

동안(童顔) 열풍의 사회문화적 배경과 골상학적 특징

김남희[†] · 오인영

서경대학교 대학원 미용예술학과

A Study on the Sociocultural Backgrounds of the 'Baby Face Fad' and Phrenological Characteristics

Nam-hee Kim[†] · In-Young O

Dept. of Beauty Arts, Seokyeong University

접수일(2009년 2월 17일), 수정일(2009년 7월 3일), 게재확정일(2009년 7월 28일)

Abstract

Life expectancy has increased and people are more concerned with keeping their 'youth'. Appearance is a competitive edge and people are caught up in a baby face fad that has expanded into a culture and beauty trend. This study examined the definitions and phrenological characteristics of a baby face and the causes of the baby face fad in a review of the baby face as a "sociocultural and beauty cultural code" based on literature, journals, previous papers, and Internet materials. Anatomically speaking, a "baby face" refers to a face that keeps the features of a child's face without aging signs. The baby face fad gained momentum due to the influences of the digital culture, the encouragement of the mass media, changes to the social structure, dietary improvements, new living styles, and an evolving aesthetic sense. The results reveal the sociocultural backgrounds behind the "baby face fad" settling down as a part of culture in addition to the phrenological characteristics of a baby face. It is also estimated that the baby face fad could affect the beauty culture and trends as a social phenomena.

Key words: Baby face, Trend, Phrenological, The golden ratio, Sociocultural backgrounds; 동안, 트렌드, 골상학, 황금 비율, 사회문화적 배경

I. 서 론

1. 연구의 목적과 필요성

오늘날 인간의 평균 수명이 늘어나면서 '젊음'을 유지하려는 관심이 점점 커져가고 있다. 여기에 실제 나이보다 어려보이는 비결에 대한 관심이 높아짐에 따라 동안(童顔)은 열풍으로 번져나갔고, 단순히 미적인 차원에서 벗어나 '외모도 경쟁력'이라는 하나의 성공 전략으로까지 평가됨에 따라 동안 열풍은 이제

하나의 문화이자, 뷰티 트렌드로 자리매김 하게 되었다. 트렌드란 세상에 존재하지 않던 것이 어느 날 갑자기 나타나는 것이 아니고, 늘 우리 주위에 있는 것 중에서 사회문화적인 흐름이나 소비자의 욕구와 잘 맞아 떨어져서 주목을 받게 되는 것으로 그 시대의 시대상을 반영하며 빠르게 변화하는 뷰티 분야에 상당한 영향을 미치기에 사회문화적·미용문화적 관점에서 동안 열풍을 연구하는 것은 의미가 있을 것이다.

하지만, 최근에 국내에서 이뤄진 동안에 관련된 연구를 살펴보면 김정혜(2008)의 연구가 전부인 실정이다. 부분적으로 동안 메이크업에 대하여 언급하고 있는

[†]Corresponding author

E-mail: over-joy@hanmail.net

연구로는 방기정(2008), 백세운(2008), 서원숙(2006), 정홍자(2008)가 있고, 동안 이미지에 관한 연구로는 김수정(2006)이 있지만, 동안 열풍을 하나의 트렌드로 보고 사회문화적·미용문화적인 요소를 분석하고 동안의 골상학적인 특징을 연구한 논문은 없으므로 본 연구에서는 동안의 정의와 특징을 골상학적인 관점에서 살펴보고, 동안 열풍의 파생과 확산 배경을 살펴봄으로써 ‘사회문화적·미용문화적’ 코드로서의 동안 열풍의 의미를 되짚어보고자 한다.

2. 연구의 범위와 방법

본 연구의 방법은 국내외 문헌 및 저널, 인터넷 자료와 TV 보도자료를 중심으로 동안의 정의와 동안 열풍의 배경을 파악하고, 선행논문과 문헌자료를 기초로 하여 골상학(骨相學)적인 관점에서의 ‘동안’을 분석하여 동안의 특징과 조건을 살펴보았다. 또한 선행 연구와 2005년 1월부터 2008년 10월까지의 인터넷 기사와 TV에 방영된 보도자료 검색을 통해 이러한 열풍이 뷰티 트렌드로 자리매김하기까지의 과정을 살펴봄으로써 ‘동안 열풍의 사회문화적·미용문화적 배경과 골상학적 특징’에 대하여 고찰하였다.

II. 동안의 특징

2005년 ‘현대 경제연구원’은 고령화 시대를 맞아 주목받게 될 5대 트렌드 중 하나로 ‘항 노화(anti aging) 산업’을 꼽았고, ‘삼성 의료경영 연구소’는 항 노화 의학을 의료계의 ‘블루오션(blue ocean)’으로 꼽기도 했다. ‘항 노화’란 노화의 속도를 지연시켜 젊음을 최대한 연장시키는 것으로 이제는 노화를 질병으로 보고 치료하는 ‘항 노화 의학’까지도 생겨 난 실정이다. 과거 중국 진시황이 수명을 연장하기 위해 불로초를 찾기에 열을 올렸다면, 지금은 단순한 수명의 연장이 아니라 ‘젊음의 연장’에 높은 관심을 보인다고 볼 수 있는 것이다(“21세기는 ‘노화’와의 전쟁”, 2008).

2006년 1월 30일, SBS에서는 <전국 동안 선발대회>라는 TV프로그램을 방영, 높은 시청률을 기록하며 ‘동안 신드롬’의 실체를 보여주었는데, 이 프로그램의 기획 취지는 나이에 비해 어려 보이는 최고의 동안을 찾는 것으로, 단순히 1회에 그치지 않고 2007년 9월 26일 2회를, 2008년 9월 13일, 3회를 거듭하며 방영 시마다 높은 시청률과 관심 속에서 시청자들의 화두에

올랐다. 이는 대한민국에 불어 온 ‘동안 열풍’이 일회성에 그치지 않으며 한동안 지속 될 것이라는 것을 말해주고 있다. ‘동안 열풍’이란 무엇이며, 그 원인을 알아보기 위해 먼저 ‘동안’의 개념과 특징을 살펴보고 열풍으로까지 번지게 된 확산의 배경을 살펴보고자한다.

