

광고모델과의 사회적 비교과정에서 외모통제력 지각이 갖는 조정효과

이 윤 정[†]

고려대학교 가정교육과

The Moderating Effect of Perceived Control over Appearance in the Social Comparison Process with Advertisement Models

Yoon-Jung Lee[†]

Dept. of Home Economics Education, Korea University

(2005. 9. 2. 접수)

Abstract

When women are exposed to images of other attractive women such as media models, it is known that many go through a social comparison process and a contrast effect occurs which results in unfavorable perception and attitudes toward the self. This paper suggests women's perception of control over their appearance as one of the factors that may moderate the contrast effect of a social comparison with attractive media models. An experiment with 211 women was conducted to examine the differential effect of viewing attractive models versus non-human images on the responses of women with high/low perceived control over appearance. A two(Stimuli Type: attractive-model image vs. non-human image) by two(Perceived Control over Appearance: High vs. Low) MANCOVA model was tested with physical appearance anxiety, self-esteem, and body satisfaction as dependent variables and appearance orientation, body mass index, age, years of schooling, ethnicity, and marital status as covariates. A significant Perceived Control main effect on Physical Appearance Anxiety and Self-Esteem and a significant Stimuli Type by Perceived Control interaction effect on Physical Appearance Anxiety and Self-Esteem were found. Those who perceived high control over their appearance were more likely to have higher self-esteem and lower appearance anxiety. However, among those who saw attractive model's images, women perceived low appearance control showed less anxiety and higher body satisfaction than those perceived high appearance control.

Key words: Social comparison process, Perceived control over appearance, Body image, Contrast effect, Appearance satisfaction; 사회적 비교과정, 외모통제력 지각, 신체이미지, 대비효과, 외모 만족도

I. 서 론

최근의 의학과 기술의 발달은 개인이 자신의 신체

를 가꾸고 다듬어 나갈 수 있는 다양한 수단을 제공하고 있어, 피부색, 눈동자 색은 물론이고 심지어는 예전에는 고치기 어렵다고 생각되었던 얼굴모양이나 키 등도 변화가 가능한 부위 또는 측면으로 여겨지고 있다. 이러한 의학적 진보는 인간의 신체를 가변성

[†]Corresponding author
E-mail: yleehe@korea.ac.kr

있는 것(Bordo, 1993), 또는 통제가능한 것으로 보는 시각을 강화시켰다. 신체통제의 중요성에 대한 관념은 최근의 웰빙에 대한 관심과도 연관되며, 사회적으로 제시되는 매력의 기준을 따라야 한다는 압력과 아울러 외모에 대한 관심과 외모관리행동을 이해하는데 중요한 요소가 되고 있다(Rudd & Lennon, 2000). 소비가 강조되는 현대사회에서는 외모변형을 위한 수단들이 소비자들에게 상품으로서 제시되며(Vacker & Key, 1993), 낱알이 확대되는 외모관련 산업들은 소비자들의 삶에 점차 큰 영향을 미치고 있다(Thompson & Hirshman, 1995). 현대의 소비자들은 미디어를 통해서 의류뿐 아니라 다이어트 상품, 미용 상품, 심지어는 성형수술에 관한 광고들을 수도 없이 많이 접한다. 이들 상품의 광고에서 신체의 가변성, 또는 신체의 통제에 대한 관념은 구체화되며, 소비자들은 누구나 자신의 외모를 어떤 방법을 이용해서든 통제할 수 있다고 믿도록 설득된다.

특히 여성들에게 있어서 이런 외모통제력 지각은 사회화 과정을 통해 교육된다. McKinley & Hyde(1996)는 여성들은 자신이 타인에게 어떻게 보이는가에 대해서 책임이 있다고 여기고, 문화적 기준에 맞는 외모를 갖는 것은 개인의 선택에 달려 있다고 믿도록 길들여진다고 하였다. 서양사회의 중요한 문화적 가치 중의 하나인 자기통제에 대한 이데올로기 역시(Sault, 1994; Thompson & Hirshman, 1995) 외모를 “통제”하는 것에 대한 전반적 관심에 일조했다고 할 수 있다. 삶의 다른 부분에서 통제력을 유지하기 어려운 여성들은 자신의 삶에 대한 통제력을 유지하기 위해서 외모를 통제하고자 하는 경향이 높으며, 이것이 섭식장애를 조장하는 요인이 되어 왔다(Bordo, 1993; Sault, 1994).

그러나 외모변형 상품들은 그 상품의 내재적 한계 때문에 또는 그 상품을 구매할 수 없는 소비자들의 상황 때문에, 모든 소비자들의 개인적 외모문제를 완벽하게 해결해 주지 못하는 것이 보통이다. 결과적으로, 이러한 상품들의 존재에도 불구하고, 많은 소비자들이 자신의 외모에 대해서 지속적이고 “규범적인 불만족”(“normative discontent”; Rodin et al., 1984)의 상태에 빠질 수 있다. 외모가 일반적으로 통제 가능한 것으로 인식되나 소비자들 개인의 외모 문제는 해결되지 못했을 때, 문제를 해결 받지 못한 개인 소비자들은 더욱 좌절하게 되고 그들의 외모에 대한 불만족은 더 증가하게 될 가능성이 있다. 이런 측면에서 볼

때, 소비자들이 자신의 신체 또는 외모를 통제 가능한 것으로 여기느냐 마느냐에 따라 신체변형 상품들과 그 상품의 광고가 소비자들의 신체이미지에 미치는 영향이 달라질 수 있다.

외모의 통제가능성에 대한 이런 인식이 여성들의 신체이미지에 영향을 미칠 수 있는 방식의 하나가 사회적 비교과정을 통해서이다. 특히 외모관련 상품의 광고는 예외적인 외모를 가진 모델 또는 배우의 이미지를 제시함과 동시에 광고 문구를 통해서 소비자들로 하여금 외모는 통제가능한 것이라 여기게 만든다(Richins, 1991; Thompson & Hirshman, 1995). 이상적인 외모를 지닌 모델들과 자신을 비교했을 때 대부분의 소비자들은 자신의 외모에 대해서 불만을 갖게 될 것이며, 외모가 통제가능한 것이라고 믿는 사람들은 외모에 대해 스스로 책임을 져야 한다는 생각을 가지게 될 것이다. 따라서 이런 비교의 효과가 더 크게 나타날 가능성이 있다.

