

## 가슴 성형 경험자의 성형 동기와 성형 후 평가 -이상적 신체이미지 내면화를 통한 의복 소비행동의 변화-

김수연 · 이혜영 · 고애란<sup>†</sup>

연세대학교 의류환경학과

### Motives for Selecting Breast Augmentation and Post-Operative Evaluations of Korean Women who have Undergone Cosmetic Breast Surgery -Internalization of Ideal Body-Image Reflected on Clothing Consumption Behavior-

Su Yeon Kim · Hye Young Lee · Ae-Ran Koh<sup>†</sup>

Dept. of Clothing & Textiles, Yonsei University

접수일(2009년 12월 11일), 수정일(1차 : 2010년 4월 6일, 완료일 : 2010년 5월 14일), 게재 확정일(2010년 5월 19일)

#### Abstract

This study analyzes the motives of Korean women for choosing breast augmentation in a cultural and relational context; in addition, it investigates their evaluations after surgery. Data was collected through in-depth interviews with 10 Korean women in their 20s and 30s who have received cosmetic breast augmentation. Enlarged and made-up breasts are a form of clothing that symbolizes the socio-economic status of women. In the vertical and individualized Korean society, the desire of women for a fashionable body invigorated the appearance management market. Fashion consumers have passively internalized the ideal body trends as the concept of the ideal body-image, which has been constructed by the social structure, markets, and the media. The analysis was rooted in post-modern feminist perspectives on the female body. The ideal body-image internalization process through the social interactions of participants was the main cultural factor to choose breast surgery. The self-image and conformity/individuality of participant were categorized as relational factors for the motivation to undergo breast surgery. The result showed that after surgery the participants achieved positive feedback from their social relationships. They expressed or hid their socio-economic statuses through their purchased fashion bodies. They also showed higher self-esteem and feelings of satisfaction by pursuing individuality and conformity as a member of society. Moreover, they achieved wider fashion options and greater controls over their public/private/secret clothing choices for certain occasions. Cosmetic breast surgery positively empowered individual women while reinforcing the socially manipulated body ideals that oppress women at the same time. Participants internalized socially constructed values and justified their surgery choices.

**Key words:** Breast surgery, Postmodern feminism, Ideal body-image internalization, Self-image, Conformity/  
Individuality; 가슴 성형, 포스트모던 페미니즘, 이상적 신체이미지 내면화, 자기이미지, 동  
조성/차별성

#### I. 서 론

<sup>†</sup>Corresponding author

E-mail: arkoh@yonsei.ac.kr

여성의 사회경제적 지위를 대변해주는 이상적 신

체와 유행의복에 대한 갈망은 성형이라는 수단을 통해 충족되기도 한다. 신체가 상징하는 전통적 계층관련 개념, 즉, 우아하고 늘씬한 신체가 부와 권력을 표상한다: 'A graceful slender body displays wealth and power(Bordo, 1993).'가 의미하는 것은, 신체형태가 개인의 내적 질서/무질서 상태, 감정, 도덕성 및 의지를 표현할 뿐 아니라 부와 권력을 상징한다는 것이다 (Bordo, 1993). 권력구조 속에서 타인의 시선을 의식하여 행하는 신체 성형은, 유행의복을 선택하는 것과 같은 외모관리행동으로 인식될 수 있으나, 변형된 신체는 영구적인 의복의 형태가 된다는 측면에서 보다 강력한 결정 동기가 동반된다.

WSJ 1면에 실린 기사 "한국의 변신-밋밋함에서 벗어나 최신 스타일로: Korea's makeover from dull to hip"(Fairclough, 2005)과 BBC의 기사 "한국에서의 미의 대가: Price of beauty in South Korea"(Scanlon, 2005)에서는 외모지상주의 문화에서 파생된 한국의 일찌, 몸짱 문화의 유행으로 인해, 얼굴 뿐 아니라 신체 성형으로까지 성형의 영역이 확장되고 있음을 보도했다. 한국의 성형 열풍에 대한 외신의 비판적 시각은 열등감, 이상적 신체에 대한 맹목적 갈망 등 성형 동기가 비주체적이었음을 가정한 경우인데, 미디어에서 조장하는 왜곡된 미의 이미지의 모방 및 남성에게 매력적으로 보이고자 하는 여성들의 비주체적 환경수용이 성형 선택의 결정적 요인으로 반영되었을 것이라는 70, 80년대 급진적 페미니즘의 해석에서 비롯된 것이다.

한국사회에서의 S라인 열풍은 새로운 미의 기준에 맞추고자 하는 것으로, 남이 갖지 못한 특별한 것을 갖고자 하는 유행선도적 추구성향과 연관이 있으며 외모의 차별화를 통해 높은 사회적 지위를 표현하고자 하는 수직적 개인주의 개념으로도 설명될 수 있다(천문선 외, 2006). 풍만하고 아름다운 가슴, 즉 현시대의 이상적인 신체이미지를 추구하고자 선택된 가슴 성형은 외모향상추구행동을 넘어 자아의 확장과 긍정적 운명 개척수단에 이르기까지 개인의 삶에 영향을 미치게 된다(이수경, 고애란, 2006)는 측면에서 본 연구의 필요성이 대두된다.

가슴 성형 선택에 영향을 미치는 환경적 요인들에 대한 선행연구에서는 크게 두 가지 요인, 즉 문화적 요인과 관계적 요인으로 설명하고 있다. 미디어나 패션트렌드 등의 사회문화적 요인에 의해 형성된 불만족스러운 신체이미지와 부정적 신체개념(Brown et al., 1990; Cash & Labarge, 1996; Thompson & Hirschman,

1995; Worrell & Trevino, 2007), 그리고, 사회적 대인관계를 향상시키고자하는 관계적 요인, 즉 결혼생활 만족도, 대인관계 만족도(Didie & Sarwer, 2003; Thompson & Hirschman, 1995)에 대한 연구들이 그 예이다. 그러나, 한국사회의 가슴 성형은 서양과 접근이 다르다. 김양진 외(2007)는 한국과 미국여대생의 의복문화 비교연구에서 집단주의와 개인주의 문화의 차이와 함께 Michelman and Eicher(1991)가 설명했던 공적, 사적, 비밀의복의 개념 자체가 양 문화에서 다르게 인식되고 있음을 지적한 바 있다. 한국사회에서의 신체 성형의 의미가 서양의 그것과 다르다면, 그 동기와 결과 또한 차이가 있을 것이며, 가슴 성형에 관련한 국내 학술연구가 부족하다는 점에서도 본 연구의 의의가 있겠다. 본 연구는 한국사회에서 가슴 성형을 선택적으로 수용한 미용 성형 경험자들의 성형 동기와 성형 후 평가를 담화 분석함에 있어, 문화적 요인과 관계적 요인의 큰 틀에서 접근한 질적 연구이다. 페미니즘과 포스트모더니즘의 시대사조가 여성의 신체를 보는 시각을 적용하여, 이와 상호작용함으로써 나타난 개인들의 신체이미지 내면화와 관련한 사회문화적 요인을 분석하고, 관계적 요인으로는 자기개념, 자기이미지 등의 자기 관련 변인 및 동조성과 차별성 욕구의 개념으로 접근하였다. 이와 더불어, 신체적 아름다움을 향상시키고픈 욕구를 성형이라는 실제 행동으로 옮기는 데에 관련되는 요인들을 심층적으로 규명하기 위해, 이상적 신체이미지를 내면화하게 된 동기를 찾고, 성형 후 의복 소비행동의 변화를 통해 나타나는 가슴 성형에 대한 내적, 외적 평가 등을 깊이 있게 살펴보는 데에 본 연구의 목적이 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 이상적 신체이미지 내면화: 가슴 성형 선택의 문화적 요인

#### I) 여성의 신체에 대한 포스트모던 페미니즘의 시각

페미니즘적 관점에서 여성의 신체를 보는 시각은 시대의 흐름에 따라 변화해왔다. 먼저, 70, 80년대 고전적 페미니즘(Cultural Feminism)에서 보는 여성의 몸은 사회구조주의적인 접근이다. Foucault(1978)는 남성 중심의 사회가 여성의 몸에 사회적 의미를 부여하여 대상화(objectification)하였고, 따라서 여성의 몸은 남성의 시각에서 구조적으로 조작된 것이라고 설명

하였다. 즉, 권력을 가진 남성이 그들의 시각에서 여성의 아름다운 몸에 대한 기준을 제시하였고, 여성의 몸은 남성 권력의 과시와 욕구의 대상이 되어왔음을 비판하며 반권력주의를 표방하였다. 또한, Foucault(1978)의 해체주의는 생물학적 몸이 주체의 능력을 결정하고 제한할 수 없다는 점에서, 몸과 주체의 분리, 육체성과 주체성의 해체를 주장한 이론이다. 몸에 대한 가치절하를 불러온 해체주의의 영향으로, 70, 80년대 페미니스트들은 남성과 여성의 생물학적 차이에서 비롯된 성차별 체계와 가부장제에 대항하여, 남성과 동등한 주체로서 인정받고자 했다.

현대사회를 살고 있는 여성들은, 남성 중심 가치관에 대항하여 사회현상을 선택적으로 수용함으로써 자신의 위치를 상향 조정하려 했던 70, 80년대와는 다른 모습을 보인다. 다양한 가치관과 문화가 공존하고 받아들여지는 포스트모던 사고관에서는 개인의 어떠한 선택도 의미 있는 것으로 받아들여지며, 또 다른 사회문화를 만들어내는 주체적인 행동이 되는 것이다 (Joy & Ventakesh, 1994). 포스트모던 페미니즘은 남성의 암박에 대한 여성의 저항으로 서술되는 기존 페미니즘의 분리성과 부조화를 부정하고, 남성과 여성의 생물학적 차이를 인정한다.

