

한국 남성의 근육 만들기에 대한 관심과 신체만족도에 관한 연구*

Korean Men's Interests in Muscle Building and Their Body Satisfaction

고려대학교 가정교육과

부교수 이윤정

청강문화산업대학 패션디자인학과

강사 김영미

고려대학교 가정학과

석사과정 권순장

Department of Home Economics Education, Korea University

Associate Professor : Yoon-Jung Lee

Department of Fashion Design, Chungkang College of Cultural Industries

Lecturer : Youngmi Kim

Department of Home Economics, Korea University

Master Student : Soon-Jang Kwon

◀ 목 차 ▶

I. 서론

II. 이론적 배경

III. 연구 방법 및 절차

IV. 연구 결과 및 고찰

V. 결론 및 제언

참고문헌

<Abstract>

With the sex role changes in the post-modern society, men are becoming increasingly interested in appearance and their bodies. Male muscles in particular, which also is a visual manifestation of masculine strengths, has become the focal interest for those men who care about appearance management. The purpose of this study was to identify the extent to which Korean culture emphasizes muscles in defining masculine body, and to understand Korean men's perception of muscle building and their bodies. For this purpose, a content analysis and a survey were conducted. The content analysis aimed at identifying the ideal masculine image represented in the ads featured in male fashion magazines. For the purpose of comparison, U.S. magazines were also examined. The result showed that male models' images shown in Korean magazines were not significantly different from the male images in American

Corresponding Author : Yoon-Jung Lee, Department of Home Economics Education, Korea University, Anamdong 5-ga, Songbuk-ku, Seoul, 136-701, Korea Tel: +82-2-3290-2326 Fax: +82-2-927-7934 E-mail: yleehe@korea.ac.kr

* 본 연구는 고려대학교 특별연구비에 의하여 수행되었음.

magazines in terms of the body size, muscularity, and the nudity of the models. A survey to 339 men aged between 20 to 50 living in Seoul area was conducted to explore the motives of muscle building, the criteria men use to evaluate muscled bodies, and the influence of muscle building on body satisfaction. Factor analysis and analyses of variances followed by Scheffe multiple comparisons were conducted for data analysis. The results showed that physical appearance improvement is one of the motives of muscle building especially for younger men. Muscle building in general is found to contribute positively to men's body satisfaction.

주제어(Key Words) : 잡지분석(magazine analysis), 광고(advertising), 남성(men), 이상적 체형(ideal body shape), 근육 만들기(muscle building)

I. 서론

80년대 이후로 외모에 대한 남성들의 관심이 증가하면서 메트로섹슈얼, 콘트라섹슈얼, 위버섹슈얼, 크로스섹슈얼 등 남성 소비자들의 패션관련 트렌드를 일컫는 다양한 용어들이 등장하고 있고(박달지, 2007; 이혜진, 2007; 조수현, 2005), 남성의 외모에 대한 관심이 사회적 화두로 등장할 정도로 남성들이 외모에 대하여 가지는 관심이 증가되고 있다. 남성의 외모는 이제는 취업을 위한 중요한 자질의 하나로 여겨지기도 하고 개인의 능력을 표현하는 하나의 방식으로 간주되기도 한다(전양진, 성희원, 2007).

우리나라에서의 남성의 외모에 대한 관심을 묘사하는 트렌드들을 분석해 보면, 1990년대의 꽃미남 신드롬이 남성도 아름다워야 한다는 외모에 대한 새로운 기준을 제시한 데 비하여, 2000년대 이후의 메트로섹슈얼과 몸짱/얼짱 신드롬 등은 남성들이 외모를 '관리해야 하는' 어떤 것으로 여기고 꾸준히 노력하도록 하는 역할을 제시하고 있다(이귀옥, 이원정, 2004; 임인숙, 2005). 다시 말해서 과거에는 외모가 부모로부터 주어진 것이고, 생긴 대로 사는 것이라고 여겼으나, 이제는 외모는 가꾸고, 변화시키고, 관리해야 하는 것으로 여기는 견해가 남성들 사이에서도 일반화되고 있다(임인숙, 2005). 1996년부터의 2002년까지의 우리나라 남성 잡지 광고를 분석한 이귀옥과 이원정(2004)의 연구에서도 "외모를 가꾸는 남자"가 새로이 나타난 남성상의 하나로 등장하고 있음을 보여주었다. 이는 남성의 성역할의 변화를 반영하는 것으로, 전반적인 사회가 생산보다는 소비를 통하여 개인의 정체성이 형성되는 소비의 사회로 변화해 감에 따라 남성의 역할도 생산의 주체로서 보다는 소비의 주체로서의 의미를 지니게 되었고, 다양한 제품의 소비를 통한 치장 활동의 대상이 되었음을 의미한다(이귀옥, 이원정, 2004; Alexander, 2003).

남성의 외모에 관련하여 최근 관심이 집중되고 있는 부분 중 하나는 남성의 신체, 특히 근육에 대한 것이다 ("남성의 매력", 2009.11.11). 남성의 근육은 남성이 지니고 있는 육체적 힘을 암시하는 것으로 남성다움의 상징으로 여겨져 온 신

체적 특성이다 (Yang, Gray, & Pope, 2005). 유럽이나 미국의 경우에는 근육이 강한 남성을 상징하는 것으로 여겨져 근육을 키우고자 하는 남성들이 늘고 있으며, 근육의 크기에 대한 서양 남성들의 집착은 강박적인 정도로 운동을 하거나 스테로이드 등의 약물을 이용하여 근육을 키우고자 하는 신체이미지 장애인 근육 추형(Muscle dysmorphia: MDM)의 사례를 급증시키기도 하였다 (Leone, Sedory, & Gray, 2005; Yang et al., 2005). 우리나라에서 남성들의 근육에 대한 관심은 몸짱 신드롬과 연관되어 고조되었으며, 잘 발달된 근육은 남성 신체의 아름다움을 논하는 데 빼 놓을 수 없는 요소가 되고 있다(양숙희, 양희영, 2006). 최근에는 복근성형("이제는 남성 성형시대", 2009.11.5)이나 근육질 몸처럼 보이게 하는 남성 체형보정용 속옷(김민규, 2009.11.28)이 등장하기까지 하고 있다.

이처럼 남성들이 근육 만들기에 대하여 관심을 갖게 된 배경에는 매스미디어의 역할이 크다. 미국의 경우, 지난 50여 년간 매스미디어에서 나타난 남성의 몸은 점차 비대해지고 근육화 되어왔다(Media Education Foundation, 1999). 우리나라에서도 근육이 잘 발달된 남성 모델 또는 연예인들이 상체의 근육이 드러나도록 상체를 노출시키거나 몸에 밀착되는 티셔츠를 입은 모습을 자주 보여주는 등, 남성의 신체, 특히 근육질의 신체를 강조하는 이미지가 강화되고 있으며("남성의 매력", 2009.11.11), 근육 가꾸기를 중용하는 내용의 미디어들이 유통되고 있다(임인숙, 2005). 이처럼 신체에 대한 사회적 기준은 미디어 등을 통해 일반 소비자들에게 교육되고, 남성들은 자신의 신체의 외적인 모습에 대한 정교한 기준을 만들어 가고 있다(Agliata & Tantleff-Dunn, 2004). 매스미디어에서 여성의 몸을 객체화 시키고 그 외적 특성을 평가하는 까다로운 기준들이 존재한 것에 대한 여성학 분야에서의 비판은 끊임없이 제기되어 왔었다(Jung & Lee, 2009). 이러한 경향이 남성의 몸에 대해서도 나타나 근육이 발달한 정도 또는 위치 뿐 아니라 특정한 형태에 대해서까지 언급할 정도로 부분으로 나누고 축소화시키는 이미지들이 매스미디어를 통하여 제시되고 있다(양숙희, 양희영, 2006;

임인숙, 2005).

후기현대사회에서는 미끈한 몸매를 갖기 위하여 다이어트를 하거나 근육을 키우는 등의 신체 변형이 옷이나 장신구를 통한 장식만큼이나 개인의 신체장식에 있어서 중요한 의미를 지닌다. 어느 신문(이호갑, 2007. 6. 27)의 기사에서도 '몸매는 패션'이라고 언급하고 있듯이 이상적 체형은 그 자체가 패션이라고 볼 수 있으며, 근육 만들기는 하나의 복식 행동이다(Roach-Higgins, Eicher, & Johnson, 1995). 따라서 근육 만들기 등을 포함한 개인의 신체적 외모에 대한 태도나 행동은 중요한 복식사회심리학 관련 주제로 볼 수 있다. 특히 남성의 근육은 남성의 힘을 상징하는 등(Yang et al., 2005), 성역할에 대한 사회문화적 관념을 반영한다는 점에서 의미가 크다. 그러나 남성의 근육을 포함한 이상적 체형에 대한 매스미디어의 묘사, 또는 이상적 외모를 얻기 위한 복식행동으로서의 남성들의 근육 만들기에 대한 관심, 또는 이러한 관심이 신체이미지에 미치는 영향에 대한 국내에서의 선행연구는 거의 없다. 이에 본 연구는 근육을 포함하는 남성의 이상적 체형에 대하여 다양한 시각에서 접근함으로써 근육이 미디어에서 어떻게 이상적인 남성외모의 구성요소로 규정되고 있는지 알아보고, 이런 사회문화적 이상에 근접해 가고자 하는 경향을 실제 소비자들을 대상으로 조사해 보았다.

