

박 사 학 위 논 문

의복스타일과 화장 태도에 따른  
색조 화장품 선호색 연구

계 명 대 학 교 대 학 원  
의 류 학 과

서 란 숙

지도교수 류 숙 희

2 0 0 5 년 6 월

의복스타일과 화장 태도에 따른  
색조 화장품 선호색 연구

지도교수 류 숙 희

이 논문을 박사학위 논문으로 제출함

2 0 0 5 년 6 월

계 명 대 학 교 대 학 원

의 류 학 과

서 란 숙

# 서란숙의 박사학위 논문을 인준함

주 심 도 규 희

부 심 은 영 자

부 심 김 순 분

부 심 박 광 희

부 심 류 숙 희

계 명 대 학 교      대 학 원

2 0 0 5 년    6 월

# 목 차

I. 서 론 .....	1
1. 연구의 의의 .....	1
2. 연구의 목적 .....	4
3. 용어 정의 .....	5
II. 이론적 배경 .....	6
1. 의복이미지 .....	6
2. 화장 .....	10
3. 색조화장 .....	12
3.1 색채 .....	12
3.2 색조화장 .....	16
3.2.1 눈 형태에 따른 색조 화장 .....	20
3.2.2 입술 형태에 따른 색조 화장 .....	22
4. 화장태도 .....	26
III. 연구방법 .....	31
1. 조사대상 및 시기 .....	31
2. 측정도구 .....	31
2.1 의복스타일 선정 .....	32
2.2 의복이미지 .....	34

2.3 선호 색채 선정 .....	35
2.4 눈과 입술 형태 분류 .....	38
2.5 화장 태도 .....	39
3. 자료 분석 .....	40
<b>IV. 결과 및 고찰</b> .....	<b>41</b>
1. 의복이미지 .....	43
1.1 의복이미지 요인분석 .....	43
1.2 화장태도 요인분석 .....	45
2. 의복스타일과 화장태도 .....	48
2.1 선호 의복스타일 집단 .....	48
2.2 선호 의복스타일 집단에 따른 의복이미지 평가 .....	49
2.3 화장태도 요인에 따른 집단분류 .....	51
2.4 선호 의복스타일 집단에 따른 화장태도 .....	53
3. 선호 의복스타일 집단에 따른 선호색채 .....	55
3.1 선호 의복스타일 집단에 따른 아이섀도 선호색채 .....	56
3.1.1 선호 의복스타일 집단에 따른 아이섀도 선호색조 .....	56
3.1.2 선호 의복스타일 집단에 따른 아이섀도 선호색상 .....	58
3.2 선호 의복스타일 집단에 따른 립스틱 선호색채 .....	61
3.2.1 선호 의복스타일 집단별 립스틱 선호색조 .....	61
3.2.2 선호 의복스타일 집단에 따른 립스틱 선호색상 .....	63

4. 화장태도 집단에 따른 선호색채 .....	66
4.1 화장태도 집단에 따른 아이새도 선호색채 .....	66
4.1.1 화장태도 집단에 따른 아이새도 선호색조 .....	66
4.1.2 화장태도 집단에 따른 아이새도 선호색상 .....	69
4.2 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색채 .....	71
4.2.1 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색조 .....	71
4.2.2 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색상 .....	73
5. 눈과 입술 형태에 따른 선호색채 .....	77
5.1 눈 형태에 따른 선호색채 .....	77
5.1.1 눈 형태에 따른 아이새도 선호색조 .....	78
5.1.2 눈 형태에 따른 아이새도 선호색상 .....	82
5.2 입술 형태에 따른 립스틱 선호색채 .....	88
5.2.1 입술 형태에 따른 립스틱 선호색조 .....	89
5.2.2 입술 형태에 따른 립스틱 선호색상 .....	93
<b>V. 결론</b> .....	98
참고문헌 .....	106
부    록 .....	116
영문초록 .....	122
국문초록 .....	126

## 표 목 차

<표 1> 국내 선행 연구에 나타난 의복이미지 용어 .....	9
<표 2> 설문지 구성 .....	31
<표 3> 의복이미지에 관한 문항 .....	35
<표 4> 계통 색 명과 먼셀기호 .....	37
<표 5> 화장 태도에 관한 문항 .....	39
<표 6> 조사대상자의 인구통계학적 특성 .....	42
<표 7> 의복이미지 요인 .....	44
<표 8> 화장 태도 문항에 대한 요인분석 결과 및 신뢰도 계수 .....	47
<표 9> 선호 의복스타일 .....	48
<표 10> 선호 의복스타일 집단에 따른 의복이미지 평가 .....	49
<표 11> 화장태도 군집 분석 .....	51
<표 12> 선호 의복스타일 집단에 따른 화장태도 .....	53
<표 13> 선호 의복스타일 집단에 따른 아이새도 선호색조 .....	56
<표 14> 선호 의복스타일 집단에 따른 아이새도 선호색상 .....	59
<표 15> 선호 의복스타일 집단에 따른 립스틱 선호색조 .....	61
<표 16> 선호 의복스타일 집단에 따른 립스틱 선호색상 .....	63
<표 17> 화장태도 집단에 따른 아이새도 선호색조 .....	67
<표 18> 화장태도 집단에 따른 아이새도 선호색상 .....	69

<표 19> 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색조 .....	72
<표 20> 화장태도에 따른 립스틱 선호색상 .....	74
<표 21> 눈 형태 .....	77
<표 22> 눈 형태에 따른 아이섀도 선호색조 .....	79
<표 23> 눈 형태에 따른 아이섀도 선호색상 .....	83
<표 24> 입술 형태 .....	88
<표 25> 입술 형태에 따른 립스틱 선호색조 .....	89
<표 26> 입술 형태에 따른 립스틱 선호색상 .....	94



## 그 립 목 차

[그림 1] 의복스타일 .....	33
[그림 2] 선호색채 .....	38
[그림 3] 선호 의복스타일 집단에 따른 아이채도 선호색조 .....	56
[그림 4] 선호 의복스타일 집단에 따른 아이채도 선호색상 .....	58
[그림 5] 선호 의복스타일에 따른 립스틱 선호색조 .....	61
[그림 6] 선호 의복스타일에 따른 립스틱 선호색상 .....	63
[그림 7] 화장태도 집단에 따른 아이채도 선호색조 .....	66
[그림 8] 화장태도 집단에 따른 아이채도 선호색상 .....	69
[그림 9] 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색조 .....	71
[그림 10] 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색상 .....	73
[그림 11] 눈 형태에 따른 아이채도 선호색조 .....	78
[그림 12] 눈 형태에 따른 아이채도 선호색상 .....	82
[그림 13] 입술 형태에 따른 립스틱 선호색조 .....	89
[그림 14] 입술 형태에 따른 립스틱 선호색상 .....	93

# I. 서론

## 1. 연구의 의의

의복과 화장은 여성들의 개성과 분위기를 가장 효과적으로 나타내주는 가시적인 도구라고 할 수 있다. 긍정적인 외모는 대인관계에 있어 매우 중요한 영향을 주며, 외모도 능력의 일부라는 사회적 인식이 자리 잡게 되어 사회적 이미지를 유지해 가는 수단이 되었다. 대중 매체와 기술의 발달로 인해 정보가 보편화되어 의복과 화장 그 밖의 전체적인 조화가 중요시 되는 미적 욕구 충족이 가능해지자 이 분야에 대한 여성들의 관심은 나날이 높아지고 있으며, 현대 여성들은 자신의 사회적인 역할과 지위, 개인적인 신분상징은 물론이고 심리적인 상태에 따라 의복을 선택하고 이에 맞는 화장을 함으로써 자신의 외모를 타인에게 호감을 주도록 변화시키고 관리 할 수 있게 되었다.

정인희(1992)는 사람들은 의복을 통하여 개인이 가지고 있는 이상적인 아름다움을 표현하려고 하고 타인을 지각할 때에도 의복이미지가 크게 작용하게 된다고 하였으며, 의복이미지란 의복이 전달해주는 전반적인 느낌으로 착용자의 사회생활 및 지위나 역할을 유추하는데 도움을 준다고 하였다. 박금옥(1996)은 이미지는 심리학에서 대상에 대한 인지자의 기억이나 연상, 시각적 평가 등을 다루는데 사용되고 있으며, 의류 학에서는 의복이라는 대상에 대한 인지자의 연상, 시각적 평가 및 선호 등을 측정하는데 이용되고 있다고 하였다.

박선영(1998)은 의복스타일에 대한 선호도와 직접적인 구매는 개인의 심리적·신체적·환경적 측면과 상호관련이 있고 의복스타일에 대한 개인의 취향은 타고난 개인의 성격과 후천적인 환경과의 상호작용에서 형성된다고 하였다. 따라서 의복스타일은 타인과 만났을 때 첫 인상을 형성하는 중요한 표현수단이 될 수 있으며, 의

복의 유행성, 의복이미지, 매력 성, 신체 노출 정도를 포함하고 있는 의복스타일에 따라 우리는 사람들의 인상을 다르게 지각하기도 한다.

장혜원(2000)은 의복과 화장의 일반적인 지각이론에서 색은 가장 눈에 띄는 요소로서 개인 자신을 표현하는 데에 효과적으로 사용되고 있다고 하였고, 大坊郁夫(1996)는 신체에 대한 채색은 가장 직접적인 미적 표현방법으로서 자기 만족감을 주는 수단이며 타인에게 자신의 이미지를 전달하는 방법이 된다고 하였다. 이는 얼굴 각 부분에 따라 사용된 색조화장품의 색채 선택이 사람의 기호나 미의식과 강하게 연결되어 있어 색조 화장품 구매동기를 직접적으로 좌우한다고 할 수 있을 것이다. 최근 향장업계는 색채연구소를 개설하여 메이크업 전문가와 함께 색상 선호도 연구 등 실증적인 자료를 토대로 한 색조 화장품 출시가 붐을 이루고 있는데, 메이크업 색조 전문제품의 마케팅을 위해 국내화장품 사업부는 대학의 색채디자인 연구소와 공동으로 메이크업 색채를 개발 하여 한국인의 피부와 기호에 맞는 선호 색상을 다양하게 개발하였다. 이러한 색조화장품은 단순한 컬러뿐만 아니라 소비자들의 구매 심리 등을 파악하여 이를 마케팅과도 연계하고 있어 색조 화장품 색채 사용의 중요성을 인식시키는 새로운 계기를 마련하고 있다.

여성들은 조화로운 화장이 아름다움과 스스로의 표현인 동시에 피부보호를 위한 도구이며, 생활에 있어서 예의라고 생각하는 경향이 높고, 특히 사회생활을 하는 경우에 필요성을 높이 인식한다(이승신, 김시월, 1996, pp. 1-66). 일본의 20대와 30대 여성 5백 명을 대상으로 실시된 조사에 의하면 지출 금액 가운데 3위가 화장품으로 나타나며, 대다수의 여성들이 색조화장을 하지 않으면 심리적인 자신감이 감소한다고 나타났다(주간 장업신문, 2001, 8, 30). 이는 경제발전에 따른 생활수준의 향상으로 색조화장이 토탈패션(total fashion)의 하나로 중요하게 인식되고 있으며, 개성적인 자아상의 표현이나 개인적인 생활양식을 상징하는 욕구 충족의 방법으로 인식되고 있다는 것을 보여준다. 따라서 여성들은 상황에 따라 자신의 외모를 아름답게 가꾸음으로서 자신감을 갖고 사회생활을 할 수 있으며, 화장을 통해 타인으로써

터 자신의 평가를 높일 수 있는 만족감을 얻을 수 있으리라 생각 된다.

Benedict(1971)는 우리의 몸은 문화를 표현하고 있으며 몸의 이해는 사회 구조를 반영하므로 신체 중에서도 가장 시각적인 효과가 높은 얼굴이 인간관계에 가장 중요한 역할을 한다고 하였다. 타인과 만났을 때 제일 먼저 중요한 단서가 되는 ‘얼굴’은 서로의 관계를 발전시키는 과정에서 그 외의 요인과 연관되어 그 사람을 표현하는 수단으로서 점점 중시되어 간다(Ikuo Daibo, 2002, p. 228). 얼굴을 이상형으로 개선하기 위한 다양한 수정 메이크업에 관한 예를 제시한 Tayler (1993)는 개인이 가지고 있는 얼굴의 특성 즉, 전체적인 형상과 골격, 피부색, 얼굴의 각 부위(눈썹, 눈, 코, 입술 등)에 따라 부분별로 색상의 명도와 채도, 선의 형태를 이용하여 이상적인 메이크업이 가능하다고 하였다. 이는 사람마다 각기 다른 얼굴의 세부적인 특성은 색조화장의 색채 선택에 있어 크게 영향을 미치는 아주 중요한 요인이 되며, 자신만의 개성적인 메이크업을 위해서는 얼굴의 세부적인 특징을 아는 것에서부터 시작되어야 한다는 것을 의미한다.

장인일(1998)은 색조화장 집단을 기본 인식형, 개성적 화장 추구형, 합리적 생활 추구형, 의식적 화장추구형의 4 집단으로 나누고, 화장품 품목별 사용 빈도를 조사한 결과, 립스틱 사용은 기본 인식형이 가장 높았고, 아이섀도 사용은 개성적 화장 추구형이 가장 높았다. 이는 화장태도를 통한 자기표현에 대한 의미를 부여한 것으로 볼 수 있으며, 아이 섀도와 립스틱이 대부분의 여성들이 사용하는 기본적인 색조 화장품이라는 국내외 연구와도 일치하는 경향을 보이고 있다.

화장에 관한 국외의 심리학적인 연구는 20세기 중반에 그 전조가 나타나 20세기 후반에 눈부신 발전을 거듭했으나(이화순, 2002, p. 3), 대부분의 화장 연구는 화장 문화에 대한 역사와 조형성을 중심으로 한 연구(김희숙, 1998; 박보영, 1997; 신지현, 2003; 전완길, 1987), 효과적인 화장 색에 대한 연구(박정혜, 2003; 이명선, 2003; 이정미, 2002; 한보현, 2003), 화장 이미지 지각과 표현에 관한연구(강진희, 2003; 권경애, 2000; 이연희, 2001; 최희자, 2003), 화장에 따른 심리적 기대효과에

관한연구(문혜경, 2002; 이화순, 2002; 조기여, 1997)가 대부분으로 의복스타일과 화장태도에 따른 색조 화장품 선호 색채연구는 아직 이루어 지지 않고 있다.

따라서 본 연구에서는 한국 여성의 선호 의복스타일과 화장 태도를 동질적인 집단으로 분류하여 색조화장 이미지에 많은 영향을 주는 눈 화장과 입술 화장을 중심으로 그에 따른 다양한 색조 화장 색채를 파악하고, 눈과 입술 형태에 따른 색조 화장품 선호색을 분석하여 여성들이 선호하는 실질적인 색조 화장품 선호색을 규명하여, 지금까지 화장품 색채 정보의 대부분을 외국의 정보에 의존하거나 판매 실적 정보에 의존하고 있는 실정인 우리나라 색조 화장품 색채 기획 시 보다 소비자의 요구에 부응하는 화장품 색채를 위한 효율적인 기초자료로 제시하고자 한다.

## 2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 의복이미지와 화장 태도에 따른 색조화장품 선호색을 밝히고, 눈과 입술형태에 따른 색조화장품 선호색을 밝히고자 하였다. 본 연구의 구체적 내용은 다음과 같다.

첫째, 의복스타일에 따른 의복이미지와 화장태도 요인을 각각 알아본다.

둘째, 선호 의복스타일과 화장태도에 따라 집단을 분류한다.

셋째, 선호 의복스타일 집단에 따른 화장태도의 차이를 알아본다.

넷째, 선호 의복스타일 집단과 화장태도 집단에 따른 아이섀도와 립스틱의 색 선호도를 알아본다.

다섯째, 입술과 눈 형태에 따른 아이섀도와 립스틱의 색조 화장품 색 선호도를 알아본다.

### 3. 용어 정의

본 연구에서 사용된 용어들은 다음과 같은 의미로 사용하였다.

1) 색조화장 : 색조 화장품은 피부에 사용하는 베이스 메이크업(base make-up: 메이크업 베이스, 화운데이션, 파우더 등)제품과 매니큐어(manicure)제품을 포함한 포인트 메이크업(point make-up: 아이섀도, 아이라인, 마스크라, 립스틱, 볼터치 등)제품으로 크게 나눌 수 있으며, 이러한 제품의 색채를 사용하여 자신을 돋보이게 하기 위한 행위를 말한다. 그러나 본 논문에서는 아이섀도, 립스틱 화장에 국한하였다.

2) 화장태도 : 개인이 평소 색조화장에 대해 가지고 있는 전반적이고 지속적인 특성에 따라 화장하는 스타일을 말한다.

3) 아이섀도(eye shadow) : 눈꺼풀에 칠하여 눈매를 돋보이게 하는 색조화장을 말하며 아이섀도, 아이 샤도우 등 여러 가지로 표기 되고 있으나, 본 연구에서는 국립 국어연구원의 표준 국어 대사전에서 제시한 ‘아이섀도’라 하였다.

## Ⅱ. 이론적 배경

### 1. 의복이미지

대인관계에 있어 우리는 잠시 동안 어떤 사람을 보게 되어도 그 사람에 대하여 광범위한 특징들을 판단하는 경향이 있다. 이때 타인에 신체적 외모가 갖는 고정 관념은 중요한 단서로 작용하게 되는데 강혜원, 이주현(1990)은 의복스타일에 따라 품위, 지적능력, 전문적 이미지, 접근가능성 등이 다르게 평가된다고 하였다. 이러한 의복을 착용하는 행동을 통하여 유행을 반영하는 몸치장으로 표현된 전체 분위기를 의복이미지라 한다(김영인, 1992, pp. 299-314). 따라서 한 가지 의복스타일을 착용한 사람을 보았을 때, 그 의복을 착용한 사람은 어떠한 사람일 것이라고 느끼는 이미지를 의복이미지라 할 수 있다.

이미지란 라틴어의 ‘Imago’(닮아있는 것, 像)에서 유래된 것으로 이는 ‘모방하다’라는 뜻을 지닌 ‘imitari’와 관련된 것으로 인간의 마음속에 그려지는 사람이나 사물의 감각적 영상을 가리키며, 주로 시각적인 구성의 모든 요소를 통합한 전체를 의미하고 분위기, 감각 및 연상 등의 의미로 재 표현 될 수 있다(前田勇, 1980, p. 50). 따라서 하나의 이미지가 존재하려면 우리 몸의 감각(오감) 기능이 작용해야 하는 것과 동시에 우리의 지각작용을 필요로 한다. 의복의 이미지는 형태, 색, 재질 등에 따라 달리 전달되기도 하며, 사회 문화적 규범이나 개인의 특성에 따라 의복의 인지도와 선호하는 의복 특성이 다양하게 나타나게 되어, 착용자의 개성이나, 역할, 태도, 분위기 등을 타인에게 보여줌으로써 인간의 의사소통에 매우 중요한 역할을 한다. 그러므로 자신이 전달하고자 하는 사회, 심리적인 이미지를 먼저 파악한 다음 의복을 착용하는 것이 바람직하다.

사람들은 살아가면서 이미지를 변화시킬 필요성을 느끼게 되는데, 이는 다른 사

람의 인정을 받거나 신뢰성을 회복하기 위하여 자신이 남에게 인지되는 관점을 변화시킨다는 것을 의미하며 의복을 통한 방법이 가장 많이 활용되고 있다. 따라서 개인은 의복에 대한 다양한 역할을 고려하고, 이것들을 최상으로 연결 시켜 개인적이고 독특한 방식으로 자신의 생활에 맞는 이미지를 창조해 내며 살고 있다(이운주, 1999, pp. 10-11). 선호 의복이미지는 착용 자가 의복을 입음으로서 얻고자 하는 의복이미지 라고 할 수 있다. 이러한 선호 의복이미지는 ‘내가 원하는 의복이미지’로서 근본적인 개념은 의복이미지와 같다고 할 수 있으며, 의복이미지와 선호 의복이미지가 따로 분리되는 것이 아니라, 의복이 어떤 이미지를 담고 있는지를 알게 되면 선호 의복이미지는 저절로 파악되는 것이다(박정혜, 2003, p. 27). 의복스타일에 대한 연구는 1970년대 이후부터 시작되었으며, 대부분의 연구자들은 의복의 느낌에 따라 몇 가지 의복스타일로 분류된 자극물을 제시하여 지각자의 내적 측면을 밝히는 방법으로 사용하고 있다. 이는 구체적이고 감성적인 이미지의 전달이 가능하여 직감적이면서도 동시에 파악될 수 있으므로, 디자인 과정에서 유용한 시각적 사고를 가능하게 한다.

김하니(2001)는 우리가 알고 있는 것의 85%가 눈을 통한 것이므로, 시각적 이미지는 언어적 이미지보다 전달 효과가 크다고 하였고, 디자이너는 일단 정립된 어떤 개념을 충족시킬 수 있는 시각적 형태를 찾아내기 위하여 그 개념에 부합되는 여러 가지의 시각적인 이미지들을 머릿속으로 떠올리며 제품의 형태를 구체화시켜 나간다고 하였다(이운주, 1999, pp.10-12, 15).

의복으로부터 받는 시각적인 느낌을 객관적으로 측정하는 데에는 어떤 지각 대상이나 개념이 다차원으로 구성된 의미 공간을 소유하고 있다고 가정한 양극 의미 미분척도가 자주 사용되어져 왔다. 의미 미분법은 수많은 개념들의 의미를 적절하게 표현한 형용사와 그 반대적인 뜻을 지닌 형용사가 쌍을 이루어 구성되어져 있으며 각각의 형용사들 간의 상호관계를 요인분석에 의해 분석하여 그 구성요인을 결정하고 있다(Osgood, 1957, p. 37). 의복이미지와 관련된 연구는 의복의 종류나,



의복의 시각적 표현의 다양화에 따른 의복 자체나 착용된 의복 또는 선호하는 의복이미지를 평가 분석한 것이 대부분이다. 이는 의복스타일을 제시한 후 이에 따른 이미지를 평가하는 방식으로, 각 연구마다 사용된 평가 용어 또한 다르게 구성되어 있다. 단일차원 이미지로는 마른, 젊은, 작은 등과 같이 한 가지 특성에 의한 이미지들로 표현되며, 복합차원 이미지는 품위 있는, 현대적인, 활동적, 세련된 등의 복합적이고 추상적인 형용사로 분류된다.

본 연구에서는 이호정(1993)등의 연구에서처럼 여성들이 추구하는 이미지 분류를 성숙한-발랄한, 여성적인-남성적인, 도시적인-전원적인, 세련된-소박한 등의 형용사를 좌표 축 양극에 두고 분류했으며, 의복스타일로는 feminie-mannish, classic- Sportage 등의 스타일을 의복이미지 변인으로 분류 하였다.

의복이미지로 의복스타일을 분류한 해외 연구를 살펴보면 Sweat, Zenter(1985), Forsythe, Drake, Cox(1984)는 의복이미지를 남성적-여성적 이미지로 대별해서 사용했으며, Damhorst(1985)는 ‘포말-캐주얼’로 분류하였고, Paek(1986)은 ‘보수적인-대담한’, ‘드레시-캐주얼’로 분류 하였다. 의복스타일을 분류한 우리나라 연구를 살펴보면 정인희(1992)는 의복이미지 구성요인을 6개로 추출한 후 의복이미지 평가차원을 ‘남성적-여성적’, ‘단순적-장식적’, ‘전원적-도회적’의 3차원으로 제시하였고, ‘남성적-여성적’이미지가 가장 기본적 분류기준이 된다고 하였다. 오현정(2001)은 ‘캐주얼’, ‘스포티’, ‘여성적’, ‘우아한’, ‘강렬한’등으로 의복이미지를 분류하여 연구하였으며, 이명희, 이미연(1993)은 상대적인 의복이미지를 갖는 ‘수수한-화려한’, ‘현대적-고전적’, ‘남성적-여성적’이미지의 3가지 요인으로 분류하여 이들 선호도 요인과 개인의 가치관 유형과의 관계를 파악한 결과, 학력이 높을수록 화려한 이미지를, 학력이 낮을수록 수수한 이미지, 고전적 이미지를 선호 하였으며, 30대가 40대 보다 화려한 이미지와 남성적 이미지를 더 선호한다고 하였다.

이미지에 대한 이상의 연구에서, 의복스타일을 구성하고 있는 이미지 요인은 대부분 여성적, 남성적, 품위성, 활동적, 세련성 등이 많이 포함되어 나타났다. 선행연

구들에 나타난 의복이미지 용어들을 정리해 보면 <표 1>과 같다.

<표 1>국내 선행 연구에 나타난 의복이미지 용어

연구자 용어	정 인 희 (92)	이 이 은 명 애 희 (92)	장 은 영 (93)	이 은 령 (95)	최 고 일 애 경 란 (95)	김 현 주 (96)	이 임 미 숙 현 자 (97)	임 이 숙 지 자 형 (97)	김 이 질 훈 순 자 (98)	김 일 분 (98)	황 나 진 영 숙 주 (99)	김 은 숙 (00)	김 고 홍 영 애 희 인 란 숙 (00)	오 현 정 (01)	정 은 영 (01)	박 중 희 (03)	박 정 혜 (03)
여성적		○	○	○	○	○		○		○	○			○	○	○	○
우아한								○					○	○			○
현대적	○									○					○		
지적인					○				○			○	○		○		○
세련된							○					○			○	○	○
섹시한					○				○				○			○	○
낭만적													○			○	○
품위성		○					○	○		○			○		○	○	○
드레시한		○						○							○		
고상한							○							○	○		
고급스러움								○							○		○
화려한	○				○	○		○									○
부드러운						○		○			○				○	○	○
활동적인		○			○				○	○			○			○	○
스포티한								○				○		○			
발랄한						○		○	○				○	○			○
도회적	○			○									○		○		
전원적	○			○													
남성적인			○	○	○	○		○			○					○	
보수적인			○		○										○	○	
클래식한					○			○	○			○			○		
캐주얼			○			○		○				○		○			

## 2. 화장

화장은 서구의 메이크업(make up), 페인팅(painting), 토일렛(toilet), 드레싱(dressing) 또는 프랑스의 마키아쥬(maquillage)등으로 사용되고 있으며, 화장품은 영어의 ‘코스메틱’(cosmetic), 프랑스어의 ‘코스메띠끄’(cosmetique), 독일어의 코즈메틱(kosmetic)인데 이들의 어원은 ‘잘 정리하다, 잘 감싸다’라는 의미의 그리스어 ‘코스메티코스’(cosmeticos)이다. 이는 무질서와 혼돈을 의미하는 ‘카오스’(chaos)의 반대 개념인 코스모스(cosmos)에서 유래하고 있으며, 화장이 인간의 아름다운 것을 더욱 아름답게 가꾸어 보기 좋게 해주는 질서 정연한 실용적인 의미를 지니고 있음을 알 수 있게 한다. 우리가 현재 쓰고 있는 ‘화장(化粧)’이란 용어는 개화기 이후 일본으로부터 유입된 단어로 가화(假花), 가식(假飾), 즉 거짓 꾸밈이라는 의미를 내포하고 있다. 현재 보편적으로 쓰이는 화장은 ‘분·연지 등을 바르고 매만져 본래 타고난 얼굴을 곱게 꾸밈’ 또는 ‘머리나 옷의 매무새를 매만져 맵시를 냄’으로 정의 할 수 있으며, 화장이라는 용어와 메이크업이라는 용어를 함께 사용하고 있다(전완길, 1987, pp. 16-18). 우리의 화장 문화는 20세기 전까지는 화장품의 원료 구입, 제조 방법 등의 한계로 보편화가 되지 못하고 상류층이나 특수 계층의 여성들의 전유물로서 사치와 신분의 차이가 반영된 문화였다. 6.25 전쟁 후 산업화와 대중매체의 발달을 통해 다양한 외국의 유행 스타일이 도입되었으며, 1980년 컬러 TV의 보급과 1988년 서울 올림픽을 계기로 세계화, 개방화가 급속히 이루어져 뉴욕, 파리, 밀라노의 유행이 서울에서 동시에 진행되고, 화장과 코디 연출 강좌에 대한 다양한 연령층의 폭발적인 관심은 화장에 대한 전문직을 배출하게 되어 화장은 이제 자신의 아름다움을 가꾸는데 그치지 않고 전문직 여성의 사회 진출에도 도움을 주게 되었다(이은임, 2000, p. 95).

春山行夫(1976)는 메이크업은 17세기 초 영국의 시인 리처드 크라쇼라는 사람이 최초로 사용한 용어이며, 그 기본적인 뜻은 화장품을 사용해서 여성의 매력을 효과

적으로 높이는 것이라고 하였다. 이러한 화장의 범위는 기초 피부 화장품과 파운데이션이나 파우더(백분)와 같은 피부표현 색조화장품, 아이섀도, 립스틱, 아이라이너, 마스크라, 볼터치 등의 부분 색조 화장품을 사용하는 행위로 나눌 수 있는데, 화장은 피부제품과 부분 색조 화장품을 전체를 포함하는 보다 광범위한 개념으로 볼 수 있다. 그러나 실생활에서 세안 후 사용하는 스킨이나 로션을 바르는 화장행위에 대해서는 ‘화장 한다’보다는 ‘화장품을 바른다’로 표현하고 있으며, 파운데이션, 립스틱, 아이섀도 등으로 색채를 나타내는 화장품에 대해서는 ‘화장 한다’, ‘메이크업 한다’로 사용하고 있다(이연희, 2001, p. 13).

김희숙(2000)은 화장 문화는 신체 특히 얼굴의 중심으로 색과 향을 부여하고 잘 조화시켜 외형적인 아름다움을 표현하는 미적 가치표현 행위로서 복식과 같이 항상 변화되어 왔으며, 표현할 수 있는 부분이 얼굴로 제한되어 있지만 가장 변화하기 쉬운 부분이기 때문에 복식보다 화장스타일에 먼저 변화가 일어나게 되어 사회 문화의 또 다른 표현 수단이 된다고 하였다. 따라서 화장은 얼굴을 인위적으로 표현하는 것으로 유행, 시대, 지역에 따른 차이와 문화의 영향이 크다고 할 수 있으며, 얼굴은 보는 사람의 눈에 따라 그 기준이 다르고 화장에 의해서 강조되거나 흐려지게 되기도 한다(Ikuo Daibo, 2002, pp. 223-224). 이러한 화장의 가장 기본적인 요소는 색, 질감 및 형태이며, 먼저 색의 성격을 잘 이해하고 자신에게 어울릴 수 있는 색을 찾아내는 것이 중요하다. 질감은 시간(time), 장소(place) 및 상황(occasion)에 따라 달라지는 것으로, 촉촉한 느낌, 광택, 윤기, 빛(일루미네이션), 보송보송한 느낌을 말한다.

Dichter(1960)는 화장품 사용의 심리적 요인은 근본적으로 미의 추구에 있으나 이는 단순히 미를 추구하는 수단으로 그치는 것이 아니라 개인의 생활 그 자체에 깊숙이 침투되어 있는 것이며, 심리학적으로 자기 만족감의 추구, 자기 개성의 실현 및 자신의 자아감각을 높이는 이상적인 이미지의 추구에 있다고 하였다. 이는 화장을 하는 이유가 자신의 개성을 살리고 아름다워지기 위한 미적표현 외에도 피

부보호, 얼굴의 단점커버, 타인에 대한 예의 등을 들 수 있으며, 단순히 미적인 부분만 담긴 것이 아니라 효과적인 이미지 표현에 대한 기대가 포함되어 있음을 알 수 있다. 따라서 화장은 그 시대 문화가 지닌 이상적인 아름다움을 반영하는 거울과 같은 것으로 일상생활에서의 화장만을 의미하는 것에서 벗어나 다른 사람과의 관계 등을 고려하는 행위로 까지 변화하게 되었으며, 우리는 때로 메이크업 표현방법에 따라 사람을 평가하기도 한다. 그러나 최근 메이크업 유행의 가장 큰 특징은 어떠한 형식(패턴)의 정석이 없으며, 과거로의 회귀를 꿈꾸는 레트로(retro), 화려하고 다채로운 포크로어(folklore), 미래지향적인 첨단 소재와 기능이 두드러지는 퓨처리즘(futurism)등 이질적인 모습이 공존하고 과거와 미래가 융화된 퓨전(fusion)의 형태로 나타나고 있다(이선주, 1999, p. 80). 따라서 20세기 전반까지 색조화장품은 단순히 꾸미는 목적으로 쓰였으나 매스미디어가 발달하고 개성화, 다양화를 추구하는 21세기의 현대인들은 피부의 결점을 제거하고 피부의 노화방지 및 아름다움을 동시에 표현하는 목적으로 그 용도가 변화되어 이른바 ‘기능성 제품 화장 문화’를 형성하게 되었다.

이러한 선행연구를 통해 최근의 화장 형식은 다양한 색채와 형식, 소재들을 자유롭게 사용하여 독특한 이미지가 연출되고 있으며, 화장품 브랜드들도 매 시즌마다 개성이 강조된 기존의 틀을 깨는 새로운 메이크업 패턴을 제시하고 있어 오랜 기간을 주기로 바뀌었던 화장의 유행은 이제 그 기간이 짧아져 다양한 화장형태가 공존하고 있음을 알 수 있다.

### 3. 색조화장

#### 3.1 색채

색은 각기 고유의 성격과 감정을 지니고 있는데, 그것은 시각적인 착시(visual illusion)가 아닌 심리적인 효과이다. 색의 고유성은 우리들의 오랜 경험에서 나온

것이며, 색에 대한 무의식적이고 반사적인 반응에 의해 생겨난 효과이다(Davis, 1980, pp. 142-143). 이는 사람들이 색채를 인식할 때 주관적인 판단에 따라 감성적으로 해석을 하게 된다는 것을 염두에 두어야 한다는 말이며, 몇 가지의 색들을 마치 한 가지 색처럼 볼 수도 있고 한 가지 색을 여러 가지 색으로, 한 가지 색으로 인해 전체를 다른 색으로 볼 수도 있다는 것을 뜻한다. 따라서 색채 이미지란 사람들이 색채에 관해 간직하고 있는 표상이며 색채를 인지할 때 눈을 통해 뇌에 지각하는 과정을 거치는 단계에서 주관적인 판단에 따라 감정적으로 해석을 하게 되는 것이라 할 수 있다.

이러한 색채 이미지는 언어로 표현되지만 색채에 대한 인간의 반응은 특성화된 감각적 속성을 가지며, 그러한 정서적 반응은 각 색채에 대한 과거의 경험이나 학습 또는 특별한 느낌이나 사건 등과 관련되어 있다(Walker, 1991, p. 21). 색에 대한 인상은 색에 따라 다르지만 개인적인 감성과 구체적으로 연결되어 있고 그에 따른 감성도 다양하다고 할 수 있다. 따라서 색채의 작용에 의한 색채 심리는 색상에 따라 주목성이나 거리감, 면적 등이 심리적 판단에 미치는 색채의 영향을 달라지게 하기도 하는데 같은 모양, 같은 크기라도 색에 따라서 크게 보이기도 하고 작게 보이기도 한다(박상호, 1993, pp. 106-111).

이수연(2001)은 색채가 우리의 감정이나 기분에 미치는 효과를 실생활에 적용하면 색채조절(color conditioning)과 색채요법(color therapy)을 실시할 때의 색채와 개인적인 감성의 관계는 저마다의 개인차가 있지만 어느 정도의 보편성이 있다고 하였다.