고전적 페미니즘이 남성 중심 편견에서 벗어나고자 여성 중심 편견을 조장했다면, 포스트모던 페미니즘은 조화와 수렴(convergence)을 추구하고 있다. 남성과 여성의 조화, 이성과 감성의 조화, 몸과 주체의 조화를 통해 사회에 존재하고 있는 여러 측면의 리얼리티의 공존을 추구하는 것이 포스트모던 페미니즘의 목표이다(Joy & Ventakesh, 1994). 이로 인해, 남성성 못지않게 여성성이 강조되고, 이성 못지 않게 감성이 강조되고, 주체에 못지 않게 몸이 강조되어, 분열을 통한 차이를 인정함으로써 여성성이 더욱 부각되게 되었다. Foucault(1978)의 해체주의와 고전적 페미니즘에서 말하는 여성성은 남성성으로부터의 분리였다. 분리/계층화된 사회적 헤게모니 속에서 사회적으로 낮은 지위에 있었던 여성들은 남성과 다른 모습의 자신의 육체를 부정하기에 이르렀고 이것이 과거 80, 90년대 유니섹스 패션을 도래시킨 동기였다. 이후, 여성성과 남성성의 조화에 대한 인식과 함께, 남성성 못지 않게 여성성이 주목받게 되었고, 오히려, 힘과 강인함이 강조되던 산업사회를 거쳐, 세밀함과 정교함이 강조되는 도시화 물결을 타고 나타난 현재 유행의복의 트렌드는 단연 여성성이 되었다. 이와 같이, 주체보다

신체에, 남성성보다 여성성에 가치를 부여한 포스트모던 페미니즘의 시각을 내면화한 개인들은 신체변형을 통한 여성성 획득을 추구하게 된다.

## 2) 이상적 신체이미지

여성들의 계속적인 사회진출 증가와 사회에서의 능력발휘를 발판으로, 자신감 넘치는 활동적인 여성의 모습이 이상화되기 시작했다. 한국사회가 남성 중심의 사회에서 양성이 평등하게 대우받는 사회로 변화해가면서, 여성의 이상적인 신체이미지에 변화가 일었다. 순종적이고 나약한 이미지의 부러질듯한 신체가 아닌, 여성임을 당당하게 받아들이는 주체성에 바탕한 자신감을 표출하는 신체, 즉 가슴이 확대된 이미지이다. 변형된 신체는 신체와 환경을 연결하는 공간이라는 의미에서 의복에 포함되며, 따라서 유행의복에 있어서도 변화가 일었다. 남성의 슈트를 모방해 만든 커리어 정장에서 여성성이 강조된 라인과 디테일이 나타나고 있고, 클래식한 검정 바지 정장 속에 들여다 보이는 화려한 레이스의 깊게 파인 V-넥크라인 이너웨어는 성공한 여성의 자신감을 대변해준다(Woodward, 2007)고 했다. 성공한 여성의 이미지가 여성적인 신체이미지와 맞물리면서, 사회 전반적으로 여성성을 강조하는 신체가 이상적 신체이미지가 되고 있다.

미디어에 등장하는 여성 유명 인사들의 의복(신체) 와, 레드 카펫 위 연예인들의 노출의복에서 이상적 신체이미지가 그려지고, 한국사회 패션문화의 트렌드세터(trend-setter)가 되고 있는 TV 드라마에서 그리는 성공한 여성들의 의복 및 신체는 그들이 가진 부, 권력, 계층과 함께 오버랩 되어, 일반 여성들에 의해 이상적 신체이미지로서 내면화된다. 비록 개인이 능동적으로 가슴 성형을 선택했다 하더라도, 개인의 내재적 가치가 미디어, 패션을 비롯한 사회문화적 환경에 의해 형성된 것이라면 주체적·비주체적 선택에 있어 경계가 모호해진다. 자본주의 사회에서 몸은 소비의 대상일 수밖에 없고, 이로 인해 여성의 몸은 본인도 인식하지 못한 채 자본주의 사회문화에 의해 지배당하게 된다(McCracken, 1988). 사회문화적으로 형성된 이상적 가슴에 대한 기준은, 개인이 알게 모르게 이상적 신체이미지를 내면화하게 함으로써 가슴 성형 선택의 결정 요인이 되고 있다.

하나의 공통된 문화의 구성원들은 일반적으로 문화적 기준과 고정관념을 근거로 하여 이상적 신체이미지에 대해서 유사한 개념을 갖는다. 그리고, 이상적

신체이미지와 실제적 신체이미지가 가까울수록 높은 만족도를 느끼게 된다(Kaiser, 1990). 개인의 이상적 신체이미지와 실제적 신체이미지가 불일치하는 경우, 개인은 실제적 신체이미지를 이상적 신체이미지와 일치시키고자 노력하게 되며, 자신의 신체이미지를 개선시키려는 욕구를 갖게 된다(이수경, 고애란, 2005). 이상적 신체이미지는 사회적 미의 기준, 즉 미디어나 패션 트렌드 등의 사회문화적 요인에 의해 형성되는데, 신체적 매력에 대한 사회문화적 영향력을 개인에 따라 다르게 작용하게 된다(Brown et al., 1990).

신체이미지의 개념은 신체적 외모에 대한 개인의 태도와 인지적 경험에 바탕을 둔 다차원적인 심리적 접근으로서 초기연구에서는 신체이미지의 개념을 외모에 대해 갖는 태도라는 점에 국한되었다. 이후 개념이 확대되면서 Cash and Brown(1987)이 자신의 외모에 대한 개인적인 평가, 외모에 대해 갖는 관심 및 중요도, 선천적 외모에 대한 생각의 세가지 개념을 통합하여 개발한 다차원적 신체-자기 관련 척도(MBSRQ)는 많은 연구에서 채택되고 있다(조선명, 고애란, 2001; Worrell & Trevino, 2007). 성형은 이상적 신체이미지를 향한 도구적 수단이다. 사회학적 관점에서 미용 성형 수술의 대중화는 짚음과 신체적 외양에 대한 사회적 압력과 가치관의 변화를 반영한 결과이다. 이상적인 신체이미지에 대한 사회적인 압력은 개인의 내면화를 이끌어냄으로써 소수의 아름다운 신체를 갈망하게 만든다. 또한, 나이가 들어 보이는 것에 대한 두려움, 성의 혁명이 놓은 에로티시즘, 공공연한 신체 노출은 가슴 성형의 간접적 동기가 되고 있다(Gagne & McGaughey, 2002).

## 2. 신체(의복)를 통한 사회적 상호작용: 가슴 성형 선택의 관계적 요인

### I) 자기개념, 자기이미지 및 자기존중감

성형된 신체, 즉 의복은 문화의 한 형태로서, 자아가 사회환경과 상징적 의사소통을 하는 한 수단이 된다. 상징적 상호작용이론(Symbolic Interaction Theory)을 바탕으로, 신체 및 의복을 상호작용의 상징으로서 처음 개념화 한 것은 Stone(as cited in Herman & Reynolds, 1995)이었으며, Cooley(as cited in Herman & Reynolds, 1995), Hoffman(as cited in Herman & Reynolds, 1995) 등의 사회학자들이 개념화한 거울이론(The Looking Glass Self), 인상관리이론(Dramaturgical Approach)과

같은 외모 관련 이론에서 파생되었다. Woodward(2007)는 의복의 상징적 상호작용이론을 바탕으로, 개인이 새로운 역할을 수행하게 되면, 제일 먼저 그에 적절한 의복을 선택하게 된다고 하였다. 예를 들어, 여성의 경우 결혼을 함과 동시에 유부녀로서의 신분과 역할에 걸맞은 옷차림을 고려하고 선택하게 된다는 것이다. 이것은 Stone(as cited in Herman & Reynolds, 1995)이 설명했던 예기적 사회화 과정(Anticipatory Socialization), 즉 인간의 생애 동안 여러 가지 변화를 경험하며 계속되는 끊임없는 사회화 과정과 연결된다. 의복은 자기와 역할의 변화와 함께 변화해간다. 그러나, 신체 성형의 경우, 영구적인 의복의 형태이기 때문에, 개인이 현재 인지하고 있는 자신의 역할 중 가장 중요하다고 생각되는 부분이 성형 결정에 반영될 수 있을 것이다. Stone(as cited in Herman & Reynolds, 1995)은 의복의 사회화의 한 형태로서 환상(Fantasy)을 설명하였다. 환상의 사회화(Fantastic Socialization)란, 실제에서 수행할 수 없는 역할을 연기하는 것으로 정의된다. 이러한 행동은 사적인 공간이나 비밀스러운 장소에서 나타나는데, 자신의 집 욕실거울 앞에서 남성들은 복싱선수가 되고 여성들은 슈퍼모델이 되는 것을 환상의 사회화 행동이라 하였다. 이후 Eicher(as cited in Eicher et al., 1991)는 Stone(as cited in Herman & Reynolds, 1995)의 이론을 확장시켜, 자기의 사회적 변화 및 유지와 맞물린 외모의 변화를 설명함에 있어, 자기와 의복을 모두 세 가지 단계-공적/사적/비밀의복 및 자기-로 나누어 설명하였다. 공적 자기(public self)란 공공의 사람들에게 보여지는 자신의 모습이며, 직업, 성별, 나이를 나타내는 공적 의복(현실의복, reality dress)으로 표현된다. 사적 자기(private self)란 친밀한 친구와 가족이 아는 자신의 모습이며, 여가와 놀이를 즐길 때 주로 입는 사적 의복(놀이의복, fun dress)으로 표현한다. 비밀자기(secret self)란 남들에게 보이고 싶지 않거나 아주 친밀한 사람에게만 보여주고 싶은 자신의 모습을 말하는데, 여성의 경우 매혹적인 랜제리, 공적인 자리에서는 입을 수 없는 과감한 컬러의 의복 등이 비밀의복(환상의복, fantasy dress)에 해당되며, 비밀의복은 개인에게 상상력을 발휘하게 한다.