본 연구의 목적은 패션잡지의 광고의 분석을 통하여 우리나라 남성의 이상적 체형을 구성하는 데 있어서 근육이 갖는 중요성을 파악하고, 외모관리의 일종으로서 근육 만들기에 몰입하는 남성들의 동기와 근육에 대한 평가기준, 그리고 신체만족도를 이해함으로써 개인의 신체이미지에 대한 사회문화적 영향을 살펴보는 것이었다. 이와 같이 본 연구는 사회문화적으로 이상적으로 여겨지는 체형의 확인과 이러한 이상적 체형을 얻고자 하는 소비자들의 태도 측면을 모두 다루고자 하였기 때문에 내용분석과 설문조사라는 두 가지의 연구방법을 병합하여 활용하였다. 본 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1: 한국 패션잡지 광고에서 제시된 남성의 이상적 체형이 근육을 강조하고 있는 정도를 알아본다.

- 1-1. 한국 패션잡지 광고에 나타난 남성모델의 신체크기는 어떠한가?
- 1-2. 한국 패션잡지 광고에 나타난 남성모델의 근육 발달정도는 어떠한가?
- 1-3. 한국 패션잡지 광고에 나타난 남성모델의 신체노출정도는 어떠한가?

연구문제 2: 외모관리의 일종으로서의 근육 만들기에 대한 한국 남성들의 관심정도를 파악하고 근육 만들

기와 신체만족도와의 관계를 알아본다.

- 2-1. 연령대 별로 근육 만들기에 대한 관심, 방법, 동기 및 평가방법에 차이가 있는가?
- 2-2. 인구통계적 특성에 따라 근육강화 운동 정도에 차이가 있는가?
- 2-3. 근육강화 운동 정도에 따라 신체만족도에 차이가 있는가?

II. 이론적 배경

1. 남성다움의 상징으로서의 근육

남성과 여성의 몸은 사춘기를 거치며 성적 특성을 나타내게 되는데, 이때의 신체적 변화에서 두드러진 측면은, 여성은 가슴이 발달하고 허리가 들어가면서 엉덩이나 하체에 지방이 많이 생기는 반면, 남성의 몸은 지방보다는 근육이 발달하기 시작한다는 것이다. 이와 같은 신체적인 성차는 사회문화적으로 강화되어, 많은 사회에서 이상적인 남성 체형은 키가 크고, 체격이 건장하며, 특히 어깨와 상박의 근육이 잘 발달된 체형으로 정의되는 반면, 이상적인 여성 체형은 전반적으로 마른 몸매에 가슴과 엉덩이가 크고 허리가 잘록한 체형으로 정의된다.

다시 말해서 여성의 몸과 남성의 몸을 구별 짓는 특성의 하나가 근육이며, 따라서 근육은 남성의 남성다움의 상징으로서 여겨져 온 특성이다. 서구, 특히 미국에서는 남성의 외모에 대한 사회적 관심의 증대로 근육 추형(muscle dysmorphia)이라는 새로운 형태의 신체이미지 장애가 나타나기도 하였다. 근육 추형은 자신의 몸이 근육질이지 못하다는 생각에 대한 병적인 집착을 갖는 증상이다(Yang et al., 2005). 근육 추형은 때로는 역거식증(reverse anorexia)이라고도 불리는데(ESCO, Olson, & Williford, 2005), 이는 지나칠 정도로 근육질의 체형이 되는 것을 추구하기 때문에 거식증과는 반대로 자신의 몸을 실제보다 왜소하다고 여기는 증상을 보이기 때문이다. 연구결과에 의하면 미국의 남자 고등학생들 중 4~12%가 스테로이드 등의 약물 남용, 과도한 운동 등의 증상을 수반하는 근육 추형의 양상을 보이고 있다고 한다(Yang et al., 2005). Pope, Phillips와 Olivardia(2000)는 남성들이 외모에 지대한 관심을 보이는 현상에 대하여 그리스 신화에 나오는 아프로디테의 애인이었던 미소년 Adonis에 비유하여 아도니스 콤플렉스(the Adonis complex)라는 표현을 사용하며 이 현상의 사회적 문제점에 대하여 논하였다. 이들은 아도니스 콤플렉스는 "남성과 소년들의 신체이미지에 대한 염려 증세를 의미하는 것으로, 대체로 은밀한 것이 보통이며, 놀라울 정도로 흔한 현상"이라고

하였다 (Pope et al., 2000). 그들은 특히 아도니스 콤플렉스의 대표적인 하나의 증상으로 근육추형을 들고 있다.

근육에 대한 고조된 관심에 대한 해석으로서 대두되고 있는 이론 중 하나가 남성성의 위기 이론(Threatened Masculinity Theory)이다. 이 이론에 의하면 남성들이 근래에 근육질 몸매에 대한 강한 충동을 느끼는 것은 전통적으로 남성적 영역으로 여겨져 왔던 분야에서 여성들이 성공하고 있기 때문이라는 것이다 (Mishkind et al., 1986; Pope et al., 2000). Mills & D'Alfonso (2007)는 남자 대학생들을 대상으로 남성들이 성적 우월성이 위협 당했을 때 어떻게 반응하는가를 알아보기 위한 실험을 시행하였다. 그들은 남자 대학생들에게 남성 또는 여성에게 패배하는 상황을 경험하게 한 후 상황적 자아존중감, 신체이미지, 신체적 능력 등을 측정하였다. 그 결과, 남자들은 남성에게 패한 경우에 비하여 여성에게 패한 후 자신의 외모에 대해서 더 부정적으로 평가하는 경향을 보였으며, 신체적 능력 면에서도 낮은 성과를 보였다고 여겼고, 근육질 몸매에 대한 선호가 강화되었다. 이처럼 남성들은 역사적으로 여성에 비하여 사회적 우위를 가지고 우월의식을 갖는 데 익숙해 있기 때문에 여성에게 뒤처지는 경험을 하는 경우 그들의 남성성에 대한 위기를 느끼고, 그에 대한 반작용으로 더 강한 남성성, 즉 근육질 몸매를 추구하게 된다는 것이다.

2. 남성의 신체이미지에 대한 문화적 영향

서양에서의 근육추형과 관련된 문제가 심각한 현상으로 나타나고 있는 데 비하여 우리나라나 대만, 일본 등의 동양 국가에서는 이러한 증상들이 아직은 많이 발견되지 않고 있다. 실제로 대만과 서양 남성의 신체 이미지(body image)를 비교한 Yang 외의 연구(2005)에서 이러한 차이가 확연하게 발견되었다.

Yang 외(2005)에 의하면, 서양에서는 남성성이 신체의 근육화된 정도에 따라 정가가 내려지고 있는 데 비하여 동양계 국가들에서는 그렇지 않은 경우가 많았다. 그들은 대만 남성들이 서양 남성들에 비하여 신체에 대한 불만족이 유의하게 적게 나타났다고 하였다. 그들은 이러한 현상이 서양에서 근육질 몸매를 중시해 왔던 전통이 존재하였고 서양의 미디어에서 근육질 남성의 신체가 많이 제시되어왔기 때문이라고 해석하였으며, 그 증거로 미디어에 많이 노출된 남성일수록 신체에 대한 불만족이 크다는 선행연구의 결과(Agliata & Tantleff-Dunn, 2004; Botta, 2003; Rich, 2003)를 예로 제시하였다.

