

이미지에 따른 패션 및 메이크업 스타일 연구
- 대전과 경기지역 대학생을 중심으로-

차수정[†]

한국테크니컬패턴교육원

A Study of Fashion and Makeup Style based on Image
-focusing on Daejeon and Gyeonggi University Students-

Su-Joung Cha[†]

Institute of Korea Technical Pattern Education

Abstract

This objectives of this research was to look into the actual state of fashion wearing purchase and makeup purchase to recognize the interrelationship between fashion and makeup styles by selecting words used for fashion image and cosmetic style. Such study can offer basic materials for choice of makeup style by each fashion style. Most information on fashion and cosmetics were obtained through the internet. However, a lot of information on cosmetics were also obtained through TV. Therefore, if fashion companies use both internet and TV for advertising, more effect on purchasing might be obtained. The design and color are important standards for selecting clothes. However, the quality and price of clothes are essential standards for purchasing cosmetics. Therefore, for fashion companies, they need to pay more attention to design and color. However, for cosmetic companies, they need to take notice of quality and price. When image words were extracted, fashion images showed the following words: natural, romantic, elegance, casual, and avant-garde, while makeup images showed romantic-casual, elegance, avant-garde, and natural. Regarding the interrelationship between fashion style and makeup style, natural and casual fashion style were harmonized with natural makeup while romantic fashion style was associated with romantic makeup. The fashion style of elegance and avant-garde was associated with elegance makeup. Therefore, similar images were found between fashion and makeup styles.

Keywords : fashion(패션), makeup(메이크업), interrelation(상관성), image(이미지)

[†]Corresponding author: Su-Joung Cha, Tel. +82-2-2631-2730
E-mail: carollain@nate.com

1. 서론

현대사회에 들어서면서 교육수준의 향상과 정보통신기술의 발달에 따른 인터넷 및 미디어의 보급으로 정보화, 지식화된 사회로 변모하면서 미에 대한 새로운 가치관이 도입되고 있다. 이에 따라 과거의 획일적이고 제한적인 미에 대한 기준에서 벗어나 창조적이고 개성적인 미적 가치관이 대두되고 있다. 현대사회에서는 외모가 자신을 표현하는 커뮤니케이션 수단으로서의 의미를 가지며 개인의 위치나 가치를 표현해주는 중요한 수단으로 여겨지고 있다. 또한, 외모도 능력의 일부라는 사회적 인식이 팽배해지고 있으며, 패션뿐만 아니라 메이크업과 헤어 등도 중요시 되는 토탈 패션화가 되고 있다(Lee, 2004). 메이크업이 개인의 외모에 대한 이미지 형성에 중요한 영향을 미치면서 그 중요성이 커지고 있으며 요즘은 여성뿐 아니라 남성도 메이크업에 대한 관심이 증가하고 있다.

토탈 패션에서 패션이미지는 착용자의 개성과 이미지를 표현하는데 큰 비중을 차지하고 있으며 패션이 주는 전반적인 이미지로 타인과의 관계에서 상대방을 인식하는 중요한 단서가 된다(Choi, 2006). 최근에는 토탈 패션의 중요성이 강조되면서 패션과 메이크업의 조화를 다양하게 시도하고 있다. 메이크업도 패션의 한 부분으로 자신의 이미지 형성 및 개성 표출에 있어서 하나의 수단으로 인식되고 있다. 메이크업에 따라 여러 가지 이미지를 연출할 수 있기 때문에 메이크업의 중요성은 점점 더 부각되고 있다. 패션에 의한 이미지의 변화 정도뿐만 아니라 메이크업에 의한 이미지의 변화도 클 것으로 생각된다.

패션과 메이크업은 개인의 분위기와 성격 등을 시각적으로 나타내주는 도구이다. 대부분의 여성들은 자신을 표현해 줄 패션을 선택하고 이에 어울리는 메이크업을 해줌으로써 자신의 전체적인 이미지를 형성하며 패션과 메이크업의 조화를 통해 타인에게 호감을 주는 이미지를 창출할 수 있다.

그러나 이미지와 관련된 선행연구는 이미지에 따른 패션스타일링 연구(Rew, 2011; Kim, 2015), 세대에 따른 패션이미지 연구(Park, 2012) 등 패션분야

에 국한되어 있었다. 토탈 코디네이션에 의한 전체적인 이미지 창출이 중요 시 되고 있는 추세에 맞추어 패션 분야에 국한된 것이 아니라 메이크업이나 헤어 등의 뷰티 분야를 포함한 이미지 개념이 필요할 것으로 생각된다.

