

성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 의복행동에 미치는 영향

정 미 실[†]

동국대학교 경주캠퍼스 가정교육과

The Effects of Attitudes toward Cosmetic Surgery, Body Value Inclination, and Sociocultural Attitudes toward Appearance on Clothing Behavior

Misil Chung[†]

Dept. of Home Economics Education, Dongguk University at Gyeongju
접수일(2012년 8월 24일), 수정일(2012년 10월 11일), 게재확정일(2012년 10월 15일)

Abstract

This study examines the influence of attitudes toward cosmetic surgery, body value inclination, and socio-cultural attitudes towards appearance on clothing behavior. The subjects of this study were 315 female college students in Gyeongsang province. The data obtained were analyzed by a reliability analysis, factor analysis, correlation analysis, stepwise multiple regression analysis, and t-test. The major results of this study were as follows: First, three factors of attitudes toward cosmetic surgery were identified: the desire/motive for cosmetic surgery, risk taking for cosmetic surgery, and confidentiality about cosmetic surgery. Second, two factors of body value inclination were identified: getting an attractive physical appearance and maintaining an attractive physical appearance. Third, a significant positive correlation was found for attitudes toward cosmetic surgery, body value inclination, and sociocultural attitudes towards appearance with clothing behavior. Fourth, the most important variable that affected the imitation of celebrity clothing and preference for luxury goods was the desire/motive for cosmetic surgery. In addition, the sexual attractiveness of clothing was influenced by risk taking for cosmetic surgery and sociocultural attitudes towards appearance.

Key words: Attitudes toward cosmetic surgery, Body value inclination, Sociocultural attitudes towards appearance, Clothing behavior; 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도, 의복 행동

I. 서 론

21세기를 살고 있는 현대인들이 외모에 쏟는 정성은 상상을 초월할 정도이다. 특히 어려서부터 자신의 외모에 관심을 갖고 가꾸는 일이 자연스럽고 그래야만 하는

것으로 간주되어 온 여성들은 ‘예쁘면 모든 게 용서된다’는 사회분위기 속에서 신체의 아름다움에 대하여 많은 스트레스를 받고 있는 실정이다.

이에 대한 근거로 지난 10년간 한국의 성형외과 전문 의가 거의 갑절 수준인 1500명으로 증가한 것을 들 수 있으며, 현재 성형수술을 집도하는 병의원은 약 4천 곳에 이른다. Y대의 황 교수는 ‘한국 사회에서 성형수술은 비싼 핸드백을 사는 것과 마찬가지로 다른 사람에게 자신을 과시하기 위한 무기가 됐다’고 언급하였다(“Cosme-

[†]Corresponding author

E-mail: jms@dongguk.ac.kr

본 논문은 2012년도 동국대학교 연구비 지원에 의하여 이루어졌음.

tic surgery”, 2011).

신체편향성은 신체의 외모와 건강 중 어느 것이 더 자신에게 가치 있는가에 대한 개인적 신념을 뜻한다. 즉 신체편향성은 신체의 개인적·사회적 의미에 대한 주관적 지각인 신체가치 중의 하나로서, 신체의 기능과 체형의 상대적 가치에 대한 신념이고 사회화과정을 통해 학습되며 시대와 문화, 개인에 따라 달라질 수 있다(Gim & Kim, 2005).

외모에 대한 사회문화적 태도 중 내면화는 매스미디어를 중심으로 전달되는 이상적인 사회기준을 승인하고 자신의 가치로 수용하는 것을 의미한다. Lee and Oh (2003)는 날씬한 외모에 대한 사회문화적 기준의 내면화가 심화되면 자기 자신의 신체에 대하여 불만족하고, 자기 자신의 가치를 낮게 평가한다고 하였다. 이것은 주로 여성들의 비교대상이 매스컴에서 보는 지나치게 마른 체형이고, 일반 사람들의 몸매와는 동떨어진 모델을 이상적 자아로 삼아 본인의 신체를 왜곡하는 경향이 있기 때문에 나타나는 현상이다.

Son(2007)의 연구에서 성형의도에 가장 직접적이면서 큰 영향을 주는 변인은 신체에 대한 왜곡이었고, 신체에 대한 왜곡현상은 사회문화적 가치를 내면화하는 사람에게서 많이 나타났다. Gim and Cha(2006)에 의하면 신체편향성이란 신체이미지보다 좀 더 근본적인 개념이며, 옷을 입는 방식, 화장과 성형, 운동, 노화에 대한 생각 등에 영향을 미칠 수 있으며, 고등학생을 대상으로 한 연구에서 신체편향성과 신체 관련 소비행동영역과의 상관관계를 입증하였다. Lee and Song(2009)은 성형에 대해 긍정적인 생각을 가진 사람일수록 어떤 옷이 유행하는지에 관심이 많았으며, 자신의 신체가 매력적이라고 생각할수록 의복의 유행에 관심이 많고 의복을 통한 과시행동을 많이 하는 것으로 나타났다. Lee and Kweon(2009)의 연구에서는 외적매력 때문에 연예인을 선호할수록 그들의 의복, 헤어스타일을 모방하고 관련 상품도 많이 구매하는 것으로 나타났으며, 연예인들의 외모나 의복은 이들에 동조하는 청소년들에게 즉각적이며 적극적으로 수용되고 있었다.

그러므로 적극적 외모관리행동인 성형, 신체에 대한 가치관인 신체편향성 및 매스미디어의 이상적 기준을 자신의 가치로 수용하는 외모에 대한 사회문화적 태도는, 자기 자신을 효과적으로 표현해 주는 수단이며 외모의 일부로 여겨지는 의복에 반영되어 나타날 것으로 예상된다.

그러나 아직까지 사람들이 성형에 대해서 어떻게 인

식하고 있는지, 또 추구하는 바가 세부적으로 무엇인지를 조사한 자료는 충분히 제공되고 있지 않은 실정므로 이에 대한 연구가 필요하다. 한편 몸테크, 몸짱이라는 말이 대두될 정도로 외모에 대한 관심이 점점 더 높아지고 있는 현시점에서, 착용자가 갖고 있는 신체가치를 가늠해 볼 수 있는 신체편향성 및 사람들에게 많은 영향을 미치는 대중매체에 의한 외모기준의 내면화를 파악하는 것 또한 의미 있는 일이라고 사료된다.

따라서 본 연구에서는 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도와 의복행동 사이의 관련성을 규명하고자 하며, 본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다. 첫째, 성형태도 및 신체편향성을 구성하고 있는 하위차원을 밝힌다. 둘째, 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도와 의복행동 간의 상관관을 조사한다. 셋째, 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 의복행동에 미치는 영향을 조사한다. 부가적 관심으로 체격에 따른 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도, 의복행동의 차이를 조사한다.