Yang 외(2005)은 두 가지의 연구를 통하여 대만 남성이 서양 남성에 비하여 신체이미지가 긍정적이라는 결과를 도출하였다. 첫 번째 연구는 대만과 미국, 프랑스, 오스트리아

의 4개국 남성들을 대상으로 실시하였는데, 컴퓨터 그래픽으로 신체의 크기와 근육의 크기를 조절할 수 있는 프로그램을 통하여 자신이 선호하는 체형을 선택하도록 하였다. 그 결과, 서양 남성들은 실제의 자신의 몸보다 28 lbs(13 kg) 가량 더 근육이 많은 체형을 선호하였으며, 특히 여성들이 자신의 실제 체형보다 30 lbs(14 kg) 가량 더 근육이 발달한 체형을 좋아할 것이라고 생각했다. 이에 비교하였을 때, 대만 남성들도 서양 남성들과 마찬가지로 현재의 체형보다 근육이 많기를 기대하며 실제적 체형과 이상적 체형 간에 차이를 많이 보였으나(Fat-Free Mass Index 2 kg/m^2), 여성들이 좋아할 것이라고 생각하는 체형의 근육비율은 서양 남성들에 비해 유의하게 적게 나타났다고 하였다 (Fat-Free Mass Index로 1.2 kg/m^2). 또한 이상적 체형과 여성이 선호하는 체형의 근육비율(muscularity)의 차이가 대만 남성들의 경우가 가장 적어 대만 남성들의 이상적 체형이 가장 긍정적이라는 결론을 내렸다.

그들은 두 번째 연구에서 서양 여성 잡지와 대만 여성 잡지를 비교하여 남성 광고 모델들의 신체가 드러난 비율을 분석하였는데, 여성 광고 모델들이 벗은 몸을 드러낸 모습의 사진 비율은 1950년대부터 1990년대까지 거의 변화가 없었던 데 비하여 남성 모델들의 경우는 1950년대에서 1990년대로 가면서 옷 벗은 모습의 사진이 3%에서 35%로 증가했음을 밝혔다. 대만 잡지에서도 서양인 남성 또는 여성 모델의 경우, 몸을 드러내는 경향이 서양 잡지와 거의 유사하였으나, 동양인 여성의 경우 옷을 안 입은 경우가 서양인의 절반가량에 불과하였으며 동양인 남성의 경우 옷을 안 입은 경우가 거의 없었다고 하였다. 그들은 이러한 결과에 근거하여 서양에서는 남성적이고, 존경할 만하고, 바람직한 남성을 정의하는 데 근육 (또는 몸)이 가장 중요한 기준인데 비하여 대만에서는 그렇지 않다는 결론을 내렸으며, 이러한 두 나라간의 차이를 문화적 시각에서 해석하고자 하였다.

Yang 외(2005)에서는 서양의 이상적 남성상은 Adonis Complex, 중국의 이상적 남성상은 양강지기(陽剛之氣)의 개념을 이용하여 설명하고자 하였다. 양강지기는 굳세고 강한 힘을 말하고 있으나, 여기서의 힘은 체력 뿐 아니라 지력과 의지력을 포함하는 것으로 무(武)보다는 문(文)이 더 강조되는 군자의 상을 표현하는 것이다. 즉, 무보다는 문이 강조되는 남성상에 따르면 신체적인 강인함에 대한 강조가 적을 수밖에 없다는 것이다. 그들은 대만 남성들의 긍정적 신체 이미지에 대한 다른 해석으로 서양의 미디어에서는 근육질 남성 이미지가 팽배함에 비하여 중국 남성들이 근육질 남성의 미디어 이미지에 상대적으로 적게 노출되었기 때문이라는 점과 아울러 중국 남성들이 집안의 가장으로서의 역할이 감소되는 경험 또는 남성성에 대한 위협을 적게 느꼈기 때문일

수도 있다는 남성성의 위기설에 근거한 가설 또한 제시하였다. 즉, 서양 남성들에게 있어서 몸은 그들이 남성적 자존감을 찾을 수 있는 얼마 남지 않은 근거들 중 하나이기 때문에 신체의 크기를 과장할 필요가 있었음에 비하여, 중국의 남성들은 상대적으로 남성성의 위협을 적게 받았기 때문에 남성의 우월함을 강조할 필요성을 적게 느꼈기 때문으로 해석하고 있다.

이처럼 각 문화에 따라 이상적인 남성 체형을 정의하는 방식이 서로 다르기 때문에, 남성의 외모나 신체이미지에 대한 연구를 할 때 문화적 상황을 고려하지 않을 수 없다. 우리나라에서도 아직은 근육 추형과 같은 극단적인 현상이 많이 보고되고 있지는 않으나 신체관련 시장이 급속도로 확장되어가고 남성들의 근육이 강조되는 최근의 경향을 볼 때 남성들의 신체이미지 측면에서도 주시할 필요가 있을 것이다.

3. 한국 남성의 외모 또는 신체에 대한 선행연구 고찰

지난 10여 년간 우리나라의 남성들이 보여 온 외모에 대한 관심으로 인하여 남성의 패션과 외모에 관련된 연구가 진행되었다. 특히 패션 추구혜택 또는 라이프스타일 등의 분석을 통한 남성 패션시장의 세분화가 목적인 경우가 많았다(김건수 외, 2007; 김주희, 박옥련, 2005). 이에 비하여 몇몇 연구는 남성의 외모에 대한 관심의 동기를 살펴본 경우도 있었고(유창조, 정혜은, 2002; 이윤정, 2007; 임인숙, 2005), 이를 성역할과 연관시켜 연구한 경우도 있었다(이윤정, 2005; Chun, Shin, & Koh, 2007). 이들 연구에서 일관성 있게 나타나고 있는 결과는, 남성의 외모관리 또는 외모에 대한 관심이 남성의 여성화로 인한 것이기 보다는 남성다운 이미지를 구축하거나 취업 또는 사회에서의 인정을 받기 위해서(임인숙, 2005; 전양진, 성희원, 2007), 또는 유행을 따르거나 개성을 추구하기 위한 것이라는 점이었다(유창조, 정혜은, 2002; 이윤정, 2007).

이윤정의 연구(2007)에서는 남성의 외모관리에 여성성보다는 남성성이 더 높은 영향을 미친다는 결과가 나왔으며, Chun 외의 연구(2007)에서는 20대 남성들을 성역할 집단으로 구분하였을 때, 양성성 집단이 여성성 집단이나 남성성 집단보다 높은 외모관리행동을 보였다. 양성성 집단은 또한 외모에 대한 사회문화적 영향에 대한 인식도 높아 이들 남성들이 사회문화적 적응을 위하여 외모에 관심을 갖는 것으로 해석되었다.

임인숙의 연구(2005)에서는 후기 현대사회에서는 자아를 구성하고 정체성을 확립하는 하나의 방식으로 신체에 대한 관심이 이용되고 있으며, 따라서 남성들도 여성적인 행위를 한다는 비난으로부터 면제될 수 있다고 하였다. 오히려 멋을 아는 남성이 새로운 남성상으로 제시되고 있으며, 남성들도

외모로 인하여 불안을 느끼는 상황에 이르렀다는 것이다. 그의 주장에 의하면 그러나 남성들은 남성다움을 이용하여 외모 가꾸기의 허용수준에 제한을 두고 있으며, 그러한 남성적인 힘, 강한 의지, 통제력의 상징으로서 적당한 근육질의 몸을 적극적으로 수용하는 경우가 많다고 하였다.

이처럼 우리나라의 남성들에게 외모 관리는 취업이나 사회적 적응의 하나의 방식이기도 하며, 남성적 이미지의 표현을 위한 수단이기도 하다(임인숙, 2005; 전양진, 성희원, 2007). 즉, 이들은 외모에 관심을 가지되, 여성처럼 보이는 것에 대해서는 허용하지 않는 모습을 보이며, 이런 이유로 남성의 힘을 상징하는 근육 만들기에 대하여 관심을 가지는 것으로 보인다. 잔근육으로 다져진 탄탄하고 볼륨 있는 몸매는 그 자체로서도 하나의 패션 트렌드이기도 하며(정혜진, 김소라, 2008), 옷을 입었을 때에도 근육질 몸매가 드러나는 스타일이 트렌드가 되고 있다.

Ⅲ. 연구 방법 및 절차

1. 내용분석의 방법 및 절차

본 연구에서는 우리나라 남성의 이상적 체형이 어떠한지 파악하기 위하여 패션잡지에 포함된 광고 모델의 체형을 분석하였다. 패션 잡지는 그 기능상 그 사회에서 가장 매력적이라고 여겨지는 신체의 모습을 반영하고 있을 가능성이 높다. 특히 패션잡지에 나타나는 광고는 제품의 소비를 통하여 소비자들이 성취할 수 있는 이상형을 제시하는 경향이 있으며, 따라서 패션잡지 또는 패션광고는 외모와 관련된 문화적 이상형을 파악하는 연구에서 많이 활용되고 있다(Frith, Shaw, & Cheng, 2005; Jung & Lee, 2009; Sypeck, Gray, & Ahrens, 2004; Yang et al., 2005). 미국을 비교대상으로 잡은 이유는 선행연구(Yang et al., 2005)에서 서양, 특히 미국의 이상적 남성 체형에 대한 연구가 이미 이루어져 있고, 근육 추형 등의 신체이미지장애가 사회적 문제로 제기 될 만큼(Leone, Sedory, & Gray, 2005) 미국사회에서의 근육에 대한 관심이 큰 것으로 알려져 있기 때문이다.