색채영역을 구분하는 기준을 선정하는 데는 색채의 물리적, 화학적, 사회·문화적, 심리적 특성 등이 복합적으로 작용하기 때문에 무수히 많은 각각의 색채에 대하여 정확한 색명으로 표현하는 데에는 한계가 있다. 따라서 우리는 색의 연속으로 이루어져 있는 색채 공간(color space)의 한정된 범주(category)를 구분하여 색명으로 표현하고 있으며 베이지(baige)색은 미 표백, 미 염색의 뜻을 가진 원모로 전

모직물의 색에서 유래된 색명으로 1915년 미국의 SCCA(Standard Color Card of America)에 제시된 기본색 중 하나이다. 베이지(beige)색의 영역은 중·고명도, 저채도 영역의 회색 띠 Y계열 색채라 할 수 있으며, 이때 10YR ~ 2.5 Y색상에 포함되는 경우 고 명도는 크림(cream)색으로, 중간명도는 베이지 색으로, 저 명도는 브라운(brown) 색으로 구분하고 있다(원경미, 김영인, 2001, pp. 39-41).

선호 색이란 개인이 좋아하는 색을 의미하고 개인에 따라 다르고 상황에 따른 주관적인 색을 의미하며, 이는 시대의 조류나 연령의 변화에 의해 정체되지 않고 꾸준히 변하는 것이기도 하다. 따라서 색의 심리를 활용한 어떤 색의 화장을 하느냐에 따라 색채의 조화·선호(選好)·감정효과가 다르다(문미엽, 2000, p. 16). 예를 들어 색조 메이크업의 색상배색에 따른 로맨틱 이미지는 달콤하고 부드러운 느낌이 있는 여자다운 이미지를 말하는데, 이러한 이미지의 색상은 파스텔 조의 엷은 색이나 보라 계열 중에서도 밝은 색조들이 여기에 속한다고 말할 수 있으며, 쉬크 한 이미지는 지혜로움과 세련된 독창성이 조화된 이미지를 말하는 것으로, 배색의 대부분이 깊은(deep)색조로 약간 짙은 보라색과의 탁 색을 조합하여 사용된다(김은경, 1996, pp. 50-56, 226-234). 이는 얼굴 각 부분에 따라 사용되는 화장의 배색으로 자신의 이미지를 때와 장소와 상황에 따라 긍정적으로 보이게 할 수 있을 것이다.

이러한 화장에서의 색채는 시각적 이미지 효과가 매우 중요하며 화장의 모든 색상은 무채색과 유채색의 두 가지로 구분되고 있다. 무채색의 속성은 오직 명도 차에 의한 흰색과 명도 차에 의한 여러 단계의 회색과 검정으로 나눌 수 있고 유채색은 각 각 고유의 색상을 나타내게 되는데 이들 색은 색조에 따라 다양한 색상을 내게 되는 것이다. 이러한 각각의 색채는 색상, 명도, 채도로 표현할 수 있으나 이들을 분리하여 구체적인 색의 이미지를 떠올리는 것은 상당히 어려우므로 이것을 이미지 감각으로 이해할 수 있는 쉬운 색의 표현방법이 색조(tone)이다.

색조체계의 기본 개념은 ISCC-NBS(국제 색채 협의회 - 미국연방 표준국

International Society Color Council - National Bureau of Standard)색명 법에 기초한 것으로 색상은 달라도 각 색조의 색조 영역을 표현하는 형용사 언어는 몇 개의 범위 내에서 비슷한 패턴으로 표현되고 있는 것에 착안하여 각 색상에 같은 형용사가 부여된 영역은 하나의 색조 영역으로 분류하는 것이다(ARI, 1997, p. 7).

색조 체계는 물리적 색채 계와는 다른 심리적 색채계로 색을 감각적이고 심리적인 측면으로 의사소통하고 표현해야 하는 디자이너가 보다 활용하기 편리하도록 단순화 시킨 체계라고 할 수 있다. 또한 PCCS(Practical Color Coordinate System) 색조 분류는 일본의 색채연구소에서 실용화된 색조 체계로 우리나라 패션업계에서도 많이 활용되고 있는 한 색조체계이며 한국 공업규격인 KS에도 계통 색 이름이라는 항목으로 색조체계가 규정되어 있다. 이러한 색조는 명도와 채도의 통합된 개념으로 색조에 의한 색채표현은 구체적인 이미지 감각으로 이해할 수 있는 장점을 가지고 있다(이윤주, 1999, pp. 10-11).

색조의 이미지 표현을 보면 페일(pale), 라이트(light), 덜(dull), 라이트 그레이쉬(light grayish)등은 밝고 채도가 낮으며 색상이 난색 계통일 때는 부드러운 느낌을 주고, 강한(strong), 깊은(deep), 한색 계통의 그레이쉬(grayish)등 중명도 이하에서 채도가 높고 색상이 한색 계통으로 기울어진 색일수록 딱딱한 느낌을 준다(김학성 1995, p. 125). 유행 예측 색에서도 전체적인 이미지를 전달함에 있어 색상과 색조의 두 가지 관점에서 제시하고 있지만, 색상보다는 색조에 의해서 그 이미지가 더 중심적으로 표현되고 있다(김영인, 이현주, 이윤주, 1999, pp. 23-29). 이는 색상이 다르더라도 톤이 정해져 있으면 일정한 이미지를 정확히 전달하므로 색조는 효과적인 색채의 표현으로 적합하다는 것을 말한다.

이러한 톤은 명도와 채도의 복합 개념이며 동일한 색상에서의 명암, 강약, 농담 등의 차이를 말하고, 모든 색은 밝기가 변하면 색의 순수함도 동시에 변하여 색채의 성격을 바꾸게 된다. 선명한 색조의 자주색에 명도를 높이고 채도를 낮추어서 연하게 만들면 연약하고 차가운 느낌의 분홍이 된다. 이는 같은 색상을 지닌 색이



라도 톤(tone)의 변화에 따라 하나의 색상이 여러 가지 느낌을 줄 수 있다는 것을 의미한다.

이상의 선행 연구를 통해 색의 인상은 색에 따라 판단기준이 다르고 그에 따라 느끼는 사람들의 감정이나 효과도 다양하다는걸 알게 되었으며, 색조 화장품의 색채 선호도 조사에서는 일반적으로 색채를 기억하기 쉽고 색상의 범위를 지적하기 쉬우며 이미지를 반영하기 쉬운 색조분류법에 의한 색채 군을 제시하는 방법이 매우 효과적이라 생각된다.

### 3.2 색조화장

인간이 기본적으로 타고난 외모가 형태라면 거기에 조화로운 색채를 배색하여 완성되는 것이 색조화장이다. 우리는 화장에 표현된 색과 질감 및 형태로 사용자의 내적 표현뿐만 아니라 성별, 연령, 성격 등을 구별하기도 하며, 색조화장품의 사용으로 외모를 돋보이게 하거나 자신을 색다른 모습으로 변화시켜 주기도 한다. 이러한 색조화장은 두 가지 이상의 색채가 서로 영향을 줌으로서 미적 효과를 나타내어 화장의 목적을 이루게 되며, 색채가 주는 감성으로 인해 자신의 이미지를 전달할 수 있다(김희숙, 이은임. 1996, pp. 22-26, p. 300).

지구상에 존재하는 대부분의 부족들이 나뭇잎, 깃털, 문신, 바디 페인팅 등을 이용해 외모를 장식했으며, 원시인류가 동료들로부터 구분되고 싶은 욕망과, 용맹의 상징 등으로 표현된 안면 채색은, 일정기간 계속되어 리듬감과 형식이 생기게 되었다(Lester, 1970, p. 9). 고대 이집트나 그리스의 안료 사용 기록을 보면 색조화장의 기원이 오래 되었음을 알 수 있으며, 색조화장은 외부 환경으로부터 피부를 보호하여 노화를 방지하려는 생리학적 건강 유지의 역할을 위한 것이었다(Payne, 1965, p. 31).

그러나 오늘날 색조화장의 다양한 표현은 아치형으로 약간 구부러진 눈썹과 윤기 나는 빨간 입술, 매끄럽고 윤기 나는 부드러운 아이섀도, 충분한 마스카라를 칠

한 풍성한 속눈썹, 활력을 주기 위한 건강한 톤을 가진 파운데이션(유혹적 이미지)으로 제니 맨스필드, 배티 그래블, 마릴린 먼로 등의 화장을 통해 엿볼 수 있다(Aucoin, 1997, p. 125). 이러한 화장품 색의 표현적 요소는 개성이 강조되고 다양화 되면서 기존의 틀을 깨는 새로운 색조 화장 패턴이 제시되고 있는데, 입술이 강한 시대에는 대개 눈썹이 얇고 벌어지고 입술이 누드 톤이면 눈썹을 비롯한 눈 화장은 강해지는 경향을 보인다(이선주, 1999. p. 80).

최근의 색조화장은 사용 연령대가 점점 낮아져 중·고등학생들도 입술 화장을 하고 있으며, 이들을 겨냥한 제품을 편의점이나 슈퍼, 선물용품점에서 인기리에 팔리고 있다. 일본에서는 초등학교 4학년 이상의 여학생들 사이에 색조화장을 하는 것이 대단히 멋스러운 행동으로 인식되고 있다(SBS, 2002, 5, 20). 또한 세계적으로도 색조화장의 연령대가 점점 낮아져 십대들의 구매력이 높아지고 있다(Drug Store News, 1998. 3. 2). 이들 십대들은 학교중심의 생활 주기와 방학 등 여가 중심의 생활 주기로 구분할 수 있으며, 성장기 10대들은 이주기에 따라 제약을 받고 있어 성인들에 비해 경기에 덜 민감하고 미래의 화장품 고객으로서 관심의 대상이 되고 있으며, 최근에는 완구로서의 어린이용 색조 화장 제품이 각광 받고 있다.

남성들 또한 색조화장 시장의 잠재 고객으로 떠올라 일본에서는 이미 몇 년 전부터 일반 남성용 색조화장품이 대중적인 인기를 끌고 있으며, 인도에서는 남녀 공용으로 쓸 수 있는 립스틱까지 발매되었다(화장품신문, 2002. 3. 5). 그러나 우리나라에서도 현재 남성들의 피부와 외모에 관심을 갖는 남성들이 많아지면서 남성용 기능성 화장품이나 컬러로션이 등장하고 있으며, 최근 기초 화장품 중심이었던 시장에 팩, 스크럽 뿐 아니라 미백과 주름개선 등 기능성 화장품까지 종류도 다양화되어 ‘옴므’(Homme·프랑스어로 ‘남성’이라는 뜻)제품들이 대량 출시되고 있다(동아일보, 2004. 8. 12).

신체에 사용된 색은 때 와 장소와 상황에 맞춰 자신을 표현하는데 가장 적절하게 사용할 수 있게 한다. 따라서 해외 색조화장품 업체들과 우리나라 업체들은 계

절별로 다른 명도와 채도의 색상을 제안하고 있으며, 소비자들의 마음에 드는 색조라면 무엇이든 생산하기 시작하였다. 화장품 제조 기술의 발달로 인해 거의 모든 색상의 제품을 생산하는 것이 가능해짐으로서 계절이 바뀔 때마다 친편일률적인 색조화장 패턴을 제시하고 소비자들이 이를 따르는 식의 화장 문화가 사라져 가고 있다. 신수길, 황상민(1998)은 자기표현수준이 낮은 20대 여성 집단은 주로 빨강 계열과 가벼운 톤을 자기표현수준이 높은 20대 여성 집단은 자주 계열과 선명하고 밝은 톤의 립스틱을 더 소유하며 즐겨 사용하는 것으로 나타나 립스틱 색에 대한 선택에서 심리적 성격특성이 작용한다고 하였다.

원명심, 이명숙(1998)은 색채 화장품 색 선호 조사에서 립스틱의 색상으로는 브라운(65.3%), 빨강(15.6%), 와인(12.4%)의 순으로 나타나고 있다고 하였다.

2000년대에 와서 색조 메이크업은 새천년에 대한 희망으로 밝고 경쾌한 노랑, 그린, 블루 등이 인기색조 품목으로 등장하면서 M.A.C, Makeup Forever 등의 색조 전문 브랜드, Chanel, Guerlain 등의 전통적인 브랜드들이 젊은 층을 겨냥한 색조제품들을 출시하여 인기를 끌게 되었다. 이숙연(2000)은 IMF 한파와 함께 중명도 무채색 톤의 어두운 색조가 많았으나 2000년 봄에는 화사한 파스텔 색조가 되살아나고 있다고 하였으며 사회·경제적 상황이 여성들의 메이크업 색조에도 영향을 미친다는 것을 보여준다고 하였다.

이연희(2001)는 색조화장이 얼굴 이미지 지각에 미치는 영향에 대한 연구에서 실버 펄과 흰색은 봄·여름의 유행색이었으며, 그 빈도가 2000년에 최고치를 나타내었고, 회색은 1998, 1999 A/W의 유행색, 골드 펄은 1999, 2000년 A/W 이후부터 부각되는 유행색이라고 하였다.

김희선(2002)은 1972년부터 2001년까지의 색채화장품의 유행색채 특성을 조사하였는데 메이크업 전체 색채특성은 색상분포가 빨강(39.2%), 주황(25.8%), 자주(12.1%)의 순으로 나타났으며, 색조분포는 덜 톤(14.2%), 라이트 톤(14.0%)순으로 중채도, 중·고명도의 색조가 많이 나타났다고 하였다.

신향선(2002)은 색조화장 선호색 연구에서 아이섀도 색상은 핑크 계열과 블루 계열, 립스틱 색상은 핑크 계열과 브라운 계열이 높은 선호도가 나타난다고 하였다.

김효숙, 강인애(2003)는 2002년F/W 메이크업 유행색을 분석한 결과보다 명도와 채도가 높은 붉은 계열의 색을 사용하는 것으로 나타났다고 하였다. 이는 자신의 이미지를 구현하는데 보다 선명하게 자기표현을 할 수 있는 색상을 선호한 것으로 볼 수 있으며, 이러한 경향은 혈색을 보다 건강하게 표현해 줄 수 있을 것이다.

한보현(2003)은 성인여성의 화장 색에 관한 분석에서 메이크업의 전체 색상분포는 빨강(63.5%), 자주(11.3%), 주황(8.6%)순으로 빨강 계열색상이 많이 나타났다고 하였다. 아이섀도의 색상과 색조는 빨강과 라이트 톤, 소프트 톤이 가장 많이 나타나 산호색과 진달래색을 많이 사용하고 있으며, 투명 화장의 경향으로 자연스러운 색상과 색조가 사용된 것으로 보여 진다고 하였다. 립스틱 색상은 빨강(92.2%), 자주(5.2%)로 빨강이 90%이상을 차지하여 가장 많이 사용되는 중요한 색상임을 알 수 있었으며, 이러한 한보현의 연구 결과는 김희선(2002)의 메이크업 색채연구에서 나타난 주황(32.6%), 빨강(12.9%), 노랑(12.6%)순의 메이크업제품 색채경향에 비해, 빨강의 비중이 크고 보라 계열 색상이 더 많이 사용된다는 것을 알 수 있다.

최근에 출시된 립 제품의 선호색의 경향은 한국을 포함한 아시아와 유럽은 내추럴 한 컬러를 선호하여 오렌지나 선명한 핑크 계열, 핑크 베이지 브라운 계통의 립스틱이 인기를 모으면서 판매 수위를 기록했으며, 미국과 일본은 투명하고도 연한 핑크 계통 제품이 인기를 모으고 있다(Beauty Today, 2004, 3, 1).

이상의 선행 연구에서 색조화장은 자신이 원하는 방향으로 이미지를 조절해 타인에게 호감을 주고 의도된 이미지 연출에 중요한 역할을 하고 있으며, 이는 화장으로 표현된 색이 시각적 자극에 따라 인간의 감성을 조절할 수 있어 색조 화장품에서의 색채는 가장 중요한 요소라 할 수 있다.

### 3.2.1 눈 형태에 따른 색조 화장

얼굴에 색채를 더하는 화장은 사회적 이미지를 유지하는 수단(Thomas, Diane, 1982, pp. 4-14)이며, 大坊郁夫(1996)는 특히 눈과 입술 화장은 매력적인 인상을 만드는 중심이 된다고 하였다. 이인자(1996)는 인물의 특징은 매력성, 성공성 평가의 단서가 되며, 직업 추론을 가능하게 한다고 하였으며, 얼굴의 윤곽이 뚜렷하고 눈동자가 초롱초롱하며 눈매가 날카롭고 입을 다문 입술모양이 의지력이 있어 보이는 것이 매력과 성공, 사회적 신분을 높게 보이게 한다고 하였다.

이상적인 눈의 비율은 가로 길이는 얼굴의 폭의 1/5, 눈의 세로 길이는 가로길이의 3/1 이라고 한다(Tayler, 1993, p. 59).

이러한 눈의 형태에 따른 분류를 살펴보면, 전혜옥(1995)은 눈의 몽고 주름이 여부에 따라 1-6가지 기본형으로 분류하였다. 권경애(2000)는 눈 화장의 영향에 관한 연구에서 눈 형태에 따른 인상과 유형별 교정 테크닉은 눈의 크기, 쌍꺼풀의 유무, 미간 넓이, 안구의 돌출, 눈의 모양, 눈 꼬리의 모양, 짝 눈 등으로 분류하였으며, 김은정(2003)은 선 중심적 메이크업과 면 중심적 메이크업의 특징비교에서 눈의 골상은 알맞은 눈, 큰 눈, 작은 눈, 동그란 눈, 가느다란 눈, 눈두덩이 나온 눈, 눈두덩이 들어간 눈, 처진 눈, 올라간 눈, 짝 눈, 쌍꺼풀 눈, 외겹 눈으로 분류하였고, 이정은(2003)은 눈 형태에 따른 이미지와 유형별 화장기법 연구에서 사람들이 인지하고 있는 대표적인 눈의 형태를 크기, 형태, 방향, 눈두덩이 돌출에 따라 눈두덩이 나온 눈과 눈두덩이 들어간 눈, 쌍꺼풀의 유·무, 미간 넓이에 따라 구분하여 이미지 변화를 연구 하였다.

화장을 통한 여성들의 아름다움을 향한 욕구는 얼굴에 집중되지만 그중에도 눈 화장(50%), 입술(28%), 피부표현(22%)에 관심이 많다(이화순, 1992, p. 59).

이정은 (2003)은 얼굴의 이미지를 바꾸려고 할 때 이미지 변신이 가능한 부위로 눈과 눈썹(78.5%), 입술(12.5%)라고 하였으며, 눈 화장이 이미지 변화에 주는 영향으로 ‘아주 많다’가 54.5%, ‘많다’는 41%로 대다수 응답자들이 많은 영향을 준다고

하였다. 이러한 결과는 김봉인(1994)의 우리나라 여성들이 화장을 할 때 가장 신경을 쓰는 부분이 눈 화장이라는 연구결과와 일치하는 경향을 나타내고 있다.

따라서 색조 화장에서 가장 많은 이미지 변화를 줄 수 있는 부분은 눈 화장 화장의 역사는 고대 이집트에서 사회 계급이나 성별을 떠나 보편화되어 있었으며, 귀신을 쫓는 부적의 의미로서 점토광물의 일종인 공작석의 녹색 분말을 사용해 눈가에 발랐고, 검은 석탄 분말로 아이라인을 굵게 그렸는데 그 색채는 녹색, 옥색(aqua), 적갈색(terra), 검정색 제품을 사용 하였다. 이집트 시대의 눈 화장은 그 방법과 기술이 현대에 못지않았으며, 오늘날의 아이섀도는 아이펜슬과 아이라이너, 마스카라 등과 함께 발전하여 왔다. 사회 전반적인 영향으로 성장과 침체를 거쳐 현대적인 색조 화장의 형태를 갖추게 되었는데, Paquet(1999)에 의하면 1933년 시카고 대학 박람회시장의 쇼걸들이 화려한 눈 화장을 하면서부터 본격적으로 눈 화장이 부활되었고 현재까지 기술적으로 발전하였다고 한다. 1950년대 미국의 화장품 업계는 립스틱과 아이섀도를 최선의 의복 패션과 색채조화를 이루는 것으로 활발히 홍보하였고, 이후 1970년대 후반부터 지금까지 립스틱과, 아이섀도 화장과 패션은 색상·색조·채도가 다양해지고, 여성들이 그들의 피부, 기분과 경우에 따라 가장 잘 맞는 색채를 선택하는 것이 유행이었다(원명심, 이명숙, 2002, pp. 499-535).

우리나라의 현대식 화장법인 아이섀도나 아이라인 등이 도입된 것은 광복을 계기로 한 1940년대 직후였으나, 1960년대에 보편화되기 시작하였다. 1970년대 초기 화장품 소비자 대부분이 짙은 눈 화장과 입술화장에 대하여 거부감을 가져 포인트 메이크업의 색에 반발하였으나, 최초의 색조화장에 대한 계몽과 인식전환을 위한 메이크업 캠페인 광고는 주로 눈 부분과 입술 부분의 화장에 중점을 두었다(태평양, 1995, p. 223). 1970년대 후반부터는 입술과 눈의 건강한 표정 연출에 중점을 두었다. 환경공해에 대한 관심이 증가하고 자연 그대로의 아름다움을 중시하는 90년대는 사회적인 흐름이 반영된 색조 제품이 유행하게 되었다. 그러나 최근 A사 제품의 메이크업 패턴은 펄 입자 하나하나가 화려한 조명의 각도와 위치에 따라

다양한 빛과 컬러를 홀로그램처럼 연출해 눈가에 신비로움을 주고 입술에 시시각각 색다른 매력을 연출해 주는 것이 특징이다(CMN, 2003. 3. 5).

업계의 썰을 강조한 새도 메이크업 제품 출시 경향은 다양한 질감과 텍스처의 효과로 침체된 사회 분위기를 밝고 화사한 느낌으로 새롭게 연출하고, 트렌드 경향에 따른 투명 감을 강조하기 위해 빛을 이용한 것으로 보여진다. 최근의 오감을 자극하는 아이섀도의 제품인 A사의 “아이즈”는 크림타입과 파우더 타입 아이섀도의 중간단계 제품으로 달콤한 과일 향과 맛이 후각과 미각을 만족시키고, 색다른 질감 분위기가 소비자의 관심을 끌 것으로 전망 된다(CMN, 2004. 2. 18). 이러한 경향은 시각, 청각, 미각, 촉각, 후각 등 오감을 활용해 소비자들의 감성을 자극하는 수단으로 기능적 측면 보다 감성적 측면에 초점을 맞춘 마케팅 전략으로 볼 수 있다. 최근의 색조 화장 경향은 다소 과장 되거나 유행에 따른 누구나 비슷한 패턴의 눈 화장법도 점차적으로 사라지고, 자신의 이미지와 추구하고자 하는 인상을 위해 피부표현, 눈썹, 눈, 입술화장 모두가 세련되어 지고 있다(CMN, 2003, 12. 24).

그러므로 눈 화장은 눈의 형태와 위치에 따라 눈썹, 코, 입의 기본적인 구조를 파악하고 화장품의 색채와 질감을 이용하여 자신의 이미지를 상황에 맞추어 이상적으로 표현하는 것이 바람직할 것이다.

### 3.2.2 입술 형태에 따른 색조 화장

눈이 사람의 내면을 상징하는 부위라면, 입은 인간의 생존과 직결된 중요 기관이며, 성의 상징이라고 할 수 있다. 입술의 뽀뽀하거나 두터운 상태는 인류학 연구에서 중요한 요소이며 얼굴에 있는 표정기관 가운데서 가장 많은 근육으로 다양한 동적 표현이 가능하여 교양미, 건강미, 마음씨, 화장의 중요한 부분이다. 입술의 대소나 뽀뽀하고 두터움은 사람마다 얼굴의 면적에 비례해서 감각적으로 구분하게 되며 이는 시대에 따라 선호하는 경향이 달라지기도 한다(김용훈, 1994, pp. 79-82).

김성현(1992)은 관상학적으로 입이 감정과 의지를 직접 표현한다고 하였으며, 적

은 입보다는 큰 입이 좋고, 두꺼운 입술이 얇은 입술보다 인정이 있고 신의도 두텁다고 하였으며, 입술의 색은 빨간색이 최상이고 푸른색은 재앙을 창백하거나 검은색은 질병을 예지한다고 하였다. 또한 입술이 큰 사람은 대체적으로 호탕한 성격으로 행동력과 결단력이 뛰어난 지도자 형 이고, 입술이 작은 사람은 소심하고 투쟁력이 결여되어 있어 남의 위에 설 수 없지만 생활력이 강해 직장인으로서 성실성을 인정받으며 입술이 두터운 사람은 정이 많은 반면, 얇은 사람은 이해 타산적이며 자기 본위로 말이 많은 편이 특징이다(강일선, 2001, pp. 277-278).

박연희(2002)는 입술 메이크업을 위한 색채 연출 재료에서 입술 색은 피부색이나 메이크업의 전체적인 이미지와 입술의 형태, 두께, 크기와 이의 모양과 색에 따라 선택하여야 한다고 하였는데, 예전에는 비교적 작은 입술에서 아름다움을 느꼈지만 현대는 활동적인 여성의 이미지에 부합되게 큰 입술을 선호하기도 한다. 입술 화장의 유형으로는 입술 꼬리에서 중앙으로 향하는 라인의 형에 따라 스트레이트, 인커브, 아웃커브가 있다(강진희, 2003. p. 31). 일례로 섹시한 메이크업으로 유명한 배우 마릴린 몬로는 매력적인 입술을 위해 아웃커브 입술화장에 많은 노력을 기울인 배우였다. 양두병(1998)은 입술이 주는 미에 대한 의미가 화장법에 따라 변하는 만큼 입과 입술에 대한 관심과 기준은 시대에 따라 바뀌어 왔다고 하였다. 이와 같은 현상은 시대의 변화와 더불어 달라진 여성상을 나타내는 것이기도 하고 과거의 작고 야무진 입술에서 도톰하고 큰 입술로 미의 기준이 바뀐 것으로 미루어 보아, 얇고 다소곳한 여성보다 솔직하고 생기 있는 여성상을 현대에서 더 선호한다는 사실을 알 수 있다.

입술형태 분류에 대한 선행연구를 살펴보면, 전해옥(1995)은 입술의 모양, 두께, 상순 결정의 크기, 구열 형, 인중의 넓이에 따라 입을 8종류로 나누었으며, 박연희(2002)는 입술 메이크업을 위한 색채는 입술의 형태, 두께, 크기, 모양, 색에 따라 선택하여야 한다고 하였으며, 입술의 형태와 이미지를 큰 입술과 작은 입술, 두꺼운 입술과 얇은 입술 등으로 분류하여 연구하였고, 신지현(2003)은 얼굴 형태 인상 평



정 어에서 눈이 크다-작다, 눈이 둥글다-가늘다, 눈두덩이 부어있다-눈두덩이 들어갔다 등과 입이 크다-작다, 입술이 두껍다-얇다, 구각이 올라가 있다-내려가 있다, 입술 산이 뚜렷하다-뚜렷하지 않다 등으로 선별하였다. 김은정(2003)은 선 중심적 메이크업과 면 중심적 메이크업의 특징비교에서 입술의 형태는 곧은 입술, 얇은 입술, 두툼한 입술, 입 끝이 올라간 입술, 입술이 둥근 주름이 있는 입술, 입 중간 윗 입술이 풍부한 입술, 아랫입술 구석 아래가 풍부한 입술, 처진 입술로 분류하였다.

입술화장은 기초화장에 비해 유행의 변화가 더 많으며, 각자의 개성을 표현하는 것이기 때문에 어떤 절대적인 기법은 없다. 그러나 기본적인 목적은 자신의 결점을 커버하여 대인 관계에 자신감을 갖도록 하는데 있으며, 사람들은 보다 매력적인 입술을 표현하기 위해 많은 문화권에서 립스틱을 사용해왔던 것으로 알려져 왔다.

립스틱의 전신인 루즈(rouge)가 처음 사용된 것은 5천 년 전 고대 이집트의 제2왕조 조세르(Djoser) 왕 때이며, 조세르 왕은 이집트 최초의 피라미드를 건축한 왕으로 유명하다. 1926년 영국의 고고학자 세실 펄스(Cecil Firth)가 왕의 무덤인 계단식 피라미드를 발굴했을 때 왕비가 썼던 루즈가 발견되었는데, 유물들과 기록에서 보면 고대 이집트 왕족과 귀족들은 헤나(henna)에서 추출한 염료로 만든 빨간색 루즈가 사용하였다. 립스틱(lipstick)이라는 말은 20세기에 만들어졌으며 그 이전까지 입술에 바르는 화장품은 볼에도 바를 수 있는 다용도 연지가 있었는데, 프랑스어로 ‘빨강색(rouge)’이라는 뜻의 형용사가 명사화 되어 입술연지가 되었다. 1959년에는 Milwaukee의 Kolmar 연구소에서는 약 2,800개의 립스틱 색을 생산하기에 이르렀고, Hazel Bishop 사가 1950년에 만든 립스틱은 1년 동안 1백만 개나 팔려 미국 립스틱 시장의 25%를 차지하였지만 후속 제품을 내놓지 못해 회사는 4년 만에 도산했다고 하였으며, 외국 화장품계에선 인구증가가 바로 립스틱의 판매신장과 연관이 될 정도로 수요가 증가하고 있다.

우리나라에서 립스틱은 1900년대에 들어서 외국 유학생이나, 외교관 부인 등 극소수의 여성들의 양장 착용과 함께 시작하였으며, 1960년대에 이르러서야 소비량이

급증하였다(전완길, 1987. pp. 68-72).

그 후 립스틱은 발전을 거듭하여 입술의 혈 행을 증진시킨다거나, 색감의 지속성을 가미한 ‘Maybelline의 Kissproof’ 립스틱 같은 다양한 기능과 질감을 지닌 제품들이 등장하여 여성들의 필수 화장품목이 되었다. 립스틱은 발매 초기에 비해 커다란 발전을 거듭하여 다양한 기능과, 색조, 질감 등을 지닌 제품들이 등장하고 있으며, 입술의 표정을 크게 좌우하는 색은 그 직관적인 성질 때문에 보이는 이에게 주는 인상이 직접적이므로 ‘입술 이미지의 색을 선택’ 하는 것은 매우 중요하다.

최근에 출시된 입술 제품의 질감 경향은 모이스처(moisture) 개념의 제품으로 루즈 & 글로스의 부드럽고 윤기 있는 피막이 입술의 건조를 막고 영양 공급을 통해 입술의 습기를 유지시켜 주며, 자연스런 색상 연출과 피부 친화력이 우수한 원료를 사용해 건조해지기 쉬운 입술에 보습효과를 주는 제품들이 출시되고 있다(CMN, 2003. 3. 5). 또한 부드러운 색감의 투명하고 반짝이는 빛을 강조한 입술을 연출할 수 있는 립글로스의 인기가 날로 높아지고 있으며(CMN, 2003. 12. 3), 촉촉한 입술 상태를 유지시켜 주는 스킨케어 성분인 미네랄워터 볼륨머(피부의 수분 대사를 촉진시켜 주는 4가지 미네랄이 포함된 수분 막)가 입술의 수분 증발을 억제하고 잔주름과 굴곡을 완화시켜 볼륨감을 주어, 립스틱이 입술에 닿는 순간 녹으면서 투명하고 색감이 윤기와 함께 막을 형성해 외부자극으로부터 입술을 보호해 준다(CMN, 2004. 1. 21). 이는 여성들의 얼굴을 맑고 투명하게 만들기 위한 경향에 의한 것으로, 단순히 색상이나 화장이 아니라 반짝이는 빛이나 질감을 살리기 위해 펄이 가미된 글로시하고 투명한 립스틱과 립글로스 등의 다양한 신 개념의 기능성 제품의 가능성을 보여 주고 있다.

위 선행 연구들을 통해 기술 향상으로 인한 다양한 입술 제품의 개발이 지속적으로 이루어져 기능성 제품으로 까지 발전되어 왔다는 것을 알 수 있으며, 개개인이 가지는 입술 형태에 따라 색상과 질감을 이용함으로써 보다 긍정적인 이미지 변신을 기대해 볼 수 있으리라 생각된다.

#### 4. 화장태도

화장은 자신의 외모에 결점이 있다고 생각하는 여성들의 대인관계에 있어 매우 중요하며, 색조화장은 그들의 결점을 감추어 주어 불안감이나 열등감을 해소시키고 자기평가를 높이기 위한 수단으로 이용되기도 한다. Hilgard(1979)는 사회생활에서 처음 만나는 두 사람은 짧은 기간 동안 상대방의 역할, 지위, 심리적 특성 등을 평가하게 되는데, 이러한 첫 인상에 영향을 주는 요인은 상황, 외모, 행동, 말투 등으로, 그 중에서 신체적 외모가 차지하는 비중은 매우 크다고 한다.

Ikuo Daibo(2002)는 타인과 만났을 때 가장 먼저 보게 되는 ‘얼굴’은 상호 관계가 진전되는 과정에서 다른 요인들과 연계되어, 자신의 표현수단으로 매우 중요하고 하였다. 얼굴은 개인의 특성(personality, 감정의 상태 등), 대인관계의 특징(대인 매력의 단서), 문화나 민족을 표현하는 기능을 한다(大坊郁夫, 1996, p. 2). Higgins(1987)와 Demo(1985)는 여성들의 외모에 대한 관심은 자의식을 자극하여, 외모에 만족하는 여성은 심리적 안정감과 신체 이미지를 더 많이 인식한다.

Jouhar, Graham(1985)은 색조화장의 유·무 상태에 따라 그 사람에 대한 성격 추리가 가능하고 이미지 지각의 직접적인 정적 단서가 될 수 있으며, 현대여성들이 화장을 통해 표현하고자 하는 이미지는 심미적인 것으로 색과 질감 및 형태 간의 총체적인 조화를 통해 긍정적인 이미지를 전달한다고 하였다. 이는 얼굴에 화장을 한 정도에 따라 화장이 사회적 역할 수행과 개개인의 정체성 표현에 결정적인 역할을 한다고 생각했기 때문일 것이다.

Cox, Glick(1986)은 정성 들여 화장한 것이 여성스러움을 나타내지만 비서직 구직 여성에서는 화장이 적합하지 않다고 하였고, 경리 직 일 경우에는 화장에 의한 신체적인 면에서의 매력은 높아지지만 업무 능력이 낮아질 수 있다고 하여, 화장에 의한 매력은 ‘업무능력과는 별개’라고 하였다.

이현옥(1998)은 기능성 화장품 사용도와 구매 행동연구에서 일반적으로 여성들

은 티 없고 흰 피부의 경우 외모에 만족하며, 많은 화장품을 구매하거나 사용하는 형, 값비싼 화장품을 사용하는 형은 외모의 관심과 화장도가 높고, 외모관심도와 외모 만족도가 낮을수록 화장품의 사용이 적게 나타났으며, 대졸이상의 학력 집단은 비교적 화장시간이 길고 화장품 구매량도 많아 외모에 만족하고 화장도가 높다 Hamid(1972)는 화장을 하고 안경을 쓰지 않은 사람들은 안경을 쓰거나 화장을 하지 않은 사람들 보다 좀 더 매력적이라는 평가를 받았으며, 외모 평가에 긍정적인 역할을 한다고 하였다. 화장을 한 여성은 화장을 하지 않은 여성 보다 타인에게 호의적으로 보이고 사회적으로 자신감을 높일 수 있음을 알 수 있다.

개인의 신체적 외모는 얼굴과 함께, 체격, 의복, 장신구, 화장과 같은 신체적 장식에 대한 측면을 포함하게 되는데, 사람들은 타인에 대한 인상을 형성시키기 위하여 여러 정보를 이용하지만 그 중에서 한정된 정보에 기초해서 타인의 인상을 형성하는 경향이 있다(이명희·강승희, 1998, pp. 111-121).

이화순(2002)은 화장과 신체적 매력에 대한 연구에서 신체적으로 매력적인 사람이 사회적으로 긍정적인 이익과 호감을 얻는다는 사실과, 신체적 매력이 삶의 상호작용에 중요한 영향을 미치고 있으며, 화장을 하는 것은 더욱 매력적으로 보이기 위한 노력의 중요한 부분이라고 하였다.

