

# 뷰티 스폿(Beauty Spots)의 형태와 장식적 기능에 관한 연구

문 정 은\* · 김 속 진\*\*

세종대학교 패션디자인학과 박사수료\* · 세종대학교 패션디자인학과 조교수\*\*

## A Study of the Forms and Decorative Functions of Beauty Spots

Jeong-Eun Moon\* · Sook-Jin Kim\*\*

Candidate for the Ph.D, Dept. of Fashion Design, Sejong University\*

Associate Professor, Dept. of Fashion Design, Sejong University\*\*

(투고일: 2009. 8. 26, 심사(수정)일: 2009. 10. 14, 게재확정일: 2009. 11. 13)

### ABSTRACT

Literature in beauty art is insufficient regarding beauty spot, though it has played an important role in beauty art history. This study aims at analyzing various patterns and decorative functions of beauty spots and examining their remarkable differences by place and time. It attempts to find the symbolic characteristics of beauty patch which influenced European countries socially and culturally in the 17th and 18th centuries. Findings are as follows: first, beauty spots are extremely various by patch patterns and by forms, e.g. Wha-Jeon(花鈿), Bindi and artificial points. In the view of cosmetic purpose, they have been used to beautify appearances, reveal social positions and express the desires like blessing or protection from evil. In the times of Baroque and Rococo, though temporarily, people with beauty spots and their belonged societies used them as communicative tools: obviously, they functioned symbolistically. This study surveyed 156 persons to find what cosmetic messages and images beauty spots present in the contemporary world. Using SPSS 13.0, the study analyzed the responses and found that beauty spots are still functioning and welcomed to let women look more beautiful and more attractive, though their cosmetic messages and sizes have been simplified and scaled down.

Key words: beauty spot(뷰티스폿), beauty patch(뷰티 패치), beauty mark(뷰티 마크), mouche(무슈), 애교점

## I. 서론

학자들은 인류 화장의 역사를 약 150만년이상으로 설명하고 있는데 고대 유적과 유물들을 통해 뷰티스팟(Beauty Spot)도 오래전부터 이용되어왔음을 확인할 수 있다. 색조 화장에서 눈썹(Eye Brow), 아이섀도(Eye Shadow), 입술(Lip), 볼 화장(Cheek Make-up) 등은 장식적 의미를 가지고 매력을 돋보이게 하거나 자신의 개성에 맞는 이미지 연출을 위해 표현되었던 것에 그치나, 뷰티스팟은 지역적 차이와 시대 변화에 따른 형태의 다양성과 그 형태에 따른 의미의 함축성을 담고 있으며 상징적 기호로서 의사소통의 도구 즉 하나의 형태소<sup>1)</sup>로 쓰여졌던 특수성을 가지고 있다.

그러나 국내외 연구 중 뷰티스팟에 관한 연구는 유일하게 Matthew Head(1995)<sup>2)</sup>의 연구만을 발견하였다. 이마저도 음악학 이론 및 역사와 관련된 연구로서 미뉴에트(minuets)와 뷰티스팟은 멋을 부릴 뿐만 아니라 작고, 프랑스 및 귀족과 관련이 있으며 비유적이고 무성하게 번성해나갔다는 것에서 유사한 특징을 가지고 있다고 밝히고 있을 뿐이다. 또한 복식사 관련 연구들은 뷰티스팟의 한 형태인 패치의 형태와 모양에 대해 일부 거론한 바 있다. 이와 같이 뷰티스팟에 관한 연구는 매우 희소하다. 따라서 본 연구는 시대와 지역에 따른 뷰티스팟의 장식적 의미와 특성들을 연구하며 이를 통해 뷰티스팟이 지니는 장식적 기능과 기호적 기능들을 더욱 깊이 연구하는데 의의를 두고 시대적 흐름에 따른 형태 변화와 그 의미를 고찰하고자 한다.

뷰티스팟의 형태와 장식적 의미 등을 위한 연구 자료로는 문헌과 인터넷, 고대 유물·유적을 통해 고찰하였으며 현대 뷰티스팟의 장식목적과 의미에 관한 분석연구는 설문결과를 통해 분석하였다. 설문방법은 주로 대인면담법을 통해 이루어졌으며 서울과 경기, 전북지역에 거주하는 20~50대 여성과 남성을 대상으로 2008년 11월 한 달 동안 조사 하였다. 설문을 실시한 결과 160개의 설문응답자중 결측이 많은 응답지를 제외한 156개의 응답지를 SPSS 13.0을 이용해 분석하였다.

## II. 뷰티스팟의 정의와 다양한 형태

### 1. 뷰티스팟의 정의

'뷰티스팟(Beauty Spot)'은 뺨이나 코, 입술 주변 등과 같이 얼굴에 있는 작고 어두운 점으로 선천적이거나 인위적인 방법으로 아름다움을 증가 시키는 것을 목적으로 한 점을 지칭하며 뷰티 마크(Beauty Mark) 또는 우리나라에서는 애교점이라고도 칭한다.<sup>3)</sup> 뷰티스팟의 형태와 표현 방법은 시대와 민족, 지역에 따라 다르게 나타나나 이것은 단순히 검은 반점이나 사마귀등과는 다르게 구별된다.

뷰티스팟은 그려 넣거나 붙이거나 하는 등 표현의 방식이 약간씩 다른데 본고에서는 명확한 이해를 위해 얼굴에 점을 찍어 표현하는 방식은 'Beauty Mark'라 칭하고 형깊이나 천을 특정한 모양으로 올려 얼굴에 붙이는 방식을 영국은 '패치(Patch)', 프랑스에서는 '무슈(Mouche)'라 칭하며 그 외에 고찰한 나라들 중 그 나라 고유의 명사를 가지고 있는 것은 다른 용어로 대체가 불가능하므로 상황에 따라 각각의 용어를 그대로 사용하도록 할 것이다. 그러나 이 모든 형태는 장식 의도와 표현적 특성이 비교적 같으므로 이 모두를 큰 범주에서 뷰티스팟이라 명명하도록 한다.

### 2. 뷰티스팟의 형태와 장식방법

#### 1) 고대의 뷰티스팟

뷰티스팟의 여러 양상 중에서도 가장 오랜 역사를 지니는 것은 '뷰티마크'의 형태로 BC 1300년 미케네(Mycenaean) 상류층 여성의 석조 두상 <그림 1><sup>4)</sup>을 대표적 예로 들 수 있다. 이 여인의 양 뺨과 이마 그리고 턱에는 큰 원을 중심으로 작은 점들이 섬세하고 매우 정교하게 장식된 것을 볼 수 있다. 또한 로마 황실의 남자들도 그들의 외모가 더 어려보이고 안색이 좋아 보이게 하기 위해 뷰티스팟을 사용했다<sup>5)</sup>는 기록을 볼 수 있다.

한국의 경우는 고구려 무용총 수산리 벽화에서 뺨에 둥근 연지를 찍고 있는 여인들의 모습을 통해 뷰



〈그림 1〉 석고 두상  
Decorated Skin, 1997,  
p. 25



〈그림 2〉  
수산리벽화,  
<http://www.daum>

티스팟을 발견하게 된다. 〈그림 2〉<sup>6)</sup> 사머니즘 문화권에서는 잡귀가 붉은색을 싫어하여 피한다는 것에서 연지를 찍는 관습이 비롯되었다는 주장이 보편화되어 있다.

연지화장의 시초는 중국 은(殷)나라의 주왕 때이며, 한국의 경우는 수산리 벽화의 여인들〈그림 2〉이 연지화장을 한 것으로 보아 고구려 때부터로 본다. 기록에는 고구려의 악공이 이마에 연지를 발랐고, 일본에도 전파했으며 신라의 여인들이 연지화장을 하였다 한다. 그러나 「고려도경」에 보면 고려 여인들은 연지를 쓰지 않았다고 기록되어 있다. 연지에 관한 풍속은 단옷날에 비녀 끝에 연지를 발라 재액을 물리치고, 일부 산간지방에서 전염병이 돌 때는 예방수단으로 이마에 연지를 칠하거나 붉은 색종이를 오려 붙이는 관습이 있었다.<sup>7)</sup> 이것은 현재까지 그 풍습이 남아있어 전통 혼례시 신부의 대명사로 인식되고 있다.