이처럼 외모의 통제가능성에 대한 지각이 사회비교의 상황에 영향을 줄 수 있음에도 불구하고 외모면에서의 사회비교에 대한 연구들의 대부분이 외모는 통제할 수 없는 것이라는 것을 전제하여 왔다(Major et al., 1991). 따라서 여성들이 자주 겪게 되는 광고모델과의 외모비교의 과정에서 외모통제력 지각이 비교결과의 대비효과를 조정하는 데 어떤 역할을 하는지에 대해서는 밝혀지지 않았다. 본 연구에서는 외모통제력 지각이 여성들의 외모비교과정에서 조정변수로서 갖는 역할에 대해 알아보는 것을 목적으로 한다.

II. 이론적 배경

1. 사회적 비교이론과 미디어 이미지의 대비효과

사회적 비교는 물리적인 척도가 존재하지 않을 때 사람들이 사회 내에서의 자신의 위치를 파악하기 위해서 사용하는 사회적 척도의 하나다(Festinger, 1954). 외모의 경우 사회적 비교가 많이 이루어지는데, 이는 외모의 매력성에 대해서는 단일한 공통적 척도가 존재하지 않기 때문이다. 물론 체중이나 신장과 같은 물리적 척도로 매력성을 판단하는 경우도 있기는 하나, 매력적인 외모와 비매력적인 외모를 나누는 일정한 기준이 존재하지는 않으며 설사 그런 기준이 있다고 하더라도 그것이 모든 문화에서 통용되지는 않는다.

따라서 사람들은 사회적 척도를 가지고 매력성에 대한 판단을 대신하는 경우가 많다. Rudd & Lennon(1994)은 외모관리행동과 외모에 대한 미적평가를 연구하는 데 사회적 비교이론을 적용할 것을 권장하였다. 신체이미지에 대한 연구 중에서도 개인의 외모에 대한 사회적 비교 정도를 살펴본 연구가 많았다(Cash et al., 1983; Cattarin et al., 2000; Grogan et al., 1996; Heinberg & Thompson, 1995; Irving, 1990; Kenrick & Gutierrez, 1980; Posavac et al., 2001; Richins, 1991, Stice et al., 2001).

사회적 비교에 대한 연구들은 외모에서의 사회적 비교의 “대비효과”를 중심으로 전개되었다. 즉, 여성들이 아주 마르거나 매력적인 여성들(주로 미디어 모델들 또는 배우들)의 이미지를 접하고 난 후에는 자신의 외모에 대한 만족감이 감소하는 효과가 그것이다. 다른 이상체형과의 비교효과에 대한 메타분석연구에서 개인의 신체만족도에 사회적 비교가 영향을 미침이 확인되었다(Groesz et al., 2002). 그러나 이러한 대비효과가 모든 사람에게서 똑같이 나타나는 것은 아니다. 예를 들어, 어떤 사람들은 대비효과로 인해 신체이미지 문제를 겪게 될 정도로 매우 심각하게 영향을 받는다 하면 다른 이들에게는 이런 효과는 사소한 것에 불과하다. 사회심리분야에서 제시된 상향/하향 사회비교이론(Major et al., 1991)은 외모통제력 지각이 이상적 외모를 지닌 대상과의 상향비교에서 소비자들이 느낄 불만, 즉 사회적 비교의 결과를 강화시키거나 약화시킬 수 있는 조정요인으로서 작용할 수 있다는 이론적 근거를 제시한다.

2. 외모비교에서의 조정변수로서의 외모통제력 지각

Major et al.(1991)의 상향/하향 사회비교이론은 피할 수 없는 사회비교상황에서 사회비교에 대한 개인의 반응을 결정하는 요인들을 크게 두 가지로 꼽고 있다. 하나는 그 사회비교가 자아존중감과 얼마나 관련되는냐는 것이고(esteem-relevance), 둘째는 비교대상과 자신간의 비교분야 면에서의 격차를 좁히는 것이 얼마나 자신의 통제 하에 있다고 지각하느냐 하는 것이다(perceived control). 첫째 자아존중감과 관련성의 경우 비교되는 영역이 개인의 자아존중감 유지에 중요한 영역일수록 상향비교의 부정적 결과의 중요성은 더 커질 것이라고 하였다. 지각된 통제력의 경우, 사회적 비교상황에서 비교가 이루어지는 영역이

개인의 힘으로 통제가 가능한 경우와 그렇지 않은 경우의 비교결과의 효과는 다를 것이다. 만일 개인의 힘으로 결과를 변화시킬 수 없는, 즉 통제가 불가능한 경우에는 상향비교의 부정적 결과의 효과가 상대적으로 줄어들 것이다. 그러나 비교의 결과가 개인의 노력여하에 따라 변화가 가능한 영역이라면 비교의 결과는 좀 더 큰 의미를 갖게 될 것이다.

Major et al.(1991)의 논문에서 제시된 첫 번째 조정변수, 즉 비교영역의 자아존중감과 관련성(esteem-relevance)은 외모의 측면에서 보면 개인의 자아개념 형성에 있어서 외모가 얼마나 중요한 역할을 하는가의 정도로 이해할 수 있다. 사실상 외모는 자아이미지의 중요한 한 요소로서 외모를 떼어놓고 자아를 논하기란 거의 불가능하다고 할 수 있으며 물론 개인의 차이는 있겠지만, 외모 또는 신체이미지가 자아개념의 또 다른 요소인 자아존중감에 미치는 영향이 크다는 것은 일반적으로 인정되고 있는 사실이다(Abell & Richards, 1996; Davidson & McCabe, 2005; Stowers & Durm, 1996). 사회비교의 경우에서도 외모에 대한 관심도 등이 조정변수로 미치는 영향에 대한 연구결과가 보고되었다(박은아, 성영신, 2001). 따라서 본 연구에서는 외모의 자아관련 정도의 영향 보다는 두 번째 조정변수인 외모통제력 지각의 영향에 초점을 맞추었으며, 외모의 자아관련 정도는 공변수로서 고려하였다.

Major et al.(1991)의 지각된 통제력의 개념과 유사한 개념으로 외모 또는 신체와 관련된 변수로 McKinley and Hyde(1996)가 연구한 신체통제에 관한 신념(Belief in Body Control)을 들 수 있다. 신체통제에 관한 신념은 McKinley and Hyde가 개발한 객체화된 신체의식척도의 한 하위척도이다. 객체화된 신체의식 척도는 여성들이 자신의 몸을 얼마나 “관찰되어야 할” 객체로 바라보는가를 측정하는 척도이다. McKinley and Hyde에 의하면, 문화적 신체기준을 만족시키기 위하여 자신의 외모를 통제할 수 있고 통제해야만 한다는 신념이 여성들로 하여금 자신의 신체를 객체로 바라보도록 만든다고 하였다. 신체통제에 관한 신념에 높은 점수를 얻은 여성들은 자신의 외모나 체중이 충분한 노력을 기울이면 통제될 수 있는 영역이라고 믿는 반면, 이 척도에 대한 점수가 낮은 사람들은 체중이나 외모는 유전적 요소로 결정이 된다고 믿는다고 하였다.

