

## SNS 여성 이용자의 신체불만족과 식이장애에 미치는 영향요인에 관한 연구: 대상화이론과 사회비교이론을 중심으로

김다희 · 박민정<sup>†</sup>

이화여자대학교 의류산업학과

### A Study on the Factors Influencing the Body Dissatisfaction and Eating Disorders of Female Social Network Service Users: Focusing on Objectification theory and Social Comparison theory

Dahee Kim and Minjung Park<sup>†</sup>

Dept. of Clothing Industry, Ewha Womans University; Seoul, Korea

**Abstract:** The study investigated the effects of SNS usage on 20s and 30s female SNS users' internalization of thin body, body surveillance, appearance upper comparison, body dissatisfaction and eating disorders based on objectification theory and social comparison theory. The study examined differences on SNS usage and body image variables between high and low groups of SNS envy and self-compassion. Social Network Service (SNS) is used as a contemporary marketing tool for brands and companies. It also influences the body image of female SNS users. The survey used an online survey company for female SNS users in their 20s and 30s to analyze the effect of SNS usage. The results showed that SNS usage significantly impacted the internalization of a thin body, body surveillance and appearance upper comparison. The internalization of thin body also had a significant impact on body surveillance and appearance upper comparison. Appearance upper comparison positively affected body dissatisfaction and eating disorders. Finally, the group with higher SNS envy showed higher SNS usage, internalization of thin body, body surveillance, appearance upper comparison, body dissatisfaction and eating disorders. The group with higher self-compassion showed opposite results. This study provided a theoretical expansion for a SNS and female body image study with objectification theory and social comparison theory. It also suggests positive SNS marketing strategies use for brands. Lastly, this study emphasized the importance of the proper use of SNS to protect the body image of SNS users.

**Key words:** social network service (소셜 네트워크 서비스), objectification theory (대상화이론), social comparison theory (사회비교이론), body dissatisfaction (신체불만족), eating disorders (식이장애)

## 1. 서 론

소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, SNS)는 소셜 미디어(Social Media)의 유형 중 하나로 이용자들 간의 연결을 지원하는 웹 또는 모바일 네트워크 기반의 서비스를 말한다. SNS의 등장은 스마트폰의 보급률 증가와 함께 젊은 세대의 의사소통 수단으로 자리 잡았으며, 현대사회에서는 하나의 문화도구로 역할을 하게 되었다(Lim & Lee, 2019). SNS는 사진, 동영상 등과 같은 다양한 콘텐츠를 통해 자기표현의 욕

구와 인맥형성과 유지 및 인상관리를 위한 수단과 이용자들 간의 새로운 사회적 관계를 형성시키는데 효율적이고 즉각적인 수단으로 주목 받았고, 이러한 이유로 SNS는 전 세계의 온라인 인구 80% 이상이 사용하는 인기 있는 온라인 네트워크 서비스로 성장하여 왔다(Cha & Lee, 2015; Park et al., 2014). SNS는 인상관리와 인맥관리에 중요한 수단으로 이용되기 때문에(Riva et al., 2016), 신체적 매력과 외모가 자기표현의 중심이 되었다(Siibak, 2009). 나아가 현대 사회에서 강력하고 보편적인 문화도구로써 SNS는 이용자에게 새로운 사회적 비교의 기준을 제시하게 되었으며, 이용자의 사고나 태도, 행동에도 영향을 미치고 있다(Lee & Lee, 2017). 현대 사회에서 여성의 신체이미지에 대한 부정적인 인식은 널리 퍼지게 되었고(Strahan et al., 2006), 개인의 신체이미지에 대한 불만족은 신체적, 정신적 건강에도 부정적인 영향을 미칠 수 있기 때문에 현대인들은 신체이미지 문제를 중요하게 다룰 필요가 있다(Lee & Oh, 2004; Xiaojing, 2017). 다수의 학자들에 의하면 이상적인 아름다움은 사회문화적 관점에서 사회화를 통해 학습된다

본 논문은 석사학위 청구 논문의 일부임

<sup>†</sup>Corresponding author; Minjung Park

Tel. +82-2-3277-3081, Fax. +82-2-3277-3079

E-mail: minjungpark@ewha.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.

고 밝혀졌다(Thompson et al., 1999). 신체이미지 문제에 미치는 원인을 이해하기 위한 틀로써 Festinger(1954)의 사회비교이론(Social comparison theory)이 활용되어 왔다. 사회비교이론을 바탕으로 한 신체이미지 연구들은 타인과의 비교를 통해 자신의 신체이미지의 왜곡을 초래하며 이는 이상 식이 행동으로 이어질 수 있다는 것을 보여주었다(Festinger, 1954; Kraak & Story, 2015). 또한 Fredrickson and Roberts(1997)는 대상화이론(Objectification theory)을 제안하며 미디어를 통해 성적대상화 및 자기대상화가 잘못된 식습관의 위험 요인으로 고려되어야 한다고 제안하였다(Fredrickson & Roberts, 1997; McKinley & Hyde, 1996; Moradi & Huang, 2008).

사회비교이론과 대상화이론은 미디어에 대한 노출이 이용자의 신체이미지에 미칠 수 있는 영향력을 연구하기 위해 주로 사용되는 사회심리이론이다(Lee & Lee, 2017). 따라서 본 연구에서는 대상화이론과 사회비교이론을 바탕으로 IT 기술의 발달과 스마트폰 보급률의 증가로 현대인의 삶에 큰 부분을 차지하게 된 SNS가 이용자의 심리적 문제와 신체이미지에 미치는 영향을 실증적으로 규명하고자 한다. SNS와 여성의 신체이미지 문제와 관련하여 다양한 연구들이 지속적으로 진행되고 있지만 혼재된 결과가 보고되고 있다(Rodgers et al., 2015; Meier & Gray, 2014). 또한 대상화이론과 사회비교이론을 통합적으로 활용하여 SNS가 여성에게 미치는 영향을 알아본 국내 연구는 제한적이었다. 또한 SNS 이용자가 SNS 상에서 느끼는 선망과 최근 현대사회에서 삶의 문제를 다루는 방식에 있어서 중요한 개념으로 제안된 자기자비 정도에 따라 이용자의 신체불만족과 식이장애의 집단 간 차이를 확인하고자 한다. 따라서 본 연구는 국내 20, 30대 여성을 대상으로 SNS 이용 정도가 다른 몸매에 대한 내면화, 신체감시를 매개로 하여 신체불만족과 식이장애에 미치는 영향과 이용자 특성에 따른 집단 간 차이를 살펴봄으로써 연구 결과를 통해 학문적, 실무적 시사점과 사회적 함의를 제시하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. SNS (Social Network Service; SNS)

인터넷과 스마트 기기의 사용이 보편화됨에 따라 소비자는 시간과 장소의 제약을 받지 않고 원하는 정보를 쉽고 빠르게 얻을 수 있게 되었다. 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service; SNS)란 웹 2.0기반의 인터넷 애플리케이션을 일컫는 말로, SNS 이용자는 SNS를 통해 이용자-이용자 간의 쌍방향적 관계를 형성하는 과정에서 콘텐츠와 정보를 생산, 공유, 유통 및 이용하게 된다(Nam et al., 2020). 특히 SNS는 공통의 관심사를 가진 이용자들 간의 새로운 관계 형성을 지원하며, 이를 바탕으로 인맥관리, 정보 및 콘텐츠의 공유 등과 같은 활동을 제고하는 서비스이다(Jeon et al., 2020). 이러한 SNS는 이용자 개인을 중심으로 사회적 관계의 네트워크가 이어져 있다는 특성을 가진다(Kang, 2018). 기존 SNS에 관한 연구들은 일

반적으로 신기술의 획기적인 발전에 대한 관심과 기대로 인한 SNS의 긍정적인 측면에 대한 연구가 더 많이 진행되어 왔지만(Min et al., 2015; Lee et al., 2016), 이와 상반되는 SNS의 부정적인 영향의 결과를 보여주는 연구들도 존재한다. 사회비교이론을 바탕으로 SNS의 부정적 영향을 살펴본 Cha and Lee (2015)의 연구에서는 SNS 이용자들이 SNS를 사용하면서 자신보다 나은 위치의 타인과 비교하는 상향비교나 자신과 유사한 위치의 타인과 비교하는 유사비교를 통해 스스로를 평가 할수록 SNS 이용자는 부정적인 정서를 느끼며, 타인을 탐색하는 성향이 높은 사람일수록 부정적인 정서들을 더 느낀다는 결과를 확인한 바 있다.