1) 표본 및 분석단위

패션광고는 한국과 미국의 여성 및 남성 패션잡지 광고를 분석하였는데, 표본은 12권의 잡지의 광고로, 2007년 3월과 5월, 9월, 한국과 미국에서 출간된 Vogue와 G.Q. (Gentlemen's Quarterly)이었다. Vogue와 G.Q.는 두 나라에서 모두 널리 구독되는 대표적인 패션잡지로서 두 잡지의 구성이 유사하여 남녀잡지의 비교가 용이할 것이라는 이유로 선정되었다. 3월, 5월, 9월호를 선정한 기준은, 우선 옷

로 몸을 가린 정도를 측정하는 항목이 있었기 때문에 여름과 겨울을 피함으로써 계절적 특성으로 인한 편차를 줄이기 위하여 봄 또는 가을호 중에서 선택하였으며, 4종류의 잡지(한국과 미국판 Vogue와 G.Q.)의 과월호를 모두 구할 수 있는 달로 선택하였다.

분석의 단위는 모델로, 잡지에 포함된 모든 광고에서 보여진 남성모델을 대상으로 하였다. 한 명 이상의 모델이 등장한 경우 각 모델을 분석대상으로 하였으며, 신체 또는 근육 강조에 관련된 질문에 대해서는 전신이 보여진 경우만 분석하였다. 미국 잡지에서 전신이 보여진 모델은 268명이며, 한국 잡지에서 전신이 보여진 모델은 총 277명으로, 총 545명의 모델이 분석되었다.

2) 분석 내용 및 척도

코딩 항목은 모델의 인종(race), 신체크기(body size), 옷으로 몸을 가린 정도(nudity level), 근육의 발달 정도(muscularity) 등을 분석하였다. 모델의 인종은 피부색과 신체적 특징에 따라 코더가 판단하도록 하였으며, 신체크기를 측정하기 위해서는 Thompson & Gray (1995)의 테두리 그림 척도 (Contour Drawing Rating scale)를 이용하였다. 이 척도는 서로 다른 크기의 9개의 남성 신체의 그림으로 구성된 척도로, 9개의 그림 중 모델의 신체크기에 가장 근접한 그림을 선택하도록 하였다.

옷으로 몸을 가린 정도를 측정하기 위해서는 Reichert (1999)의 nudity 척도가 활용되었다. 이 척도는 4점 척도로 “점잖은(demure)”(1), “선정적인(suggestive)”(2), “몸의 일부만 가린 (partly clad)”(3), “나체(nude)”(4)의 선택항목으로 이루어져 있다. “점잖은” 의복은 일상적인 의복으로 정의될 수 있는데, 일반적인 거리에서 입고 다녀도 다른 사람의 이목을 끌지 않을 만한 옷을 입을 경우로 일상적인 반바지 등은 포함하나 아주 짧은 반바지나 속옷이 보이는 경우는 포함하지 않는다. 이에 비하여 “선정적인” 옷은 상체의 일부를 노출하는 옷, 즉, 셔츠의 단추를 열어 젖혔다거나 근육이 드러나는 티셔츠, 그리고 일상적인 정도보다 짧은 반바지 등을 포함한다. “몸의 일부만 가린” 의복은 모델이 속옷이나 수영복만을 입은 경우에 해당되며, “나체”는 모델이 아무 옷도 입지 않았거나 옷을 걸치지 않은 것으로 보이는 경우로 예를 들어 수건이나 물건 등으로 성기만을 가리고 있는 경우를 포함한다.

근육의 발달 정도를 측정하는 척도는 기존에 개발된 것이 없어 연구자가 개발한 척도를 활용하였다. “근육이 전혀 발달되지 않은”(1점)부터 “근육이 매우 발달한”(4점)의 4단계로 나누어 척도를 구성하였다. 근육이 매우 잘 발달한 체형은 보디빌더처럼 근육이 크고 뚜렷한 형태가 보여지는 경우

를 말하며 근육의 형태가 덜 뚜렷하거나 근육의 크기가 작은 경우 낮은 점수를 부여하도록 하였다.

3) 자료 처리 방법

코딩에는 두 명의 코더가 참여하였는데, 자료분석의 신뢰성을 위하여 총 자료의 15% 가량을 예비 코딩한 후에 채점자간의 일관성 검사와 채점자 개인별 일관성 검사를 실시하여 모든 항목에 대한 일관성 점수가 .80 이상임을 확인한 후 본코딩을 실시하였다. 본코딩은 각각의 코더가 독립적으로 코딩을 하고, 자료를 수합한 후 차이가 보여지는 자료에 한하여 두 코더가 의논하는 과정을 거쳐 최종 결과를 결정하였다. 각 항목에 대한 최종 일관성 점수는 모두 .80 이상으로 모든 항목에 대하여 비교적 높은 신뢰도를 보였다. 자료의 분석은 SPSS 12.0을 이용하여 카이제곱분석을 실시하였다.

2. 설문조사의 방법 및 절차

1) 예비조사

설문조사에 앞서 예비조사의 일환으로 남성의 신체, 특히 근육의 평가방식에 대해서 알아보기 위하여 10명의 남성을 대상으로 면접을 실시하였다. 이들은 모두 20-30대의 연령이었으며 운동에 관심이 있고, 근육을 키우기 위하여 운동을 하고 있는 남성들이었다. 질문 내용은 근육 만들기 방법에 대한 내용과 근육의 평가 방식, 운동과 외모라는 측면에서의 근육에 대한 내용을 포함하였다. 또한 보충자료로서 근육 만들기 또는 헬스와 관련되는 인터넷 동호회 게시판에 올라와 있는 글들을 분석하였다. 그 결과를 바탕으로 설문지를 작성하였다.

2) 조사대상자

온라인 설문조사 대행기관에 의뢰하여 20-40대 남성을 대상으로 인터넷 설문조사를 실시하였다. 표본은 설문조사 기관이 보유하고 있는 패널 중 20-40대 남성들에게 보낸 설문참여 요청 메일에 응답한 사람들로 편의표집 되었다. 총 339명의 응답이 분석에 활용되었다.

설문응답자의 특성이 <표 1>에 요약되었다. 연령은 30대가 52.2%로 가장 많았으며, 20대가 28.9%, 40대가 19%였으며, 기혼자가 46.3%, 미혼이 53.7%로 미혼이 약간 많았다. 학력 면에서는 고졸 이하가 8.6%, 전문대 재학 또는 졸업자가 15.9%, 4년제 대학 재학 또는 졸업자가 60.5%, 대학원 이상 15%으로 비교적 높은 편이었다. 직업은 일반사무직이 50.4%로 가장 많았고, 학생이 15.15%, 전문직이 13.64%, 무직 또는 기타가 25% 등이었다. 가계 월소득은 200만원 미

〈표 1〉 응답자의 인구통계적 특성

(N = 339)

연령	n	%	월 가계소득	n	%
20대	98	28.9	100만원 미만	23	6.78
30대	177	52.2	100-200만원	80	23.60
40대	64	19.1	200-300만원	79	23.30
전체	339	100.0	300-400만원	71	20.94
			400-500만원	36	10.62
결혼여부	n	%	500-600만원	21	6.19
미혼	157	46.31	600-700만원	13	3.83
기혼	182	53.69	700만원 이상	16	4.72
전체	339	100.0	전체	339	100.00
학력	n	%	직업	n	%
중학교 졸업	4	1.18	학생	50	14.75
고등학교 졸업	25	7.37	일반사무직	171	50.44
전문대 재학/졸업	54	15.93	생산관리직	26	7.67
대학교 재학/졸업	205	60.47	판매서비스직	21	6.19
대학원 이상	51	15.04	전문직	45	13.27
전체	339	100.00	무직/기타	25	7.37
			전체	339	100.00

만이 30.4%, 200만원에서 300만원 사이가 23.3%, 300만원에서 400만원 사이가 20.9%, 400만원 이상이 25%로 고르게 분포되어 있었다.

3) 설문지의 구성

설문지에는 근육 만들기에 대한 관심, 활동, 운동을 시작한 시기, 빈도, 강도, 운동 부위에 대한 질문과 인구통계적 특성에 관련된 질문 등과 함께 신체만족도, 운동동기, 근육 평가기준을 측정하는 척도가 포함되었다. 신체만족도는 Brown, Cash, & Mikulka (1990)가 개발한 신체부분에 대한 만족도 척도(Body Area Satisfaction Scale)를 이용하여 4점 척도로 측정하였다. 4점 척도를 이용한 이유는 중립적인 답변을 제거함으로써 응답의 다양성을 유도하기 위함이었다. 또한 근육 만들기 운동을 하는 동기를 예비조사의 결과를 바탕으로 ‘웃발을 살려주거나 몸매를 가꾸기 위하여’(외모관련), ‘일상적으로 건강하기 위하여’(건강관련), ‘근력(힘)을 키우기 위하여’(근력관련)의 세 진술에 동의하는 정도를 4점 척도로 측정하였다. 근육에 대한 평가기준은 예비조사의 결과를 바탕으로 근육크기, 상하체의 고른 발달, 복근, 어깨 형태, 잔근육 발달 등의 6 항목에 대하여 중요하게 여기는 정도를 4점 척도로 측정하였다.