선택된 신체 및 의복의 특성에 따라, 개인의 사회적 관계, 자기개념, 자기정체감 등을 분석하는 의복에 대한 인류학적 접근 또한 시도되고 있다. 물질문화로서의 의복(Clothing as Material Culture)이란, 의복의 물질적 성향이 의미로써 재생산되고 부호화되어, 착

용자의 성향, 습관적 특성, 사회 속 관계를 있는 그대로 혹은 과장하여 드러냄과 동시에 의도적으로 감출 수도 있음을 의미한다(Miller & Kuchler, 2005). 공적, 사적, 비밀자기의 다원적 자기의 모습 중 환경 및 상황에 따라 선택적으로 달리 표현되는 자기개념은 신체변형을 포함한 의복 소비를 통해 표현되며, 나아가 문화 소비와 관련한 가치관을 정립시킨다.

Levinas(as cited in Guy et al., 2001)의 자기이미지 이론인 내적 자기와 외적 자기의 구분에 근거하여, 가슴성형의 내재적·외재적 동기를 설명한 바 있다. 내적자기는 흥분하거나 불안할 때의 심장박동, 사랑을 할 때의 두근거림, 즐거운 시간을 보낼 때 신체적 전율 등을 말한다. 반면 외적 자기인 사회적 자기는 사회 생활에서 역할을 담당하는 자기로서 사회화 과정에서 형성되는 습관, 언어, 사고나 인식의 체계 등을 일컫는다. Guy et al.(2001)은 내적 자기는 내재적 행동으로, 외적 자기는 외재적 행동으로 반영된다고 설명했는데, 내재적 행동 대비 외재적 행동을, 외적인 보상 시스템이나 내면의 심리적 위안이라는 측면에서, 사람들이 자신의 행동에 대해 취하는 정당화를 통해서 측정하였다. 이들이 설명하는 내재적 동기는 주변사람들의 반응을 의식하지 않고 자신의 즐거움과 편안함을 위한 것, 즉 자신다워질 수 있는 것이고, 이에 반해 외재적 동기는 다른 이의 반응을 의식해 상황에 맞추는 것으로 나타난다. 자기개념 및 자기이미지는 주변 환경과의 관계를 통해서 긍정적 혹은 부정적으로 형성되나 관계적 영향력 또한 사회문화적 영향력과 마찬가지로 개인에 따라 다르게 작용하게 된다(Brown et al., 1990). 긍정적인 자기개념인 자기존중감이란, 자신의 행동이 이상적 자기에 얼마나 일치하는지를 분석하여 얻어지는 자기 가치에 대한 개인적 판단이며, 자신의 능력, 중요성, 성공여부 등에 대한 평가를 말한다(Coopersmith, 1968). Coopersmith(1968)은 자기존중감과 관련하여 남성들은 자신의 기능에 더욱 가치를 두는 반면, 여성들은 외모적 가치에 비중을 둔다고 하였다. 자기존중감이 낮은 여성의 경우, 외모를 향상시킴으로써 자신감을 얻을 수 있다는 설명이다. 그러나 남녀를 이원론적으로 분리한 60년대 연구결과는 포스트모던적 관점에 입각한 본 연구결과와는 차이를 보일 것으로 기대한다. Didie and Sarwer(2003)는 성형 전후 자기존중감을 비교한 연구에서, 수술 후, 보다 긍정적인 신체이미지를 갖게 되고, 이로 인해 자기존중감이 높아졌음을 확인하였다. 부부생활 만족도 또한 가슴 선

택의 관계적 요인으로 볼 수 있다. 부부생활 만족도는 삶의 만족도의 중요한 부분이 되고 있으며, 성적 욕구 충족을 통한 부부관계 개선을 목적으로 하는 가슴 성형으로 인해 삶의 만족도가 높아졌다고 분석한 Didie and Sarwer(2003)의 연구는 이를 뒷받침하고 있다.

## 2) 동조성과 차별성

동조성과 차별성은 신체 성형 결정의 관계적 요인으로 설명될 수 있는데, 동조성(conformity)이란 속한 집단의 규범에 순응하고 그 집단의 구성원들과 비슷해지려는 경향으로, 타인과의 비교를 통해 이루어진다. 이에 반해 차별성(individuality)은 독립성과 독특성을 일컬으며, 타인과 분리된 개체로서의 자기관을 말한다. 타인의 의견이나 행동을 중요한 판단기준으로 삼아 그들과 비슷해 보이고 싶어함과 동시에, 그 안에서 독특함을 표현하고자 하는 두 가지 상반된 성향이 동시에 작용하여, 가슴 성형 결정에 영향을 미치게 된다. 즉, 사회경제적으로 높은 계급 여성들이 선보이는 유행 신체를 따라잡기와 동시에, 자신보다 낮은 계급 여성들의 대중화된 신체와 구별짓기 행동이 동시에 일어난다. 현대사회의 익명성 및 관계의 순간성, 일회성 등으로 인해, 본인의 실제 지위보다 높은 사회경제적 신분을 사칭하기 위한 도구로서 신체가 변형되기도 한다.

천문선 외(2006)은 사회의 수직적/수평적 성향의 차원을 집단주의/개인주의 개념에 적용시켜 4가지 하위 문화의 특성을 설명한 바 있다. 현대 한국사회는 재력이 사회적 지위를 결정짓고, 또 자신의 높은 신분을 타인에게 드러내고 싶어하며, 체면을 중시하는 수직적 성향이 짙으면서, 동시에 개인주의의 성향을 띠고 있다고 하였다. 수직적 개인주의 사회에서는 독립심, 개인 간의 경쟁, 개인 성취욕, 자기만족, 자유 그리고 개인의 쾌락 등을 강조하는 경향이 있고, 상위서열을 차지하고자 하는 경쟁이 심하다고 설명하였다(천문선 외, 2006). 한국사회에서 시대적 트렌드로 떠오르는 S라인에 대한 갈망은, 대중적인 것으로부터 차별화하여 상위집단에 소속되고자 하는 한국인의 수직적 개인주의적 성향이 반영된 결과라고 볼 수 있다.

가슴 성형 결정의 관계적 요인은 타인의 시각과 연결되는데, Guy et al.(2001)은 여성의 몸은 일반화된 남성의 시각, 여성의 시각, 공적인 자리에서의 타인의 시각, 친근한 관계에 있는 사람들의 시각 등이 여성의 신체이미지에 영향을 미치고 특정한 상황에서의 의복행동은 이러한 시각에 의해 변형되고 있다고 설명했다. 가슴 성

형 또한 의복의 한 형태로서, 사회문화적으로 형성된 타인의 시각에 의해 영향을 받는 것이라 해석할 수 있다.

### III. 연구대상 및 연구방법

본 연구는 가슴 미용 성형 수술을 경험한 20, 30대 미혼/기혼 여성 10명을 대상으로 하였다. 이 시기의 여성은 학교교육을 마치고 사회진출을 앞두고 있거나, 이미 진출하여 활동하고 있는 시기이며, 결혼적령기에 해당되며, 이상적 외모에 대한 개인적, 사회적 욕구가 증가하고, 자신의 삶에 대한 기대와 자기실현의 욕구를 자연스럽고 적극적으로 표현할 수 있는 시기이다. 연구대상자의 나이, 직업, 학력수준, 소득수준, 전공, 가족관계, 키, 체중, 성형 경험, 종교, 문화 모임, 라이프스타일 등 인구통계학적 특성 등의 정보를 조사하였으며 <표 1>에 주요 특성을 제시하였다.

연구방법으로는 질적 연구방법을 채택하여 심층인터뷰를 실시하였다. 연구대상자는 본인이 가슴 성형자임을 주제에 알리는 개방형 성형 경험자들을 대상으로 접근하여, 연구자들과 친분이 있는 대상을 중심으로 스노우볼 샘플링(Snowball Sampling)을 진행하였다. 인터뷰는 2009년 6월에서 8월까지 단독인터뷰로 진행하였으며, <표 1>에 나타난 연구대상자 사례 2와 사례 6이 자매라는 점, 사례 2와 사례 3이 친구 사이라는 점에 착안하여, 사례 2의 단독인터뷰 이후, 친분이 있는 사례 3, 사례 6과 그룹인터뷰를 병행 실시하여 성형경험자들의 공감대를 찾고 인터뷰 내용의 깊이를 더했다. 사례 10의 경우, 가슴 성형 경험자인 서울 모 성형외과 상담사를 대상으로 하였으며, 타 연구대상자를

대상으로 했던 동일한 인터뷰 질문과 함께 병원을 찾는 환자들의 동기와 성형 후 평가에 대한 주관적 입장을 듣고자 하였다. 인터뷰 시간은 연구대상자당 40분에서 90분 정도가 소요되었고 동의하에 녹음되었다. 질문내용은 “이상적인 신체상은 무엇인가?”, “이상적인 외모상은 어떻게 형성되었는가?”, “자신의 신체적 외모에 대해서 어떻게 생각하는가?”, “가슴 성형 시술을 받게 된 계기는 무엇인가?”, “가슴 성형의 직접적 간접적 동기는 무엇인가?”, “가슴 성형 후 결과는 어떠하며, 그에 의해 어떠한 변화가 있었는가?” 등이었다. 녹음된 면접 내용을 글로 옮겼으며, 이 내용을 여러 번 읽은 후에 연구목적과 관련된 부분을 발췌해 정리하였다. 문장별로 세분화하고 콘셉트 그루핑(Concept Grouping)과 메모(Memoing)를 통해, 가슴 성형의 동기와 평가에 영향을 미치는 문화적 요인과 관계적 요인을 분석하였다(표 2).

