
미디어에 나타난 남성의 이미지와 메이크업의 사회문화적 가치 분석

김혜균*, 박명희**

The Sociocultural Value Research of Man Image and Make-up in Media

Hye-kyun Kim*, Myung-hee Park**

요약 본 연구에서는 현대 사회의 변화로 주목받고 있는 남성의 선호 이미지와 가치를 규명하고 미디어에 등장하는 인물을 통해 남성 메이크업이 현대 사회문화적 가치를 어떻게 충족시키고 있는지 알아보고자 한다.

연구 방법으로는 우선 문헌 자료와 인터넷을 중심으로 남성의 선호 이미지와 사회문화적 가치를 고찰하였다. 다음으로, 디자인 요소를 중심으로 미디어에 등장한 인물을 통해 남성 메이크업 사례를 비교분석하였다. 첫째, 실용적 가치는 목적 지향적인 행동을 위한 합리적 사용의 기술적, 도구적 가치이다. 실용적 가치를 강조한 메이크업은 밝고 내추럴한 피부 표현, 최대한 자제된 색조의 연출, 진한 아이브로우 색상의 사용으로 표현되었다. 둘째, 미적 가치는 순수한 미적 가치만을 추구하는 표현적, 장식적 가치이다. 셋째, 상징적 가치는 역사와 사회에서 체험되는 의지적, 의도적 가치이다. 이는 남성들의 구매행동 동기를 설명하는데 있어 중요한 기준이 되는 선호 이미지를 이해하고 이미지 관리 형태에 대한 분석과 향후 남성들의 뷰티 트렌드를 유추하는데 실질적인 기초 자료로 활용 될 수 있으리라 사료된다.

주제어 : 남성 이미지, 메이크업, 사회문화적 가치

Abstract This study seeks to find the sociocultural value which influences the man image and make-up in media. It helps to gain the effective data that suggest the application of male make-up in promoting development of market. The man emphasizes the practical value which is the technical and instrumental value to express the man image rationally, aesthetic value to pursue aesthetic purely and symbolic value which is a volitional and intentional value experienced in the history and society to express preferring man images as the society is changed. As analysing the man image based on sociocultural value, the practical value of men's make-up is to maximize the utility vale in order to deliver a clear image considering their activity range, environment, and situation. Second, the aesthetical value of men's make-up is to emphasize femininity through women's make-up technic. Third, the symbolic value of men's make-up is to deliver a concept or intentionally create an image by maximizing overall characteristic image. It will be hopefully valuable as a basic data for developing make-up products and setting trend for men as well as for future studies.

Key Words : Man image, Make-up, Sociocultural value

1. 서론

개인의 외모는 그 시대의 미의식과 더불어 사회 문화적 배경에 따라 변화되고 수정되어 하나의 문화를 형성한

다 [1]. 이는 미적 추구권이 인간에게 주어지고, 신분 계급을 떠나 그 권리가 평등화되면서 보다 다양한 미적 표현 방법들이 제시되고 있음을 의미한다.

현대의 커뮤니케이션 시대에 개인은 자신에 관한 좋은

*본 논문은 2013년 우송대학교의 학술연구비에 의하여 지원되었음

*우송대학교 조교수(교신저자)

**건국대학교 교수

논문접수: 2013년 3월 26일, 1차 수정을 거쳐, 심사완료: 2013년 4월 20일, 확정일: 2013년 4월 20일

이미지를 형성하고 이를 통해 성공적인 사회생활을 영위하기 위하여 다양한 방법으로 노력하고 있다[2]. 과거 남성들의 미의식은 몇몇 특정인들을 통해서 표출되어 왔지만, 현대에는 일반 남성들에게도 미에 대한 의식이 대중적으로 확대되었다. 이러한 변화에 따라 정보 수집에 대한 열망과 기준은 다양화·개인화되었고, 그 정보 제공을 위한 미디어 유형 또한 남성의 사회적 이미지 관리 행동을 위해 세분화되었다. 이에 관해 Gary Clapton은 자기 신체에 대한 지각에 기준이 되는 것은 미디어에서 제시하는 신체이미지라고 볼 수 있다고 주장했으며, 미디어가 발달한 사회일수록 시각적인 문화에 대한 인지도가 높게 나타나는데, 신체에 대한 가치기준의 변화를 주도하고 관심을 높이는데 있어서 중추적인 역할을 하는 것이 미디어라고 밝힌바 있다 [3].