II. 이론적 고찰

본 연구의 독립변수는 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도이고, 종속변수는 의복의 성적매력, 연예인 모방행동, 명품선호이며 독립변수와 종속변수들 간의 관련성은 다음과 같이 예상된다. 적극적 외모개선방법인 성형에 대하여 긍정적인 태도를 갖고 있거나 신체의 기능보다 외모의 미가 더 중요하다고 생각하는 사람, 매스미디어가 제시하는 이상적 기준을 받아들이고 수용하는 사람은 다른 사람들에게 돋보이고 아름답게 보이고자 하는 욕구가 강할 것이다. 그러므로 이러한 사람들은 제2의 피부인 의복으로 본인의 성적인 매력을 표현하려 할 것이고, 일반 사람들의 선망의 대상인 연예인 옷차림에 관심이 많고 이를 모방하고자 할 것이며, 남들이 알아주는 유명상표의 의류제품을 선호할 것으로 예상된다.

1. 성형태도

최근에는 신체와 관련된 장애로서 성형중독이 사회적 관심이 되기도 했고, 우리나라 여성들의 높은 성형수술비율과 과도한 다이어트, 비만 문제 등 신체 다루기와 관련한 문제들이 이슈로 떠오르고 있다. 취업포털 코리아가 남녀직장인 1532명을 대상으로 외모만족도를

조사한 결과 응답자의 92.4%가 '외모를 바꾸고 싶은 생각을 한 적이 있다'라고 응답하였으며("Changing appearance", 2007), Kwon(2010)은 시대와 문화의 변천으로 부모에게 받은 몸을 인위적으로 변형하는 것을 금기시해오던 사고와 미에 대한 관념이 변화하고, 생활수준의 향상으로 외모에 대한 관심이 많아짐에 따라 성형수술을 원하는 여성들이 증가하고 있다고 언급하였다.

성형경험이 있는 여성들에게 왜 수술을 계속 원하게 되며 그것을 통해 얻는 이점은 무엇이나고 물었을 때, 여성들의 대답에서 빠지지 않았던 단어는 '자신감'이었다. 즉 성형을 통해 외모, 그리고 삶 전반에 걸친 자신감을 얻고, 더 나은 자아로 거듭날 수 있다는 것이다. 이에 대해 Chun(2010)은 누구나 관리를 통해 원하는 육체를 만들 수 있으며, 성형이 자기를 사랑할 줄 아는 여성들의 당연한 자기 배려라는 이야기는 이 시대의 보편적인 상식이 되었으며, 성형이라는 신체변형 행위 자체를 혐오하던 전통적 시선은 사라지고 성형을 보편적으로 평가하는 담론이 보편화되었다고 언급하였다.

M. R. Kim(2004)의 연구에서 성형수술에 대한 대학생들의 인식은 '본인이 원하면 할 수 있는 수술'이라고 응답한 학생이 55.2%, '하면 도움이 되는 수술'이라고 한 경우가 19.0%로 나타났다. 또 미용수술을 할 때 알릴 것인지에 대한 여부는 '남이 물어보았을 때는 솔직하게 말한다.'가 47.5%, '가까운 친구에게는 미리 말한다.'가 19.0%로 나타났고, '가급적 남에게 알리고 싶지 않다.'는 21.0%였다.

Kim(2001)의 여대생을 대상으로 한 연구에서 가장 성형하고 싶은 부위는 얼굴 특히 작고 가름한 얼굴을 위한 얼굴윤곽수술에 관심이 많았으며, 그 다음은 지방흡입수술로 나타나 이목구비가 예쁜 여성보다는 작은 얼굴과 날씬한 몸매를 중요시하는 사회적 현상을 보여주었다.

외모중시성향이 강할수록 성형에 대한 태도가 더 긍정적이었고(Gim & Cha, 2006), Lee(2005)의 연구에서 성형수술에 대한 태도는 '긍정적이다'가 '부정적이다'보다 거의 2배의 응답률을 보여 성형수술에 대한 태도는 긍정적으로 나타났다. 그러나 아직까지는 전통적인 가치관의 영향으로 고쳐서 아름다워진다는 것에 거부감을 느끼는 모습을 보이기도 하였다.

한편 Yoo and Jung(2002)에 의하면 우리나라 여성들은 자연미를 강조하는 성향과 자신이 바람직하게 생각하는 신체형을 (성형을 통해) 구현하려는 성향을 동시에 가지고 있다. 그 결과 성형 후에 가장 만족스러운 경우

는 수술 전의 모습을 모르는 사람이 자신이 성형수술했다는 것을 못 알아보는 경우이고, 가장 불만족스러운 경우는 수술 전의 모습을 아는 사람이 자신이 성형수술했다는 것을 알아보는 경우이다.

2. 신체편향성

신체는 우리가 어떤 종류의 사회적 존재인지를 나타내 주는 수단이다. 몸은 개인적 정체성과 사회적 정체성을 갖는데 없어서는 안 될 역할을 하기 때문이다. 신체개념은 자신과 타인에 대해 생각하는 방식과 행동양식에 영향을 미치는데 이는 체형(bodily form)과 체 기능(bodily function)이 인간의 공적 사적 평가와 규범적 판단의 대상이 되기 때문이다. 사람에게 따라서는 체형을 체 기능보다 더 가치 있는 것으로 볼 수 있으며, 일반적으로나이가 들수록 체형보다는 체 기능 유지를 더 중시하는 반면에 젊은이들은 그 반대이다(Gim & Cha, 2006).

신체가치는 신체의 의미에 대한 근본적이고 장기간에 걸쳐 형성된 핵심적인 신념체계를 반영하는 것으로 당위적인 특성이 있다. 신체가치는 신체이미지보다 더 핵심적인 인식이고, 신체에 대한 근본적인 여러 가지 기본 가정들을 반영하며, 신체의 개인적·사회적 의미에 대한 주관적 지각이다. 신체가치 중의 하나인 신체편향성은 신체의 기능과 외양의 상대적 가치에 대한 신념을 뜻한다. 즉 신체의 기능을 중시하는가 아니면 외양이나 외모의 아름다움을 중시하는가의 상대적 중요성 의식을 반영한다(Gim & Ryu, 2007). 이런 측면에서 개인이 가진 가치는 태도에 선행하고 태도는 행동의도에 영향을 줄 수 있다는 점을 감안해 볼 때 신체편향성은 의복행동에 영향을 미칠 것이다.