학자들에 의하면 외모를 통제할 수 있다고 믿는 신념은 긍정적인 수도 있고 부정적인 수도 있다. McKinley and Hyde(1996)에 의하면, 신체통제에 대한 신념이

높은 사람은 신체존중감이 높은 한편, 다이어트, 음식 절제, 체중 조절을 위한 운동, 화장, 날씬하게 보이는 옷을 입는 경향 등 외모관리행동 경향도 컸다. 식이 요법과 관련된 연구에서도, 자신의 체중을 스스로 통제할 수 있다고 생각하는 경향이 강한 경우, 다이어트의 성공에 유리한 반면 한 편으로는 음식 절제에 완벽주의적 태도를 갖게 되어 섭식장애 경향을 보일 수 있다고 하여 긍정적 측면과 부정적 측면이 모두 존재함을 언급하였다(Saltzer, 1982; Stotland & Zuroff, 1990). 국내와 미국의 여대생들을 대상으로 한 연구(박은아, 2003)에서는 미국의 여대생들이 한국 여대생들에 비하여 외모통제력 지각이 높았다. 그러나 외모통제력이 신체존중감에 미치는 영향은 두 문화에서 모두 유의하지 않은 것으로 나타났는데, 이는 긍정적 영향과 부정적 영향이 상쇄효과를 내었기 때문일 수도 있다.

한 편, Posavac et al.(2001)은 외모통제력 지각의 부정적인 측면을 고려하여 여성들을 대상으로 외모는 통제할 수 없는 것이며 변화할 수 없는 것이라 믿도록 하는 개입프로그램이 여성들의 사회적 비교과정을 방해하는 효과가 있는지 연구하였다. 그 결과 그들이 개발한 개입프로그램은 여성 참여자들이 미디어에 등장하는 이미지들과 자신을 비교하는 경향을 저하시켰고, 사회적 비교로 인한 신체이미지 창해를 감소시켰다. 즉 외모통제력 지각의 부정적 효과를 간접적으로 입증시켜 준 결과로 볼 수 있다.

3. 외모비교의 결과

Major et al.(1991)은 상향 또는 하향 사회비교가 이루어졌을 때, 그 비교의 결과는 자기지향적 반응(self-directed response), 비교영역과 관련된 반응(dimension-directed response), 타인지향적 반응(other-directed response) 등의 세 가지 유형으로 나타날 수 있다고 하였다. 이들 영역 각각에 대해서 감정적, 인지적, 또는 행동적 반응이 나타날 수 있다. 자기지향적인 반응의 예로는 자아존중감의 변화, 자기효능감의 변화, 그리고 자아개선의 노력 등, 비교영역에 관한 반응은 비교영역 또는 다른 영역에 대한 관심 또는 노력의 변화 등을 들 수 있으며, 타인지향적 반응은 비교가 되는 타인에 대한 관심 또는 호감도 변화 등을 들 수 있다. Major 등에 의해 제시된 모델을 토대로 비교영역이, 즉 외모가 통제가능한 것이라고 여겼을 경우의 상향 사회비교에 대한 반응을 예측해 보면 다음과 같

다. 즉, 자신의 역량에 대한 기대가 증대되며, 스스로의 외모를 개선시키고자 하는 노력이 증대될 것이다. 그러나, 동시에 자아존중감과 자신의 신체 또는 외모에 대한 만족감은 낮아질 수 있고, 우울함이나 스트레스를 느끼거나, 불만을 가질 수 있다.

외모에서의 사회비교에 대한 대부분의 연구들이 자기지향적 반응에 중점을 두었다. 박은아, 성영신(2001)은 사회비교이론에 근거하여 여성들의 신체 비교에 대한 광고의 효과를 본 연구들을 광고노출 전후의 1) 소비자의 자기 신체에 대한 평가에서의 변화를 본 연구; 2) 신체만족도나 신체존중감 등의 신체에 대한 인지적, 정서적 태도의 변화를 본 연구; 3) 기분 또는 자아존중감 등 신체와 직접적 관련이 없는 인지적, 정서적 태도의 변화를 본 연구 등이 있다고 하였다. 박은아, 성영신은 이들 연구들이 일관성 없는 결과를 보였던 것에 대하여 개념의 조작적 정의와 측정방법상의 차이에 원인이 있다고 보았다. 그들은 자아 또는 신체와 관련되는 태도를 동태적 개념으로 보고 상태(state)로서 측정 한 연구들이 이 개념들을 특질(trait)로서 취급한 연구들에 비해 유의한 차이를 더 많이 발견했다고 하였다.

외모비교에 대한 연구들이 주로 자기지향적 반응에 중점을 둔 것은 아마도 비교영역에 관한 태도의 경우 자극물에 대한 단 한 번의 노출로는 변화되기 어려운 특성이 있으며, 광고모델과의 비교상황인 경우 타인지향적 반응은 크게 중요한 의미를 가지지 않는 데 반하여 자기지향적 반응이 비교적 즉각적이기 때문일 것이다. 따라서 본 연구에서도 자기지향적 반응, 특히 자아 존중감, 자신의 외모에 대한 만족도, 그리고 외모에 대한 불안감의 변화를 중점적으로 보았으며, 자아 존중감과 외모 만족도를 상향이나 외부적 자극에 의해서 변화하는 동태적 개념으로 간주하였다. Major et al.(1991)의 모델에 근거하자면, 자신이 외모를 통제할 수 있다고 여기는 여성의 경우 자신보다 외모가 매력적인 여성의 이미지에 노출되었을 때 자아존중감이 낮아지고, 외모에 대한 만족이 낮아지고 외모에 대해서 불안감을 갖는 정도가 외모는 통제 불가능한 것이라고 여기는 여성보다 높을 것이라고 예측된다.

III. 연구의 방법

1. 연구가설

이 연구에서는 이론적 고찰 내용에 근거하여, 외모

통제력 지각 정도에 따라서 외모에서의 사회적 비교의 결과가 달라지는 조정효과가 존재할 것으로 보인다. 구체적으로, 외모통제력 지각이 서로 다른 응답자들이 비인물 자극물 또는 이상적 이미지에 노출되었을 때 나타내는 반응이 다르리라고 기대하였다. 본 연구의 주된 관심은 외모통제력 지각의 효과이므로 Major et al.(1991)이 제시한 다른 한 가지 조정변수인 외모에 대한 관여는 종속변수에 영향을 미치는 공변수로 고려되었다. 그 외에 종속변수에 영향을 미칠 수 있는 특성들로서 응답자의 연령, 신체질량지수, 교육연한, 결혼여부, 인종 등도 공변수로 투입되었다. 구체적으로 다음과 같은 연구가설이 설정되었는데, 연구문제 1은 요인들의 주효과와 상호작용효과에 관한 것이고 연구문제 2는 공변수의 효과에 관한 것이다.