본 연구에서는 선행연구 고찰을 통해 이미지의 평가용어를 추출하여 이를 바탕으로 패션과 함께 중요한 변수로 부각되고 있는 메이크업과의 관련성을 알아보고자 한다.

따라서 본 연구에서는 패션의 착용 및 구매실태, 메이크업의 실태 및 화장품 구매실태를 알아보고 패션이미지별 평가용어 및 의복스타일을 선정하여 각 이미지별 메이크업 스타일과의 상관관계를 규명하고자 한다. 이를 통해 각각의 패션스타일에 따른 메이크업 스타일 선정 시 도움이 될 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 이미지의 개념

이미지는 라틴어 'imago'에서 그 어원을 찾을 수 있으며, 이것의 동사형은 'imitari'로 이는 '모방하다(imitate)'라는 뜻을 지니고 있다. 또한 사전적 의미는 심상과 표상으로 표현되어지며 이는 '어떤 사람이나 사물로부터 받는 느낌'이다. 따라서 이미지는 어떤 사람이나 사물에 대하여 가지는 시각적인 상이나 기억, 인상 평가 및 태도 등의 총체로서, 사물이나 인물에 대하여 특정한 감정을 가지게 하는 영상이다(Park et al, 2011).

현대사회에서 이미지의 중요성이 더해감에 따라 자신의 이미지에 대한 관심도 높아지고 있다. 좋은 이미지는 상대방의 기분을 편안하게 해줄 뿐만 아니라 본인에게도 자신감을 주며 현대사회에서 성공할 수 있는 기회를 제공하기도 한다. 타인에게 보여지는 이미지에 의해 '나'라는 사람이 평가되므로 자신의 이미지를 분석하여 장점을 부각시키고 단점을 보완함으로써 자신의 사회적 지위와 직업에 맞는 이미지로 바꾸어야 한다(Park et al, 2011).

이미지 메이킹(Image Making)이란 ‘이미지를 만
들다’, ‘이미지를 향상시키다(Improve the Image)’,
‘이미지를 바꾸다(Change One’s Image)’등의 사전
적 의미를 갖고 있다. 자신의 이미지를 상대방 또는
일반인에게 각인시키는 것으로 한마디로 타인에게
자신의 이미지를 언제 어디서든지 주어진 상황에 맞
게 재고시켜 주고, 자신의 능력을 발휘할 수 있도록
해주며, 나아가 자신의 내적인 잠재력까지도 표출할
수 있도록 만들어 주는 것이라 할 수 있다. 즉, 직
업, 역할, 상황에 잘 어울리는 외모, 제스처, 매너,
화술 등 모두가 조화롭게 균형을 갖도록 만들어 나
가는 것을 의미한다(Park et al, 2011).

사람이 갖고 있는 이미지는 외적이미지와 내적이
미지로 나뉜다. 외적이미지는 행동적 아이덴티티
(Behavior Identity)라 말하며 헤어, 메이크업, 의상
등 시각적 요소를 포함하고, 내적이미지는 마인드
아이덴티티(Mind Identity)라 말하며 자신감, 생각,
성격 등 정서적 요소를 말한다. 내적이미지를 파악
하기에는 오랜 시간이 걸리므로 외적인 부분을 보고
타인을 판단하거나 내가 판단되어진다(Lee, 2011).

2. 패션스타일

스타일이란 사전적 의미로 ‘독자적인 표현법·양식·
방법·모양’ 등을 의미하고 스타일링이란 이를 행함
을 뜻하여 ‘양식에 맞춰 꾸미기· 어떤 스타일을 부
여하기, 또 그 방식’ 등을 의미한다(Choi, 2009).

사람에 대한 평가는 외적 요소에 의해 많이 판단
되는데 그 중에서도 패션은 착용자의 성격, 직업,
나이, 성별, 이미지에 영향을 미치는 요인으로 착용
자의 정보를 전달하고 인상형성에 영향을 미치는 동
시에 자신의 정체성 확립에 중요한 역할을 한다. 특
히 자신의 의사를 전달하는 무언의 언어로 비언어적
상징으로 표현된다(Choi, 2006).

1) 엘레강스(Elegance)

엘레강스의 사전적 의미는 ‘우아한, 고상한, 품위
있는’을 의미하며, 지성적이고 우아하며 기품이 넘
치는 스타일을 말한다. 어깨, 허리, 힙선이 강조된
심플한 스타일로 여성의 아름다움을 강조하는 것이

라 할 수 있다. 소품으로는 챙이 큰 모자, 토트백,
진주목걸이, 스카프 등을 이용하여 엘레강스한 스타
일을 연출할 수 있다.

