

눈썹 형태와 추구이미지의 인식에 관한 연구

- 한국과 중국 20 ~ 30대 남성을 중심으로 -

왕아정

서경대학교 대학원 미용예술학과

I. 서론

현대 남성에게 이미지는 자신을 표현하는 도구이며, 자신에게 어울리는 이미지나 갖고 싶은 이미지의 추구를 통하여 자신의 품성과 능력을 드러낼 수 있다. 특히 20~30대 남학생이나 직장 남성의 경우 타인과 관계를 형성하는 시기이기 때문에 외모와 이미지가 더욱 중요하게 여겨진다(최현경, 2019). 중국에서도 개인의 외모 관리와 이미지에 신경을 쓰고, 메이크업을 통해 자신의 단점을 보완하여 장점을 부각시키려는 남성들이 많아지고 있음을 알 수 있다. 본 연구는 한국과 중국의 20~30대 남성을 대상으로 선호하는 눈썹 형태와 추구이미지에 대한 인식을 분석하여 공통점과 차이점을 추론하고자 한다. 이를 통해 사회적 이미지를 형성하는 데 있어 자신의 추구이미지에 따라 인상 형성에 주요 변인이 되는 눈썹 형태를 표현하는데 활용하고, 아직까지 사회적 이미지에 대한 인식이 부족한 중국 남성들에게 이미지의 중요성을 제고시키는 데 연구의 목적이 있다.

II. 내용 및 방법

한국과 중국 남성의 일반적 특성, 선호하는 눈썹 형태, 추구하는 이미지에 대한 알아보기 위한 한국 남성에 대한 설문조사는 비대면 기입식 설문 방법으로 설문조사 기관(주)데이터 스프링을 통해서 2021년 9월 24일부터 2021년 10월 7일까지 14일 동안 20~30대 294명을 대상으로 실시하였다. 중국 남성에 대한 설문조사는 비대면 기입식 설문 방법으로 '问卷星' 웹사이트를 통해서 2021년 9월 24일부터 2021년 10월 4일까지 11일 동안 20~30대 311명을 대상으로 실시하였다. 설문지 문항은 연구대상자의 일반적 특성은 연령, 결혼여부, 애인 유무, 직업, 최종학력 5문항, 선호하는 눈썹 형태는 표준형, 아치형, 상승형, 일자형, 각진형 5문항, 추구하는 이미지는 '세련된', '자연스러운', '폼위 있는', '지적인', '도시적인', '부드러운', '심플한', '개성 있는', '귀여운', '강인한', '발란한', '남성적인', '역동적인', '화려한', '카리스마', '매혹적인' 이미지 16문항으로 총 26문항을 구성하였다. 연구대상의 일반적 특성과 선호하는 눈썹 형태를 파악하기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였고, 추구이미지의 수준을 파악하기 위해 기술통계분석을 실시하였다. 추구하는 이미지에 대한 설문을 통해 응답자가 일관성 있게 조사에 응하였는지 파악하기 위해 신뢰도 분석을 실시하였다. 신뢰도란 측정대상을 여러 번 측정하였을 때에도 동일한 결과가 나타나고, 어떤 지표를 구성하는 항목들 간에 일관성이 있다는 것을 의미한다. 이를 검증하기 위해 크론바흐 알파(Cronbach's alpha) 계수를 이용하였다. 모든 변수의 알파 계수가 0.6 이상으로 나타나 신뢰도가 높은 것으로 판단되었다. <Table 1>

Table 1. Reliability analysis of measuring tools

변수		문항 수	Cronbach's α	
추구 이미지	정적	'세련된', '자연스러운', '폼위 있는', '지적인', '도시적인', '부드러운', '심플한' 이미지	7	.847
	동적	'개성 있는', '귀여운', '강인한', '발란한', '남성적인', '역동적인', '화려한', '카리스마', '매혹적인' 이미지	9	.874
전체		16	.910	

