패션비즈니스 제26권 5호
—
ISSN 1229-3350(Print)
ISSN 2288-1867(Online)
—
J. fash. bus. Vol. 26,
No. 5:22-35, Nov. 2022
https://doi.org/
10.12940/jfb.2022.26.5.22

이미지 기반 SNS 사용 여성의 신체감시성, 신체수치심에 따른 이미지추구행동 연구

이현옥*

*경북대학교 의류학과

Corresponding author
—
Hyunok Lee
Tel : +82-53-950-6220
E-mail : holeeart@daum.net

A Study on Image Pursuit Behavior according to Body Surveillance, Body Shame of Women using Image-Based SNS

Hyunok Lee*

*Dept. of Clothing & Textiles, Kyungpook National University, Korea

Keywords

Body Surveillance,
Body Shame,
Image Pursuit Behavior,
Women using Image-Based SNS
신체감시성, 신체수치심,
이미지추구행동,
이미지 기반 SNS 사용 여성

Abstract

This study examines the image pursuit behavior according to body surveillance, body shame of image-based SNS-used women. Questionnaires were administered to 215 SNS-used women aging between 20 to 30 years old. The SPSS 25.0 package was utilized for data analysis, which included frequency analysis, factor analysis, Cronbach's α, correlation analysis and regression analysis. The study analyzed the relationship between body surveillance, body shame single factor, and subfactors of image pursuit behavior(conformity, instrumentality, fashion pursuit, attractiveness pursuit, ostentation pursuit, interpersonal). It was observed that body surveillance and body shame had a positive influence on all the factors of image pursuit behavior. Body surveillance demonstrated a high influence on attractiveness pursuit while body shame demonstrated a high influence on ostentation pursuit. Body surveillance had a positive influence on body shame. These results provide useful information for understanding the influence of social media on the psychological attitude and consciousness of women with regard to their body and image pursuit behavior. In addition, results from this study will help to systematize women's theoretical physical consciousness, establish product strategies for physical appearance-related industries, and set marketing directions.

Ⅰ. 서론

SNS는 개방화된 플랫폼상에서 다양한 정보 표현과 양방향적 정보공유가 이루어지는 사회관계망서비스로 오프라인 공간에서의 사회적 관계개념을 온라인 공간으로 옮겨와 개인의 일상생활과 관심사를 공유하고 소통하여 인맥을 구축하고 네트워크를 형성하는 역할을 한다(Han, 2017). 이는 현대사회에서 매우 강력하고 일반적인 문화도구로서 사용자의 생활 전체에 걸쳐 사회 비교의 기준을 제시하고 그들의 사고와 태도, 행동에 많은 영향력을 나타내고 있다(Lee & Lee, 2017).

특히 인스타그램, 페이스북 등 이미지를 기반으로 하는 소셜네트워크는 주로 사용자의 프로필 이미지, 사진, 동영상을 게시하고 타 사용자의 게시물을 관찰하고 공유한다. 이러한 이미지 기반 SNS 공간에서 사용자의 자기 이미지 게시는 능동적인 것으로 이는 타 사용자에게 자신의 외적 이미지 평가를 받는 공간으로 남성 보다 여성들의 신체의식에 많은 영향을 미치는 것으로, 특히 이미지 공유 활동이 활발한 사용자일수록 자신의 외모를 대상화하여 신체감시와 통제를 하는 과정에서 타 사용자의 매력적인 외모와의 비교를 통해 수치심을 경험하게 된다(Jeong, 2019). SNS 사용 여성이 외모에 대한 신체감시성, 신체수치심과 타인과의 외모 비교성향에 유의한 영향을 미쳤고(Fardouly, Diedrichs, Vartanian, & Halliwell, 2015), SNS 사용이 많은 여대생일수록 자신의 신체에 만족하지 못하며, 신체 불만족과 부정적 신체상, 외모비교, 신체감시 등에 영향을 미쳤으며 자신의 얼굴에 매우 집중하는 현상이 나타났다(Choi, 2016; A. Jeon, 2018; Kim, 2015). 또한 여성이 남성보다 자신과 타 사용자의 프로필 사진을 비교하는 경향이 높았으며(Haferkamp & Kramer, 2011) 여자대학생이 남자대학생보다 SNS 이용 정도가 더 높았고 자신의 신체에 대한 감시성과 수치심도 더 많이 경험한 것으로 나타났다(Lee, Yoo, & Sim, 2019).

이와같이 SNS상에서 이미지 공유를 위한 다양한 활동들은 이상화된 신체표준과 자신의 신체에 대한 끊임없는 비교를 유발하고 부정적인 피드백에 반응을 일으키게 되며(Jeong, 2019) 이러한 신체에 대한 비교와 피드백에 대한 경험이 반복될수록 대상화된 신체의식이 형성된다. 이는 자신의 외적 모습을 습관적으로 감시하게 되는 신체감시 행동이 나타나게 되며, 특히 자신의 신체에 대한 사진의 업로딩을 많이 할수록 신체감시 정도가 높아지게 되고, 이상적인 신체외모에 부합되지 않는다고 생각될 때 신체수치심을 경험하며 이상화된 신체 기준과 자신의 신체와의 차이를 줄이는 노력을 하게 된다(S. Jeon, 2018).

SNS상에서 자기 이미지 게시는 이상적인 신체외모에 대한 인식과 신체감시성에 직접적 영향을 미치기 때문에 SNS 이용자들은 사회문화적 평가 기준에 이상화된 외모를 위해 꾸준한 노력과 시간 투자를 통해 향상된 스스로의 신체외모와 다른 이용자들의 긍정적 평가를 기대하며 이미지추구행동을 하게 된다. 여자대학생 대상의 연구에서 신체감시성과 신체수치심이 증가함으로써 외모관리행동이 증가하였고(K. Kim, 2019) 신체감시성과 신체수치심에 대한 의식이 높을수록 이미지관리행동을 많이 한다는 결과(Kim, 2007; Lim, 2010)를 보였다. 이는 자신의 신체에 몰입되도록 사회화되면 신체외모에 대한 습관적인 감시, 신체수치감 또한 아름다움에 대한 당위성으로 시간과 열정을 아낌없이 투자하여 많은 이미지관리행동을 한다는 결과(Fredrickson & Roberts, 1997)를 지지한다.

이와같이 이미지 기반 SNS 사용 여성들은 소셜미디어 공간에서 자신의 신체외모가 타인에게 평가받을 것이라는 현실을 명백히 인지하고 이를 예측하는 것은 대상화된 신체의식에 핵심적 역할을 하며, 이는 신체감시 경향과 수치심이 높아지는 계기로써 타 사용자에게 호의적 반응과 평가를 위해 스스로의 신체에 대한 의도적 조절이 행해진다는 것이 예측된다. 이는 다른 매체와 다르게 사용자의 신체외모 표현이 자발적이며 실시간으로 업로드되고 그들의 신체외모에 관한 피드백이 즉시 반응으로 연결된다는 특성 때문에 사용자 자신의 신체에 대한 대상화가 쉽게 이루어져 신체비교에 대한 심리적 불안감을 가지게 된다. 이는 이미지추구행동을 시도하게 되는 동기임을 알 수 있는 것으로, 신체감시성과 신체수치심은 이미지추구행동에 유의미한 변인임이 예측된다.