연구문제 1. 외모통제 지각이 사회적 비교의 상황에서 미치는 조정효과를 알아본다.

H1. 노출된 이미지에 따라서 외모불안, 외모만족도, 자아존중감에 차이가 있을 것이다(이미지 주효과).

H2. 외모통제 지각의 정도에 따라 외모불안, 외모만족도, 자아존중감에 차이가 있을 것이다(외모통제 지각 주효과).

H3. 노출된 이미지에 따른 외모불안, 외모만족도, 자아존중감의 차이는 외모통제 지각의 정도에 따라 다를 것이다(이미지×외모통제 지각 상호작용효과).

연구문제 2. 외모-자아관련성(외모지향성), 연령, 신체질량지수, 교육연한, 결혼여부, 인종 등이 외모불안도, 외모만족도, 자아존중감에 미치는 영향을 알아본다.

2. 표본의 특성

본 연구에 참여한 응답자들은 미국 서북부의 도시들을 중심으로 편의표집 되었다. 연구 참여자들은 여성단체나 교회 모임, 2년제 이상 대학, 또는 사설 디자인 교육기관 등을 통해서 접촉하였다. 연구 참여자들의 연령은 16세에서 75세 사이로, 중간값은 31.14였다. 실험이라는 연구의 특성상 연구자가 직접 모든 자료수집 과정을 통제해야 했으나, 30대 이상의 성인들을 주축으로 하는 모임들의 경우 시간을 할애하는 것을 꺼려하는 경우가 많았던 데에 비하여 학교수업

을 이용하여 자료수집을 한 경우 큰 규모의 집단을 대상으로 하게 되어 학생들의 비율이 성인들에 비하여 높은 경향을 보였고, 50% 이상이 25세 이하였다($n=115$, 54.3%). 응답자들의 교육수준은 높은 편으로 37.4%가 대졸 이상이었다. 신체이미지는 실제 신체특성과 큰 상관을 가질 수 있으므로 응답자들의 키와 체중에 대한 정보도 수집하였는데, 이를 통하여 계산한 표본의 신체질량지수는 16.82에서 58.43kg/m² 사이였으며, 약 70% 가량의 응답자가 정상의 범위(18.5에서 24.9kg/m² 사이)에 속하였고, 미국 전체 성인여성의 평균에 비교했을 때, 비만의 비율이 적은 편이다(20% 미만; National Institutes of Health, 1998). 그 외에 미국 인구비례에 비하여(3.3%) 아시아계가 다소 많은 편이었다($n=36$, 16.8%; Central Intelligence Agency, 1999). 이는 학생집단에서 아시아계가 많았던 점과 미국 서부 지역상 특성 때문으로 여겨진다.

3. 연구절차

사전조사를 통해서 실험절차와 자극물의 유효성이 검토되었다. 미국 서북부의 한 도시에 거주하는 38명의 여성들이 사전조사에 참여하였다. 사전조사의 결과에 따라서 본조사 설문지가 수정되었다. 본조사는 1999년 3월에서 10월 사이에 이루어졌고 총 230명이 실험에 참가하였다. 전체 설문지 중에서 불완전한 9개의 설문지를 제외한 221개의 응답이 최종분석에 이용되었다. 실험은 대부분 5-30명으로 이루어진 집단으로 행해졌으나 약 30명의 여성들은 연구자가 개인적으로 만나 실행하였다. 모든 실험에 연구자가 참석하여 실험과정을 관리하였다.

실험은 연구자와 연구자의 동료가 진행하고 있는 2개의 독립된 연구들로 소개되었는데, 그 목적은 보다 자연스러운 상황에서 자료를 수집하기 위한 것으로 응답자들이 조작을 눈치 채거나 연구자의 의도를 알아차림으로써 연구결과가 왜곡될 가능성을 배제하기 위한 것이었다. 첫 번째 연구는 광고의 기억효과를 높이는 요인을 밝히기 위한 연구로 소개되었다. 이는 실제로는 연구 참여자들을 실험자극물에 노출되도록 하는 과정이었다. 연구 참여자들이 사진을 좀 더 유의하여 보도록 하기 위하여 연구 참여자들에게 두 번째 설문에 답한 후에 이 사진들에 대한 질문에 다시 응답하게 될 것이라고 하였다. 첫 번째 설문지를 마친 연구 참여자들은 두 번째 연구, 여성들의 신

체이미지와 외모관리행동에 대한 연구를 위한 설문
에 답하였다. 각 실험 집단내의 모든 참여자들이 두
개의 설문을 모두 마친 후에, 실제 연구의 목적에 대
한 상세한 설명이 이루어졌다. 전체 실험의 과정을
위한 시간은 설명시간을 포함하여 30분에서 60분가
량 소요되었다.

4. 측정도구

연구를 위해 두 묶음의 설문지가 준비되었다. 첫
번째 설문지에는 조작을 위한 사진자극물 10장과 각
사진자극물에 대한 질문, 공변수 측정을 위한 문항
등이 포함되었다. 설문지는 비인물사진을 포함한 설
문지(통제조건)와 이상적인 여성의 모습이 담긴 사진
을 포함한 설문지(실험처치조건)의 두 가지로 구성되
었다. 두 번째 설문지에는 외모통제력 지각을 측정하
는 문항과 종속변수들을 측정하는 문항들이 포함되
었다.

1) 사진자극물

조작을 위하여 통제조건과 실험처치조건에서 서로
다른 사진자극물을 연구 참여자들에게 제시하였다.
통제조건인 경우, 인체의 형상에 대한 암시가 배제된
비인물 광고사진들이 포함되었다. 여기에 포함된 사
진들은 주로 가구, 전자제품, 풍경, 또는 동물사진이
었다. 실험처치조건인 경우, 매력적인 여성들의 이미
지가 제시된 광고사진들이 포함되었다. 이들 자극물
의 선정에 대해, 먼저 연구자가 여성잡지의 광고사진
중 20개의 비인물사진들과 20개의 매력적으로 여겨
지는 여성들의 사진을 추출하였다. 미국 중서부에 있
는 대학의 의류학을 전공하는 대학원생 6명이 연구자
의 의도에 대한 설명을 들은 후 연구자가 추출한 사
진들의 중립성 정도와 여성모델들의 매력성 정도를
평가하였다. 그 결과 조건 당 각각 15개의 사진자극
물을 추출하였다. 사전조사 중 각 모델의 매력성에
대한 질문에 대해 낮은 점수를 받은 실험처치조건 사
진 5장과 비인물사진들 중 광고사진이 아닌 사진 5장
이 제외되어 최종적으로 조건 당 10개씩의 사진자극
물이 선정되었다.

