
남성 메이크업의 특성 연구

김혜균*

A Study on Characteristics of Male's Make-up

hye-kyun Kim*

요 약 오늘날 특히 여성의 높은 사회진출로 양성평등화 사회에 돌입한 이래 남성의 메이크업 행위가 갖는 의미는 점차 변화되었다. 사회에서 성(gender)의 역할이 분명히 구분되지 않고, 여성과 남성이기 보다는 '인간'으로서 삶의 가치를 추구하고, 그 과정에서 권리와 책임이 양분되지 않고 양성평등화 사회 속에서 메이크업의 의미 역시 여성의 미적 본능만을 위한 것이 아닌 남성의 아름다움을 추구하려는 본능을 부각시켰다. 급변하는 남성들의 메이크업의 트렌드를 파악하고 좀더 구체적인 미래지향적 남성 뷰티 이미지 형성의 실질적인 기초 자료로 활용되리라 본다.

주제어 : 메이크업, 이미지 메이크업, 성적본능, 성역할, 메이크업 기능

Abstract A changed image that they feel through makeup manipulates impression by linking with cultural standards and will be able to direct a variety of makeup images.

Makeup in modern society has been expanding into the area of prevention of diseases and health of skin due to the development of cosmetics and has beautifully changed a face into a someone else's face due to the development of makeup technique.

Also, assuming that motivation of makeup act of men and women is related to sexual instincts, I tried to analyze what kind of association the gender roles and the function of makeup required by the society has with age and regional and social background.

In particular, I tried to explain that makeup act of men not only represents cognitive change of gender roles that have been perceived differently in modern society but has been adopted by men for the pure purpose in a socially equitable competition.

Key Words : make-up, make-up image, sexual instincts, gender role, function of makeup

1. 서 론

인간은 누구나 아름다워지고자 하는 미적 본능을 가지고 있으며, 아름다움을 표현하는 한 방법으로 메이크업은 피부의 결점을 보완하고 피부를 보호하기 위하여 이용되며 자신이 원하는 이미지를 표현하기 위하여 이용되기도 한다. 아름다워지기 위함을 목적으로 사용되어 온 메이크업 기술은 발전을 거듭해 오늘날 그 사용 방법에 있어 매우 다양화, 편리화 되었다. 시대를 초월해 남녀 노소 구분 없이 메이크업은 비언어적 의사전달 수단인 하나로 인상을 관리하거나 의도적인 연출을 하기에 더없이 편리한 수단이다.

이성에게 또는 타인에게 자신을 주목시키기 위한 수단으로 이용되어 온 메이크업이 오늘날 특히 여성의 높은 사회진출로 양성평등화 사회에 돌입한 이래 남성의 메이크업 행위가 갖는 의미는 점차 변화되었다. 사회에서 성(gender)의 역할이 분명히 구분되지 않고, 여성과 남성이기 보다는 '인간'으로서 삶의 가치를 추구하고, 그 과정에서 권리와 책임이 양분되지 않고 양성평등화 사회 속에서 메이크업의 의미 역시 여성의 미적 본능만을 위한 것이 아닌 남성의 아름다움을 추구하려는 본능을 부각시켰다.

또한 최근 남성들은 자신의 깨끗한 이미지와 좀 더 적극적으로 젊음과 아름다움을 추구하려는 욕구가 강해지

* 본 논문은 2012년 우송대학교 학술연구비에 의하여 지원되었음

*우송대학교 교수

논문접수: 2012년 11월 29일, 1차 수정을 거쳐, 심사완료: 2012년 12월 20일

면서 화장품 관련 분야에서도 역시 소비적이고 활동적이며 구매력 있는 고객층으로 비중이 높아지고 있으나 아직까지 남성을 위한 다양한 제품개발이나 연구는 극히 미미한 실정이다. 아울러 남성메이크업에 대한 선행연구는 현대 남성의 이미지를 패션의 표현 특성에 따라 성 이미지로 분류한 연구가 대부분인데 남성화장품이 남성성을 부각시키는 추세인 현재 이에 대한 연구의 필요성은 절실하다 하겠다.

본 연구는 급변하는 남성들의 메이크업의 트렌드를 파악하고 좀더 구체적인 미래지향적 남성 뷰티 이미지 형성의 실질적인 기초 자료로 활용되리라 본다.

