

[Original Article]

## The difference in female image preference by nation and gender between Korea and China

Jing Li, Hye Won Lee\*, and Mi Young Kim\*\*†

Master, Dept. of Clothing, Gachon University, Korea

Ph.D., Dept. of Clothing, Gachon University, Korea\*

Professor, Fashion Design Major, Gachon University, Korea\*\*

### 한국과 중국의 국가와 성별에 따른 여성이미지 선호도의 차이

이정 · 이해원\* · 김미영\*\*†

가천대학교 의상학과 석사, 가천대학교 의상학과 박사\*,

가천대학교 패션디자인전공 교수\*\*

### Abstract

This study aims to identify the differences between Korean and Chinese and males and females in terms of female image preferences. The survey was conducted for 1 month targeting male and female Korean and Chinese subjects. Among the 350 completed questionnaires, 309 were used for analysis. For the analysis, 11 female images were chosen based on theoretical study, then a *t*-test and a paired *t*-test were carried out using SPSS 19.0. The results of this study are as follows: First, differences in female image preferences were observed to depend on nationality and gender. Koreans prefer urban images while Chinese prefer cute, intelligent, and sexy images. Second, males prefer innocent or sexy images, while females prefer sophisticated images. Third, Korean males prefer innocent, active, sophisticated, gentle, cute, sexy, urban, natural, intelligent, spectacular, and neutral images in order. Chinese males prefer gentle, innocent, sexy, active, sophisticated, intelligent, cute, natural, urban, spectacular, and neutral images in order. Fourth, Korean females prefer sophisticated, gentle, urban, natural, intelligent, innocent, active, sexy, cute, spectacular, and neutral images in order. Chinese females prefer sophisticated, intelligent, cute, gentle, innocent, active, natural, sexy, urban, spectacular, and neutral images in order. Using these results, it will be possible to design marketing strategies for global consumers.

Received November 15, 2018

Revised December 20, 2018

Accepted December 21, 2018

†Corresponding author

(mikim@gachon.ac.kr)

ORCID

Jing Li

<http://orcid.org/0000-0002-9846-4836>

Hye Won Lee

<http://orcid.org/0000-0001-7513-8547>

Mi Young Kim

<http://orcid.org/0000-0001-8371-1972>

This paper is a part of a  
master's thesis.

*Keywords: female image(여성이미지), cross-cultural study(비교문화연구), Korea and China(한국과 중국), image preference(이미지 선호도)*

### I. Introduction

사회의 변화에 따라 여성의 이미지는 급속하게 변화하였다. 특히 현대사회에서 TV, 신문, 비디오 등 대중매체가 발전되어 여성의 아름다움에 대한 판단기준이 다양해지고 여성이미지의 대한 선호도도 다양해졌다. 이미지는 외모지상주의 사회에서

대인관계의 중요한 요인이 되고 있다. 특히 여성들은 자신의 이미지에 관심이 더욱 많아지고 있고, 자기관리에 대한 시간적, 경제적 투자도 증가하고 있다. 이미지는 주로 옷차림, 신체적 외형, 태도 등의 요소로 표현된다(Kim, 2000). 그러나 이런 여성 이미지에 대한 사람들의 선호도는 다양한 요인의 영향을 받는다. Kim(2013)과 Kim(2016), Lee, Jung, and Bian(2015)의 연구에 의하면 사람들이 선호하는 여성이미지에 영향을 주는 요인으로 국가, 성별, 문화권 등의 요인을 언급하고 있다. 구체적으로 보면 첫째, 나라와 문화권에 따라 차이가 있을 것이다(Baek & Kim, 2015). Choi, Kim, and Kim(2007)과 Kim(2002)의 연구에서도 한국과 중국 여성들은 미에 대한 인식 차이가 있으며, 특히 한국과 중국은 같은 유교사상 국가지만 문화의 역사적 배경에 따라 다른 가치관이 형성되었고, 따라서 선호하는 여성이미지도 다르다고 하였다. Kim(2002)은 한국 여성은 세련된 이미지를 선호하고 중국 여성은 개성적인 이미지, 섹시한 이미지, 이지적인 이미지를 선호한다고 하였다. Kim(2013)은 한국 사람들은 여성이미지에 대한 고정관념을 가지고 있고, 대부분 젊은 이미지를 선호하는 반면 중국 사람들은 원숙한 여성이미지를 선호한다고 하였다. 그러나 한국과 중국의 여성이미지에 대한 비교연구들(Gao, 2012; Han, 2016; Peng, 2015; Xie, 2012)은 주로 잡지의 모델 여성을 대상으로 실시하였으며, 실제 일반인들의 여성이미지를 비교하는 연구는 많지 않았다. 둘째, 성별에 따라 여성이미지에 대한 선호도도 다를 것이다. Park and Suh(2009)의 연구에 의하면 남성은 우아하고 청순한 여성이미지를 선호하고, 여성은 다양한 여성이미지를 선호한다고 하였다. 또한 남성은 섹시한 여성이미지를 선호하며(Shin, 2015), 여성은 환경에 따라 분위기 있는 이미지를 선호한다고 하였다(Hong, 2016).

이와 같이 사람들의 인식은 그 시대의 문화에 따라 변화되어 왔으며, 여성이미지에 대한 선호도도 사회·문화의 변천에 따라 계속 바뀌고 있다. 최근의 여성이미지에 관련된 선행연구는 주로 여성이미지의 구성요소와 인상평가에 관한 연구(Han, 2009; Kang, 2011; Kim, 2011; J. H. Lee, 2008; Seo, 2014; Seong & Choi, 2011; Yang, 2010)로 이루어졌고, 성별과 이미지선호도에 관한 연구들(Lee, 2013; M. S. Lee,

2008; Paik & Lee, 2000; Yoon & Lee, 2000)은 대부분 남성이나 여성 각각의 선호하는 이미지를 연구해 왔다. 그러나 국가와 성별에 따른 여성이미지 선호도의 차이에 관한 연구는 아직 부족한 편이다. 따라서 본 연구는 한국과 중국 국가별, 성별에 따라 사람들이 선호하는 여성이미지 선호도의 차이를 알아보고자 한다. 이를 통하여 한국과 중국의 여성이미지에 대한 이해도를 높일 수 있을 것이며, 뷰티 및 패션 업체의 상품 전개나 홍보를 위한 마케팅 전략으로 활용할 수 있을 것으로 기대된다.

## II. Theoretical Background

### 1. Image and differences in female image preference by nation

이미지란 프랑스어 ‘imago(imitari+ago)’에서 유래된 용어로, ‘인물의 영상’이라는 의미를 가지고 있다(Monthly Art, 1999). 사전적 정의로는 상(像), 심상(心象), 영상(映像), 표상(表象) 등 마음속에 그려지는 것을 뜻하며(Kim, 2016), 일반적으로 이미지 지각은 시각적 요소의 영향을 많이 받게 된다. Mehrabian(1972)에 따르면 이미지는 55%가 시각으로 결정되고, 나머지 38%가 청각, 그 외 7%만이 기타 요소로 결정된다고 한다. 시각적인 이미지는 이미지 형성에 큰 비중을 차지하고 있으며, 첫인상과 대인관계에서 중요한 요인으로 작용된다. 이러한 이유로 사람들은 첫인상에서 매력적인 이미지로 보이기 위하여 외적인 부분에 신경을 쓰게 된다. 실제 매력적인 여성이미지는 사회적 관계에서 긍정적인 효과를 발휘하며, 자신이 선호하는 이미지일수록 상대방을 더 친근하고, 지적이며 능력이 뛰어나다고 지각하였다(Kim, 1993). 실제 직장에서도 남성이 여성보다 여성이미지를 더 중요시한다고 하였고(Park & Lee, 2009), 데이트 대상이나 결혼상대를 선택하는 상황에서도 여성의 이미지는 중요한 조건이 된다고 하였다(Lee & Kim, 2006; Sung, Park, Lee, & Kim, 2009). Choi(2014)의 연구에서는 여성 정치인의 이미지는 중요한 정치도구로 활용되고 있다고 하였다. 즉, 여성의 이미지가 현대사회에서 매우 중요한 요소임을 알 수 있다.

