

## 女性の 色調化粧 動機에 따른 化粧行動 研究

洪 性 順·朴 保 英

慶熙大學校 衣裳學科 講師, 慶熙大學校 衣裳學科 講師

### A Study on the Women's Make-up Behaviors and their Motives

Hong, Sung Soon and Park, Bo Young

Lecture. Dept. of Clothing, and Textile, Kyung-Hee University

Lecture. Dept. of Clothing, and Textile, Kyung-Hee University

#### Abstract

The purpose of this study is to examine the relationship between women's make-up behaviors and their motives. Two hundreds and nineteen adult women in Seoul, Suwon and Incheon were selected for this research. The data were analyzed by using Factor analysis, ANOVA, and Cronbach's  $\alpha$ .

The goals of this study are

- 1) To identify the make-up motives based on the theoretical framework of the concept.
- 2) To describe the differences of motives of women depending on their age, job, education, and marital statuses..
- 3) To Identify the psychological aspects of behaviors based on the theoretical clothing behaviors of the concept.
- 4) To describe the differences of behaviors of women depending on their motives.

The findings are as follows:

- 1) The motives are to conformed others, to express oneself, to protect oneself from others, to protect skin from damages, and to express femininity.
- 2) There are significant differences of make-up motives of women depending on their age, job, marital statuses.
- 3) The psychological make-up behaviors are oriented for fashion trend, ostentation, personality, and conformity.
- 4) There are significant differences in women's make-up behaviors depending on their motives.

## I. 서 론

### 1. 연구 목적 및 의의

여성은 보다 매력적이고 아름다워지고자 하는 본능적인 욕구를 가지고 있지만 인간의 신체는 근본적으로 변할 수 없다. 여기서 여성 색조화장의 동기를 유추할 수 있다. 역사를 통해 모든 문화의 사람들이 어떤 방식으로든 그들 자신을 장식해 왔는데,<sup>1)</sup> 그러한 장식행동은 아름다움에 대한 갈망이라는 기본적 욕구에서 기

인하는 것이다. 인간은 강력한 변신욕구를 가지고 있다<sup>2)</sup>고 한다. 변신에의 갈망에는 복합적인 요소가 내포되어 있는데 외모의 불만스러운 부분을 제거하고 매력적으로 변신하기를 바라는 것이다. 이러한 아름다운 변신에 대한 본능적인 욕구는 여성이 화장을 하는 기본적인 동기이다. 그러나 여성이 화장을 하는 이유는 단순하지 않으며 여러 가지 물리적, 사회적, 심리적 요인을 포함한다. 여성에게서 색조화장의 필요성에 대한 국내의 조사<sup>3)</sup>에서는, 예쁘게 보이거나 분위기

를 살리기 위해서라는 자기표현의 의도가 가장 두드러졌으며, 단점을 가리거나 윤곽을 뚜렷이 하기 위해 혹은 병자처럼 보이지 않고 생기 있어 보이기 위해서라는 결점을 감추기 위한 동기도 많은 비중을 차지하고 있다. 또한 색조화장은 에티켓이나 품위를 지키고자 하는 사회적 동기도 가지고 있음을 알 수 있다. 여성은 성년이 되면 화장에의 욕구가 강해지는데 사회적 자아에 대한 개념이 강하게 작용하기 때문이다. 사회적 자아가 형성되면 이상적 자아상을 갖게 되는데 실제의 자아와 이상적 자아와는 차이가 있게 마련이다. 따라서 실제 자아를 이상적 자아에 접근시키려는 변신의 노력이 바로 화장행위인 것이다. 또한 현대의 오존층 파괴, 환경오염에 대한 인식과 더불어 여성의 색조화장의 동기에서 부각되고 있는 것이 피부보호라는 물리적인 측면이다. 사람이 화장을 하는 동기에 대해 松井·山本·岩男<sup>4)</sup>도 사람에게 “좋은 인상을 주기 위해, 피부색 등의 결점을 커버하기 위해, 피부를 지키기 위해”라고 하여 타인에 대한 자신의 인상관리의 동기와 결점 보완의 동기로 설명하고 있다.

이러한 이론을 바탕으로하여 국내인의 심리에 근거한 실제 조사연구를 통해 現 우리의 화장문화에서 나타나는 화장행동의 심리적 동기파악의 필요성이 부각되고 있다. 색조화장에 관한 국내의 연구를 살펴보면, 화장문화의 史的 연구<sup>5-10)</sup>와 화장품 구매행동<sup>11-14)</sup> 및 화장도<sup>15)</sup>를 중심으로 연구가 이루어져 있으나 화장행동의 추구요인에 대한 실제조사연구가 이루어지지 않은 실정이다. 또한 의복행동과 관련된 동기는 여러 연구에서 유형화되어 사용되고 있는 반면 화장 동기 및 화장행동 추구요인에 대해서는 이론적·실제적 연구가 미비하여 그에 대한 유형화 및 도구화가 요구되고 있다. 따라서 본 연구에서는 현대 여성들이 색조화장을 하는 동기를 조사하여 그 결과를 유형화 및 도구화 시킴으로서 現 우리나라 여성의 화장행동연구의 기본 자료를 마련하고자한다. 또한 연령, 직업, 학력, 결혼 여부 등 소비자의 특성에 따라 색조화장동기에 차이가 있는지를 밝히고 그에 따른 화장행동의 차이를 살펴봄으로서, 소비자의 욕구를 적용해야 하는 기업의 마케팅 전략에 기초자료를 제공하고자 한다.

## 2. 연구의 범위 및 제한점

본 연구에서는 피부색조화장품, 눈과 눈썹화장품, 입술화장품 등을 이용한 여성의 평시 얼굴화장에 국한하였으며, 연령 범위는 화장행위에 대해 사회적으로 승인된 연령인 만 19세에서 35세까지로 하였다. 또한 화장품은 의복을 포함한 패션의 주요 상품이라는 전제하에 본 연구에서 사용된 용어 및 질문서는 의복관련 문헌에서 참고로 하였고, 화장품 구매행동을 포함하지 않은 심리적 추구행동으로 의복행동과 동일한 관점에서 논의함을 밝힌다.

## II. 관련문헌 고찰

### 1. 색조화장과 색조화장품의 개념

화장이란 신체의 아름다운 부분을 돋보이도록 하고 약점이나 추한 부분은 수정하거나 위장하는 수단<sup>16)</sup>으로, 넓은 뜻으로는 보디페인팅(body painting), 발치(拔齒), 문신 등을 포함하는 裝身행위<sup>17)</sup>를 말한다. 현대적 의미의 색조화장은 얼굴, 입술, 손톱 등에 도포하여 색채를 부여하고 피부의 색을 변화시켜 음영을 만들어서 입체감을 나타내기도 하고, 일부분에 색채적인 강조를 함으로서 피부의 결함을 은폐하여 결과적으로 매력적인 용모를 만드는 것이다.<sup>18)</sup>

보건사회부 기준에 의한 화장품의 분류<sup>19)</sup>를 보면, 어린이용 제품류, 목욕용 제품류, 눈 화장용 제품류, 방향용 제품류, 두발용 제품류, 染毛용 제품류, 메이크업 제품류, 매니큐어용 제품류, 면도용 제품류, 기초화장품 제품류, 일소방지용 제품류의 11개 항목으로 분류를 하여, 눈화장용 제품과 메이크업제품을 구별하고 있다. 화장품의 일반적인 분류<sup>20)</sup>는 사용부위와 목적별로 분류를 하는데, 일반적인 분류에서의 색조화장품은 피부에 사용하는 향장품중 기초화장품을 제외한 메이크업용 화장품을 말하며, 파운데이션, 분, 색조용품, 아메이이크업용, 손톱용 화장품을 포괄하여 보건사회부 기준의 분류 중 눈화장용 제품류, 메이크업 제품류, 매니큐어용 제품을 포함한다.