4) 자료의 분석

자료의 분석을 위해서는 SPSS 12.0이 활용되었다. 분석 방법으로는 요인분석, 일원분산분석과 Scheffe의 사후비교가 이용되었다.

IV. 연구 결과 및 고찰

1. 내용분석의 결과

먼저 두 나라 잡지 광고모델의 인종을 비교한 결과가 〈표 2〉에 제시되었다. 잡지의 인종을 비교한 이유는 인종에 따라 체형이 다름에도 불구하고 선행연구에서 국내 잡지의 여성 모델들이 백인인 경향이 큼을 보여주었기 때문이다 (Jung & Lee, 2009). 이러한 경향이 남성모델에서도 존재하는지를 확인한 결과 한국잡지는 미국잡지보다 백인모델이 사용된 경향이 낮았으나, 한국 잡지의 남성 모델의 대부분(71.5%)이 백인 모델이라는 점은 주목할 만 하였다. 즉, 한국의 이상적 남성형은 서구화되어 있음을 확인할 수 있었다. 각 나라별로 여성잡지와 남성잡지 모델의 인종비율을 비교하였을 때, 두 나라에서 모두 남성 잡지보다 여성 잡지에서 백인 모델의 비율이 좀 더 높았으나 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았다 (미국 $\chi^2 = 6.97, d.f. = 3, p = .07$; 한국 $\chi^2 = 7.67, d.f. = 3, p = .05$).

〈표 3〉에는 두 나라 잡지에서 근육을 강조하는 정도를 파악하고자 광고모델들의 특성을 비교한 결과가 제시되어 있다. 두 나라 모델들은 신체크기 면에서 유의한 차이가 있었다(〈표 3〉, $\chi^2 = 26.50, d.f. = 3, p < .001$). 한국과 미국의 잡지에 나타난 모델의 신체 크기는 척도를 구성하고 있는 9개의 그림 중에서 3번과 6번 사이에 한정되었다. 그 중에서도 한국 잡지의 모델들은 미국 잡지 모델들에 비하여 작은 체형(3번)과 큰 체형(6번)이 모두 적게 나타났으며, 4 또는 5번의 중간체형에 편중되어 있는 것으로 나타났다.

근육의 발달도 면에서도 유사한 결과가 나왔는데, 미국

〈표 2〉 미국과 한국 잡지 광고모델의 인종의 빈도와 비율

(N = 545)

	미국			한국		
	G. Q. n(%)	Vogue n(%)	전체 n(%)	G. Q. n(%)	Vogue n(%)	전체 n(%)
백인종	176 (81.11)	49 (96.08)	225 (83.96)	148 (67.89)	50 (84.75)	198 (71.48)
흑인종	23 (10.60)	1 (1.96)	24 (8.96)	6 (2.75)	2 (3.39)	8 (2.89)
황인종	4 (1.84)	0 (0.00)	4 (1.49)	48 (22.02)	6 (10.17)	54 (19.49)
혼혈/기타	14 (6.45)	1 (1.96)	15 (5.60)	16 (7.34)	1 (1.69)	17 (6.14)
전체	217 (80.97)	51 (19.03)	268 (100.00)	218 (78.70)	59 (21.30)	277 (100.00)

주. 국가간 비교 $\chi^2 = 52.81, d.f. = 3, p < .001$.

잡지에 비하여 근육이 전혀 없는(1) 모델의 비율과 근육이 매우 발달한(4) 모델의 비율이 낮았고, 중간정도 수준의 근육(3)을 가진 모델들이 많은 것으로 나타났다. 그러나, 그 차이는 유의수준 .05에서 통계적으로 유의하지는 않았으며($\chi^2 = 7.80, d.f. = 3, p = .050$), 두 나라에서 모두 근육이 적당히 발달한 정도를 나타내는 3번이 가장 빈도수가 높았다. 옷으로 몸을 가린 정도에서는 두 나라 간에 차이가 없었다($\chi^2 = 3.75, d.f. = 3, p = .289$).

전반적으로 한국에서 이상적으로 여겨지는 남성 체형이나 미국에서의 이상적 남성 체형은 신체크기나 근육의 발달도 면에서 차이가 없는 것으로 보이나 미국에서보다 한국에서 이상적으로 여겨지는 체형의 범위가 좁은 것으로 보인다. 여성잡지와 남성잡지 간에는 어느 항목에서도 유의한 차이가 없었다.

대만과 서양의 잡지를 비교한 선행연구(Yang et al., 2005)에서 서양인 모델이 동양인 모델에 비하여 나체로 등장한 경향이 높다고 한 결과가 있었으므로, 본 연구에서도 잡지의 국적과 상관없이 모델의 인종에 따른 비교를 실시하였

다. 그러나 어느 항목에서도 유의한 차이가 보이지 않았다. 즉, 백인 모델이나 흑인 모델, 동양인 모델 모두 신체크기, 근육발달도, 옷으로 몸을 가린 정도에 차이가 없었다. 이는 선행연구에서의 결과와는 다른 결과였다. Yang 외(2005)은 아직은 신체보다는 정신적 측면을 중요시하는 동양적 사고를 반영하는 결과로 인하여 동양모델보다는 서양모델의 신체가 노출되는 비율이 높았다고 하였으나, 한국에서는 이러한 동양적 사고의 영향을 덜 받는 것으로 사료된다.

2. 설문조사 결과

설문조사의 결과에서 근육 만들기에 대한 관심의 정도는 4점 척도에 2.91로 높은 편으로 나타났다. 근육 만들기를 위한 활동으로는 운동/헬스를 하는 정도가 가장 높았으며, 그 다음은 기타 ($m = 2.51$), 음식조절을 통해서 ($m = 2.47$)이었으며 보충제를 섭취하는 정도가 가장 낮았다 ($m = 1.88$). 근육 만들기를 하는 동기에 대하여 질문한 결과 ‘일상적으로 건강하기 위해’ 라는 항목에 대한 평균값이 4점 척도에서 $m = 3.02$ 로 가장 높았고, 그 다음이 ‘근력(힘)을 키우기 위해’

〈표 3〉 미국과 한국 잡지 광고모델의 특성 비교

신체 크기	미국 n(%)	한국 n(%)	계 n(%)	근육의 발달정도	미국 n(%)	한국 n(%)	계 n(%)	몸을 가린 정도	미국 n(%)	한국 n(%)	계 n(%)
3	56 (25.11)	18 (8.26)	74 (16.78)	전혀 발달되지 않음 (1)	26 (15.29)	26 (13.07)	52 (14.09)	적잖은	200 (80.65)	199 (82.23)	399 (81.43)
4	84 (37.67)	91 (41.74)	175 (39.68)	약간 관찰됨 (2)	27 (15.88)	37 (18.59)	64 (17.34)	선정적인	26 (10.48)	31 (12.81)	57 (11.63)
5	68 (30.49)	99 (45.41)	167 (37.87)	발달됨 (3)	98 (57.65)	128 (64.32)	226 (61.25)	몸의 일부만 가린	15 (6.05)	9 (3.72)	24 (4.90)
6	15 (6.73)	10 (4.59)	25 (5.67)	아주 잘 발달됨 (4)	19 (11.18)	8 (4.02)	27 (7.32)	나체의	7 (2.82)	3 (1.24)	10 (2.04)
계	223 (100.00)	218 (100.00)	441 (100.00)	계	170 (100.00)	199 (100.00)	369 (100.00)	계	248 (100.00)	242 (100.00)	490 (100.00)

주. 신체크기 $\chi^2 = 26.50, d.f. = 3, p < .001$; 근육의 발달정도 $\chi^2 = 7.80, d.f. = 3, p = .05$; 몸을 가린 정도 $\chi^2 = 3.75, d.f. = 3, p = .29$; 사진에서 제시된 모델의 각도나 빛에 의해 판단이 어려운 경우는 분석에서 제외하였으므로 항목별 빈도수에 차이가 있음.