이미지에 대한 선호도는 사회 경제 및 문화적인 영향에 의해 형성되며, 그 특성이 변화함에 따라 선호하

는 이미지도 변화한다. Xie(2012)는 한국과 중국은 지리적 거리가 가깝고 유사한 문화도 많지만 여성에 대한 이미지 지각 및 이미지의 선호도에서 유사점과 차이점이 있다고 하여 중국과 한국의 여성이미지 선호에 차이가 있음을 시사하였다. Murasawa(1987/2010)는 그의 저서에서 한·중·일의 선호하는 여성이미지를 비교연구하였는데, 그 내용을 보면 일본인은 화려하고 외향적인 인상을 강하게 주는 사람을 선호하고, 한국인과 중국인은 화려하면서 섹시한 여성을 선호한다고 하였다. 또한 Xie(2012)의 연구에서도 한국과 중국 잡지에서 나타나는 여성이미지는 공통적으로 클래식한 이미지로 묘사되고, 섹시한 이미지의 뷰티 타입 비율도 비슷하게 표현한다고 하였다. 이러한 현상에 대한 원인은 동일한 유교문화권의 영향을 받았다는 점과 동시에 1995년 시작된 ‘한류’ 문화도 한 원인으로 볼 수 있다. 한류의 영향으로 중국에서는 한국의 대중문화 콘텐츠가 급속도로 퍼졌으며, 이로 인해 한국 연예인의 이미지에 대한 큰 관심이 생겨나 선호하는 여성이미지에도 영향을 받게 된 것이다(Geng, 2013). 반면 한국과 중국은 실제 문화의 차이로 인해 사람들이 선호하는 여성이미지가 다르다는 연구결과도 있다(Kim, 2013). 한국은 가부장적 문화의 영향으로 여성들이 순하고 여성스러운 이미지를 선호하는 반면, 중국은 양성평등 문화의 영향으로 외모보다는 똑똑하고 능력이 있는 여성이미지를 선호한다고 하였다(Kim, 2013). 또한, 한국 여성은 세련된 이미지를 선호하고(Hong, 2016), 중국 여성은 내추럴한 이미지와 캐주얼한 이미지를 선호한다고 하였다(Bi, 2013). Baek(2011)의 연구에서는 한국 여성을 패션관여도에 따라 집단을 나누어 살펴보았는데, 패션 고관심집단은 로맨틱 이미지와 엘레강스 이미지, 에스닉 이미지를 선호하였고, 패션 무관심집단은 매니쉬 이미지와 컨트리 이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 Hwang(2008)의 연구를 보면, 중국 여성은 자연스러운 여성이미지를 선호하는 것으로 나타나, 한국 여성과 중국 여성의 선호이미지에 차이가 있는 것을 확인할 수 있다. 이렇듯 이상의 선행연구들을 살펴보면 한국과 중국은 지리적인 위치로 인해 문화적으로 상호영향을 받고 있어 이미지의 선호가 유사한 점이 있지만, 관습이나 국가체제의 차이로 인해 차이점도 있음을 알 수 있다.

## 2. Female image preference by gender

남성과 여성이 선호하는 여성이미지는 차이가 있는 것으로 밝혀졌는데, J.-Y. Lee(2007)의 연구를 보면 남성은 엘레강스한 화장이미지를 선호하는 반면, 여성은 소피스트케이튼한 화장이미지를 선호하여 성별에 따라 선호하는 화장이미지에 차이가 나타났다. Baek and Kim(2015)의 연구에서는 성별에 따라 나타나는 여성이미지 평가의 차이를 밝혔다. 즉, 남성은 활동적인 여성이미지를 선호하고, 여성은 친절한 여성이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 반면, 앞선 연구들과는 달리 여성이미지를 더 구체적으로 분류한 Park and Suh(2009)의 연구에서는 남녀에 따른 여성 이미지 선호의 차이가 물리적 특성을 제외한 심리적 특성에서만 나타났다. 즉, 남녀 모두 크고 또렷한 눈, 높고 오뎅한 코, 가름하고 작은 얼굴선, 하얗고 깨끗한 피부를 선호하였으나, 심리적 특성의 경우, 여성은 지적이고 당당하며, 세련된, 일 지향적인 여성이미지를, 남성은 귀엽고 섹시한 여성이미지를 선호하여 성별에 따른 차이가 물리적 여성이미지와 심리적 여성 이미지에 따라 다르게 나타나는 것을 확인하였다. J.-Y. Lee (2007)는 성별에 따라 선호하는 여성 얼굴 이미지도 고찰하였는데, 남성은 부드럽고 동그란 눈, 하얗고 깨끗한 피부, 턱이 적당히 긴 얼굴, 부드러우면서도 내면에 섹시한 매력을 지닌 여성이미지를 선호한 반면, 여성은 과도하게 섹시한 이미지, 작은 얼굴, 쌍꺼풀 진 큰 눈, 오뎅한 코, 전체적으로 인형 같은 이미지를 선호하는 것으로 나타났다. Shin(2015)의 연구에서는 성별에 따라 선호하는 여성 화장이미지를 비교하였다. 그 결과, 남성은 맑고 귀여운, 모던한, 또는 성적 호감을 느낄 수 있는 여성이미지를 선호한 반면, 여성은 자신이 추구하는 이미지나 이성에게 호감을 받을 수 있는 이미지를 선호하는 것으로 밝혀졌다. 20, 30대 성인남녀를 대상으로 진행한 Ryoo and Ryu(2001)의 연구에서는 남성은 차분하고 여성적인 이미지를 선호한 반면, 여성은 활동적이고 중성적인 이미지를 선호하였고, 미팅상황에서 역시 남성은 섹시한 여성이미지를, 여성은 매니쉬한 이미지를 선호하여 여성이미지의 선호에 남녀의 차이가 존재하는 것을 확인하였다. 그러나 맞선상황의 경우, 남녀 모두 엘레강스-클래식한 의복을 선호하여 상황에 따라 선호하는 이미지에 차이가 있음을 확인하였다. 또한,

Lee(2013)의 연구에서는 남성이 화려하고 대담하며 고급스런 여성이미지를 선호한 반면, 여성은 섹시하고 도시적이면서 현대적인 여성이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 다음으로 남성이 선호하는 여성이미지에 대한 선행연구를 살펴보면, Kim(2011)은 남성이 선호하는 여성이미지를 수동적인 이미지와 적극적인 이미지로 분류하였고, 그 결과 지배욕이나 권력욕이 강한 남성일수록 순하고 부드러운 여성이미지를 선호하고, 자극에 민감한 남성일수록 관능적이고 섹시한 여성이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 한편, Kim(2016)의 연구에서는 연령대에 따라 남성이 선호하는 여성이미지의 차이를 밝히고자 하였는데, 20대와 30대, 40대 남성들은 모두 로맨틱한 여성이미지를 선호하는 것으로 나타나, 연령대에 따른 이미지 선호의 차이는 없는 것으로 나타났다. 이상의 선행연구들을 살펴보면 여성이미지에 대한 선호도는 성별에 따라 차이가 있음을 알 수 있다.

### 3. Review of female image terminology

본 연구에서는 기존 연구에 사용된 여성이미지들을 살펴보고 연구에서 사용된 여성이미지의 빈도를 분석하여 본 연구에서 사용할 여성이미지를 추출하고자 한다. 일반적으로 여성이미지에 대한 대부분의 연구는 이미지를 표현하는 형용사를 수집하는 방식으로 이루어진다. 본 연구에서는 Lee(2004)의 이미지추출 방법을 참고하여 기존 연구들에서 사용되는 이미지를 살펴보고, 사용된 이미지요인의 빈도를 기본으로 본 연구에서 사용할 이미지요인들을 추출해 보고자 한다.