Gim et al.(2009)에 의하면 여성은 자신의 몸을 타인이 바라보는 대상 또는 타인에게 보여지는 대상으로 인식함으로써 신체 내적인 기능인 체 기능보다는 신체의 외면적 특성인 외모에 끊임없이 주의를 기울이게 된다. 의복과 장신구는 특히 여성에게 체 기능보다는 사회적으로 평가된 체형관리에 매우 중요한 역할을 한다. 의복과 장신구는 체형을 바람직하게 드러내거나 아니면 바람직하지 못한 체형요소를 가리는 도구로 사용되기 때문이다. 의복은 그 자체가 자신의 사회적 외모를 드러내고자 하는 욕망구현의 중요한 수단이 되기도 한다.

Gim and Ryu(2007)에 의하면 신체편향성 척도는 운동이나 섭식과 같은 비교적 심리적 부담이 적은 신체관리행동에 비해 미용이나 성형처럼 덜 일반적인 신체관

런 행동범주와 더 높은 상관관계를 보였고, 여성이 남성보다 건강보다는 외모를 중시하는 신체편향성 점수가 높았으며, Park and Gim(2007)의 연구에서는 한국 여대생이 일본 및 중국 여대생에 비해 신체편향성이 더 높은 것으로 나타났다.

Gim and Cha(2006)의 연구에서는 종교적으로 독실한 생활을 하는 사람들은 그렇지 않은 사람들에 비해 체형보다는 체 기능을 더 중요시하였으며, 연령별로는 30대와 40대가 10대와 20대에 비해 체 기능에 훨씬 더 큰 가치를 두고 있는 것으로 나타났다. 또한 신체편향성은 신체 관련 소비의 태도와 의도, 행동과 관계가 있어, 외모 중시성향이 강할수록 안면성형과 신체성형, 섭식운동의 의도가 더 큰 것으로 나타났다.

3. 외모에 대한 사회문화적 태도

과거에는 사람을 평가하는 기준이 성격이나 성품과 같은 내적요소를 중요하게 생각하였으나 최근에는 외모를 중요하게 생각하는 경향이 증가하고 있다. 외모에 대한 사회문화적 태도란 그 사회의 외모에 대한 고정관념과 사회문화의 가치기준을 말한다. 특히 여성에 있어서 극도로 마른 몸매가 TV나 잡지와 같은 매스미디어에 의해 이상적인 사회기준으로 강조되어 있다(Thompson & Heinberg, 1999).

현재 우리사회의 이상적인 신체적 외모기준은 매스미디어를 통해 강력하고 즉각적으로 전달되고 있으며, 개인은 사회적 기준에 대한 미디어메시지를 인식하고 자신의 가치로 내면화하는 태도를 형성하고, 이것은 개인의 신체평가나 신체를 의식하는데 영향을 미친다. 또한 현재의 사회적으로 이상화된 신체적 외모는 날씬함으로 제시되고 있으며, 이는 청소년기 소녀들에게 이상적인 기준으로 작용하고 있음을 알 수 있는데 여성의 연령이 증가하고 사회활동이 많아짐에 따라 외모에 대한 사회문화적 압력을 더 심하게 받고 외모에 대한 사회문화적 태도를 더 내면화한다(Cho, 2000).

사회문화적 현상으로 부각되는 한국의 루키즘은 미디어와 관련성을 지닌다. 오늘날 미디어는 환경이 되어 인간의 현실경험에 영향을 미치는데, 다양한 미디어들이 공통적으로 신체의 중요성과 신체변화의 필요성을 전달하고 있기 때문이다. 이와 관련해 Chang(2011)은 미디어루키즘, 즉 미디어의 관련성을 내재한 루키즘의 새로운 개념을 제안하였다.

Kong and Lee(2009)에 의하면 외모에 대한 사회문화

적 태도는 청소년들의 외모에 대한 인식과 신체적 외모에 대한 가치관을 형성하는 데 영향을 미친다. 따라서 청소년들의 신체 및 외모에 대한 불만은 이들이 자신의 모습을 정확하게 인지하지 못해서 발생하는 것이 아닌 자신의 신체특성과 외모에 대한 가치판단에 있어서 사회적 기준이 무엇인가에 의해 좌우된다. 또한 Lee(2010)의 연구결과, 외모에 대한 사회문화적 태도의 내면화가 높을수록 타인 의식적 구매행동을 하는 것으로 나타났다.

Cho(2012)에 의하면 외모에 대한 사회문화적 태도의 내면화는 외모지향성과 정적상관이 있었고 외모에 대한 사회문화적 태도를 내면화할수록 자기 자신의 외모를 낮게 평가하였으며, Lee(2000)의 연구에서는 남자보다 여자, 중학생보다 고등학생이 외모에 대한 사회문화적 태도의 내면화가 높게 나타났다.

Lee(2010)의 고등학생을 대상으로 한 연구에서 연구대상자의 약 94%에 달하는 여학생이 정상체중 이하에 분포되어 여학생들은 남학생보다 체중조절을 많이 하고 있는 것으로 나타났다. 이에 대해 연구자는 신체발달과 정상 고등학생 시기는 피하지방이나 근육의 발달이 이루어지는 시기이며, 대부분의 시간을 책상에 앉아서 보내고 신체활동이 거의 없기 때문에 체중증가가 많이 일어나는 시기임에도 불구하고 이러한 결과가 나타난 것은 현대사회의 날씬함에 대한 요구가 여자에게 더 강조되고, 여학생들이 이를 내면화하여 자신의 가치로 받아들이고 있음을 보여주는 것이라고 언급하였다.

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1: 성형태도를 구성하고 있는 하위차원을 밝힌다.

연구문제 2: 신체편향성을 구성하고 있는 하위차원을 밝힌다.

연구문제 3: 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도와 의복행동 간의 관계를 조사한다.

연구문제 4: 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 의복행동에 미치는 영향을 조사한다.

연구문제 5: 체격에 따른 성형태도, 신체편향성, 의

모에 대한 사회문화적 태도, 의복행동의 차이를 조사한다.

2. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 조사대상자는 경상도 지역 소재 대학에 재학 중인 여학생들로서 편의추출방법으로 선정하여 2012년 4월 말에서 6월 초까지 360부의 설문지를 배부·회수하였고, 그 중 불성실한 응답을 제외한 315부가 분석에 사용되었다. 분석방법은 SPSS WIN 18.0을 이용하였으며 각 변인들의 신뢰도분석, 성형태도 및 신체편향성에 대한 요인분석을 실시하였다. 또한 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도와 의복행동 간의 관계는 상관분석을 시행하였으며, 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 의복행동에 미치는 영향은 회귀분석으로 검증하였다. 계층에 따른 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도, 의복행동의 차이를 조사하기 위해서는 t-test를 실시하였다.