본 연구에서는 손톱화장을 제외한 얼굴의 색조화장을 그 대상으로 하였으며 따라서 본 고에서 규정하는

색조화장품의 종류와 내용은 다음과 같다.

- ① 피부색조화장품류 - 유성이나 유화형 또는 固形 파운데이션, 固形 콤팩트 파우더, 분말형 분
- ② 색조용품 - 립라이너, 립스틱, 립그로스 등의 입술색조화장품과 치크 (cheek) 류
- ③ 아이 (eye) 메이컵용 - 눈썹막, 아이라이너, 아이샤도, 마스크라

## 2. 여성의 색조화장 동기

여성 색조화장의 동기를 사회적 동기, 심리적 동기, 물리적 동기로 구분하여 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

### 1) 사회적 동기

대체로 많은 문화권에서는 여성이 일정한 연령에 이르렀을 때 화장을 하는 것이 "예의"로 받아들여지는데, 예를 들면 일본의 유교적인 가르침에서조차 "여자로 태어나서 분을 바르지 않은 얼굴로 있어서는 안 된다", "화장을 하는 것은 여자의 예의이며 몸가짐이다."라고 하여 대인관계에 있어서 화장을 하는 것이 "예의"라는 사고방식을 가지고 있었음<sup>21)</sup>을 알 수 있다. 화장행동이 여성의 단정한 몸가짐의 하나로 여겨지는 경우가 많으며 따라서 화장을 하므로써 타인에게 주는 인상을 단정히 하여 승인을 얻음으로서 사회적 적응을 용이하게 하는 것이다.

또한 색조화장은 사적인 생활에서 공적인 생활로의 심리적 전이작용의 기능을 수행한다. 출근전, 타인이 방문할 때 혹은 외출 시에 화장을 하는 것은 생활에 어떤 구별과 더불어<sup>22)</sup> 사회적 역할을 더 잘 수행할 수 있게 한다.

여성이 치장을 하는 것에 대해, 이성흡입의 목적보다는 오히려 다른 여성을 더 의식하기 때문이라는 견해<sup>23)</sup> 또한 화장행동의 사회적 역할을 암시하고 있다.

화장을 한 모습은 신체적 매력이 있고 성숙해 보이며, 사교적으로 보일 뿐만 아니라 자신감 있고 노력하는 사람 등으로 인지된다고 한다.<sup>24)</sup> 화장을 함으로써 안정된 자신을 가질 수 있으며 타인과의 관계도 유연하게 처리할 수 있는 여유를 가질 수 있게 된다. 즉 화장 행위 속에는 궁극적으로는 매력적인 용모를 가짐으

로서 다른 사람으로부터의 평가를 향상시키고자 하는 동기가 내재되어 있는 것이다.<sup>25)</sup>

인간을 포함한 모든 동물은, 種의 보존을 위한 자연의 섭리에 의해, 같은 種의 이성에게 성적으로 어필되기를 바라며 이성을 유혹하고자 하는 기본적인 욕구를 가지고 있다. 번식기 때에 신체의 색채가 변화하는 물고기는 그 변화로서 자기자신을 과시하여 번식의 기회를 높이는 효과가 있다<sup>26)</sup>고 한다. 그러나 인간은 타 동물과는 달리 번식기가 아닐 때에도 이성에 대해 끊임없이 매력적으로 보이고자 하는 욕구를 가지고 있다. 즉 인간이 번식기를 잃고 항상성으로 변하면서 문화적인 에로티시즘을 갖게 되어 여성은 태도, 표정, 분위기로써 자극을 만들어 언제나 주위에 발산시키고 있으며 남성은 항상적으로 자극을 기대한다는 것이다. 정도의 차이는 있지만 인간 문화에는 인공적으로 만들어내고 있는 에로스의 요소가 불가결한 것으로 되어 있다고 할 수 있다. 특히 화장을 하려 하고, 용모를 꾸민다거나 패션을 생각할 때는 이러한 것을 벗어날 수가 없는 것이다.<sup>27)</sup> Morris (1980)<sup>28)</sup>에 의하면, 화장은 성적 강조의 신호로서 적극적으로 이성을 유혹하려는 인상관리의 일환으로서 성적과시의 의미도 보여지고 있다고 한다.

사람들은 어떤 개인이 여성적이라든가 남성적이라고 하는 판단을 외견을 통해서 하는 경향이 있다. 여성의 외견적 매력은 이성관계의 과정에 크게 작용한다. 특히 『아름다움』은 여성성을 결정하는데 없어서는 안될 요소이다. 사회생물학적 측면에서 남성들은 매력적인 얼굴의 여성을 교제상대로서 선택하는 경향이 있다고 하는데 젊고 성적으로 성숙해 있고 건강하고 우호적인 얼굴의 여성에게 가장 매력을 느낀다고 한다. 이러한 매력의 여러 특징은 사람들이 화장으로 얼굴을 꾸밀 때의 하나의 기준으로 되어있는 것은 분명하다.<sup>29)</sup> 자신의 외모를 매력적으로 보이게 위해, 화장은 외견에 손을 가하는 직접적인 방법의 하나이며 이성에게 호감 가는 인상을 주는 수단으로서 성인 여성에게 일상적으로 이용되고 있다.<sup>30)</sup>

### 2) 심리적 동기

宇山·鈴木·互 (1990)<sup>31)</sup>은 화장 전에 비해 화장 후에

는 기분의 각성, 불안상태의 감소, 자신감의 증대를 지적하고 있다. 余語·津田·鈴木·互 (1990)<sup>32)</sup> 또한 화장의 가장 큰 심리적 효과는 화장자 본인의 자신감이나 만족도의 상승이라고 하였다. 이것은 松井·山本·岩男 (1983)<sup>33)</sup>의 “자기충실감”에 대한 연구와 상통하는 것으로 일종의 카타르시스라고 볼 수 있다.

색조화장은 여성의 심리적·내면적 세계를 표현하는 기능을 한다.<sup>34)</sup> 색은 다양한 상징적인 의미를 가지고 있어, 청결하다거나, 차갑거나, 따뜻해 보이는 등 색은 항상 심리적인 이미지와 결부되어 입술, 볼화장, 아이새도우의 색상이나 濃淡이 그 사람의 감정이나 심리를 표현할 경우가 많으며 화장을 할 때는 색상을 자기표현의 재료로 삼으려는 의식이 잠재해 있다.<sup>35)</sup>

화장품은 패션상품으로서 개성적인 자아상의 표현이나 개인적인 생활양식을 상징하는 것과 같은 좀더 미묘한 기능에 이르기까지 다양한 생리적·사회적·심리적 욕구를 충족시키는데 사용되고 있다.<sup>36)</sup>

화장양식은 화장자의 연령이나 특성의 직업을 나타내기도 한다. 젊은 여성, 중년 여성, 노년 여성의 화장 행동에는 대부분의 사람들이 인식할 수 있는 차이가 있으며, 서비스직, 영업직, 사무직, 교직, 주부, 학생 등의 다양한 직업에 따라서도 미묘한 차이가 존재하는 것은 색조화장이 자신의 여러 상황을 표현하는 중요한 수단이라는 것을 보여주는 단적인 예라 할 수 있다.