그러나 SNS 여성 사용자를 대상으로 신체상과 이미지 관련 선행연구를 살펴보면 SNS 노출과 성형의도, 신체상과 소셜미디어 이용 행동, SNS상의 신체이미지 게시물과 부정적 영향, SNS 사용과 이상섭식행동, SNS 이용과 대상화된 신체의식, SNS 외모관련 사진 활동과 외모관련태도, SNS 뷰잉과 신체감시, 외모관리행동, 신체불만족과 식이장애(Choi, 2016; A. Jeon, 2018; S. Jeon, 2018; Jeong, 2019; Lee et al., 2019; Lee & Lee, 2017; Kim, 2020; Lee, 2020)등에 대한 연구로 이루어졌다. 따라서 이미지 기반 SNS 사용 여성을 대상으로 이들 내면의 심리적 감정적 성향 변수인 신체감시성, 신체수치심이 행동적 변수인 이미지추구행동 하위변수와의 구체적인 영향관계를 파악한 연구는 미흡한 실정

이다. 따라서 본 연구는 신체감시성과 신체수치심이 소셜미디어 상에서 평가되는 자신의 신체이미지에 대한 심리적, 감정적 성향을 파악할 수 있는 변수로 이미지추구행동이라는 행동적 변수에 영향을 주는 유의한 척도로서의 예언력을 지니는 것으로 의미 있는 연구라고 예측된다.

특히 현대사회에서 강력한 문화 도구로써 많이 사용되고 있는 SNS 이용률은 전체 인구 중 2021년에는 55.1%로 2019년에 비해 7.4% 증가하였고(Kim, 2022), 연령별 이용률은 20대(82.3%)와 30대(73.3%)가 다른 연령층보다 높게 이용하는 것으로 나타났다(Kim, 2019). 2021년 기준 세대별 조사에서 밀레니얼세대(24~38세)가 83.5%로 높은 이용률을 보였으며 SNS 이용 플랫폼 중 인스타그램이 31.5%로 이용률이 가장 높게 나타났고, 페이스북은 28.6%, 카카오스토리 17.6% 순이었으며(Kim, 2022) SNS 계정으로 이미지 기반인 페이스북과 인스타그램 사용율이 70~80%로 높은 분포를 차지했다(Lim, Kim, Song, & Choi, 2021).

이와같이 20대와 30대에 큰 영향을 미치는 미디어는 SNS이며 다른 연령대에 비하여 이미지 기반 SNS를 더욱 많이 사용한다는 것을 알 수 있다. 이미지 기반 SNS 사용 여성들은 자신의 신체외모가 소셜미디어 공간에 항상 노출됨으로써 언제나 타인을 의식하게 되며, 자신의 신체외모에 대한 타인의 평가는 신체감시, 신체수치심을 형성하게 된다. 이러한 내면의 심리감정들을 극복하고 긍정적이며 사회적으로 표준화된 신체 기준에 적합한 자신의 이미지를 만들기 위해 다방면의 이미지 향상을 위한 행동을 하게 되는 것이다.

이에 본 연구는 여성이 남성보다 신체 외모의 평가에 더 민감하고 SNS상에서 자신의 위치나 외적 이미지에 대한 타인과의 비교가 더 쉽게 이루어지며 20대, 30대에 큰 영향력을 미치는 대중매체가 SNS라는 선행결과를 기반으로, 현대사회에서 강력한 문화 도구인 이미지기반 SNS를 사용하는 20~30대의 여성을 대상으로 심리적 감정적 성향인 신체감시성과 신체수치심 변수가 행동적 변수인 이미지추구행동에 미치는 영향 관계를 파악하고자 하였다. 본 연구의 결과를 통해 이미지 기반 SNS 여성 사용자의 신체외모에 대한 심리적 감정 성향이 이미지추구행동에 미치는 영향관계를 확인하고, 이를 토대로 소셜미디어 공간에서 여성의 신체상에 대한 내면적 의식이 그들 자신의 신체상에 미치는 관계 이론 체계화의 기초자료로 활용하고, 실질적인 이미지추구행동과 관련된 신체관련 소비산업의 마케팅 방안 설정에 기여하고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 신체감시성

신체감시성(body surveillance)은 자신의 신체를 대상화하여 타인의 시선으로 감시하듯이 바라보는 것을 말하는 것으로, 이는 자신의 신체가 통제의 대상이 되어 습관적인 감시와(Lim, 2010; Jeong, 2019) 사회적으로 표준화된 신체 기준에 맞추고자 하며, 타인에게 부정적 평가를 받지 않으려고 하는 심리적 태도이다(Gim, Ryu, & Park, 2007). 여성들 대부분은 신체외모에 대한 기준을 높게 내면화하고 이를 자신의 것으로 여기고 그 기준에 도달하는 것이 가능하다고 생각하는 대상화된 신체의식을 가졌다. 이로 인해 여성들은 자신의 신체를 다른 사람의 시선으로 관찰하고 자신의 평가기준으로 내면화하여 지속적인 감시를 하게 된다(McKinley & Hyde, 1996). 자신의 외모에 대한 끊임없는 감시는 타인의 신체와 비교하게 되며 사회가 기준으로 하는 이상적 신체외모에 도달하지 못한 경우 자신의 외모에 대한 열등감과 불만족을 유발하게 된다(Roh, 2016).

이러한 심리성향은 자신의 신체외모에 더욱 집중하게 만들고 신체에 대한 불만족 해소를 위한 방안으로 이미지 추구 행동을 하게 된다. 여자대학생을 대상으로 한 연구에서 뮤직비디오에 노출되는 대상화 경험을 많이 할수록 자신의 신체감시 수준이 높았으며 이를 매개로 다이어트 행동, 신체존중감, 부정적 감정 등을 예측하였고(Grabe & Hyde, 2009) 여자 고등학생을 대상의 연구에서는 음악방송에 노출정도가 높을수록 신체감시 수준이 높았으며 이는 신체수치심을 유발했다(Kim, & Seo, 2011). 또한 신체감시가 높을수록 신체에 대한 불만족을 많이 느꼈으며 그로 인해 신체 관련 행동을 많이 하는 것으로 나타났으며, 여자대학생의 성차별주의 노출은 신체감시성을 증가하게 하고 이는 외모관리 행동을 증가시켰으며(K. Kim, 2019; Son, 2013). 자신의 신체외모를 감시하고 평가하는 자기 대상화 성향이 높은 여자청소년일수록 자신의 외모에 만족하지 못하는 결과를 나타냈다(Kim, 2013).

특히 SNS 사용자들은 자신이 팔로우하는 타 사용자, 인플루언서, 연예인의 이상적인 신체 외적 모습을 자주 보게 되고 이러한 이상적인 모습을 자주 관찰하게 될수록 높아진 사회적 기준에 의해 신체외모에 대한 압박을 느끼게 되거나 타인과 자신의 외모를 비교하게 된다(Lee & Lee, 2017). 특히, 젊은 세대들은 SNS 사용의 빈번함으로 인해 더욱더 쉽게 신체외모가 노출되면서 비현실적인 신체외모나 사회에서

받아들여지는 표준화된 외모 기준으로 내면화하는 성향이 강해지고 있는 것으로 나타났으며, SNS 이용이 많을수록 외모와 다이어트 등 이미지추구행동에 관심이 높은 것으로 나타났다(Kim & Lim, 2015; Lee, 2020).