2. 이론적 배경

2.1 남성성의 사회적 정의

여성성(女性性)과 남성성(男性性)은 생물학적 성별에 사회적 성격이 부여되어지며 형성된다. 다시 말해 생물학적 성인 '섹스(sex)'에 기반을 두기 보다는 사회적 성인 '젠더(Gender)'에 기반을 둔 개념으로 각 성별의 아이가 저절로 여성스러워지고 남성스러워지는 것이 아니라 사회화과정을 통해 이루어진다는 것을 의미한다. 따라서 '남성성(Masculinity)'은 남성으로 태어난 인간이 마땅히 갖추어야 할 기질과 자격, 해야 할 도리 등을 의미하는 단어로서 구실의 수행과 직결된 개념이다.

사회적 성은 하나의 획득된 정체체감인 반면 생물학적 성은 타고난 성을 의미하는 것으로 사회적 성의 입장에서 보면 여자도 얼마든지 남성다운 성격을 소유할 수 있고 반대로 남자도 여성다운 성격을 가질 수 있기 때문에 남자란 개념과 여자란 개념은 이율배반적이지만 남성성과 여성성의 두 개념은 서로 대칭적인 관계에 있다.

인간의 성 정체성 역시 타인과의 관계를 통해 형성되며 태어나면서 주어지는 성에 의한 남성성과 여성성이라는 이분법적 분류로 인식되며 사회학적 성은 자유롭게 사회로부터 기대되어지는 방향으로 학습되어왔다. 전통적인 남성상은 약육강식(弱肉強食)과 적자생존(適者生存)의 논리를 기반으로 하는 힘 있는 남성상이었다.

21세기 현 시대의 이러한 성 정체성 분류방법을 생물학적 구조방법보다는 사회적 학습에 의한 분류법으로 생각하여 남성의 경우라도 여성성이 더 많을 수도 있고, 여성이라도 남성성이 더 많을 수 있다는 즉, 한 인간 안에서 두 개의 성이 서로 공존 할 수 있다는 전제로 분류법

을 사용하고 있다.

이러한 성 유형화는 출생과 동시에 주위환경에 의하여 시작되며 그들이 갖는 성 역할은 개인의 외적 행동, 정서적 반응, 인지적 지능, 심리적 적응 및 사회적 적응을 뚜렷하게 나타내게 하는 것이다. 성 역할은 한 개인이 그가 속한 문화권 안에서 남성 또는 여성으로 특징 지워질 수 있는 여러 특질이며, 한 사회집단에서 수용하고 인정하는 남녀 각 구성원에게 동일시되는 협동형태이다.

2.2 현대사회의 남성성의 특징

현대 사회에서 최근의 '메트로섹슈얼'이라는 신 어종의 출현은 이미 예고된 것이다. 제2차 세계대전 이후 1960년대를 전후로 미국에서는 여성들의 사회진출이 확대되었으며 이를 통해 1970년대의 Unisex세대가 대두될 수 있었다.

1960년대에 시작된 페미니즘의 열풍은 70년대에 들어와 인간이 육체적 특징에 따라 남자나 여자로 태어나기는 하지만 사회의 관습에 의해 예절이나 외모에서 남녀 모두 평등하며 똑같은 하나의 인간임을 주장하게 된 것이다. Unisex를 대표하는 것이 여성의 바지정장 착용과 블루진 및 캐주얼 웨어 정착 등이며 특히 히피문화의 경우는 남성의 화장은 과거와는 다른 표현으로, 1960년대부터 사회전반에 영향을 미쳤던 하위문화의 하나인 락 뮤지션들은 화려한 메이크업을 통하여 여성 가치관과 경직된 사회에 대한 저항의 의미로 나타내기도 하였다. 이것은 메이크업을 외모 장식에서 벗어난 다양한 자기표현 방식이었다. 이를 그림 통해 살펴보면 다음과 같다.[그림1][그림2]

아울러 페미니즘(feminism)의 어원은 여성을 의미하는 라틴어 페미나(femina)에서 유래된 언어로 여권주의 또는 여성주의를 뜻하며 17세기에 처음 사용되기 시작하여 여성해방 운동 과정에서 생겨난 새로운 시각 또는 이론 체계를 말하는 것이다. 포스트모더니즘의 대두는 1980년대의 Androgynous와 1990년대와 세기말의 Crossover(크로스 오버)와 Fusion(퓨전)으로 나타났다.

먼저, 포스트페미니즘은 '반페미니즘(anti-feminism)'으로 여겨지기도 하였으나 포스트모더니즘, 포스트구조주의 그리고 포스트 식민주의를 포함하는 반원리주의 운동과 페미니즘으로 인식되고 있다. 안나 예이트만(Anna Yeatman)는 '포스트 페미니즘은 페미니즘의 성장 단계를 거치면서 이론과 정치학이 확고하게 성숙되었고, 이와 동시에 변화를 요구하는 철학적이고 정치적인 움직임

을 반영하며 페미니즘 안에서의 차이와 다원성을 내포한다(Yeatman, 1994: 49).