사람은 자기에 대한 자아상을 가지고 있고 그것을 자기개념이라고 하는데 자기개념에의 확신도를 높이기 위해 화장을 이용하기도 한다. 화장을 하면 기분도 좋아지는 것 같은 기분이 든다는 사람들을 종종 본다. 또한 화장을 하고 나서 시간이 지나 화장이 흐트러지더라도 하면 매우 불쾌한 기분이 된다.

岩男·松井 (1984)<sup>37)</sup>의 연구는 화장을 하는 것이 감정상태에 어떠한 변화를 주는가에 대한 것으로서 화장을 한 경우에는 쾌적한 각성감이 증가하고 음성의 기본주파수가 현저히 상승하였으며 미소의 회수가 증가되어, 화장이 자신감과 만족감을 높이는 효과가 있고 감정상태를 적당한 긴장감을 지닌 쾌적한 방향으로 향하게 하는 역할을 하고 있음을 시사하고 있다.

사람은 타인의 평가를 의식하여 그에 따라 우울감이 생기기도 하고 열등감을 갖기도 하고 수치심을 갖기도

하는데 이것을 자기평가 또는 자존심이라고 부른다. 자신의 용모에 결점이 있다고 생각하는 여성이 그것을 감추지 않은 채로 외출하는 것을 꺼리거나 대인회피의 증상이 나타나는 것은 당연하다. 피부색이 유난히 검거나 기미가 많다거나 주근깨나 주름이 많은 등의 얼굴에 결점을 가지고 있는 여성에게 있어서 화장행위는 매우 중요한 의미를 갖는다. 즉 이러한 경우 색조화장은 그들의 결점을 감추므로 불안이나 열등감을 어느 정도 해소시켜 주는 역할을 하여 실제 자기를 이상적 자아로 가까이 접근시킴으로써 자기평가를 높여주기 위한 수단으로 이용되는 것이다.<sup>38)</sup>

또한 얼굴에 피부질환을 가진 환자는 자기평가의 저하나 우울적 경향을 보이며 고립감에 시달리는데 그들에 대한 심리적인 지원의 일환으로서 커버 메이크업 (cover make-up)의 지도가 행해져 자존감을 유지하는데 성과를 올리고 있으며,<sup>39)</sup> 신체부위나 체중에 대해서 불만이 많은 사람들이 화장을 비교적 많이 하는 경향<sup>40)</sup>이 있다는 연구 또한 색조화장의 자기 방어적 역할을 뒷받침하고 있다.

자기의식과 화장행위와의 관련성에 대한 연구<sup>41)</sup>에서는 공적자기의식이 강한 여성이 상황에 관계없이 화장을 많이 하는데, 화장정도의 높음은 사회적 불안을 감소시키고 얼굴에 관한 만족도를 상승시킨다. 특히 공적 자기의식이 강한 사람들이 화장을 하는 동기에는 자기에 대한 자신감이 없는데서 오는 사회적 불안이 잠재되어 있으며 그들은 화장을 하므로 자기의 사회적 이미지를 개선하도록 노력하고 그로 인해 심리적인 안정을 갖게 되는 것이다.

### 3) 물리적 동기

인간이 아름다움을 원하는 심리는 당연한 것이며 아름답게 하기 위해 항상 젊음을 유지하고 싶어한다. 인간을 제외한 동물들은 성장의 정점에 도달한 후에 찾아오는 노화를 막는 시도를 하지 않지만 사람은 조금이라도 노화를 막으려는 욕구에 의해 화장을 한다. “아름다움은 늙지 않는 것이다.” 이것은 순자가 成相篇에 기술해 놓은 것으로 사람은 언제나 아름다움을 추구해 늙지 않고 젊기를 바란다는 것을 의미하는 말로, 인생목적의 궁극적인 것 중의 하나이며, 인간이 가

장 바라는 것 중의 하나이다. 이처럼 아름다움을 추구하고 늙지 않도록 갈망하는 욕구에서 색조화장의 발달을 엿볼 수 있다.

백분은 고대부터 가장 중요한 화장품으로 여겨져 왔고 비단 얼굴을 희고 아름답게 치장하는 기능만을 가진 것이 아니라 피부를 보호하고 추위를 막아주며 자외선을 산란시키는 작용을 갖고 있다. 일본의 조문 시대후기에는 자연물에서 화장의 재료를 채취하여 겨울에는 추위로부터 피부가 거칠어지거나 갈라지는 것을 방지하기 위해 새와 짐승의 지방을 사용하기도 하였고 밤가루(粟粉)나 찹쌀가루를 화장품으로 사용하였다.<sup>42)</sup>

연지 또한 얼굴의 외적인 아름다움만을 표현하려는 목적으로 하는 것이 아니었고 거칠어진 피부를 부드럽게 하기 위해 사용되어 졌는데, 추운 지방의 여성일수록, 추위로부터 피부가 거칠어지는 것을 막기 위해 많이 발랐다.<sup>43)</sup> 연지에는 추위를 방지하는 약효가 있는 것으로 알려져 있어서<sup>44)</sup> 연간 기온이 매우 낮은 서역 지역에서는 부녀자가 화장 재료로 만이 아니라 방한용으로서도 필수품이었다.

### 3. 화장을 추구하는 요인

여성의 화장과 관련된 트렌드<sup>45)</sup>로는 개성표현, 향기, 촉감을 중시하는 감각주의, 외국상표를 중시하는 외래문화의 흡수모방, 외적매력에 대한 관심, 변화추구 등으로 나타난다. 현대 사회에서 여성의 화장은 고전적인 미를 이상적으로 여겨왔던 20세기 전반과는 달리 개성과 다양성이 중시되면서 여성다움이라는 전통미 표현을 초월하여 심리적·사회적 자기표현의 중요한 방편이다. 획일적으로 모방하던 양상에서 탈피하여 다양한 스타일이 공존하면서 화장은 유행색, 소재전 등을 통해 미리 제시된 트렌드를 기준으로 개성과 라이프 스타일에 따라 시장을 세분화하여 전개되고 있으며 개인 각자의 자유로운 내적 미의식의 표출이라는 독자적인 개성화를 추구하게 되었다.<sup>46)</sup> 사회 안에 나타나는 유행현상, 즉 유행의 형성·확산·변화 등은 소비자의 유행에 대한 동조 또는 개성적 행동을 통해 이루어지며 의복행동 뿐만 아니라 화장행동에서도 모방과 개성은 서로 상반되면서 동시에 나타나는 행동의 양상이라

할 수 있다.<sup>47)</sup> 여성의 화장행동 추구요인은 다음과 같다.

#### 1) 유행 추구

현대사회에서 패션은 인체 전반에 행해지는 모든 요소들을 포함한 전체적인 조화를 중시하여 통일된 미를 추구하는 토털패션의 경향을 띄고 있으며 의복을 포함한 장신구와 머리형태, 화장 등 패션에 관련된 각 요소들은 그 시대에 나타나는 유행에 따라 변화하고 있다. 이러한 비중은 이전보다 훨씬 확대되어 과거에는 복식의 유행에 따라서 화장 표현형태의 차이가 크지 않았으나 현대사회에서는 화장이 갖는 비중이 더욱 확대되어 민감하게 유행현상을 반영하고 있다.