이와같이 신체감시성은 신체가 노출됨으로 인해 자신을 관찰 감시하게 되고 사회가 표준화한 이상적 신체기준에 도달하기 위해 이미지추구행동을 하게 되는 것으로 이미지 향상 행동에 영향을 미치는 유의미한 변수임을 예측할 수 있다.

연구문제 1 : 신체감시성이 이미지추구행동에 미치는 영향을 파악한다.

2. 신체수치심

신체수치심(body shame)은 사회, 문화적으로 형성된 이상적 신체 기준에 도달되지 못했을 때 자신의 신체에 대한 부끄러운 감정을 느끼게 되는 감정적 반응을 의미한다(S. Jeon, 2018; Lim, 2010). 이는 이상적이라 평가되는 신체 표준과 자신의 신체와의 끊임없는 비교로 인해 경험하게 되는 부정적 정서로, 여성들은 내면화된 이상적 신체표준을 외부 압력이 아닌 자신이 형성한 것으로 믿고 그 기준에 부합되지 않는 자신의 신체에 수치감을 경험한다(McKinley & Hyde, 1996). 신체 수치심을 경험한 여성들은 이를 해소하는 방안으로 성형수술, 과도한 체중 관리 등과 같은 극단적 방법의 외모관리행동을 선택할 가능성이 높았다(Lee, 2013).

신체수치심은 사회적으로 노출된 자신의 신체에 대한 부정적인 평가로(Ryu & Song, 2013) 특히 SNS상에서의 노출은 자신에 대한 즉각적인 부정적 정서를 경험하게 만들고 이는 신체이미지 형성에 영향을 미칠 수 있는 것으로(Jeong, 2019), SNS의 지속적인 사용은 자신을 객관적인 대상으로 구체화하여 타인에게 자신의 이미지가 어떻게 보이는지에 대한 습관적인 감시와 타인과의 비교를 통해 신체수치심을 느끼게 만든다. 이는 자신의 신체외모에 대한 타인의 평가나 반응에 민감하여 쉽게 상처를 받는 내현적 자기애 성향의 사람들의 경우 신체적 수치심을 쉽게 느끼게 되며 이상적인 신체에 가깝게 자신의 신체외모를 변화시키기 위해 이미지 추구행동을 하게 된다(Park, 2012).

여자대학생의 경우 자신의 신체에 수치심을 느꼈을 때 성형에 대한 욕구가 생겨나며 불만족스러운 자신의 신체를 향상시키기 위해 성형을 선택하게 되는 것으로 신체수치심은 성형의도에 높은 관련성을 보였다. 이는 외모향상을 위해 성형을 선택한 개개인의 의식에 신체수치심과 같은 심리적 감정이 관여하였음을 확인하였다(Choi, 2019; Sin, 2016). 또한 여대생은 사회, 문화적으로 이상화된 신체 기준에 자신의 신체를 비교하며 그 기준에 부합되지 못한다고 생각될 때 자신의 신체에 대한 수치심을 갖게 되며(Han, 2013) 자신의 신체를 이상화된 이미지에 비교할수록 신체감시를 많이 하게 되고 신체수치심이 커졌으며(Ann, 2007) 체중, 성형, 메이크업, 피부, 헤어관리 등의 외모관리행동을 하는 것으로 나타났다(Lee & Jun, 2017).

이와같이 남성에 비해 여성이 자신의 신체에 대한 불만족은 더 많이 느끼며 신체감시를 하게 되고, 이상적 외모와의 비교는 신체수치심과 같은 심리적 감정을 느끼게 되고 이는 자신의 신체에 대한 왜곡과 사회생활의 어려움을 겪게 되어 이를 해소하기 위한 방안으로 이미지추구행동을 하는 것을 알 수 있다. 여고생 대상의 연구에서 신체감시는 신체수치심을 유발하여 성형의도에 영향을 준 것으로 나타났다(Jang, Lee, & Jang, 2012). 이는 신체수치심이 신체감시성에 영향을 받는 변수임과 동시에 이미지추구행동에 영향을 미치는 변수임을 예측할 수 있다.

연구문제 2 : 신체수치심이 이미지추구행동에 미치는 영향을 파악한다.

연구문제 3 : 신체감시성이 신체수치심에 미치는 영향을 파악한다.

3. 이미지추구행동

이미지추구행동이란 자신이 희망하는 이상적 신체이미지를 위해 다양한 외모 관련 도구를 활용하여 신체이미지를 향상하고자 하는 적극적 행동을 뜻하며(Lee & Ku, 2015) 심리적 성향과 행동적 성향이 내포되어 있다. 외모관리행동은 의복, 피부관리, 화장, 헤어연출, 체중관리, 성형수술 등을 통해 자신이 추구하는 이미지를 가지기 위한 행동적 성향에 초점을 두고 있는 것으로 이미지추구행동과 중복되는 의미를 지니고 있다.

인간은 타인과의 상호관계에 의한 삶을 살아가는 사회적인 존재로서 상대방에게 보여지는 자신의 이미지가 그들에게 어떻게 판단되고 지각되는지에 큰 영향을 받는다. 특히 그들은 외적으로 연출되는 이미지에 큰 의미를 두는 것으로 이미지관리행동과 심리적 기대효과 간의 관계분석 결과에서 동조성이 자신감과 긴장해소에 유의미한 영향 관계를 보였다. 이는 자신의 이미지가 동조집단과 다를 경우 불안감이 따르기 때문에 자신이 속한 집단의 외모를 추구하는 것으로 나타났고(Lee, 2010), 외모를 통한 사회적 성취 도구성은 높

은 집단이 낮은 집단에 비해 성형관리와 패션관리에 대한 이미지관리행동이 더 높았으며(Lee & Ku, 2018), 외적 이미지와 대인지각에 대한 영향이 높을수록 이미지관리행동이 높았다(Lee, 2011). 또한 과시적 성향을 가진 여성들은 자신을 과시하기 위한 목적으로 외모관리를 중요시 하였고, 유행에 관심이 높은 여성들은 매력추구를 위한 이미지관리를 중요시 생각하였으며(Kwon, 2013), 도구성과 대인지향성이 높을수록 여대생들의 자아존중감이 높은 것으로 나타났다(Lim, 2017).

대중매체는 신체를 대상화하도록 부추기는 강력한 매개체로써, 현대사회에서 강력한 문화 도구로 자리 잡은 SNS의 이용 증가는 이미지추구행동을 하게 되는 동기가 된다. 특히 이미지기반 SNS는 자신의 이미지 게시가 많이 이루어지는 공간으로써 SNS상에서의 신체 이미지 노출은 신체감시와 신체수치심이라는 심리적 감정을 불러일으키며 이를 극복하기 위한 전략 방안으로 이미지추구행동을 시도하게 한다. 여대생들은 SNS 공간에 자주 노출될 경우 자신의 것으로 받아들인 이상적인 미적 기준에 자신의 신체외모가 부합되지 않는다고 생각될 때 신체수치심을 느끼게 되고 이러한 부정적 감정 해소를 위해 성형이라는 이미지 향상 행동을 선택하는 이유로 나타났다(Choi, 2016). 이들의 성차별주의 노출이 신체수치심을 증가시키고 외모관리행동을 증가시켰고(K. Kim, 2019) 신체감시와 신체수치심이 높은 사람일수록 외모관리행동에 몰입할 가능성이 높았다(Kim, 2013; McConnel, 2000). 이는 이미지추구행동이 신체감시성과 신체수치심 변수에 영향을 받는 변수로 예측된다.