이미지변인이 사용된 선행연구들을 살펴보면 Oh(1996)는 의류시장을 세분화를 연구하기 위하여 여성 의복이미지를 세련된, 단정한, 지적인의 3개 이미지로 분류하였다. Lee and Suh(1998)는 네크라인과 헤어스타일에 따른 여성 얼굴이미지 및 형태변화를 알아보기 위하여 개성적 이미지, 여성적 이미지, 귀엽고 청순한 이미지, 지적인 이미지, 단정한 이미지의 5개 이미지로 여성의 얼굴이미지를 분류하였다. Kweon(1999)은 여성의 얼굴 이미지가 인상형성에 미치는 영향을 연구하기 위하여 얼굴이미지를 거만한, 개성 있는, 여성스러운, 착한, 지성적인, 선량한, 우아한, 따뜻한의 8개 이미지로 추출하였다. Ryoo and Ryu(2001)는 첫 인상에 영향을 주는 여성적인 이미지와 의복스타일을

알아보기 위하여 의미미분척도를 이용하여 활동적인-차분한, 화려한-수수한, 여성적인-남성적인과 같이 3개의 단위로 이미지를 분류하였다. Park, Han, and Chung(2002)은 얼굴의 물리적 특성을 연구하기 위하여 따뜻하다, 부드럽다, 참하다, 날카롭다, 동양적이다, 차갑다, 강하다, 옛되다, 귀엽다, 여리다, 청순하다, 성숙하다와 같이 총 12개 이미지로 얼굴이미지를 분류하였다. Park and Lee(2002)는 여성들이 추구하는 의복이미지를 연구하기 위하여 발랄한 이미지, 지적인 이미지, 섹시한 이미지, 낭만적 이미지, 단정한 이미지의 5개 이미지로 의복이미지를 분류하였다. Kim, Park, and Chung(2004)은 아름다운 여성이미지가 가지는 감정적 특징을 분석하기 위하여 따뜻하다, 부드럽다, 참하다, 청순하다, 옛되다, 강하다, 날카롭다, 여리다, 동양적이다, 성숙하다, 섹시하다, 차갑다, 서구적이다, 야무지다의 14개 이미지로 여성이미지를 분류하였다. Song, Park, and Lee(2005)는 여성 얼굴의 형태적 특성을 알아보기 위하여 온유성, 현대성, 품위성, 사교성의 4개 이미지로 여성의 얼굴이미지를 분류하였다. Song(2005)은 직장 여성을 대상으로 여성 화장이미지가 인상형성에 미치는 영향을 연구하기 위하여 우아하고 지적인, 샤프하고 현대적인, 세련되고 고급스런, 건강하고 생기 있는, 명랑하고 귀여운, 투명하고 청순한, 성숙하고 섹시한, 강렬하고 적극적인, 내추럴하고 편안함의 9개 이미지로 여성의 얼굴 이미지를 분류하였다. Jeong and Kang(2006)은 메이크업 컬러와 코디네이션에 의해 형성된 얼굴이미지를 연구하기 위하여 매력성, 품위성, 현시성, 귀염성, 부드러움의 5개 이미지로 얼굴이미지를 분류하였다. K.-S. Lee(2007)는 성인 여성의 추구이미지를 연구하기 위하여 여성스럽고 우아한, 현대적이고 지적인, 활동적이고 실용적인, 전원적이고 보수적인의 4개 이미지를 분류하였다. Lee(2010)는 지각자의 연령, 의복색과 얼굴색에 따른 여성이미지 평가의 차이를 알아보기 위하여 여성이미지를 매력성, 화려함, 여성성, 젊음, 정숙성, 친숙성의 6개 이미지로 분류하였다. Kim(2011)은 남성들이 선호하는 여성의 화장이미지 및 색채를 연구하기 위하여 여성이미지를 내추럴한, 귀여운, 사랑스러운, 발랄한, 도시적인, 지적인, 우아한, 섹시한, 성적 호감의 9개 이미지를 분류하였다. Im(2011)은 여성의 헤어컬러이미지를 연구하기 위하여

사교적이다, 자연스럽다, 세련된다, 부드럽다, 여성스럽다, 현대적이다, 이지적이다, 도시적이다, 개성적이다, 전통적이다, 품위 있다, 원숙하다, 지적이다의 16개 이미지를 분류하였다. Lee(2012)는 모델을 대상으로 여성이미지의 변화를 분석하기 위하여 활동적, 관능적, 자연스러운, 귀여운, 고급스러운, 지적인, 가정적인의 8개 이미지를 분류하였다. Back and Kim(2015)은 한국, 중국, 일본 사람이 지각하고 선호하는 한국 여성의 얼굴이미지를 알아보기 위하여 이미지를 친근성, 동안성, 세련성, 활동성의 4개 이미지로 분류하였다. 위 내용을 정리하면 다음 <Table 1>과 같다.

### III. Research Method and Process

#### 1. Research problems

본 연구에서는 한국·중국 국가와 성별에 따른 여성이미지에 대한 선호도의 차이를 밝히고자 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 국가에 따른 여성이미지 선호도의 차이를 밝힌다.

1-1. 한국 남성과 중국 남성에 따른 여성이미지 선호도의 차이를 밝힌다.

1-2. 한국 여성과 중국 여성에 따른 여성이미지 선호도의 차이를 밝힌다.

연구문제 2. 성별에 따른 여성이미지 선호도의 차이를 밝힌다.

2-1. 한국 남성과 한국 여성에 따른 여성이미지 선호도의 차이를 밝힌다.

2-2. 중국 남성과 중국 여성에 따른 여성이미지 선호도의 차이를 밝힌다.

연구문제 3. 국가별, 성별 여성이미지들 간의 선호도의 차이를 밝힌다.

3-1. 한국 남성의 여성이미지들 간의 선호도의 차이를 밝힌다.

3-2. 중국 남성의 여성이미지들 간의 선호도의 차이를 밝힌다.

<Table 1> The review of female image term

Female image term	Measurement item	Source
Classiness, decency, intelligent	Clothing market segmentation by situational self image	Oh (1996)
Personality, womanly, cute and innocent, intelligent, decency	Effect of neckline-hairstyle combinations on the perception of face image and type	Lee and Suh (1998)
Hauteur, characterful, womanly, kindness intelligent, goodness, classiness, warmth	Impression formation based on facial shape 1	Kweon (1999)
Active, equable, spectacular, conservative, womanly, Neutral	The image of ideal woman and the preference of clothing in the situation of first impression formation	Ryoo and Ryu (2001)
Warmth, gentler, equable, sharp, Orients, wintry, tough, cute, youthful, soft, innocent, mature	The analysis of physical features and affective words on facial types of Korean females in twenties	Park et al. (2002)
Cheerful, intelligent, sexy, romantic, decency	A study on color makeup preference by pursuing clothing image and clothing behavior	Park and Lee (2002)
Gentle, modernity, classiness, sociality	A study on the face image to shape differences and make up	Song et al. (2005)
Daring, active, attractiveness, assailability	The effect of women's self-image evaluation and selection in clothing styles	Ryoo and Kim (2002)

&lt;Table 1&gt; Continued

Female image term	Measurement item	Source
Attractiveness, classiness, modernity, cute, gentler	The visual evaluation of face image according to color coordination of makeup	Jeong and Kang (2006)
Womanly and classiness, modernity and intelligent, active and practical, decency	A research of appearance-management behavior in adult women and degree of appearance concern	K.-S. Lee (2007)
Elegance, sexy, natural	The difference between real self-image and ideal self-image in accordance with the attitude towards appearance	Kim and Kim (2010)
Attractiveness, spectacular, womanly, silence, fresh-faced, familiarity	A study on image evaluation and preference by complexion, garment color and perceiver's age	Lee (2010)
Natural, cute, lovely, cheerful, urban, intelligent, classy, sexy, desirable	A study on make-up image and color preferred by men of 20s~30s	Kim (2011)
Active, youthfulness, fresh, sociality, natural, classy, gentle, womanly, modernity, intelligent, urban, cheerful, traditional, refined, mature	Image evaluation and image management strategy accompanied with women's hair color	Im (2011)
Active, sensual, natural, cute, classy, intelligent, homely	Changing images of Korean women as represented on women's magazine covers : focusing on makeup, hair styles, and fashion	Lee (2012)
Friendliness, youthfulness, classiness, activeness	A cross-cultural study of facial awareness, influential factors, and attractiveness preferences among Korean, Japanese, and Chinese men and women evaluating Korean women by Facial Type	Beak and Kim (2015)

3-3. 한국 여성의 여성이미지들 간의 선호도의 차이를 밝힌다.