### 2.2. 대상화이론과 사회비교이론

Fredrickson and Roberts(1997)에 의해 제안된 대상화이론(Objectification theory)은 자기 자신을 타인의 시선을 통해 객관적으로 바라보며 자신의 신체가 타인에 의해 평가되는 것을 설명하는 이론이다(Fredrickson & Roberts, 1997). 대상화이론은 여성의 신체를 성적으로 대상화시키는 문화에서 여성들이 겪게 되는 경험을 이해하는 틀로 제시된 이론으로 대상화이론에 따르면 여성은 관찰자의 관점을 내면화하여 자신의 신체를 관찰자의 관점에서 바라보며, 이러한 여성들은 습관적으로 자신의 신체를 감시하게 되고 이는 곧 여성의 수치심, 불안 등을 증가시키며 내적인 신체이미지에 대한 인식을 약화시키게 된다(Fredrickson & Roberts, 1997). 대상화이론은 여성의 신체를 성적으로 대상화하는 사회문화적 현상이 개인의 내면에서 일종의 과정을 거쳐 내면화되고, 이러한 과정이 어떻게 심리적, 정신적 건강에 부정적인 영향을 미치는지 설명하는 중요한 이론 중 하나이다. 대상화이론은 신체불만족이나 부정적 신체이미지로 이어지는 과정의 일부를 설명한다는 점에서 결과적 현상에만 집중했던 기존의 여성 신체와 관련된 연구들과 차별성을 가지고 있다(Choi, 2016). Fredrickson and Roberts(1997)에 의하면 대상화하는 시선은 직접 마주하는 대면관계에서 발생하기도 하며, 미디어 매체에서 묘사하는 대인관계를 통한 사회문화적 상황으로 인해 발생하기도 한다. 이는 신체이미지에 대한 묘사가 강한 미디어 매체에 의한 노출로 인해 가장 빈번히 발생하며, 최근 인터넷의 발달로 인해 대상화 경험이 온라인을 통해 확장되고 있다(Roh, 2016). SNS에서는 자신의 신체나 외모에 대한 타인의 평가를 즉각적으로 확인할 수 있기 때문에 외적인 모습을 중요하게 받아들이게 되고 이러한 과정을 통해 자신을 대상화하게 된다는 사실은 대상화이론이 충분한 이론적 근거가 될 수 있음을 시사한다. 이러한 자기대상화 경험에 반복적으로 노출되어 타인의 시선을 내면화하게 되면 자신의 걸음을 습관적으로 감시하는 형태의 신체감시(Body surveillance)가 증가하게 되며(Fredrickson & Roberts, 1997), 이러한 자기대상화는 신체감시로 측정이 가능하다고 하다(McKinley & Hyde, 1996). 따라서 본 연구에서는 이러한 선행연구를 바탕으로 대부분의 대상화이론 연구에서 포함하고 있는 신체감시 변

인을 연구에 포함하였다.

사회비교이론은 미국의 사회심리학자인 Festinger(1954)에 의해 제시된 이론으로, 이는 사람들이 집단에 속하려는 경향과 타인과 교류하려는 경향을 이해하는 사회심리학에서 출발한 이론으로, Festinger(1954)에 의하면, 인간은 자신의 생각이나 능력을 평가하고자 하는 근본적인 욕구를 가지고 있으며, 자기 스스로에 대한 평가에 확신이 없을 때 타인과 비교하는 방법으로 자신에 대한 정보를 얻고자 한다. 사회비교이론은 미디어 관련 연구 분야에도 많이 활용되어 왔다. 최근에는 사회비교이론을 바탕으로 SNS의 보편화 속에서 새로운 미디어로서 SNS에서 일어나는 사회비교가 이용자들에게 미치는 영향에 대한 연구들이 진행되고 있다. 페이스북 이용자는 자신의 이상적인 외모나 신체가 강조된 사진을 올리는 경향이 있기에 페이스북과 같은 SNS는 이상적으로 날씬한 몸매와 매력적인 외모의 경쟁장이 되고 있다(Manago et al., 2008). Cha(2015)의 연구에 의하면 SNS에 실시간으로 업로드 되는 정보나 이미지들은 실제보다 과장되고 편집된 측면을 가지고 있음에도 정보에 노출되는 이용자들은 실제보다 확대하여 해석하게 된다. 따라서 SNS를 통해 다른 사람들의 삶을 통해 자연스럽게 비교가 발생하면서 소외감, 불행, 자괴감 등의 상대적인 박탈감의 감정이 유발될 수 있다. 이에 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1. SNS 이용 정도는 마른 몸매에 대한 내면화에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H2. SNS 이용 정도는 신체감시에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H3. SNS 이용 정도는 외모상향비교에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 2.3. 마른 몸매에 대한 내면화

사회문화적 압력은 개인이 속한 특정한 문화 속 사회가 기대하고 수용하는 가치나 표준과 신념, 행동 등을 학습하는 사회화 과정으로 발생하며 개인은 본인이 속한 사회의 규범과 규칙에 따르고자 한다. 사회화 과정 속에서 자신의 정체성을 유지하고 적응하게 된 개인은 집단의 규범과 관습 속에서 타인의 반응에 자신의 의견이나 행동을 동일시 하고자 하는 내면화(Internalization)가 발생하게 된다. 이러한 내면화는 가족, 친구, 동료 그리고 대중매체 등에 의해 발생할 수 있다(Han, 2012; Thompson et al., 1999). 대중매체에 의해 제시되는 이상적인 신체 이미지는 개인의 태도나 신념에 영향을 미치게 되며, 여성들로 하여금 사회에서 이상적으로 강조되는 마른 몸매를 내면화하게 된다. 이는 여성들의 다이어트에 영향을 미치기도 하며 신체불만족과 식이장애에까지 영향을 미칠 수 있다(Thompson & Heinberg, 1999). Sinclair(2006)의 연구에서는 개인이 외모에 대한 사회문화적 기준을 인식하고 내면화할수록 자신의 신체에 대한 관찰과 감시가 많아지며 신체수치심을 느끼게 된다고 하였다. 기존 대중매체를 통한 여성의 내면화에 미쳤던 영향의 이론적 가정은 SNS에도 적용될 수 있다(Lee & Lee, 2019).

내면화는 관찰자의 관점으로 자신의 신체를 제 3자의 시선으로 대상과 같이 바라보는 대상화를 경험하게 하며, 자신의 외모와 신체를 감시, 검열하며 다른 사람의 신체와 비교함으로써 자신의 외모와 신체에 대한 불만족을 증가시키게 된다(Roh, 2016). 이러한 이론적 배경을 바탕으로 설정한 가설은 다음과 같다.

H4. 마른 몸매에 대한 내면화는 외모상향비교에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H5. 마른 몸매에 대한 내면화는 신체감시에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H6. 신체감시는 외모상향비교에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H7. 외모상향비교는 신체불만족에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H8. 외모상향비교는 식이장애에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 2.4. 신체불만족과 식이장애

현대사회에 들어서 외모나 신체적 매력요소가 인기와 개인의 가치를 결정하는 중요 요소 중 하나로 주목 받게 되면서 다른 연령층에 비해 특히 외모에 관심이 많고 사회문화적 압력과 기준에 민감한 젊은 여성들은 사회문화적으로 제시된 이상적인 신체이미지에 부합하지 못하다고 느끼는 경우 자신의 신체이미지를 더욱 부정적으로 평가하고, 성형이나 무리한 체중감량을 시도하기도 한다고 밝혀졌다(Kwon et al., 2018). Shin et al.(2015)의 연구 결과 서울시내 여자 학생을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 여자 학생 10명 중 9명이 자신의 몸매에 만족하지 못하는 것으로 밝혀졌다. 저체중이거나 정상 체중의 여자 대학생도 자신의 몸매에 만족하지 못하는 것으로 드러났다. 저체중이거나 정상 체중의 여자 학생조차 자신의 몸을 뚱뚱하다고 잘못 지각하였고 이러한 자신의 체형에 대한 왜곡된 인식은 무리한 체중 감량, 식이장애 등의 부작용을 가져올 수 있다(Johnson & Wardle, 2005). 식이장애는 젊은 여성들이 경험하는 가장 흔한 질병이며, 치료하기 어려울 뿐만 아니라 정신과 질환 중에서 가장 높은 비율의 치료요구를 나타낸다(Stice, 2001). 식이장애는 극단적인 절식을 보이거나 짧은 시간 내에 많은 양의 음식을 섭취하는 폭식과 강제 배설 등의 섭식 문제가 주요 증상인 장애로, 최근에는 매스미디어의 발달로 마른 몸매를 강조하는 문화적 기준이 큰 영향을 미치면서 문화와 계층에 상관없이 젊은 여성들에게서 광범위하게 나타나고 있다(Lee & Oh, 2004). 선행연구에 의하면 신체불만족이 식이장애를 유발하며 유지시키는 중요한 요인 중 하나이며, 다양한 심리적 문제와 관련이 있다는 연구 결과들이 지속적으로 밝혀졌다. 이러한 이론적 배경을 바탕으로 설정한 가설은 다음과 같다.