1. 동안의 정의

동안은 직역하면 ‘어린이의 얼굴’을 뜻하며 더 넓게는 ‘나이 든 사람의 어린이 같은 얼굴’을 말한다(“동안”, 2008). 그러나 최근에는 본래의 뜻보다 단지 ‘자기 나이보다 젊어 보이는 외모의 소유자라면 누구든 동안이다’는 의미로 약간 변형되어 쓰이고 있다(“젊게 보이거나...”, 2006). ‘연세대 인지과학연구소’ 박수진 박사가 국내 과학전문 교양지인 『과학동아』 2006년 5월호에 “젊은 그대가 좋다 童顏時代(동안 시대)”라는 제목으로 게재한 칼럼에 의하면 결국 ‘동안’이란 해부학적으로 나이가 들면서 생기는 여러 변화를 겪지 않은 것처럼 ‘어린이의 얼굴 특징을 고스란히 갖고 있는 얼굴’로서 ‘동그스름한 얼굴, 넓은 이마, 커다란 눈’과 같이 어린이가 이런 특징을 가질 때는 그저 아이다음에 지나지 않지만, 성인이 이런 특징을 보이면 아직 덜 자란, 그래서 젊고 더 성장할 가능성이 있다는 긍정적 이미지를 심어주기 때문에 더 건강하고 어린이 같은 심리적 성향을 가질 것이라는 기대심리를 생기게 한다. 즉 동안인 사람은 따뜻하고 순종적이며 정직하고 순진할 것이라고 생각한다는 것이다. 이를 심리학적 용어로는 ‘동안 과일반화 효과(babyness overgeneralization effect)’라고 부른다.

2. 골상학적 관점에서 본 동안의 특징

1) 골상학(骨相學, physiognomy)의 개념

얼굴 이미지는 골상에 따라 형성된다. 골상학이란 골격에 따른 얼굴 형태의 상으로써 사전적 의미로는 성격에 대한 신체적인 외모와 개성의 특징과의 상관관계에 대한 연구를 골상학이라 한다(김성희, 1990). 얼굴은 골상학적으로 볼 때 두개골의 머리 부분과 안면골의 얼굴 부분으로 구성되어 있다. 흔히 뇌라고 부르는 두개골은 전두부, 두정부, 후두부, 측두부를 총칭하며 인종에 따라, 연령에 따라서 다소 차이가 나타나지만 그다지 큰 변화는 없다. 그러나 안면골은 소위 얼굴이라고 하는 부분으로 광대뼈, 코뼈, 위턱뼈, 아래턱뼈

로 구성되어 있고 연령에 따라 크게 변화되는 것을 볼 수 있다. 따라서 얼굴의 골격, 기본 구조와 이목구비의 배치를 알기 위해 골상학의 원리를 알아두는 것은 이미 지 창조에 중요한 변수로 작용한다(김은정, 2003).

이 장에서는 동안적 인상과 관련한 기본적 요소의 이마, 눈썹, 눈, 코, 입 등의 골상학적 특징을 각 부위별 특징과 비율적 특징으로 나누어 알아보고자 한다.

2) '동안'의 각 부위별 · 비율적 특징

동안은 얼굴 각 부분의 구성비가 동그란 머리, 넓은 이마, 작은 코, 작은 입, 맑은 눈, 통통한 볼 과 같이 전형적으로 유아적 면상(面上)의 골상학적 특징을 가지고 있으며, 유아적 얼굴은 보호본능을 자극하고, 애교 · 단순 · 정직 · 유순 등의 특징을 드러낸다("인상학 박사 1호", 2004).

얼굴을 상안(이마), 중안(눈썹부터 코끝), 하안(턱끝)으로 3등분 했을 때 어린이는 상안이 가장 길고 중안, 하안 순으로 어른과는 다르다. 전체적으로 동그스름한 얼굴형에 코의 길이가 이마의 길이와 비슷하거나 다소 짧으며 턱이 가장 짧고 작은 것이 동안의 특징이라 할 수 있다("[동안(童顔)의 비밀]", 2006).

(1) 동안의 부위별 특징

어린이는 안면 부위보다 두상이 먼저 발달하기 때문에 이마와 뒤통수는 볼록하고 아래로 갈수록 좁아지는 편이므로 동그스름하고 도톰한 이마가 어려 보인다("[동안(童顔)의 비밀]", 2006).

술이 많고 자연스러운 일자눈썹은 어려보이고 활동

적이게 보인다. 눈은 반원모양의 아치형으로 생기고 눈 꼬리가 길지 않아야 한다. 크고 둥글고 두 눈 사이가 조금 넓어야 하며 검은 눈동자는 아기처럼 커야한다. 눈 두덩이가 꺼지지 않고 적당히 두꺼워야하며 쾡한 눈은 나이들어 보일 수 있다. 다크 서클은 없어야 하고 눈 밑의 도톰한 애교살은 환하게 웃는 것 같은 효과를 주어 해맑은 인상으로 보이게 한다. 입술은 작고 도톰하며 세로 주름이 적어 매끄럽고 색깔은 진해야 하며, 인중이 길지 않아야 한다. 또한 어린이는 각진 턱이나 긴 턱을 가진 경우가 드물기 때문에 아래턱이 튀어나오지 않으며, 짧고 좁아 약해보여야 한다. 귀는 작으면서도 귓볼이 도톰해야 한다. 광대가 옆으로 튀어나오지 않고 앞으로 볼륨이 있어야 하며 적당하게 통통한 볼살은 어려 보이며 복스러워 보인다. 주름이나 잡티가 없어야 하며 피부 색깔은 우유빛에 가까워야 하고 피부는 탱탱하고 깨끗해야 한다. 코와 입가에 팔자주름이 없어야 하며 얼굴살의 처짐(목살, 턱살, 볼살, 눈 꼬리)이 없어야 한다(김정혜, 2008). 동안의 각 부위별 구체적인 특징을 정리해 보면 다음 <표 1>과 같다.

(2) 동안의 비율적 특징

동안 비율의 특징을 알아보기 위해 보편적 미의 기준으로 통용되는 황금 비율과 동안의 비율을 비교분석 해보았다.

① 보편적 황금 비율

보편적인 미의 기준인 국제 표준 얼굴은 1:1.618의 이른바 '황금 비율'을 따르고 있으며, 이는 세계적으로

<표 1> 동안의 부위별 특징

얼굴 부위	동안의 부위별 특징
이 마	동그스름하고 도톰한 이마
눈 썹	술이 많고 자연스러운 일자눈썹
눈	크고 둥글고 두 눈 사이가 조금 넓으며 검은 눈동자 다크 서클이 없어야 하고 눈밑의 도톰한 애교살
코	너무 길지 않고 얼굴 크기에 비해 짧은 코 끝은 둥글고 약간 들려있는 코
입	작고 도톰하며 주름이 적고 매끄럽고 선명한 색상의 입술 길지 않은 인중
턱	아래턱이 튀어나오지 않고 짧고 좁으며 약해보이는 턱
귀	작으면서도 귓볼이 도톰한 귀
볼	옆으로 튀어나오지 않고 앞으로 볼륨이 있는 광대 적당하게 통통한 볼
피 부	주름이나 잡티가 없고 우유빛에 가까운 피부 탱탱하고 깨끗한 피부
기 타	코와 입가에 팔자주름이 없다 얼굴살의 처짐(목살, 턱살, 볼살, 눈 꼬리)이 없다