## 2) 당나라 여성의 화전(花鈿)과 면엽(面靨)

개원유사(開元遺事), 사물기원(事物紀原)등과 같은 문헌에 따르면 붉은 분으로 장식하고 이마에 화전(花鈿)을 붙이며 보조개(酒窩)를 그리는 것이 당대 여인들의 대표적 화장법이다.

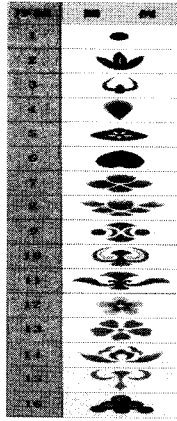
이 화전은 이마 중앙에 하는 화변상(花卉狀)의 점묘(點描)로 이마장식을 말하며 보조개의 위치에 점을 그리는 것은 면엽(面靨)이라 한다. 당시 화장법을 잘 보여주는 유물인 '비단 치마 입은 여인상(木身錦

衣裙女俑)' 〈그림 3〉<sup>8)</sup>을 보면 매우 희고 고운 피부에 통통한 얼굴, 양 뺨은 흰 피부와 대조적인 붉은 분으로 장식하고 양 입가에 검고 작은 면엽(面靨)을 그려 넣었으며 꽃무늬모양의 화전을 미간에 붙인 형상을 하고 있다. 이 여인의 모습은 로코코 시대 여성의 화장 특징과 매우 유사한데 자신의 신분적 위치를 잘 드러내주는 하얀 피부와 얼굴을 더욱 하얗게 보이게 하기 위해 붉게 물들인 입술과 뺨이 그려지며 다양한 모양의 화전장식은 여러 가지 모양의 패치를 표현했던 것과 흡사하다.

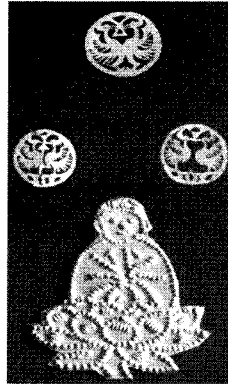
화전의 유래는 남북조 무렵이나 여성들 사이에서 보편적으로 성행하게 된 것은 당대에 이르러서이며 각종 꽃잎의 형상으로 제작하였는데 그중에서도 매화꽃 모양이 가장 많았다. 뿐만 아니라 복잡하고 다양한 각종도안이 있는데 우각(牛角), 선면(扇面), 복숭아 화도자(和桃子)를 모방하고 추상적인 도안으로 취전(翠鈿)이 있다.<sup>9)</sup> 이와 같이 미간이나 뺨에 꽃·달·별 등의 무늬를 그려 넣는 화장을 화전이라 하는데 이마에 하는 것을 화전(花鈿), 뺨에 하는 것을 엽전(靨鈿)이라고 구별하기도 한다. 화전의 색채는 매우 풍부하며 그 색은 일반적으로 채료 자체에 의해 결정된다. 그 예로 금박화전, 취전을 들 수 있는데 취전은 각종 새의 깃털로 만든 것으로 가장 아름다우며 청록색을 띤다. 화전을 붙이는 풀물은 가교(阿膠)이며 물고기 부레로 제조되는데 그 점성이 매우 뛰어나 사용할 때에는 입김을 불거나 소량의 침을 바



<그림 3>  
木身錦衣裙女俑,  
中國歷代婦女粧飾,  
1988, p. 139.



<그림 4>  
各式花鈿,  
中國歷代婦女粧飾,  
1988, p. 138



<그림 5>  
상) 金箔花鈿,  
湖南長沙晉墓出土  
하) 金箔花鈿,  
浙江衢州橫路宋墓出土,  
앞의 책, 1988, p. 144.



<그림 6>  
滿臉妝靨的五代婦女,  
敦煌莫高窟61窟供養人壁畫  
中國歷代婦女粧飾, 1988,  
p. 139

르면 곧 점액이 용해되어 붙게 되며 떼어낼 때는 약간의 뜨거운 물을 첨가하면 곧 떨어진다. <그림 4><sup>10)</sup>

장엽(粧靨)은 뺨의 보조개에 하는 장식으로 면엽(面靨)이라고 하는데 양 뺨에 단청(丹青)을 찍어서 웃는(靨:笑窪/엽:소와) 모양을 나타낸 것으로 이는 원래 장식의 목적이 아니라 궁정 생활 중의 특수한 4표기였다고도 한다. 즉 어떤 후비가 생리기간이 되어 제왕을 모시지 못할 때 얼굴에 두 개의 점을 찍어두면 여사가 이를 보고 그 이름을 올리지 않았다고 한다. 이는 통상적으로 연지로서 점을 물들이거나 화전(花田)처럼 금박(金箔), 취우(翠羽)등을 이용하여 붙이기도 하였다. 그 형상으로는 성당<sup>11)</sup> 이전에는 황두 같은 두 개의 원점을 만들었는데 원진의[한장성恨粧成]시에 '얼굴에 둥근 점을 찍는다.' <그림 5><sup>12)</sup> 라고 기록되어있다. 성당 이후에는 그 범위가 확대되고 양식도 풍부해져 어떤 형태는 동전과 같아 전점(錢點), 어떤 형태는 살구와 같아 행엽(杏靨)이라고도 칭했다.

원래 면엽의 주위에는 각종화훼로도 장식을 하여 화엽(花靨)이라고도 했는데 이는 섬서, 서안 등지에서 출토된 도형에서 볼 수 있으며 이는 반드시 입가만이 아니라 콧날 양쪽에도 장식한 것으로 본다. 만

당오대이후 정치 경제 등에 의해 복장형식은 보수적으로 변하나 장식풍조는 오히려 만연되어 이시기에는 전통적인 원점 화혜 외에 새, 짐승의 도형, 심지어는 이러한 무늬들을 얼굴 가득히 붙이기도 했는데 <그림 6>의 둔황벽화 중에서도 발견할 수 있다.<sup>13)</sup>

### 3) 인도 여성의 빈디(Bindi)

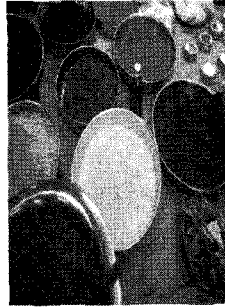
인도 여성의 경우에는 아름다움과 더불어 축복을 바라는 마음을 담아 뷰티 마크 장식을 한다. 인도의 여성들은 이마를 신체에서 유일하게 순결한 부위라고 여기고 있기 때문에 어떠한 분비물로도 더럽혀지지 않은 이마에 붉은 점을 그려 넣는다. 눈과 눈 사이에 위치한 이마 중앙에 표시한 이 붉은 점을 '빈디(Bindi)'라고 하는데, 이는 산스크리트어인 '빈두(Bindu)' 혹은 방울(Drop)에서 유래된 것으로 결혼한 여성을 축복하며 보호하는 의미에서 결혼한 여성들만 그리는 전통적인 화장법이였다. 그러므로 과부인 빈디와 가르마를 가로지르는 신두르(Sindoor)의 붉은 장식을 할 수 없었다.<그림 7><sup>14)</sup> 빈디는 원래 인간의 두 눈을 뛰어넘는 지혜를 나타내는 제 3의 눈을 표현하는 것으로 간주되므로 상서로움, 행운 그리고 유쾌함을 상징한다. 과거 인도의 힌두교 여성은 매일 아침이나



