*, 7(2), 106-116. doi:10.1016/j.bodyim.2010.01.001

(Received 3 December, 2019; 1st Revised 17 December, 2019;
2nd Revised 17 January, 2020, Accepted 21 February, 2020)