#### 2) 개성 추구

개성적 행동이란 준거집단의 구성원과는 다른 위치에 존재하고 싶어하는 욕구로 독립성과 자신감이 정도에 좌우된다. 의복행동에서도 개성을 추구하려는 사람은 사회나 준거집단의 압력을 극복하기 위해 개인적 확신에 대한 강한 신념을 지니고 있으며 독특한 자신만의 개성을 표현하고자 하는 욕구가 매우 강하게 나타나는데<sup>49)</sup> 화장도 다르지 않을 것으로 사료된다. 즉 개성은 의복행동에서와 유사하게 화장도 준거집단에 대한 비동일시적인 행동으로, 화장품의 선택 및 화장법에 있어서 자신만의 독특한 표현을 나타내고자 하는 추구행동인 것이다.

현대사회에서 젊은 여성들은 화장품의 색조와 브랜드, 화장패턴에 있어서 대중 스타나 유행선도자를 중심으로 획일적인 모방을 하기도 하지만 반대로 자신만의 개성표현을 중시하는 경향도 있다. 개성화의 경향은 젊음 추구의 경향에 기인하는 것으로 미에 대한 기존의 가치개념에 변화가 이루어지면서 화장은 사회구성원에 따라 다양하게 등장하는 미의 표출수단이 되었다.

현대 여성의 화장은 과거 여성미의 표현이라는 고정관념에서 벗어나 자유로운 자신의 내적 감성을 그대로 표현하는 다원화 및 개성화가 중시되는 경향을 띄고 있다.

#### 3) 모방 추구

미라는 개념은 남성에게 보다 주로 여성이 추구해야 할 의무로 간주되고 있고 화장은 미를 표현하는 가장

중요한 수단으로서 시대·문화마다 공인되고 있는 이상적 미에 접근하기 위한 화장양식이 거의 모든 여성들에게 획일적으로 받아들여지고 있다.<sup>50)</sup> 개성이 존중되는 현대사회에서도 계절에 따라, 의복의 색상에 따라 혹은 처해있는 상황에 따라 화장의 색상과 패턴이 유사하게 보이는 것은 여성이 화장을 함에 있어서 주위의 다른 여성들과 너무 다르게 보이기를 원하지 않는 심리가 내재되어 있기 때문이다. 소비자들의 모방심리는 유행을 성립시키고 지속적으로 변화하게 하는 근본적인 힘으로 화장행동에 있어서 유행하는 색조 및 화장법 등에 따라 화장품 구매행동에 직접적인 영향을 주는 심리적 요인이라 할 수 있다. 많은 화장품 브랜드에서는 매 시즌마다 새로운 색상 및 화장법 등의 유행경향을 광고 및 홍보를 통해 소비자에게 소개하고 있으며 많은 여성들이 화장품을 선택하고 사용함에 있어서 그 영향을 받고 있다.

#### 4) 과시 추구

의복행동 중 과시성향은 의복을 통한 사회적 지위나 부를 과시하려는 행동으로 특히 유명 브랜드나 디자이너 상표, 값비싼 것을 선호하는 경향으로 나타나는데<sup>51)</sup> 화장품의 선택 및 사용에 있어서도 값비싼 화장품을 사용하는 등 미의 과시 외에도 자신의 부와 지위의 과시성향을 보이고 있다.

더우기 물질을 중시하는 현대 사회에서 여성의 아름다움이 상품화됨에 따라 여성은 화장을 더욱 자신의 과시를 위한 수단으로 이용하게 되었다. 여성성의 상품화와 더불어 화장행위에서의 과시추구도 반영되는데 사회의 중요한 분야에서 활동하는 전문직 여성의 수가 증가하면서 여성의 화장은 이전의 여성성을 강조한 표현형태가 아닌 능력과 힘을 과시하고자 기존의 여성적인 선과 색채와는 상이한 남성이 화장을 한 듯한 강하고 뚜렷한 이미지를 표현하기도 한다.<sup>52)</sup>

### Ⅲ. 연구방법 및 절차

#### 1. 연구대상

본 연구는 설문 조사방법으로 1998년 3월 4일부터 4월 20일 사이에 서울 및 경인지역(인천, 수원)에 거

주하는 만 19세~35세까지의 편의 표집된 여성을 대상으로 조사하였다. 여성의 연령범위는 사회적으로 색조 화장이 승인되는 연령인 만 19세부터 색조 화장을 하는 정도가 높을 것이라고 추정되는 연령인 만 35세까지의 여성을 중심으로 각 연령범위는 5세 단위로 분류하여 측정하였다.

또한 여성의 직업은 통계청에서 분류한 것 기초로 하여 선행연구<sup>53)</sup>에서 사용한 분류 요목으로 측정하였다. 총 250부의 설문지를 배부하여 234부가 회수되었으며 회수된 자료 중 응답이 불충분하거나 누락된 자료를 제외한 219부를 최종 분석하였다.

#### 2. 연구문제

본 연구는 다음과 같은 연구문제 해결에 초점을 두었다.

- 1) 여성들이 색조화장을 하게 되는 동기를 규명한다.
- 2) 여성들의 화장행동 추구요인을 규명한다.
- 3) 인구통계학적 특성에 따른 색조화장동기의 차이를 규명한다.
- 4) 색조화장동기에 따른 화장행동 추구요인의 차이를 규명한다.

#### 3. 측정도구

##### 1) 색조화장동기

김치환(1989),<sup>54)</sup> 大坊郁夫·神山(1996),<sup>55)</sup> 宇山·鈴木·瓦(1990),<sup>56)</sup> 余語·津田·鈴木·瓦(1990)<sup>57)</sup>의 선행 연구를 기초로 하여 색조화장동기에 대한 질문서를 작성한 후 각 질문의 신뢰도를 측정하기 위해 본 조사 대상과 동질성이 있는 집단의 31명을 대상으로 Likert형 5점 척도로 예비조사를 하였다. 총 40문항 중 신뢰도가 낮은 문항을 제외한 20문항이 채택되었으며 이들의 문항간 신뢰도 cronbach의  $\alpha$ 값은 0.75~0.94로 나타났다.

##### 2) 화장행동 추구요인

강경자(1987),<sup>58)</sup> 정하신(1983)<sup>59)</sup>과 이운현(1997)<sup>60)</sup>의 선행연구에서 의복행동 측정도구를 응용하여 화장행동 추구요인에 대한 24문항의 질문서를 작성한 후 각 질문의 신뢰도를 측정하기 위해 Likert형 5점

척도로 예비조사를 실시하였다. 그 결과 각 질문의 문항간 신뢰도 cronbach의  $\alpha$ 값은 0.84~0.96으로 나타났다으며 신뢰도가 낮은 8문항을 제외한 16문항이 본조사에 사용되었다.

#### 4. 조사절차 및 자료분석

색조화장동기 및 화장행동 추구요인은 Likert형 5점 척도를 사용하였으며 5점에 가까울수록 각 동기 및 행동 추구요인 점수가 높음을 의미한다. 또한 연령, 학력, 직업, 결혼여부 등의 인구통계학적인 변인은 명명척도로 측정하였다.

각 변인들은 빈도, 백분율, 평균, 표준편차로 자료를 분석하였고 색조화장동기 및 화장행동 추구요인을 규명하고자 Varimax회전법을 이용한 요인분석을 하였다.

인구통계학적인 변인에 따른 색조화장동기의 차이를 규명하고자 각 변인별 일원변량분석을 실시하였으며, 사후검증으로는 Duncan-Test를 실시하였다.

색조화장동기에 따른 화장행동 추구요인의 차이를 규명하고자 각 동기요인을 평균을 중심으로 고/저집단으로 분류한 후 일원변량분석하였다.