H9. 신체불만족은 식이장애에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 2.5. SNS 선망과 자기자비

선망이란 인간이 느끼는 보편적인 감정 중 하나로, 이는 자

신이 소유하고 싶지만 소유하지 못한 것을 타인이 소유하고 있거나 자신이 원하는 가치를 충족한 타인과의 비교를 통해 발생한다. 선망은 종종 질투(Jealousy)와 유사하게 인식되는데 두 개념은 엄연히 다른 개념이라고 봐야 한다. 질투는 타인으로 인해 자신이 소유하고 있는 것을 잃을 것만 같은 두려움으로 발생하는 감정으로 선망과 다르다(Neu, 1980). 대학생을 대상으로 SNS 상에서의 선망을 연구한 Krasnova et al.(2013)의 연구에선 페이스북 사용이 선망의 감정을 일으켰고, 이러한 페이스북 상에서의 선망은 삶의 만족도를 떨어뜨리는 것으로 나타났다. 또한 Yun and Lee (2017)는 심층 면접을 통해 인스타그램 이용에 대한 비판적 연구를 진행하였다. 연구결과, 인스타그램에서의 활동은 타인에게 자신의 외적인 부분과 과시적인 모습을 보여주는 것에 초점이 맞춰져 있기 때문에 비일상적인 이미지를 사용하여 자신의 정체성을 형성하고 표현하는 경향이 강하게 나타났으며, 이러한 '보여주기' 문화는 다수의 사람들이 선망하는 특정한 라이프 스타일을 반영하는 인스타그램에서 확대되어 재상산 되고 있는 것으로 나타났다. 또한 여성 이용자들은 인스타그램을 통해 재현된 여성상을 이상적인 여성상으로 선망하며 자신을 검열하고 되돌아보며 그 기준에 맞춰 살고자 하는 경향을 보였다. 또한 소셜 미디어에서의 선망과 사회비교에 관한 연구를 진행한 Latif et al.(2020)는 SNS 이용자의 사회비교와 유해한 선망과 무해한 선망과 정(+)의 관계에 있다는 것을 밝힌 바 있다. 이러한 이론적 배경을 바탕으로 설정한 본 연구의 가설은 다음과 같다.

H10. SNS 선망 정도가 높을수록 SNS 이용 정도, 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 신체불만족, 식이장애가 높게 나타날 것이다.

자비(Compassion)란 다른 사람의 고통을 공감하고 이해하며 타인의 고통을 아는 것이다. 또한 잘못되거나 실패한 행동도 비난하지 않는 마음을 말하며, 이러한 자비의 대상에는 타인뿐만 아니라 자기 자신도 포함된다(Neff, 2003). 자기자비는 개인의 정서, 감정과 연결되고, 자신의 안녕과 심리적 웰빙을 살피는 능력이며, 자신의 원치 않는 모습과 결점까지 포함한 다양한 모습을 수용하고 인정하는 것이라고 하였다. 자기자비와 신체이미지의 불만족의 간의 관계에 대한 기존 연구들에 의하면 자기자비 성향이 높은 여성일수록 자신의 신체이미지를 긍정적으로 받아들이고, 외모나 신체에 결점이 있다는 생각자체를 받아들이며, 자신의 신체에 호의적인 태도를 취한다고 밝혀졌다(Kelly et al., 2014; Wasylikiw et al., 2012). 자기자비는 행복, 낙관성과 긍정적인 감정 등과 같은 건강의 지표에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(Neff et al., 2007). 또한 자기자비의 구성요소 중 하나인 마음챙김(Mindfulness)과 스마트폰을 통한 강박적 소셜미디어 이용과의 관계를 살펴본 Apaolaza et al. (2019)의 연구 결과, 마음챙김과 강박적 소셜미디어 사용은 부(-)적의 관계를 나타냈다. 이러한 연구를 통해 자기자비와 SNS

의 이용 정도의 부(-)적의 관계를 유추해 볼 수 있을 것이다. 이러한 이론적 배경을 바탕으로 설정한 본 연구의 가설은 다음과 같다.

H11. 자기자비 성향이 높을수록 SNS 이용 정도, 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 신체불만족, 식이장애가 낮게 나타날 것이다.

### 3. 연구방법

#### 3.1. 연구방법, 측정도구 및 분석방법

본 연구는 SNS 이용 정도와 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 외모상향비교와 신체불만족과 식이장애에 미치는 영향을 실증적으로 규명하기 위해 온라인 설문조사를 실시하였다. SNS 이용 정도 문항은 Ellison et al.(2007)의 척도에서 총 6문항, 마른 몸매에 대한 내면화는 외모에 대한 사회문화 태도 측정 척도(Sociocultural Attitudes Towards Appearance Scale-3: SATAQ-3, Thompson et al., 2004)에서 이상적으로 마른 신체의 내면화를 측정하는 하위척도를 활용한 Kim(2015)의 척도 총 8문항, 신체감시는 McKinley and Hyde(1996)가 개발하고 대상화 된 신체의식 척도(Objectified Body Consciousness)를 Gim et al.(2007)가 번안하고 타당화한 한국판 객체화 의식척도(Korean Objectified Body Consciousness Scale: K-OBECS) 척도의 하위요인인 신체감시 총 8문항, 외모상향비교는 Lee and Kim(2019)의 척도 총 5문항을 사용하여 측정하였다. 신체불만족은 Kim(2015)과 Oh(2017)의 척도를 활용하여 총 9문항으로 구성하였고, 식이장애는 Kliem et al.(2016)의 척도 총 5문항으로 측정하였다. SNS 선망은 Tandoc et al.(2015)의 척도 총 8문항, 자기자비는 Raes et al.(2011)의 척도 총 9개의 문항으로 구성하였으며, 연구에 활용된 모든 척도는 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 보완하여 측정하였다. 각 문항은 모두 단일 문항으로 7점 리커트(1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다) 척도로 측정하였다. 본 연구의 가설 검증을 위해 SPSS 25.0을 활용 빈도분석, 신뢰도 분석, 탐색적 요인분석, 상관관계 분석 및 독립표본 t-test를 실시하였다. 또한 AMOS 23.0을 활용하여 확인적 요인분석, 구조방정식모형 분석 및 잠재평균분석을 실시하였다. 잠재평균분석은 집단 간 차이를 t-test와 분산분석(ANOVA)으로 비교하는 전통적인 통계적 방법에 비해 더 정확한 검증을 제공한다(Cho et al., 2012). 기존의 통계적 방법들은 측정 오차를 고려하지 않는다는 근본적인 한계를 가지고 있어, 측정변인에 의존한 잘못된 결과를 도출할 수 있다. 잠재평균분석은 구조방정식모형에 의해 잠재변수들의 측정오차를 통제하여 집단 차이를 검증하기 때문에 더 정확한 결과를 제시할 수 있다(Yang & Cho, 2015).

#### 3.2. 자료수집 및 표본특성

본 연구의 대상은 20, 30대 여성 SNS 이용자로 선정하였다.

SNS 이용 경험은 전자기기 사용 능숙도와 관련이 있기 때문에 일반적으로 20, 30대의 청년층이 사용하는 경우가 많으며, 국내 SNS 사용자 분석에 의하면 20대와 30대의 연령대가 전체 인구 중 가장 높은 비율로 SNS를 이용하고 있다는 결과가 나타났다(Boyd & Ellison, 2007; KISA, 2020). 본 연구에서는 SNS 사이트 혹은 마이크로 블로깅 서비스 등을 연구의 기반으로 하며 국내에서 대중적으로 이용되는 SNS인 페이스북, 트위터, 인스타그램, 네이버밴드, 카카오톡, 스냅챗 등을 본 연구의 SNS의 범주에 포함하였다(KISA, 2020; Park, 2019). 또한 식이장애는 남성들보다 여성들에게 10배 정도 더 많이 나타나며(Son, 2008), 신체불만족 또한 여성들에게 더 많이 나타나는 현상이기 때문에(Stice, 1994) 본 연구의 대상자는 20, 30대 여성 SNS 이용자로 선정하였다. 본 연구는 리서치 전문 업체를 통해 온라인 설문조사를 실시하였고 응답을 수집하였다. 설문 시작 전 본 연구의 목적을 충분히 설명한 후, 설문 참여를 희망하는 대상자에 한하여 설문이 진행되었고, 총 425부의 응답을 수집하였으며 이 중 설문에 불성실한 응답 28부를 제외한 397부의 응답을 최종분석에 사용하였다.

