[UCI]I804:24011-200000231802

2007년 2월

박사학위논문

예술사조에 따른 메이크업 이미지 지각과 감정반응에 관한 연구

- 수행자와 관찰자와의 비교를 중심으로 -

조선대학교 대학원

디자인경영학과

박 소 정

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

100373763 2007-04-09

예술사조에 따른 메이크업 이미지 지각과 감정반응에 관한 연구

- 수행자와 관찰자와의 비교를 중심으로 -

A Study on the Perception of and the Emotional Response to Different Make-up Images based on Art Trends

- Focused on Comparison between Make-up Performers and Observers -

2007년 2월

조 선 대 학 교 대 학 원

디자인경영학과

박 소 정

예술사조에 따른 메이크업 이미지 지각과 감정반응에 관한 연구

- 수행자와 관찰자와의 비교를 중심으로 -

지도교수 정 형 식

이 논문을 미술학 박사학위 논문으로 제출함

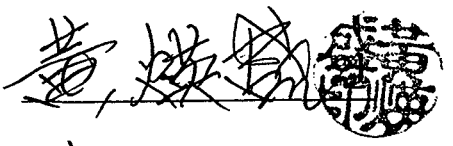
2006年 10月 日

조 선 대 학 교 대 학 원

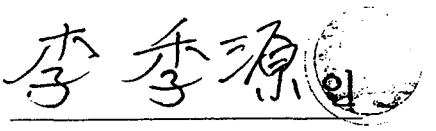
디자인경영학과

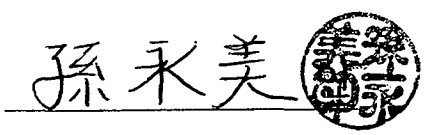
박 소 정

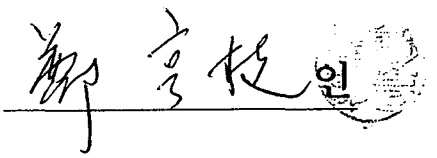
박소정의 박사학위 논문을 인준함.

위원장 조선대학교 교수 

위 원 조선대학교 교수

위 원 조선대학교 교수 

위 원 조선대학교 교수 

위 원 조선대학교 교수 

2006年 12月 日

조 선 대 학 교 대 학 원

목 차

ABSTRACT

제 1 장 서 론 1

제 1 절 문제의 제기 1

제 2 절 연구의 목적 4

제 3 절 연구의 내용 및 방법.....5

제 2 장 이론적 배경.....7

제 1 절 예술사조적 개념 7

1.1 내추럴리즘(Naturalism) 7

1.2 로맨티시즘(Romanticism) 10

1.3 모더니즘(Modernism) 14

제 2 절 메이크업의 개념과 목적 17

2.1 메이크업의 개념 17

2.2 메이크업의 목적 19

제 3 절 예술사조와 메이크업과의 연계성 20

3.1 내추럴리즘과 연계된 메이크업 경향 20

3.2 로맨티시즘과 연계된 메이크업 경향 22

3.3 모더니즘과 연계된 메이크업 경향 23

제 3 장 메이크업 이미지의 특성 30

제 1 절 메이크업 이미지의 표현 특성 30

1.1 메이크업의 내추럴 이미지 30
1.2 메이크업의 로맨틱 이미지 33
1.3 메이크업의 모던 이미지 35
제 2 절 최근 메이크업 트랜드 분석 40
2.1 2006 S/S 유행색상과 메이크업 트랜드 40
2.2 2006 F/W 유행색상과 메이크업 트랜드 42
2.3 2007 S/S 유행색상과 메이크업 트랜드 46
제 3 절 메이크업과 관련된 PAD 감정과 심미적 감정 52
제 4 절 인상형성과 이미지의 일치성 54
제 5 절 메이크업 수행자의 만족과 관찰자의 태도 56

제 4 장 연구방법 60
제 1 절 연구모형 설정 60
제 2 절 실험대상의 실험설계 61
제 3 절 실험변수의 측정 62

제 5 장 실증분석 65
제 1 절 자료의 수집 및 표본의 특성 65
1.1 자료의 대상 및 자료의 수집 65
1.2 표본의 특성 66
1.3 실험집단 분류에 따른 조작적 점검 72
1.4 변수의 신뢰도 및 타당도 검증 72
제 2 절 가설검증 및 논의 76
2.1 연구 1: 수행자와 관찰자간의 표현별 메이크업 이미지의
지각의 차이 76
2.2 연구 2: 연구모형의 가설검증 및 논의 96

제 6 장 결 론 102
제 1 절 연구요약 및 시사점 102
제 2 절 연구의 한계점 및 장래연구과제 109

참 고 문 헌 110

부록

표 목 차

<표 2-1> 내추럴리즘, 로맨티시즘, 모더니즘의 개념과 특성 비교 26

<표 3-1> 메이크업의 이미지별 표현 특성 36

<표 4-1> 실험 측정 항목 64

<표 5-1> 설문 집단의 인구 통계적 특성 67

<표 5-2> 설문 집단의 메이크업관련 특성 69

<표 5-3> 설문 집단의 화장품 구입관련 특성 71

<표 5-4> 메이크업 표현별 조작적 점검 72

<표 5-5> 표현별 메이크업 이미지에 대한 탐색적 요인분석 73

<표 5-6> 메이크업 이미지 일치도 및 PAD감정, 심미적 반응, 만족(태도)에 대한 탐색적 요인분석 74

<표 5-7> 전체 변수에 대한 상관관계 분석 75

<표 5-8> 메이크업 표현별 수행자와 관찰자 간의 기술통계 77

<표 5-9> 수행자 및 관찰자, 메이크업 표현별 이미지 간의 다변량 분석 결과 78

<표 5-10> 메이크업 수행자 및 관찰자, 메이크업 표현별 이미지 간의 Scheffe Test 85

<표 5-11> 수행자와 관찰자 간의 예술사조별 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정의 차이 88

<표 5-12> 수행자와 관찰자 간의 내추럴 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정의 차이 89

<표 5-13> 수행자와 관찰자 간의 로맨틱 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정의 차이 91

<표 5-14> 수행자와 관찰자 간의 모던 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정의 차이 94

<표 5-15> 수행자와 관찰자의 예술사조 및 메이크업 일치도, 메이크업 표현에

대한 이미지 일치도가 PAD감정 및 심미적 감정에 미치는 영향 97
<표 5-16 > 수행자와 관찰자의 메이크업 표현에 대한 PAD감정 및
심미적 감정이 만족/태도에 미치는 영향 99
<표 5-17> 수행자와 관찰자의 메이크업 표현에 일치도 및
이미지 일치도가 만족/태도에 미치는 영향 99
<표 5-18> 연구 가설의 종합 101

그림 목차

<그림 2-1> 내추럴리즘 그림, 밀레의 '만종', 1859 28
<그림 2-2> 내추럴리즘 그림, 코로의 '마리셀 교회', 1866 28
<그림 2-3> 내추럴리즘 그림, 컨스터블의 '데담골짜기', 1811 28
<그림 2-4> 로맨티시즘 그림, 들라크로와의 '민중을 이끄는 자유의 여신', 1830 ..28
<그림 2-5> 로맨티시즘 그림, 제리코의 '메두사의 뗏목', 1819 29
<그림 2-6> 모더니즘(입체파) 그림, 피카소의 '아비뇽의 아씨들', 1907 29
<그림 2-7> 모더니즘(입체파) 그림, 브라크의 '바이올린과 주전자', 1910.....29
<그림 2-8> 팝아트 미술, 앤디 워홀의 '마를린 몬로', 1964 29
<그림 3-1> 내추럴 메이크업(natural purity), Verte, 2005 38
<그림 3-2> 내추럴 메이크업(primitive nostalgia), Mamonde, 2006 38
<그림 3-3> 내추럴 메이크업(modern ecology), Hera, 2006 38
<그림 3-4> 로맨틱 메이크업(feminine emotion), Mac, 2006 38
<그림 3-5> 로맨틱 메이크업(girlish prettiness), Clio, 2005 38
<그림 3-6> 로맨틱 메이크업(mixed romanticism), Clio, 2003 38
<그림 3-7> 모던 메이크업(sophisticated sense), Make up forever, 2004 38

<그림 3-8> 모던 메이크업(futurist sense), Clio, 2003 38
<그림 3-9> 포스트 모던 메이크업(pop art), Clio, 2004 38
<그림 3-10> 2006 S/S 유행색상 47
<그림 3-11> 2006 S/S 메이크업 트렌드(fantasy garden 이미지) 47
<그림 3-12> 2006 S/S 메이크업 트렌드(Red spectacular 이미지) 47
<그림 3-13> 2006 S/S 메이크업 트렌드(tribal chic 이미지) 48
<그림 3-14> 2006 S/S 메이크업 트렌드(neutral shadow 이미지) 48
<그림 3-15> 2006 S/S 메이크업 트렌드(soaking in folklore 이미지) 48
<그림 3-16> 2006 S/S 메이크업 트렌드(vivacious 이미지) 48
<그림 3-17> 2006 F/W 유행색상 49
<그림 3-18> 2006 F/W 메이크업 트렌드(neutral sensitivity 이미지) 49
<그림 3-19> 2006 F/W 메이크업 트렌드(so precious 이미지) 49
<그림 3-20> 2006 F/W 메이크업 트렌드(fascination decadence 이미지) 50
<그림 3-21> 2007 S/S 유행색상 50
<그림 3-22> 2007 S/S 메이크업 트렌드(fragile dew 이미지).....50
<그림 3-23> 2007 S/S 메이크업 트렌드(neutral chic 이미지) 51
<그림 3-24> 2007 S/S 메이크업 트렌드(misty blue 이미지) 51
<그림 3-25> 2007 S/S 메이크업 트렌드(refined nostalgia 이미지) 51
<그림 3-26> 2007 S/S 메이크업 트렌드(archanic fascination 이미지) 51
<그림 4-1> 연구모형 60
<그림 4-2> 수행자와 관찰자의 실험절차 61
<그림 4-3> 자극물 : 예술사조별 메이크업 이미지의 표현 62
<그림 5-1 > 응답자의 연령별 분포 66
<그림 5-2 > 메이크업 표현별 이미지에 대한 메이크업 수행자와
관찰자 간의 차이 79
<그림 5-3> PAD 감정의 즐거움에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이 ...80

<그림 5-4 > PAD 감정의 기분고조에 대한 메이크업 수행자와
관찰자 간의 차이 81
<그림 5-5> 심미적 감정에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이 82
<그림 5-6> 메이크업에 대한 만족(태도)에 대한 메이크업 수행자와
관찰자 간의 차이 83
<그림 5-7> 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 표현별
이미지 지각의 차이 86
<그림 5-8> 내추럴 메이크업 이미지에 대한 메이크업 수행자 및
관찰자의 PAD 감정의 차이 90
<그림 5-9> 로맨틱 메이크업 이미지에 대한 메이크업 수행자 및
관찰자의 PAD 감정의 차이 92
<그림 5-10> 수행자와 관찰자 간의 모던 메이크업 이미지에 대한 PAD
감정의 차이 95

ABSTRACT

A Study on the Perception of and the Emotional Response to Different Make-up Images based on Art Trends
- Focused on Comparison between Make-up Performers and Observers -

By Park, So Jeong
Adviced By Prof. Jung, Hyung Shik, Ph.D.
Department of Design management
Graduate School of Chosun University

In the modern society, image-making through make-up is considered not only as a simple means for better appearance but as an importance ingredient for better impression for more effective interpersonal and social communication. The purpose of the present study is to empirically investigate the relationship between the perceptions and emotions of make-up performers and those of observers. The study explored the congruence and incongruence between make-up performers and observers in their perceptions of make-up image in an attempt to contribute to establishing a foundation for predicting make-up emotion variables of the two groups and for improving self-satisfaction and interpersonal relationship, and for the corporal customer marketing education.

The study is theoretically based on the concept of art trends, their relation to make-up, and the analysis of representative characteristics of make-up images.

Among the make-up images discussed in previous research, natural, romantic, and modern images based on naturalism, romanticism, and modernism were chosen as the representative images. Influenced by the art trends, each make-up image has led a make-up trend, including and reflecting the concepts and artistic characteristics. Thus, 20 females in their 20's with educational experience of make-up participated in the study as make-up performers, along with 120 females in their 20's as the observers. Data was collected by using make-up pictures prepared for the study, questionnaires, and in-depth interviews. The findings of the study are as follows:

The make-up performer group and the observer group showed significant differences in PAD feelings, i,e., pleasure, arousal, and aesthetic feelings and satisfaction. In addition, as the make-up image was close to that of the performer, the satisfaction was greater. The performer's pleasure feeling from directly performing the make-up activity was shown to be greater.

As for the different images, the pleasure emotion was shown to be the greatest with natural make-up, implying the possibility of continuing popular use of natural make-up. As for the PAD feelings regarding romantic make-up, the pleasure feeling was strong for the performers while arousal was evident for the observers. The two groups showed significant differences in satisfaction, suggesting make-up should be done appropriately depending on make-up performing ability, time, place, and objectives.

Unlike for the other two types of images, the two groups showed salient differences in perception of modern make-up. It seems that the strong image created by modern make-up affected performers more strongly on their emotion. As for the observers, on the other hand, the strong image of modern make-up was perceived as unstable and controlling. The results suggest that modern make-up can be used more effectively when it is combined with natural

make-up elements.

Both research hypotheses were supported by the results, indicating that make-up performers and observers have congruency and incongruency in their perceptions of make-up images, which significantly affect their PAD and aesthetic feelings, and subsequently, satisfaction/attitude.

제 1 장 서 론

제 1 절 문제의 제기

현대 사회에서는 개인의 내면적인 요소와 지적인 능력에 못지않게 외모적 요소가 차지하는 비중이 높게 평가되면서, 외모지상주의를 초래할 정도로 외적 이미지(image)가 중요시되고 있다.

외모(外貌)는 대인지각(對人知覺)에 있어 얼굴, 의상, 헤어스타일(hair style) 등의 신체적 특징을 통해서 외적 전달의 상징적 역할을 하며, 이미지란 마음속에 그려지는 사물의 감각적 영상, 심상, 혹은 어떤 사람이나 사물로부터 받은 느낌이나 인상을 말한다.[1] 사람에 대한 이미지는 그 사람의 외모와 표정, 말씨, 매너 등과 같은 외부로 표출되는 내면적 요소의 통합으로 이루어지며, 이때 외모는 전체 이미지의 약 80%를 차지하는 것으로 알려지고 있다.[2] 이러한 외모지상주의 세태에 대한 비판도 공공연히 이루어지고 있으나, 고도의 발달된 시각매체의 강력한 영향력 아래에서 인간적 매력이라는 특성이 경쟁에 대응하는 수단으로 여겨지는 무한경쟁의 시대를 살아가야하는 현대인들에게 외모적 이미지 개선을 통한 이미지메이킹(image making)은 중요한 전략으로 인식되고 있다. 물론, 외적인 이미지메이킹은 외모를 치장하는 과정에 있어 개인의 내면에서 형성된 가치추구와 감정, 취향 등이 드러나게 되므로 내면적 요소들의 시각적 표현이라고 할 수 있다.

외모적 이미지를 개선하기 위한 방법으로는 메이크업(make-up), 헤어스타일(hair style), 패션코디네이션(fashion coordination)의 활용, 성형수술, 피부 관리, 운동, 다이어트 등의 다양한 형태로 활용되고 있다. 특히 신체 이미지 중에서 인상형성에 중대한 영향을 미치는 얼굴에 대한 아름다움의 추구행위는 현대 여성들의 지대한 관심사이다. 황영미의 연구(2002)[3]에서 외모에 대한 자기인식의 매력부위를

1) 이수경(2005), "이미지메이킹의 의미에 관한 연구", 한국미용학회 제11권 제3호, p.301.
2) 이연희·이운영(2002), 「현대인의 이미지메이킹」, 청구문화사, p.11.
3) 황영미(2002), "메이크업이 미에 대한 자기인식 및 만족에 미치는 영향", 한국인체예술학회지, 제3권 3호, p.17.

얼굴, 머리모양과 옷차림 순으로 분석된 바와 같이 얼굴 이미지는 외모적 이미지에서 가장 중요한 부분으로 인식되고 있다. 메이크업은 얼굴 이미지의 다양한 변화가 가능하다는 이점 때문에 상당히 효과적인 자기표현 기법 중에 하나로 볼 수 있다. Workman and Johnson(1991)[4]은 메이크업은 외모에서 형성되는 이미지를 만들 수 있는 설득력 있고 편리한 방법으로 신체장식의 주요한 수단이라고 보고 있다. 또한 Cox and Glick(1986)[5]과 같은 학자들은 메이크업은 다소 불완전하지만 자신의 이미지를 메이크업으로서 통제할 수 있다고 주장한다. 이를 통해 메이크업은 자신의 이미지를 전반적으로 나타내주는 요소 중에서도 가장 중요한 것임을 추론해 볼 수 있다. 특히 여성들은 메이크업을 통해 많은 외모적 변신을 하게 되므로 보편적이면서도 중요한 미적 표현수단으로 받아들이고 있다. 영상매체, 미용학원 및 문화센터, 미용관련 잡지, 인터넷 등의 다양한 경로를 통해 메이크업에 대한 정보를 입수하고, 각자의 학습에 따른 방법과 기술에 의해 메이크업을 완성시키고 다양한 이미지를 구현해 나간다.

메이크업 이미지란 여러 가지 화장품과 도구를 이용하여 자신이 메이크업 하였을 때 느끼는 메이크업으로 인해 변화된 이미지를 말한다.[6] 이러한 메이크업의 이미지 구현을 위한 자신의 아름다움에 대한 치장은 자신의 가치판단과 취향, 판단에 의해 통제되고 조절되어 표현되고 있다. 이 과정에서 어떤 지각과 감정으로 메이크업 이미지를 완성시켰으며, 완성된 메이크업 이미지는 타인들에게 어떤 지각과 감정으로 비춰지고 있는 지를 고려해야 할 것이다. 자신이 메이크업을 통해 추구하는 이미지와 타자지향적인 이미지가 얼마나 일치하고 만족하고 있는지의 문제는 외적 이미지의 개선을 통해 자기만족감 뿐만 아니라 사회적 측면에서의 정체성을 획득해 나가는 과정에 있어서 중요한 문제라고 할 수 있다. 그 속에서는 현재의 심리적, 기술적, 사회적 이미지 실현의 정도를 측정하고 앞으로의 바람직한 지향점을 파악할 수 있는 요소들이 내재되어 있다고 볼 수 있다.

---

4) Workman, J. E., and Johnson, K. K. P.(1991), "The role of cosmetics in impression formation", *Clothing & Textiles Research Journal,* 10(1), pp. 63-67.

5) Cox, C. L., and Glick, W. H. (1986), "Resume Evaluations and Cosmetics Use: When more is not Better", Sex Roles, 14(1/2), pp.51-58.

6) 이화순·황춘섭(2002), "화장의 사회심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구", 한국복식학회지, 제52권 8호, p.139.

T(time) · P(place) · O(objection)에 따라 혹은 표현하고자하는 코디네이션 스타일에 따라 메이크업 스타일도 변화를 주는 양상을 보이면서 다양한 이미지 표현기법들을 사용하고 있다. 이러한 이미지 표현기법들은 선행 연구들을 통해 속성에 따라 대표적인 이미지들로 분류되고 있다. 메이크업 이미지와 관련된 이현정 · 김미영(2006)의 연구[7]에 따르면, 1998년에서 2003년까지의 논문 중 메이크업 이미지를 연구한 8편을 중심으로 분석하여 최빈 사용 이미지를 추출하여 22개의 메이크업 이미지 요인으로 분류하였다. 그중에서 빈도 3이상의 높은 빈도를 나타내고 있는 이미지들을 추출하였는데 내추럴(natural), 로맨틱(romantic), 모던(mordern), 엘레강스(ellegance), 젊음(casual), 소피스트케이트(sophisticated) 이미지로 도출하여 속성을 분류하였다. 이후 이연희(2005[8], 2006[9])의 연구에서는 로맨틱, 엘레강스, 쿨(cool), 내추럴, 클래식(classic)으로 메이크업 이미지를 추출하여 연구한 바 있다. 본 연구에서는 이와 같이 분석된 대표적 메이크업 이미지 요인 중에서 예술사조(藝術思潮)의 영향으로 사회문화적 의식을 반영하여 이미지화된 내추럴리즘(naturalism), 로맨티시즘(romantism), 모더니즘(modernism)에서 비롯된 내추럴(natural), 로맨틱(romantic), 모던(modern) 이미지를 대표적 이미지로 추출하였다. 다른 메이크업 이미지의 속성들에 비해 예술사조적 근간과 흐름에 기인하고 있으면서 대중적인 디자인 이미지로 발전하여 표현되고 있으므로 학문적 체계성을 연계하여 연구하기 위해 대표 이미지로 도출하였다. 이러한 보편적으로 통용되고 있는 메이크업 이미지에 대한 여성들의 지각과 감정반응 표현방법 등은 개인의 이미지표현의 수준을 평가할 수 있는 요소들이라 할 수 있겠다.

메이크업에 나타난 예술 사조관련 선행 연구는 "현대 메이크업에 나타난 포스트모더니즘적 특성에 관한 연구", "현대 패션에 나타난 로맨티시즘 경향", "1990년대 패션과 메이크업 경향에 관한 연구", "현대 메이크업에 나타난 팝아트 경향에 관한 연구", "테마별 이미지 메이크업에 관한 연구" 등과 같이 개별적인 예술사조와 메이크업의 연관성만을 분석하는 연구들이 주를 이루고 있으며 지각과 감정요소를 분석한 마케팅적 측면보다는 단순한 예술적 연관성을 분석하는데 그치고 있다.(김예성,

---

7) 이현정·김미영(2006), "화장추구이미지에 따른 화장행동의 차이", 한국의류학회지, 제30권 5호, pp.139.

8) 이연희(2005), "메이크업 색채활용시스템 개발을 위한 화장색이미지 지각 및 선호도 연구",복식문화연구, 제13권 제5호, pp.712~728.

9) 이연희(2006), "화장색 이미지평가와 선호도 차이(제1보)", 한국의류학회지, 제30권 4호, pp.567~581.

2002; 채선미 · 유영선, 1997; 김수진 · 한명숙, 1998; 김용선 · 이정민, 2004: 김효숙 · 강인애, 2003)

따라서 순환적으로 유행하는 예술사조적 경향에서 비롯된 메이크업 이미지를 어떻게 지각하고 표현하고 있으며, 타인들에게는 어떻게 관찰되고 있는지에 관한 메이크업 지각과 감정에 관한 탐색적 연구는 중요한 논제이며 다양한 시사점을 도출할 수 있을 것으로 사료 된다

제 2 절 연구의 목적

본 연구는 예술사조(내추럴리즘, 로맨티시즘, 모더니즘)적 메이크업 이미지 표현에 있어서 수행자와 관찰자 간의 지각과 감정을 토대로 이들 간의 관련성을 탐색적으로 살펴보고자 한다. 그동안의 메이크업 이미지관련 연구에서는 고찰연구나 경향분석에 치중하고 있어서 메이크업 이미지에 따른 감정차이, 만족에 관한 분석연구는 미미한 편이다. 또한 메이크업 행동과 감정관련 기존연구에서는 여성의 메이크업 행동에 있어 감정을 단순하게 긍정적 감정과 부정적 감정에만 초점을 두고 이루어져왔다. 기존의 메이크업 행동에 있어 T · P · O에 따라 효과적으로 표현하고 메이크업 이미지별로 효율적으로 연출해야 한다는 것에 대한 중요성은 인식되어 왔으나 이러한 메이크업 이미지들은 메이크업을 수행할 때와 관찰되어질 때의 감정차원과 심미적 요인들이 어떻게 나타나는지에 대한 연구가 이루어지지 않았다. 즉 실제적으로 메이크업을 수행하는 사람과 관찰자 측면에서의 형성되는 심미적 감정과 PAD(Pleasure-Arousal-Dominance)감정이 존재하여 메이크업 행동으로 나타나는 것에 대한 탐색적 연구가 이루어지지 않았다. 여성들의 메이크업 행동은 사회학적 접근에서 타인이 나를 어떻게 인식하는가에 초점을 두고 있기 때문에 기존의 PAD 감정보다는 심미적 감정이 중요하다고 볼 수도 있다.

따라서 본 연구는 이들 두 가지의 감정을 동시에 고려하여 메이크업 만족(태도)에 미치는 상대적 영향력을 검증하여 메이크업 행동에 있어 중요시되는 감정요소와 인과관계를 밝히고자 한다. 또한 메이크업을 직접 자신이 표현하는 수행자와 관찰자로 분류하여 이들 간에 존재하는 메이크업에 대한 지각상의 차이를 실험을 통해 심층적으로 분석 · 검증하고자 한다. 이를 토대로 현재 이루어지고 있는 개인적인

만족으로서의 메이크업 이미지의 측면과 사회적 커뮤니케이션에서의 메이크업 이미지의 측면에서의 유사성과 이질성에 관해서 시사점을 도출하여 앞으로의 메이크업을 통한 개인 또는 기업의 마케팅에 도움이 되고자 한다.

본 연구를 통하여 평소에 또는 직업적인 대인관계에 있어 형성되는 메이크업 이미지에 따른 감정차원에 대한 중요성을 인지함으로서 다음과 같은 메이크업 마케팅을 위한 연구와 발전 방향을 모색하는 데 의의가 있다.

첫째, 개인의 메이크업을 통한 이미지 메이킹에 있어 개인의 만족으로서 뿐 만 아니라 관찰자의 지각과 감정에 대한 변수를 예측하고 조절하여 효율적인 사회적 커뮤니케이션으로서의 메이크업 행동으로 연계하는데 있다.

둘째, 메이크업 관련 종사자들의 메이크업 교육과 고객 이미지 창출에 있어서 메이크업 이미지별 메이크업 수행과 관찰자의 지각과 감정 변수의 차이점을 인식하고 적용하는데 있다.

셋째, 화장품 회사 및 메이크업 트렌드 관련 단체들의 메이크업 이미지에 대해 수행자 및 관찰자간의 지각과 감정변수를 고려하여 대중적이고 실용적인 제안과 마케팅에 도움을 주는데 있다.

넷째, 주로 여성 고객을 대상으로 대면하여 상담해야하는 직업군에 있어서 고객의 메이크업 이미지별 표현을 통해 지각과 감정을 예측하고, 또한 상담자 본인의 메이크업 이미지가 어떤 지각과 감정으로 보여 질 것인지에 대해 예측·통제하여 이를 효율적으로 적용하는데 있다.

제 3 절 연구의 내용 및 방법

위와 같은 연구목적을 수행하는 데 있어서 연구의 내용으로는 먼저 유행하는 메이크업 이미지 중에 가장 대표적인 이미지로는 예술사조적 경향에서 비롯된 내추럴 이미지, 로맨틱 이미지, 모던 이미지로 추출하여 분류하였다.

첫째는 예술사조적 개념, 메이크업과의 연관성을 고찰하고 각 메이크업 이미지의 표현특성을 분석하였으며, 메이크업의 감정, 심미적 반응과 이미지 일치와 만족도를 고찰하였다.

둘째, 예술사조적 흐름에 따라 사회문화적인 경향으로 발전되어 유행하게 된 메이크업의 각 이미지의 표현이 실제로 어떻게 지각되어 어떤 감정으로 어떻게 표현되고, 보여 지고 있는지에 대한 분석을 위해 메이크업의 표현에 관한 실험과 설문조사 그리고 면접을 실시하였다. 실험연구의 1단계에서는 메이크업 테크닉을 학교나 학원을 통해 습득한 경험이 있는 20대 여성을 중심으로 20명의 대상자를 1차로 추출하였다. 그리고 3일 동안 본인 얼굴에 각 세 가지 이미지에 관한 메이크업 연출을 지시하였으며, 메이크업이 시행된 얼굴을 중심으로 한 사진촬영을 실시하고 이후에 설문조사와 면접을 통하여 각 이미지에 따른 지각과 감정, 표현특성, 이미지 일치도, 만족도를 파악하였다. 실험 연구의 2단계에서는 여성 패널(panel) 120명을 2차로 선정하고, 1차 실험자의 세 가지 이미지에 대한 사진의 관찰을 통해 각각의 세 가지 이미지에 대해 지각하고 있는 감정적 특성을 조사하였고, 만족과 일치도에 대한 반응을 분석하였다. 이 실험 조사를 통해 메이크업 행동에 관한 일반적인 사항과 내추럴 이미지, 로맨틱 이미지, 모던 이미지에 따른 인지를 토대로 메이크업 수행자와 관찰자간의 지각과 감정, 이미지 일치성, 만족(태도)에 대해 분석하였다.

연구방법은 국내외 미용과 패션, 예술사조 등에 관한 문헌과 선행연구 등을 토대로 이론적인 고찰을 하였으며, 실증분석을 위해 직접 촬영한 메이크업 사진·단계별 설문조사와 심층면접을 통하여 수집한 자료를 통합적으로 신뢰도 검증, T 검정, 다중회귀분석 등으로 통계·분석하였다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 예술사조(藝術思潮)적 개념

1.1 내추럴리즘(Naturalism)

자연주의(naturalism)의 사전적 개념은 자연을 근본원리로 삼고, 모든 현상을 자연의 소산(所産)·소위(所爲)로 여기는 것이다. 근본적으로 자연은 산천초목 등의 모든 유형적 현상 또는 인식의 대상으로서 외계에 있는 온갖 현상으로 인력(人力)이 가하지 않은 그대로의 상태를 뜻한다. 자연을 유일절대의 현실로 간주하는 입장으로 우주 안에 모든 존재와 사건들은 그 내적 성격이 어떠하든 자연적인 것이라 규정하는 것으로 모든 실재가 자연적이라고 정의하는 것이다.

원래 자연주의는 문학에서 보다 철학에 먼저 사용된 말로써 유물주의(materialism), 쾌락주의(epicureanism), 세속주의(secularism)를 뜻하던 것으로 고대 철학에서 사용되던 오랜 역사를 가지고 있는 말이며, 이러한 본래의 의미는 오랫동안 지속되어 왔으며[10] 자연주의란 용어의 이러한 철학적 의미는 리트레(Maximilien-Paul-Emile Littre 1801~1881)의 프랑스어 사전(Dictonnaire de la langue française, 1875)의 정의- 모든 근본적인 원인과 동기를 자연에서 찾는 사람들의 체계-에 잘 나타나 있다.[11] 즉, 자연주의의 본질은 우주에서 '자연'이라는 것은 원칙적으로 모든 것을 완전히 인식할 수 있는 대상으로 가정하여 우주 안에 있는 모든 지식은 과학적 연구영역에 포함되며 참된 초자연적 실재는 없는 것으로 생각하였다.

자연주의라는 용어가 결정적으로 일반화된 것은 미술 및 문학 분야에 사용되면서 부터이다. 그것은 먼저 미술비평에서 나타나고 다음에는 문학비평 용어로 등장하였으며, 1870년 이후 문학·미술 등 예술분야를 지배한 사조를 가리킨다. 미술 분야에서는 17세기부터 사용되었다. 그 의미는 '자연의 정확한 모방을 주장하는 사고

10) Peter N. Skrine & Lilian R. Furst, 천승걸 역(1986), 「자연주의(Naturalism)」, 서울대학교 출판부, p.1.
11) 상게서, p.7.

방식'이다.[12] 미술에 있어 이러한 경향은 17세기의 이탈리아의 Manfredi(1580~1672), Ribera(1591~1652) 등에서 비롯되었다. 영국의 예술가이자 비평가인 John Ruskin(1819~1910)은 '자연주의라는 것은 자연대상을 양식화하거나 어떤 관념적 표현을 행하지 않고 보이는 그대로를 충실히 재현하려는 예술 제작 태도' 라고 논한 바 있다. 즉 작가가 대상의 양식화와 표현의 관념화를 거부하고, 꾸미지 않는 자연의 관점에서 순수한 자연현상의 하나로서 관찰한 그대로를 충실하게 재현하려는 태도를 가지고 작품화하고 응용하려는 예술경향이라 할 수 있다. 대상으로 삼는 자연 그 자체가 있는 것이기에 자연의 재현 역시 가치가 있다고 여겨졌으며, 자연을 이상화하지 않고 선하고 악하거나 아름답거나 추한 것에 의미를 두지 않았다. 대표적으로 19세기 초 프랑스의 바르비종파(group de barbizo) 화가들인 Millet(1814~1875)의 '만종'<그림 2-1>, '이삭줍기'와, 고요한 서정이 넘쳤던 Corot(1796~1875)의 '마리젤 교회<그림 2-2>', '모르트몽텐의 추억'과 Rousseau(1844~1910)의 '여름', '경악(숲속의 폭풍)' 등의 작품에서 표방한 빛과 대기에 대한 예민한 감각에 따른 자연의 재현을 자연주의로 볼 수 있다. 영국에서는 인상파의 영향을 받아 물과 안개의 화가라 불리는 Turner(1775~1851)와 밝고 풍부한 색감으로 전원과 빛, 대기의 풍요함을 표현했던 Constable(1776~1837) 등의 작품<그림 2-3>을 자연주의 화풍이라 할 수 있다. 영국의 풍경화나 바르비종파의 화풍은 자연미의 탐구가 들어있으며 자연존중과 탐구가 내재되어 있다. 이것은 자연주의 정신에 입각하여 자연을 조금도 미화하지 않고 자연에 깊은 애정을 갖고 그 속에 젖어들어 미묘한 광, 맑은 공기가 가득 찬 정취 있는 풍경화로 자연주의를 표현했다. 그러나 일반적으로 19세기 후반의 자연주의는 프랑스 화가 Courbet(1819~1877)의 영향으로 나타난 사실주의의 새로운 경향을 지칭하였다. 유명한 미술 비평가 Castagnary(1830~1880)의 1863년 미술전평에 따르면 "예술이란 모든 양식과 단계에 있어서 생명을 표현하는 것이라 함이 자연주의파의 주장이다. 그 유일한 목적은 최대의 강도와 최고의 긴장에 있어서 자연을 재현하는 것이다. 그것은 과학과 모순 되지 않는 진실이다."[13] 라고 하였으며 사실주의와의 동일성에 동의하였다. 그리고 1860년대부터 도시생활의 새로운 풍속과 정경을 그린 작품들과 Manet(1832~1883)에 의해 이루어진 파리의 환락가 묘사 등을 자연주의 작품이라고 하였다. 즉, 서정적인 전원풍경을 주로 그렸

12) 문덕순. 황송문(1997), 「문예사조사」, 국학자료원, p.141.
13) 상게서, p.141.

던 자연주의는 현실에 대한 목적론적 설명을 거부하고 현실을 선입견 없이 실험적으로 관찰하는 방법을 예술에 적용하였다. 다른 한편으로는 인간과 생물학적 상호관계를 미학적인 근거로 삼는 자연주의는 자연환경이나 인간성의 파괴를 주제로 하여 예술과 문화의 다방면에서 부각되어 왔다.

미술 분야에서 쓰인 자연주의는 문학 분야에서는 자연주의 문학의 창시자인 프랑스의 Emil Zolar(1840~1902)에 의해 일반화되어 확고한 지반을 굳히게 되었다. 문학에서 자연주의는 사실주의를 더욱 철저화한 것으로 '사실주의는 철학에서 발생하여 객체를, 현실의 성취를 의미하나, 자연주의는 자연철학 또는 과학에서 발생하여 현실의 성취로 이끌어갈 방법을 의미 한다'.[14] 이것은 과학적 실증주의의 방법과 성과를 활용하여 자연적 물질적 조건하에 있는 현실을 객관적으로 묘사하여 적용하였다.

근대에 이르러 인간은 자연과 경쟁할 수 있고 자연을 능가할 수 있으며 그렇게 하는 것이 당연하다는 생각을 갖게 했는데, 그 후 인류는 자연의 자정능력을 넘어선 문명을 구가해 옴으로서 자연의 질서를 깨뜨리는 자아유린의 역사가 시작되었다.[15] 현대에 이르러서는 도시지향적인 삶과 더불어 물질문명과 문화적 수준은 급속도로 발전하였으나 이에 대한 부작용으로 자연환경에 대한 파괴와 자연을 소외시키는 결과를 초래하였다. 인간과 자연과의 조화로운 삶의 질서가 깨지면서 정신적 공허와 인간성 상실이라는 문제점과 환경문제의 대두로 다시 자연의 가치를 받아들이고 회귀하려는 경향이 나타났다. 이러한 현대 자연주의 경향은 정치, 사회적 화두가 되면서 문화예술의 각 분야에 재해석되어 반영되었다.

자연주의를 정의함에 있어서는 자연과 예술과의 관계를 설명하지 않을 수 없다. 과거에는 자연에 대한 동경과 향수를 주제로 자연주의를 심미적인 탐구의 관점에서 보았다면 21세기를 살아가고 있는 지금의 자연주의적 개념은 1980년대 중반부터 떠오르기 시작한 에콜로지(ecology) 경향을 바탕으로 하여 세기말의 환경파괴에 대한 인간의 불안감이 담겨있는 형태로 나타났다. 오늘날은 인간과 생물학적 상호관계를 근거로 보다 큰 의미의 자연주의로 예술과 문화의 다방면에서 거듭나고 있다.[16]

따라서 고대로부터 현대까지 고찰된 자연주의는 자연이라는 인식을 바탕에 두

14) Damian Grant(1970), 「Realism」, Methun & Co Ltd, p.33.
15) 신정현(1992), 「문명비판과 환경에 대한 관심」, 문학사상사, p.119.
16) 전선정 외 3인(2004), 「미용미학과 미용문화사」, 청구문화사, p.21.

고 있으면서 고정적인 해석이 아니라 그 시대의 가치관의 흐름, 또는 분야에 따라 예술적 관점도 변화되고 있으며 새롭게 해석되고 있었다. 현대에 와서 자연주의는 자연과 환경에 대한 관심과 함께 예술의 각 분야에 하나의 경향으로 확고한 자리를 차지하고 있으며, 예술적 작품의 주제로서 끊임없이 창조되고 재조명되고 있다. 자연을 동경하거나 심미적 편안함을 표현하기위해 자연적 이미지를 자연의 모습과 형태, 색상 등을 통해 표현하거나 또는 자연보존을 위한 환경보호 측면의 디자인적 개념으로 발전되어 표현되어지고 있다.

1.2 로맨티시즘(Romanticism)

낭만과 낭만주의는 각각 로맨틱(romantic)과 로맨티시즘(romantism)의 번역어이다. 로맨티시즘은 로맨틱이라는 형용사에서 온 말이라고 한다. 로맨틱은 고불어(古佛語) '로망(roman)'에서 나온 말이다. 로망의 고형은 'romans' 또는 'romant' 인데, 모두 중세 라틴어의 부사 로마니세(romanice)에서 유래한 것이다.[17] 17세기에 로맨틱이라는 용어는 중세 기사들의 모험과 기사도 등에 대한 과장되고 '기이한', '공상적', '허황된', '신비적', '비현실적'이라는 뜻으로 쓰여 졌다.

18세기에 와서 자연, 풍경, 사건 등의 특징을 나타내게 되었으며, 영국의 Samuel Richardson(1689~1761)의 소설 'Pamela' 로부터 비롯되어 문학과 예술 비평의 언어 안에서 확립되었다.[18] 이성적이기 이전에 감성적 인간, 자연과 인간에 보다 잘 접근할 수 있는 수단으로서의 감정에 대한 일관된 숭배, 전체적인 삶과 함께 그 삶을 영위하기 어렵다는 것을 표현하고자하는 의지, 그리하여 생기는 존재의 행복에 대한 향수[19]를 표현하고자 한 것이다.

낭만주의는 고전주의의 감정 절제와 이성제일주의에 대한 반동으로 넓게는 18세기 후반부터 19세기 전체에 걸쳐 서구에 나타난 예술 사조를 총칭하며 좁은 의미로

17) 문덕순·황송문, 전게서, p.55.
18) Arnold Hauser, 백낙청·염무웅 역(1981), 「문학과 예술의 사회사」, 창작과 비평, p.80.
19) Marie-Claude Chaudonneret외 4인, 김윤진 역(2000), 「Romantisme Français」, 창해, pp.11~12.