2) 설문지

광고의 기억효과를 높이는 요인을 밝히기 위한 연
구로 소개되었던 첫 번째 설문지의 내용은 사진자극

물에 대한 질문을 포함하였다. 응답자들이 사진자극
물에 집중하도록 유도하기 위하여 각 사진자극물을
평가하는 내용이 설문에 포함되었는데, 여성모델의
사진의 경우에는 모델의 매력도와 친숙도에 관한 질
문이 포함되었고, 증성적 사진의 경우 사진 이미지에
대한 호감도와 친숙도에 관한 질문이 포함되었다.

두 번째 질문지를 통해서도 외모통제력 지각, 외모
만족도, 외모에 대한 불안, 자아존중감, 인구통계특성
(연령, 신체질량지수, 교육연한 등)의 측정이 이루어졌
다. 외모통제력 지각은 조작이 어렵다는 문제 때문에
신체 통제 신념 하위척도(McKinley & Hyde, 1996)를
이용하여 6점 척도(1=전혀 그렇지 않다; 6=매우 그렇
다)로 그 수준을 측정된 뒤 고/저의 두 집단으로 집단을
나누는 방법을 이용하였다. 척도개발자들이 보고
한 이 척도의 내적 일관성은 .72였다. 척도의 내용상
첫 번째 설문지에 포함될 수 없었기 때문에 외모통제
력 지각의 측정은 응답자들이 사진자극물에 노출되고
난 후에 이루어졌다. 따라서 실험처치가 응답자들의
외모통제력 지각에 영향을 주었을 가능성이 있다고
판단하여 통제집단과 실험처치집단간의 외모통제력
지각 점수를 비교한 결과 유의한 차이가 나타나지
않았으므로 이 변수에 대한 사진자극물의 영향은 없거
나 무시할 정도라고 판단하였다.

공변수로 포함된 외모와 자아간의 관련성을 측정하
기 위하여 다차원적 신체-자아관계 척도(Brown et al.,
1990)의 외모지향성 하위척도(Appearance Orientation
subscale)을 이용하였다. 이 척도는 응답자가 외모를 얼
마나 중요시 하는가를 보여주는 척도로 Major 등이 말
하는 외모의 자아관련성을 잘 대변하는 척도로 생각될
수 있다. 이 척도는 13개의 문항으로 이루어져 있고, 5
점 Likert 척도로 측정되었다.

종속변수로는 외모와 관련된 불안감, 외모만족도,
자아존중감이 포함되었다. 외모와 관련된 불안감은
외모 불안 상태-성격 척도(Physical Appearance Trait-
State Anxiety Scale; Reed et al., 1991)를 이용하였고,
외모만족도는 삶에 대한 만족도 확장척도(the Extended
Satisfaction with Life Scale; Alfonso et al., 1996)의 외
모하위척도를 이용하였다. 자아존중감은 Rosenberg
의 자아존중감 척도가 이용되었다. 종속변수는 모두
5점 Likert 척도로 측정되었다. 본 연구는 개인의 성격
특성(trait)보다는 측정당시의 상태(state)에 초점이 있
었으나 외모만족도와 자아존중감 척도의 경우 상태
를 측정하는 도구였으므로, 서두에 “지금 현재 당신은

...(Right now, you are...)” 등의 구절을 넣음으로써 상태를 측정하는 형태로 문항을 수정하여 이용하였다.

거의 모든 척도에 대해서 내적 일관성 점수는 적정 수준이었다(.78-.95). 외모통제력 지각의 경우 .63으로 다소 낮은 경향을 보였으나 내적 일관성을 저해하는 경향을 보인 문항들은 척도개발자들(McKinley & Hyde, 1996)이 의도적으로 포함시킨 비체중관련 문항들이었다. 크론바하의 알파값이 .60 이상인 경우 크게 문제가 될 정도로 낮은 수준은 아니므로(Gliner & Morgan, 2000), 연구의 의도상 이들 문항을 포함시키는 것이 적절하다고 판단되어 원칙도를 그대로 이용하였다.

5. 통계분석

통계분석을 위해서는 SPSS 버전 10.0이 이용되었다. 실험전반에 대한 제1종 오류 유의수준(experiment-wise α level)을 유지하기 위하여, 그리고 종속변수간의 높은 상관가능성을 고려하여, 다원공분산분석(Multivariate Analysis of Covariate, MANCOVA)을 먼저 실시하였다. 독립변수들은 실험처치(비인물이미지 대 이상적 여성이미지)와 외모통제력 지각(고/저)이었다. 공변수로 외모지향성과 연령, 신체질량지수(Body Mass Index), 교육연한 등이 포함되었다. 종속변수로 자아존중감, 외모만족도, 외모불안감이 포함되었다. 다원공분산분석에서 유의한 차이를 보인 종속변수들에 대해서 일원공분산분석(ANalysis of Covariate, ANCOVA)이 실시되었다.

IV. 결과 및 논의

1. 다원공분산분석 결과

먼저 다원공분산분석의 조건에 자료가 적합한지를 알아보기 위해서 Box의 M검사와 Levene의 오차변량 동일성검사를 실시한 결과 변수들의 공변량 행렬(variance-covariance matrix)과 오차변량(error variance)은 $p=.05$ 수준에서 유의하게 차이가 없어 분석자료가 다원공분산분석의 가정에 어긋나지 않음을 확인하였다.

다원분산분석의 결과는 <표 1>에 제시되어 있다. 실험처치의 주효과에 대한 Wilk의 람다값은 유의하지 않아($F(3, 188)=.05, p=.987$) 가설 1은 지지되지 않았다. 외모통제력 지각의 Wilk의 람다값은 유의하

<표 1> 다원분산분석 결과

변량원		<i>F</i>	<i>F</i> (3, 188)	η^2
요인	실험처치	1.00	0.05	0.00
	외모통제 지각	0.96	2.91*	0.04
상호작용	실험처치×외모통제 지각	0.96	2.90*	0.04
	외모지향성	0.87	10.38***	0.14
공변수	연령	0.96	2.70*	0.04
	교육연한	0.97	2.01*	0.03
	신체질량지수	0.80	14.86***	0.19
	결혼여부1(기혼)	0.99	0.29	0.00
	결혼여부2(미혼)	1.00	0.30	0.01
	인종1(흑인)	0.99	0.58	0.01
	인종2(아시아계)	0.97	1.42	0.02
인종3(백인)	0.97	1.26	0.02	

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

였다($F(3, 187)=2.91, p=.013$). 즉, 외모통제력 지각이 비교결과에 영향을 미칠 것이라는 가설 2는 지지되었다. 사진자극물과 외모통제 지각의 상호작용의 Wilk의 람다값은 유의하여($F(3, 187)=2.90, p=.013$) 가설 3은 지지되었다. 공변수 중에서는 외모지향성, 연령, 교육연한, 신체질량지수 등이 유의한 값을 보였다.