Ⅲ. 연구방법

1. 자료수집과 분석

연구문제 분석을 위해 문헌 조사 및 선행연구를 토대로 설문의 문항을 개발하였고 수정 및 보완된 문항에 의해 설문지를 구성하였다. 개발된 설문의 명확성, 응답의 용이성 및 측정도구의 신뢰도 평가를 위해 2021년 3월 20일부터 3월 25일까지 이미지 기반 SNS 사용 여성 58명을 대상으로 예비조사를 실시한 결과 측정도구의 신뢰도는 0.62~0.89로 내적 타당도가 검증되었다. 예비조사 과정을 통해 문항의 타당성을 검증한 후 2021년 4월 8일에서 4월 20일까지 온라인 설문조사 전문기관을 통해 본조사를 실시하여 자료를 수집하였다. 조사대상은 이미지 기반 SNS 이용 20대와 30대 여성을 모집단으로 편의표본 추출로 조사하였으며, 총 215부를 최종자료 분석에 사용하였다. 자료는 SPSS 25.0을 사용하여 분석한 것으로 표본의 일반적 특성과 SNS 이용현황 특성 파악을 위해 빈도분석을 하였으며 신체감시성, 신체수치심, 이미지추구행동 변인의 내적 일관성과 타당도 검증을 위해 탐색적 요인분석, 신뢰도 분석을 하였고 변인 간의 상관관계를 규명하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 연구문제 분석에는 회귀분석을 사용하였다.

2. 변수의 정의와 측정

연구 변수의 각 문항 측정은 5점 Likert 척도법을 사용하였고, 변수에 관한 정의로 신체감시성은 자신의 신체상에 대해 끊임없이 감시하고자 하는 심리성향 4문항과 신체수치심은 자신의 신체이미지를 평가하여 사회의 표준화된 기준에 미치지 못했을 때 가지게 되는 감정 성향 5문항으로 Kim(2013)과 Roh(2016) 연구에서 발췌하여 사용하였다. 이미지추구행동은 타인에게 자기자신이 기대하는 이상화된 이미지를 제시하기 위한 추구 행동 내용으로 Lee(2010)와 Lim(2017) 연구를 통해 발췌하였으며 예비조사에서 응답자들과의 면담을 통해 응답의 용이성을 위해 문장 수정을 한 24문항을 사용하였다. 표본의 일반적 특성으로 성별과 연령, 직업, 학력, 결혼 여부, 월평균 소비지출과 소득을 측정하였고, SNS 이용현황 특성으로 이용 기간, 이용시간, 접속횟수, 업데이트 회수, 친구 수에 대해 측정하였다.

Ⅳ. 결과 및 논의

1. 조사대상자 특성

1) 표본의 인구통계적 특성

표본특성으로 연령은 20~29세(61.4%)가 가장 높은 비율을 보였으며 직업은 대학생(37.7%), 회사원(28.8%) 순으로 높게 나타났다. 결혼 여부는 미혼(75.8%)이 학력은 대학 졸업 이상(60.5%)과 대학재학(35.3%)이 대부분을 차지하였으며, 월평균 가계소득은 200~300만원 미만(24.2%), 200만원 미만(20.5%), 이미지관리를 위한 월평균지출은 10~20만원 미만(34.4%), 10만원 미만(31.2%) 순으로 높게 나타났다. 연구대상자들은 주로 20대, 대학생, 미혼, 대학졸업이상의 학력과 200~300만원 미만의 월평균 가계소득, 10~20만원 미만의 월평균지출을 하는 것으로 나타났다.

2) 표본의 SNS 이용특성

연구대상자들의 SNS 이용현황 특성 분석 결과 SNS 이용기간은 4년 이상이 81.4%로 높은 분포를 나타냈으며 이용시간은 1시간~2시간 미만(27.4%), 2시간~3시간 미만(22.8%) 3시간 이상(20.5%) 순으로 연구대상자들의 하루 SNS 사용시간은 1시간~3시간 이상의 분포도가 70.7%로 대부분 1시간 이상 사용한다는 것을 알 수 있었다. 접속횟수는 하루에 한 번 이상(89.8%) 가장 높은 비율을 나타냈으며, 업데이트 회수는 한 달에 한 번 정도(34.4%), 매일 하루에 한 번 이상 (23.7%) 순으로 높게 나타났다. 등록된 친구(팔로워)의 수는 50명 이하(29.8%), 251명 이상(27.4%) 순으로 분포되었다. 연구대상자들은 4년 이상 SNS를 사용하였으며 하루에 1시간~3시간 이상 이용하였고, 한 번 이상의 접속과 한 달에 한 번 정도의 업데이트를 하였으며 친구 수는 50명 이하와 251명 이상이 대부분 차지하였다.

이러한 결과에서 알 수 있듯이 20대~30대 여성들은 이미지 기반 SNS의 사용에 많은 시간과 관심을 가지는 것이 파악되었다.

2. 측정 변수의 타당성 및 신뢰성 분석

측정 변수의 개념 타당성 검증을 위해 주성분 분석에 따른 요인추출법과 Varimax 직교회전법을 사용한 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인추출의 판단 기준은 단일 요인 또는 회전된 요인에 대한 고유값 1.0 이상으로 추출하였다. 요인부하량의 경우 절대값이 0.4 이상이면 유의한 변수로 간주하고 0.5를 넘으면 중요한 변수라 할 수 있으므로(Kang & Kim, 2016) 이미지추구행동 한 개 문항의 요인 부하량이 0.48로 나타났으나 타당성을 저해하지 않는 것으로 판단되어 사용하였다. 측정 변인의 신뢰성 검증에 Cronbach's α 값을 사용하였으며 0.71~0.90으로 비교적 높은 신뢰도를 나타냈다.

1) 신체감시성

신체감시성은 4개 문항의 단일 요인으로(Table 1) 66.18%의 설명력을 나타냈다. 외모를 타인들과 자주 비교하고 생각하며 착용한 의복이 나를 돋보이게 하는지를 자주 신경 쓰게 되며 나의 외모가 타인들에게 어떻게 표현되는지 자주 신경을 쓴다는 문항으로 구성되었으며 점수가 높을수록 자신의 신체 감시 정도가 높은 것으로 해석되며, 신뢰도는 0.82로 No(2016)의 연구결과와 유사한 결과를 보여주었다.