($m = 2.87$), ‘옷발을 살려주거나 몸매를 가꾸기 위해’ ($m = 2.56$)의 순으로 나타났다. 평가기준 면에서는 상하체의 고른 발달을 가장 중시하였고 ($m = 2.75$), 그 다음으로 어깨형태 ($m = 2.57$), 복근 ($m = 2.51$), 잔근육 ($m = 2.45$), 근육크기 ($m = 2.42$) 순으로 중요시하는 것으로 응답하였다.

각 연령대에 따라서 근육만들기에 대한 관심, 방법, 운동 동기, 평가기준 등에 차이가 있는지 알아보기 위하여 일원분산분석(one-way ANOVA)을 실시한 결과, 근육만들기 방법 면에서는 40대가 보충제를 많이 섭취하는 것으로 나타났고, 30대가 음식조절을 가장 적게 하는 것으로 나타났다. 20대

에서 외모를 중요시하는 경향이 유의하게 높았다($p < .01$). 근력을 기르기 위하여 운동을 하는 경향에서는 20대와 30대간에는 차이가 없었으며 20대와 40대간에도 차이가 없었으나, 30대가 근력을 키우는 것에 대하여 비교적 낮은 평균을 보였다 ($p < .01$). 이는 아마도 40대에 가서 건강에 대한 관심이 높아지면서 근력에 대한 관심도 다시 증가하기 때문으로 보인다. 평가기준 면에서는 어깨형태와 잔 근육 발달 정도에 대해서 연령의 차이가 있었는데, 연령이 낮은 20대가 40대에 비하여 어깨형태와 잔 근육의 발달을 중요시하는 것으로 나타났다. 근육크기, 복근, 상하체의 고른 발달에 대한 중요

〈표 4〉 연령대에 따른 근육만들기에 대한 관심, 방법, 근육강화운동 동기 및 평가기준

연령대		20대 (n = 98)	30대 (n = 177)	40대 (n = 64)	전체 (N = 339)	F값
근육 만들기에 대한 관심		3.05(.65)a	2.88(.61)ab	2.81(.81)b	2.91(.67)	3.03*
근육만들기 방법	운동/헬스	2.87(.65)	2.72(.76)	2.89(.82)	2.79(.74)	1.50
	보충제 섭취	1.81(.88)a	1.83(.87)a	2.22(.99)b	1.88(.91)	3.73*
	음식조절	2.51(.80)ab	2.37(.78)b	2.70(.59)a	2.47(.76)	3.35*
	기타	2.68(.66)a	2.41(.72)b	2.50(.75)ab	2.51(.71)	3.86*
동기	외모	2.79(.60)a	2.47(.70)b	2.46(.69)b	2.57(.69)	6.50**
	건강	3.00(.60)	2.98(.66)	3.17(.61)	3.02(.64)	1.69
	근력	2.99(.57)ab	2.75(.66)b	3.00(.56)a	2.87(.63)	5.22**
평가기준	근육크기	2.54(.72)	2.40(.67)	2.33(.69)	2.43(.69)	2.13
	고른 발달	2.82(.76)	2.75(.74)	2.67(.80)	2.75(.76)	0.72
	복근	2.65(.80)	2.46(.82)	2.44(.77)	2.51(.81)	2.18
	어깨형태	2.73(.71)a	2.53(.72)ab	2.44(.66)b	2.57(.71)	4.03**
	잔 근육	2.64(.65)a	2.38(.72)b	2.44(.66)b	2.45(.67)	6.40**

주. 같은 아래첨자가 나타내는 평균은 Scheffe 검증 결과 $p < .05$ 에서 집단 간에 유의한 차이가 없음을 의미함.
* $p < .05$, ** $p < .01$

〈표 5〉 연령 및 가계소득과 운동정도의 교차분석

연령	운동정도 저	단기적 중강도운동	지속적 고강도운동	전체	
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	
20대	24(24.49)	43(43.88)	31(31.63)	98(100)	
30대	55(31.07)	69(38.98)	53(29.94)	177(100)	
40대	21(32.81)	10(15.63)	33(51.56)	64(100)	
전체	100(29.50)	122(35.99)	117(34.51)	339(100)	
가계소득	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	
	100만원 미만	11(47.83)	9(39.13)	3(13.04)	23(100)
	100-200만원 미만	28(35.00)	33(41.25)	19(23.75)	80(100)
	200-300만원 미만	27(34.18)	32(40.51)	20(25.32)	79(100)
	300-400만원 미만	13(18.31)	24(33.80)	34(47.89)	71(100)
	400-500만원 미만	9(25.00)	8(22.22)	19(52.78)	36(100)
	500-600만원 미만	4(19.05)	7(33.33)	10(47.62)	21(100)
	600-700만원 미만	4(30.77)	6(46.15)	3(23.08)	13(100)
	700만원 이상	4(25.00)	3(18.75)	9(56.25)	16(100)
	전체	100(29.50)	122(35.99)	117(34.51)	339(100)

주. 연령 $\chi^2 = 17.43$; $d.f. = 4$; $p < .05$; 가계소득 $\chi^2 = 31.61$; $d.f. = 14$; $p < .05$.

〈표 6〉 운동 정도 집단에 따른 신체만족도

M (S.D.)

	운동정도 저	단기적 중간강도집단	지속적 고강도집단	전체	F값	
신체만족도	신체전반	2.34(.82)a	2.53(.84)a	3.03(.75)b	2.65(.85)	22.14***
	하체	2.25(.73)a	2.38(.76)a	2.74(.78)b	2.47(.75)	12.20***
	몸통	2.01(.76)a	2.20(.77)ab	2.40(.86)b	2.22(.81)	6.48**
	상체	2.25(.74)a	2.40(.72)a	2.74(.73)b	2.47(.76)	13.19***
	근육긴장도	2.21(.64)a	2.42(.65)b	2.59(.67)b	2.42(.67)	9.04***
	체중	2.09(.79)a	2.28(.78)a	2.56(.74)b	2.32(.79)	10.50***
	외모	2.47(.73)a	2.53(.66)a	2.79(.67)b	2.60(.67)	7.67**

주. 같은 아래첨자가 나타내는 평균은 Scheffe 검정 결과 $p < .05$ 에서 집단 간에 유의한 차이가 없음을 의미함.

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

성 인식 면에서는 연령별 차이가 없었다.

운동을 하는 정도에 따라 인구통계특성과 신체만족도 면에서 차이가 있는지 알아보기 위하여 대상 남성들을 운동을 하는 빈도와 강도에 따라서 3집단으로 구분하였다. 우선 집단1은 '운동을 거의 안 한다'고 답한 집단으로 총 100명이 이에 포함되었다. 집단2는 운동을 시작하지 6개월이 안 되었거나 약한 정도로 하는 집단으로 총 122명으로 구성되었다. 집단3은 중간 이상의 강도로 6개월 이상 운동을 해 온 집단으로 총 117명으로 구성되었다.

우선 이 세 집단을 인구통계적 특성에 대하여 비교한 결과(〈표 4〉) 세 집단 간에는 유의한 통계적 차이가 있었다. 우선 연령 면에서 차이가 있었는데, 20대의 경우 집단2(단기적·중간강도운동)과 집단3(지속적·고강도운동)의 비율이 높았던 반면, 30대는 집단1(운동정도 저)과 집단2(단기적·중간강도운동)가 많았다. 40대는 집단3(지속적·고강도운동)이 많고 집단2(단기적·중간강도운동)는 적은 편이었다. 즉, 30-40대 보다는 20대가 운동을 하는 비율이 높은 것으로 보이며, 40대의 경우 운동을 하는 사람들의 경우, 새로이 시작하는 경우보다는 지속적으로 꾸준히 해 온 사람들이 더 많은 것으로 보였다. 또한 가계소득 면에서도 세 집단 간에 차이가 있었는데, 가계소득이 높을수록 운동을 많이 하는 것으로 나타났다.

응답자들의 신체 각 부위에 대한 만족도(Body Area Satisfaction Scale)는 비교적 낮은 편으로, 전반적 신체와 전체적 외모에 대한 만족도를 제외한 모든 항목에서 4점 척도에서 중간값이라고 할 수 있는 2.5이하의 값을 보였다(〈표 6〉). 전체 항목 중에서 몸통, 즉 허리와 복부에 대한 만족도가 가장 낮았으며 ($m = 2.22$), 그 다음은 체중 ($m = 2.32$), 근육긴장도($m = 2.42$)의 순이었다.

BASS 척도에서 얼굴, 머리카락, 신장 등 운동을 통해 변화될 수 없는 항목을 제외한 신체항목에 대하여 운동정도에 따른 차이를 보기 위하여 일원분산분석(one-way ANOVA)를 실시한 결과, 모든 항목에 대하여 유의한 차이를 보였다.