## 4. 결과 및 논의

### 4.1. 인구통계학적 특성

응답자의 연령대는 20대 204명(51.4%), 30대 193명(48.6%)로 20대와 30대의 비율이 적절히 분포되었다. 거주 지역은 서울이 144명(36.3%)으로 가장 많았으며, 경기 109명(27.5%), 부산 21명(5.3%), 인천 19명(4.8%), 대구 19명(4.8%), 경상남도 13명(3.3%), 경상북도 10명(2.5%), 전라북도 9명(2.3%), 전라남도 8명(2%), 충청북도 8명(2%), 충청남도 5명(1.3%), 강원도 5명(1.3%), 광주 4명(1%), 울산 4명(1%), 세종 4명(1%), 제주도 3명(0.8%)으로 나타났다. 최종 학력의 경우 대학 재학/졸업이 273명(68.8%)로 가장 많았으며, 직업은 회사원이 222명(55.9%)로 가장 많이 나타났다.

### 4.2. SNS 사용 현황

응답자들의 SNS 이용 현황에 대해 알아본 결과, 최근 1개월 이내 이용 중인 SNS에는 인스타그램이 357명(89.9%)으로 가장 많았고, SNS 이용 시 주로 보거나 얻는 정보는 라이프 스타일(일상)이 176명(44.3%)로 가장 많았으며, 패션 및 스타일이 53명(13.4%)으로 다음을 이었다. 응답자의 SNS 상 친구 수는 51명 이상-100명 이하 81명(20.4%)이 가장 높은 비율로 나타났다. 일일 SNS 이용 시간은 30분 이상-1시간 미만인 106명(26.7%)이 가장 높게 나타났다.

### 4.3. 신뢰도 및 타당성 분석

본 연구에서 제시된 주요 변수들의 타당도 검증을 위해 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석은 SPSS 25.0을 활용한 주성분 요인분석을 위하여 베리맥

스(Varimax) 회전 방법을 사용하였으며, 요인적재값 .40 이상을 기준으로 기준치보다 낮은 항목과 일관성을 저해하는 항목을 제거하였다. 삭제된 문항들을 제외하고 모든 측정 항목의 요인적재값이 .60 이상의 수치를 나타내 타당성을 확보하였고, 측정항목 간의 내적 일관성을 높여주고자 신뢰도 검증을 실시한 결과 모든 항목의 신뢰도 계수(Cronbach's  $\alpha$ )가 .80 이상으로 나타나 높은 신뢰성을 확보하였다. 다음으로 본 연구는 측정항목들의 수렴 타당도를 검증하고자 AMOS 23.0을 활용하여 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였다. 측정모형의 적합도 지수(Fit index)의 향상을 위해 표준화 계수와 수정지수(Modification Indices)에 따라 타당도를 저해하는 항목을 제거하였고, 최종 모형에 대한 측정모형의 적합도 지수는 NFI .94, TLI .95, CFI .96, GFI .90, AGFI .86, IFI .96로 나타났다, 절대 적합도 지수인 RMSEA는 .06로 도출되어 모형 적합도가 검증 기준에 부합할 수 있는 수준으로 나타났다. 잠재변수의 요인적재량, C.R.값과  $p$ 값( $p$ -value)은 모두 유의하게 나타났다,  $\chi^2(175)$ 는 452.92( $p < .001$ )로 나타났다. 모든 측정항목의 표준화계수는 대부분 .80 이상으로 나타났다. 또한 판별타당성을 검증하기 위해 잠재변수들 간의 상관관계와 평균분산추출값(Average Variance Extracted; AVE)을 산출하여 확인하였다. 판별타당성은 AVE 값이 두 변수간의 상관계수의 제곱보다 높은 것을 통해 판단한다. 본 연구에서 사용된 모든 측정항목의 AVE값, 상관계수 값, 상관계수제곱 값을 도출 한 결과 판별타당성이 선행연구에 제시된 기준에 부합하는 것을 확인하였다. 자세한 측정도구와 CFA 결과는 Table 1과 같다.

### 4.4. 측정모형의 동일성 가정 검증

본 연구에서는 SNS 선망과 자기자비가 높은 집단과 낮은 집단 간의 SNS 이용 정도, 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 외모상행비교, 신체불만족과 식이장애의 차이를 검증하기 위해 측정모형의 동일성 검정을 실시하였다. 전체 표본을 중위수 분리법(Median Split Method)을 활용해 SNS 선망 고집단과 저집단으로 구분하여 측정 하였다. 응답자의 SNS 선망에 대한 문항의 중위수인 3.44를 기준으로 기준 값보다 높으면 SNS 선망 고집단으로 나누었고, 기준 값 보다 낮으면 SNS 선망 저집단으로 나누어 분석을 실시하였다. 그 후, 집단 간 평균 차이를 확인하기 위해 집단 간 확인적 요인분석 모형 간의 형태동일성(Configural Invariance), 측정동일성(Metric Invariance), 절편동일성(Scalar Invariance) 검정을 실시하였다. 형태동일성 모델(M1)의  $\chi^2$ 은 648.17,  $df$ 가 350이며, 완전측정동일성 모델(M2)의 경우  $\chi^2$ 은 671.75,  $df$ 는 366으로 나타났다. 두 모델 간의  $\chi^2$ 차이 검정 결과,  $\chi^2$ 차이는 23.58이며,  $df$ 의 차이는 16 ( $p = .09$ )으로 나타나 M2가 채택되었다. 이어 완전절편동일성(M3) 분석을 하고자 완전측정동일성 & 완전절편동일성 모델(M3)과 완전측정동일성 모델(M2)의  $\chi^2$  검정 결과,  $\chi^2$ 차이 값은 53.04,  $df$  차이 값은 16( $p = .00$ )으로 나타나 완전측정동일성 & 완전절편동일성 모델(M3)이 채택되지 않아 다음 단계인 완전측정동

**Table 1.** Results from CFA of the finalized measurement model

Construct	Items	Standardized			
		Factor loading	C.R.	AVE	Cronbach's $\alpha$
SNS usage	SNS is one of my daily activities.	.63*	.959		
	SNS became my daily life.	.68*	12.70	.57	.86
	I feel like a member of the SNSI use.	.92*	16.35		
Internalization of thin body	I wish I had a body like a TV talent.	.93*	23.77		
	I wish I had a body like a movie star.	.93*	23.87	.83	.96
	I wish I had a body like the main character of a music video.	.91*	22.83		
	I wish I had a body like a model in a magazine.	.87*	21.30		
Body surveillance	I think about 'how I look' several times a day.	.80*	17.68		
	I often care if the clothes I'm wearing are making my look stand out.	.87*	20.26	.74	.91
	I care how my appearance looks to others.	.88*	20.62		
	My body is more interested in how my body looks like than what I can do.	.89*	20.20		
Appearance upper comparison	I envy people's appearance and body in SNS.	.82*	19.32		
	I want to have the slim figure of people on SNS.	.86*	20.63	.67	.88
	When I compare the body of another person in SNS, my body doesn't seem to be attractive.	.81*	18.32		
	When I see an advertisement with a thin person on SNS, I want to be thin too.	.78*	18.36		
Body dissatisfaction	I think my waist is too thick.	.76*	16.91		
	I think my forearms are too thick.	.76*	15.49	.61	.88
	I don't feel content with my body that I see now to others.	.81*	17.94		
	I am dissatisfied with my present weight.	.78*	16.74		
Eating disorders	I avoid food.	.71*	15.07		
	I'm too obsessed with food.	.80*	17.92	.64	.85
	I feel guilty when I eat.	.88*	20.69		

\* $p < .001$ 

일성 & 부분절편동일성 모델(M4) 분석을 진행하였다. 완전측정동일성 & 부분절편동일성 모델(M4)과 완전측정동일성 모델(M2)의  $\chi^2$  검정 결과,  $\chi^2$ 차이 값은 11.73,  $df$  차이 값은 11( $p = .38$ )로 나타나 SNS 선망 고집단과 저 집단의 모형 간의 부분절편동일성이 검증 되었으므로 최종적으로 완전측정동일성 & 부분절편동일성 모델(M4)이 채택되어 측정 동일성이 확인되었다. 다음은 자기자비의 중위수인 3.88을 기준으로 기준으로 두 그룹으로 구분하였고, 그 후 집단 간 평균 차이를 확인하기 위해 집단 간 확인적 요인분석 모형 간의 형태동일성, 측정동일성, 절편동일성 검정을 실시하였다. 형태동일성 모델(M5)의  $\chi^2$ 은 676.3,  $df$ 가 350이며, 완전측정동일성 모델(M6)의 경우  $\chi^2$ 은 695.26,  $df$ 는 366이었다. 두 모델 간의  $\chi^2$  검정 결과,  $\chi^2$ 차이는 18.95이며,  $df$ 의 차이는 16( $p = .27$ )으로 나타나 M6가 채택되었다. 이어 완전절편동일성(M7) 분석을 실행하고자 완전측정동일성 & 완전절편동일성 모델(M7)과 완전측정동일성 모델(M6)의  $\chi^2$ 검증을 실시한 결과  $\chi^2$ 차이 값은 38.23,  $df$  차이 값은 16( $p = .001$ )로 나타나 완전측정동일성 & 완전절편동일성 모델(M7)이 채택되지 않아 완전측정동일성 & 부분절편동일성 모델(M8) 분석을 진행하였다. 완전측정동일성 & 부분절편동일성 모

델(M8)과 완전측정동일성 모델(M6)의  $\chi^2$  검정 결과,  $\chi^2$ 차이 값은 7.92,  $df$  차이 값은 10( $p = .63$ )으로 나타나 자기자비가 높은 집단과 낮은 집단 모형 간의 부분절편동일성이 검증 되어 최종적으로 완전측정동일성 & 부분절편동일성 모델(M8)이 채택되어 측정 동일성이 확인되었다. 자세한 검증 결과는 Table 2, 3과 같다.