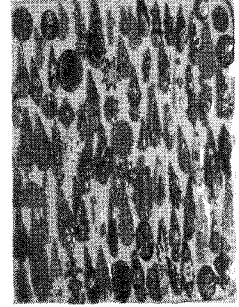
〈그림 7〉 빈디와  
신두르장식  
www.daum.net



〈그림 8〉 인도 라자스탄  
지역의 여자, *Decorated  
Skin* 1997, p. 175



〈그림 9〉 여러 색의  
빈디 파우더  
http://www.daum



〈그림 10〉 빈디 스티커  
www.daum.net

사원에 가기 전 Kamala(비당)나무나 Red Sandalwood(자단), 또는 Heartwood(적목질(赤木質)의 심재(心材)에서 얻어진 색료 등을 이용하여 점을 찍었다.<sup>15)</sup> 또한 힌두교의 예배의식에서 여성 예배자가 꽃잎으로 만든 파우더를 담은 그릇 앞을 지나갈 때 승려는 엄지손가락에 이 파우더를 묻혀서 이마에 찍어준다. 액운을 막아준다는 의미가 담겨있는데 이 전통은 점점 장식용으로까지 발전했다. 이 붉은 점의 의미는 축복을 바라는 마음과 장식의 의미를 동시에 가지고 있다. 〈그림 8〉<sup>16)</sup>은 인도 북서부의 라자스탄(Rajasthan)주 젊은 여자의 모습으로 이마의 붉은 점과 검은 마크 등은 나쁜 것으로부터 보호한다는 의미를 지니고 있다. 그러나 대부분의 북인도 지방에선 여성이 결혼을 했다는 징표로 해석되지만 남인도에서는 모든 소녀가 빈디를 찍을 수 있는 특권을 누리기도 한다.

빈디(Bindi), 신두르(Sindoor), 티카(Tikka), 포투(Pottu) 등의 여러 가지 명칭으로 불리는 이마의 장식들은 복잡한 예술적 디자인의 완성으로써 작거나 혹은 큰, 격렬한 원형의 모양을 하고 있다. 때로는 길게 세로로 뺨은 라인이기도 하고 때론 뾰족한 끝을 지닌 극소형의 유선형, 삼각형, 원형의 형태를 가지기도 한다. 예전에는 붉은 점의 형태가 대다수이던 빈디가 요즘은 다양한 모양과 색깔로 만들어져 유행하고 있는데 빨강, 노랑 등 화려한 의상색깔에 맞춰 이마를 장식하고 있다. 오늘날 빈디는 전통성보다는 패션의 의미를 더 강하게 지니게 되었고, 빈디의 유

무나 그 형태, 색상 등이 더 이상 여성의 캐릭터나 기·미혼 여부, 혹은 문화적 배경 등을 설명하지 못하는 실정이 되었다. 빈디는 그들의 지역적 전통과 패션의 흐름에 따라 표현되어 지며 재료에 있어서는 주로 가공된 컬러 파우더와 리퀴드 용액, 패션 소품으로 상품화된 스티커 형태의 빈디를 사용하기도 한다. 〈그림 9, 10〉<sup>17)</sup>

#### 4) 바로크 시대의 뷰티 패치(Beauty Patch)

‘뷰티 패치’는 검은 실크나 벨벳을 달이나 별 등의 모양으로 오려 붙여 얼굴에 장식한 것으로 착용자가 원하는 분위기나 의도에 따라 붙이는 모양과 부위가 달라졌다. 로마 시대에도 얼굴의 작은 흠집들을 가리기 위해 블랙 패치 또는 블랙 스팟을 사용한 기록<sup>18)</sup>을 볼 수 있으나 뷰티 패치는 1590년대부터 18세기까지 남녀노소를 불문하고 장식을 할 만큼 대단한 유행을 일으켰다. 17세기 패치의 유행이 가장 요란했던 곳은 영국으로 1650년 영국 의회는 애교점 금지법을 통과 시켰으나 거의 효과가 없었다. 패치는 훗날 20세기 초 Court Plasters<sup>19)</sup>의 유래가 되었을 뿐만 아니라 1702년에서 1714년까지 영국에서는 착용자의 소속된 정당을 나타내는 역할을 하기도 하였다.<sup>20)</sup> 패치의 장식적 의미가 가장 세분화 되고 사회적 파장을 일으킬 정도로 유행했던 시기는 17세기 바로크 시대이다. 17세기 유럽은 신앙, 정치, 사회면에서 동요가 가장 심했던 시대로 사회의 혼란 속에서도 귀족들은 장중하고 화려한 곡선과 과장된 장식을 좋아했

다. 바로크(Baroque)는 스페인어의 바루카(Barrucca)에서 연유한 것으로서 '일그러진 진주'를 의미한다. 바로크 스타일은 움직임이 있는 격정적인 미(美)의 이상과 자유분방한 율동감을 곡선으로 나타냈으며 이는 헤어스타일과 의상 그리고 메이크업에 많은 영향을 주었다.

예로부터 남성이 화장을 한 기록은 로마나 이집트에서도 찾아 볼 수 있지만 18세기 프랑스에서처럼 여성적 메이크업이 습관화되었던 적은 없었다. 프랑스의 루이(Louis) 14세는 전왕인 루이 13세나 후왕인 루이 15세와는 달리 인공적 화장품을 사용하여 메이크업 하는 것을 금지시키고 단지 향수만을 사용하게 하였기 때문에 루이 14세 때 화장을 즐기던 남자들의 멋은 절제되어 당분간 자취를 감추게 되었지만 루이 15세 때 다시 등장하게 되었다. 루이 15세의 시기 즉 18세기 로코코 시대에는 남녀가 메이크업을 과장되게 하였으며 혼란하고 무분별한 메이크업이 성행하였는데 특히 17세기에서의 종이실크, 벨벳을 재료로 한 작은 검정색의 패치는 얼굴의 잡티 뿐 아니라 가슴에까지 붙여졌다. 당시에는 이런 패치가 사람을 젊고 매력적으로 보이게 한다고 믿었으며 남녀 모두 백납 분을 사용하여 얼굴을 희게 하고 볼과 입술에 루즈를 칠한 후 뺨에는 패치를 붙였는데 이 모습은 세련된 신사로 인식되었다.

패치(Patch)는 'Assasin', 'Beauty Spot', 또는 'Mouche'라고도 불렸는데<sup>21)</sup> 프랑스어인 '무슈(Mouche)'는 파리가 앉은 것처럼 보인다고 해서 생겨난 이름이었다. 패치는 모양이나 크기, 붙이는 위치도 다양하였으며 패치의 유행이 극심해진 상황에서는 귀족뿐만 아니라 하층계급과 성직자, 남녀노소를 막론하고 패치를 붙였다. 작고 검은 뷰티 패치를 붙이는 풍습은 원래 치통을 진정시키기 위하여 관자놀이에 검은 벨벳이나 호박단의 궁정용 고약을 붙였던 것에서 유래되었다. 그 당시는 천연두를 예방하는 백신이 발명되지 않았기 때문에 많은 이들이 천연두로 인한 흉터를 가지고 있었고 또 위험한 남분이나 화장품 때문에 피부에 부스럼이 생겼는데 이것을 감추는 것을 목적으로 패치의 사용이 시작되었다. 그러나 시간이 지나면서 흉터를 감추는 목적 이외에 흰 피부를

강조하고 피부의 광택을 증가시켜 얼굴을 미화함으로써 이성의 관심을 끌기 위한 목적으로 사용되었다. 또한 남·여 모두 그들만의 은밀한 메시지를 전달하기 위해 얼굴 위에 '무슈'를 붙였다. '무슈'가 파리에 나타난 것은 16세기 부터였지만 17세기가 되어 유행이 되었고 18세기 까지 이어졌으며 남, 여 모두 복잡해지고 다양한 방법으로 유행이 번져 나갔다.

