바디이미지, 사회문화적 영향과 외모관리행동: BMI를 중심으로

이 승 희* (성신여자대학교 의류학과 교수)

최근 우리사회는 외모에 대한 미의 기준이 이슈화되어질 만큼 외모가 점점 더 강조되어 가고 있으며 또한 타인을 평가하는 기준에도 더욱 중요한 요소로 작용하고 있어 외모관리행동이 더욱 다양화 되어가고 있는 양상을 보여주고 있다. 많은 선행연구에 의하면, 남성들보다 여성이 전반적으로 자기 자신에 대한 불만족이 높은데, 특히 정상체형이거나 마른 체형임에도 불구하고 그 불만족가 매우 높다고 한다. 이는 자기의식을 포함한 자아개념 뿐 만 아니라 외모에 대한 사회문화적 영향이 매우 크다고 볼 수 있다. 따라서, 본 연구의 목적은 공적, 사적 자기의식에 따른 바디이미지와 외모관리행동을 BMI(Body Mass Index)를 중심으로 조사하는 데 있다.

본 연구를 위해 626명의 20대, 30대 성인이 조사응답자로서 survey가 실시되었다. 측정도구로는 Rosenberg(1965)의 자아존중감 척도, Cash(1990)의 MBSRQ 척도, Heinberg et al. (1995)의 SATAQ의 척도, Rudd & Lennon(1994)의 외모관리행동 등을 사용하였다. 본 연구의 자료는 Descriptive Statistics, 요인분석, χ^2-test, ANOVA 등이 실시되었다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 설문 응답자중 20대가 53.2%, 30대가 46.8%를 나타났으며, 성별로는 남성이 46.9%, 여성이 53.2%인 것으로 조사되었다. 직업으로는 사무직에 종사하는 사람이 가장 많았으며, 그 다음이 학생과 전문직이 많았고, 관리직 및 서비스직, 주부 등의 순으로 나타났다.

둘째, BMI를 조사한 결과, 마른체형은 193명(30.3%), 정상체형은 340명(54.3%), 비만체형은 93명(14.9%)으로 마른 체형과 정상체형이 대부분은 차지하는 것으로 나타났다.

셋째, BMI에 따른 바디이미지(AO, AE, WP, BS)는 WP를 제외한 나머지 3분야에서 세 집단에 따른 유의한 차이를 보였다. 즉, 외모지향성과 외모평가, 신체만족도에 있어서 마른 체형집단의 점수가 가장 높았으며, 그 다음이 정상체형, 비만체형의 순으로 나타났다.

넷째, 사회문화적 영향에 대한 척도가 요인분석 결과 '미디어와의 비교'와 '외모의 중요성'으로 분류되었다. BMI에 따른 결과는 마른 체형집단이 미디어와의 비교를 가장 많이 하는 것으로 나타났으며, 외모의 중요성에서도 마른 체형집단이 가장 점수가 높았다.

마지막으로, 외모관리행동에 대해 마른 체형이 가장 점수가 높았으며, 다음이 정상체형, 비만 체형의 순으로 나타났다.

본 연구결과를 토대로 부정적인 자아를 극복하고 올바른 바디이미지를 갖게 하는 사회심리학적 관점과 외모관련산업의 디마케팅 전략을 제공할 것이다.