중년 여성들은 보다 폭넓은 대외 활동을 위해 자신의 매력을 화장으로 표현하고, 원만한 의사소통을 위해 화장에 의존하는 경향이 있으며, 화장하지 않은 여성보다 화장을 한 여성이 자기표현을 더욱 다양하게 함으로써, 대인관계에 있어 더욱 적극적이며 자신감과 자기충족감을 부여하는 효과가 있다(余語莫夫, 1995, pp. 561-566). 권현숙(2001)은 30-40대 여성들의 화장과 연관된 심리적 요인과 화장에 대한 만족도에 대한 연구에서 화장에 대한 의존도는 자기표현, 활동성향, 유행에 대한 민감도, 만족도 등과 모두 공통적으로 유의한 관련성이 있어 대부분의 기혼여성들이 화장에 대해 높은 관심을 나타내며 화장 행위에 대해 심리적으로 의존하고 있다고 하였다. 김은선(1998)은 20대 일반여성과 여대생은 화장에 관심이 많고 화

장에 대한 정보를 추구하지만 화장에 대한 투자시간이 가장 적고 실제 화장은 많  
이 하지 않는 편이라 하였으며, 30대 주부와 직장인은 화장에 가장 신경을 쓰는 집  
단이지만 화장하는 시간은 비교적 적은편이라 하였다. 그러나 40대 주부와 직장인  
은 화장을 많이 하고 화장품에 관심도가 높으며 직장인의 경우 주부보다 화장에  
많은 비용을 투자하고 전반적으로 화장은 외모를 바꾼다고 인식하여 화장도가 가  
장 높게 나타났다고 하였다.

대인 지각에 커다란 영향을 주는 요소 중 화장은 얼굴을 중심으로 한 자신 있는  
부위의 특징을 강조 내지는 변화 시키려는 의도가 담겨져 있어 개개인의 인상에  
커다란 영향을 주게 되는데, 이러한 화장은 소속된 단체나 사회 문화적으로 허용되  
는 미적 기준이 잘 반영되어 나타나고 있다. Ettecofe는 “미에 대한 갈망과 선호  
기준은 유전자에 심어져 있다”고 하여, 미에 대한 선호는 환경, 교육 등에 따른 후  
천적 습득이 아닌 우리의 유전자에 새겨진 본능이며, 미의 기준은 시대와 상황에  
따라 변한다(이숙연, 2000, p. 40).

화장행위를 통한 매력적인 이미지로의 변화를 추구하는 것은 화장 기술뿐만 아  
니라 제품 사용 경향과 도 밀접한 연관성이 있다. 화장품을 자주 사용하는 사람은  
비교적 유연하게 여성적 역할수행과 평등한 관점, 안정성을 지니고 있었으며, 상황  
에 따라 화장을 하는 사람은 사회적으로 좋은 결과를 가져다 줄 수 있다고 생각할  
때 화장 하는 빈도가 높아졌으나 잘 치장한 외형이 오히려 부적절하고 별다른 상  
관관계를 가지지 못하는 상황에서는 화장을 하는 빈도가 낮아진다(Cash, 1989, pp.  
349-355). 이는 화장품 사용의 심리적 요인이 근본적인 미의 추구에 있으나 단순히  
미를 추구하는 수단으로 그치는 것이 아니라, 개인의 생활 그 자체에 깊숙이 침투  
되어 있는 것이며, 심리학적으로는 자기만족감의 추구, 자기 개성의 실현 및 자신  
의 자아감각을 높이는 이상적인 이미지 추구에 있다는 것임을 알 수 있다. 이러한  
점으로 미루어볼 때 여성이 화장을 하는 심리에는, 아름다움의 갈망, 성적 과시욕  
구, 여성상호 간의 경쟁 욕구, 집단 내에서 우월해 보이고자 하는 욕구가 내재되어

있으며 색조화장은 이러한 기능을 수행하여 자신감을 갖고 생활 하는데 일조를 하고 있는 것이다.

다른 사람과의 상호작용 속에서 형성되는 물리적인 영역인 퍼스널 스페이스(personal space)는 상대방과 자기 자신 사이에 적당한 거리를 유지하는 자기표현의 중요한 요소이며, 다른 사람의 침입이 너무 가까워져서 불편감을 느끼기 시작하는 거리가 퍼스널 스페이스의 경계라고 할 수 있다. 퍼스널 스페이스는 색조화장을 하게 되면 그 거리가 좁아지고 대인적 적극성을 높여 주기도 하는데, 이때 화장이나 옷차림은 자기 자신을 보완시키며 강화시키는 역할을 하게 된다. 따라서 퍼스널 스페이스는 의복 행동이나 화장 행동에 의해 많은 영향을 받는다(松井豊, 1990a, pp. 38-41, 1990b, pp. 34-37. 1990c, pp. 31-35). 神山進(1990)은 화장이나 옷차림으로 자기 자신을 보완 시키는 방법을 이용하여 환자를 치료하는 방법으로 화장요법(cosmetics therapy)이나 패션요법이 있다고 하였다. 이것은 적절한 화장품의 사용을 통해 얼굴을 변화시키거나 유행하는 옷을 입음으로써 개념의 변화 특히, 자아개념의 개선을 꾀하고자 하는 것이다

김봉인(1994)은 이러한 화장에 대한 인식 내용을 첫째, 대인관계 중시 형 둘째, 최소 화장 추구 형 셋째, 자기만족 형의 세 가지로 나누어 연구하였는데, 대인관계 중시형의 사람들이 화장을 하는 이유는, 미적인 자기표현 보다는 사회생활에서 예의를 갖추기 위한 것으로 화장을 하고 미적인 자기표현의 기능보다는 대인관계 및 사회적 기능에 더 큰 가치를 부여하고 있다고 하였다.

이러한 선행연구를 통해 화장은 여성들을 더욱 매력적으로 보이게 하며, 그 효과가 자신감을 갖게 하고 적극적인 태도를 갖게 하는데 도움을 준다는 것을 알 수 있으며, 화장은 단지 자신의 아름다움을 가꾸는데 그치지 않고 대인관계와 사회적 진출에 많은 자신감을 불어넣어 주는 역할까지도 하게 된 다는 것을 알 수 있다. 또한 화장을 하는 심리에는 아름다움의 갈망과 성적 과시욕구, 여성 상호간의 경쟁 욕구, 집단 내에서 우월성 욕구가 내재되어 있으며, 화장을 하는 사람들이 때와 장

소, 상황에 따라 이미지 변화를 유연하게 대처 할 수 있으므로 대인관계에 있어 자신감을 가질 수 있을 것으로 보여 진다.

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 조사대상 및 시기

조사대상은 서울시와 서울 근교지역, 대구시와 대구 근교지역에 거주하는 만19세에서 만49세까지의 여성 650명이 편의 표집되었다. 2003년 7월 15일 부터 2003년 9월 15일 사이에 635부의 설문지를 배부하였고, 회수된 설문지 중 미비한 응답을 제외한 총 601부의 설문지가 자료 분석에 사용되었다.

#### 2. 측정도구

본 연구에 사용된 설문지는 <표 2>와 같다

<표 2> 설문지 구성

측정변수	변수내용	문항 수
인구통계학적 요인	연령	6
	결혼 여부	
	직업	
	월수입	
	학력	
	거주지	
의복스타일(4종류)	이미지형용사	22(88)
색조 화장 태도	화장태도	17
눈과 입술형태	눈	2
	입술	2
색조 화장품 선호색	눈	1
	입술	1
전체		117



## 2.1 의복스타일 선정

의복형태의 이미지 평가와 선호스타일을 평가하기 위한 의복 선정은 근무복 및 일상·외출복으로 보편화되어 있는 의복으로 하였다. 우리나라 19세~49세의 여성을 대상으로 의복 선호에 관한 예비조사를 하여 가장 높은 선호를 나타낸 매니쉬(mannish), 페미닌(feminine), 스포티지(sportage), 클래식(classic) 4종류의 의복을 최종 자극물로 선정하였다.

선정된 4가지 스타일(A-매니쉬, B-페미닌, C-스폴티지, D-클래식) 의복사진을 [그림 1]로 제시하였다.



- 매니쉬 -



- 페미닌 -



- 스포티지 -



- 클래식 -

[그림 1] 의복스타일

## 2.2 의복이미지

의복이미지에 관한 문항들은 고경란(1995), 류지은(2000), 오현정(2001), 이은애, 이명희(1992), 최일경, 김일분(1998), 등의 선행연구에서 사용된 문항을 참고로 의복이미지를 평가 하는데 사용될 22개의 형용사 쌍을 추출하였다. 22개의 형용사에 대한 반대어의 적합성 및 의복형태 이미지 평가 어휘로서의 적합성을 검정하기 위해 의류학 전공 석. 박사과 관련 전문직 종사자 10명에게 4 종류의 의복스타일을 제시하고 의복 착용 시 표현되는 22개의 형용사 쌍을 선정하였으며, 4종류의 의복스타일에 대한 이미지 평가의 유의적 차이를 검정하기 위하여 2003년 3월15일 부터 3월22 예비조사를 실시한 후 요인분석, 신뢰성 분석을 하였다. 질문의 중복여부, 질문 내용의 타당성, 응답의 용이성 등을 고려하여 수정·보완한 의복스타일 이미지 측정은 총 22 문항의 5점 양극 형용사 쌍으로 구성 되었으며 그 내용은 <표 3>과 같다.

<표 3> 의복이미지에 관한문항

	매우그렇다 ←                      보통                      →                      매우그렇다	
인위적인	----- ----- ----- -----	자연스러운
칙칙한	----- ----- ----- -----	화사한
보수적인	----- ----- ----- -----	개방적인
경박한	----- ----- ----- -----	점잖은
딱딱한	----- ----- ----- -----	부드러운
경쾌한	----- ----- ----- -----	중후한
어색한	----- ----- ----- -----	친숙한
화려한	----- ----- ----- -----	소박한
천박한	----- ----- ----- -----	우아한
냉정한	----- ----- ----- -----	정열적인
소극적인	----- ----- ----- -----	적극적인
발랄한	----- ----- ----- -----	정숙한
현대적	----- ----- ----- -----	고전적
활동적인	----- ----- ----- -----	정적인
감성적인	----- ----- ----- -----	지성적인
귀족적인	----- ----- ----- -----	서민적인
우중충한	----- ----- ----- -----	산뜻한
내향적인	----- ----- ----- -----	외향적인
전원적인	----- ----- ----- -----	도시적인
남성적인	----- ----- ----- -----	여성적인
사치스러운	----- ----- ----- -----	검소한
야한	----- ----- ----- -----	고상한

### 2.3 선호 색채 선정

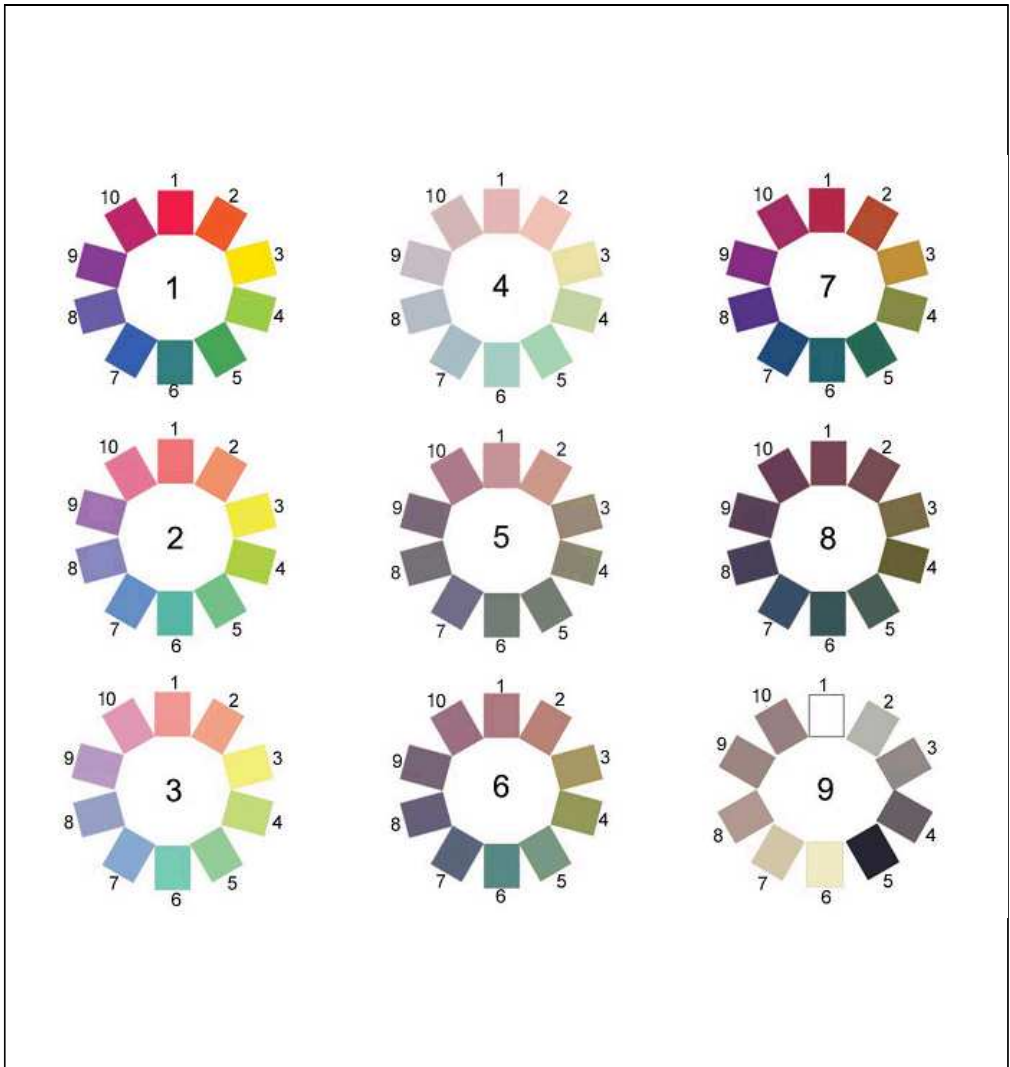
색조화장 선호색채를 조사하기 위해 향장 신문, 인터넷, 여성잡지 등의 관련 자료 분석과 예비조사를 통해 일반인들에게 가장 인지도가 높은 국·내외 립스틱과 아이섀도 제품회사 10개를 선정하고, 의류학과 대학원학생을 포함한 관련 직종 중

사자 10명과 미용학과 여대생 20명이 직접 매장을 방문한 후 각 제품별 대표 색을 선별하게 하였다. 먼셀 색지 120색상으로 실제 제품과 색지 대조법을 통해 색지로 질감 표현이 어려운 펄, 광택, 글로시(glossy)한 제품들은 선별 과정에서 색조 위주로만 표시하였다. 먼셀의 색체계에 따라 빨강(red), 주황(yellow red), 노랑(yellow), 연두(green yellow), 녹색(green), 청록(blue green), 파랑(blue), 남색(purple blue), 보라(purple), 자주(red purple)의 10색상을 기준으로 PCCS색조 분류에 따라 페일(pale), 라이트(light), 브라이트(bright), 비비드(vivid), 덜(dull), 딥(deep), 다크(dark), 그레이쉬(grayish) 8개 색조(tone) 80가지 색상과, PCCS색조에 포함되지 않으면서 5번 이상 중복된 베이지(beige; 흐린 노란주황, 옅은 회노랑)2색과 브라운(brown; 탁하고 어두운적갈색, 탁한 갈색, 탁하고 어두운빨강색)3색, 명도 단계별 무채색 5색을 추가한 총 90가지 색상으로 선호 색채를 선정하였는데, 이때 선정된 채도 2이하의 베이지와 브라운은 무채색 군으로 묶어 조사 하였다. 이는 원경미, 김영인(2001)의 색명과 색채특성을 참고하였으며, 베이지는 9.4YR, 4.1Y 색상의 7.2~8사이의高明도, 1.8이하의 저채도 색이었고, 브라운은 3.5YR, 7.5R, 9.4R 색상영역의 3~4.3 사이의 저명도, 2이하의 저 채도 색으로 나타났다.

본 연구에서 선정된 유채색과 무채색의 기호는 실용 한국표준 색 표집(1991)을 참고하였으며, 베이지와 브라운은 분광색채 계측기를 이용하여 <표 4>와 같이 나타났다. 색채 자극물의 크기는, 1.3cm(가로) × 1.5cm(세로)로 정하였고 자극물에 사용된 색채는 [그림 2]와 같다.

<표 4> 계통 색 명과 먼셀기호

번호	계통색 명	먼셀기호	번호	계통색 명	먼셀기호	번호	계통색 명	먼셀기호
1-1	해맑은빨강	5R5/14	4-1	아주연한빨강	5R8/4	7-1	짙은빨강	5R3.5/10
1-2	해맑은주황	5YR7/12	4-2	아주연한주황	5YR8.5/3.5	7-2	짙은주황	5YR4.5/8
1-3	해맑은노랑	5Y8.5/11	4-3	아주연한노랑	5Y9/4	7-3	짙은노랑	5Y5/8
1-4	해맑은연두	5GY7.5/11	4-4	아주연한연두	5GY9/4	7-4	짙은연두	5GY4.5/7
1-5	해맑은녹색	5G5/11	4-5	아주연한녹색	5G8.5/4	7-5	짙은녹색	5G4/8
1-6	해맑은청록	5BG5/10	4-6	아주연한청록	5BG8.5/3.5	7-6	짙은청록	5BG4/8
1-7	해맑은파랑	5B4.5/10	4-7	아주연한파랑	5B8.5/4	7-7	짙은파랑	7.5B5/8
1-8	해맑은남색	5PB4/12	4-8	아주연한남색	5PB8/3.5	7-8	짙은남색	5PB3.5/11
1-9	해맑은보라	5P3.5/10	4-9	아주연한보라	5P8/4	7-9	짙은보라	5P3/10
1-10	해맑은자주	5RP4.5/13	4-10	아주연한자주	5RP8.5/4	7-10	짙은자주	5RP3.5/10
2-1	밝은빨강	5R6/10	5-1	회빨강	5R5/3	8-1	어두운빨강	5R3/5
2-2	밝은주황	5YR7.5/9	5-2	회주황	5YR5.2/3	8-2	어두운주황	5YR3.5/4
2-3	밝은노랑	5Y8.5/11	5-3	회노랑	5Y5.5/3	8-3	어두운노랑	5Y4/6
2-4	밝은연두	5GY7.5/10	5-4	회연두	5GY5.5/3.5	8-4	어두운연두	5GY3.5/5
2-5	밝은녹색	5G6.5/9	5-5	회녹색	5G5.5/3.5	8-5	어두운녹색	5G3.5/5
2-6	밝은청록	5BG6/8	5-6	회청록	5BG5.5/3	8-6	어두운청록	5BG3.5/5
2-7	밝은파랑	5B5.5/8	5-7	회파랑	5B5.5/3.5	8-7	어두운파랑	7.5B3.5/5
2-8	밝은남색	5PB5.5/10	5-8	회남색	5PB5.5/3	8-8	어두운남색	5PB2.5/7
2-9	밝은보라	5P5.5/10	5-9	회보라	5P5/3	8-9	어두운보라	5P3/6
2-10	밝은자주	5RP6/11	5-10	회자주	5RP5/3.5	8-10	어두운자주	5RP3/4
3-1	연한빨강	5R6.5/8	6-1	칙칙한빨강	5R5/6	9-1	흰색	N-9.5
3-2	연한주황	5YR7.5/6	6-2	칙칙한주황	5YR5.5/7	9-2	밝은회색	N-7.5
3-3	연한노랑	5Y7.5/6	6-3	칙칙한노랑	5Y6/7	9-3	중간회색	N-5
3-4	연한연두	5GY7/5	6-4	칙칙한연두	5GY5.5/6	9-4	어두운회색	N-3
3-5	연한녹색	5G7/6	6-5	칙칙한녹색	5G5/5	9-5	검정	N-1.5
3-6	연한청록	5BG6.5/6	6-6	칙칙한청록	5BG4.5/6	9-6	흐린노란주황	9.4YR7.2/1.8
3-7	연한파랑	5B6.5/6	6-7	칙칙한파랑	5B5/5	9-7	엷은회노랑	4.1Y8/1.5
3-8	연한남색	5PB7/5	6-8	칙칙한남색	5PB4.5/6	9-8	탁하고 어두운적갈색	9.4R3/1.7
3-9	연한보라	5P6.5/5	6-9	칙칙한보라	5P4/6	9-9	탁한갈색	3.5YR4.3/2
3-10	연한자주	5RP6.5/8	6-10	칙칙한자주	5RP4.5/5	9-10	탁하고 어두운빨강	7.5R3.5/1.9



[그림 2] 선호색채

## 2.4 눈과 입술 형태 분류

눈과 입술 형태에 관한 문항은 권경애(2000), 김용훈(1994), 박연희(2002), 윤명중(1999) 등의 선행연구에서 사용된 눈 형태에 관한 2문항, 입술 형태에 관한 2문항으로 기존의 메이크업 교재를 참고로 수정 보완하여 사용 하였다.

## 2.5 화장 태도

화장태도에 대한 문항은 김성일(2001), 岩男壽美子(1985), 松井豊(1993), 이정민(2002), 이화순(2002) 등의 선행연구에서 사용된 문항을 참고한 10문항과 향장신문, 인터넷기사, 본 연구자가 인터뷰를 통해 얻은 내용에 근거한 7문항으로 구성하였으며 Likert 5점 척도(전혀 그렇지 않다1점. 매우 그렇다5점)로 측정하였으며 그 내용은 <표 5>와 같다.

<표 5> 화장 태도에 관한 문항

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 새로운 타입의 색조제품이 나오면 바로 구입한다					
2. 비싼 색조 화장 브랜드가 자존심을 지켜준다고 생각한다					
3. 화장하지 않은 얼굴은 무성의 해 보인다					
4. 시간, 장소, 의상에 따라 메이크업 화장 스타일을 바꾼다					
5. 날씨, 계절에 따라 메이크업 화장 스타일을 바꾼다					
6. 화장한 내 모습에 만족을 느낀다					
7. 색조 화장을 질게 하면 스트레스가 해소된다					
8. 색조 화장하는 시간이 재미있고 행복하다					
9. 효과를 높여주는 색조제품이면 가격은 문제가 안 된다					
10. 나에게 맞는 화장 색조가 어떤지 시험 화장을 해 본 적이 있다					
11. 독특한 색상표현을 위해 2가지 이상의 색을 배합하여 사용 한다					
12. 식사 후 반드시 입술 화장을 고친다					
13. 쇼핑하다 눈에 띄는 색조의 화장품이 있으면 즉시 사는 편이다					
14. 색조 화장품의 경우 여러 색상을 구비하는 편이다					
15. 메이크업 화장을 매일 습관적으로 한다					
16. 핸드백 속에 색조 제품을 가지고 다닌다					
17. 좋아하는 연예인의 화장을 보면 따라하고 싶다					



### 3. 자료 분석

본 연구의 자료분석은 SPSS for windows(version 10.0)프로그램을 사용하여 통계처리를 하였으며, 연구내용에 대한 구체적인 분석 방법은 다음과 같다. 의복스타일에 따른 의복이미지 요인과 화장태도에 따른 화장태도 요인분석은 principle component analysis를 사용하여 요인을 추출하였으며 varimax 회전방법에 의해 요인을 각각 회전시켰다. 요인의 수는 고유치가 1 이상인 것으로 scree test에 의해 결정하였다. 요인별로 각 문항에 대한 신뢰도 검증을 위하여 내적 합치도를 나타내는 Cronbach alpha계수를 산출하였다.

선호의복스타일의 빈도를 산출하였으며, 선호의복스타일에 따라 의복이미지의 차이를 알아보기 위해 분산분석을 실시하였다. 화장태도에 따라 조사대상자를 분류하기 위해서 군집분석을 실시하였으며 군집분석에 의해 분류된 집단별 조사 대상자의 특성을 비교하기 위하여 선호의복스타일에 따른 화장태도 요인간의 차이를 검증하기 위해 분산분석 후 사후분석(Duncan test)을 실시하였다.

선호의복스타일 집단과 화장태도 집단에 따른 아이섀도우와 립스틱의 색 선호도의 차이를 알아보기 위해 교차분석과 빈도분석을 실시하였다.

입술과 눈의 형태를 파악하기 위해 빈도 분석과 교차분석을 실시하고 그에 따른 아이섀도우와 립스틱 색조화장품 색 선호도를 밝히기 위해 교차분석과 빈도분석을 실시하였다.

## IV. 결과 및 고찰

조사 대상자의 일반적인 특성은 <표 6>과 같으며 조사대상자의 연령은 19-29세가 226(37.6%)명으로 가장 많았으며, 30-39세가 200(33.3%)명, 40-49세가 175명(29.1%)으로 나타났다. 결혼여부는 기혼이 304명(50.6%)으로 미혼인 297명(49.4%)보다 조금 더 많았고, 직업분포는 전문직이 139명(23.3%)으로 가장 많았으며, 학생이 138 (23.1%)명, 무직/전업주부 120(20.1%)명, 판매/서비스직 115(19.3%), 회사원 85 (14.2%)명 순으로 나타났다. 가족 월 평균 수입은 300만원 이상이 168(28.8%)명으로 가장 많았으며, 100-200만원미만이 165(28.3%)명, 200-300만원미만 150(25.7%)명, 100만원미만 101(17.3%)명으로 나타났다. 학력은 고졸이하가 258(42.9%)명으로 가장 많았고, 전문대학 및 대학 재학생이 254(42.3%)명, 전문대학 및 대학 졸업 이상이 89(14.8%)명이며, 대구 거주자가 301(50.4%)명으로 서울 296(49.6%)명보다 다소 많았다.

<표 6> 조사대상자의 인구통계학적 특성

변 수	항 목	빈 도	%
연 령	만19-29세	226	37.6
	만30-39세	200	33.3
	만40-49세	175	29.1
	합 계	601	100.0
결 혼 여 부	미 혼	297	49.4
	기 혼	304	50.6
	합 계	601	100.0
직 업	전문직	139	23.3
	회사원	85	14.2
	학생	138	23.1
	판매.서비스직	115	19.3
	무직/전업주부	120	20.1
	합 계	597	100.0
월수입	100만원미만	101	17.3
	100-200만원미만	165	28.3
	200-300만원미만	150	25.7
	300만원이상	168	28.8
	합계	584	100.0
학 력	고졸이하	258	42.9
	전문대/대재	254	42.3
	전문대/대졸이상	89	14.8
	합계	601	100.0
거주지	대 구	301	50.4
	서 울	296	49.6
	합 계	597	100.0

## 1. 의복이미지

### 1.1 의복이미지 요인분석

4종류의 의복스타일에 대한 유사한 이미지문항을 묶기 위해 요인분석 및 varimax 회전방법을 실시한 결과는 <표 7>과 같다.

요인 1은 발랄한-정숙한, 감성적인-지성적인, 경박한-점잖은, 활동적인-정적인, 야한-고상한, 경쾌한-중후한, 현대적-고전적 등의 감성을 나타내는 형용사들로 구성되어 있어 ‘품위성 요인’이라고 명명하였으며 이는 전체 변량의 24.99%를 설명하는 것으로 가장 중요한 요인으로 나타났다.

요인 2는 딱딱한-부드러운, 남성적인-여성적인, 칙칙한-화사한, 냉정한-정열적인, 보수적인-개방적인으로 구성되어 있어 ‘여성성 요인’이라고 명명하였으며 전체 변량의 14.72%를 설명하는 것으로 나타났다.

요인 3은 전원적인-도시적인, 소극적인-적극적인, 내향적인-외향적인, 천박한-우아한, 우중중한-산뜻한 등의 어휘들로 구성되어 있어 ‘세련성 요인’이라고 명명하였으며 전체변량의 8.31%를 설명하는 것으로 나타났다.

요인 4는 어색한-친숙한, 귀족적인-서민적인, 화려한-소박한, 사치스러운-검소한, 인위적인-자연스러운 등의 어휘들로 구성되어 있어 ‘친숙성 요인’으로 명명하였으며, 전체 변량의 7.19%를 설명하는 것으로 나타났다.

네가지 요인의 설명력은 55.21%였으며 ‘품위성 요인’과 ‘여성성 요인’의 누적변량이 39.70%로 나타나 의복스타일의 중요한 이미지로 분석되었다.

각 요인이 나타내는 설문문항의 내적일관성이 있는지 알아보기 위하여 cronbach's  $\alpha$  계수를 이용해 신뢰도를 검증한 결과 ‘품위성 요인’은 0.838, ‘여성성 요인’은 0.735, ‘세련성 요인’은 0.746, ‘친숙성요인’은 0.691로 나타나 의복이미지 요인 측정 문항의 내적일관성이 높게 나타난 것으로 볼 수 있다.

<표 7> 의복이미지 요인

요인	문항	요인 부하 량				고유치	설명량	cronbach's $\alpha$
요인1: 품위성	발랄한-정숙한	.795	.047	-.013	-.098	5.497	24.985	.838
	감성적인-지성적인	.730	.206	-.227	-.123			
	경박한-점잖은	.729	.308	-.183	-.091			
	활동적인-정적인	.646	.037	.293	-.129			
	야한-고상한	.644	-.079	.026	-.052			
	경쾌한-중후한	.639	.338	.104	-.162			
	현대적-고전적	.597	-.004	.427	-.093			
요인2: 여성성	딱딱한-부드러운	.421	.703	.023	-.221	3.238	14.719	.735
	남성적인-여성적인	-.027	.659	-.026	.227			
	칙칙한-화사한	.018	.612	.351	-.084			
	냉정한-정열적인	.457	.583	-.070	-.157			
	보수적인-개방적인	.417	.571	.167	-.123			
요인3: 세련성	전원적인-도시적인	.206	-.015	.667	-.046	1.828	8.308	.746
	소극적인-적극적인	.127	.124	.666	.060			
	내향적인-외향적인	-.046	-.133	.633	.306			
	천박한-우아한	-.220	.222	.594	.128			
	우중충한-산뜻한	-.080	.471	.563	-.005			
요인4: 친숙성	어색한-친숙한	-.003	-.240	-.158	.734	1.582	7.192	.691
	귀족적인-서민적인	-.275	.081	.227	.678			
	화려한-소박한	-.245	.058	.212	.677			
	사치스러운-검소한	-.124	.213	.171	.652			
	인위적인-자연스러운	-.008	-.320	-.007	.631			

의복이미지에 대한 선행연구들의 결과와 비교해 보면, ‘품위성 요인’은 정인희 (1992)가 여성을 대상으로 분석한 여성복 이미지의 ‘품위요인’과 유사한 형용사로 구성되어 있으며, 김윤향 (2002)이 여자대학생 및 중년 여성을 대상으로 분석한 의복이미지의 구성 요인 중 ‘품위성 요인’과 매우 유사한 형용사를 포함하고 있는 것으로 나타났다. 원피스 드레스의 디자인에 관한 감성 공학적 연구에서 원피스드레스의 감성적 이미지 구성 요인을 미/품격성 요인, 현대성 요인, 감촉성 요인, 색깔 요인, 형태적 요인, 여성적 요인 등 6개로 분류한 정은영(2001)의 미/품격성 요인과 유사한 것으로 나타났다.

‘여성성 요인’은 이명희, 이미연(1995)의 서울시내 학부모인 30, 40대를 대상으로 한 의복이미지 선호도 요인 중 여성적-남성적요인과 유사한 형용사로 구성되어 있으며, 이주현, 조공호(1995)의 의상디자인 요소가 의복 착용자의 인상에 미치는 영향을 분석한 감성 이미지의 구성 요인 중 ‘부드러움 요인’과 유사한 형용사로 구성되어 있으며, 박종희(2003)가 중년여성을 대상으로 분석한 테일러드 재킷의 이미지의 구성 요인 중 ‘경연성 요인’과 유사한 형용사를 포함하고 있는 것으로 나타났고, 최윤희(2004)의 전통조각보의 감성이미지 요인 중 ‘경연성 요인’과 유사한 것으로 나타났다. 세련성 요인은 김윤경, 이경희(2000)가 부산시내 거주하는 20대여성을 대상으로 분석한 의복무늬에 대한 시각적 감성연구의 구성 요인 중 조화성요인과 유사한 형용사로 구성되어 있으며, 실루엣 이미지의 시각적 평가를 분석한 이미지 요인 중 ‘매력성 요인’(이은영, 1995)과 유사한 형용사를 포함하고 있는 것으로 나타났다.

친숙성 요인은 강혜원, 고애란(1991)의 여자 한복의 인상형성 연구에서 여성을 대상으로 분석한 디자인의 변형과 배색에 의한 이미지 구성 요인 중 ‘실용성 요인’과 유사한 형용사로 구성되어 있으며, 차미승(1992)이 의복형태와 색채이미지의 시각적 평가를 분석하기 위한 이미지 요인 중 ‘현시성 요인’과 유사한 형용사를 포함하고 있는 것으로 나타났다.

## 1.2. 화장태도 요인분석

화장태도에 관한 17개의 문항을 요인분석 및 varimax 회전방법을 실시한 결과 4개의 요인이 추출 되었으며 <표 8>과 같다.

요인 1은 “쇼핑하다 눈에 띄는 색조의 화장품이 있으면 즉시 사는 편이다, 효과를 높여주는 색조제품이면 가격은 문제가 안 된다, 색조 화장하는 시간이 재미있고 행복하다, 새로운 타입의 색조제품이 나오면 바로 구입한다, 색조 화장품의 경우 여러 색상을 구비하는 편이다, 좋아하는 연예인의 화장을 보면 따라하고 싶다” 등의 문항으로 구성되어 있으며, 고유치는 4.72이고 분산비율은 29.52%로, 요인에 따

른 문항에 포함된 전반적 의미는 대체적으로 화장을 하는데 있어 적극적인 성향을 지닌 문항으로 구성 되어있어 이를 ‘유행추구’로 명명하였다.

요인 2는 “메이크업 화장을 매일 습관적으로 한다, 화장하지 않은 얼굴은 무성의해 보인다, 식사 후 반드시 입술 화장을 고친다, 핸드백 속에 색조 제품을 가지고 다닌다”로 구성되어 있으며, 고유치는 1.28이고 분산비율은 8.02%로, 요인에 따른 문항에 포함된 전반적 의미는 사회생활에서 대인 관계를 의식한 화장태도로 볼 수 있어 이를 ‘타인지향’으로 명명하였다.

요인 3은 “색조 화장을 질게 하면 스트레스가 해소된다, 비싼 색조 화장 브랜드가 자존심을 지켜준다고 생각한다, 화장한 내 모습에 만족을 느낀다”로 구성되어 있으며, 고유치는 1.08이고 분산비율은 6.78%로, 요인에 따른 문항에 포함된 전반적 의미는 화장을 통해 자신의 이미지를 부각시키고 자신의 이미지를 관리하는 문항으로 구성되어 있어 ‘자기만족’으로 명명하였다.

요인 4는 “시간, 장소, 의상에 따라 메이크업 화장 스타일을 바꾼다, 날씨, 계절에 따라 메이크업 화장 스타일을 바꾼다, 나에게 맞는 화장 색조가 어떤지 시험 화장을 해 본 적이 있다, 독특한 색상표현을 위해 2가지, 그이상의 색을 배합하여 사용 한다”로 구성되어 있으며, 고유치는 1.04이고 분산비율은 6.49%로, 요인에 따른 문항에 포함된 전반적 의미는 화장을 통해 자신의 이미지를 변화 시키는 수단으로 사용한 의미의 문항들로 되어 있어 ‘변화추구’로 명명하였다.

이 네 가지 요인의 설명력은 50.79%였으며, 그중 ‘유행추구요인’과 ‘타인지향 요인’은 누적변량이 37.53%로 나타나 화장태도의 중요한 요인으로 나타났다.

각 요인이 나타내는 설문문항의 내적일관성이 있는지 알아보기 위하여 cronbach's  $\alpha$  계수를 이용해 신뢰도를 검증한 결과, 요인 ‘유행 추구요인’은 0.728, ‘타인지향 요인’ 0.678로 cronbach's  $\alpha$  계수가 0.6을 상회하는 수치로 나타나 측정 방법의 내적일관성이 높게 나타났으나 ‘자기만족 요인’은 0.477, ‘변화 추구 요인’은 0.560으로 나타났다.