인정받고 있는 얼굴 분석가이자 미국 캘리포니아의 성형 외과 의사인 스티븐 마퀴트(Stephen Marquardt) 박사에 의해 황금 비율 마스크로 표현되었다. 턱에서 눈썹까지, 입술에서 콧방울까지, 코에서 눈까지, 얼굴 길이와 너비 등 아름다운 얼굴에서는 수없이 많은 황금 분할이 확인되며<그림 1>-<그림 2>, 황금 분할을 따르는 삼각형과 오각형 그리고 십각형이 나타난다. 이를 반영하여 만든 것이 “황금 마스크(Golden Mask)”이다(그림 3). 스티븐 마퀴트는 전 세계를 9개 지역(유

럽, 동부 인디언, 아시아, 아메리칸 인디언, 아프리카, 멜라네시안, 마이크로네시안, 폴리네시안, 오스트레일리아)으로 나누고, 그 지역에 사는 성인 남녀의 얼굴형을 조사한 뒤 1:1.618의 국제 표준 얼굴을 인간의 평균 얼굴형이라고 발표하였다(송유정, 2006).

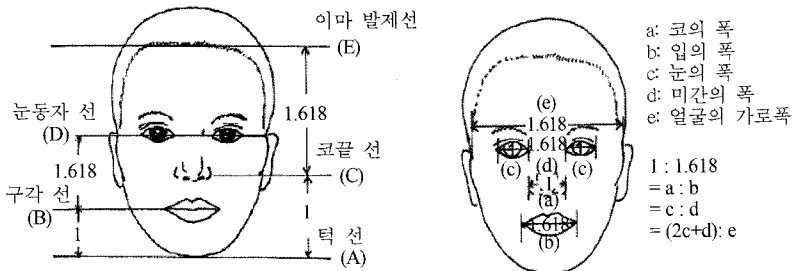
이와 같이 모든 얼굴 부위의 황금비를 집약하여 얻은 마스크는 <그림 3>과 같고, 이를 적용한 결과 마릴린 먼로와 김태희의 얼굴이 이에 정확히 일치하였다(그림 4)-(그림 5).



눈 사이 간격 인종과 턱의 길이 첫째 앞니와 둘째 앞니 크기

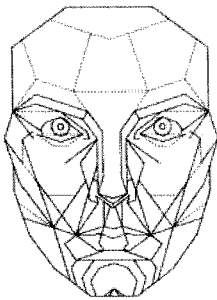
<그림 1> 얼굴 부위의 황금 비율 측정법

자료출처: The Golden Facial Mask. (2006). *Marquardt Beauty Analysis*. Retrieved November 10, 2008, from <http://www.beauty-analysis.com/>



<그림 2> 국제 표준 얼굴 구성요소의 수직·수평 비율

자료출처: 송유정. (2006). *정치인의 안면 이미지 분석을 통한 호감적 이미지 제고에 관한 연구*. p. 23.



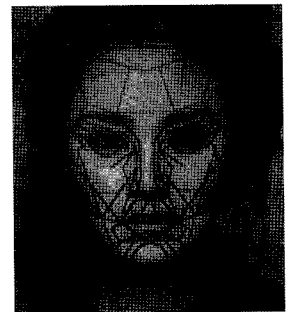
<그림 3> 황금 비율 마스크

자료출처: The Golden Facial Mask. (2006). *Marquardt Beauty Analysis*. Retrieved November 10, 2008, from <http://www.beautyanalysis.com/>



<그림 4> 황금 비율의 마릴린 먼로

자료출처: The Golden Facial Mask. (2006). *Marquardt Beauty Analysis*. Retrieved November 10, 2008, from <http://www.beautyanalysis.com/>



<그림 5> 황금 비율의 김태희

자료출처: 미인의 조건. (2007, 6. 16). *KBS ITV '과학카페'*. 자료 검색일 2008, 3. 2, 자료 출처 <http://www.kbs.co.kr>

<표 2> 보편적인 '이상적 얼굴'의 황금 비율(국제 표준형)

얼굴 부위	얼굴의 황금 비율
얼굴의 폭	얼굴의 가로:세로의 비율이 1 : 1.618이다. 눈의 가로폭을 1이라 하면, 귀에서 눈 꼬리까지의 간격, 눈 꼬리에서 눈 앞머리의 간격, 눈과 눈 사이의 간격이 동일하게 하여 전체폭은 5이다.
얼굴의 길이	전체적으로 3등분하여 이마의 머리카락이 난 언저리부터 눈썹까지의 간격, 눈썹에서 코 끝까지의 간격, 코 끝에서부터 턱까지의 간격이 같아야 한다.
눈	이마의 머리카락이 난 부분부터 입 꼬리에 이르는 부위까지 이등분한 지점에 위치하며, 눈의 가로 길이는 얼굴의 폭을 5라고 할 때 1에 해당되며, 눈의 세로 길이는 가로길이의 1/3이다.
눈썹	이마의 머리카락이 난 부분부터 턱 끝까지의 길이를 3등분 하여 1/3지점에 해당한다. 눈썹의 길이는 눈꼬리와 콧망울을 잇는 연장선상에 눈썹 꼬리가 오게 된다.
코	콧망울과 콧망울의 폭은 코의 길이를 100으로 했을 때 64 정도가 이상적이다.
입술	입의 가로 길이는 두 눈동자의 안쪽을 지나는 수직선보다 크지 않으며 대략 눈의 가로 길이의 1.5배 정도이며, 입은 가로와 세로의 비율이 3:1이다.
귀	코의 위치와 얼굴의 중부에 위치하여 동일한 높이를 유지한다.

<표 3> 동안의 비율

얼굴 부위	동안의 비율
얼굴의 폭	얼굴의 가로와 세로 비율이 1:1.27 정도가 되면 얼굴이 전체적으로 살짝 둥근 모양이 되어 어려 보인다.
얼굴의 길이	상안:중안:하안의 비율이 1:1:0.8이며 중안과 하안이 상안에 비해 짧다.
중안과 코의 길이	여성의 경우 중안이 62mm 이하면 동안으로 볼 수 있고, 남성의 경우 64mm 이하면 동안으로 볼 수 있다.
하안과 턱의 길이	턱은 나오지 않고 약간 짧아야 어려 보인다. 중안을 100으로 봤을 때 하안의 길이가 93 이하면 동안이라고 볼 수 있다.

좀 더 쉽게 얼굴의 보편적 황금 비율을 풀어보면 다음과 같다(표 2).

② 동안의 비율

동안의 황금 비율은 보편적인 얼굴형의 황금 비율과는 약간의 차이가 있으며 구체적으로 정리해 보면 다음과 같다(표 3).

· 얼굴의 눈썹선과 코끝에서 가로로 긴 선을 그어 얼굴을 3등분한다고 생각했을 때 상안:중안:하안의 비율이 1:1:0.8이며 중안과 하안이 상안에 비해 짧아야 한다(그림 6).

