감성과학, Vol. 14, No. 2, pp.321-330, June 2011

눈 형태에 따른 스모키 메이크업의 감성 이미지

Analysis of emotional images according to eyes shapes and smoky makeup tone

김민경* · 류희욱*†

Min Kyung Kim* · Hee Wook Ryu*†

숭실대학교 화학공학과 뷰티공학 전공*

Beauty Science and Technology, Department of Chemical Engineering, Soongsil University*

Abstract

Images of smoky make up illustrations with different the brightness tones for typical Korean eyes (standard one, small single eyelid and tailed up style) were systematically analyzed using vision-based emotional descriptive language for students majoring makeup and professional group. We identified that various images could be expressed by changing smoky makeup tones on eyes types through analysis of the emotional descriptive language. The smoky make up image recognition of smoky make up illustrations was almost consistent between the students and the professional group, but there was the distinct difference of image perception by two groups for some smoky make up illustrations due to the generation gap as well as their make up expertise and techniques. We suggested the image positioning maps which expressed the emotional reaction felt according to eyes shapes and smoky make up tones. The positioning maps were to provide criteria for various images to be able to express by smoky make up.

Keywords: smoky makeup, emotional images, eye shape, tone, image positioning map

요 약

한국인의 전형적인 3가지 유형의 눈 모양 (표준 눈, 작고 외겹 눈, 올라간 눈)에 대해 명암을 변화시킨 5가지 스모키 메이크업 일러스트레이션의 이미지를 시각적 감성언어를 사용하여 체계적으로 분석하였다. 눈의 형태와 스모키 메이크업의 톤 변화(아이 쉐도우의 명암 조절)에 따라 다양한 이미지들을 표현할 수 있음을 확인하였다. 이들 스모키 메이크업 일러스트레이션들의 이미지에 대한 메이크업 전공학생과 전문가 집단의 인식은 대부분 일치하였으나, 메이크업에 대한 테크닉 구사 능력과 식견의 차이뿐만 아니라 세대 차이 등으로 인해 몇몇 일러스트레이션들에 대해서는 뚜렷한 인식의 차이가 있었다. 스모키 메이크업 일러스트레이션 자극물을 통하여 느껴지는 다양한 감성언어를 눈 형태와 스모키 메이크업의 톤 변화에 따라 느끼는 감성반응을 정리한 메이크업 이미지 포지셔닝 맵을 제시하였다. 무 메이크업, 소프트 스모키, 면적 스모키에 대한 두 집단의 연상이미지는 각각 부드럽고 따뜻한, 부드럽고 정적·도시적, 차갑고 심플한 것으로 동일하게 평가 되었다. 반면에 면적 스모키에 대한 연상이미지는 인공적인 것(전문가 집단)과 선명하고 돋보이는 것(전공학생 집단)으로 다르게 평가되었다. 어두운 톤(dark)의 면적 스모키는 두 집단 모두 대체적으로 역동적이라는 감성평가가 나왔다. 눈 모양에 따른 메이크업 포지셔닝 맵은 스모키 메이크업을 통해 표현하고자 하는 다양한 이미지에 대한

† 교신저자 : 류희욱 (숭실대학교 화학공학과)
E-mail : hwryu@ssu.ac.kr
TEL : (02) 820-0611
FAX : (02) 812-5378

기준을 제시하였다. 추후 다양한 눈 모양에 따른 이미지 포지셔닝 맵을 통하여 이미지 감성을 정량화 할 수 있는 기반이 될 것이다.

주제어: 스모키 메이크업, 감성이미지, 눈 형태, 톤, 이미지 포지셔닝 맵

1. 서론

얼굴의 피부색과 얼굴의 크기, 눈의 형태, 코의 높이, 입술의 모양 등과 같은 얼굴의 형태학적 특성에 따라 사람들은 각각 다른 고유의 이미지를 갖는다. 메이크업에 의한 특정 이미지 연출 또한 사람의 형태학적 특성, 즉 외모와 밀접한 관련이 있다(정광하, 2007). 메이크업의 이미지 효과와 얼굴의 형태학적 특성과의 상관관계 규명과 관련된 연구는 (i) 얼굴 형태, (ii) 입술유형, (iii) 눈의 유형 등을 대상으로 진행되어 왔다. 얼굴 형태에 관한 연구로는 성인 여성의 표준 얼굴형태(김정희, 2007)와 메이크업을 위한 우리나라 성인여성의 표준 얼굴 형태(이주희, 2008), 얼굴의 형태학적 특성과 메이크업에 따른 얼굴 이미지(송미영, 2006), 6가지 얼굴형에 어울리는 화장기법과 헤어스타일의 이미지 지각(양정순, 2010) 등이 보고되고 있다.

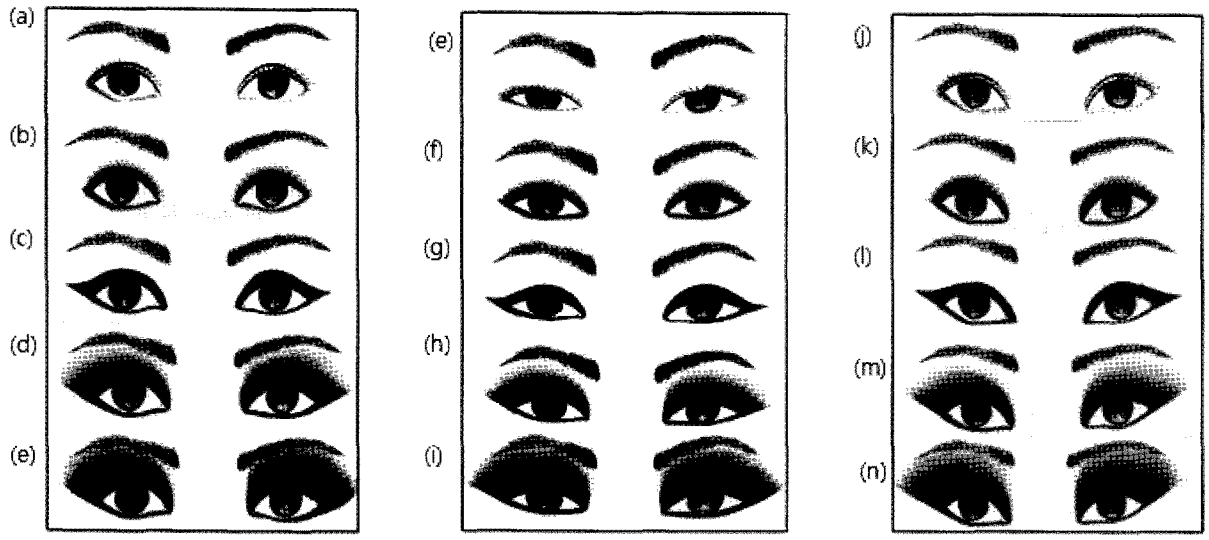
반면에 입술유형에 따른 메이크업(김정희, 이경화, 2009)과 눈 메이크업(권경애, 2000) 등 얼굴의 세부적인 부분에 관한 연구들은 상대적으로 미미한 편이다.