는 18세기 말에서 19세기 초 사이에 고전주의에 대해 반대하여 주관적 · 개성적 · 공상적 · 상징적 · 신비적 · 초자연적 특성을 지녔다. 낭만주의 정신의 본질은 18세기와 19세기의 고전주의와 계몽주의의 평범한 일상의 삶에서 인간의 주관성과 다양성은 소멸되어 버리고 감성이 배제된 이성에 의해 간주된 행동양식만이 존재하게 되는 정신의 공허와 허탈함에 대한 반동으로서 자기의 감정을 반영하여 자신의 마음에 맞는 문화를 이루려는 주관적 성향이 강했다.

낭만주의 예술에서 중심을 이루는 개념은 정신의 자발성, 상상력, 무한, 창조, 천재, 영감, 초월과 같은 것이다. 이러한 개념들은 칸트철학이후 독일 관념론 안에서 또한 많이 등장했던 것이며, 실상 낭만주의 칸트철학 및 독일 관념론 사상에서 영향 받은바 크다.[20] 낭만주의가 발생한 시대적 원인은 산업혁명과 프랑스 대혁명이라고 할 수 있다. 산업혁명으로 인한 대량생산과 자본주의의 발달은 전통적인 삶의 방식을 변화시켰으며, 또한 1789년 프랑스혁명에서 진행과정에 일어난 부정적인 측면은 혁명자체에 대한 피폐와 환멸을 불러일으키고 이에 대한 반작용으로 꿈, 이상, 환상의 세계에 몰입하고자하는 사상이 나타났다. 그때부터 자아는 더 이상 자신을 독특한 존재로 희생시켜가며 인류에 맞추어 가지 않아도 되었다. 이제 예술은 인간과 역사의 다양성에 따라서 상대적일 수밖에 없으며, 그 내용은 나르시스적 내향성(세기변 또는 예술을 위한 예술)과 잠재적인 사회참여사이에서 찢긴 개인의식이 일시적 표현이 될 수밖에 없었다.[21] 이 사상에 철학적 바탕을 제공한 것은 프랑스의 작가이자 사상가인 J.J. Rousseau(1712~1778)로서 모든 불행과 죄악의 원인이 문명에 있고 자연 상태의 인간이 선하고 완전하다고 생각하였으며 "인간이 살아있다는 것은 느낀다는 것이고 감정은 이성보다 앞서 존재한다"라고 주장하며 이성보다는 감성을 중시하는 낭만주의의 기초를 마련하였다. 낭만주의의 특징은 감정과 상상력을 마음껏 표출하는 감정제일주의를 주창함으로서 고전주의자들이 내세운 추상적인 인간본성에는 보편적 규범을 지닌 미학이 대응하고 있었고 고전에 대한 모방으로 이미 재현된 현실을 습득하는 데에 정열을 쏟았으나, 낭만주의는 일상의 논리를 벗어나 무제한의 상상에 의한 천재적인 직관력에 의해 스스로 현실을 창조하는 것을 으뜸으로 여겼다.

문학에서 처음으로 시작된 낭만주의는 음악, 미술, 예술철학, 종교 등 일체의

---

20) 김혜숙·김혜련(1996), 「예술과 사상」, 이화여자대학교 출판부, p.202.
21) Marie-Claude Chaudonneret외 4인, 김윤진 역, 전게서, p.102.

정신영역에 걸쳐 전개되었던 일대 정신운동일 뿐만 아니라 고딕시대의 자연주의나 르네상스의 고전주의처럼 예술양식 중의 한 흐름이다. 이러한 낭만주의적 풍조는 다양성의 가능성도 제고시켰다. 법칙에 따른 그림기법, 작곡기법, 시의 운율 등은 무시되고 과거의 규범에서 해방된 예술의 각 분야는 문화유산을 풍부하게 만들었다. 음악의 경우 고전파들이 지켜온 독립성이 강한 두개 이상의 멜로디를 동시에 결합하는 작곡기법인 대위법(對位法) 등의 형식은 사라지고 자기의 감정을 악곡의 형식에 구애받지 않고 마음껏 표현할 수 있었다. 언어의 정확한 의미와 형식의 제약에서 벗어나 상상력에 직접 호소하였다.[22] 낭만주의 음악가로는 화려한 관현악 편성법으로 유명한 프랑스의 Berlioz(1803~1869)와 낭만주의 피아노곡으로 유명한 폴란드의 Chopin(1810~1849)등이 있으며 Chopin의 음악에는 민요적 기원, 애국적 열정, 내면적 친밀감과 악마적 연감도 교차되어 표현되었다.

문예의 영국의 Wordsworth(1770~1850), Byron(1788~1824)이 대표적이며 프랑스의 Hugo(1802~1885)의 '노트르담의 꼽추'에서 여성은 순수상태에서의 감수성, 미칠 듯한 사랑의 열정의 화신이거나 아니면 악덕과 저주의 상징이 되기도 하며, 낭만주의적 상상과 비유에 있어 모호한 자리를 차지하고 있다.

미술에서는 낭만주의 화가였던 Delacroix(1798~1863)가 신분사회의 복고주의적 관념형태에 강렬한 반발을 보이면서 자유로운 색채를 구사하였[23]다. 1830년 7월 혁명에서 영감을 얻은 '민중을 이끄는 자유의 여신'(1830)<그림 2-4> 이라는 작품에서 약간 상향적인 그림의 시점은 장면을 더 극적으로 만들고 있으며, 빛이 형태들을 다듬고 실루엣을 강조하고 있다. 낭만주의 회화의 특징은 강렬한 색채, 정확한 묘사, 엄격한 구성보다는 명암과 색채의 대조, 역동적인 극적 구도를 구사하면서 공상, 내면의 생(生)을 자유로이 표현하려 하였다. 낭만주의 미술에 근본적인 영향을 미쳤던 프랑스의 화가 Géricault(1791~1824)는 '메두사호의 뗏목'(1819)<그림2-5> 이라는 실제로 있었던 프랑스군함 메두사호의 침몰사건 이후 뗏목으로 살아남은 생존자들의 이야기를 담은 그림에서 파도와 뗏목의 흔들림, 구름번지는 모습, 사람 근육의 다양한 표현에 있어 격렬한 동세, 강한 명함과 색채효과 등으로 극적인 정경을 표현한 박진감이 있어 그때까지의 회화에서 볼 수 없었던 극적 요소로 가득 찬 작품으로 유명하다.

---

22) Marie-Claude Chaudonneret외 4인, 김윤진 역, 전게서, p.27.
23) 김혜숙·김혜련(1996), 전게서, p.220.

낭만주의 예술가들은 정지적(靜止的)이고 질서가 잡힌 구도를 통해 전려(典麗)한 미를 찾는 차가운 형식 존중의 고전주의와 '나폴레옹 제정'을 정점으로 대혁명 전후에 걸친 신고전주의의 딱딱하고 까다로운 규범에 거세게 반발하였다. 동적인 리듬을 통해 인간감정의 표출을 시도한 낭만주의는 19세기 전반, 특히 1820~30년에 걸쳐 유럽 여러 나라에서 회화를 비롯하여 조각 등에도 파급되었던 예술적 경향으로 자아의 해방을 주장하며 상상과 무한적인 것을 동경하는 주관적·감정적인 태도가 두드러지고 개성을 중시하였다. 또한 낭만주의는 예술가와 자연 사이의 신비스러운 교감 및 개인주의, 열정과 감수성, 상상력의 강조, 묘사적이고 이국적인 경향을 띄었다. 본래 낭만주의는 인생에 있어서의 기본적 태도와 관련된 것으로 광범위하고 다양한 양식을 가지며 계몽주의 문화에 그 뿌리를 두고 있었다. 즉 당시는 역사에 대한 자각과 전체 구조에 대한 인식, 자연에 대한 고조된 감정이 일어난 시기였으며 더불어 낭만주의에 있어 중요한 사회적 요소인 민족주의 감정, 사회주의 등이 출현한 시기였다. 낭만주의 미술의 경향은 정서성·상상력·목가성(牧歌性)을 찾아 헤메는 18세기 미술 그 자체에 내재하였다. 건축에 있어서는 각국의 민족적 모태인 중세기로 향한 회고를 심화시켜 고딕양식의 근대화된 채용이 고조[24]되었다.

일반적으로 낭만주의는 예술상의 경향으로서 상상의 비약, 이상에 대한 동경을 내포하면서 현실의 세계 및 인생의 이법을 초탈하고자하는 자유분방한 표현의 하나로 쓰여지고 있으며 자연에 대한 깊은 존경, 형식에 대한 경멸, 동양적이 것에 대한 동경, 중세와 르네상스 세계를 재건하겠다는 강한 욕망 등을 함축하고 있다.[25]자연의 풍경이나 동물, 이국적 정서와 풍습, 꿈·신비·밤·무한성, 상상력·광기·비극·숭고미·동물적 생명력 등 다양한 분야에서 소재를 선택하여 지성의 한계까지 탐구하고자 하였다.

19세기 초 무한하고 거칠며 끊임없이 변화하는 자연과 그 자연으로 돌아가는 길을 가로 막고 있는 여러 가지 기교를 파기해버리고자 했던 낭만주의는 기존사회체제에 대한 반동과 정서적 체험에 대한 강렬한 욕구로 탄생하였으며, 인간의 무한한 감수성과 상상력의 해방을 통해 시대적 분위기의 반영 뿐 만아니라 현대적 이상세계를 향한 영감을 제공하고 있다.[26] 근대 낭만주의는 초현실주의도 계승되었으며

24) 장문호 (1996), 「서양미술사」, 형설출판사, p.216.
25) 정홍숙(1987), "낭만주의 예술양식이 19세기 복식에 미친 영향에 관한 연구", 중앙대학교 가정문화논집, p.54.
26) 채선미·유영선(1997), "현대패션에 나타난 로맨티시즘 영향", 복식 제45호, p.68.

개성, 개인, 주관, 비합리성, 감성, 환상, 자연스러움, 초월성 등을 강조하였다. 현대에 와서는 예술의 각 분야에서 주관적인 감성을 환상적이고 아름다운 꿈과 동경의 세계, 감미로운 향수·추억의 세계, 부드럽고 여성적인 감각 등을 표현하는 것으로 계승되었으며 미래적이고 개성적인 경향이 가미되어 다양한 표현양식으로 재조명되고 있다.

1.3 모더니즘(Modernism)

모더니즘의 개념을 이해하기 위해 모더니티(modernity)의 어원을 살펴보면 라틴어의 modernus(modo는 최근이라는 뜻)로부터 유래된 말이며 성아우구스티누스의 저술에서는 이교도의 시대와 대조되는 5세기부터 시작되는 기독교의 시대를 가리키고 있다. 그리고 이 구별은 유럽의 중세시대로부터 르네상스기까지 여러 가지 관점에서 수정되고 있다. 예컨대 근대로서의 르네상스는 처음, 앞서의 중세와 대립하는 것으로 생각되었지만 이교도의 시대 혹은 고대와는 대비되지 않는 것이 바로 그것이다.[27] 모더니티는 17~18세기에 들어오면서 과거와 현재, 미래를 유기적 관계로 성장, 발전시키는 계몽주의와 관련되어 현재라는 개념의 역사적 인식을 가져오고 사고의 변혁을 가져오게 되었다. 따라서 모더니티라는 것은 단순히 최극단의 새로운 것이라기보다는 현재로서는 가장 진보적인 것으로 앞으로는 또 다른 진보적인 것이 나올 수 있는 미래를 담보화한 그야말로 열려진 진행형으로 자리 잡고 있는 것이다.

모더니즘은 1920년대 일어난 근대적인 감각을 나타내는 예술상의 여러 경향으로 넓은 의미로는 교회의 권위 또는 봉건성에 반항하여 과학이나 합리성을 중시하고 널리 근대화를 지향하는 것을 말하지만, 좁은 의미로는 기계문명과 도회적 감각을 중시하여 최근의 것 또는 현대적인 것을 추구하는 것을 뜻한다. 또한 낭만주의 문학의 감상성과 애매성 그리고 안이한 주정주의(主情主義)에 반발하여 일어나서 19세기까지의 근대문학에 비해 확연하게 인간 및 예술 전반에 걸쳐 근본적인 변화가 이루어진 사상적 예술적 경향이라 할 수 있다. 감각과 정서보다는 지성을 중시

27) 윤우학(2005), "시각예술에 있어서 모더니즘의 출발에 관한 연구", 충북대학교 인문학지 28집, p.39.

하고 구체적 심상과 감각적인 회화성을 중요시하였다. 즉 모더니즘은 19세기 중엽 이후부터 나타났던 지적운동, 근대적인 감각을 나타내는 예술상의 여러 경향을 뜻한다. 즉 20세기 초기의 미술사조, 입체파(cubism), 미래파, 아르누보(art nouveau), 추상미술의 움직임 등 고전적인 스타일을 거부하고, 기존의 봉건성과 권위에 대한 반항으로 과학적이고 합리적인 사고를 중시하면서 도회적인 감각과 현대풍의 이미지를 추구하는 것을 말한다.

유럽과 미국에서는 이와 같은 여러 운동을 통틀어 모던 아트(modern art)라고 말하는 경향이 많으나, 이것을 대국적인 견지에서 말한다면 19세기 예술의 근간이라고 할 수 있는 사실주의에 대한 반항운동이며, 제1차 세계대전 후에 일어난 전위예술(前衛藝術:avant-garde) 운동의 한 형태였다. 또한 모더니즘은 산업혁명이후에 나타난 문화사조로서 인간은 과학기술의 발전을 통해 유토피아(utopia)에 도달할 수 있는 합리주의를 바탕으로 하여 발달하였다.[28] 모더니스트들은 예술의 순수성을 강조하며 새로운 것에 대한 끊임없는 실험정신을 중요시하였으며, 또한 고급문화와 대중문화, 동서양의 문화를 이원화시켜서 조명하였다. 이것은 주체적인 개인의식을 기본원칙으로 외적 경험보다는 내적 경험의 방식을 추구하였다. 20세기의 2/4분기 동안 미술과 문학을 주도했던 제1차 세계대전 직후인 1919년부터 제2차 세계대전이 터지기 전까지 약 20년간에 걸쳐 프랑스를 중심으로 일어난 전위적 문학, 예술운동인 초현실주의는 모더니즘 미술에서 중심적인 위치를 차지하는 미술 운동이였다.

시기구분을 좀더 세분화해보자면, 19세기 대상을 그대로 옮길 수 있다는 재현(representation)에 대한 믿음으로 미술에서는 원근법을 중시하고 어떻게 하면 실물처럼 그릴까 고심했던 사실주의(realism)에 대한 반발이 20세기 전반 모더니즘이었고 다시 이에 대한 반발이 포스트모더니즘(postmodernism)이라 할 수 있다.

포스트모던의 어원은 분명하지 않으나, 이 용어가 확산된 것은 Leslie Fiedler와 Ihap Hassan이 포스트모던 예술을 보다 광범위하고 독자적으로 해석하면서부터 시작[29]되었다. 모더니즘은 혁신이었으나 역설적으로 보수성을 지니고 있었다. 재현에 대한 회의로 개성 대신에 신화와 전통 등 보편성을 중시했고, 입체파 미술의 대가인 Picaso(1881~1973), Braque(1882~1963)같은 거장을 낳았으나 난해하고 추상적인 기법<그림 2-6, 그림 2-7>으로 대중성을 찾지 못하는 경향이 있었다. 개인의 음

28) 전선정 외 3인(2004), 「미용미학과 미용문화사」, 청구문화사, p.26.
29) 서성록(1989), 「포스트모더니즘과 비평」, 미술공론사, p.5.

성을 되찾고 대중과 친근하면서 모더니즘의 거장을 거부하는 다양성의 실험이 포스트모더니즘이었다. 따라서 철학에서는 모던과 포스트모던 상황이 반발의 측면이 강하지만 예술에서는 연속의 측면도 함께 지닌다. 비록 이성과 보편성에 의지했지만 이미 재현에 대한 회의가 모더니즘에서 일어났기 때문이다.

포스트모더니즘은 1960년대에 들어 미국과 유럽에서 시작되었으며 다양한 변화와 실험을 그 특징으로 하였다. 포스트모더니즘은 20세기 초엽에 대두된 다다이즘이나 초현실주의 또는 미래파를 포함한 아방가르드(avant garde) 예술운동을 포함하여 흔히 모더니즘으로 지칭되고 있는 문학과 예술의 특징을 대부분 그대로 수용하고 있다. 즉 모더니즘의 기본입장을 거의 그대로 받아들여 극단적인 형태로 발전시키는 한편 다른 측면에서는 모더니즘과 상충되는 입장을 보이기도 하였다. 포스트모더니즘과 모더니즘의 공통점은 전통과의 단절, 불확정성, 파편화, 반리얼리즘, 전위적 실험성, 비역사성, 비정치성 등을 들 수 있다. 한편 포스트모더니즘을 모더니즘과 구분시켜주는 특징으로서는 자아와 주관성에 대한 새로운 입장, 패러디(parody)와 패스티시(pastiche), 행위와 참여, 임의성과 우연성, 주변적(周邊的)인 것의 부상, 탈장르화, 자기 반영성 등을 들 수 있다.

포스트모던 한 것이란 표현 자체 내에 표현할 수 없는 것을 모던한 것 안에서 해내는 일이다. 획득할 수 없는 것에 대한 향수를 집단적으로 공유하게 하는 훌륭한 형식의 위안과 취미의 집중을 거부하는 것이며 즐기기 위해서가 아니라 표현할 수 없는 것에 대한 보다 강렬한 감각을 전달하기위해 새로운 표현을 추구하는 것이다.[30]포스트모더니즘은 이제껏 주류와 비주류로 나뉘던 이분법적인 것에 대해 회의를 가진다. 그리하여 주변에서 덜 중요하다도 인식되어 오던 것에 대한 관심을 표출하게 되는데 이러한 노력이 바로 흑인민권운동이나 소수민족 부상, 페미니즘의 확산, 양성성의 인정 등의 형태로 나타나게 된다[31]. 한마디로 말해서 포스트모더니즘은 모더니즘의 논리적인 연장이며 계승인 동시에 모더니즘에 대한 비판적 반작용이며 단절이다. 한편으로 모더니즘은 아방가르드 예술운동을 포함한 모더니즘의 기본원리를 논리적으로 계승하여 극단적으로 발전시킨[32]것이라 할 수 있다.

---

30) Albrecht Wellmer, 이주동·안성찬 역(1990), 「모더니즘과 포스트모더니즘의 변증법」, 도서출판 녹진, p.31.

31) 김예성(2002), "현대메이크업에 나타난 포스트모더니즘적 특성에 관한 연구", 한국미용학회지, 제8권 제2호, p.145.

32) 김욱동(1992), 「포스트모더니즘과 예술」, 청하, p.58.

각 분야의 특징을 살펴보면, 미술에서는 추상 대신에 대중성을 띄고 다시 구상이 등장하였다. 1950년대 후반에 나타난 팝아트(pop art)는 과거순수예술이 주장하는 우월성과 현대의 전위미술에서 볼 수 있는 허식을 거부하고 현대생활에 강한 충격을 주는 대중문화의 현상들을 특징적으로 묘사하였다. 미국의 유명한 팝아트 미술가인 Lichtenstein(1923~1997)과 Warhol(1928~1987)은 대상을 여러 번 찍어 '다르게 반복하기'를 선보이거나 고유한 원본을 패러디하여 '다양한 재현들'을 선보이며,<그림 2-8>단 하나의 절대재현을 거부하였다. 문학에서는 인물의 독백이 사라지고 다시 저자가 등장하는데 더 이상 19세기 사실주의와 같은 절대재현은 나타나지 않았다. 작가가 자신의 서술을 되돌아보고 의심하는 자의식적 서술, 현실과 허구의 경계 와해, 인물과 독자에게 선택권을 주는 열린 소설, 작가의 권한을 최소화한 최소화 기법 등이 쓰였고 영화와 연극 역시 사실주의의 패러디로서 환상적 기법, 자의식적 기법을 사용하였다. 무용에서는 토슈즈를 신었던 19세기 발레에서 맨발의 자유로움과 기법을 중시한 모더니즘, 그리고 다시 운동화를 신는 포스트모던 댄스로 대중성과 개성이 중시되었다. 서사(narrative), 기호학 등 비평이론의 경계 와해는 공연예술에서 탈장르로 나타났으며 포스트모던 건축은 기능주의적이고 중앙집권적인 밋밋한 건축에서 장식과 열린 공간을 중시하고 분산적이며 고전적인 것과 현대적인 것을 접합시킨 패러디가 유행하였다. 개성·자율성·다양성·대중성을 중시한 포스트모더니즘은 절대이념을 거부했기에 탈 이념이라는 시대적 정치이론을 낳았으며 후기산업사회 문화논리로 비판받기도 하였다. 이러한 모더니즘과 포스트 모더니즘적인 예술적 경향은 메이크업을 비롯한 뷰티 디자인(beauty design)의 흐름에도 많은 영향을 주었다. 특히 패션 컬렉션이나 메이크업 잡지화보에서 보여지는 차갑고 강인한 이미지 또는 다양한 패러디, 미래적·실험적인 메이크업의 증가는 모던과 포스트모던의 특징들이 반영된 것으로 큰 영향력을 발휘하며 독창적인 예술영역으로 자리 잡아 가고 있다.

제 2 절 메이크업의 개념과 목적

2.1 메이크업의 개념

메이크업(make-up)의 'make'의 '만들다'라는 뜻과 'up'의 '상승시키다'라는 말이 합성되어 사전적 의미로는 '보완하다', '완성하다'라는 뜻이며, 일반적 의미로는 '얼굴에 화장(化粧)을 하는 것'을 말한다.

화장은 인류의 시작과 함께 비롯되어 온 것으로서 영어의 메이크업, 페인팅(painting), 토일렛(toilet), 드레싱(dressing) 또는 프랑스어의 마뀌아쥬(maquillage) 등에 해당된다.[33] 현재 우리가 사용하고 있는 메이크업이라는 용어는 미국의 헐리우드 전성기에 Max Factor에 의해 대중화되었다. 이보다 앞서 17세기 초 영국의 시인 Richard Crashou는 여성의 매력을 높여주는 화장이라는 단어로는 메이크업을 처음 사용한 바 있다.[34]

사람은 태어나면서부터 아름다워지고자 하는 미적 본능을 가지고 있는데 이러한 미적 본능의 원초적 표현 중의 하나가 메이크업이다. 메이크업은 아름다움을 표현하는 한 방법으로써 그 시대의 문화를 반영하면서 발전해 오고 있고, 또한 사람의 신체를 바탕으로 행하는 표현기법이다.[35] 하루야마 유키오(春山行夫)는 '화장이란 고대부터 얼굴에 색을 칠하는 것이 그 중심이며, 최근에는 메이크업이라는 용어가 더 널리 사용되었으며, 그 기본적인 뜻은 화장품을 이용해서 여성의 매력을 높여주는 것'[36]이라고 하였다.

좁은 의미로 보면 직접 사람의 피부표면을 미화하는 장식수단의 하나이며, 넓은 의미로는 육체의 일부를 표면적으로 변화시키고 외적 아름다움을 추구하거나 예술적 심미를 표현하는 인류풍습의 하나로서 뷰티 메이크업(beauty make-up), 무대분장(stage make-up), 특수 분장(special make-up), 바디페인팅(body painting) 등을 포함한다. 그러므로 화장의 범위는 넓게는 신체를 가꾸거나 아름답게 하기위한 포괄적인 모든 행위이며, 좁게는 얼굴이미지 개선을 위하여 색상이 있는 화장품을 얼굴에 바르는 뷰티 메이크업을 지칭한다. 따라서 일반적으로 생활용어에서 정착된 화장이란 용어는 곧 뷰티 메이크업을 의미하므로[37] 본 연구에서는 가장 일상적인 미(美)의 표현으로서 뷰티 메이크업에 한정되어 연구되었음을 밝히고 '메이크업'이라는 용어로 일관되게 사용하였다.

---

33) John Ligget(1974), 「The Human Face」, New York:Stein and Day, p.51.
34) 春山行夫(1976), 「おしやれの 文化史(History of Beauty Culture)」, 東京:平凡社, p.12~13.
35) 강경화(2000), 「메이크업 총론」, APC, p.158.
36) 春山行夫(1992), 「化粧」, 東京:平凡社, p.18.
37) 이연희(2005), "메이크업 색채활용시스템을 위한 화장색 이미지지각 및 선호도 연구", 복식문화연구 제13권 5호, p.43.

2.2 메이크업의 목적

메이크업의 근본적인 목적은 얼굴을 아름답게 보이게 하기 위함이며, 현대에 와서는 다양한 이미지를 표현하여 개성을 추구하는 수단으로 활용되고 있다. 따라서 메이크업은 화장품과 도구를 사용하여 얼굴의 장단점을 파악하여, 단점은 보완하고 장점을 부각시켜 전체적인 얼굴의 선과 면, 색상을 아름답게 보이게 하고 개선시키거나, 또는 예술적 목적으로 이미지를 변신시키는 내적 미의식을 표출하여 새롭게 창조하는 것이라고 할 수 있다. 즉, 외적인 미와 개성을 표현하는 수단으로서 뿐만 아니라 내적 가치관과 의식을 표명하며 새로운 생활문화와 유행에 따른 다양한 경향을 창조해내는 것이라 할 수 있다. 유행하는 메이크업의 경향은 그 시기의 사상과 가치관, 미의식 등의 유사성과 특수성을 형성해하며 전개해 나가고 있다.

토탈패션(total fashion)의 한 요소로서 유행하는 메이크업 디자인은 여러 가지 느껴지는 감정에 따라 다양한 이미지를 창조할 수 있으며, 그 중에서도 예술사조적 경향에서 비롯되어 파생되는 이미지로 용어화된 것들이 있다. 대표적인 예로 자연주의적 의식이 반영된 자연주의 경향에서 파생된 내추럴 이미지, 낭만주의적 경향에서 파생된 로맨틱 이미지, 모더니즘의 큰 맥락에서 파생된 도회적이고 차가우면서 개성적인 이미지를 표방하는 모던 이미지 등을 들 수 있다. 본 연구에서는 이 세 가지 이미지를 중심으로 연구하였음을 위에서 밝힌 바 있다.

메이크업의 목적은 문화권마다 조금씩 다른 양상을 띠고 있지만 궁극적인 목적은 아름다움이란 추상적인 개념으로 표현되었다. 현대인의 메이크업 행위는 사회과학적·생리학적 효용 뿐만 아니라 감정에 영향을 주는 심리적 측면도 중요한 부분이라 할 수 있다. 궁극적인 목적으로 첫째는 피부보호의 목적으로서 외부의 먼지, 자외선 등의 유해환경으로부터 피부를 보호할 수 있다. 둘째는 미화(美化)의 목적으로 사람의 본능적인 미적 욕구에 의해 외모의 결점은 보완하고 장점을 부각 시킬 수 있다. 셋째는 사회기능적인 목적으로 사회생활에 있어서 외모를 단장함으로서 자신감을 부여하고 긍정적인 효과를 증대시킬 수 있다. 넷째는 심리 가치추구의 목적으로 개인 성격이나 사고방식, 가치추구, 등의 심리적인 측면을 표현할 수 있다. 또한 사회적으로 규정된 혹은 공유된 미의 기준과 여성에 대한 기대에 따라 여성들은 메이크업을 하게 되고 이러한 메이크업 행동은 다시 여성의 성정체감과 자기개념의 구성과 발달에 영향을 미치게 된다고 할 수 있다.[38] 따라서 메이크업은 여성

들에게 외모의 이미지를 표현함으로서 안정감과 자기만족, 자존감 등을 획득해 나가게 하는 과정이자 변신의 통로라고 할 수 있다.

제 3 절 예술사조와 메이크업의 연계성

3.1 내추럴리즘과 연계된 메이크업 경향

미학사에서 끊임없이 지속되어 온 사상 중에 하나는 예술이 자연을 재현하고 반영한다는 자연주의 사상이다. 이것은 예술이 자연과 가까워짐과 동시에 자연이 인간과 가까워진다는 것이라 하겠다. 물질문명발달의 부작용인 환경오염의 문제가 대두되고 있는 지금의 현실 속에서 우리는 자연 상태가 그대로 보존되는 곳을 마음속에 동경하게 된다. 이것을 그리워하며 자연을 중시하는 사고방식은 자연주의에 대한 관심을 고조시켰으며[39] 자연의 순수성과 자연속의 삶, 웰빙(wellbeing) 등을 동경하는 사회문화적, 예술적 경향으로 나타나게 되었다.

1990년대 초반부터 예술분야에서는 자연의 이미지를 재현하거나, 환경보호를 염두에 둔 디자인적 개념이 중시되었고, 자연스럽게 메이크업과 패션 분야에도 이러한 경향은 반영되었다. 메이크업은 토탈 패션의 한 분야로서 헤어스타일과 패션의 유행의 흐름에 함께 연출되어 조화롭게 표현되어 왔다.

먼저 메이크업의 표현과 가장 연계성이 있는 패션 분야에서는 자연의 형태를 직접적이고 순수하게 반영하여 자연의 식물, 동물, 광물 등을 모티브(motive)로 사용하는 디자인을 통해 자연에 대한 동경과 회귀의식을 표현하였다. 또한 환경문제의 경각심을 일으키는 재활용, 재순환적 이미지를 도입하여 응용하였다. 패션분야의 자연주의의 디자인으로서는 직접적 표현으로는 자연 모티브의 문양, 트로피컬 패턴, 꽃과 나뭇잎, 나뭇가지, 열매, 깃털, 조개, 해조류 등 자연물의 부착과 액세서리 디자인으로 자연을 표현한 것이 있으며, 실루엣에서 자연의 이미지를 부각시킨 것이 있다. 간접적 표현으로는 자연적 질감이나 소재의 활용, 자연색 사용, 핸드메이드

38) 김기범·차영란,(2006), "여성의 화장을 통한 미와 자기개념의 사회문화적 의미분석", 한국심리학회지, Vol.11, No.1, p.112.

39) Marie-Charles Dominique·Joceiyne Pion(1992), 「Art et Nature」, Paris: Ligeia, p.47.

(handmade)의 선호 등 흐르는 듯한 자연스러움을 나타[40]내었다.

이와 어울리는 자연주의 경향의 헤어표현으로는 매끄러운 질감의 원랭스(one length)나 레이어(layer)형의 긴 생머리이며, 길게 풀어 놓거나 아래, 가운데 일부를 단순한 끈이나 핀으로 묶는 경우가 많은 자연적이고 소박한 이미지가 특징이다.[41] 내추럴리즘에 영향을 받은 메이크업 경향은 순수한 자연의 동경, 자연회귀본능과 인간성 회복 등의 에콜로지(ecology)의식을 담고 동시에 자연과 인간 그리고 메이크업과의 친화성과 융화됨을 강조하고 인위적인 것을 거부하고 자연의 순수성과 여유 및 정신적 풍요를 갈망하여 표방되고 있다. 우리나라에서 내추럴리즘 경향이 새롭게 대두되기 전인 1990년대 이전의 메이크업은 매우 두껍고 진한 톤의 피부표현과 강하고 선명한 색상표현이 주류를 이루어서 얼굴의 원래의 모습이 부자연스럽거나 과장되게 표현되는 경향이 있었다. 이러한 메이크업의 특성은 원래의 얼굴의 모습을 가리므로 윤곽이 뚜렷하고 화려하게 보여 지는 반면에 인공적이며 획일화된 이미지로 표현되는 경향이 있었다. 이에 대한 획기적인 반전을 이룬 메이크업에서의 자연주의는 최대한 인공미를 배제하고 자연스러운 이미지를 구현하는 것으로서 자연의 편안하고 안정적인 이미지를 표방하면서 얼굴의 선과 면, 형태와 색상이 부드럽게 조화되거나 순수 또는 자연스러운 건강미로 표현되었다. 기초 메이크업과 관계된 화장품의 재료에 있어서도 천연의 재료나 식물성분이 들어있는 것들을 선호하면서 피부에 대한 자극을 최소화하고, 자연의 정서와 이미지를 동경하게 되었다. 헤어와 패션의 내추럴 경향과 조화롭게 가볍고 투명한 느낌의 피부표현을 통해 인공적이고 불편한 두꺼운 파운데이션(foundation)으로부터 해방되었고, 원래의 얼굴의 이미지를 유지하면서 얼굴의 장점을 부각시키는 최소한의 메이크업으로 발전되었다. 이러한 요소들은 웨딩메이크업에도 변혁을 가져왔으며 청순하고 순수한 신부의 이미지를 선호하는 경향을 보이게 되었다.

내추럴리즘 경향이 메이크업에 끼친 영향으로는 첫째는 자연에 대한 동경과 자연스러움에 대한 편안함의 미학과 자연스러운 아름다움에 대한 심미적 예술성을 제공하였고, 둘째는 자연에서 생성된 천연재료와 식물, 광물 재료의 실용성을 부각시켜 자연친화적인 화장품 재료개발에 발전을 가져다주었으며, 셋째는 자연스럽고 편

40) 강희경(1998), "한국적 의상디자인에 표현된 자연주의에 관한 연구", 한국 복식학회지, 제38권, p.219.

41) 안현경·조규화(2005), "헤어패션이미지의 특징에 관한 연구", 패션비즈니스학회 제9권 5호, p.162.

안해 보이는 메이크업 이미지의 선호와 가치상승, 메이크업 표현기법의 발전 등을 들 수 있다.

3.2 로맨티시즘과 연계된 메이크업 경향

로맨티시즘은 개인적인 주관의 표현기회가 박탈당한 고전주의의 반동에서 시작된 것으로 딱딱한 선, 감정표현이 억제되는 단정함, 균형적이고 전형적인 형식미로 표현되는 고전주의 이미지와는 달리 주관적인 감정의 표현을 지향하며 곡선적인 선묘, 결정되지 않은 외곽선, 불분명한 소실점 등 미완성인 듯한 느낌의 이미지를 차용하였다. 이를 통해 관찰자의 상상력을 자극하며 공상적이고 소설적이며 비현실적이라는 의미로 인식되며 일반적으로 동화의 세계처럼 감미로움에 대한 동경이며 영원한 소녀의 느낌으로 미성숙의 감각이라고 할 수 있다.

낭만주의의 본질은 감정과 본능을 찬미하는데 있었고, 여기에는 자연에 대한 깊은 존경, 형식주의에 대한 경멸, 일반민중에 대한 감상적인 사랑, 세상을 개선하려는 강렬한 욕구, 민족의 과거와 전설에 대한 향수 및 극적 감정과 운동감의 표현 등이 포함되었다.[42] 일반적으로 낭만적 이미지는 모든 예술분야에 걸쳐 밝고 장식적이며 리드미컬한 곡선을 중심으로 흐르는 듯한 아름다움을 표현하여 부드럽고 섬세하며 우아한 디자인적 특성을 지니고 있다[43]. 이러한 경향은 자연스럽게 1990년대 중·후반에 메이크업의 경향에 반영되었고 헤어와 패션의 경향과 조화롭게 발전하였다.

복식용어에서 낭만적이라는 말은 일반적으로 여성다운 부드러움, 우아함 등이며 환상적이고 꿈이 있는 귀엽고 사랑스러운 소녀적인 이미지를 갖는 것으로 우선 장식적인 요소가 강한 것이 특징이다.[44] 부드러운 질감의 꽃무늬와 민속풍의 기하학적인 무늬, 화려하고 산뜻한 색상, 열대지방의 감미로운 자연색조, 프릴 레이스장식 및 부드러운 감각으로 표현된 장식적 디테일을 사용한다.[45]낭만주의에 기반을

42) 차하순(1981), 「서양사 총론」, 심설당, p.514.
43) 김영현 · 양취경(2005), "현대패션의 로맨틱이미지에 관한 연구", 한국 복식학회 제55권 1호, p.3.
44) 이경손·김희섭(1998), 「의생활과 코디네이션」, 고문사, p.148.
45) 정미혜(2000), "00-01 Fashion Trend 에 나타난 Romantic Image 에 관한 연구", 한국의상디자인학회지(제2권2호)통권3호, p.42.

둔 복식의 특징은 과장과 가시로 드러내는 아름다움과 의외성에 기반을 둔 골계미 등도 거론되나, 대표적인 것은 감성적, 외면적, 환상적, 여성적, 감각적 등으로 표출되는 미로서 정신적인 측면을 배제하고 감성적인 측면이 표현된 외면적 운동에 중점을[46] 두었다 할 수 있다. 1990년 이후 낭만주의의 양상은 과거로의 복고적인 분위기가 전반적으로 지배하는 경향이 나타났으며, 특히 이탈리아의 Versace(1946~1997)를 비롯한 여러 패션디자이너들은 바로크, 로코코풍의 복고적 이미지를 차용하였다. 이후 현대패션에서 낭만적 이미지는 복고적·자연적·에스닉(ethnic)·미니멀(minimal)·아방가르드적인 특성이 가미되어 현재의 사회와 문화에 대한 재구성과 재해석으로 새롭고 자유로운 창조적 표현으로서 재조명되어 유행하고 있다.

로맨틱 헤어표현으로는 길고 굵은 웨이브머리에 좌우로 묶거나 땋은 머리가 많으며, 가르마의 좌우 상관없이 앞머리를 내리기도 하고, 핀, 리본을 사용하기도 하는 소녀답고 낭만적이고 귀여운 이미지가 특징이다.[47] 또한 집시스타일을 응용한 강한 웨이브로 정열적이고 자유스러운 로맨틱 경향을 표현할 수 있다. 메이크업에서의 로맨티시즘은 감성적인 상상력으로 동화속의 소녀 주인공의 느낌으로 여성스럽고 귀여운 이미지 또는 사랑스러운 이미지로 표현되었다. 전체적으로 로맨티시즘 디자인의 특징인 곡선위주의 부드러운 느낌이 그대로 반영되어 얼굴의 선과 면을 여성스럽고 소녀 적인 감성으로 표현하였다. 색채표현에 있어서는 연하고 밝고 부드러운 색조를 활용하여 전체적으로 감각적이고 사랑스럽게 표현되었다. 로맨틱 패션 이미지들이 다른 이미지의 특성들을 가미하여 재창조 되듯이 메이크업에서도 다양한 이미지와 결합하여 조화로운 이미지로 거듭나고 있다. 색조의 강화 또는 단순화, 개성화를 통한 기본적인 로맨틱 이미지를 유지하면서 미니멀·에스닉·레트로 이미지 또는 팝아트 이미지와 결합하여 토탈 패션의 개념에 조화로운 분위기를 가미하여 표현되고 있다.

3.3 모더니즘과 연계된 메이크업 경향

모더니즘은 초현대적이고 진보적인 경향이다. 시대를 앞서가는 감성에서 비롯

46) 최수현(1994), "복식의 미적 범주 -르네상스", 복식23호, p.202.
47) 안현경·조규화, 전게 논문, p.162.

되어 실험성과 전위성(轉位性)이 강한 경향이 있다. 모더니즘은 미술에 주의를 환기시키기 위해 미술을 사용하였는데 그것은 특히 회화의 경우, 그 매체를 구성하고 있는 한계들 예를 들면 평평한 표면, 지지대의 형태, 물감의 속성들이 과거의 거장들에 의해 지극히 소극적, 혹은 암묵적으로 다루어졌던 것에 비해 모더니스트들의 회화들은 이러한 한계를 적극적으로 받아들여 공적인 회화상의 발상 및 방법론으로 역전시켜서 표현하였다. 이는 지금까지 상식으로 여겨지던 스타일과는 달리 새롭고 기묘한 디자인을 지적인 멋으로 승화시켜 표현하거나, 대비되는 강한 배색을 사용하여 현대적 이미지를 표현하는 것이다.[48]

패션에 있어 모던은 과거 여성의 이미지를 거부하고 자립한 여성으로써 지성미를 동경하고 항상 미래에 대한 대비를 게을리 하지 않는 그런 감성이라고 할 수 있다. 도시환경에 맞는 합리적인 의상, 기능적이고 심플하고 거기에 샤프함과 지적 세련미까지 겸비한 것이라 할 수 있다. 모던은 샤프하고 차가운 느낌을 주는 것이 특징이다. 색상도 도시의 색상을 닮아서 회색이나 검정이 베이스컬러로 되어 있고, 흰색이나 청색계열 또는 회색이 가미된 유채색 계열이 모두 모던 컬러의 범주에 속한다.[49] 주로 기능적, 심플함, 샤프함과 지적 세련미를 겸비한 이미지로서 포스트모던, 하이테크, 퓨처리스트 룩(futurist look)[50] 등이 해당된다. 포스트모더니즘의 영향으로 1980년대 이후 독특하고 인위적인 메이크업과 헤어스타일이 시도되었다. 이후 1990년대 후반의 Jean-Paul Gautier, Christian Dior, Vivienne Westwood 등의 컬렉션에서 획기적이며 실험성이 강한 패션과 메이크업을 선보이며 새로운 예술적 경향으로 조명되었다.