3. 측정도구

본 연구에서 사용된 측정도구 중 성형태도는 Jeon(2002)의 19문항, 신체편향성은 Gim and Cha(2006)의 9문항, 외모에 대한 사회문화적 태도는 Lee and Oh(2003)의 연구에서 내면화와 관련된 8문항을 선택하였다. 3가지 의복행동변인의 측정에는 각각 6문항씩 모두 18문항이 사용되었다. 즉 의복의 연예인 모방행동은 Lee(2000)에서 4문항, Kim(2004)에서 2문항을, 성적매력은 Jeon(2002)에서 4문항, 2문항은 연구자가 작성하였으며, 명품선호는 Hong(1995)에서 4문항, Shin(2008)에서 2문항을 선택하였다. 4점 척도인 신체편향성 문항을 제외하고 각 문항은 모두 Likert type의 5점 척도로 구성되었다.

측정도구들의 타당성은 3명의 의류학 전공자가 내용 타당도를 검증하였고, 신뢰성을 검증하기 위하여 Cronbach's alpha 계수를 산출한 결과 성형태도는 .92, 신체편향성은 .77, 외모에 대한 사회문화적 태도는 .81로 나타났다. 의복의 연예인 모방행동은 .71, 성적매력은 .64, 명품선호는 .74를 보여 대체적으로 만족할 만한 수준이었다.

4. 용어정의

본 연구에서 사용된 변수들에 대한 조작적 정의는 다

음과 같다.

1) 성형태도: 성형에 대한 욕구가 강하고 성공적인 사회생활이나 자아향상을 위하여 성형이 필요하다고 생각하는 태도

2) 신체편향성: 신체의 외모와 건강 중 어느 것이 더 자신에게 더 가치 있는가에 대한 개인적 신념

3) 외모에 대한 사회문화적 태도: 신체적 외모의 중요성과 이상적인 사회기준에 대한 개인의 태도

4) 의복의 연예인 모방행동: 연예인의 의복이나 액세서리 등을 따라하거나 소유, 구매하고자 하는 경향

5) 의복의 성적매력: 이성의 관심을 끌고 섹시하게 보이려는 의복을 착용하는 것

6) 의복의 명품선호: 가격이 비싼 명품을 가치가 있다고 인정하거나 구매하려는 경향

IV. 연구결과 및 논의

1. 성형태도

성형태도는 여러 요인이 분류될 가능성을 검증하는 KMO와 Bartlett의 검증결과 KMO값이 .91, Bartlett의 유의확률이 $p < .01$ 이었으므로 표본의 수와 변수가 요인 분석에 적합한 것으로 나타났다. 이를 근거로 성형태도 19문항에 대하여 Varimax 회전법을 사용한 주성분요인 분석을 실시하였고, 고유치 1 이상의 기준과 Scree 도표에 의해 3개의 요인이 추출되었으며 그 결과는 <Table 1>에 제시하였다.

<Table 1>과 같이 3개의 요인들이 설명한 총 변량은 약 57%였다. 요인 1은 '연예인들의 매력적인 외모를 보면 연예인처럼 성형을 하고 싶다', '성형을 해서 예쁜 친구를 보면 나도 하고 싶어진다', '성형수술은 신체이 미지를 향상시킬 수 있어 중요하다' 등의 문항이 포함되어 성형에 대한 욕구/중요성 요인으로 명명하였고, 요인 2는 '성형결과가 다소 만족하지 못하게 되는 위험이 있다 하더라도 꼭 해보고 싶다', '아름다워진다면 비록 위험할지라도 성형을 하고 싶다' 등의 문항이 포함되어 성형에 대한 위험 감수 요인으로 명명하였다. 요인 3은 '성형수술을 한다면 남자친구나 배우자에게 성형 전 모습이 알려지지 않기 바란다', '성형을 한다면 성형 전의 모습이 담긴 사진을 모두 없애고 싶다' 등의 문항이 포함되어 성형에 대한 비밀유지 요인으로 명명하였다. 이러한 결과는 연구대상 여성 810명 중 77.5%가 성형수술의 필요성을 느끼고, 성형경험자 중 63.7%는 새로운 수

Table 1. Factor analysis of attitudes toward cosmetic surgery

Factor	Items	Factor loadings	Eigen value	Reliability	% of variance
The desire/ motive for cosmetic surgery	I want to receive cosmetic surgery when I see the attractive appearance of celebrities.	.81	7.82	.90	25.27
	I want to receive cosmetic surgery when I see a friend who has become more beautiful after cosmetic surgery.	.77			
	Cosmetic surgery is important in that it can enhance the body image.	.69			
	I can gain confidence through cosmetic surgery by improving unsatisfied body parts.	.69			
	I am willing to do a part-time job to earn money for cosmetic surgery.	.69			
	It is worth to do cosmetic surgery for a successful social life.	.62			
	Advertisements about cosmetic surgery make me want to get the surgery.	.61			
	I would save money for cosmetic surgery if I cannot get financial support from my parents.	.60			
	I certainly want to get cosmetic surgery even though I cannot afford it financially.	.57			
Risk taking for cosmetic surgery	I want to get cosmetic surgery despite the risk that the outcome may not be satisfactory.	.79	1.71	.84	20.63
	I am willing to take risks associated with cosmetic surgery if I can be pretty.	.76			
	I want to get cosmetic surgery despite the aftereffects following surgery.	.75			
	I would get cosmetic surgery if my boyfriend or husband wants me to.	.62			
	I would get cosmetic surgery if my parents want me to.	.60			
	It is worth to get cosmetic surgery to maintain my body in good shape.	.51			
	I am willing to get cosmetic surgery abroad for a successful result even though it will be costly.	.47			
Confidentiality about cosmetic surgery	If I get cosmetic surgery, I do not want my boyfriend or husband to see my appearance before the surgery.	.84	1.38	.76	11.52
	If I get cosmetic surgery, I want to eliminate all pictures containing my appearance before the surgery.	.78			
	If I get cosmetic surgery, I want to keep it private.	.76			

술을 받을 의사가 있음을 밝힌 Um(2007)의 연구와 관련되며, 성형태도가 성형비밀, 성형가치, 성형동조, 성형비용, 성형위험수용의 5가지 요인으로 구성되었다는 Jeon(2002)의 연구와는 다소 차이를 보인다.