눈은 사람의 첫 인상을 결정하는 주요 형태학적 특성중 하나로 얼굴의 이미지 표현을 위한 메이크업의 주요 대상이다. 여성의 메이크업과 얼굴의 부분별 형태(눈썹 형태, 눈의 형태, 입술 등)가 인상형성에 미치는 영향을 연구한 강근영(2011)의 연구결과에 의하면 눈의 메이크업이 인상형성에 큰 영향을 미친다고 한다. 이러한 연구결과들로부터 알 수 있는 바와 같이 눈의 형태와 메이크업이 이미지 변화에 많은 영향을 미치므로 한국인의 눈의 형태에 따른 정규화 된 이미지 연출법에 관한 연구가 필요하며, 이와 관련된 기반 데이터의 구축이 요구된다.

최근 몇 년 동안 눈과 관련된 아이메이크업은 자연스러운 메이크업과 아주 강한 스모키 메이크업으로 극과 극인 메이크업 패턴이 유행하고 있다. 스모키(smoky)의 사전적 의미는 '검은 연기가 나는'과 '연기가 자욱한' 뜻으로 검정빛의 dark 톤의 아이쉐도우와 아이라이너를 이용하여 눈 주위를 그라데이션(gradation)하여 강하게 표현한다. 스모키 메이크업은 1910년대 오리엔탈 붐과 함께 뱀프 이미지의 배우 테다 바라(Theda Bara)의 출현으로 전파되기 시작하였고, 1920~1940년대는 1차 대전 이후 여성들의 사회진출과 함께 신여성의 강하고 도발적인 이미지를 표현하는 방법으로 검정 아이라인으로 눈을 강조하고, 아이 홀에 어두운 음영을 주는 테크닉이 유행했다. 1950년대는 2차 대전 후 인위적인 여성성을 강조한 굵고 진한 아이라인과 인조 속눈썹을 이용한 아이 메이크업이 등장했다.

1960년대는 청년문화 스타일이 다양하게 표면화되면서 기성시대의 조화를 부정하는 젊은이들의 메이크업은 두껍게 그린 검은 아이라이너에 흑백을 번갈아 바르고 진한 마스카라를 통한 인위적 아이메이크업을 연출하였다. 1970년대는 펑키스타일이 출현하여 강한 느낌의 색을 사용하여 펑키스러운 느낌을 더욱 강하는 스타일의 메이크업 형태가 나타났으며, 1980년대는 앤드로 지너스 룩(Androgynous look)의 등장으로 유니섹스 스타일이 유행하여 중성느낌이 나는 메이크업을 했으며, 60-70년대의 복고풍이 유행함으로 홀을 강조하는 느낌의 메이크업을 하였다. 1990년대는 다양한 문화의 혼합으로 복고주의가 유행하는 형태로 메이크업이 나타났다. 2000년대 중반부터는 소프트 스모키라 불리는 기법이 유행하며 그린, 블루, 골드, 실버, 퍼플 등의 펄 아이 쉐도우를 함께 사용하여 고급스러운 이미지를 볼이나 입술에도 부여함으로 강렬하고 화려한 이미지의 스모키 메이크업이 나타났다. 그리고 아주 기본적인 색상을 사용하여 자연스러운 눈매도 유행했다. 2004년도부터 쉬크(chic, 도도)한 이미지와 부드러운 이미지가 공존하면서 넓게 면적을 어둡게 하는 스모키가 나타나고 패션쇼에서 많이 사용하는 아주 넓고 과하게 검게 칠하는 테크닉도 나타났다. 2008년도부터 아이라인을 강조하는 라인 스모키 테크닉도 같이 나타났다(김정시, 2006). 이와 같이 스모키 아이메이크업이 폭넓게 사용되고 있음에도 불구하고, 스모키 메이크업에 따른 이미지의 분석을 체계적으로 연구한 경우는 찾아보기 힘들다.

본 연구에서는 한국인의 전형적인 눈 형태에 따른



(1) 표준 눈 (2) 작고 외겹 눈 (3) 올라간 눈

그림 1. 스모키 메이크업 일러스트레이션

스모키 메이크업의 감성이미지를 분석하였고, 이미지 포지셔닝 맵을 사용하여 감성반응의 체계적인 해석을 시도하였다.