모더니즘의 영향으로 메이크업에서는 도회적이고 세련된 이미지, 차갑고 강한 이미지의 뷰티 메이크업을 비롯하여 펑크풍이나 복고풍과 에스닉(ethnic)의 변형, 여러 오브제의 사용, 메탈릭한 미래주의 등의 이미지로 다양하게 시도하여 표현되었다. 전반적으로 색상은 도시적이고 차가운 계열을 효과적으로 표현하고 있으며, 세련된 디자인과 하이테크(high-tech)적 감각, 퓨처리스트적인 감각을 선보였다. 하이테크적 감각은 하이스타일(high style)과 테크놀러지(technology)의 합성어로 미래지향적, 첨단과학적, 인공적인 이미지를 특징으로 한다. 주로 패션에서는 광택을 발하는 금속, 인공피혁, 알미늄 소재 등의 메탈릭 소재를 활용을 의미한다. 퓨처리스

48) 윤우학 전게 논문, p.13.
49) 류지원 외 2인(2000), 「뷰티코디네이션」, 고문사, p.216.
50) 강근영 외 2인(2003), 「Make up Design」, 훈민사, p.168.

트적인 감각은 미래의 가상공간인 우주공간을 배경으로 SF 영화에서 보여지는 미래적이고 첨단적인 환상을 담고 있는 이미지를 특징으로 한다. 메이크업에서는 메탈릭 소재의 느낌으로 메이크업 펄(pearl)과 스파클(sparkle) 등을 활용해 광택적이고 미래적인 이미지를 표현하였다.

20세기 후반 포스트모더니즘의 다원성과 불확정성[51]은 예술 분야에 표현의 무제한적 자유의 가치를 심어 주었고, 메이크업에도 기존의 고정적이고 형식화된 미의 관념에서 보다 주관적이고 자유로운 실험정신과 개성표현으로 확대되었다.

앞에서 고찰한 바와 같이 모더니즘과 포스트모더니즘과의 관계는 동질성과 이원성이 포함되어 상반된 견해를 가진 학자들의 주장이 엇갈리고 있는 것으로 나타나고 있다. 이에 영향을 받은 예술적 디자인의 특성에도 동질성과 이원성이 존재하고 있으며 각 분야별로 다양하게 표현되고 있다. 모더니즘과 포스트모더니즘은 큰 맥락에서는 모더니즘의 동일선상으로 또는 이질적으로 평가되는 이원성을 갖고 있다. 본 연구에서는 평소에 행해지는 뷰티 메이크업을 대상으로 실증분석이 진행되므로 뷰티 메이크업에 제한하여 절충주의적 입장을 취하는 것이 바람직하다고 사료된다. 이에 따라 현대 산업사회에 와서 새롭게 등장한 도회적이고 세련된 이미지 또는 광택적인 재료의 활용을 글로시한 피부표현을 기본으로 한 개성적이고 미래적인 이미지, 색조를 높여서 재현하는 강렬한 이미지들에는 구체적으로는 모더니즘과 포스트모더니즘적 경향이 모두 포함되어 있으며, 이것을 큰 맥락에서는 모더니즘 사조에 영향을 받은 모던 메이크업 이미지로 분석하여 연구를 진행하였음을 밝힌다.

51) 이정후(1998), "포스트모더니즘 패션에 나타난 불확정성", 숙명여자대학교 박사학위논문, p.17.

<표 2-1> 내추럴리즘, 로맨티시즘, 모더니즘의 개념과 특성 비교

사조 / 구분	내추럴리즘	로맨티시즘	모더니즘
어원	nature/naturalness→ naturalism	romanice → romans, romant → romanticism	modernus → modernity → modernism
근본 개념	- 모든 근본적인 원인과 동기를 자연에서 찾는 사람들의 체계 - 어떠한 목적을 가지는 현실성과 인공적인 것을 거부하고, 순수한 그대로의 자연의 재현과 또는 현실을 실험적으로 관찰하는 방법을 예술에 적용함.	- 18세기와 19세기의 고전주의와 계몽주의에 대한 반동으로 자기의 감정이 인도되는 대로 감각적으로 표현하고 주관적 심성에 맞는 문화를 이룩하려고 한 것.	- 1920년대 일어난 근대적인 감각을 나타내는 예술상의 여러 경향 - 넓은 의미로는 권위 또는 봉건성에 반항하여 과학이나 합리성을 중시하고 널리 근대화를 지향하는 것 - 좁은 의미로는 기계문명과 도회적 감각을 중시하여 현대적인 것을 추구하는 것
특성	- 자연을 재현하는 것을 유일한 목적이라고 생각함 - 정신적 공허와 인간성 상실이라는 문제점과 환경문제의 대두로 다시 자연의 가치를 받아들이고 회귀의식을 반영함	- 감정과 상상력을 마음껏 표출하는 주관적 감정제일주의를 주창함 - 일상의 논리를 벗어나 무제한의 상상에 의한 천재적인 직관력에 의해 스스로 현실을 창조하는 것을 으뜸으로 여김 - 상징과 암시에 의한 표현을 중시	- 예술의 순수성을 강조하며 새로운 것에 대한 끊임없는 실험정신을 중요시함 - 주체적인 개인의식을 기본원칙으로 외적 경험보다는 내적 경험의 방식과 감성보다는 지성의 추구를 중요시함
	- 물질문명 발달의 부작용인 환경오염의 문w	- 동화의 세계처럼 감미로움에 대한 동경과 영원한	- 초현대적이고 진보적인 경향으로 시대를 앞서

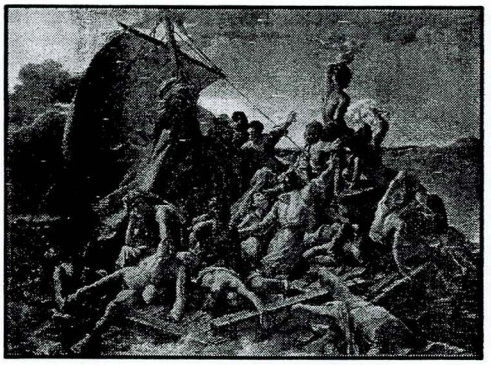
예술적 경향	제가 대두되면서 자연을 중시하여 자연의 순수성과 자연속의 삶, 웰빙 등을 동경함 -자연에 대한 향수와 환경보존을 위한 재활용을 주제로 사회문화적, 예술적 경향으로 나타나게 됨	소녀의 느낌으로 미성숙의 감각으로 감정과 본능을 찬미하며, 감상적인 사랑, 세상을 개선하려는 강렬한 욕구, 민족의 과거와 전설에 대한 향수 및 극적 감정 등을 여성적이고 곡선적으로 표현함 - 레트로, 에스닉, 미니멀, 아방가르드적 특성을 가미하여 재창조	가는 감성에서 비롯되어 실험성과 전위성이 강한 경향으로 공적인 회화상의 발상및 방법론으로 역전시켜서 표현함 - 새롭고 기묘한 디자인을 지적인 멋으로 승화시켜 표현하거나, 대비되는 강한 배색, 광택적인 이미지를 사용하여 현대적, 미래적 이미지를 표현함
표현 이미지	자연적 이미지 순수한 이미지 원시적 이미지 에콜로지 이미지	낭만적 이미지 사랑스러운 이미지 여성적 이미지 동화적 이미지	현대적 이미지 도회적 이미지 세련된 이미지 개성적, 지적 이미지 실험, 미래적 이미지

<그림 2-1> 내추럴리즘 그림
밀레의 '만종', 1859

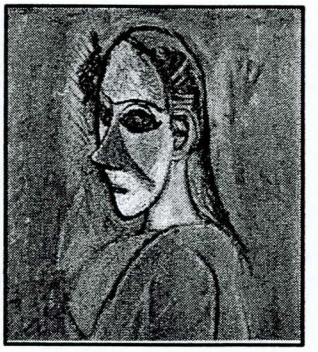
<그림 2-2> 내추럴리즘 그림
코로의 '마리셀 교회', 1866

<그림 2-3> 내추럴리즘 그림
컨스터블의 '데담골짜기', 1811.
신',

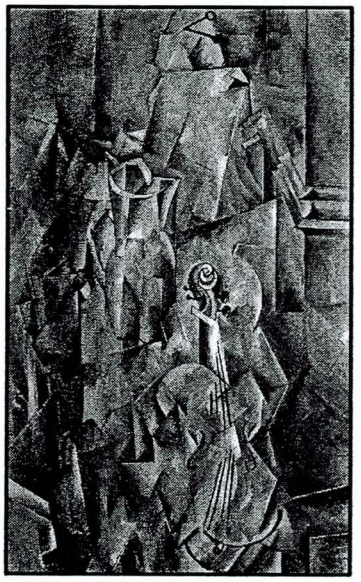
<그림 2-4> 로맨티시즘 그림
들라크로와의 '민중을 이끄는 자유의 여신'
1830.



<그림 2-5> 로맨티시즘 그림
제리코의 '메두사의 뗏목', 1819.



<그림 2-6> 모더니즘(입체파) 그림
피카소의 '아비뇽의 아가씨', 1907.



<그림 2-7> 모더니즘(입체파) 그림
브라크의 '바이올린과 주전자', 1910.

<그림 2-8> 팝아트 미술
앤디 워홀의 '마를린 몬로', 1964.

자료출처 : http://imagesearch.naver.com

제 3 장 메이크업 이미지의 특성

제 1 절 메이크업 이미지의 표현특성

예술사조적 경향에서 비롯된 내추럴, 로맨틱, 모던 메이크업 이미지에는 각 예술사조의 표방의식과 표현특성들이 나타나고 있다. 이전의 메이크업 특성을 분석한 선행 연구들에서는 주로 패션 컬렉션에 나타난 메이크업을 참조하여 분석하는 경향이 있었다. 최근에는 연예 엔터테인먼트 사업의 발전과 더불어 연예인 메이크업 스타일에 대한 관심이 증가하면서 일반 여성들도 T·P·O에 따른 메이크업 연출력이 날로 향상되고 있다. 또한 메이크업에 종사하는 메이크업 관련 아티스트의 급증(2006년 한국메이크업협회 통계에 따르면 약 10만 명)과 더불어 메이크업 테크닉이 발전하고 있으며 색조 화장품 전문브랜드 시장이 영역을 넓혀가고 있는 추세이다. 이들 브랜드에서는 S/S(spring/summer), F/W(fall/winter) 시즌에 앞서 메이크업의 유행 경향을 제시하고 트렌드를 주도하고 있으므로, 내추럴·로맨틱·모던 이미지의 메이크업 표현특성을 유명 색조 화장품 브랜드에 나타난 메이크업 이미지와 연계하여 분석하였다.

최근 2003년에서 2006년 유명 화장품 브랜드(mac, make up forever, clio, amore)에서 제안하였던 메이크업 광고 이미지 사진을 참조하여 각 메이크업 이미지의 특성을 분석하였다.

1.1 메이크업의 내추럴 이미지

(1) 표방의식

메이크업에 있어 자연적 이미지는 자연이 포용하고 있는 정다움, 온화함 등을 생활모습에 반영한 것으로 자연이 가져다주는 마음의 평온이 기본이 되며 자연스럽고 자유스러우며, 부드럽고 친근감[52] 있는 이미지라고 할 수 있다.

52) 이영애 외 3인(2000), 「뷰티디자인과 색채학」, p.134.

첫째, 내추럴 이미지의 메이크업에서는 내추럴리즘 의식의 표방으로 자연스러운 순수함(natural purity)<그림 3-1>을 표현하고 있다. 본래의 모습을 유지하면서 얼굴의 선과 면의 흐름이 자연스럽고 메이크업의 인공미를 최대한 배제하기 위해 색조 메이크업을 최소화하여 배제하여 꾸미지 않은 듯한 청순함이나 친숙함의 표현이다. 둘째, 오염되지 않은 깨끗한 자연의 모습을 동경하는 내추럴리즘 의식의 표방으로 자연을 닮은 색상, 즉 연하고 밝은 페일 및 브라이트 톤(pale & bright tone)의 오렌지(orange), 그린(green), 블루(blue) 등의 색상으로 원시적 향수(primitive nostalgia)<그림 3-2>를 표현하고 있다. 셋째, 자연과 환경보호의 중요성을 인식하는 에콜로지 의식의 표방으로 자연과 더불어 호흡하며 건강하고 행복한 삶을 꿈꾸는 현대적 자연주의(modern ecology)<그림 3-3>를 표현하고 있다. 윤기 있는 피부표현이나 약간의 색조 강화 또는 메이크업 필을 가미하여 건강미와 세련미를 높여주고 있다.

(2) 표현질감

자연스러운 메이크업은 본래 그대로의 모습을 표현하는 것으로 잡티, 결점, 수정이 완벽하게 커버되지 않은 상태를 의미한다. 이는 메이크업을 안 한 모습에 가깝고 전혀 인위적인 느낌이 없이 자연스럽게 표현하는데 있다.[53] 메이크업의 내추럴 이미지는 피부표현에 따라 매트 타입(mat type)과 글로시 타입(glossy type)으로 표현할 수 있다. 매트 타입은 피부 톤을 광택감이 전혀 없이 깨끗하게 표현하는 형태이고, 글로시 타입은 건강하고 윤기있는 피부 톤으로 정리해주는 형태이다.

먼저 자연스럽고 친근감 있는 아름다움을 부각시키기 위해 피부 톤에 가까운 맑고 투명한 피부표현이 중요하다. 피부 톤과 가까운 색상의 리퀴드 파운데이션(liquid foundation)을 펴 바른 후에 컨실러(concealer)로 잡티나 결점을 보완하고 투명 파우더를 바르면 효과적이다. 완벽한 보완보다는 최대한 얇고 가벼운 피부표현에 초점을 맞추고 가벼운 결점은 약간 드러나 보여도 자연스러운 이미지를 구현할 수 있다. 건강해 보이는 피부질감 표현으로는 필이 가미된 메이크업 베이스(make up base)나 파운데이션(foundation)을 펴 발라주어 효과적으로 표현할 수 있다.

53) 이혜성(2003), 「Make-up Design」, 현문사, p.268.

(3) 형태

전체 윤곽은 계란형의 얼굴을 기준으로 수정하되 얼굴의 선과 면은 자연스러운 형태로 표현하는 것이다. 눈썹은 기본형 또는 얼굴형에 어울리는 형태로 정리해준다. 정리한 눈썹이 자연스러우면 그대로 투명 마스카라를 사용해 눈썹 결을 표현해 준다. 그 외에는 너무 길거나 두껍지 않게 자연스럽게 눈썹 결을 따라 그려준다. 갈색계열 펜슬이나 아이새도우(eye shadow)로 표현해주고, 눈과 입술, 볼의 메이크업 표현은 어느 한 곳이 강조되기 보다는 선과 형태가 자연스럽고 은은하게 조화되어야 한다. 눈썹산과 입술산은 둥글지도 각지지도 않은 기본형의 형태로 표현해주고 있다.

(4) 색상

눈 메이크업은 자연을 연상케 하는 온화함, 부드러움, 소박함을 나타낼 수 있는 컬러 군으로 베이지(beige), 아이보리(ivory) 등의 노란색 계열 Y(yellow) 및 YR(yellow red)계, 시원한 자연의 느낌을 주는 Gr(green)계를 주로 선택[54]하고 주로 연하고 밝은 페일 및 브라이트 톤(pale & bright tone)으로 표현하면 효과적이다. 눈썹은 브라운(brown)계열 눈썹 펜슬이나 아이새도우로 표현해주고, 아이라인(eye line)은 눈모양의 결점을 보완하여 블랙(black) 또는 브라운 색상의 아이펜슬(eye pencil)로 자연스럽게 그려주고, 속눈썹 마스카라(mascara)는 투명 또는 블랙 마스카라로 자연스럽게 올려주어 표현하였다. 입술 메이크업은 베이지 또는 연한 오렌지 및 핑크(pale orange & pink)계열 립스틱과(lipstick) 립글로스(lip gloss)로 자연스럽게 표현해주거나 입술색이 선명할 경우에는 투명 립글로스로만 간단하게 표현할 수도 있다. 볼 메이크업은 주로 얼굴형을 계란형에 가깝게 보이게 사선 또는 둥근 형태로 베이지, 연한 오렌지 및 핑크 계열의 치크 블러셔(cheek blusher)를 발라 준다. 경우에 따라 얼굴이 작은 계란형의 얼굴에서는 생략할 수도 있다.

54) 김효숙·강인애(2001), "Make-up Coordination의 Simulation개발에 관한 연구", 대한가정학회지, 제39권 12 호, p.73.

1.2 메이크업의 로맨틱 이미지

(1) 표방의식

로맨틱은 '공상적, 소설적, 비현실적'의 의미로 일반적으로 동화의 세계처럼 감미로움에 대한 동경을 의미한다. 메이크업에서는 이런 느낌의 색채를 사용하여 소녀적인 분위기를 표현한다.[55]

첫째, 로맨틱 이미지의 메이크업에서는 감정과 감각을 중시하는 로맨티시즘 의식의 표방으로 여성스러운 감각(feminine sense)<그림 3-4>이 반영되었다. 여성스럽고 부드러운 로맨틱 이미지를 부각시켜주는 메이크업 표현이다. 둘째, 소설적이고 비현실적·공상적 의식의 표방으로 로맨틱 이미지의 메이크업에서는 소설속의 영원한 미성숙의 여주인공처럼 보다 귀여운 소녀적인 감각(girlish prettiness)<그림 3-5>을 표현하였다. 셋째, 로맨틱 이미지의 현대적 표현으로 레트로, 에스닉, 팝아트(pop art)적인 요소들과 혼합(mixed romanticism)<그림 3-6>되어 표현되었다.

(2) 표현질감

피부질감의 표현은 매트 타입보다는 생기있어 보이는 글로시 타입으로 표현해준다. 주로 리퀴드 또는 크림 펄 파운데이션과 투명 또는 투명 펄 파우더를 사용하여 얇고 투명하게 보이게 하되 약간 밝게 표현한다. 경우에 따라 주근깨 같은 결점은 희미하게 드러내 보이면 자연스러운 소녀적 이미지를 강조할 수 있다.

(3) 형태

전체적으로 여성스럽고 귀여운 계란형과 둥근형의 얼굴 윤곽이 어울리며, 얼굴의 선과 면은 직선적 표현보다는 곡선적 표현으로 여성스럽고 부드러운 이미지를 표현해주는 것이다. 볼 메이크업은 귀엽게 둥글게 표현하여 강조해주면 사랑스러운 느낌을 줄 수 있다. 눈썹의 형태는 약간 짧거나 둥글게 표현해주며, 입술산도 둥글

55) 이혜성(2003), 전게서, p.278.

려주어 여성스럽게 표현해준다. 속눈썹 마스카라를 꼭 발라주고 만약에 속눈썹이 숱이 적거나 짧을 때에는 자연스러운 인조눈썹을 부분적으로 붙여주어 길어보이도록 한다.

(4) 색상

피부표현은 밝은 베이지(bright beige) 또는 연한 핑크(pale pink)계열의 파운데이션과 파우더로 밝고 생기있게 표현해준다. 눈 메이크업은 가볍고 부드러운, 사랑스럽고 귀여운, 낭만적인 소녀 같은 느낌을 줄 수 있는 핑크, 옐로우, 퍼플(purple) 계열의 연하고 부드러운 느낌의 소프트(soft), 페일, 브라이트 톤으로 그라데이션(gradation) 배색이 효과적이다. 눈썹은 브라운 계열의 펜슬이나 아이새도우로 그려준다. 볼 메이크업은 소녀적이고 여성스런 이미지를 강조하기위해 핑크빛으로 둥글려서 발라주거나 터치해주면 효과적이다. 입술 메이크업은 페일 및 브라이트 핑크 계열 립스틱과 립글로스로 발라주어 여성스럽고 귀엽게 보이도록 표현해줄 수 있다.

1.3 메이크업의 모던 이미지

(1) 표방의식

모던 이미지의 메이크업에서는 기존의 전통적인 미의 개념보다는 개성과 자유로운 표현을 중요하는 모더니즘 예술사조의 영향으로 색상표현에 있어서는 미래지향적인 차가운 계열과 어두운 색조 또는 광택있는 질감 또는 컬러풀한 팝아트적인 요소들이 선택되었다.

첫째, 모더니즘 의식의 표방으로 일하는 여성의 증대와 함께 지적이며 동적인 현대적 여성의 이미지가 부각되면서 도회적이고 개성적인 세련된 감각(sophisticated sense)<그림 3-7>을 표현하였다. 둘째, 미래적이고 첨단적인 모던 의식의 표방으로 현대적 이미지의 메이크업에서는 메탈릭(metalic) 소재의 느낌으로

광택적인 펄과 스파클 등을 활용해 미래적 감각(futurist sense)<그림 3-8>을 표현하였다. 셋째, 현대적 팝아트 사조의 영향으로 컬러풀한 메이크업 표현<그림 3-9>이 시도되었다. 넷째, 메이크업의 모던 이미지는 기존의 개념을 부정하고 전통을 배제하거나 파괴하기위해 새로운 것을 창조한다는 것 즉, 일반의 유행을 앞선 독창적이고 기묘한 메이크업, 대중성을 무시하고 실험성 요소가 강한[56] 예술적 메이크업으로도 표현되었다.

(2) 표현질감

피부질감 표현은 깨끗하고 빈틈없어 보이기 위해 크림 파운데이션으로 보완하거나 개성적이고 미래적인 표현을 위해 광택감을 위해 주로 펄이 가미된 메이크업 베이스, 파운데이션과 파우더를 사용하여 차갑고 미래적인 표현으로 완성한다. 메이크업 컨셉에 따라서 매트, 글로시, 메탈릭 타입 등으로 표현할 수 있다.

(3) 형태

모던 이미지의 디자인은 직선미를 살리는 형태의 패턴과 개성있는 디자인, 미래지향적인 디자인이 선호[57]되므로 메이크업에서도 곡선보다는 직선의 느낌을 활용하여 표현해준다. 뷰티 메이크업에서 눈썹은 약간 각지거나 상승형으로 그려주고, 주로 눈을 강조하는 형태로 눈꼬리를 강조하고 입술산도 각진 형태로 표현하고, 볼 메이크업은 광대뼈 밑으로 사선 터치하여 지적이고 강한 이미지를 돋보이게 표현해준다.

아트 메이크업의 경향으로는 자연스러운 얼굴의 선을 무시한 사각형, 원, 삼각형 등 기하학적인 컷아웃(cut-out)으로 해체(解體)의 초점을 맞춘 디자인이 효과적[58]으로 선택되었다.

(4) 색상

---

56) 이영애 외 3인(2000), 전게서, p.161.
57) 김광숙 외 4인(2003), 「 메이크업 &코디네이션」, 예림, p.189.
58) 이영애 외 3인 전게서, p.161.

주 색상은 현대적인, 도시적인, 개성 있는, 독창적인 느낌을 줄 수 있는 컬러군으로 한색 계열과 화이트, 그린, 블루, 퍼플, 블랙 등의 색상을 주로 선택[59]하면 효과적이다. 도회적이고 세련된 모던 감각의 핵심은 무채색을 주된 색상으로 사용하여 차가운 분위기를 연출하고 도회적 감각을 살리는 것이다. 주로 눈을 강조하는 메이크업의 형태로 표현되며 어두운 톤을 가미한 스모키 메이크업(smoky make up)이 활용되기도 한다. 눈썹의 색상은 그레이(gray)계열이나 브라운계열로 표현하고, 볼 메이크업은 브라운 계열, 입술 메이크업은 베이지, 브라운 계열 또는 레드(red)계열 립스틱과 펄이 가미된 립글로스로 표현해주고 있다.

미래적인 감각의 표현에서는 골드 및 실버 색상(gold & silver color), 다양한 색상의 펄과 스파클을 사용하여 표현되고 있으며 팝아트적인 감각의 표현에서는 비비드(vivid) 및 스트롱(strong), 브라이트 톤으로 다양한 색상을 자유롭게 사용하고 있다. 또한 실험성이 강한 예술적 메이크업 표현에서는 모든 색상과 색조를 넘나들며 활용되고 있다. 모던 이미지의 메이크업은 광범위하게 적용되는 특수성을 안고 있으나 평소에 하는 뷰티 메이크업의 특성을 감안하여 일반적으로 도회적이고 개성적이고 세련된 감각의 차가운 이미지의 표현과 미래지향적인 광택적인 질감과 색상을 가미하는 표현이 평상시에 일반 여성들에게 선택적으로 활용되어지고 있다.

<표 3-1> 메이크업의 이미지별 표현특성

	내추럴 이미지	로맨틱 이미지	모던 이미지
표방 의식	natural purity primitive nostalgia modern ecology	feminine sense girlish prettiness mixed romanticism	sophisticated sense futurist sense pop art avant-garde
표현 질감	피부톤과 비슷한 리퀴드 파운데이션과 투명파우더를 이용하여 얇고 투명한 느낌	글로시 타입의 표현이 어울리며 밝은 피부톤으로 리퀴드 파운데이션과 투명(펄)	글로시 타입의 광택감 있는 피부표현과 보완력 있는 파운데이션의 매트

59) 김효숙· 강인애, 전게논문, p.73.

	으로 매트 타입과 글로시 타입으로 표현함	파우더로 표현함	타입을 선택적으로 활용함
형태	자연스러운 계란형의 얼굴 윤곽수정과 기본형의 눈썹, 입술의 표현	둥근형과 갸름한 얼굴 윤곽 수정과 약간 둥글고 짧은 형태의 눈썹, 둥근 볼터치와 입술산의 표현	강하고 직선적 형태로 각지거나 상승형의 눈썹, 사선형의 볼터치, 각진 입술산의 표현
표현 색상	**<아이섀도우>** beige, pale brown계 pale & bright tone의 orange·green·blue 등 **<눈썹>** brown계, 눈썹펜슬 또는 아이새도우 **<아이라인>** brown 또는 gray계열 아이펜슬 **<마스카라>** 투명 또는 black마스카라 **<입술>** beige, pale, orage & pink 립스틱과 립글로스 **<볼>** 생략할 수도 있으며, 얼굴형을 pale brown 계열이나 orange계 블러셔로 터치해 자연스럽게 보완	**<아이섀도우>** pale & bright tone의 pink·purple·yellow, white **<눈썹>** brown계, 눈썹 펜슬 또는 아이새도우 **<아이라인>** black 또는 brown계열 아이펜슬 또는 아이라이너로 보완 **<마스카라>** black 또는 purple 등 **<입술>** pale& bright pink 립스틱과 립글로스 **<볼>** pink, peach계열 블러셔	**<아이섀도우>** - dark & deep tone의 blue, khaki, gray 등의 어두운 톤의 한색계열 - gold, silver, metalic 계열 - vivid 및 strong tone 팝아트적 색상 **<눈썹>** brown 또는 gray 계열 **<아이라인>** black, brown 아이라이너로 눈꼬리를 약간 상승시킴 **<마스카라>** black, blue 등 **<입술>** beige·brown·red계열, 펄 가미된 립스틱과 립글로스 등 **<볼>** brown계열 블러셔

<그림 3-1> Verite, 2005
내추럴 메이크업
(natural purity)

<그림 3-2> Mamonde, 2006
내추럴 메이크업
(primitive nostalgia)

<그림 3-3> Hera, 2006
내추럴 메이크업
(modern ecology)

<그림 3-4> Mac, 2006
로맨틱 메이크업
(feminine emotion)

<그림 3-5> Clio, 2005
로맨틱 메이크업
(girlish prettiness)

<그림 3-6> Clio, 2003
로맨틱 메이크업
(mixed romanticism)

<그림 3-7> Make up Forever, 2004.
모던 메이크업
(sophisticated sense)

<그림 3-8> Clio, 2003
모던 메이크업
(futurist sense)

<그림 3-9> Clio, 2004
포스트모던 메이크업
(pop art)

제 2 절 최근 메이크업 트렌드 분석

트렌드(trend)란 새로운 이론이나 현상이 사회 전반적으로 반영되어 시대를 대표하는 현상이나 유행으로 나타나는 것을 말한다. 유행은 자연발생적으로 형성되는 경우와 기업이나 세계의 유수한 단체에 의해 의도적으로 만들어져 소비자의 동조 행동을 일으킴으로써 유행을[60] 창조해 나간다. 특히 메이크업은 민감하게 영향을 받는 분야로 최근 메이크업 트렌드는 유행 메이크업의 테마와 색채 경향을 선두하여 제안하고 이끌어 가고 있다. 따라서 각종 해외패션경향 정보사의 제안과 색상을 입수하여 시즌 약 18개월 전에 예측 색상을 테마와 함께 제안하는 CFT(Korea Color & Fashion Trend Center)에서 발표한 2006년 S/S · F/W, 2007년 S/S 유행 색상과 테마별 메이크업 트렌드를 중심으로 세 가지 메이크업 이미지가 어떻게 표현되고 있는지를 분석하였다.

2.1 2006 S/S 유행색상과 메이크업 트렌드

(1) 2006 S/S 유행색상 분석

2006 S/S에는 <그림 3-10>과 같이 극도로 어두운 색상보다는 다양한 색감을 가진 미드 톤(mid tone)의 누트럴(neutral), 그리고 따뜻한 계열의 딥톤(deep tone)과 스트롱 톤이 증가하면서 전반적으로 분위기는 매우 차분한 가운데 시즌리스(seasonless)의 감각이 두드러진다. 비비드 톤과 같은 아주 고채도의 색상은 감소하고, 색감이 한층 가미되거나 채도가 살아난 파스텔(pastel), 브라이트 톤이 시즌의 옵티미스틱 감성(optimistic emotion)을 표현해 주었다.

1) 명도(hue)

YR(yellow red)과 Y의 약간 감소되는 경향을 보이면서 시즌리스 존(seasonless

60) 김효숙·강인애(2003), "테마별 이미지 Make-up에 관한 연구", 한국패션비지니스 학회지, vol.7. No1, p.76.

zone)과 라이트(light) 및 미드 톤(mid tone)을 중심으로 고르게 분포하였다. R(red)은 소프트 톤(soft tone)을 제외하고 전반적으로 고르게 분포하였다.

B(brown)와 RP(red purple) 는 약간의 감소를 보인 반면 PB(purple brown)와 P(purple)는 소폭 증가하였다. 또한 무채색이 증가하였고 메탈릭, 펄감을 지닌 색상들은 지속적인 분포를 보이며 실버대신 골드기를 머금은 따뜻한 계열이 부각되었다.

2) 색조(tone)

라이트 그레이쉬(light grayish), 페일 톤의 비중이 여전히 중요시되고 다크 그레이쉬(dark grayish)가 감소하고 좀 더 색상감이 있는 그레이쉬 톤이 증가하면서 마일드 누트럴(mild neutral)과 함께 S/S에 중요한 위치를 차지하였다. 옵티미스틱 파스텔(optimistic pastel)이 지속적으로 나타나고 특히 코럴(coral)과 서니 옐로우(sunny yellow)의 증가가 두드러졌다. 비비드의 감소, 딥과 스트롱 톤의 증가세를 보였다.

(2) 2006 S/S 메이크업 트렌드

1) theme 1: day dream

fantasy garden 이미지<그림 3-11>에는 우유빛을 머금어 한층 부드러워진 페일 파스텔(pale pastel)이 소녀 적인 감성을 일깨워준다. 피치(peach)와 핑크 색상의 사랑스러운 블러셔는 한층 어려보이는 혈색있는 얼굴을 만드는데 도움을 주며 미묘한 그레이 톤의 스모키 핑크(smoky pink)로 순수함을 극대화 시킬 수 있는 메이크업 표현이다. 이 이미지에는 여성스러운 피치와 핑크 색상의 활용과 혈색있는 볼 메이크업으로 로맨틱 메이크업 이미지가 반영되었다.

red spectacular 이미지<그림 3-12>는 숙녀다운 성숙함과 섹시 글래머러스(sexy glamorous)의 공존, 아이러닉한 터치가 돋보이는 소피스티케이티드 감각이 조화를 이루고 있다. 페일 누트럴 피부표현은 도자기처럼 완벽하게 보완되고 강렬

한 레드 샷(red shot)은 한층 대조적인 효과를 줄 수 있는 메이크업 표현이다. 이 이미지에는 세련되고 강렬한 감각의 모던 이미지의 메이크업 표현이 반영되었다.

2) theme 2: absolute poison

tribal chic 이미지<그림 3-13>에는 블랙을 대체하는 다크 누트럴(dark neutral), 아프리카 원시부족에서 영감을 얻은 와일드한 터치와 거친 느낌으로 모던 프리미티브(modern primitive) 스타일을 제안하였다. 이 이미지에는 원시적 느낌의 내추럴 감성을 내포한 강인한 이미지와 어두운 색조를 통한 모던 이미지의 메이크업 표현이 반영되었다.

neutral shadow 이미지<그림 3-14>에는 신중하게 표현된 쿨 누트럴(cool neutral)이 여름 감각의 시원하고 깊이있는 눈매를 만들고, 현대적인 유혹의 상징으로 제안되는 딥 퍼플(deep purple)은 숨겨진 도발성을 이끌어냈다. 이 이미지에는 깊이있는 눈매의 표현과 직선적인 표현으로 모던 메이크업 이미지가 반영되었다.

3) theme 3: conviviality

soaking in folklore 이미지<그림 3-15>에는 태양빛을 머금거나 살짝 구어진 소프트 미드 레인지(soft-mid range)는 가을의 따뜻함을 닮을 듯한 시즌리스의 감각과 핸드 크레프트(hand craft)의 터치의 느낌으로 여름 이미지를 풍요롭게 표현하였다.

vivacious 이미지<그림 3-16>에는 여름을 한층 생기있게 만들어 줄 필수적인 비타민 브라이트(vitamin bright), 망고(mango), 오렌지, 라임(lime) 등 한층 스트롱 브라이트(strong-bright)해진 색상들을 투톤의 과감한 대비나 한 가지 색상의 단독적인 사용으로 액티브 캐주얼(active casual) 혹은 큐트 쥬니어(cute junior) 스타일과 조화를 이룬다. 이 이미지에는 스트롱 톤의 과감한 사용으로 팝아트적인 메이크업 표현과 Y계열의 브라이트 톤의 생동감 있고 화사한 표현으로 귀여운 소녀의 로맨틱 이미지도 반영되었다.

2.2 2006 F/W 유행색상과 메이크업 트렌드

(1) 2006 F/W 유행색상 분석

모노크롬(monochrome)의 회귀와 함께 그레이 톤의 지속, 미드(mid)에서 다크(dark)까지의 색상들이 눈에 띄게 증가하고 고명도, 고채도의 색상들이 전반적이 감소세를 보이면서 전반적긴 분위기는 고요하고 안정된 방향성을 보였다<그림 3-17>.

1) 명도

순수한 R이 다소 감소한 가운데 더스티(dusty) 느낌의 둘 레드(dull red)와 다양한 오렌지, 토프(taupe) 계열의 브라운 색상이 증가하였다. Y의 고른 증가가 눈에 띠며 특히 브라운이나 골드 색상의 영향을 받은 골든 옐로우(golden yellow), 올리브 그린(olive green)과 다크 브라운(dark brown)이 부각되었다. 또한 블루의 증가와 함께 블루의 영향을 바이올렛(violet)이 퍼플(purple)에 비해 압도적인 우위를 보였다. 모노크롬의 증가로 화이트, 블랙의 비중 증가, 그레이 색상이 고른 분포를 보였다.

2) 색조

누트럴의 지속적 유지와 페일 톤이 여전히 많은 비준을 차지하고, 특히 다양한 페일 옐로우가 부각되었다. 라이트 및 소프트 톤은 다소 감소했지만 큰 변화는 보이지 않았다. 안정적인 색상 분위기의 영향으로 브라이트 및 비비드 톤의 감소로 고명도, 고채도의 색상이 전반적인 감소세를 보였다. 더스티·소프트 느낌의 둘 톤의 증가와 딥 톤에서의 레드와 오렌지 색상이 지속적으로 분포하였다. 다크 그레이쉬(dark grayish)가 약간 감소한 대신 다크 톤이 급격히 증가함으로서 어두운 영역의 색상들이 중요하게 나타나고 특히 레드, 브라운 ,블루의 영향을 받은 색상들이 주목되었다.

(2) 2006 F/W 메이크업 트렌드

1) theme 1: sense of simplicity

복잡함속에서 좀더 단순해지자는 욕구를 반영하였다. 허무주의 만연, 거북함을 최소화한 기본적이면서도 안락한 라이프 스타일(life style)의 추구, 쉽게 잊고 살기 쉬운 가치와 청렴함에 대한 재인식을 통해 실용적이면서 우아함을 잃지 않는 새로운 단순함의 미학을 표현하고자 하였다.

neutral sensitivity 이미지<그림 3-18>에서는 실용적이면서 고결한(noble) 내추럴 메이크업을 위해 제안된 누트럴은 실키 텍스쳐(silky texture)와 미묘한 음영효과로 앤틱 인형(antique doll)과 같이 로맨틱하고 매끈한 얼굴을 표현하였다. 크림 탠(cream tan)에서 토프(taupe), 펄 블루(pearl blue), 브라운의 마일드(mild) 색상과 인더스트리얼 무드(industrial mood)의 누트럴 느낌이 제안되었다. 이 이미지에는 내추럴 피부표현에 따른 내추럴 메이크업 이미지와 인형 같은 느낌의 로맨틱 이미지가 반영되었다.

2) theme 2 : emorigin

자연에서 얻은 영감과 다양한 에스닉에 대한 조회는 시간이 빚어낸 고귀한 아름다움으로 한층 우아하게 표현되었다. 골드 색상의 영향을 받은 Y와 오렌지, 러스틱 레드(rustic red), 어시 브라운(earthy brown)의 따뜻한 느낌은 부족한 감성을 보다 풍요롭게 채워 표현 해주고 있다. So precious 이미지<그림 3-19>에는 시간의 흐름으로 산화되거나 골드 색상을 함유하여 쉬크(chic)해진 누트럴 레인지는 가을 분위기를 한층 세련되게 표현하였다. 오팔 그레이(opal gray)가 러스틱 색상 분위기에 도시적인 세련됨을 가미하고, 따뜻함을 부여하는 가을 분위기에 쿨 베이스(cool base)의 딥 또는 페일 퍼플과 미묘한 대조를 이루고 있다. 이 이미지에는 골드 색상을 가미하여 도시적 세련미를 표현한 모던 메이크업 이미지가 반영되었다.

3) theme 3: stimulus

인간의 내면에 내재된 섹슈얼하고 양성적인 욕구는 과장된 비율과 장식, 극적인 묘사 등으로 새로운 심미주의를 이끌어내고, 강한 독성을 지닌 듯 퇴폐적이면서도 고혹적인 유혹은 시즌의 필수적인 자극제가 될 수 있다. 탠 스킨(tan skin)과 스모키 퍼플(smoky purple), 피어리 레드(fiery red)의 관능적인 색상들은 나이트 새도우(night shadow)와 함께 풍부한 유희를 표현해 낼 수 있다. fascination decadence 이미지<그림 3-20>에는 다양한 파운데이션과 파우더로 도자기같이 매끈한 피부를 표현하고, 브라운에서 틸 블루(teel blue), 딥 퍼플(deep purple)에 이르는 색상으로 눈 메이크업을 강조하고 대조를 극대화시켜서 표현하였다. 이 이미지에는 관능적 섹시 이미지와 어두운 계열의 스모키 메이크업으로 눈을 강조하는 모던 메이크업 이미지가 반영되었다.

2.3 2007 S/S 유행색상과 메이크업 트렌드

(1) 2007 S/S 유행색상 분석

고명도의 색상들이 눈에 띠게 증가하면서 전체적으로 깨끗하고 안정된 분위기를 나타낸다. 다양한 느낌의 오렌지 색상과 함께 레드, 블루의 대조적인 색상이 동시에 부각되고, 화이트를 가미해 한층 부드러워진 느낌의 브라이트 톤이 신선함을 더하여 부각되었다<그림 3-21>.