패치는 검은색의 실크(Silk), 타페타(Taffeta), 벨벳(Velvet) 등으로 만들어졌고 형태는 단순한 반점이나 원형, 별, 초승달, 다이아몬드에서부터 정교한 동물이나 곤충, 인물, 마차 등에 이르기까지 다양했으며 자신만의 특이한 문양을 가지기도 했다. 이것도 다른 유행과 마찬가지로 17세기 말경에는 지나친 사용으로 웃음거리가 될 정도였는데 어떤 기록을 보던 한 사람이 15개까지 한 모습을 보았다고 되어 있다 <그림 11><sup>22)</sup> 이를 통해 알 수 있듯이 다른 모양의 패치를 몇 개 씩 이마나 관자놀이, 입술 주변 등에 붙였다. 또한 귀부인들은 패치에 다이아몬드를 박기도 하였으며 가면은 장식을 목적으로 18세기 후반까지 사용되었는데 가면위에조차 패치가 사용되어 패치의 사용은 극치를 이루게 된다. 패치의 안에는 얼굴에 부착하기 용이하게 아교가 붙어있었으나 잘 떨어졌기 때문에 패치를 상자에 넣어 가지고 다니다가 떨어지면 다시 붙였다. 금속과 도자기로 만들어 에나멜을 입힌 작은 패치 상자들은 중상류층 여성들이 패치를 넣어 들고 다니던 것으로서 뚜껑 윗면에는 잘 알려져 있는 친밀한 광경과 건물들이 그려져 있으며 우아하고 섬세하게 장식되어 있었고 작고 얇아서 가지고 다니기 쉬웠다.

특히 18세기에 사용되었으며 주로 직사각형이었으나 때로는 타원형도 있었다. 금이나 금속으로 만들었으며 에나멜을 입히거나 연애 장면을 그리고 그 위에 보석을 박아 넣기도 했기 때문에 이것을 선물한다는 것은 상대방에 대한 사모의 감정을 강하게 나타내는 것으로 볼 수 있었다. 1890년 애쉬톤스(Ashtons)에 의해 기증받은 18세기 에나멜 메탈 패치박스를 통해서도 이를 알 수 있는데 이는 1760~1780년경 영국의 빌스톤(Bilston) 또는 버밍엄(Birmingham)에서 만들어진 것으로 보이며 패치 박스

안에는 'Fidelle en amour (Faithful in Love)'라는 글자가 쓰여 있고 뚜껑에는 거울이 달려 있다. <그림 12><sup>23)</sup>

패치는 붙이는 위치와 모양에 따라 자신의 마음을 상대방에게 알리는 수단으로 사용하게 되면서 상대에게 자신이 외롭다거나 미혼임을 은밀하게 나타내기도 하였다. 패치가 암묵적 언어 기능을 하게 되면서 남녀 모두 그들만의 은밀한 메시지를 전달하기 위해 얼굴의 원하는 위치에 뷰티 패치를 붙였다. 만약 여성의 오른쪽 뺨에 패치가 붙여져 있다면 그녀는 '결혼했음'을 의미하고 왼쪽에는 '약혼했음'을 눈과 눈 사이에 패치를 붙이는 것은 '열정으로 불타고 있음'을 의미했다.

프랑스에서 '무슈'의 기호적 성격은 더욱 구체화되어 붙이는 곳에 따라 각각의 자세한 명칭과 의미를 가지게 되었는데 눈 주변에 붙이는 것은 'Passionnée (정열적인 여인)', 입 가장자리에 붙이는 것은 'Baiseuse (키스하는 여인)', 입술 위에 붙이는 것은 'Coquette (멋쟁이, 내숭쟁이, 요염한, 장난기 있는)', 볼 한가운데에 붙이는 것은 'Galante(우아한 여인, 정중한 여인, 남자의 경우에는 친절)'이란 의미를 가지고 있었다. 이 외에도 코 위에 붙이는 'Roguish(무례한)', 'L'effrontée(뻔뻔한, 염치없는)', 이마 위에 붙이는 'Majestueuse'는 위엄 있음을 상징했다. 또한 웃음으로 생기는 주름위의 '무슈'는 'Enjouée(쾌활)', 턱 위의 '무슈'는 'discrète(신중함)'을 의미했다.

그러나 1798년 에드워드 제너(1749~1823)박사는 천연두 백신개발에 성공하였고 이 방법은 금방 유럽 전역으로 퍼져 나갔는데 적어도 천연두의 흉터를 가리기 위한 목적으로 패치를 사용하는 일은 하지 않아도 되었다. 백신의 발명과 19세기에 들어서면서 자연스러운 미가 전반적으로 강조되었던 영향으로 인해 더 이상 패치의 사용이 필요치 않게 되었고 그로 인해 패치 상자는 텅 비게 되면서 사람들은 패치상자에 분을 넣어 다니게 되었는데 이것은 콤팩트의 탄생을 가져오는 원동력이 되었다. 시간의 흐름에 따라 패치의 유행은 자연스럽게 쇠퇴하고 그 의미도 축소되었다.

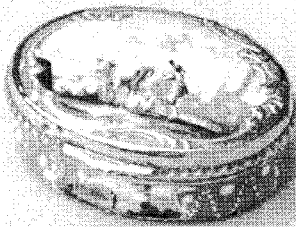
### 5) 근대의 뷰티 마크

1920년대는 바로크 시대에 견주일 수는 없지만 또한 차례 뷰티 스팟이 유행했던 시기이다. 1927년 미국 '보그'지는 뷰티 전문가 '포르티 미나드'의 글을 통해 최초의 진정한 입체적 얼굴을 위한 메이크업 개념을 소개하였는데 그중 일부를 보면 '양쪽 코 근처의 눈가장자리에 작은 점을 찍으면 아름답고 빛나는 눈을 만들 수 있다'라고 밝히고 있다. <그림 13><sup>24)</sup>

이 외에도 입술 주위에 점을 찍어 붉고 촉촉하게 빛나는 입술을 강조하기도 하였는데 대표적 예로 영화배우 글로리아 스완슨(Gloria Swanson)의 턱에 있는 뷰티마크는 그녀의 트레이드마크가 될 정도였다.



<그림 11> 덴마크여왕 샬로트(Charlotte), 패션의 역사, 1993, p. 125



<그림 12> Enamelled metal patch-box, www.liverpoolmuseums.org



<그림 13> 뷰티스팟, 메이크업 & 스타일100년사, 2001, p. 40



<그림 14> 마릴린 먼로, www.daum.net

무비스타나 모델 등과 같은 패션리더들의 메이크업과 장식은 카메라와 영상산업의 발달로 인해 재빨리 확산되었고 대중들에게 선호되면서 트렌드를 형성하였다. 1950년대의 마릴린 먼로와 진 할로우의 뷰티스팟 또한 대표적인 예로 꼽을 수 있으며 특히 마릴린 먼로의 뷰티 마크<그림 14><sup>25)</sup>는 새로운 유행을 창조하는 결과를 가져왔으며 이 현상은 20세기 동안 이어졌다. 이들은 과거와 달리 화장품의 발달로 검정 안료로 만들어진 제품을 사용하였다. 우리나라에서도 1940년대 말에서 1950년대 초에 유명한 기생들 사이에 턱이나(특히 노복궁: 턱의 좌우 부위) 볼에 애교 점을 찍는 것이 유행한 적이 있었다.

### Ⅲ. 현대의 뷰티스팟

21세기를 사는 우리들의 시대에서도 뷰티 스팟은 다양한 형태로 나타나고 있다. 최근 몇 년 전 1993년과 2002년 두 차례에 걸쳐 『피플지』에서 ‘가장 아름다운 50인’에 선정되었던 패션모델 Cindy Crawford의 돌출된 점은 뷰티마크에 대한 관심을 다시 소생시키고 새로운 룩을 형성하기도 하였다.