2. 재료 및 방법

2.1. 스모키 메이크업 일러스트레이션

눈 메이크업에 의해 표현되는 이미지는 개개인의 안구 형태, 눈꺼풀 두께, 눈썹 등과 같은 눈의 형태뿐만 아니라 얼굴형태(얼굴형, 피부타입, 코 높이, 피부색 등)에 많은 영향을 받는다. 눈이 아닌 다른 인자들에 의한 영향을 최소화하기 위하여 사람의 얼굴에 직접 메이크업을 하지 않고 메이크업 패턴 북에 기본 스케치 되어 있는 한국인의 표준 눈의 형태를 기본으로 사용하였다. 표준 눈을 사용하여 컴퓨터 그래픽 작업을 통해 눈의 형태 변화를 주기 위하여 좌 · 우 눈 크기, 눈 꼬리, 눈의 크기 등을 바꾸어주고, 쌍겹눈을 외겹의 눈으로 바꾸는 등의 과정을 통해 세 가지 눈의 형태(표준 눈, 작은 외겹 눈, 눈 꼬리가 올라간 눈)를 만들었다. 실제 사람의 얼굴 크기, 눈 크기와 비슷한 비율로 눈의 크기를 제작하였다. 각 눈의 제원은 다음과 같다. 표준 눈의 가로 4cm, 세로 1.8cm였다. 눈과 눈 사이 거리 4cm였고 눈썹과 눈의 사이(눈의 제일 높은 부위와 수직선상의 길이)는 1.5cm였다. 양쪽 눈의 총길이는 12cm이다. 작고 외겹 눈은 가로 4cm, 세로 1, 눈 사이 4cm였다. 눈썹과 눈의 사이는 1.5cm였고 양쪽 눈의 총길이는 12cm이다. 눈 꼬리가 올라간 눈은 가로 4cm, 세로 1.2cm, 눈 꼬리의 올라간 정도는 20도였다. 눈과 눈썹 길이는 1.7cm, 눈과 눈 사이 길이는 4cm이며 양쪽 눈의 총 가로는 12cm이다. 제작된 세 가지 유형의 눈을 대상으로 색연필과 아이 쉐도우를 사용하여 스모키 메이크업을 표현하여 일러스트레이션을 제작하였다. 각 일러스트레이션은 5가지의 스모키 메이크업 톤으로 나타내어 무 메이크업 눈, 중명도의 소프트 스모키, 라인 스모키(캣츠 아이 스모키), 면적 스모키, 및 저명도(dark)의 면적 스모키로 나누었다. 소프트 스모키부터 쉐도우가 약하게 들어가고 점점 진하고 강한 쉐도우를 주었다. 이러한 과정을 통해 완성된 5가지 톤의 스모키 메이크업 일러스트레이션을 연구대상으로 사용하였다(그림 1).

2.2. 스모키 메이크업의 감성이미지 맵 작성

제작된 스모키 메이크업 일러스트레이션들을 사용하여 19~25세의 여학생 300여 명(경기도에 위치 한 동남보건대학, 국제대학 미용학과에 재학 중 인 메이크업 전공)과 35~42세의 전문가 집단(영산대학, 동남보건대학, 국제대학, 안산 1대학, 안양과학대학 등 미

용학과 교수, 크리스찬 쇼보, MBC 뷰티아카데미, 등의 다수 학원 강사, 웨딩홀, 광고 프리랜서 등의 전문가) 45명을 2010년 4월 2일부터 6월 1일까지 조사하였다.

조사 대상으로 눈의 형태와 스모키 메이크업 톤에 따른 각각의 연상 이미지 분석을 하였다. 피시험자들이 각각의 스모키 메이크업 일러스트레이션을 보고 느껴지는 이미지를 형용사, 명사 등을 기재하도록 하였다. 각각의 일러스트레이션들에 대해 수집된 감성언어들을 분류하여 빈도수가 높은 언어들을 대상으로 일러스트레이션의 대표적인 이미지로 도출하였다.

2.3. 스모키 메이크업의 이미지 포지션닝 맵

눈의 형태와 스모키 메이크업 톤 변화에 대해 수집된 대표적인 감성언어들을 컬러 이미지 스케일에 적용하여 이미지 포지셔닝 맵을 작성하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1. 스모키 메이크업의 감성이미지 분석

한국인의 전형적인 3가지 눈의 형태에 대해 5가지 톤의 스모키 메이크업을 한 일러스트레이션으로부터 연상되는 대표적인 이미지 조사 결과를 표 1에 정리하였다.

메이크업 전공학생들이 각 눈의 형태에 대해 느끼는 이미지는 다음과 같다.

표준 눈의 스모키 톤 변화에 따라 느끼지는 대표적 이미지는 무 메이크업(그림 1a)은 '가볍고 맑음'(27%), '부드럽고 동적'(22%), '상쾌함'(12%), '밝음'(7%)의 이미지, 소프트 스모키(그림 1b)는 '부드러우며 순수한 느낌'(27%), '투명하고 깔끔한 이미지'(21%), '청순한'(9%) 이미지, 라인 스모키(그림 1c)는 '단정'(8%)하고 '정돈된 느낌'(31%)의 이미지, 면적 스모키(그림 1d)는 '그윽함'(11%), '화려함'(9%), '음흉한'(5%) 느낌, 그리고 제일 어두운 면적 스모키(그림 1e)는 강함

표 1. 눈 형태에 따른 스모키 메이크업 감성이미지

	눈 형태	무 메이크업 눈	소프트 스모키	라인 스모키	면적 스모키	어두운 면적 스모키
메이크업전공학생	표준 눈	가볍고 맑음(27), 부드럽고 동적(22), 상쾌함(12), 밝음(7),	부드러우며 순수(27), 투명 깔끔(21), 청순(9),	정돈됨(11), 단정(8),	그윽함(11), 화려함(9), 음흉함(5)	강함(41), 딱딱함(14), 와일드함(7),
	작고 외겹 눈	매력적(31), 자유스러움(9), 슬픔(7), 흐릿(5),우울(5),	온순(37), 단순(21)	감각적(36), 깔끔함(14) 멋진(9)	그윽(19), 답답(14)	괴기(19), 우울(13), 너구리
	올라간 눈	매력적(42)	도시적(37), 애교스러움(6) 여우	차가움(42), 고양이(29), 화려함(19),	개성적(39), 다이나믹(19), 색시(8), 매눈(7)	와일드(28), 무서움(19), 강한(11)
전문가	표준눈	맑음(33), 밝음(21)	자연스러움(27), 부드러움(21), 온화함(5)	그윽(26), 심플(25)	인공적(38), 모던(11)	딱딱함(21), 거칠음(20), 강함(14), 모델, 무서움
	작고 외겹 눈	한국적(23), 매력적(21), 졸림, 음흉함	동양적(26), 단순(22), 온화, 깔끔함	세련(31), 매력적(21), 시원함(18), 차가움(11)	중후함(27), 답답(11), 무서움(7), 고혹적(7)	우울(24), 탁함(20), 강렬(9), 카리스마
	올라간 눈	돋보임(27), 선명(19), 현대적(12), 매력적(11)	도시적(32), 지적(21)	차가움(49), 개성적(21)	현대적(31), 강함(22),매력적 여우같음	강함(39), 거칠음(21) 서양적(11),