〈표 1〉 연구대상자의 특성

인구통계학적 변인	분 류	빈 도	백분율 (%)
연 령	19세~25세	96	43.8
	26세~30세	60	27.4
	31세~35세	63	28.8
	계	219	100.0
학 력	고졸 이하	107	48.9
	초·대재학	29	13.2
	초·대졸	83	37.9
	계	219	100.0
직 업	전업주부	44	20.1
	사무직	55	25.1
	판매·서비스	58	26.5
	기 타	33	15.1
	대학생	29	13.2
계	219	100.0	
결혼여부	미 혼	128	58.4
	기 혼	91	41.6
	계	219	100.0

## IV. 결과 및 논의

### 1. 색조화장 동기의 규명

여성들이 색조 화장동기를 규명하고자 varimax회전법을 이용한 요인분석을 실시한 결과 5개의 요인이 추출되었으며, 각 요인의 신뢰도 cronbach의  $\alpha$ 값은 .67~.70으로 나타났다.

〈표 2〉에서 보는바와 같이 1요인은 타인과 구별되어 사회적으로 이질적으로 보이기를 싫어하며, 색조화장이 여성의 사회적 역할수행에 도움이 되고, 색조화장을 하지 않았을 경우 사회적으로 부정적 평가를 받는다는 이유로 색조화장이 필수적이라는 사회적 적응을 위한 동기를 의미한다. 이 사회적 적응동기는 아이겐값 및 설명력 순위가 가장 높게 나타나 여성들은 사회적 적응을 목적으로 색조화장을 많이 하는 것을 알 수 있으며 이는 조기녀·유태순(1997)<sup>61)</sup>이 언급한 화장을 통한 사회적 역할 강화의 목적과 일치한다고 볼 수 있다. 2요인은 색조화장을 통한 자기 이미지 표현동기로 색조화장은 즐거운 기분의 활성을 촉진시켜 적극적 자기 이미지를 표현할 수 있게 한다는 것을 의미한다. 3요인은 자기방어동기로 색조화장을 통한 외출의 자신감 증진이 사회 속에서 자기를 심리적으로 보호하고자 하는 동기를 의미한다. 4요인은 색조화장을 통해 피부의 노화를 억제시키는 등의 근원적인 예방을 위한 피부보호의 물리적 동기를 의미한다. 5요인은 색조화장을 통한 여성으로써의 성적·신체적 만족감 및 성적 스트레스 해소를 위한 여성적 표현동기를 의미한다.

### 2. 화장 추구행동의 규명

여성들의 화장행동 추구요인을 규명하고자 varimax회전법을 이용한 요인분석을 한 결과 4개의 요인이 추출되었고 각 요인의 신뢰도 cronbach의  $\alpha$ 값은 .80~.83로 나타났다.

〈표 3〉에서 보는바와 같이 1요인은 유행 추구요인으로 화장 유행에 관한 정보를 취득한 후 화장품을 구입하거나 유행하는 색상 및 화장법에 관심을 보여 실제 화장행동으로 표현 것을 의미한다. 2요인은 과시성 추구요인으로 타인의 눈에 띄는 화장을 통해 시선을 끌고, 자신의 미·부·지위를 과시하려는 행동을 의미한

<표 2> 색조화장 동기의 요인분석

색 조 화 장 동 기	요인1 사회적 적응	요인2 자 기 표 현	요인3 자 기 방 어	요인4 피 부 보 호	요인5 여성적 표 현
· 다른 사람과 이질적으로 보이기 싫어서 색조화장을 한다	.77665				
· 색조화장을 하지 않으면 타인으로부터 부정적인 평가를 받는다고 생각한다	.70933				
· 나는 여성적 역할수행을 위해 색조화장은 필수적이라 생각한다.	.67477				
· 색조화장을 하는 것은 이성으로부터 인정을 받고 사회적으로 적응하는데 필수적이다	.67331				
· 색조화장은 때와 장소에 맞게 나를 변신시켜 준다		.79846			
· 색조화장은 내 얼굴의 윤곽을 뚜렷이 해준다.		.77110			
· 색조화장품의 특정 색상이나 향기는 나의 독특한 이미지를 만드는데 크게 도움이 된다		.63105			
· 색조화장을 하면 즐거운 기분이 증가한다.		.50841			
· 색조화장을 하지 않고 외출했을 때 아는 사람을 만나는 것이 싫다			.76044		
· 색조화장은 하지 않고 외출하면 자신감이 없어진다.			.65430		
· 색조화장을 하지 않은 상태로 모임에 참석하면 우울해진다			.65004		
· 평소에도 색조화장을 하지 않으면 불안하다			.59067		
· 색조화장은 피부가 거칠어지는 것을 막아준다				.97140	
· 색조화장은 피부노화를 지연시킨다고 생각한다				.96776	
· 색조화장을 하는 이유 중의 하나는 여성적 자기만족 때문이다					.72271
· 나를 아름답게 꾸미기 위해 색조화장은 필수적이다.					.66175
· 색조화장을 하면 스트레스가 해소되는 것 같다.					.62623
cronbach $\alpha$	.68	.69	.68	.69	.70
아이겐 값	4.58	1.98	1.81	1.34	1.08
설명 변량백분율	26.9	11.7	10.7	.79	6.4
누적 변량백분율	26.9	38.6	49.2	57.1	63.5

<표 3> 화장행동의 요인분석

화 장 행 동	요인1 유행성	요인2 과시성	요인3 개 성	요인4 동조성
· 나는 화장품을 살 때 금년에 유행하는 것이 무엇인지 충분히 알아본 뒤 구입한다.	.84980			
· 나는 유행에 뒤떨어지지 않기 위해 화장품에 대한 광고에 주위를 기울인다.	.80089			
· 나는 TV를 볼 때 출연하는 사람들의 화장에 관심을 많이 기울인다.	.74674			
· 유행하는 화장품은 여러 상점을 돌아다녀서라도 찾아서 구입한다.	.67657			
· 나는 화장품을 살 때 남의 시선을 끄는 색다른 것을 고르려 한다.		.85999		
· 나는 주위사람들의 시선을 끌기 위해 남들과 다른 스타일의 화장을 한다.		.82459		
· 나는 다른 사람의 눈에 띄는 색이나 모양 (용기) 의 화장품을 즐겨 사용 한다.		.75195		
· 가능하면 나를 돋보이게 하는 값비싼 화장품을 구입하는 편이다.		.45179		
· 비록 유행이 지난 화장품이라 할지라도 그것이 나에게 잘 어울리면 그것을 고수하는 편이다.			.83275	
· 유행하는 스타일의 화장품보다 나를 아름답게 표현할 수 있는 것을 선택하는 것이 더 중요하다.			.76707	
· 나는 화장법에 따라 나의 외모가 달라 보인다고 생각한다			.62744	
· 동료들과 비슷한 화장품을 구입해야 마음이 편하다				.89551
· 동료들과 유행변화에 대한 이야기를 나눈 후 화장품을 구입한다.				.67300
· 나는 유행하기 시작하는 화장품을 남보다 먼저 구입하면 어쩐지 마음이 불안하다.				.58883
cronbach $\alpha$	.80	.81	.83	.82
아이겐 값	4.52	1.87	1.32	1.17
설명 변량백분율	32.3	13.3	9.4	8.3
누적 변량백분율	32.3	45.6	55.1	63.4

다. 3요인은 개성 추구요인으로 독특한 나만의 개성적 화장법 및 색상을 고수하려는 개성적 행동을 의미한다. 4요인은 동조성 추구요인으로 유행에 의해 변화된

화장이라도 준거집단의 구성원들과의 유사한 화장을 하려는 동조적 행동으로 이를 통해 집단의 소속감을 얻으려는 것을 의미한다.