#### 4.5. 가설검증 결과

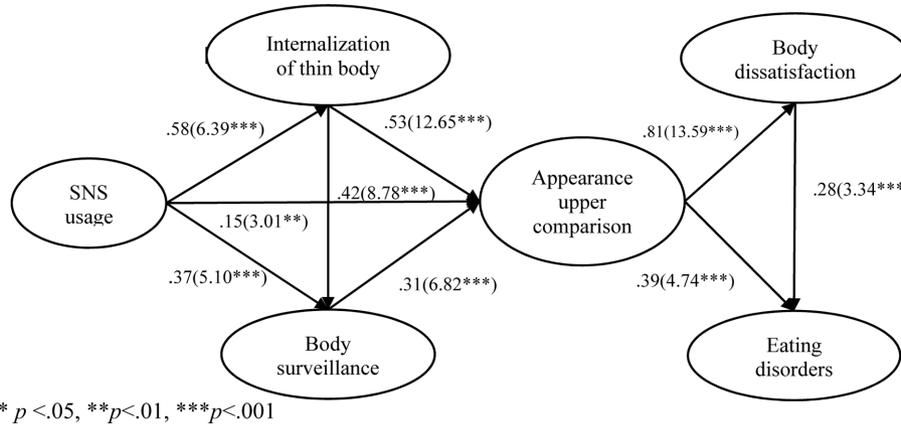
본 연구에서 설정한 연구 가설 검증을 위해 구조방정식 모형(Structural Equation Modeling) 검정을 실시하였다. 구조방정식 모형의 적합도를 판단하기 위해 모형적합도 지수를 확인하였고, 그 결과 NFI .94, TLI .95, CFI .96, RMSEA는 .06로 나타났으며 이는 가설 검증에 적합한 수준으로 판단되었다(Lee & Im, 2011). 최종 측정모델의 가설검증 결과는 Fig. 1과 같다. SNS 이용 정도가 마른 몸매에 대한 내면화에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 가설 1 검증 결과, SNS 이용 정도( $\beta = .42$ , C.R. = 6.39,  $p < .001$ )는 마른 몸매에 대한 내면화에 유의한 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. SNS 이용 정도가 신체 감시에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 가설 2 검증 결과, SNS

**Table 2.** Fit indices for invariance tests for the SNS envy group comparisons

Model	TLI	CFI	RMSEA	$\chi^2$ (df)	Invariance test	$\chi^2$ dff. (df dff.)	p
M1	.94	.95	.046	648.17 (350)			
M2	.94	.95	.045	671.75 (366)	M1 vs. M2	23.58 (16)	.09
M3	.94	.95	.047	724.8 (382)	M2 vs. M3	53.04 (16)	0
M4	.94	.95	.045	683.48 (377)	M2 vs. M4	11.73 (11)	.38

**Table 3.** Fit indices for invariance tests for the self-compassion group comparisons

Model	TLI	CFI	RMSEA	$\chi^2$ (df)	Invariance test	$\chi^2$ dff. (df dff.)	p
M5	.94	.95	.048	676.3 (350)			
M6	.94	.95	.047	695.26 (366)	M5 vs. M6	18.95 (16)	.270
M7	.94	.95	.048	733.49 (382)	M6 vs. M7	38.23 (16)	.001
M8	.94	.95	.046	703.18 (376)	M6 vs. M8	7.92 (10)	.630



**Fig. 1.** The results of hypothesis testing.

이용 정도( $\beta = .30, C.R. = 5.10, p < .001$ )는 신체감시에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. SNS 이용 정도가 외모상향비교에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 3의 검증 결과 SNS이용 정도( $\beta = .11, C.R. = 3.01, p < .01$ )는 외모상향비교에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1, 가설 2와 가설 3은 채택되었다. 마른 몸매에 대한 내면화가 외모상향비교에 미치는 정(+)의 영향에 대한 가설 4 검증 결과, 마른 몸매에 대한 내면화( $\beta = .57, C.R. = 12.65, p < .001$ )는 외모상향비교에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 마찬가지로 마른 몸매에 대한 내면화가 신체감시에 미치는 정(+)의 영향에 대한 가설 5의 검증 결과, 마른 몸매에 대한 내면화

( $\beta = .47, C.R. = 8.78, p < .001$ )는 신체감시에 유의한 정(+)의 영향을 미쳐 가설 4와 5가 채택되었다. 신체감시가 외모상향비교에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 6 검증 결과, 신체감시( $\beta = .30, C.R. = 6.82, p < .001$ )는 외모상향비교에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 6이 채택되었다. 외모상향비교가 신체불만족과 식이장애에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 7과 가설 8의 검증 결과, 외모상향비교( $\beta = .81, C.R. = 13.59, p < .001$ )는 신체불만족에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고, 마찬가지로 외모상향비교( $\beta = .45, C.R. = 4.74, p < .001$ )는 식이장애에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인해 가설 7과 가설 8이 채택되었다. 마지막으로 신체불만족( $\beta = .32,$

Table 4. Results from latent means analysis

Construct	SNS envy				Self-compassion			
	Means		C.R.	<i>d</i>	Means		C.R.	<i>d</i>
	Low	High			Low	High		
SNS usage	0	.67	5.44*	.72	0	-.30	-2.72*	.35
Internalization of thin body	0	.96	7.04*	.89	0	-.66	-4.64*	.39
Body surveillance	0	.93	7.24*	.79	0	-.83	-6.32*	.66
Appearance upper comparison	0	1.3	10.35*	1.13	0	-.68	-5.01*	.68
Body dissatisfaction	0	1.17	7.68*	.93	0	-.60	-3.98*	.55
Eating disorders	0	1.10	8.35*	.87	0	-.59	-4.37*	.43

\* $p < .001$ 

C.R. = 3.34,  $p < .001$ )은 식이장애에 유의한 정(+)의 영향을 보여 가설 9 또한 채택되었다.

다음으로 SNS 이용 정도가 신체불만족과 식이장애에 미치는 효과의 유의성을 살펴본 결과, SNS 이용 정도에서 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시 그리고 외모상향을 매개로 하여 간접효과( $B = .29$ ,  $p < .001$ )의 유의성을 확인하였다. 또한 SNS 이용 정도는 식이장애에 따른 몸매에 대한 내면화, 신체감시와 외모상향을 매개로 하여 간접효과( $B = .21$ ,  $p < .001$ )의 유의성을 가지는 것을 확인하였다.