현대 남성들의 미적 표현 방법 중 하나인 메이크업은 단순히 미디어 속의 인물의 이목구비를 선명하게 하고 확실하게 해주는 역할을 넘어 많은 발전을 거듭해 왔다. 등장 인물의 존재 가치를 두드러지게 하는 메이크업은 그 목적과 수단 또한 과거에 비해 보다 세분화·기술화되었다. 남성들은 메이크업을 통해 다양한 이상형들을 제시해 왔다.

현대 남성의 이미지에 관한 정의는 이성과 권력을 대변하는 전통적인 남성 이미지, 어린 소년과 같은 나약한 모습이 내재된 이미지, 관능적인 매력을 강조한 이미지 등 수많은 방향으로 전개되고 있기 때문에 어떠한 단일한 스타일로 남성 이미지를 단언하기가 힘들다 [4]. 따라서 남성의 선호 이미지는 어떠한 사회 문화적 가치를 표현하는 행동으로 이해되어야 한다.

본 연구에서는 현대 사회의 변화에 따른 남성의 선호 이미지와 가치를 미디어 속에 반영된 인물을 통해 규명하고 메이크업이 현대 사회문화적 가치를 어떻게 충족시키고 있는지 알아보려고 한다. 남성의 선호 이미지는 개인의 소비행동의 기저를 형성하고 개인의 전반적인 행동의 동기를 설명하는데 있어 중요한 변인이 된다고 볼 수 있다. 이는 앞으로 남성들의 뷰티에 대한 관심도가 점점 상승할 것이라는 전제하에 남성의 이미지 관리 형태에 대한 분석과 향후 남성들의 뷰티 트렌드를 유추하는데 실질적인 기초 자료로 활용 될 수 있으리라 사료된다.

연구 방법으로는 우선 미술사, 예술사, 복식사, 미용사에 관한 문헌 자료와 인터넷을 중심으로 남성의 선호 이미지와 가치를 고찰하였다. 다음으로, 외적형태에 나타나 는 디자인 요소를 중심으로 남성 메이크업의 특성을 연구

하였다. 분석 자료로는 남성의 메이크업의 트렌드가 사회적인 무드로 확대된 2005년에서 현재까지를 시대적 범위로 제한하였고, 가장 대중적인 미디어 매체인 TV 매체에 등장한 인물을 중심으로 비교·분석하였다.

2. 현대사회의 변화에 따른 남성 이미지

현대 사회에서 보편적으로 알려진 이미지의 정의는 ‘나 아닌 다른 사람이 나를 보고 느낀 모습’을 뜻하는 말이다. 다시 말하면, 현대 사회에서는 타인이 인식하는 자신의 이미지가 중요하다는 것이다. 이는 이미지가 사람들의 행동이나 사고에 영향을 미치는 방식이 개인의 주관적인 해석에 기초한 감정적 반응이라기보다는 ‘사회 문화적으로 공유된 과정’에 의해 일어나는 것이기 때문이다 [5].

과거에는 남성적 또는 여성적이라는 생물학적 성에 근거한 성역할만이 바람직한 것으로 여겨졌으나 산업 발전에 따른 사회 구조 및 가족 형태의 변화와 남녀평등사상 등으로 인해 여성은 남성적 특징, 남성은 여성적 특징이 강화되는 등 남녀의 선호 이미지가 변화하게 되었다 [6].

이렇듯 다원화 되어온 남녀의 선호 이미지는 보다 개인적인 삶의 질적 추구를 요구했으며, 의식적으로나 무의식적으로나 사회가 인간에게 요구하는 역할과 이미지를 추구하기 위해 끊임없이 변화를 추구해 왔다. 이에 관해 카플란(A. G. Kaplan)과 시드니(M. A. Sedenev)는 새로이 만들어진 양성적 인간의 속성을 ‘다양한 행동을 고루할 수 있는 사람’, ‘상황의 요구에 따라 유연하게 반응하는 사람’, ‘환경에 효과적으로 대처하는 사람’이라고 하였다 [7].

육체적 노동 대신 정보와 지식이 사회적 부가가치의 원천이 된 21세기의 대중문화에 투영되고 있는 남성상은 남성성, 여성성을 나누는 인위적인 기준에서 자유로워졌고, 다양한 매력을 발산하며 트렌드의 변화를 주도하고 있다. 이러한 현대 사회의 변화에 따라 남성의 이미지를 남성미를 강조하는 전통적 남성 이미지, 성적 감성 발달로 남성적 섹시함을 추구하는 여성적 남성 이미지, 내재된 여성성과 부드러운 카리스마의 남성성과의 조화를 추구하는 중성적 남성 이미지로 구분 할 수 있다.