### IV. 결과 및 논의

#### 1. 성형 동기

##### I) 이상적 신체이미지 내면화: 문화적 요인

(1) 여성의 몸에 대한 포스트모던 페미니즘의 시작 고전적 페미니즘에서 포스트모던 페미니즘 관점에 이르기까지, 시대에 따른 여성의 성역할은 외부적 요인에 의해 사회화된다. 본 연구의 피험자들은 직업이나 그들이 속한 하위문화그룹에 따라 여성의 성역할을 다르게 인식하고 있었으나, 사회문화가 여성의 신체에 사회적 의미를 부여함으로써 여성성과 성역할이라는 명목하에 여성의 신체를 규제하고 있다는 점에

<표 1> 인터뷰 대상자의 인구통계학적 특성

사례	나이	직업	학력	결혼여부	성형 경험	키(cm)	체중(kg)	시술 전→후 가슴사이즈
1	37	주부	고졸	기혼	눈	165	48	75A→75C
2	30	회사원	대졸	미혼	눈, 코	168	48	65A→65C
3	29	회사원	대졸	미혼	다이어트약 복용	170	54	75A→75C
4	22	대학생	대재	미혼	눈, 코	161	46	75A→75D
5	29	취업준비생	대졸	미혼	가슴 확대 크림	163	49	75A→75C
6	27	대학원생	대학원재	미혼	눈, 코	170	50	75A→75C
7	29	주부	대졸	기혼	없음	165	47	75A→75B
8	26	헤어디자이너	대졸	미혼	눈, 코, 이마	163	40	70AA→70C
9	33	큐레이터	대학원졸	미혼	피부, 뺨띠 성형	158	45	75B→75C
10	34	성형외과 상담사	대졸	기혼	눈, 코	170	50	75B→75C

&lt;표 2&gt; 면접대상자의 가슴 성형 동기와 평가에 영향을 미치는 요인

사례	문화적 요인		관계적 요인
	여성의 신체에 대한 시각	이상적 신체이미지 내면화	
1 신체 성형에 많은 관심 및 긍정적 평가	아담한 글래머형, 작은 가슴 이외에는 불만 없음	행복 추구, 주위의 권유, 남편의 암묵적 권유	
2 계속적인 다이어트로 꾸준한 몸매 관리	상체 과소지각/하체 과대지각: 비율이 맞지 않는 신체에 불만	콤플렉스 극복, 자신감, 의복선택의 용이함	
3 여성성 추구	여성성의 상징으로 풍만한 가슴에 동경: 거울에 비친 불만족스러운 이미지를 견딜 수 없음	부정적 자기이미지 극복, 아름다운 신체에 대한 집착에서 오는 우울감 탈피	
4 과감하고 화려한 의복, 신체 추구	유행의복에 맞지 않는 극도의 작은 가슴에 불만 여성성 표현 욕구	주위 시선에 민감, 비교, 자신감 상실, 동조의 욕구	
5 오랜 기간 가슴 성형에 많은 관심 및 정보 습득	과소지각, 극도 부정적 평가	남자친구의 권유, 초라함, 작은 가슴 콤플렉스 동조의 욕구, 주위 시선에 강한 집착, 자신감 향상	
6 운동, 생활 습관 등 꾸준한 신체 관리 노력	신체가 아름답지 않다고 생각: 작은 가슴 불만과 변형 욕구	신체에 대한 주위의 평가에 민감, 의복 착용시 자신감	
7 자기 관리의 필요성 절감	남편 기준 이상적 신체-이미지 내면화: 작은 가슴에 대한 불만	남편의 권유, 아름답게 보이고 싶음	
8 트렌드에 민감, 유행의복 추구, 완벽한 신체에 대한 갈망	작은 가슴으로 인한 부정적 신체이미지	작은 가슴으로 인한 위축감, 성형에 위험부담 없음, 타인의 평가, 권유에 민감	
9 다문화 경험으로 서구적 체형에 대한 동경	긍정적 신체이미지: 주위여성들보다 매력적이라고 인식	차별화를 통한 지위 상승의 욕구, 서구적 체형 갈망으로 다른 페르소나 실현 욕구	
10 성형에 대한 과도한 긍정, 성형은 자기 관리의 일환	성형으로 신체를 업그레이드 하고자 하는 동기	자신감 향상, 자기표현, 자기만족	

서 견해를 같이 했다.

남녀는 평등한 존재이지만 한국에서는 그렇지 않다고 생각해요. 반감이라면 반감이겠지만, 한국에서 남녀 차별 생각하잖아요. 특히 미디어에 나타난 아름다운 여성의 이미지는 남성의 눈에 의해 만들어졌다고 할 수 있죠. 뭐 그것이 나쁘다고는 할 수 없지만, 그것이 상업화되고 상품화되었다는 것이 문제라고 생각해요. 게다가 요즘은 여자들이 여성 상품화를 더 조장하는 것 같아요. 결국 성형이든 웃이든 여성 상품의 소비자는 여성이니까요. (사례 7)

예전엔 위낙 여자들이 높여서인지 평등만을 부르짖었지만, 이제 남녀의 평등보다는 차이점을 인정하는 게 현명하다고 생각해요. 그러나 그 차이점에 대한 배려, 이런 것들이 부족하지 않나 싶어요. (사례 10)

29세 주부인 사례 7은 여성의 대상화를 지적하는 고전적 페미니즘적 견해를 보였는데, 여성 상품화에서 비롯된 과도한 성형, 노출의복 등을 사회화된 여성의 성역할 행동의 일면이라고 말했다. 여성스럽고 아름다운 신체에 대한 동경은 미디어나 남성 등 외부적인 요인에 의해 조장되었으나, 결국 이를 받아들이고 내면화한 것은 여성이라고 지적하면서, 여성, 즉 주체에 의해 강화되고 있는 성역할의 사회화를 비판하였다.

이에 반해, 34세 성형외과 상담사인 사례 10의 경우, 포스트모던 페미니즘적 견해를 보였는데, 이는 남성과 여성의 조화와 공존을 위해 차이점을 인정하는 문화에 소속되어 있음을 의미한다. 그러나, 사례 10을 비롯한 포스트모더니즘 추종자들의 경우, 남성성과 여성성, 나아가 개개인의 특성적 차이를 인정하고 존중하게 되면서, 강인한 직선적 이미지로 대표되는 남성성과 더불어, 정교함, 세밀함, 부드럽고 둥근 이미지의 여성성에 이전 보다 많은 중요성을 부여하게 되었다. 이로써 남성성에 못지 않게 여성성 또한 긍정적 이미지로 자리매김하게 되었고, 따라서 보다 여성스러워지고 여성으로서 아름다워지고자 갈망하는 사례 10의 욕구에 있어, 가치관적 확립이 이루어진 것으로 해석된다. 이것은 차이를 인정하고 수렴하는 포스트모더니즘의 이상적인 이론에서 병폐된 또 다른 형태의 사회화된 여성성의 규제라고 해석할 수 있다. 사회화된 여성성은 아름다움이란 미명하에 많은 피해자들에게 내면화되어 있었다. 가슴 성형 경험자들은 공통적으로 아름다워지고 싶음의 욕구를 성형 동기로 꼽았다. 풍만한 가슴과 여성스러운 신체라인이 현시대의 여성

성을 상징하게 되면서, 별다른 의문이나 문제의식 없이 아름다움을 추구하는 자신의 모습에 미덕을 부여하는 경험자들의 모습에서, 사회화된 여성성이라는 관념의 주입으로 인해 가슴 성형이 동기화되고 있음을 찾을 수 있었다. 이것은 포스트모더니즘이 문화 소비 관련한 가치관으로 자리잡았고, 여성의 신체에 대한 환경적 압박 요인이 되고 있음을 보여준다.

