

메이크업의 컬러코디네이션에 따른 얼굴이미지의 시각적 평가

The Visual Evaluation of Face Image according to Color Coordination of Makeup

정수진* · 강경자

경상대학교 생활과학부 의류학전공

Su-Jin Jeong* · Kyung-Ja Kang

Dept. of Clothing & Textiles, Gyeong Sang National University

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of eyeshadow color (brown, purple, and blue), lipstick color (red, orange, and purple), and lipstick tone(vivid, light, dull, and dark) on the makeup image. The experimental materials used for this study were sets of stimulus and response scales (7 point semantic). The stimuli were 36 color pictures manipulated with the combination of eyeshadow color, lipstick color, and lipstick tone using computer simulation. The subjects were 216 female undergraduates living in Jinju city. The data was analyzed by using SPSS program. Analyzing methods were ANOVA and Duncan test.

The result of this study are as follows. Image factor of the stimulus was composed of 4 different components (attractiveness and gracefulness, visibility, cuteness, and softness). Among them, the attractiveness and gracefulness and the visibility were important. Each dimensional image was affected by color coordination of eyeshadow color, lipstick color and lipstick tone. Therefore, the face image through matching eyeshadow and lipstick could be varied by the eyeshadow color, lipstick color and tones.

Key Words : Eyeshadow color, Lipstick color, Lipstick tone, Image, Visual Evaluation

I. 서론

얼굴은 자신의 정서를 표출하고 상대방의 정서를 이해할 수 있는 비언어적 의사전달 수단으로 신체의 어떤 부위보다 가장 특징적인 부위로 대인지각에서 중요한 시각적 자극이 된다고 할 수 있다. 얼굴은 눈동자, 피부, 헤어색에 따라 각각 다른 형태로 표현되는데 얼굴에 행해지는 메이크업은 얼굴의 자신 있는 부분을 강조하여 더욱 부각시키거나 결점을 수정하여 얼굴을 조화롭게 변화시킬 수 있으며 아름다움과 개인의 개성을 표현하는 수단으로 시대에 따라 변화되어왔다. 대인지각이론에서 색은 가장 눈에 띄는 요소로서 자신을 표현하는데 효과적으로 사용할 수 있으며 메이크업 색상은 가장 직접적인 미적 표현방법으로서 자기 만족감을 높이는 수단이 되고 동시에 타인에게 자신의 이미지를 전달하는 지침이 되기도 한다. 이 경우 특정 색상은 유행에 따라 선택하기도 하지만 자신의 피부색과 의상색 등을 고려하여 어울리는 색

을 선호하거나 선택하게 된다. 얼굴이미지는 눈, 코, 입과 같은 형태적 특성은 물론 메이크업의 중요한 요소인 색상의 변화에 따라 차이가 있을 것으로 본다. 특히 토털 코디네이션의 중요성이 부각되고 있는 시점에서 메이크업 색상은 외모를 변화시키고 개성을 표현하는 도구로 의복의 색상과 조화되었을 경우 더욱 효과적으로 심리적 만족감을 주게 되고 또한 다양한 이미지로 연출될 수 있으므로 메이크업 색상과 관련된 이미지 연구의 필요성은 크다고 하겠다. 선행연구로는 화장의 여부에 따른 외모의 매력정도를 평가한 연구(Graham & Jouhar, 1981; Cox & Glick, 1986; Cash, Dawson, Davis, Bowen & Galumbeck, 1989), 화장품 사용과 직업평가에 관한 연구(Miller & Cox, 1982; Cox & Glick, 1986; Waters, 1985), 메이크업 색채 경향 분석 및 메이크업 색채 선호와 관련된 연구(원명심, 이명숙, 1998; 김희선, 2002; 신향선, 2002; 한보현, 2003; 김영인 외, 2004)들이 있으며, 메이크업과 관련된 인상연구(윤소영, 2001; 이연희, 2001; 송미영, 박옥련, 이영주, 2005)에서는 메이크업으로 인해 이미

* Corresponding author: Su-Jin Jeong
Tel: 055) 742-6881, Fax: 055) 753-9030
E-mail: jini5980@hanmail.net

지가 다양하게 변화될 수 있는 것으로 보고하였다. 메이크업에 있어서 눈과 입술화장은 매력적인 인상을 형성하는데 중요한 역할을 하므로 아이섀도와 립스틱 색상은 중요한 단서로 사용되어 왔으며 최근 들어 립스틱 색상은 다양한 톤으로 표현되고 있다. 그러나 립스틱 톤의 변화에 따른 실험연구는 이루어지지 않고 있다.

따라서 본 연구에서는 메이크업 요소 중 아이섀도 색상, 립스틱 색상과 함께 립스틱 톤에 변화를 준 후 그 이미지 차원을 밝히고 메이크업을 통해 이들 단서들에 따른 얼굴 이미지의 시지각적인 차이를 규명하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 메이크업과 색채

일반적으로 사용되고 있는 메이크업이라는 용어는 얼굴에 색채를 덧바르는 행위에 대한 의미가 더 강하다. 실생활에서 보면 세안 후 사용하는 스킨이나 로션을 바르는 행위에 대해서는 '화장한다'보다는 '화장품을 바른다'로 표현되며 파우더, 립스틱이나 아이섀도 등 주로 색채를 나타내는 화장품을 사용할 때 '화장한다', '메이크업한다'라는 표현을 하고 있다(이연희, 2001). 인간이 기본적으로 타고난 외모가 형태라면 거기에 조화로운 색채를 배색하여 완성되는 것이 메이크업으로, 메이크업에 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). 또한 인간신체의 일부분에 색상을 부여함으로써 외형적인 아름다움을 추구하는 것뿐만 아니라 인간이 가지고 있는 가장 기본적인 욕구 중 하나라고 할 수 있는 내면의 아름다워지고 싶은 미적욕구를 개성 있게 표현하는 것으로 메이크업이란 본래의 얼굴에 자신이 갖는 내면적인 부분과 외적인 부분을 조화롭게 표출시키는 한 방법이라고 할 수 있다(김효정, 2000). Jouhar와 Graham(1985)은 화장은 색으로 자신을 자유롭게 표현할 수 있는 많은 요소를 가지고 있으며 외모를 변화시키고 싶은 심리적인 충동을 만족시켜 준다고 하였다.

화장이나 의복을 매개로 한 인간의 색채 활동은 신체의 아름다움이나 매력성 강화 등의 미적 욕구를 성취하

기 위하여 행해지는 것으로 신체에 가해진 색채는 가장 직접적인 미적 표현방법으로 자기 만족감을 높이는 수단이 되며 동시에 타인에게 자신의 이미지를 전달하는 지침이 되기도 한다. 특히 얼굴의 매력성은 주어진 얼굴형태와 표정, 그리고 화장으로 결정되는데 화장은 얼굴장식의 주된 행위로서 얼굴매력성은 선택된 화장색에 따라서가감될 수 있다. 즉, 화장은 얼굴의 구조적 특징을 강조하고 수정기능을 가짐으로서 의복과 함께 사용되는 자기장식법이며 특히 눈과 입술화장은 매력적인 인상을 주는데 중요하다고 할 수 있다(大塚郁夫, 1996).