3-4. 중국 여성의 여성이미지들 간의 선호도의 차이를 밝힌다.

## 2. Research method

여성이미지 선정을 위하여 이론적 배경에서 살펴본 16개의 선행 연구에서 나타난 이미지 104개 중 동일한 이미지를 제외한 총 65개 이미지들을 우선 선별하였다. 이후 같은 의미를 갖는 유사한 이미지들 예를 들어 현대성, 현시성과 같은 이미지는 도시적인 이미지로, 발랄한, 활동적인, 활동성, 사교적인 등의 이미지는 활동적 이미지로 다시 묶어서 살펴보았다. 그 결과, 여성이미지를 총 21개의 요인으로 분류할 수 있었

다. 가장 빈번히 사용된 이미지 요인들을 알아보기 위하여 21개의 사용된 이미지 요인들의 빈도를 분석하였고, 그 중 5번 이상 사용된 이미지들은 다음 <Table 2>와 같다.

21개의 이미지 요인들 중 기존 연구에 사용된 빈도가 5 이상인 이미지들은 세련된, 도시적인, 섹시한, 적극적인, 지적인, 귀여운, 청순한, 부드러운, 화려한, 내추럴, 중성적인의 11가지 이미지이며, 이는 빈번히 사용되는 대표적인 여성이미지 요인이라고 할 수 있다. 세련된 여성이미지 요인은 분석에 포함된 연구 중 13.46%에서 사용되었으며, 도시적인 이미지는 10.58%, 섹시한 이미지는 9.62%, 활동적 이미지는 8.65%, 지적인 이미지는 8.65%, 귀여운 이미지는 6.73%, 청순한 이미지는 6.73%, 부드러운 이미지는 5.77%, 화려

&lt;Table 2&gt; Female image term frequency

Most frequently used words	n (%)
Sophisticated image	14 (13.46)
Urban image	11 (10.58)
Sexy image	10 ( 9.62)
Active image	9 ( 8.65)
Intelligent image	9 ( 8.65)
Cute image	7 ( 6.73)
Innocent image	7 ( 6.73)
Gentle image	6 ( 5.77)
Spectacular image	5 ( 4.81)
Natural image	5 ( 4.81)
Neutral image	5 ( 4.81)

한 이미지는 4.81%, 내추럴 이미지는 4.81%가 사용되었다. 이에 따라 본 연구에서는 이미지 요인들 중 사용 빈도가 높은 이미지들인 세련된, 도시적인, 섹시한, 적극적인, 지적인, 귀여운, 청순한, 부드러운, 화려함, 내추럴, 중성적인을 사용하여 국가와 성별에 따른 여성이미지 선호도의 차이를 측정하였다.

설문지를 사용하여 조사하였으며, 문항은 5점 리커트 척도로 측정하였다. 인구통계적 특성으로는 연령, 직업, 교육수준, 결혼 여부, 거주지역 등을 측정하였다.

### 3. Data collection and analysis

본 연구를 수행하기 위하여 2016년 6월, 중국과 한국의 20대 남녀를 대상으로 한 예비조사를 통하여 문항을 수정하였다. 한국어 설문지와 번역된 중국어 설문지를 이용하여 연구대상으로부터 자료를 수집하였으며, 자료 수집은 2016년 6월부터 7월까지 중국 베이징 수도권 지역과 한국 서울 수도권 지역에 거주하는 10~40대 남녀를 대상으로 이루어졌다. 350부의 설문지 중에서 320부가 회수되었으며, 이 중 응답 내용이 불성실한 것을 제외한 총 309부가 분석에 사용되었다.

자료분석을 위한 통계는 SPSS 19.0 프로그램을 이용하였으며, 빈도분석, *t*-test, Paired *t*-test를 실시하였다.

### 4. Respondents' demographics

한국인 응답자는 남성이 63명, 여성이 102명이었고,

연령은 15~19세가 42명, 20~29세 95명, 30~39세 22명, 40~49세 7명으로 20대 비율이 가장 높았으며, 결혼 여부는 미혼 134명, 기혼 29명, 기타 3명이었다. 학력은 고등학교 졸업 이하 8명, 전문대 재학 및 졸업이 83명, 대학교 재학 및 졸업이 72명, 대학원 재학과 대학원 졸업 이상이 3명으로 나타났고, 직업은 전업주부 12명, 전문직 6명, 경영 및 관리직 2명 전문 및 기술직 7명, 사무직 3명 판매 및 서비스직 4명, 학생 128명, 기타 8명으로 나타났다.

중국인 응답자는 남성이 86명, 여성이 57명으로 여성에 비해 남성의 분포가 높았고, 연령은 15~19세가 20명, 20~29세가 123명이었으며 결혼 여부는 미혼 131명, 기혼 5명, 기타 7명이었다. 학력은 고등학교 졸업 이하 3명, 전문대 재학 및 졸업이 57명, 대학교 재학 및 졸업 81명, 대학원 재학과 대학원 졸업 이상이 2명으로 나타났고, 직업은 학생이 143명으로 가장 높은 분포를 보였다.

## IV. Results

### 1. Differences in female image preference by nation

국가에 따른 여성이미지 선호도의 차이를 살펴보기 위하여 이론적 연구에서 추출한 귀여운 이미지, 세련된 이미지, 섹시한 이미지, 활동적 이미지, 지적인 이미지, 도시적 이미지, 부드러운 이미지, 청순한 이미지, 화려한 이미지, 내추럴한 이미지, 중성적 이미지를 사용하여 국가별 *t*-test를 실시하였다.

### 1) Differences in female image preference between Korean male and Chinese male

한국 남성과 중국 남성의 여성이미지 선호도의 차이를 밝히기 위하여 *t*-test분석을 실시한 결과, 한국 남성과 중국 남성의 여성이미지 선호도는 11개의 여성 이미지 중 섹시한 이미지와 부드러운 이미지에서만 유의한 차이가 나타났다(Table 3).