남자들은 양복에 와이셔츠면 온몸이 커버되는데, 여자들은 뭘 입든 다리며 가슴이며 다 드러나잖아. 요새는 가슴 굽고이 보이는 옷이 유행이라, 그런거 입을려면 가슴 수술 필히 받아야돼. 루스핏이 유행인데, 소재가 얇게 나와서 움직일 때 은근 가슴 라인 다 드러나. 가슴 없으면 정말 불편 품 없지. 웅 맞아. 요즘 시중에 판매되는 기성복들, 큰 가슴에 잘 어울리게끔 디자인되어서 가슴 성형 안 할 수 없었지. (사례 9)

우리나라가 보편적인 패션에 있어서 가슴 노출은 아직 서구 기준으로 보수적인 편이에요. 일상복에서 가슴 안쪽 골이 보이는 경우는 드물고, 몸에 달라붙어 가슴의 윤곽이 뚜렷이 보이는 것도 꺼려지고 있죠. 하지만 글로벌 시대에 맞게 점점 가슴 노출이 되는 패션이 유행되고 있어서 가슴 클리비지 라인이나 가슴의 불륨이 점점 중요하게 생각되고 있어요. (사례 10)

위낙 좀 작았는데, 옷을 입어도 태가 안 나오 뺨을 넣어도 예쁘지가 않아서 시술을 받게 되었어요. 옷을 입었을 때 더 예쁘게 보이기 위한 게 제일 큰 동기겠죠. 제가 위낙 좀 심하게 멋잇 한 편이라 앞 뒤가 거의 똑같거든요. 느껴보지 않으시면 모르시겠지만, 사는데 불편하거나 완전 창피하진 않은데, 옷을 입었을 때 매력이 없어 보이고 자신이 없었어요. (사례 7)

요즘 나오는 예쁜 옷을 입으려면 가슴선이 예뻐야 한다고 저 는 생각을 하거든요. (사례 6)

포스트모던 패미니즘은 남성과 여성의 차이를 인정하고 남성성 못지않게 여성성에도 같은 중요도의 의미가 부여된다는 의미에서 조화를 강조하는 이론이었다. 그러나, 현대 자본주의 시장은 포스트모더니즘의 단면만을 해석하여 마이크로 트렌드로 나타나는 하위 문화그룹의 가치관을 상업화시킴으로써, 여성성을 강조하는 외모관리시장을 창조해내었다. 트렌드에 민감한 의류시장에서 나타난 가슴 노출 패션, 사례 10이 언급한 클리비지 라인, 사례 9가 말한 루스핏, 등의 유행의 복은 상업화된 여성성 시장의 단면을 보여준다. 여성의 여성으로서 드리낼 수 있는 여성적인 아름다움, 자신을 사랑하는 당당한 여성의 모습, 등의 이미지를 이상화시켜, 남성과의 차별화를 넘어 조화를 이루고자 했던 포스트모더니즘의 가치관으로 포장하여 내면화시키고 있었고, 여성스럽지 않은 신체를 소유한 경우, 창피함, 매력 없음(사례 7), 불편 없음(사례 9) 등 의 부정적 자기개념을 갖는 것으로 나타났다. 가슴 성

형은 이러한 현시대의 사회문화적 가치관이 반영된 형태로서, 여성성이 강조된 패션신체(fashion body), 즉 성형된 풍성한 가슴은, 성형에 관대해져 가는 우리 사회 가치관의 변화와 맞물려 여성에게 있어 선택의 문제가 되고 있었다.

## (2) 이상적 신체이미지

이상적인 신체이미지에 대한 기준이 없음에도 불구하고 많은 사람들이 아름답다고 생각하는 신체이미지는 시대에 따라 분명히 존재한다. 황금비율의 8등신보다 9등신이 더욱 아름다워 보이는 지금, 변화하는 이상적 신체이미지를 만드는 것은 미디어를 통한 미용시장과 의류시장의 제안, 그리고 이것을 쉽게 받아들여 내면화하는 문화 소비트렌드라고 볼 수 있다. 연구대상자들이 내면화하고 있는 이상적 신체이미지는 다음과 같다.

저는 글래머 몸매인데 가슴이 좀 작아서 가슴만 크면 완벽해 보이겠다고 주위에서 그러더라고요. 요즘은 가슴 성형 너무 많이 하잖아요. 이XX(연예인)도 했다가 터졌다구 그러던데...(웃음) (사례 1)

서인영 이런 애들은 일단 균형이 잘 맞는 것 같애. 몸에 균형이 잘 맞으니까 자신감 있어 보이잖아. 키는 작아도 전체적으로 일단 균형이 잘 맞아. 난 전체적으로 봤을 때 다리가 짧은 편이야. 그리고 상체에 비해 하체 쪽 뼈가 굵어, 발목이나 무릎, 손목 이런 건 짧은 편인데, 하체 쪽만 그래. (사례 2)

작년 코헤시브 실리콘 젤의 허용으로 인해 전년도 대비 20~30% 정도의 증가세를 보이고 있어요. 저는 시술 전 B컵 사이즈였는데 보형률 225cc 주입으로 C컵이 되었어요. 사이즈 뿐만 아니라 물방울형 예쁜 가슴이 되었죠. 요즘에는 큰 사이즈를 원하는 환자분들이 많아서 B컵 이상으로 만드는 것이 수술의 목표가 되고 있어요. (사례 10)

37세 주부인 사례 1은 의복선택에 있어서 유행에 민감한 고소득층의 자신감 있는 여성으로, 의복 브랜드, 미용, 취미 모든 면에서 상류층의 최고급만을 고집하는 그녀는 본인의 신체가 현재 한국사회가 이상화하는 이미지에서 벗어난다는 점을 인식하게 되었고, 이것이 주요 성형 동기로 나타났다. 미디어와 주위 권유 등의 비주체적 문제인식으로 인해, 자신도 모르게 성공한 여성들의 신체이미지를 내면화하게 되었고, 신체수정과 더불어 자신의 신체를 이상적 이미지와 일치 시킴으로써, 이상적인 모습의 내적 자아를 표출하고자 하는 기대로 성형을 결심하게 된 것으로 분석할 수 있었다. 이는 이수경, 고애란(2005)이 외모향상 추구 행동의 일환으로 분석한, 이상적 자기를 향한 신체이미지 개선 욕구로서 설명될 수 있다.

30세의 회사원 사례 2는 대표적 S라인 연예인인 서인영의 신체를 이상적인 신체로 내면화하고 있었다. 그녀는 TV나 잡지에 등장하는 여성들의 신체가 절대적 아름다움의 기준은 될 수 없으나, 일단 본인이 보았을 때 연예인들이 아름다워 보이고 볼륨 있는 가슴이 예쁘게 보인다고 하였다. 이처럼 미디어에 등장하는 이상적 신체이미지는 개인이 의도하지 않았음에도 불구하고 자연스럽게 내면화되어, 자신의 신체이미지에 불만을 갖게 되고 성형을 결심하게 되는 계기가 되고 있었다.

가슴 성형을 전문으로 하는 서울 모 성형외과 상담사인 사례 10은, 일반적으로 A컵의 빈약한 가슴을 가진 여성들이 가슴 성형을 희망하는 경우가 많으나, 근래에는 B컵의 여성들도 보다 더 풍만한 가슴을 원해서, 내원하여 수술을 받는 경우가 많아졌다고 한다. 이는 자신의 신체를 과소지각함으로써 비롯된 불만족 때문인데, 이러한 신체불만족은 그 시대의 문화적 영향을 받아 형성되게 된다(Brown et al., 1990). 이상적 신체이미지가 시대에 따라 변화하면서, 성형에 대한 수요 또한 이어지게 되었다. 성형 경험자들은 본인이 내면화한 이상적 신체이미지에 실제적 신체이미지를 맞추고자 보다 큰 사이즈, 현시대의 트렌드가 되는 가슴 모양을 추구하게 되는 것으로 분석할 수 있다. 볼륨 있는 가슴이 이상적인 신체상으로 인식되면서 가슴 라인을 강조하는 디자인의 의복이 유행하게 되었다. 사회문화적인 이상적 신체상에 맞지 않는 경우, 의복 선택 시 제약을 받게 되었고, 유행에 민감한 20~30대 본 연구대상자들의 경우, 원하는 의복을 구매하지 못하게 됨으로써 자신의 신체에 대해 부정적인 감정을 갖게 되었고, 따라서 성형을 결심한 것으로 해석된다. 성형은 패션과 함께 자본주의 사회의 가치창출의 매개가 되고 있었다.

## 2) 신체(의복)를 통한 사회적 상호작용: 관계적 요인

### (1) 자기개념, 자기이미지 및 자기존중감

신체는 자기를 표현함에 있어 가장 가시적이기 때문에 사회적 상호작용을 함에 있어서 비교의 대상으로 활용되고, 자기에 대한 평가에 직결된다. 포스트모더니즘에서 말하는 정신과 신체의 조화는 정신 못지 않게 신체 또한 강조됨을 의미하며, 현시대에서 이상적 자기이미지를 정립하는 데에 있어 이상적 신체가 중요한 부분으로 인식되고 있다. 미디어에서 “자기관리”라는 용어가 “몸매관리”的 의미로 통상적으로 사

용되면서, 일부 여성들의 몸매관리의 중요성에 대한 긍정적 내면화를 이끌어내게 되었고, 아름다운 신체를 갖는 것은, 이상적 자기이미지를 만들어가는, 즉 자신을 개발하는 여성이라는 의미로서 트렌드화 되고 있었다. 신체관리를 자기 관리의 주요 부분으로 인식하고, 성형 또한 자기관리를 위한 선택이었다고 말하는 대상자들의 생각은 다음과 같다.

요즘은 자기관리 시대잖아요. 꾸준한 자기관리가 필요해요... 네, 성형은 자기관리죠. 중요한 건 성형 후 아름다워진 자기모습에서 자신감을 찾을 수 있다는 거예요. 몸이 아름다워지면 자신감이 생기니까 내면도 아름다워지거든요. (사례 10)

친구들 중에 한 두명 정도 있어요. 관리 잘하는 친구들...(웃음) 너무 부럽죠... 네. 그 친구들이 추천했어요. 다이어트는 아무리 해도 한계가 있잖아요. 가슴 성형 한번이면 완전 달라지는 테 당근 해야죠. (사례 8)

여성의 몸과 주체는 기능적으로 보면 하나인 듯한데, 비주얼적인 면은 하나라고 생각하는 건 좀 지나친 것 같애. 풍뚱한 여자는 게으르고 미련하고, 마른 여자는 소심하고 신경질적인 거는 편견이잖아. 그래도 몸이 여성의 주체를 어느 정도는 반영한다고 생각해. (사례 3)

사례 10을 비롯한 연구대상자들은 성형 자체가 자기관리의 긍정적 수단이며, 신체이미지 만족도가 높아지면서 긍정적 자기개념을 이끌어 낼 수 있다고 말했다. 이는 이상적 신체와 실제적 신체가 가까울수록 높은 자신감과 만족도를 느끼게 된다(Kaiser, 1990)는 연구결과를 뒷받침해준다. 아름다운 신체는 관리된 신체라고 인식하고 있는 사례 3, 6을 비롯한 연구대상자들의 경우, 자기관리에 철저한 사람들에 대한 긍정적 인식과 더불어, 그들과 같아지고자 하는 동조의 욕구를 보였는데, 이는 신체가 주체를 반영하기 때문에, 본인이 이상적이라고 생각하는 주체의 상징화된 모습으로서 표현된 성형된 신체를 얻고자 성형을 선택한 것으로 해석된다. 이와 반대로, 긍정적 자기개념을 가지고 있었던 아래의 사례 3, 9와 같은 사례자의 경우, 본인의 당당한 주체와 주눅든 신체의 괴리감을 극복하고자 성형을 선택하는 것으로 나타났다.