색채화장의 색 이미지를 심리적으로 분석한 신수길, 황상민(1998)은 자기표현 수준이 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.

메이크업 색상 선호도와 관련된 연구로 원명심, 이명숙(1998)은 색채 화장품 선호 조사에서 립스틱의 색상으로는 브라운(65.3%), 빨강(15.6%), 와인(12.4%)의 순으로 나타난다고 하였고, 신향선(2002)의 메이크업 색상 선호도 조사에서 아이섀도 색상은 핑크(26%), 블루(14%), 립스틱 색상은 핑크(29%), 브라운(14%), 오렌지(12%) 계열에 대한 선호도가 높게 나타나 조사시기나 조사대상자에 따라 선호색상은 다소 차이가 있음을 알 수 있다.

김희선(2002)은 1972년부터 2001년까지의 색채화장품의 유행색채 특성 조사에서 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 나타난다고 하였다. 한보현(2003)은 성인여성의 화장색에 관한 분석에서 메이크업의 전체 색상분포는 빨강(63.5%), 자주(11.3%), 주황(8.6%)순으로 빨강 계열이 많이 나타났고, 아이섀도 색상과 색조는 빨강과 라이트 톤, 소프트 톤이 가장 많이 나타나 산호색과 진달래색을 많이 사용하고 있으며, 투명화장의 경향으로 자연스러운 색상과 색조가 사용된 것으로 보인다고 하였고, 립스틱 색상은 빨강(92.2%), 자주(5.2%)로 나타났다. 김영인 외(2004)는 국내외 메이크업 브랜드 색조화장품의 전반적인 색채 특성과 아이템별 색채특성, 그리고 국내외 메이크업 색채의 특성을 분석한 결과에서 2.5R에서 7.5R에 이르는 빨강영역을 색조화장품의 가장 중요한 색채영역으로 밝혔다.

이상의 메이크업 색채를 분석한 연구들에서 대부분 빨강계열을 주조색으로 많이 사용하는 것으로 나타났으며 연구자들에 따라서 색상의 분포는 다소 차이를 보였다.

2. 메이크업과 이미지 지각

대인지각 시 가장 먼저 보게 되는 얼굴은 상호 관계가 진전되는 과정에서 다른 요인과 연계되어 지각되며 자신을 표현하는 중요한 수단이 된다(Ikuo Daibo, 2002). 이러한 얼굴 위에 행해지는 메이크업은 대인관계에서 인상뿐만 아니라 자신의 이미지를 형성하는데도 큰 영향을 미친다고 할 수 있다. 메이크업의 여부와 관련된 연구로 Hamid(1972)는 화장을 한 얼굴이 하지 않은 경우 보다 타인에게 호의적으로 보인다고 하였고, Graham과 Jouhar(1981)는 보통수준의 외모를 가진 여성이 화장을 하지 않은 경우와 전문적인 화장을 한 경우의 사회적 인상지각에 관한 실험연구에서 화장을 한 외모가 더 매력적이고, 더 여성적이며, 더 섹시하게 지각된다고 하였다. Cox와 Glick(1986)의 연구에서 여성이 화장을 한 경우와 화장을 지운 경우를 구분하여 외모의 매력 정도와 호감 정도를 평가하게 한 결과 대체로 화장을 한 경우에 대해 더 긍정적인 반응을 보였다. Cash 외 3인(1989)은 화장과 관련된 미적인 자기관리에 있어서, 화장을 했을 경우에 자신을 더 매력적으로 여기면서 더 긍정적인 신체이미지도 가진다고 하였고 특히, 화장은 사회적 이미지뿐만 아니라 자아이미지에도 긍정적인 영향을 미친다고 하였다.

메이크업의 색상과 관련된 인상연구로 Jouhar와 Graham(1985)은 메이크업 색상에 따라 그 사람에 대한 성격 추리가 가능하고 이미지 지각의 직접적인 단서가 될 수 있으며, 현대여성들이 메이크업을 통해 표현하고자 하는 이미지는 심미적인 것으로 색과 질감 및 형태간의 총체적인 조화를 통해 긍정적인 이미지를 전달한다고 하였다.

Waters(1985)는 외모의 개선이 급료수준에 미치는 영향에 관한 연구에서 머리의 색과 모양, 얼굴 색채화장 등으로 외모를 바꾼 자극물 평가에 대한 결과 외모는 모든 직업의 고용과정에 중요한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 직업단계가 낮을수록 외모가 급료결정에 많은 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 상위직 응모자들 중 전문가로서의 외모가 부족할 경우 채용은 되지만, 승진이나 승급 등이 외모가 좋은 사람에 비해 늦은 것으로 나타나 여성의 외모가 직장생활에 영향을 미치는 요인임을 설명하였다.

이진숙, 김창순, 신은영(1999)은 색채감성 분석기법에 의한 메이크업의 이미지 유형별 예측모델 작성을 위한 연구에서 품위있는-귀족적인, 깔끔한-여성스러운, 강렬한-도발적인, 캐주얼한-경쾌한, 수수한-부드러운 등 5가지 이미지를 도출시켰으며, 각 이미지를 가장 잘 표현하는 립스틱 색상과 아이섀도 색상을 밝혔다. 윤소영(2001)은 메이크업 색상과 인상형성과 관련된 연구에서 메이크업과 헤어스타일에 대한 인상요인을 호의성, 세련성, 품위성, 개

성 요인으로 4개의 차원으로 도출하였으며, 메이크업이 진할수록 매력성은 떨어지지만 여성다움의 인식이 증가한다고 하였고, 이연희(2001)의 트렌드에 따른 색채화장의 이미지 지각에 따른 차이에서 색채화장을 하지 않은 베이직 트렌드를 가장 지성적이고 온화하며 성숙한 화장으로 지각하였고, 입술화장에 대한 이미지 지각에서 주황을 가장 지성적이고, 온화한 입술색으로, 펄분홍과 주황색은 어려 보이고, 빨강색을 가장 독특하다고 지각하였다.

이상에서 볼 때 얼굴은 인상형성에 중요한 영향을 미치는 신체요소이며 메이크업은 외모의 가치를 증대시켜 주는 긍정적인 수단으로 여성의 얼굴이미지 지각에 직접적인 단서를 제공한다고 할 수 있다. 특히 아이섀도나 립스틱 색상이 이미지 형성에 중요한 요인이 된다면 립스틱 색상의 톤 변화에 따른 이미지 차이를 밝히는 것은 의미가 있다고 본다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구를 실증적으로 분석하기 위한 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 아이섀도 및 립스틱 색상과 립스틱 톤에 따른 이미지의 차원을 밝힌다.

