

메이크업이 이미지효과에 미치는 영향

-20대 중심으로-

정광하* · 김주덕

숙명여자대학교 원격대학원 향장미용전공

아름다움에 대한 욕구는 인간 모두가 갖는 기본적인 욕구이다. 즉 아주 어린아이부터 80 노인에 이르기까지 타인에게 내보이는 자기 이미지가 어느 누구보다도 돋보이기를 바라는 것은 인지상정이라는 것이다. 특히 여성들은 자기 이미지에 대한 차별화된 표현을 아주 중요하게 여길 뿐만 아니라 사회적 능력을 평가하는 잣대로 가능하기도 한다.

게다가 요즘 들어 언론에서 주요 이슈로 부각되고 있는 ‘몸짱’, ‘얼짱’이라는 용어가 풍기는 외모 가꾸기 흐름은 이미지 메이킹과 메이크업이 어떤 상관관계가 있는지를 아주 정확하게 짚었다는 생각을 하게 된다. 다시 말해서 색깔로 치면 천연색깔의 세대인 젊은 남녀들은 이성은 물론 직장에서의 자신의 이미지 변화를 위해 이미지 메이킹과 메이크업을 하고 싶은 욕구가 나날이 높아지고 있다는 것이다. 그 중에서 자기 이미지를 긍정적으로 연출하기 위해 신체를 대표하는 얼굴을 가꾸는 메이크업에 더 많은 필요성을 느끼고 있는 실정이다. 많은 여성들이 메이크업을 하는 것은 자기 자신 만족 뿐 아니라 외적인 아름다움을 얻기 위해서라고 목소리를 높이고 있다. 또한 메이크업은 사회생활의 기본적인 예의일 뿐 아니라 필수라고 여기고 있으며 성공적인 사회생활에서는 더욱 그 중요성이 강조되고 있다.

본 연구의 서론에서는 이 논문의 필요성과 목적을 선행연구를 통해 제시하였고, 본론은 이론적 배경으로 이미지 메이킹의 개념 및 요소와 얼굴 이미지, 메이크업의 정의와 이미지 분류에 따른 메이크업 연출 그리고 이미지 메이킹과 메이크업의 상관관계에 대해 살펴보았다.

본 연구의 목적은 이미지 효과에 미치는 중요 요소인 메이크업을 중심으로 자기이미지에 따른 기대이미지와 실제이미지를 알아보고 20대 도시 여성들이 선호하는 이미지가 어떤 것인지를 조사하였다. 그리고 외적이미지 연출의 방법 중 메이크업을 통해 기대이미지를 연출하고 사회생활에 필요한 자신의 이미지 연출을 어떻게 하는지에 대해 도움이 되었으면 한다.

본 연구의 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

본 연구는 20대 여성들의 이미지 변화의 중요 요소인 메이크업이 이미지 효과에 미치는 영향을 분석하였다. 그에 따른 이미지에 대한 인식과 연출방법을 조사하고 메이크업의 목적은 무엇인지와 메이크업과 이미지와의 상관관계를 분석하고자 하였으며, 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 외적 이미지 관리방법에서의 1순위 중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 메이크업으로써 220명이 응답했는데 조사 대상 전체의 60%를 상회하고 있다. 20대 여성들은 사회생활을 하는데 자신을 좀 더 가치 있고 유능하게 보이기 위해 이미지 연출이 매우 필요하다고 여기고 있으며 여러 외적 이미지연출 방법 중 메이크업을 통해 시각적인 이미지 연출로 외적인 아름다움을 추구하는 것으로 연구되었다.

둘째, 효과적인 메이크업 연출을 위해서 메이크업 기술이 가장 중요하다고 인식하는 것으로 조

* Corresponding Author: mentor0429@empal.com

사 되었다. 20대 여성들은 메이크업 교육(강습)을 받고 하는 경우가 많았으며 메이크업을 매일한다는 조사 결과가 나왔다. 화장품은 유행제품을 선택하여 구입하고, 구입 장소는 화장품 전문점과 백화점이 많았다. 메이크업 정보는 20대 여성들인 만큼 인터넷에서 가장 많이 얻고 있으며, 친구, 신문, 잡지 순으로 나타났다. 그날의 기분이나 의상에 따라 메이크업 색상을 선택하는 것으로 나타났다.