난 꿈이 있어. 그래서 언제든 자신 있지 그런데 이 가슴이 자신이 없는 거야... 그래.. 나랑 가슴이랑 따로 노는 거지. 그래서 투자한 거야. 나 자신을 위한 투자. 난 특별하고 자의식, 가치관이 뚜렷한 사람이거든. 가슴 때문에 주눅들 순 없잖아. (사례 9)

미국 갔다 와서 62kg이었는데, 차차 살 빼지니까 49kg이 되더라. 그런데 살 빼고 나서 보니까 그냥 작은 가슴이 아니고 처진 가슴이 될거야. 작고 올라 붙었으면 펜찮았을지도 모르겠는데, 가슴이 훌려 내리는거지. 밖에선 항상 자신감 넘치는 사람인

족 하는데, 샤워할 때마다 내 모습이 너무 짙은 거야. 자신감도 떨어지고. (사례 3)

큐레이터인 33세 사례 9는 자신감 있고 활동적인 주체가 소극적 신체, 즉 주위의 시선을 받는 객체 안에 갇혀있었다고 인식하고 있었다. 항상 자신감 넘치는 사람인척 했다는 29세 회사원 사례자 3의 경우, 내적 자기와 외적 자기의 분리, 내적 자기에 대한 혐오, 그리고 외적 자기와 이를 상징하는 신체의 괴리에서 오는 부정적 자기개념으로 인해 성형이 동기화되었음을 알 수 있다. 조선명 외(2009)는 신체적 매력이 생득적 속성의 가치를 갖는 것으로 자신감과 정적 관련성이 있다고 설명하는데, 가슴 성형 경험자들의 경우, 성형 전 매력적이지 않다고 느끼는 신체로 인해 낮은 자신감을 갖게 된 것으로 해석되었다. Brown et al.(1990)은 이상적 신체이미지는 사회적 미의 기준에 의해 결정되고, 신체적 매력에 대한 사회문화적 영향력은 개인에 따라 다르게 작용하게 된다고 하였는데, 본 연구의 피험자들은 외모지상주의에 빠진 현시대 사회문화에서 말하는 “자기관리”를 깊게 내면화하여 자신들만의 마이크로 트렌드를 형성하고 있음을 찾을 수 있었다. 가슴 성형 경험을 공유한 친구나 자매들간의 대화를 분석한 결과, 그들에게 있어 이상적 신체이미지를 갖고자 들인 시간과 비용은, 자기관리를 위한 투자로서 해석되고 있는 것으로 나타났다. 신체관리가 자기관리의 의미와 통용되면서, 잘 관리된 아름다운 신체를 갖는다는 것은, 이상적으로 정립된 자기를 표현하기에 이르렀고, 이상적 자기이미지에 도달하기 위한 목적으로 선택된 가슴 성형은 단시간에 피험자들의 자신감을 높여주는 수단적 도구가 되고 있었다.

## (2) 동조성과 차별성

가슴 성형 경험자들은 그들이 내면화한 아름다운 신체를 가진 집단의 구성원들과 동조함으로써 사회적 인정을 받음과 동시에, 보다 더 이상적인 신체에 대한 갈망으로 타인과의 차별화를 추구하고 있는 것으로 분석되었다.

요즘 서울시내 명동거리만 나가보아도 연예인만큼 아니 그보다 더한 아름다운 여성들이 많아요. TV나 잡지에 등장하는 여성들의 몸이 절대적 아름다움의 기준이 되어 버린 건 사실이에요. 연예인보다 예쁜 여자들이 너무 많아서 일반인들이 꾸준한 관심과 시술 노력을 하는 것 같아요. 그만큼의 비용을 들이면서까지요. (사례 6)

한국에서 6년 산 백인 친구가 있는데, 보통 외국애들은 동양인보고 말랐다고 하잖아. 나보고도 말렸다고 하더라... 내가 어딜

봐서 말랐나? (웃음) 근데 6년 전엔 나보고 말렸다고 하더니, 지금은 암구정에 있기엔 통통하지 않나 그러더라... (웃음). (사례 3)

난 B컵이었는데 좀 더 봉긋하고 글래머러스한 가슴을 갖고 싶었어. 한국애들 무조건 빼꼼 말라 가지고 지네들이 예쁜 줄 안 다니까. 나올 때 나오고 들어갈 때 들어가야 예쁜거지. (사례 9)

관심은 있었지만 선뜻 해야겠다는 생각을 하지는 못했었는데, 언니가 한 시술을 보고 너무 만족스럽다라는 생각을 했구요. 그래서 하게 되었습니다. (사례 6)

친한 친구들끼리 파티에 가면 나에 대해서 다 아는 친구들이니까 뭐 달라 보이고 싶고 그런 건 없는데. 온라인에 만나는 친구나 모르는 사람이 온다면 얘기가 틀려지죠. 왜 예뻐지고 잘 차려 입고 나가면 다른 사람들도 좀 나를 다르게 봐주지 않을까 그런 생각을 해요. (사례 7)

27세 대학원생인 사례 6의 경우, 희망 소속집단의 젊은 여성들과 자신을 비교함으로써 이상적 신체이미지를 정립하고 이에 도달하고자 성형을 선택하였다. 29세 회사원인 사례 3의 경우, 주위의 평가에 민감하게 반응하여 쉽게 내면화한 경우로써, 소속된 집단의 규범에 동조하여 인정받고자 하는 욕구가 성형 동기로 작용했다. 8년간 미국에 거주했다는 고소득 고학력자 사례 9의 경우, 서양인의 이상적 신체이미지를 내면화하여 동조함과 동시에, 상대적으로 하위 계급이라고 사례 9가 판단한, 한국인의 체형으로부터 차별화하고 싶은 욕구를 가지고 있음을 담화 분석할 수 있었다. 사례 6과 사례 8의 경우, 가족과 친구의 성형 성공 사례 관찰에서 온 성형에 대한 불안감 감소와 그들의 권유가 결정적인 성형 동기가 되었는데, 그들과 같은 이상적 신체를 가짐으로써 그들과 상징적으로 상호작용하여 소속감을 느끼고 싶은 동조성이 발휘된 것으로 해석된다. 사례 7의 경우, 사적 공간이자 공적 공간이 되는 파티의 상황에서 자신의 신체를 타인과 비교하는 것으로 나타났는데, 특히 일회성 만남의 자리, 즉 공적 공간에서, 차별화된 이상적 신체와 의복을 통한 계급의 상징적 작용이 두드러지는 것으로 해석되었다.

## 2. 성형 후 평가: 성형 후 변화된 의복 소비행동을 중심으로

### I) 포스트모던 페미니즘 시각으로 강화된 여성성의 표현

여성의 신체가 남성의 눈에 의해 상업화되었다는 고전적 페미니즘 시각의 후퇴와 더불어, 여성성에 남성 성 못지 않은 가치를 부여함으로써 결과적으로 상업

화된 여성성 시장을 도래시킨 포스트모더니즘은 성형 경험자들의 적극적 내면화를 이끌어내어, 성형 후 평가에 긍정적 영향을 미쳤다.

성형 직후에 몇 주간 엄청 많이 아팠어요. 아무것도 못하고 하루 종일 누워있었는데, 아래로 내려보면 봉긋하게 솟아있는 가슴이... (웃음)... 참 흐뭇하더라구요. 남편도 신기한지... 좋아하고, 수술이 잘 되어서 너무 기분이 좋고 행복해요. (사례 1)

휴가 때 바다에 가기로 했어요. 비키니 입어야죠... 작은 가슴 때문에 남자친구랑 헤어졌는데, 이번엔 가슴으로 승부를 내야죠. (사례 5)

남자들이 나만 쳐다보는 것 같아. 시선을 은근 즐긴다고 해야 되나? 눈 마주치면 민망할 때도 있다니깐 (웃음). (사례 3)

가슴 성형하고 성격이 좀 여성스러워진 것 같아요. 요새 러플 있는 옷만 입어서 그런가봐요. (사례 8)

가슴 성형을 통해 여성성이 상징적으로 표현되면서, 주변인 특히 섹스어필의 대상인 남편과 남자친구와의 관계 속에서 여성성이 작용하고 있는 것으로 나타났다 (사례 1, 3, 5). 여성성이 강조되는 유행의복의 선택이 용이해짐과 더불어(사례 6) 풍성하게 성형된 가슴 자체로서의 유행의복은 성형 경험자들에게 높은 만족도를 부여했다.

## 2) 이상적 신체이미지 획득 및 실현

미디어를 통한 문화 소비트렌드로 인해 형성된 현시대의 이상적 신체이미지가 성형을 통해 실제적 신체이미지로 실현되면서, 성형 경험자들은 긍정적 신체이미지를 갖게 되었다.