연구문제 2. 아이섀도 및 립스틱 색상과 립스틱 톤에 따른 이미지 차이를 밝힌다.

2. 측정도구

1) 자극물 선정 및 제작

본 연구에 사용된 자극물은 메이크업을 한 20대 여성의 얼굴사진으로 하였다. 자극물 모델의 얼굴형 선정을 위해 J 대학교 피부미용과 학생 58명의 얼굴을 직접 계측한 결과의 평균치와 '얼굴, 한국인의 낮'(조용진, 1999)에서 제시하는 한국인의 평균 얼굴을 참고로 평가집단(의류학교수 및 대학원생)으로 하여금 평가하게 한 후 가장 이상적으로 생각되는 모델을 선정하였다.

본 연구의 자극물 제작 시 메이크업의 아이섀도 색상은 색채가 갖는 속성 중 온도감을 기준으로 한 한난색과 중성색으로 하였다. 선행연구(신향선, 2002)를 참고로 한 색 중 가장 선호하는 색으로 파랑계열을, 난색으로는 브라운계열, 중성색으로는 보라계열을 사용하였다. 입술화장

〈표 1〉 본 연구에 사용된 자극물의 립스틱색상과 톤

색상 \ 톤	비비드 (vivid)	라이트 (light)	덜 (dull)	다크 (dark)
빨강 (red)	5R4/14	5R8/6	5R5/6	5R2/6
자주 (purple)	5RP4/12	5RP8/6	5RP4/6	5RP2/6
주황 (orange)	5YR6/14	5YR8/4	5YR5/4	5YR2/4

은 선행연구(김희선, 2002; 한보현, 2003)들을 참고로 립스틱 색상 중 가장 기본색상인 빨강을 기준으로 색상환에서 좌우에 위치하고 있는 주황, 자주 3가지 색상을 선정하여 한국표준색표집(공업진흥청/한국방송공사)에 근거하여 채도는 중간으로 고정하고 명도를 변화시켜 비비드, 라이트, 덜, 다크의 4가지 톤이 되도록 입술화장 색상을 선정하였다. 입술화장에 사용한 색상과 톤은 <표 1>과 같다.

피부색은 선정된 모델의 피부색과 한국인 표준 피부색(최영훈, 1990)을 참고로 하여 파운데이션과 파우더의 색상을 선정하였고 눈썹은 회갈색으로, 아이라인은 검정색으로 하였으며, 눈썹과 입술의 형태는 표준형으로, 메이크업 질감은 매트하게 하고 메이크업의 다른 변인들은 통제하였다. 또한 자극물을 평가하는데 영향을 미칠 수 있으므로 헤어스타일은 앞머리를 뒤로 빗어 넘겨 뒤에서 묶은 형으로, 의복스타일은 신축성이 있는 흰색 면소재의 앞목점과 옆목점을 기준으로 한 기본 라운드 네크라인 상의로 하였으며 배경색은 흰색으로 통제하였다.

자극물 제작을 위해 기초화장과 피부화장을 한 후 선정된 아이새도 색상으로 먼저 눈화장을 하고 입술색과 톤을 변화시켜가면서 화장을 시켜 각각 Digital Camera Canon Power Shot-G2로 촬영하였다. 다시 아이새도 색상별로 눈화장과 입술화장을 바꿔가면서 화장한 후 촬영하여 Photoshop 7.0 program에서 scanning하여 이미지를 입력시켰다. 다음으로 한국표준색표집(공업진흥청/한국방송공사)의 색상에 준하여 수정한 후 메이크업 한 얼굴사진을 네크라인에서 2cm 내려오는 길이(10×14)로 하여 Epson R210에서 프린트하였다. 최종 자극물은 눈화장 색상 3가지와 입술화장 색상 3가지, 입술화장 톤 4가지를 조합하여 만든 총 36개로 하였다. 본 연구에 사용된 자극물의 조작내용은 <표 2>와 같다.

2) 실험설계

본 연구는 독립변인인 아이새도 색상 3가지(갈색, 파랑, 보라), 립스틱 색상 3가지(빨강, 자주, 주황), 립스틱

〈표 2〉 자극물 조작내용

립스틱톤 색상	아이새도			
	갈색(W)	파랑(B)	보라(V)	
빨강 (R)	V	WRV	BRV	VRV
	L	WRL	BRL	VRL
	D	WRD	BRD	VRD
	K	WRK	BRK	VRK
자주 (P)	V	WPV	BPV	VPV
	L	WPL	BPL	VPL
	D	WPD	BPD	VPD
	K	WPK	BPK	VPK
주황 (O)	V	WOV	BOV	VOV
	L	WOL	BOL	VOL
	D	WOD	BOD	VOD
	K	WOK	BOK	VOK

톤 4가지(비비드, 라이트, 덜, 다크)의 3원 요인설계 및 피험자간(between subject)설계로 이루어졌다. 세 독립변인에 의해 조합된 총 36개의 자극물을 18개의 실험조합으로 구성하였으며 각 실험조합별 피험자 수는 12명씩 무선배치 되었다.

3) 의미미분척도

메이크업 이미지를 파악할 의미미분척도를 구성하기 위해 선행연구(윤소영, 2001; 이연희, 2001; 김복숙, 1999; 정해선, 2004)들에서 사용된 형용사쌍 이외에 의류학전공 3, 4학년으로 구성된 40명의 학생들에게 자극물 사진을 보여주고 자유기술식으로 표기하게 한 후 메이크업 이미지를 표현하는데 적절하다고 생각되는 형용사쌍을 추가하여 총 42쌍의 형용사쌍이 수집되었다. 그러나 인상평가 어휘로서의 적합성여부를 평가집단(의류학교수 및 대학원생)에게 검토케 한 후 부적절한 평가를 받은 형용사쌍을 제외하고 36개의 형용사쌍이 선정되었으나 요인분석 결과 요인부하치가 낮은 문항과 여러 요인에 걸쳐 있는 문항을 제외한 28개의 형용사쌍이 도출되었다. 메이크업된 자극물의 이미지를 측정하는 의미미분척도는 형용사쌍 중간을 기준으로 하여 좌측극단의 긍정적 형용사에 7점을, 우측극단의 부정적인 형용사에 1점을 주어 자료를 수량화하였다.

2. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 피험자는 진주시내 여대생 216명을 대상으로 하였으며 의류학과, 피부미용과 등 관련 전공자로 구성되었다. 조사는 2005년 9월~10월, 오전 10시에서 오후

3시 사이에 강의실에서 이루어졌다.