1) 명도

이번 시즌에서 중요하게 다루어지는 베이지 색상은 태닝(tanning)느낌의 스킨 베이지(skin beige)에서 그린 색상을 가미한 것까지 다양하게 나타난다. 또한 파스텔에서 러스틱까지 다양한 오렌지 색상의 증가가 두드러진다. 신선한 페일 그린(pale green)이나 비비드 그린(vivid green)이 증가하고 페일에서 다크 톤에 이르기까지 순수한 블루가 증가하며, 퍼플 블루가 상대적으로 감소하고 라이트 핑크(light pink)와 퍼플리쉬 레드(purplish red)가 주목된다. 블랙의 감소가 두드러지나 화이트

의 비중은 여전히 높을 것으로 나타났다.

2) 색조

지속되는 누트럴 무드로 그레이쉬 색상은 전반적으로 고르게 나타나는 가운데 다양한 베이지의 비중이 높아지고 전반적으로 페일톤의 증가와 라이트, 소프트 톤도 증가하였다. 대체적으로 브라이트, 비비드 등 고채도, 고명도는 감소하고 비비드 레드(vivid red)와 브라이트에서 코럴은 여전히 중요하고 서니 옐로우도 주목된다. 딥 톤 보다 한 단계 밝은 스트롱 계열이 증가하고, 특히 스트롱 레드(strong red)와 마젠타(magenta)의 증가가 돋보이고 블랙의 감소를 대신할 다크, 다크 그레이쉬 톤들이 증가하였다.

(2) 2007 S/S 메이크업 트렌드

1) theme 1: sabbatical

fragile dew 이미지<그림 3-22>에는 자연의 신선함과 건강함을 담은 에콜로지 메이크업으로 페일 블루(pale blue)와 소프트 그린(soft green)으로 구성되고 화이트의 첨가로 깨끗함을 강조하고, 서니 옐로우를 가미시켜 장식적이고도 옵티미스틱 감성을 표현하였다. 이 이미지는 깨끗하고 건강한 피부표현과 페일, 소프트 톤의 연하고 부드러운 이미지의 에콜로지 스타일의 내추럴 메이크업 표현이라 할 수 있다. neutral chic 이미지<그림 3-23>에는 누트럴 그린(neutral green)과 브라운, 블루로 구성된 스모키 스타일로 모던하고 세련미 넘치는 고급스러운 분위기를 연출할 수 있다. 이 이미지에는 눈 메이크업을 강조하여 도시적이며 세련된 모던 메이크업 이미지가 반영되었다.

2) theme 2: refreshing

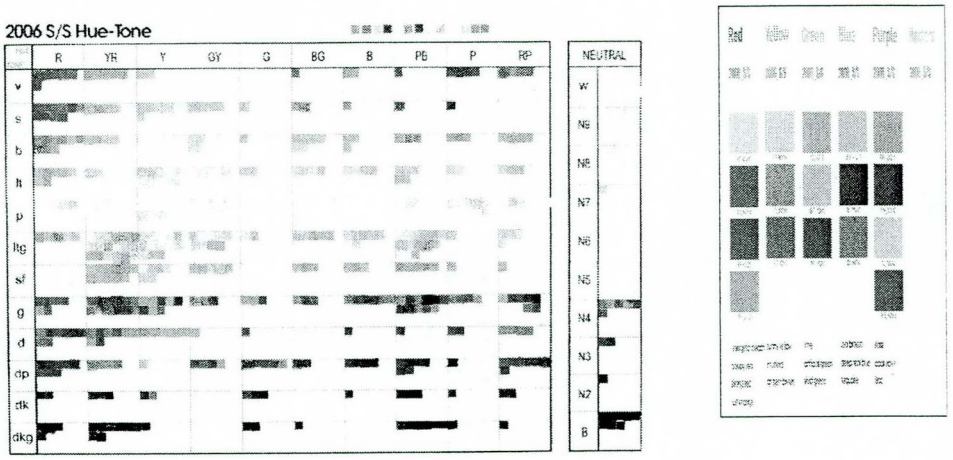
misty blue 이미지<그림 3-24>에는 라벤더 프로스트(lavender frost)에서 로즈

그레이(rose gray), 버건디(burgundy)에 이르는 다양한 퍼플은 블루와의 조화로 빈티지(vintage)느낌과 희미한 환상의 분위기를 연출하고 있다.

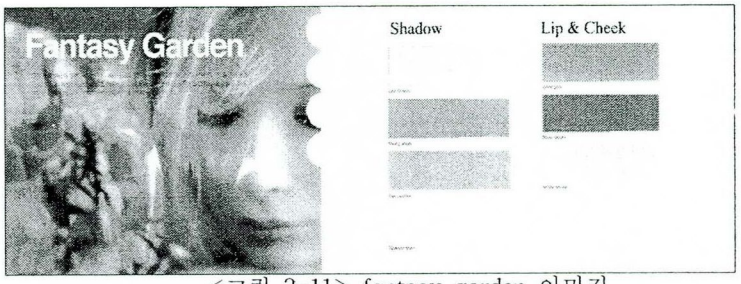
refined nostalgia 이미지<그림 3-25>에는 오프 화이트(off white)와 베이지를 베이스로 누디티(nudity)를 강조하고 시머한(shimmery) 더스티 모브(dusty mauve)와 스모키 로즈(smoky rose), 번트 오렌지(burnt orange)와의 조화로운 효과를 가미해준다. 이 이미지에는 연하고 투명한 듯한 피부표현의 내추럴 메이크업 이미지가 반영되었다.

3) theme 3: profusion

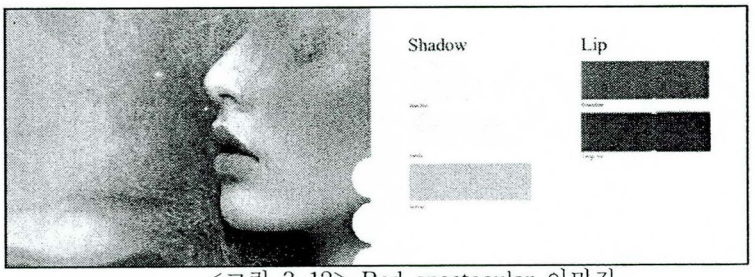
에스닉의 멋이 느껴지는 고풍에서 이국적인 것까지의 다채로운 영감은 재활용의 감성과 어우러져 한층 창의적인 미를 창조할 수 있다. archanic fascination이미지<그림 3-26>에서는 산화된 느낌의 소프트 또는 듈 톤에 메탈릭 펄의 첨가로 고풍스러운 느낌을 고조시켜 표현하였다. 이 이미지에는 오래된 복고적 이미지에 메탈릭 펄의 모던 메이크업 이미지를 가미하여 표현하였다.



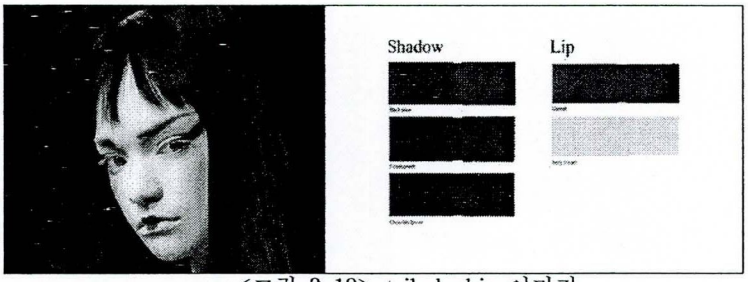
<그림 3-10 > 2006 S/S 유행색상



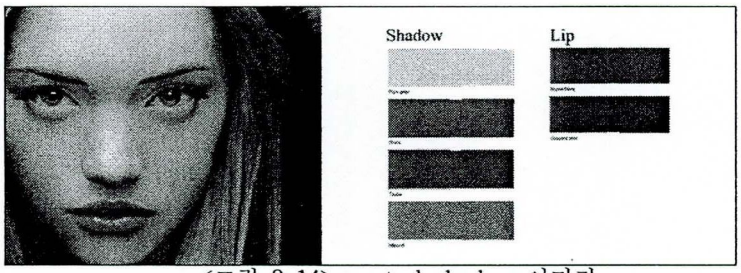
<그림 3-11> fantasy garden 이미지



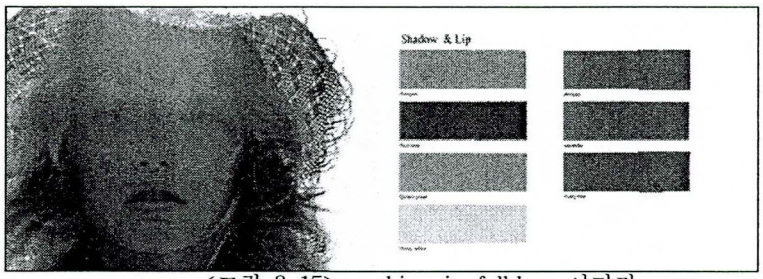
<그림 3-12> Red spectacular 이미지



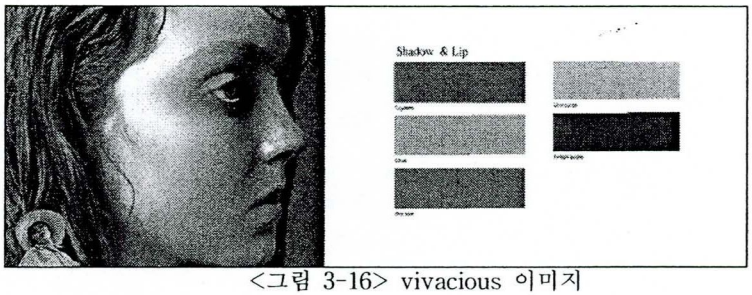
<그림 3-13> tribal chic 이미지



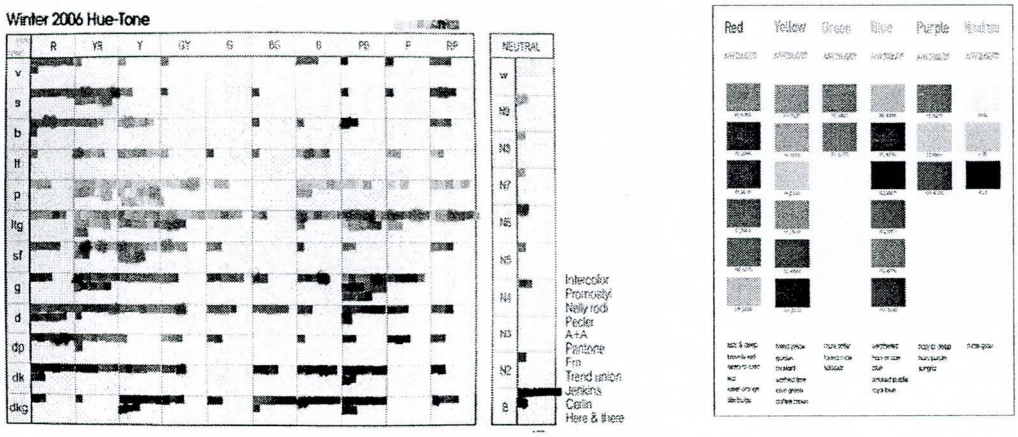
<그림 3-14> neutral shadow 이미지



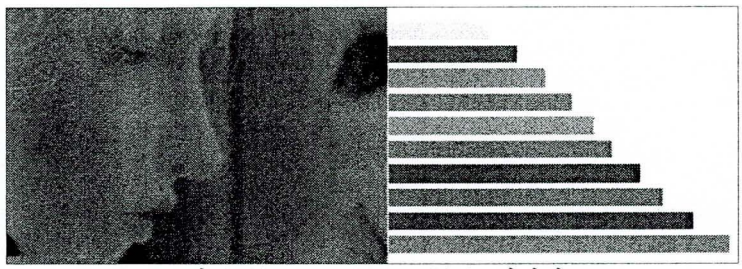
<그림 3-15> soaking in folklore 이미지



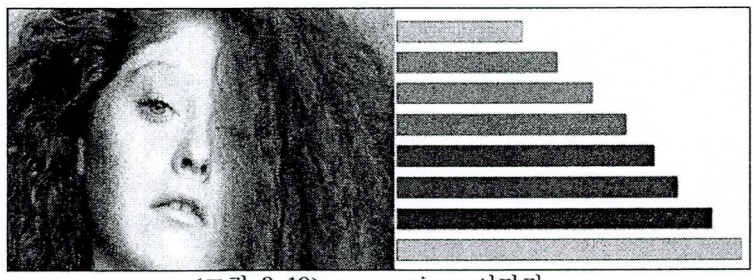
<그림 3-16> vivacious 이미지



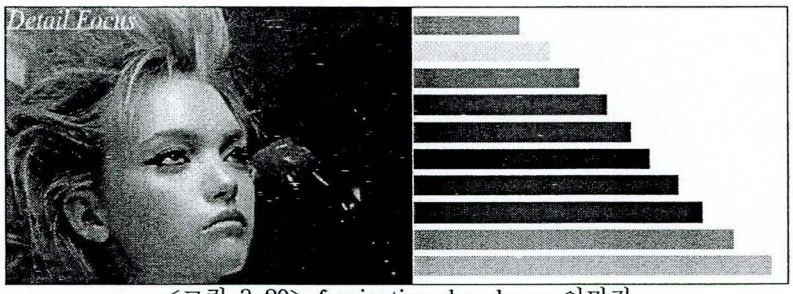
<그림 3-17 > 2006 F/W 유행색상



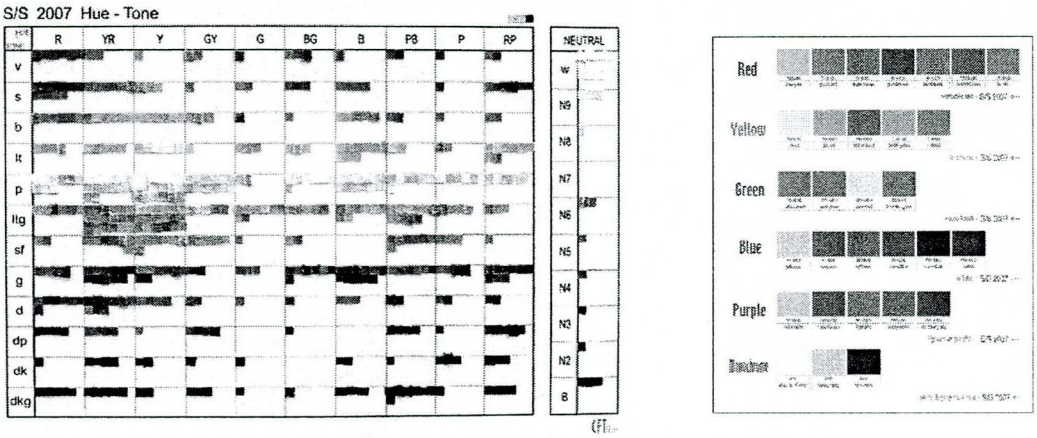
<그림 3-18> neutral sensitivity이미지



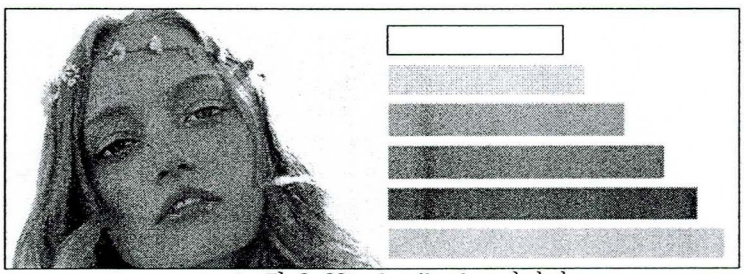
<그림 3-19> so precious 이미지



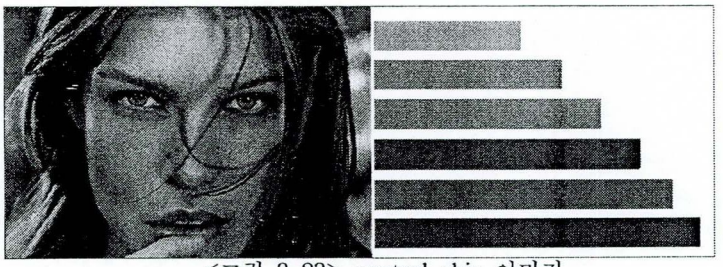
<그림 3-20> fascination decadence 이미지



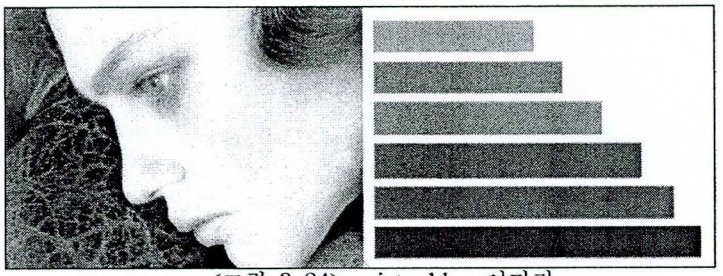
<그림 3-21> 2007 S/S 유행색상



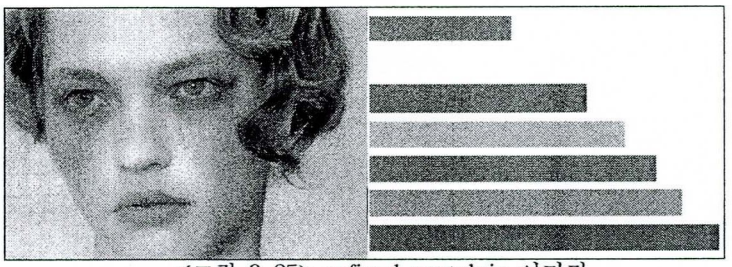
<그림 3-22> fragile dew이미지



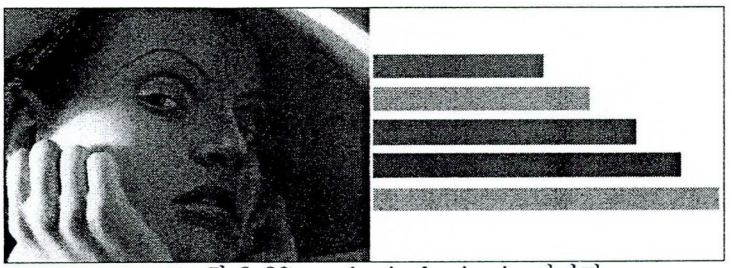
<그림 3-23> neutral chic 이미지



<그림 3-24> misty blue 이미지



<그림 3-25> refined nostalgia 이미지



<그림 3-26> archanic fascination이미지

제 3 절 메이크업과 관련된 PAD 감정과 심미적 감정

메이크업은 여성들에게 아름다움에 대한 욕구와 사회적으로 인정받고 싶어 하는 심리적인 만족감이나 자신감을 얻기 위해 사회적 역할이나 맥락을 고려한 자기표현 및 인상관리의 전략으로 사용된다. 뿐 만 아니라 자신들의 성역할이나 성정체감 및 여성을 자각하게 되는 일상의 활동이자 사회에서 성인으로서의 관례에 따르는 자의식적 경험의 의미를 갖는다고 할 수 있다.[61] 따라서 대부분의 여성들의 메이크업 이후에 나타나는 이미지는 사회적·심미적 기능까지 수반한다. 여성들은 메이크업 전·후에 나타나는 이미지를 각자 다르게 지각하며 다양한 감정을 느낄 수 있을 것이며 누구나 메이크업을 하기 전보다는 한 후의 얼굴이미지가 더 개선되고 아름답게 변화되기를 바랄 것이다. 아름다움에 대한 인식에 있어서도 어떤 요소에 더 많은 가치를 갖고 있는 가에 대한 기준도 중요한 관건이 될 수 있다.

황영미(2002)의 연구[62]인 '메이크업이 미에 대한 자기인식 및 만족에 미치는 영향'에서 메이크업이 자기인식에 미치는 자기인식정도를 5점 척도로 조사한 결과 미(美)에 대한 인식에 있어서 어색하지 않거나 자연스러운 태도를 지님(4.53)이 제일 높았고, 내면의 아름다움이 있어야 함(4.47)과 신체의 건강을 지님(4.47), 질서 있고 조화로움(4.28), 기쁨을 줌(4.06), 삶의 질에 영향을 미침(3.88), 형태(외모)와 관련됨(3.84)과 외모보다 개성적인 가치가 있음(3.84), 타고난 미보다도 마음이 고와야함(3.81), 자신의 일에서 성공하고 개성을 가꿈(3.78), 태어나면서 주어짐(3.58), 사회생활에 도움이 됨(3.56), 풍요로워야함(3.41), 젊음이라는 형태(외모)를 지녀야 함(3.28)의 순이었고, 현재의 자기상태를 지녀야 함(3.19)이 제일 낮게 인식되었다. 이 조사에 따르면 메이크업을 통해서 너무 급격한 변신을 하는 것보다는 자연스럽고 건강한 이미지로 보여 지는 것을 아름답다고 느끼는 것으로 나타났다.

김정숙의 '메이크업 전·후 자아개념'에 대한 선행연구[63]에 따르면 메이크업 전보다 메이크업 이후의 이미지가 '야한', '개성적인', '진보적인', '아름다운', '부드러운', '우아한', '따뜻한', '매력적인', '품위가 있는', '신중한', '젊디 젊은', '홀쭉한', '현대적

61) 김기범·차영란, 전게 논문, pp.117~118.
62) 황영미(2002), 메이크업이 미에 대한 자기인식 및 만족에 미치는 영향, 한국인체예술학회지, 제3권 제3호, p.14.
63) 김정숙(2005), "여대생의 화장행동 및 화장 전·후 자아개념에 관한연구", 한국의류산업학회지 제7권 제6호, p.639.

인', '깔끔한', '세련된', '스타일이 좋은', '활동적인', '섬세한', '여성스러운', '멋스러운', '밝은', '색다른', '경쾌한', '고상한', '화려한', '눈에 띄는', '청결한'의 이미지에 보다 가깝게 변화되었다고 지각하는 것으로 나타났다.

이화순 · 황춘섭의 '화장의 사회 · 심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식'에 관한 선행연구[64]에서는 품위성과 개성 이미지가 메이크업의 기대효과에 따라 다르게 지각되고 있는 것으로 나타났다. 전반적으로는 메이크업의 효과에 대한 기대하는 정도가 높을수록 자신의 메이크업 이미지를 보다 긍정적으로 지각하는 경향을 띄고 있었다.

김기범 · 차영란의 연구[65]에서는 여성들은 메이크업을 함으로서 자신감, 안도감, 조심스러움, 생기 등의 심리적 변화를 경험한다고 나타났다. 메이크업을 한 후에는 부정적인 경험보다는 긍정적인 감정을 을 더 많이 느끼는 것으로 나타났으며 대부분 메이크업에 대한 만족감을 느끼고 더불어 자신감을 느끼고 예뻐졌다고 생각하는 것으로 나타났다.

일반적으로 감정에 관한 연구는 Mehranbian and Russell(1974)[66]의 PAD모델에 근거하여 근거 틀을 형성하고 있다. 이것은 즐거움(Pleasure), 환기 또는 기분고조(Arousal), 지배(Dominance)라는 세 가지 감정차원으로 사람들은 감정반응을 한다는 것이다. 메이크업 후 이미지에 대해 느끼는 감정적 반응을 PAD모델에 근거한 감정과 메이크업 행동의 궁극적 목적이 아름다움과 조화로움을 통한 자기만족의 성과라고 보았을 때 심미적 감정을 동시에 고려하고자 한다. 따라서 메이크업 수행자가 메이크업 시에 느끼는 감정반응과 수행된 메이크업을 관찰자가 관찰하면서 느끼는 감정적 반응을 PAD모델에 근거해서 감정경로를 설정하는 것이 가장 타당하다고 여겨 이를 바탕으로 실험을 진행했다. 또한 PAD과정 경로가 아닌 심미적 반응도 만족에 영향을 미칠 것이라 보고 동시에 상대적인 영향력을 탐색해보기로 하였

---

64) 이화순 · 황춘섭(2002), "화장의 사회 · 심리적 기대효과에 다른 화장이미지와 자의식에 관한 연구", 한국복식학회지, 제52권 8호, p.148.

65) 김기범 · 차영란, 전게논문, p.116.

66) Mehrabian Albert and James A. Rusell (1974), An approach to Environmental Psychology cambridge , MA, MIT Press.

67) Cash T.F. and Cash D.W. (1982) Women's use of Cosmetics:Psychosocial Correlates and Consequences. *International journal of Cosmetic Science*, 4. 1-14

다. 이것은 자기의식과 메이크업 행위와의 관련된 Cash · Cash(1982)의 연구[67]에서 공적자기의식이 강한 여성이 상황에 관계없이 메이크업을 많이 하는데, 메이크업 정도의 높음이 사회적 불안을 감소시키고 얼굴에 대한 만족으로 연결됨을 보여주고 있듯이 아름다워지고 싶은 개인의 욕구가 반영되고 있기 때문에 심미적 감정의 중요성을 살펴보고자 하는 것이다. 여성들이 메이크업을 통해 자기를 구성하고 반영된 자기 모습을 통해 타인들에게 자신들이 누구인지 혹은 무엇인지, 그리고 그들에게 어떻게 보여 질지에 대한 자기구성을 포함한다고 보고 있기 때문에 심미적 감정에 대한 연구는 오히려 여성들의 메이크업에 대한 감정연구에서는 PAD감정의 지각보다 심미적 감정이 더욱 중요할 수 있다고 예상된다. 따라서 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1 : 예술사조별 메이크업 이미지는 PAD 감정인 즐거움, 기분고조, 지배 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2 : 예술사조별 메이크업 이미지는 심미적 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제 4 절 인상형성과 이미지의 일치성

이미지란 마음속에 그려지는 사물의 감각적 영상, 심상, 혹은 어떤 사람이나 사물로부터 받는 느낌이나 인상을 말한다. 또한 인상은 대면시 매우 중요한 요소이며, 실제적 인상을 선견한 후 개념적 인상을 표현한다고 한다. 그러므로 개념적 인상의 효율적 효과를 얻기 위해서는 실제적 인상의 형성요소인 용모, 언행 자태 등을 우선하는 것이 중요하다.[68] Jackson(2002)[69]에 따르면 얼굴은 몸보다 더 뚜렷하고 강력한 초기 정보를 제공하고, 사회적 상호관계에서 차별화된 정보원이 되기 때문에

68) 이수경 ,전게논문, p.301.

69) Jackson, A. (2002). Physical attractiveness. In Cash T. F., and Pruzinsky, T.(Eds.), Body image(pp.13-21).N.Y., Lon-don: The Guiford Publisher.

몸(body)보다 더 중요하다고 함으로써 인상형성에서 얼굴의 역할을 강조하고 있다. 즉 실제적 인상의 요소를 파악관리하고 자신의 특징에 맞는 이미지를 만드는 것이 긍정적으로 인지될 수 있고 개성표출의 원리라 할 수 있다.

자아개념(self-concept) 혹은 자아이미지(self-image)는 "개인이 사회적으로 결정된 준거체계에 따라 자신에 대하여 갖는 지각"으로 정의될 수 있다.[70] 따라서 사람들은 자기내부의 자아개념뿐만 아니라 사회적 커뮤니케이션으로서 지각되는 자아이미지를 포괄해서 형성해간다고 볼 수 있다. 인상형성 연구에서 자주 거론되는 형태주의 이론 중 초두효과(primary effect)와 중심특질에 대한 이론에서 초두효과는 처음에 제시된 정보가 최종판단에 영향을 준다는 것이다.[71] 초두효과란 대부분의 경우 먼저 제시된 정보가 나중에 들어온 정보보다 전반적인 인상 현상에 더욱 강력한 영향을 미치는 것을 말하는 것으로 흔히 첫인상이 중요성을 강조하는 이론이라 할 수 있다. 중심특질이란 대상에 대한 전반적인 인상을 형성하는데 중심이 되는 특질이 중요하고, 이 때 주변특질은 중심특질과 일치하는 방향으로 그 의미가 융합되어 최종적인 인상 또는 이미지를 형성하는 것이라고 할 수 있다. 즉, 자신이 갖고 있는 고유의 이미지와 이를 뒷받침하는 이미지 메이킹의 요소가 동일한 방향으로 보완될수록 이미지의 일치성이 높아진다고 볼 수 있다. 경우에 따라서는 고유 이미지에서 다른 이미지의 메이크업 표현을 함으로서 새로운 이미지 창출에의 만족으로 연결될 수도 있다. 이를 보면 메이크업이 미치는 인상형성의 중요도를 가늠해 볼 수 있다. 여기에서 본 연구의 세 가지 메이크업 이미지의 실험에 있어 메이크업 수행자 본인이 가지고 있는 고유의 인상형성이미지의 초두효과로 인해 메이크업 이미지에 따른 자극물의 반응에 한계가 있을 수 있다고 예측하고 제한점이 있음을 미리 밝혀 둔다. 일반적으로 예술사조적 이미지에 입각해 메이크업을 수행하는 여성들 중 자신이 갖고 있는 이미지와 예술사조적 메이크업 이미지가 일치할수록 감정에 유의한 영향을 미치고 더욱 만족감이 증대될 것이라고 보고, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

---

70) Kotler, P.(2003). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control 11th ed., Prentice-Hall.

71) 이수경, 전게논문, p.303.

가설 3 : 메이크업 수행자가 표현한 메이크업 이미지와 관찰자의 이미지 지각의 일치도는 PAD 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4 : 메이크업 수행자가 표현한 메이크업 이미지와 관찰자의 이미지 지각의 일치도는 심미적 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제 5 절 메이크업 수행자의 만족과 관찰자의 태도

본 연구에서 메이크업 수행자의 만족과 관찰자의 태도는 메이크업 행동 후에 중요한 평가요소이다. 일반적으로 '만족'의 사전적 의미는 '마음에 부족함이 없이 흐뭇한 상태'라고 할 수 있고, '태도'란 '어떤 상황이나 사물에 대한 준비 태세로서의 마음가짐'이라 할 수 있다

장영용 · 박은주(2003)[72]는 선행연구를 검토하여 소비자 만족의 개념을 인지적 차원인 충족이란 개념과 정서적 차원인 소비관련 정서라는 두 개념이 결합된 것으로 정의하고 있다. 홍금희(1992)[73]는 의류제품에 대하여 소비자 만족이란 '구매시의 기대와 입고 난 뒤 실제성과의 상위의 인지적 평가로 인한 긍정적 정서를 말한다' 고 하였다. 따라서 메이크업 이미지에 따른 만족이란 먼저 인지한 이미지 지각에 따른 정서적 차원과 시각적 차원이 실제성 또는 기대감과 일치할수록 긍정적 충족을 경험하는 것이라 할 수 있겠다. 즉 인지한 실제적 기대성에 불일치할수록 긍정적 충족은 낮은 만족도와 태도로 나타날 것으로 예측할 수 있다.

김정숙(2005)의 연구[74]에서는 자아개념에 관한 각 요인들과 메이크업 후 만족도의 상관관계에서 유의한 차이를 나타낸 요인은 '멋스러움'과 '현대적' 이미지로 메이크업 후 자기 이미지가 우아하고 매력적이며 아름답고 여성스러운 '멋스러움'과 동시에 세련되고 '현대적'인 이미지로 지각될수록 메이크업 후 만족도가 크게 나타났다.

---

72) 장영용 박은주(2003),"미용서비스에 대한 위험지각과 소비자 만족의 관계연구", 한국미용학회지, 9권1호, p.128.

73) 홍금희(1992), "의복만족의 종적연구", 서울대학교 대학원 박사학위논문

74) 김정숙, 전게논문, p.638.

이현정 · 김미영(2006)의 연구[75]인 '의복추구이미지 집단에 따른 화장추구이미지의 차이'에 따르면 메이크업 추구이미지를 자연적인, 낭만적인, 현대적인, 세련된, 품위 있는, 젊은 이미지로 분류하고 선호도의 차이를 알아본 결과, 자연적인 이미지를 선호하는 경향이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 젊은 이미지를 선호하는 경향이 높게 나타났다. 반면 낭만적인 이미지는 낮게 나타났다. 이것은 메이크업을 할 때 꾸미지 않은 자연스러운 느낌을 주는 메이크업을 선호하며, 장식성이 강한 메이크업은 선호하지 않는다고 할 수 있다. 또한 자연적인 메이크업 이미지의 유행경향 때문인 것으로도 해석된다

황영미(2002)[76]의 연구인 '메이크업이 미에 대한 자기인식 및 만족에 미치는 영향'에 따르면 5점 척도를 기준으로 메이크업의 만족도는 다소 만족하는 편이었고(3.80), 메이크업의 중요성은 다소 중요(4.13)하다고 조사되었다.

송은영(2005)의 연구[77]인 '제주지역 여대생의 외적 이미지에 대한 인식 및 메이크업의 영향에 관한 연구'에 따르면, '메이크업을 통해 자신의 가치가 높아 보이는 계기가 마련된다'에 92.3%가 그렇다고 답해서 메이크업을 통해 자신감이 높아지고 이미지가 더 좋아 보이며 자신의 가치가 매우 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

이미희(2005)의 연구[78]인 '20대 여성의 미용행태에 관한 연구'에서는 메이크업을 하고 나서도 별 차이를 못 느낀다는 응답이 71.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 메이크업을 함으로써 더 나아진 자신을 볼 수 있다는 응답이 20.8%로 답하였다. 또한 메이크업을 한 후에 오히려 안하는 것이 더 났다고 생각하는 반응도 4.7%있었다. 이는 사회생활의 여성참여도가 높아짐에 따른 메이크업에 대한 태도는 높으나 그에 대한 만족도는 그리 높지 않음을 나타내는 결과로 볼 수 있을 것이다.

---

75) 이현정 · 김미영(2006), "의복추구이미지 집단에 따른 화장추구이미지의 차이", 한국의류학회지,제30권 제4호, p.164.

76) 황영미, 전게 논문, p.18.

77) 송은영(2005), "제주지역 여대생의 외적 이미지에 대한 인식 및 메이크업의 영향에 관한 연구", 한국인체예술학회지, 제6권 4호,p.81.

78) 이미희(2005), "20대 여성들의 미용행태에 관한 연구", 한국인체예술학회지, 제6권 제3호, pp.9~10.

79) Westbrook, Robert A.(1980), "Interpersonal Affective Influences upon Consumer Satisfaction with Products," *Journal of Consumer Research,* 7(June), pp. 49-54.

Westbrook(1980)[79]은 제품관련 만족연구에서 제품의 사용이나 소비와 관련된 결과나 경험에 대한 개인의 주관적 평가의 호의성 정도로 정의하였으며, Fornell and Robinson(1983)[80]은 소비자의 만족/불만족은 제품속성 수준에서의 기대와 실제 혜택과의 주관적인 비교로 정의하기도 하였다. 메이크업에 대한 만족이란 특정한 메이크업 이미지에 대한 전반적이고 주관적이며, 평가적인 반응이라고 볼 수 있으며, 평가적인 반응은 느낌이나 감정뿐만 아니라 판단적 신념(judgmental beliefs)을 모두 포함한다. 평가의 기초는 메이크업을 하는 사람들에 따라 다양해질 수 있으며, 자신들이 기대하는 비교의 기준이나, 제품속성, 혜택, 메이크업 후 결과에 대해서도 다양해질 수 있다. 1980년대 이후 Westbrook and Oliver(1991)[81]는 감정적 반응에 의해 만족이 결정된다는 견해를 밝혔다. 이같이 메이크업 이미지에 대한 만족의 결정변수에 관한 많은 연구들은 Oliver(1980)[82]의 기대-성과 불일치 패러다임을 따르고 있으며 이후 후속 연구에서는 지각된 제품성과로 인해 발생한 감정(affect)이 만족에 영향을 미칠 수 있음을 고려한 결합된 인지 및 감성 통합모형을 제안하였다.

특히 자신이 메이크업을 수행한 이미지가 긍정적으로 여겨질 경우 여성들은 대부분 만족감을 형성할 것이다. 그런데 여기서 주목할 점은 예술사조적 이미지가 자신이 갖고 있는 이미지와 일치할 때 과연 긍정적인 사고를 이끌어 낼 것인가 하는 것이다. 그리고 어떠한 감정적 경로를 통해 만족감으로 연결되는지에 관해 알아보는 것도 흥미로운 주제가 될 수 있다. 그리고 감정적 경로를 통해 만족으로 연결되지 않고 바로 만족감으로 연결될 수도 있다. 특히 여성들의 메이크업 행동에 따르는 유익한 즐거움과 미에 대한 심미적 감정들은 메이크업을 하는 수행자나 관찰자에게 아름다움과 조화로움 등의 감정반응들로서 만족에 유의적 영향을 미칠 것이라고 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

---

80) Fornell, C. and W. T. Robinson(1983), "Industrial Organization and Consumer Satisfaction and Dissatisfaction," *Journal of Consumer Research,* 9, 403-12.79)

81) Westbrook, Robert A. and R. L. Oliver(1991), "The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction." *Journal of Consumer Research,* 18, 84-91.

82) Oliver, R. L.(1980), "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions," Journal of Marketing Research, 17(November), 460-469.

가설 5 : 메이크업 표현에 있어 PAD감정은 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 만족(태도)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 6 : 메이크업 표현에 있어 심미적 감정지각은 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 만족(태도)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 7 : 예술사조별 메이크업 이미지는 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 만족(태도)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

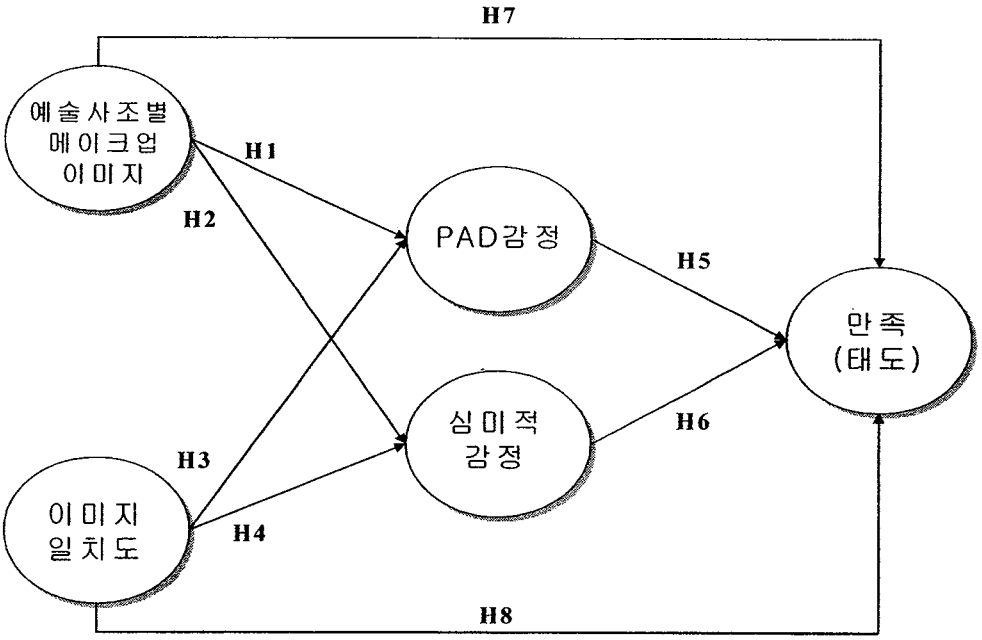
가설 8 : 메이크업 수행자가 표현한 메이크업 이미지와 관찰자의 이미지 지각 일치도는 메이크업 만족(태도)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제 4 장 연구방법

제 1 절 연구모형의 설정

앞에서 설정한 가설을 검증하기 위한 연구모형은 <그림 4-1>과 같다. 본 연구는 예술사조별 메이크업 이미지의 지각과 감정반응에 관한 검증을 하기 위해 두 가지의 연구문제를 수행하고자 하였다. 먼저 연구 1에서는 예술사조에 따른 메이크업 이미지에 관한 일치도 및 지각상의 차이가 존재하는지를 검증하고자 하였으며, 연구 2에서는 <그림 4-1>과 같이 수행자와 관찰자간 예술사조에 따른 메이크업 표현과 이미지의 일치도가 PAD 감정과 심미적 감정에 영향을 미치며, 후속하여 만족(태도)에 미친다는 인과관계의 틀을 검증하고자 한다. 따라서 연구문제 2의 인과관계 검증을 위한 모형은 다음과 같다.