2. 신체편향성

신체편향성은 KMO와 Bartlett의 검정결과 KMO값이 .79, Bartlett의 유의확률이 $p < .01$ 이었으므로 요인분석

에 적합하였다. 신체편향성 9문항에 대하여 Varimax 회전법을 사용한 주성분요인분석을 실시하였고, 고유치 1 이상의 기준과 Scree 도표에 의해 2개의 요인이 추출되었다. 이 요인들이 설명한 총 변량은 약 52%였고, 그 결과는 <Table 2>에 제시하였다. 신체편향성 점수가 높은 것은 건강보다 외모를 좀 더 중요시하는 것을 의미하며, 요인 1은 ‘아름다운/멋진 몸매를 갖는 것 - 건강한/튼튼한 신체를 갖는 것’, ‘날씬한(매력적인) 외모를 유지하는 것 - 건강한 신체를 유지하는 것’ 등의 문항이 포함

되어 매력적인 외모소유 요인으로 명명하였다. 또한 요인 2는 ‘건강에 좋은 음식 - 미용에 좋은 음식’, ‘몸에 병이 나지 않는 것 - 몸매가 망가지지 않는 것’ 등의 역문항이 모두 포함되었으며, 매력적인 외모관리 요인으로 명명하였다.

3. 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도와 의복행동 간의 관계

성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도와 의복행동 간의 관계는 <Table 3>에 제시하였다. 성형태도의 3가지 요인들(성형에 대한 욕구/중요성, 성형에 대한 위험감수, 성형에 대한 비밀유지) 및 외모에 대한 사회문화적 태도는 의복행동변인 3가지(연예인 모방행동, 성적매력, 명품선호)와 $p<.01$ 수준에서 모두 의미 있는 정적상관관계를 나타내었다. 이것으로 매력적 외모를 가진 연예인 또는 성형을 해서 예쁜 친구를 보면 성형을 하고 싶어지거나, 성형이 신체이미지 향상에 중

요하다고 생각하는 사람, 아름다워진다면 위험하더라도 성형을 하고 싶어하는 사람, 성형수술을 한다면 성형 전 모습이 알려지지 않기를 바라는 사람과 연예인의 외모를 이상형으로 삼고 있는 여대생들은 본인이 좋아하는 연예인의 외모나 옷차림이 멋있다고 생각하고 성적매력이 돋보이는 의복을 선택하며, 남들이 알아주는 것에 비싸더라도 유명상표의 옷을 구매하는 것으로 해석된다. 또한 청년기 여성들은 매스미디어에 비취지는 이상적인 외모를 통해 이상적인 미의 사회적 기준을 내면화하고 자신의 신체적 외모에 열중하는 인지적/행동적 성향이 높았다는 Cho(2000)의 연구를 간접적으로 지지한다.

신체편향성 중 매력적인 외모소유 요인은 의복행동변인 3가지(연예인 모방행동, 성적매력, 명품선호)와 $p<.01$ 수준에서 모두 의미 있는 정적상관관계를 나타내었고, 매력적인 외모관리 요인은 의복의 성적매력 및 명품선호와 $p<.01$ 수준에서 의미 있는 정적상관관계를 보였다. 이로써 건강한 신체보다 매력적인 몸매를 갖는 것

Table 2. Factor analysis of body value inclination

Factor	Items	Factor loadings	Eigen value	Reliability	% of variance
Getting an attractive physical appearance	Get a physically attractive body - Get a healthy body	.79	3.24	.77	27.39
	Keep an attractive body - Keep a healthy body	.78			
	Make my appearance look pretty - Make my body healthy	.74			
	Weight watching diet - Stamina strengthening diet	.71			
Maintaining an attractive physical appearance	Foods good for health - Foods good for beauty (R)	.76	1.42	.68	24.35
	Not getting sick - Not ruining my body shape (R)	.73			
	Invest for health - Invest for physical appearance (R)	.67			
	Exercise for health - Exercise to lose weight (R)	.57			
	Health supplements - Weight loss supplements (R)	.47			

R: reverse item

Table 3. Correlation coefficient among research variables

Independent variable \ Dependent variable	Attitudes for cosmetic surgery			Body value inclination		Sociocultural attitudes toward appearance
	The desire/motive for cosmetic surgery	Risk taking for cosmetic surgery	Confidentiality about cosmetic surgery	Getting an attractive physical appearance	Maintaining an attractive physical appearance	
Imitation of celebrity clothing	.51**	.41**	.33**	.45**	.07	.45**
Sexual attractiveness of clothing	.33**	.39**	.19**	.31**	.20**	.31**
Preference for luxury goods	.41**	.41**	.26**	.29**	.19**	.29**

** $p<.01$

이 더 중요하다고 생각하는 여대생들은 연예인의 외모와 본인의 외모를 비교해보는 경향이 있고, 섹시함을 나타낼 수 있는 옷을 선택하며, 다른 사람에게 인정받을 수 있는 유명상표의 옷을 선호하는 것으로 해석된다. 또한 건강에 좋은 음식보다 미용에 좋은 음식이, 건강을 위한 운동보다 체형을 위한 운동이 더 중요하다고 생각하며 매력적인 외모를 지속적으로 관리하는 사람들은 이성의 관심을 끄는 의복을 입으려고 하며, 유명상표에 대한 선호도가 높은 것을 알 수 있다. 이것은 체형을 더 가치 있는 것으로 여기는 여성은 외모지향성이 높고, 이러한 높은 외모지향성은 대중매체를 통해 전달되는 미에 대한 사회문화적 기준을 인식하고 그것을 자신의 기준으로 내면화시킨다는 Kim et al.(2001)의 연구와 관련된다.

4. 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 의복행동에 미치는 영향

성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 의복행동에 미치는 영향은 성형태도의 3가지 요인, 신체편향성 2가지 요인, 외모에 대한 사회문화적 태도를 독립변수로, 의복행동을 종속변수로 하여 검증하였으며, 종속변수를 가장 잘 설명할 수 있는 독립변수를 순서대로 찾아내는 방법인 단계별 회귀분석을 사용하였다.

1) 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 의복의 연예인 모방행동에 미치는 영향

성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 의복의 연예인 모방행동에 미치는 영향은 <Table 4>

와 같다. 의복의 연예인 모방행동에 유의적인 영향을 미치는 변수들은 성형에 대한 욕구/중요성, 외모에 대한 사회문화적 태도, 성형에 대한 비밀유지, 성형에 대한 위험감수, 매력적인 외모관리였고, 이 5개의 설명력은 37%였다. 5가지 변수 중 성형에 대한 욕구/중요성이 22%의 설명력을 보여 가장 큰 영향을 미쳤고, 그 다음은 외모에 대한 사회문화적 태도였다. 한편 성형에 대한 비밀유지, 성형에 대한 위험감수, 매력적인 외모관리는 비록 유의적인 변수에 포함되기는 하였으나 결정계수의 변화가 별로 없었기 때문에 상대적으로 중요한 의미를 갖지 못하는 것으로 여겨진다. 이러한 결과는 성형에 대한 욕구가 강하고 성형이 성공적인 사회생활에서 중요하다고 생각할수록 또한 자신의 몸매에 대하여 깊은 관심을 갖고 있는 사람일수록 연예인의 의복이나 액세서리를 따라 하기를 좋아하는 것으로 해석된다.