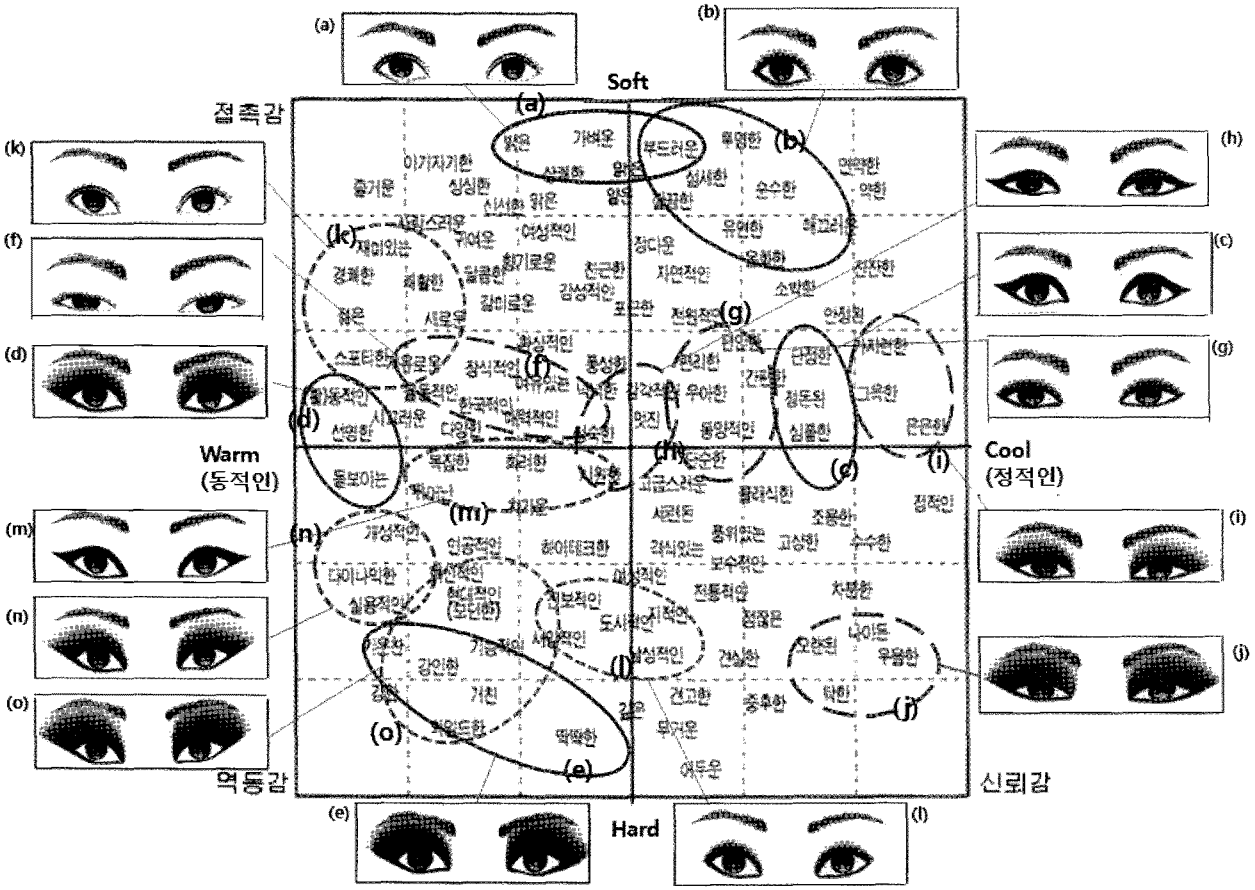


그림 2. 스모키 메이크업 이미지 포지셔닝 맵(메이크업 전공 학생)

(41%), 딱딱함(14%), 와일드함(7%) 등 이다. 전문가 집단의 경우 표준 눈의 스모키 톤 변화에 따라 느끼지는 대표적 이미지는 무 메이크업(그림 1a)의 경우 '깨끗하고 맑음(33%)', '밝다(21%)'는 이미지가 가장 많았고 소프트 스모키(b)의 경우는 '자연스럽다'(27%), '부드럽다'(21%), '온화하다'(5%) 등의 이미지, 라인 스모키(그림 1c)의 경우 '그윽하다'(26%), '심플하다'(25%)의 반응이었다.

면적 스모키(그림 1d) 경우 '인공적이다'(38%), '모던하다'(11%)는 이미지, 어두운 면적 스모키(그림 1e) 경우 '무겁고 딱딱하다'(21%), '거칠다'(20%), '강하다'(14%), 그 외 '무서워 보인다', '서양적이다', '모델스럽다' 등의 반응을 보였다. 표준 눈에 대한 메이크업 전공 학생들과 전문가 집단의 반응은 무 메이크업 눈의 경우 '밝고 맑다'는 이미지, 소프트 스모키는 '부드럽고 자연스럽다'는 공통된 반응을 보였고, 라인 스모키에 대해서도 '심플', '그윽'하고 '정적'인 이미지가 연상된다는 유사한 감성반응을 보였다. 반면 면적 스모키의 경우 메이크업 전공학생들은 '활동적'인 느낌이 나는 이미지로 평가를 내렸으나 전문가는 '차갑고 인위적이다'는 반응을 나타내어 상반된 이미지를 나타내었다. 가장 어두운 면적 스모키의 경우 메이크업 전공 학생과 전문가들이 느끼는 감성언어는 '강하고 딱딱하다'는 동일한 연상 이미지를 보였다.

이러한 감성언어 분석 결과로부터 표준 눈의 스모키 메이크업 톤 변화에 따른 상징 이미지는 다음과 같이 정리할 수 있다. 표준 눈의 스모키 메이크업은 수평선을 이용한 테크닉으로 정적이면서 차분한 느낌이며, 스모키 메이크업의 톤이 점점 어두워질수록 더욱 강한 이미지를 준다. 맑고 밝은 느낌의 무난한 이미지로 시작하여 라인을 강조하는 스모키 메이크업의 경우 심플하면서 모던한 느낌을 준다는 것을 알 수 있었다.