<그림 4-1> 연구모형



제 2 절 실험대상 및 실험설계

실험설계는 먼저 메이크업을 직접 수행하여 자신이 표현한 메이크업 이미지에 대한 이미지 지각과 감정, 그리고 자아일치도, 메이크업 만족을 측정하는 것으로 진행하였다. 먼저 수행자는 예술사조 중 모더니즘과, 낭만주의, 자연주의에 대한 자신의 생각과 의견을 자유롭게 기술하게 한 다음, 최근 메이크업 트렌드를 반영하여 메이크업 이미지를 표현하게 하였다. 메이크업 수행 시 헤어스타일이나 의복이 메이크업의 표현에 영향을 미칠 수 있음을 고려 해 의상은 검정색상으로 통일하여 진행하였으며, 헤어스타일도 가능한 단정하게 하여 실험을 실시하였다. 또한 세 가지 이미지를 하루에 실행하는데 따르는 혼동효과를 통제하기 위해 매일 한가지의 이미지만을 표현하게 하여 3일간에 걸쳐 실험을 진행하였다. 수행자는 자신이 직접 표현한 메이크업 이미지가 완료된 다음에 자신의 메이크업 기법, 느끼는 감정, 일치도, 만족도 등을 측정하였다. 다음으로 관찰자는 <그림 4-2>의 수행자가 표현한 메이크업의 표현을 각각의 이미지별로 사진을 관찰한 다음 그에 따르는 이미지의 지각과 태도 등에 응답하게 하였다. 특히 관찰자는 동시에 수행자 다수를 관찰하는데 따르는 시간적 소요와 혼동의 효과를 줄이기 위해 1명의 수행자에 대한 메이크업 이미지만을 관찰하도록 제한하여 조사하였다.

<그림 4-2> 수행자와 관찰자의 실험절차

<그림 4-3> 자극물 : 예술사조별 메이크업 이미지의 표현

제 3 절 실험변수의 측정

본 연구는 그 동안 선행 연구에서 타당도와 신뢰도가 검증된 척도를 메이크업의 표현별 이미지와 감정을 측정하는데 적합하게 수정하여 사용하였다. 대부분의 문항은 리커트 5점 척도로 1점은 "전혀 그렇지 않다", 5점은 "매우 그렇다"로 측정하였다.

메이크업 표현별 이미지는 이현정 · 김미영(2006)의 척도를 사용하여 각각 7개의 항목으로 측정하였다. 구체적으로 모던 메이크업 이미지는 현대적, 세련됨, 차가움, 도회적, 유행 감각, 고급스러움 등의 항목으로 측정하였고 로맨틱 메이크업 이미지는 낭만적, 환상적, 여성스러움, 우아함, 품위 있는 등의 항목으로 측정하였다. 다음으로 내추럴 메이크업 이미지는 편안함, 자연스러움, 단정함, 깔끔함, 수수함, 건강함, 친숙함 등의 항목으로 측정하였다. 메이크업에 대한 감정은 PAD감정과 심미적 감정으로 나누어 측정하였다. 먼저 PAD감정 척도는 Mehrabian and Rusell(1974)의 연구척도를 사용하여 세 가지 차원인 즐거움(pleasure), 기분고조(arousal), 지배(dominance)로 각 차원별

의미 차별화된 항목으로 측정하였다. 심미적 감정은 Lacher and Mizerski(1994)[83]의 연구척도를 사용하여 표현별 메이크업 이미지를 수행 또는 관찰하고 나서 느끼는 감정적 반응인 6개 항목으로 측정하였다. 현재 메이크업 이미지는 부드러운 선이나 곡선의 표현으로 율동감을 느끼게 함, 색, 터치감 등의 조화로움, 독특한 느낌, 전반적으로 색이나 질감의 통일감, 전반적인 조화로운 정도에 관해 측정하였다. 다음으로 메이크업 이미지와 자신과의 일치도는 안광호 · 이견(2006)[84], Sirgy(1982)[85]의 연구척도를 사용하여 현재 표현한 메이크업 표현은 나의 이미지와 유사한 정도, 나를 잘 표현해 줄 정도, 나에게 잘 어울릴 정도에 관한 3개 항목으로 측정하였다. 메이크업 표현에 대한 수행자의 만족은 자신이 표현한 메이크업에 대한 전반적인 만족과 즐거움 등의 3개 항목으로 측정하였으며, 관찰자의 경우는 자신이 직접 표현별 메이크업을 실제로 실행하지 않고 단순하게 수행자의 표현별 메이크업을 관찰하고 난 후의 메이크업에 대한 평가적 차원을 측정해야 하므로 메이크업에 대한 '좋다'-'나쁘다' 등의 3개 항목의 태도로 측정하였다.

83) Lacher Kathleen T. and Richard Mizerski(1994), "An Exploratory Study of the Responses and Relationship Involved in the Evaluation of and in the Intention to Purchase New Rock Music," *Journal of Consumer Research*, 21, pp.366-380.

84) 안광호 · 이견(2006), "모 브랜드 이미지와 소비자 자아이미지의 일치성이 브랜드 확장제품에 대한 소비자 태도에 미치는 영향에 관한 연구," 마케팅관리연구, 11(3).

85) Sirgy, Joseph(1982), "Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review," *Journal of Consumer Research,* 9(December), pp.287-300.

<표 4-1> 실험 측정 항목

변 수	항 목	선행 연구자
PAD 감정	**<즐거움>** 6개 항목 초조해짐-편안해짐, 불행한-행복한, 불쾌-유쾌, 짜증남-즐거움, 지루함-흥미로움, 차분해짐-흥분됨 **<기분고조>** 3개 항목 느슨해진-긴장된, 진정된-자극된, 나태한 열광적인 **<지배>** 3개 항목 통제하는-통제받는, 지배하는-복종하는, 영향을 주는-영향을 받는	Mehrabian and Rusell (1974)
메이크업 이미지	**<내추럴 이미지>** 7개 항목 편안하다, 자연스럽다, 단정하다, 깔끔하다, 수수하다, 건강하다, 친숙하다 **<로맨틱 이미지>** 7개 항목 순수하다, 환상적이다, 여성스럽다, 부드럽다, 우아하다, 낭만적이다, 품위 있다 **<모던 이미지>** 6개 항목 현대적이다, 세련되었다, 차갑다, 도회적이다, 유행 감각이 있다, 고급스럽다	이현정 · 김미영 (2006)
심미적 감정	**심미적 감정** <6개 항목> 부드러운 선이나 곡선의 표현으로 율동감, 색·터치감 등의 조화, 조화로운 느낌, 독특한 느낌, 색이나 질감 등의 통일감, 화려한 느낌	Lacher and Mizerski (1994)
만족/ 태도	전반적인 만족과 태도의 3개 항목	

제 5 장 실증분석

제 1 절 자료의 수집 및 표본의 특성

1.1 자료의 대상 및 자료의 수집

본 연구단위의 분석단위는 개인으로, 메이크업을 직접 수행하는 수행자와 수행자가 표현한 메이크업 이미지를 관찰하는 관찰자로 분류하여 실시하였다. 이는 예술사조에 따른 메이크업 이미지를 실제적으로 메이크업을 표현한 사람과 이를 관찰하는 일반적인 시각으로서의 관찰자 측면에서 표현된 메이크업 이미지가 수행자 및 관찰자 양쪽 모두에게 동일하게 인식되는지를 검증하고자 하는 것이다.

따라서 본 연구의 메이크업에 대한 이미지별 지각을 조사하기 위해 메이크업 수행자는 메이크업을 가장 많이 할 것으로 예상되는 주로 20대 여성을 중심으로 실험을 진행하였다. 수행자의 연령대별 차이로 인해 초래될 수 있는 이미지 표현의 지각을 사전에 방지하기 위하여 유사한 연령대에서의 수행자를 선정하여 실험을 진행하였다. 실험은 약 3주에 걸쳐 예술사조에 따른 내추럴, 로맨틱, 모던 이미지의 세 가지 메이크업을 직접 수행한 수행자와 관찰자의 비교를 위해 수행자는 메이크업 테크닉을 학교나 학원을 통해 배운 경력이 있는 21~30세 여성 20명과 관찰자 19~38세 120명을 대상으로 하여 총 140명의 자료를 최종분석에 사용하였다. 관찰자의 자료의 수집은 120명을 통해 수집되었다. 실험집단의 구성은 관찰자 120명을 무작위로 6명씩 그룹이 구성되도록 하여 총 20개의 실험집단을 구성하였다. 이들 20개 관찰자 실험 집단에서는 수행자 1명에 대한 세 가지 이미지를 평가하도록 하였다. 따라서 20명의 메이크업 수행자에 대한 평가를 20개 실험집단에서 세 가지 이미지에 대한 평가를 실시하도록 하여 수집된 자료이다.

1.2 표본의 특성

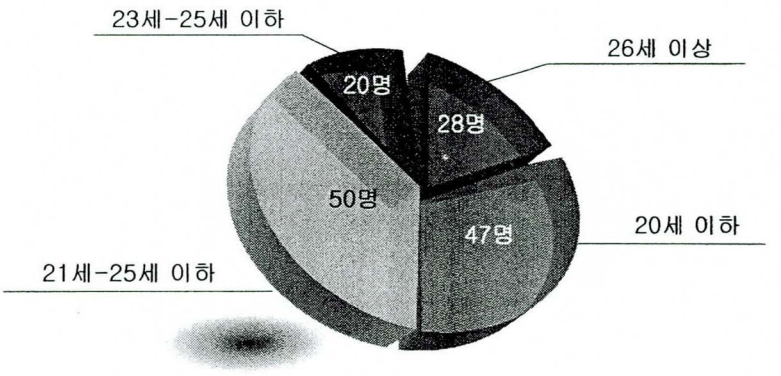
표본의 특성을 인구 통계적 특성과 응답자 자신의 메이크업 관련 특성, 그리고 화장품 구입관련 특성을 구분하여 빈도분석을 실시한 결과 <그림 5-1>, <표 5-1>, <표 5-2>, <표 5-3 >과 같이 나타났다.

(1) 표본의 인구 통계적 특성

응답자들의 연령의 분포는 21세-22세가 가장 많은 분포인 50명(34.5%)로 나타났으며, 다음이 20세 이하가 47명(32.4%), 23세-25세가 20명(13.8%), 26세 이상이 28명(19.3%)순으로 나타났다. 결혼여부는 미혼이 130명(89.7%), 기혼이 15명(10.3%로 나타났다. 또한 응답자들의 학력은 대학 재학 및 졸업이 123명(84.8%), 대학원 재학 및 졸업이 15명(10.3%), 고졸이 7명(4.8%)의 순으로 나타났다.

직업의 분포는 학생이 가장 많은 112명(77.2%)로 나타났으며, 직장인이 18명(12.4%), 전문직이 9명(6.2%), 서비스업은 3명(2.1%), 기타가 2명(1.4%), 주부가 1명(0.7%)로 나타났다. 월평균 수입은 100만원미만이 109명(76.8%), 100만원 이상-200만원 미만이 18명(12.7%), 200만원 이상-400만원 미만이 11명(7.7%), 400만원 이상-500만원 미만과 500만원 이상이 각각 2명으로 1.4%로 나타났다.

<그림 5-1> 응답자의 연령분포



<표 5-1> 설문 집단의 인구 통계적 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
연령	20세 이하	47	32.4
	21세-22세	50	34.5
	23세-25세	20	13.8
	26세이상	28	19.3
	전체	145	100.0
결혼 여부	미혼	130	89.7
	기혼	15	10.3
	전체	145	100.0
학력	고졸	7	4.8
	대학 재학 및 졸업	123	84.8
	대학원 재학 및 졸업	15	10.3
	전체	145	100.0
직업	주부	1	0.7
	직장인	18	12.4
	전문직	9	6.2
	학생	112	77.2
	서비스업	3	2.1
	기타	2	1.4
	전체	145	100.0
월평균 수입	100만원미만	109	76.8
	100만원이상-200만원미만	18	12.7
	200만원이상-400만원미만	11	7.7
	400만원이상-500만원미만	2	1.4
	500만원이상	2	1.4
	전체	142	100.0

(2) 응답자의 메이크업 관련 특성

설문 집단의 메이크업 관련 특성을 검증하기 위해 빈도분석을 실시한 결과 <표 5-2>와 같이 나타났다. 먼저 메이크업을 시작한 나이를 살펴보면, 69명(53.1%)이 가장

높게 나타났으며, 다음으로 21세가 26명(20.0%), 19세 이하가 15명(11.5%), 22세가 14명(10.8%), 23세가 6명(4.6%)의 순으로 나타났다. 다음으로 현재 가지고 있는 색조 화장품 수는 3개가 38명(31.1%), 4개가 29명(23.8%), 5개 이상이 27명(22.1%), 2개가 22명(18.0%), 1개가 6명(4.9%)의 순으로 나타났다. 현재 가지고 있는 기초 화장품 수는 4개가 47명(34.1%), 3개가 32명(23.2%), 5개가 31명(22.5%), 2개가 18명(13.0%), 6-7개가 7명(5.0%), 2개가 2명(1.4%)의 순으로 나타났다.

메이크업관련 정보획득은 가족이나 친구에게서 메이크업 관련 정보를 가장 많이 얻고 있다는 응답이 64명(45.1%)으로 나타났으며, 다음으로 인터넷이 24명(16.9%), 신문과 잡지는 18명(12.7%), 화장품 판매자와 화장품 회사에서 발행한 간행물을 통한 정보획득이 각각 13명(9.2%)로 나타났으며, TV가 10명(7.0%)로 나타났다.

메이크업을 하는 이유에 대해서는 타인에게 예쁘게 보이려고 메이크업을 한다는 응답이 77명(55.8%), 피부보호가 35명(25.4%), 당연히 해야 한다고 생각이 11명(8.0%), 기타가 10명(7.2%), 호기심과 관심이 1명(0.7%)의 순으로 나타났다.

<표 5-2 > 설문 집단의 메이크업 관련 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
메이크업을 시작한 나이	19세 이하	15	11.5
	20세	69	53.1
	21세	26	20.0
	22세	14	10.8
	23세	6	4.6
	전체	130	100.0
현재 가지고 있는 색조 화장품 수	1개	6	4.9
	2개	22	18.0
	3개	38	31.1
	4개	29	23.8
	5개 이상	27	22.1
	전체	122	100.0
현재 가지고 있는 기초 화장품 수	1개	2	1.4
	2개	18	13.0
	3개	32	23.2
	4개	47	34.1
	5개	31	22.5
	6-7개	7	5.0
	전체	138	100.0
메이크업 관련 정보획득	가족이나 친구	64	45.1
	화장품 판매자	13	9.2
	인터넷	24	16.9
	신문 및 잡지	18	12.7
	TV	10	7.0
	화장품 간행물	13	9.2
	전체	142	100.0
메이크업을 하는 이유	당연히 해야 한다고 생각	11	8.0
	예쁘게 보이려고	77	55.8
	호기심과 관심	1	0.7
	남들이 하니까	4	2.9
	피부보호	35	25.4
	기타	10	7.2
	전체	138	100.0

(3) 응답자의 화장품 구입 관련 특성

응답자의 화장품 구입에 관련한 특성들을 살펴보면 <표 5-3>과 같이 화장품을 주로 구입하는 장소로 화장품 전문점이 73명(51.0%)으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 인터넷 쇼핑몰이 37명(25.9%), 백화점 20명(14.0%), 방문판매 7명(4.9%), 대형할인마트 3명(2.1%), 통신판매 3명(2.1%)의 순으로 나타났다. 이를 통해 주로 20대 여성 소비자들은 화장품 구입을 화장품 전문점과 인터넷 쇼핑몰을 통한 구입이 증대되고 있음을 알 수 있다. 1회 평균 화장품 평균 구입비용은 2만원 이상-3만원 미만이 가장 많은 40명(31.5%)로 나타났으며, 다음으로 3만원 이상-4만원 미만과 4만원 이상-5만원 미만이 각각 30명(21.0%)로 나타났으며, 5만원 이상이 28명(19.6%), 2만원 미만이 10명(7.0%)로 나타났다. 따라서 일반적으로 20대 여성들은 화장품 구입을 고가보다는 중저가 상품 위주의 구매가 많음을 결과에서 보여주고 있다. 또한 화장품 구입 시 가장 많이 고려하는 사항에 대해서는 화장품의 품질 및 기능을 가장 중요하게 인식하고 있다는 72명(50.3%), 피부와의 적합성이 59명(41.3%), 가격이 6명(4.2%), 광고가 5명(3.5%), 향기 및 포장디자인이 1명(0.7%)의 순으로 나타나 화장품 구입 시 무엇보다도 화장품의 품질 기능을 중심으로 구매의 선택이 이루어짐을 알 수 있다.

<표 5-3> 설문 집단의 화장품 구입관련 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
화장품을 주로 구입하는 장소	화장품 전문점	73	51.0
	백화점	20	14.0
	인터넷 쇼핑몰	37	25.9
	방문판매	7	4.9
	대형할인마트	3	2.1
	통신판매	3	2.1
	전체	143	100.0
1회 평균 구입비용	2만원미만	10	7.0
	2만원이상-3만원미만	45	31.5
	3만원이상-4만원미만	30	21.0
	4만원이상-5만원미만	30	21.0
	5만원이상	28	19.6
	전체	143	100.0
화장품 구입 시 고려사항	화장품의 품질 및 기능	72	50.3
	피부와의 적합성	59	41.3
	가격	6	4.2
	향기 및 포장디자인	1	0.7
	광고	5	3.5
	전체	143	100.0

1.3 실험집단 분류에 따른 조작적 점검

세 가지 메이크업 표현별 이미지인 모던 메이크업 이미지, 로맨틱 메이크업 이미지, 내추럴 메이크업 이미지에 따라 실험자들이 차이를 지각하는지를 검증하기 위해 차이분석을 실시한 결과, <표 5-4>과 같이 나타나 메이크업 이미지별 유의한 차이를 나타내 집단의 분류가 올바르게 되었음을 확인하였다.

<표 5-4> 메이크업 표현별 조작적 점검

구분	평균	표준편차	F값
모던 메이크업 이미지	3.150	.751	22.163***
로맨틱 메이크업 이미지	2.873	.797	
내추럴 메이크업 이미지	3.515	.665	

*** p<.001

1.4 변수의 신뢰도 및 타당도 검증

본 연구의 제시된 구성개념들의 단일 차원성과 전체적인 개념 타당도(construct validity)를 검증하기 전에 각 구성개념들에 대한 탐색적 요인분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석은 연구대상의 저변에 존재하는 잠재요인을 찾아보거나 자료를 요인으로 축소하여 살펴보는데 사용한다. 따라서 본 연구는 항목-전체 상관관계 분석을 검토하여 상관관계가 낮고 Alpha값을 상당부분 개선시키는 항목은 최종분석에서 제외하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석 이후에 확인적 요인분석을 실시하여 전체변수에 대한 타당성 검증을 재확인하였다. 또한 측정항목의 신뢰성과 타당성을 평가하기 위해 이론변수의 다항목 척도간의 신뢰성을 Cronbach's α 계수를 통해 분석하였고, 확인적 요인분석을 통해서 구성개념들의 측정타당성을 검증하였다.

(1) 표현별 메이크업 이미지 및 PAD 감정, 이미지 일치도에 대한 탐색적 요인분석

표현별 메이크업 이미지 및 PAD 감정, 이미지 일치도에 대한 탐색적 요인분석을 실시한 결과 <표 5-5>과 같이 나타났다. 먼저 표현별 메이크업 이미지 중 모던 메이크업 이미지는 세련됨, 고급스러움, 현대적인, 유행 감각이 있는 등의 4개 항목으로 도출되었으며, 내추럴 메이크업 이미지는 단정함, 편안함, 친숙함, 자연스러움의 3개 항목으로 나타났다. 로맨틱 메이크업 이미지는 부드러움, 순수함, 낭만적인 등의 3개 항목으로 도출되었다. 또한 측정항목의 내적 일관성을 조사하기 위한 신뢰도 검증에서는 Cronbach's α가 모던 메이크업은 .839, 내추럴 메이크업은 .817, 로맨틱 메이크업은 .719로 나타났다. 또한 PAD 감정 중 즐거움 차원은 .767, 기분고조는 .761, 지배 차원은 .778로 나타나 일반적인 기준인 0.7을 상회하는 것으로 나타나 모든 변수가 신뢰도를 확보한 것으로 나타났다.

<표 5-5> 표현별 메이크업 이미지에 대한 탐색적 요인분석

항목			모던 메이크업 α=.839	내추럴 메이크업 α=.817	로맨틱 메이크업 α=.719
메이크업 이미지	모던 메이크업 이미지	세련됨	**0.841**	-0.069	0.166
		고급스러움	**0.824**	0.213	0.023
		현대적인	**0.817**	-0.120	-0.088
		유행감각이 있는	**0.787**	0.222	-0.044
	내추럴 메이크업 이미지	단정함	-0.047	**0.816**	0.067
		편안함	0.095	**0.808**	0.301
		친숙함	0.132	**0.801**	-0.129
		자연스러움	0.047	**0.716**	0.296
	로맨틱 메이크업 이미지	부드러움	-0.015	0.073	**0.841**
		순수함	-0.162	0.107	**0.808**
		낭만적임	0.233	0.158	**0.686**
고유치(Eigenvalue)			2.785	2.629	2.067
설명분산(%)			25.317	23.896	18.794
누적분산(%)			25.317	49.213	68.007

(2) 메이크업 이미지 일치도 및 PAD 감정, 심미적 반응, 이미지 일치도 대한 탐색적 요인분석

<표 5-6> 메이크업 이미지 일치도 및 PAD 감정, 심미적 반응, 만족(태도)에 대한 탐색적 요인분석

구분	메이크업 일치도 α=.890	PAD감정			심미적 반응 α=.703	만족(태도) α=.849
		즐거움 α=.852	기분고조 α=.673	지배 α=.804		
메이크업 이미지 일치도 1	**0.862**	0.174	-0.045	0.154	-0.053	0.191
2	**0.851**	0.220	-0.006	0.089	0.007	0.239
3	**0.839**	0.232	-0.036	-0.007	0.012	0.265
짜증남-즐거움	0.172	**0.861**	0.061	0.070	0.004	0.107
불쾌-유쾌	0.115	**0.788**	0.036	0.133	0.002	0.198
불행한-행복한	0.197	**0.746**	0.068	0.045	0.047	0.258
초조한-편안해진	0.238	**0.666**	-0.286	0.013	-0.134	0.270
느슨해진-긴장된	0.086	-0.024	**0.804**	0.148	0.156	-0.182
진정된-자극된	-0.082	-0.119	**0.765**	0.176	0.216	-0.016
차분해진-흥분됨	-0.085	0.005	**0.743**	0.113	0.160	0.051
나태한-열광적인	0.013	0.175	**0.682**	0.272	0.107	0.178
통제하는-통제받는	0.050	0.013	0.188	**0.883**	0.038	0.109
지배하는-복종하는	0.092	0.052	0.236	**0.835**	0.106	0.100
영향을 주는- 영향을 받는	0.082	0.182	0.189	**0.760**	0.172	-0.082
심미적 반응 6	-0.019	0.044	0.288	0.148	**0.819**	0.102
4	-0.018	-0.078	0.308	0.145	**0.800**	-0.096
만족(태도) 1	0.283	0.271	-0.044	0.072	-0.119	**0.787**
2	0.212	0.255	0.042	0.052	0.187	**0.771**
3	0.354	0.319	0.019	0.039	-0.075	**0.746**
고유치(Eigenvalue)	2.600	2.824	2.653	2.302	1.538	2.241
설명분산(%)	13.685	14.862	13.961	12.118	8.095	11.795
누적분산(%)	13.685	28.547	42.508	54.626	62.721	74.516

메이크업 이미지에 대한 일치도는 수행자가 표현한 메이크업 이미지가 얼마나 표현한 이미지와 잘 어울리는지에 대한 항목으로서 모델의 이미지와 매우 비슷하다고 생각하는 정도, 현재 표현된 메이크업이 모델을 잘 표현해 주고 있다는 생각하는 정도, 표

현한 메이크업이 모델에게 아주 잘 어울리는 정도 등의 3개 항목으로 도출되었다. PAD감정의 즐거움 차원은 짜증남-즐거움, 불쾌-유쾌, 불행한-행복한, 초조한-편안해진 등의 4개 항목으로 도출되었으며, 기분고조 차원은 느슨해진-긴장된, 진정된-자극된, 차분해진-흥분됨, 나태한-열광적인 등의 4개 항목으로 도출되었다. 또한 지배감정 차원은 통제하는-통제받는, 지배하는-복종하는, 영향을 주는-영향을 받는 등의 3개 항목으로 도출되었다.

측정항목의 내적 일관성을 조사하기 위한 신뢰도 검증에서는 Cronbach's α가 메이크업 이미지 일치도는 .890, PAD 감정 중 즐거움은 .852, 환기는 .673, 지배감정 차원은 .804로 나타났다. 또한 심미적 반응은 .703으로 나타났으며 종속 변수인 만족은 .849로 나타나 일반적인 기준인 0.7을 상회하는 것으로 나타나 모든 변수가 신뢰도를 확보한 것으로 나타났다.

(3) 전체변수에 대한 상관관계분석

<표 5-7 > 전체 변수에 대한 상관관계 분석

구분	메이크업이미지			이미지	PAD감정			심미적	만족
	내추럴	로맨틱	모던	일치도	즐거움	기분고조	지배	반응	
내추럴	1.000								
로맨틱	0.250**	1.000							
모던	0.078	0.210*	1.000						
이미지 일치도	0.341**	0.030	0.253**	1.000					
즐거움	0.440**	0.078	0.019	0.488**	1.000				
기분고조	0.371**	0.123	0.019	0.029	0.046	1.000			
지배	0.185*	0.040	0.055	0.195**	0.186**	0.405**	1.000		
심미적 감정	0.417**	0.226**	0.074	0.122*	0.106*	0.476**	0.336**	1.000	
만족	0.300**	0.033	0.135	0.605**	0.600**	0.014	0.157**	0.011	1.000

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

<표 5-7>은 예술사조에 따른 메이크업 이미지를 더미 변수화하여 처리한 것으로 전체 구성개념들의 상관관례 행렬을 보여주고 있다. 탐색적 요인분석 결과 단일 차원성이 입증된 각 연구단위별 척도들에 대하여 서로의 관계가 어떤 방향이며, 어느 정도의 관계를 갖는지를 알아보기 위하여 상관관계 분석을 실시한 것이다. 분석결과일부 구성개념들은 로맨틱 및 모던과의 감정 간의 유의적 상관관계를 나타내고 있지 않지만, 대부분의 변수들 간에는 정(+)의 유의적 상관관계를 나타내고 있는 것을 알 수 있다.

제 2 절 가설검증 및 논의

2.1 연구 1 : 수행자와 관찰자 간의 표현별 메이크업 이미지의 지각의 차이

(1) 수행자와 관찰자 간의 메이크업 이미지별 지각의 차이

수행자와 관찰자 간의 표현별 메이크업 이미지에 대한 지각의 차이를 검증하기 위해 다변량 분석을 실시한 결과 <표 5-8>, <표 5-9>과 같이 나타났다. 분석결과 표현별 메이크업 이미지 및 PAD 감정 중 즐거움과 기분고조, 그리고 심미적 감정과 만족(태도)에서 두 집단 간의 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 5-8 > 메이크업 표현별 수행자와 관찰자 간의 기술통계

구분			수행자			관찰자		
			빈도	평균	표준편차	빈도	평균	표준편차
메이크업이미지일치도		내추럴	21	3.556	1.092	115	3.359	0.881
		로맨틱	21	3.460	0.891	119	3.070	0.915
		모던	21	3.032	0.912	119	3.151	0.809
표현별 메이크업이미지		내추럴	21	3.866	0.679	115	3.288	0.831
		로맨틱	21	3.476	0.601	119	3.067	0.818
		모던	21	3.333	0.555	119	2.991	0.869
PAD 감정	즐거움	내추럴	21	3.794	0.792	115	3.357	0.709
		로맨틱	21	3.750	0.518	119	3.155	0.697
		모던	21	3.190	0.750	119	2.989	0.603
	기분고조	내추럴	21	2.405	0.917	115	2.900	0.714
		로맨틱	21	2.929	0.618	119	2.936	0.821
		모던	21	3.556	0.859	119	2.761	0.698
	지배	내추럴	21	3.071	0.648	115	3.043	0.947
		로맨틱	21	3.119	0.590	119	3.151	1.047
		모던	21	3.238	0.645	119	2.955	0.811
심미적 감정		내추럴	21	2.143	0.744	115	3.371	0.706
		로맨틱	21	3.643	0.824	119	3.028	0.939
		모던	21	3.476	0.487	119	3.014	0.708
만족(태도)		내추럴	21	3.698	0.849	115	3.264	0.811
		로맨틱	21	3.762	0.549	119	2.840	0.896
		모던	21	3.460	0.778	119	2.683	0.806

<표 5-9> 수행자 및 관찰자, 메이크업 표현별 이미지간의 다변량 분석 결과

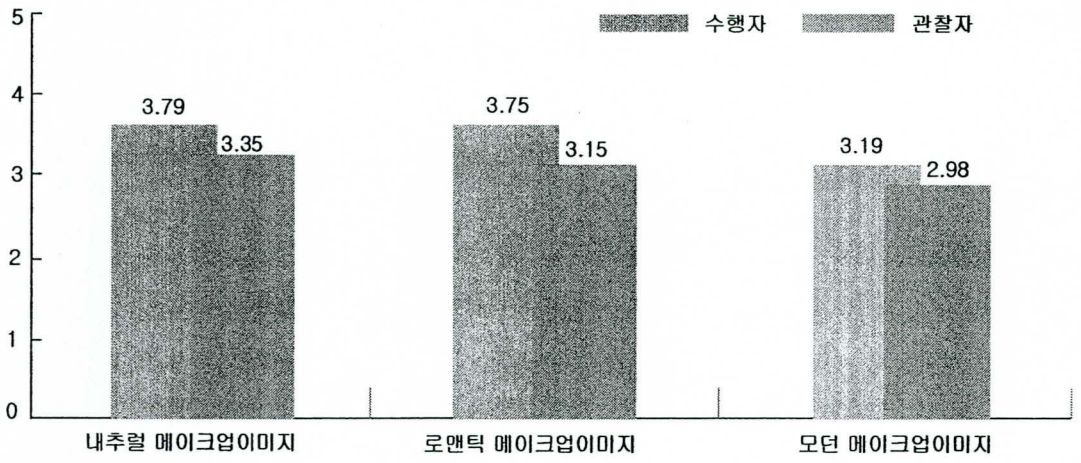
구분	종속변수		자유도	평균자승	F값	sig
수행자/관찰자	메이크업 일치도		1	1.295	1.654	0.199
	PAD 감정	즐거움	1	9.035	19.831	0.000
		기분고조	1	0.509	0.891	0.346
		지배	1	0.461	0.568	0.451
	심미적 감정		1	0.136	0.223	0.637
	메이크업 표현별 이미지		1	10.486	15.167	0.000
	만족(태도)		1	27.025	39.739	0.000
메이크업표현별 이미지	메이크업 일치도		2	2.387	3.048	0.049
	PAD 감정	즐거움	2	4.544	9.973	0.000
		기분고조	2	4.568	7.993	0.000
		지배	2	0.107	0.132	0.876
	심미적 감정		2	6.892	11.323	0.000
	만족(태도)		2	2.996	4.406	0.013
오차	메이크업 일치도		410	.783		
	PAD 감정	즐거움	410	.456		
		기분고조	410	.572		
		지배	410	.812		
	심미적 감정		410	.609		
	메이크업 표현별 이미지		410	.691		
	만족(태도)		410	.680		

1) 메이크업 표현별 이미지에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이

메이크업 표현별 이미지에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이를 구체적으로 검증한 결과 <그림 5-2>와 같이 나타났다. 내추럴·로맨틱·모던 메이크업 이미지에서 관찰자보다는 수행자의 평균이 더 높은 것으로 나타나 실제적으로 자신이 직접 메이크업을 표현해보는 과정에서 인지되는 표현별 지각이 더 높다는 것을 알 수 있다.

해 이 같은 즐거움 감정이 고조된 것으로 이해되어 진다. 즉 내추럴 메이크업 이미지는 가장 편안하고 자연스럽게 접근할 수 있는 친화성과 대중성으로 인해 수행자 측면에서도 즐거움이 높게 나타난 것으로 보이며, 관찰자 측면 또한 부담 없이 관찰할 수 있는 감정의 작용으로 즐거움을 크게 지각하는 것으로 분석된다. 이것은 내추럴 메이크업의 친숙성이 양측에 즐거움 감정으로 가장 높게 연결됨으로서 내추럴 메이크업의 대중적 활용이 유연함을 보여주고 있다. 자연스러움을 표현하는 내추럴 메이크업의 표현은 1990년대 이후 현재까지 메이크업 트렌드로서 꾸준히 표현되어져 왔으므로, 수행자와 관찰자는 이 이미지가 잘 어울린다는 인지를 통해 가장 부담이 없고 편안하게 표현하고 관찰할 수 있어서 즐거움을 지각하게 되는 것이라 추측해 볼 수 있다. 이러한 분석을 토대로 다양한 변수를 고려하여 심층적 인과관계를 후속 연구에 도입한다면 더욱 구체적 시사점을 도출하리라 사료된다.

<그림 5-3> PAD 감정의 즐거움에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이

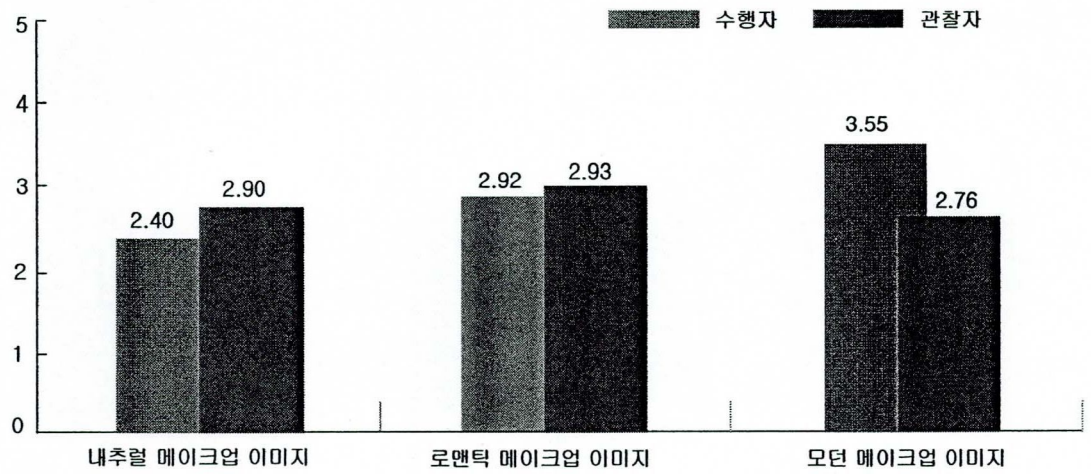


3) PAD 감정의 기분고조에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이

PAD 감정 중 기분고조에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이는 내추럴 메이크업 이미지와 로맨틱 메이크업 이미지는 수행자보다는 관찰자의 평균이 더 높게 나타

났으나, 모던 메이크업 이미지는 수행자의 메이크업 이미지가 더 높게 나타나 차이를 보였다. 이 같은 이유는 모던 메이크업 이미지는 일상적인 내추럴 이미지와 로맨틱 이미지의 표현방법보다는 좀 더 추상적인 표현방법을 요구하는 메이크업 기법으로서 보는 입장으로서 관찰자 측면보다는 실제적으로 메이크업을 수행하면서 느끼는 자극적인 측면으로 인해 이러한 감정이 더 높게 유발된 것으로 이해된다.

<그림 5-4 > PAD 감정의 기분고조에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이

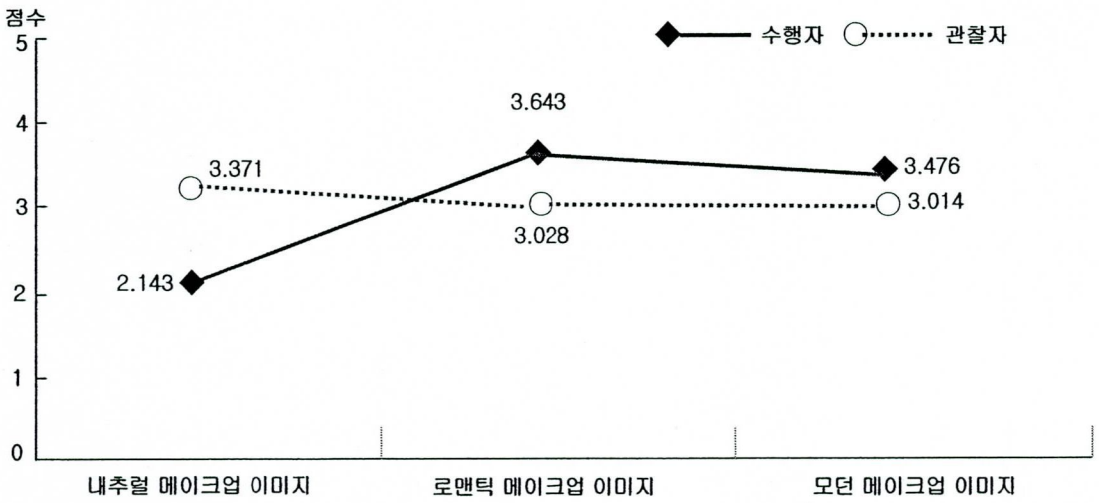


4) 심미적 감정에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이

심미적 감정에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이는 각 이미지별로 다른 차이를 나타냈다. 특히 내추럴 메이크업 이미지만이 관찰자의 평균이 더 높게 나타나 로맨틱, 모던 메이크업 이미지와 차이를 보이고 있다. 이는 내추럴 메이크업 이미지는 관찰자에게 친숙하고 편안한 표현기법으로 인해 자연스러운 표현에 대한 아름다움을 부드러운 선이나 곡선에 대한 율동감이나 색상, 터치감의 조화, 통일감을 더 높게 지각하는 것으로 이해된다. 로맨틱 이미지에서는 수행자의 평균이 높게 나타나고 관찰자는

낮게 나타나 차이를 보였다. 로맨틱 이미지는 수행자의 측면에서는 조화롭고 아름답게 지각하지만 상대적으로 관찰자는 색채와 터치의 조화나 통일감 등 아름다움에 대해 낮게 지각하고 있다는 것을 시사해주고 있다. 로맨틱 메이크업 이미지는 여성스럽고 소녀적인 메이크업 표현이므로 평소보다는 어려보이고 싶거나 여성성을 강조하고 싶을 때 주관적 심미적 감정이 표현기법으로 연결 될 수 있다. 수행자는 자신의 이미지를 더 어려보이고 로맨틱하게 표현하면서 주관적인 아름다움에 대한 심미적 감정을 높게 지각하지만 반대로 관찰자 측면에서는 어려보이거나 로맨틱해 보이려는 눈이나 볼의 로맨틱 메이크업 표현이 과장되어 보이거나 부자연스럽고 부담스럽게 느껴져 심미적 감정을 낮게 지각하는 것으로 분석해 볼 수 있다. 따라서 수행자는 효과적인 로맨틱 메이크업 이미지를 구현하기 위해서는 색상선택과 표현기법에 있어서 본인이 지각하는 것보다 더 자연스러움의 표현기법을 도입하거나 훈련이 요구됨을 시사해주고 있다.