2.1 전통적 남성 이미지

전통적 남성 이미지는 눈에 띄는 경계 성장으로 인한 능력 중심의 강인한 남성의 이미지이다. 현대화, 도시화,

서구화의 사회적 상황으로 인해 여성들의 사회진출을 요구했던 도입기의 이미지이다.

남성들은 산업화와 함께 경쟁해 살아남아야하는 시점에서 경제적인 능력 뿐 아니라 사회적 이미지를 갖춘 경쟁력을 필요로 하였고, 첫 사회진출을 시작한 여성들도 하여금 보다 강인한 남성상으로 어필되길 희망하였다. 이성과 합리성을 기반으로 하는 남성성을 이상적으로 여겼으며 사회적 이상의 실현을 최고의 가치로 여겼다. 가부장적인 이데올로기를 강화하고자 남녀의 차이를 강조하였다. 주로 과학, 전자 등의 산업에서 활동하는 남성상을 대표하며 이들은 보다 경제적이고 실용적인 이미지를 추구하였으며, 다소 보수적인 이미지를 선호하였다.

2.2 여성적 남성 이미지

여성적 남성 이미지는 남성의 여성적 감성 발달로 인해 부드러운 이미지 연출의 ‘꽃미남’의 이미지이다. 남성도 외모를 적극적으로 가꾸며 외모관리에 투자해야 한다는 ‘그루밍 족’을 의미하기도 한다. 경제 수준의 향상과 남성들의 라이프 스타일의 변화로 인해 사회 전반적으로 획일적인 가치관을 지양하는 시대의 이미지이다.

경쟁력을 갖추기 위한 수단으로 이용되던 전통적 남성미는 여성미의 강조로 약화되었다. 남성적 특성은 도구적, 공격적, 지배적 특성에서 감성적, 순종적, 이해적 특성으로 변화하였다.

남성들은 사회가 부여하는 역할이나 문화적 상황에 구애받지 않고 자신의 이미지를 새롭게 표현하였다. 남성들은 양육강식의 원리가 기반이 되었던 시대의 지배적이고 강인한 모습을 버리고 감정적이고 소극적인 여성의 모습에서 남성의 이미지를 찾으려 하였다. 여성의 신체적 혹은 정신적 특성들을 차용하여 남성의 이미지를 여성적 이미지로 재구성하였다. 여성들의 헤어스타일이나 메이크업 등을 하나의 유행 코드로 차용하여 자신을 아름답게 가꾸고자 하였다.

이로 인해 아름다움을 추구한다는 패션부티크, 미용실, 화장품 업체 등이 남성들에게 주목받기 시작하였으며 전통적 남성문화에 도입되었던 이미지 관리가 정착단계에 이르게 되었다.

2.3 중성적 남성 이미지

중성적 남성 이미지는 남성적 이미지와 여성적 이미지가 함께 존재하는 양성적 이미지이다. 남성미와 함께 여

성적 취향의 아름다움을 동시에 추구하여 ‘예쁜’얼굴에, 운동으로 다져진 탄탄한 몸을 지향한다. 남성들도 여성 못지않게 관리된 이미지가 좋은 인상을 주고 남성 뷰티 트렌드가 대두되는 개성을 인정하는 다양화 시대의 이미지이다.

여성적 남성 이미지는 더욱 다양화·세분화 되었다. 이러한 새로운 남성의 이미지는 남성의 다원주의적 현상과 동반하여 일어난 것으로 감정적 존재와 성적 존재의 긴장감 사이의 균형을 유지하려고 하였다. 남성성과 여성성을 동시에 포괄하며 각각의 요소는 공존하게 되었다.

남성들은 선호되는 이상형을 표현하기 위해 자신의 외모를 적극적으로 가꾸었다. 이에 관해 LA Times는 ‘화장하는 남자’라는 기사에서 남성들이 그들의 가치를 높이기 위해 자신에게 투자한다고 하였다 [8]. 이는 단순히 남성의 여성화를 의미하는 것이 아니고 여성적 특성을 개인의 자질과 능력에 따라 자유롭게 발달시킬 수 있다는 것을 의미한다.

미용 제품 또한 여성의 제품에 못지않게 다양화되었고 성형과 피부관리, 네일 케어 등 보다 구체적인 방법으로 관리하는 단계에 이르렀다.

이와 같이 남성의 이미지는 고정된 하나의 이미지로 규정되어지지 않으며 복합적인 양상으로 시대의 흐름에 따라 끊임없이 변화하여 다양하게 나타나고 있다.