그리고 톤이 어두워지고 그 부위가 넓어지면서 나타나는 느낌은 활동적인 느낌을 주면서 점점 딱딱하고 거친 느낌을 준다. 표준 눈에서 면적 스모키 메이

크업은 상대방에게 비호감을 주는 메이크업으로, 일반적으로 하는 평상시의 메이크업이 아닌 쇼(show) 메이크업으로 카리스마가 있고 사람을 흡입할 수 있는 강한 이미지를 나타낸다고 할 수 있다.

각 눈의 형태 중에 작은 외겹 눈의 스모키 톤 변화에 따른 대표적 이미지는 메이크업 전공학생들의 반응은 무 메이크업(그림 1f) 경우 '매력적'(31), '자유스러움'(9%), '슬픔'(7%), '우울'(5%), '흐릿한'(5%) 이미지, 소프트 스모키(그림 1g)는 '온순'함(37%), '단순'함(21%)의 이미지, 라인 스모키(그림 1h)는 외겹 눈 자체가 날카로운 형태의 눈으로 '감각적'(36 %), '깔끔'하며(14 %), '멋진'(9%) 이미지, 작은 눈에 넓은 면적으로 음영이 들어가는 스모키(그림 1i)는 '답답함'(14%), '그윽함' (19%) 등의 이미지가 있고, 제일 강한 면적 스모키(그림 1j)는 '괴기스러움'(19%), '우울'(13%) 하다는 반응을 보였다. 작은 외겹 눈에 대한 전문가 집단의 반응은 무 메이크업(그림 1f)의 경우 한국적'(23%), '매력적이다'(21%)는 반응이 가장 많았고 그 외 '음흉함', '졸림' 등의 반응도 있었다. 소프트 스모키(그림 1g)를 했을 경우 '동양적'(26%), '단순'(22%)하다는 반응이 많았고 그 외에 '온화하다', '깔끔하다'는 감성반응을 보였다. 라인 스모키(그림 1h)의 경우에는 '세련되다'(31%), '매력적이다'(21%), '시원스럽다'(18%), '차갑다'(11%)는 감성반응을 보였다. 면적 스모키(그림 1i)를 할 경우 '중후함'(27%), '답답함'(11%), '무서움'(7%), '고혹적'(7%) 등의 다양한 이미지들을 연상하였고, 톤이 강한 면적 스모키(그림 1j)의 경우 '우울'(24%), '탁함'(20%), '강렬'(9%), '카리스마' 등 반응을 보였다.

작은 외겹 눈에 대한 스모키 메이크업 톤 변화에 따른 상징 이미지는 다음과 같이 정리할 수 있다. 무 메이크업은 '한국적'이고 '매력적'인 이미지이며, 소프트 스모키는 '동양적'이며 '단순하다'는 이미지, 라인 스모키는 '감각적'이고 '세련된 이미지, 면적 스모키는 20대의 젊은 층은 '그윽'하고 '은은'한 이미지를 30-40대의 경우 '중후'하고 '무서운' 상반된 이미지가 연상되며, 가장 진한 면적 스모키는 '우울'하고 '강렬하다'는 이미지를 갖는다.

눈 꼬리가 올라간 눈의 스모키 톤 변화에 따른 이미지로 메이크업 전공학생들은 무 메이크업(그림 1k)의 경우 '개성적'(39%), '고양이 같다'(29%), '매력적이다'(42%)는 평가를 하였고, 소프트 스모키는 '부드러우며 순수한 느낌'(27%), '투명하고 깔끔함'(21%), '청순함'(9%)의 이미지, 라인 스모키는 '차갑다'(42%), '고양이 같음'(29%), '화려하다'(19%)는 이미지, 면적 스모키는 '개성적'(39%), '다이나믹'(19%), '섹시'(8%), '매 눈'(7%) 등의 이미지로, 제일 강한 면적 스모키는 '강함'(41%), '딱딱함'(14%), '와일드함'(7%) 등의 이미지로 평가하였다.

전문가 집단은 무 메이크업(그림 1k)의 경우 '돋보이는'(27%), '선명한'(19%), '현대적이다'(12%), '매력적이다'(11%)는 다양한 감성반응을 보였고, 소프트 스모키 느낌(그림 1.l)은 '도시적이다'(32%), '지적이다'(21%) 등의 반응을 보였다. 라인 스모키(그림 1m)의 경우 '차갑다'(49%)는 반응이 가장 많았으며, '개성적이다'(21%)는 반응도 많았다. 면적 스모키(그림 1n)의 경우 '현대적'(31%)이고 '강함'(22%)의 이미지와 더불어 '여우같다'와 '매력적이다' 등 다양한 반응을 보였다. 톤이 강한 면적 스모키(그림 1o)는 '강한'(39%), '서양적인'(11%), '거칠다(21%)의 감성반응이 나왔으며, 그윽하고 탁한 느낌의 면적 스모키는 그로데스크(grotesque)적인 이미지도 준다.

눈 꼬리가 올라간 눈의 무 메이크업에 대한 이미지는 메이크업 전공학생들은 젊은 이미지로 평가하는 경우가 많았으나 전문가들은 '매력적'인 이미지로 다르게 평가하였다. 반면 스모키 메이크업에 대한 반응은 두 집단은 공통적이었다. 감성언어의 분석 결과로부터 도출한 눈 꼬리가 올라간 눈의 스모키 메이크업 톤 변화에 따른 상징 이미지는 다음과 같다.

눈 꼬리가 올라간 눈의 기본적인 이미지(무 메이크업, 그림 1f)는 경쾌하면서 감각적인 젊은 이미지이며, 올라간 눈의 형태는 최근에 여성들이 선호하는 눈의 형태로 소프트 스모키를 할 경우 도시적인 느낌을 주어 캐리 우먼의 이미지를 갖는다. 라인을 강조하는 스모키는 차가운 이미지와 동시에 화려한 느낌을 주며, 면적 스모키는 '개성적'이며 '다이나믹'한 느낌을 주며, 스모키 톤이 더 강하면 '우울'하고 '탁하고 답답한 느낌을 준다.