스포츠 서울 닷컴은 2007년 2월 8일 ‘고소영과 한가인 코에 점이 없다면?’이라는 소제목으로 다음과 같은 기사를 실었다. ‘백옥 같은 피부에 선명하게 박힌 점은 자고로 미녀의 상징. 고소영과 한가인의 점은 섹시미를 부각시키고, 전지연과 박수진의 점은 청순미를 살려준다. 그래서일까. 점 없는 미녀 스타의 얼굴은 왠지 어색하다. 점 하나 뺀을 뿐인데, 이미지는 180° 달라졌다. 네티즌들은 “점 하나가 이렇게 중요한지 몰랐다. 여전히 예쁘긴 하지만 점과 함께 독특한 매력도 함께 없어진 것 같다”고 섭섭해 했다”

위의 4명의 연예인들의 애교점은 자연적으로 생긴 점이지만 일부 일반여성들 사이에서도 애교점을 선호하는 현상이 나타나고 있다. 현대여성들은 입가나 콧등의 점들을 자신의 피부의 광택을 증가시키거나 흉터를 가리기 위한 목적으로 사용하지는 않지만 패치위에 다이아몬드를 박았던 귀부인들의 장식행동처럼 큐빅이나 스톤을 콧등이나 눈 주위에 붙여 장식하기도 한다. 그러나 현대의 뷰티 스팟이 17세기나

18세기 때의 뷰티 스팟과 다른 점은 17·18세기의 뷰티 패치가 기능적이고 설명적인 성격을 가진 약호(略號)화된 언어로서의 기능을 가졌다면 현대에서는 상대방에게 섹시함과 때로는 귀여운 이미지를 연출하는 장식적 기능을 수행하는 요소로만 사용되고 있다는 것이다.

#### 1. 뷰티스팟에 대한 인식과 이미지 분석

##### 1) 조사대상과 방법

본 연구에서는 위의 기사가 밝히는 바와 같이 현대인들은 뷰티스팟에 대해 어느 정도 호감도를 가지고 있으며 장식적 의미에 대해 어떠한 견해를 가지고 있는지 조사하기 하기 위해 몇 가지 가설과 함께 설문을 진행하였다. 현대인들이 생각하는 뷰티스팟의 장식적 의미를 알아보기 위해 외국 연예인중 뷰티스팟의 이미지를 강하게 가지고 있는 마릴린 먼로, 신디 크로포드와 국내 배우 중에는 위 기사에서 거론된 고소영, 한가인, 전지연을 모델로 선정하였다. 마릴린 먼로의 경우에는 동시대 인물은 아니지만 시대를 초월하는 섹시 아이콘으로 불릴 뿐만 아니라 뷰티스팟하면 가장 먼저 떠올리는 인물기에 조사 대상에 포함시켰다. 그 외 네 명의 배우는 지역적 구분은 다르나 각기 뷰티스팟에 관한 여론 조사에서 뷰티스팟이 매력적인 인물로 선정된 바 있어 동일선상에 놓고 설문을 진행하였는데 이는 동서양의 차이를 발견할 수 있는지를 관찰하고자 하는 의도가 담겨 있다.

본 연구는 서울과 경기, 전북지역에 거주하는 20~50대 여성과 남성을 대상으로 하였으며 2008년 11월 한 달 동안 설문조사를 한 결과 160개의 설문응답자중 결측이 많은 응답지를 제외한 156개의 응답지를 SPSS 13.0을 이용해 분석하였고 문항특성에 따라 빈도와 백분율을 산출하였다. 또한 선정된 5인의 모델 중 뷰티스팟의 이미지가 가장 강하게 인식되는 배우를 선정함에 있어 자신이 좋아하는 배우를 선택했을 가능성과 유행 관심도에 따른 뷰티스팟에 대한 인식차이를 알아보기 위해 교차분석을 실시하였다. 조사 대상의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다.



〈표 1〉 조사대상의 인구 통계학적 특성

구분		빈도	%	구분		빈도	%
성별	여자	124	79.4	소득	100만 원 이하	78	50.3
	남자	32	20.5		100~200만원	21	13.5
	Total	156	100		200~300만원	23	14.8
연령	20대	84	53.8		300~400만원	11	7.1
	30대	37	23.7		400만 원 이상	22	14.2
	40대	28	17.9	Total	155	100	
	50대	7	4.4	유행 관심도	관심이 없다	17	10.9
Total	156	100	조금 있는 편이다		35	22.4	
결혼 여부	미혼	94	60.2		보통이다	31	19.9
	기혼	62	39.7		조금 많은 편이다	39	25.0
	Total	156	100		매우 관심이 많다	34	21.8
	직업	학생	75	48.0	Total	156	100
무직 (전업주부포함)		17	10.8	색조화 장품사 용여부	기초화장품 사용안함	25	16.2
사무직		22	14.1		기초화장품만 사용	16	10.4
영업직		12	7.6		가끔 사용	29	18.8
서비스직		4	2.5		의출시에 사용	48	31.2
자영업		9	5.7		매일 사용	36	23.4
전문직		17	10.8		Total	154	100
Total		156	100				

〈표 2〉 뷰티스팟에 대한 이미지

구분		빈도	%
뷰티스팟 이미지	섹시하다	49	31.4
	귀엽다	46	29.5
	청순하다	9	5.8
	흔스럽다	2	1.3
	미련해 보인다.	1	0.6
	거부감이 생긴다.	2	1.3
	없으면 더 좋겠다는 생각이 든다.	21	13.5
	있으나 없으나 이미지에 크게 영향을 받지 않는다.	15	9.6
	사람마다 다르다.	11	7.1
	계	156	100

2) 결과 및 고찰

(1) 뷰티 스팟에 대한 인지도

조사 대상자들이 뷰티스팟에 대해 가지는 이미지 조사에서 긍정적 반응을 살펴보면 전체 응답비율 중 66.7%에 해당하며 그 중 섹시하다는 의견이 가장 많았고 귀엽다, 청순하다는 응답 순으로 나타났다. 이는 전체 응답비율에서 66.7%에 해당하는 수치로서 뷰티스팟에 대해 보다 긍정적인 이미지를 가지고 있는 것으로 나타났다. 〈표 2〉

얼굴의 점이 몇 개까지 일 때, 뷰티스팟이 될 수 있다고 생각하는가? 라는 질문에 1개(107명), 2개(39명), 3개(6명), 4개(1명)의 순으로 나타났는데 얼굴에 있는 점의 숫자가 적을수록 뷰티스팟이 될 수 있다고 생각하고 있음을 알 수 있었다.〈표 3〉

응답자들은 앞의 결과에서 뷰티스팟에 대해 긍정적 이미지를 가지고는 있는 것으로 나타났으나 '뷰티스팟을 찍는 것이 유행한다면 따라할 용의가 있는가?' 라는 질문에 자신이 따라할 의사에 있어서는 좀

〈표 3〉 뷰티스팟으로 허용할 수 있는 점의 개수

구분		빈도	%
뷰티스팟의 개수	1개	107	69.9
	2개	39	25.4
	3개	6	3.9
	4개	1	0.6
	계	153	100

〈표 4〉 뷰티스팟이 유행할 경우 따라할 용의

구분		빈도	%
따라할 용의	따라할 용의가 전혀 없다	95	60.9
	한두 번은 해보겠다.	59	37.8
	자주하고 다니겠다.	1	0.6
	유행하는 동안은 늘 하고 다니겠다.	1	0.6
	계	156	100

〈표 5〉 뷰티 스팟을 표현한다면 사용하고자 하는 재료

구분		빈도	%
표현 방법	펜슬 또는 아이라이너	81	54.7
	문신	25	16.9
	스티커	21	14.2
	큐빅	21	14.2
	Total	148	100