본 연구의 자료 분석은 SPSS 프로그램을 사용하여 통계처리 하였다. 아이새도 색상, 립스틱 색상, 립스틱 톤에 따른 이미지 차원에 대한 요인구조를 밝히기 위하여 주 성분 분석방법과 Varimax의 직교회전을 이용하여 요인분석을 하였다. 도출된 이미지 요인별 이미지 차이를 알아보기 위해 평균, 표준편차를 구하고 변량분석을 하였으며 사후검증 방법으로 Duncan test를 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 메이크업 색상에 따른 이미지 차원의 요인 분석

아이새도와 립스틱 색상에 변화를 주어 제작한 총 36개의 자극물에 대한 이미지차원을 밝히기 위해 28쌍의

형용사쌍으로 평가한 자료를 요인분석 한 결과 아이젠값 1.0 이상인 4개의 요인이 도출되었다. 구체적인 분석결과는 <표 3>과 같다.

요인 1은 전체변량에 대한 설명력이 29.3%로 4개 요인 중에서 가장 중요한 요인으로 나타났고, 보기좋은-보기싫은, 아름다운-추한, 매력있는-매력없는 등의 12개의 형용사 쌍으로 구성되어 '매력·품위성'이라고 명명하였다. 윤소영(2001)의 메이크업과 헤어스타일에 따른 이미지요인 및 이연희(2001)의 색채화장에 따른 이미지 차원에서는 매력성 요인과 품위성 요인이 분리 도출되었으나 본 연구에서는 매력성과 품위성을 나타내는 형용사들이 묶여 나타나 다소 차이를 보였다.

요인 2는 강한-약한, 강렬한-은은한, 요염한-청순한 등의 8개의 형용사쌍으로 구성되어 '현시성'이라 하였고, 전체변량에 대한 설명력은 19.8%로 나타났다. 현시성 요인의 구성인자는 헤어스타일 길이와 모자유형을 단서로 연구한 정혜선, 강경자(2004)의 이미지 차원 중 주의집중성

<표 3> 메이크업 색상에 따른 이미지차원

형용사쌍	요인1 매력품위성	요인2 현시성	요인3 귀염성	요인4 부드러움	공통성 (h ²)
보기좋은-보기싫은	.884	-.151	.110	.083	.823
아름다운-추한	.858	-.054	.111	-.030	.751
매력있는-매력없는	.821	.061	.142	-.094	.706
세련된-촌스러운	.801	-.037	.137	.160	.688
멋있는-멋없는	.800	.027	-.011	-.086	.648
자연스러운-어색한	.789	-.320	.041	.138	.745
분위기있는-분위기없는	.782	-.109	-.099	-.109	.645
좋아하는-싫어하는	.752	-.216	.135	-.112	.643
우아한-우아하지않은	.749	-.276	-.045	-.032	.640
지적인-지적이지않은	.742	-.269	-.214	.182	.702
안정된-불안정한	.719	-.349	-.024	.169	.667
단정한-단정하지않은	.670	-.468	-.052	.158	.697
강한-약한	-.110	.787	.042	.334	.745
강렬한-은은한	-.214	.782	.058	.242	.720
요염한-청순한	.271	.757	.091	.039	.657
대담한-소심한	-.246	.735	.174	.029	.632
화려한-수수한	-.219	.733	.362	.011	.717
눈에 띄는-눈에 띄지않은	-.274	.730	.200	.116	.662
섹시한-섹시하지않은	.308	.688	.009	-.053	.572
개성있는-개성없는	-.221	.607	.229	-.125	.486
명량한-명량하지않은	.126	.215	.794	.150	.715
밝은-어두운	.124	.021	.754	-.308	.679
말랄한-점잖은	-.219	.348	.730	-.074	.707
화사한-칙칙한	.263	.175	.671	-.214	.595
활동적인-비활동적인	.021	.344	.661	.281	.635
귀여운-성숙한	-.038	-.361	.660	-.119	.581
이성적인-감성적인	.352	.114	-.131	.714	.664
딱딱한-부드러운	.343	-.379	.234	.501	.566
고유치	8.198	5.546	3.537	1.408	18.689
전체 변량의 %	29.280	19.808	12.634	5.028	66.750
공통 변량의 %	43.865	29.675	18.926	7.534	100.00

요인과 유사하게 나타났으며, 이연희(2001)의 독특성 요인과 유사하게 나타났다.

요인 3은 명량한-명량하지 않은, 밝은-어두운, 발랄한-점잖은 등의 6개의 형용사쌍이 포함되어 귀염성 요인이라 명명하였고, 귀염성 요인의 구성인자는 김복숙(1999)의 성숙, 현시성 요인과 유사하게 나타났고, 전체변량에 대한 설명력은 12.6%로 나타났다.

요인 4는 이성적인-감성적인, 딱딱한-부드러운 의 2개 형용사쌍으로 구성되어 부드러움 요인이라 명명하였으며 전체변량에 대해 5.0%의 설명력을 나타내었다. 정현주, 한유정(2003)의 부드러운 이미지, 이연희(2001)의 온화함 요인에서 부분적으로 유사하게 나타났다.

회귀모형 방식에 의하여 산출된 요인점수들의 결과 해석은 요인점수가 높을수록 매력·품위성 요인에서는 보기 좋고 아름답고 매력적이고 세련되고 멋있고 분위기가 있고 우아하고 지적이며 단정한 것으로 지각되는 것을 의미하며, 현시성 요인에서는 강하고 강렬하고 대담하고 화려하며 눈에 띄고 요염하고 섹시하고 개성있는 것으로, 귀염성 요인에서는 명량하고 밝고 발랄하고 화사하고 활동적인 것으로, 부드러움 요인에서는 이성적이고 딱딱한 것으로 지각되는 것을 의미한다. 도출된 4개의 이미지 요인이 전체변량에서 차지하는 비율은 66.8%로 나타났고, 이 중 매력·품위성과 현시성 요인이 74%를 차지하여 두 요인이 아이새도 색상, 립스틱 색상, 립스틱 톤 조합에 따른 얼굴이미지에 중요한 차원임을 알 수 있다. 도출된 이미지 차원별 용어의 신뢰도 계수를 검증하기 위해 Cronbach- α 신뢰도 계수를 산출한 결과 총 28개의 형용사쌍에 대해 $\alpha = .79$ 로 용어들은 일관성 있게 평가되었고 도출된 이미지 요인들의 신뢰도 계수는 각각 .91, .91, .81, .62로 나타났다.