패션잡지나 TV에 등장한 아이템들은 눈여겨 보았다가 비슷한 의복을 구매해요. 요즘은 인터넷 보다 보면 거의 똑같이 나오잖아요. 그리고 친구들 중에 몸매 좀 되는 애들은 정말 저렴한 티 한 장만 입어도 비싸 보이거든요. 가슴에 볼륨이 좀 생기니깐 저도 태가 나더라구요. 정말 신기해요. 연예인들이 즐겨 입는 스타일을 따라 사보면 비슷한 라인이 나오니까 자신감도 생기죠. (사례 6)

지금 해보고 싶은 게 너무 많아요. 야한 속옷도 사고 싶고, 깊게 파인 옷들도 입어보고 싶네요. 과진 옷 입고 싶어서 목 빼고 어를만 기다리고 있어요. (사례 4)

사실 대놓고 노출하는 것보다는 은근한 노출이 더 섹시한 법이에요. 풍성한 V-넥크라인 스웨터 사이로 깊게 파인 가슴의 클리비지 라인을 살짝 보여주면, 남성들 심장박동수가 달라지죠(웃음). (사례 10)

가슴 성형 이후, 실제적 신체가 이상적 신체와 동일 시됨으로써, 실제적 자기와 이상적 자기의 모습이 가까워지는 결과가 도출되었고, 이로 인해 만족감이 높

아지면서 행복감, 자신감 등의 심리적인 경험을 하게 되었다. 이는 가슴 성형 경험자들의 의욕과 에너지를 고무시켜, 의복선택에 있어서도 보다 과감하고 도전적인 스타일의 의복을 선호하게 되는 양상을 낳았다.

**3) 긍정적 자기개념, 자기이미지 및 자기존중감 향상**  
사회 속 상징적 상호작용을 통해 형성되고 변화해가는 자기개념은, 가슴 성형을 매개로 긍정적 변환을 맞게 되었다. 다수의 성형 경험자들이 성형 전 가졌던 부정적 자기개념이 성형과 함께 긍정적으로 전환되는 양상을 보였다.

수술 후 거울을 봤을 때 제가 느끼는 자신감이 어디에서 오는 거냐고 묻는다면, 일단 보기에 예쁘고, 기분이 좋아지니까 표정도 예뻐지고, 그래서 저를 더 사랑하게 되는 것 같아요. 남들이 어떻게 보느냐도 안 중요한 것은 아니지만, 제 스스로가 느끼는 만족감이나 자신감이 이루 말할 수 없어요. (사례 7)

직장에서 더 자신 있어진 건 사실이에요. 일도 더 잘 되는 것 같고, 즐겁고... 네. 의복선택에 있어서 보다 과감해지고 자신 있어졌죠. 직장 분위기에 맞는 옷과 평상시에 입는 스타일이 좀 달랐었거든요. 직장에서는 과하지 않게 평상시에는 좀 과하게... (웃음) 그런데, 성형하고 나서는 직장에서도 가슴줄곡 완전 드러나고 완전 오버하는 스타일의 옷도 종종 입어요. 주위 반응도 나쁘지 않고, 은근 내가 즐긴다고 해야 하나? (사례 8)

예전엔 가슴 예쁜 애들 보면 내가 싫어 지더라구. 그런 은근한 위축감. 길거리 를 지나다만 봐도 얼마나 많냐. 그런 위축감 같은 거 있었는데, 지금은 없어. (사례 3)

많은 피험자들이 가슴 성형의 긍정적 결과로 자신감 향상을 꼽았다. 시술 전 자신감의 결여로 우울증 등의 극도의 스트레스를 받은 사례 3과 같은 피험자의 경우, 성형 수술을 매개로 열등감을 극복하고 보다 즐겁고 당당하게 살 수 있는 계기가 되는 등의 긍정적 결과를 도출하였다. 성형을 통해 얻은 매력적인 신체로 인해 낮았던 자신감을 높이고 긍정적 자기존중감을 갖게 된 것으로 해석된다(사례 6, 7). 성형을 통한 자기개념의 변화와 함께, 성형 경험자들은 보다 자신 있고 만족스러운 자기를 의복을 통해 상징적으로 상호작용하게 되었다. 자기의 사회적 변화와 함께, 비밀자기뿐만 아니라, 공적 자기와 사적 자기 또한 긍정적으로 변화하는 모습을 보였으며(사례 7), 이는 공적 의복, 사적 의복의 변화로 가시적으로 나타나게 된 것으로 분석할 수 있다.

**4) 동조와 차별을 통한 인정 및 지위상승의 욕구 실현**  
성형된 신체는 소속되고 싶은 집단의 구성원들에 동

조하고, 본인보다 낮은 계급의 신체로부터 차별화하기 위한 수단이 되고 있었다.

여자들끼리도 목욕탕 가면은 은근히 안보는 척해도 많이들 부러워 하는 것 같은 느낌이랄까요? (웃음) 그리고 이런 자신들이 생기나간 이것저것 의욕이 생기고 하고 싶은 일도 많아졌어요. 남들과 다른 인생을 산다는 느낌이랄까요? 오늘 남들과 다르게 보내면 내일은 남들과 다른 사람이 되어 있겠죠? (사례 6)

성형의 결과, 우월감, 성취욕, 자기만족으로 인한 쾌락 등을 경험하는 것으로 분석되었다. 본인의 가치를 평가함에 있어서 주위의 시선에 많은 영향을 받는 수직적 개인주의 사회에서 동조와 차별의 욕구가 극 대화되었고 성형으로써 충족되었다. 신체에 대한 평가 또한 본인보다는 타인에 의해 이루어지는 경우가 많았는데, 주위의 평가와 연결을 통해 자신의 신체에 대한 관심이 더욱 증가하게 되고 보다 이상적인 신체상을 갖고자 부가적인 성형을 계획하는 피험자도 다수 있었다. 사례 6은 목욕탕이라는 비밀, 사적 장소에서 입었던 비밀의복(성형된 신체)에 대한 높은 만족도로 인해, 이를 공격 의복화하여 관제리룩과 같은 노출의복을 소비함으로써 차별을 통한 지위상승의 욕구를 실현하고자 하였다.

### 5) 의복 소비행동의 변화

여성성, 이상적 신체이미지, 긍정적 자기개념의 향상 및 지위상승 등의 긍정적 성형 결과는, 자신의 의복 소비행동에 대한 긍정적 평가로까지 이어졌다. 성형된 신체, 즉 특정한 신체부위의 우월함을 강조하는 노출의복, 그리고 여성스러운 신체적 매력을 강조하는 로맨틱한 스타일의 유행의복 등 전반적인 의복 소비의 증가는, 성형된 신체가 성형 경험자들에게 자신감 향상과 더불어 의복 소비의 즐거움을 선사했음을 보여준다. 사례 1, 2, 4, 6, 8, 9, 10의 대다수의 피험자들의 경우, 유행에 민감하고 경기적으로 유행의복을 소비해왔던 그룹으로, 신체변형 또한 유행의복 소비의 일환으로 인식하고 소비한 것으로 분석할 수 있다. 영구적 의복형태가 된 만족스러운 성형 신체는, 가슴 성형 경험자들의 의복 선택의 폭을 넓혀 원하는 의복착용이 용이하게 함으로써 소유와 소비욕구를 더욱 증가시켰다. 이에 반해, 사례 3, 5, 7의 경우, 성형 전 신체불만족으로 유행의복 소비에 제한이 있었던 경우인데, 성형 전 비밀의복으로만 소비되었던 환상의복을 성형을 계기로 하여 공격 의복화 시키고 있었다. 옷장 깊숙이 넣어두고 가끔 꺼내어 바라보기만 했

던 비키니(사례 5), 무리한 다이어트로 줄어든 가슴사이즈 때문에 입고 싶어도 입을 수 없었던 옷장 속의 좋아했던 옷들(사례 3)과 같은 환상의복의 실제적 소비 및 착용이 가능하게 되었다. 특히, 평소 편안함을 강조하는 비슷한 종류의 의복을 주로 소비하며, 길거리에서 보는 유행의복 착용자들을 동경해왔던 사례 7의 경우, 성형 후 신체만족도 및 자신감 상승과 함께 유행의복 소비가 증가하였다. 자기개념의 변화와 함께 나타난, (1) 자신감을 표현하는 과감한 노출의복 소비의 증가, (2) 여성성이 강조된 의복 소비의 증가, (3) 유행의복 소비의 증가는, 성형 경험자들이 변화된 자기의 모습으로 사회와 상호작용함으로써 시대사조의 흐름에 민감하게 반응, 적응할 수 있게 하였고, 이러한 의복 소비행동은 사회로부터의 긍정적 feedback을 받아 강화되고 있었다.

## V. 결론 및 제언

본 연구는 가슴 미용 성형 경험자들을 대상으로 성형의 동기와 성형 후 평가를 분석하는 과정에서, (1) 대상자들이 이상적 신체이미지를 내면화시키게 된 사회 저변에 깔린 경제, 권력 및 계층 구조, 이념, 사회 이론에 바탕한 문화적 요인들을 찾고, (2) 성형된 신체라는 의복을 통한 상징적 상호작용을 유발하는, 대상자들의 관계적 요인들을 찾고자 하였다. 연구결과, 시대에 따른 미의 기준이 변화하면서, 사회화된 이상적 신체가 개인에 의해 내면화되어 가슴 성형이 동기화된 것으로 나타났다. 성형 결정의 동기가 되는 문화·관계적 요인으로는, (1) 여성의 신체에 대한 폐미니즘과 포스트모더니즘의 시작, (2) 이상적 신체이미지, (3) 자기개념, 자기이미지, 자기존중감, (4) 동조성과 차별성으로 묶여졌고, 각 요인의 하위요인으로는 사회화된 여성성의 표현, 이상적 신체이미지를 가짐으로 인한 자신감 향상, 동조를 통한 인정의 욕구 및 차별을 통한 지위상승의 욕구, 주위의 권유로 분류되었고, 그 외, 또 다른 폐르소나 실현 욕구, 유행의복 착용 욕구, 신체노출의 압박 위험부담에 대한 적응력 등이 가슴 성형 결정 요인으로 나타났다.