1980년대의 Androgynous는 ‘양성체, 자웅동체’를 의미하는 것으로 이를 대표하는 팝가수는 보이 조지나 프린스 및 마이클 잭슨 등이며 이를 그림을 통해 살펴보면 다음과 같다.[그림3][그림4]

아울러 1990년대의 Crossover와 Fusion은 영역간의 상호교류와 장르에 대한 탈 경계화 현상인 크로스오버, 융해, 융합이라는 의미의 퓨전 및 이중배합, 잡종, 혼성물이라는 의미의 하이브리드(Hybrid)와 동의어이다. 즉 둘 이상의 문화가 섞여 생성된 제 3의 문화를 일컫는 제설, 혼합주의로 표현되기도 한다.

그와 함께 21세기에 접어들면서 성역할 정체감이 모호해지고, 여성의 사회진출이 활발해짐에 따라 과거의 성역할 고정 관념에서 탈피하여 남성을 개발한 여성이나 여성성을 개발한 남성이 증가하는 추세이다.

남성적 여성이나 여성적 남성은 각자의 정체성을 포기하는 것이 아니라 변화하는 사회적 가치체계에 융통성 있게 적응하는 것으로 특히, 양성성을 갖는 남성은 개성과 자신감을 나타내기 위하여 눈이나 입술 화장 등 외모에 관심이 많으며 개방적인 라이프스타일을 반영한다.

21세기 나타난 남성성을 선행연구 중심으로 분석하여 표[표1]로 살펴보면 다음과 같다.

〈표 1〉

	대표적인 인물	메이크업	헤어스타일
메트로 섹슈얼		연하고 길고 가는 눈썹, 밝고 깨끗한 피부	웨이브 들어간 부드러운 커트머리
레트로 섹슈얼		수염, 구릿빛 피부	손보지 않은 내추럴 헤어
위버 섹슈얼		구릿빛 건장 피부	컬 있고 짧은 머리

3. 국내 남성화장품 광고에 나타난 남성 메이크업의 특성 분석

3.1. 메트로 섹슈얼 메이크업

자연스러운 이미지 연출방법에 기초하여 전체적으로 부드러운 남성미에 초점을 둔다. 이때 자연스러움을 강조하기 위하여 이목구비를 강조하지 않는 메이크업을 하며, 보다 깨끗한 피부 연출 메이크업에 초점을 둔다. 밝고 깨끗한 피부 연출법이 중요하며 전체적인 자연스러운 이미지에 더 집중할 수 있는 헤어스타일 연출을 선택하여야 한다.

자연스러운 피부 연출의 기본이 되는 누드 스킨 톤 파운데이션과 모델의 피부 톤과 가장 배색이 자연스럽도록 컬러를 사용한다. 모델의 타고난 피부색을 살려주어야 하며, 두터운 커버력 기능을 가진 파운데이션의 사용은 자제한다. 그림[그림5][그림6]에서처럼 모델의 본래 피부 톤을 이용하여 발색되는 효과를 계획하여 빛과 조명을 이용한 간접 메이크업 방법을 사용하기도 한다.

질은 눈썹화장 보다는 갈색이나 모델의 헤어 컬러에 맞춰 자연스럽게 열리는 아이브로우 모양을 지향한다. 전체적인 윤곽이나 기본 메이크업에서는 선이 아닌 면적 그라데이션의 기법을 활용해 얼굴선의 형태를 자연스럽게 표현하며 자연광과 반사광을 활용한 빛의 활용도 이용한다.



[그림 1] 입생로랑의 팬츠슈트



[그림 2] 히피스타일



[그림 3] 보이 조지



[그림 4] 마이클 잭슨

그 대표적인 예로 2010년 이니스프리 화장품 광고는 내추럴한 베이지 색상을 부드럽으면서 건조한(Soft Mat) 피부표현 방법을 사용하였다. 눈과 볼은 포인트 색조제품의 사용을 자제하고 옅은 베이지 색상을 사용하였다. [그림5][그림6]



[그림 5] 헤라움드, 2012[17] [그림 6] 비욘드, 2012[18]

3.2 레트로 섹슈얼 메이크업

현대의 여성적인 부드러움을 선호하는 남성성 중 유일하게 원시 자연의 극사실적이고 추상적인 형상을 표현하기 위해 고정관념에서 탈피한 아름다움을 추구한다. 이는 메이크업 재료 선정 단계에서 더욱 강하게 드러나는데, 쉽게 접할 수 있는(easy to contact) 재료와 접촉감을 상승시킬 수 있는(good to touch) 소재, 자연스러운 이미지를 보여주는(natural to show) 것에 초점을 맞춘다.