결과를 살펴보면, 한국 남성과 중국 남성이 선호하는 여성이미지는 전반적으로 유사한 결과가 나타났으나, 부드러운 여성 이미지( $M=4.01$ )와 성적 매력이크여지는 섹시한 여성 이미지( $M=4.00$ )의 경우, 중국 남성의 선호도가 한국 남성보다 더 높게 나타났다. 즉,

<Table 3> The differences in female image preferences between Korean male and Chinese male

Nation	Korean male(n=63) Mean(S.D.)	Chinese male(n=86) Mean(S.D.)	t-test
Cute image	3.67 (1.03)	3.80 (1.07)	- .78
Sophisticated image	3.75 ( .88)	3.92 (1.03)	-1.07
Sexy image	3.63 (1.08)	4.00 ( .98)	-2.12*
Active image	3.75 ( .93)	3.79 (1.10)	-1.47
Intelligent image	3.57 (1.10)	4.11 (1.01)	-1.86
Urban image	3.62 ( .91)	3.31 (1.16)	1.30
Gentle image	3.75 ( .74)	4.01 (1.01)	-2.11*
Innocent image	4.02 (1.22)	3.82 (1.12)	- .02
Spectacular image	3.08 ( .97)	3.14 (1.41)	-1.14
Natural image	3.57 ( .95)	3.75 (1.18)	- .46
Neutral image	2.59 (1.20)	2.54 (1.35)	- .83

\*  $p < .05$

한국과 중국 남성의 여성이미지 선호도는 국가에 따라 일부 차이가 있음을 알 수 있었다. 그 외에서는 대부분의 이미지의 평균값이 중간값인 3점 이상이었으나, 중성적 이미지만 3점 이하로 두 국가 남성들이 모두 선호하지 않는 것을 알 수 있었다.

2) Differences in female image preference between Korean female and Chinese female

한국 여성과 중국 여성의 여성이미지 선호도의 차

이를 밝히기 위하여 t-test를 실시한 결과, 한국 여성과 중국 여성의 여성이미지 선호도는 귀여운 이미지, 도시적인 이미지, 지적인 이미지에서 유의한 차이가 나타났다(Table 4).

한국 여성은 중국 여성에 비해 도시적인 여성이미지( $M=3.86$ )를 선호하는 반면, 중국 여성은 한국 여성보다 귀여운 여성이미지( $M=3.96$ )와 지적인 여성이미지( $M=4.11$ )를 더 선호하는 것으로 나타나, 한국 여성과 중국 여성의 여성이미지 선호도에 일부 차이가 있

<Table 4> The differences in the female image preferences between Korean female and Chinese female

Nation	Korean female(n=103) Mean(S.D.)	Chinese female(n=57) Mean(S.D.)	t-test
Cute image	3.39 ( .96)	3.96 ( .96)	-3.63***
Sophisticated image	4.09 ( .76)	4.15 ( .96)	- .48
Sexy image	3.46 ( .86)	3.52 (1.15)	- .35
Active image	3.69 ( .75)	3.79 (1.10)	- .61
Intelligent image	3.73 ( .95)	4.11 (1.01)	-2.35*
Urban image	3.86 ( .79)	3.31 (1.16)	3.17**
Gentle image	3.91 ( .77)	3.95 (1.01)	- .23
Innocent image	3.70 ( .86)	3.82 (1.12)	- .74
Spectacular image	3.27 ( .98)	3.14 (1.41)	- .63
Natural image	3.74 ( .86)	3.75 (1.18)	- .04
Neutral image	2.94 (1.07)	2.54 (1.35)	1.91

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$



음이 밝혀졌다. 이는 한국 여성은 세련된 이미지를 선호하며(Hong, 2016), 중국 여성은 똑똑하고 능력 있는 여성의 이미지를 선호한다(Kim, 2013)는 선행 연구의 결과들과 일치한다. 두 집단 간 유의한 차이가 나타나지는 않았지만 세련된 이미지의 평균값을 보면 4.0 이상으로 두 국가 여성 모두 선호하는 이미지인 반면, 중성적 이미지는 중간점수인 3.0 이하로 선호하지 않는 것을 알 수 있다.

## 2. Differences in female image preference by gender

선행 연구를 통해 추출된 귀여운 이미지, 세련된 이미지, 섹시한 이미지, 활동적 이미지, 지적인 이미지, 도시적 이미지, 부드러운 이미지, 청순한 이미지, 화려한 이미지, 내추럴 이미지, 중성적 이미지에 대한 남성과 여성의 여성이미지 선호도의 차이를 밝히고자 *t*-test를 실시하였다.

### 1) Differences in female image preference between Korean male and female

한국 남성과 한국 여성의 여성이미지 선호도의 차이를 밝히기 위하여 *t*-test분석을 실시한 결과, 한국 남성과 여성의 여성이미지 선호도는 세련된 이미지에서

만 유의한 차이가 나타났다(Table 5). 결과를 살펴보면 한국 여성은 세련된 이미지( $M=4.09$ )에 대한 선호도가 한국 남성( $M=3.75$ )보다 높게 나타났다. 즉, 여성들은 여성들이 세련된 이미지를 가지고 있다는 것을 좋아하고 있는 것으로, 여성들이 중요시하는 이 세련된 이미지를 남성들은 여성들보다 덜 선호한다는 것을 알 수 있다. 이것은 여성들이 남성들보다 더 세련된 이미지에 대한 이해를 잘하고 있기 때문일 수도 있다. 다른 이미지들의 선호도는 성별에 따른 차이가 크지 않았다.

### 2) Differences in female image preference between Chinese male and female

중국 남성과 중국 여성의 여성이미지 선호도의 차이를 밝히기 위하여 *t*-test분석을 실시한 결과, 중국 남성은 섹시한 이미지( $M=4.00$ )에 대한 선호도가 중국 여성( $M=3.53$ )보다 높게 나타났다(Table 6). 섹시한 이미지를 제외한 나머지 이미지의 선호도는 성별에 따른 차이가 크지 않았다. 중국 남성들은 여성이미지 중 여성성과 성적 호감을 어필하는 섹시한 이미지를 중국 여성보다 더 선호하고 있다는 것을 확인할 수 있었다. 최근 중국 여성들이나 남성들이 화장이나 외모치장에 관심이 많아지고 있고, 광고의 모델들도 섹시한

<Table 5> The differences in female image preference between Korean male and female

Female image	Gender	Korean male( $n=63$ ) Mean(S.D.)	Korean female( $n=103$ ) Mean(S.D.)	<i>t</i> -test
Cute image		3.67 (1.03)	3.39 ( .96)	1.76
Sophisticated image		3.75 ( .88)	4.09 ( .76)	-2.56*
Sexy image		3.63 (1.08)	3.46 ( .86)	-1.05
Active image		3.75 ( .93)	3.69 ( .75)	.41
Intelligent image		3.57 (1.10)	3.73 ( .95)	-1.06
Urban image		3.62 ( .91)	3.86 ( .79)	-1.77
Gentle image		3.75 ( .74)	3.91 ( .77)	-1.38
Innocent image		4.02 (1.22)	3.70 ( .86)	-1.95
Spectacular image		3.08 ( .97)	3.27 ( .98)	-1.23
Natural image		3.57 ( .95)	3.74 ( .86)	-1.23
Neutral image		2.59 (1.20)	2.94 (1.07)	-1.92

\*  $p<.05$

<Table 6> The differences in female image preference between Chinese male and female

Nation	Chinese male(n=86) Mean(S.D.)	Chinese female(n=57) Mean(S.D.)	t-test
Cute image	3.80 (1.07)	3.96 ( .96)	- .92
Sophisticated image	3.92 (1.03)	4.15 ( .96)	-1.50
Sexy image	4.00 ( .98)	3.52 (1.15)	2.55*
Active image	3.79 (1.10)	3.79 (1.10)	1.05
Intelligent image	4.11 (1.01)	4.11 (1.01)	-1.21
Urban image	3.31 (1.16)	3.31 (1.16)	.41
Gentle image	4.01 (1.01)	3.95 (1.01)	- .23
Innocent image	3.82 (1.12)	3.82 (1.12)	1.02
Spectacular image	3.14 (1.41)	3.14 (1.41)	.64
Natural image	3.75 (1.18)	3.75 (1.18)	- .53
Neutral image	2.54 (1.35)	2.54 (1.35)	- .57

\*  $p < .05$

모델이나 섹시한 이미지로 소구하고 있기 때문에 남성들의 섹시한 이미지의 선호도가 높은 것으로 추론된다.