3.2. 스모키 메이크업의 이미지 포지션닝 맵

한국인의 전형적인 3가지 눈의 형태에 대해 5가지 톤으로 스모키 메이크업을 한 일러스트레이션로부터 연상되는 대표적인 이미지 분석결과를 토대로 컬러 이미지 스케일에 대입하여 스모키 메이크업의 이미지 포지션닝 맵을 그림 2와 3에 도시하였다. 라인 스모키

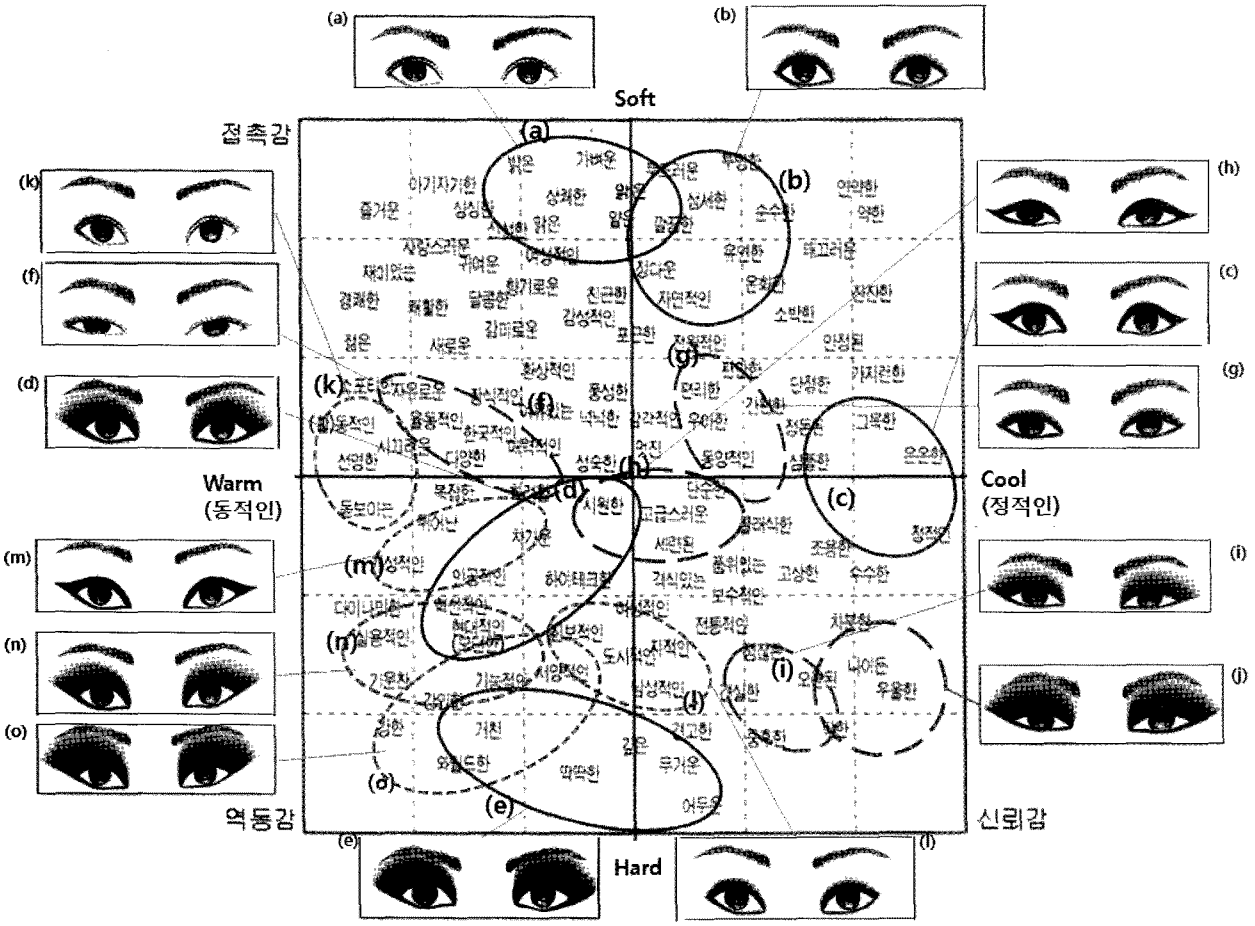


그림 3. 스모키 메이크업 이미지 포지셔닝 맵(전문가 집단)

를 한 눈들(그림 2와 그림 3의 c, h, m)은 부드럽고(soft) 차가운(cool) 이미지에 해당하였고, 쉐도우 톤이 어둡게 들어가지 않고 아무것도 하지 않거나 약하게 하게 들어가는 스모키 패턴들(그림 2와 그림 3의 a, f, k)도 부드럽고(soft) 차가운(cool) 이미지로 분류되었다. 부드럽고(soft) 따뜻한(warm) 이미지를 갖는 눈(그림 2와 그림 3의 b, g)은 쉐도우가 약한 톤으로 동적인 이미지도 나타내었다. 이례적으로 표준 눈의 면적 스모키(그림 2d, 3d)는 부드러우면서(soft) 따뜻한(warm) 느낌을 주는 포지션이다. 딱딱(hard)하면서 차가운(cool) 느낌을 갖는 눈은 쉐도우 톤이 어둡게 들어가게 되면 정적인 이미지를 준다(그림 2와 그림 3의 i, j).

메이크업을 전공하는 학생과 전문가들이 느끼는 이미지에는 약간의 차이는 있었다. 전공하는 학생들은 면적 스모키가 '부드러워 보인다'고 한 반면 전문가는 딱딱한 이미지를 준다고 했다. 딱딱(hard)하고 따뜻하고(warm) 동적인 느낌의 스모키 메이크업 패턴은 주로 면적 스모키를 했을 때 포지셔닝 되었다. 쉐도우 톤이 어둡게 들어가면 '역동적이다' 했으며, 전문가와 전공하는 학생들의 감성이미지는 거의 동일하게 반응하였다.