<표 8> 화장 태도 문항에 대한 요인분석 결과 및 신뢰도 계수

요인	문항	요인 부하량				고유치	설명량	cronbach's $\alpha$
요인1: 유행 추구	쇼핑하다 눈에 띄는 색조의 화장품이 있으면 즉시 사는 편이다	.648	.216	.155	-.014	4.722	29.515	.7283
	효과를 높여주는 색조제품이면 가격은 문제가 안 된다	.569	.021	.141	.216			
	색조 화장하는 시간이 재미있고 행복하다	.567	.156	.380	.071			
	새로운 타입의 색조제품이 나오면 바로 구입 한다	.540	.179	.398	.114			
	색조 화장품의 경우 여러 색상을 구비하는 편이다	.528	.272	.044	.364			
	좋아하는 연예인의 화장을 보면 따라하고 싶다	.463	-.090	.383	.144			
요인2: 타인 지향	메이크업 화장을 매일 습관적으로 한다	.141	.727	.179	.115	1.283	8.017	.6778
	화장하지 않은 얼굴은 무성의 해 보인다	-.182	.661	.364	.085			
	식사 후 반드시 입술 화장을 고친다	.218	.623	.026	.161			
	핸드백 속에 색조 제품을 가지고 다닌다	.279	.551	.106	.094			
요인3: 자기 만족	색조 화장을 길게 하면 스트레스가 해소된다	.086	.248	.717	-.036	1.084	6.776	.4771
	비싼 색조 화장 브랜드가 자존심을 지켜준다고 생각한다	.283	.061	.552	.094			
	화장한 내 모습에 만족을 느낀다	.094	.124	.505	.383			
요인4: 변화 추구	시간, 장소, 의상에 따라 메이크업 화장 스타일을 바꾼다	.068	.087	.083	.825	1.038	6.486	.5597
	날씨, 계절에 따라 메이크업 화장 스타일을 바꾼다	.272	.308	.125	.657			
	나에게 맞는 화장 색조가 어떤지 시험 화장을 해 본 적이 있다	.005	.325	-.162	.543			
	독특한 색상표현을 위해 2가지, 그 이상의 색을 배합하여 사용한다	.301	.340	.401	.404			



## 2. 의복스타일과 화장태도

### 2.1 선호 의복스타일 집단

<표 9> 선호 의복스타일

				빈도( %)
연령(세)	19-29	30-39	40-49	빈도(%)
선호의복스타일				
매니쉬	69(11.5)	67(11.2)	44(7.3)	180(30.0)
페미닌	50(8.3)	53(8.8)	52(8.7)	155(25.8)
클래식	53(8.8)	49(8.1)	52(8.7)	154(25.6)
스포티지	54(9.0)	31(5.2)	27(4.4)	112(18.6)
합 계	226(37.6)	200(33.3)	175(29.1)	601(100.0)

의복스타일 별 선호빈도를 알아본 결과 전체 601명 중 매니쉬 의복스타일을 선호한 사람은 180명이었으며 4개의 의복스타일 중에서 30%를 차지하여 가장 선호하는 스타일로 나타났으며, 연령층이 낮은 19~29세, 30~39세에서 더 선호하였다. 페미닌 의복스타일을 선호한 사람은 155(25.8%)명으로 나타났으며, 클래식 의복스타일을 선호한 사람은 154(25.6%)명으로 나타났다. 페미닌과 클래식 의복스타일을 선호하는 사람은 모든 연령층에서 고루 분포 하는 것으로 나타났으며, 스포티지 의복스타일을 선호한 사람은 112(18.6%)명으로, 19~29세의 연령에서 가장 선호하는 것으로 나타났다.

따라서 가장 선호하는 의복스타일은 매니쉬로 나타나 이는 대구지역 20~30대 여성을 대상으로 분석한 미팅(사교적) 상황에서 가장 선호하는 의복스타일 조사에서 이상적 자아 이미지(활동적이고 남성적인 이미지)의 매니쉬에 대한 선호도가 가장 높게 나타났다는 류지은(2000)의 연구 결과와 일치하며, 본 연구의 조사 대상

자가 사회적 활동이나 대인관계에 적극 참여 하는 시기의 20~40대의 여성이므로 대인관계에 미치는 의복이미지 영향을 중요시 하는 것과 무관하지 않은 것으로 여겨진다. 이미경(1984)의 30~40대 여성보다 20대 여성들이 활동성이 요구되는 스포티한 스타일을 더욱 선호한다는 연구 결과와 일치하는 경향을 보이고 있다. 또한 Bell(1991)의 연구에서 젊은 층은 캐주얼 스타일, 노년층은 격식차림이나 보수적 스타일에 대해 더 호의적인 것으로 나타나 본 연구의 결과와 일치하는 경향을 보이고 있다. 이상의 연구 결과를 살펴보면 연령이 선호하는 의복스타일을 선택하는데 있어 영향을 주는 중요한 변인임을 알 수 있다.

## 2.2 선호 의복스타일 집단에 따른 의복이미지 평가

의복이미지에 따른 선호의복스타일 별 평가는 <표 10>과 같다.

<표 10> 선호 의복스타일 집단에 따른 의복이미지 평가

선호 의복스타일 집단 의복이미지	전체 집단	매니쉬	페니민	스포티지	클래식	F
품위성	2.97	3.15 B	3.02 C	2.27 D	3.45 A	421.32***
여성성	3.29	2.86 B	3.69 A	3.69 A	2.92 B	305.76***
세련성	3.60	3.66 A	3.52 B	3.56 B	3.65 A	6.74***
친숙성	2.88	2.74 B	2.72 B	3.41 A	2.65 C	221.20***

\*\*\*:  $p < 0.001$  (A>B>C>D Duncan test)  $p < 0.05$

전체 집단의 의복이미지 평가에서 4가지 이미지 요인 중 세련성이 3.60으로 평균이 가장 높게 나타났으며, 여성성 이미지요인 점수는 3.29, 품위성 이미지요인은 2.97, 친숙성 이미지요인 점수는 2.88로 나타나 전체의복이미지 평균값 중 가장 낮았다. 여성들은 전체 의복이미지 요인에서 세련성이미지를 가장 높게 평가하고, 여

성성이미지를 높게 평가하며, 품위성과 친숙성 이미지는 낮게 평가되고 있음을 알 수 있다.

선호 의복스타일 집단에 따라 의복이미지 평가에 차이가 있는지를 알아보기 위해 분산분석을 실시한 결과 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 사후분석을 실시한 결과 의복이미지 품위성의 경우 클래식의복스타일의 평균이 3.45로 가장 높게 나타났으며, 매니쉬, 페니민, 스포티지 순으로 평가하였다.

이는 클래식 의복스타일을 선호하는 집단은 품위성 점수가 가장 높은 반면 스포티지 의복스타일을 선호하는 집단은 품위성 점수가 가장 낮았다.

여성성의 경우 의복스타일별로 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 사후분석을 실시한 결과 페니민과, 스포티지 의복스타일을 선호하는 집단이 3.69로 가장 높게 평가한 것으로 나타났으며, 클래식, 매니쉬 의복스타일 순으로 평가 하였다. 이는 페미닌 의복스타일을 선호 하는 집단이 여성성을 가장 중시하는 반면 매니쉬 의복스타일을 선호하는 집단이 여성성을 가장 덜 중요시 하는 것을 의미 한다.

세련성의 경우 의복스타일별로 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 사후분석을 실시한 결과 매니쉬 의복스타일을 선호하는 집단이 3.66으로 가장 높게 나타났으며, 클래식 의복스타일을 선호하는 집단이 3.65로 높게 나타났고, 스포티지, 페니민 의복스타일에서는 낮게 나타났다. 이는 매니쉬 의복스타일 선호자가 가장 많았던 <표 9>의 결과를 참조하면 방희선, 고애란(1999)의 현재 유행하고 있거나 많이 입혀지는 의복스타일에 대해 세련되게 평가한다는 연구 결과와 일치하며, 매니쉬와 클래식 의복스타일을 선호하는 집단이 세련된 이미지를 더욱 중요시 하는 반면 페미닌 의복스타일을 선호하는 집단이 세련성을 가장 덜 중요시 하는 것을 의미 한다.

친숙성의 경우 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 사후분석을 실시한 결과 스포티지 의복스타일을 선호하는 집단이 3.41로 가장 높게 나타났으며, 매니쉬, 페미닌, 클래식 의복스타일 순으로 낮게 평가했음을 알 수 있다. 이는 스포티지 의복스

타일을 선호하는 집단이 친숙한 이미지를 더욱 중요시 하는 반면 클래식 의복스타일을 선호하는 집단이 친숙함을 가장 덜 중요시 하는 것을 의미하며 활동적인 의복을 가장 편안하게 인식한 스포티지 의복스타일과 점잖고 보수적인 클래식 의복스타일의 일반화 된 이미지가 반영된 결과로 보여 진다. 이러한 결과는 Gibbins, Schneider(1980)의 의복의 종류에 따라 의복의 이미지가 달리 평가 되었다는 결과와 일치하고 있다.

### 2.3 화장태도 요인에 따른 집단분류

요인점수를 통한 군집 분석에 의해 화장태도에 따라 4개 집단으로 분류 하였다.

<표 11> 화장태도 군집 분석

군 집 화장태도요인	전 체	군 집1 (n=142)	군 집2 (n=189)	군 집3 (n=119)	군 집4 (n=151)	F
유행추구	2.69	3.34 A	2.94 B	2.00 D	2.47C	227.41***
타인지향	3.15	3.89 A	2.86 C	2.31 D	3.52 B	347.53***
자기만족	3.15	3.86 A	3.38 B	2.33 D	3.02 C	241.325***
변화추구	2.56	3.32A	2.59 B	2.05 D	2.28 C	168.57***

\*\*\*:  $p < 0.001$  (A>B>C>D Duncan test)  $p < 0.05$

조사대상자를 화장태도 4요인에 대한 반응이 동질적인 집단으로 묶기 위해 군집 분석을 실시한 결과 4개 군집으로 유형화 되었다. 각 군집의 화장태도 평균값은 <표 11>에 제시되었으며 군집의 특성은 다음과 같다.

화장태도에 따른 전체적인 평균은 2.89로 나타났으며, 화장태도 요인 중 ‘타인지향요인’과 ‘자기만족 요인’이 3.15로 전체 평균보다 높게 나타났고, ‘유행추구 요인’

은 2.69로 전체평균보다 낮게 나타났으며, ‘변화추구 요인’은 2.56으로 나타나 화장태도 요인 중 가장 낮았다. 이상의 결과에서 화장태도는 타인지향과 자기만족을 가장 중요시 하는 반면 유행추구와, 변화추구를 가장 덜 중요시 하는 것을 의미한다.

군집1은 전체의 24%를 차지하며 유행추구, 타인지향, 자기만족, 변화추구에서 요인의 평균이 다른 3군집에 비해 가장 높은 집단으로 ‘적극적 추구형’으로 명명하였다.

군집2는 전체의 31%를 차지하며 자기만족, 유행추구, 변화추구 순으로 군집1보다 다소 점수가 낮은 경향을 보이고 있으나 나머지 군집보다는 다소 높은 경향을 보이고 있고, 타인지향 요인 점수는 다소 낮은 경향을 보이는 집단으로 ‘자기 중시형’으로 명명하였다.

군집3은 전체의 20%를 차지하며 타인지향, 자기만족, 변화추구, 유행추구요인 점수들이 2.00~2.33 정도로 나타나 다른 3군집에 비해 가장 점수가 낮은 경향을 보여 화장태도에 있어 가장 소극적인 경향을 보이는 집단으로 ‘소극형’으로 명명하였다.

군집4는 전체의 25%를 차지하며 타인지향요인 점수가 3.52로 나타나 군집1에 비해 낮지만 다른 군집에 비해 관심이 높게 나타났고, 자기만족, 유행추구, 변화추구 요인 점수는 군집3에 비해 관심이 높지만 다른 군집에 비해 다소 낮은 경향을 보여 ‘타인 지향형’으로 명명하였다.

## 2.4 선호 의복스타일 집단에 따른 화장태도

<표 12> 선호 의복스타일 집단에 따른 화장태도

선호의복스타일 집단 화장태도	전체	매니쉬	페미닌	스포티지	클래식	F
유행추구	2.74	2.71	2.76	2.75	2.72	.20
타인지향	3.15	3.15 A	3.19 A	2.93 B	3.31 A	6.19***
자기만족	3.20	3.21	3.25	3.07	3.25	1.64
변화추구	2.57	2.57	2.62	2.46	2.62	1.44

\*\*\*:  $p < 0.001$  (A>B>C>D Duncan test)  $p < 0.05$

선호 의복스타일 집단에 따른 화장태도 요인의 전체적인 평균은 2.92로 나타났으며, 화장태도 중 ‘자기만족’의 평균은 3.20으로 가장 높게 평가한 것으로 나타났으며, ‘타인지향’ 요인의 평균은 3.15로 나타나 전체 평균보다 높으며, ‘유행추구’ 요인의 평균은 2.74로 전체평균보다 낮게 나타났고, ‘변화추구’ 요인의 평균은 2.57로 나타나 화장태도 요인 중 가장 낮았다.

따라서 전체 의복스타일 집단에 따른 화장태도는 타인지향과 자기만족을 가장 중요시 하는 반면 유행추구와, 변화추구를 가장 덜 중요시 하는 것을 의미한다.

매니쉬 의복스타일 집단에 따른 화장태도 중 ‘자기만족’ 요인의 점수는 3.21로 가장 높게 평가한 것으로 나타났으며, ‘타인지향’ 요인은 3.15로 나타나 ‘유행추구’ 요인 점수 2.71보다 보다 높게 나타났으며, ‘변화추구’ 요인은 2.57로 나타나 화장태도 요인 중 가장 낮았다. 페미닌 의복스타일 집단에 따른 화장태도 중 ‘자기만족’ 요인의 점수는 3.25로 가장 높게 평가한 것으로 나타났으며, ‘타인지향’ 요인은 3.19로 나타나 ‘유행추구’ 요인 점수 2.76 보다 높게 나타났으며, ‘변화추구’ 요인은 2.62로 나타나 화장태도 요인 중 가장 낮았다. 스포티지 의복스타일 집단에 따른 화장태도

중 ‘자기만족’ 요인의 점수는 3.07로 가장 높게 평가한 것으로 나타났으며, ‘타인지향’ 요인은 2.93으로 ‘유행추구’ 요인 점수 2.75 보다 높게 나타났으며, ‘변화추구’ 요인은 2.46으로 나타나 화장태도 요인 중 가장 낮았다. 클래식 의복스타일 집단에 따른 화장태도 중 ‘타인지향’ 요인은 3.31로, 매니쉬, 페니민, 스포티지 의복스타일 집단에 비해 가장 높게 평가한 것으로 나타났으며, ‘자기만족’ 요인의 점수는 3.25로 ‘유행추구’ 요인 점수 2.72보다 보다 높게 나타났고, ‘변화추구’ 요인은 2.62로 나타나 화장태도 요인 중 가장 낮게 평가 하였다.

선호 의복스타일 집단에 따른 화장태도의 차이를 알아보기 위해서 분산 분석을 실시한 결과 타인지향에 있어서만 유의한 차이가 나타났다.

사후분석(Duncan사용)결과 클래식 의복스타일에서 타인지향요인을 가장 높게 평가 하였으며, 스포티지 의복스타일에서는 가장 낮게 평가한 것으로 나타났음을 알 수 있다. 그러나 스포티지 선호의복 집단은 타인을 의식하지 않는 화장태도를 보이고 있어 실용성과 편안함을 추구하는 스포티지 의복스타일의 특성처럼 스포티지 의복을 선호하는 대부분의 사람들은 색조화장 또한 타인을 의식하지 않는 반면, 클래식, 페미닌, 매니쉬 의복스타일 선호자들은 사회적 승인 성을 추구하는 클래식, 페미닌, 매니쉬 의복의 보편적인 사회적 통념이 색조 화장태도에도 반영된 것으로 사료된다. 이는 화장은 특히 사회생활을 하는데 있어 필요한 것으로 인식하고 화장을 함으로 인해 안정적이고 사교적이면 신뢰감을 주는 사람으로 보이게 하여 더 호감을 갖게 된다는 Graham(1983)의 연구와 일치하고 있다.

그리고 선호 의복스타일에 상관없이 대부분의 여성들은 ‘화장한 내 모습에 만족을 느낀다’ 등의 자기만족적인 화장태도를 지양하고 있음을 알 수 있었는데, 이는 여성들이 평소 자기 자신에 대한 가치표현의 한 방법인 화장을 통해 외형적으로 긍정적인 자기 모습을 연출 할 수 있다는 만족감을 가질 수 있게 할 뿐만 아니라, 자신의 정서적 건강에 좋은 영향을 주어 대인적 호감을 일으키고 품위 있고 세련된 이미지를 부여 할 수 있기 때문으로 보여 진다.

### 3. 선호의복스타일 집단에 따른 선호색채

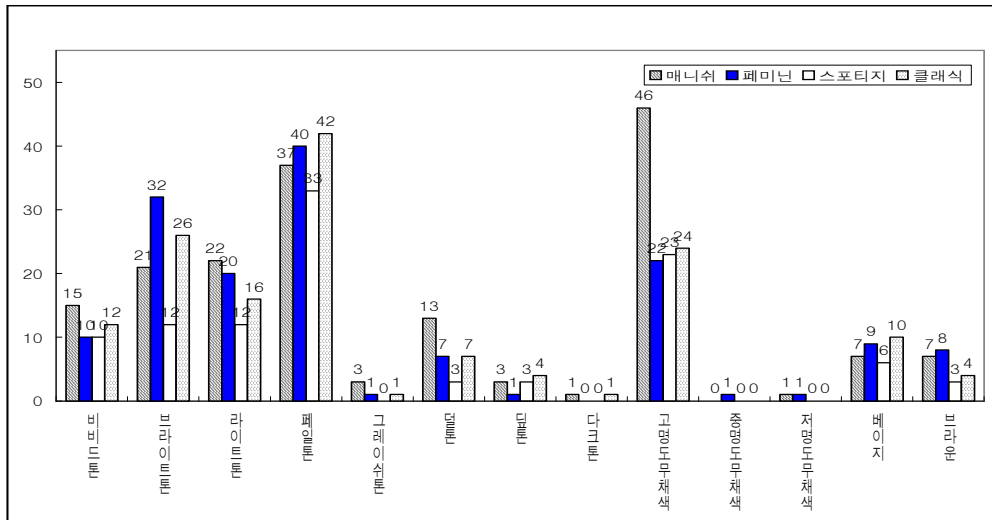
선호의복스타일 집단과 화장태도 군집에 따른 색조 화장품 색 선호도 조사에 사용된 색채는 먼셀의 색체계에 따라 10가지(빨강, 주황, 노랑, 연두, 녹색, 청록, 파랑, 남색, 보라, 자주)색상의 PCCS색조 중 8가지(페일, 라이트, 브라이트, 비비드, 덜, 뿔, 다크, 그레이쉬)색조 80가지 색상과, 베이지(흐린 노란주황, 옅은 회노랑)2가지 색, 브라운(탁하고 어두운적갈색, 탁한 갈색, 탁하고 어두운빨강색)3가지 색, 명도 단계별 무채색 5가지 색을 추가한 총 90가지 색으로, 그중 PCCS Tone 8 가지, 저·중·고명도 무채색 3가지, 베이지 1가지, 브라운 1가지 색으로 묶어 13톤으로 분석 하였으며, 각 PCCS 내 계열색상 10가지, 저·중·고명도 무채색 3가지, 베이지 1가지, 브라운 1가지 색으로 묶어 15계열 색상으로 분석하였다.

이는 조사에 사용된 PCCS 색조 80색상 중, 명도와 채도의 복합적 이미지가 부여된 일정한 범위 내에 있는 색조 영역을 보기 위해 톤별로 묶었으며, 각 색조별 명도와 채도는 다르지만 같은 계열 색을 하나로 묶어 각 색상 간 선호 비율을 분석하는데 용이하게 하였다.



### 3.1 선호 의복스타일 집단에 따른 아이세도 선호색채

#### 3.1.1 선호 의복스타일 집단에 따른 아이세도 선호색조



[그림 3] 선호 의복스타일 집단에 따른 아이세도 선호색조

<표 13> 선호 의복스타일 집단에 따른 아이세도 선호색조

빈도(기대빈도%)

선호의복스타일 집단 아이세도 선호색조	매니쉬	페미닌	스포츠지	클래식	전체
비비드 톤	15(14.3)	10(12.3)	10(8.5)	12(11.9)	47
브라이트 톤	21(27.6)	32(23.8)	12(16.5)	26(23.1)	91
라이트 톤	22(21.2)	20(18.3)	12(12.7)	16(17.7)	70
패일 톤	37(46.1)	40(39.8)	33(27.5)	42(38.5)	152
그레이쉬 톤	3(1.5)	1(1.3)	0(.9)	1(1.3)	5
덜 톤	13(9.1)	7(7.9)	3(5.4)	7(7.6)	30
뎀 톤	3(3.3)	1(2.9)	3(2.0)	4(2.8)	11
다크 톤	1(.6)	0(.5)	0(.4)	1(.5)	2
고명도무채색	46(34.9)	22(30.1)	23(20.8)	24(29.1)	115
중명도무채색	0(.3)	1(.3)	0(.2)	0(.3)	1
저명도무채색	1(.6)	1(.5)	0(.4)	0(.5)	2
베이지	7(9.7)	9(8.4)	6(5.8)	10(8.1)	32
브라운	7(6.7)	8(5.8)	3(4.0)	4(5.6)	22
전체	176	152	105	147	580

<표 13>은 선호 의복스타일에 따른 아이새도 선호색조에 대해 살펴 본 것으로 전체 의복스타일에서 선호하는 아이새도 선호색조는 페일 톤 (152), 고명도 무채색 (115), 브라이트 톤 (91), 라이트 톤 (70)이 전체 580명중 428명으로 나타나 대부분의 여성들은 이 네 가지 아이새도 색조를 선호한다는 것을 알 수 있었으며, 비비드 톤, 베이지, 덜 톤, 브라운을 조금 선호하는 것으로 나타났다.

선호 의복스타일 집단에 따른 아이새도 선호색조에 대해 살펴보면 매니쉬의 경우 고명도 무채색 (46)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 페일 톤 (37)이 그 다음 순으로 나타났으며, 라이트 톤 (22), 브라이트 톤 (21)의 순으로 나타났다. 페미닌의 경우 페일 톤 (40)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 브라이트 톤 (32), 고명도 무채색(22), 라이트 톤(20) 순으로 나타났다. 스포티지의 경우 페일 톤 (33)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 고명도 무채색 (23), 브라이트 톤 (12), 라이트 톤 (12) 순으로 나타났다. 클래식의 경우 페일 톤 (42)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 브라이트 톤 (26), 고명도 무채색 (24), 라이트 톤 (16) 순으로 나타났다.

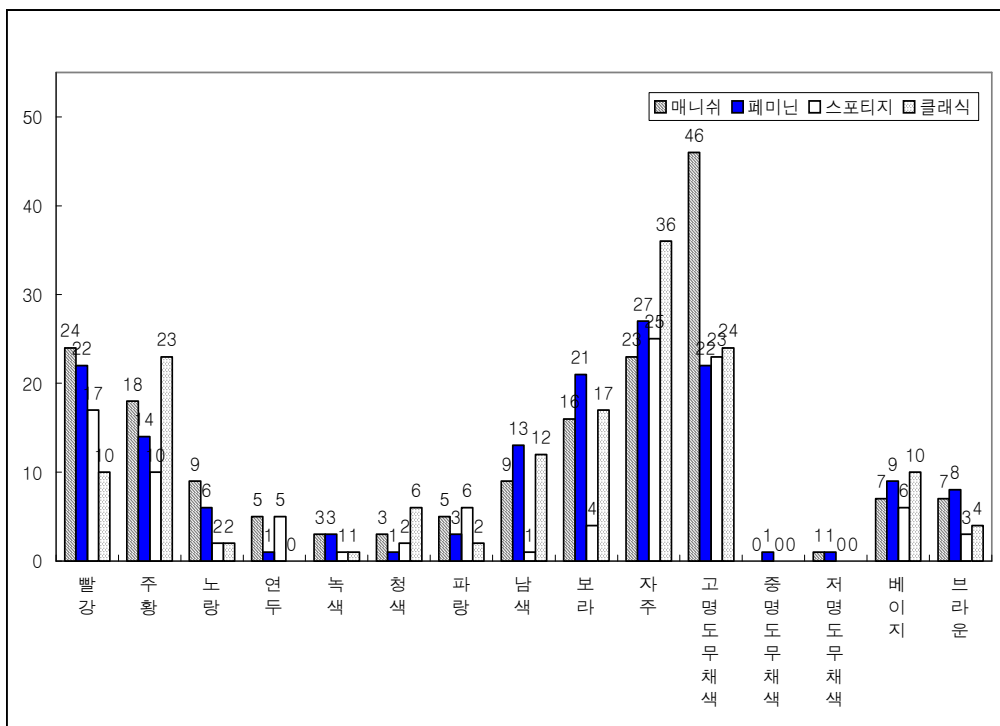
네 의복스타일 집단 별 아이새도 선호색조를 비교해 보면 매니쉬 선호 의복스타일 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 고명도 무채색을 선호하며, 브라이트 톤과 페일 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 페미닌 선호 의복스타일 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 브라이트 톤을 선호하며, 고명도 무채색은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 스포티지 선호 의복스타일 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 페일 톤을 선호하며, 브라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

클래식 선호 의복스타일 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 브라이트 톤을 선호하며, 고명도 무채색은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

이상의 결과에서 아이새도 색조의 경우 선호 의복스타일 중 매니쉬가 고명도 무채색을 가장 선호하며, 페미닌, 스포티지, 클래식 의복스타일에서는 페일 톤을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 이를 <표 10>의 연구결과와 같이 살펴보면 고명도 무

채색 아이새도 색조는 보다 세련성을 높이 평가 한 매니쉬 선호 의복스타일 집단의 특징이 반영된 것으로 볼 수 있을 것이다. 따라서 매니쉬 의복을 착용하고 고명도 무채색 아이새도를 사용한다면 보다 세련된 이미지를 표현 할 수 있으리라 기대된다.

### 3.1.2 선호 의복스타일 집단에 따른 아이새도 선호색상



[그림 4] 선호 의복스타일 집단에 따른 아이새도 선호색상

<표 14> 선호 의복스타일 집단에 따른 아이새도 선호색상

빈도(기대빈도%)

선호 의복스타일 아이새도 선호색상	매니쉬	페미닌	스포티지	클래식	전체
빨강	24(22.2)	22(19.1)	17(13.2)	10(18.5)	73
주황	18(19.7)	14(17.0)	10(11.8)	23(16.5)	65
노랑	9(5.8)	6(5.0)	2(3.4)	2(4.8)	19
연두	5(3.3)	1(2.9)	5(2.0)	0(2.8)	11
녹색	3(2.4)	3(2.1)	1(1.4)	1(2.0)	8
청색	3(3.6)	1(3.1)	2(2.2)	6(3.0)	12
파랑	5(4.9)	3(4.2)	6(2.9)	2(4.1)	16
남색	9(10.6)	13(9.2)	1(6.3)	12(8.9)	35
보라	16(17.6)	21(15.2)	4(10.5)	17(14.7)	58
자주	23(33.7)	27(29.1)	25(20.1)	36(28.1)	111
고명도 무채색	46(34.9)	22(30.1)	23(20.8)	24(29.1)	115
중명도 무채색	0(.3)	1(.3)	0(.2)	0(.3)	1
저명도 무채색	1(.6)	1(.5)	0(.4)	0(.5)	2
베이지	7(9.7)	9(8.4)	6(5.8)	10(8.1)	32
브라운	7(6.7)	8(5.8)	3(4.0)	4(5.6)	22
전체	176	152	105	147	580

<표 14>는 선호 의복스타일 집단에 따른 아이새도 선호계열 색상을 살펴본 것으로 전체 의복스타일에서 선호하는 아이새도 계열색상 분포는 고명도 무채색(115)과 자주(111), 빨강(73), 주황(65)순으로 나타나 대부분의 여성들은 이 네 가지 아이새도 계열색상을 선호하는 것을 알 수 있었으며, 보라, 남색, 베이지, 브라운 색상도 관심 있는 색상으로 나타났다.

선호 의복스타일 집단에 따른 아이새도 계열색상에 대해 살펴보면 매니쉬의 경우 고명도 무채색(46)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 다음으로 빨강(24), 자주(23), 주황(18)의 순으로 선호 하였다. 페미닌의 경우 자주(27)를 가장 많이 선호하였고, 빨강(22)과 고명도 무채색 (22), 다음으로 보라(21), 주황(14) 순으로 선호 하는 것으로 나타났다. 스포티지의 경우 자주 (25)를 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 고명도 무채색(23), 빨강 (17), 주황 (10)순으로 나타났다. 클래식의 경우 자주(36)를 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 다음으로 고명도 무채색(24),

주황(23) 순으로 나타났다.

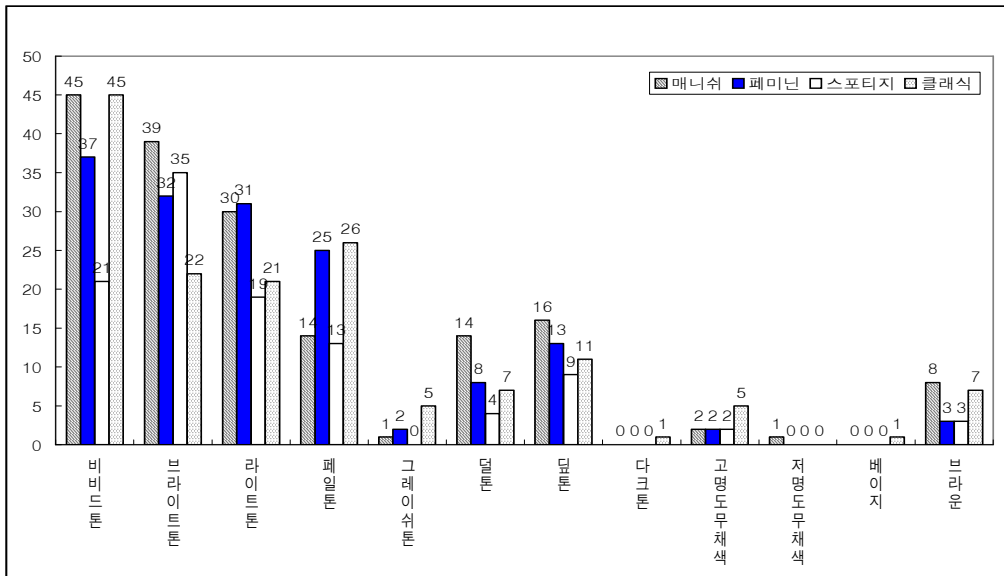
네 의복스타일 집단 별 아이새도 선호계열 색상을 비교해 보면 매니쉬 선호의복 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 고명도 무채색을 선호하며, 자주는 선호하지 않은 것으로 나타났다. 페미닌 선호의복 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 보라를 선호하며, 고명도 무채색은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 스포티지 선호 의복스타일 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 빨강, 자주, 파랑을 선호하며, 보라는 선호하지 않은 것으로 나타났다. 클래식 선호 의복스타일 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 주황과 자주를 선호하며, 빨강은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

이러한 결과를 <표 13>과 같이 살펴보면 매니쉬 선호 의복스타일 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 덜 톤과 고명도 무채색의 아이새도를 선호 하였으며, 페일 톤과 브라이트 톤, 자주계열 아이새도 색상을 선호 하지 않았다. 페미닌 선호 의복스타일 집단의 경우 다른 세 의복스타일 집단에 비해 브라이트 톤과 보라계열 아이새도 색상을 선호 하였으며, 고명도 무채색 아이새도 색상은 선호하지 않았다.

스포츠지 선호 의복스타일 집단에서는 다른 세 의복스타일 집단에 비해 페일 톤과 자주, 빨강, 파랑 계열 아이새도 색상을 선호 하였으며, 브라이트 톤과, 보라계열 아이새도 색상은 선호 하지 않았다. 클래식 선호 의복스타일 집단의 경우 다른 세 의복스타일 집단에 비해 브라이트 톤과 페일 톤, 자주와 주황계열 아이새도 색상을 선호 하였으며, 빨강과 고명도 무채색 아이새도 색상은 선호 하지 않았다.

### 3.2 선호 의복스타일 집단에 따른 립스틱 선호색채

#### 3.2.1 선호 의복스타일 집단 별 립스틱 선호색조



[그림 5] 선호 의복스타일에 따른 립스틱 선호색조

<표 15> 선호 의복스타일에 따른 립스틱 선호색조

빈도(기대빈도%)

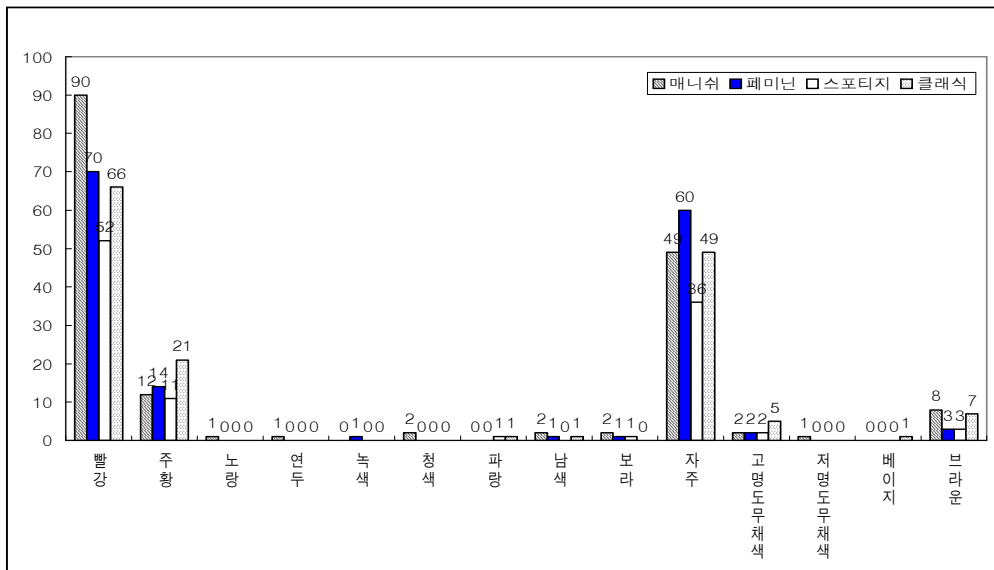
선호 의복스타일 립스틱 선호색조	매니쉬	페미닌	스포츠지	클래식	전체
비비드 톤	45(43.4)	37(39.0)	21(27.0)	45(38.5)	148
브라이트 톤	39(37.5)	32(33.8)	35(23.4)	22(33.3)	128
라이트 톤	30(29.6)	31(26.6)	19(18.5)	21(26.3)	101
페일 톤	14(22.9)	25(20.6)	13(14.3)	26(20.3)	78
그레이쉬 톤	1(2.3)	2(2.1)	0(1.5)	5(2.1)	8
덜 톤	14(9.7)	8(8.7)	4(6.0)	7(8.6)	33
뎀 톤	16(14.4)	13(12.9)	9(9.0)	11(12.8)	49
다크 톤	0(.3)	0(.3)	0(.2)	1(.3)	1
고명도 무채색	2(3.2)	2(2.9)	2(2.0)	5(2.9)	11
저명도 무채색	1(.3)	0(.3)	0(.2)	0(.3)	1
베이지	0(.3)	0(.3)	0(.2)	1(.3)	1
브라운	8(6.2)	3(5.5)	3(3.8)	7(5.5)	21
전체	170	153	106	151	580

<표 15>는 선호 의복스타일에 따른 립스틱 선호색조를 살펴본 것으로 전체 의복스타일에 따른 립스틱 선호색조 분포는 비비드 톤 (148), 브라이트 톤 (128), 라이트 톤 (101), 페일 톤 (78)으로 나타났으며, 이 네 가지 색상이 차지하는 빈도가 580명중 455명으로 나타나 대부분의 여성들은 이 네 가지 립스틱 색조를 선호하는 것으로 나타났으며, 다크 톤, 덜 톤, 브라운도 조금 선호하는 것으로 나타났다.