2) 캐주얼(Casual)

캐주얼의 사전적 의미는 ‘격의 없는’이라는 뜻으
로 활동적이며 구속을 싫어하는 젊은이들의 대표적
인 복식스타일이라고 할 수 있다. 캐주얼 의상은 편
안하게 입을 수 있는 것으로 형식적인 면보다는 실
용성을 중시하여 일상생활에서 격식 없이 편히 입을
수 있는 T셔츠, 점퍼, 바지, 조끼, 스포츠재킷, 진,
니트 등을 코디하여 입을 스타일이다.

3) 내추럴(Natural)

내추럴은 사전적 의미로 ‘자연의, 천연의’를 의미
하며, 자연스럽고 부드러우며 친근감이 있는 스타일
이다. 자연에서 느낄 수 있는 편안하고 인위적이지
않은 느낌의 디자인이 많다. 혈령한 니트 상의나 스
커트, 통바지 등을 코디시켜 여유 있고 자연스럽게
보이도록 한다.

4) 로맨틱(Romantic)

로맨틱은 사전적 의미로 ‘낭만적인, 비현실적인’이
라는 의미를 나타내며, 프릴, 러플, 레이스, 플라운
스 등으로 장식된 부드러운 소재의 블라우스나 원피
스 등이 여성스러운 스타일을 연출하기 좋으며 여성
을 가장 여성답고 사랑스럽게, 귀엽고 부드럽게 보
일 수 있는 스타일이다.

5) 아방가르드(Avante-garde)

아방가르드의 사전적 의미는 ‘선구적인, 실험적인’
이며 기존의 전통과 규범을 부정하고 완전히 새로운
것을 창조하는 실험적이고 전위적인 예술을 지칭할
때 주로 사용되는 용어이다. 대중성이나 실용성을
무시한 실험적 요소가 강한 디자인으로 상하의 바뀐
스타일, 속옷을 겉옷화한 스타일, 소재를 고의적으
로 찢거나 탈색하여 그런지룩을 연출한 스타일 등이

여기에 속한다(Lee, 2003; Lee, 2011).

3. 메이크업 스타일

메이크업은 페인팅(painting), 토일렛(toilette), 드레싱(dressing) 또는 프랑스어의 마귀아주(Maquillage)등으로 표현되며, 우리나라에서는 보통 화장이라는 용어로 사용된다(John Ligget, 1974).

현재 우리가 보통 메이크업이라고 하는 화장 형태는 20세기 미국의 할리우드 전성기 때 맥스 팩터(Max Factor)가 대중화시켰다. 17세기 초 영국의 시인 리처드 크라슈(Richard Crashou)가 시의 구절에서 “메이크업이란 여성의 매력을 높여 주는 행위”라 하여 최초로 메이크업이라는 단어를 사용하였다(Kwan, 2000).

현대에 이르러 메이크업은 주제에 따라 여러 기법으로 재료 등에 구애받지 않고 인간의 육체에 새로운 용을 추구하여 인체를 디자인한다는 뜻으로 눈, 코, 입 형태뿐만 아니라 새로운 시점에서 내적 정신과 외적 감각을 창조하는 것으로 정의한다(Bang & Kim, 2013).

메이크업은 자신의 내면적인 부분과 외적인 부분을 조화롭게 표출시켜 외형적인 아름다움을 표현해 내는 미화적인 역할을 해준다. 또한 사회적인 지위나 직업, 신분을 표시하고 사회적인 예의를 표현하는 역할과 그 사람의 성격이나 사고방식, 가치 추구 등을 알 수 있는 심리적인 역할을 해준다(Kim, 2007).

메이크업에 사용된 표현기법에 따라 양취경, 김경란(2005)은 전통적 메이크업과 레트로 메이크업, 뱀프(vamp)메이크업, 에스닉 메이크업, 퓨처(future)메이크업으로 분류하였고, 장현숙(2004)은 내추럴과 레트로, 에스닉, 아트로 분류하였다. 오세희, 최해주(2011)는 스모키(smoky), 소프트(soft), 레트로(Retro), 내추럴(natural), 아방가르드(Avant-garde), 동양풍 메이크업으로 분류하였다.