3. 남성 이미지의 사회문화적 가치

남성은 사회문화적 가치 추구에 선호 이미지를 중요한 수단으로 사용하고 있다. 일상적으로 남성의 이미지는 주어진 여러 가지의 단서들 중 어떤 특정 단서를 선택적으로 지각하고 어떻게 범주화하여 해석하는가에 따라 달라진다 [9]. 즉 코디방법과 상황 그리고 신분 등 여러 요인들과 관련하여 복합적으로 작용한다고 볼 수 있다. 이에 관해 3장의 현대 사회 변화에 따른 남성 이미지를 표현하기 위해 지향하는 가치를 기준으로 실용적 가치, 미적 가치, 상징적 가치로 분류하여 살펴본다.

3.1 실용적 가치

실용적 가치는 목적 지향적인 행동을 위한 합리적인 사용의 기술적 가치이다. 이러한 가치를 통해 사회적으로 확립된 행동의 양상, 규범을 표현할 수 있고 정치, 경제,

종교 등의 사회구조에 대한 정체성을 파악하였다 [10]. 실용적 가치는 지위에 따른 사회적 활동이나 대인관계를 위해 채택되어 왔다. 고대부터 전통적인 민족화장이 현재까지 전승되고 있는 아프리카 오세아니아 부족은 화려한 메이크업으로 부족 내의 서열을 표현하였다 [11] [그림 1]. 그리고 대중 앞에서 연설과 진행하는 사회 저명인사나 정치인, 방송인들도 정돈된 메이크업으로 그들의 이미지 연출을 경제적 부가가치를 누리기 위한 필수적인 수단으로 이용하고 있다.

실용적 가치를 중시하는 메이크업은 지역적·환경적으로 생존의 도구로 사용되기도 하였다. 고대인들은 먼지 제거와 태양의 강한 빛으로부터 눈을 보호하기 위한 수단으로 눈 화장을 하였고, 구멍이 있는 부분으로 악마가 체내로 들어온다고 믿어 눈 가장자리를 검게 칠하거나 입술을 빨갛게 칠하여 악마를 놀라게 하여 근접하지 못하게 하였다 [12]. 이것은 단순히 실용적인 가치를 강조하여 메이크업을 신체 보호의 수단으로 사용한 것이라 볼 수 있다.



[그림 1] Patricia Rojo, Papua New Guinea

3.2 미적 가치

미적 가치는 순수한 미적 가치만을 추구한 표현적 가치이다. 이러한 가치를 통해 예술의지, 혹은 시대나 민족의 이상적인 정신, 감정, 사고, 의지에 관한 시대의 미적 이미지를 표현하였다.

남성들은 메이크업을 통해 타인과의 사회적 관계와 활동에서 자기 만족감과 자신감을 충족하였다. 이성에게 자신을 보다 매력적으로 표현하기 위한 순수한 미적 가치수단으로 메이크업을 활용하였다. 이는 동시대 시각 예술 즉 광고, 영화, 미술 등 다양한 분야에서 주인공 또는 모델의 아이덴티티를 표현하기 위한 수단으로 차용되었다. [그림 2]에서처럼 기존의 강한 남성상보다는 부드럽고 아름다운 외모의 남성상을 표현하였다. 남성들은 사회적으로 인식된 남성의 행동 범위에 강한 불만을 가지고 사회적 일탈이나 취미활동을 시도 하였고 자신을 스타일링하거나 항상 아름다운 것에 둘러싸여 있기를 원하였다.



[그림 2] Cupid's Arrows. eon Bazile Perrault

3.3 상징적 가치

상징적 가치는 역사와 사회에서 체험되는 의지적 가치이다. 이러한 가치를 통해 물질문명과 과학 문명에의 도전으로서 원시로의 회귀성, 인종차별과 성역할의 고정관념에 대한 반박, 반전에 의한 평화주의 등을 경험할 수 있다.

이는 기존의 선입관이나 편견에서 벗어나 개성 있는 이미지 표현의 시도이며, 사회 고발의 상징성을 넘어선 내면적 정신세계의 표현이다. 그 예로 찰리 채플린(Charles Chaplin)은 본래의 눈썹 형태를 무시하고 새롭게 창조된 메이크업으로 그만의 특유한 유희를 표현하였다. 또한 기존의 권위와 카리스마의 상징인 수염을 유쾌하게 표현하였다. 일반적인 남성들에게 적용되어 온 외적인 기준에 과감한 도전하였다 [13]. 메이크업과 더불어 독특한 제스처, 걸음걸이 그리고 의상은 사회가 강압적으로 정의 내리는 아이덴티티에 대한 반항의 의미이다 [그림 3].