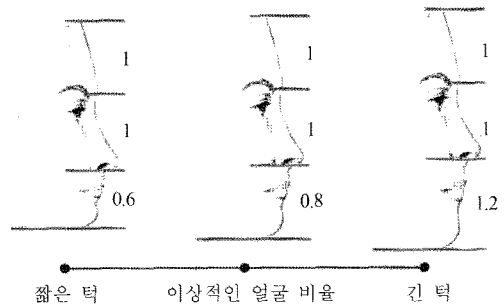
· 중안과 코의 길이

통계에 의하면 한국 여성의 중안 평균 길이는 64mm 정도로 62mm 이하 이면 동안으로 볼 수 있고, 남성의 경우 평균 66mm보다 작은 수치인 64mm 이하 이면 동안으로 볼 수 있다.

· 하안과 턱의 길이

턱은 나오지 않고 약간 짧아야 어려 보인다. 중안을 100으로 봤을 때 하안의 길이가 93 이하면 동안이라고 볼 수 있다.

· 볼살이 통통해야 한다. 볼살은 얼굴의 가로와 세로 비율을 결정하는데 보통 여성의 경우 평균 1:1.30~1.32 정도이므로 동안은 가로 1:1.27 정도가 되면 얼굴이 전



<그림 6> 동안의 이상적인 얼굴 비율

자료출처: '백텐의 꽃' 동안(童顏) 미인의 조건. (2008, 3. 17). 동아일보. 자료검색일 2008, 4. 1, 자료출처 www.donga.com

체적으로 살짝 둥근 모양이 되어 어려 보인다.

III. 동안(童顏) 열풍의 사회문화적 배경

얼마 전까지만 하더라도 남들보다 어려 보이는 외모는 '어린에 같다', '무게 없어 보인다'라는 부정적 인식이 강했지만, 외모 경쟁력 시대를 맞아 '어려지고 싶은 마음'이 가장 중요한 코드로 다가오고 있다. 사실 젊게 살고자 하는 것은 오래전부터 있어온 현상

인데 평균 수명이 길어지면서 살아야 할 날이 많아졌고 이에 따라 일찍 늙는 것이 더욱 부정적으로 여겨지기 시작했다. 즉, 평균 수명의 증가와 짧게 살고자 하는 인간의 욕구가 섞여서 나타난 것이 바로 ‘동안 열풍’이라고 볼 수 있으며 이러한 ‘동안 열풍’은 특히 한국에서 강해지고 있다는 의견도 있다. “[동안(童顏)의 비밀]”(2006)에 인용된 이화여대 사회학과 최섯별 교수에 의하면 ‘동안 열풍’이 인터넷, 미디어, 거대 자본 등의 영향과 IMF 위기로 심화된 경쟁 상황에 의해 가열되었으며 얼짱·몸짱 신드롬이 인터넷에서 화제를 불러일으킨 연장선상에서 ‘동안 열풍’을 바라볼 수 있다고 하였다. 또한 한국의 거대한 미용 시장 자본이 끊임없이 만들어내는 마케팅 전략의 하나가 ‘동안’이라고 말할 수 있으며 여기에 매스컴의 역할이 동안 열풍을 확대시키는 데 중요한 역할을 함으로써 온라인상에서 시작된 동안 열풍을 현실 공간으로 끄집어내기까지는 미디어의 지원이 있었다고 말하였다. 거기에, 갈수록 경쟁이 심화되고 있는 한국에서 살아남기 위해서는 능력 이외의 ‘플러스알파’가 필요하게 되었고 영상시대, 이미지시대에 생존 전략으로 젊어 보이는 외모가 그 역할을 톡톡히 하고 있는 것이다.

이렇듯 동안에 대한 이야기는 근래에 갑자기 생겨난 것이 아니며, 동안 열풍은 단순히 한 가지 원인이 아닌 여러 현상들이 얽혀 만들어진 것으로, 사회문화적·미용문화적 관점에서 살펴본 동안 열풍의 원인을 정리해보면 다음과 같다.

1. 디지털문화의 영향

현대는 ‘유비쿼터스(Ubiquitous)’의 시대이다. 실제로 언제 어느 장소이든 원하기만 하면 어떠한 정보든 손쉽게 얻을 수 있다. 이러한 정보의 홍수 시대 속에서 언제 어디서든 신속한 이미지 파일 전송이 이루어지며 사진편집과 촬영 후 작업이 가능하다는 장점으로 디지털카메라는 대중에게 편리한 수단으로 자리매김 하였다(김아영 2008). 전문가들의 특권이었던 카메라는 디지털카메라의 대중화와 발전으로 누구나 쉽게 사용할 수 있게 되었고, 특별한 날의 상징이 아닌 일상의 기록을 남기기 위하거나, 나 자신을 표현하고 알리기 위해, 또는 인터넷 마케팅의 수단 등으로 널리 사용되었다. 이렇게 일상생활에서 다양한 용도로 디지털카메라를 즐겨 사용하게 되면서 점차 우리가 지각하고, 이해하고, 소통하고, 표현하고, 관계를 맺는

방식에서 커다란 변화가 일어나 자연스럽게 ‘디지털 카메라 문화’가 생겨났고, 문화적이고 질적인 변화를 만들어 내는 중요한 요소가 되면서 동안 열풍의 커다란 계기를 마련하게 되었다.

초고속 인터넷 보급률 1위를 고수하고 있는 한국의 고도화된 인터넷 환경은 디지털카메라 문화를 규정하는 더욱 강력한 물적 조건으로 이는 데이터 교환을 위해 높은 대역폭을 요구하는 디지털사진 등의 공유를 손쉽게 해주었고, 사이버 공간과 결합시킴으로써 사진을 이용하여 간편하게 자기표현을 할 수 있도록 지원하는 개인 홈페이지나 블로그와 같은 개인미디어들이 등장했다. 특히 2004년 말 사용자 1000만 명을 넘어서 ‘1인 홈페이지’시대를 열었다는 싸이월드의 미니홈피는 디지털카메라의 대중화와 발맞춰 인터넷 사용자들을 ‘디지털 부족(部族)화’했고, 이미지를 통한 표현을 유희화 시켰다(김장희 2005). 개인화 커뮤니티 지향의 새로운 인터넷 트렌드에 사용자들은 더 이상 자신을 숨기려 하지 않으며 자신을 공개적으로 드러내는 개방적 자기표현을 하게 되고 ‘직찍’, ‘얼짱’, ‘셀카’, ‘쌍얼’ 등의 유행어를 만들어내며 동안적 요소의 놀이문화를 생성하게 되었다.