2. 아이새도 색상에 따른 립스틱 색상과 톤 별 이미지

1) 갈색 아이새도일 경우 립스틱 색상과 톤 변화에 따른 이미지 차이

갈색 아이새도를 한 경우 빨강 립스틱을 바를 때 톤 변화에 따른 이미지 차이를 <표 4>에서 살펴보면 매력·품위성, 현시성, 귀염성 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 먼저 매력·품위성 요인에서 살펴보면 비비드, 덜, 다크 톤 빨강 립스틱이 갈색 아이새도와 조합될 경우 긍정적으로 나타났으며 그 중 립스틱 톤이 어두운 다크 톤일 경우 가장 보기 좋고 매력적이고 우아한 이미지를 주는 것으로 평가하였다. 현시성 요인에서는 비비드, 다크 톤에서 강하고 화려하고 섹시해 보이는 것으로 지각되었는데, 선명하고 화려한 느낌의 비비드 빨강과 진하고 어두운 다크 톤의 빨강 립스틱의 강렬한 색채 이미지가 메이크업 전체이미지에 영향을 미친 것으로 보이며, 연하고 밝은 톤인 라이트 톤일 경우 매우 약하고 은은하고 청순한 것으로 지각되었다. 귀염성 요인에서는 립스틱이 비비드 빨강일 경우 가장 명량하고 발랄하고 활동적인 이미지로 지각된 반면에 다크, 덜, 라이트 톤 순으로 부정적으로 나타났으며 그 중 다크 톤 빨강 립스틱을 바를 때 가장 명량하지 않고 어둡고 성숙된 이미지로 지각되었다.

갈색 아이새도를 한 경우 자주 립스틱의 톤 변화에 따른 이미지차이를 <표 5>에서 살펴보면 현시성, 귀염성, 부드러움 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 현시성 차원에서 립스틱 톤이 비비드, 덜, 다크 순으로 대담하고 화려하며 라이트 톤일 때 가장 약하고 은은하고 수수해 보이는 것으로 평가되었다. 부드러움 차원에서는 립스틱 톤이 다크 톤일 경우 가장 이성적이고 딱딱한 것으로, 라이트 톤일 때 가장 부드럽고 감성적인 이미지로 지각되었다. 귀염성 요인에서 비비드, 덜, 다크 톤의 립스틱을 현시성이나 부드러움 요인에서와는 상반된 평가를 하여 부정적인 이미지 즉, 명량하지 않고 어둡고 비활동적이며

<표 4> 갈색 아이새도일 경우 빨강립스틱의 톤 변화에 따른 이미지차이

요인 \ 톤	vivid	light	dull	dark	F
매력·품위성	.20 ab	-.41 b	.83 a	1.06 a	3.915*
현시성	.22 a	-1.04 b	-.70 b	.40 a	6.483**
귀염성	.39 a	-.08 a	-.21 a	-1.26 b	6.438**
부드러움	.80	.03	.30	.39	1.478

* : $p < .05$ ** : $p < .01$ *** : $p < .001$

a,b,c : Duncan검정에 의한 분류

<표 5> 갈색 아이섀도일 경우 자주 립스틱의 톤 변화에 따른 이미지차이

요인 \ 톤	vivid	light	dull	dark	F
매력·품위성	.66	-.10	-.21	-.16	2.034
현시성	.87 a	-.58 c	.37 ab	.11 b	6.345**
귀염성	-.06 ab	.37 a	-1.10 c	-.52 bc	4.747**
부드러움	.24 ab	-.31 b	.28 ab	1.01 a	2.844*

* : p < .05 ** : p < .01 *** : p < .001
a,b,c : Duncan검정에 의한 분류

<표 6> 갈색 아이섀도일 경우 주황 립스틱의 톤 변화에 따른 이미지차이

요인 \ 톤	vivid	light	dull	dark	F
매력·품위성	.36 b	.08 b	1.26 a	1.40 a	5.807**
현시성	-.96 b	-1.28 b	-1.10 b	-.22 a	3.908*
귀염성	.64 a	-.55 b	-.49 b	-1.09 b	10.080***
부드러움	.19	.04	.14	.06	.102

* : p < .05 ** : p < .01 *** : p < .001
a,b,c : Duncan검정에 의한 분류

성숙된 이미지를 주는 것으로 평가하였다. 그러나 라이트 톤에서는 핑크색이 주는 느낌의 밝고 화사하며 귀여운 이미지를 주는 것으로 지각하여 동일한 립스틱 색상도 톤에 따라 상반된 이미지를 형성하는 것으로 볼 수 있다.

갈색 아이섀도를 한 경우 주황 립스틱의 톤 변화에 따른 이미지 차이를 <표 6>에서 살펴보면 매력·품위성, 현시성, 귀염성 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 매력·품위성 요인에서는 4가지 톤 모두 긍정적으로 평가하여 매력적이고 품위있는 것으로 특히 덜, 다크 톤일 경우 더욱 매력있고 세련되고 우아하고 지적인 것으로 지각되어 차이를 보였다. 현시성 요인에서는 매력·품위성 요인과는 상반된 결과로 4가지 톤 모두에서 부정적으로 평가하여 갈색 아이섀도에 주황색 립스틱을 바를 경우 라이트, 덜, 비비드, 다크 톤 순으로 은은하고 수수하고 눈에 띄지 않는 것으로 지각하였다. 귀염성 요인에서 비비드 톤 립스틱일 경우는 명랑하고 밝고 화사하고 활동적인 것으로 라이트, 덜, 다크 톤일 경우는 점잖고 비활동적이고 성숙한 이미지로 지각되어 립스틱 톤에 따른 차이를 보였다. 대체로 아이섀도와 립스틱의 색상이 유사한 계열의 색상으로 배색될 때 매력적이고 품위있고 은은하고 청순해 보이는 것으로 나타났다. 김영인 외(2004)의 연구에서 국내 브랜드의 색조화장품에서 주황빛이 많

은 색상분포가 높게 나타났으며 이를 노란빛을 띤 한국인의 피부색과 관련이 있다고 분석한 결과를 지지하는 것으로 주황계열의 메이크업이 익숙하여 자연스러워 보이고 좋아하는 것으로 평가한 것으로 볼 수 있다. 또한 입술화장에 대한 이미지 지각에서 주황을 가장 지성적이고, 온화하며 어려워 보이는 입술색으로 보고한 이연희(2001)의 연구결과와 비교해볼 때 비비드 톤의 주황 립스틱일 경우는 유사한 결과를 보였지만 립스틱 톤의 변화에 따라 다르게 평가되어 같은 주황 립스틱이라도 어떤 톤의 립스틱을 사용하는냐에 따라 메이크업 이미지는 다르게 지각되는 것으로 볼 수 있다.

2) 보라 아이섀도일 경우 립스틱 색상과 톤 변화에 따른 이미지 차이

보라 아이섀도를 한 경우 빨강 립스틱을 바를 때 톤 변화에 따른 이미지 차이를 <표 7>에서 살펴보면 현시성 요인과 부드러움 요인에서 유의한 차이가 나타났다.