[그림 3] Charles Chaplin

4. 미디어에 나타난 남성 이미지와 메이크업

가장 대중적인 미디어 매체인 TV 매체에 등장하는 인물을 통해 남성 메이크업이 현대 사회문화적 가치를 어떻게 충족시키고 있는지에 관한 사례를 분석해보면 다음과 같다.

4.1 실용적 이미지 메이크업

실용적 가치를 강조한 메이크업은 인물의 이목구비를

선명하게 하고 확실히 해주는 목적 지향적 성향이 짙은 메이크업이다. 남성의 활동 범위와 환경, 상황 등을 고려하여 최대한 그 활용 가치를 높이기 위한 것이다.

먼저 메이크업의 기초단계에서 소프트(soft)기법 또는 주로 자연광이나 사실조명 효과를 누리기 위한 소프트 펄(soft pearl)기법의 피부표현을 우선시 하였다. 그러기 위해서는 피부 타입 분석이 먼저 들어가야 하며, 그 피부 타입에 따른 메이크업 전의 기초단계를 통해 메이크업의 효과를 극대화시키기 위한(how to balance the skin) 피부 밸런스를 유지시키는 것이 매우 중요하다. 상대를 위한 이미지 전달이 어떤 부분보다 중요하게 다루어지므로 자칫 과도한 하드 매트(hard mat) 파운데이션 기법이나 인위적인 시술은 피해야 한다.

베이스 단계부터 얇고 섬세한 표현에 집중하였으며, 단계를 간소화 시키지만 결점보완과 장점강화의 원 포커싱(one focusing)기법을 채택하였다. 또한 메이크업이 다소 무거워짐을 커버하기 위해 무대의 조명이나 스튜디오의 조명을 잘 소화할 수 있는 유분감을 잡아주는 내추럴 파우더(natural powder) 또는 내추럴 화이트 파우더(natural white powder)의 사용을 선호하였다. 이는 파운데이션의 색채가 자연스럽게 피부에 배색되어 비취지는 느낌을 극대화하기 위한 것으로 자연스러운 마무리의 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다.

[그림 4]과 [그림 5]에서처럼 전반적으로 자연스러운 피부 표현에 주력하였다. 동시에 남성의 사회적 지위를 드러내기 위해서는 부드러운 인상 속에 겸비된 강한 신뢰성을 나타내는 것이 매우 중요한데, 이를 위해 특히 아이브로우(eyebrow)를 자연스럽게지만 굵게 표현하였다.

입술과 눈은 최대한 자연 피부톤 연출을 지향하고, 섀딩(shading)이나 치크(cheek)는 이목구비의 선명도를 높여주는 효과로 적절히 사용하였다. 때로는 눈매의 강인한 신뢰성을 위해 아이브로우와 눈매를 강조하는 섀딩을 주기도 하였다.

[그림 6], [그림 7]에서처럼 남성들의 경우 여성과 달리 아이 메이크업의 특별한 색채나 디자인은 반영하지 않지만, 아이브로우 색채를 진하게 표현하여 최대한 관중이나 대중들로부터 신뢰를 얻고자 하였다. 이때도 모델의 헤어 컬러와 동일하거나 비슷한 컬러를 채택해야 하며 대부분 다크 브라운(dark brown)이나 그레이(gray)를 선호하였다.



[그림 4] 오상진, 아나운서, 2009



[그림 5] 유인촌, 문화부장관, 2005



[그림 6] Barack H. Obama, 미국 대통령, 2010



[그림 7] 안철수, 교수, 2011

4.2 미적 이미지 메이크업

미적 가치를 강조한 메이크업은 현대 남성의 이상형을 통해 사회가 요구하는 남성 이미지를 표현하는 메이크업이다. 사회의 이상형과 그 이미지 연출에 중점을 두어 미적인 가치를 올려주는 메이크업이다.

여성 메이크업 기법을 과감히 사용해 여성미를 강조하였다. [그림 8]과 [그림 9]는 자연스러운 여성미를 그대로 받아들여 본래 타고난 남성의 윤곽구조를 피부톤과 색채의 조절로 여성적 이미지 표출에 주력하였다. 내추럴 베이지(natural beige)색상의 파운데이션을 사용하여 촉촉하고 투명한 광채의 피부를 표현하였다. 이것이 여성들에게 인기몰이를 했던 물광 또는 윤광 메이크업이다. 때로는 루미네이선스(luminescence)의 촉촉하고 빛에 의한 반사의 은은한 윤광의 피부 연출을 유도하기도 하였다.