3. Differences between female image preferences

국가별과 성별로 여성이미지들 간의 선호도의 차이를 알아보기 위하여 한국 남성, 한국 여성, 중국 남성, 중국 여성 별로 여성이미지들 간의 선호도를 각각 paired t-test 를 실시하였다.

1) Differences between female image preferences by Korean male

한국 남성의 여성이미지들 간의 선호도의 차이를 알아보기 위하여 paired t-test 를 실시하였다(Table 7).

한국 남성들은 여성이미지 중 청순한 이미지를 가장 선호하였는데, 이는 남성들은 차분하고 여성적인 이미지를 선호하며(Ryoo & Ryu, 2001), 한국인은 순하

고 여성스러운 이미지를 선호한다(Kim, 2013)는 선행 연구 결과와 일치한다. 청순한 이미지와 유의한 차이는 없으나 평균값의 순으로 활동적 이미지, 세련된 이미지, 부드러운 이미지, 귀여운 이미지, 섹시한 이미지, 도시적인 이미지를 비교적 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 화려하거나 내추럴 이미지는 청순한 이미지를 비롯하여 활동적 이미지, 세련된 이미지, 부드러운 이미지, 귀여운 이미지, 섹시한 이미지, 도시적인 이미지에 비해 낮은 선호도를 보였다. 다음으로는 화려한 이미지가 선호되는 것으로 나타났다. 특히 중성적인 이미지의 경우 중간 값인 3점 이하로 나타나, 매니시한 이미지를 선호하지 않는다는 Kim(2016)의 연구와도 일치하는 결과를 보이고 있다.

2) Differences between female image preferences by Chinese male

중국 남성의 여성이미지들 간의 선호도의 차이를

<Table 7> The differences between female image preferences by Korean male

Female image	Innocent image	Active image	Sophisticated image	Gentle image	Cute image	Sexy image	Urban image	Natural image	Intelligent image	Spectacular image	Neutral image
Mean	4.02	3.75	3.75	3.75	3.67	3.63	3.62	3.57	3.57	3.08	2.59
Paired t-test	A	AB	AB	AB	AB	AB	AB	B	B	C	D

알아보기 위하여 paired *t*-test를 실시하였다(Table 8).

결과를 살펴보면 중국 남성들은 부드러운 이미지, 청순한 이미지, 섹시한 이미지, 활동적 이미지, 세련된 이미지를 가장 선호하였고, 이상의 이미지와 유의한 차이는 없으나, 평균값의 순으로 지적인 이미지, 귀여운 이미지나 내추럴 이미지를 도회적 이미지나 화려한, 중성적 이미지보다는 비교적 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 다른 이미지에 비해 도시적인 이미지나 화려한 이미지, 중성적 이미지에 대한 선호도는 낮게 나타났으며, 특히 중성적 이미지의 경우, 중간 값인 3점 이하로 나타나, 국가에 상관없이 한국과 중국의 남성들이 모두 중성적인 여성이미지를 선호하지 않다는 것을 확인할 수 있다.

### 3) Differences between female image preferences by Korean female

한국 여성의 여성이미지들 간의 선호도의 차이를 알아보기 위하여 paired *t*-test 를 실시하였다(Table 9).

한국 여성들은 여성이미지 중 세련된 이미지를 가장 선호하였고, 세련된 이미지와 유의한 차이는 없으나 그 뒤를 이어 부드러운 이미지의 선호도가 비교적 높게 나타났다. 다음으로 도시적 이미지, 내추럴한 이미지, 지적인 이미지, 청순한 이미지, 활동적 이미지를 선호하는 반면, 중성적인 이미지의 경우, 선호도가 중간값인 3점 이하로 나타나, 한국 남성들과 같이 다른 이미지들에 비해 중성적 이미지를 선호하는 정도가 낮은 것이 확인되었다. 한국 여성들은 세련된 이미지를 선호한다는 것을 알 수 있다.

### 4) Differences between female image preferences by Chinese female

중국 여성의 여성이미지들 간의 선호도의 차이를 알아보기 위하여 paired *t*-test를 실시하였다(Table 10).

결과를 살펴보면 중국 여성은 세련된 이미지와 지

적인 이미지를 가장 선호하였고, 세련된 이미지, 지적인 이미지와는 유의한 차이가 없으나, 평균값을 비교해 보면 그 뒤를 이어 귀여운 이미지와 부드러운 이미지를 비교적 선호하는 것으로 나타났다. 다음으로 청순한 이미지, 활동적 이미지, 내추럴 이미지를 선호하는 반면, 중성적인 이미지의 경우, 선호도가 중간값인 3점 이하로 나타나 중국 남성들과 같이 다른 이미지들에 비해 중성적 이미지를 선호하는 정도가 낮은 것이 확인되었다. 한편, 중국 여성들은 한국 여성들과 같이 세련된 이미지와 함께 지적인 이미지도 선호한다는 것을 알 수 있다.

## V. Conclusion

본 연구는 한국과 중국의 양 국가 및 성별에 따른 여성이미지 선호도의 차이를 밝히고, 여성이미지들 간의 선호도의 차이도 밝혔다. 이론적 연구와 이를 바탕으로 한 실증적 연구가 진행되었는데, 이론적 연구에서는 여성이미지 선호도와 선행 연구결과들을 통하여 실증적 연구에 사용될 여성이미지들을 추출하였다. 추출된 여성의 이미지는 총 11개로 귀여운 이미지, 세련된 이미지, 섹시한 이미지, 활동적 이미지, 지적인 이미지, 도시적 이미지, 부드러운 이미지, 청순한 이미지, 화려한 이미지, 내추럴한 이미지, 중성적인 이미지였다. 국가에 따른 여성이미지 선호도 차이의 결과를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 중국 남성은 섹시한 이미지와 부드러운 이미지를 한국 남성보다 더 선호하는 것으로 나타났다. 즉, 중국 남성은 성격이 부드러워 보이고, 외모는 섹시하게 보이는 여성 이미지를 선호하는 것을 알 수 있다. 둘째, 한국 여성은 도시적인 이미지를 중국 여성보다 더 선호하는 것으로 나타났고, 중국 여성은 귀여운 이미지와 지적인 이미지를 한국 여성보다 더 선호하는 것으로 나타났다. 즉, 한국 여성은 중국 여성보다 현대적이며 도시화 된

<Table 8> The differences between female image preferences by Chinese male

Female image	Gentle image	Innocent image	Sexy image	Active image	Sophisticated image	Intelligent image	Cute image	Natural image	Urban image	Spectacular image	Neutral image
Mean	4.06	4.01	4.00	3.98	3.92	3.88	3.80	3.65	3.40	3.28	2.41
Paired <i>t</i> -test	A	A	A	A	A	AB	AB	B	C	C	D

&lt;Table 9&gt; The differences between female image preferences by Korean female

Female Image	Sophisticated image	Gentle image	Urban image	Natural image	Intelligent image	Innocent image	Active image	Sexy image	Cute image	Spectacular image	Neutral image
Mean	4.09	3.91	3.86	3.75	3.73	3.70	3.69	3.47	3.39	3.27	2.94
Paired <i>t</i> -test	A	AB	B	B	B	B	B	C	C	C	D

여성이미지를 더 선호하고, 중국 여성은 한국 여성보다 귀여운 이미지, 지적인 이미지와 같은 여성성을 지니고 있거나 지성적인 이미지를 가진 여성이미지를 더 선호하는 것을 확인할 수 있었다. 이러한 결과로 국가에 따른 여성이미지 선호도의 차이를 확인할 수 있었다. 성별에 따른 여성이미지 선호도의 결과는 첫째, 한국 여성은 세련된 여성이미지를 한국 남성보다 더 선호하는 것으로 나타났다. 한국 남성과 한국 여성은 선호하는 여성이미지가 전반적으로 유사하지만, 한국 여성은 한국 남성보다 세련된 여성이미지를 더 선호하는 것을 알 수 있었다. 이것은 세련된 이미지에 대한 이해나 노출 정도가 남성보다 여성이 높기 때문인 것으로 추론해 볼 수 있다. 둘째, 중국 남성은 섹시한 이미지를 중국 여성보다 더 선호하는 것으로 나타났다. 이것은 최근 중국의 개방으로 인하여 다양한 광고 이미지들이 노출되면서 광고의 섹시한 모델이나 섹시한 이미지들이 소구되고 있기 때문으로 추측된다.