선호 의복스타일 집단에 따른 립스틱 선호색조는 매니쉬의 경우 비비드 톤 (45)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 다음으로 브라이트 톤 (39), 라이트 톤 (30), 다크 톤 (16)의 순으로 나타났다. 페미닌의 경우 비비드 톤 (37)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 다음으로 브라이트 톤 (32), 라이트 톤 (31), 페일 톤 (25) 순으로 나타났다. 스포티지의 경우 브라이트 톤 (35)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 다음으로 비비드 톤 (21), 라이트 톤 (19), 페일 톤 (13) 순으로 나타났다. 클래식의 경우 비비드 톤 (45)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 다음으로 페일 톤 (26), 브라이트 톤 (22), 라이트 톤 (21) 순으로 나타났다.

네 의복스타일 집단 별 립스틱 선호색조를 비교해 보면 매니쉬 선호 의복스타일 집단은 다른 세 선호 의복스타일 집단에 비해 덜 톤을 선호하며, 페일 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 페미닌 선호 의복 집단은 다른 세 선호 의복스타일 집단에 비해 페일 톤과 라이트 톤을 선호하며, 브라운은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 스포티지 선호 의복스타일 집단은 다른 세 선호 의복스타일 집단에 비해 브라이트 톤을 선호하며, 비비드 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 클래식 선호 의복스타일 집단은 다른 세 선호 의복스타일 집단에 비해 비비드 톤과 페일 톤을 선호하며, 브라이트 톤과 라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

### 3.2.2 선호 의복스타일 집단에 따른 립스틱 선호색상



[그림 6] 선호 의복스타일에 따른 립스틱 선호색상

<표 16> 선호 의복스타일에 따른 립스틱 선호색상

빈도(기대빈도%)

선호 의복스타일 립스틱 선호색상	매니쉬	페미닌	스포츠지	클래식	전체
빨강	90(81.6)	70(73.0)	52(50.9)	66(72.5)	278
주황	12(17.0)	14(15.2)	11(10.6)	21(15.1)	58
노랑	1(.3)	0(.3)	0(.2)	0(.3)	1
연두	1(.3)	0(.3)	0(.2)	0(.3)	1
녹색	0(.3)	1(.3)	0(.2)	0(.3)	1
청색	2(.6)	0(.5)	0(.4)	0(.5)	2
파랑	0(.6)	0(.5)	1(.4)	1(.5)	2
남색	2(1.2)	1(1.1)	0(.7)	1(1.0)	4
보라	2(1.2)	1(1.1)	1(.7)	0(1.0)	4
자주	49(57.0)	60(50.9)	36(35.5)	49(50.6)	194
고명도무채색	2(3.2)	3(2.9)	2(2.0)	5(2.9)	12
저명도무채색	1(.3)	0(.3)	0(.2)	0(.3)	1
베이지	0(.3)	0(.3)	0(.2)	1(.3)	1
브라운	8(6.2)	3(5.5)	3(3.8)	7(5.5)	21
전체	170	153	106	151	580



<표 16>은 선호 의복스타일에 따른 립스틱 선호계열 색상을 살펴본 것으로 전체 의복스타일에 따른 립스틱 선호계열 색상 분포는 빨강(278), 자주(194), 주황(58)으로 나타났으며, 이 세 가지 색상이 차지하는 빈도가 580명 중 530명으로 나타나 대부분의 여성들은 이 세 가지 립스틱 계열색상을 선호하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 한보현(2003)의 성인여성의 화장 색에 관한 연구 결과에서 메이크업의 전체 색상 분포는 R(92.2%), RP(5.2%)로 R 색상이 90% 이상을 차지하여 가장 많이 사용되는 중요한 색상임을 알 수 있으며, 립스틱의 40색상에서는 YR에 가까운 7.5R이 많았다고 한 연구결과와 일치하고 있다.

선호 의복스타일 집단에 따른 립스틱 선호계열 색상을 살펴보면 매니쉬의 경우 빨강 (90)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 자주 (49), 주황 (12), 브라운 (8) 순으로 나타났다. 페미닌의 경우 빨강 (70)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났다, 자주 (60), 주황 (14) 순으로 나타났다. 스포티지의 경우 빨강 (52)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 자주 (36), 주황 (11)순으로 나타났다. 클래식의 경우 빨강 (66)을 가장 많이 선호하는 것으로 나타났고, 다음으로 자주 (49), 주황 (21) 순으로 나타났다. 이는 특히 빨강의 경우 매니쉬 의복 전체 인원 중 50% 이상이 선호한다는 것을 알 수 있다.

네 의복스타일 집단 별 립스틱 선호계열 색상을 비교해 보면 매니쉬 선호 의복스타일 집단은 다른 세 선호 의복스타일 집단에 비해 빨강을 선호하며, 주황과 자주는 선호하지 않은 것으로 나타났다. 페미닌 선호 의복스타일 집단은 다른 세 선호 의복스타일 집단에 비해 자주를 선호하며, 주황과 빨강, 브라운은 조금 선호하지 않는 것으로 나타났다. 스포티지 선호 의복스타일 집단은 다른 세 선호 의복스타일 집단에 비해 선호 경향이 뚜렷하지 않았으며, 클래식 선호 의복스타일 집단은 다른 세 선호 의복스타일 집단에 비해 주황을 선호하며, 빨강은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

이상의 결과를 <표 15>의 연구결과와 같이 살펴보면 매니쉬 선호 의복스타일

집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 덜 톤의 립스틱 색조와 빨강계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 페일 톤의 립스틱 색조와 주황과 자주계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 페미닌 선호 의복스타일 집단의 경우 다른 세 의복스타일 집단에 비해 라이트 톤과 페일 톤의 립스틱 색조와 자주계열 립스틱 색상을 선호하였으며, 브라운과 주황계열 립스틱 색상은 조금 선호하지 않았다. 스포티지 선호 의복스타일 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 브라이트 톤의 립스틱 색조와 빨강계열 립스틱 색상을 조금 선호 하였으며, 비비드 톤의 립스틱 색조는 선호하지 않았다. 클래식 선호 의복스타일 집단의 경우 다른 세 의복스타일 집단에 비해 비비드 톤과 페일 톤의 립스틱 색조와 주황계열 립스틱 색상을 선호하였으며, 브라이트 톤과 라이트 톤의 립스틱 색조와 빨강계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다.

이상의 결과를 종합해 보면, 매니쉬 선호 의복스타일 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해高明도 무채색과 덜 톤의 아이새도와, 덜 톤과 빨강계열 립스틱 색상을 선호하는 것으로 나타났으며, 브라이트 톤과 페일 톤, 자주계열 아이새도 색상과 페일 톤, 주황과 자주계열 립스틱 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 페미닌 선호 의복스타일 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 브라이트 톤과 보라계열 색상의 아이새도와 라이트 톤과 페일 톤, 자주계열 립스틱 색상을 선호하는 것으로 나타났으며,高明도 무채색과 주황계열 아이새도 색상과 브라운, 주황, 빨강계열 립스틱 색상은 조금 선호하지 않는 것으로 나타났다. 스포티지 선호 의복스타일 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 페일 톤과 자주, 파랑계열 아이새도 색상과 브라이트 톤과 빨강계열 립스틱 색상을 선호하는 것으로 나타났으며, 브라이트 톤과, 보라, 파랑계열 아이새도 색상과 비비드 톤과 덜톤의 립스틱 색조는 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 클래식 선호 의복스타일 집단은 다른 세 의복스타일 집단에 비해 브라이트 톤과 페일 톤, 주황과 자주계열 아이새도 색상과 비비드 톤과 페일 톤, 주황계열 립스틱 색상을 선호하는 것으로 나타났으며,高明도 무채색과 빨강계열 아이새도 색상과 브라이트 톤과 라이트 톤, 빨강계열 립스틱 색상은 선호

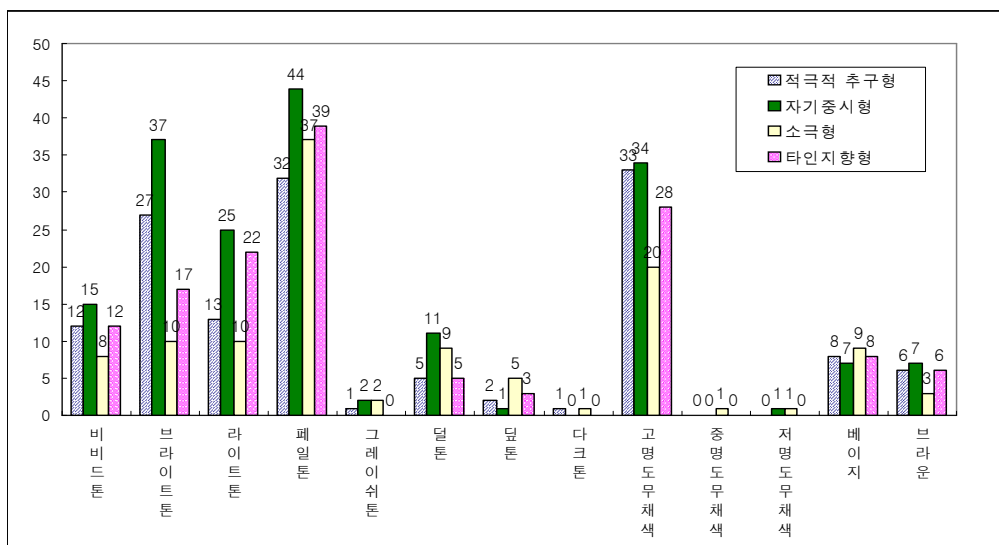
하지 않은 것으로 나타났다.

동일한 색조의 화장은 통일감과 조화를 느끼게 하여 보는 사람에게 친근감을 주며, 난색 계통의 동계 색 화장 배색은 가장 기본적인 배색으로 명도, 채도의 차이만으로 커다란 변화를 주지 않고도 지루하게 보이지 않은 장점이 있어 온화하고, 부드럽고, 편안한 이미지를 연출 할 수 있게 해 준다. 따라서 매니쉬와 클래식 선호 의복스타일 집단은 다른 의복스타일 집단에 비해 안정적이고 무난하게 보이는 색조 화장을 선호 하는 경향을 보이고 있으며, 이러한 결과들을 종합하여 보았을 때 선호 의복스타일이 여성들의 아이섀도우와 립스틱 색상의 색 선택에 영향을 주고 있음을 알 수 있다.

#### 4. 화장태도 집단에 따른 선호색채

##### 4.1 화장태도 집단에 따른 아이섀도우 선호색채

##### 4.1.1 화장태도 집단에 따른 아이섀도우 선호색조



[그림 7] 화장태도 집단에 따른 아이섀도우 선호색조

<표 17> 화장태도 집단에 따른 아이섀도 선호색조

빈도(기대빈도%)

화장태도 집단 아이섀도 선호색조	적극적 추구형	자기 중시형	소극형	타인 지향형	전체
비비드 톤	12(11.3)	15(14.9)	8(9.4)	12(11.3)	47
브라이트 톤	27(22.0)	37(28.9)	10(18.2)	17(22.0)	91
라이트 톤	13(16.9)	25(22.2)	10(14.0)	22(16.9)	70
페일 톤	32(36.7)	44(48.2)	37(30.4)	39(36.7)	152
그레이쉬 톤	1(1.2)	2(1.6)	2(1.0)	0(1.2)	5
덜 톤	5(7.2)	11(9.5)	9(6.0)	5(7.2)	30
딥 톤	2(2.7)	1(3.5)	5(2.2)	3(2.7)	11
다크 톤	1(5)	0(6)	1(4)	0(5)	2
고명도무채색	33(27.8)	34(36.5)	20(23.0)	28(27.8)	115
중명도무채색	0(2)	0(3)	1(2)	0(2)	1
저명도무채색	0(5)	1(6)	1(4)	0(5)	2
베이지	8(7.7)	7(10.2)	9(6.4)	8(7.7)	32
브라운	6(5.3)	7(7.0)	3(4.4)	6(5.3)	22
전체	140	184	116	140	580

<표 17>은 화장태도 집단에 따른 아이섀도 선호색조를 살펴본 것으로 화장태도 전체 집단에서 선호하는 아이섀도 색조 분포는 페일 톤 (152)과 고명도 무채색 (115), 브라이트 톤 (91), 라이트 톤 (70)이 전체 580명 중 428명으로 나타나 대부분의 여성들은 이 네 가지 아이섀도 색조를 선호하는 것을 알 수 있으며, 비비드 톤, 베이지, 덜 톤, 브라운은 조금 선호한 것으로 나타났다.

화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색조를 살펴보면 ‘적극적 추구형’ 집단에서 가장 선호하는 아이섀도 색조는 고명도 무채색 (33), 페일 톤 (32), 브라이트 톤 (27) 순이었고, ‘자기 중시형’ 집단에서 가장 선호하는 아이섀도 색조는 페일 톤 (44), 브라이트 톤 (37), 고명도 무채색 (34) 순이었다. ‘소극형’ 집단에서 가장 선호하는 아이섀도 색조는 페일 톤 (37), 고명도 무채색 (20), 브라이트 톤 (10), 라이트 톤 (10) 순이었고, ‘타인 지향형’ 집단에서 가장 선호하는 아이섀도 색조는 페일 톤

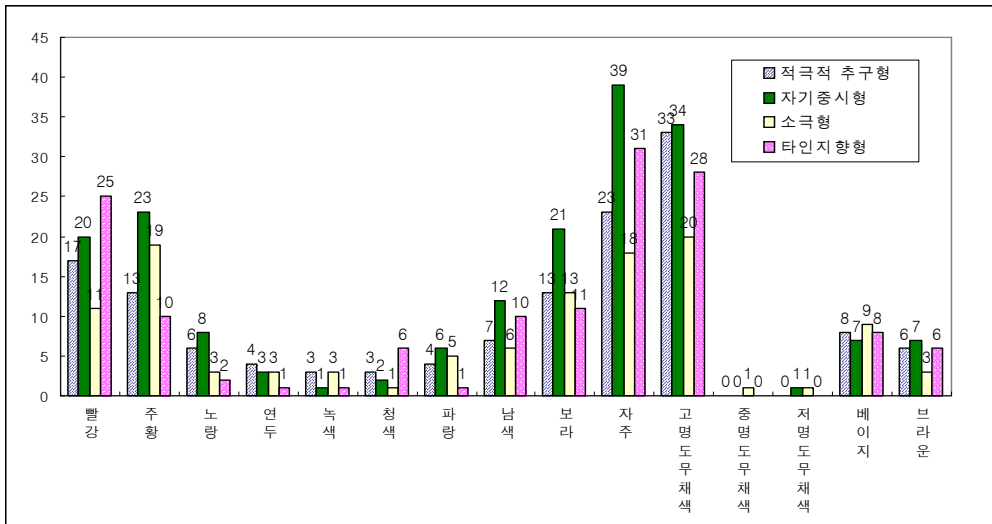
(39), 고명도 무채색 (28), 라이트 톤 (22)순으로 나타났다.

네 화장태도 집단 별 선호 아이섀도 선호색조를 비교해 보면 ‘적극적 추구형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 브라이트 톤과 고명도 무채색을 선호하며, 페일 톤과 라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. ‘자기 중시형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 브라이트 톤을 선호하며, 페일 톤과 베이지는 선호하지 않은 것으로 나타났다. ‘소극형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 페일 톤을 선호하며, 브라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. ‘타인 지향형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 라이트 톤을 선호하며, 브라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

이러한 결과에서 대부분의 여성들은 페일 톤의 사랑스럽고 감미로운 분위기와 고명도 무채색이 지닌 시원하고 상쾌한 느낌, 브라이트 톤의 밝고 맑은 느낌과 라이트 톤의 온화하고 부드러운 이미지의 아이섀도 화장을 선호 하는 것으로 보여 진다.

그러나 아이섀도 색조 선택에 있어 전체적인 색조의 조화와 효과를 고려하여야 하는데, 이는 개인의 감정이나 연상 작용에 따른 차이가 있을 수 있으므로 주위의 긍정적인 반응과 자신의 경험에 의한 판단으로 표현하고자 하는 이미지에 적절히 사용 하여 그 색조가 가진 고유의 아름다움을 효과적으로 나타낼 수 있어야 할 것이다.

#### 4.1.2 화장태도 집단에 따른 아이새도 선호색상



[그림 8] 화장태도 집단에 따른 아이새도 선호색상

<표 18> 화장태도 집단에 따른 아이새도 선호색상

빈도(기대빈도%)

화장태도 집단 아이새도 선호색상	적극적 추구형	자기 중시형	소극형	타인 지향형	전체
빨강	17(17.6)	20(23.2)	11(14.6)	25(17.6)	73
주황	13(15.7)	23(20.6)	19(13.0)	10(15.7)	65
노랑	6(4.6)	8(6.0)	3(3.8)	2(4.6)	19
연두	4(2.7)	3(3.5)	3(2.2)	1(2.7)	11
녹색	3(1.9)	1(2.5)	3(1.6)	1(1.9)	8
청색	3(2.9)	2(3.8)	1(2.4)	6(2.9)	12
파랑	4(3.9)	6(5.1)	5(3.2)	1(3.9)	16
남색	7(8.4)	12(11.1)	6(7.0)	10(8.4)	35
보라	13(14.0)	21(18.4)	13(11.6)	11(14.0)	58
자주	23(26.8)	39(35.2)	18(22.2)	31(26.8)	111
고명도무채색	33(27.8)	34(36.5)	20(23.0)	28(27.8)	115
중명도무채색	0(.2)	0(.3)	1(.2)	0(.2)	1
저명도무채색	0(.5)	1(.6)	1(.4)	0(.5)	2
베이지	8(7.7)	7(10.2)	9(6.4)	8(7.7)	32
브라운	6(5.3)	7(7.0)	3(4.4)	6(5.3)	22
전체	140	184	116	40	580

<표 18>은 화장태도 집단에 따른 아이새도 선호 계열색상을 살펴본 것으로 전체 화장태도 집단에서 선호하는 아이새도 계열색상 분포는 고명도 무채색 (115)과 자주(111), 빨강(73), 주황(65)을 가장 선호 하였으며, 이 네 가지 색상이 전체 580명 중 364명으로 나타나 대부분의 여성들은 이 네 가지 아이새도 색상을 선호한다는 것을 알 수 있었고, 보라, 남색, 베이지 등의 순으로 비교적 다양한 아이새도 색상을 선호하는 것으로 나타났다.

화장태도 집단에 따른 아이 새도 선호 계열 색상을 살펴보면 중 ‘적극적 추구형’ 집단에서 가장 선호하는 아이새도 색상은 고명도 무채색 (33), 자주 (23), 빨강 (17) 순으로 나타났고, ‘자기 중시형’ 집단에서 가장 선호하는 아이새도 색상은 자주 (39), 고명도 무채색 (34), 주황 (23) 순으로 선호 하였다. ‘소극형’ 집단에서 가장 선호하는 아이새도 색상은 고명도 무채색 (20), 주황 (19), 자주 (18) 순이었으며, ‘타인 지향형’ 집단에서 가장 선호하는 아이새도 색상은 자주 (31), 고명도 무채색 (28), 빨강 (25)순으로 나타났다.

네 화장태도 집단 별 선호 아이새도 선호계열 색상을 비교해 보면 ‘적극적 추구형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 고명도 무채색을 선호하며, 자주와 주황 계열 색상은 선호하지 않은 것으로 나타났다. ‘자기 중시형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 자주, 보라계열 색상을 선호하며, 빨강계열 색상은 선호하지 않은 것으로 나타났다. ‘소극형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 주황계열 색상을 선호하며 자주와 빨강은 선호하지 않은 것으로 나타났다. ‘타인 지향형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 빨강과 자주 계열 색상을 선호하며, 주황과 보라계열 색상은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

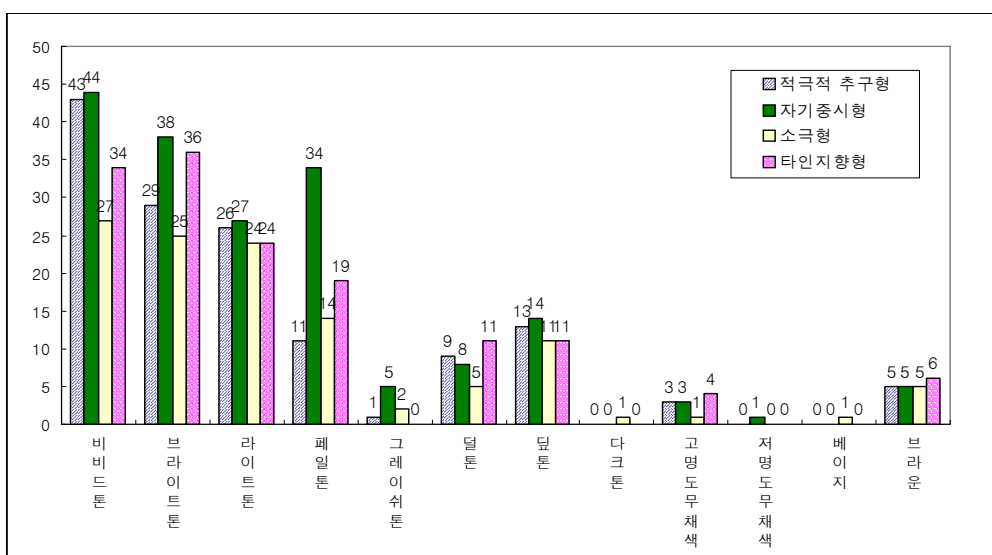
이러한 결과를 <표 17>과 연구결과와 같이 살펴보면 화장태도 집단에 따른 선호 아이새도 색채는 ‘적극적 추구형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 브라이트 톤과 고명도 무채색 아이새도를 선호 하였으며, 페일 톤과 라이트 톤, 주황과 자주계열 아이새도 색상은 선호하지 않았다. ‘자기 중시형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에

비해 브라이트 톤과 자주, 보라계열 아이새도 색상을 선호 하였으며, 페일 톤과 빨강, 자주계열 아이새도 색상은 선호하지 않았다. ‘소극형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 페일 톤과 주황계열 아이새도 색상을 선호 하였으며, 브라이트 톤과 고명도 무채색 자주, 빨강 계열 아이새도 색상은 선호하지 않았다. ‘타인 지향형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 라이트 톤과 빨강, 자주 계열 아이새도 색상을 선호 하였으며, 브라이트 톤과 주황, 보라 계열 아이새도 색상은 선호하지 않았다.

따라서 ‘적극적 추구형’ 집단은 고명도의 밝고 가벼운 느낌의 눈 화장을 선호 하는 집단으로 보이며, ‘자기 중시형’ 집단은 여성스럽고 감미로운 분위기의 눈 화장을, ‘소극형’ 집단은 밝고 여성스러우며, 자연스런 느낌의 눈 화장을 선호하고, ‘타인 지향형’의 집단은 사랑스런 색조 분위기의 온화하고 이지적인 눈 화장을 선호 하는 것으로 사료 된다.

## 4.2 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색채

### 4.2.1 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색조



[그림 9] 화장태도에 따른 립스틱 선호색조



<표 19> 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색조

빈도(기대빈도%)

화장태도 집단 립스틱 선호색조	적극적 추구형	자기 중시형	소극형	타인 지향형	전체
비비드 톤	43(35.7)	44(45.7)	27(29.6)	34(37.0)	148
브라이트 톤	29(30.9)	38(39.5)	25(25.6)	36(32.0)	128
라이트 톤	26(24.4)	27(31.2)	24(20.2)	24(25.2)	101
페일 톤	11(18.8)	34(24.1)	14(15.6)	19(19.5)	78
그레이쉬 톤	1(1.9)	5(2.5)	2(1.6)	0(2.0)	8
덜 톤	9(8.0)	8(10.2)	5(6.6)	11(8.3)	33
뎁 톤	13(11.8)	14(15.1)	11(9.8)	11(12.3)	49
다크 톤	0(.2)	0(.3)	1(.2)	0(.3)	1
고명도무채색	3(2.7)	3(3.4)	1(2.2)	4(2.8)	11
저명도무채색	0(.2)	1(.3)	0(.2)	0(.3)	1
베이지	0(.2)	0(.3)	1(.2)	0(.3)	1
브라운	5(5.1)	5(6.5)	5(4.2)	6(5.3)	21
전체	140	179	116	145	580

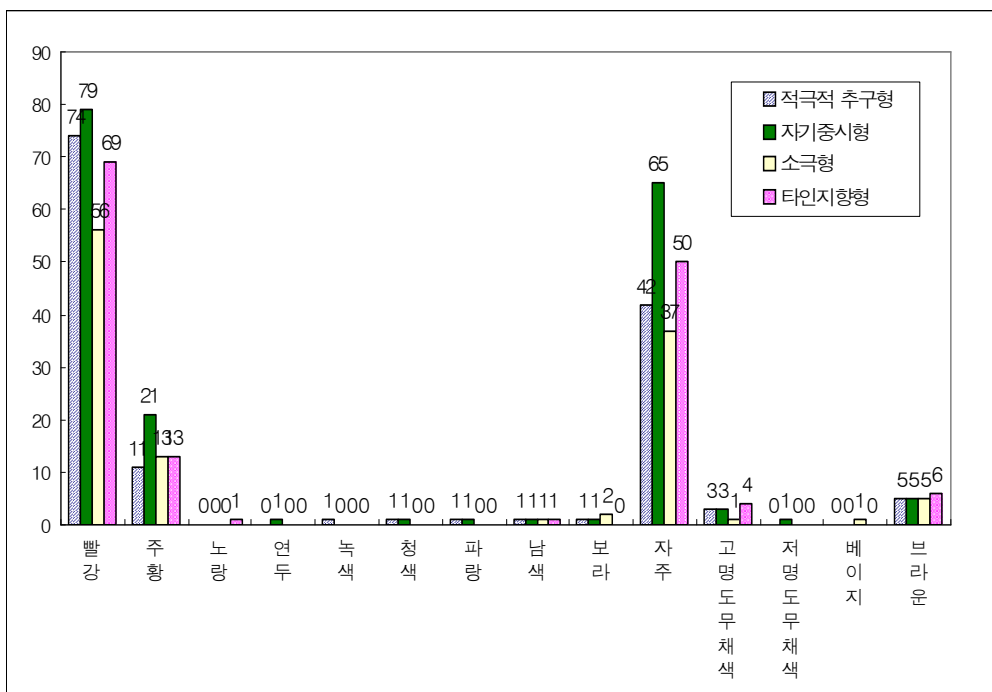
<표 19>는 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색조를 살펴본 것으로 전체 화장태도에서 선호하는 립스틱 색조 분포는 비비드 톤 (148), 브라이트 톤(128), 라이트 톤 (101), 페일 톤 (78)이 전체 580명중 455명으로 나타나 대부분의 여성들은 이 네 가지 립스틱 색조를 선호하는 것을 알 수 있다.

화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색조를 살펴보면 중 ‘적극적 추구형’ 집단에서 가장 선호하는 립스틱 색조는 비비드 톤 (43), 브라이트 톤 (29), 라이트 톤 (26)순이었고, ‘자기 중시형’ 집단에서 가장 선호하는 립스틱 색조는 비비드 톤 (44), 브라이트 톤 (38), 페일 톤 (34)순이었다. ‘소극형’ 집단에서 가장 선호하는 립스틱 색조는 비비드 톤 (27), 브라이트 톤 (25), 라이트 톤 (24)순이었으며, ‘타인 지향형’ 집단에서 가장 선호하는 립스틱 색조는 브라이트 톤 (36), 비비드 톤 (34), 라이트 톤 (24)순으로 나타났다.

네 화장태도 집단 별 립스틱 선호 색조를 비교해 보면 ‘적극적 추구형’ 집단은

다른 세 화장태도 집단에 비해 비비드 톤을 선호하며, 페일 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. ‘자기 중시형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 페일 톤을 선호하며, 라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. ‘소극형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 라이트 톤을 선호하며, 비비드 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. ‘타인 지향형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 브라이트 톤 과 덜 톤을 선호하며, 비비드 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

#### 4.2.2 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호색상



[그림 10] 화장태도에 따른 립스틱 선호색상

<표 20> 화장태도에 따른 립스틱 선호색상

빈도(기대빈도%)

화장태도 집단 립스틱 선호색상	적극적 추구형	자기 중시형	소극형	타인 지향형	전체
빨강	74(67.2)	79(85.9)	56(55.7)	69(69.1)	278
주황	11(14.0)	21(17.9)	13(11.6)	13(14.4)	58
노랑	0(.2)	0(.3)	0(.2)	1(.2)	1
연두	0(.2)	1(.3)	0(.2)	0(.2)	1
녹색	1(.2)	0(.3)	0(.2)	0(.2)	1
청색	1(.5)	1(.6)	0(.4)	0(.5)	2
파랑	1(.5)	1(.6)	0(.4)	0(.5)	2
남색	1(1.0)	1(1.2)	1(.8)	1(1.0)	4
보라	1(1.0)	1(1.2)	2(.8)	0(1.0)	4
자주	42(46.9)	65(60.0)	37(38.9)	50(48.2)	194
고명도무채색	3(2.7)	3(3.4)	1(2.2)	4(2.7)	11
저명도무채색	0(.2)	1(.3)	0(.2)	0(.2)	1
베이지	0(.2)	0(.3)	1(.2)	0(.2)	1
브라운	5(5.1)	6(6.5)	5(4.2)	6(5.2)	22
전체	140	180	116	144	580

<표 20>은 화장태도에 따른 립스틱 선호계열 색상을 살펴본 것으로 전체 화장태도에서 선호하는 립스틱 계열색상 분포는 빨강 (278), 자주 (194), 주황 (58) 순으로 나타났다.

화장태도 집단에 따른 립스틱 선호계열 색상을 살펴보면 ‘적극적 추구형’ 집단에서 가장 선호하는 립스틱 계열색상은 빨강 (74), 자주 (42), 주황 (11)순이었고, ‘자기 중시형’ 집단에서 가장 선호하는 립스틱 계열색상은 빨강 (79), 자주 (65), 주황 (21)순 이었다. ‘소극형’ 집단에서 가장 선호하는 립스틱 계열색상은 빨강 (56), 자주 (37), 주황 (13)순이었고, ‘타인 지향형’ 집단에서 가장 선호하는 립스틱 계열색상은 빨강 (69), 자주 (50), 주황 (13)순으로 나타났다.

이연희(2001)는 색채화장에 얼굴이미지 지각에 미치는 영향에 대한 연구에서 주황색 입술을 가장 지성적이고, 온화하며, 성숙하지 않은 입술 색으로, 빨강색 입술

을 가장 성숙하며, 온화하지 않고, 평범하게 지각한 것으로 인식한다고 하였다. 그러나 이는 때와 장소와 상황에 따라 인체에 사용된 색채의 전체적인 명도와 채도를 달리한 색상 조화가 이루어 졌을 때 주황과 빨강 계열의 입술색상은 표현하고자 하는 긍정적이고 세련된 이미지로 인식 될 수도 있으리라 생각된다.

네 화장태도 집단 별 립스틱 선호계열 색상을 비교해 보면 ‘적극적 추구형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 빨강과 자주를 선호하며, 주황을 선호하지 않은 것으로 나타났다. ‘자기 중시형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 주황과 자주를 선호하며, 빨강은 선호하지 않은 것으로 나타났다. ‘소극형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 주황을 조금 더 선호하며, 자주를 조금 선호하지 않은 것으로 나타났다. ‘타인 지향형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 자주를 다른 세 화장태도 집단보다 조금 선호하는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 <표 19>의 연구 결과와 같이 살펴보면 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호 계열 색상은 ‘적극적 추구형’ 집단은 비비드 톤과 빨강 자주계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 페일 톤과 주황계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. ‘자기 중시형’ 집단은 페일 톤과 자주, 주황계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 라이트 톤과 빨강계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. ‘소극형’ 집단은 라이트 톤과 주황계열 립스틱 색상을 조금 선호 하였으며, 비비드 톤과 자주계열 립스틱 색상은 조금 선호하지 않았다. ‘타인 지향형’ 집단은 브라이트 톤과 자주계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 비비드 톤의 립스틱 색조는 선호하지 않았다.

이상의 결과를 종합해 보면, ‘적극적 추구형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 고명도 무채색과 브라이트 톤의 아이새도와 비비드 톤과 빨강, 자주계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 페일 톤과 라이트 톤, 주황과 자주계열 아이새도 색상과 페일 톤과 주황 계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. ‘자기 중시형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 브라이트 톤과 자주, 보라 계열 아이새도 색상과 페일 톤과 자주, 주황계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 페일 톤과 빨강, 자주계열 아이새도

색상은 선호하지 않았고, 라이트 톤과 빨강계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다.

‘소극형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 페일 톤과 주황계열 아이섀도 색상과 라이트 톤 과 주황계열 립스틱 색상을 조금선호 하였으며, 브라이트 톤과 고 명도 무채색, 자주, 빨강계열 아이섀도 색상과, 비비드 톤과 자주계열 립스틱 색상은 조금 선호하지 않았다. ‘타인 지향형’ 집단은 다른 세 화장태도 집단에 비해 라이트 톤과 빨강, 자주계열 아이섀도 색상과 브라이트 톤과 자주계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 브라이트 톤과 주황, 보라계열 아이섀도 색상과 비비드 톤 립스틱 색조는 선호하지 않았다.

따라서 ‘적극적 추구형’은 선명하고 화려한 색상의 입술 화장을 선호하여 주위의 시선을 끌기 쉬우며, ‘자기 중시형’은 선명하고 고귀한 느낌의 입술 화장을 선호 한다고 볼 수 있다. ‘소극형’은 맑고 선명하며 생동감 있는 온화한 느낌의 입술화장을 선호하며, ‘타인 지향형’의 경우 밝고 고귀한 느낌의 사교적인 입술 화장을 선호 하는 것으로 사료 된다.