〈표 6〉 매력적으로 인식하는 뷰티스팟의 크기

구분		빈도	%
선호크기	0.09mm	62	41.6
	0.12mm	51	34.2
	0.15mm	29	19.5
	0.2mm	6	4.0
	0.28mm	1	0.7
	Total	149	100

더 소극적인 태도를 취하고 있음을 알 수 있었다.〈표 4〉

표현 방법에 있어서는 펜슬 또는 아이라이너를 이용한 방법이 81명, 문신을 이용한 방법이 25명, 스티커와 큐빅이 각각 21명으로 나타났는데 문신의 경우 스티커와 큐빅을 이용한 방법에 비해 좀 더 많은 실험자가 선택한 표현방법이었지만 일시적인 장식 방법과 영구적 장식방법이라는 측면에서 볼 때 일시적 방법을 선택한 실험자가 영구적방법인 문신에 비해 압도적인 비율을 보이고 있음을 알 수 있다.〈표 5〉

조사대상자들이 가장 매력적으로 느끼는 뷰티스팟의 사이즈를 알아보기 위해 빨간 립스틱을 바른 입술과 윗입술 가장자리에 실제 사이즈의 검은 점을 찍은 후 선호 크기를 선택하게 하였다. 그 결과 뷰티스팟에 대해 전혀 매력적이지 않다고 인식하는 7명을 제외한 나머지 응답자는 0.09mm와 0.12mm 사이의 뷰티스팟을 선호하였고 0.28mm 이상의 뷰티스팟을 선택하는 응답자는 나타나지 않았다. 이로써 뷰티스팟의 사이즈는 '0.09mm~0.12mm 사이의

<표 7> 뷰티스팟이 가장 잘 어울리는 배우

구분		빈도	%
뷰티스팟 배우	마릴린먼로	44	28.2
	신디크로포드	9	5.8
	고소영	25	16.0
	전지현	21	13.5
	한가인	57	36.5
	Total	156	100

<표 8> 좋아하는 배우 및 뷰티스팟이 가장 잘 어울리는 배우

구분		좋아하는 배우					계
		마릴린먼로	신디크로포드	고소영	전지현	한가인	
뷰티스팟 배우	마릴린먼로	13	5	2	7	17	44
	신디크로포드	0	5	2	0	2	9
	고소영	4	2	8	7	3	24
	전지현	0	2	0	17	0	19
	한가인	4	1	1	13	37	56
Total		21	15	13	44	59	152

<표 9> 유행관심도 및 뷰티스팟에 대한 인식도

구분		뷰티스팟에 대한 인식도				계
		매력을 감소	매력적이지 않음	조금 매력적	매우 매력적	
유행 관심도	관심이 없음	0	8	6	3	17
	조금 있는 편	1	10	21	3	35
	보통	1	9	19	2	31
	조금 많은 편	1	6	30	2	39
	매우관심이 많음	1	2	26	5	34
Total		4	35	102	15	156

작은 점이 좀 더 매력적이다'라고 대다수가 인식하고 있음을 알 수 있었다.<표 6>

뷰티스팟이 가장 예쁜 배우로는 누가 가장 먼저 떠올려지는가? 라는 질문에 '한가인'이라고 대답한 응답자가 가장 많았고 그다음으로는 '마릴린 먼로'라고 대답한 응답자가 많았다. 선정함에 있어 자신이 좋아하는 배우를 선택했을 가능성과 유행 관심도에 따른 뷰티스팟에 대한 인식차이를 알아보기 위해 교차분석을 실시하였다. <표 7>

분석 결과, 뷰티스팟하면 떠오르는 배우는 응답자가 좋아한다고 밝힌 배우와 95% 신뢰도에서 통계적으로 유의한 상관관계를 나타내는 것으로 보아서 ( $\chi^2_{d.f.=16} = 114.14, p < .0001$ ), 자신이 좋아하

는 배우를 지목하는 경향이 높음을 알 수 있었다.<표 8>

응답자들의 유행에 대한 관심도에 따라 뷰티스팟을 얼마나 매력적으로 느끼고 있는가를 알아보기 위해 분석한 결과, 양자 사이에 미약한 상관관계가 있다고 보이나, 통계적으로 유의하지는 않은 것으로 나타났다( $\chi^2_{d.f.=16} = 18.58, p = .099$ ). <표 9>

#### IV. 뷰티 스팟의 장식적 기능

앞서 살펴본 바와 같이 뷰티스팟은 시대와 지역에 따라 다른 장식적 형태와 기능을 하고 있음을 알 수 있었는데 그 기능들에 대해서 논하고자 한다.

### 1. 미적 표현의 수단

앞서 언급한 사례를 통해 알 수 있듯이 미케네와 고대 로마시대는 물론 AD 618~907년경의 중국 당나라 시대, 고대와 현대의 인도, 현대시대의 동서양의 사례를 모두 통틀어 살펴보면 뷰티마크의 형태인가, 패치의 형태인가에 관계없이 미적 표현 수단으로 뷰티 스폿을 이용한 것을 볼 수 있다. 얼굴의 흉터를 감추거나 얼굴의 색을 좀 더 밝고 생기 있어 보이게 하기 위함은 물론 신에게 축복을 비는 마음과 함께 자신의 매력을 증가시키기 위한 목적은 동반되어왔다. 이를 통해 현재는 물론 과거와 동·서양, 지위 고하를 막론하고 아름답고 매력적으로 보이기 위해 사랑 받는 장식 유형임을 알 수 있다.

### 2. 축복의 염원과 보호

인도 여성의 경우에는 아름다움과 더불어 축복을 바라는 마음을 담아 뷰티 마크 장식을 하였다. 이마를 신체에서 유일하게 순결한 부위라고 여기고 있기 때문에 어떠한 분비물로도 더럽혀지지 않은 이마에 붉은 점을 그려 넣었다. 이 붉은 점의 의미는 축복을 바라는 마음과 장식의 의미를 동시에 가지고 있기에 인도 북서부의 라자스탄주 젊은 여자의 모습에서처럼 이마의 붉은 점과 검은 마크 등을 통해 나쁜 것으로부터 보호받고자 하는 심리를 장식으로 표현하는 것을 볼 수 있었다. '고구려 무용총 수산리 벽화'에서도 이러한 흔적을 볼 수 있는데 뺨에 둥근 연지를 찍고 있는 여인들의 모습은 샤머니즘 문화권에서 흔히 볼 수 있는 풍습이다. 이것은 잡귀가 붉은색을 싫어하기 때문에 붉은 연지를 볼에 찍어 재액을 물리치고 전염병이 들때 예방수단으로서의 목적으로 사용되었다. 이러한 사례들을 통해 고구려나 인도에서는 뷰티스폿이 미화설 뿐만 아니라 종교기원설에 입각하고 있음을 알 수 있다.

### 3. 신분 표시적 기능

뷰티 스폿은 사회적 신분을 표시하는 기능적 성격을 지니고 있었다. 미케네, 고대 로마, 당나라 시대가

그러하였으며 패치의 경우에도 처음에는 귀족층에서만 사용하던 장식 방법이었다. 따라서 그 사회의 다른 계급층과 구별되는 신분 표시의 기능을 가지고 있었다. 또한 북인도지역에서는 결혼한 여자로 남편이 있는 여인들만이 빈디 장식을 하여 결혼의 유무를 표현함을 알 수 있었다. 이 외에도 전쟁 중 정탐을 떠나는 군사들이 적군과 식별을 용이하게 하기 위해 뷰티마크를 이용하기도 하였는데 아프리카 Unyamwez [26] 부족사람들은 전쟁 중 정탐을 떠나기 전날 각자 맡은 역할에 따라 흰색 점토 반죽을 이용한 작은 뷰티마크를 얼굴 여기저기에 표시하였다. 그것은 Wanyamwezi 사람들 사이에서 정탐을 하는 자들의 확실한 표시를 하고자 하는 것으로[27] 적군과 아군을 쉽게 구별할 수 있는 식별의 기능을 한 것이다.