2) 신체수치심

신체수치심은 5개 문항의 단일 요인으로(Table 2) 58.21%

Table 1. *Results of Factor Analysis on Body Surveillance*

Item	Factor loading	Eigen value (Variance %)	Cronbach's α
I often care about how I look to other people.	.90	2.65 (66.18)	.82
I often think about my appearance.	.83		
I often care if the clothes I wear make me stand out.	.81		
I often compare my appearance to others.	.70		

Table 2. *Results of Factor Analysis on Body Shame*

Item	Factor loading	Eigen value (Variance %)	Cronbach's α
I feel shame when I don't become the body size I want.	.83	2.91 (58.21)	.82
I'm ashamed of myself if I don't try to be the best looking.	.82		
I feel like an ugly person when I don't look as good as I can.	.81		
I don't think I'm a good person if I don't exercise properly for my appearance.	.80		
I think it would be embarrassing for people to know my real height.	.51		

Table 3. *Results of Factor Analysis on Image Pursuit Behavior*

Factor / Item	Factor loading	Eigen value (Variance %)	Cronbach's α
Conformity			
I try to reach the external image standards of the group I belong to.	.80	7.51 (15.61)	.85
I feel uneasy when my external image is different from others at the meeting.	.78		
I don't do a style that my friends don't like when I try a new external image	.77		
I think I'm a member of the group when I have a similar external image with my friends.	.76		
I choose a similar style or external image to the people around me.	.66		
Instrumentality			
I think external image are a tool of transformation.	.76	2.40 (14.87)	.83
There are times when I want to change my external image.	.74		
I try to change my external style to change the image.	.72		
I make an external image to compensate for my physical shortcomings.	.72		
My emotion depends on the state of the external image.	.56		
Fashion pursuit			
I like the fashionable external image.	.78	1.68 (13.14)	.83
I sometimes want to try a fashionable style.	.73		
I follow the current fashionable external image.	.73		
If I like the external image of people around me, I want to do the same.	.67		
When I see the external image of a famous celebrity, I want to do the same.	.48		
Attractiveness pursuit			
I want to hear that the external image is cool.	.88	1.37 (10.11)	.90
I want to hear that I manage my external image well.	.83		
Ostentation pursuit			
I think that pride can be built by using famous brand products or famous brand stores even if it is expensive.	.83	1.31 (8.79)	.74
I buy it even if it's expensive for the external image.	.79		
I like the external image that attracts attention at the meeting.	.55		
Interpersonal			
I think the external image is a courtesy to the other person.	.87	1.01 (6.97)	.71
I think external images are essential to interpersonal or social life	.71		

의 설명력을 나타냈다. 이미지관리를 위해 운동을 제대로 하지 않으면 멋진 사람이 아닌 것 같고 내가 희망하는 신체치수가 아닐 때 창피함을 느끼게 되고 나의 희망대로 멋있는 연출이 아닐 때 부족한 사람 같으며 최고의 외모가 되기 위해 노력을 하지 않으면 부끄럽고 사람들이 실제 나의 키를 알면 부끄러울 것 같다는 문항으로 이루어졌고 점수가 높을수록 신체수치심 정도가 높은 것으로 해석되며, 신뢰도는 0.82로 No(2016)의 연구결과와 유사한 결과를 나타내었다.

3) 이미지추구행동

이미지추구행동 24문항 중 설명력이 낮은 2문항을 제거한 후 요인분석을 한 결과 22문항 6개 요인으로 도출되었고(Table 4) 69.49%의 설명력을 보였다.

요인1은 자신이 속한 집단의 외적 이미지와 비슷한 스타일을 추구하며 그들과 비슷한 스타일을 했을 때 그 집단의 일원임을 느끼는 내용으로 동조성으로 명명하였으며 신뢰도는 0.85로 나타났다. 요인2는 외적 이미지를 자신의 이미지 변화와 단점을 보완할 수 있는 수단으로 사용한다는 내용으로 도구성으로 명명하였고 신뢰도는 0.83으로 나타났다. 요인3은 주변 사람의 멋있는 외적 이미지와 현재 유행하는 스타일과 유행에 적합한 스타일을 추구하고자 하는 내용으로 유행추구성으로 명명하였고 신뢰도는 0.83으로 나타났다. 요인4는 외적이미지가 멋있고 잘 관리한다는 평가를 듣고 싶다는 내용으로 매력추구성으로 명명하였고 0.90의 높은 신뢰수준을 나타냈으며 요인5는 유명상표와 유명브랜드 이용과 고가의 제품과 관심을 끄는 제품을 구입하는 내용으로 과시추구성으로 명명하였고 신뢰도는 0.74로 나타났다. 요인6은 대인관계와 사회생활에서 외적이미지는 필수임과 더불어 예의라고 생각한다는 내용으로 대인관계성으로 명명하였으며 신뢰도는 0.71로 나타났다.

이미지추구행동의 요인명은 Lee(2010)와 Lim(2017)의 연구에 근거하여 명명한 것으로 이들 연구에서는 5개 요인으로 구성되었으나 본 연구는 매력추구성 요인이 도출되어 6개 요인으로 구성되었으며, 신뢰도는 Lee(2010)와 Lim(2017)의 연구와 유사한 결과를 보여주었다.

2. 측정 변수 간의 관련성

측정 변인 간의 관련성을 파악하기 위해 변수 간 공분산 계산으로 가장 폭넓게 사용되는 피어슨 상관계수를 이용한 상관분석을 실시하였다. 분석 결과(Table 4) 변수 모두 유의한 관계가 있는 것으로 나타났으며($r=.249 \sim .554$, $p<.01$), 모든 측정 변인들의 관계는 연구문제에서 제시한 각 개념 간 관계의 방향과 일치하는 것으로 측정항목의 타당성이 확보되었다.

3. 연구문제 검증

1) 신체감시성이 이미지추구행동에 미치는 영향 관계 검증

신체감시성이 이미지추구행동(동조성, 도구성, 유행추구성, 매력추구성, 과시추구성, 대인관계성)에 미치는 영향력을 살펴보기 위해 회귀분석을 실시한 결과(Table 5) F통계량의 유의확률은 요인 모두 $p<0.01$로 회귀식은 유의하게 나타났

Table 4. *Results of Correlation Analysis between Measurement Variables* (N=215)

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Body surveillance	—							
2. Body shame	.46	—						
3. Conformity	.39	.42	—					
4. Instrumentality	.55	.34	.38	—				
5. Fashion pursuit	.49	.41	.44	.54	—			
6. Attractiveness pursuit	.49	.26	.26	.52	.42	—		
7. Ostentation pursuit	.38	.52	.35	.41	.51	.39	—	
8. Interpersonal	.25	.37	.32	.43	.29	.25	.35	—

**p<.01*

* 모든 변수들 간의 관계가 유의함

으며, 신체감시성은 이미지추구행동 하위요인 모두에 정(+)의 영향 관계를 나타냈다. 이는 신체감시성이 높아질수록 이미지추구행동도 높아진다는 것으로 해석되며 이미지관리행동 하위요인 중 상대적으로 매력추구성(β=0.55, p<0.001), 도구성(β=0.48, p<0.001), 유행추구성(β=0.477, p<0.001)에 높은 영향을 미쳤고, 설명력은 도구성이 31%로 다른 요인보다 높았다. SNS 뷰잉 활동을 하는 20대 여성 대상의 연구에서 신체감시성은 외모관리행동에 유의미한 영향을 보였고(Lee, 2020), 여대생 대상의 연구에서 신체감시성이 높을수록 다양한 외모관리행동(패션, 성형, 메이크업, 피부, 헤어관리)을 하는 것으로 나타났으며(Lee & Jun, 2017), 신체감시성이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 외모관리행동을 많이 하였고 더 적극적인 태도를 나타냈다(Lim, 2010; Lee, 2014). SNS 사용자를 대상으로 한 연구에서도 신체감시성은 이미지관리행동의 도구성과 유행성에 큰 영향력이 나타났다(Lee, 2022). 이러한 결과는 신체감시성이 이미지추구행동 하위변수 모두에 영향이 나타난 본 연구를 지지하는 것으로 해석될 수 있다.