전체적으로 살펴보면, 국가에 따른 여성이미지 선호도가 성별에 따른 여성이미지 선호도보다 더 많은 차이를 보이는 것을 알 수 있었다. 즉, 한국인과 중국인은 선호하는 여성이미지에 여러 차이를 보이고, 중국의 남성과 여성, 한국의 남성과 여성은 선호하는 여성이미지에는 차이를 크게 보이지 않는 것을 확인할 수 있었다. 즉, 여성이미지의 선호도는 문화권에 따른 차이가 성별에 따라 차이가 나타나는 것을 밝힐 수 있었다.

국가별, 성별 여성이미지들 간의 선호도 차이에 대한 분석결과는 다음과 같다. 첫째, 한국 남성은 청순한 이미지를 가장 선호하였고, 청순한 이미지와는 유의한 차이가 없으나 평균값으로 비교해 보면, 활동적 이미지, 세련된 이미지, 부드러운 이미지, 귀여운 이미지, 섹시한 이미지, 도시적인 이미지를 비교적 선호하는 것으로 나타났다. 특히 이 중에서도 청순한 이미지가 4점 이상으로 평균값이 높게 나타났다. 다음으로 내추럴한 이미지, 지적인 이미지를, 그다음으로는 화려한 이미지, 중성적 이미지 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 둘째, 중국 남성은 부드러운 이미지, 청순한 이미지, 섹시한 이미지, 활동적 이미지, 세련된 이미지를 가장 선호하였고, 이상의 이미지와 유의한 차이는 없으나 평균값을 보면, 그다음으로 지적인 이미지, 귀여운 이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 다음으로는 내추럴한 이미지, 그다음으로는 도시적 이미지와 화려한 이미지, 마지막으로 중성적 이미지 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 셋째, 한국 여성은 세련된 이미지를 가장 선호하였고, 세련된 이미지와 유의한 차이는 없으나, 그다음으로 부드러운 이미지, 다음으로는 도시적 이미지, 내추럴 이미지, 지적인 이미지, 청순한 이미지, 활동적 이미지를 선호하였고, 다음으로는 섹시한 이미지, 귀여운 이미지, 화려한 이미지를, 마지막으로 중성적인 이미지 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 넷째, 중국 여성은 세련된 이미지와 지적인 이미지를 가장 선호하였고, 세련된 이미

&lt;Table 10&gt; The differences between female image preferences by Chinese female

Female Image	Sophisticated image	Intelligent image	Cute image	Gentle image	Innocent image	Active image	Natural image	Sexy image	Urban image	Spectacular image	Neutral image
Mean	4.15	4.11	3.96	3.95	3.82	3.79	3.75	3.53	3.32	3.14	2.54
Paired <i>t</i> -test	A	A	AB	AB	B	B	BC	C	C	C	D

지, 지적인 이미지와 유의한 차이는 없으나 평균값을 비교해 보면, 그다음으로 귀여운 이미지, 부드러운 이미지를, 그다음으로는 청순한 이미지, 활동적 이미지, 내추럴한 이미지를, 그다음으로는 섹시한 이미지, 도시적 이미지, 화려한 이미지를, 마지막으로 중성적 이미지를 선호하는 순으로 나타났다. 국가별과 성별 여성이미지들 간의 선호도의 차이를 종합적으로 보면 한국 남성과 한국 여성, 중국 남성과 여성은 전반적으로 세련된 여성이미지를 가장 선호하는 것을 알 수 있었고, 한국 남성과 중국 남성은 청순한 이미지를 가장 선호하는 공통점을 알 수 있었다.

연구의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 한국과 중국의 양 국가와 성별에 따른 여성이미지들의 선호도 차이를 분석하여 한국과 중국의 문화와 미의식의 차이가 있음을 확인하고, 이에 대한 근거를 마련하였다. 중국의 선호 이미지에 대한 이해도를 높이고, 후속 연구를 위한 기초 자료로 사용할 수 있을 것이다. 둘째, 한국과 중국의 선호 이미지 차이, 남성과 여성의 차이에 대한 결과를 활용하여 뷰티산업이나 패션산업분야에서 이미지 전략을 전개할 수 있을 것이다. 현재는 경쟁이 더욱 심화되어 한정된 내수시장에만 머무르지 않고 중국에 진출하는 뷰티와 패션업체가 많아지고 있는 시점이며, 한류의 긍정적인 영향은 이를 가속화시키고 있다. 한국과는 차이를 보이는 중국의 선호 여성이미지, 남녀에 따라 달라지는 선호 여성이미지 등을 활용하여 국내 뷰티 패션 기업들에게 유용한 기초 자료로 사용될 수 있을 것이다. 또한 이를 통해 상품 전개나 홍보, 광고 전략을 펼칠 수 있을 것으로 기대된다. 본 연구의 제한점은 중국 사람에 대한 연구대상이 중국 베이징지역으로 한정되어 있다는 점이다. 중국의 경우 지리적으로 크고 인구의 수가 많아서 선호하는 이미지도 다양한 것이라 판단되어, 향후에는 더욱 폭넓고 다양한 대상을 통한 연구가 필요할 것이다.

## References

- Baek, H.-E. (2011). *Total coordination behavior and fashion image preference in the context of fashion sensibility*. Unpublished master's thesis, Chonbuk National University, Jeollabuk-do, Korea.
- Baek, K.-J., & Kim, Y.-I. (2015). A cross-cultural study of facial awareness, influential factors, and attractiveness preferences among Korean, Japanese, and Chinese men and women evaluating Korean women by facial type. *Journal of the Korean Society of Costume*, 65(3), 1-14. doi:10.7233/jksc.2015.65.3.001
- Bi, S.-B. (2013). *A study on the relationship of between Chinese females in their 20~30s appearance effectiveness, self-appearance satisfaction, ideal appearance pursuit and clothing image preference*. Unpublished master's thesis, Chungnam National University, Deajon, Korea.
- Choi, J.-Y., Kim, K.-H., & Kim, M.-S. (2007). Cosmetics buying patterns and satisfaction among female university students in China, Japan and Korea. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(12), 1772-1783.
- Choi, S. J. (2014). *Favorability, credibility, assesment for female politicians according to clothing images*. Unpublished master's thesis, Dongduk Women's University, Seoul, Korea.
- Gao, N. (2012). *A study on the differences of cosmetics advertisement in Korean and Chinese <ELLE>: Focused on ego-defensive mechanism model*. Unpublished master's thesis, Sungkyunwan University, Seoul, Korea.
- Geng, Y. (2013). *The effects of the Korean-Wave contents and K-Pop preference on Korea product Image and repurchase intention: Focused on the Chinese collage students consumers living in Korea and China*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul, Korea.
- Han, B.-H. (2009). *A study on makeup styles for enhancing image: Centering on the shape of face*. Unpublished doctoral dissertation, Sungshin Women's University, Seoul, Korea.
- Han, X. (2016). *Comparative study of fashion photos between wedding magazine of China and South Korea*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul, Korea.
- Hong, H. R. (2016). *Korean career women's seeking*