특히 개인중심으로 신변잡기적인 정보들이 주로 관리되는 미니홈피의 경우 사진과 짧은 글을 통해 남에게 나를 알리는 자기PR의 수단이 되며 ‘얼짱’문화와 함께 스타마케팅의 도구로 활약하며 ‘쌍얼’이라는 신조어를 만들어내기도 하였다. 얼짱은 “얼굴이 짱(가장) 예쁘다”, “얼굴이 잘 생긴 사람”이라는 뜻으로 청소년들 사이에서 은어로만 사용되어 오다가, 2003년 네티즌들이 인터넷상에서 떠돌던 사진의 일부 주인공들을 얼짱으로 칭하기 시작하면서 대중화된 용어이다(김장희 2005). 또한 ‘얼짱 각도’는 사진이 잘 나오는 각도로 얼굴을 살짝 아래로 기울여 턱이 짧아 보이게 하고 눈을 강조하여 얼굴 비율상 이마 길이가 길고 턱의 길이는 짧으며 눈이 크고 동그랗고 입술은 도톰하게, 불살이 통통하게 보여 실제보다 더 어려 보이게 찍히는 각도를 의미하며 이는 동안적 요소를 반영하고 있다.

또한 연예인의 미니홈피는 팬 홈페이지와는 또 다른 느낌으로 일상적인 그들의 모습을 볼 수 있는 공간이 되며 ‘화장 안한 맨얼굴’을 의미하는 ‘쌍얼’ 열풍을 만들어내었다. 2006년 초 일부 연예인이 개인 홈페이지에 자신의 맨얼굴을 공개하면서 화제가 되기 시작한 ‘쌍얼’은 MBC 오락 프로그램 <무한도전>

에서 개그맨 유재석과 박명수 등이 자주 쓰면서 새로운 트렌드로 자리잡기에 이르렀고 연예인 못지않게 깨끗한 피부를 가진 일반 여성들의 자연스러운 ‘쌍얼’ 사진이 인터넷에 오르내리는가 하면 일부 연예기획사는 아예 연예인의 ‘쌍얼’ 사진을 홍보용으로 이용하기도 하였다. 상큼하고 풋풋한 10대들의 전유물이었던 ‘쌍얼’ 열풍은 TV 드라마와 영화, 광고까지 점령해 새로운 미적 기준으로 정착하며 ‘질은 화장과 지나친 성형’에 실증을 느낀 많은 사람들이 자연스럽게 후한 점수를 주면서 유행하기 시작하였다.

2. 대중매체의 영향

청소년이자 네티즌들이 자생적으로 ‘얼짱’이나 ‘동안’ 등의 문화를 시작한 건 사실이지만 이를 열풍으로 확산시킨 일등 공신이 대중매체를 부인할 수는 없다. 텔레비전은 우리의 시각형성에 73% 정도나 영향을 준다는 ‘시각’을 통하여 정보를 전달해 주는 매체로서, 그 영향력은 매우 크다. 따라서 화면에 등장하는 얼굴은 시청자의 ‘안면관’(顔面觀) 형성에 크게 작용한다(조용진, 1999).

브라운관에서는 실제 나이보다 어려보이거나 젊어 보이는 동안에 관하여 언급하기 시작하였고, SBS에서 2006년 1월 30일 설 특집으로 방영한 <동안 선발대회>를 계기로 ‘동안 열풍’은 가속화되기 시작되었다. 아들보다 더 젊어 보이는 46세 주부 수상자의 동안 비결을 알고자 대중과 언론은 한참 들떴고 이에 그치지 않고 9일 뒤 <김미화의 U>(SBS 2006년 2월 8일 방송분)에서는 이 선발대회 출전자 중 일부를 출연시켜 동안 열풍의 진원지 역할을 하였다. SBS에서 시작된 동안 열풍은 웰빙의 논리와 결합시켜 2006년 초부터 조금씩 매스컴에 보도되기 시작하였고 5월 이후 인터넷과 신문으로 자리를 옮겨 급격히 붐이 일기 시작하였다.

연예계에서의 동안 열풍도 이를 가속화 하였다. 가수 장나라는 나이에 비해 어리고 귀여워 보이는 외모로 대중들의 큰 인기를 끌었고 가수 이승환은 마흔이 넘은 나이지만 20대로 보이는 외모 때문에 ‘어린왕자’라는 애칭으로 불리며 현재까지도 왕성한 활동을 하고 있다. ‘국민 여동생’ 문근영과 스피릿의 나이에도 고등학생 역할을 해도 자연스러운 외모의 임수정, 서른이 넘은 나이에도 여전히 20대로 보이는 최강희 등의 연예인도 각종 CF, 특히 화장품과 트렌드에 민감한 패

션 아이템 광고 모델로 기용되고 있다. 또한 30대 후반의 나이가 믿기지 않은 얼굴로 화장품 브랜드 ‘더히스토리 오브 후(The history of Fu)’에 출연한 고현정, 원조 얼짱을 넘어 40대 쉼시 아이콘으로 통하는 황신혜 등이 대표적인 동안 중년 여성 모델로 활약하고 있다. 이렇듯 동안의 외모를 가진 연예인들은 다른 연예인에 비해 대중들에게 많은 인기를 얻고 있으며 연예인의 보다 긴 활동 연한을 보장해주는 일종의 경쟁력으로써 여겨지고 있는데, 예를 들어, 탤런트 최수종(47)이나 황신혜(46)가 40대 나이임에도 여전히 ‘주연’ 역할을 하고 있다는 점에서 ‘동안’ 이미지는 연예인에게 있어서 더 이상의 취약점이 아닌 것이다. 또한 동안은 외모뿐만 아니라, 외모 만큼이나 젊은 생각을 지녔을 것이라는 기대감까지도 줌으로써 연예인에 대한 호감도 동반 상승할 수 있을 것이다. 이처럼 대중매체의 영향으로 연예인과 매스컴, 인터넷의 융합현상이 시너지 효과를 일으켜 동안 열풍은 가속화 되었다.

3. 사회의 구조변화

사회가 점차 고령화 사회로 진입하게 되면서 젊음을 위한 노력의 가치는 더욱더 커지게 되었다. 저출산 고령화 시대의 도래는 사람들로 하여금 젊음의 연장을 갖게 하였고, 그로 인해 더 젊어지고 싶은 욕망이 커지게 된 것이다. 출산율이 점차 저하되고 노년층의 비율이 점차 많아지게 되면서 노년층의 노동력을 활용하는 것이 필수적인 것으로 변해가고 있는 사회의 변화상과 맞물려 젊어 보이기 위한 각종 노력이 일고 있는 것이다. ‘동안’이란 것이 얼굴만 어려 보이는 것에 한정되는 것이 아니라 전반적인 신체의 건강함을 가꾸는 것과 깊은 관련이 있기 때문이다.