피부는 다크 내추럴 베이지 색상을 사용하여 얼굴의 윤곽 수정 기법인 웨이딩 방법을 사용한다. 자연스럽게 건강한 피부 표현을 위해 태닝 한 듯한 피부색을 연출하고 그 위에 펴를 베이스메이크업으로 빛에 따른 피부표현을 강조한다.

눈은 그레이, 다크 브라운 색상을 사용하여 꼬리 부분에 포인트 색상의 방향을 준다. 또한 그림[그림7]에서와 같이 다크한 색상으로 수평적인 직선 ‘일자형의 눈썹’을 그려준다. 길고 넓게 수평으로 그려진 눈썹은 아이 메이크업의 완성도를 높인다.

입술은 누드 베이지를 사용해 아이메이크업의 효과를 부각시켜 준다.[그림8]

또한 생동감 넘치는 다양한 연출을 하기위해 웨이딩은 길고 어두운 색상을 이용한다. 때로는 부드러운 이미지 연출에서 혁신적인 이미지 연출을 위한 재료의 선택은 무한정이다.



[그림 7] 라네즈움드, 2012[17] [그림 8] 헤라움드, 2008[17]

3.3 워버 섹슈얼 메이크업

자연스러운 이미지 연출방법에 기초하여 전체적으로 건강한 남성미에 초점을 둔다. 때로는 스포티함을 강조하기 위하여 태닝한 듯한 다크베이지 컬러의 파운데이션으로 다소 커버력 있는 메이크업을 한다. 여기서 남성의 굵은 윤곽을 강조하기 위한 이중 커버력을 발휘하기 위해 한 단계 밝거나 어두운 이중파운데이션 기법을 사용하기도 한다. 이때 조화로운 연출이 중요하며 부드럽고 온화한 분위기의 에 더 집중할 수 있는 표현 방법을 선택한다.

이를 위해 펴 감이 함유된 베이스 메이크업제품을 사용하여 윤기 있는 피부 연출을 표현하기도 한다. 건강한 남성미에 에 최대한 충실하되 피부는 자연스럽게 표현하기 위해 누드 스킨 톤과 같은 인체와 자연스럽게 조화되는 컬러를 사용한다.

아이브로우는 강한 웨이딩은 피하고 자연스러운 음영만 준다. 밝은 갈색의 자연적인 색감으로 소박함과 편안함을 추구한다.

선이 아닌 면적 그라데이션의 기법을 활용해 얼굴선의 형태를 자연스럽게 표현한다.

입술도 색상을 강조하지 않는 자연스런 베이지 컬러의 립스틱이나 투명 립 밤을 사용하여 생기 있는 입술을 연출한다. 그 대표적인 예로 2010년 이니스프리 화장품 광고는 내추럴한 베이지 색상을 부드럽으면서 건조한(Soft Mat) 피부표현 방법을 사용하였다. 최대한 자연스러운 강인함을 강조하였다.



[그림 9] 보닌, 2011[18] [그림 10] 미샤 옴므, 2009[19]

4. 결론

본 연구는 남성들이 점차 자신을 가꾸어, 부드럽고, 지적이며, 감각적인 신세대의 이미지를 연출하여 자유롭게 자신의 취향을 발휘하며, 스스로 선호하는 이상형에 가깝도록 연출되어진다고 보고 있다. 이 특징은 메트로 세슈얼, 레트로 섹슈얼, 워버 섹슈얼로 나뉘지며 각각 부드러운 남성미, 거칠고 과감한 남성미 그리고 자연스럽게 강인한 남성미 추구 유형으로 정리된다. 그러나 이것은 때로는 광고 이미지 속에 다소 혼재되어 나타나기도 하지만 본 연구에서는 가장 부각되는 요소에 준하여 분류, 분석하였다.

현대 메이크업은 자기다움을 강조함과 동시에 외모에 대한 긍지를 갖게 되어 열등감과 자괴감과 같은 부정적 인식에서 자신감을 높이고 긍정적인 방향으로 남성들에게 적극적으로 사회활동을 위한 중요한 수단으로 변화하고 있는 것이 분명하다. 이는 남성의 기본적인 미적 요구 충족뿐만 아니라 사회적 대인 관계, 심리적 작용, 자기 강화 등에 긍정적으로 작용할 수 있으며 이는 현대 남성 화장품 브랜드의 광고 이미지를 통해 강하게 드러난다.