SNS 선망과 자기자비 성향의 높고 낮음에 따라 SNS 이용 정도, 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 외모상향비교와 신체불만족과 식이장애에서 집단 간 차이를 확인하기 위한 가설 검증을 위해 본 연구에서는 잠재평균분석(Latent Means Analysis)을 실시하였다. 잠재평균분석을 위해 Full metric invariance & Partial scalar invariance(M4 & M8)를 활용하여 잠재평균분석을 실시하였고, SNS 선망 저집단의 SNS 이용 정도, 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 외모상향비교, 신체불만족, 식이장애의 평균을 0으로 설정하고 고집단의 평균값을 측정하여 비교하였다. 그 결과, SNS 이용 정도( $M_{high} = .67$ ), 마른 몸매에 대한 내면화( $M_{high} = .96$ ), 신체감시( $M_{high} = .93$ ), 외모상향비교( $M_{high} = 1.30$ ), 신체불만족( $M_{high} = 1.17$ ), 식이장애( $M_{high} = 1.10$ )는 SNS 선망 고집단에서 낮은 집단보다 평균값이 높게 나타나 집단 간 유의한 차이가 있다는 것을 확인 하였다. 다음은 마찬가지로 자기자비 저집단의 SNS 이용 정도, 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 외모상향비교, 신체불만족, 식이장애의 평균을 0으로 설정하고 두 집단간의 평균값을 측정하여 비교한 결과, SNS 이용 정도( $M_{high} = -.30$ ), 마른 몸매에 대한 내면화( $M_{high} = -.66$ ), 신체감시( $M_{high} = -.83$ ), 외모상향비교( $M_{high} = -.68$ ), 신체불만족( $M_{high} = -.60$ ), 식이장애( $M_{high} = -.59$ )는 자기자비 고집단에서 더 낮게 나타나 집단 간 유의한 차이를 검증하였다. 잠재평균분석은 Cohen's *d* 값을 통해 효과크기를 확인하였다. Cohen(1988)에 따르면 *d*값이 .2 이하이면 작은 것으로, .5 이상이면 중간 수준으로, .8 이상이면 큰 것으로 해석하였다. 이러한 결과는 SNS 선망이 높은 이용자가 그렇지 않은 이용자에 비해 SNS 이용 정도, 마른 몸매에 대한 내면화와 신체감시,

외모상향비교와 신체불만족과 식이장애가 더 높게 나타난다는 것을 보여준다. 반면 자기자비가 높은 SNS 이용자는 그렇지 않은 이용자에 비해 더 낮은 SNS 이용 정도, 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 외모상향비교, 신체불만족과 식이장애를 나타냈다. 집단간 잠재평균분석 결과는 Table 4와 같다. 따라서 가설 10과 가설 11은 채택되었다.

## 5. 결 론

본 연구는 선행연구들과 대상화이론 그리고 사회비교이론을 바탕으로 20, 30대 여성의 SNS 이용이 마른 몸매에 대한 내면화와 신체감시와 외모상향비교를 매개로 하여 신체불만족과 식이장애에 미치는 영향을 구조방정식 모델을 통해 실증적으로 알아보고자 하였으며, 여성의 SNS 이용과 신체이미지에 대한 SNS 선망과 자기자비의 정도에 따른 집단 간 차이를 확인함으로써 SNS와 신체이미지의 관계에 대한 이론적 문헌을 확장하고자 하였고, 여성의 건강한 신체이미지 확립을 위해 올바른 SNS 이용의 중요성을 확인하고자 하였다. 이를 위해 20, 30대 여성 SNS 이용자를 대상으로 온라인 설문조사를 실시하여 실증적 분석하였다. 연구결과에 대한 구체적 결과와 논의는 다음과 같다. 첫째, SNS 이용 정도가 마른 몸매에 대한 내면화와 신체감시, 외모상향비교에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하였다. 이러한 결과는 Fredrickson and Roberts(1997)가 제안한 대상화이론과 Festinger(1954)가 제안한 사회비교이론을 큰 틀로 이해할 수 있다. 즉 여성의 신체나 외모를 집중적으로 제시하는 매체에 노출 되는 것은 이상적인 사회문화적 아름다움을 내면화하게 하고, 이를 기준으로 여성은 사회비교를 경험한다는 것을 지지한다. 즉 프로필 기반 SNS의 이용이 높을수록 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 외모상향비교에 유의미한 영향을 미친다는 결과는 SNS 이용이 여성의 대상화의 매체로서 SNS가 기존 전통적 매스미디어와 유사한 영향력이 있음을 시사한다. SNS에서는 사회문화적으로 이상적인 몸매에 맞게 자신의 사진을 쉽고 편리하게 편집할 수 있게 되었으며, 다수의 SNS 이용자들은 '잘 나온' 사진을 신중히 고르고 편집하여 업로드 하는 경향이 높다. 따라서 그러한 이미지에 노

출 되면 여성들은 본인이 의도하지 않아도 지속적으로 이상적인 마른 몸매와 자신을 비교할 수 있다. 이러한 연구결과는 페이스북 이용과 여자 대학생의 신체이미지 관련 연구를 진행한 Kim(2015)의 연구에서 페이스북에서 사진에 지속적으로 노출될 때 외모 상황비교가 발생하며 이는 페이스북과 같은 SNS가 새로운 외모상황비교의 공간이 될 수 있음을 시사한 연구결과를 뒷받침한다. 둘째, 마른 몸매에 대한 내면화는 외모상황비교와 신체감시에 정(+ )의 영향을 미친다는 사실을 검증하였다. 이는 Rodgers et al.(2015)가 진행한 미디어에 의한 내면화, 사회비교, 신체불만족에 대한 연구결과인, 미디어의 이상적인 내면화는 외모비교를 예측한다는 사실을 뒷받침한다. 이러한 본 연구결과는 대상화이론이 제안한 것과 같이 여성이 미디어에 의한 사회문화적 내면화를 통해 자신의 신체를 타인의 시선으로 감시하게 되며, 이는 SNS에도 적용되는 것으로 이해할 수 있다. 셋째, 신체감시는 외모상황비교에 정(+ )의 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증함으로써 Linder et al.(2012)가 대상화이론과 사회비교이론을 바탕으로 신체감시를 포함하는 자기대상화와 사회비교간의 상관관계를 밝힌 연구결과를 지지하였다. 넷째, 외모상황비교는 신체불만족과 식이장애에 정(+ )의 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하였다. 비현실적으로 날씬한 이미지 광고가 소비자의 신체이미지에 미치는 영향을 알아본 Hong and Lee(2005)의 연구결과, 날씬한 신체이미지에 제시된 집단은 그렇지 않은 집단보다 더 높은 상황비교를 경험했고, 이어 신체불만족을 경험했다고 나타난 선행연구를 지지하며, 또한 외모상황비교가 식이장애에 정(+ )의 영향을 미친다는 결과는 신체비교는 신체불만족에 직접효과를 보였다는 Son(2008)의 연구결과를 지지한다. 다섯째, 신체불만족은 식이장애에 정(+ )의 영향을 미친다는 가설을 검증하여 다수의 선행연구들의 결과와 마찬가지로 신체불만족이 식이장애의 선행요인임을 지지한다 (Polivy & Herman, 2002; Stice & Shaw, 2002). 여섯째, SNS 이용 정도가 신체불만족과 식이장애에 미치는 매개효과를 검증하여, SNS 이용 정도에서 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시와 외모상황비교를 매개로 하여 신체불만족과 식이장애로 이어지는 간접효과의 유의성을 확인하였다. 이는 중국계 싱가포르인들을 대상으로 인스타그램 사용이 식이장애에 미치는 영향을 알아본 Teo and Collinson(2019)의 연구에서 외모비교는 인스타그램과 식이장애를 매개하는 것으로 나타났으며, 본 연구는 이를 지지한다. 즉 이상적이고 화려한 이미지에 노출되는 SNS 이용은 이용자들에게 마른 몸매에 대한 내면화와 신체감시를 경험하게 하며, 이를 통해 자신의 외모를 자신보다 우월하다고 생각하는 이미지와 비교하게 되어 결과적으로 자신의 신체에 대한 불만족과 식이장애에 영향을 미친다. 마지막으로 이용자의 SNS 선행과 자기자비 성향에 따라 집단 간 차이가 있는지 검증하고자 하였고, 연구 결과 SNS 선행 정도가 높은 이용자는 낮은 이용자에 비해 더 높은 SNS 이용 정도, 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 외모상황비교와 신체불만족 그리고 식이장애를 나타내는 것으로 나타났다. 이는 화려하고 부러운 것

들이 주를 이루는 SNS 상에서 자신이 가지지 못한 것에 대해 느끼는 선망이 높은 SNS 이용자일수록 부정적인 정서인 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 외모상황비교와 신체불만족 그리고 식이장애를 더 경험한다고 해석할 수 있다. 이는 SNS 상에서 타인의 정보를 소비하면서 발생할 수 있는 선망이 이용자에게 부정적인 영향을 미칠 수 있음을 시사한다. 다음으로 자기자비 성향이 높은 SNS 이용자일수록 낮은 이용자에 비해 SNS 이용 정도, 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 외모상황비교와 신체불만족, 식이장애를 더 낮게 경험하는 것으로 나타났다. 이는 자신을 있는 그대로 이해하고 수용하는 자기자비 성향이 높은 SNS 이용자는 자신의 신체이미지를 긍정적으로 받아들이고, 결점이 있다는 사실 자체를 수용하여 SNS 이용 시 발생할 수 있는 부정적인 정서들을 적게 경험할 수 있음을 시사한다. 이는 Kwon et al. (2018)의 연구에서 자기자비 증진 프로그램을 실시한 참여자들의 신체불만족과 신체수치심이 줄어들었다는 사실을 지지하며, SNS 상에서도 개인의 자기자비 성향에 따른 부정적인 신체이미지를 완화하는 효과를 기대할 수 있음을 보여준다.