이상의 결과에서 화장태도에 따른 집단 별 특성이 아이섀도와 립스틱 색 선호도에 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

## 5. 눈과 입술 형태에 따른 선호색채

### 5.1 눈 형태에 따른 선호색채

<표 21> 눈 형태

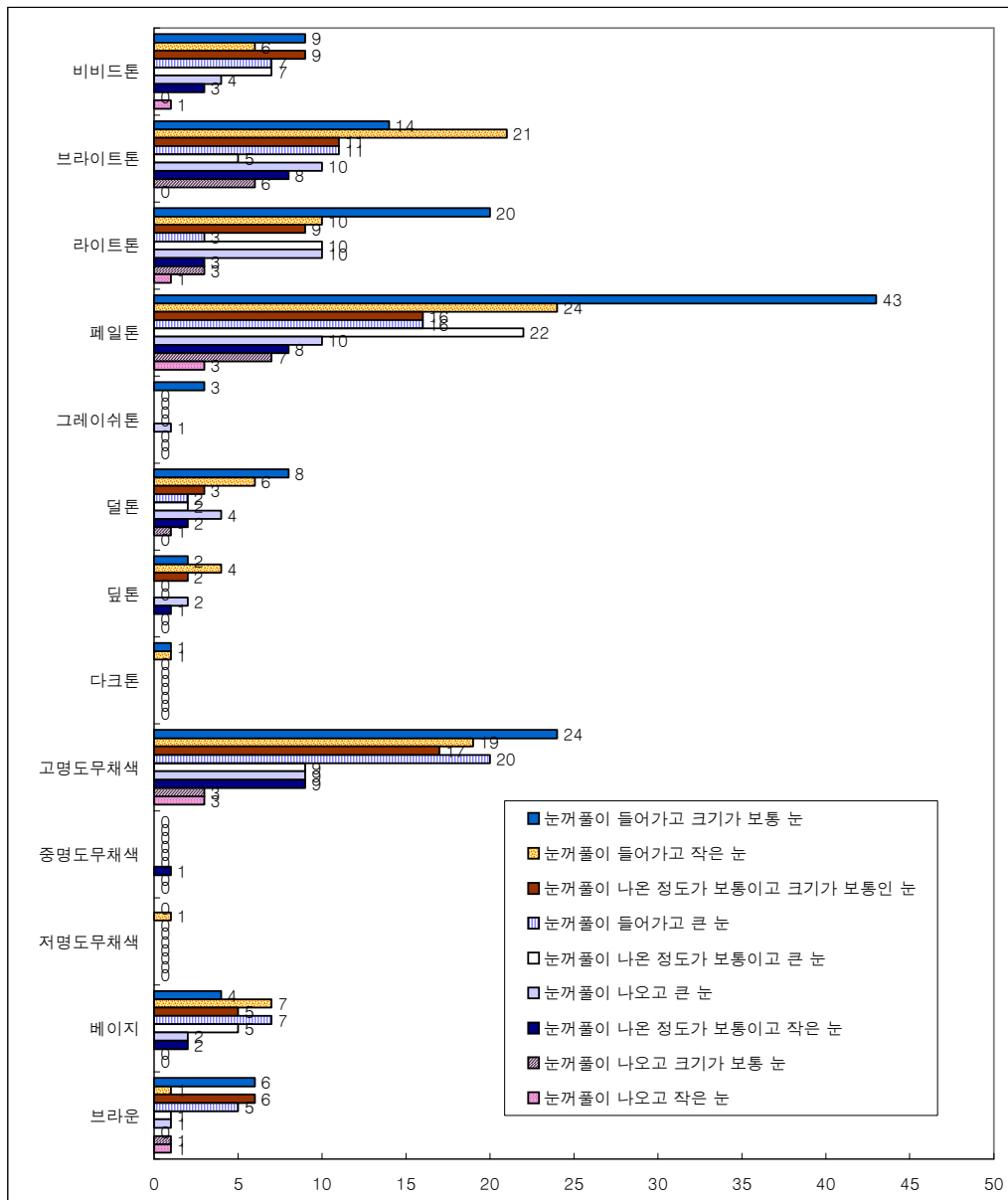
눈 형태	빈도	유효(%)
눈꺼풀이 들어가고 큰 눈	71	12.59
눈꺼풀이 들어가고 크기가 보통 눈	134	23.76
눈꺼풀이 들어가고 작은 눈	100	17.73
눈꺼풀이 나온 정도가 보통이고 큰 눈	61	10.82
눈꺼풀이 나온 정도가 보통이고 크기가 보통인 눈	78	13.83
눈꺼풀이 나온 정도가 보통이고 작은 눈	37	6.56
눈꺼풀이 나오고 큰 눈	53	9.40
눈꺼풀이 나오고 크기가 보통 눈	21	3.72
눈꺼풀이 나오고 작은 눈	9	1.60
합계	564	100.00

눈 형태에 대한 빈도분석을 실시한 결과 전체 601명 중 결측 값을 제외한 564명 중에서 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 큰 경우(71)가 12.59%였으며, 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 보통인 경우(134)가 23.76%로 가장 많았고, 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 작은 눈의 경우(100)가 17.73%로 그다음 순으로 나타났다.

눈꺼풀이 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 큰 눈인 경우(61)가 10.82%, 눈꺼풀이 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 보통인 경우(78)가 13.83%, 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 작은 눈인 경우(37)가 6.56%로 나타났다.

눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 큰 눈인 경우(53)가 9.40%, 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 보통인 눈의 경우(21)가 3.72%, 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 작은 눈의 경우(9)가 1.60%로 나타났다.

### 5.1.1 눈 형태에 따른 아이새도 선호색조



[그림 11] 눈 형태에 따른 아이새도 선호색조

<표 22> 눈 형태에 따른 아이새도 선호색조

나온 정도 아이새도 크기 선호색조	들어가고	들어가고	들어가고	보통	보통	보통	나오고	나오고	나오 고	전체
	크다	보통	작다	크다	보통	작다	크다	보통	작다	
비비드 톤	7(5.8)	9(10.9)	6(8.2)	7(5)	9(6.4)	3(3)	4(4.3)	0(1.7)	1(0.7)	46
브라이트 톤	11(10.8)	14(20.4)	21(15.2)	5(9.3)	11(11.9)	8(5.6)	10(8.1)	6(3.2)	0(1.4)	86
라이트 톤	3(8.7)	20(16.4)	10(12.2)	10(7.5)	9(9.5)	3(4.5)	10(6.5)	3(2.6)	1(1.1)	69
페일 톤	16(18.8)	43(35.4)	24(26.4)	22(16.1)	16(20.6)	8(9.8)	10(14)	7(5.5)	3(2.4)	149
그레이쉬 톤	0(0.5)	3(1)	0(0.7)	0(0.4)	0(0.6)	0(0.3)	1(0.4)	0(0.1)	0(0.1)	4
덜 톤	2(3.5)	8(6.7)	6(5)	2(3)	3(3.9)	2(1.8)	4(2.6)	1(1)	0(0.4)	28
뎀 톤	0(1.4)	2(2.6)	4(2)	0(1.2)	2(1.5)	1(0.7)	2(1)	0(0.4)	0(0.2)	11
다크 톤	0(0.3)	1(0.5)	1(0.4)	0(0.2)	0(0.3)	0(0.1)	0(0.2)	0(0.1)	0(0)	2
고명도 무채색	20(14.2)	24(26.8)	19(20)	9(12.2)	17(15.6)	9(7.4)	9(10.6)	3(4.2)	3(1.8)	113
중명도 무채색	0(0.1)	0(0.2)	0(0.2)	0(0.1)	0(0.1)	1(0.1)	0(0.1)	0(0)	0(0)	1
저명도 무채색	0(0.1)	0(0.2)	1(0.2)	0(0.1)	0(0.1)	0(0.1)	0(0.1)	0(0)	0(0)	1
베이지	7(4)	4(7.6)	7(5.7)	5(3.5)	5(4.4)	2(2.1)	2(3)	0(1.2)	0(0.5)	32
브라운	5(2.8)	6(5.2)	1(3.9)	1(2.4)	6(3)	0(1.4)	1(2.1)	1(0.8)	1(0.4)	22
전체	71	134	100	61	78	37	53	21	9	564

<표 22>는 눈 형태에 따른 아이새도 선호색조를 살펴본 것으로 전체 눈 형태에  
서 선호하는 아이새도 색조분포는 페일 톤 (149)과 고명도 무채색 (113), 브라이트  
톤 (86)의 순으로 선호하는 것을 알 수 있었다. 또한 비비드 톤, 베이지, 덜 톤, 브  
라운 순으로 다양하게 선호 하였으나 그레이쉬 톤 (4), 다크 톤 (2), 중명도 무채색  
(1), 저명도 무채색(1)의 경우 전체 빈도가 10이하로 나타나 이러한 색조는 선호하  
지 않는 것으로 나타났다.

눈 형태에 따른 아이새도 선호색조를 살펴보면 먼저 눈꺼풀이 들어가고 큰 눈의  
경우 고명도 무채색(20)을 가장 선호 하였으며, 페일 톤 (16), 브라이트 톤 (11)의



순으로 선호하는 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 보통인 경우 페일 톤 (43)을 가장 선호 하였으며, 고명도 무채색 (24), 라이트 톤 (20)순으로 선호 하는 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 들어가고 작은 눈의 경우 페일 톤 (24)을 가장 선호 하였으며, 브라이트 톤 (21), 고명도 무채색(19)의 순으로 선호하는 것으로 나타났다.

이 세 가지 눈 형태에 따른 아이새도 선호색조를 비교해 본 결과 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 큰 경우는 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 보통인 경우와 눈꺼풀이 들어가고 작은 눈의 경우에 비해 고명도 무채색을 더 선호하였으며, 라이트 톤은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 보통인 경우는 눈꺼풀이 들어가고 큰 눈의 경우와 눈꺼풀이 들어가고 작은 눈의 경우에 비해 페일 톤과 라이트 톤을 더 선호하였으며, 브라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 작은 눈의 경우는 눈꺼풀이 들어가고 큰 눈의 경우와 눈꺼풀이 들어가고 보통인 경우에 비해 브라이트 톤을 선호하였으며, 라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 큰 눈의 경우 페일 톤 (22)을 가장 선호 하였으며, 라이트 톤 (10), 고명도 무채색(9)의 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 보통인 경우 고명도 무채색 (17)을 가장 선호 하였으며, 페일 톤 (16), 브라이트 톤 (11)의 순으로 선호하는 것으로 나타났다.

눈꺼풀이 나온 정도가 보통이고 작은 눈의 경우 고명도 무채색(9)을 가장 선호 하였으며, 브라이트 톤 (8), 페일 톤 (8)순으로 선호하는 것으로 나타났다.

이 세 가지 눈 형태에 따른 아이새도 선호 색조를 비교해 본 결과 눈꺼풀이 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 큰 눈인 경우는, 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 보통인 경우와 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 작은 눈의 경우에 비해 페일 톤을 더 선호하였으며, 고명도 무채색과 브라이트 톤은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 보통인 경우는, 눈꺼

풀의 나온 정도가 보통이고 큰 눈의 경우와 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 작은 눈의 경우에 비해 비비드 톤을 더 선호하였으며, 페일 톤은 선호 하지 않은 것으로 나타났다.

눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 작은 눈인 경우는, 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 큰 눈의 경우와 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 크기가 보통인 경우에 비해 브라이트 톤을 더 선호하였으며, 페일 톤은 선호 하지 않은 것으로 나타났다.

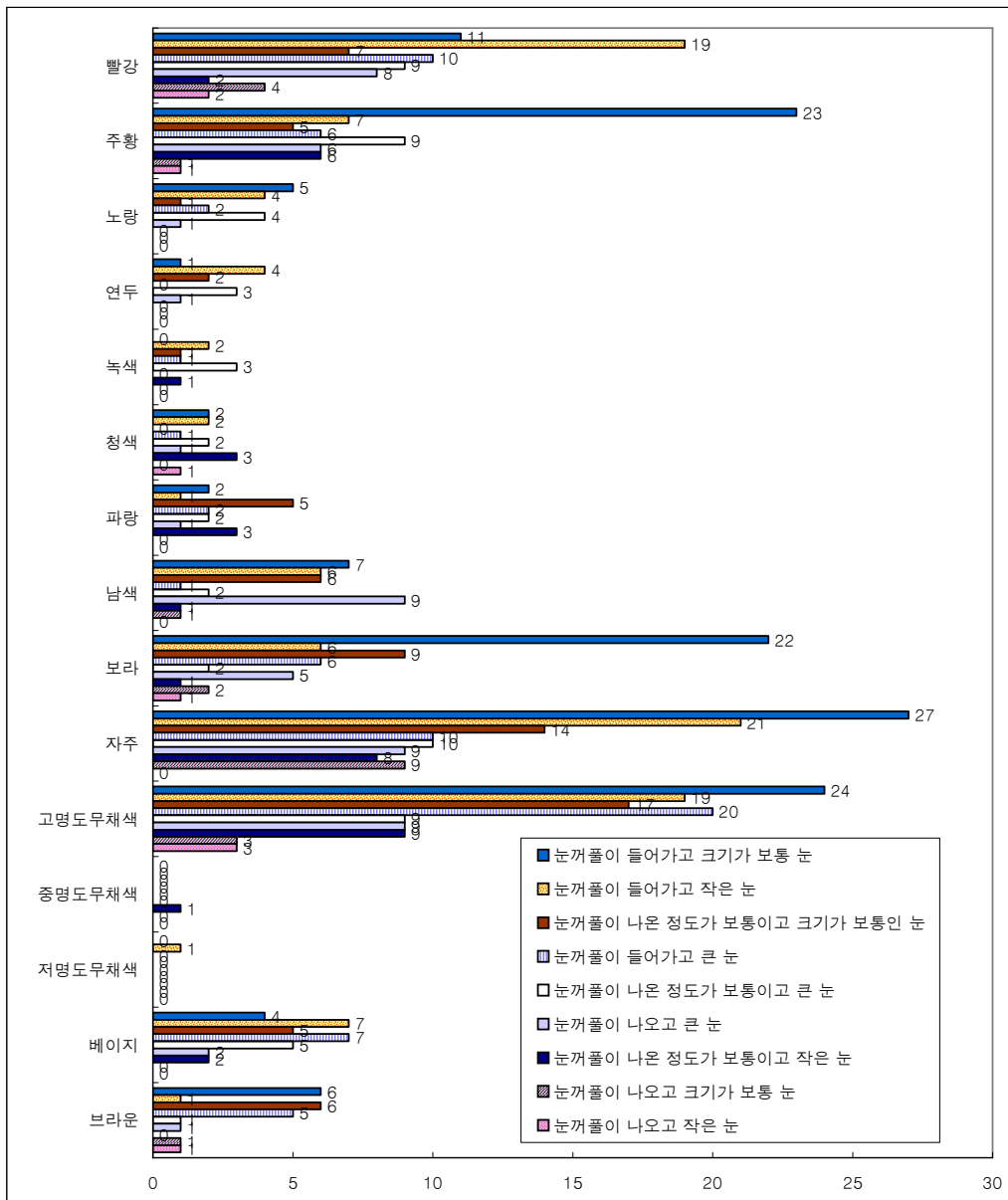
눈꺼풀이 나오고 큰 눈의 경우 브라이트 톤 (10), 라이트 톤 (10), 페일 톤 (10)을 선호하는 것으로 나타났으며, 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 보통인 눈의 경우 페일 톤 (8)과, 브라이트 톤 (6)을 선호하는 것으로 나타났고, 눈꺼풀이 나오고 작은 눈의 경우 페일 톤 (3)과 고명도 무채색(3)을 선호하는 것으로 나타났다.

이 세 가지 눈 형태에 따른 아이새도 선호 색조를 비교해 본 결과 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 큰 눈인 경우, 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 보통인 경우와 눈꺼풀이 나오고 작은 눈의 경우에 비해 라이트 톤을 더 선호하였으며, 페일 톤은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 보통인 눈의 경우는 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 큰 경우와 눈꺼풀이 나오고 작은 경우에 비해 브라이트 톤을 더 선호하였으며, 고명도 무채색을 선호 하지 않은 것으로 나타났다.

눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 작은 눈의 경우는 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 큰 경우와 눈꺼풀이 나오고 보통인 경우에 비해 고명도 무채색을 선호하는 것으로 나타났다.

이로서 대부분의 여성들이 페일 톤과 고명도 무채색의 새도 색조를 가장 선호하였고 회색조와 다크 색조의 어두운 새도를 선호 하지 않음을 알 수 있었다. 이는 조사 시기의 계절적 영향을 고려하지 않을 수 없으며, 눈매에 포인트를 주어 강조하지 않고 환하고 화사한 분위기의 투명한 화장을 선호하는 것으로 풀이 될 수 있을 것이다.

### 5.1.2 눈 형태에 따른 아이새도 선호색상



[그림 12] 눈 형태에 따른 아이새도 선호색상

<표 23> 눈 형태에 따른 아이새도 선호색상

빈도(기대빈도%)

나온 정도 아이새도 크기 선호색상	들어가고	들어가고	들어가고	보통	보통	보통	나오고	나오고	나오고	전체
	크다	보통	작다	크다	보통	작다	크다	보통	작다	
빨강	10(9.1)	11(17.1)	19(12.8)	9(7.8)	7(10.0)	2(4.7)	8(6.8)	4(2.7)	2(1.1)	72
주황	6(8.1)	23(15.2)	7(11.3)	9(6.9)	5(8.9)	6(4.2)	6(6.0)	1(2.4)	1(1.0)	64
노랑	2(2.1)	5(4.0)	4(3.0)	4(1.8)	1(2.4)	0(1.1)	1(1.6)	0(6)	0(3)	17
연두	0(1.4)	1(2.6)	4(2.0)	3(1.2)	2(1.5)	0(7)	1(1.0)	0(4)	0(2)	11
녹색	1(1.0)	0(1.9)	2(1.4)	3(9)	1(1.1)	1(5)	0(8)	0(3)	0(1)	8
청색	1(1.5)	2(2.9)	2(2.1)	2(1.3)	0(1.7)	3(8)	1(1.1)	0(4)	1(2)	12
파랑	2(2.0)	2(3.8)	1(2.8)	2(1.7)	5(2.2)	3(1.0)	1(1.5)	0(6)	0(3)	16
남색	1(4.2)	7(7.8)	6(5.9)	2(3.6)	6(4.6)	1(2.2)	9(3.1)	1(1.2)	0(5)	33
보라	6(6.8)	22(12.8)	6(9.6)	2(5.8)	9(7.5)	1(3.5)	5(5.1)	2(2.0)	1(9)	54
자주	10(13.6)	27(25.7)	21(19.1)	10(11.7)	14(14.9)	8(7.1)	9(10.1)	9(4.0)	0(1.7)	108
고명도무채색	20(14.2)	24(26.8)	19(20.0)	9(12.2)	17(15.6)	9(7.4)	9(10.6)	3(4.2)	3(1.8)	113
중명도무채색	0(1)	0(2)	0(2)	0(1)	0(1)	1(1)	0(1)	0(0)	0(0)	1
저명도무채색	0(1)	0(2)	1(2)	0(1)	0(1)	0(1)	0(1)	0(0)	0(0)	1
베이지	7(4.0)	4(7.6)	7(5.7)	5(3.5)	5(4.4)	2(2.1)	2(3.0)	0(1.2)	0(5)	32
브라운	5(2.8)	6(5.2)	1(3.9)	1(2.4)	6(3.0)	0(1.4)	1(2.1)	1(8)	1(4)	22
전체	71	134	100	61	78	37	53	21	9	564

<표 23>은 눈 형태에 따른 아이새도 선호계열 색상을 살펴본 결과로 전체 눈 형태에서 선호하는 아이새도 계열색상 분포는 고명도 무채색 (113)을 가장 선호하며, 자주 (108), 빨강 (72), 주황 (64)의 순으로 선호하는 것을 알 수 있었으며, 보라, 남색, 베이지, 브라운, 노랑, 파랑 등의 순으로 비교적 다양한 색상에 관심이 있는 것으로 나타났으나, 녹색 (8), 중명도 무채색 (1), 저명도 무채색 (1)의 경우 전체 빈도가 10 이하로 나타나 이러한 색상은 선호하지 않는 것으로 나타났다.

눈 형태에 따른 아이새도 선호계열 색상을 살펴보면 먼저 눈꺼풀이 들어가고 큰 눈의 경우는 고명도 무채색 (20)을 가장 선호하였으며, 다음으로 빨강 (10), 자주 (10)을 선호하는 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 보통인 경우 자

주색 (27)을 가장 선호하였으며, 고명도 무채색 (24), 주황 (23)순으로 선호하는 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 들어가고 작은 눈의 경우 자주 (21)가장 선호하였으며, 다음으로 빨강 (19), 고명도 무채색 (19)을 선호하는 것으로 나타났다.

이 세 가지 눈 형태에 따른 아이새도 선호계열 색상을 비교해 본 결과 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 큰 경우는, 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 보통인 경우와 눈꺼풀이 들어가고 작은 눈의 경우에 비해 고명도 무채색과 베이지를 더 선호하였으며, 자주는 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 보통인 경우는, 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 큰 경우와 눈꺼풀이 들어가고 작은 경우에 비해 보라와 주황을 더 선호하였으며, 빨강과 베이지는 선호하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 작은 눈의 경우는 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 큰 경우와 눈꺼풀이 들어가고 크기가 보통인 경우에 비해 빨강을 선호하였으며, 주황과 보라는 선호하지 않은 것으로 나타났다.

눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 큰 눈의 경우는 자주 (10)를 가장 선호하였으며, 빨강 (9), 주황 (9)을 선호하는 것으로 나타났다. 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 보통인 경우는 고명도 무채색 (17)선호하였으며, 자주 (14), 보라 (9)순으로 선호하는 것으로 나타났다. 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 작은 눈의 경우 고명도 무채색 (9)을 선호하였으며, 자주 (8), 주황 (6)의 순으로 나타났다.

이 세 가지 눈 형태에 따른 아이새도 선호계열 색상을 비교해 본 결과 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 큰 눈인 경우, 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 보통인 경우와 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 작은 눈의 경우에 비해 주황을 더 선호하였으며, 고명도 무채색은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 보통인 경우, 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 큰 눈의 경우와 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 작은 눈의 경우에 비해 고명도 무채색과 브라운을 더 선호하였으며, 빨강과 주황은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 작은 눈인 경우, 눈꺼풀의 나온 정도가

보통이고 큰 눈의 경우와 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 보통인 경우에 비해 고명도 무채색과 주황을 더 선호하였으며, 빨강은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

눈꺼풀이 나오고 큰 눈의 경우 남색 (9), 자주 (9), 고명도 무채색 (9)을 선호하는 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 보통인 눈의 경우 자주 (9), 빨강 (4), 고명도 무채색 (3)을 선호하는 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 나오고 작은 눈의 경우 고명도 무채색 (3)과 빨강 (2)을 선호하는 것으로 나타났다.

이 세 가지 눈 형태에 따른 아이새도 선호계열 색상을 비교해 본 결과 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 큰 눈인 경우, 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 보통인 경우와 눈꺼풀이 나오고 작은 눈의 경우에 비해 남색을 더 선호하였으며, 고명도 무채색은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 보통인 눈의 경우, 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 큰 경우와 눈꺼풀이 나오고 작은 경우에 비해 자주를 더 선호하였으며, 고명도 무채색은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 작은 눈의 경우, 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 큰 경우와 눈꺼풀이 나오고 보통인 경우에 비해 고명도 무채색과 빨강을 조금 선호하는 것으로 나타났다.

이상의 결과를 <표 22>의 연구결과와 같이 살펴보면 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 큰 눈인 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 고명도 무채색과 베이지의 아이새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 라이트 톤과 페일 톤과 자주계열 아이새도 색상은 선호하지 않았다. 이는 성숙해 보이는 눈매를 환하고 따듯한 느낌으로 보여 줄 수 있을 것이라 생각된다. 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 보통인 눈의 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 페일 톤과 라이트 톤의 아이새도 색조와 보라와 주황계열 아이새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 브라이트 톤과 베이지, 빨강계열 아이새도 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 이는 조숙한 느낌이 드는 눈매에 부드럽고 건강하며 신비로운 느낌의 눈 화장을 선호 하는 것으로 보여 진다. 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 작은 눈인 경우 다른 8가지 눈 형태

에 비해 브라이트 톤과 베이지, 빨강계열 아이새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 페일 톤과 비비드 톤, 라이트 톤과 주황, 보라계열 아이새도 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 이는 자칫 날카로와 보일 수 있는 눈매에 밝고 화사하며 편안한 느낌의 눈 화장을 선호 하는 것으로 보여 진다. 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 큰 눈인 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 페일 톤과 주황계열 아이새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 브라이트 톤과 고명도 무채색은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 이는 큰 눈에 부드럽고 생기 있는 건강한 느낌의 눈 화장을 선호 하는 것으로 보여 진다. 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 보통인 눈의 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 비비드 톤과 고명도 무채색, 브라운계열 아이새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 페일 톤과 빨강, 주황계열 아이새도 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 이는 평범하기 쉬운 눈매에 선명하고 안정된 느낌의 눈 화장을 선호 하는 것으로 보여 진다. 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 작은 눈인 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 브라이트 톤과 주황, 고명도 무채색 아이새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 페일 톤과 빨강계열 아이새도 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 이는 작은 눈매를 밝고 명랑한 색상으로 표현 하려는 것으로 보여 진다. 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 큰 눈인 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 라이트 톤과 남색계열 아이새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 페일 톤과 고명도 무채색, 자주계열 아이새도 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 이는 자칫 나온 눈매를 강조할 수 있는 고명도의 색조와 따듯한 계열색상 보다 눈매가 들어가 보이게 할 수 있는 차가운 계열색상의 눈 화장을 선호 하는 것으로 보여 진다. 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 보통인 눈인 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 브라이트 톤과 자주계열 아이새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 고명도 무채색은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 이는 보통크기의 눈에 밝고 우아한 이미지의 눈 화장을 선호 하는 것으로 보여 진다. 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 작은 눈의 경우

다른 8가지 눈 형태에 비해 고명도 무채색을 조금 더 선호 하였는데, 이는 작은 눈을 상쾌하고 환한 이미지로 표현 하려는 것으로 보여 진다.

이상의 연구 결과는 이학재(1994)의 눈 화장에 쓰이는 아이섀도는 눈에 음영과 밝기로 입체감을 만들어 주는 목적으로 사용되고 있으며 돌출된 부위나 팽창되어 보이고자 하는 부위는 명도를 높여 줌으로써 각각의 다른 눈의 형을 이상형에 가깝게 만들어 주어 그 사용 목적이 주로 눈의 존재를 효과적으로 나타내고 음영이 있는 표정미를 만드는데 있으니 무엇보다 색의 선택이 중요하다는 말과 같이 현대 여성들은 눈 화장을 하는데 있어 자신의 눈 형태를 이해하고 자신의 이미지를 긍정적인 모습으로 보일 수 있는 아이섀도 색상을 선택하여 사용 하고 있다는 것을 알 수 있다.



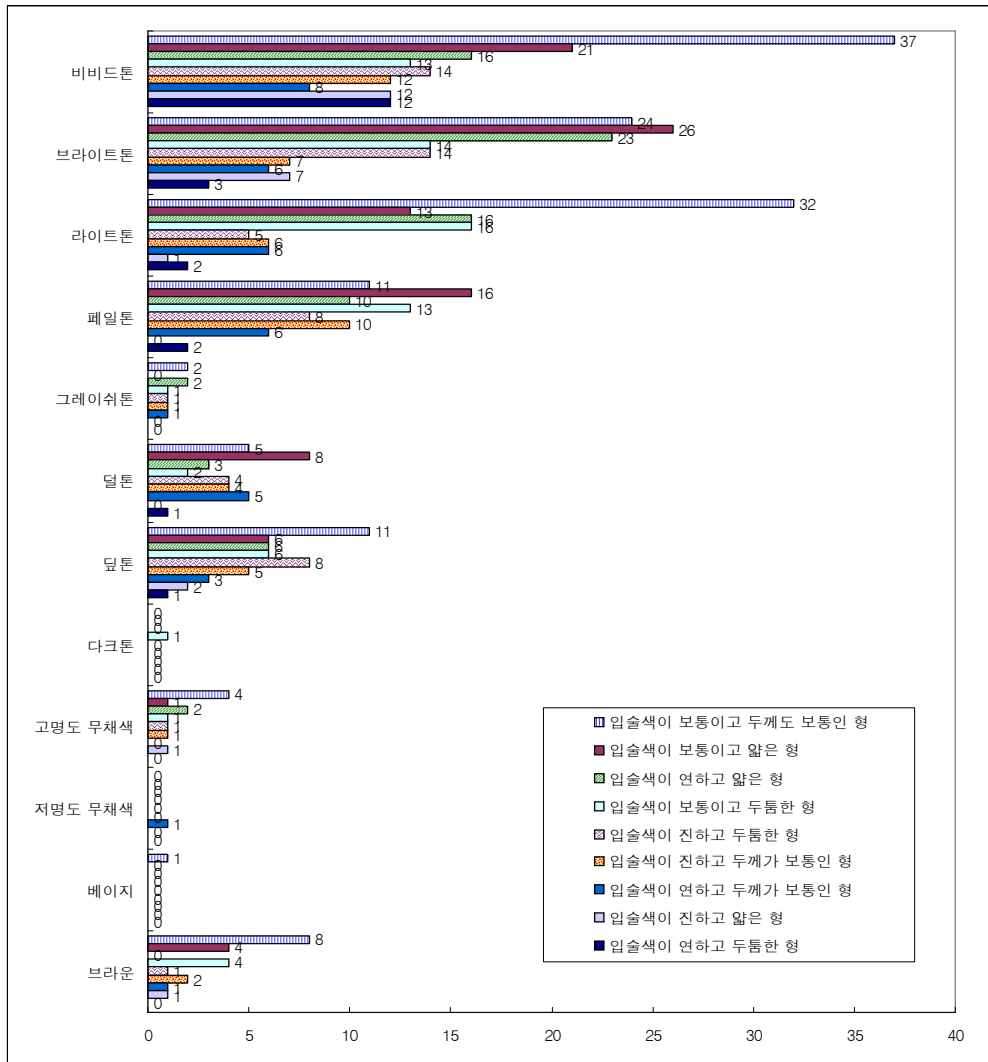
## 5.2 입술 형태에 따른 립스틱 선호색채

<표 24> 입술 형태

입술 형태	빈도	유효(%)
입술색이 진하고 두툼한 형	56	9.91
입술색이 진하고 두께가 보통인 형	48	8.50
입술색이 진하고 얇은 형	24	4.25
입술색이 보통이고 두툼한 형	71	12.57
입술색이 보통이고 두께가 보통인 형	135	23.89
입술색이 보통이고 얇은 형	95	16.81
입술색이 연하고 두툼한 형	21	3.71
입술색이 연하고 두께가 보통인 형	37	6.55
입술색이 연하고 얇은 형	78	13.81
합계	565	100.00

입술 형태에 대한 빈도분석을 실시한 결과 전체 601명 중 결측 값을 제외한 565명 중에서 입술 색이 입술색이 진하고 두툼한 입술 형(56)이 9.91%, 입술색이 진하고 두께가 보통인 입술 형(48)이 8.50%, 입술색이 진하고 얇은 입술 형(24)이 4.25%, 입술색이 보통이고 두툼한 입술 형(71)이 12.57%, 보통이고 두께도 보통인 입술 형(135)이 23.89%로 가장 많았으며, 입술색이 보통이고 얇은 입술 형(95)이 16.81%, 입술색이 연하고 두께가 보통인 입술 형(37)이 6.55%, 입술색이 연하고 두툼한 입술 형(21)이 3.71%, 입술색이 연하고 얇은 입술 형(78)이 13.81%로 나타났다.

### 5.2.1 입술 형태에 따른 립스틱 선호색조



[그림 13] 입술 형태에 따른 립스틱 선호색조

<표 25> 입술 형태에 따른 립스틱 선호색조

빈도(기대빈도%)

립스틱 색조 입술색상	진하고	진하고	진하고	보통	보통	보통	연하고	연하고	연하고	전체
	두툽한	보통	얇은	두툽한	보통	얇은	두툽한	보통	얇은	
비비드 톤	14(14.4)	12(12.3)	12(6.2)	13(18.2)	37(34.6)	21(24.4)	12(5.4)	8(9.5)	16(20.0)	145
브라이트 톤	14(12.3)	7(10.5)	7(5.3)	14(15.6)	24(29.6)	26(20.8)	3(4.6)	6(8.1)	23(17.1)	124
라이트 톤	5(9.6)	6(8.2)	1(4.1)	16(12.2)	32(23.2)	13(16.3)	2(3.6)	6(6.4)	16(13.4)	97
페일 톤	8(7.5)	10(6.5)	0(3.2)	13(9.6)	11(18.2)	16(12.8)	2(2.8)	6(5.0)	10(10.5)	76
그레이쉬 톤	1 (8)	1(7)	0(3)	1(1.0)	2(1.9)	0(1.3)	0(3)	1(5)	2(1.1)	8
덜 톤	4(3.2)	4(2.7)	0(1.4)	2(4.0)	5(7.6)	8(5.4)	1(1.2)	5(2.1)	3(4.4)	32
뿔 톤	8(4.8)	5(4.1)	2(2.0)	6(6.0)	11(11.5)	6(8.1)	1(1.8)	3(3.1)	6(6.6)	48
다크 톤	0(1)	0(1)	0(0)	1(1)	0(2)	0(2)	0(0)	0(1)	0(1)	1
고명도무채색	1(1.1)	1(9)	1(5)	1(1.4)	4(2.6)	1(1.8)	0(4)	0(7)	2(1.5)	11
저명도무채색	0(1)	0(1)	0(0)	0(1)	0(2)	0(2)	0(0)	1(1)	0(1)	1
베이지	0(1)	0(1)	0(0)	0(1)	1(2)	0(2)	0(0)	0(1)	0(1)	1
브라운	1(2.1)	2(1.8)	1(9)	4(2.6)	8(5.0)	4(3.5)	0(8)	1(1.4)	0(2.9)	21
전체	56	48	24	71	135	95	21	37	78	565

<표 25>는 입술 형태에 따른 립스틱 선호색조를 살펴본 것으로 전체 입술 형태에서 선호하는 립스틱색조 분포는 비비드 (145), 브라이트 (124), 라이트 (97), 페일 (76)톤 이 전체 561명 중 모두 442명으로 나타나, 여성들은 이 네 가지 색조가 지닌 선명하며, 밝고, 부드러운 느낌의 순으로 립스틱을 선호 한다는 것을 알 수 있었다.

입술 형태에 따른 립스틱 선호색조를 살펴보면 입술색이 진하고 두툽한 입술 형은 비비드 톤 (14), 브라이트 톤 (14), 페일 톤 (8), 뿔 톤 (8)의 순으로 나타났 으며, 입술색이 진하고 두께가 보통인 입술 형은 비비드 톤 (12), 페일 톤 (10), 브라이트 톤 (7)의 순으로 선호하였고, 입술색이 진하고 얇은 형은 비비드 톤

(12) 브라이트 톤 (7), 다크 톤 (2)의 순으로 선호 하였다.

이 세 가지 입술 형태에 따른 립스틱 선호색조를 비교해 보면 먼저 입술색이 진하고 두툽한 입술 형은 입술색이 진하고 두께가 보통인 형과 입술색이 진하고 얇은 형에 비해 다크 톤을 더 선호하는 것으로 나타났으며, 라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 입술색이 진하고 두께가 보통인 입술 형은 입술색이 진하고 두께가 두툽한 형과 입술색이 진하고 얇은 형에 비해 페일 톤을 더 선호하는 것으로 나타났으며, 브라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 입술색이 진하고 얇은 형은 입술색이 진하고 두께가 두툽한 형과 입술색이 진하고 두께가 보통인 형에 비해 비비드 톤을 더 선호는 것으로 나타났으며, 라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

입술색이 보통이고 두툽한 입술 형은 라이트 톤 (16), 브라이트 톤 (14), 비비드 톤 (13), 페일 톤 (13)의 순으로 선호 하였으며, 입술 색이 보통이고 두께도 보통인 입술 형은 비비드 톤 (37), 라이트 톤 (32), 브라이트 톤 (24)의 순으로 선호하였고, 입술색이 보통이고 얇은 입술 형은 브라이트 톤 (26), 비비드 톤 (21), 페일 톤 (16)의 순으로 선호 하였다.