남성들의 직모 성향의 속눈썹은 뷰리를 통해 올려주고 투명한 마스카라(mascara)를 사용하였다. 때에 따라 효과를 높이기 위해 블랙 마스카라, 다크 브라운(dark brown), 브라운(brown) 계열까지 아이 메이크업 색조에 맞춰 연출하기도 하였다. 이때 다소 어색함을 감소시키기 위해 아이브로우를 속눈썹에 사용한 컬러 또는 그보다 약한 톤을 사용해 남성이 갖고 있는 미적 섬세함을 메이크업으로 이미지화 시켰다.

립 메이크업은 옅고 투명한 살구색 글로스(peach gloss)나 오렌지(orange) 계열의 립 밤(lip balm)을 사용하여 미소년 이미지 연출을 완성시켰다. 립 메이크업과 대조되는 개성 있는 색조의 아이메이크업을 매칭하기도 하였다.

[그림 10]에서 가수 탑은 여성의 스모키 아이 메이크업(smokey eye make-up)을 사용하여 카리스마 있는 섹시함을 표현하였다. 파운데이션 단계에서부터 음영을 주고 스모키 아이메이크업과 자연스럽게 연결되도록 연출한 투 포커싱(two focusing) 메이크업 기법을 사용하였다. 아이라인이나 아이쉴도우는 피부색보다 반톤이나 한톤 정도 어두운 색상 즉 브라운 계열을 사용하였다. 때로는 다크그레이, 다크브라운, 다크 펄 그레이 등을 사용하여 관능적인 미를 추구하기도 하였다.

[그림 11]은 밝고 화사한 피부와 촉촉한 입술로 다소 강하게 오버된 듯한 미적 본능을 분명한 아이 메이크업으로 부드럽게 눌러주는 상호 보조적 효과를 표현하였다.



[그림 8] 원빈, 배우, 2011



[그림 9] 장근석, 배우, 2011



[그림 10] 빅뱅 탑, 가수, 2010



[그림 11] 이기광, 가수, 2012

4.3 상징적 이미지 메이크업

상징적 가치를 강조한 메이크업은 남성의 아이덴티티를 다룬 예술 작품에서 많이 차용되는 메이크업 기법이다. 아이덴티티를 새롭게 재해석하여 다양한 디자인과 스타일의 변화를 추구한다.

전반적으로 선명한 이목구비와 함께 한 두 가지의 특징적 이미지를 극대화시켰다. 때로는 이목구비의 변형을 주는 메이크업 기법을 연출하기도 하였다. 또한 과장된 이목구비 연출을 위해 아이 메이크업, 립스틱, 치크 메이크업 기법을 사용하기도 하였다. 또한 인위적인 효과를 위한 펄 베이스, 파운데이션 젤, 화이트닝 파운데이션, 인조 속눈썹, 수염 이외의 특수 재료의 첨가하였다.

아이 메이크업은 추구하는 성향에 따라 과감하고 화려한 색상을 채택한다. 다크브라운이나 블랙 또는 이색적인 컬러로 속눈썹을 표현하고 두껍고 선명한 아이라인을 그려주었다. 립스틱은 개성 있는 끼를 표현하기 위하여 자유로운 색상, 특수 효과적인 재료 배합을 시도하였다. 주로 오버된 글로시함이나, 필감으로 장식적 효과를 표현하기도 하고 립라인을 완전히 삭제하는 효과를 주기도 하였다.

[그림 12]에서 배우 이준기는 여장을 한 남성을 연출하기 위해 인위적이고 강한 커버력의 기초단계를 강조하였다. 피부톤을 실제보다 한 톤에서 두 톤까지 밝게 조절하여 전통적으로 받아들여졌던 남성 이미지를 과감히 버리고, 여성 메이크업 기법을 통해 남성이 선호하는 여성적 이미지를 표현하였다. [그림 13]과 [그림 14]는 자신의 캐릭터를 강하게 상대방에게 인식시켜야 한다는 의무감이 표출된 것으로 인상을 인위적으로 바꾸는 기법을 채택하였다. 모델의 약점을 더 강조하여 보다 혁신적이며 개성

있는 더 나아가 엽기적인 모습을 강조하는 아웃 포커싱(out focusing) 메이크업 기법을 사용하였다. 이를 위해서는 단계적으로 완벽한 커버력을 발휘해야 한다. [그림 15]에서 앙드레 김은 계획적인 메이크업 기법을 사용하여 인상을 인위적으로 바꾸어 새로운 이미지를 추구하였다. 기존 남성의 이미지를 완전히 탈피하여 그만의 특징을 부각시켰다. 이는 인간 내면의 강한 자기애의 표현이라 할 수 있다.