1) 엘레강스 메이크업

우아하면서도 흐트러짐 없이 깔끔한 것이 가장 큰 특징으로 색상으로는 부드럽고 성숙한 핑크, 인디언

핑크, 오렌지에 갈색, 회색, 퍼플, 붉은 갈색 등이 비교적 적합한 것으로 설명된다. 질감은 매트한 느낌으로 전체적으로 차분하고 부드러우며 온화함을 나타내준다. 피부는 부드럽고 밝은 색으로 표현하며 눈썹은 자연스럽고 연한 색조의 부드러운 곡선형, 눈은 밝은 핑크, 복숭아색, 코발트색 또는 파스텔계통의 색조에 의해 표현되며 볼도 복숭아색 등의 혈색표현 등으로 부드럽게 표현한다. 입술은 핑크, 산호색 등으로 우아한 느낌을 가진다(Kim, 2004).

2) 내추럴 메이크업

최소한의 메이크업으로 순수하고 밝은 이미지를 표현한다. 피부톤은 윤기있고 건강한 피부로 표현되며 눈썹은 갈색 새도우로 표현한다. 눈은 아이보리 새도우와 살구색 및 갈색 등을 통해 자연스러우면서도 밝은 인상을 나타낼 수 있도록 표현되며 볼은 살구색과 연핑크로, 입술은 옅은 주황색 등 입술 본래의 색을 나타내 줄 수 있는 색조로 표현한다(Kim, 2004).

3) 로맨틱 메이크업

여성스러운 부드러움과 우아함, 귀여움, 사랑스러운 이미지를 주는 것으로 피부 톤은 밝고 화사한 느낌을 주도록 핑크 계열의 파운데이션과 파우더를 바른단. 눈썹은 자연스러운 기본형으로 흘갈색, 회색, 브라운으로 표현하고 눈은 펄이 있는 핑크, 퍼플색으로, 입술은 핑크계열로 펄이나 글로시한 질감이 이상적이다(Park, 2011).

4) 섹시 메이크업

원 포인트 메이크업으로 피부 톤은 본인의 피부톤과 같게 하거나 한 톤에서 두 톤 어둡게 하고 눈썹은 또렷하고 도통하게 표현한다. 눈화장은 무채색계열로 브라운, 블랙 등을 이용하여 아이라인을 강조하고 입술은 본래의 입술보다 크게 레드, 화인, 퍼플의 색상으로 섹시함을 표현해준다(Park, 2011).

III. 연구방법 및 내용

1. 연구대상 및 시기

연구대상은 대전과 경기지역의 패션과 뷰티 전공 여대생을 대상으로 단순무작위추출법(simple random sampling method)을 사용하여 추출하였다. 설문지 200부를 배포하여 총 186부를 회수하여 응답이 불성실한 자료를 제외하고 총 168부를 분석 자료로 사용하였다. 조사는 2015년 6월 22일부터 2015년 7월 31일에 걸쳐 실시되었다. 조사는 피조사자에게 설문지를 직접 기입하도록 하는 방식으로 진행되었다.

2. 측정도구

이미지별 평가용어를 추출은 선행연구(Lee, 2004; Kim, 2004; Jin, 2008) 고찰을 통해 이루어졌으며, 패션 및 메이크업 스타일 선정은 가장 널리 알려진 포털사이트 네이버에 이미지 용어를 입력하여 검색되는 이미지 중 내추럴, 로맨틱, 엘레강스, 캐주얼,

아방가르드에 적합한 이미지를 선정하였다. 패션스타일 중 내추럴은 편안한 느낌의 청바지와 T셔츠를 착용한 스타일을, 로맨틱은 레이스를 매치한 스타일을, 엘레강스는 여성스러운 스커트와 블라우스 착용 스타일을 선정하였다. 또, 아방가르드는 일반적이지 않은 과장된 스타일을 선정하였다. 메이크업 중 로맨틱은 핑크색 볼터치와 립스틱 스타일로, 내추럴은 진하지 않은 옅은 브라운 색 아이메이크업 스타일로, 캐주얼은 물광 메이크업의 자연스러운 메이크업을 선정하였다. 엘레강스는 레드 립 스타일을 선정하였다.

3. 설문지의 구성

본 설문지의 내용은 조사자의 인구통계학적 특성 5문항과 의복 착용 실태 및 구매 실태, 의복에 대한 선호도 등 패션에 관한 문항 203문항, 그리고 메이크업 사용 실태 및 구매 실태, 메이크업에 대한 선호도 등 메이크업에 관한 문항 196문항 총 404문항으로 구성되었다(Table 1).