이 세 가지 입술 형태에 따른 립스틱 선호 색조를 비교해 보면 먼저 입술색이 보통이고 두툽한 입술 형은 입술색이 보통이고 두께가 보통인 형과 얇은 형에 비해 페일 톤과 라이트 톤을 선호하는 것으로 나타났으며, 비비드 톤과 다크 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 입술색이 보통이고 두께도 보통인 입술 형은 입술색이 보통이고 두께가 두툽한 형과 입술색이 보통이고 얇은 형에 비해 라이트 톤을 선호하는 것으로 나타났으며, 페일 톤과 브라운은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

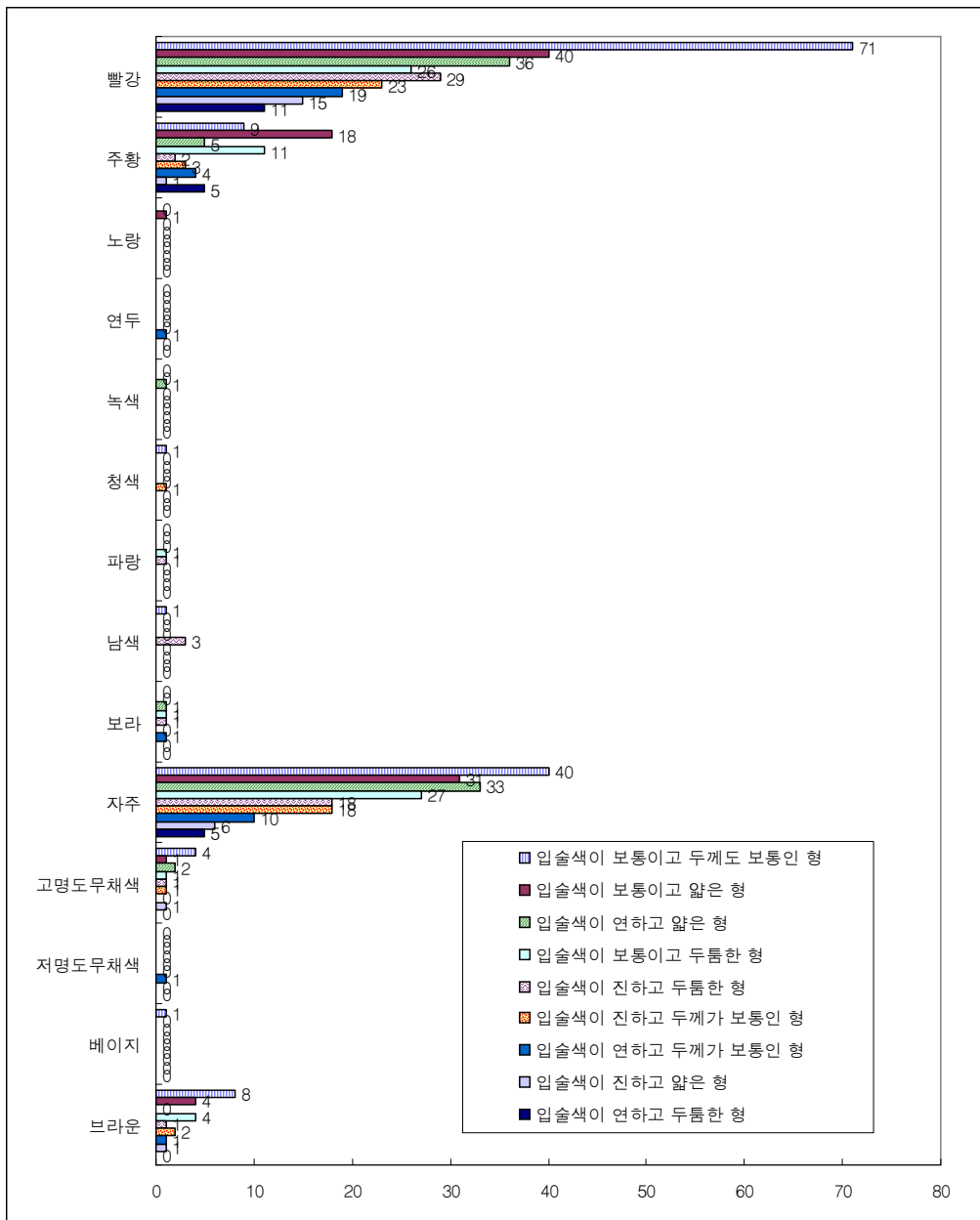
입술색이 보통이고 얇은 형은 입술색이 보통이고 두께가 두툽한 형과 입술색이 보통이고 두께가 보통인 형에 비해 브라이트 톤과 페일 톤을 더 선호는 것으로 나타났으며, 라이트 톤과 비비드 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

입술색이 연하고 두툽한 형은 비비드 톤 (12), 브라이트 톤 (3)으로 선호하였으

며, 입술색이 연하고 두께가 보통인 형은 비비드 톤 (8), 브라이트 톤 (6), 라이트 톤 (6), 페일 톤 (6)을 선호 하였고, 입술색이 연하고 얇은 입술 형은 브라이트 톤 (23), 비비드 톤 (16), 라이트 톤 (16)의 순으로 나타났다.

이 세 가지 입술 형태에 따른 립스틱 선호 색조를 비교해 보면 먼저 입술색이 연하고 두툼한 입술 형은 입술색이 연하고 두께가 보통인 형과 입술색이 연하고 얇은 형에 비해 비비드 톤을 더 선호하는 것으로 나타났으며, 브라이트 톤과 라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 입술색이 연하고 두께가 보통인 입술 형은 입술색이 연하고 두께가 두툼한 형과 입술색이 연하고 얇은 형에 비해 덜 톤을 더 선호하는 것으로 나타났으며, 비비드 톤과 브라이트 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 입술색이 연하고 얇은 형은 입술색이 연하고 두께가 두툼한 형과 입술색이 연하고 보통인 형에 비해 브라이트 톤을 더 선호는 것으로 나타났으며, 비비드 톤은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

## 5.2.2 입술 형태에 따른 립스틱 선호색상



[그림 14] 입술 형태에 따른 립스틱 선호색상

<표 26> 입술 형태에 따른 립스틱 선호색상

빈도(기대빈도%)

입술색상 립스틱 두께 선호색상	진하고	진하고	진하고	보통	보통	보통	연하고	연하고	연하고	전체
	두툼한	보통	얇은	두툼한	보통	얇은	두툼한	보통	얇은	
빨강	29(26.8)	23(22.5)	15(11.5)	26(34.0)	71(64.6)	40(45.5)	11(10.1)	19(17.7)	36(37.3)	270
주황	2(5.8)	3(4.8)	1(2.5)	11(7.3)	9(13.9)	18(9.8)	5(2.2)	4(3.8)	5(8.0)	58
노랑	0(.1)	0(0.1)	0(.0)	0(.1)	0(.2)	1(.2)	0(.0)	0(.1)	0(.1)	1
연두	0(.1)	0(0.1)	0(.0)	0(.1)	0(.2)	0(.2)	0(.0)	1(.1)	0(.1)	1
녹색	0(.1)	0(0.1)	0(.0)	0(.1)	0(.2)	0(.2)	0(.0)	0(.1)	1(.1)	1
청색	0(.2)	1(0.2)	0(.1)	0(.3)	1(.5)	0(.3)	0(.1)	0(.1)	0(.3)	2
파랑	1(.2)	0(0.2)	0(.1)	1(.3)	0(.5)	0(.3)	0(.1)	0(.1)	0(.3)	2
남색	3(.4)	0(0.3)	0(.2)	0(.5)	1(1.0)	0(.7)	0(.1)	0(.3)	0(.6)	4
보라	1(.4)	0(0.3)	0(.2)	1(.5)	0(1.0)	0(.7)	0(.1)	1(.3)	1(.6)	4
자주	18(18.7)	18(15.7)	6(8.0)	27(23.7)	40(45.0)	31(31.7)	5(7.0)	10(12.3)	33(26.0)	188
고명도무채색	1(1.1)	1(0.9)	1(.5)	1(1.4)	4(2.6)	1(1.9)	0(.4)	0(.7)	2(1.5)	11
저명도무채색	0(.1)	0(0.1)	0(.0)	0(.1)	0(.2)	0(.2)	0(.0)	1(.1)	0(.1)	1
베이지	0(.1)	0(0.1)	0(.0)	0(.1)	1(.2)	0(.2)	0(.0)	0(.1)	0(.1)	1
브라운	1(2.1)	2(1.8)	1(.9)	4(2.6)	8(5.0)	4(3.5)	0(.8)	1(1.4)	0(2.9)	21
전체	56	47	24	71	135	95	21	37	78	565

<표 26>은 입술 형태에 따른 립스틱 선호계열 색상을 살펴본 것으로 전 입술 형태에서 선호하는 립스틱 계열색상 분포는 빨강 (270), 자주 (188), 주황 (58), 브라운(21) 순으로 선호 하였으며, 전체 565명 중 이 네 가지 계열색상이 모두 537명으로 나타나 여성들은 이 네 가지 계열색상 순의 립스틱을 선호 한다는 것을 알 수 있었다. 이는 김희선(2002)의 메이크업 색조제품 선호 색상 연구결과에서 R(39.2), YR(25.8%), RP(12.1%)순으로 나타난 색상분포에 비해 빨강 계열색의 선호는 일치하였으나 자주와 주황 계열은 더 많이 선호 한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 본연구의 조사가 여름에 이루어져 명도와 채도를 달리한 비교적 차갑고 화

사한 느낌의 자주색 입술 화장을 더 선호한 것으로 보여진다.

입술 형태에 따른 선호 립스틱 계열색상을 살펴보면 입술색이 진하고 두툼한 입술 형은 빨강 (29), 자주 (18)순으로 선호 하였으며, 입술색이 진하고 두께가 보통인 입술 형에서는 빨강 (23), 자주 (18), 주황 (3) 순으로 선호 하였고, 입술색이 진하고 두께가 얇은 형은 빨강 (15), 자주 (6) 순으로 선호한 것으로 나타났다.

이 세 가지 입술 형태에 따른 선호 립스틱 계열색상을 비교해 보면 먼저 입술색이 진하고 두툼한 입술 형은 입술색이 진하고 두께가 보통인 형과 입술색이 진하고 얇은 형에 비해 빨강을 더 선호하였으며, 주황은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 입술색이 진하고 두께가 보통인 입술 형은 입술색이 진하고 두께가 두툼한 형과 입술색이 진하고 얇은 형에 비해 자주를 더 선호하였으며, 주황은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 입술색이 진하고 얇은 형은 입술색이 진하고 두께가 두툼한 형과 입술색이 진하고 보통인 형에 비해 빨강을 더 선호는 것으로 나타났으며, 자주는 선호하지 않은 것으로 나타났다.

입술색이 보통이고 두툼한 입술 형은 자주 (27), 빨강 (26), 주황 (11) 순으로 선호 하였으며, 입술 색이 보통이고 두께도 보통인 입술 형에서는 빨강 (71), 자주 (40), 주황(9) 순으로 선호 하였고, 입술색이 보통이고 얇은 입술 형은 빨강 (40), 자주 (31), 주황 (18) 순으로 선호한 것으로 나타났다.

이 세 가지 입술 형태에 따른 선호 립스틱 계열색상을 비교해 보면 먼저 입술색이 보통이고 두툼한 입술 형은 입술색이 보통이고 두께가 보통인 형과 입술색이 보통이고 얇은 형에 비해 주황을 더 선호하였으며, 빨강과 자주는 선호하지 않은 것으로 나타났다. 입술색이 보통이고 두께도 보통인 입술 형은 입술색이 보통이고 두께가 두툼한 형과 입술색이 보통이고 얇은 형에 비해 빨강과 브라운을 더 선호하였으며, 자주와 주황은 선호하지 않은 것으로 나타났다. 입술색이 보통이고 얇은 형은 두께가 두툼한 형과 입술색이 보통이고 두께가 보통인 형에 비해 주황을 더 선호하였으며, 빨강은 선호하지 않은 것으로 나타났다.



입술 색이 연하고 두툽한 형의 입술 형은 빨강 (11), 자주 (5), 주황 (5)의 순으로 선호 하였으며, 입술색이 연하고 두께가 보통인 형에서는 빨강 (19), 자주 (10), 주황 (4)순으로 선호 하였고, 입술 색이 연하고 얇은 입술 형은 빨강 (36), 자주 (33), 주황 (5) 순으로 선호 하였다.

이 세 가지 입술 형태에 따른 선호 립스틱 계열색상을 비교해 보면 먼저 입술색이 연하고 두툽한 입술 형은 입술색이 연하고 두께가 보통인 형과 입술색이 연하고 얇은 형에 비해 주황을 더 선호하는 것으로 나타났으며, 자주는 선호하지 않은 것으로 나타났다. 입술색이 연하고 두께가 보통인 입술 형은 입술색이 연하고 두께가 두툽한 형과 입술색이 연하고 얇은 형에 비해 빨강을 더 선호하는 것으로 나타났으며, 자주는 선호하지 않은 것으로 나타났다. 입술색이 연하고 얇은 형은 입술색이 연하고 두께가 두툽한 형과 입술색이 연하고 보통인 형에 비해 자주를 더 선호하는 것으로 나타났으며, 주황은 선호하지 않은 것으로 나타났다.

이상의 결과를 <표 25>의 연구 결과와 같이 살펴보면 입술색이 진하고 두툽한 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 다크 톤과 브라이트 톤, 빨강 계열 립스틱 색상을 조금 더 선호 하였으며, 라이트 톤과 주황 계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 이는 색이 진하고 두툽한 입술을 깊고 강렬하고 섹시한 색조로 보완하여 화사한 이미지로 표현해 줄 수 있으리라 생각 된다. 입술색이 진하고 두께가 보통인 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 페일 톤과 자주계열 립스틱 색상을 조금 더 선호 하였으며, 브라이트 톤과 주황계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 이는 색이 짙은 입술을 화사하고 고귀한 이미지로 돋보이게 해 줄 수 있으리라 생각 된다. 입술색이 진하고 얇은 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 비비드 톤과 빨강계열 립스틱 색상을 조금 더 선호 하였으며, 라이트 톤과 자주계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 이는 예민하게 보일 수 있는 입술을 활동적인 이미지로 표현하여 줄 수 있으리라 생각 된다. 입술색이 보통이고 두툽한 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 라이트 톤과 페일 톤, 주황과 자주계열 립스틱 색상을 조금 더

선호 하였으며, 비비드 톤과 덜 톤, 빨강계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 이는 개방적이고 온화한 느낌의 두툼한 입술을 사랑스럽고 생동감 있는 이미지로 보이게 해 줄 수 있으리라 생각 된다. 입술 색과 형이 모두 보통인 형의 경우 다른 8가지 입술 형태에 비해 라이트 톤과 빨강, 브라운계열 립스틱색상을 조금 더 선호 하였으며, 페일 톤과 브라이트 톤, 자주와 주황계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다.

이는 평범해 보이기 쉬운 입술에 산뜻하고 화사 한 느낌을 줄 수 있으리라 생각 된다. 입술색이 보통이고 얇은 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 브라이트 톤과 페일 톤과 주황계열 립스틱 색상을 조금 더 선호 하였으며, 비비드 톤과 라이트 톤, 빨강계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 이는 얇은 입술이 주는 차갑고 섬세한 느낌을 밝고 생동감 있는 이미지로 돋보이게 해 줄 수 있으리라 생각 된다.

입술색이 연하고 두툼한 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 비비드 톤과 주황계열 립스틱 색상을 조금 더 선호 하였으며, 브라이트 톤과 라이트 톤, 자주계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 이는 연하고 두툼한 입술을 건강하고 생동감 있는 이미지로 돋보이게 해 줄 수 있으리라 생각 된다. 입술색이 연하고 두께가 보통인 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 덜 톤과 빨강계열 립스틱 색상을 조금 더 선호 하였으며, 브라이트 톤과 비비드 톤, 자주계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 이는 흐려 보일 수 있는 인상의 입술을 따듯하고 차분한 이미지로 표현할 수 있으리라 생각 된다. 입술색이 연하고 얇은 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 브라이트 톤과 자주계열 립스틱 색상을 조금 더 선호 하였으며, 비비드 톤과 주황계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 이는 연하고 얇은 입술이 주는 섬세하고 확고한 이미지를 밝고 소녀 적인 이미지로 연출 할 수 있으리라 생각 된다.

이상의 연구 결과에서 여성들은 입술 화장을 하는데 있어 자신의 입술 형태를 고려한 자신의 이미지를 긍정적인 모습으로 연출할 수 있는 립스틱 색상을 선택하여 사용 하고 있다는 것을 알 수 있다.

## V. 결 론

본 연구는 선호 의복스타일과 화장태도에 따른 색조 화장품 선호 색과, 눈과 입술형태에 따른 색조 화장품 선호 색을 알아보기 위한 것으로, 색조화장 제품을 사용하는 19세에서 49세까지의 여성 601명을 대상으로 설문지 조사를 통하여 연구한 결과는 다음과 같다.

의복스타일을 대상으로 느끼는 의복이미지는 품위성, 여성성, 세련성, 친숙성의 네 가지 요인으로 분류되었고, 화장태도에서는 유행추구, 타인지향, 자기만족, 변화추구의 네 가지 요인으로 분류되었다.

의복스타일의 선호는 매니쉬, 페미닌, 클래식, 스포티지 순이었다. 연령층이 낮을수록 매니쉬를 더 선호하였으며, 페미닌과 클래식 의복스타일은 모든 연령층에서 선호 하였고, 스포티지 의복스타일은 19-29세의 연령 집단이 가장 선호하였다.

의복스타일에 따른 의복이미지 는 세련성, 여성성, 품위성, 친숙 성이미지의 순으로 낮게 평가하였다. 선호 의복스타일에 따른 의복이미지 평가에서는 클래식 의복스타일 선호 집단은 품위성이미지를 가장 높이 평가하는 것으로 나타났으며, 페니민, 스포티지 의복스타일은 여성성이미지를 가장 높이 평가하는 것으로 나타났다. 매니쉬 의복스타일을 선호하는 집단과 클래식 의복스타일을 선호하는 집단은 세련성이미지를 가장 높게 평가하는 것으로 나타났으며, 스포티지 의복스타일을 선호하는 집단은 친숙성 이미지를 가장 높이 평가하는 것으로 나타났다.

화장태도 요인에 의한 군집 분석을 실시한 결과 적극적 추구형, 자기 중시형, 소극형, 타인지향형의 네 집단으로 분류되었다.

의복스타일에 따른 화장태도는 '자기만족'적인 화장태도를 가장 높게 평가하고 '타인지향' '유행추구' '변화추구'적인 화장태도 순으로 낮게 평가 하였다. 선호 의복

스타일 집단에 따른 화장태도의 차이를 알아본 결과 클래식, 페미닌, 매니쉬 의복 스타일 선호 집단이 스포티지 의복스타일 선호 집단에 비해 ‘타인지향적’ 화장 태도가 더 높게 나타났다.

의복스타일에 따른 아이섀도 선호 색조는 페일 톤, 고명도 무채색, 브라이트 톤, 라이트 톤 순이었으며, 아이섀도 선호계열 색상은 고명도 무채색과 자주, 빨강, 주황 순이었다.

선호 의복스타일 집단에 따른 아이섀도 선호 색채는 매니쉬 선호 의복스타일 집단이 고명도 무채색을, 페미닌, 스포티지, 클래식 선호 의복스타일 집단은 페일 톤과 자주계열 색상을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 선호 의복스타일에 따른 립스틱 선호색조는 비비드 톤, 브라이트 톤, 라이트 톤, 페일 톤 순이었으며, 립스틱 선호계열 색상은 빨강, 자주, 주황 순으로 나타났다. 선호 의복스타일 집단에 따른 립스틱 선호 색채는 매니쉬, 페미닌, 클래식 선호 의복스타일 집단의 경우 비비드 톤을 가장 선호 하였고, 스포티지 의복스타일 선호 집단은 브라이트 톤을 가장 선호 하였다. 이는 또한 매니쉬 의복스타일 선호 집단은 빨강계열 색상을 50%이상 선호 하였고, 페미닌, 스포티지, 클래식의 선호 의복스타일도 각 각 40%이상 빨강계열 색상을 선호하는 것으로 나타났다.

선호 의복스타일 집단 별 화장 선호 색채를 비교해 보면 매니쉬 선호 의복스타일 집단은 페미닌, 스포티지, 클래식 선호 의복스타일 집단에 비해 과 덜 톤과 고명도 무채색 아이섀도와 덜 톤과 빨강계열 립스틱색상을 더 선호하였으며, 브라이트 톤과 페일 톤, 자주계열 아이섀도 색상과 페일 톤, 주황계열 립스틱 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 페미닌 선호 의복스타일 집단은 매니쉬, 스포티지, 클래식 선호 의복스타일 집단에 비해 브라이트 톤과 보라계열 아이섀도 색상과 라이트 톤과 페일 톤, 자주계열 립스틱 색상을 더 선호하였으며, 고명도 무채색의 아이섀도와 브라운, 주황계열 립스틱 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 스포티지 선호 의복스타일 집단은 매니쉬, 스포티지, 클래식 선호 의복스타일 집단에

비해 페일 톤과 자주계열 아이새도색상과 브라이트 톤과 빨강계열 립스틱 색상을 더 선호하였으며, 브라이트 톤과, 보라, 남색계열 아이새도 색상과 비비드 톤 립스틱색조는 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 클래식 선호 의복스타일 집단은 매니쉬, 페미닌, 스포티지 선호 의복스타일 집단에 비해 브라이트 톤과 페일 톤, 주황과 자주계열의 아이새도 색상과 비비드 톤 페일 톤, 주황계열 립스틱 색상을 더 선호하였으며, 고명도 무채색과 빨강계열 아이새도 색상과 브라이트 톤과 라이트 톤, 빨강계열 립스틱 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다.

화장태도에 따른 아이새도 선호 색조는 페일 톤, 고명도 무채색, 브라이트 톤 , 라이트 톤 순이었으며, 아이새도 선호색상은 고명도 무채색, 자주, 빨강, 주황 계열 순이었다.

화장태도 집단에 따른 아이새도 선호 색채는 ‘적극적 추구형’ 집단이 페일 톤과 고명도 무채색, ‘자기 중시형’ 집단은 페일 톤과 자주계열색상, ‘소극 형’ 집단에서는 페일 톤과 고명도 무채색, ‘타인 지향형’ 집단에서는 페일 톤과 자주계열 색상을 선호 하는 것으로 나타났다. 화장태도에 따른 립스틱 선호색조는 비비드 톤, 브라이트 톤, 라이트 톤, 페일 톤 순이었으며, 립스틱 선호계열 색상은 빨강, 자주, 주황 순으로 나타났다. 화장태도 집단에 따른 립스틱 선호 색채는 ‘적극적 추구형’, ‘자기 중시형’, ‘소극형’ 집단에서는 비비드 톤과 빨강계열 색상을 선호 하였으며, ‘타인 지향형’ 집단에서는 브라이트 톤과 빨강계열 색상을 선호 하는 것으로 나타났다.

화장태도 집단 별 화장 선호 색채를 비교해 보면 ‘적극적 추구형’ 집단은 자기 중시형, 소극형, 타인 지향형 집단에 비해 고명도 무채색과 브라이트 톤 아이새도와, 비비드 톤과 빨강, 자주계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 페일 톤과 라이트 톤, 주황과 자주계열 아이새도 색상과 페일 톤과 주황계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. ‘자기 중시형’ 집단은 적극적 추구형, 소극형, 타인 지향형 집단에 비해 브라이트 톤과 자주, 보라 계열 아이새도 색상과 페일 톤과 자주, 주황계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 페일 톤과 빨강, 자주계열 아이새도 색상과 라이트 톤과 빨

강계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. ‘소극형’ 집단은 적극적 추구형, 자기 중시형, 타인 지향형 집단에 비해 페일 톤과 주황계열 아이새도 색상과 라이트 톤과 주황계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 브라이트 톤과 고명도 무채색, 자주, 빨강계열 아이새도 색상과, 비비드 톤과 자주계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. ‘타인 지향형’ 집단은 적극적 추구형, 자기 중시형, 소극형 집단에 비해 라이트 톤과 빨강, 자주계열 아이새도색상과 브라이트 톤과 자주계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 브라이트 톤과 주황, 보라계열 아이새도 색상과 비비드 톤의 립스틱 색조는 선호하지 않았다.

눈의 형태는 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 보통인 경우가 가장 많았으며, 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 작은 눈, 눈꺼풀이 보통이고 눈의 크기가 보통 눈, 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 큰 눈, 눈꺼풀이 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 큰 눈, 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 큰 눈, 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 작은 눈, 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 보통인 눈, 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 작은 눈의 순으로 나타났다.

눈 형태에 따른 아이새도 선호 색조는 페일 톤, 고명도 무채색, 브라이트 톤 순이었고, 아이새도 선호 색상은 고명도 무채색, 자주, 빨강, 주황 순으로 나타났다.

눈 형태에 따른 아이새도 선호 색채를 비교한 결과 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 큰 눈인 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 고명도 무채색과 베이지 계열 아이새도색상을 선호 하였으며, 라이트 톤과 페일 톤과 자주 계열 아이 새도 색상은 선호하지 않았다. 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 보통인 눈의 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 페일 톤과 라이트 톤의 아이 새도 색조와 보라와 주황 계열 아이 새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 브라이트 톤과 베이지, 빨강 계열 아이 새도 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 작은 눈인 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 브라이트 톤과 베이지, 빨강 계열 아이 새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 페일 톤과 비비드 톤, 라이트 톤과

주황, 보라 계열 아이 새도 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 큰 눈인 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 페일 톤과 주황 계열 아이 새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 고명도 무채색과 브라이트 톤은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 보통인 눈의 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 비비드 톤과 고명도 무채색, 브라운 계열 아이 새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 페일 톤과 빨강, 주황 계열 아이 새도 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 작은 눈인 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 브라이트 톤과 주황, 고명도 무채색 아이 새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 페일 톤과 빨강계열 아이 새도 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 큰 눈인 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 라이트 톤과 남색계열 아이 새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 페일 톤과 고명도 무채색, 자주계열 아이 새도 색상은 선호 하지 않은 것으로 나타났다. 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 보통인 눈인 경우 다른 8가지 눈 형태에 비해 브라이트 톤과 자주 계열 아이 새도 색상의 눈 화장을 조금 더 선호 하였으며, 고명도 무채색은 선호 하지 않은 것으로 나타났다.

입술의 형태는 입술 색이 보통이고 두께도 보통인 입술 형이 가장 많았으며, 입술색이 보통이고 얇은 입술, 입술색이 연하고 얇은 입술, 입술색이 보통이고 두툼한 입술, 입술색이 진하고 두툼한 입술, 입술색이 진하고 두께가 보통인 입술, 입술색이 연하고 두께가 보통인 입술, 입술색이 진하고 얇은 입술, 입술색이 연하고 두툼한 입술의 순으로 나타났다.

입술 형태에 따른 립스틱 선호 색조는 비비드 톤, 브라이트 톤, 라이트 톤, 페일 톤 순이었으며, 선호계열 색상은 빨강, 자주, 주황, 브라운 순으로 나타났다.

입술 형태에 따른 립스틱 선호 색채를 비교한 결과 입술색이 진하고 두툼한 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 뽀 톤과 빨강, 남색계열 립스틱 색상을 선호

하였으며, 라이트 톤과 주황계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 입술색이 진하고 두께가 보통인 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 페일 톤과 자주계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 브라이트 톤과 주황계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 입술색이 진하고 얇은 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 비비드 톤과 빨강계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 라이트 톤과 자주계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 입술색이 보통이고 두툼한 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 라이트 톤과 페일 톤, 주황과 자주계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 비비드 톤과 덜 톤, 빨강계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 입술 색과 형이 모두 보통인 형의 경우 다른 8가지 입술 형태에 비해 라이트 톤과 빨강, 브라운 립스틱 색상을 선호 하였으며, 페일 톤과 브라이트 톤, 자주와 주황계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 입술색이 보통이고 얇은 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 브라이트 톤과 페일 톤, 주황계열 립스틱 색상을 조금 더 선호 하였으며, 비비드 톤과 라이트 톤, 빨강계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 입술색이 연하고 두툼한 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 비비드 톤과 주황계열 립스틱 색상을 조금 더 선호 하였으며, 브라이트 톤과 라이트 톤, 자주계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다.

입술색이 연하고 두께가 보통인 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 덜 톤과 빨강계열 립스틱 색상을 선호 하였으며, 브라이트 톤과 비비드 톤, 자주계열 립스틱 색상은 선호하지 않았다. 입술색이 연하고 얇은 입술 형은 다른 8가지 입술 형태에 비해 브라이트 톤과 자주계열 립스틱 색상을 조금 더 선호 하였으며, 비비드 톤과 주황계열 립스틱 색상은 선호하지 않는 것으로 나타났다.



이상의 연구결과에 따른 결론은 다음과 같다.

의복과 화장에 대한 선행연구는 의복과 화장을 통한 기대효과와 색채변화에 따른 화장이미지에 대한 연구가 주로 이루어 졌다.

문혜경(2002)은 심리적 특성과 의복태도 및 화장도와의 관계 연구를 위해 의복태도와 화장도가 사회적 자기효능감, 자아존중감, 신체만족도, 외모관심도, 우울성향, 스트레스정도에 미치는 영향을 분석 하였다. 이화순(2002)은 화장의 사회·심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한연구를 위해 적극성의 상승, 변화의 즐거움, 자기부족감보완, 자기가치표현, 타인에 대한 예의수행, 변신의 도구로 나누어 분석 하였다. 박정혜(2003)는 추구의복이미지 와 의복태도에 따른 색조화장 행동 연구에서 추구의복이미지와 의복태도에 따른 색조 화장품 색 선호도 및 색조 화장품 관련행동을 분석하였다. 추구의복은 정장과 캐주얼로 의복태도는 유행성, 신분상징성, 실용성, 사회적 승인성으로 분류하였으며, 색조화장품은 브라운 계열, 블루 계열, 그린 계열, 퍼플 계열, 핑크 계열로 나누어 색 선호도에 대한 영향력을 분석하였다. 이연희(2001)는 색채화장이 얼굴 이미지 지각에 미치는 영향에 관한 연구에서 유행예측색을 중심으로 아이새도와 립스틱의 색조화장 이미지 지각의 차이와 색조화장 선호도를 분석하였다.

이상의 연구에서는 주로 의복태도와 색조화장으로 얻을 수 있는 심리적 기대효과를 밝히거나 추구 의복이미지나 의복태도에 따른 색조 화장 색 선호도를 분석하기 위해 선호색에 대한 자극물을 제시 하지 않고 몇 개의 색상을 제시하여 평가하였다. 또한 얼굴 이미지 지각은 유행예측색을 중심으로 색조화장 색 연구가 이루어져 현실성이 다소 부족한 감이 있었다.

그러나 본 연구는 색조화장과 가장 밀접한 관련이 있다고 생각되는 선호 의복스타일과 화장태도 뿐만 아니라 아이 새도와 립스틱을 직접적으로 사용하고 있는 눈과 입술형태를 분류하고, 변인에 따른 화장품 색채 선호도를 규명하기 위해 사용된

총 90 가지 색상을 다시 일정한 범위 내에 있는 색조 영역을 파악하기 위해 13가지 톤과 같은 계열색상 15색으로 묶어 조사 하였는데, 이는 아이새도와 립스틱의 각 색상 간 선호 비율을 분석하고 여성들이 사용하고 있는 보다 실질적인 화장품 선호 색 조사를 체계화 할 수 있게 하였다.

연구결과 클래식, 페미닌, 매니쉬 의복스타일 선호 집단이 스포티지 의복스타일 선호 집단에 비해 타인지향적 화장 태도가 더 높게 나타나고, 매니쉬 의복스타일을 선호하는 집단에서 고명도 무채색 아이 새도를 선호하는 것으로 나타나 자기 자신에 대한 가치표현의 한 방법인 의복과 화장을 통해 보다 이상적인 자기이미지를 연출 하려는 현대여성의 색조화장 심리가 선호 의복스타일 집단과 화장태도 집단에 따라 색조 화장 선호색이 다르게 나타남을 밝혔다.

전반적인 아이새도 선호 색채는 페일 톤과 고명도 무채색, 브라이트 톤, 라이트 톤 순의 색조와 고명도 무채색, 자주, 빨강, 주황계열 색상 순이었으며, 립스틱 선호 색채는 비비드, 브라이트, 라이트 색조와 빨강, 자주계열 색상이 많았다. 이러한 색채 선호 경향은 1990년대의 브라운 위주의 색채에서 벗어나 중·고명도의 부드럽고 옅은 느낌의 화사한 눈 화장과 보다 선명하고 밝은 색조의 입술화장을 선호하는 것으로 나타났으며, 이는 의복스타일과 화장태도, 눈과 입술 형태에 따라 아이새도와 립스틱 색 선호도가 다르게 표현된 것임을 밝힐 수 있었다.

본 연구의 결과는 세계화장품 100대 기업에 국내 화장품회사가 5개나 들어간 아시아의 주요 화장품 생산·소비국으로 부상하고 있는 국내 화장품 색채 개발에 있어 외국 것을 그대로 모방하기 보다는 우리나라 여성들이 선호하는 의복스타일과 화장태도, 눈과 입술 형태를 고려한 색조화장품 연구가 다각도로 진행되는 데에 기여할 것으로 기대한다.

## 참고문헌

- 강진희. (2003). 색조화장에 있어 입술화장이 얼굴 이미지에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위논문, 중앙대학교, 서울.
- 강혜원. (2000). 의상사회 심리학. 서울: 교문사.
- 강혜원, 고애란. (1991). 여자한복의 인상형성 연구. 한국의류학회지, 15(20), 221-227.
- 강혜원, 이주현. (1990). 사회적 상호작용에서의 의복의 의미(I): 한복을 중심으로. 한국의류학회지, 14(1). 31-43.
- 강일선. (2001). 첫인상이 성공을 좌우한다. 서울: 동문사.
- 권경애. (2000) 눈 메이크업이 안면 상에 미치는 영향에 관한 연구. 석사학위 논문, 한성대학교, 서울.
- 권현숙. (2001). 여성의 화장이 심리적 만족도에 영향을 미치는 요인. 석사학위 논문, 대구한의대학교, 경산.
- 김봉인. (1994). 화장행위의 주관성에 관한 실증적 연구. 석사학위 논문, 한양대학교, 서울.
- 김성일. (2001). 색조화장품 유행색이 변화와 소비자 구매형태의 상관성연구. 석사학위논문, 한성대학교, 서울.
- 김성현. (1992). 한국인의 얼굴 · 한국인의 운명. 서울: 동학사.
- 김영인. (1992). 패션이미지에 의한 남자대학생 의류시장 세분화에 관한 연구. 한국의류학회지, 16(3), 299-314.
- 김영인, 이현주, 이윤주. (1999). 국내외 유행 예측색의 특성 비교: 프르미에르 비지옹과 삼성 트렌드 북의 자료를 중심으로. 연세대학교 생활과학논집, 31, 22-30.

- 김영인, 고애란, 홍희숙. (2000). 의복이미지 선호에 따른 20대 여성 정장시장 세분화 및 색채선호도. **한국의류학회지**, 24(1), 3-14.
- 김용훈. (1994). **색채와 디자인**. 서울: 세진사.
- 김윤희. (2002). **의복스타일, 색, 톤 조합이 인상형성에 미치는 영향**. 석사학위논문, 경상대학교, 경남.
- 김윤경, 이경희. (2000). 의복무늬와 시각적 감성연구. **한국의류학회지**, 24(6), 81.
- 김은경. (1996). 보라색의 유래 및 이미지의 고찰. **디자인학 연구**, 10(16), 226-234.
- 김은선. (1998). **기초화장품의 시장 세분화 전략에 관한 실증적 연구**. 석사학위논문, 연세대학교, 서울.
- 김은숙. (2000). **자기이미지와 의복태도에 따른 의류제품평가**. 석사학위논문, 숙명여자대학교, 서울.
- 김은정. (2003). **메이크업의 선과 면에 관한 연구**. 석사학위논문, 대구가톨릭대학교, 대구.
- 김일분. (1998). **의복이미지 유형과 디자인 요소와의 관계**. 박사학위논문, 대전자톨릭대학교, 대전.
- 김칠순, 이훈자. (1998). 진 의류 마케팅 전략을 위한 데이터베이스 구축에 관한 연구(제2보): 1997년 추계 신세대 진 바지 소비자의 상표 인지도, 상표이미지와 소비자의 추구이미지를 중심으로. **한국의류학회지**, 22(4), 503-514.
- 김하니. (2001). **1990년대 후반 패션 컬렉션에 나타난 색채의 특성**. 석사학위논문, 연세대학교, 서울.
- 김학성. (1995). **디자인을 위한 색채**. 서울: 조형사.
- 김효숙, 강인애. (2003). 테마별 이미지 메이크업에 관한 연구. **한국 패션비즈니스 학회지**, 7(1), 72-83.
- 김현주. (1996). **의복스타일 이미지 선호와 자기이미지와 관계 연구**. 석사학위논문, 성신여자대학교, 서울.