운동정도에 따른 신체만족도 면에서는 몸통(허리와 복부), 근육긴장도를 제외한 모든 부분에서 지속적·고강도집단이 타 집단보다 유의하게 높은 만족도를 보였다. 그러나 몸통과 근육긴장도에 대해서는 단기적·중간강도 집단과 유의한 차이가 없었다. 즉, 대체적으로 근육 만들기 운동을 꾸준히 많이 하는 집단일수록 자신의 신체에 대하여 만족하는 것으로 나타났다.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 우리나라 남성들 사이에서 관심이 고조되고 있는 근육 만들기를 외모관리를 위한 활동의 하나로 규정하여 의류학의 연구대상으로 보았다. 특히 이러한 관심은 미디어 등의 기제를 통한 사회문화적 영향이라고 판단하여 근육질 몸매를 포함하는 사회문화적 이상체형이 개인 남성의 신체에 대한 태도 및 생각에 어떤 영향을 주는지 알고자 하였다. 이를 위하여 패션잡지 광고에 나타난 남성모델의 체형에 대한 내용분석과 근육에 관심 갖는 남성들을 대상으로 한 설문조사를 통하여 우리나라 남성들의 이상적 체형과 근육 만들기에 대한 인식을 연구하였다. 연구의 결과를 요약하면 아래와 같다.

내용분석의 결과에서, 한국의 이상적 남성체형에서 근육이 강조되는 정도는 미국과 큰 차이가 없었다. 즉, 신체크기, 근육의 발달 정도, 신체의 강조 측면에서 두 나라 간에 큰 차이가 없었다. 또한 두 나라의 패션잡지 광고는 모델의 인종 측면에서 차이가 크지 않았으며, 한국 잡지에서 나타난 대부분의 모델이 서양인 모델이었다. 즉, 이상적 남성에 대한 이미지는 잡지광고에 나타난 패션제품들과 함께 그대로 서양으로부터 수입되고 있음을 알 수 있다. 차이가 있었다면, 미국잡지에서는 한국잡지에서 보다 더 다양한 이미지들이 제시되고 있었다는 점이다. 즉, 이는 한국잡지가 미국잡지보다 이상적 체형을 보다 좁게 정의하고 있다는 것을 의미한다.

다시 말해 두 나라는 매우 유사한 이미지를 이상적 남성 체형으로 보고 있으며, 특정체형을 일관성 있게 이상으로서 추구하는 경향은 한국이 더 강한 것으로 보인다.

서양인과 동양인 모델들이 잡지광고에 표현되는 방식에도 유의한 차이가 없었다. Yang 외의 연구(2005)에서는 동양인 모델들이 백인이나 흑인 모델들에 비하여 정숙한 옷차림으로 나타나는 경향이 컸다. 그러나 본 연구에서는 그러한 차이가 나타나지 않아 신체를 강조하는 남성적 이미지가 동양인, 특히 한국인에게도 충분히 적용되는 이미지로 간주되고 있음을 알 수 있다.

결론적으로 우리나라의 이상적 남성 체형은 신체의 크기나 신체와 근육에 대한 강조의 측면에서 서구화되어 있으며 미국에서의 이상체형과 유사한 한편, 미국의 경우보다 더 좁은 범위로 정의되고 있음을 알 수 있었다. 즉, 미국 잡지에서는 한국 잡지보다 다양한 신체크기의 다양한 형태의 체형이 보여진 데 비하여, 한국 잡지의 모델들은 동질성이 매우 높았다. 또한 대만의 잡지를 분석한 선행연구(Yang et al., 2005)에서 나타난 것과는 달리 동양인 모델들의 이미지도 백인이나 흑인 모델들과 마찬가지로 신체가 강조되는 형태로 제시되는 것으로 나타났다. 이는 우리 사회에서의 신체에 대한 강조가 대만의 경우보다는 서양에 가깝다는 것을 보여준다.

두 번째 연구문제와 관련하여 설문조사의 결과를 보면, 우리나라 20-40대 남성들의 근육에 대한 관심은 전반적으로 높은 편이다. 전반적으로 20대가 3, 40대에 비하여 근육을 만드는 것에 대한 관심이 높았다. 근육 만들기의 동기 면에서는 건강과 근력에 대한 동기가 더 크기는 하였으나 근육을 통한 외모향상을 위하여 운동을 하는 경향도 적지 않았다. 특히 20대의 젊은 남성들은 다른 연령대에 비하여 외모향상동기가 높았다. 흔히들 남성의 근육은 힘의 표현이라고 생각하지만 특히 20대의 젊은 남성들에게 있어서 근육은 근력 자체뿐 아니라 이상적인 이미지의 표현으로 의미가 있는 것으로 보인다.

우리나라 남성들 간에 선호되는 외모의 형태는 근육의 크기만이 아니라 다양한 평가기준을 사용하는 것으로 나타났다. 오히려 남성들의 근육에 대한 섬세한 기준이 존재하는 양상을 볼 수 있다. 특히 연령이 작을수록 자신과 타인의 근육을 평가할 때 어깨형태와 잔근육의 발달정도를 중요시하는 것으로 나타났다. 이는 젊은 층이 일종의 트렌드로서 근육운동에 참여하는 경향이 있음을 보여준다.

근육 만들기 운동 정도를 인구통계적 특성별로 비교해 본 결과 연령과 가계소득에 따라 운동하는 정도에 차이를 보였다. 특히 20대 젊은 층의 상당한 비율(약 44%)의 남성들이 운동을 시작하지 얼마 되지 않은 집단에 분류됨을 알 수 있었다. 이들은 트렌드의 추구를 위하여 운동을 시작한 것으로

유추된다. 또한 가계소득이 높을수록 운동을 하는 빈도나 강도가 높은 것으로 나타났다. 이는 근육 만들기도 휘트니스 클럽의 멤버십이나 트레이너 서비스의 활용 등을 필요로 하는 하나의 소비행동이기 때문으로 여겨진다.

근육 만들기 운동 정도에 따른 신체이미지를 비교한 결과, 전반적으로 근육 만들기 운동을 많이 할수록 신체에 대한 만족도는 높은 것으로 나타났다. 그러나 전반적인 한국 남성들의 신체만족도는 낮은 편이었으며, 특히 몸통부분에 대한 만족도가 낮았다. 근육만들기 운동은 신체만족도가 향상될 수 있다는 점은 긍정적인 측면으로 보인다.

내용분석과 설문조사의 결과를 종합해 볼 때, 한국 사회는 남성의 근육을 이상적 체형의 요소로 포함하고 있으며 이러한 측면은 남녀 패션잡지의 광고에서 강조되고 있고, 설문조사 결과 실제 남성들 사이에서도 높은 관심도가 파악되어 근육 만들기가 하나의 트렌드를 형성하고 있음을 알 수 있다. 근육 만들기에 대한 한국 남성들의 동기는 건강과 근력, 그리고 외모 모두를 추구하기 위한 것으로 나타났으며, 운동을 지속적으로 한 집단의 경우 긍정적인 신체이미지를 가지고 있음을 알 수 있었다.

그러나 한국 남성들이 노출되고 있는 이상적 체형은 매우 협소하게 정의되어 있고, 특히 서구화 되어 있었다. 패션잡지에서 서양인들의 신체를 이상적 체형으로 제시하고 있는 이상, 서구에서 문제시 되고 있는 근육 추형 등의 현상으로부터 한국의 남성들도 자유롭다고 볼 수 없다. 한국 남성들도 신체에 대한 서양의 미적 기준을 배우고 내면화한 결과로 신체와 근육에 대한 인식을 점차 강화할 가능성이 있기 때문이다. 그러나 서구인들의 체형에 비하여 근육의 크기가 커지기 어렵다는 제한이 있기 때문에 이러한 면에서 우리나라 남성들이 긍정적 신체이미지를 갖도록 하는 사회적 개입이 필요할 것이다. 또한 우리나라의 남성의 경우 외모지향적 경향이 커서 성형수술에 대한 관심 등 다른 형태로 신체에 대한 불만족이 표출되는 경향이 있다. 또한 빠른 시간 내에 몸을 변화시키고자 하는 남성들은 단백질이나 남성호르몬 등을 섭취하여 몸을 키우고자하거나 운동 강박증 등의 현상을 보이기도 하는 등 근육 추형의 전조를 보여주기도 한다. 설문조사의 결과에 따르면 운동이나 보충제, 음식 등을 통하지 않는 '기타'의 방법을 통한 근육 만들기가 운동 다음으로 많이 사용되는 유형이었다. 그러나 구체적으로 어떤 방법이 근육 만들기에 이용되고 있는지는 본 연구에서는 다루지 않았다.