[그림 12] 이준기, 배우, 2005



[그림 13] 배찬효, 아티스트, 2010



[그림 14] 조니뎀, 배우, 2009



[그림 15] 앙드레 김, 디자이너, 2010

아래의 <표 1>은 미디어에 등장한 인물을 통한 사회문화적 가치에 따른 남성 메이크업을 디자인 요소 중심으로 요약 정리한 것이다.

<표 1> 사회문화적 가치에 따른 남성 메이크업

구분	실용적 가치	미적 가치	상징적 가치	
이미지	목적 지향적 도구적 실용적	표현 지향적 개성적 장식적	의지 지향적 역사적 의도적	
피부	기법	윤곽표현	Soft mat	Hard mat
	질감	Soft mat	Soft mat	Hard mat
	색상	Natural Beige	Light Natural Beige	Light/Dark Natural Beige
눈	기법	One Tone	One-point	Two-point
	질감	Soft Mat	Soft Mat	Hard Mat
	색상	Light Brown	Natural Beige, Natural Brown	다양한 색상
볼	형태	사선형	둥근 사선형	자유형
	질감	Soft Mat	Soft Mat	Hard Mat
	색상	Light Beige Pink	Orange Brown	Red Orange, Pink
입술	형태	Natural Curve	Natural Curve	Out Curve
	질감	Soft Mat	Glossy	Creamy
	색상	Light Pink, Light Beige	Shine Orange, Pink Orange	다양한 색상

5. 결론

본 연구에서는 현대 사회의 변화에 따른 남성의 이미지와 사회문화적 가치를 규명하고, 미디어에 등장한 인물을 통해 남성 메이크업이 현대 사회문화적 시스템과 가치를 어떻게 충족시키고 있는지를 비교·분석하였다.

현대 사회 변화에 따라 남성의 이미지를 전통적 남성 이미지, 여성적 남성 이미지, 중성적 남성 이미지로 구분하였다. 첫째, 전통적 남성 이미지는 눈에 띄는 경제 성장으로 인한 능력 중심의 강인한 남성의 이미지이다. 둘째, 여성적 남성 이미지는 여성적 감성 발달로 인해 부드러운 이미지 연출의 꽃미남의 이미지이다. 셋째, 중성적 남성 이미지는 개성을 인정하는 다양화 시대의 남성적 이미지와 여성적 이미지가 함께 존재하는 양성적 이미지이다.

이러한 남성의 이미지는 주어진 여러 가지 단서들, 즉 그들이 지향하는 가치를 어떻게 범주화하여 해석하는가에 따라 달라진다. 이를 구분하여 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 실용적 가치는 목적 지향적인 행동을 위한 합리적 사용의 기술적 가치이다. 이러한 가치를 통해 사회적으로 확립된 행동의 양상, 규범을 표현할 뿐만 아니라 정치, 경제, 종교 등의 사회구조에 대한 정체성을 파악하였다. 실

용적 가치를 강조한 메이크업은 인물의 이목구비를 선명하게 하고 확실히 해주는 목적 지향적 성향이 짙은 메이크업이다. 다시 말해 도구적 가치에 의미를 두고 직업적, 사회 활동적으로 이미지를 실용화하는 메이크업이다. 사회 선호적인 이미지 연출을 위해 베이스 단계부터 과정을 간소화 시키고 얇게 표현하는 것이 중요하였다. 인위적인 피부 표현이나 색조의 연출은 최대한 자제하고 밝고 내추럴한 피부 표현을 강조하였다. 색조나 디자인은 반영하지 않지만, 아이브로우 컬러를 진하게 사용하여 최대한 관중이나 대중들로부터 신뢰를 얻고자 하였다.

둘째, 미적 가치는 순수한 미적 가치만을 추구한 표현적 가치이다. 이러한 가치를 통해 예술의지, 혹은 시대나 민족의 이상적인 정신, 감정, 사고 등의 미적 이미지를 표현하였다. 미적 가치를 강조한 메이크업은 여성적인 부드러운 이미지 연출을 목적으로 남성에게 내재되어 있는 미적 추구권을 내세우며 적극적인 표현을 유도하는 메이크업이다. 여성 메이크업 기법을 차용하여 여성미를 강조하였다. 촉촉하고 투명한 피부 표현에 혈색, 눈썹과 입술을 강조하였고 스모키 아이 메이크업 등 과감한 메이크업을 연출하였다.