Table 1. Contents of Questionnaire

Sorts	Total questions	Details	
Demographics variables	5 questions	Age, Sex distinction etc.	5 questions
The real wearing and purchase condition and preference of fashion	42 questions	Purchase factor, wearing condition etc.	12 questions
		preference image	30 questions
The real using and purchase condition and preference of makeup	35 questions	Purchase factor, using condition etc.	12 questions
		preference image	23 questions
fashion image and preference	150 questions	six fashion styles	150 questions
makeup preference as to fashion style	6 questions	makeup preferences as to six fashion styles	6 questions
makeup image and preference	150 questions	six makeup styles	150 questions
fashion style preference as to makeup	6 questions	fashion style preferences as to six makeup styles	6 questions
fashion preferences as ages	5 questions	advanced, best, worst, unfashionable fashion style etc.	5 questions
makeup preferences as ages	5 questions	advanced, best, worst, unfashionable makeup style etc.	5 questions
Total		404 questions	

4. 설문지의 척도

설문지의 보기는 4-7개로 구성되어 그 중 한 개의 답을 선택하도록 하였으며 정도를 묻는 문항은 5점 척도로 이루어져 '매우 그렇지 않다', '그렇지 않다', '보통', '그렇다', '매우 그렇다'에서 선택할 수 있도록 하였다.

5. 자료분석

본 연구를 위해 수집된 설문자료는 SPSS 20.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 먼저 조사대상의 특성과 의복착용실태, 메이크업 실태 등을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였고, 의복 구매 시 고려사항과 화장품 구매 시 고려사항의 중요도를 알아보기 위해 평균과 표준편차를 산출하였다. 의복스타일과 메이크업 이미지의 구성 요인을 추출하기 위해 요인분석을 실시하였고, 추출된 요인을 구성하고 있는 항목들의 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's α 값을 산출하였다.

의복스타일에 따라 의복스타일의 이미지 요인 평가를 위해 일원변량분석(one-way ANOVA)을 실시하였고 메이크업스타일에 따라 메이크업스타일의 이미지 요인 평가를 위해 일원변량분석(one-way ANOVA)을 실시하였다. 의복스타일에 어울리는 메이

크업과 메이크업에 어울리는 의복스타일, 의복스타일에 대한 인식과 선호도, 연령대에 가장 어울리는 의복스타일, 의복스타일에 대한 인식과 선호도, 연령대에 가장 어울리는 메이크업 스타일 등을 알아보기 위해 교차분석을 실시하였다.

III. 연구결과

본 연구에서는 대전과 경기 지역 여대생을 대상으로 패션이미지별 평가용어 및 패션스타일을 선정하여 각 이미지별 메이크업 스타일과의 관련성을 알아보고자 하였다. 이를 통해 패션이미지에 적합한 메이크업 스타일 선정 시 도움이 되는 기초자료를 제시하고자 하였다. 그 결과는 다음과 같다.

1. 인구통계학적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성을 살펴보면 다음과 같다. 조사대상자는 94년생이 29.8%로 가장 많았으며, 다음이 96년생(23.8%), 93년생(17.9%)의 순으로 나타났다. 결혼여부에 있어서는 대학생이므로 미혼이 99.4%였으며 1명만 기혼인 것으로 나타났다 (Table 2).

Table 2. Demographic Characteristics of Subjects

Division		Frequency(N)	Percentage(%)
Age	before 90 year birth	3	1.8
	91 year	7	4.2
	92 year	13	7.7
	93 year	30	17.9
	94 year	50	29.8
	95 year	21	12.5
	96 year	40	23.8
	97 year	4	2.4
Married state	married	1	0.6
	single	167	99.4
Total		168	100.0

2. 의복착용과 화장품 사용실태 및 구매실태

의복과 화장품의 구매 실태를 살펴본 결과, 의복은 한 달에 1-3벌 정도 구매하는 경우가 가장 많았으며 한 달 평균 구입비용으로는 5만원 이상 10만원 미만 지출하는 경우가 가장 많고 다음으로 10만원 이상 20만원 미만인 것으로 나타났다. 화장품의 경우에는 한 달 평균 1개 이상 3개 미만으로 구매하는 경우가 56.5%로 가장 많았으며 1개 미만으로 구매하는 경우가 다음으로 25.0%로 나타났다. 한 달 평균 화장품 구입비용으로는 5만원 미만이 58.9%로 가장 많았고 다음으로 5만원 이상 10만원 미만이 28.6%로 나타나 대체적으로 10만원 미만을 지출하는 경우가 90% 정도로 나타났다. 의복에 관한 정보는 인터넷을 통해서 얻는 경우가 66.1%로 많았다. 화장품에 관한 정보는 인터넷에서 얻는 경우가 47.6%였으며 다음으로 TV가 33.3%로 의복과 달리 TV매체를 통해서 정보를 얻은 경우도 많은 것으로 조사되었다. 의복구매 시는 디자인과 컬러가 중요한 선택 기준이 되었고, 화장품 구매 시는 품질과 가격이 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다(Table 3).