### 3. 인구통계학적인 변인에 따른 색조화장 동기의 차이

여성의 연령, 학력, 직업 및 결혼여부에 따라 색조화장 동기에 차이가 있는가를 알아보기 위해 각 변인에 따른 일원변량분석을 실시하였다.

#### 1) 연령에 따른 색조화장 동기의 차이

<표 4>에서 보는 바와 같이 색조화장 동기 중 사회적 적응동기와 여성적 표현동기에서 연령에 따라 유의한 차이를 보였다. 사회적 적응동기는 31~35세의 연령집단에서 가장 높게 나타났으며 19~25세, 26~30세의 집단 순으로 나타났다. 즉 30대 이후의 여성들은 30대 이전의 여성들보다 사회적응을 높이고자 색조화장을 한다고 할 수 있다.

또한 여성적 표현동기는 19~25세의 연령집단에서 가장 높게 나타났으며, 이는 이 연령집단의 여성들이 색조화장을 처음으로 하게되는 사회적 성인 연령집단으로 여성적 표현동기가 다른 연령집단에 비해 높다고 할 수 있다. 이 연령집단의 여성들은 화장품 구입도도 가장 높으며 색조화장에 가장 높은 흥미와 관심을 보이고 화장정도도 타 연령집단의 여성들보다는 월등히 높다는 永尾(1987)<sup>62)</sup>의 결과를 보완해 주는 것이라

할 수 있다.

#### 2) 학력에 따른 색조화장 동기의 차이

여성들의 학력에 따라 색조화장 동기에서는 유의한 차이를 보이지 않았다.

#### 3) 직업에 따른 색조화장 동기의 차이

<표 5>에서 보는 바와 같이 여성들의 직업에 따라 사회적 적응동기와 자기방어 동기에서 유의한 차이를 보였다. 사회적 적응동기는 사무직, 대학생, 기타, 전업주부, 판매·서비스직 순으로 나타났다. 또한 자기방어 동기에서는 사무직, 대학생, 전업주부, 기타, 판매·서비스직 순으로 나타났다. 따라서 직업이 있는 여성들은 직업적 역할수행을 위해 색조화장이 필수적이며 이를 통한 사회 속에서의 자기 방어적 동기가 직업이 없는 여성들보다 높다고 할 수 있다. 이 중 사무직 여성들에게서 색조화장을 통한 사회적 적응 및 자기방어 동기가 다른 직업에서보다 높게 나타났다.

#### 4) 결혼여부에 따른 색조화장 동기의 차이

<표 6>에서 보는 바와 같이 결혼여부에 따라 색조화장을 통한 자기방어 동기에서 유의한 차이를 보였다. 미혼인 여성들이 기혼의 여성들보다 색조화장을 통한 자기방어 동기가 높았다. 미혼의 여성들이 색조

<표 4> 연령에 따른 색조 화장동기의 차이

색조화장 동기	S.S	MS	F-값	F-pro	화장동기	19세~25세	26세~30세	31세~35세	사후검증
						(1)	(2)	(3)	
사회적 적응 동기	3.87	1.93	3.33*	.0378	사회적 적응 동기	M(SD)	M(SD)	M(SD)	3→2
자기표현 동기	0.79	0.40	0.91	.4028		3.31 (0.76)	3.14 (0.75)	3.49 (0.77)	
자기방어 동기	5.35	2.67	1.47	.2325	여성적 표현 동기	2.80 (1.17)	2.33 (0.84)	2.42 (0.61)	1→2
피부보호 동기	10.56	5.28	1.03	.3605		9.98	5.00	3.14*	

df=2 \*p<.05, 사후검증 Duncan-Test (p<.05)

<표 5> 직업에 따른 색조 화장동기의 차이

색조화장 동기	S.S	MS	F-값	F-pro	화장동기	전업주부	사무직	판매·서비스직	기타	대학생	사후검증
						(1)	(2)	(2)	(4)	(5)	
사회적 적응 동기	6.87	1.71	3.00*	.0195	사회적 적응 동기	M(SD)	M(SD)	M(SD)	M(SD)	M(SD)	3→2.4.5
자기표현 동기	3.04	0.76	1.78	.1341		3.32 (0.80)	3.50 (0.69)	3.04 (0.83)	3.39 (0.71)	3.43 (0.71)	
자기방어 동기	19.14	4.79	2.70*	.0317	여성적 표현 동기	3.27 (0.94)	3.71 (2.06)	2.94 (1.05)	3.47 (0.83)	3.47 (0.83)	2→3.5
피부보호 동기	31.40	7.85	1.54	.1919		6.44	1.61	0.99	.4118		

df=4 \*p<.05, 사후검증 Duncan-Test (p<.05)

〈표 6〉 결혼여부에 따른 색조 화장동기의 차이

색조화장 동기	S.S	MS	F-값	.8627	화장 동기	기혼 M(SD)	미혼 M(SD)
사회적 적응 동기	0.02	0.02	0.03	.423	자기 방어 동기	3.04 (0.97)	3.47 (1.55)
자기표현 동기	0.28	0.28	0.65	.0216			
자기방어 동기	<b>9.60</b>	<b>9.60</b>	<b>5.36*</b>	.4972			
피부보호 동기	2.39	2.39	0.46	.0865			
여성적 표현 동기	4.76	4.70	2.97				

df=1, \*p<.05

화장을 통해 사회적 불안감을 해소시켜 자신감을 증진시키고자 하는 동기가 기혼의 여성들보다 높다고 할 수 있다.

#### 4. 색조화장 동기에 따른 화장행동 추구요인의 차이

색조화장 동기를 각 요인별 평균을 중심으로 동기가 높은 집단과 낮은 집단으로 구분한 후 각 집단에 따라 화장행동 추구요인의 차이를 알아보기 위하여 일원변량분석 하였다.

##### 1) 사회적 적응동기에 따른 화장행동 추구요인의 차이

〈표 7〉에서 보는 바와 같이 화장행동의 각 추구요인 모두에서 사회적 적응 동기에 따라 유의한 차이를 보였다. 사회적 적응동기가 높은 집단에서 유행성, 개성, 동조성 요인이 높게 나타난 반면, 과시성 요인에서는 사회적 적응동기가 낮은 집단에서 높게 나타났다. 따라서 사회적 적응동기가 낮은 여성들은 타인의 눈에 띄는 색조화장을 하고 값비싼 화장품을 사용하여 자신을 집단 속에서 구별시키고자 하는 과시적 화장행동을 추구한다고 할 수 있다.