스모키 메이크업 이미지 포지셔닝을 메이크업 전공 학생과 전문가 집단으로 나누어 보았을 때 나타나는 감성언어는 거의 비슷하게 나왔다. 표준 눈의 메이크업은 좀 더 딱딱하고 정적인 이미지를 나타낸다고 했다. 작고 외겹 눈은 라인 스모키를 했을 때 조금 더 세련된 느낌이 더 들고 정적인 느낌이 든다고 했다. 올라간 눈의 경우는 메이크업 전공학생 집단과 전문가 집단이 동일한 감성반응을 보였다. 부분적으로 메이크업 전공학생과 전문가 집단 간에 느끼는 이미지가 다른 경우가 있었다. 표준 눈의 면적 스모키의 경우 전문가 집단이 메이크업 전공 학생들 보다 더 '현대적'이고 '인공적'이며 '차갑다'라고 표현한 것은 전문가들은 메이크업에 대한 다양한 테크닉의 구사 능

력과 식견을 갖고 있기 때문에 '현대적이다'라는 이미지를 갖게 된 것 같다. 또한 작고 외겹 눈에 면적 스모키를 한 경우 메이크업 전공학생들은 '그윽하고 은은한 느낌'이라고 한 반면, 전문가들은 '오래된 빈티지 느낌과 중후한 느낌이 난다'고 했다.

올라간 눈의 무 메이크업 눈에 대해서는 학생들은 부드럽게 보았으나 전문가는 선명하고 날카로운 이미지로 보았다. 이러한 두 집단 간의 인식의 차이는 메이크업에 대한 테크닉 구사 능력과 식견의 차이뿐만 아니라 세대 간의 인식의 차이가 복합적으로 작용하기 때문으로 보인다. 스모키 메이크업의 톤을 변화하여 나타난 이미지를 컬러 이미지 스케일의 언어와 부합시켜 포지셔닝 해 본 결과 톤이 어두워지고 어두운 면이 넓을수록 동적인 느낌을 주는 것을 알 수 있었다. 반대로 눈에 색감이 가미되지 않는 밝은 톤의 메이크업을 할 경우 부드러운 느낌을 주었다. 라인을 강조하는 메이크업인 경우 이미지 포지셔닝 맵의 중간 부분에 위치하는 것을 보면 양극화된 이미지보다는 다양화된 이미지를 갖고 있다는 것을 알 수 있다.

라인을 강조하는 스모키 메이크업은 매니쉬(mannish)한 스타일의 느낌을 준다. 메이크업 색의 전형요소를 절제하는 아이라이너의 주된 활용과 블랙 아이 쉐도우 색상의 절제된 사용으로 모던(modern)함을 볼 수 있다(양윤미, 2010).

무 메이크업 눈들(그림 1a, 1f, 1k)의 종합적인 이미지는 대체적으로 미인형, 밝고 밝은 이미지, 깔끔하면서 무난함, 평범한 느낌이 많았으며, 대체적으로 '청순'하면서 '아름답다'고 했다. 눈매를 자연스럽게 표현한 테크닉인 소프트 스모키(그림 1b, 1g, 1l)는 정적이며, 차가운(cool) 느낌을 준다. 또한 매력적이고 자신감 있어 보이며, 예쁘고 '아름다워 보인다'는 이미지 이외에도 '그윽한 분위기'와 동시에 '졸려 보인다'는 이미지와 몽상적이며 수더분한 이미지 등 다양한 느낌을 준다. 라인 스모키(그림 1c, 1h, 1m)는 2005년 가을부터 최근까지 유행하는 스모키 메이크업 패턴으로 쉐도우를 강조하는 테크닉보다 라인만을 강조하는 스타일로 '깔끔한 느낌'을 주며 '인위적', '모던'하고 '섹시'한 느낌과 예민하고 표독스러운 느낌의 반응이었다. 라인은 형태에 따라 직선과 곡선이 있고 방향에 따라 상향선, 하향선 수평선으로 구분된다. 상향선은 젊음과 개성을 연출할 수 있는 반면에 날카롭고 차가운 이미지를 주기도 한다. 하향선은 우울, 슬픔, 늙음, 피곤함으로 보여질 수 있으나 긍정적으로는 온화하고 부드러워 보여 유머러스한 분장이나 특별한 상황과 목적으로 사용되기도 한다. 수평선은 정적인 이미지를 표현할 때 사용하는 것으로 차분하고 평화롭고 고요해 보이지만 냉정하고 고집스럽고 개성이 없어 보이기도 한다(이윤진, 2011). 면적 스모키 메이크업(그림 1d, 1e, 1i, 1j, 1n, 1o)은 평상시 하고 다니기 힘든 메이크업 패턴 중 하나로 특정한 캐릭터를 만들고자 할 때 효과적인 테크닉이다.

일반적인 아이 메이크업은 얼굴 폭과 얼굴의 길이, 눈 너비, 동공사이의 거리, 외안각간 폭, 입술 길이 등과 상관관계가 높고, 동공사이거리, 외안각간 폭, 입술 길이와의 상관관계가 높다. 따라서 눈썹과 아이 쉐도우 메이크업에 의해 눈의 형태를 변화시키면 실측한 눈 계측과는 다른 이미지를 갖게 된다(송미영, 2006). 마찬가지로 스모키 메이크업은 다른 메이크업 패턴보다 착시효과를 더 줄 수 있는 메이크업 패턴으로 다양한 이미지를 표현할 수 있을 것이다. 본 연구에서도 형태적인 것에 톤 변화를 주어 그에 따라 변화되는 이미지를 정형화 하고자 톤의 변화를 가장 잘 알 수 있는 메이크업인 스모키 메이크업을 사용하여 아이 쉐도우의 명암 조절에 따라 다양한 이미지들을 표현할 수 있었다.

이는 명암을 나타내는 색인 검정색의 사용 면적이 좁으면 깨끗하고 맑은 이미지를 표현할 수 있고, 명도 대비에 따라 더 또렷한 눈매를 표현할 수 있기 때문이다(설현진, 2008). 본 연구를 통해서 쉐도우가 연한 톤일 때 깔끔하고 동적인 느낌을 주었고, 반대로 어두운 쉐도우를 사용할수록 강하고 동적이며 딱딱한 느낌을 주며, 스모키 메이크업의 톤이 중명도일 때 신뢰감을 주면서 부드럽고 진보적인 느낌을 주는 것을 알 수 있었다. 또한, 라인을 강조하는 스모키는 날카롭고 차가운 이미지와 정적인 이미지를 표현할 수 있음을 알 수 있었다.