2) 신체수치심이 이미지향상행동에 미치는 영향 관계 검증

신체수치심이 이미지추구행동(동조성, 도구성, 유행추구성, 매력추구성, 과시추구성, 대인관계성)에 미치는 영향력을 살펴보기 위해 회귀분석을 실시한 결과(Table 6) F통계량의 유의확률은 요인 모두 p<0.01로 회귀식은 유의하게 나타났으며, 신체수치심은 이미지추구행동 하위요인 모두에 정(+)의 영향 관계를 나타냈다. 이는 신체수치심이 높아질수록 이미지추구행동도 높아진다는 것으로 해석되며 이미지관리행동 하위요인 중 상대적으로 과시추구성(β=0.55, p<0.001), 동조성(β=042, p<0.001)에 높은 영향을 미쳤으며, 설명력은 과시추구성이 27%로 다른 요인보다 높았다. 여대생을 대상으로 신체수치심이 외모관리행동에 미치는 영향에 대한 연구결과 신체수치심이 높을수록 외모관리행동(체중, 성형,

Table 5. *The Effect of Body Surveillance on Image Pursuit Behavior*

Independent variable	Dependent variable	β	t-value	R^2	F
Body surveillance	Conformity	.38	6.11***	.15	37.30***
	Instrumentality	.48	9.72***	.31	94.49***
	Fashion pursuit	.48	8.19***	.24	67.06***
	Attractiveness pursuit	.55	8.25***	.24	68.03***
	Ostentation pursuit	.40	6.04***	.15	36.52***
	Interpersonal	.26	3.76***	.06	14.10***

****p<.001*

Table 6. *The Effect of Body Shame on Image Pursuit Behavior*

Independent variable	Dependent variable	β	t-value	R^2	F
Body shame	Conformity	.42	6.74***	.18	45.44***
	Instrumentality	.30	5.30***	.12	28.04***
	Fashion pursuit	.40	6.54***	.17	42.81***
	Attractiveness pursuit	.30	3.99***	.07	15.97***
	Ostentation pursuit	.55	8.80***	.27	77.47***
	Interpersonal	.38	5.75***	.13	33.09***

****p<.001*

Table 7. *The Effect of Body Surveillance on Body Shame*

Independent variable	Dependent variable	β	t-value	R^2	F
Body surveillance	Body shame	.46	7.63***	.21	58.15***

****p<.001*

메이크업, 피부, 헤어관리)을 많이 하였으며(Lee & Jun, 2017), 외모관리행동에 많은 비용을 지불하고 향후 외모관리를 하고자 하는 수행의도도 높게 나타났다(Lee, 2014). 여대생의 신체수치심이 성형의도에 미치는 영향관계에서 성형의도에 큰 영향력을 보였으며(Choi, 2019) 신체수치심이 이미지관리행동의 과시성에 큰 영향력을 보여준 결과는(Lee, 2022) 신체수치심이 이미지추구행동 하위변수 모두에 영향을 미친 본 연구결과를 지지하였다.

3) 신체감시성이 신체수치심에 미치는 영향 관계 검증

신체감시성이 신체수치심에 미치는 영향력을 살펴보기 위해 회귀분석을 실시한 결과(Table 7) 회귀모형(F=58.15, p<0.01)은 적합한 것으로 나타났으며 신체감시성은 β =0.46(p<0.001)으로 신체수치심에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 신체감시성이 높아질수록 자신의 신체에 대한 수치심도 높아진다는 것으로 해석된다. 자신의 신체를 이상적 이미지와 비교할수록 신체에 대한 감시와 관찰을 많이 하게 되고 이는 신체수치심에 영향을 주는 것으로 나타났으며(An, 2007) 여고생 대상의 연구에서 신체감시는 신체수치심을 유발하고 이는 외모관리 중 성형의도에 영향을 미친 것으로 나타났다(Jang et al., 2012). 이러한 결과는 신체감시성이 신체수치심에 영향을 미친 본 연구결과를 지지하였다.

Ⅴ. 결론

신체감시성, 신체수치심이 이미지추구행동에 미치는 영향력을 파악하기 위해 시도된 본 연구결과를 다음과 같이 요약하였다.

첫째, 신체감시성이 이미지추구행동에 미치는 영향력을 검증하기 위해 회귀분석을 실시한 결과 신체감시성은 이미지추구행동 하위요인(동조성, 도구성, 유행추구성, 매력추구성, 과시추구성, 대인관계성) 모두에 유의한 영향을 나타냈다. 이는 신체감시성이 스스로의 신체를 타인에 의해 대상화된 관점으로 바라보며 스스로를 관찰, 감시하게 되는 심리성향으로 신체감시성이 높아질수록 사회가 기대하는 이상적 이미지라는 위치에 이르기 위해 자신의 신체외모를 변화시킬 수 있는 이미지추구행동에 더 적극적임을 알 수 있는 결과이다. 특히 신체감시성은 이미지추구행동 중 매력추구성과 도구성, 유행추구성에 높은 영향력을 보인 결과는 이들이 자신의 외모향상을 위한 추구행동 중 어디에 중점을 두고 있는지 알 수 있는 자료로써 신체외모 관련 신제품 구상이나 광고 시 이러한 행동성향을 반영하여 마케팅 방향 설정을 한다면 유익할 것으로 생각된다.

둘째, 신체수치심이 이미지추구행동에 미치는 영향력을 검증하기 위해 회귀분석을 실시한 결과 신체수치심은 이미지추구행동 하위요인(동조성, 도구성, 유행추구성, 매력추구성, 과시추구성, 대인관계성) 모두에 유의한 영향을 나타냈다. 신체수치심은 자신의 신체외모에 대한 부정적 감정 성향으로, 사회적 노출에 따른 타인의 신체와의 비교, 사회적으로 요구되는 이상적 신체 기준 등에 영향을 받아 그 기준에 도달되지 못한 경우 경험하게 되는 감정이다. 신체수치심은 이러한 경험을 가진 여성들의 부정적인 감정 해소방안으로 적극적이고 다양한 이미지추구행동을 하게 된다는 것을 알 수 있다. 특히 신체감시성과 달리 신체수치심은 이미지추구행동 중 과시추구성과 동조성에 높은 영향을 보인 것으로 그들의 외모 향상 방법으로 과시와 동조라는 상반되는 성향을 나타냈다. 이러한 결과를 토대로 관련 기업은 소비자 심리성향에 대한 이론적 기틀을 마련하고 이를 더 확대한 자료수집으로 소비자군을 세분화한다면 차별화된 상품전략 설정에 도움이 될 것으로 생각된다.