의복과 화장품의 착용실태를 살펴보면 의복은 매일 다른 스타일을 착용하는 경우가 54.2%, 2-3일에만 한번 다른 스타일을 착용하는 경우가 39.3%로 나타났고, 화장은 매일 하는 경우가 66.7%, 거의 하지 않는 경우가 19.6%로 나타났다. 또 화장을 할 경우

에는 섹소까지 하는 경우가 66.1%로 많았고 다음이 BB크림이나 파운데이션까지 하는 경우와 썬크림만 바르는 경우가 각각 10.1%와 9.5%로 나타났다.

3. 패션스타일과 메이크업 이미지

패션스타일과 메이크업 이미지 구성요인을 파악해 본 결과, 패션스타일이 가지고 있는 이미지 구성요인을 파악하기 위하여 총 25개 이미지 평가 항목에 대해 요인분석을 실시하였다. 요인분석 방법으로 주성분 분석을 실시하였으며, 초기에 구한 요인의 명확한 해석을 위한 요인회전은 직각 회전인 varimax 방식을 사용하였다. 요인부하량(factor loading) 0.5 이상인 항목을 추출하였고, 연구 개념이 상이한 요인에 높은 적재량을 보이거나 두 개 이상의 요인에 동시에 0.5이상의 높은 요인부하량을 보이는 항목은 제거하였다. 요인분석 결과 4개의 측정항목을 제거하고 5개의 요인을 도출하였으며, 5개 요인의 총 분산 설명력은 70.960%로 나타났다. 구체적으로 요인 1은 내추럴 이미지, 요인 2는 로맨틱 이미지, 요인 3은 엘레강스 이미지, 요인 4는 캐주얼 이미지, 요인 5는 아방가르드 이미지로 명명하였다. 추출된 요인들을 구성하고 있는 이미지 항목들의 신뢰도 검증 결과, Cronbach's α 값은 0.689 ~ 0.894로 나타나 요인들이 내적 일치도가 높은 항목으로 구성되었음이 확인되었다(Table 4).

Table 3. Main Consideration Items for Buying

Clothes			Cosmetic		
consideration items	M	SD	consideration items	M	SD
Manufacturer	2.44	1.05	Manufacturer	3.35	1.16
Brand	2.85	1.10	Brand	3.51	1.18
Price	3.93	0.95	Price	3.85	1.07
Quality	3.92	0.89	Quality	4.18	1.08
Color	4.11	0.74	Color	3.80	1.26
Advertising	2.06	0.92	Advertising	2.63	1.08
Design	4.51	0.73	Package Design	2.83	1.12
Textile	3.93	0.75	Buying place	2.75	1.20
Buying place	2.52	1.03			

Table 4. Factor Analysis of Fashion Image

Division	Item	Factor loading					Reliability Cronbach's α
		Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	
Natural	Comfortable	.828	.202	-.183	.149	-.063	.894
	Activity	.826	.068	-.255	.211	.007	
	Natural	.803	.267	-.229	.080	-.066	
	Simple	.765	-.004	.034	-.001	-.189	
	Friendly	.673	.284	-.186	.268	-.160	
Romantic	Lovely	.059	.852	-.017	.126	.120	.877
	Girlish	.120	.851	-.113	.084	-.007	
	Gentle	.125	.754	.230	-.122	-.054	
	Cute	.228	.733	-.244	.216	.097	
	Soft	-.041	.670	.168	.238	-.277	
	Lively	.272	.667	-.224	.387	.062	
Elegance	Intellectual	-.059	-.070	.797	-.048	-.020	.872
	Luxury	-.368	.039	.778	-.133	.066	
	Sophisticated	-.182	-.080	.768	.126	.085	
	Graceful	-.396	.110	.735	-.174	.175	
	Modern	.173	-.154	.688	.011	.125	
	Elegance	-.390	.242	.662	-.167	.107	
Casual	Lightly	.216	.277	-.080	.785	.075	.689
	Movement	.219	.181	-.032	.752	.245	
Avant-garde	Creative	-.158	.021	.200	.117	.848	.744
	Experiment	-.180	-.024	.124	.146	.805	
Eigen value		3.874	3.865	3.737	1.747	1.679	
Variance(%)		18.447	18.405	17.794	8.317	7.997	
Accumulation Variance(%)		18.447	36.853	54.646	62.963	70.960	