2005년 우리나라의 가임여성(15-49세) 한 명이 평생 낳는 자녀 수(합계 출산율)는 1.08명으로, 인구가 현상을 유지하는 데 필요한 2.1명은 물론 경제협력개발기구(OECD) 회원국들의 평균 1.6~1.7명에 훨씬 못미친 세계 최저 수준이다. 1970년 한 해 100만 명이었던 출생아 수가 2005년에는 43만 8,062명으로 줄었고 우리나라의 노령화 속도 또한 세계에서 가장 빠르며 65세 이상 인구가 전체 인구의 7%에서 14%까지 늘어나는 데 걸린 기간은 프랑스 115년, 스웨덴 85년, 이탈리아 52년인 데 비해 한국은 19년이 걸릴 것으로 예상하고 있다. 지금은 25-54세의 일하는 사람 3명이 55세 이상 노년층 1명을 부양하고 있으나 2026년에는 25-54세

1명이 55세 이상 1명을 부양해야 한다고 하니 우리나라의 저출산 고령화 문제는 심각하다고 할 수 있다(김민주, 이마스, 2007). 평균 수명이 연장되면서 '나이 60이면 이팔청춘'이라는 말이 돌 정도로 중년 여성과 남성을 비롯하여 퇴직 후의 할아버지, 할머니들도 예전과는 달리 더 젊게 살려는 움직임이 늘고 있다. 고령화로 인해 평균수명을 100살로 본다면, 퇴직 후 60세가 넘어도 아직 인생의 반밖에 지나지 않았기 때문에 최근 60세 이상의 대부분은 자신이 아직도 젊다고 생각하며 인생을 즐기고 있는 것이다.

산업의 변화 또한 '동안 열풍'을 부추기게 되었다. 한국 사회는 1960년대 이후 경제개발정책과 함께 급격한 산업화를 겪었고, 1990년대 부터는 IT 중심으로 산업이 재편되면서 젊은 층과 젊은 이미지에 대한 선호가 늘어나게 되었다. 또한 1997년 IMF 이후 우리 경제는 급속도로 어려워지며 정년을 채우지 못하고 직장에서 조기퇴직 당하는 남성들이 늘어나면서, 직장에서 일을 하면서도 언제 쫓겨날지 모른다는 두려움을 느끼고 있다. 기업들은 어려운 경제난을 극복하기 위해 몸집을 줄이는 등의 구조조정을 감행하고, 그로인해 대기업에서도 40세가 넘어서까지 근무하기란 하늘의 별따기 만큼이나 어려워졌다. 이렇게 심화된 경쟁 상황과 더불어 새 것과 젊음이 추앙받는 사회에서 '동안 열풍'은 살아남기 위한 생존 전략이 된 것이다. 이러한 사회적인 분위기로 말미암아 젊은 세대들의 감각에 뒤처지지 않는 젊은 사고방식을 가지려고 노력하는 리더들이 늘고 있다. 외모 역시 마찬가지로 예전엔 비즈니스에 있어 약점으로 생각되었던 남들보다 어려보이는 외모가 요즘에는 자기관리를 잘하고 있다는 강점으로 부각되고 있다. 면접 시에 지원자의 외모나 인상이 채용에 영향을 미치며 특히 동안 지원자를 선호한다는 설문조사 결과도 나왔다. 온라인 리크루팅 업체 잡코리아(www.jobkorea.co.kr)가 2006년 3월 15일 국내 기업 인사담당자 870명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과를 발표한 바에 의하면 인사담당자의 65.2%가 면접 시 지원자의 외모나 인상이 영향을 미친다고 응답했으며, 상당히 영향을 많이 미친다고 응답한 인사담당자도 29.0%나 됐다. 면접 시 지원자의 외모나 인상 때문에 감점을 줬다는 응답자도 75.5%에 달했다. 동안일 경우, 채용 결정에 어느 정도 영향을 미친다는 응답자는 62.4%였으며 '상당히 영향을 많이 미친다'는 3.4%로 나타났다. 예전에는 나이보다 어려 보이는 것이 업무상 오히려


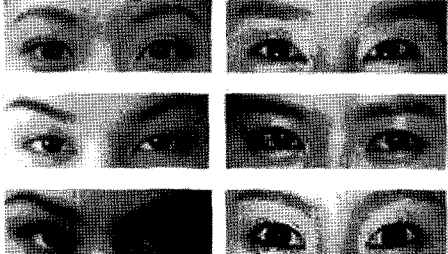

손해를 본다고 생각하는 견해가 많았지만, 최근에는 자기관리를 잘하는 사람으로 평가 받는 경우가 많아져 외모 관리에 적극 나서는 중년 남성인 '노무족(NO More Uncle)'까지 등장하고 있는 현실이다.

4. 이상적 미에 대한 가치관의 변화

시대가 바뀌어 감에 따라 미(美)에 대한 관점이 변화하는 심리적 요인도 '동안 열풍'의 배경으로서 작용한다. 사람들이 생각하는 이상적 신체형은 사회문화적 맥락에 의해 결정되며 개인이 신체를 보는 방법이나 자신의 신체에 대한 만족도 또한 그 시대의 사회문화적 기준에 의해 크게 영향을 받는다(김수정, 2006). 이런 가정이 맞다면 사회의 변화에 따라 아름다운 얼굴을 평가하는 사람들의 기준이 변하게 되는 것이다. 우리나라는 과거 농경사회에서 산업사회로 그리고 정보화 사회, 글로벌 사회로 시대가 변화함에 따라 가치관이 바뀌고 문화가 바뀌듯이 미인관도 각각 다르게 나타나고 있다. 실제로 '연세대학교 인지과학연구소'에서는 2001년에 활발히 활동했던 여자 연예인과 2006년 활동했던 여자 연예인들의 얼굴을 비교하는 실험을 한 결과 2006년 연예인들에게서 '엷된 인상'이 두드러지게 나타나고 '매우 성숙한 인상'은 급격히 감소한 결과가 나타났다고 했다. '2001:2006'의 얼굴 길이나 폭, 전체 비율을 살펴보면, 우선 2001년에 비해 2006년 연예인들의 이마 길이가 길어졌고 눈 길이가 길어졌으며 눈썹 두께가 두꺼워졌다. 또한 턱의 길이는 짧아졌고 얼굴형은 더 가름해 지고 긴 형과 네모형이 줄어들었다. 입술은 좀 더 좁아지고 도톰해졌다. 이러한 인상은 엷된 모습으로 '동안' 얼굴로의 변화를 알 수 있다(표 4).