2) 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 의복의 성적매력에 미치는 영향

성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 의복의 성적매력에 미치는 영향은 <Table 5>와 같다. 의복의 성적매력에 유의적인 영향을 미치는 변수들은 성형에 대한 위험감수, 외모에 대한 사회문화적 태도, 성형에 대한 욕구/중요성이었고 이 3개의 설명력은 17%였다. 3가지 변수 중 성형에 대한 위험감수가 10%의 설명력을 보여 가장 큰 영향력을 미쳤고, 그 다음은 외모에 대한 사회문화적 태도였다. 이것으로 아름다워진다면 위험할지라도 성형을 할 수 있다고 생각할수록, 날씬한 외모에 대한 내면화가 심할수록 섹시하고 성적매력을 나타내는 의복을 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 자신의 몸매에 대하여 관심을 갖거나 사회적으

Table 4. The effect of cosmetic surgery, body value inclination, and sociocultural attitudes towards appearance on imitation of celebrity clothing

Dependent variable	Independent variable	β	t	F	R ²
Imitation of celebrity clothing	The desire/motive for cosmetic surgery	.46	8.90**	79.24**	.22
	Sociocultural attitudes toward appearance	.45	8.85**	63.88**	.31
	Confidentiality about cosmetic surgery	.23	4.15**	48.89**	.34
	Risk taking for cosmetic surgery	.19	3.29**	39.10**	.35
	Maintaining an attractive physical appearance	.14	2.41*	33.39**	.37

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

Table 5. The effect of cosmetic surgery, body value inclination, and sociocultural attitudes towards appearance on sexual attractiveness of clothing

Dependent variable	Independent variable	β	t	F	R ²
Sexual attractiveness of clothing	Risk taking for cosmetic surgery	.28	4.96**	32.72**	.10
	Sociocultural attitudes toward appearance	.20	3.36**	27.13**	.16
	The desire/motive for cosmetic surgery	.12	2.00*	19.61**	.17

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

로 외모가 갖는 중요성을 인식하고 있는 사람들은 의복으로 자신의 성적매력을 나타낸다는 Kim et al.(2001)의 연구 및 매스미디어를 통해 전달되는 날씬한 신체는 보통의 여성들이 달성하기 힘든 어려운 수준임에도 불구하고 이를 이상적인 기준으로 받아들여지게 되고 결국 신체에 대한 불만족으로 이어져 성형수술을 고려하게 만드는 요인이 된다는 Hong(2006)의 연구를 지지한다.

3) 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 의복의 명품선호에 미치는 영향

<Table 6>과 같이 의복의 명품선호에 유의적인 영향을 미친 것은 성형에 대한 욕구/중요성, 성형에 대한 위험감수, 성형에 대한 비밀유지, 외모에 대한 사회문화적 태도였고, 이들의 설명력은 21%로 나타났다. 이로써 성형은 다른 의복행동변인인 연예인 모방행동이나 성적 매력보다 의복의 명품선호에 더 중요한 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 즉 외모에 대한 사회문화적 태도는 유의적 변수에 포함되기는 하였으나 결정계수의 변화가 별로 없었고, 성형의 3요인인 성형에 대한 욕구/중요성, 성형에 대한 위험감수, 성형에 대한 비밀유지는 순서대로 의미 있는 영향을 미쳤다. 이것으로 성형에 대하여 긍정적인 생각을 갖고 있을수록, 성형수술에 대한 위험을 감수할 용의가 있고, 본인의 성형사실이 주변에 알려

지는 것을 원하지 않는 사람일수록 값이 비싸더라도 유명브랜드의 의류를 선택하는 것으로 해석된다. 이러한 결과는 성형에 대한 욕구가 강하고 자신의 신체가 만족스럽고 다른 사람에게 호감을 준다고 생각할수록 명품 의복을 선호하였다는 Chung and Lee(2007)의 연구를 지지한다.

5. 체격에 따른 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도 및 의복행동

연구대상자들의 체격은 체중을 신장의 제곱으로 나눈 신체질량지수를 근거로 구분하였다. 이 때 체중은 kg, 신장은 m를 기준으로 하였다. 대한비만학회에서 신체질량지수를 판단하는 기준은 18.5 미만이면 저체중, 18.5~22.9 이상이면 정상체중이다. 23.0 이상이면 과체중으로 분류되며 23.0~24.9 미만이면 위험체중, 25 이상이면 비만 1단계로 간주되는데, 본 연구의 피험자들은 62.3%가 저체중, 정상이 36.3%, 과체중이 1.4%였으며, 이것은 여대생을 대상으로 한 Kim et al.(2001)의 연구에서 저체중집단이 65%, 정상집단이 33.1%를 보인 것과 비슷한 결과를 나타내었다. 이와 같이 저체중의 비율이 높게 나타난 것은 표집대상이 외모에 관심이 많은 연령대에 속하는 청소년기 여대생이고, 현재의 다른 유행체형에 맞

Table 6. The effect of cosmetic surgery, body value inclination, and sociocultural attitudes towards appearance on preference for luxury goods

Dependent variable	Independent variable	β	t	F	R ²
Preference for luxury goods	The desire/motive for cosmetic surgery	.27	4.71**	32.55**	.10
	Risk taking for cosmetic surgery	.24	4.32**	28.98**	.17
	Confidentiality about cosmetic surgery	.14	2.65**	23.22**	.20
	Sociocultural attitudes toward appearance	.12	1.97*	18.56**	.21

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

추어 다이어트, 운동 등을 열심히 하기 때문인 것으로 생각된다. 체격에 따라 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도, 의복행동의 차이가 있는지 알아보기 위하여 t-test를 실시하였으며 그 결과는 <Table 7>에 제시하였다. 과체중의 경우는 해당되는 피험자가 너무 적어 통계분석에서 제외하였다. <Table 7>과 같이 저체중집단과 정상집단 사이에 의미 있는 차이를 나타낸 것은 $p < .01$ 수준에서 의복의 연예인 모방행동, $p < .05$ 수준에서 성형에 대한 욕구/중요성, 성형에 대한 위험감수였다. 즉 의복의 연예인 모방행동의 평균치는 저체중집단의 경우 18.64, 정상체중집단의 경우 17.13이었고, 성형에 대한 욕구/중요성의 평균치는 저체중집단의 경우 27.32, 정상체중집단의 경우 25.06이었으며, 성형에 대한 위험감수의 평균치는 저체중집단의 경우 16.66, 정상체중집단의 경우 15.27이었다. 이로써 저체중인 사람은 정상체중인 사람에 비해 연예인의 외모와 의복을 쫓아하려 하고, 성형을 하고자 하는 마음이 강하며 성형수술에 대한 후유증이나 위험도 감수하려는 태도를 보이는 것을 알 수 있었다. 이러한 결과는 연예인의 모습을 닮으려는 적극적인 모방은 성형 및 이미지 메이킹 산업의 대중화를 유도하고 있으며, 20대는 외모와 신체매력에 대한 관심이 높고 마른 체형으로 지각할수록 의복을 통하여 과시하려 한다는 Song and Kim(2005)의 연구와 관련된다.