III. 결과 및 고찰

한국과 중국의 20~30대 남성의 일반적 특성에 대한 공통점과 차이점을 알아본 결과, '연령'에 있어 한국 남성은 응답자의 31.3%가 26~30세가 가장 많았으며 중국 남성은 38.9%가 20~25세가 가장 많았다. '결혼 유무'에 있어 한국 남성은 '미혼'자가 75.2%로 '기혼'자 24.8%에 비해 높은 반면, 중국 남성의 '미혼'자는 53.1%로 '기혼'자 46.9%에 비해 크게 차이가 나지 않았다. 이는 중국 남성이 한국 남성에 비해 일찍 결혼을 한다는 것을 알 수 있었다. 또한 '미혼'자 중에서 '애인의 유무'가 한국은 '없다'가 60.2%, 중국은 53%로 위의 '결혼 유무'의 결과와 연관해 볼 때 미혼자가 한국 남성이 많기 때문에 애인이 많이 없는 것으로 판단된다. '직업'에서 한국 남성은 응답자의 31.0%가 '사무/관리직'이 가장 많았으며 중국 남성은 34.1%가 '생산/관리직'이 가장 많아 직종에 대한 차이가 있었다. '최종 학력'에 있어서도 '대학교 재학 및 졸업'은 한국 남성과 중국 남성이 모두 가장 많았지만, '대학교 재학 및 졸업' 다음 높은 응답은 '고등학교 졸업'인 반면 중국은 '대학원 재학 및 졸업'으로 학력 수준에 차이가 있다는 것을 알 수 있었다. 한국과 중국의 20~30대 남성의 선호하는 눈썹 형태에 대한 공통점과 차이점을 알아본 결과, 한국과 중국 남성의 가장 선호하는 눈썹 형태는 '표준형'이라는 것을 알 수 있었다. '표준형' 눈썹은 얼굴형에 관계없이 가장 무난하게 어울리는 눈썹 형태(심하운, 2019)이기 때문인 것으로 판단된다. 반면, 가장 선호하지 않는 눈썹 형태는 한국은 '각진형', 중국은 '일자형'으로 차이가 있었다. (Fig. 1)

한국과 중국의 20~30대 남성의 추구하는 이미지의 공통점과 차이점을 알아본 결과, 한국과 중국 남성 모두 가장 추구하는 이미지는 '자연스러운' 이미지인 것으로 나타났다. 가장 추구하고 싶지 않은 이미지는 한국과 중국 남성 모두 '귀여운' 이미지였다. 두 번째로 추구하는 이미지부터 하위권에 이르는 추구이미지를 비교해 볼 때, 한국과 중국 사이에 확연한 차이가 있었다. 한국 남성들은 '심플한', '부드러운', '세련된', '도시적인'인 이미지를 많이 추구하고 중국 남성들은 '남성적인', '심플한', '폼위 있는', '역동적인', '강인한', '세련된' 이미지를 추구하였다. 한국 남성들의 추구이미지에서 중·하위권에 차지하는 이미지가 중국 남성들에게는 상위권에 추구하는 이미지로 나타났으며, 중국 남성들에게 하위권을 차지한 이미지가 한국 남성들에게는 상위권을 차지하여 추구 이미지에 큰 차이가 있었다.

이것은 한국 남성이 깔끔한 개인 이미지를 보여주려는 경향이 강하여 자신의 개성을 드러내는 것을 좋아하지 않는다(최현경, 2019; 한희정, 2013)는 연구 결과와 유사하였다. 반면 중국 남성은 용감하고 책임감 있고 남성적인 이미지를 더 선호하며 기대고 믿음을 받는 느낌을 좋아하는 편이라는 연구 결과와도 유사하였다. (Fig. 2)