- self-image, preferred fashion style and fashion color according to daily situation*. Unpublished doctoral dissertation, Yonsei University, Seoul, Korea.
- Hwang, S. S. (2008). *A behavioral study on Chinese women's modern make-up in the light of the Chinese cosmetic culture*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul Women's University, Seoul, Korea.
- Im, J.-Y. (2011). *Image evaluation and image management strategy accompanied with women's hair color*. Unpublished master's thesis, Daegu University, Gyeongsangbuk-do, Korea.
- Jeong, S.-J., & Kang, K.-J. (2006). The visual evaluation of face image according to color coordination of makeup. *Korean Journal of Human Ecology*, 15(4), 611-622.
- Kang, G. Y. (2011). *Influence of women's make-up and partially facial shape upon impression formation*. Unpublished doctoral dissertation, Chung-Ang University, Seoul, Korea.
- Kim, B. B. (2000). *Pro. 이미지 컨설팅* [Pro. image consulting]. Seoul: Kyomunsa.
- Kim, H.-K., Park, S.-J., & Chung, C.-S. (2004). The affective components of facial beauty. *Korean Journal of the science of Emotion & Sensibility*, 7(1), 23-28.
- Kim, H.-S. (1993). The effect of physical attractiveness on interpersonal perception and impression judgment in Koreans. *The Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 7(2), 46-62.
- Kim, K. H. (2002). *Comparison of the skin care, makeup behavior, and purchasing of cosmetics according to the life style of Korean, Chinese, Japanese female university students*. Unpublished doctoral dissertation, Kyung Hee University, Seoul, Korea.
- Kim, K. H., & Kim, D. H. (2010). A study on differences of attitudinal variables of fashion and behavior variables of clothing purchase according to their pursued self-image on 20s women. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 16(4), 104-116.
- Kim, N.-J. (2016). *A study on the difference between the preferences for males in the 50 to 20 of the female image*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul, Korea.
- Kim, S. W. (2013). *A cross-cultural study of women's perception of physical beauty in Korean, Chinese, and Japanese cultures*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul, Korea.
- Kim, Y. S. (2011). *A study on make-up image and color preferred by men of 20s~30s*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul, Korea.
- Kweon, H.-S. (1999). Impression formation based on facial shape 1. *The Journal of Design*, 7, 0-9.
- Lee, H. J. (2004). *Clothing image, make-up image, make-up behavior and cosmetic purchasing behavior*. Unpublished master's thesis, Kyungwon University, Gyeonggi-do, Korea.
- Lee, J. H. (2008). *A study on the effective make-up based upon the facial characteristic*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul, Korea.
- Lee, J.-M. (2013). *Clothing image preferences of adult men and women aged between 20 and 50*. Unpublished master's thesis, Dongduk Women's University, Seoul, Korea.
- Lee, J.-Y. (2007). *A study on the preference of the image make-up according to gender*. Unpublished master's thesis, Hannam University, Daejeon, Korea.
- Lee, K.-M., & Kim, J.-S. (2006). Influence of correction makeup on physiognomic images. *Journal of the Korean Society of Fashion & Beauty*, 4(1), 19-27.
- Lee, K.-S. (2007). *A research of desire self-image and appearance: Management behavior in women according to degree of appearance concern*. Unpublished master's thesis, Seokyeong University, Seoul, Korea.
- Lee, M. S. (2008). The effects of Gender-Role identity on adolescents' self esteem, clothing behaviors

- and favorite clothing image: Focused on analysis by adolescent' sex and age variable. *Korean Journal of Human Ecology*, 17(4), 707-721.
- Lee, Y.-A. (2012). *Changing images of Korean women as represented on women's magazine covers: Focusing on makeup, hair styles, and fashion*. Unpublished doctoral dissertation, Konkuk University, Seoul, Korea.
- Lee, Y. H. (2010). A study on image evaluation and preference by complexion, garment color and perceiver's ages. *The Journal of the Korean Society of Knit Design*, 8(2), 46-54.
- Lee, Y. K., Jung, D. W., & Bian, L. (2015). A men's following up image change and the aspect of ideal appearance type of Korean and Chinese men: Focused on men in their 20s to their 40s. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 39(6), 867-876. doi:10.5850/JKSCT.2015.39.6.867
- Lee, Y.-M., & Suh, M.-A. (1998). Effect of neckline-hairstyle combinations on the perception of face image and type. *The Research Journal of the Costume Culture*, 6(4), 13-25.
- Mehrabian, A. (1972). *Nonverbal communication*. Chicago: Aldine-Atherton.
- Monthly Art. (1999). *세계 미술용어사전* [Art terms]. Seoul: Author.
- Murasawa, H. (2010). *顔の文化誌* [The birth of beauty] (T. W. Song, Trans.). Seoul: Numubooks. (Original work published 1987)
- Oh, J. S. (1996). *Clothing market segmentation by situational self image*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul, Korea.
- Paik, S. Y., & Lee, S. J. (2000). A study on sex role identity, clothing involvement, and clothing satisfaction of high school students. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(1), 55-66.
- Park, E.-A., & Suh, H.-S. (2009). The elements of beauty in male and female: Focused on the differences in determinants of facial beauty. *The Korean Journal of Woman Psychology*, 14(4), 617-648.
- Park, J.-H., & Lee, S.-J. (2002). A study on color makeup preference by pursuing clothing image and clothing behavior. *Journal of the Korean Society of Costume*, 52(7), 87-102.
- Park, S. H., & Lee, H. J. (2009). The effects of physical appearance of business women on their career: Focused on the women workers at commercial banks in Korea. *Korean Journal of Human Ecology*, 18(3), 757-768.
- Park, S. J., Han, J. H., & Chung, C. S. (2002). The analysis of physical features and affective words on facial types of Korean females in twenties. *Korean Journal of Cognitive Science*, 13(3), 1-10.
- Peng, P. (2015). *A study of fashion styling on fashion magazine covers in Korea and China: Focused on Vogue, Harper's Bazaar, Cosmopolitan*. Unpublished master's thesis, Sunchon National University, Jeollanam-do, Korea.
- Ryoo, S.-H., & Kim, B.-Y. (2002). The effect of women's life-style on image evaluation and selection in clothing styles. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 26(2), 227-238.
- Ryoo, S. H., & Ryu, J. E. (2001). The image of ideal woman and the preference of clothing in the situation of first impression formation. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 25(4), 817-827.
- Seo, R.-S. (2014). A study on the attitude of make-up according to women's body image & self image. *Journal of Digital Convergence*, 12(1), 475-489. doi:10.14400/JDPM.2014.12.1.475
- Seong, N. S., & Choi, S. K. (2011). The relationships between body image and total fashion image: Focused on clothing, make-up, and Hair. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 17(2), 243-251.
- Shin, S. H. (2015). *Studies on images of women's make-up and hairstyles as preference of the targeted men age 20s and 30s*. Unpublished

- master's thesis, Konkuk University, Seoul, Korea.
- Song, E.-Y. (2005). *A study on influence to make-up for improvement of face image within professional women in Jeju region*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul, Korea.
- Song, M.-Y., Park, O.-R., & Lee, Y.-J. (2005). A study on the face image to shape differences and make up. *Korean Journal of Human Ecology*, 14 (1), 143-153.
- Sung, Y. S., Park, E. A., Lee, J. W., & Kim, W. S. (2009). Psychological power of beauty: Focused on gender difference and life-domain difference. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 10(3), 461-488.
- Xie, Y.-W. (2012). *Comparison study of women's images in advertisement between China and Korea based on women's magazines*. Unpublished master's thesis, Pusan National University, Busan, Korea.
- Yang, J. S. (2010). *A study on image perception of suitable makeup technique and hair style in six types face*. Unpublished doctoral dissertation, Wonkwang University, Jeollabuk-do, Korea.
- Yoon, E.-N., & Lee, S.-J. (2000). A study on clothing behavior and clothing image of out/inner wear according to sex role stereotype. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(2), 152-163.