V. 요약 및 결론

본 연구의 목적은 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한

사회문화적 태도와 의복행동 간의 관계를 조사하는 것으로 경상도지역 소재 대학에 재학 중인 여학생들 315명을 대상으로 조사연구를 실시하였으며, 본 연구의 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 성형태도에 대한 요인분석 결과, 성형에 대한 욕구/중요성, 성형에 대한 위험감수, 성형에 대한 비밀 유지의 3가지 요인이 도출되었으며 이들이 설명한 총 변량은 약 57%였다. 둘째, 신체편향성에 대한 요인분석 결과, 매력적인 외모소유와 매력적인 외모관리의 2가지 요인이 도출되었으며 이들이 설명한 총 변량은 약 52%였다. 셋째, 성형태도의 3가지 요인인 성형에 대한 욕구/중요성, 성형에 대한 위험감수, 성형에 대한 비밀 유지 및 신체편향성 중 매력적인 외모소유 요인, 외모에 대한 사회문화적 태도는 3가지 의복행동변인인 의복의 연예인 모방행동, 성적매력, 명품선호와 모두 유의적인 정적상관을 나타내었다. 또한 신체 편향성 중 매력적인 외모관리 요인은 의복의 성적매력, 명품선호와 정적상관 관계를 보였다. 넷째, 의복의 연예인 모방행동에 가장 중요한 영향을 미친 변수는 성형에 대한 욕구/중요성이었고 그 다음은 외모에 대한 사회문화적 태도였다. 의복의 성적매력에 유의적인 영향을 미친 변수들은 성형에 대한 위험감수, 외모에 대한 사회문화적 태도, 성형에 대한 욕구/중요성이었으며, 의복의 명품선호에 유의적인 영향을 미친 것은 성형에 대한 욕구/중요성, 성형에 대한 위험감수, 성형에 대한 비밀유지, 외모에 대한 사회문화적 태도였다. 다섯째, 저체중집단과 정상집단 사이에 의미 있는 차이를 나타낸 것은 성형에 대한 욕구/중요성, 성형에 대한 위험감수, 의복의 연예인 모방행

Table 7. Differences of research variables between body types

Variables	Group	Underweight	Normal weight	t
	Mean (SD)	Mean (SD)	Mean (SD)	
The desire/motive for cosmetic surgery		27.32 (7.16)	25.06 (7.30)	2.57*
Risk taking for cosmetic surgery		16.66 (5.49)	15.27 (5.20)	2.12*
Confidentiality about cosmetic surgery		8.30 (2.61)	7.96 (2.91)	1.02
Getting an attractive physical appearance		10.21 (3.30)	9.55 (3.20)	1.68
Maintaining an attractive physical appearance		10.98 (3.59)	10.81 (3.48)	.41
Sociocultural attitudes toward appearance		25.05 (5.90)	26.33 (5.35)	-1.85
Sexual attractiveness of clothing		16.89 (3.39)	16.21 (3.16)	1.69
Imitation of celebrity clothing		18.64 (3.73)	17.13 (4.06)	3.23**
Preference for luxury goods		16.84 (4.47)	15.94 (4.72)	1.63

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

동이였다.

전술한 결과를 토대로 한 본 연구의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 본인의 성적매력을 나타내는 의복을 착용하기 원하며, 연예인의 차림새나 명품을 선호하고 구매하려는 여대생들은 매력적인 외모의 중요성을 인식하고 있으며, 성형수술에 대한 욕구가 강하고 매스미디어에서 보여지는 모델을 이상으로 여기고 있었다. 이것은 제2의 피부라고 일컬어지는 의복을 수단으로 사용하여 본인의 매력을 돋보이게 하고 다른 사람들에게 인정받으려고 하는 사람은 대중매체를 통한 사회적 모델의 중요성을 인식하고 이를 자신의 가치로 내면화하며, 직접적으로 자신의 외모를 개선할 수 있는 성형에 대하여 긍정적인 시각을 갖고 있다는 점을 시사한다. 또한 현재 우리 사회에서 볼 수 있는 외모에 대한 깊은 관심, 명품 시장의 매출증가, 이상적인 모델로서의 연예인 부각현상 등이 반영된 것으로 사료된다. 둘째, 성공적인 사회생활을 위해서 성형수술이 필요하다고 생각하는 것은 3가지 의복행동(의복의 연예인 모방행동, 성적매력, 명품선호) 모두에 중요한 영향을 미쳤다. 이것은 근래에 언급되었던 외모의 광의적 정의 즉 외모는 타고난 신체는 물론 신체변형에 의해 만들어지는 것까지 포함되어야 한다는 점과 의복은 사회문화적으로 공유된 의미를 내포하고 있는 외모의 일부분이라는 점을 시사한다. 셋째, 저체중의 여대생은 정상체중인 여대생에 비하여 성형에 대한 욕구가 강하고 성형수술에 대한 위험을 감수할 용의가 있으며, 의복의 연예인 모방행동이 높았다. 이것은 우리 사회의 이상체형인 마른 몸매에 속하는 사람들이 정상 몸매를 가진 사람들보다 아름다워지고자 하는 생각이 좀 더 강하고, 연예인의 외모나 의복, 액세서리에 더 관심이 많다는 것을 시사한다. 그러므로 의류업체에서 미적 욕구가 강한 여대생을 표적 집단으로 마케팅 전략을 수립할 때는 연예인이 착용하는 의복과 비슷한 옷이나 액세서리, 개성적이고 독특한 디자인 제품 등을 개발, 제시하는 것이 효과적이라는 점을 시사한다.

