

현대 사회의 화장의 의미

이 난 회

건국대학교 의상디자인 학과, 인하대학교 대학원 의류학과 강사

I. 서 론

1. 연구목적

현대 사회는 고도 경제 성장과 더불어 경제적으로 윤택 해졌고, 그것과 함께 정보화 사회로의 출발점이 되었다.

물질적, 정신적으로 풍요로워지고, 여러 영역의 물건들과 정보가 다양해진 현대 사회에 있어서 현대인들의 패션에 대한 의식과 가치관도 크게 변했다.

그와 같은 현대 사회속의 화장은 패션의 일부로 되었고, 의식적, 또는 무의식적으로 그가 속해 있는 사회, 문화적 범주 속에서 개인의 개성과 매력을 특유한 의미로 상징화 시키는 비언어적인 의사 전달수단으로서의 역할을 수행하고 있다.

또한, 여성들이 화장을 하는 행위를 통해 자기의 매력을 타인에게 어필함으로써 기대하는 여러 가지의 사회적 관계를 구축하기도하고, 자기 만의 개성을 강조 하거나, 때로는 지금과 다른 자신의 변신을 시도하기도 한다.

이러한 화장은 각자 자신의 특유한 개성을 나타내는 얼굴을 중심으로 한 인상관리의 방법, 의도적 인 표출법 이라고 말 할 수 있다.

여기에서, 주목할 점은 현대의 복장문화는 의복을 포함해 화장, 헤어 스타일, 악세서리 등 인간의 신체에 착용하는 모든 것을 포함해서, 토탈 코디네이션 화 되어 가고 있다는 것이다.

특히, 화장은 복장의 일부분으로서 전체 사회의 전반적인 문화 현상을 잘 반영하면서 그 시대의 의복과 조화를 가지면서 다양한 미적 요소를 가지고 변천 해 왔다.

따라서, 본 연구는 여성들의 자기표현의 중요한 수단이 되고 있는 화장 (Make-up)에 초점을 맞춰, 화장을 하는 이유(동기), 관심, 심리적 효용, 화장에의 태도 와 실천 행동, 복장과의 코디네이션에 관해, 20대 30대 여성을 중심으로 한 의식조사를 토대로 해서 현대사회에 있어서 화장의 의미를 검토 해 보았다.

2. 연구 가설

- 1). 현대 여성은 화장에 관해 관심이 많다.
- 2). 화장을 함으로서 타인에게 아름답게 보이고 싶어 하는 타인에 대한 효용을 갖고 있다
- 3). 화장에 대한 정보원은 잡지, TV, 화장품Shop, 친구(지인)등이다.
- 4). 현대 여성은 복장과 의 토털 코디네이션을 항상 의식하고 있다.
- 5). 화장은 의복을 착용하는 것과 같이 일상화, 실용화 되어 있다.

3. 연구방법 및 절차

연구 대상은 외모와 패션에 관심이 매우 많은 20대, 30대의 여대생과 직장여성을 대상으로 해서, 연구 가설에 대한 결과를 도출했다. 설문지 작성은 일본 문화여자대학정보 처리론, 조사 보고법을 참고로 하여 작성했고, 자료의 통계처리는 SPSS Package를 사용하였다.

1) 조사 개요

- * 조사방법: 유치식 질문지법
- * 조사대상: 20, 30대의 대학생과 직장여성 230명
- * 실시기간: 2004년 6월 7일 - 13일
- * 회수율: 97 %
- * 회수인원: 222명

II. 연구의 범위 및 방법

1) 화장에 대한 관심도

매우 있다	31.1%
있다	58.1%
그다지 없다	8.6%
전혀없다	2.3%

2) 화장의 일상화

매일한다	50%
때때로 한다	35.1%

거의 안한다	14.4%
--------	-------

3) 화장하는 이유

화장을 하는 동기나 이유를 알기 위해 “화장을 하는 이유는 무엇입니까?”에 대한 응답

아름답게 보이기 위해	56.8%
토탈코디네이트의 일부	18.9%
습관적으로	10.8%
이유없음	9.0%

4) 화장품을 구입할 때의 중시점

가격	9.9%
브랜드	14.0%
디자인	1.8%
품질	66.2%
기타	1.4%

5) 화장을 할 때 가장 신경 쓰는 부분

입술	4.5%
눈썹	4.1%
눈	44.1%
뺨	0.5%
피부화장(화운데이션등)	41.0%

6) 화장품에 관한 정보원

잡지	24.3%
TV광고	13.1%
화장품 샵	29.3%
친구	28.8%

7) 화장품 유행색의 구입여부

구입희망	55.0%
구입희망안함	44.6%

8) 화장을 포함해서 토털 코디네이션의 의식 여부

예	78.8%
아니오	20.3%

9) 복장에 의해 화장품의 색깔을 변화시키는지의 여부

항상바꿈	18.5%
때때로 바꿈	70.3%
전혀 바꾸지 않음	9.9%

10) 화장을 처음 시작한 나이

18세	30.2%
19세	18.0%
20세	30.6%
21세 이후	20.7%

III. 결론

이상으로 ,20,30대 여성을 중심으로 화장에 관한 의식 조사를 분석 해 본 결과, 연구 가설을 토대로 다음과 같은 결론을 도출 해 냈다.

1. 현대 여성은 패션의 다양화와 함께 화장에 관심이 많았다. 이는 변신의 의도와 특정의 자기 어필의 의미가 강조 시 되어 지는 경향을 의미 한다.
2. 화장을 하는 이유나 동기는, 첫째는 타인への 관심, 타인으로부터의 평가에의 관념, 자신이 주위로부터 어떻게 보여 질까에 대한 외향적 관심과 관련이 있는 화장의 사회적 의의를 생각 할 수 있다. 둘째는 토털 코디네이션의 일부라는 사실도 무시 할 수 없는 부분이라고 지적 할 수 있다.

3. 화장품의 정보원과 화장 횟수, 화장품구입을 할 때 중시하는 점을 검토 해 본 결과, 화장에 관한 정보, 화장품수가 다양 해 짐에 따라 화장이 실용화, 일상화 되었음을 알 수 있다.
4. 화장에 대한 관심과 실천 행동에 있어서 화장을 하는 시기가 10대부터 라는 응답을 한 대상 이 많았음을 감안 할 때, 현대 사회의 변화와 더불어 현대 여성의 가치관의 변화와 이에 따 른 사회적 승인이 있었음을 알 수 있다.

참고문헌

- 1.高木 修(1996).“被服と 化粧の社會心理學”,北大路書房
- 2.阿部恒之(1992),“化粧の 心理學”,Fragrannce Journal
- 3.大坊郁夫(1992),“魅力の心理學, 化粧“,化粧文化
- 4.Richard,C,(1972)"Fashions in Make-up", Pola Institute.
- 5.문화여자대학(2003),“情報處理論”
- 6.Workman, J,E,Johnson,K,K,P,(1991),"The role of cosmetics in impression formation", Clothing and Textile Research Journal.
- 7.岩男壽美子,外(1985),“化粧の 心理的 效用4,-化粧行動と化粧意識”,日本社會心理學會,發表 論文集