셋째, 메이크업을 할 때 깨끗한 피부표현에 가장 중점을 두고 있는 것으로 나타나 요즘 유행하는 ‘쌩얼’이란 용어가 말해주듯 자연스러움을 선호하는 사회현상과 일치하는 것으로 나타났다. 또한 깨끗한 피부에서 오는 자기만족과 상대방에 대한 예의라는 인식이 많은 것으로 나타났다. 메이크업을 통해 세련되고 고급스러운 이미지 및 우아하고 지적인 이미지 연출을 하고 있으며, 직업이 있거나 연령이 많을수록 전체 메이크업을 하고 있는 것으로 나타났다. 학력이 낮을수록 화장을 하는 시기가 빠르고 고학력이나 직장인일수록 메이크업 제품 구매량도 많고 유행제품을 선택하는 것으로 나타났다.

넷째, 메이크업에 따른 심리적 효과성은 ‘기분이 좋아진다’, ‘이미지가 새로워진다’, ‘사람을 만나는 것이 즐겁다’, ‘표정이 환하게 바뀐다’, ‘메이크업 한 얼굴을 자신이 봐도 예쁘다’ 순으로 크게 지각하고 있는 것으로 나타났다. 이는 메이크업을 통해 심리적인 안정감과 자신감이 생기며 자신의 외적 이미지 연출에 긍정적인 효과를 얻는 것으로 나타났다.

다섯째, 메이크업에 따른 만족도 및 자신감은 ‘메이크업은 자신을 위한 투자라고 생각한다’, ‘메이크업을 하면 능력 있는 사람으로 보이게 한다’, ‘메이크업은 나를 가치 있어 보이게 한다’, ‘메이크업을 하면 매사에 자신감이 생긴다’ 순으로 크게 지각하고 있는 것으로 나타났다. 연령이 높을수록, 교육수준이 높을수록, 월평균 소득수준이 높을수록 메이크업을 통해 변화하는 자신의 이미지에 높은 만족도를 나타냈다.

여섯째, 메이크업에 따른 사회성의 경우에는 ‘메이크업은 사회생활의 예의라고 생각한다’, ‘메이크업을 하면 외출하고 싶은 충동이 생긴다’, ‘메이크업을 하면 업무를 적극적으로 보게 된다’, ‘메이크업을 하면 상대방에게 친절해 진다’ 순으로 크게 지각하고 있다. 이는 메이크업을 통해 타인에게 자신을 가치 있는 사람으로서 자기다움을 더 강조할 수 있으며, 외모에 대한 긍지를 갖게 되어 열등감 및 우울증과 같은 부정적인 인식에서 자신감을 높이고 긍정적인 방향으로 변화하여 적극적으로 사회 활동성을 높이는 것을 볼 수 있다.

이는 자연스러움의 표현이랄 수 있는 ‘얼짱’을 선호하는 사회현상과 일치하는 결과로 사회생활에 있어 외적 이미지가 매우 중요하다는 결과로 보여진다. 또한 외적 이미지 관리가 내적 요소인 심리적인 만족감과 자신감으로 표출됨으로써 메이크업은 외적 이미지연출에 중요한 연계성을 가지고 있음을 알 수 있다.

본 연구를 통해 메이크업은 인간의 외적 아름다움을 충족시켜주는 것임을 잘 알 수 있었다. 또한 메이크업은 사회적으로 대인관계, 심리적, 만족감 등에서 매우 중요하게 작용하는 것으로 나타났다. 이에 본 연구자는 앞으로 우울증 환자들 뿐 아니라 외모로 인해 마음까지 상처를 받은 많은 사람들에게도 도움이 될 수 있는 메이크업에 대해 더 심도 있는 연구가 필요할 것이라 생각된다.