본 연구의 제한점과 앞으로의 연구를 위한 제언은 다음과 같다. 첫째, 연구대상자가 경성북도에 소재한 대학의 여학생에만 한정되었으므로 연구의 결과를 전체여성으로 일반화시키는 데는 어려움이 있고, 후속연구에서는 점차적으로 외모에 대한 관심이 높아지고 있는 남성들을 연구대상에 포함시켜 성별에 따른 차이를 조사하는 것이 요구된다. 또한 체격에 따른 연구변인들의 차이에서 과제중대상자가 너무 적어 통계분석에서 제외되

었으므로 연구결과를 해석하는데 주의하여야 하며, 후속연구에서는 저체중대상자와 과제중대상자를 비교하는 것이 필요하다. 둘째 지역이나 연령 등 보다 광범위한 인구통계학적 변인에 따른 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도의 차이 및 이와 관련된 포괄적인 의복행동에 대한 연구가 필요하다. 셋째, 본 연구에서는 선행연구에서의 측정도구를 발췌하여 사용하였으나 후속연구에서는 신뢰도와 타당도 측면에서 표준화된 측정도구를 사용할 것이 요구된다. 넷째, 본 연구에서는 성형태도, 신체편향성, 외모에 대한 사회문화적 태도가 직접 의복행동에 미치는 영향만을 조사하였으나 후속연구에서는 매개변인을 통한 간접적인 효과도 검증되어야 할 것으로 사료된다.

References

- Chang, J. S. (2011). *A study on media-lookism in Korea*. Unpublished doctoral dissertation, Chung-Ang University, Seoul.
- Changing appearance. (2007, January 17). *YonhapNews*. Retrieved June 3, 2012, from <http://www.yonhapnews.com>
- Cho, J. Y. (2012). *The effect of sociocultural attitude toward appearance on body images and consumption behavior of adolescents*. Unpublished master's thesis, Myongji University, Seoul.
- Cho, S. M. (2000). *The effects of sociocultural attitude toward appearance and body images on clothing benefits sought*. Unpublished doctoral dissertation, Yonsei University, Seoul.
- Chun, B. K. (2010). *A genealogical study on the discourse of cosmetic surgery as technologies of the body-self in Korean society*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Chung, M. S., & Lee, K. S. (2007). The influence of aesthetic surgery attitude, self-esteem and body image on clothing behavior. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 45(7), 131-140.
- Cosmetic surgery. (2011, November 4). *ChosunIlbo*. Retrieved June 3, 2012, from <http://www.chosun.com>
- Gim, W. S., & Cha, J. H. (2006). Body-related values and consumer behavior: An Exploratory study for scale development. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 7(3), 455-485.
- Gim, W. S., & Kim, H. J. (2005). Effects of body image on body-related consumption in female. *Journal of the Korean Psychological Association*, 6(3), 27-40.
- Gim, W. S., & Ryu, Y. J. (2007). Development and validation of body-related value scales: Body value inventory-operability and body value inventory-inclination. *Korean Journal of Psychology*, 26(1), 1-21.

- Gim, W. S., Ryu, Y. J., & Kwon, J. H. (2009). The effect of body value on appearance-management behaviors: Focusing on mediation effect of sociocultural attitude toward appearance (SATA) and appearance orientation. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 10(3), 581-600.
- Hong, H. S. (1995). *Person-situation benefit segmentations of the apparel market*. Unpublished doctoral dissertation, Yonsei University, Seoul.
- Hong, K. H. (2006). The influence of the sociocultural attitudes towards appearance, BMI and body image on self-esteem. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 30(2), 348-357.
- Jeon, K. R. (2002). *A study on the need, self-esteem, aesthetic surgery attitude and clothing attitude of female*. Unpublished doctoral dissertation, Sungshin Women's University, Seoul.
- Kim, E. J. (2001). *A research on the appearance-management behaviors in college woman*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Kim, K. K., Lee, K. S., & Chung, M. S. (2001). The effects of self-esteem and sociocultural attitude toward appearance on clothing behavior. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 39(9), 95-102.
- Kim, M. R. (2004). *Study on feelings of college students about cosmetic surgery in Jeonbuk region*. Unpublished master's thesis, Chonbuk National University, Jeonju.
- Kim, S. Y. (2004). *A study on tween generation of clothing interests, entertainer conformity, mass media*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.
- Kong, M. H., & Lee, Y. S. (2009). Gender-role identity types and its impacts on appearance recognition and satisfaction among adolescents-focused on high school students in Busan. *Journal of Adolescent Welfare*, 11(2), 23-42.
- Kwon, S. B. (2010). *Research on the correlation among physical satisfaction, physical management behaviors, and skin care behaviors of university students in the twenties*. Unpublished master's thesis, Kyungil University, Kyung-san.
- Lee, M. S. (2000). *The effect of TV media on body images, clothing behaviors and star-entertainer imitation behaviors*. Unpublished doctoral dissertation, Chungnam National University, Daejeon.
- Lee, M. S., & Song, K. J. (2009). The effects of attitudinal body image and plastic surgery attitude on clothing behavior. *Korean Journal of Human Ecology*, 18(2), 441-449.
- Lee, N. H. (2010). *The influences of high school students' socio-cultural attitudes toward appearance on their body image and sportswear purchasing behaviors*. Unpublished master's thesis, Changwon National University, Changwon.
- Lee, S. K., & Kweon, S. A. (2009). Preference of entertainer image and imitation behavior on adolescents. *Korean Journal of Human Ecology*, 18(2), 419-429.
- Lee, S. S., & Oh, K. J. (2003). Validation study of the socio-cultural attitudes towards appearance questionnaire in Korea. *Journal of the Korean Psychological Association*, 22(4), 913-926.
- Lee, Y. K. (2005). *Analysis factors of consumer attitudes about plastic surgery for beauty*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Park, E. A., & Gim, W. S. (2007). The relationship between objectified body consciousness and body-esteem in female: Comparison of Korea, Japan, and China. *Proceedings of the Korean Psychological Association, Korea*, 124-125.
- Shin, H. N. (2008). *Elements of luxury brands and determinations of brand preferences: A focus on the fashion luxury brands*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Son, E. J. (2007). The influence of public self-consciousness, the internalization of sociocultural value and the attitude of body image on the intention of plastic surgery. *The Korean Journal of Woman Psychology*, 12(1), 63-81.
- Song, K. J., & Kim, J. S. (2005). The effects of body image measured by multi measurements on body modification, self concept, and clothing behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 29(3/4), 391-402.
- Thompson, J. K., & Heinberg, L. J. (1999). The media's influence on body image disturbance and eating disorders: We've reviled them, now can we rehabilitate them? *Journal of Social Issues*, 55(2), 339-353.
- Um, H. S. (2007). *The aesthetic consciousness of face and recognitions of plastic surgery*. Unpublished doctoral dissertation, Kyung Hee University, Seoul.
- Yoo, C. J., & Jung, H. E. (2002). Exploratory research of consumers' beauty seeking behavior. *Journal of Consumer Studies*, 13(1), 211-232.