### 4. 기호학적 기능

장식적 행동은 타인의 시선을 의식하면서 상대방에게 자신을 인식시키게 하거나 그룹간의 동일성을 형성하는 등의 의미 표현성을 가지고 있다. 또한 사회화된 동작소는 한정된 사회그룹 내에서만 행해지는 몇 가지 행위들 속에서 상당히 약화되고 계층화된 중요성을 갖는다. 이러한 점에서 장식행위자의 장식적 표현양식은 장식행위자들 또는 그들이 속한 집단 내에서 커뮤니케이션으로 사용되므로 '커뮤니케이션의 기호학'을 적용시킬 수 있다. 그리고 동일군의 장식행위자들내에서 장식표현은 동일한 관심사나 그들만의 생각을 반영하여 줌으로 장식행위자의 심리 분석을 통해 장식의 의미를 알아볼 수 있다. 그러므로 '의미작용의 기호학'이 적용되어 위의 두 관점이 모두 포함된다고 할 수 있다.

모든 기호에는 두 개의 관점이 있다. 인지 가능성의 관점과 해석 가능성의 관점이다. 만일 이 두 관점 중 하나가 없다면 하나의 관점이 빠진 기호가 아니라 그것은 기호가 아니다. 인지할 수 없는 것에 대해서는 '그것'의 해석 가능성의 문제도 성립되지 않기 때문이다. 또 인지는 가능하지만 해석이 불가능하다면 이 또한 기호적 역할을 할 수 없다.[28] 기호가 인지 가능한 이유는 기호의 실현화 규칙이 있기 때문이며 기호의 표현을 안다는 것은 그 기호의 실현화

규칙을 아는 것이다. 즉 기호의 실현화 규칙이라는 말은 반대 상황에 부딪히기 전까지 우리가 신뢰하는 공동의 실제적 경험이 있다는 사실을 줄여 말하는 사물화한 표현법이다. 이러한 점을 통틀어 분석하여 볼 때 17세기와 18세기에 걸친 뷰티 패치를 통한 기호의 실현화 규칙은 위의 요소들을 모두 충족시키고 있다.

첫 번째, 패치의 논의 관점은 기호로서의 작용을 가지고 있는가 하는 점이다. 기호를 인지 가능하게 만드는 성질을 '기호의 표현'이라고 하고 기호를 해석 가능하게 만드는 성질을 '기호의 의미'라고 부른다. 이 용어 규정에 따르면 표현은 언제나 기호의 표현이고 의미는 언제나 기호의 의미를 뜻하는데 루이 엘름슬레우(L. Hjelmstev)는 "표현은 오직 그것이 내용에 대한 표현이라는 점 때문에 표현이 될 수 있고 내용은 오직 그것이 표현에 대한 내용이라는 점 때문에 내용이 될 수 있다"라고 하면서 이 상호 의존의 관계를 연대성관계라 일컬었다.<sup>29)</sup> 이 논리를 적용시켜 보았을 때 패치는 붙이는 위치에 따라 각각의 명칭과 의미를 가지고 기호의 표현과 의미를 명확히 함으로서 기호를 인지 가능하게 만드는 연대성 관계를 충족 시켰다 할 수 있다.

두 번째, 데이비드 루이스(David Lewis)의 '관습론'을 통한 뷰티스폿의 이해는 어떠한 견해 차이를 지니고 있는가 하는 것이다. G의 집단에서 반복적으로 등장하는 상황 S에 관련된 구성원들이 보이는 R이라는 행동의 규칙성이 관습이 되는 경우는 S가 등장할 때마다 G의 구성원들 사이에서 아래의 상황이 실제로 발생하고 또 이것이 G에서 공동의 지식으로 될 때이다.

(1) 구성원 모두가 R을 따른다. (2) 상대방도 R을 따를 것이라고 서로가 서로에게 기대를 한다. (3) 있을 수 있는 모든 행동의 결합과 관련해 구성원 모두가 대략적으로 동일한 선호를 보인다. (4) 나머지 다른 구성원들이 R을 따르는 한, 각 구성원도 R을 따를 것을 구성원 모두가 선호한다. (5) 만약 나머지 다른 구성원들이 R'을 따른다면 각 구성원도 R'을 따를 것을 구성원 모두가 선호한다. 이때 R'은 S라는 상황에서 G의 구성원들이 보일 수 있는 또 다른 행

동의 규칙성이며 G의 관련 구성원들은 S의 상황이 발생할 때 결코 R'과 R을 동시에 따를 수 없다. 이것이 루이스가 말하는 관습론의 견해이다.<sup>30)</sup>

그러나 모든 상징이 루이스가 뜻하는 바의 관습적 성격을 갖는 것은 아니다. 여기서 R이 결혼했음을 의미 하는 '여성의 오른쪽 뺨 위의 패치'를 의미하고 R'은 약혼했음을 의미하는 '왼쪽 뺨 위의 패치'를 지칭 한다 가정해 보자. 패치는 붙이는 위치와 모양에 따라 자신의 마음을 상대방에게 알리는 수단으로 사용되기도 했지만 17C 말경에는 패치의 사용이 지나쳐 한 사람이 15개까지 한 모습을 볼 수 있었다는 기록을 토대로 분석해보면 루이스의 정의에서 말하는 조건(5)는 반드시 성립하지 않음을 알 수 있다. 이 현상은 "언어에는 반대의 요소가 일어나지 않는 것이 하나도 없다"<sup>31)</sup>고 말한 크리스토프 아델룽(Christophe Adelung)의 견해를 입증해 주는 하나의 예가 된다. 하지만 루이스의 관습론 (5)의 조건에 대해 패치가 나타내는 다른 현상을 좀 더 정확히 표현 하자면 관습은 시대적 흐름과 사상, 또는 관념의 변화를 통해 변화되듯이 인도의 빈디나 바로크시대의 패치의 사용자인 G의 집단도 S의 상황에서 R'과 R을 동시에 따른 것이 아니라 관습이 변해 R'과 R의 행동의 규칙성과 의미가 변화되어 표현되거나 교체되어 사용되어 진 것으로 보아야 할 것이다.

#### IV. 결론 및 요약

뷰티 스폿은 BC 1300년 미케네 유적에서도 그 흔적을 알 수 있듯이 오랜 역사를 가지고 있으며 현재에 이르기까지 매력을 증가시키고 자신의 개성을 돋보이게 하기 위해 사용했던 장식 방법이다. 장식형태는 크게 점의 형태인 뷰티 마크와 여러 가지 모양의 문양을 오려 붙이는 패치의 형태로 나눌 수 있으며 장식 목적을 살펴보면 미케네 유적과 당나라 유적을 통해 알 수 있듯이 미화를 목적으로 장식하였으나 상류여성에게서 나타나는 장식유형인 것으로 보아 간접적으로는 신분표시의 기능을 가진 것으로 보인다. 또한 인도 지역에서는 축복에 비는 마음을 담아 장식하는 것으로 보아 종교설이 작용

하고 있으며 17·18세기 서양에서는 용모미화와 이성 유인을 위해 표현하기도 하였다. 또한 일부지역에서는 얼굴의 흉터를 가리기 위해 사용되기도 하였다. 다른 화장술과 달리 뷰티 스폿이 가지는 가장 큰 의의는 형태에 따라 단순히 이미지가 다르게 표현되는 것이 아니라 그려 넣는 위치와 크기에 따라 각각의 기호적인 의미를 가지고 있다는 것이다. 또한 뷰티 스폿을 표현하는 재료와 형태에 있어서도 시대와 지역에 따라 다르게 나타나고 있는 것을 볼 수 있었다.