- 김희선. (2002). 색조제품의 유행색 데이터 관리를 위한 색채분석. **한국 의류산업 학회지**, 4(2). 107-110.
- 김희숙. (2000). **한국과 서양의 화장 문화사**. 서울: 청구문화사.
- 김희숙. (1998). **20세기 한국과 서양의 여성 화장 문화 비교연구**. 박사학위논문, 성균관대학교, 서울.
- 김희숙, 이은임, (1996). **메이크업과 패션**. 서울: 수문사.
- 류지은. (2000). **여성의 의복스타일이 첫인상 형성에 미치는 영향**. 석사학위논문, 계명대학교, 대구.
- 문미엽. (2000). **색조 화장품과 유행색에 관한 연구**. 석사학위논문, 성신여자대학교, 서울.
- 문혜경. (2002). **심리적 특성과 의복태도 및 화장도와의 관계**. 박사학위논문, 대구 가톨릭대학교, 대구.
- 박금옥. (1996). **색채와 무늬에 따른 직물의 시각적 이미지 연구**. 박사학위논문, 중앙대학교, 서울.
- 박보영. (1997). **한국·중국·일본 여성의 색조 화장문화**. 박사학위논문, 경희대학교, 서울.
- 박상호. (1993). **색채계획: 건축, 인테리어의 색채 이론과 실제**. 서울: 효성.
- 박선영. (1998). **성인여성의 신체이미지와 의복착용스타일**. 석사학위논문, 이화여자대학교, 서울.
- 박연희. (2002). **메이크업 색채와 이미지의 상황적 연출과 표현에 관한 연구**. 석사학위논문, 한성대학교, 서울.
- 박정혜. (2003). **추구의복이미지와 의복태도에 따른 색조화장 행동연구**. 박사학위논문, 숙명여자대학교, 서울.
- 박종희. (2003). **체형과 신체만족도에 따른 테일러드 재킷의 이미지 평가 및 선호도**. 박사학위논문, 계명대학교, 대구.

- 방희선, 고애란. (1999). 청소년의 의복스타일이 인상형성에 미치는 영향. **대한가정학회지**, 37(11), 1-10.
- 신수길, 황상민. (1998). 감성이미지 기법과 평가방법이 적용된 색조화장품의 사용 행동에 관한 연구. **한국색채학회지**, 11(1), 37-44.
- 신지현. (2003). **고대 한국인의 얼굴특징과 화장에 관한 연구**. 박사학위논문, 중앙대학교, 서울.
- 신향선. (2002). 퍼스널 컬러시스템에 따른 유형의 분포도와 색채진단 변인에 관한 연구: 메이크업, 헤어, 의상색채중심으로. 석사학위논문, 건국대학교, 서울.
- 한국방송공사. (1991). **실용 한국표준 색 표집**. 서울: 공업진흥청.
- 양두병. (1998). **미용성형, 어디를 어떻게**. 서울: 명상.
- 오현정. (2001). 소비자의 성격유형별 의복평가의 차이. **한국의류학회지**, 25(2), 249-258.
- 오현정. (2001). 성격유형별 선호하는 의복이미지와 의복구매 행동. **한국의류학회지**, 25(3), 606-616.
- 원경미, 김영인. (2001). 국내 패션업계에서 활용하는 색명과 색채특성. **한국색채학회지**, 15(1), 39-41.
- 원명심, 이명숙. (1998). 한국여대생의 의복 및 화장품 색채 선호에 관한 연구. **한국색채학회지**, 10(6), 47-67.
- 원명심, 이명숙. (2002). 한국여성의 의복 및 화장품 색채 선호에 관한 연구. **한국색채학회지**, 502, 499-535.
- 윤명중. (1999). **얼굴에 나타난 당신의 인생·당신의 미래**. 서울: 동학사.
- 이명희, 이미연. (1995) 의복의 선호도와 라이프스타일에 관한 연구: 30, 40대 기혼 여성을 중심으로. **생활문화연구**, 9, 125-144.
- 이명희, 강승희. (1998). 장신구와 재킷 색이 여성의 인상에 미치는 영향. **한국의류학회지**, 22(8), 111-121.

- 이명희, 이미연. (1993). 한국과 미국남녀 대학생의 의복이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구. **한국의류학회지**, 13(4), 412-426.
- 이미경. (1984). 성인여성의 의복디자인 선호도와 자아개념과의 관계성 연구. 석사학위논문. 건국대학교, 서울.
- 이미현, 임숙자. (1997). 의류상품의 효과적인 TV광고에 대한 연구. **한국의류학회지**, 21(5), 880-888.
- 이명선. (2003). 효과적인 메이크업을 위한 색채 표현에 관한 연구. 석사학위논문, 한성대학교, 서울.
- 이선주. (1999). 메이크업에 있어서 색채의 효과와 표현기법에 관한 연구. 석사학위논문, 한성대학교, 서울.
- 이수연. (2001). 패션잡지 광고에 나타난 색채 이미지 효과에 관한 연구. 석사학위논문, 한성대학교, 서울.
- 이숙연. (2000). 미니멀리즘을 활용한 화장에 관한 연구. 석사학위논문, 한성대학교, 서울.
- 이승신, 김시월. (1996). 한국여성의 미의 가치관을 통해본 소비행태분석: 화장품을 중심으로. **태평양장학재단논문집**, 1-66.
- 이연희. (2001). 색채화장이 얼굴 이미지 지각에 미치는 영향. 박사학위논문. 성신여자대학교, 서울.
- 이윤주. (1999). 색채 이미지에 기반 한 패션 색채 계획 도구의 개발. 박사학위논문, 연세대학교, 서울.
- 이은령. (1995). 실루엣 이미지의 시각적 평가에 관한 연구. 석사학위논문, 부산대학교, 부산.
- 이은애, 이명희. (1992). 가치관과 의복이미지 및 의복디자인 선호도에 관한연구. **복식**, 18, 269-278.
- 이은임. (2000). 화장 문화의 전개와 화장표현기법에 관한 연구. 석사학위논문, 한

- 성대학교, 서울.
- 이인자. (1996). 남성의 매력성, 성공 및 직업적 추론이 가능한 의복과 인물의 특징에 관한연구. 복식, 29, 127-142.
- 이주현, 조금호. (1995). 의상디자인요소가 의복착용자의 인상에 미치는 영향(제1보): Dress및 Pants/Blouse의 형태와 색채를 중심으로. 한국의류학회지, 19(5), 747-764.
- 이정미. (2002). 한국여성의 메이크업 색채이미지에 관한 연구. 석사학위논문, 동덕여자대학교, 서울.
- 이정민. (2002). 서울지역 여성의 색조화장 실태조사 연구. 석사학위논문, 한성대학교, 서울.
- 이정은. (2003). 아이 메이크업에 의한 이미지 연출에 관한 연구. 석사학위논문, 한성대학교, 서울.
- 이학재. (1994). 분장의 길. 서울: 자유문학사.
- 이현옥. (1998). 기능성 화장품 사용도와 구매 행동에 관한 연구. 석사학위논문, 영남대학교, 대구.
- 이호정. (1993). 패션머천다이징. 서울: 교학연구사.
- 이화순. (1992). 한국여성의 Make-up조형성에 관한 연구. 석사학위논문, 홍익대학교, 서울.
- 이화순. (2002). 화장의 사회·심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구. 박사학위논문, 경희대학교, 서울.
- 임숙자, 이지형. (1997). 상표이미지 일치가 상표확장 태도에 미치는 영향 연구: 인지도가 높은 여성의류상표를 중심으로. 한국의류학회지, 21(6), 959-969.
- 장인일. (1998). 색조화장품 소비자의 구매행동에 관한 연구. 석사학위논문, 동국대학교, 서울.
- 전완길. (1987). 화장 문화사. 서울: 열화당.



- 전혜옥. (1995). 3차원 몽타주 작성을 위한 얼굴형 분류 및 얼굴 영상 생성. 석사학위논문, 명지대학교, 서울.
- 장은영. (1993). 의류상품 이미지에 의한 의복선택모형연구. 박사학위논문, 숙명여자대학교, 서울.
- 정은영. (2001). 원피스 드레스의 디자인에 관한 감성 공학적 연구. 박사학위논문, 영남대학교, 대구.
- 정인희. (1992). 의복이미지의 구성요인, 계층구조 및 평가차원에 대한 연구. 석사학위논문, 서울대학교, 서울.
- 조기여. (1997). 자기 효능 감, 퍼스널 스페이스, 의복근접도, 화장근접도와 의 관계. 박사학위논문, 대구가톨릭대학교, 대구.
- 차미승. (1992). 의복형태와 색채 이미지의 시각적 평가와 분석. 석사학위논문, 부산대학교, 부산.
- 최윤희. (2004). 조각보의 면구성과 색채를 응용한 의복의 감성 이미지 연구. 박사학위논문, 계명대학교, 대구.
- 최일경, 고애란. (1995). 혜택세분화와 인식도에 의한 진의류 브랜드 이미지연구 (Ⅱ): 인도에 의한 브랜드 이미지분석. 한국의류학회지, 19(5), 699-712.
- 최희자. (2003). TV 뉴스 진행자의 메이크업 특성에 관한 연구: KBS와 SBS 여성 앵커를 중심으로. 석사학위논문, 한성대학교, 서울.
- 태평양. (1995). 태평양 50년사. 서울: 동아출판사.
- 한보현. (2003). 성인여성의 화장색에 관한 분석: 메이크업 제품을 중심으로. 석사학위논문, 한성대학교, 서울.
- 황진숙, 나영주. (1999). 남자대학생의 신체만족도와 의복이미지 선호. 복식, 49, 69-72.
- 주간 장업 신문. 2001년 8월 30일.
- 화장품신문. 2002년 3월 5일.

동아일보. 2004년 8월 12일.

Aucoin, K. (1997). *Making faces*. Boston: Little Brown and Company.

*Beauty Today*. 2004년 3월 1일.

Bell, E. L. (1991). Adult's perception of male garment styles. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(1), 8-12.

Benedict, R. (1971). *Patterns of culture*. London: Routledge & Kegan Paul Ltd.

Cash, T. F., Dawson, K., Davis, P., Bowen, M., & Galumbeck, C. (1989). Effects of cosmetics use on the physical attractiveness and body image of american college women. *Journal of Social Psychology*, 129(3), 349-355.

*CMN*(화장품 마케팅신문). 2003년 3월 5일, 12월 3일; 12월 24일; 2004년 1월 24일, 2월 18일.

Cox, C. L., & Glick, W. H. (1986). Resume evaluations and cosmetics use: When more is not better. *Sex Roles*, 14(1/2), 51-58.

Damhorst, M. L. (1985). Meaning of clothing cues in social context. *Clothing and Textiles Research Journal*, 3(2), 39-48.

Davis, M. L. (1980). *Visual design in dress*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall Inc.

Demo, D. H. (1985). The measurement of self-esteem: Refining our methods, journal of personal between attitudes toward gender roles, body satisfaction, self-esteem, and appearance management behaviors in women. Family and consumer. *Sciences Research Journal*, 23(2), 94-117.

Dichter, E. (1960). *The strategy of desire*. London: T.V. Boardman.

Forsythe, S. M., Drake, M. F., & Cox, C. A. Jr. (1984). Dress as an influence on the perceptions of management characteristics in women. *Home Economics Research Journal*, 13(2), 112-121.

- Gibbins, K., & Schneider, A. (1980). Meaning of garments: Relation between impression of an outfit and the message carried by its component garment. *Perceptual and Motor Skills*, 51(1), 287-291.
- Graham, J. A., & Jouhar, A. J. (1983). The importance of cosmetics in psychology of appearance. *International Journal of Dermatology*, 22, 153-156.
- Hamid, P. (1972). Some effects of dress cues on observational accuracy, a perceptual estimate, and impression formation. *Journal of Social Psychology*, 86, 279-289.
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94(3), 319-340.
- Hilgard, E. R., Atkinson, R., & Atkinson, R. C. (1979). *Introduction to psychology* (7th ed.). New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Ikuo Daibo. (2002). 화장행동의 사회심리학. *한국의류산업학회지*, 4(3), 223-228.
- I.R.I 연구소. (1997). *한국인 색채 감성 척도개발에 관한 연구*. 서울: 통상산업부.
- Jouhar, A. J., & Graham J. A. (1985). *Psychological studies of cosmetics in the psychology of cosmetic treatments*. New York: Praeger Publisher.
- Lester, K. M. (1970). *Historic costume*. Illinois: Char, A Bennetle Inc.
- Osgood, C., Suci, G., & Tannenbaum, P. (1957). *The measurement of meaning*. Urbana, Ill: University of Illinois Press.
- Paek, S. L. (1986). Effect of garment style on the perception of personal traits. *Clothing and Textile Research journal*, 5(1), 10-16.
- Payne, B. (1965). *History of costume*. New York: Happer & Row Publishers.
- Paquet, D. (1999). *화장술의 역사*. 지현 역. 서울: 시공사.
- SBS. 아는 것이 힘이다. 2002년 5월 20일.

- Sweat, S. J., & Zentmer, M. A. (1985). Female appearance presentation: Gender differences in social attribution and situational choice. *Home Economics Research Journal*, 14(2): 175-186.
- Taylor, P. (1993). *Milad's makeup*. Paris: Pivot Point.
- Thomas, F. C., & Diane, W. C. (1982). Women's Use of Cosmetics: Psychosocial Correlates and Consequences. *International Journal of Cosmetic Science*, 4, 1-14.
- Walker, M. (1991). *The power of color*. New York: Avery Publishing Group Inc.
- Drug Store News*. (1998). March, 2.
- 大坊郁夫. (1996). *被服と化粧の社會心理學*. 東京: 北大路書房.
- 岩男壽美子, 松井豊. (1985). 化粧の心理的效用(Ⅲ): 化粧後の心理的變化. *日本社會心理學會 第25回 大會發表論文集*, 128-129.
- 余語莫夫. (1995). 感情の傳染現象ならびに化粧の心理的效用をめぐって. *日本纖維製品 消費科誌*, 36(9), 561-566.
- 松井豊. (1990a). 化粧の心理學①. *日本衣生活研究*, 17(1), 38-41.
- 松井豊. (1990b). 化粧の心理學②. *日本衣生活研究*, 17(2), 34-37.
- 松井豊. (1990c). 化粧の心理學③. *日本衣生活研究*, 17(3), 31-35.
- 松井豊. (1983). *化粧心理學*. 東京: 資生堂研究所編.
- 神山進. (1990). *衣服と裝身の心理學*. 東京: 關西衣生活研究會.
- 前田勇. (1980). *觀光,とイメージ*. 東京: 月刊觀光.
- 春山行夫. (1976). *おしやれの文化史: History of beauty culture*. 東京: 平凡社.

## [부 록]

### - 설 문 지 -

안녕 하십니까?

본 설문지는 의복이미지와 화장 태도에 따른 색조화장 선호색과  
눈과 입술유형에 따른 색조화장 선호색을 조사하기 위한 것입니다.  
본 조사의 결과는 연구를 위한 통계 자료로만 사용될 것입니다.

보다 정확한 결과를 위해 한 문항도 빠짐없이 솔직하게 기입해  
주시길 바랍니다.

대단히 감사합니다.

2003년 6월

계명대학교 대학원 의류학과

지도교수 : 류 숙 희

연 구 자 : 서 란 숙

I. 제시된 여성의복스타일 사진을 보시고, 각 의복스타일에 대한 느낌을 기입해 주십시오.

### 1. A 스타일

	매우 그렇다 ←	보통	매우 그렇다 →		매우 그렇다 ←	보통	매우 그렇다 →
1. 인위적인	--- --- --- ---			자연스러운			
2. 칙칙한	--- --- --- ---			화사한			
3. 보수적인	--- --- --- ---			개방적인			
4. 경박한	--- --- --- ---			점잖은			
5. 딱딱한	--- --- --- ---			부드러운			
6. 경쾌한	--- --- --- ---			중후한			
7. 어색한	--- --- --- ---			친숙한			
8. 화려한	--- --- --- ---			소박한			
9. 천박한	--- --- --- ---			우아한			
10. 냉정한	--- --- --- ---			정열적인			
11. 소극적인	--- --- --- ---			적극적인			
12. 발랄한	--- --- --- ---			정숙한			
13. 현대적	--- --- --- ---			고전적			
14. 활동적인	--- --- --- ---			정적인			
15. 감성적인	--- --- --- ---			지성적인			
16. 귀족적인	--- --- --- ---			서민적인			
17. 우중충한	--- --- --- ---			산뜻한			
18. 내향적인	--- --- --- ---			외향적인			
19. 전원적인	--- --- --- ---			도시적인			
20. 남성적인	--- --- --- ---			여성적인			
21. 사치스러운	--- --- --- ---			검소한			
22. 야한	--- --- --- ---			고상한			

### 2. B 스타일

	매우 그렇다 ←	보통	매우 그렇다 →		매우 그렇다 ←	보통	매우 그렇다 →
1. 인위적인	--- --- --- ---			자연스러운			
2. 칙칙한	--- --- --- ---			화사한			
3. 보수적인	--- --- --- ---			개방적인			
4. 경박한	--- --- --- ---			점잖은			
5. 딱딱한	--- --- --- ---			부드러운			
6. 경쾌한	--- --- --- ---			중후한			
7. 어색한	--- --- --- ---			친숙한			
8. 화려한	--- --- --- ---			소박한			
9. 천박한	--- --- --- ---			우아한			
10. 냉정한	--- --- --- ---			정열적인			
11. 소극적인	--- --- --- ---			적극적인			
12. 발랄한	--- --- --- ---			정숙한			
13. 현대적	--- --- --- ---			고전적			
14. 활동적인	--- --- --- ---			정적인			
15. 감성적인	--- --- --- ---			지성적인			
16. 귀족적인	--- --- --- ---			서민적인			
17. 우중충한	--- --- --- ---			산뜻한			
18. 내향적인	--- --- --- ---			외향적인			
19. 전원적인	--- --- --- ---			도시적인			
20. 남성적인	--- --- --- ---			여성적인			
21. 사치스러운	--- --- --- ---			검소한			
22. 야한	--- --- --- ---			고상한			

### 3. C 스타일

	매우 그렇다 ←	보통	매우 그렇다 →		매우 그렇다 ←	보통	매우 그렇다 →			
1. 인위적인	--- --- --- ---			자연스러운				12. 발랄한	--- --- --- ---	정숙한
2. 칙칙한	--- --- --- ---			화사한				13. 현대적	--- --- --- ---	고전적
3. 보수적인	--- --- --- ---			개방적인				14. 활동적인	--- --- --- ---	정적인
4. 경박한	--- --- --- ---			점잖은				15. 감성적인	--- --- --- ---	지성적인
5. 딱딱한	--- --- --- ---			부드러운				16. 귀족적인	--- --- --- ---	서민적인
6. 경쾌한	--- --- --- ---			중후한				17. 우중충한	--- --- --- ---	산뜻한
7. 어색한	--- --- --- ---			친숙한				18. 내향적인	--- --- --- ---	외향적인
8. 화려한	--- --- --- ---			소박한				19. 전원적인	--- --- --- ---	도시적인
9. 천박한	--- --- --- ---			우아한				20. 남성적인	--- --- --- ---	여성적인
10. 냉정한	--- --- --- ---			정열적인				21. 사치스러운	--- --- --- ---	검소한
11. 소극적인	--- --- --- ---			적극적인				22. 야한	--- --- --- ---	고상한

### 4. D 스타일

	매우 그렇다 ←	보통	매우 그렇다 →		매우 그렇다 ←	보통	매우 그렇다 →			
1. 인위적인	--- --- --- ---			자연스러운				12. 발랄한	--- --- --- ---	정숙한
2. 칙칙한	--- --- --- ---			화사한				13. 현대적	--- --- --- ---	고전적
3. 보수적인	--- --- --- ---			개방적인				14. 활동적인	--- --- --- ---	정적인
4. 경박한	--- --- --- ---			점잖은				15. 감성적인	--- --- --- ---	지성적인
5. 딱딱한	--- --- --- ---			부드러운				16. 귀족적인	--- --- --- ---	서민적인
6. 경쾌한	--- --- --- ---			중후한				17. 우중충한	--- --- --- ---	산뜻한
7. 어색한	--- --- --- ---			친숙한				18. 내향적인	--- --- --- ---	외향적인
8. 화려한	--- --- --- ---			소박한				19. 전원적인	--- --- --- ---	도시적인
9. 천박한	--- --- --- ---			우아한				20. 남성적인	--- --- --- ---	여성적인
10. 냉정한	--- --- --- ---			정열적인				21. 사치스러운	--- --- --- ---	검소한
11. 소극적인	--- --- --- ---			적극적인				22. 야한	--- --- --- ---	고상한

5. 앞에 제시된 의복스타일중 가장 좋아하는 스타일 이름을 기록해 주십시오.

( )

## Ⅱ. 눈과 입술 형태

### 1. 귀하의 눈은 어떤 모양입니까?

1. 나온 정도	나온 편이다	보통이다	들어간 편이다
2. 눈 크기	큰 편이다	보통이다	작은 편이다

### 3. 귀하의 입술은 어떤 모양입니까?

1. 입술 색	진한 편이다	보통이다	연한 편이다
2. 입술 두께	두툼한 편이다	보통이다	얇은 편이다

## Ⅲ. 선호 색에 관한 문항입니다.

계절에 상관없이 가장 선호하는 아이세도 색상과 립스틱 색채를 기입해 주십시오.

선호 색	아이 세도	립스틱
(예: 2-3 / 4-1)		



#### IV. 색조 메이크업에 관한 문항입니다.

\* 해당하는 곳에 표시 해 주십시오.

문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 새로운 타입의 색조제품이 나오면 바로 구입한다					
2. 비싼 색조 화장 브랜드가 자존심을 지켜준다고 생각 한다					
3. 화장하지 않은 얼굴은 무성의 해 보인다					
4. 시간, 장소, 의상에 따라 메이크업 화장 스타일을 바꾼다					
5. 날씨, 계절에 따라 메이크업 화장 스타일을 바꾼다					
6. 화장한 내 모습에 만족을 느낀다					
7. 색조 화장을 질게 하면 스트레스가 해소 된다					
8. 색조 화장하는 시간이 재미있고 행복하다					
9. 효과를 높여주는 색조제품이면 가격은 문제가 안 된다					
10. 나에게 맞는 화장 색조가 어떤지 시험 화장을 해 본 적이 있다					
11. 독특한 색상표현을 위해 2가지, 그이상의 색을 배합하여 사용한다					
12. 식사후 반드시 입술 화장을 고친다					
13. 쇼핑하다 눈에 띄는 색조의 화장품이 있으면 즉시 사는 편이다					
14. 색조 화장품의 경우 여러 색상을 구비하는 편이다					
15. 메이크업 화장을 매일 습관적으로 한다					
16. 핸드백 속에 색조 제품을 가지고 다닌다					
17. 좋아하는 연예인의 화장을 보면 따라하고 싶다					

**V. 다음은 귀하의 배경을 알아보기 위한 질문입니다.**

(통계적 특성과약만 하기 위한 것으로 빠짐없이 기입해 주시기 바랍니다.)

1. 귀하의 연령은 ?

- 1) 만 19 - 29세    2) 만30 - 39세    3) 만 40- 49세

2. 귀하의 결혼여부는?

- 1) 미혼    2) 기혼

3. 귀하의 직업은 ? (                      )

- 1) 전문직(교수, 교사, 연구원, 의사, 변호사, 약사 등)    2) 회사원  
3) 학생            4) 판매 · 서비스직            5) 무직 · 전업주부

4. 가계의 월평균 수입은?

- 1) 100 만원미만                                      2) 100 - 200 만원미만  
3) 200 - 300 만원미만                              4) 300 만원 이상

5. 귀하의 최종 학력은 다음 중 어떤 것입니까?

- 1) 고등학교 졸업이하    2) 전문대, 대학 재학    3) 전문대, 대학 졸업 이상

6. 귀하의 현 거주지는?

- 1) 대구시, 대구근교지역            2) 서울시, 서울근교지역

♥ 빠진 문항이 없이 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다.

# Research about Preferable Color of Colored cosmetic According to Clothing Style and Makeup Attitude

Seo, Ran-Suk

Department of Clothing and Textiles  
Graduate School

Keimyung University

(Supervised by professor Ryoo, Sook-Hee)

## (Abstract)

This research is to analyze and to examine the women's color preference of colored cosmetic according to clothing style and make up attitude, and the color preference of color make up according to type of eye and lips.

Clothing style was classified into mannish, feminine, sportage, and classic, and the colors that were used in this research of preference of color make up were 10 colors of Munsell color system, total 90 colors including 8 colors of PCCS of 80 colored tone and 10 colorless tones included bage and brown.

As items of colored cosmetic eye shadow and lip stick which is basic color cosmetic used by most women were chosen, the subjects of the research were 601 women from the age of 19 to 49 who were interested in color make up and using color cosmetic, and the research was underwent with questionnaires, and SPPWIN 10.0 was used as data analysis.

The results of the research is shown as belows.

1. The clothing image of clothing style was classified into 4 factors: dignity, femininity, refinement, and intimacy. Make up attitude was also classified into 4 factors: the pursuit of fashion, the inclination of others, self-satisfaction, and the pursuit of change.
2. The preference of clothing style was indicated in order of mannish, feminine,

classic and sportage ; The younger they are, the more they liked mannish; In all age groups, feminine and classic clothing style were preferred ; sportage clothing style was most preferred by the age group from 19 to 29.

3. Clothing image according to clothing style was evaluated in order of dignity, femininity, refinement, and intimacy. It was indicated that in evaluation of clothing image according to preference of clothing style, the group who preferred classic clothing style set a highest value on dignified image, and the group who preferred feminine and sportage clothing style set a highest value on feminine image, and the group who preferred mannish and classic clothing style set a highest value on refined image, and the group who preferred sportage clothing style set a highest value on intimate image.

4. As the results of a group analysis by the factors of make up attitude, types were classified into 4 groups; Actively pursuing type, self-serious consideration type, passive type and the type of pursuing others, and in result of make up attitude difference according to the groups of preference clothing style, it was indicated the groups that preferred classic, feminine, mannish clothing style had a higher make up attitude about the type of pursuing others than those that preferred sportage clothing style.

5. Comparing color preference of colored cosmetic according to the groups of clothing style preference, the group that preferred mannish clothing style preferred highly bright achromatic eye shadow colors and dull and reddish lip stick colors more than any other groups. The group that preferred feminine clothing style preferred bright tone and purplish eye shadow colors and light tone and violet lip stick colors more than any other groups. The group that preferred sportage clothing style preferred pale tone and violet eye shadow colors and bright tone and reddish lip stick colors more than any other group. The group that preferred classic clothing style preferred bright tone, pale tone, orange and violet eye shadow colors and vivid tone, pale tone and orange lip stick colors more than any other groups.

6. Comparing color preference of colored cosmetic according to the groups of color attitude, the group of actively pursuing type preferred highly bright, achromatic eye

shadow colors and vivid tone, reddish, and violet lip stick colors more than any other groups. The self-serious consideration group preferred bright tone, violet and purplish eye shadow colors and pale tone, violet and orange lip stick colors more than any other groups. The group of passive type preferred pale tone and orange eye shadow colors and light tone, and orange lip stick tone colors more than any other groups. The group of pursuing others preferred light tone, reddish, and violet eye shadow colors and bright tone and violet lip stick colors more than any other groups.

7. Comparing color preference of eye shadow according to 9 types of eye, people who had shallow eyelids and big eyes preferred highly bright achromatic color and beige color. The people who had shallow eyelids and medium sized eyes preferred pale tone, light tone, purplish, and orange color. The people who had shallow eyelids and small eyes preferred bright tone, beige, reddish color. The people who had average shallow eyelids and big eyes preferred pale tone, and orange color. The people who had average shallow eyelids and medium sized eyes preferred vivid tone and highly bright achromatic color and brownish color. The people who had average shallow eyelids and small eyes preferred bright tone, orange and highly bright achromatic color. The people who had protruded eyelids and big eyes preferred light tone and indigotic color. The people who had protruded eyelids and medium sized eyes preferred bright tone and violet color. The people who had protruded eyelids and small eyes preferred highly bright, achromatic color.

8. Comparing color preference of lip stick according to 9 types of lip, the people who had dark and thick lips preferred deep tone, reddish and indigotic color. The people who had dark and normally thick lips preferred pale tone and violet color. The people who had dark and thin lips preferred vivid tone and reddish color. The people who had normally dark and thick lips preferred light tone, pale tone and violet color. The people who had normally dark and normally thick lips preferred light tone, reddish and brownish color. The people who had normally dark and thin lips preferred bright tone, pale tone and orange color. The people who had light and thick lips preferred vivid tone

and orange color. The people who had light and normally thick lips preferred dull and reddish color. The people who had light and thin lips preferred bright tone and violet color.

In result of above research, it is proved that preference of clothing style, make up attitude, and the types of eye and lip have an influence on color preference of colored cosmetic.

## 의복스타일과 화장 태도에 따른 색조 화장품 선호색 연구

서 란 숙

계명대학교 대학원

의 류 학 과

(지도교수 류 숙 회)

### (초록)

본 연구는 선호 의복스타일과 화장 태도에 따른 색조화장 선호색과 눈과 입술유형에 따른 여성들의 색조 화장품 색 선호도를 조사 분석한 것이다.

의복스타일은 매니쉬, 페미닌, 스포티지, 클래식으로 분류하였고, 색조 화장품 색 선호도 조사에 사용된 색채는 먼셀 색체계에 따른 10가지 색상의 PCCS 8가지 색조 80가지 색상과 베이지와 브라운을 포함한 무채색 군 10가지 색을 추가한 총 90가지를 사용하였다.

색조화장품 품목으로는 대부분의 여성들이 사용하는 기본적인 색조 화장품인 아이섀도우와 립스틱으로 선정하였으며, 연구의 대상은 색조화장에 관심이 많고 색조화장 제품을 사용하는 19세에서 49세까지의 여성 601명을 대상으로 설문지 조사를 사용하였고 자료 분석은 SPSSWIN 10.0을 이용하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

1. 의복스타일에 따른 의복이미지 는 품위성, 여성성, 세련성, 친숙성의 네 가지 요인으로 분류되었고, 화장태도에서는 유행추구, 타인지향, 자기만족, 변화추구의 네 가지 요인으로 분류되었다.

2. 의복스타일의 선호는 매니쉬, 페미닌, 클래식, 스포티지 순으로 나타났으며, 연령층이 낮을수록 매니쉬를 더 선호하고, 페미닌과 클래식 의복스타일은 모든 연령층에서 선호 하였으며, 스포티지 의복스타일은 19-29세의 연령 집단이 가장 선호하는 것으로 나타났다.

3. 의복스타일에 따른 의복이미지 는 세련성, 여성성, 품위성, 친숙성이미지의 순으로 평가 하였다. 선호 의복스타일에 따른 의복이미지 평가에서는 클래식 의복스타일 선호 집단은 품 위성이미지를 가장 높이 평가하고, 페니민, 스포티지 의복스타일 선호 집단은 여성성이미지,

매니쉬와 클래식 의복스타일 선호 집단은 세련성이미지, 스포티지 의복스타일 선호 집단은 친숙성 이미지를 가장 높이 평가하는 것으로 나타났다.

4. 화장태도 요인에 의한 군집 분석을 실시한 결과 ‘적극적 추구형’, ‘자기 중시형’, ‘소극형’, ‘타인지향형’의 네 집단으로 분류되었으며, 선호 의복스타일 집단에 따른 화장태도의 차이를 알아본 결과 클래식, 페미닌, 매니쉬 의복스타일 선호 집단이 스포티지 의복스타일 선호 집단에 비해 ‘타인지향적’ 화장 태도가 더 높게 나타났다.

5. 선호 의복스타일 집단에 따른 색조 화장 선호 색채를 비교해 보면 매니쉬 선호의복스타일 집단은 다른 세 집단에 비해 고명도 무채색 아이섀도우와, 덜 톤과 빨강계열의 립스틱색상을 선호하였다. 페미닌 선호 의복스타일 집단은 다른 세 집단에 비해 브라이트 톤과 보라계열 아이섀도우 색상과 라이트 톤과, 자주계열 립스틱 색상을 선호하였다. 스포티지 선호 의복스타일 집단은 다른 세 집단에 비해 페일 톤과 자주계열 아이섀도우 색상과 브라이트 톤과 빨강계열 립스틱 색상을 선호하였다. 클래식 선호 의복스타일 집단은 다른 세 집단에 비해 브라이트 톤과 페일 톤, 주황과 자주계열 아이섀도우 색상과 비비드 톤과 페일 톤, 주황계열 립스틱 색상을 선호하였다.

6. 화장태도 집단에 따른 색조 화장 선호 색채를 비교해 보면 ‘적극적 추구형’ 집단은 다른 세 집단에 비해 고명도 무채색 아이섀도우와, 비비드 톤과 빨강, 자주계열 립스틱 색상을 선호 하였다. ‘자기 중시형’ 집단은 다른 세 집단에 비해 브라이트 톤과 자주, 보라계열 아이섀도우색상과 페일 톤과 자주, 주황계열 립스틱 색상을 선호하였다. ‘소극형’ 집단은 다른 세 집단에 비해 페일 톤과 주황계열 아이섀도우 색상과 라이트 톤과 주황계열 립스틱 색상을 선호하였다. ‘타인 지향형’ 집단은 다른 세 집단에 비해 라이트 톤과 빨강, 자주계열 아이섀도우 색상과 브라이트 톤과 자주계열 립스틱 색상을 선호하였다.

7. 9가지 눈 형태에 따른 아이섀도우 선호 색채를 비교해 보면 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 큰 눈인 경우는 고명도 무채색과 베이지 색상을 선호하였다. 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 보통인 눈의 경우 페일 톤과 라이트 톤, 보라, 주황계열 색상을 선호 하였다. 눈꺼풀이 들어가고 눈의 크기가 작은 눈인 경우 브라이트 톤과 베이지, 빨강계열 색상을 선호 하였다. 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 큰 눈인 경우 페일 톤과 주황계열 색상을 선호 하였다. 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크기가 보통인 눈의 경우 비비드 톤과 고명도 무채색, 브라운계열 색상을 선호 하였다. 눈꺼풀의 나온 정도가 보통이고 눈의 크



기가 작은 눈인 경우 브라이트 톤과 주황, 고명도 무채색을 선호하였다. 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 큰 눈인 경우 라이트 톤과 남색계열을 선호하였다. 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 보통인 눈인 경우 브라이트 톤과 자주계열 색상을 선호하였다. 눈꺼풀이 나오고 눈의 크기가 작은 눈의 경우 고명도 무채색을 선호하였다.

8. 9가지 입술형태에 따른 립스틱 선호 색채를 비교해 보면 색이 진하고 두툼한 입술 형은 덮 톤, 브라이트 톤과 빨강, 남색계열을 선호하였다. 입술색이 진하고 두께가 보통인 입술 형은 페일 톤과 자주계열 색상을 선호하였다. 입술색이 진하고 얇은 입술 형은 비비드 톤과 빨강계열 색상을 선호하였다. 입술색이 보통이고 두툼한 입술 형은 라이트 톤, 페일 톤과 주황, 자주계열 색상을 선호하였다. 입술 색과 형이 모두 보통인 형은 라이트 톤과 빨강, 브라운계열 색상을 선호하였다. 입술색이 보통이고 얇은 입술 형은 브라이트 톤, 페일 톤과 주황계열 색상을 선호하였다. 입술색이 연하고 두툼한 입술 형은 비비드 톤과 주황계열 색상을 선호하였다. 입술색이 연하고 두께가 보통인 형은 덮 톤과 빨강계열 색상을 선호 하였다. 입술색이 연하고 얇은 입술 형은 브라이트 톤과 자주계열 색상을 선호하였다.

위의 연구 결과에서 선호 의복스타일 집단과 화장태도, 눈과 입술 형태는 색조화장품 선호색에 영향을 주고 있음이 밝혀졌다.