본 연구결과는 대상화이론과 사회비교이론을 바탕으로 여성의 SNS 이용 정도와 여성의 신체불만족과 식이장애에 미치는 영향을 실증적으로 규명하여 이론적 문헌을 확장하였다. 본 연구결과를 바탕으로 SNS 마케팅을 활용하는 기업과 브랜드는 획일화된 이미지는 여성의 신체이미지에 부정적인 영향을 미칠 수 있음을 인지하고, 외모와 신체의 다양성을 존중하는 긍정적인 콘텐츠를 이용하는 마케팅 전략을 활용할 것을 제안한다. 또한 SNS 이용자는 인지 행동적 접근을 통해 SNS 상의 이미지나 정보는 가공될 수 있으며 사회가 만들어낸 이상적인 기준일 수 있음을 인지하여 스스로의 신체이미지에 미치는 부정적인 영향을 완화할 것을 제안한다. 또한 자기자비가 신체불만족과 식이장애의 치료변인이 될 수 있음을 시사하여 이용자의 자기자비를 증진 시킬 수 있는 개인적인 노력과 교육적 전략 수립이 필요하다고 사료된다. 마지막으로 SNS 이용자의 즉각적인 반응을 볼 수 있는 SNS 상에서의 우월하고 화려한 타인과의 상황비교의 결과로 형성된 선망을 이용하여 무분별한 소비를 초래하는 마케팅 전략을 지양할 것을 제안한다.

본 연구는 20, 30대 여성을 대상으로 SNS 이용 정도가 마른 몸매에 대한 내면화, 신체감시, 외모상황비교의 매개효과를 통해 신체불만족과 식이장애에 미치는 영향을 실증적으로 규명하였으나 한계점 또한 존재하며, 이러한 한계점을 보완한 후속 연구를 제안하고자 한다. 첫째, 본 연구의 대상은 20, 30대 여성을 대상으로 온라인 설문조사를 진행하여 한정된 표본으로 표본의 다양성을 확보하지 못하였기 때문에 연구결과의 일반화에 한계가 있다. 향후 연구에서는 최근 다양한 연령대가 SNS를 활용하는 만큼 성별과 연령대를 확대하여 연구의 일반성을 높이는 것을 제안한다. 마찬가지로 여성과 남성의 성별에 따른 SNS 이용의 영향을 확인해보는 연구를 진행한다면 의미 있는 연구가 될 수 있으리라 생각된다. 둘째, 본 연구에서는 전반적

인 SNS 이용 정도에 따른 영향을 측정하였는데, SNS에서는 단순히 정보를 보는 활동, 다른 게시물에 댓글을 작성하거나 본인의 사진을 업로드 하는 등 다양한 활동들이 가능하다. 따라서 정확히 어떠한 SNS 이용이 영향을 미쳤는지 정확히 규명하는 데에는 한계가 있다. 향후 연구는 이러한 점을 보완하여 SNS의 특정 이용 방식에 따라 연구를 진행하면 의미 있는 연구가 될 것이다. 마지막으로 본 연구에서 집단 간 차이를 보인 이용자 특성인 자기자비와 SNS 선망을 본 연구에서 제시한 변수들의 관계에 있어서 조절효과를 살펴보는 연구 또한 의미 있을 것이라 사료된다.

## References

- Apaolaza, V., Hartmann, P., D'Souza, C., & Gilsanz, A. (2019). Mindfulness, compulsive mobile social media use, and derived stress: The mediating roles of self-esteem and social anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(6), 388-396. doi:10.1089/cyber.2018.0681
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Cha, K. J., & Lee, E. M. (2015). An empirical study of discontinuous use intention on SNS: From a perspective of society comparison theory. *The Journal of Society for e-Business Studies*, 20(3), 59-77. doi:10.7838/jsebs.2015.20.3.059
- Cha, Y. B. (2015). Direction and expansion of depression by dysfunctions of SNSs : Focus on facebook users. *Yonsei Journal of Counseling and Coaching*, 3, 287-308.
- Cho, M. A., Koh, E. Y., & Seo, Y. S. (2012). Testing the differences on the Korean version of school attitude assessment survey-revised using latent means analysis - A comparison between underachieving college students and above-average achieving students. *Korean Journal of Youth Studies*, 19(2), 55-77.
- Choi, J. Y. (2016). *The relationship between SNS exposure and desire for cosmetic surgery on female college students - The mediating effect of internalization of the standards of ideal appearance, body surveillance, face surveillance, and body shame*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Festinger, L. A. (1954). Theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140. doi:10.1177/001872675400700202
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory - Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206. doi:10.1177/001872675400700202
- Gim, W. S., Ryu, Y. J., & Park, E. A. (2007). The Korean version of objectified body consciousness scales (K-OBCS) - Development and validation. *The Korean Psychological Association*, 26(2), 329-349.
- Han, K. (2012). *The influence of sexual objectification experience, internalization of sociocultural standards of beauty, body surveillance, and body shame on job search stress among female college students*. Unpublished master's thesis, Wonkwang University, Iksan.
- Hong, J. P., & Lee, S. Y. (2005). The effects of exposure to thinness promoting advertising message on young female's mood and body dissatisfaction. *Korean Women's Association for Communication Studies*, 4, 72-118.
- Jeon, H. J., Kim, B. M., Kim, K. R., Kim, C. L., Park, J. Y., Seo, M. R., Lee, C. E., Lee, D. Y., & Lee, S. H. (2020). Influence of the use of SNS, body satisfaction, physical surveillance and fat talk of female university students on appearance management behavior. *The Journal of Kyungpook Nursing Science*, 24(1), 53-65. doi:10.38083/jkns.24.1.202002.53
- Johnson, F., & Wardle, J. (2005). Dietary restraint, body dissatisfaction, and psychological distress - A prospective analysis. *Journal of Abnormal Psychology*, 114, 119-125. doi:10.1037/0021-843X.114.1.119
- Kang, J. S. (2018). The structural relationship among SNS interactivity of sports channels, receptive attitude and viewing intention. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 74, 243-252.
- Kelly, A. C., Vimalakanthan, K., & Cater, J. C. (2014). Understanding the roles of self-esteem, self-compassion, and fear of self-compassion in eating disorder pathology - An examination of female studies and eating disorder patients. *Eating Behaviors*, 15(3), 388-391. doi:10.1016/j.eatbeh.2014.04.008
- Kim, M. H. (2015). The effects of facebook usage on female college students body image concerns. *Korean Society for Journalism and Communication Studies*, 59(5), 272-297.
- Kliem, S., Psych, D., Mobler, T., Zenger M., Strauß, B., Brahler, E., & Hilbert, A. (2016). The eating disorder examination questionnaire 8: A brief measure of eating disorder psy-chopathology (EDE-Q8). *International Journal of Eating Disorders*, 49(6), 613-616. doi:10.1002/eat.22487
- Korea Information Society Agency. (2020). 2019 Internet usage survey.
- Kraak, V. I., & Story, M. (2015). Influence of food companies' brand mascots and entertainment companies' cartoon media characters on children's diet and health - A systematic review and research needs. *Obesity Review*, 16(2), 107-126. doi:10.1111/obr.12237
- Krasnova, H., Wenniger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on facebook: hidden treat to users' life satisfaction?. *Paper presented at the 11<sup>th</sup> International Conference on Wirtschaftsinformatik, Leipzig, Germany*. doi:10.7892/boris.47080
- Kwon, Y. J., Kim, J. H., & Kim, M. (2018). The effects of a self-compassion program on body satisfaction, body shame, self-esteem and subjective well-being among female university students with negative body image. *Stress*, 26(4), 296-304. doi:10.17547/kjsr.2018.26.4.296
- Latif, K., Weng, Q., Hameed Pitafi, A., Ali, A., Waheed Siddiqui, A., Yousaf Malik, M., & Latif, Z. (2020). Social comparison as a double-edged sword on social media - The role of envy type and online social identity. *Telematics and Informatics*. doi:10.1016/j.tele.2020.101470
- Lee, H. S., & Im, J. H. (2011). *Structural equation modeling and AMOS 18.0/19.0*. Seoul: Jibhyeonjae.
- Lee, M. S., & Lee, H. H. (2017). The effects of SNS appearance-related photo activity on women's body image and self-esteem. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 41(50), 858-871. doi:10.5850/JKSC.2017.41.5.858
- Lee, S. E., & Lee, S. J. (2019). The effect of social media use on body