2. 실험처치와 외모통제 지각의 주효과 및 상호작용효과

효과를 보다 상세히 살펴보기 위해서 유의한 값을 보인 변수들에 한해 일원 공분산분석을 실시하였고 외모통제 지각의 주효과와 실험처치와 외모통제 지각의 상호작용효과에 관련된 결과가 <표 2>에 제시되었다. 표에 제시된 값은 공변수의 효과를 제거한 수정된 평균값으로 측정된 평균값과는 차이가 있으며 표준편차 대신 표준오차가 제시되었다. 결과에 의하면 상호작용의 효과는 외모에 대한 불안감($F(1, 195)=8.36, p=.004, \eta^2=.04$)과 외모만족도($F(1, 195)=4.74, p=.03, \eta^2=.02$)에 대해 유의한 효과를 가졌다. 네 집단의 외모불안감에 대한 수정된 평균을 확인한 결과, 공변수의 효과를 제거했을 때 통제 지각이 낮은 사람들의 경우, 비인물이미지를 본 사람들에 비해 이상적 이미지를 본 사람들이 외모에 대한 불안이 낮고($m=2.03, m=1.80$) 외모만족도가 높았다($m=3.75, m= 4.03$). 그러나, 통제 지각이 높은 사람들 중 비인물이미지를 본 사람들에 비해 이상적 여성이미지를 본 사람들이

<표 2> 수정된 평균값과 표준오차 및 일원공분산분석 결과

종속변수	외모통제 지각 저		외모통제 지각 고		ANCOVA $F(df=1, 195)$		
	비인물 $n=60$ $m(s.e.)$	인물 $n=39$ $m(s.e.)$	비인물 $n=60$ $m(s.e.)$	인물 $n=49$ $m(s.e.)$	실험처치 (η^2)	외모통제 (η^2)	상호작용 (η^2)
자아존중감	3.60(0.07)	3.72(0.07)	3.90(0.08)	3.77(0.08)	.00(.00)	5.79*(.03)	2.91 (.02)
외모불안	2.03(0.07)	1.80(0.07)	1.60(0.09)	1.84(0.08)	.00(.00)	6.07*(.03)	8.36**(.04)
외모만족도	3.75(0.17)	4.03(0.17)	4.40(0.21)	3.87(0.19)	.40(.00)	1.75 (.01)	4.75* (.02)

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

외모에 대한 불안이 높고($m=1.60$, $m=1.84$) 외모만족도가 낮았다($m=4.40$, $m=3.87$). 즉, 서로 다른 이미지에 노출되도록 한 실험처치의 효과는 전체적으로는 유의하지 않았으나, 외모통제 지각이 높은 집단과 낮은 집단에 대해서 상반되는 효과를 준 것으로 나타났다.

외모통제력 지각은 외모에 대한 불안감($F(1, 195)=6.07$, $p=.015$, $\eta^2=.03$)과 자아존중감($F(1, 195)=5.79$, $p=.017$, $\eta^2=.03$)에 대해서 유의한 주효과를 보였다. 외모통제력 지각이 클수록 외모통제력 지각이 낮은 사람에 비하여 외모에 대한 불안감이 낮고($m=1.92$, $m=1.72$), 자아존중감이 높았다($m=3.66$, $m=3.84$).

3. 공변수의 효과

외모지향성, 연령, 신체질량지수, 교육연한 등의 공변수들에 대한 Wilk의 랏다값은 예측했던 대로 유의하였으나, 결혼여부, 인종의 효과는 유의하지 않았다(표 2).

외모지향성은 외모불안감에 부적 상관($F(1, 195)=27.969$, $p<.000$, $\eta^2=.13$, $\beta=-.19$)을, 자아존중감에는 정적 상관($F(1, 195)=6.896$, $p<.01$, $\eta^2=.03$, $\beta=.41$)을 가졌으며, 연령도 외모불안감에 부적 상관($F(1, 195)=6.184$, $p<.05$, $\eta^2=.03$, $\beta=-.01$), 자아존중감에 유의한 정적 상관($F(1, 195)=5.041$, $p<.05$, $\eta^2=.03$, $\beta=.01$)을 보였다. 즉, 외모를 중시하는 사람일수록, 그리고 연령이 많을수록 외모에 대해 불안을 덜 가지며 자아존중감이 높은 편이었다. 신체질량지수는 외모불안감에 정적 상관($F(1, 195)=16.341$, $p<.001$, $\eta^2=.08$, $\beta=.03$), 외모만족도에 유의한 부적 상관($F(1, 195)=27.801$, $p<.001$, $\eta^2=.13$, $\beta=-.10$)을 보였다. 즉, 키에 비해 몸무게가 많이 나가는 사람일수록 외모불안감이 크고 외모에 대한 만족이 낮았다. 교육연한은 외모불안감에 정적 상관($F(1, 195)=5.864$, $p<.05$, $\eta^2=.03$, $\beta=.05$)을 보여서,

교육수준이 높을수록 외모에 대한 불안은 높아짐을 알 수 있었다.

V. 결론 및 시사점

본 연구의 주목적은 사회적 비교과정의 결과가 여성들의 신체이미지에 미치는 영향을 조정하는 변수로서 외모통제력 지각이 갖는 역할을 살펴보는 것이었다. 여성모델의 사진에 노출된 응답자들의 자아존중감이나 외모만족도는 중성적 사진에 노출된 응답자들과 평균적 차이는 없었다. 그러나 외모불안과 외모만족도에 대한 상호작용효과는 유의하였다. 즉, 이는 개인이 지니고 있는 특성에 따라 대비효과가 다르게 나타날 수 있으며 외모통제력 지각이 이러한 차이를 설명하는 데 유용함을 보여준다. 따라서 본 연구의 결과는 지각된 외모통제 수준이 여성들이 광고모델들과의 사회적 비교과정의 결과를 조정하는 역할을 함을 부분적으로 지지하였다.