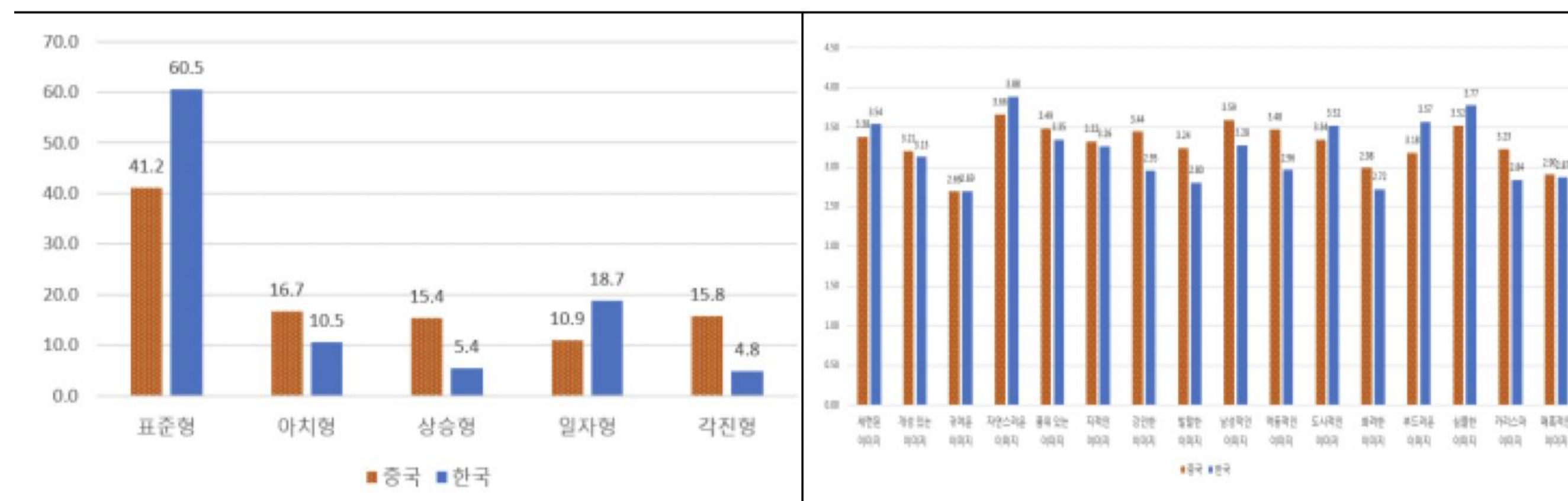


Fig. 1. Comparison of preferred eyebrow shape between South Korean and Chinese men

Fig. 2. Comparison of desirable image between South Korean and Chinese men

IV. 결론

본 연구는 한국과 중국의 20~30대 남성을 대상으로 일반적 특성, 선호하는 눈썹 형태, 추구하는 이미지를 알아보고, 양국 간의 공통점과 차이점의 분석해 보고자 한다. 사회적 이미지에 대한 인식이 부족한 중국 남성들에게 이미지의 중요성을 제고시키고자 설문 및 통계 방법을 통해 다음과 같은 결론을 유추하였다.

첫째, 한국과 중국 남성의 일반적 특성에 있어 '결혼 유무'에 있어 중국 남성의 기혼률이 더 높아 중국 남성이 한국 남성에 비해 일찍 결혼을 한다는 것을 알 수 있었다. 또한 '직업'에 있어 한국 남성은 '사무/관리직'이 가장 많은 반면, 중국 남성은 '생산/관리직'이 가장 많았다. '최종 학력'에 있어 두 나라 모두 '대학교 재학 및 졸업'이 가장 많았으나 다음으로 한국은 '고등학교 졸업'인 반면 중국은 '대학원 재학 및 졸업'이 많아 중국이 한국보다 고학력 추세로 가고 있음을 보여주었다.

둘째, 한국과 중국 남성의 선호하는 눈썹 형태는 양국 모두 '표준형' 눈썹으로 동일하였지만 한국 남성들이 가장 선호하지 않는 '각진형' 눈썹을 중국 남성들이 선호하여 사회적 성향을 고려할 때 중국 남성들이 남성적인 이미지를 더 많이 추구한다는 것을 알 수 있었다.

셋째, 한국과 중국 남성의 추구하는 이미지는 양국 모두 '자연스러운' 이미지였고, 가장 추구하고 싶지 않은 이미지도 '귀여운'으로 같았다. 그러나 한국 남성들은 '심플한', '부드러운', '세련된', '도시적인' 이미지도 많이 추구하는 반면, 중국 남성들은 '남성적인', '심플한', '폼위 있는', '역동적인', '강인한' 이미지를 추구하여 선호하는 눈썹 형태에서도 성향을 알 수 있었던 것처럼, 용감하고 책임감 있는 남자다운 이미지를 선호하여 남성적이고 강인한 이미지에 대한 추구가 더 높았다. 이러한 추구 이미지는 고학력일수록 더 높게 나타나 중국의 사회적 이미지 추구에 있어서 '직업'보다 '학력'이 우위하다는 것을 알 수 있었다.

V. 참고문헌

Jin-kyeong, Kim (2015). An Assessment of Facial Image by Average Rate of Change in Eyebrow Makeup. Graduate School of Joongbu University
Ha-Yoon, Shin (2019). A Study on the Image of Eyebrow Makeup Design Element - Based on shape, texture and color -. The Graduate School of Arts Chung-Ang University
Eun-kyung, Shin (2016). The Relationship among Cosmetic Motivation, Young Face Image Makeup, Appearance Management Behavior and Subjective Happiness of Adult Women. The Graduate School of Social and Culture · Public Administration and Welfare Hannam University
Ran-sug, Seo (2013). A Study on Male's Semi-permanent Preferences by Pursued Image -Focused in the 20s-50s Motives of Appearance Management, Preference in Semi-permanent and Re-treatment Intentions-. Journal of the Korean Society of Cosmetology, 19(3), pp. 545-556
Hyun-kyung Choi (2019). A Study on the pursuit types of the male office worker and the expression of fashion styles. The Graduate School of Design Sungkyunkwan University
Hee-jung, Han (2013). Image Pursued, Dissatisfaction and Design Assessment as Determined by Mountaineering Specialization and Benefits Pursued for Mountain Gear. The Graduate School of Kyung Hee University