그림 2와 3에 제시한 바와 같이 각 눈의 이미지가 포지셔닝 됨에 따라 눈의 형태가 달라도 표현하고자 하는 이미지에 적합한 메이크업을 시연하는 데 활용이 가능하다. 예를 들어 눈 꼬리가 올라간 눈을 우울한 느낌이 들도록 메이크업을 하고자 할 때 그림 2와 그림 3의 이미지 포지셔닝 맵에서 (j)에 해당하는 눈의 형태로 메이크업 해주면 된다. 눈 꼬리가 올라간 눈을 올라가 보이지 않게 언더라인을 길게 그려주고 아이 라인을 두껍고 강하게 윗부분과 아랫부분을 그려 눈을 올라가 보이지 않게 메이크업 시연을 하여 (j)

의 패턴에 맞도록 연출한다. 이와 같이 이미지 포지셔닝되어 있는 메이크업을 참고하여 눈의 형태가 다르더라도 그 이미지에 맞게 연출 할 수 있게 된다. 이 결과는 메이크업 이미지 포지셔닝이 갖는 큰 의의라 할 수 있다.

4. 결론

한국인의 전형적인 3가지 유형의 눈 모양(표준 눈, 작은 외겹 눈, 올라간 눈)에 톤을 변화시킨 5가지 스모키 메이크업 일러스트레이션들의 이미지를 메이크업 전공학생과 전문가 집단을 대상으로 감성언어 분석을 수행하여 다음과 같은 결론을 얻었다. 눈의 형태에 따라 톤을 변화시킨 스모키 메이크업으로 유발되는 감성반응(연상 감성어)을 통해 눈 형태에 따른 스모키 메이크업의 톤 변화(아이쉐도우의 명암 조절)에 다양한 이미지들을 표현할 수 있다. 메이크업 전공학생과 전문가 집단 간에 일러스트들에 대한 이미지 인식은 대부분 일치하였으나, 몇몇 일러스트레이션들에 대한 두 집단 간의 인식의 차이는 메이크업에 대한 테크닉 구사 능력과 식견의 차이뿐만 아니라 세대 간의 인식의 차이가 복합적으로 작용하기 때문으로 보인다. 눈 형태에 따른 스모키 메이크업의 톤 변화에 느끼는 감성반응 분석을 통해 메이크업 이미지 포지셔닝 맵을 할 수 있게 되었다. 그래서 다양한 이미지들을 포지셔닝 맵을 통하여 정리할 수 있었다. 메이크업 포지셔닝 맵은 스모키 메이크업을 통해 표현하고자 하는 이미지에 대한 정형을 제시한 것으로 이를 활용하여 표현하고자 하는 이미지에 적합한 메이크업 시연에 활용이 가능하다.

본 연구에서는 3가지 눈 형태에 한정하여 이미지 분석을 수행한 것으로 한국인의 다양한 눈의 형태를 추가적인 연구를 통해 다양한 눈 형태를 포함한 세밀한 스모키 메이크업 이미지 포지셔닝 맵의 개발이 필요하다. 따라서 이러한 연구는 스모키 메이크업을 통해 표현하고자 하는 이미지에 대한 정형을 제시함으로써 메이크업 시술자들에게 많은 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

권경애 (2000). *눈 메이크업이 안면상에 미치는 효과에 관한 연구*. 한성대학교 석사논문.

강근영 (2011). *여성의 메이크업과 얼굴의 부분별 형태가 인상형성에 미치는 영향*. 중앙대학교 박사논문.

강명주 (2008). *눈 화장에 따른 형태 변화와 이미지 연구*. 성신여자대학교 박사논문.

김민경, 홍수경 (2010). *Make-Up Design Book*. 서울: 청구문화사.

김정시 (2006). *스모키 아이메이크업에 관한 연구*. 대구 카톨릭대 디자인 대학원 석사논문.

김정희 (2007). 메이크업을 위한 우리나라 성인여성의 표준얼굴 형태에 관한 연구. *한국복식학회, 57(5),* 151-165.

김정희, 이경화 (2009). 우리나라 성인여성의 입술유형에 따른 메이크업 적용. *대한피부미용학회, 7(4),* 315-326.

문은배 (2010). *색채 디자인 교과서*. 서울: 안그라픽스.

설현진 (2008). 색채대비를 적용한 아이메이크업 연구. *한국인체미용예술학회, 9(2).* 65-78.

송미영 (2006). 얼굴의 형태학적 특성과 메이크업에 따른 얼굴이미지 연구. 경성대 박사 논문.

신향선 (2009). *Color Combination*. 서울: 디지털북 스.

양윤미 (2010). 현대 메이크업에 나타난 스모키 메이크업에 관한 연구. *코리아뷰티디자인학회, 6(3),* 293-304.

양정순 (2010). 6가지 얼굴형에 어울리는 화장기법과 *헤어스타일의 이미지 지각에 관한 연구*. 원광대 대학원 박사논문.

이승주 (2006). 패션쇼에 나타난 메이크업 *트랜드 이미지에 관한 연구*. 중잉대학교 예술대학원 석사논문.

이윤주 (1992). *복식에 있어서의 이미지 관한 연구*. 연세대학교 대학원석사논문.

이주희 (2008). *얼굴형에 따른 이미지 메이크업 효과 연구*. 건국대산업대학원 석사논문.

이윤진 (2011). *뷰티이미지 시술시 색도변화와 감정적 표현에 관한 연구*. 원광대학교 박사논문.

임도연 (2007). *얼굴 형태와 이미지에 따른 웨딩 메이크업 연구*. 광주여자대학교 미용과학대학원 석사논문.

정광하 (2007). *메이크업이 이미지 효과에 미치는 영향:20대 여성을 중심으로*. 숙명여대 원격대학원 석사논문.

홍수남, 이상은 (2009). 팜므파탈 이미지와 스모키 메이크업의 상호 연관성에 관한 연구: 한국의 대중스타를 중심으로. *한국인체미용예술학회, 10(4),* 25-41.

원고접수 : 11.05.30
수정접수 : 11.06.10
게재확정 : 11.06.15