현대의 남성은 정글과 같은 사회에서 살아남기 위해 세련된 용맹성을 과시하기 위한 방편으로 외모와 젊음을 새로운 무기로 선택하기 시작한 것이다. 과거의 강한 체력과 경제적 능력으로 국한되었던 남성의 매력의 젊고 잘생긴 외모와 스타일로 보다 다양하게 여성에게 과시되어야 하는 필요성에 노출된 것이다.

이렇게 오늘날 패션, 메이크업, 헤어스타일 등에 이르기까지 남성들의 외모 가꾸기 행동의 배경에는 사회 속에서 남녀 본연의 역할에 대한 문제가 부상되고, 메이크업이 근대의 성 역할에 따른 외모 표현에서 벗어나 다양

한 자기 어필의 수단으로 사용되고 있기 때문이다.

이와 같이 현대 남성 메이크업은 과거의 이성에게 어필하기 위한 목적에서 벗어나 남성의 다양한 사회적 관계의 수단으로 채택 되고 있다. 즉 시대적 추세와 유행의 흐름 속에서 다변화. 평등화된 성역할 속에 보다 적극적인 자아 표현의 수단인 동시에 관계 형성의 신선한 무드를 형성하는 트렌드임을 알 수 있었다.

참 고 문 헌

- [1] 김주애, 이연희(2004), 남성 화장 특성 .PSBTA 성인 여성의 성역할 정체감에 따른 신체 및 화장 이미지 (2009) .BSHHBV
- [2] 구자명, 이구영(2002), 여대생의 성역할 정체감과 화장행동에 관한 연구. 패션비즈니스학회지. p.134
- [3] 김수진, 한명숙(1998), 1990년대의 패션과 메이크업 경향에 관한 연구, 복식문화연구, p.84-93. 여성 신체와 미의 남용 -포스트페미니즘과 나르시시즘 미학
- [4] 임정빈, 정혜정(1997), 성역할과 여성, 학지사. p.127-149
- [5] 박보영(2002), 남성 색조화장의 역사적 고찰. 인체에술학회지 p.39-48.
- [6] 박옥련, 이현지(2004). 1990년대 이후 국내 남성복의 여성화 경향. 한국의류학회지. p.364-375.
- [7] 한명숙, 선정희(2001). 웨딩 메이크업의 이미지 유형과 디자인 요소와의 관계. 한국미용학회지. p.73-85.
- [8] 포슈(Posch)(2001). 몸 숭배와 광기. 여성신문사.
- [9] 大坊郁夫・神山進 編, 被服과 化粧의 社會心理學, 京都:北大路書房(1996)
- [9] 체레미 홈즈(2004). 나르시시즘. 이제이북스 . 2004 . p7.
- [10] Cash, Fruzinsky(2000). 바디이미지. 교문사.
- [11] Craik(2002). 패션의 얼굴. 푸른솔.
- [12] Abraham, Karl(1973). selected papers of Karl Abraham, London, Hogarth Press.
- [13] Aubrey, J. S.(2004). "The Media's impacton self-objectification, body emotions, and sexual dysfunction: a test of objectification theory", Ph. D dissertation, University of Michigan.
- [14] Bartky, Sandra Lee(2002), "Suffering to be Beautiful", Gender Struggles; Paractical approaches

to Contemporary Feminism, constance L. Mui & Murph(ed.), New York, NY: Rowman & Littlefield Publishers, INS.,

- [15] who's afraid of feminism(1995), Women in action, p.40.
- [16] <http://www.somangcos.co.kr>
- [17] <http://www.amorepacific.com>
- [18] <http://www.lgcare.com>
- [19] <http://shop.beautynet.co.kr/missha>

김혜균



- 2000년 2월 : 덕성여자대학교 서양 화과(미술학사)
- 2003년 8월 : 덕성여자대학교 미술 학과(미술학 석사)
- 2007년 6월 : Specialist Make-up Design for Fashion And Editorial, LONDON COLLEGE OF FASHION, 런던
- 2013년 2월 : 건국대학교 의류학과(의류학 박사 수료)
- 2010년 3월~현재 : 우송대학교 뷰티디자인학과 교수
- 관심분야 : 디지털 디자인, 교육
- E-Mail : hyekim602@gmail.com