김수정(2006)에 의하면 지난 30년 동안 미스코리아 대회 본선 수상자 1백 71명의 얼굴 변화를 조사한 결과 기준이 가장 뚜렷하게 변한 부위는 이마와 턱으로 시간이 갈수록 이마는 상대적으로 길어지고, 턱은 반면에 짧아졌으며 얼굴과 입술 모양도 변했다는 것을 알 수 있었다. 얼굴이 다소 각지고 입술 선이 가늘었던 예전 미인들 얼굴에 비해, 최근 미인들은 얼굴이 둥글고 길어졌으며 입술은 더 도톰해졌다. 이는 윤곽이 강하고 성숙한 얼굴이 미인형으로 꼽혔던 과거와는 다른 얼굴로 미인의 기준이 어린아이의 얼굴과 유사한 방향으로 나아가고 있는 것으로 볼 수 있다. 사람들은 엷된 얼굴의 사람을 성격 면에서도 순진하고(McArthur & Apatow(김수정에서 재인용, 2006)) 정

<표 4> 2001년과 2006년의 한국 여자 연예인 얼굴 특징 비교

부 위	2001:2006 비교 사진	특 징
이마와 턱	 <p style="text-align: center;">이마와 턱 길이 비교</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 왼쪽부터 심은아(2001), 윤은혜(2006), 송선미(2001), 김효진(2006). <p>이마 길이가 더 길어지고 턱의 길이는 짧아졌다.</p>
눈	 <p style="text-align: center;">눈의 변화</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 왼쪽(2001): 위부터 김희선, 김지호, 고소영. · 오른쪽(2006): 위부터 김태희, 김선아, 채민서. <p>눈은 더 길어지고 등글해 졌다. 눈썹도 굵어졌으며, 눈썹 길이는 상대적으로 짧아졌다. (특히 뒷눈썹 길이: 화장술의 변화로 볼 수 있다.)</p>
입술	 <p style="text-align: center;">입술의 변화</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 왼쪽(2001): 위부터 김소연, 김희선, 김남주. · 오른쪽(2006): 위부터 공효진, 김민희, 윤은혜. <p>입술산이 높아지고 도톰해 졌다.</p>

자료출처: 김수정. (2006). *얼굴 매력의 변화추세 및 교차 문화적 특징*. pp. 14-30.

직하다고(Keating, Randall & Kendrick(김수정에서 재 인용, 2006)) 느끼기 때문에 그런 면에서의 선호도 있다. 동안을 매력적이고 예쁘다고 우리가 느끼는 것은 우리의 의식 속에 순수해 보이고 착해 보이는 어린 아이의 아름다움을 무의식 중에 얼굴에서 보고 싶어하기 때문이다. 이와 같은 변화는 사람들의 얼굴이 변하였다고 보다 선호하는 인상이 바뀐 것으로 풀이할 수 있으며 아이 같은 얼굴이 이제는 아름다운 얼굴로 받아들여지고 있음을 의미하는 것이다.

또한 조용진 교수는, 그의 저서 『얼굴, 한국인의 낮』에서 “식생활과 생활양식이 변화함에 따라 사람의 얼굴도 변하며 이에 따라 미의 가치 기준도 변화했다”

고 주장하였다. 서구식 식생활 습관으로 인하여 뇌가 커지고 턱이 작아지는 변화를 나타내게 되었는데 패스트푸드, 물러진 음식물 섭취의 영향으로 턱뼈가 작아졌고 이로 인하여 광대뼈와 눈 주위 뼈의 돌출도가 낮아지며 그 중에 하악지(下顎枝)가 특히 짧아졌다는 것이다. 배추, 무 등 채소류도 품종개량과 온실재배, 수경재배 등으로 인하여 섬유질이 적어졌고, 성장 촉진방법을 써서 재배해 조직이 무르게 되었으며, 고기도 갈아서 햄버거 등으로 만들어 먹은 결과 저작 기능이 약해지게 되었다. 따라서 턱뼈의 응력이 전달되는 광대뼈와 눈 주위의 뼈 조직도 얇아지고 두개골조차도 두께가 현저히 줄어들게 되고 이 얇아짐과 동반

하여 얼굴이 오목해지고 광대뼈가 작아졌으며 아래턱의 퇴축이 시작되었다. 또한 생활양식의 변화에 따라 육체적인 일을 적게 하고 정신적인 일을 하면서 뇌의 전두엽이 커짐으로 이마의 용적이 커졌고 얼굴도 각지지 않은 모양으로 변화했으며 턱도 뾰족해지게 되었다고 하였다(조용진, 1999). 이러한 얼굴 형태는 바로 ‘동안’의 특징인 넓고 돌출된 이마와 좁고 뾰족한 턱선에 해당된다.

이렇게 사회문화 환경적인 요인이 심리와 맞물려 젊어지고자 하는 욕망에서 출발한 ‘동안 증후군(syndrome)’은 이제 하나의 단편적인 현상에 그치지 않고 한 시대의 트렌드를 반영하고 주도하는 열풍으로까지 번지게 됨으로 인해 트렌드에 민감한 미용 및 뷰티 산업 분야에 커다란 영향력을 행사하게 된 것이다.

IV. 결론 및 제언

‘젊음의 연장’에 높은 관심을 보이는 오늘날, 동안 열풍은 문화이자 뷰티 트렌드로 자리 잡았다. 본 논문에서는 동안의 정의와 특징, 동안의 공상학적 특징을 구체적으로 살펴보고 동안 열풍이 번지게 된 사회문화적 원인과 배경을 알아봄으로써 ‘사회문화적’ 코드로서의 ‘동안 열풍’의 의미를 되짚어보았다.

현대에 통용되는 동안이란 해부학적으로 나이가 들면서 생기는 여러 변화를 겪지 않은 것처럼 어린이의 얼굴 특징을 고스란히 갖고 있는 얼굴로 동그랗고 넓은 이마, 작은 코, 작은 입, 작은 턱, 자연스러운 눈썹, 맑고 동그란 눈, 통통한 볼의 전형적인 유아적 면상의 인상학적 특징을 가지고 있어 보호본능을 자극하고, 애교·단순·정직·유순 등의 특징을 드러내는 얼굴을 말한다. 보편적인 얼굴의 황금 비율(상안:중안:하안=1:1:1)과 비교했을 때 상안:중안:하안이 1:1:0.8로 하안이 짧았으며 얼굴 가로세로의 비율도 한국인 평균 얼굴 비율인 1:1.3보다 더 둥글게 나타났다. 이로써 동안의 특징을 가진 얼굴이란 하안이 짧고 얼굴이 둥근 얼굴임을 알 수 있었다.