선행연구에서 제시된 바와 같이(Major et al., 1991), 외모통제력 지각은 자아존중감에 정적인 상관이 있었으며 외모에 대한 불안과는 부적 상관을 보였다. 이 결과는 외모를 통제할 수 있는 능력이 있다고 믿는 것이 여성들에게 권력감을 갖게 할 수 있다고 한 McKinley and Hyde(1996)의 예측을 지지하는 것이다. 그러나 외모만족에 대한 결과는 유의하지 않아 신체통제신념과 신체존중감간의 정적 상관을 발견한 McKinley and Hyde의 연구결과와는 다소 차이를 보였다.

본 연구의 결과는 외모통제력 지각이 정적인 효과를 주지는 않으며 어쩌면 부정적인 효과도 있을 수 있음을 보였다는 점에서 의미를 갖는다. 비록 외모통제 지각의 전반적인 효과는 긍정적이었는지 모르나, 매력적인 광고모델과의 비교상황에서 외모통제 지각이 갖는 효과는 다소 부정적이었다. 즉, 통제집단에서

는 외모통제 지각이 높은 사람들이 낮은 사람들 보다 외모에 대한 불안이 훨씬 낮았으나 실험집단에서는 두 집단간에 유의한 차이가 나타나지 않았다. 외모 만족도의 경우, 통제집단에서는 외모통제 지각이 높은 사람들이 낮은 사람들보다 외모만족도가 높았으나 실험집단에서는 외모통제 지각이 높은 사람들이 오히려 외모만족도가 더 낮았다. 자아존중감의 경우 통제집단과 실험집단의 차이가 크지 않아 상호작용 효과는 유의하지 않았으나, 통제집단에서는 외모통제 지각에 따른 차이가 유의했던 데 반하여 실험집단에서는 이 차이가 줄어들어 유의하지 않은 차이를 보였다.

공변수와 관련된 결과에서도 주목할 만한 내용들이 있었는데, 첫째, 연령이 많을수록 외모에 대한 불안이 적고 자아존중감이 높다는 결과가 나왔다. 이는 젊은 여성일수록 외모에 대한 기준이 높고 외모에 대한 관심이 크기 때문인 것으로 볼 수 있다. 교육연한은 높을수록 외모에 대한 불안은 컸는데, 이는 교육수준이 높은 사람들이 외모에 대한 기준이 높기 때문으로 여겨진다. 일반적으로 외모가 자아와 관련 있다고 여기는 사람일수록 외모에 대해 불안을 덜 가지며 자아존중감이 높은 편이었다. 이는 외모 면에서 이미 자신감이 있는 사람들이 외모를 자아와 상관있는 것으로 여기고 늘 관리하기 때문으로 해석된다. 또한 신체질량지수는 외모에 대한 불안감과 정적인 상관, 외모에 대한 만족과 부적 상관을 가져, 신체의 크기가 외모에 대한 태도에 미치는 영향을 확인할 수 있었다. 이에 비하여 인종이나 결혼여부의 영향은 없었다. 이는 백인 여성들이 신체이미지 장애의 주된 피해자라는 선행연구(Akan & Grilo, 1995)의 결과와는 달리 어느 인종이나 신체이미지 장애의 위험에 노출되어 있음을 보여주는 결과이다.

본 연구의 결과에서 나타난 상호작용효과는 여성들에게 외모통제 지각이 갖는 긍정적 효과가 자신에게 불리한 사회적 정보에 노출되었을 때 그 부정적 효과로부터 이들을 보호해 줄 정도로 강하지 못함을 보여준다. 오히려 외모통제 지각이 낮은 사람들은 통제집단에서보다 실험집단에서 외모 만족도와 자아존중감이 높았고, 외모불안은 더 낮았다. 아마도 외모통제력이 낮다고 생각하는 여성에게는, 자신에게 불리한 사회적 메시지(매력적인 모델의 이미지)를 접했을 때 자신의 자존감을 유지하기 위하여 그 메시지를 자신과 상관없는 것으로 판단하여 능동적으로 무시한

것으로 보인다.

그러나, 외모가 통제 가능한 것이라고 지각하는 여성들의 경우는 그렇지 않았다. 여성모델사진을 본 사람들이 비인물사진을 본 사람들보다 외모에 대해 불안감을 보이고 자신의 외모에 대한 만족도가 낮았던 것은 그들에게 그 사회적 메시지(즉, 매력적인 모델의 이미지)가 위압적이었던 것을 의미한다. 특히 외모에 대한 높은 불안감은 섭식 장애의 선행변수로 알려져 있으며(Reed et al., 1991), 자신의 신체의 크기를 크게 지각하는 것 또한 섭식 장애와 관련이 있다. 이런 점들을 감안하면, 그리고, 이러한 모델의 이미지는 우리 주변에 흔하고 쉽고 접할 수 있는 것이라는 점을 생각한다면, 외모통제력을 높게 지각하는 것이 여성들에게 위협요인이 될 수 있다. 반면, 이 결과는 Posavac et al.(2001)이 개발한 것과 같이 여성들로 하여금 외모는 통제할 수 없는 것이라고 여기게 만드는 개입프로그램이 섭식 장애나 신체이미지 장애를 치료하는 데 도움이 될 수 있음을 제시하기도 한다.

본 연구의 결과는 여성들이 외모통제력 지각이 그들이 광고모델과 자신의 외모를 비교한 후 보이는 반응에 대해 중재적인 역할을 하며, 자신의 외모통제력에 대한 지각이 그들의 신체이미지에 부정적인 영향을 줄 수 있다는 것을 보여준다. 이렇게 중재적 역할을 하는 변수들을 밝히는 것은, 그를 통해 섭식장애 등의 신체이미지 장애에 대해 위험한 조건에 있는 사람들을 밝히고 여성들이 미디어에서 제시되고 있는 강력한 이미지들을 무시할 수 있게 하는 상담프로그램 등의 개발하는 데 도움이 될 것이다. 소비를 통하여 외모를 변화시킬 수 있다는 신념을 강하게 갖는, 즉 외모통제력 지각이 높은 소비자들에게 외모관리용 상품들의 한계점과 또한 다이어트 등을 통해 외모를 통제할 수 있는 가능성과 그러한 외모 통제 방법의 실패율에 대한 올바른 정보를 제시함으로써, 소비자들이 외모 변화에 대한 지나친 기대를 가짐으로 인하여 자기 외모에 대하여 불만을 가지는 것을 막을 수 있을 것이다. 또한 잡지 등에서 보여지는 모델의 이미지가 소비자들에게 주는 영향을 인식시키면 그들이 이러한 이미지를 접할 때 무의식적으로 영향을 받는 경향을 줄일 수 있을 것이다.