현시성 요인에서 립스틱 톤이 비비드, 덜, 다크 톤일 경우 강하고 대담하며 화려하고 세시해 보이는 반면에 라이트 톤일 경우는 청순하고 수수하고 은은해 보이는 것으로 지각하여 연하고 밝은 고명도의 라이트 톤 이미지가 메이

〈표 7〉 보라 아이새도일 경우 빨강 립스틱의 톤 변화에 따른 이미지차이

요인 \ 톤	vivid	light	dull	dark	F
매력·품위성	-.30	-.33	.10	-.19	.663
현시성	.58 a	-.23 b	.49 a	.67 a	5.779**
귀염성	.17	.55	.46	-.17	1.578
부드러움	-.07 b	-.20 b	.13 ab	.60 a	3.507*

* : p < .05 ** : p < .01 *** : p < .001

a,b,c : Duncan검정에 의한 분류

크업 전체 이미지에 영향을 미친 것으로 보인다. 부드러움 요인에서는 선명한 비비드와 밝고 연한 라이트 톤 립스틱은 부드럽고 감성적인 것으로 어둡고 탁한 덜과 다크 톤은 이성적이고 딱딱한 것으로 지각되었다.

보라 아이새도를 한 경우 자주 립스틱을 바를 때 톤 변화에 따른 이미지 차이를 <표 8>에서 살펴보면 현시성, 귀염성, 부드러움 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 현시성 요인에서는 라이트 톤일 경우는 약해보이고 은은하고 청순하며 섹시하지 않는 것으로 지각되었고 비비드, 덜, 다크 톤과의 조합에서 강렬하고 요염하고 화려한 이미지를 주는 것으로 나타나 빨강 립스틱을 바를 때와 같

은 이미지를 주는 것으로 평가되었다. 귀염성 요인에서는 비비드, 라이트 톤의 자주 립스틱은 명랑하고 밝고 활동적인 이미지로, 덜 톤은 점잖고 비활동적이며 성숙한 이미지로 지각되어 톤에 따라 차이를 보였다. 부드러움 요인에서는 비비드, 라이트 톤 립스틱 순으로 부드럽고 감성적인 이미지로 지각되었고, 덜, 다크 톤 립스틱을 바를 경우는 이성적이고 딱딱한 것으로 지각하였다.

보라 아이새도를 한 경우 주황 립스틱의 톤 변화에 따른 이미지 차이를 <표 9>에서 살펴보면 현시성과 귀염성 요인에서 유의한 차이를 보였다. 현시성 요인에서 립스틱 톤이 비비드, 덜, 다크 톤 립스틱과의 조합일 때 긍정적

〈표 8〉 보라 아이새도일 경우 자주 립스틱의 톤 변화에 따른 이미지차이

요인 \ 톤	vivid	light	dull	dark	F
매력·품위성	.07	-.14	-.14	.11	.187
현시성	.91 a	-.23 b	.99 a	.90 a	9.905**
귀염성	.46 a	.42 a	-.59 b	.03 ab	3.326*
부드러움	-1.21 b	-.46 ab	.29 a	.12 a	4.984**

* : p < .05 ** : p < .01 *** : p < .001

a,b,c : Duncan검정에 의한 분류

〈표 9〉 보라 아이새도일 경우 주황 립스틱의 톤 변화에 따른 이미지차이

요인 \ 톤	vivid	light	dull	dark	F
매력·품위성	-.36	-.02	.67	.20	2.249
현시성	.19 ab	-.47 b	.55 a	.00 ab	3.433*
귀염성	.92 a	.40 a	-.40 b	-.97 b	10.767***
부드러움	-.66	-.84	-.33	-.48	.681

* : p < .05 ** : p < .01 *** : p < .001

a,b,c : Duncan검정에 의한 분류

으로 나타났으며 그 중 덜 톤 립스틱을 바를 경우 가장 강렬하고 요염하고 대담하고 화려한 이미지로 평가하였다. 보라 아이섀도에 라이트 톤 립스틱을 바를 경우는 약하고 청순하며 수수해 보이는 것으로 드러나 빨강, 자주 립스틱일 경우와 동일한 이미지로 평가되어 은은하고 청순한 이미지에는 립스틱 색상보다 립스틱 톤의 영향이 크게 작용한 것으로 볼 수 있다. 귀염성 요인에서는 비비드, 라이트 톤의 립스틱은 명랑하고 발랄하며 화사하고 귀여운 이미지로, 덜, 다크 톤의 립스틱은 어두워 보이고 점잖고 성숙된 이미지를 주는 것으로 평가하였다.

3) 파랑 아이섀도일 경우 립스틱색상과 톤 변화에 따른 이미지 차이

파랑 아이섀도를 한 경우 빨강 립스틱의 톤 변화에 따른 이미지 차이를 <표 10>에서 살펴보면 현시성 요인과 부드러움 요인에서 유의한 차이를 보였다. 현시성 요인에서는 파랑 아이섀도와 다크, 비비드 톤 빨강 립스틱과 코디될 경우 강렬하고 화려하고 색시해 보이는 것으로 나타났는데 이는 아이섀도와 립스틱의 색상차가 크고 립스틱 톤도 선명한 비비드나 어두운 다크 톤으로 조합되었

기 때문에 현시성 차원에서 강하게 작용한 것으로 보인다. 그러나 연하고 밝은 톤인 라이트 톤 빨강 립스틱일 경우는 은은하고 청순하며 수수해 보이는 것으로 지각하여 립스틱 톤에 따라 상반된 이미지를 보였다. 부드러움 요인에서는 다크, 덜 톤의 립스틱일 경우 이성적이고 딱딱한 이미지로 평가하였고, 라이트 톤 립스틱을 바를 경우 가장 부드럽고 감성적인 이미지로 평가하였다.

파랑 아이섀도를 한 경우 자주립스틱의 톤 변화에 따른 이미지 차이를 <표 11>에서 살펴보면 빨강립스틱을 바를 경우와 마찬가지로 현시성 요인과 부드러움 요인에서 유의한 차이를 나타내었다. 현시성 요인에서는 립스틱을 라이트 톤 자주 립스틱을 바를 경우 약하고 청순하고 수수하며 눈에 잘 띄지 않는 것으로, 다크, 비비드 덜 톤의 립스틱을 바를 경우는 강렬하고 대담하며 화려하고 눈에 띄는 것으로 나타나 립스틱 톤은 현시적 이미지에 두드러진 단서가 됨을 알 수 있다. 부드러움 요인에서는 라이트 톤 립스틱을 바를 경우 가장 감성적이고 부드러운 이미지로, 비비드 톤의 립스틱일 경우에는 가장 이성적이고 딱딱한 이미지로 지각되는 차이를 보였다.