본 연구는 연구진행과 관련된 몇 가지 제한점을 갖는다. 특히 내용분석은 국내에서 출간되고 널리 구독되는 남성 패션잡지의 부재로 인하여 분석대상 잡지를 모두 서양에 근거를 두고 한국에서 출간되는 잡지로 선택하였다. 이로 인하여 잡지의 내용에 서양적 시각이 많이 반영되었을 가능성이 있

다. 비록 이 잡지들이 한국의 지역적 특성에 맞춰 편집이 되었을 것으로 사료되나 세계화된 잡지이므로 국내 소비자들의 특성을 완전하게 반영했다고 보기 어려우며, 그 결과로 광고도 글로벌 브랜드의 광고가 많이 포함되고, 서양인 모델의 비중이 다소간 과대평가되었을 수 있다. 그러나 순수 국내판 여성패션잡지와 라이선스 형식으로 국내에서 출간되는 여성패션잡지의 광고를 비교한 연구(Jung & Lee, 2009)의 결과에 의하면 순수하게 국내에서 출간된 잡지에서도 상당한 비율의 서양모델을 보여주고 있어 국내에서 만들어진 패션잡지에서도 이상적 체형의 서구화가 발견된 바 있다.

설문조사와 관련한 제한점으로는 근육운동의 동기를 외모관련, 건강관련, 근력관련 동기의 세 문항으로 측정한 결과 모든 동기에 대한 점수가 대체로 높아 외모관리에 특별히 큰 관심을 가진 집단을 판별해 내기는 어려웠다는 점이다. 후속연구에서는 근육강화의 동기에 대한 보다 심층적인 이해와 하나의 복식의 형태로서의 근육의 의미에 대한 이해, 또한 근육의 의미가 사회문화적인 성역할 개념과 어떻게 관계되어 있는지를 위해서는 심층면접법 등을 통한 질적 연구가 필요할 것이다.

마지막으로, 본 연구에서는 운동 강도에 따라 신체만족도가 증가하는 것으로 나타났으나, 운동의 정도가 과도해지면서 근육추형의 정도에 이르는 짐작중세와 역기능이 발생할 가능성도 있다. 또한 본 연구에서 밝혀내지 못한 '기타' 방법의 근육 만들기에 근육강화제나 단백질제, 스테로이드 사용 등이 포함되었을 가능성이 있다. 특히 스테로이드 사용과 같은 건강하지 못한 방식의 근육강화법에 대한 연구는 근육추형과 같은 부정적 심리현상과 관련될 수 있는 민감한 주제이므로 이러한 행동에 대한 후속연구를 위해서는 역시 심층면접법 등을 통한 접근이 필요할 것이다.

■ 참고문헌

김건수, 박재욱, 이규혜, 서문숙(2007). 남성소비자들의 라이프스타일에 따른 의복가치. **한국의류학회지**, 31(4), 646-657.

김민규(2009. 11. 28). 이제 남성들도 체형보정용 속옷을 입는다. **한국경제신문**. (출처: www.hankyung.com)

김주희, 박옥련(2005). 남성소비자의 패션의식에 따른 쇼핑행동연구: 구매행동, 쇼핑성향, 정보원활용을 중심으로. **한국생활과학회지**, 14(1), 167-178.

남성의 매력, 식스팩(2009.11.11). **매일경제신문**. (출처: http://design2.mk.co.kr).

박달지(2007). 메트로섹슈얼 현상에 의한 토탈 브랜드에 관

한 연구. 홍익대학교 대학원 석사학위 청구논문.

양숙희, 양희영(2006). 현대 광고에 나타난 남성 신체 이미지에 관한 연구. **한국의류학회지**, 30(2), 326-337.

유창조, 정혜은(2002). 소비자의 아름다움 추구행위에 관한 탐색적 연구: 남성의 치장과 여성의 화장, 성형 및 피트니스를 중심으로. **소비자학연구**, 13(1), 211-232.

이귀옥, 이원정(2004). 남성성의 다중화와 여성화: 1996년부터 2002년까지의 남성 잡지 광고 내용 분석. **광고학연구**, 15(5), 257-278.

이윤정(2005). 20-30대 남성 소비자들의 의복쇼핑성향과 성역할 정체성에 관한 연구. **대한가정학회지**, 43(9), 27-40.

이윤정(2007). 남성들의 외모관리행동의 동기에 관한 연구-성역할 정체성과 의복추구혜택을 중심으로. **한국의류학회지**, 31(4), 551-562.

이제는 남성 성형시대, “복근은 좋지만 가슴은 싫어”(2009. 11. 5). **정경뉴스**. (출처: http://www.mjknews.com).

이혜진(2007). 지역별 남자 대학생들의 헤어스타일 동향. 중앙대학교 대학원 석사학위 청구논문.

이호갑(2007. 6. 27). S라인, M라인, V라인... 몸매가 패션이다. **동아일보** (출처: http://www.donga.com).

임인숙(2005). 남성의 외모관리 허용 수위와 외모불안 지대. **한국사회학**, 39(6), 87-118.

전양진, 성희원(2007). **화장하는 남자가 시장을 바꾼다**. 서울: 삼성경제연구소.

정혜진, 김소라(2008). 근육형 남성의 체형분류에 관한 연구: 상반신을 중심으로. **대한인간공학회지**, 27(2), 25-37.

조수현(2005). 포스트모던시대에서 메트로섹슈얼과 콘트라섹슈얼 경향에 대한 연구. 강남대학교 대학원 석사학위 청구논문.

Agliata, D., & Tantleff-Dunn, S.(2004). The impact of media exposure on males' body image. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(1), 7-22.

Alexander, S. M.(2003). Stylish hard bodies: Branded masculinity in *Men's Health* magazine. *Sociological Perspectives*, 46(4), 535-554.

Botta, R. A.(2003). For your health? The relationship between magazine reading and adolescents' body image and eating disturbances. *Sex Roles*, 48(9/10), 389-.

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.

- Chun, S., Shin, Y., & Koh, A.(2007). Effects of sex role attitudes on body image and appearance management behavior of men in their 20s. *International Journal of Human Ecology*, 8(2), 141-151.
- Esco, M. R., Olson, M. S., & Williford, H. N.(2005). Muscle dysmorphia: An emerging body image concern in men. *Strength and Conditioning Journal*, 27(6), 76-79.
- Frith, K., Shaw, P., & Cheng, H.(2005). The construction of beauty: A cross-cultural analysis of women's magazine advertising. *Journal of Communication*, 55, 56-70.
- Jung, J., & Lee, Y.(2009). Cross-Cultural Examination of Women's Fashion and Beauty Magazine Advertisements in the United States and South Korea. *Clothing & Textiles Research Journal*, 27(4), 274-286.
- Leone, J. E., Sedory, E. J., & Gray, K. A.(2005). Recognition and treatment of muscle dysmorphia and related body image disorders. *Journal of Athletic Training*, 40(4), 352-359.
- Levine, M. P., & Murnen, S. K.(2009). "Everybody knows that mass media are/are not [pick one] a cause of eating disorders": a critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(1), 9-43.
- Media Education Foundation(1999). *Tough Guise: Violence, Media, and the Crisis in Masculinity*. Video recording. Media Education Foundation, Northampton, MA.
- Mills, J. S., & D' Alfonso, S. R.(2007). Competition and male body image: Increased drive for muscularity following failure to a female. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 26(4), 505-519.
- Mishkind, M. E., Rodin, J., Silberstien, L. R., & Striegel-Moore, R. H.(1986). The embodiment of masculinity: Cultural, psychological, and behavioral dimension. *American Behavioral Scientist*, 29, 545-562.
- Pope, H. G., Phillips, K. A., & Olivardia, R.(2000). *The Adonis Complex: The Secret Crisis of Male Body Obsession*. NY: Free Press.
- Reichert, T., Lambiase, J., Morgan, S., Carstarphen, M., & Zavoina, S.(1999) Cheesecake and beefcake: No matter how you slice it, sexual explicitness in advertising continues to increase. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 76, 7-20.
- Rich, M.(2003). Boy, mediated: Effects of entertainment media on adolescent male health. *Adolescent Medicine*, 14(3), 691-715.
- Roach-Higgins, M. E., Eicher, J., & Johnson, K.(1995). *Dress and identity*. NY: Fairchild.
- Sypeck, M., Gray, J., & Ahrens, A.(2004). No longer just a pretty face: Fashion magazines' depictions of ideal female beauty from 1959 to 1999. *International Journal of Eating Disorders*, 36, 342-347.
- Thompson, M. A., & Gray, J. J.(1995). The development and validation of a new body image assessment scale. *Journal of Personality Assessment*, 64, 258-69.
- Yang, C. J., Gray, P., & Pope, Jr., H. G.(2005). Male body image in Taiwan versus the West: *Yanggang Zhiqi* meets the Adonis complex. *American Journal of Psychiatry*, 162(2), 263-269.

접 수 일 : 2009년 10월 5일

심사시작일 : 2009년 10월 8일

게재확정일 : 2010년 2월 17일