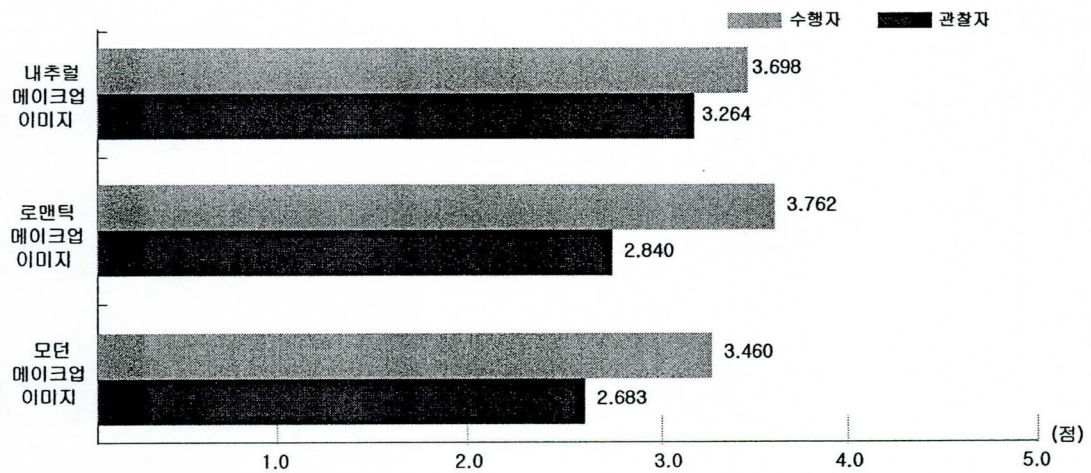
<그림 5-5 > 심미적 감정에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이



5) 메이크업에 대한 만족(태도)에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이

메이크업에 대한 만족(태도)에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이를 검증한 결과 <그림 5-6>과 같이 나타났다. 수행자의 경우 메이크업을 직접 표현해보는 과정에서 자신이 표현한 메이크업에 대한 만족이 더 높게 나타났으나 관찰자의 경우는 수행자의 표현해 놓은 메이크업 표현이미지를 관찰하고 나서의 해당 이미지에 대한 태도적 측면을 보는 것으로 이는 체험과 관찰의 차이로 인해 나타난 결과로 이해되어 진다. 특히 수행자의 경우 다른 표현이미지보다는 로맨틱 메이크업 이미지에 대한 만족이 가장 높게 나타나 로맨틱 분위기의 이미지 표현이 만족을 더 크게 지각하게 한 것으로 이해되어 지며 이러한 이유로 인해 관찰자와 수행자의 차이가 가장 큰 표현이미지도 로맨틱 메이크업 이미지라는 것을 알 수 있다. 수행자는 로맨틱 메이크업 이미지에 대한 만족이 가장 높게 나타나 메이크업 표현 시에 나타난 로맨틱 감정이 수행자의 만족으로 연계되고 있으나 관찰자의 태도는 낮게 나타났으므로 로맨틱 메이크업 수행 시에는 메이크업 표현능력이나 T·P·O에 알맞게 신중하게 연출되어야함을 시사해주고 있다.

<그림 5-6> 메이크업에 대한 만족(태도)에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이



(2) 메이크업 수행자 및 관찰자, 메이크업 표현별 이미지 간의 Scheffe Test

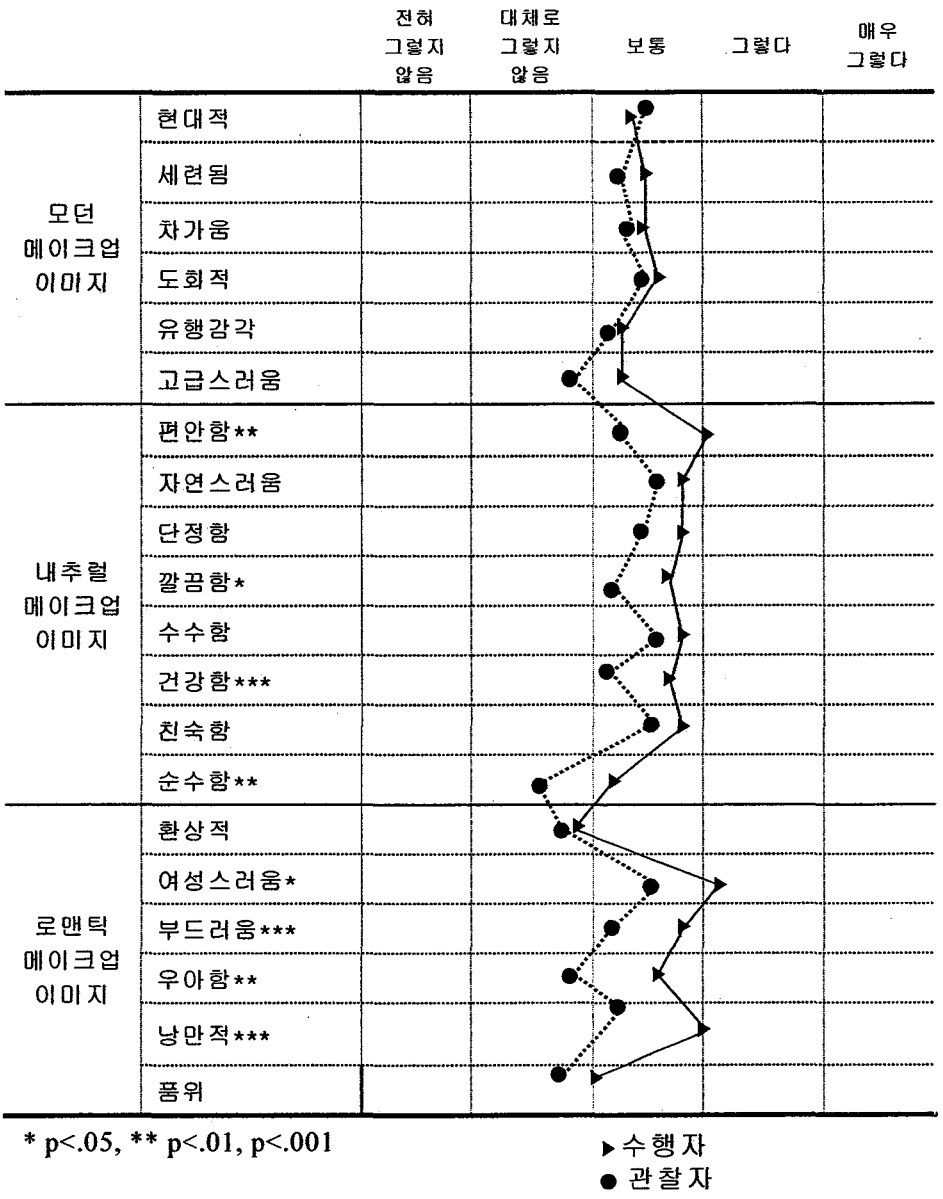
다변량 분석을 통해 차이가 나는 변수들에 대해 좀 더 세부적인 차이를 검증하기 위해 Scheffe Test를 실시한 결과 다음 <표 5-10>과 같이 나타났다. 분석결과, PAD 감정 중 즐거움은 내추럴 메이크업 이미지 및 로맨틱 이미지와 모던 메이크업 이미지와의 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며 모던 메이크업 이미지와 로맨틱, 모던 메이크업 이미지에서 유의한 차이를 나타냈다. 또한 메이크업 만족(태도)에서는 내추럴 메이크업 이미지와 로맨틱, 모던 메이크업 이미지에서 유의한 차이가 나타났으며 로맨틱 메이크업 이미지와 내추럴 메이크업 이미지에서 차이가 나타났다. 모던 메이크업 이미지는 내추럴 메이크업 이미지에서 유의한 차이를 보였다.

<표 5-10> 메이크업 수행자 및 관찰자, 메이크업 표현별 이미지 간의 Scheffe Test

종속변수		(I) 이미지	(J) 이미지	평균차이(I-J)	표준오차	유의도
메이크업 이미지 일치도		내추럴 이미지	로맨틱	0.261	0.107	0.051
			모던	0.256	0.107	0.056
		로맨틱 이미지	내추럴	-0.261	0.107	0.051
			모던	-0.005	0.106	0.999
		모던 이미지	내추럴	-0.256	0.107	0.056
			로맨틱	0.005	0.106	0.999
PAD 감정	즐거움	내추럴 이미지	로맨틱	0.179	0.081	0.089
			모던	0.405	0.081	0.000
		로맨틱 이미지	내추럴	-0.179	0.081	0.089
			모던	0.226	0.081	0.021
		모던 이미지	내추럴	-0.405	0.081	0.000
			로맨틱	-0.226	0.081	0.021
	기분 고조	내추럴 이미지	로맨틱	-0.111	0.091	0.476
			모던	-0.056	0.091	0.826
		로맨틱 이미지	내추럴	0.111	0.091	0.476
			모던	0.055	0.090	0.832
		모던 이미지	내추럴	0.056	0.091	0.826
			로맨틱	-0.055	0.090	0.832
	지배	내추럴 이미지	로맨틱	-0.099	0.108	0.662
			모던	0.050	0.108	0.899
		로맨틱 이미지	내추럴	0.099	0.108	0.662
			모던	0.149	0.108	0.386
		모던 이미지	내추럴	-0.050	0.108	0.899
			로맨틱	-0.149	0.108	0.386
심미적 감정		내추럴 이미지	로맨틱	0.061	0.094	0.809
			모던	0.098	0.094	0.580
		로맨틱 이미지	내추럴	-0.061	0.094	0.809
			모던	0.037	0.093	0.925
		모던 이미지	내추럴	-0.098	0.094	0.580
			로맨틱	-0.037	0.093	0.925
만족(태도)		내추럴 이미지	로맨틱	0.352	0.099	0.002
			모던	0.531	0.099	0.000
		로맨틱 이미지	내추럴	-0.352	0.099	0.002
			모던	0.179	0.099	0.195
		모던 이미지	내추럴	-0.531	0.099	0.000
			로맨틱	-0.179	0.099	0.195

(3) 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 표현별 이미지 지각의 차이

<그림 5-7 > 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 표현별 이미지 지각의 차이



메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 표현별 이미지의 지각의 차이를 구체적으로 살펴보기 위해 각 메이크업 표현별 각 이미지의 항목을 수행자와 관찰자를 차이분석을 실시한 결과 모던 메이크업 이미지에서는 수행자와 관찰자 간에 세련됨, 고급스러움의 이미지 지각에서 약간의 차이를 나타냈다. 관찰자는 수행자보다 모던 이미지의 지각에서 세련됨과 고급스러움을 더 낮게 지각하고 있음을 알 수 있다. 내추럴 메이크업 이미지는 편안함과 순수함, 건강함에서 수행자와 관찰자 간 유의한 차이를 나타냈다. 수행자보다 관찰자는 내추럴 메이크업 이미지를 편안함과 순수함, 건강함에서 낮게 지각하고 있음을 알 수 있다. 로맨틱 메이크업 이미지는 여성스러움, 부드러움, 우아함, 낭만적인 표현지각에서 수행자와 관찰자 간의 가장 큰 차이를 보였다. 따라서 로맨틱 이미지의 지각에서는 수행자가 메이크업 표현 이미지를 부드럽고 우아하고 낭만적이라고 지각하는 것보다 관찰자는 더 낮게 지각하고 있음을 알 수 있다. 세 가지 이미지 중에서 로맨틱 메이크업 이미지는 가장 여성스럽고 어려 보이게 표현할 수 있는 메이크업 표현이므로 수행자는 표현하려고 하는 주관적 감정을 반영하면서 평소보다 우아하고 낭만적 이라고 지각하지만, 관찰자의 측면은 로맨틱 메이크업에 대한 낮은 경험 또는 높은 기대감 등이 낮은 지각으로 연결되는 것으로 추론해 볼 수 있으며 로맨틱 메이크업 표현 시에는 신중해야 함을 다시 한번 시사해 주고 있다.

(4) 수행자와 관찰자 간의 예술사조별 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정의 차이

수행자와 관찰자 간의 예술사조별 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정의 차이를 구체적으로 살펴보기 위해 감정차원별 세부항목에 대해 수행자와 관찰자간 차이분석을 실시하였다. 분석결과 <표 5-11>와 같이 메이크업 이미지별로 감정차원별 항목에서 유의한 차이를 나타내 구체적 메이크업이미지 별 지각도를 그려 살펴보고자 하였다.

<표 5-11 > 수행자와 관찰자 간의 예술사조별 메이크업이미지에 대한 PAD 감정의 차이

PAD 감정차원		수행자			관찰자			유의도
		내추럴	로맨틱	모던	내추럴	로맨틱	모던	
즐거움	초조해짐-편안해짐	3.769 (0.862)	4.083 (0.775)	3.370 (0.741)	3.300 (0.922)	3.033 (0.995)	2.926 (0.834)	.079
	불행한-행복한	3.846 (0.833)	4.120 (0.600)	3.884 (0.755)	3.365 (0.832)	3.150 (0.784)	3.000 (0.680)	.036
	불쾌-유쾌	4.153 (0.880)	4.360 (0.637)	3.666 (0.832)	3.393 (0.838)	3.158 (0.777)	3.000 (0.668)	.033
	짜증-즐거움	3.307 (0.928)	3.880 (0.832)	3.666 (1.037)	3.371 (0.830)	3.291 (0.823)	2.966 (0.729)	.229
	지루함-흥미로움	2.500 (1.029)	2.800 (0.763)	3.629 (0.883)	3.308 (0.869)	3.266 (0.923)	2.811 (0.846)	.789
	차분해짐-흥분됨	2.692 (0.735)	3.160 (0.472)	3.555 (0.751)	2.886 (0.837)	2.858 (0.946)	2.721 (0.795)	.404
기분 고조	느슨해진-긴장된	3.269 (0.482)	2.720 (0.936)	3.555 (0.640)	2.887 (0.777)	2.950 (0.933)	2.852 (0.878)	.405
	진정된-자극된	3.000 (0.498)	3.240 (0.435)	3.518 (0.579)	2.821 (0.839)	3.008 (0.965)	2.760 (0.875)	.172
	나태한-열광적인	3.153 (0.833)	3.040 (0.538)	3.074 (0.873)	2.959 (0.769)	3.041 (0.863)	2.893 (0.713)	.185
지배	통제하는-통제받는	3.269 (0.452)	2.960 (0.538)	2.851 (0.533)	3.129 (1.051)	3.283 (1.078)	3.016 (0.944)	.482
	지배하는-복종하는	3.384 (0.496)	3.240 (0.723)	3.111 (0.697)	3.072 (1.029)	3.175 (1.164)	2.967 (0.978)	.139
	영향을 주는- 영향을 받는	3.307 (0.617)	3.880 (0.439)	3.074 (0.780)	2.911 (1.004)	3.141 (1.102)	2.901 (0.921)	.117

* ( )밖은 평균, ( )안은 표준편차임

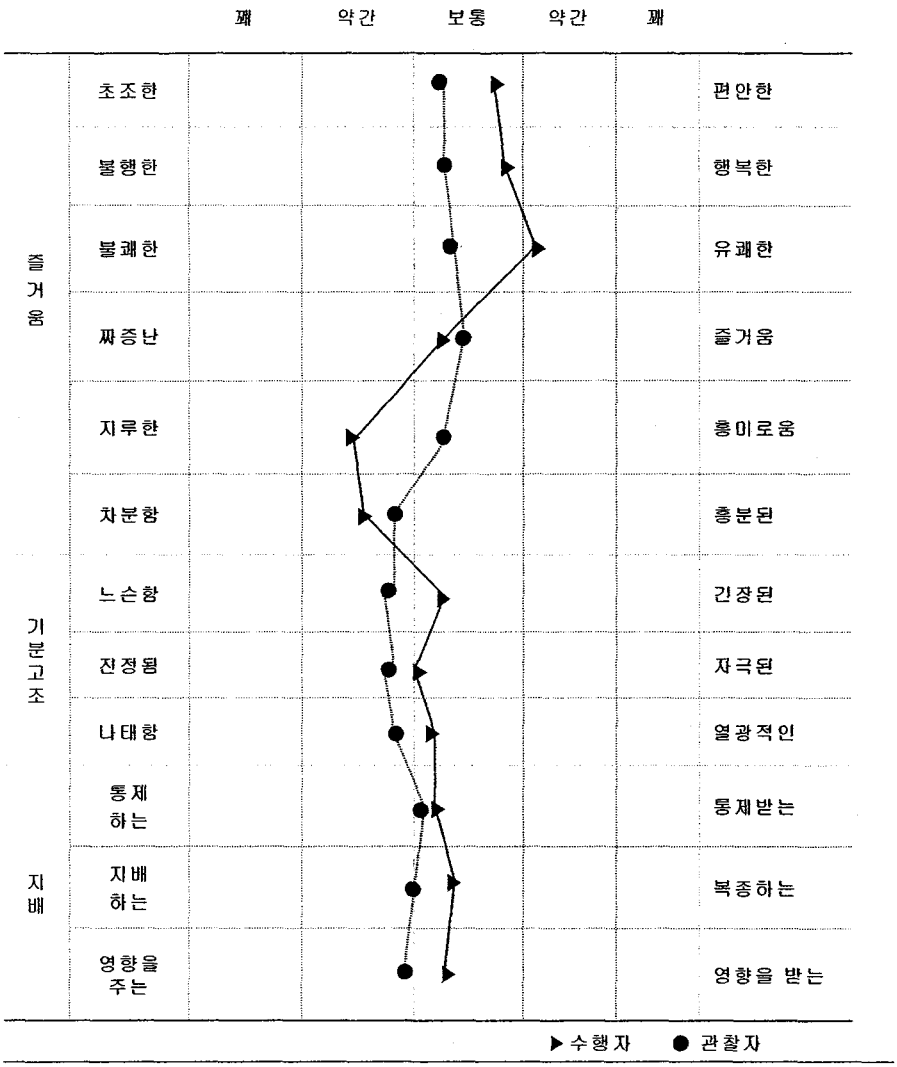
1) 내추럴 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정 지각에 대한 수행자와 관찰자 간의 차이

내추럴 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정 지각에 대한 수행자와 관찰자 간의 차이를 구체적으로 살펴보기 위해 그림을 그려 지각의 차이를 살펴보고자 하였다. 분석결과 내추럴 메이크업 이미지에서는 모든 PAD 감정차원에서 수행자가 더 높은 평균을 나타내고 있으나 즐거움 감정차원의 짜증-즐거움, 지루함-흥미로움, 차분해짐-흥분됨의 항목에서는 관찰자가 더 높은 평균을 나타내 차이를 보였다.

<표 5-12 > 수행자와 관찰자 간의 내추럴 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정의 차이

PAD 감정차원		수행자		관찰자	
		평균	표준편차	평균	표준편차
즐거움	초조해짐-편안해짐	3.769	0.869	3.300	0.922
	불행한-행복한	3.846	0.833	3.365	0.832
	불쾌-유쾌	4.153	0.880	3.393	0.838
	짜증-즐거움	3.307	0.928	3.371	0.830
	지루함-흥미로움	2.500	1.029	3.308	0.869
	차분해짐-흥분됨	2.692	0.735	2.886	0.831
기분 고조	느슨해진-긴장된	3.269	1.982	2.887	0.777
	진정된-자극된	3.000	0.489	2.821	0.839
	나태한-열광적인	3.153	0.833	2.959	0.769
지배	통제하는-통제받는	3.269	0.452	3.129	1.051
	지배하는-복종하는	3.384	0.496	3.072	1.029
	영향을 주는- 영향을 받는	3.307	0.617	2.911	1.004

<그림 5-8> 내추럴 메이크업 이미지에 대한 메이크업 수행자 및 관찰자의 PAD 감정의 차이



2) 로맨틱 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정 지각에 대한 수행자와 관찰자 간의 차이

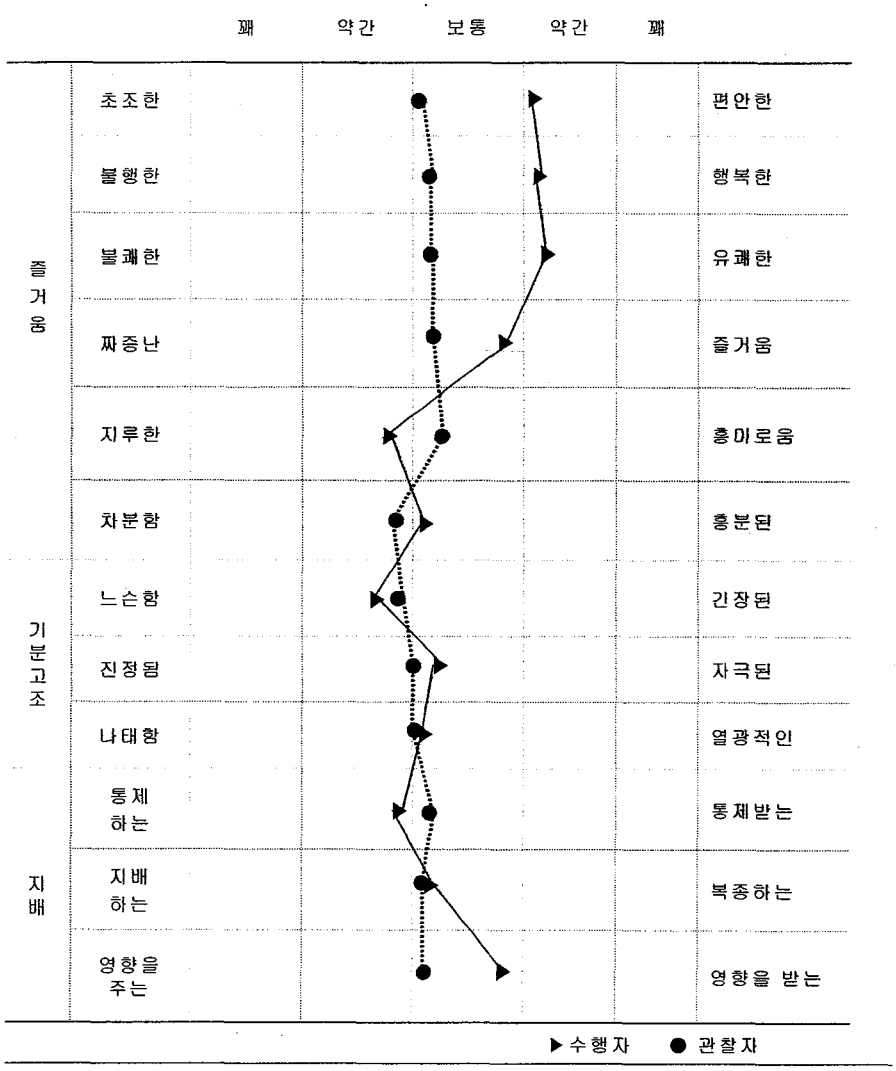
로맨틱 메이크업 이미지에 대한 메이크업 수행자 및 관찰자의 PAD 감정의 각 차원에 대한 지각의 차이를 구체적으로 살펴보기 위해 차이분석을 실시한 결과 <표

5-13>, <그림 5-9>과 같이 나타났다. 로맨틱 메이크업 이미지에서는 PAD 감정 중 즐거움 감정 차원에서는 초조한-편안한, 불행한-행복한, 불쾌한-유쾌한, 짜증난-즐거움, 차해짐-흥분됨 등의 즐거움 차원 항목에서 수행자가 관찰자보다 더 높은 평균을 나타내고 있으나 지루함-흥미로움 항목에서는 관찰자가 더 높은 평균 나타내 이들 간의 차이를 나타내고 있다. 또한 기분고조 감정차원에서는 수행자보다는 관찰자측면에서의 느슨해진-긴장된, 나태한-열광적인 등의 감정항목에서 더욱 높은 평균을 나타내고 있어 관찰자 측면에서 기분이 더욱 고조됨을 지각하는 것을 알 수 있다. 지배감정 차원에서는 통제하는-통제받는 감정항목은 관찰자가, 지배하는-복종하는, 영향을 주는-영향을 받는 항목에서는 수행자가 더 높은 평균을 나타내 차이를 보이고 있다. 이러한 결과를 볼 때, 로맨틱 이미지에서는 전반적으로 수행자 측면에서는 즐거움 감정이 강하게 나타나며, 관찰자측면에서는 기분 고조의 감정이 강하게 나타남을 알 수 있다.

<표 5-13 > 수행자와 관찰자 간의 로맨틱 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정의 차이

PAD 감정차원		수행자		관찰자	
		평균	표준편차	평균	표준편차
즐거움	초조해짐-편안해짐	4.083	0.775	3.033	0.995
	불행한-행복한	4.120	0.600	3.150	0.784
	불쾌-유쾌	4.360	0.637	3.158	0.777
	짜증-즐거움	3.880	0.832	3.291	0.823
	지루함-흥미로움	2.800	0.763	3.266	0.923
	차분해짐-흥분됨	3.160	0.472	2.858	0.946
기분 고조	느슨해진-긴장된	2.720	0.936	2.950	0.933
	진정된-자극된	3.240	0.435	3.008	0.965
	나태한-열광적인	3.040	0.538	3.041	0.863
지배	통제하는-통제받는	2.960	0.538	3.283	1.078
	지배하는-복종하는	3.240	0.723	3.175	1.164
	영향을 주는-영향을 받는	3.880	0.439	3.141	1.102

<그림 5-9 > 로맨틱 메이크업 이미지에 대한 메이크업 수행자 및 관찰자의 PAD 감정의 차이



2) 모던 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정 지각에 대한 수행자와 관찰자 간의 차이

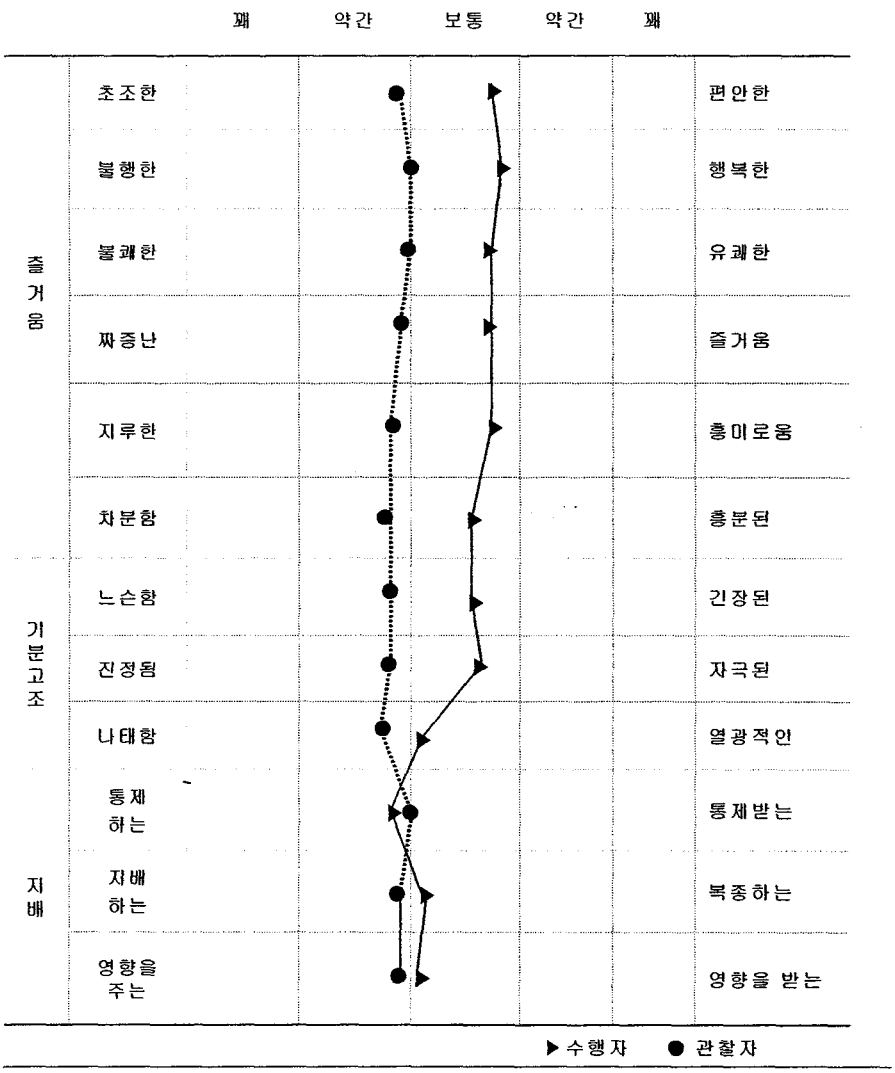
모던 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정 지각에 대한 수행자와 관찰자 간의 차이를 검증한 결과 <표 5-14>, <그림 5-10>과 같이 나타났다. 모던 메이크업 이미지에서의

수행자와 관찰자 간의 차이는 다른 메이크업 이미지와 다르게 확연한 지각의 차이를 보이고 있다. <표 5-14>와 <그림 5-9>에 나타난 바와 같이 통제하는-통제받는 지배 감정 한 개 항목만을 제외한 나머지 감정차원 모든 항목이 관찰자보다는 수행자가 더 높은 평균을 보이고 있다. 이로써 모던 메이크업 이미지가 주는 강렬한 이미지가 메이크업을 직접 수행하는 측면에서의 감정이 훨씬 더 강하게 작용한다는 것을 의미하고 있다. 반면에 관찰자 측면의 감정차원은 낮게 나타난 것이며, 통제받는 지배감정 항목에서 관찰자가 높게 나타난 것으로 이해할 수 있다. 관찰자의 측면에서는 강렬한 모던 메이크업 이미지로 인해 불안정한 감정을 지각하고 있으며 통제받는 감정을 지각하고 있는 것으로 분석된다. 따라서 모던 메이크업 수행 시에는 내추럴 메이크업 요소들을 가미하여 절충적으로 표현하는 것이 효율적일 것으로 사료된다.

<표 5-14> 수행자와 관찰자 간의 모던 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정의 차이

PAD 감정차원		수행자		관찰자	
		평균	표준편차	평균	표준편차
즐거움	초조해짐-편안해짐	3.370	0.741	2.926	0.834
	불행한-행복한	3.884	0.755	3.000	0.680
	불쾌-유쾌	3.666	0.832	3.000	0.668
	짜증-즐거움	3.666	1.037	2.966	0.729
	지루함-흥미로움	3.629	0.883	2.811	0.846
	차분해짐-흥분됨	3.555	0.751	2.721	0.795
기분 고조	느슨해진-긴장된	3.555	0.640	2.852	0.878
	진정된-자극된	3.518	0.579	2.760	0.875
	나태한-열광적인	3.074	0.873	2.893	0.713
지배	통제하는-통제받는	2.851	0.533	3.016	0.944
	지배하는-복종하는	3.111	0.697	2.967	0.978
	영향을 주는-영향을 받는	3.074	0.780	2.901	0.921

<그림 5-10 > 수행자와 관찰자 간의 모던 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정의 차이



2.2 연구 2 : 연구모형의 가설검정 및 논의

(1) 수행자와 관찰자의 예술사조 및 메이크업 표현에 대한 이미지 일치도가 PAD 감정 및 심미적 감정에 미치는 영향(H1-H4)

수행자와 관찰자의 예술사조 및 메이크업 표현에 대한 이미지 일치도가 PAD 감정 및 심미적 감정에 미치는 영향을 검증하기 다중회귀분석을 실시한 결과 <표 5-15>과 같이 나타났다. 분석결과, 수행자의 경우에는 예술사조별 메이크업 이미지는 PAD 감정 중 즐거움에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 기분고조에는 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 관찰자의 경우에는 PAD 감정 중 즐거움만 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 수행자 및 관찰자 모두 메이크업의 이미지를 통해 즐거움을 증대시킨다는 것이다. 또한 예술사조의 표현별 이미지가 기분고조의 감정에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 예술사조에 따른 메이크업 이미지에서 기분고조 감정에 대한 차이가 있음을 알 수 있다. 아울러 예술사조별 메이크업 이미지가 심미적 감정에 미치는 영향은 수행자와 관찰자 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 5-15> 수행자와 관찰자의 예술사조 및 메이크업 일치도, 메이크업 표현에 대한 이미지일치도가 PAD감정 및 심미적 감정에 미치는 영향

종속변수 / 독립변수	수행자				관찰자			
	PAD감정			심미적 감정	PAD감정			심미적 감정
	즐거움	기분고조	지배		즐거움	기분고조	지배	
예술사조별 이미지	0.250 (2.191)*	-0.557 (-5.040)***	-0.070 (-0.543)n/s	0.625 (6.031)***	0.176 (3.881)**	0.073 (1.377)n/s	0.017 (0.319)n/s	0.121 (2.865)**
이미지일치도	0.390 (3.425)**	0.207 (1.872)n/s	-0.182 (-1.409)n/s	0.258 (2.489)*	0.478 (10.547)***	-0.001 -(0.028)n/s	0.185 (3.547)***	0.583 (13.831)***
R^2	0.508	0.550	0.044	0.386	0.276	0.005	0.035	0.368
Adj.R^2	0.258	0.302	0.012	0.366	0.272	0.000	0.030	0.364

1. ( )밖은 표준화된 β값, ( )안은 t값,
2. *: p<.05, ** : p<.01, *** : p<.001

또한 메이크업 이미지 일치도가 PAD 감정에 미치는 영향은 수행자와 관찰자 모두 즐거움만이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 관찰자의 경우 메이크업 이미지 일치도가 지배에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 아울러 메이크업 이미지 일치도가 심미적 감정에 미치는 영향은 두 집단 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 통해 알 수 있듯이 수행자와 관찰자에게 있어 표현한 메이크업 이미지와의 일치도 지각이 높으면 높을수록 즐거움과 심미적 감정을 높게 지각한다는 것이다. 관찰자의 경우, 자신이 메이크업을 직접 수행하지 않고 수행자가 표현한 메이크업 이미지를 관찰함에 따라 지배감정을 통해 영향을 받고, 통제받는 감정을 지각한 것으로 이해할 수 있다.

따라서 <표 5-15>에서 나타난 검증 결과를 종합적으로 분석해 보면 가설 1(예술사조별 메이크업 이미지는 PAD 감정인 즐거움, 기분고조, 지배 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다)은 수행자 측면에서는 즐거움과 고조에서 정(+)의 영향, 지배에서는 부(-)의 영향으로 나타나 부분지지 되었다. 관찰자 측면에서도 즐거움만이 정(+)의 영향으로 나타나 부분지지 되었다. 가설 2(예술사조별 메이크업 이미지는 심미적 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다)는 수행자, 관찰자 모두 정(+)의 영향으로 나타나 지지되었

다. 가설 3(메이크업 수행자가 표현한 메이크업 이미지와 관찰자의 이미지 지각의 일치도는 PAD 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다)은 수행자 측면에서는 즐거움만 정(+)의 영향으로 나타나 부분지지 되었으며, 관찰자 측면에서는 즐거움, 지배에 정(+)의 영향으로 나타나 부분지지 되었다. 가설 4(메이크업 수행자가 표현한 메이크업 이미지와 관찰자의 이미지 지각의 일치도는 심미적 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다)는 양측 모두 정(+)의 영향으로 나타나 지지되었다.

(2) 수행자와 관찰자의 메이크업 표현에 대한 PAD 감정 및 심미적 감정이 만족/태도에 미치는 영향(H5-H6)

수행자와 관찰자의 메이크업 표현에 대한 PAD 감정 및 심미적 감정이 만족/태도에 미치는 영향을 검증한 결과, <표 5-16>와 같이 나타났다. 분석결과, 수행자의 경우, PAD 감정 중 즐거움만이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 관찰자의 경우는 PAD 감정 중 즐거움과 심미적 감정이 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 수행자와의 차이를 보였다. 이로써 여성이 메이크업을 통해 느끼는 즐거운 감정을 통해 만족(태도)을 형성한다는 것을 알 수 있다. 특히 수행자는 자신이 직접 메이크업을 표현함으로써 느끼는 즐거운 감정으로 인해 만족을 증대시키지만 수행자의 경우에는 즐거움과 심미적 감정까지도 형성되는 것으로 나타나 관찰로 인해 메이크업의 아름다움을 지각하게 되어 나타나는 결과로 이해되어 진다. 아울러 즐거움 감정이 만족(태도)에 미치는 상대적 영향력에 있어 수행자의 경우, β=.464, t=4.029로 나타났으나 관찰자의 경우에는 β=.332, t=7.978로 관찰자의 경우가 더 큰 영향력을 보이고 있다. 이러한 이유는 실험에 따르는 수행자의 임무에 대한 심리적 부담으로 인해 이러한 결과가 나타난 것으로 이해되어진다. 따라서 <표 5-16>의 결과를 종합적으로 검증한 결과 가설 5(메이크업 표현에 있어 PAD 감정은 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 만족(태도)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다)는 수행자, 관찰자 양측 모두 즐거움만이 정(+)의 영향으로 나타나 부분지지 되었다. 가설 6(메이크업 표현에 있어 심미적 감정지각은 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 만족(태도)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다)은

수행자 측면은 기각되고 관찰자 측면은 정(+)의 영향으로 나타나 지지되었다.

<표 5-16 > 수행자와 관찰자의 메이크업 표현에 대한 PAD감정 및 심미적 감정이 만족/태도에 미치는 영향

독립변수 \ 종속변수		수행자	관찰자
		만족	태도
PAD감정	즐거움	0.464 (4.029)***	0.332 (7.978)***
	기분고조	0.078 (0.640)n/s	0.063 (1.636)n/s
	지배	0.063 (0.533)n/s	-0.027 -(0.682)n/s
심미적 감정		0.133 (1.087)n/s	0.516 (12.268)***
R^2 Adj.R^2		0.243 0.191	0.547 0.541

1. ( )밖은 표준화된 β값, ( )안은 t값
2. *** : p<.001

(3) 수행자와 관찰자의 메이크업 표현에 일치도 및 이미지 일치도가 만족/태도에 미치는 영향(H7-H8)

<표 5-17> 수행자와 관찰자의 메이크업 표현에 일치도 및 이미지 일치도가 만족/태도에 미치는 영향

독립변수 \ 종속변수	수행자	관찰자
	만족	태도
예술사조별 이미지	-0.023 (-0.246)n/s	0.586 (14.411)***
이미지일치도	0.710 (7.574)***	0.209 (5.137)***
R^2 Adj.R^2	0.498 0.481	0.410 0.406

1. ( )밖은 표준화된 β값, ( )안은 t값
2. *** : p<.001

수행자와 관찰자의 예술사조별 이미지 지각 및 메이크업 이미지 일치도가 만족/태도에 미치는 영향을 검증하기 위해 회귀분석을 실시한 결과, 수행자와 관찰자 예술사조별 이미지는 관찰자의 태도에만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 차이를 보였다. 또한 수행자와 관찰자 모두 메이크업 이미지 일치도가 만족/태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이들 간 상대적 영향력에서는 수행자의 경우가 β=.710, t=7.754로 나타났으나 관찰자의 경우에는 β=.209, t=5.137로 나타나 수행자의 경우가 이미지 일치도에서 만족에 영향을 더 크게 미치고 있음을 알 수 있었다. 이로써 수행자와 같이 직접 자신이 메이크업을 하고나서 자신과의 이미지가 일치할수록 더 큰 만족을 느낀다는 것을 알 수 있다. 반면에 자신이 메이크업을 수행하지 않고 관찰자 측면에서 평가하는 태도는 수행자의 만족보다는 낮은 것으로 나타나 실제 수행자와의 차이를 나타내고 있다는 것을 결과에서 보여주고 있다. 따라서 <표 5-7>의 결과를 종합해서 분석해보면 가설 7(예술사조별 메이크업 이미지는 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 만족(태도)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다)은 수행자 측면은 기각되었고 관찰자 측면은 정(+)의 영향으로 나타나 지지되었다. 가설 8(메이크업 수행자가 표현한 메이크업 이미지와 관찰자의 이미지 지각 일치도는 메이크업 만족(태도)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다)은 수행자와 관찰자 측면 정(+)의 영향으로 나타나 모두 지지되었다.

<표 5-18> 연구 가설의 종합

구 분	가 설	채택 여부	
		수행자	관찰자
가설 1	예술사조별 메이크업 이미지는 PAD 감정인 즐거움, 기분 고조, 지배 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	부분 지지	부분 지지
가설 2	예술사조별 메이크업 이미지는 심미적 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	지지	지지
가설 3	메이크업 수행자가 표현한 메이크업 이미지와 관찰자의 이미지 지각의 일치도는 PAD 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	부분 지지	부분 지지
가설 4	메이크업 수행자가 표현한 메이크업 이미지와 관찰자의 이미지 지각의 일치도는 심미적 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	지지	지지
가설 5	메이크업 표현에 있어 PAD 감정은 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 만족(태도)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	부분 지지	부분 지지
가설 6	메이크업 표현에 있어 심미적 감정 지각은 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 만족(태도)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각	지지
가설 7	예술사조별 메이크업 이미지는 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 만족(태도)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각	지지
가설 8	메이크업 수행자가 표현한 메이크업 이미지와 관찰자의 이미지 지각 일치도는 메이크업 만족(태도)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	지지	지지

제 6 장 결 론

제 1 절 연구요약 및 시사점

현대 사회에서 메이크업을 통한 이미지 메이킹이 단순한 외모치장의 요소로서 뿐만 아니라 대인지각과 사회적 커뮤니케이션을 위한 인상형성의 중요한 요소로 인지되면서 그 동안의 선행 연구에서는 미미하였던 메이크업 이미지에 따라 나타나는 지각과 감정, 만족의 변수를 메이크업 마켓팅 연구에 중요한 연구과제로 도출하였다.