파랑 아이섀도를 한 경우 주황립스틱을 바를 때 톤 변화에 따른 이미지 차이를 <표 12>에서 살펴보면 현시성

<표 10> 파랑 아이섀도일 경우 빨강 립스틱의 톤 변화에 따른 이미지차이

요인 \ 톤	vivid	light	dull	dark	F
매력 · 품위성	-.38	-.40	-.45	-.32	.035
현시성	.76 a	-.49 b	.05 b	.89 a	11.382***
귀염성	.66	.23	-.04	.19	.958
부드러움	-.45 bc	-.90 c	.32 ab	.63 a	4.979**

* : p < .05 ** : p < .01 *** : p < .001
a,b,c : Duncan검정에 의한 분류

<표 11> 파랑 아이섀도일 경우 자주 립스틱의 톤 변화에 따른 이미지차이

요인 \ 톤	vivid	light	dull	dark	F
매력 · 품위성	-.67	-.91	-.70	-.23	2.158
현시성	.86 a	-.64 b	.37 a	.90 a	11.739***
귀염성	.68	.37	.40	-.12	1.715
부드러움	.70 a	-.85 b	-.16 ab	.07 ab	4.031*

* : p < .05 ** : p < .01 *** : p < .001
a,b,c : Duncan검정에 의한 분류

〈표 12〉 파랑 아이새도일 경우 주황 립스틱의 톤 변화에 따른 이미지차이

요인 \ 톤	vivid	light	dull	dark	F
매력·품위성	-.42	-.38	-.11	.02	.567
현시성	.04 a	-1.16 b	-.73 b	.12 a	6.789**
귀염성	.97 a	.40 a	-.39 b	-.52 b	7.118**
부드러움	-.08	-.17	-.13	.49	1.191

* : $p < .05$ ** : $p < .01$ *** : $p < .001$

a,b,c : Duncan검정에 의한 분류

요인과 귀염성 요인에서 유의한 차이를 나타내었다. 현시성 요인에서 파랑 아이새도에 다크나 비비드 톤 주황 립스틱을 바를 경우 강렬하고 대담하며 눈에 띄는 것으로 지각하였고, 라이트와 덜 톤 립스틱을 바를 경우 은은하고 소심하며 눈에 띄지 않고 개성이 없어 보이는 것으로 지각하여 립스틱 색상이 동일하더라도 립스틱 톤에 따라 차이를 보였다. 귀염성 차원에서 비비드, 라이트 톤 립스틱을 바를 경우는 명랑하고 밝고 화사하며 귀여운 이미지로, 다크, 덜 톤 립스틱을 바를 경우는 어둡고 점잖고 성숙된 이미지로 지각하였다.

이상에서 아이새도 색상, 립스틱 색상, 립스틱 톤에 따라 메이크업을 한 얼굴 이미지가 다르게 지각되어 메이크업 한 요소의 색상에 의해서 이미지가 결정하는 것이 아니라 여러 요소가 유기적으로 작용하여 전체적인 얼굴 이미지가 형성되는 것으로 볼 수 있다.

V. 결론

본 연구에서는 아이새도 색상, 립스틱 색상 및 립스틱 톤의 변화에 따른 얼굴이미지의 차원을 밝히고, 얼굴이미지 차원별 시지각적 차이를 규명하고자 하였다. 총 36개의 자극물에 대해 28쌍의 형용사쌍을 요인분석하여 이미지 차원을 밝히고, 이들 단서들에 따른 메이크업한 얼굴의 이미지 차이를 규명한 결과 다음과 같은 결론을 얻었다.

1. 아이새도 색상, 립스틱 색상 및 립스틱 톤 변화에 따른 메이크업한 얼굴의 이미지 차원을 요인분석한 결과 매력·품위성, 현시성, 귀염성, 부드러움의 4개의 차원으로 도출되었다.

2. 메이크업에서 아이새도 색상, 립스틱 색상과 톤 변화에 따른 이미지 차원별로 살펴보면 다음과 같다.

매력·품위성 차원을 보면 갈색, 보라, 파랑의 아이새

도 색상에 상관없이 다크 톤 주황 립스틱과 조합될 경우 매력·품위성이 높고 아이새도, 색상이 갈색이고 립스틱 톤이 비비드이면 립스틱 색상에 상관없이 매력·품위성이 높은 것으로 평가하였다. 특히 아이새도 색상이 갈색이고 립스틱 색상이 주황색이면 립스틱의 톤에 상관없이 매력있고 품위 있는 이미지로 지각하였는데 이는 아이새도와 립스틱이 유사 색상으로 코딩된 것으로 유사색상 배색을 익숙하고 조화롭게 보는 일반적인 경향이 매력적인 이미지에 긍정적인 영향을 미친 것으로 볼 수 있다. 파랑 아이새도에 3가지 색상의 립스틱을 각기 코딩할 경우 다크 주황 립스틱과의 조합을 제외하고는 립스틱의 색상과 톤에 상관없이 매력·품위성이 낮은 것으로 평가하여 아이새도의 색상이 부정적인 이미지에 크게 영향을 미친 것으로 볼 수 있다.

현시성 차원을 보면 갈색, 보라, 파랑의 아이새도 색상에 립스틱 톤이 라이트 톤이면 립스틱의 색상에는 관계없이 현시성이 낮은 것으로, 비비드, 다크 톤이면 현시성이 높은 것으로 지각하여 립스틱 색상보다 톤의 영향이 지배적인 것으로 나타났다. 그러나 갈색 아이새도에 립스틱이 주황이면 립스틱의 톤에 상관없이 현시성이 낮은 것으로 지각하여 립스틱 톤보다 색상의 영향이 현시성 이미지에 부정적으로 작용하여 은은하고 청순하고 섹시하지 않는 것으로 평가되었으며, 이들 조합이 매력·품위성 차원에서 높게 지각된 것과는 상반된 이미지로 나타났다. 또한 갈색 아이새도와 덜 톤의 자주 립스틱, 보라, 파랑 아이새도와 3가지 색상의 다크 톤 립스틱과 조합되면 현시성이 높은 것으로 평가되어 색상보다 립스틱의 톤에 따라 일관성 있는 차이를 나타내었다.

귀염성 차원을 보면 갈색 아이새도와 비비드 자주 립스틱, 라이트 톤 빨강, 주황 립스틱과의 조합을 제외하고는 아이새도 색상과 립스틱 색상에 관계없이 립스틱 톤이 비비드와 라이트 톤인 경우 긍정적으로 지각되어 밝고, 발랄하고, 화사하고, 귀여운 것으로 평가하였다. 그러

나 갈색 아이세도를 빨강, 자주, 주황의 색상에 관계없이 덜, 다크 톤으로 조합하거나 보라 아이세도와 덜 톤의 자주, 주황 립스틱, 다크 톤의 빨강, 주황 립스틱, 파랑 아이세도와 덜 톤의 빨강, 주황, 다크 톤의 자주, 주황 립스틱과 조합될 때 점잖고 성숙한 것으로 평가되었다. 대체로 아이세도나 립스틱의 색상보다 립스틱 톤을 선명하고 밝은 톤으로 하게 되면 명랑한 이미지 형성에 긍정적으로 어둡고 탁한 톤은 부정적인 영향을 주는 것으로 볼 수 있다.