실험연구의 실행과 관련하여 본 연구는 몇 가지 제한점을 가진다. 첫째, 본 연구는 실험의 형식을 띠었기 때문에 실험참여에 대한 동의를 사전에 구해야 했으므로 무선표집이 불가능했다. 또한 비록 본 연구가

실험의 형태를 갖추었으나, 주요한 변수인 외모통제력 지각은 조작화가 이루어지지 못하여 실험처치 이후에 자기응답식 척도를 이용하여 측정되었다. 실험 집단과 처치집단간에 외모통제력 지각 면에서 차이가 없음이 확인되었으나, 자극물에 대한 노출로 인하여 응답에 영향이 미쳤을 가능성이 있다. 결과를 해석하고 적용하는 데 이러한 점들이 유의되어야 할 것이다.

참고문헌

- 박은아. (2003). 신체존중감이 주관적 안녕감에 미치는 영향에 관한 비교문화 연구: 한국과 미국 여대생을 대상으로. *한국심리학회지: 일반*, 22(2), 35-56.
- 박은아, 성영신. (2001). 광고모델에 대한 소비자 지각이 구매의도에 미치는 영향-신체이미지 비교를 중심으로-. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 2(1), 87-116.
- Abell, S., & Richards, M. (1996). The relationship between body shape dissatisfaction and self-esteem: An investigation of gender and class differences. *Journal of Youth and Adolescence*, 25, 691-703.
- Akan, G. E., & Grilo, C. M. (1995). Sociocultural influences on eating attitudes and behaviors, body image, and psychological functioning: A comparison of African-American, Asian-American, and Caucasian college women. *International Journal of Eating Disorders*, 18(2), 181-188.
- Alfonso, V. C., Allison, D. B., Rader, D. E., & Gorman, B. S. (1996). The extended satisfaction with life scale: Development and psychometric properties. *Social Indicators Research*, 38, 275-301.
- Bordo, S. (1993). *Unbearable weight*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Brown, T. A., Cash, T. F., & Mikulka, P. J. (1990). Attitudinal body image assessment: Factor analysis of the body-self relations questionnaire. *Journal of Personality Assessment*, 55(1&2), 135-144.
- Cash, T. F., Cash, D. W., & Butters, J. W. (1983). Mirror, mirror, on the wall...?: Contrast effects and self-evaluations of physical attractiveness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 9(3), 351-358.
- Cattarin, J. A., Thompson, J. K., Thomas, C., & Williams, R. (2000). Body image, mood, and televised images of attractiveness: The role of social comparison. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 19(2), 220-239.
- Central intelligence agency. (1999). *The world factbook*. Retrieved November 1, 2002, from <http://www.odci.gov/cia/publications/publications/factbook/us.html>.
- Davidson, T. E., & McCabe, M. P. (2005). Relationships between men's and women's body image and their psychological, social, and sexual functioning. *Sex Roles*, 52(7/8), 463-475.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Gliner, J. A., & Morgan, G. A. (2000). *Research methods in applied settings: An integrated approach to design and analysis*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 31(1), 1-16.
- Grogan, S., Williams, Z., & Conner, M. (1996). The effects of viewing same-gender photographic models on body-esteem. *Psychology of Women Quarterly*, 20, 569-575.
- 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.
- Irving, L. M. (1990). Mirror images: Effects of the standard of beauty on the self- and body-esteem of women exhibiting varying levels of bulimic symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 9, 230-242.
- Kenrick, D. T., & Gutierrez, S. E. (1980). Contrast effects and judgments of physical attractiveness: When beauty becomes a social problem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 131-140.
- Major, B., Testa, M., & Bylsma, W. H. (1991). Responses to upward and downward social comparisons: The impact of esteem-relevance and perceived control. In J. Suls, & T. A. Wills (Eds.), *Social comparison: Contemporary theory and research* (pp. 235-260). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McKinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). The objectified body consciousness scale: Development and validation. *Psychology of Women Quarterly*, 20, 181-215.
- National Institutes of Health. (1998). *Clinical guidelines on the identification, evaluation, and treatment of overweight and obesity in adults: The evidence report*. National Institutes of Health.
- Posavac, H. D., Posavac, S. S., & Weigel, R. G. (2001). Reducing the impact of media images on women at risk for body image disturbance: Three targeted interventions. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 20(3), 324-340.
- Reed, D., Thompson, J. K., Brannick, M. T., & Sacco, W. P. (1991). Development and validation of the Physical Appearance State and Trait Anxiety Scale(PASTAS). *Journal of*

- Anxiety Disorder*, 5, 323–332.
- Richins, M. L. (1991). Social comparison and the idealized images of advertising. *Journal of Consumer Research*, 18, 71–83.
- Rodin, J., Silberstein, L., & Striegel-Moore, R. (1984). Women and weight: A normative discontent. In T. B. Sonderegger (Ed.), *Nebraska symposium on motivation: Vol. 32. Psychology and Gender*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (1994). Aesthetics of the body and social identity. In M. DeLong, & A. M. Fiore (Eds.), *International Textiles and Apparel Association special publication number 7* (pp. 163–176). Columbia, MO: International Textiles and Apparel Association.
- Rudd, N. A., & Lennon, S. J. (2000). Body image and appearance management behaviors in college women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(3), 152–162.
- Saltzer, E. B. (1982). The Weight Locus of Control(WLOC) scale: A specific measure for obesity research. *Journal of Personality Assessment*, 46(6), 620–628.
- Sault, N. L. (1994). Introduction: The human mirror. In N. L. Sault (Ed.), *Many mirrors: Body images and social relations* (pp. 1–28). New York: Rutgers University Press.
- Stice, E., Spangler, D., & Agris, W. S. (2001). Exposure to media-portrayed thin-ideal images adversely affects vulnerable girls: A longitudinal experiment. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 20, 270–288.
- Stotland, S., & Zuroff, D. C. (1990). A new measure of weight locus of control: The dieting beliefs scale. *Journal of Personality Assessment*, 54(1&2), 191–203.
- Stowers, D. A., & Durm, M.W. (1996). Does self-concept depend on body image? A gender analysis. *Psychological Reports*, 78, 643–646.
- Thompson, C. J., & Hirshman, E. C. (1995). Understanding the socialized body: A poststructuralist analysis of consumers' self-conceptions, body images, and self-care practices. *Journal of Consumer Research*, 22, 139–153.
- Vacker, B., & Key, W. R. (1993). Beauty and the beholder: The pursuit of beauty through commodities. *Psychology and Marketing*, 10(6), 471–494.