선행 연구들에서 분석된 대표적 메이크업 이미지 요인 중에서 다른 메이크업 이미지의 속성들에 비해 예술사조적 근간과 흐름에 기인하고 있으면서 대중적인 디자인 이미지로 발전하여 표현되고 있으므로 학문적 체계성을 연계하여 연구하기 위해 대표 이미지로 예술사조의 영향으로 사회문화적 의식을 반영하여 이미지화된 내추럴리즘, 로맨티시즘, 모더니즘에서 비롯된 내추럴, 로맨틱, 모던 이미지를 대표 이미지로 추출하였다. 이러한 메이크업 이미지들은 메이크업을 수행할 때와 관찰되어질 때의 감정차원과 심미적 요인들이 어떻게 나타나는지에 대한 연구가 이루어지지 않았다. 따라서 본 연구는 이러한 연구를 통해 평소에 또는 직업적인 대인관계에 있어 형성되는 메이크업 이미지에 따른 지각과 감정차원에 대한 중요성을 인지함으로서 메이크업을 활용한 이미지 메이킹에 있어서 메이크업 수행자와 관찰자의 감정변수를 예측하고 조절하여 자아만족감과 더불어 대인관계 개선, 기업의 고객 마켓팅 교육에 효율적으로 활용할 수 있는 토대를 마련하고자 하였다.

먼저 예술사조적 개념, 메이크업과의 연관성을 고찰하고 각 메이크업 이미지의 표현특성을 분석하였는데, 각 메이크업 이미지는 각각 내추럴리즘, 로맨티시즘, 모더니즘의 예술사조적 영향을 받아 표방하는 의식들을 내포하며 예술적 특성들을 반영하여 발전되고 있음을 알 수 있었다. 또한 PAD 감정과 심미성, 이미지 일치도와 만족(태도)의 고찰을 통해 여성들의 메이크업 행동에 따르는 유익한 즐거움과 미에 대한 심미적 감정들은 메이크업을 하는 수행자나 관찰자에게 아름다움과 조화로움

등의 감정반응들로서 만족에 유의적 영향을 미칠 것으로 예측하였다. 실증 분석에 있어서는 실험은 예술사조에 따른 메이크업을 직접 수행한 수행자와 관찰자의 비교를 위해 수행자는 메이크업 테크닉을 배운 경력이 있는 20대 여성 20명과 수행자는 여성 패널 120명을 대상으로 하여 총 140명의 자료를 직접 촬영한 메이크업 사진·단계별 설문조사와 심층면접을 통하여 수집한 자료를 통합적으로 분석·검증하였다. 이를 통한 연구 과제 1은 메이크업에 사조에 관한 일치도 및 지각상의 차이가 존재 하는지를 검증하고자 하였다. 연구 과제 2는 수행자와 관찰자간 예술사조에 따른 메이크업 표현과 이미지의 일치도가 PAD 감정과 심미적 감정에 영향을 미치며, 후속하여 만족(태도)에 미친다는 인과관계의 틀을 검증하고자 하였다.

본 연구의 실증분석 결과는 다음과 같다. 먼저 연구과제 1에 대한 결과이다.

첫째, 메이크업 표현별 이미지에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이를 구체적으로 검증한 결과 내추럴 메이크업 이미지, 로맨틱 메이크업 이미지, 모던 메이크업 이미지에서 관찰자보다는 수행자의 평균이 더 높은 것으로 나타나 실제적으로 자신이 직접 메이크업을 표현 해보는 과정에서 인지되는 표현별 지각이 더 높다는 것을 알 수 있었다. 반면에 관찰자 측면에서는 수행자가 표현해 놓은 메이크업별 이미지를 관찰함에 따라서 메이크업 이미지의 표현에 대한 지각이 낮다는 것을 의미할 수 있다. 따라서 메이크업 표현별 이미지의 지각에 있어 수행자는 표현되어지는 메이크업 이미지가 관찰자에게는 더 자연스럽지 못하거나 더 로맨틱하지 않으며 더 모던하지 않게 지각되고 있음을 인지해야 할 것이다.

둘째, PAD 감정의 즐거움에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이를 검증한 결과 PAD 감정 중 즐거움 감정은 세 가지 메이크업 이미지 모두 관찰자보다는 수행자의 경우가 더 높은 평균을 나타내고 있다. 이것은 메이크업을 직접적으로 표현하면서 느끼는 지각된 즐거움으로 인해 수행자의 경우가 더 높은 평균을 나타내는 것으로 이해할 수 있다. 특히 메이크업 수행자와 관찰자 모두 다른 메이크업 이미지보다도 내추럴 메이크업 이미지의 지각에서 가장 높은 평균을 나타내고 있는 것으로 나타나 평상 시 가장 많이 접하게 되는 친숙성으로 인해 이 같은 즐거움 감정이 고조된 것으로 이해된다. 즉 내추럴 메이크업 이미지는 가장 편안하고 자연스

럽게 접근할 수 있는 친화성과 대중성으로 인해 수행자 측면에서도 즐거움이 높게 나타난 것으로 보이며, 관찰자 측면 또한 부담 없이 관찰할 수 있는 감정의 작용으로 즐거움을 크게 지각하는 것으로 분석된다. 이것은 내추럴 메이크업의 친숙성이 양측에 즐거움 감정으로 가장 높게 연결됨으로서 내추럴 메이크업의 대중적 활용이 유연함을 보여주고 있다. 자연스러움을 표현하는 내추럴 메이크업의 표현은 1990년대 이후 현재까지 메이크업 트렌드로서 꾸준히 표현되어져 왔으므로, 수행자와 관찰자는 이 이미지가 잘 어울린다는 인지를 통해 가장 부담이 없고 편안하게 표현하고 관찰할 수 있어서 즐거움을 지각하게 되는 것이라 추측해 볼 수 있다. 이러한 분석을 토대로 다양한 변수를 고려하여 심층적 인과관계를 후속 연구에 도입한다면 더욱 구체적 시사점을 도출하리라 사료된다.

셋째, PAD 감정 중 기분고조에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이는 내추럴 메이크업 이미지와 로맨틱 메이크업 이미지는 수행자보다는 관찰자의 평균이 더 높게 나타났으나, 모던 메이크업 이미지는 수행자의 메이크업 이미지가 더 높게 나타나 차이를 보였다. 이와 같은 이유는 모던 메이크업 이미지는 일상적인 내추럴 이미지와 로맨틱 이미지의 표현방법보다는 좀 더 추상적인 표현방법을 요구하는 메이크업 기법으로서 보는 입장으로서 관찰자 측면보다는 실제적으로 메이크업을 수행하면서 느끼는 자극적인 측면으로 인해 이러한 감정이 더 높게 유발된 것으로 이해되었다. 따라서 모던 메이크업 이미지를 수행할 때 더 긴장되고 자극되며 열광적인 감정을 지각하게 되므로 관찰자의 측면을 고려하여 수행자는 감정변수를 조절하여 표현해야 할 것이다.

넷째, 심미적 감정에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이는 각 이미지별로 다른 차이를 나타냈다. 특히 내추럴 메이크업 이미지만이 관찰자의 평균이 더 높게 나타나 로맨틱, 모던 메이크업 이미지와 차이를 보이고 있었다. 이는 내추럴 메이크업 이미지는 관찰자에게 친숙하고 편안한 표현기법으로 인해 자연스러운 표현에 대한 아름다움을 부드러운 선이나 곡선에 대한 율동감이나 색상, 터치감의 조화, 통일감을 더 높게 지각하는 것으로 이해된다. 로맨틱 이미지에서는 수행자의 평균이 높게 나타나고 관찰자는 낮게 나타나 차이를 보였다. 로맨틱 이미지는 수행자

의 측면에서는 조화롭고 아름답게 지각하지만 상대적으로 관찰자는 색채와 터치의 조화나 통일감 등 아름다움에 대해 낮게 지각하고 있다는 것으로 나타났다. 로맨틱 메이크업 이미지는 여성스럽고 소녀적인 메이크업 표현이므로 평소보다는 어려보이고 싶거나 여성성을 강조하고 싶을 때 주관적 심미적 감정이 표현기법으로 연결 될 수 있다. 수행자는 자신의 이미지를 더 어려보이고 로맨틱하게 표현하면서 주관적인 아름다움에 대한 심미적 감정을 높게 지각하지만 반대로 관찰자 측면에서는 어려보이거나 로맨틱해 보이려는 눈이나 볼의 로맨틱 메이크업 표현이 과장되어 보이거나 부자연스럽고 부담스럽게 느껴져 심미적 감정을 낮게 지각하는 것으로 분석해 볼 수 있다. 따라서 수행자는 효과적인 로맨틱 메이크업 이미지를 구현하기 위해서는 색상선택과 표현기법에 있어서 본인이 지각하는 것보다 더 자연스러움의 표현기법을 도입하거나 훈련이 요구됨을 시사해주고 있다.

다섯째, 메이크업에 대한 만족(태도)에 대한 메이크업 수행자와 관찰자 간의 차이를 검증한 결과 수행자의 경우 메이크업을 직접 표현해보는 과정에서 자신이 표현한 메이크업에 대한 만족이 더 높게 나타났으나 관찰자의 경우는 수행자의 표현해 놓은 메이크업 표현 이미지를 관찰하고 나서의 해당 이미지에 대한 태도적 측면을 보는 것으로 이는 체험과 관찰의 차이에서 차이로 인해 나타난 결과로 이해되어진다. 특히 수행자의 경우 다른 표현 이미지보다는 로맨틱 메이크업 이미지에 대한 만족이 가장 높게 나타나 로맨틱 분위기의 이미지 표현이 만족을 더 크게 지각하게 한 것을 이해되어 지며 이러한 이유로 인해 관찰자와 수행자의 차이가 가장 큰 표현 이미지도 로맨틱 메이크업 이미지라는 것을 알 수 있었다. 수행자의 경우는 로맨틱 메이크업 이미지에 대한 만족이 가장 높게 나타나 메이크업 표현 시에 나타난 로맨틱 감정이 수행자의 만족으로 연계되고 있으나 관찰자의 태도는 낮게 나타났으므로 로맨틱 메이크업 수행 시에는 메이크업 표현능력이나 T·P·O에 알맞게 신중하게 연출되어야함을 시사해주고 있다.

여섯째, 메이크업 수행자 및 관찰자의 메이크업 표현별 이미지의 지각의 차이를 구체적으로 살펴보기 위해 각 메이크업 표현별 각 이미지의 항목을 수행자와 관찰자를 차이분석을 실시한 결과 모던 메이크업 이미지에서는 수행자와 관찰자 간에

세련됨, 고급스러움의 이미지 지각에서 약간의 차이를 나타냈다. 관찰자는 수행자보다 모던 이미지의 지각에서 세련됨과 고급스러움을 더 낮게 지각하고 있음을 알 수 있었다. 내추럴 메이크업 이미지는 편안함과 순수함, 건강함에서 수행자와 관찰자 간 유의한 차이를 나타냈다. 수행자보다 관찰자는 내추럴 메이크업 이미지를 편안함과 순수함, 건강함에서 낮게 지각하고 있음을 알 수 있었다. 또한 로맨틱 메이크업 이미지는 여성스러움, 부드러움, 우아함, 낭만적인 표현지각에서 수행자와 관찰자 간의 유의한 차이를 보였다. 따라서 로맨틱 이미지의 지각에서는 수행자가 메이크업 표현 이미지를 부드럽고 우아하고 낭만적이라고 지각하는 것보다 관찰자는 더 낮게 지각하고 있음을 알 수 있었다. 세 가지 이미지 중에서 로맨틱 메이크업 이미지는 가장 여성스럽고 어려 보이게 표현할 수 있는 메이크업 표현이므로 수행자는 표현하려고 하는 주관적 감정을 반영하면서 평소보다 우아하고 낭만적 이라고 지각하지만 관찰자의 측면은 로맨틱 메이크업에 대한 낮은 경험 또는 높은 기대감 등이 낮은 지각으로 연결되는 것으로 추론되었으며, 로맨틱 메이크업 표현 시에는 관찰자와의 편차를 줄이기 위한 감정변수의 조절과 효율적인 메이크업 표현이 매우 중요함을 시사해 주었다.

일곱째, 수행자와 관찰자 간의 예술사조별 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정의 차이를 분석한 결과 내추럴 메이크업 이미지에 대한 PAD 감정 지각에 대한 수행자와 관찰자 간의 차이는 내추럴 메이크업 이미지에서는 모든 PAD 감정차원에서 수행자가 더 높은 평균을 나타내고 있으나 즐거움 감정차원의 짜증-즐거움, 지루함-흥미로움, 차분해짐-흥분됨의 항목에서는 관찰자가 더 높은 평균을 나타내 차이를 보였다. 로맨틱 메이크업 이미지에서는 PAD 감정은 전반적으로 수행자 측면에서는 즐거움 감정이 강하게 나타나며, 관찰자 측면에서는 기분고조의 감정이 강하게 나타남을 알 수 있었다. 즉 로맨틱 메이크업 수행자는 즐겁고 행복하고 흥미로운 감정을 높게 지각하며, 이를 관찰하는 관찰자는 긴장되거나 자극되고 열광적인 감정을 더 높게 지각하고 있음을 시사해주고 있다. 모던 메이크업 이미지에서의 수행자와 관찰자간의 차이는 다른 메이크업 이미지와 다르게 확연한 지각의 차이를 보이고 있다. 통제하는-통제받는 지배감정 한 개 항목만을 제외한 나머지 감정차원 모

든 항목이 관찰자보다는 수행자가 더 높은 평균을 보이고 있다. 이로써 모던 메이크업 이미지가 주는 강렬한 이미지가 메이크업을 직접 수행하는 측면에서의 감정이 훨씬 더 강하게 작용한다는 것을 의미하고 있다. 이러한 결과로 인해 관찰자 측면의 감정차원이 낮게 나타난 것이며, 관찰자의 측면에서는 강렬한 모던 메이크업 이미지로 인해 불안정한 감정을 지각하고 있으며 통제받는 감정을 지각하고 있는 것으로 분석되었다. 따라서 모던 메이크업 수행 시에는 내추럴 메이크업 요소들을 가미하여 절충적으로 표현하는 것이 효율적일 것으로 사료된다.

연구과제 2에 대한 결과이다.

첫째, 수행자와 관찰자의 예술사조 및 메이크업 표현에 대한 이미지 일치도가 PAD 감정 및 심미적 감정에 미치는 영향을 검증한 결과 수행자의 경우에는 예술사조별 메이크업 이미지는 PAD 감정 중 즐거움에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 기분고조에는 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 관찰자의 경우에는 PAD 감정 중 즐거움만 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 수행자 및 관찰자 모두 메이크업의 이미지를 통해 즐거움을 증대시킨다는 것이다. 또한 예술사조의 표현별 이미지가 기분고조 감정에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 예술사조에 따른 메이크업 이미지에서 기분고조 감정에 대한 차이가 있음을 알 수 있다.

둘째, 메이크업 이미지 일치도가 PAD 감정에 미치는 영향은 수행자와 관찰자 모두 즐거움만이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 관찰자의 경우 메이크업 이미지 일치도가 지배에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 아울러 메이크업 이미지 일치도가 심미적 감정에 미치는 영향은 두 집단 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 통해 알 수 있듯이 수행자와 관찰자에게 있어 표현한 메이크업 이미지와의 일치도 지각이 높으면 높을수록 즐거움과 심미적 감정을 높게 지각한다는 것이다. 관찰자의 경우, 자신이 메이크업을 직접 수행하지 않고 수행자가 표현한 메이크업 이미지를 관찰함에 따라 지배 감정을 통해 영향을 받고, 통제받는 감정을 지각한 것으로 이해할 수 있다.

셋째, 수행자와 관찰자의 메이크업 표현에 대한 PAD 감정 및 심미적 감정이 만

족(태도)에 미치는 영향을 검증한 결과 수행자의 경우, PAD 감정 중 즐거움만이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 관찰자의 경우는 PAD 감정 중 즐거움과 심미적 감정이 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 수행자와의 차이를 보였다. 이로써 여성이 메이크업을 통해 느끼는 즐거운 감정을 통해 만족(태도)을 형성한다는 것을 알 수 있다. 특히 수행자는 자신이 직접 메이크업을 표현함으로써 느끼는 즐거운 감정으로 인해 만족을 증대시키고 관찰자는 관찰을 통한 즐거움과 심미적 감정이 메이크업의 아름다움을 지각하게 되는 태도로 연결됨을 알 수 있다.

넷째, 수행자와 관찰자의 예술사조별 이미지 지각 및 메이크업 이미지 일치도가 만족(태도)에 미치는 영향을 검증하기 위해 회귀분석을 실시한 결과, 수행자와 관찰자 예술사조별 이미지는 관찰자의 태도에만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 차이를 보였다. 또한 수행자와 관찰자 모두 메이크업 이미지 일치도가 만족/태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이들 간 상대적 영향력에서는 수행자의 경우가 이미지 일치도에서 만족에 영향을 더 크게 미치고 있음을 알 수 있었다. 이로써 수행자와 같이 직접 자신이 메이크업을 하고나서 자신과의 이미지가 일치할수록 더 큰 만족을 느낀다는 것을 알 수 있다. 반면에 자신이 메이크업을 수행하지 않고 관찰자 측면에서 평가하는 태도는 수행자의 만족보다는 낮은 것으로 나타나 실제 수행자와의 차이를 나타내고 있는 것으로 나타났다.

이상의 결과에서 보여 지듯이 예술사조별 메이크업 이미지는 이미지간의 지각과 감정, 만족(태도)의 차이를 기본으로 메이크업 수행자와 관찰자간에 메이크업 사조에 관한 일치도 및 지각상의 각각의 차이가 존재하고 예술사조별 메이크업 이미지와 예술사조에 대한 메이크업 표현과의 일치도가 PAD 감정과 심미적 감정에 영향을 미치고 후속하여 만족(태도)에도 유의한 영향을 미치는 것으로 연구되었다. 이러한 각 메이크업 이미지와 수행자 관찰자 간의 지각, 감정, 만족(태도)의 차이의 변수를 도입하여 메이크업 마케팅에 효율적으로 활용하고, 이를 토대로 더욱 활발한 연구가 진행되기를 기대한다.

제 2 절 연구의 한계점 및 장래연구과제

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지며 다음과 같은 향후 연구의 방향이 도출된다.

첫째, 본 연구는 사람들의 예술사조를 통한 메이크업의 표현의 방법과 일치도의 지각 등을 탐색적으로 검증하였다. 그러나 메이크업 수행자와 관찰자와의 자료의 편차로 인해 결과에 대한 일반화의 한계점을 안고 있다. 따라서 좀 더 포괄적인 자료의 수집이 이루어진다면 결과의 일반화를 이끌 수 있을 것이다.

둘째, 메이크업 연출을 통한 실증에 있어 시간과 테크닉에 대한 제한점과 사진을 통한 평가에 있어 관찰자들의 통제에 대한 한계를 안고 있다. 좀 더 세분화된 그룹으로 통제에 대한 안정성을 확보한다면 다각적이고 구체적 연구로 체계화 할 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구는 탐색적인 연구로써 예술사조와 메이크업의 표현 방식 등을 통한 감정 및 만족과 태도적 측면을 살펴보았으나, 이들 변수뿐 만 아니라 좀 더 다양한 변수들을 도입한 연구가 수행되어야 할 것이다. 구체적으로 얼굴형과 초두인상의 영향력에 대한 변수, 헤어·의상 등의 토탈 패션의 접목 또는 여성들의 메이크업 행동은 타인이 자신을 인지하는 것에 따라 달라질 수 있다는 가시성의 변수 등을 도입한 연구가 수행되었으면 한다.

참고 문헌

<국내 문헌>

강경화(2000), 「메이크업 총론」, APC.

강근영·오인영·이숙연(2003), 「Make up Design」, 훈민사.

강희경(1998), "한국적 의상디자인에 표현된 자연주의에 관한 연구", 한국 복식학회, 제38권.

김광숙 · 박미정 · 양진희 · 이종란 · 구자명(2003), 「메이크업 & 코디네이션」, 예림

김기범·차영란(2006), "여성의 화장을 통한 미와 자기개념의 사회문화적 의미분석", 한국심리학회지, Vol.11, No.1.

김영현·양취경(2005), "현대패션의 로맨틱이미지에 관한 연구", 한국 복식학회지 제55권 1호.

김욱동(1992), 「포스트모더니즘과 예술」, 청하.

김예성(2002), "현대메이크업에 나타난 포스트모더니즘적 특성에 관한 연구", 한국미용학회지, 제8권 제2호.

김정숙(2005), "여대생의 화장행동 및 화장 전·후 자아개념에 관한연구", 한국의류산업학회지 제7권 제6호.

김효숙·강인애(2001), "Make-up Coordination의 Simulation개발에 관한 연구", 대한가정학회지, 제39권 12 호.

김효숙·강인애(2003), "테마별 이미지 Make-up에 관한 연구", 한국패션비지니스학회지, vol.7. No1.

류지원·장미화·이성옥(2000), 「뷰티코디네이션」, 고문사.

송은영(2005), "제주지역 여대생의 외적 이미지에 대한 인식 및 메이크업의 영향에 관한 연구", 한국인체예술학회지, 제6권 4호.

서성록(1989), 포스트모더니즘과 비평, 미술공론사.

신정현(1992), 「문명비판과 환경에 대한 관심」, 문학사상사.

안광호·이견(2006), "모 브랜드 이미지와 소비자 자아이미지의 일치성이 브랜드 확장 제품에 대한 소비자 태도에 미치는 영향에 관한 연구," 마케팅관리연구, 11(3).

안현경·조규화(2005), "헤어패션이미지의 특징에 관한 연구", 패션비즈니스학회 제9권 5호.

이경손·김희섭(1998), 「의생활과 코디네이션」, 고문사.

이미희(2005), "20대 여성들의 미용행태에 관한 연구", 한국인체예술학회지, 제6권 제3호.

이수경(2005), "이미지메이킹의 의미에 관한 연구", 한국미용학회 제11권 제3호.

이연희·이운영(2002), 「현대인의 이미지메이킹」, 청구문화사.

이영애·김영규·이귀영·노선옥·전선정(2000), 「뷰티디자인과 색채학」, 청구문화사.

이정후(1998), "포스트모던니즘 패션에 나타난 불확정성", 숙명여자대학교 박사학위 논문.

이화순·황춘섭(2002), "화장의 사회심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구", 한국복식학회지, 제52권 8호.

이현정·김미영(2004), "의복이미지와 화장이미지에 관한 기존 연구 분석", 한국복식학회지, 제54권 7호.

윤우학(2005), "시각예술에 있어서 모더니즘의 출발에 관한 연구", 충북대학교 인문학지 28집.

장영용·박은주(2003),"미용서비스에 대한 위험지각과 소비자 만족의 관계연구", 한국미용학회지, 9권1호, p.128.

전선정·안현경·이귀영·문윤경(2004), 「미용미학과 미용문화사」, 청구문화사.

정미혜(2000), "00-01 Fashion Trend 에 나타난 Romantic Image 에 관한 연구", 한국의상디자인학회지(제2권2호) 통권 3호.

차하순(1981), 「서양사 총론」, 심설당.

채선미·유영선(1997), "현대패션에 나타난 로맨티시즘 영향", 복식 45호.

최수현(1994), "복식의 미적 범주 -르네상스" , 복식 23호.

홍금희(1992), "의복만족의 종적연구", 서울대학교 대학원 박사학위논문.

황영미(2002), "메이크업이 미에 대한 자기인식 및 만족에 미치는 영향", 한국인체예술학회지, 제3권 제3호.

Albrecht Wellmer, 이주동·안성찬 역(1990), 「모더니즘과 포스트모더니즘의 변증법」, 도서출판 녹진.

Gillian Beer, 문우상 역(1982),「로망스, The Romance」,서울대학교 출판부.

Marie-Claude Chaudonneret, Sarga Moussa, Stéphane Guégan, Alain Daguerre de Hureaux, Jean-Claude Yon, 김윤진 역(2000), 「Romantisme-Français」, 청해.

Peter N. Skrine & Lilian R. Furst, 천승걸 역(1986),「자연주의(Naturalism)」, 서울대학교 출판부.

<국외 문헌>

春山行夫(1992), 「化粧」, 東京:平凡社.

春山行夫(1976), 「おしやれの 文化史(History of Beauty Culture)」, 東京:平凡社.

Ann Ubersfeld(1993), 「Le Drame romantique」, Paris.

Cash T.F. and Cash D.W. (1982) Women's use of Cosmetics:Psychosocial Correlates and Consequences. *International journal of Cosmetic Science,* 4. 1-14.

Cox, C. L., and Glick, W. H. (1986), "Resume Evaluations and Cosmetics Use: When more is not Better," Sex Roles, 14(1/2), 51-58.

Damian Grant(1970), 「Realism」, Methun & Co Ltd.

Fornell, C. and W. T. Robinson(1983), "Industrial Organization and Consumer Satisfaction and Dissatisfaction," *Journal of Consumer Research,* 9, 403-12.

Jackson, A. (2002). Physical attractiveness. In Cash T. F., and Pruzinsky, T.(Eds.), Body image(pp.13-21).N.Y., Lon-don: The Guiford Publisher.

Jean Clay(1985), Le Romantisme, Paris.

John Ligget(1974), 「The Human Face」, New York:Stein and Day.

Kotler, P.(2003). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control 11th ed., Prentice-Hall.

Lacher Kathleen T. and Richard Mizerski(1994), "An Exploratory Study of the Responses and Relationship Involved in the Evaluation of and in the Intention to Purchase New Rock Music," *Journal of Consumer Research*, 21, 366-380.

Marie-Charles Dominique · Joceiyne Pion(1992), 「Art et Nature」, Paris: Ligeia.

Mehrabian Albert and James A. Rusell (1974), An approach to Environmental Psychology cambridge , MA, MIT Press.

Oliver, R. L.(1980), "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions," *Journal of Marketing Research*, 17(November), 460-469.

Sirgy, Joseph(1982), "Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review," *Journal of Consumer Research*, 9(December), 287-300.

Westbrook, Robert A.(1980), "Interpersonal Affective Influences upon Consumer Satisfaction with Products," *Journal of Consumer Research*, 7(June), 49-54.

Westbrook, Robert A.(1987), "Product/Consumption-based Affective Responses and Post purchase Processes," *Journal of Research, 24*(August), 258-270.

Westbrook, Robert A. and R. L. Oliver(1991), "The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction." *Journal of Consumer Research*, 18, 84-91.

Workman, J. E., and Johnson, K. K. P.(1991), "The role of cosmetics in impression formation," *Clothing & Textiles Research Journal*, 10(1), 63-67.

<인터넷 사이트>

www.amorepacific.co.kr

www.clio.co.kr

www.daum.net

www.maccosmetics.co.kr

www.makeupforever.co.kr

www.naver.com

<부록>

설 문 지 (A : 실험자용)

안녕하십니까?

본 설문에 응해주신 귀하께 감사드립니다.

본 설문지는 여성의 메이크업 이미지와 감정과의 관계를 연구하기 위해 귀하의 의견을 듣고자 하는 것입니다.

귀하께서 제공해 주시는 응답은 오직 학문적 연구 목적으로만 이용되며, 통계로 일괄 처리되므로 익명성이 보장됩니다.

모든 문항에는 정답이 따로 있지 않습니다. 귀하께서 답하여 주신 모든 내용은 본 연구에 매우 중요한 자료이므로 다소 번거로우시더라도 느끼신 그대로 해당란에 ○표시를 해 주십시요.

귀하와 가정에 건강과 행운이 항상 함께 하시기를 기원합니다. 바쁘신 중에도 시간을 내 주셔서 다시 한번 감사드립니다.

2006년 6월

조선대학교 대학원 디자인경영학과

박사과정 : 박소정

지도교수 : 정형식

Tel : 062) 682-7901

e-mail : aphrodite7901@hanmail.net

성명 :　　소속 :　　연락처:

* 예술사조에는 자연주의, 낭만주의, 모더니즘에 대한 것들이 있습니다.
  자연주의, 낭만주의, 모더니즘에 대해 귀하가 생각하는 이미지나 의견을
  5줄 이내로 간단하게 적어주십시오.

1. 자연주의

2. 낭만주의

3. 모더니즘

Ⅰ. 다음은 귀하의 메이크업 행동에 관한 일반적인 질문입니다.

1. 귀하가 처음 메이크업(색조)을 하기 시작한 나이는?(　　세)

2. 귀하는 메이크업 하는 방법이나 정보를 주로 누구에게서 얻는 편입니까?
   ① 가족이나 친구　② 화장품 판매자　③ 인터넷
   ④ 신문 및 잡지　⑤ TV　⑥ 화장품 간행물

3. 귀하가 주로 화장품을 구입하는 장소는?
   ① 화장품 전문점　② 백화점　③ 인터넷 쇼핑몰
   ④ 방문판매　⑤ 대형할인마트　⑥ 통신판매

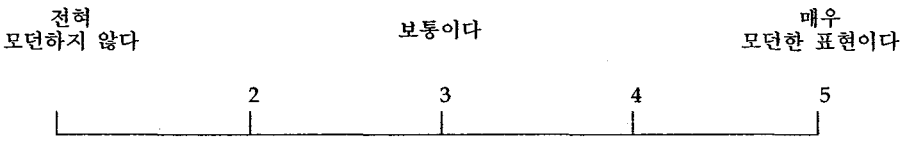
4. 1회 평균 화장품 구입비용은?
   ① 2만원 미만　② 2만원 이상 - 3만원 미만
   ③ 3만원 이상-4만원 미만　④ 4만원 이상- 5만원 미만
   ⑤ 5만원 이상

5. 귀하가 화장품 구입 시 가장 중요하게 고려하는 사항은?
   ① 화장품의 품질 및 기능　② 피부와의 적합성　③ 가격
   ④ 향기 및 포장디자인　⑤ 광고　⑥ 브랜드

6. 귀하가 평상시 사용하는 화장품의 종류는 몇 가지나 되십니까?
   (기초화장품 _____가지; 색조화장품_____가지)

7. 귀하가 화장을 주로 하는 이유는?
   ① 당연히 해야 한다고 생각　② 예뻐 보일려고　③ 호기심과 관심
   ④ 남들이 하니까　⑤ 피부보호　⑦ 기타(　　)

Ⅱ. 귀하가 오늘 표현한 메이크업 이미지는 어떤 이미지라고 생각하십니까?

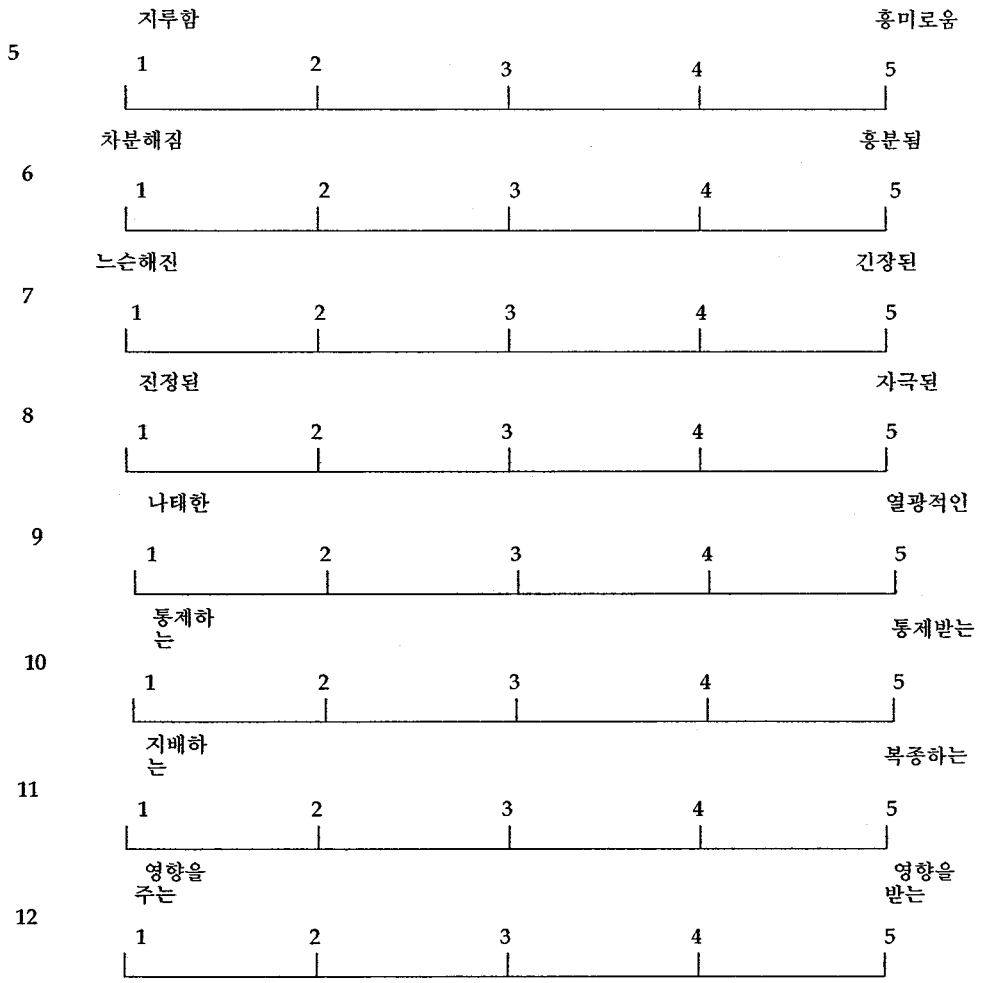


Ⅲ. 다음은 귀하가 오늘 표현한 메이크업 이미지에 관한 질문입니다. 현재 메이크업 이미지를 표현하면서 느낀 자신의 생각과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 현대적이다	1	2	3	4	5
2. 세련되었다	1	2	3	4	5
3. 차갑다	1	2	3	4	5
4. 도회적이다	1	2	3	4	5
5. 유행 감각이 있다	1	2	3	4	5
6. 고급스럽다	1	2	3	4	5

Ⅳ. 다음은 현재 귀하가 메이크업 표현 시 느낀 감정에 관한 질문입니다. 자신의 느낌과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

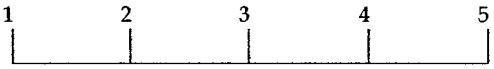
1	초조해짐	1	2	3	4	5 편안해짐
2	불행한	1	2	3	4	5 행복한
3	불쾌	1	2	3	4	5 유쾌
4	짜증남	1	2	3	4	5 즐거움



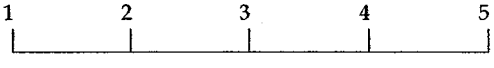
V. 다음은 귀하가 현재 표현한 화장이미지에 대해 느끼신 생각에 관한 질문입니다. 자신의 생각과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 현재 메이크업이미지는 부드러운 선이나 곡선의 표현으로 율동감을 느끼게 한다	1	2	3	4	5

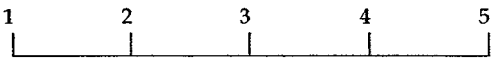
2. 현재 메이크업 이미지는 색, 터치감 등이 잘 조화되었다



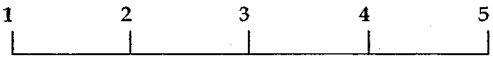
3. 현재 메이크업 이미지는 매우 조화로운 느낌을 준다



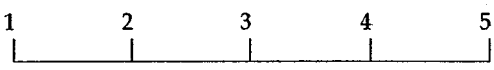
4. 현재 메이크업 이미지는 매우 독특한 느낌이다



5. 현재 메이크업이미지는 전반적으로 색이나 질감 등이 통일감을 느끼게 한다

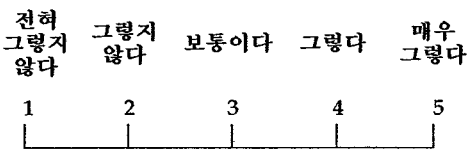


6. 현재 메이크업이미지는 시각적으로 화려한 느낌을 준다

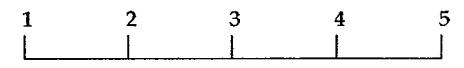


Ⅵ. 다음은 귀하가 오늘 표현한 메이크업 이미지가 자신의 이미지와 얼마나 잘 어울리는지에 관한 질문입니다.

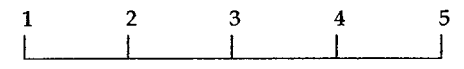
1. 현재 표현한 메이크업은 나의 이미지와 매우 비슷하다



2. 현재 표현한 메이크업은 나를 잘 표현해줄 것이다



3. 현재 표현한 메이크업은 나에게 아주 잘 어울릴 것이다



Ⅶ. 다음은 표현한 메이크업에 관한 귀하의 만족에 관한 질문입니다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 오늘 표현한 메이크업에 대해 전반적으로 만족 한다	1	2	3	4	5
2. 다른 메이크업이미지보다 현재 메이크업이미지를 표현하는 것은 매우 즐거웠다	1	2	3	4	5
3. 오늘 메이크업의 표현은 매우 즐거웠다	1	2	3	4	5

Ⅷ. 다음 질문은 자료정리를 위한 기본적인 질문입니다.

1. 귀하의 성별은? ①남 ② 여

2. 귀하의 연령은? (만 세)

3. 결혼은? ① 미혼 ② 기혼

4. 귀하의 학력은?
① 중졸이하 ② 고졸 ③ 대학 재학 및 졸업 ④ 대학원 재학 및 졸업

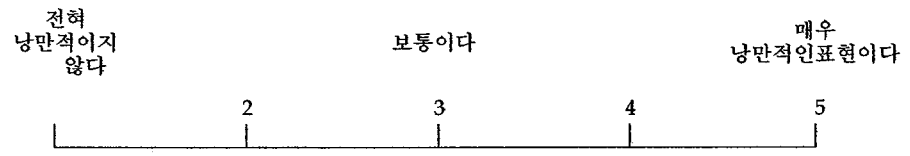
5. 귀하의 직업은?
① 전업주부 ② 직장인 ③ 전문직 ④ 학생 ⑤ 서비스업 ⑥ 기타( )

6. 귀하의 한달 평균수입은 얼마입니까?
① 100만원 미만 ② 100만원 이상-200만원 미만
③ 200만원 이상-400만원 미만 ④ 400만원 이상-500만원 미만
⑤ 500만원 이상

바쁘신 시간 기꺼이 내주셔서 정말 감사합니다.

설문지 A-2(　　)

Ⅰ. 귀하가 오늘 표현한 메이크업 이미지는 어떤 이미지라고 생각하십니까?



Ⅱ. 다음은 귀하가 오늘 표현한 메이크업 이미지에 관한 질문입니다. 현재 메이크업이미지를 표현하면서 느낀 자신의 생각과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 순수하다	1	2	3	4	5
2, 환상적이다	1	2	3	4	5
3. 여성스럽다	1	2	3	4	5
4. 부드럽다	1	2	3	4	5
5. 우아하다	1	2	3	4	5
6. 낭만적이다	1	2	3	4	5
7. 품위 있다	1	2	3	4	5

Ⅲ. 다음은 현재 귀하가 표현한 메이크업 표현 시 느낀 감정에 관한 질문입니다. 자신의

느낌과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

1	초조해짐	1	2	3	4	5	편안해짐
2	불행한	1	2	3	4	5	행복한
3	불쾌	1	2	3	4	5	유쾌
4	짜증남	1	2	3	4	5	즐거움
5	지루함	1	2	3	4	5	흥미로움
6	차분해짐	1	2	3	4	5	흥분됨
7	느슨해진	1	2	3	4	5	긴장된
8	진정된	1	2	3	4	5	자극된
9	나태한	1	2	3	4	5	열광적인
10	통제하는	1	2	3	4	5	통제받는
11	지배하는	1	2	3	4	5	복종하는
12	영향을 주는	1	2	3	4	5	영향을 받는

Ⅳ. 다음은 귀하가 현재의 메이크업 이미지 표현 시 느끼신 생각에 관한 질문입니다. 자신의 생각과 가장 가까운 곳에 ○표 하여 주십시오.