셋째, 상징적 가치는 역사와 사회에서 체험되는 의지적 가치로 이는 예술과 영화 등 다양한 매체와 만나면서 더욱 강한 상징성을 나타낸다. 또한 원시시대 인간의 초월적 가치를 추구하는 방향에서 현대 사회에서 인간의 개성을 넘어 아이덴티티의 표현 수단으로 사용되기도 한다. 상징적 가치를 강조한 메이크업은 완벽한 커버력의 기초 단계를 중시하였으며 선명한 이목구비와 함께 한 두 가지의 특징적 이미지를 극대화 시켰다. 때로는 이목구비의 변형을 주는 메이크업 기법을 연출하기도 하였다. 과장된 이목구비 연출을 위해 아이 메이크업, 립스틱, 치크 메이크업 등 다양한 효과를 인위적으로 과감히 사용하였다.

이와 같이 현대 사회의 남성은 지속되는 경쟁과 급변하는 사회 환경 속에서 살아남기 위해, 세련된 용맹성을 과시하기 위해, 사회적 불만과 심각성을 예술로서 표현하기 위해 이미지 메이크업을 새로운 무기로 채택하고 있다. 남성 메이크업의 가치는 남성의 이미지를 그대로 반영하고 있으며 가치들의 변화된 양상들은 새로운 트렌드를 만들 수 있다. 이에 본 연구가 트렌드의 변화에 따른 지속적인 연구가 이어져 남성 메이크업의 제품개발과 트렌드 정립의 자료로 활용되길 바란다. 그리고 사회 문화적 분위기와 남성 메이크업의 연관관계에 대한 지속적인 연구가

이루어지길 희망한다.

참 고 문 헌

- [1] 한동조, 박길순, 참여관찰을 통해 살펴본 남자청소년들의 외모관리행동 양상분석 제2보-몸매관리, 피부관리, 한국생활과학회, 제2009권, 제10호, 2009.
- [2] 이민선, 남성의 몸과 패션에 표현된 미적 이미지, 서울대학교 의류학 박사학위 논문, 서울대학교 대학원, 2001.
- [3] 류지원, 김재숙, 남성 착용자의 의복 격식차림, 메이크업, 헤어스타일의 인상 효과, 한국미용학회, 제13권, 제3호, 2007.
- [4] Gary Clapton, Contemporary Fathering: Theory, Policy and Practice, Brid Featherstone, Oxford University Press, UK, 2009.
- [5] 황상민, 김경임, 정주원, 심리적 환경에 맞는 색채이미지 디자인 : Color로 표현되는 상황에 맞는 이미지 구현, 감성과학, 서울, 1999.
- [6] Twenge, j.m, Change in masculine and feminine traits over time: a meta-analysis. Sex role, An Ava Book, New york, 1997.
- [7] Women net, 2012.12.1, <http://www.women-net.net>
- [8] 한겨레신문, 화장하는 남자, 2003.10.21.자, 사회면10면.
- [9] 남미우, 고애란, 성인남자의 의복태도와 의복 구매행동에 관한 연구 1-대학생과 중년남성을 대상으로, 대한가정학회, 제33권, 제4호, 1995.
- [10] 김민자, 복식미학 강의 1, 교문사, 서울, 2004.
- [11] Karl Gronning. Decorated skin, Thames & Hudson. New York, 1996.
- [12] 유태순 조기여 (편), 서양화장문화사, 동서교류, 2004.
- [13] Patricio, R. G, wilderness, cemex, AVA Publishing, New York, 2002.

김 혜 균



- 2000년 2월 : 덕성여자대학교 서양화
과(학사)
- 2003년 8월 : 덕성여자대학교 미술학
과(서양화 석사)
- 2007년 6월 : Specialist Make-up
Design for Fashion And Editorial,
LONDON COLLEGE OF FASHION
(FDA)

- 2013년 2월 : 건국대학교 대학원(박사과정 수료)
- 2010년 3월 ~ 현재 : 우송대학교 뷰티디자인학과 조교수
- 관심분야 : 디지털 엔터테인먼트 디자인, 교육
- E-Mail : hyekyun@wsu.ac.kr

박 명 희



- 1975년 2월 : 서울대학교 의류학과(학
사)
- 1978년 2월 : 서울대학교 의류학과(의
류학 석사)
- 1991년 2월 : 숙명여자대학교 의류학
과(이학박사)
- 1983년 3월 ~ 현재 : 건국대학교 의
상디자인학과 교수

- 관심분야 : 디지털 엔터테인먼트 디자인, 교육
- E-Mail : mhpark@konkuk.ac.kr