메이크업 이미지에 대한 구성요인을 파악하기 위하여 총 25개 평가이미지 항목에 대해 요인분석을 실시하였다. 요인분석 결과, 요인부하량이 낮거나 두 개 이상의 요인에 0.5이상 높은 부하량을 보이는 3개의 측정항목을 제거하고 4개의 요인을 도출하였으며, 5개 요인의 총 분산 설명력은 61.227%로 나타났다. 구체적으로 요인 1은 로맨틱/캐주얼 이미지, 요인 2는 엘레강스 이미지, 요인 3은 아방가르드 이미지, 요인 4는 내추럴 이미지로 명명하였다. 추출된 요인들을 구성하고 있는 이미지 항목들의 신뢰도 검증 결과, Cronbach's α 값은 0.715 ~ 0.898로 나타나 요인들이 내적 일치가 높은 항목으로 구성되었음이 확인되었다(Table 5).

6개 패션스타일에 대한 내추럴 이미지를 평가한 결과 통계적으로 유의미한 차이를 보였는데 ($F=285.857$,

$p<.001$), A스타일(3.97)이 내추럴 이미지가 가장 높고, 다음으로 F스타일(3.75)이 높았으며, D스타일(1.83)이 내추럴 이미지가 가장 낮았다. 로맨틱 이미지를 평가한 결과, B스타일(3.77)이 로맨틱 이미지가 가장 높고 다음으로 F스타일(3.26)이 높았으며, E스타일(2.01)이 로맨틱 이미지가 가장 낮은 것으로 나타났다. 엘레강스 이미지는 E스타일(3.94)이 가장 높았으며 다음이 C스타일(3.85)순이었고 가장 낮은 스타일은 F스타일(2.25)로 나타났다. 캐주얼 이미지는 F스타일(3.54)이 가장 높았으며, E스타일(2.40)이 가장 낮은 것으로 나타났다. 아방가르드 이미지는 D스타일(3.47)이 가장 높았으며, A스타일(1.90)이 가장 낮은 것으로 나타났다(Table 6),(Figure 1).

Table 5. Factor Analysis of Makeup Image

Division	Item	Factor loading				Reliability Cronbach's α
		Factor 1	Factor 2	Factor3	Factor 4	
Romantic casual	Girlish	.814	-.066	-.119	.218	.898
	Lovely	.803	.025	-.135	.185	
	Lively	.789	-.093	.014	.281	
	Gentle	.777	.082	-.180	.166	
	Cute	.738	-.126	-.023	.291	
	Soft	.703	.146	-.219	.245	
	Feminine	.616	.436	-.282	-.078	
	Lightly	.568	.086	.280	.289	
	Movement	.548	.048	.381	.006	
Elegance	Luxury	-.037	.834	.035	-.127	.818
	Intellectual	-.011	.752	.099	-.022	
	Grace	.131	.724	.136	-.133	
	Refinement	-.016	.724	.159	.151	
	Elegance	.287	.619	-.162	.042	
	Modern	-.264	.612	.233	.162	
Avant-garde	Experiment	-.045	.056	.790	-.160	.715
	Creative	-.048	.095	.768	-.088	
	Avant-garde	-.185	.303	.628	.117	
Natural	Simple	.299	.069	-.280	.659	.799
	Free	.422	-.026	.057	.648	
	Comfortable	.462	-.056	.079	.619	
	Natural	.470	.008	-.266	.577	
Eigen value		5.589	3.438	2.318	2.125	
Variance(%)		25.403	15.626	10.538	9.660	
Accumulation Variance(%)		25.403	41.029	41.029	61.227	

Table 6. Factor Analysis about Fashion Style

Fashion \ Image	Natural	Romantic	Elegance	Casual	Avant-garde
	M (SD)	M (SD)	M (SD)	M (SD)	M (SD)
A Style	3.97 (.68) ^a	2.50 (.66) ^c	2.58 (.68) ^c	2.84 (.91) ^b	1.90 (.78) ^e
B Style	2.66 (.69) ^d	3.77 (.66) ^a	3.53 (.64) ^b	2.57 (.74) ^c	2.21 (.78) ^d
C Style	1.96 (.68) ^e	2.23 (.68) ^d	3.85 (.74) ^a	2.44 (.80) ^d	3.07 (.99) ^b
D Style	1.83 (.69) ^e	2.42 (.77) ^c	3.93 (.70) ^a	2.71 (1.01) ^{bc}	3.47 (1.08) ^a
E Style	2.86 (.69) ^c	2.01 (.67) ^e	3.94 (.65) ^a	2.40 (.92) ^d	2.68 (.97) ^{ac}
F Style	3.75 (.64) ^b	3.26 (.73) ^b	2.25 (.63) ^d	3.54 (.91) ^a	2.50 (.92) ^c
<i>F</i>	285.857***	157.655***	206.304***	37.929***	63.113***