1. 현재 메이크업 이미지는 부드러운 선이나 곡선의 표현으로 율동감을 느끼게 한다

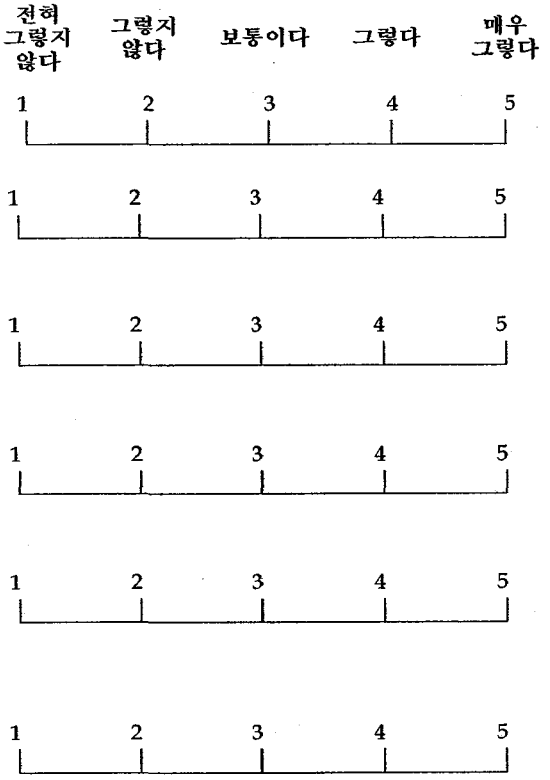
2. 현재 메이크업 이미지는 색, 터치감 등이 잘 조화되었다

3. 현재 메이크업 이미지는 매우 조화로운 느낌을 준다

4. 현재 메이크업 이미지는 매우 독특한 느낌이다

5. 현재 메이크업 이미지는 전반적으로 색이나 질감 등이 통일감을 느끼게 한다

6. 현재 메이크업 이미지는 시각적으로 화려한 느낌을 준다

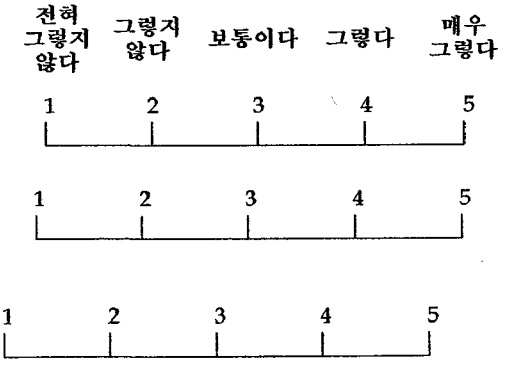


Ⅴ. 다음은 귀하가 오늘 표현한 메이크업 이미지가 자신의 이미지와 얼마나 잘 어울리는지에 관한 질문입니다.

1. 현재 표현한 메이크업은 나의 이미지와 매우 비슷하다

2. 현재 표현한 메이크업은 나를 잘 표현해줄 것이다

3. 현재 표현한 메이크업은 나에게 아주 잘 어울릴 것이다

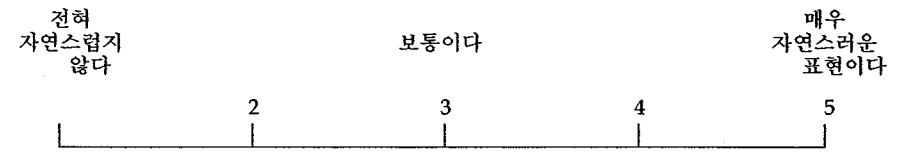


Ⅵ. 다음은 귀하가 표현한 메이크업에 관한 만족에 관한 질문입니다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 오늘 표현한 메이크업에 대해 전반적으로 만족 한다	1	2	3	4	5
2. 다른 메이크업 이미지보다 현재 메이크-업 이미지를 표현하는 것은 매우 즐거웠다	1	2	3	4	5
3. 오늘 메이크업의 표현은 매우 즐거웠다	1	2	3	4	5

설문지 A-3(　　)

Ⅰ. 귀하가 오늘 표현한 메이크업 이미지는 어떤 이미지라고 생각하십니까?



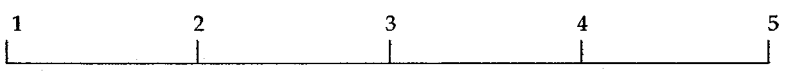
Ⅱ. 다음은 귀하가 오늘 표현한 메이크업 이미지에 관한 질문입니다. 현재 메이크업 이미지를 표현하면서 느낀 자신의 생각과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 편안하다	1	2	3	4	5
2. 자연스럽다	1	2	3	4	5
3. 단정하다	1	2	3	4	5
4. 깔끔하다	1	2	3	4	5
5. 수수하다	1	2	3	4	5
6. 건강하다	1	2	3	4	5
7. 친숙하다	1	2	3	4	5

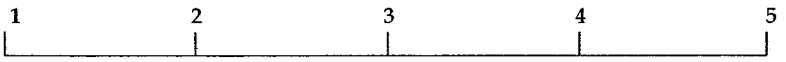
Ⅲ. 다음은 귀하가 현재의 메이크업 표현 시 느낀 감정에 관한 질문입니다. 자신의 느낌

과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

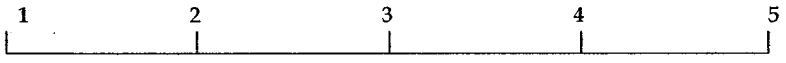
1 초조해짐 — 편안해짐



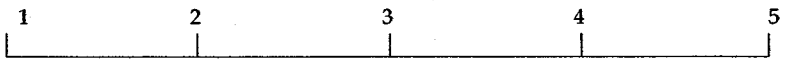
2 불행한 — 행복한



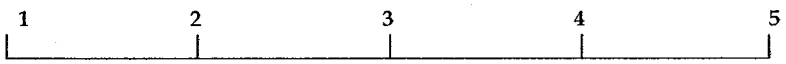
3 불쾌 — 유쾌



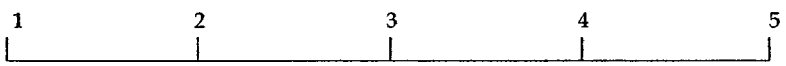
4 짜증남 — 즐거움



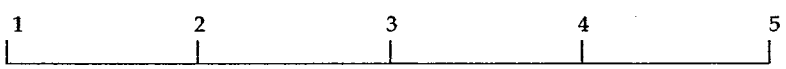
5 지루함 — 흥미로움



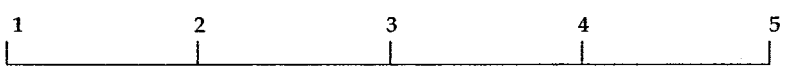
6 차분해짐 — 흥분됨



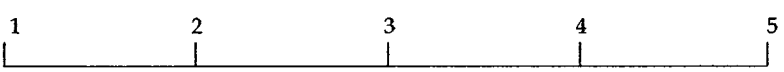
7 느슨해진 — 긴장된



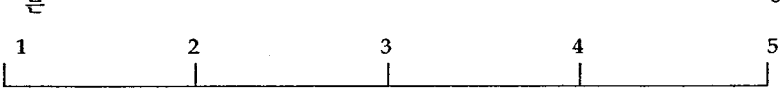
8 진정된 — 자극된



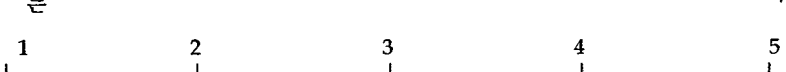
9 나태한 — 열광적인



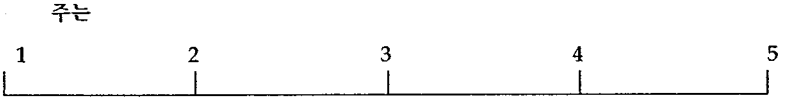
10 통제하는 — 통제받는



11 지배하는 — 복종하는



12 영향을 주는 — 영향을 받는



Ⅳ. 다음은 귀하가 현재 표현한 메이크업 이미지에 대해 느끼신 생각에 관한 질문입니다. 자신의 생각과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 현재 메이크업 이미지는 부드러운 선이나 곡선의 표현으로 율동감을 느끼게 한다	1	2	3	4	5
2. 현재 메이크업 이미지는 색, 터치감 등이 잘 조화되었다	1	2	3	4	5
3. 현재 메이크업 이미지는 매우 조화로운 느낌을 준다	1	2	3	4	5
4. 현재 메이크업 이미지는 매우 독특한 느낌이다	1	2	3	4	5
5. 현재 메이크업 이미지는 전반적으로 색이나 질감 등이 통일감을 느끼게 한다	1	2	3	4	5
6. 현재 메이크업이미지는 시각적으로 화려한 느낌을 준다	1	2	3	4	5

Ⅴ. 다음은 귀하가 오늘 표현한 메이크업 이미지가 자신의 이미지와 얼마나 잘 어울리는지에 관한 질문입니다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 현재 표현한 메이크업은 나의 이미지와 매우 비슷하다	1	2	3	4	5
2. 현재 표현한 메이크업은 나를 잘 표현해줄 것이다	1	2	3	4	5
3. 현재 표현한 메이크업은 나에게 아주 잘 어울릴 것이다	1	2	3	4	5

Ⅵ. 다음은 표현한 메이크업에 관한 귀하의 만족에 관한 질문입니다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 오늘 표현한 메이크업에 대해 전반적으로 만족 한다	1	2	3	4	5
2. 다른 메이크업 이미지보다 현재 메이크업 이미지를 표현하는 것은 매우 즐거웠다	1	2	3	4	5
3. 오늘 메이크업의 표현은 매우 즐거웠다	1	2	3	4	5

설 문 지 (B : 관찰자용)

안녕하십니까?

본 설문에 응해주신 귀하께 감사드립니다.

본 설문지는 여성의 메이크업 이미지와 감정과의 관계를 연구하기 위해 귀하의 의견을 듣고자 하는 것입니다.

귀하께서 제공해 주시는 응답은 오직 학문적 연구 목적으로만 이용되며, 통계로 일괄 처리되므로 익명성이 보장됩니다.

모든 문항에는 정답이 따로 있지 않습니다. 귀하께서 답하여 주신 모든 내용은 본 연구에 매우 중요한 자료이므로 다소 번거로우시더라도 느끼신 그대로 해당란에 ○표시를 해 주십시요.

귀하와 가정에 건강과 행운이 항상 함께 하시기를 기원합니다. 바쁘신 중에도 시간을 내 주셔서 다시 한번 감사드립니다.

2006년 8월

조선대학교 대학원 디자인경영학과

박사과정 : 박소정

지도교수 : 정형식

Tel : 062) 682-7901

e-mail : aphrodite7901@hanmail.net

성명 :　　소속 :　　연락처:

* 예술사조에는 자연주의, 낭만주의, 모더니즘에 대한 것들이 있습니다.
  자연주의, 낭만주의, 모더니즘에 대해 귀하가 생각하는 이미지나 의견을
  5줄 이내로 간단하게 적어주십시오.

1. 자연주의

2. 낭만주의

3. 모더니즘

Ⅰ. 다음은 귀하의 메이크업 행동에 관한 일반적인 질문입니다.

1. 귀하가 처음 메이크업(색조)을 하기 시작한 나이는?(　　세)

2. 귀하는 메이크업하는 방법이나 정보를 주로 누구에게서 얻는 편입니까?
   ① 가족이나 친구　② 화장품 판매자　③ 인터넷
   ④ 신문 및 잡지　⑤ TV　⑥ 화장품 간행물

3. 귀하가 주로 화장품을 구입하는 장소는?
   ① 화장품 전문점　② 백화점　③ 인터넷 쇼핑몰
   ④ 방문판매　⑤ 대형할인마트　⑥ 통신판매

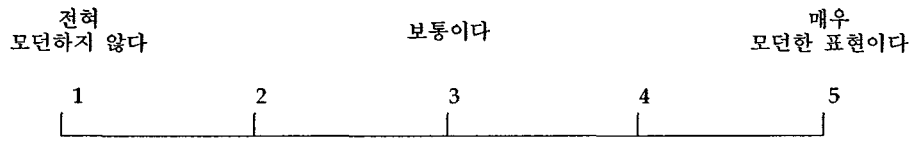
4. 1회 평균 화장품 구입비용은?
   ① 2만원 미만　② 2만원 이상 - 3만원 미만
   ③ 3만원 이상-4만원 미만　④ 4만원 이상- 5만원 미만
   ⑤ 5만원 이상

5. 귀하가 화장품 구입 시 가장 중요하게 고려하는 사항은?
   ① 화장품의 품질 및 기능　② 피부와의 적합성　③ 가격
   ④ 향기 및 포장디자인　⑤ 광고　⑥ 브랜드

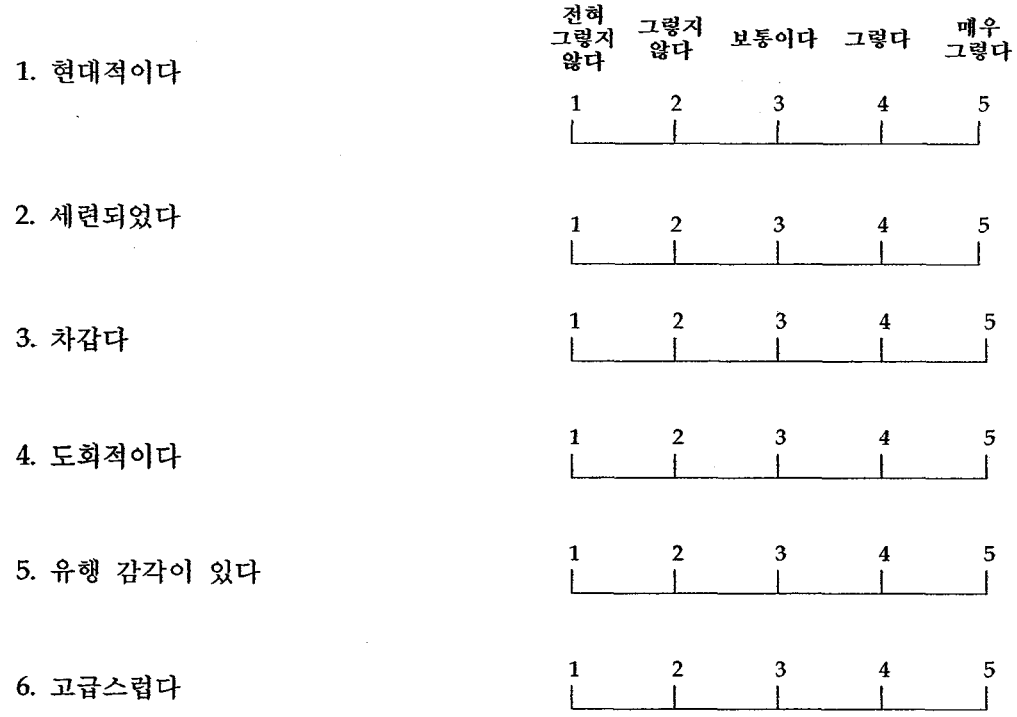
6. 귀하가 평상시 사용하는 화장품의 종류는 몇 가지나 되십니까?
   (기초화장품 _____가지; 색조화장품_____가지)

7. 귀하가 메이크업을 주로 하는 이유는?
   ① 당연히 해야 한다고 생각　② 예뻐 보일려고　③ 호기심과 관심
   ④ 남들이 하니까　⑤ 피부보호　⑦ 기타

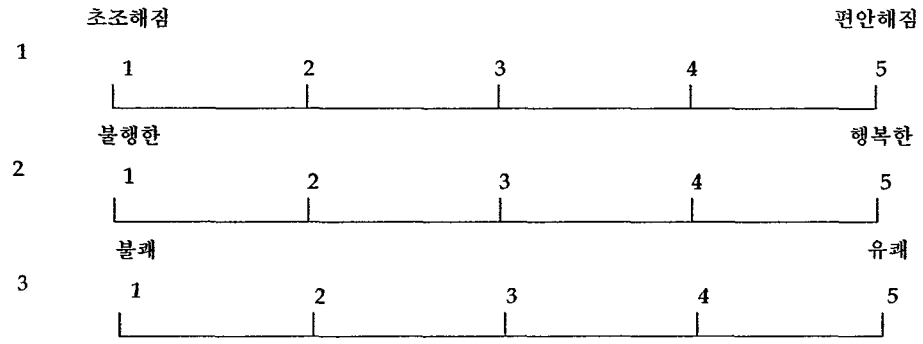
Ⅱ. 귀하가 보신 사진에 표현된 메이크업 이미지는 어떤 이미지라고 생각하십니까?

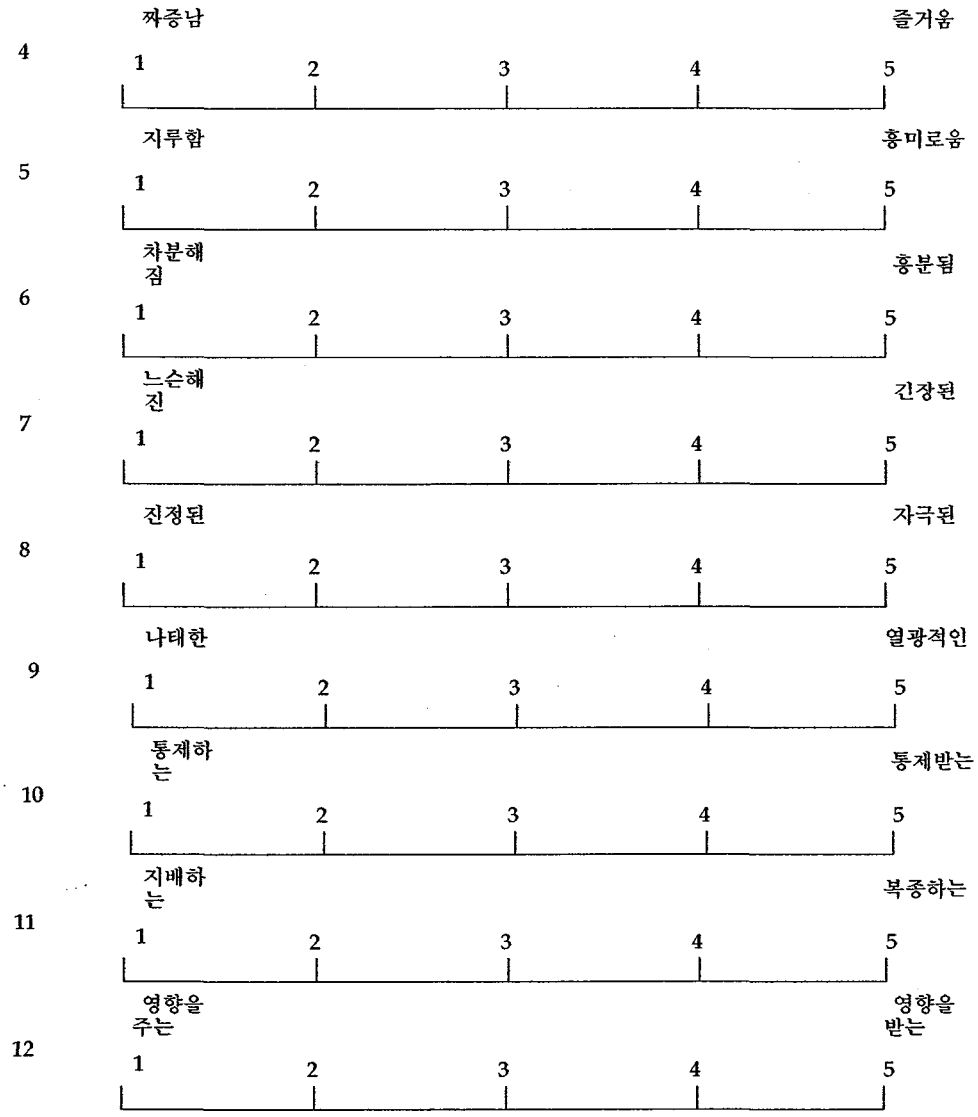


Ⅲ. 다음은 사진에 표현된 메이크업 이미지에 관한 질문입니다. 사진에 표현된 메이크업 이미지를 보시고 자신의 생각과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.



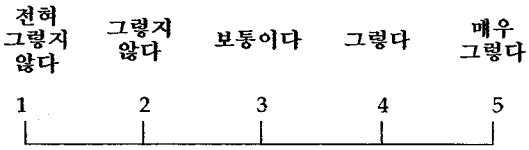
Ⅳ. 다음은 현재 귀하가 사진에 표현된 메이크업을 보시고 나서 느낀 감정에 관한 질문입니다. 자신의 느낌과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.



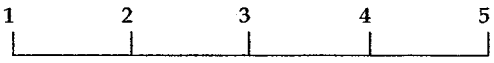


V. 다음은 사진에 표현된 메이크업 이미지를 관찰하시고 나서 느끼신 생각에 관한 질문입니다. 자신의 생각과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

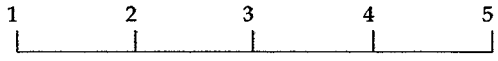
1. 현재 메이크업 이미지는 부드러운 선이나 곡선의 표현으로 율동감을 느끼게 했다



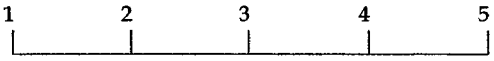
2. 현재 메이크업 이미지는 색, 터치감 등이 잘 조화되었다고 생각했다



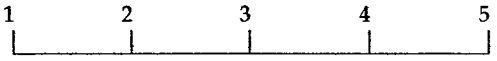
3. 현재 메이크업 이미지는 매우 조화로운 느낌을 주었다



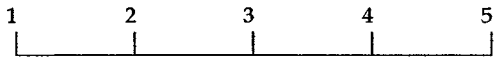
4. 현재 메이크업 이미지는 매우 독특한 느낌이다



5. 현재 메이크업 이미지는 전반적으로 색이나 질감 등이 통일감을 느끼게 했다

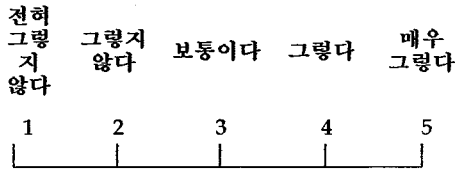


6. 현재 메이크업 이미지는 시각적으로 화려한 느낌을 주었다

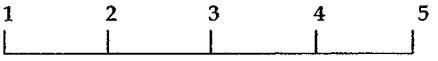


VI. 다음은 사진에 표현된 메이크업 이미지가 모델(수행자)의 이미지와 얼마나 잘 어울리는지에 관한 질문입니다.

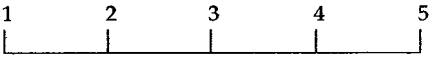
1. 현재 표현된 메이크업은 모델의 이미지와 매우 비슷하다고 생각 한다



2. 현재 표현된 메이크업은 모델을 잘 표현해주고 있다



3. 현재 표현된 메이크업은 모델에게 아주 잘 어울린다



Ⅶ. 다음은 표현된 메이크업에 관한 귀하의 만족에 관한 질문입니다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 표현된 메이크업에 대해 전반적으로 만족스러웠다	1	2	3	4	5
2. 다른 메이크업이미지보다 현재 메이-크업 이미지를 보는 것은 매우 즐거웠다	1	2	3	4	5
3. 사진의 메이크업 이미지를 보는 것은 매우 흥미로웠다	1	2	3	4	5

Ⅷ. 다음 질문은 자료정리를 위한 기본적인 질문입니다.

1. 귀하의 성별은? ①남 ② 여

2. 귀하의 연령은? (만 세)

3. 결혼은? ① 미혼 ② 기혼

4. 귀하의 학력은?
① 중졸이하 ② 고졸 ③ 대학 재학 및 졸업 ④ 대학원 재학 및 졸업

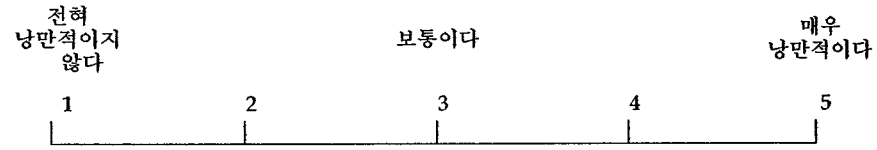
5. 귀하의 직업은?
① 전업주부 ② 직장인 ③ 전문직 ④ 학생 ⑤ 서비스업 ⑥ 기타

6. 귀하의 한달 평균수입은 얼마입니까?
① 100만원 미만 ② 100만원 이상-200만원 미만
③ 200만원 이상-400만원 미만 ④ 400만원 이상-500만원 미만
⑤ 500만원 이상

바쁘신 시간 기꺼이 내주셔서 정말 감사합니다.

설문지 B-2(　　)

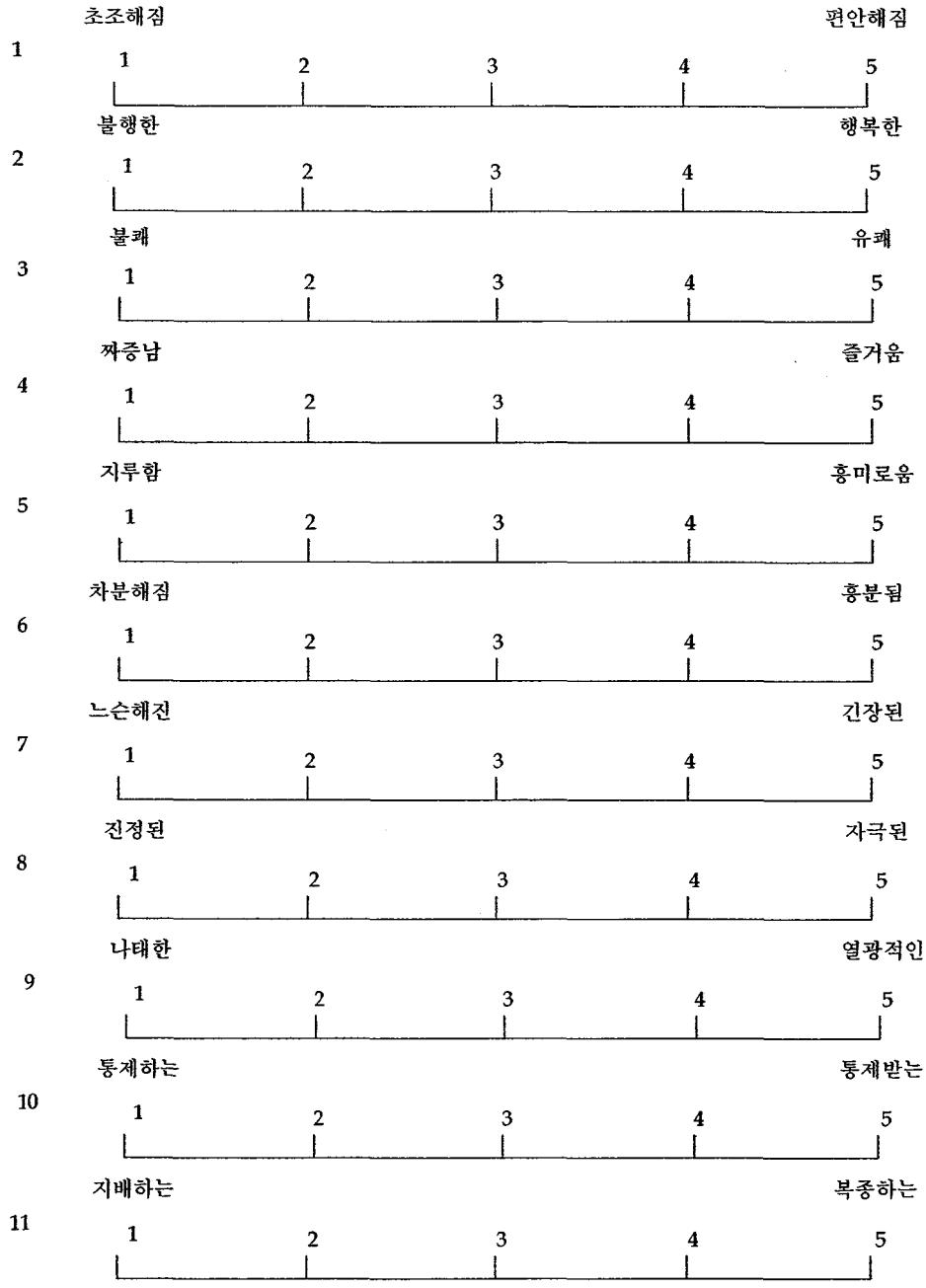
Ⅰ. 귀하가 보신 사진에 표현된 메이크업 이미지는 어떤 이미지라고 생각하십니까?



Ⅱ. 다음은 사진에 표현된 <u>메이크업 이미지</u>에 관한 질문입니다. 사진에 표현된 메이크업 이미지를 보시고 자신의 생각과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 순수하다	1	2	3	4	5
2. 환상적이다	1	2	3	4	5
3. 여성스럽다	1	2	3	4	5
4. 부드럽다	1	2	3	4	5
5. 우아하다	1	2	3	4	5
6. 낭만적이다	1	2	3	4	5
7. 품위 있다	1	2	3	4	5

Ⅲ. 다음은 현재 귀하가 사진에 표현된 메이크업을 보시고 나서 느낀 감정에 관한 질문입니다. 자신의 느낌과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.



영향을 주는 영향을 받는

12

1 2 3 4 5

Ⅳ. 다음은 사진에 표현된 메이크업이미지를 관찰하시고 나서 느끼신 생각에 관한 질문입니다. 자신의 생각과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

전혀 그렇지 않다 / 그렇지 않다 / 보통이다 / 그렇다 / 매우 그렇다

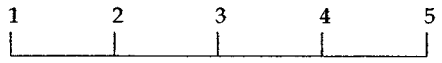
1. 현재 메이크업 이미지는 부드러운 선이나 곡선의 표현으로 율동감을 느끼게 했다 — 1 2 3 4 5
2. 현재 메이크업 이미지는 색, 터치감 등이 잘 조화되었다고 생각 한다 — 1 2 3 4 5
3. 현재 메이크업 이미지는 매우 조화로운 느낌을 주었다 — 1 2 3 4 5
4. 현재 메이크업 이미지는 매우 독특한 느낌이다 — 1 2 3 4 5
5. 현재 메이크업 이미지는 전반적으로 색이나 질감 등이 통일감을 느끼게 했다 — 1 2 3 4 5
6. 현재 메이크업 이미지는 시각적으로 화려한 느낌을 주었다 — 1 2 3 4 5

Ⅴ. 다음은 사진에 표현된 메이크업 이미지가 모델의 이미지와 얼마나 잘 어울리는지에 관한 질문입니다.

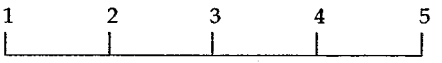
전혀 그렇지 않다 / 그렇지 않다 / 보통이다 / 그렇다 / 매우 그렇다

1. 현재 표현한 메이크업은 모델의 이미지와 매우 비슷하다 — 1 2 3 4 5

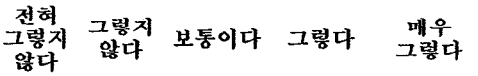
2. 현재 표현한 메이크업은 모델을 잘 표현해주고 있다.



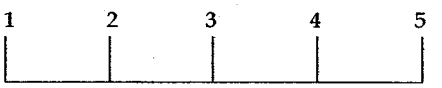
3. 현재 표현한 메이크업은 모델에게 아주 잘 어울린다.



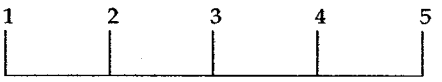
Ⅵ. 다음은 사진에 표현된 메이크업에 관한 귀하의 만족에 관한 질문입니다.



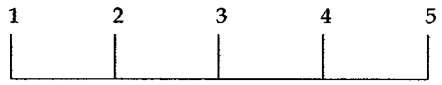
1. 표현된 메이크업에 대해 전반적으로 만족스러웠다



2. 다른 메이크업 이미지보다 현재 메이크업 이미지를 보는 것은 매우 즐거웠다

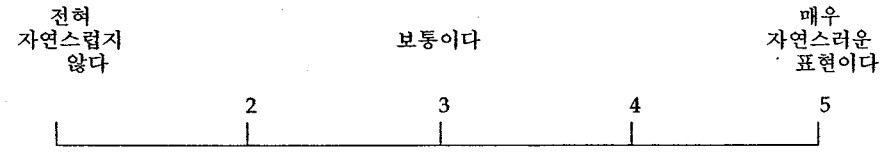


3. 사진의 메이크업 이미지를 보는 것은 매우 흥미로웠다



설문지 B-3(　　)

Ⅰ. 귀하가 보신 사진에 표현된 메이크업 이미지는 어떤 이미지라고 생각하십니까?

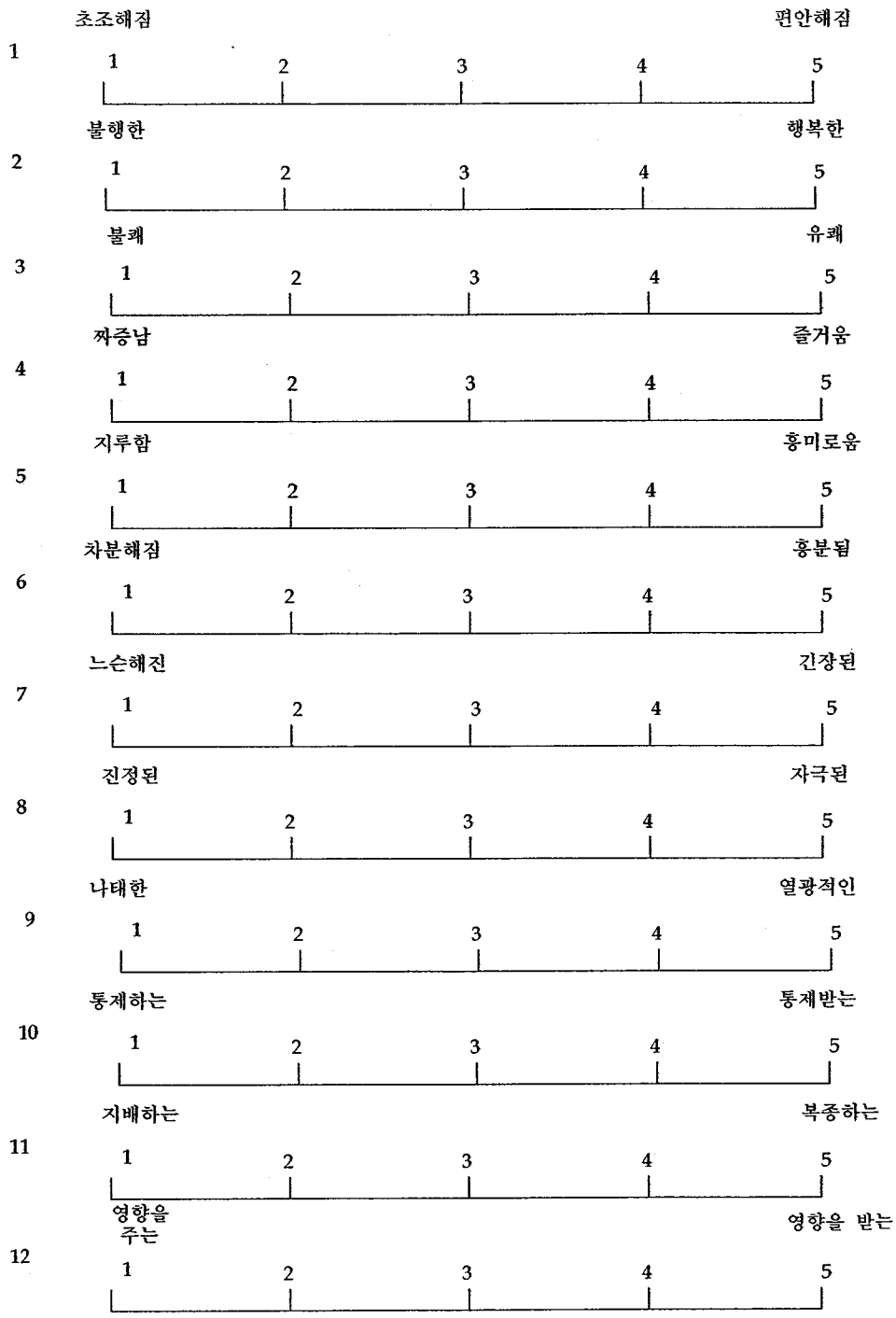


Ⅱ. 다음은 사진에 표현된 <u>메이크업 이미지</u>에 관한 질문입니다. 사진에 표현된 메이크업 이미지를 보시고 자신의 생각과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 편안하다	1	2	3	4	5
2. 자연스럽다	1	2	3	4	5
3. 단정하다	1	2	3	4	5
4. 깔끔하다	1	2	3	4	5
5. 수수하다	1	2	3	4	5
6. 건강하다	1	2	3	4	5
7. 친숙하다	1	2	3	4	5

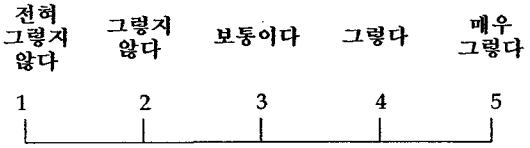
Ⅲ. 다음은 현재 귀하가 사진에 표현된 화장을 보시고 나서 느낀 감정에 관한 질문입니

다. 자신의 느낌과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

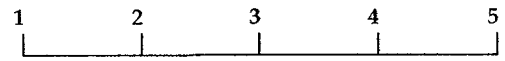


Ⅳ. 다음은 사진에 표현된 메이크업 이미지를 관찰하시고 나서 느끼신 생각에 관한 질문입니다. 자신의 생각과 가장 가까운 곳에 O표 하여 주십시오.

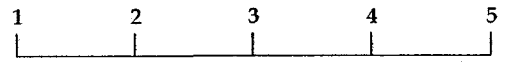
1. 현재 메이크업 이미지는 부드러운 선이나 곡선의 표현으로 율동감을 느끼게 했다



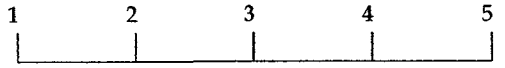
2. 현재 메이크업 이미지는 색, 터치감 등이 잘 조화되었다고 생각했다



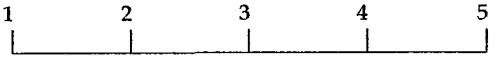
3 현재 메이크업 이미지는 매우 조화로운 느낌을 주었다



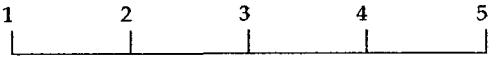
4. 현재 메이크업 이미지는 매우 독특한 느낌이다



5. 현재 메이크업 이미지는 전반적으로 색이나 질감 등이 통일감을 느끼게 한다

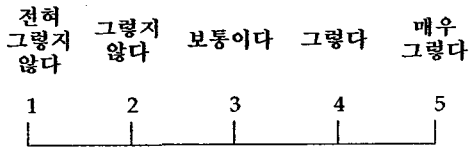


6. 현재 메이크업이미지는 시각적으로 화려한 느낌을 주었다

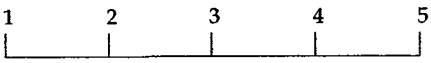


Ⅴ. 다음은 사진에 표현된 메이크업 이미지가 모델의 이미지와 얼마나 잘 어울리는지에 관한 질문입니다.

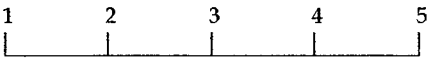
1. 현재 표현한 메이크업은 모델의 이미지와 매우 비슷하다



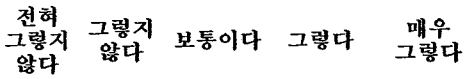
2. 현재 표현한 메이크업은 모델을 잘 표현해주고 있다



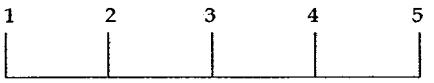
3. 현재 표현한 메이크업은 모델에게 아주 잘 어울린다



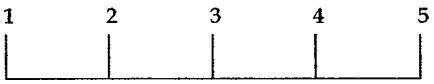
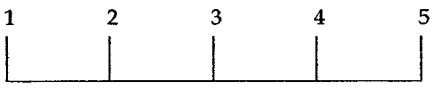
Ⅵ. 다음은 표현된 메이크업에 대해 귀하의 만족에 관한 질문입니다.



1. 표현된 메이크업에 대해 전반적으로 만족스러웠다



2. 다른 메이크업 이미지보다 현재 메이크업 이미지를 보는 것은 매우 즐거웠다



3. 사진의 메이크업 이미지를 보는 것은 매우 흥미로웠다