본 연구 결과를 살펴보면 첫째, 뷰티 스폿은 미케네와 고대 로마시대는 물론 A.D 618~907년경의 중국 당나라 시대와 고대와 현대의 인도에서 사랑받는 장식유형이었으며 17·18세기 유럽에서 대유행을 일으켰을 뿐만 아니라 20세기에도 여전히 사랑받고 있음을 알 수 있었다. 미케네와 당나라 시대는 상류층 여성들이 사용했던 것으로 보이며 나머지 시대와 지역에서는 지위 고하를 막론하고 사용되었고 로코코 시대에는 남성들도 패치를 이용한 것으로 보아 현재는 물론 과거와 동·서양, 지위 고하를 막론하고 사랑받는 장식 유형임을 알 수 있었다.

둘째, 사용 목적으로는 아름다움과 성적 매력을 증가시키기 위해 여러 시대와 지역에서 사용했음을 알 수 있었다. 17·18세기에는 화장품의 독성과 상처를 가리기 위한 목적과 함께 그들의 은밀한 언어를 대변하는 기호적 역할로 사용되었으며 인도에서는 매일 아침이나 사원에 갈 때마다 축복을 기원하는 염원 등을 담아 표현하고 있음을 알 수 있었다. 또한 현대에서는 자신의 개성을 부각시키고 색시하거나 귀여운 이미지를 표현하고자 사용 하는 것을 알 수 있었다.

셋째, 바로크 시대와 로코코 시대에는 패치를 붙이는 위치에 따라 각각 명칭과 의미가 달랐는데 이는 그들이 약속된 언어로서의 상징화 된 기호를 표현함으로써 의사전달 효과를 가지는 기호론적 성격이 있음을 알 수 있었다. 인류의 역사상 채색을 통한 얼굴의 화장술중 어떠한 것도 기호적인 의미를 가지고 사용된 적은 없었다는 것을 감안할 때 이것은 매우 큰 의미를 가진다.

넷째, 뷰티 스폿을 표현하는 재료에 있어서는 17·18세기에는 실크, 타페타, 벨벳 등의 천을, 19세기 이후에는 화장품의 발달로 검정 안료로 만들어진 제품을, 과거 인도에서는 비당나무나 자단, 또는 적목질(赤木質)의 심재(心材)에서 얻어진 색료를 이용하였었지만 오늘날에는 가공한 컬러 파우더와 리퀴드 용액 또는 스티커를 이용하고 있음을 알 수 있었다. 또한 그들의 미의 기준과 관점에 맞추어 뷰티 스폿을 이용하였고 인도의 사례에 있어서는 그들의 신앙적 가치관에 따라 장식의 또 다른 의미를 가지고 있는 것으로 파악되었다.

다섯째, 현대인들은 뷰티스폿에 대해 어느 정도 호감도를 가지고 있으며 장식적 의미에 대해 어떠한 견해를 가지고 있는지 알아보기 위해 서울과 경기, 전북지역에 거주하는 20~50대 여성과 남성을 대상으로 2008년 11월 한 달 동안 설문조사를 진행하였다. 156개의 응답지를 SPSS 13.0을 이용해 분석한 결과 응답자들이 뷰티스폿에 대해 가지는 이미지는 색시하다는 의견이 가장 많았으며 귀엽다, 청순하다, 순으로 나타났는데 이는 전체 응답비율에서 66.7%에 해당하는 수치로 뷰티스폿에 대해 보다 긍정적인 이미지를 가지고 있는 것으로 나타났다. 그러나 '뷰티스폿을 찍는 것이 유행한다면 따라할 용의가 있는가?' 라는 질문에는 다수가 소극적인 태도를 취하고 있었는데 60.9%가 따라할 용의가 전혀 없다고 대답하였다. 표현 방법에 있어서는 영구적인 방법보다는 일시적인 방법을 더 선호하는 경향을 보였다. 또한 얼굴에 있는 점의 숫자가 한 개정도일 때 가장 매력적이며 사이즈도 0.09mm~0.12mm 사이의 작은 점이 좀 더 매력적이라고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

## 참고문헌

- 1) 의미를 가지는 언어단위 중에서 가장 작은 언어단위로 더 쪼개면 전혀 의미가 없어지거나 또는 이전의 의미와 관련되는 의미가 없어져 더 이상 쪼갤 수 없는 최소의 의미단위
- 2) Matthew Head (1995). *Like Beauty Spots on the Face of a Man: Gender in 18th-Century North-German Discourse on Genre*. *The Journal of Musicology*, 13(2), University of California Press, pp. 143-167.

- 3) 자료검색일 2008. 6. 13. 출처: [http://en.wikipedia.org/wiki/Beauty\\_mark](http://en.wikipedia.org/wiki/Beauty_mark)
- 4) Karl Groning (1997). *Decorated Skin*. London: Thames & Hudson, p. 25
- 5) Gilles Lipovetsky & Richard Sennett (2002). *The Empire of Fashion*. New Jersey: Princeton University Press, p. 25.
- 6) 자료검색일 2009. 3. 24. 자료출처 <http://blog.daum.net/nihfly/12364366>
- 7) 자료검색일 2009. 5. 11. 자료출처 <http://100.naver.com/100.nhn?docid=112807>
- 8) 자료검색일 2009. 3.24. 자료출처 <http://cafe.daum.net/jknamsu>
- 9) 김영미, 박영은, 김영일 (2001). 중국인물화에 나타난 화장기법. *인체예술*, 2(1), p. 30.
- 10) 高春明 (1988). *中國歷代婦女粧飾*. 서울: 학지사, p. 133.
- 11) 한시(漢詩) 문학(文學)으로 보아, 당(唐)나라를 사분(四分)한 그 둘째 시기(時期), 개원(開元)부터 대력(大力)까지를 말함.
- 12) 高春明 (1988). *앞의 책*, p. 144.
- 13) 이순자 (1997). 당대와 송대의 여자面識에 관한 연구. *한국농촌생활과학*, 8(2), pp. 102-103.
- 14) 자료검색일 2008. 10. 28 자료출처 <http://image.search.daum.net/>
- 15) Karl Groning (1997). *Decorated Skin*, London: Thames & Hudson, p. 174.
- 16) *Ibid.*, p. 175.
- 17) 자료검색일 2008. 10. 28 자료출처 <http://image.search.daum.net>
- 18) F. R. Cowell (1961). *Life in Ancient Rome*. New York: The Berkley Publishing Group, p. 66.
- 19) 결점을 커버하기 위해 사용된 백인 피부색의 코튼 조각, 접착제를 이용하여 얼굴에 부착하였다.
- 20) Charlotte, M. C., & Phyllis Tortora (2003). *Fairchild's Dictionary of Fashion*. New York: Fairchild Publications, p. 425.
- 21) *Ibid.*, p. 425.
- 22) C. Willett Cunnington and Phillis Cunnington (1955). *Handbook of English Costume in the Seventeenth Century*. London: Faber, p. 181.
- 23) 자료검색일 2008. 3. 5. 자료출처 <http://www.liverpoolmuseums.org.uk/walker/craftdesign>
- 24) Beauty & Health 연구회 (2001). *메이크업 & 스타일 100년사*. 서울 : 현문사 p. 40.
- 25) 자료검색일 2009. 4. 21. 자료출처 <http://image.search.daum.net/>
- 26) 독일 동쪽 아프리카의 지방, 호수 Tanganyika의 동쪽과 Victoria Nyanza의 남쪽에 위치하고 있다.
- 27) Robert Pickering Ashe (2005). *Two Kings of Uganda or Life by the Shores of Victoria Nyanza*. London: Adamant Media Corporation.
- 28) Rudi Keller (1995). *Zeichentheorie*. 이기숙 역(2000). 기호와 해석. 인간사랑, p. 139.
- 29) *위의 책*, p. 139.
- 30) *위의 책*, p. 197.
- 31) *위의 책*, p. 198.