##### 2) 자기표현 동기에 따른 화장행동 추구요인의 차이

〈표 8〉에서 보는 바와 같이 동조성 요인을 제외한

〈표 7〉 사회적 적응동기에 따른 화장행동의 차이

화장 행동	S.S	MS	F-값	F-pro	사회적 적응동기	사회적 적응동기
					고집단 (N=129)	저집단 (N=90)
					M(SD)	M(SD)
유행성	7.51	7.51	10.10**	.0017	3.09 (0.93)	2.72 (0.76)
과시성	12.39	12.39	19.33***	.0000	3.88 (0.78)	3.94 (0.83)
개성	1.92	1.95	4.57*	.0337	1.99 (0.66)	1.79 (0.65)
동조성	10.00	10.00	19.26***	.0000	3.74 (0.64)	3.33 (0.80)

df=1, \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

〈표 8〉 자기표현 동기에 따른 화장행동의 차이

화장 행동	S.S	MS	F-값	F-pro	자기표현 동기	자기표현 동기
					고집단 (N=120)	저집단 (N=99)
					M(SD)	M(SD)
유행성	14.09	14.09	19.77***	.0000	3.09 (0.93)	2.79 (0.80)
과시성	8.92	8.92	13.57***	.0003	3.86 (0.78)	3.49 (0.85)
개성	8.12	8.12	20.36***	.0000	1.99 (0.73)	1.82 (0.57)
동조성	1.34	1.34	2.40	.1231		

df=1, \*\*\*p<.001

모든 행동요인에서 자기표현 동기에 따라 유의한 차이를 보였다. 색조화장을 통한 자기표현 동기가 높은 집단에서 낮은 집단에서 보다 유행성, 과시성, 개성적 화장 추구행동이 높게 나타났다. 이는 유행하는 화장품 및 화장법이 자신의 이미지를 새롭게 하거나 혹은 다르게 표현하는 것 뿐만 아니라 타인과 구별되는 색상, 화장법 및 고가의 화장품 사용도가 높다는 조기녀·유태순 (1998)<sup>63)</sup>의 연구결과와 같다.

##### 3) 자기방어 동기에 따른 화장행동 추구요인의 차이

〈표 9〉에서 보는 바와 같이 자기방어 동기에 따라 모든 화장행동 추구요인에서 유의한 차이를 보였다. 색조화장을 통한 자기방어 동기가 높은 집단에서 낮은 집단에서 보다 유행성, 과시성, 개성, 동조성 추구요인이 높게 나타났다.

〈표 9〉 자기방어 동기에 따른 화장행동의 차이

화장 행동	S.S	MS	F-값	F-pro	자기방어 동기	자기방어 동기
					고집단 (N=111)	저집단 (N=108)
					M(SD)	M(SD)
유행성	4.88	4.88	6.46**	.0117	3.09 (0.93)	2.79 (0.80)
과시성	7.39	7.39	11.12***	.0010	3.86 (0.78)	3.49 (0.85)
개성	1.76	1.76	1.99*	.0440	2.01 (0.73)	1.82 (0.57)
동조성	9.41	9.41	3.74***	.0000	3.74 (0.64)	3.33 (0.80)

df=1, \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

##### 4) 피부보호 동기에 따른 화장 추구행동의 차이

〈표 10〉에서 보는 바와 같이 피부보호 동기에 따라 각 화장행동 추구요인에서 모두 유의한 차이를 보였다. 색조화장을 통한 피부보호의 실용적 동기가 높은 집단에서 낮은 집단보다 유행성, 과시성, 개성, 동조성

〈표 10〉 피부보호 동기에 따른 화장행동의 차이

화장 행동	S.S	MS	F-값	F-pro	피부보호 동기	피부보호 동기
					고집단 (N=132)	저집단 (N=87)
					M (SD)	M (SD)
유행성	4.38	4.38	5.77*	.0171	3.11 (0.39)	2.82 (0.83)
과시성	9.81	9.81	15.03***	.0001	3.94 (0.79)	3.51 (0.82)
개성	1.65	1.65	3.84*	.0415	2.01 (0.77)	1.84 (0.57)
동조성	5.74	5.74	10.66**	.0013	3.74 (0.75)	3.41 (0.73)

df=1, \*p&lt;.05, \*\*p&lt;.01, \*\*\*p&lt;.001

추구요인이 모두 높게 나타났다.

이와 같은 결과로 피부보호동기가 높은 여성들은 피부노화를 억제하고자 피부관리에 관심이 많고 화장정도도 높으며, 적극적이고 개성적인 화장법을 선호하여 과시적인 화장을 즐겨한다는 선행연구<sup>64)</sup>를 지지한다.

#### 5) 여성적 표현동기에 따른 화장행동 추구요인의 차이

〈표 11〉에서 보는 바와 같이 여성적 표현동기에 따라 동조성을 제외한 모든 행동요인에서 유의한 차이를 보였다. 색조화장을 통한 성적 표현동기가 높은 여성들은 이에 대한 동기가 낮은 여성들보다 유행성, 과시성, 개성 추구요인이 높게 나타났다. 즉 색조화장을 통한 여성미의 표현은 화장행위의 주체인 여성의 가치를 상징하는 것으로<sup>65)</sup> 색조화장을 통해 성적매력을 높이려는 여성들은 유행하는 화장법 및 형태를 추구하며 자유로운 내적 감성을 그대로 표현하려는 개성화 경향이 높다고 할 수 있다.

〈표 11〉 여성적 표현 동기에 따른 화장행동의 차이

화장 행동	S.S	MS	F-값	F-pro	여성적 표현	여성적 표현
					고집단 (N=116)	저집단 (N=103)
					M (SD)	M (SD)
유행성	7.92	7.92	10.68**	.0013	3.08 (0.84)	2.68 (0.90)
과시성	6.44	6.44	9.63*	.0022	3.81 (0.75)	3.45 (0.93)
개성	6.67	6.67	16.45**	.0001	2.04 (0.64)	1.67 (0.63)
동조성	0.70	0.70	1.24	.2573		

df=1, \*p&lt;.05, \*\*p&lt;.01, \*\*\*p&lt;.001

## V. 결론 및 제언

여성들의 색조화장 동기에 따른 색조화장행동 추구

요인의 차이를 규명하고자 설문조사방법에 의해 분석한 결과는 다음과 같다.

1. 여성들의 색조화장을 하는 동기는 사회적 적응, 자기표현, 사회적 자기방어, 피부보호와 여성적 표현의 5개 요인으로 나타났다. 이 중 사회적 적응 요인값이 가장 높게 나타나 많은 여성들은 사회적 적응을 목적으로 색조화장을 하고 있음을 알 수 있다.

2. 여성들의 화장행동 추구요인은 유행성, 과시성, 개성 및 동조성의 4개 요인으로 나타났으며 이 중 유행성 요인값이 가장 높게 나타나 여성들은 색조화장시 유행성 추구행동을 가장 높게 보였다.

3. 여성들의 연령, 직업, 학력 및 결혼여부 등의 인구통계학적 요인에 따른 색조화장 동기의 차이를 규명한 결과 학력요인을 제외한 모든 요인에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 연령에 따라 색조화장동기 중 사회적 적응 및 여성적 표현동기에서 연령별로 유의한 차이를 보였다. 사회적 적응동기는 31세 이후의 고 연령의 여성에게서 높았고, 여성적 표현동기는 19세~25세의 저 연령의 여성에게서 높게 나타났다.

또한 직업에 따라서는 색조화장동기 중 사회적 적응 및 자기방어 동기에서 유의한 차이를 보였다. 직업이 있는 여성들 중 사무직의 여성들은 사회적 적응을 높이고 자기방어 기제로 색조화장을 하고 있음을 알 수 있다. 결혼여부에 따라서는 사회적 적응동기에서 유의한 차이를 보여, 미혼의 여성들이 기혼의 여성들보다 사회적 적응을 높이기 위한 목적으로 색조화장을 한다는 것을 알 수 있다.

4. 색조화장동기에 따른 화장행동 추구요인의 차이를 규명한 결과 각 동기에 따라 행동추구요인에서 유의한 차이를 보였다.

사회적 적응, 자기방어 및 피부보호 동기에 따라 유행성, 과시성, 개성 및 동조성의 각 행동요인 모두에서 유의한 차이를 보였으며, 자기표현 및 여성적 표현동기에 따라서는 동조성을 제외한 행동요인에서 유의한 차이를 보였다.