이러한 동안은 ‘외모를 하나의 성공 전략’으로 보는 경쟁 속 이데올로기에 힘입어 젊고 더 성장할 가능성을 가진 존재로 평가됨에 따라 시대의 흐름을 반영하는 트렌드이자 열풍으로 성장하게 되었다. 동안이 뷰티 트렌드로 자리잡기까지의 배경을 살펴보면 다음과 같았다. 첫째, 젊음에 대한 관심이 ‘유비쿼터스’ 시대의 디지털문화의 영향을 받아 ‘셀카’, ‘얼짱’,

‘쌍얼’과 같은 놀이문화를 생성하였고, 싸이월드의 미니홈피와 블로그의 영향으로 이미지를 통한 표현을 유희화 시켰다. 둘째, 여기에 대중매체가 합세하여 <동안 선발대회>를 방영함으로써 ‘동안’은 급격히 붐이 일기 시작하였다. 또한 ‘동안’은 외모만큼이나 젊은 생각을 표현한다는 측면에서 연예인의 인기 비결이 되고 있으며 연예인의 긴 활동을 보장해주는 핵심장치가 되었다. 셋째, 저출산 고령화 형태로 사회 구조가 변함에 따라 젊음을 위한 노력의 가치가 더욱 커지고, 1997년 IMF 이후 심화된 경쟁 상황과 더불어 IT 중심으로 산업이 재편되면서, 새 것과 젊음이 추앙받는 사회는 면접 시에도 동안 지원자를 선호하여 채용하는 등 ‘동안 열풍’을 살아남기 위한 생존전략으로 만들었다. 넷째, 서구식 식생활과 정신적인 일의 증가로 두뇌를 많이 사용하도록 생활양식이 변함에 따라 이마가 커지고 턱은 축소되었으며 얼굴의 골격이 변화되었고, 이로인해 미의 가치 기준이 변화했다. 이는 2001년과 2006년에 활동했던 연예인과 미스코리아를 각각 비교했을 때 ‘옛된 인상’이 두드러지게 나타나고 ‘매우 성숙한 인상’은 급격히 감소했음(김수정, 2006)이 이를 입증해준다. 이와 같이 동안 열풍을 사회문화적, 미용문화적 관점에서 살펴보면 근래에 갑자기 생겨난 것이 아니며, 단순히 한 가지 원인이 아닌 여러 현상들이 융합되어 만들어진 것이라는 사실을 알 수 있다. 즉, 항상 그렇듯이 한 사회의 미용문화 동향과 트렌드는 표면에 나타난 결론과 같이 그 시대를 향유한 사람들의 가치관 변화와 심리의 반영, 필요성에 의해 사회문화의 영향을 받은 것임을 확인할 수 있었다.

본 연구를 통해 ‘동안’의 사회적 의미를 체계적으로 확인할 수 있었고, ‘동안 열풍’이 문화적 코드로 자리매김하기까지의 과정을 통해 하나의 사회적 현상이 미의식과 뷰티 트렌드에까지 미치는 영향력은 적지 않다는 사실을 확인할 수 있었다. 향후 후속연구에서는 다른 사회적 이슈와 현상이 미용문화와 뷰티 트렌드에 미치는 영향력을 지속적으로 연구하기를 기대해 본다.

참고문헌

- 강경화. (2007). *Make you up*. 서울: 도서출판 국제.
 김민주, 이마스. (2007). *앞으로 3년, 대한민국 트렌드*. 서울: 한스미디어.
 김성희. (1990). *성격분장의 고찰*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
 김수정. (2006). *얼굴 매력의 변화추세 및 교차 문화적 특징*.

- 연세대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김아영. (2008). *공연 예술에서의 영상 미디어 활용 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김은정. (2003). *메이크업의 선과 면에 관한 연구*. 대구가톨릭대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김장희. (2005). *디지털카메라 등장이가져온 인터넷 문화컨텐츠의 변화양태 연구*. 서강대학교 언론대학원 석사학위 논문.
- 김정혜. (2008). *포인트 메이크업에 의한 동안 이미지 효과에 관한 연구*. 건국대학교 산업대학원 석사학위 논문.
- 김필례. (2004). *메이크업 테크닉에 관한 연구: 인상과 색채 표현기법을 중심으로*. 한남대학교 사회문화과학대학원 석사학위 논문.
- 동안. (2008, 10. 5). *네이버국어사전*. 자료검색일 2008, 12. 18, 자료출처 <http://krdic.naver.com>
- [동안(童顔)의 비밀]“옛된 얼굴이 경쟁력” 한국은 지금 ‘동안 열풍’. (2006, 9. 18). *주간조선*. 자료검색일 2008, 10. 28, 자료출처 <http://weekly.chosun.com>
- 라이프, 엑스퍼트. (2007). *동안의 기술*. 신금순 옮김 (2007). 서울: 웅진 리빙하우스.
- 미인의 조건. (2007, 6. 16). *KBS ITV '과학카페'*. 자료검색일 2008, 3. 2, 자료출처 <http://www.kbs.co.kr>
- 방기정. (2008). *디지털시대의 향장미용문화에 나타난 메이크업 선호도 경향과 특성: 디지털시대 용·복합화 현상 중심으로*. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위 논문.
- 백세운. (2008). *베이스 메이크업 효과 연구: 보그지(2003.6~2008.5) 베이스 메이크업 화장품 광고 문장표현을 중심*으로. 건국대학교 디자인대학원 석사학위 논문.
- ‘백팩의 꽃’ 동안(童顔) 미인의 조건. (2008, 3. 17). *동아일보*. 자료검색일 2008, 4. 1, 자료출처 www.donga.com
- 서원숙. (2006). *베이스 메이크업 디자인에 관한 연구*. 중앙대학교 예술대학원 석사학위 논문.
- 송유정. (2006). *정치인의 안면 이미지 분석을 통한 호감적 이미지 제고에 관한 연구*. 홍익대학교 광고홍보대학원 석사학위 논문.
- 이상적 미에 대한 가치관의 변화. (2007). *조용진얼굴연구소*. 자료검색일 2008, 10. 24, 자료출처 <http://www.chouyj.com>
- ‘인상학 박사 1호’ 주선회의 인상학 특강. (2004, 10. 1). *동아일보매거진 신동아*. 자료검색일 2008, 11. 2, 자료출처 <http://www.donga.com/docs/magazine/shin>
- 젊게 보이거나... 젊어지거나.. 불어라! 눈에이지 바람. (2006, 2. 23). *KBS WORLD*. 자료검색일 2008, 10. 29, 자료출처 <http://world.kbs.co.kr/korean>
- 젊은 그대가 좋다 童顔時代(동안시대). (2006). *과학동아*. 자료검색일 2008, 10. 22, 자료출처 <http://www.dongascience.com>
- 정홍자. (2008). *Blemish Balm과 파운데이션의 메이크업 효과 비교*. 건국대학교 산업대학원 석사학위 논문.
- 조용진. (1999). *얼굴, 한국인의 낮*. 서울: 세계철.
- 21세기는 ‘노화’와의 전쟁. (2008, 9. 22). *동아닷컴*. 자료검색일 2008, 10. 28, 자료출처 <http://www.donga.com>
- The Golden Facial Mask. (2006). *Marquardt Beauty Analysis*. Retrieved November 10, 2008, from <http://www.beautyanalysis.com/>