셋째, 신체감시성이 신체수치심에 미치는 영향력 검증을 위한 회귀분석 결과 신체감시성은 신체수치심에 유의한 영향을 나타냈다. 자신의 신체를 대상화된 객체로 인식하여 자신의 신체에 대해 지속적으로 관찰하고 평가하는 신체 감시행동이 신체수치심이라는 부정적 감정을 불러일으켰다는(McKinley & Hyde, 1996) 결과는 본 연구의 결과와 동일한 맥락으로 판단된다. 이는 이미지기반 SNS 사용으로 인해

발생 될 수 있는 신체외모에 대한 부정적 인식에 대한 문제점을 제시해 줄 수 있는 기초자료로 사용될 수 있는 것으로, 소셜미디어 관련 정책 수립 시 소셜미디어로 인한 신체상향 비교에 대한 부정적인 요인이 미치는 파급효과를 파악하여 올바른 미디어 사용을 유도할 수 있는 전략 수립에 도움이 될 것으로 생각된다.

이와 같이 신체감시성, 신체수치심은 이미지추구행동에 영향력 있는 변수로, 본 연구의 결과는 여성들의 신체의식에 대한 이론적 체계화와 신체외모 관련 산업의 상품전략 수립과 마케팅 방향 설정에 도움을 될 것이다.

본 연구는 이미지 기반 SNS 사용 여성을 대상으로 실시된 연구로, 이들의 신체감시성, 신체수치심이 이미지추구행동에 영향을 주는 변수임을 확인하였다. 연구의 결과는 SNS라는 현대사회에서 강력한 문화공간으로서의 활발한 관계망을 형성하고 있는 지금 유익한 연구결과로서의 가치를 가지며 시사점과 향후 활용 방안에 대해 다음과 같이 제안한다.

첫째, 신체감시성과 신체수치심은 이미지추구행동에 유의한 영향력을 보였다. 이는 여성들이 겪는 자신의 신체에 대한 대상화 감정이 자신의 외모를 주체가 아닌 객체로서 바라보고 항상 타인의 관점을 통해 자신을 감시하게 된다. 특히 이미지 기반 SNS상에서의 자기 이미지 게시는 능동적 게시로 SNS상의 모든 사용자에게 노출되어 평가받는 대상이 됨과 동시에 타 사용자와의 정제된 신체 이미지와의 비교 대상이 된다. 이와 같은 과정에서 타 사용자의 부정적 평가와 사회가 기준으로 만들어 놓은 이상적 외모에 적합하지 못한 경우 신체에 대한 부끄러움, 열등감 즉 신체수치심을 느끼게 된다. 본 연구는 이러한 심리적, 감정적 성향의 해결책으로 이미지 추구 행동이 이루어진다는 것을 확인한 것으로, 특히 본 연구결과에서 신체감시성과 신체수치심 변수가 이미지추구행동 하위 변수에 따라 영향력에 차이가 있는 것을 확인하였다. 이러한 결과는 SNS 사용 여성들의 심리적 감정 성향에 따른 이미지추구행동의 방향성을 파악할 수 있는 기초자료로써 신체외모 관련 산업에서는 추구하는 이미지 행동 유형별 시장세분화 구축 방안으로 활용 가능하며, 유형별 세분 시장의 표적소비자에 대한 차별적 마케팅전략 방향 설정에 도움이 될 것으로 사료된다.

둘째, 신체감시성은 신체수치심을 유발하는 변수임을 확인한 것으로, 특히 이미지 기반 SNS의 특성이 이미지 노출과 양방향적 정보공유가 이루어지는 것을 볼 때, 사용자는 비교의 대상과 선망의 대상 모두가 될 수 있다. 따라서 정제된 이미지 게시를 위한 자발적 감시 행동이 이루어지며 부정적 평가를 받을 경우 수치감을 경험하게 된다. 이는 신체감시성과 신체수치심의 심리적, 감정적 성향이 자신의 신체상에 미치는 내면적 관계 이론의 체계화를 위한 자료 활용에 도움을 줄 것이다.

마지막으로 이미지기반 SNS의 사용이 확대되고 있는 지금 소셜미디어 공간이 여성 사용자들의 신체이미지에 미치는 영향력이 매우 강력하다는 것을 알 수 있다. 따라서 이상적 이미지만을 아름다움으로 인식되는 신체상에 대한 인식의 전환이 필요하며 여성 스스로가 자신의 신체를 바라보는 시각에 주체성을 가지는 것이 필요하다.

이미지 기반 SNS 사용 여성을 대상으로 연구문제를 설계하고 연구 변수들을 분석한 본 연구는 SNS 사용 여성들의 일반적 특성과 연구 변인들과의 관계에 대해서는 살펴보지 않았다. 이에 후속연구는 변인들의 차이와 관계성에 대한 연구가 실행되기를 기대하고 또한 본 연구는 여성만을 대상으로 한 연구이므로 남성 대상의 연구 또는 남성과 여성의 차이와 영향력에 대한 연구도 의미 있는 결과를 도출할 것으로 사료된다.

References

An, N. (2007). *The effects of sociocultural attitudes toward appearance and objectified body consciousness on appearance management behaviors* (Unpublished master's thesis). Chonnam National University, Gwangju, Korea.

Choi, D. B. (2019). *Mediating effects of body shame and body self-esteem in relation to sexual objectification experience and plastic surgery intention of beauty art major female students* (Unpublished master's thesis). Seokyeong University, Seoul, Korea.

Choi, J. Y. (2016). *The relationship between SNS exposure and desire for cosmetic surgery on female college students: The mediating effect of internalization of the standards of ideal appearance, body surveillance, face surveillance, and body shame* (Unpublished master's thesis). Yonsei University, Seoul, Korea.

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image, 13*, 38-45.

Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly, 21*(2), 173-206.

Gim, W., Ryu, Y., & Park, E. (2007). The korean version of objectified body consciousness scales (K-OBCS): Development and validation. *Korean Journal of Psychology, 26*(2), 329-349.

Grade, S., & Hyde, J. S. (2009). Body objectification, MTV, and psychological outcomes among female adolescents. *Journal of Applied Social Psychology, 39*(12), 2840-2858.

Haferkamp, N., & Kramer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*(5), 309-314.

Han, G. (2013). *The influence of sexual objectification experience, internalization of sociocultural standards of beauty, body surveillance, and body shame on job search stress among female college students* (Unpublished master's thesis). Wonkwang University, Iksan, Korea.

Han, H. Y. (2017). *Mediating effects of self-monitoring in the relationship between covert narcissism and self-disclosure on SNS* (Unpublished master's thesis). Korea University, Seoul, Korea.

Jang. J. [Ji-won]., Lee, J., & Jang, J. [Jin-yi]. (2012). The relationship between interpersonal sexual objection experiences and desire for aesthetic surgery on female high school students: the mediating effect of internalization of the sociocultural standards of ideal apperance, body surveillance, and body shame. *The Korean Journal of Woman Psychology. 17*(4), 559-577.

Jeon, A. Y. (2018). *The negative effects of SNS body image posting on female university students: comparison between the self-concept clarity groups* (Unpublished master's thesis). Korea National University of Education, Cheongju, Korea

Jeong, S. (2019). *The relationship between excessive use of image-based SNS and disordered eating behaviors of early adulthood woman: Mediating effects of objectified body consciousness and appearance-based rejection sensitivity* (Unpublished master's thesis). Ewha Womans University, Seoul, Korea.