첫째, 이상적 신체이미지 내면화의 측면에서 가슴 성형을 해석해 볼 때, 폐미니즘과 포스트모더니즘의 시각에서 본 여성의 신체에 대한 관점의 변화와, 이러한 변화의 트렌드에 민감하게 반응하는 시장의 동향, 그리고 미디어로써 인코딩된 사회문화구조주의

가 이상적 신체이미지를 만들었고, 상위계층의 라이프스타일이 오버랩된 이상적 신체이미지를 풀마케팅 하여 소비자로 하여금 내면화하게끔 했음을 확인하였다. 사회구조적으로 조장된 상위계층의 이상적 신체이미지를 향한 여성들의 갈망은 실제적 신체이미지에 대한 불만으로 이어졌고 자신의 신체를 있는 그대로 받아들이지 못하고 신체를 왜곡하여 지각하게 되었으며, 이러한 신체에 대한 부정적인 태도는 성형이라는 수단을 선택하게끔 한 것으로 분석된다. 수직적 개인주의 성향이 강한 한국사회에서 상위문화 따라잡기의 일환으로 선택된 가슴 성형은 동조성과 차별성의 추구를 넘어, 자기계발, 자기관리라는 명목하에 여성의 삶의 질을 결정짓는 가치관의 추구로서, 사회에 의해 그리고 이를 내면화한 여성 자신들에 의해 점차 강화되고 있었다. 다만, 사회구조적으로 조장된 아름다움에 대한 기준이 일반 여성들에게 쉽게 적용되게 된 것은, 신체관리에 대한 사회적 관심이 높아져 신체관리와 자기관리라는 용어가 통상적으로 동일한 개념으로 자리 잡았다는 점, S라인, 쭉쭉빵빵, 끝가슴과 같은 일부 연예인들의 신체 관리와 관련되어 나타난 마이크로트렌드가 가치관화되어 메가트렌드로 쉽게 활성화되었다는 점, 그리고 의복과 패션에 대한 20~30대 한국여성들의 과도한 관심과 볼륨 있는 신체에 맞춰져 디자인되는 최근 패션 기성복의 흐름, 그리고 이러한 의복을 착용하기 원하는 여성들의 욕구 등에서부터 해석할 수 있을 것이다.

둘째, 의복 소비행동에 나타난 변화를 바탕으로 가슴 성형을 해석해 볼 때, 성형으로 구매된 유행신체를 통해 개인의 자기개념, 외모관리 행동 및 의복 행동에 직접적인 영향을 미친다는 상징적 상호작용론의 관점을 확인할 수 있었다. 가슴 성형 이후 의복 소비행동에 나타난 변화는 자기개념 및 신체만족도 향상에서 기인하였는데, (1) 자신감을 표현하는 과감한 노출 의복, (2) 여성성이 부여된 성형 신체를 강조해주는 레이스와 리플 장식이 많은 여성스러운 의복, 그리고 (3) 현시대의 유행신체를 보다 잘 표현하게끔 디자인된 유행의복을 추구하는 것으로 나타났다. 비밀의복의 개념에서 여성성 추구는 의복의 사회화의 한 형태로서 설명되었다. 비밀의복으로 시작된 신체성형은 영구적 의복의 형태가 되고, 환상의 사회화와 연관되어, 자신이 꿈꾸던 페르소나의 모습을 가시적으로 드러내어 주는 도구로서 작용하게 되었다. 여성과 남성의 차이를 인식하고 받아들이게 됨으로써 여성성이 보다

강조되기에 이른 현재 포스트모던 페미니즘적 사고에 기반한 현대사회문화가, 이를 신체의 여성성으로 내면화한 성형 경험자들에게 높은 만족도와 긍정적 자기개념을 부여해주고 있었다. 여성스러운 유행신체는 현시대에서 보다 경쟁력 있는 모습으로 사회와 상호작용하는 의사소통의 수단이 되고, 사회적 관계 속에서 보다 우호적인 feedback을 받는다는 점에서, 성형 경험자들의 성형 후 평가는 긍정적인 것으로 분석되었다.

본 연구는 최신 유행의복에 관심이 많은 20~30대 사례자들을 대상으로 하였기 때문에, 미용 가슴 성형을 경험한 일반 여성들의 경우로서 일반화하기 어렵다는 제한점이 있다. 또한, 본 연구의 피험자들은 모두 긍정적 성형 결과를 경험한 사람들로서, 부작용이나 후유증이 있는 대상이 배제되어 있다는 점 또한 연구의 제한점으로 지적될 수 있다. 성형 부작용 사실을 숨기고자 하는 여성들이 많고 본인의 이야기를 질적 연구의 사례로서 공개하기 꺼려한다는 점 등의 샘플링의 어려움이 있었다. 후속연구에서는 이러한 대상자들과의 인터뷰 시도를 통해 그들의 선택과 후회, 그리고 극복의 과정을 깊이 있게 살펴봄으로써 보다 풍성한 사회구조주의적 접근이 가능하리라 기대한다.

## 참고문헌

- 김양진, Michelman, S., 석유경, 고애란. (2007). 한국과 미국여대생의 정숙성과 비정숙성 비교문화연구. *한국의류학회지*, 31(6), 923~932.
- 이수경, 고애란. (2006). 외모향상추구행동에 관한 질적 연구. *한국의류학회지*, 30(1), 59~70.
- 조선명, 고애란. (2001). 외모에 대한 사회문화적 태도와 신체이미지가 의복추구혜택에 미치는 영향: 청소년기 여학생의 연령집단별 차이 비교. *한국의류학회지*, 25(7), 1227~1238.
- 조선명, 김희선, 고애란. (2009). 하이힐 착용심리에 대한 질적 연구. *한국의류학회지*, 33(9), 1361~1373.
- 천문선, 이수경, 고애란. (2006). 문화성향이 의복소비행동에 미치는 영향. *한국심리학회지: 소비자·광고*, 7(2), 277~300.
- Bordo, S. (1993). *Slenderness and the inner state of the self: The slender body and other cultural forms*. LA: The Regents of the University of California Press.
- Blood, S. (2005). *Body work: The social construction of women's body image*. London: Routledge.
- Brown, T., Cash, T., & Mikulka, P. (1990). Attitudinal body-image assessment: Factor analysis of the body-self relatedness scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(5), 944~955.

- tions questionnaire. *Journal of Personality Assessment*, 55(1), 135–144.
- Cash, T., & Brown, T. (1987). Body image in anorexia nervosa and bulimia nervosa: A review of the literature. *Behavior Modification*, 11, 487–521.
- Cash, T., & Labarge, A. (1996). Development of the appearance schemas inventory: A new cognitive body-image assessment. *Cognitive Therapy and Research*, 20(1), 37–50.
- Coopersmith, S. (1968). Studies in self-esteem. *Scientific American*, 218(1), 96–106.
- Didie, E. R., & Sarwer, D. B. (2003). Factors that influence the decision to undergo cosmetic breast augmentation surgery. *Journal of Women's Health*, 12(3), 241–253.
- Eicher, J. B., Baizerman, S., & Michelman, J. (1991). Adolescent dress: Part 2. A qualitative study of suburban high school students. *Adolescence*, 26(103), 679–686.
- Fairclough, F. (2005, October 20). Korea's makeover from dull to hip. *Wall Street Journal*, p. A1.
- Foucault, M. (1978). *The history of sexuality: An introduction* (R. Hurley, Trans.). Harmondsworth: Penguin. (Original work published 1976)
- Gagne, P., & McGaughey, D. (2002). Designing women: Cultural hegemony and the exercise of power among women who have undergone elective mammoplasty. *Gender and Society*, 16(6), 814–840.
- Guy, A., Green, E., & Banim, M. (2001). *Through the wardrobe: Women's relationship with their clothes (dress, body, culture)*. Oxford: Berg.
- Herman, N., & Reynolds, L. (1995). *Symbolic interaction: An introduction to social psychology*. Dix Hills, NY: General Hall, Inc.
- Joy, A., & Ventakesh, A. (1994). Postmodernism, feminism, and the body: The visible and the invisible in consumer research. *International Journal of Research in Marketing*, 11, 333–357.
- Kaiser, S. B. (1990). *The social psychology & clothing: Symbolic appearance in context* (2<sup>nd</sup> ed.). NY: Fairchild.
- McCracken, G. (1988). *Culture and consumption: New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Michelman, J., & Eicher, J. B. (1991). Adolescent dress, part I: Dress and body makings of psychiatric outpatients and inpatients. *Adolescence*, 26(102), 375–387.
- Miller, D., & Kuchler, S. (2005). *Clothing as material culture*. Oxford: Berg.
- Scanlon, C. (2005, February 3). The price of beauty in South Korea. *BBC News Radio 4*, 1100 GMT.
- Thompson, C., & Hirschman, E. (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.
- Woodward, S. (2007). *Why women wear what they wear*. Oxford: Berg.
- Worrell, A., & Trevino, C. (2007). Assessment of body-image, appearance management, and psychosocial functioning among Hispanic collegiate females. *Vistas 2007 Online*. Retrieved May 15, 2009, from <http://counselingoutfitters.com/vistas/vistas07/Worrell.htm>