부드러움 차원을 보면 갈색 아이세도를 빨강, 자주, 주황 립스틱의 4가지 톤으로 조합했을 때 라이트 톤의 자주색 립스틱을 제외하고는 립스틱의 색상과 톤에 상관없이 긍정적으로 평가하여 대체로 갈색 아이세도를 사용할 경우 이성적이고 딱딱한 이미지를 주는 것으로 볼 수 있다. 보라, 파랑 아이세도에 3가지 립스틱 색상을 4가지 톤으로 조합했을 때 파랑 아이세도와 비비드 자주 립스틱의 조합을 제외하고는 립스틱의 색상에 관계없이 립스틱 톤이 라이트, 비비드일 때 부드럽고 감성적인 이미지를 주는 것으로 지각하였고, 보라 아이세도와 덜, 다크 주황 립스틱, 파랑 아이세도와 덜 톤 자주, 주황 립스틱을 제외한 덜, 다크 톤 립스틱과의 조합일 때 딱딱한 이미지를 주는 것으로 평가하였다. 따라서 아이세도 색상이 갈색일 경우는 아이세도 색상의 영향이 큰 것으로, 아이세도 색상이 보라, 파랑일 경우는 립스틱 톤의 영향이 더 큰 것으로 볼 수 있다.

이상에서 메이크업에서 아이세도, 립스틱 색상과 립스틱 톤에 따라 얼굴이미지는 다양하게 표현되고 동일한 얼굴도 메이크업 시 조합되는 단서에 따라 이미지가 다를 수 있음이 입증되었다. 아이세도 색상, 립스틱 색상 그리고 립스틱 톤은 메이크업한 얼굴의 이미지 평가에서 각각의 정보가 갖는 의미가 고정되어 있지 않고 조합 상태에 따라 특히 톤에 따라 그 이미지가 다르게 지각됨을 알 수 있다. 이는 메이크업 시 한 부분의 화장색에 의해서 얼굴이미지가 결정되는 것이 아니라 메이크업 요소들의 조화에 의해 전체적인 얼굴이미지가 결정된다고 볼 수 있어 이미지 형성 시 정보들의 의미가 고정되어 있지 않고 서로의 관계 속에서 통합되어 지각됨으로서 다른 정보와의 관련성에 따라 그 의미가 변한다는 Asch(1946)의 형태주의적 접근이론을 지지해준다고 볼 수 있다. 따라서 메이크업 요소들의 컬러 코디네이션은 전체적인 얼굴이미지를 형성하는데 크게 작용하므로 지금까지 선행 연구에서 다루지 않았던 립스틱의 톤을 변화시켜 얼굴이미지의 시지각적인 차이를 규명하였으므로 앞으로는 얼굴형과 피부색, 헤어스타일과 헤어색 등 전체적인 조화를 고려하여 다양한 측면에서 연구가 이루어져야 할 것이며,

지각자의 성별, 연령별 비교가 이루어진다면 더욱 의미 있는 결과를 얻을 수 있을 것으로 본다.

주제어 : 아이세도 색상, 립스틱 색상, 립스틱 톤, 이미지, 시각적 평가

참 고 문 헌

- 김복숙 (1999) 여성 헤어스타일의 인상효과에 관한 연구. 인하대학교 대학원 석사학위논문.
- 김영인, 주미영, 이현주, 김석정 (2004) 국내외 메이크업 브랜드 색조화장품의 색채 특성. 한국색채학회지, 18(2), 91-101.
- 김효정 (2000) MAKE-UP. 학연사, 13.
- 김희선 (2002) 색조제품의 유행색 데이터 관리를 위한 색채 분석. 한국의류산업학회지, 4(2), 107-110.
- 김희숙, 이은임 (1996) 메이크업과 패션. 서울: 수문사, 2~26.
- 송미영, 박옥련, 이영주 (2005) 얼굴의 형태적 특성과 메이크업에 의한 얼굴 이미지 연구. 한국생활과학회지, 14(1), 1-11.
- 신수길, 황상민 (1998) 감성이미지 기법과 평가방법이 적용된 색조화장품의 사용행동에 관한 연구. 한국색채학회지, 11(1), 37~44.
- 신향선 (2002) 퍼스널 컬러시스템에 따른 유형의 분포도와 색채진단 변인에 관한 연구-메이크업, 헤어, 의상 색채 중심으로. 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 원명심, 이명숙 (1998) 한국여대생의 의복 및 화장품 색채 선호도에 관한 연구. 한국색채학회지, 10(6), 47~67.
- 윤소영 (2001) 메이크업과 헤어스타일이 인상형성에 미치는 영향. 대구카톨릭대학교 대학원 석사학위논문.
- 이연희 (2001) 색채화장이 얼굴 이미지 지각에 미치는 영향 -유행 예측색을 중심으로. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 이진숙, 김창순, 신은영 (1999) 색채감성 분석 기법에 의한 제품의 이미지 유형별 예측 모델 작성. 한국색채학회지, 13, 67-73.
- 정해선, 강경자 (2004) 헤어스타일·길이와 모자유형이 인상형성에 미치는 영향. 복식문화연구. 28(3/4), 460-471.
- 정현주, 한유정 (2003) 웨딩헤어 관련 코디네이션의 이미지 지각(1) -여대생을 중심으로. 한국의류학회지, 27(7), 735-745.
- 조용진 (1999) 얼굴 한국인의 낮. 서울: 세계절출판사.

- 최영훈 (1990) 색채학개론. 서울: 미진사.
- 한보현 (2003) 성인여성의 화장색에 관한 분석-메이크업 제품을 중심으로. 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 大坊郁夫 (1996) 對人魅力學からえたメイクアシブへの提言, *Fragrance Journal*, 10, 11-16.
- Asch, SE (1946) Forming impressions of Personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology* 41(3).
- Cash, TF, 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.
- Cox, CL, & Glick, WH (1986) *Resume Evaluations and Cosmetics use: When more is not better. Sex Role*, 14, 51-58.
- Graham, JA, Jouhar, AJ (1981) The effects of cosmetics on person perception. *International Journal of Cosmetic Science*, 3, 199-210.
- Hamid, P (1972) Some Effects of Dress Cues on Observational Accuracy: A Perceptual Estimate, and Impression Formation. *Journal of Social Psychology*, 86, 279-289.
- Ikuo Daibo (2002) 화장행동의 사회심리학. *한국의류산업학회지*, 4(3), 223-228.
- Jouhar, AJ, Graham JA (1985) Psychological Studies of Cosmetics. *The Psychology of Cosmetic Treatments*. New York: Praeger Publisher, 93-99.
- Miller, L, Cox, C (1982) For appearances sake: Public self-consciousness and make up use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 748-751.
- Waters, J (1985) *Cosmetics and Job Market in the Psychology of Cosmetic Treatments*. New York: Praeger Publisher, 113-124.

(2006. 03. 30 접수; 2006 . 06. 29 채택)