Jeon, S. (2018). *The relationship between body image and social media among women: Focusing on body surveillance, body shame, restraint eating* (Unpublished master's thesis). Korea University, Seoul, Korea.

Kang, B. S., & Kim, G. S. (2016). *(SPSS 17.0) Social science statistical analysis* (4th ed.). Seoul, Korea: Hannarae.

Kim, D. (2020). *A study on the factors influencing the body dissatisfaction and eating disorders of female social network service users: Focusing on objectification theory and social comparison theory* (Unpublished master's thesis). Ewha Womans University, Seoul, Korea.

Kim, E. (2013). *The influence of objectification factors on the self-appearance satisfaction, self-concept and mental health of the adolescents* (Unpublished doctoral dissertation). Baekseok University, Cheonan, Korea.

Kim, H. J., & Lim, S. M. (2015). The relationship between social media use and disordered eating behavior: the mediating effects of body talk, celebrity worship. *Korean Journal of Youth Studies, 22*(8), 25-52.

Kim, K. H. (2019). *Exposure to ambivalent sexism on self-objectification and appearance management of college women student* (Unpublished master's thesis). Ajou University, Suwon, Korea.

Kim, M. (2015). The effects of facebook usage on female college students' body image concerns. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 59*(5), 272-297.

Kim, S. Y., & Seo, Y. S. (2011). The relations of exposure to sexuall objectifying media to disordered eating, learning flow, and performance anxiety among female high school students. *The Korean Journal of Counseling and Psychotherapy, 23*(4), 1137-1160.

Kim, Y. (2007). *The effects of sociocultural pressure, internalization ideal beauty stereotype, objectified body consciousness on body satisfaction and appearance*

management behavior (Unpublished doctoral dissertation). Sungkyunkwan University, Seoul, Korea.

Kim, Y. H. (2019, May 30). SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석 [Analysis of SNS usage trend and user behavior]. *KISD STAT Report, 19*(10), 1-7. Retrieved from https://mediasvr.egentouch.com/egentouch.media/apiFile.do?action=view&SCHOOL_ID=1007002&URL_KEY=592561de-611e-481e-a65e-9b27c4ca1cab

Kim, Y. H. (2022, Jun 15). Social network service(SNS) usage behavior by generation. *KISD STAT Report, 22*(11), 1-6. Retrieved from https://mediasvr.egentouch.com/egentouch.media/apiFile.do?action=view&SCHOOL_ID=1007002&URL_KEY=a3559b65-b36d-4a2c-8abb-6784e61203e

Kwon, W. Y. (2013). *(A)study on the impact of appearance care motives by lifestyle type of female consumers on permanent makeup behaviors* (Unpublished doctoral dissertation). Kyungsung University, Busan, Korea.

Lee, H. (2020). *The effects of SNS viewing, body surveillance and body satisfaction on appearance management behaviors* (Unpublished master's thesis). Ewha Womans University, Seoul, Korea.

Lee, H. (2022). A study on image management behavior according to self-monitoring, self-objectification of profile-based SNS users. *Fashion & Textile Research Journal, 24*(2), 195-205. doi:10.5805/SFTI.2022.24.2.195

Lee, H., & Ku, Y. (2015). Study on the relationship of interpersonal relations disposition, appearance concern, appearance management behavior of men. *Journal of the Korean Society of Costume, 65*(7), 118-128. doi:10.7233/jksc.2015.65.7.118.

Lee, H., & Ku, Y. (2018). Study on the relationship of appearance instrumentality, appearance concern and appearance management behavior of women. *Journal of the Korean Society of Costume, 68*(1), 1-13. doi:10.7233/jksc.2018.68.1.001

Lee, J. H., Yoo, S. H., & Sim, Y. (2019). The relationship between SNS involvement and objectified body consciousness on college students-the mediating effect of sociocultural attitudes toward appearance. *Journal of Research in Education, 32*(1), 1-23. doi:10.24299/kier.2019.32.1.1

Lee, M. (2013). A study on adolescents' body esteem and clothing behaviors according to the sociocultural attitude toward appearance. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association, 15*(2), 43-56.

Lee, M. (2014). The effects of sociocultural attitude toward appearance and objectified body consciousness on male consumer' appearance management behavior. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association, 16*(4), 63-77.

Lee, M., & Jun, J. H. (2017). Objectified body consciousness and appearance management behaviors of korean and chinese female university students. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association, 19*(1), 147-162.

Lee, M., & Lee, H. (2017). The effects of SNS appearance related photo activity on women's body image and self-esteem. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 41*(5), 858-871. doi:10.5850/JKSCT.2017.41.5.858

Lee, S. (2010). *The impacts of image management behavior on psychological expectation effects and career success* (Unpublished doctoral dissertation). Dongyang University, Yeongju, Korea.

Lee, Y. B. (2011). *Factors influencing appearance management behaviors in middle-aged women* (Unpublished doctoral dissertation). Daegu Haany University, Gyeongbuk, Korea.

Lim, B. H. (2010). *The effects of adolescences' socio-cultural attitude toward appearance and objectified body-consciousness on appearance management behavior* (Unpublished master's thesis). Daegu University, Gyeongsan, Korea

Lim, J. H., Kim, G. M., Song, J. E., & Choi, J. W. (2021, October 15). Latent profile analyses of SNS user behavior in different age groups. *KISD STAT Report, 21*(20), 1-10. Retrieved from https://mediasvr.egentouch.com/egentouch.media/apiFile.do?action=view&SCHOOL_ID=1007002&URL_KEY=ff4c28b1-5ff3-48bc-a981-c69e2f531cb3

Lim, W. K. (2017). *Influence of image management behaviors on selfe-steem in female college students* (Unpublished master's thesis). Sungshin Women's University, Seoul, Korea.

McConnell, C. A. (2000). *An object to herself: the relationship between girls and their bodies* (Unpublished doctoral dissertation). University of Wisconsin, Madison, WI.

McKinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). The objectified body consciousness scale: Development and validation. *Psychology of Women Quarterly, 20*(2), 181-215.

Roh, E. S. (2016). *The effect of adolescents' self objectification and self esteem on the sexual assertiveness: focusing on the use patterns* (Unpublished master's thesis). Catholic University, Bucheon, Korea.

Park, J. (2012). *Influence of covert narcissistic personality tendency, self-objectification, body shame on eating behaviors* (Unpublished master's thesis). Seoul University of Buddhism, Seoul, Korea.

Ryu, A., & Song, W. (2013). Effects of thin-ideal internalization and physical comparison on disordered eating behavior: The verification of the mediating effect on body shame. *Korean Journal of Health Psychology, 18*(2), 345-362.

Sin, M. (2016). *The mediating effect of body shame on the relation between body image and aesthetic surgery attitude* (Unpublished master's thesis). Ajou University, Suwon, Korea.

Son, E. (2013). An examination of the multi-dimensional model for binge eating among college women. *The Korean Journal of Woman Psychology, 18*(1), 109-128. doi:10.18205/kpa.2013.18.1.006

Received (September 20, 2022)
Revised (October 23, 2022)
Accepted (November 10, 2022)