- image among adolescents - Fat talk, thin-ideal internalization, appearance upward comparison, and body dissatisfaction. *Korean Journal of Communication Studies*, 27(1), 57-84. doi:10.23875/kca.27.1.3
- Lee, S. S., & Oh, K. J. (2004). The effect of shape and weight based self-evaluation and body dissatisfaction on disordered eating behaviors of female university students. *Korean Journal of Clinical Psychology*, 23(1), 91-106.
- Lee, S. Y., Hansen, S. S., & Lee, J. K. (2016). What makes us click "like" on Facebook? examining psychological, technological, and motivational factors on virtual endorsement. *Computer Communications*, 73, 332-341. doi:10.1016/j.comcom.2015.08.002
- Lim, T., & Lee, H. S. (2019). Factors affecting intention to disclose personal information and continuous usage intention in social network service. *Korea Internet Electronic Commerce Association*, 19(1), 17-38. doi:10.37272/JIECR.2019.02.19.1.17
- Linder, D., Tantleff-Dunn, S., & Jentsch, F. (2012). Social comparison and the 'circle of objectification'. *Sex Roles*, 67, 222-235. doi:10.1007/s11199-012-0175-x
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 446-458. doi:10.1016/j.appdev.2008.07.001
- McKinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). The objectified body consciousness scale development and validation. *Psychology of Women Quarterly*, 20, 181-215. doi:10.1111/j.1471-6402.1996.tb00467.x
- Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(4), 199-206. doi:10.1089/cyber.2013.0305
- Min, G. H., Park, S. H., Song, M. J., & Lee, J. K. (2015). The effects of types of ads and the intensity of use on electronic word-of-mouth in facebook - The moderating role of independent self-construal. *The Korean Journal of Advertising*, 26(8), 7-33. doi:10.14377/KJA.2015.11.30.7
- Moradi, B., & Huang, Y. P. (2008). Objectification theory and psychology of women - A decade of advances and future directions. *Psychology of Women Quarterly*, 32, 377-398. doi:10.1111/j.1471-6402.2008.00452.x
- Nam, A. Y., Ahn, H. B., & Yun, J. Y. (2020). A study on marketing communication strategy using analysis of interrelationships among image - Based SNS restaurant information characteristics, consumers' attitude toward information and purchase intention. *Korean Journal of Food and Cookery Science*, 36(2), 178-188. doi:10.9724/kfcs.2020.36.2.178
- Neff, K. D. (2003). The development and validation of a scale to measure self-compassion. *Self and Identity*, 2(3), 223-250. doi:10.1080/15298860309027
- Neff, K. D., Kirkpatrick, L. K., & Rude, S. S. (2007). Self-compassion and adaptive psychological functioning. *Journal of Research in Personality*, 41, 139-154. doi:10.1016/j.jrp.2006.03.004
- Neu, J. (1980). Jealous thoughts. In A. O. Rorty (Ed.), *Explaining emotions* (pp. 425-464). Los Angeles: University of California Press.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook "friends" - Social capital and college students use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Oh, H. S. (2017). Social media and college women's body image concerns: Investigating the role of online social grooming on facebook. *Korean Association for Advertising and Public Relations*, 115, 421-450. doi:10.16914/ar.2017.115.421
- Park, J. J. (2019). Meta analysis of social network services research. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 21(4), 44-76. doi:10.16914/kjapr.2019.21.4.44
- Park, K. J., Yoo, I., & Lee, Y. H. (2014). A study on the negative emotion of using social networking services and its discontinuance intention. *Knowledge Management Research*, 15(2), 89-106. doi:10.15813/kmr.2014.15.2.005
- Polivy, J., & Herman, C. P. (2002). Causes of eating disorders. *Annual Review of Psychology*, 53, 187-213. doi:10.1146/annurev.psych.53.100901.135103
- Raes, F., Pommier, E., Neff, K. D., & Van Gucht, D. (2011). Construction and factorial validation of a short form of the self-compassion scale. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 18, 250-255. doi:10.1002/cpp.702
- Riva, G., Wiederhold, B. K., & Cipresso, P. (2016). Psychology of social media - From technology to identity. In *The psychology of social networking: Personal experience in online communities* (pp. 4-14). Berlin: De Gruyter Open.
- Rodgers, R. F., McLean S. A., & Paxton, S. J. (2015). Longitudinal relationships among internalization of the media ideal, peer social comparison, and body dissatisfaction - Implications for the tripartite influence model. *Journal of Youth and Adolescence*, 43(5), 706-713. doi:10.1037/dev0000013
- Roh, E. S. (2016). *The effect of adolescents' self objectification and self esteem on the sexual assertiveness - Focusing on the SNS use patterns*. Unpublished master's thesis, The Catholic University of Korea, Seoul.
- Shin, K. O., Choi, K. S., Han, K. S., & Choi, M. S. (2015). Study on body awareness, and health status according to body mass index of college women in Seoul area. *Journal of East Asian Society Dietary Life*, 25(1), 49-113. doi:10.17495/easdl.2015.2.25.1.49
- Siihak, A. (2009). Constructing the self through the photo selection - Visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology*, 3(1), 1-9.
- Sinclair, S. L. (2006). Object lesson: A theoretical and empirical study of objectified body consciousness in women. *Journal of Mental Health Counseling*, 28(1), 48-68. doi:10.17744/mehc.28.1.ey0r0wve2hbc2gif
- Son, E. J. (2008). The influence of self-esteem, physical comparison, thin-ideal internalization, and body dissatisfaction on the eating disorder symptoms of college aged women. *The Korean Journal of Counseling and Psychotherapy*, 20(3), 885-901.
- Stice, E. (1994). Review of the evidence for a sociocultural model of bulimia nervosa and an exploration of the mechanisms of action. *Clinical Psychology Review*, 14(7), 633-661. doi:10.1016/0272-7358(94)90002-7
- Stice, E. (2001). A prospective test of the dual-pathway model of bulimic pathology - Mediating effects of dieting and negative affect. *Journal of Abnormal Psychology*, 110(1), 124-135. doi:10.1037/0021-843X.110.1.124
- Stice, E., & Shaw, H. E. (2002). Role of body dissatisfaction in the

- onset and maintenance of eating pathology - A synthesis of research findings. *Journal of Psychosomatic Research*, 53(5), 985-993. doi:10.1016/S0022-3999(02)00488-9
- Strahan, E. J., Wilson, A. E., Cressman, K. E., & Buote, V. M. (2006). Comparing to perfection: how cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image. *Body Image*, 3(3), 211-227. doi:10.1016/j.bodyim.2006.07.004
- Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students - Is facebooking depressing?. *Computers in Human Behavior*, 43, 139-146. doi:10.1016/j.chb.2014.10.053
- Teo, N. S. Y., & Collinson, S. L. (2019). Instagram and risk of rumination and eating disorders: An Asian perspective. *Psychology of Popular Media Culture*, 8, 491-508. doi:10.1037/ppm0000205
- Thompson, J. K., & Heinberg, L. J. (1999). The media's influence on body image disturbance and eating disorders - We've reviled them, now can we rehabilitate them?. *Journal of Social Issues*, 55(2), 339-353. doi:10.1111/0022-4537.00119
- Thompson, J. K., Coovert, M. D., & Stormer, S. M. (1999). Body image, social comparison, and eating disturbance - A covariance structure modeling investigation. *International Journal of Eating Disorders*, 26(1), 43-51. doi:10.1002/(SICI)1098-108X(199907)26:1<43::AID-EAT6>3.0.CO;2-R
- Thompson, J. K., van den Berg, P., Roehrig, M., Guarda, A., & Heinberg, L. J. (2004). The sociocultural attitudes towards appearance questionnaire-3. *International Journal of Eating Disorders*, 35, 293-304. doi:10.1002/eat.10257
- Wasylikiw, L., MacKinnon, A. L., & MacLellan, A. M. (2012). Exploring the link between self-compassion and body image in university women. *Body Image*, 9(2), 236-245. doi:10.1016/j.bodyim.2012.01.007
- Xiaojing, A. (2017). Social networking site uses, internalization, body surveillance, social comparison and body dissatisfaction of males and females in mainland China. *Asian Journal of Communication*, 27(6), 616-630. doi:10.1080/01292986.2017.1365914
- Yang, H. J., & Cho, S. H. (2015). A study of characteristics of clients visiting academic counseling center using latent means analysis - A comparison between clients and college students. *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, 15(8), 283-306.
- Yun, B. R., & Lee, O. H. (2017). Socio-cultural implications of womens using image based SNS - Focusing on Instagram. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 31(5), 78-119.

(Received 22 June, 2020; 1st Revised 29 July, 2020;  
2nd Revised 22 August, 2020; 3rd Revised 26 August, 2020;  
Accepted 28 August, 2020)