사회적 적응동기가 높은 여성들은 유행성, 개성 및 동조성 행동에서 높은 반응을 보인 반면 과시성은 사회적 적응 동기가 낮은 여성에게서 높게 나타났다. 자기방어 및 피부보호 동기가 높은 여성들에게서 유행

성, 과시성, 개성 및 동조성 행동이 높게 나타났다. 또한 자기표현 동기 및 여성적 표현동기가 높은 여성들은 유행성, 과시성 및 개성 행동이 높게 나타났다.

따라서 여성들은 그들의 인구통계학적 특성에 따라 색조화장을 하는 동기에서 차이를 보였으며 색조화장 동기에 따라 심리적 화장행동이 다르게 나타남을 알 수 있다. 또한 심리적 화장행동 추구요인에 따라 화장품 구매행동에도 차이가 있으리라 기대하며 이를 차후의 연구과제로 제안한다.

본 연구의 표본은 편의 표집에 의해 이루어 졌으며 만 19세~35세까지의 여성들 및 서울·경인지역에 거주하는 여성들만을 대상으로 한 조사연구이므로 본 연구 결과를 모집단에 확대하여 해석하는데 신중을 기해야 할 것이다.

### 참 고 문 헌

- Susan B. Kaiser, 복식사회심리학, 김순심 외 공역, 경춘사, 1990, p.33.
- 이상일, 변신이야기, 밀알, 1994, p.16.
- 김치환, 화장품의 유용성과 소비동기에 관한 연구, 연세대학교 교육대학원, 석사학위논문, 1989, p.101.
- 松井・山本・岩男, 化粧の 心理的效用, マーケティング・リサーチ, 21, pp.30-41. 大坊郁夫・神山 進, 被服と化粧の 社會心理學, 北大路書房, 京都, 1996. p.35에서 재인용.
- 전완길, 化粧風俗史, 월간약국, 1982, 9.
- 尹蓮重, 化粧文化, 국립민속박물관(編), 한국복식2천년, 신유, 1996.
- 김은주, 한국 전통 化粧風俗史에 관한 연구, 服飾 13호, 1989.
- 송민정, 우리나라 傳統 化粧文化에 관한 연구, 이화여자대학교대학원, 석사학위논문, 1990.
- 조은별, 20세기 화장문화에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문, 1995.
- 박보영, 한국·중국·일본 여성의 색조화장문화, 경희대학교대학원, 박사학위논문, 1997.
- 변상우, 우리나라 립스틱 소비자의 구매행동에 관한 실증적 연구, 고려대학교 대학원, 석사학위 논문, 1995.
- 김치환, 앞 글, 1989.
- 서현택, 남성화장품 소비자의 구매행동에 관한 연구, 단국대학교대학원, 석사학위논문, 1991.
- 김남수, 메이크업 화장품소비자의 구매행동에 관한 연구, 경남대학교대학원, 석사학위논문, 1994.
- 조기녀·유태순, 화장도에 따른 의복근접도 및 화장근접도에 관한 연구, 한국패션비즈니스학회, 1997.
- 東亞 原色世界大百科事典, 東亞出版社, 1985, p.403.
- 고정일, 韓國世界大百科事典, 동서문화, 1995, p.17881.
- 김치환, 앞 글, 1989, p.20.
- 韓國化粧品工業協會, 한국장업사, 1990, pp.11-14.
- 황정원, 화장품학, 현문사, 1995, p.17.
- 大坊郁夫・神山 進, 앞 책, p.141.
- 김치환, 앞 글, p.26.
- Elizabeth B. Hurlock, 임숙자 역, 의복의 심리학, 교문사, 1995, p.42.
- 大坊郁夫・神山 進, 앞 책, p.41.
- 윗 책, p.29.
- 윗 책, p.30.
- 深作光貞, 앞 책, p.14-15.
- モリス, D.(1980), マンウォッチング -人間の行動學-, 小學館 (Morris, D. 1977 Manwatching. Elsevier Pub.). 大坊 郁夫・神山 進 編, 앞 책, p.30에서 재인용.
- 윗 책, p.83-87.
- 윗 책, p.179.
- 宇山尙男・鈴木ゆかり・互・恵子(1990), メーキャップの 心理的有用性, 日本香粧品科學會誌, 14, pp.163-168. 윗 책, p.37에서 재인용.
- 余語眞夫・井 治世・津田兼六・鈴木ゆかり・互恵子, 女性の 精神的健康に える 效用, 健康心理學研究, 3, 1990, pp.28-32.
- 松井 豊・山本眞理子・岩男壽美子, 化粧の 心理的效用, マーケティング・リサーチ, 21, 1983, pp.30-41. 大坊 郁夫・神山 進 編, 앞 책, p.37에서 재인용.
- Kinukaka Tansui, Fragrance Journal 77, Fragrance Journal社(일본), 1986, p.35, 김치환, 앞 글, p.28에서 재인용.
- 윗 글, p.29.
- 송용섭, 현대마케팅론, 범문사, 1988. p.25.
- 岩男・松井, 化粧の 心理的效用(3), -化粧後の 心理的變化, 日本社會心理學會 第2回大會發表演文集, 1984, pp.128-129, 大坊郁夫・神山 進, 앞 책, p.92에서 재인용.

38. Hirota Hiroshi, *Fragrance Journal* 1989-1, *Fragrance Journal*社 (일본), 1989, p.29. 뒷 글, p.31에서 재인용.
39. 大坊郁夫·神山 進, 앞 책, p.182.
40. 뒷 책, p.85.
41. Cash, T. F, & Cash, D. W. Women's use of cosmetics: Psychosocial correlates and consequences, *International Journal of Cosmetic Science*, 4, 1-14. 뒷 책, p.85에서 재인용.
42. 뒷 책, pp.2-16.
43. 김은주, 韓國 傳統 化粧風俗史에 관한 研究, 복식, 13, 1989, p.49.
44. 久下 司, 앞 책, p.67.
45. 김동기, 현대마케팅원론, 박영사, 1984, p.205.
46. 조은별, 앞 글, 1995.
47. 이은영, 패션마케팅, 교문사, pp.333-337.
48. 뒷 글, p.78.
49. 이운현, 의복관여도에 따른 신세대 의복선택 요인과 정보탐색활동, 경희대학교대학원, 석사학위 논문, pp.8-10.
50. 조은별, 앞 글, p.28.
51. 백민숙, 청년층의 의복구매행동에 관한 연구, 이화여자대학교대학원, 석사학위논문, p.70.
52. 조은별, 앞 글, p.89.
53. 김치환, 앞 글.
54. 뒷 글.
55. 뒷 글.
56. 宇山·鈴木·瓦, メーキャップの心理的有用性, 日本化粧品科學會誌, 14, 1990, pp.163-168.
57. 余語·津田·鈴木·瓦, 女性の精神的健康に与える化粧の效用, 健康心理學研究, 3, 1990, pp.28-32.
58. 강경자, 패션선도자와 추종자의 심리적 특성과 의복선택행동, 경북대학교대학원, 박사학위논문, 1987.
59. 정하신, 의복선택요인과 욕구와의 상관성에 관한 연구, 한국의를학회지, 7, 1983.
60. 이운현, 앞 글.
61. 조기녀·유태순, 앞 글, pp.69-69.
62. 永尾松夫, 女性の化粧意識, 化粧文化, 8, 1987, pp.133-144.
63. 조기녀·유태순, 앞 글, pp.69-74.
64. 뒷 글, pp.73-74.
65. 조은별·조규화, 20세기 화장문화에 관한 연구, 한국패션비즈니스학회지, 2-3, 1997, pp.60-62.