*** $p < .001$



Figure 1. Fashion Style
-www.naver.com

Table 7. Image Evaluation of Makeup Style

Makeup Style	Image	Romantic casual	Elegance	Avant-garde	Natural
		M (SD)	M (SD)	M (SD)	M (SD)
A Style		2.01 (.66) ^d	3.10 (.80) ^b	3.46 (.87) ^a	2.03 (.70) ^e
B Style		2.81 (.69) ^c	3.60 (.73) ^a	2.68 (.75) ^b	2.82 (.67) ^d
C Style		3.64 (.63) ^a	2.91 (.68) ^c	2.18 (.78) ^d	3.85 (.66) ^a
D Style		3.41 (.72) ^b	3.19 (.82) ^b	2.53 (.72) ^c	3.14 (.63) ^c
E Style		2.81 (.71) ^c	3.48 (.70) ^a	2.71 (.83) ^b	3.15 (.70) ^c
F Style		3.27 (.64) ^b	3.26 (.65) ^b	2.48 (.83) ^c	3.60 (.79) ^b
F		125.641 ^{***}	19.606 ^{***}	48.424 ^{***}	142.203 ^{***}

*** $p < .001$



Figure 2. Makeup Style
-www.naver.com

메이크업에 따른 이미지를 평가한 결과, 로맨틱 캐주얼 이미지는 C메이크업(3.64)이 가장 높았고, 다음으로 D메이크업(3.41)이 높게 나타났다. 로맨틱 캐주얼 이미지가 가장 낮은 메이크업은 A스타일(2.01)로 나타났다. 엘레강스 이미지는 B메이크업(3.60)이 가장 높게 나타났고, 다음으로 E메이크업(3.48), F메이크업(3.26)의 순으로 나타났다. C메이크업(2.91)이 엘레강스 이미지가 가장 낮게 나타났

다. 아방가르드 이미지는 A메이크업(3.46)이 가장 높게 나타났고, C메이크업(2.18)이 가장 낮게 나타났다. 내추럴 이미지는 C메이크업(3.85)이 가장 높았으며, 다음으로 F메이크업(3.60), E메이크업(3.15)의 순으로 나타났다. A메이크업(2.03)이 내추럴한 이미지와는 가장 거리가 있는 것으로 나타났다 (Table 7),(Figure 2).

4. 패션스타일과 메이크업의 상관관계

각각의 패션스타일에 어울리는 메이크업을 알아본 결과, A스타일의 패션에는 C스타일 메이크업이 어울린다고 생각하는 경우가 82명(48.8%)으로 가장 많았으며 다음으로 F메이크업이 44명(26.2%)으로 나타났다. 가장 안 어울리는 메이크업은 A스타일 메이크업(2.4%)으로 나타났다. B 패션스타일에 가장 어울리는 메이크업으로는 D메이크업(38.7%)이 많았으며, 다음으로 C스타일 메이크업(25.0%)이 많았다. 가장 안 어울리는 메이크업으로는 A스타일 메이크업(1.2%)이라는 응답이 많았다. C스타일 패션에는 A 메이크업(43.5%)과 B메이크업(41.1%)이 가장 잘 어울리는 것으로 나타났고 가장 어울리지 않는 메이크업으로는 C스타일(1.2%)이 선정되었다. D스타일 패션에 가장 잘 어울리는 메이크업은 B스타일 메이크업(37.5%)인 것으로 나타났으며, 안 어울리는 메이크업으로는 C스타일 메이크업(3.0%)이 선정되었다. E패션 스타일에는 E메이크업(36.3%)이 가장 잘 어울리는 것으로, C메이크업(7.1%)이 가장 잘 안 어울리는 것으로 나타났다. F스타일 패션에는 C메이크업 스타일(35.7%)이 가장 잘 어울리는 것으로 나타났으며, A메이크업 스타일(0.6%)이 가장 안 어울리는 것으로 나타났다(Table 8).

각각의 메이크업스타일에 어울리는 패션스타일을 알아본 결과, A스타일 메이크업에는 C스타일 패션(39.3%)과 E스타일 패션(35.1%)이 가장 잘 어울리는 것으로 나타났으며, A스타일 패션(0.6%)이 가장 어울리지 않는 것으로 나타났다. B스타일 메이크업

에는 B스타일 패션(28.6%)과 C스타일 패션(27.4%)이 잘 어울리는 것으로 나타났으며, A스타일 패션(0.6%)이 가장 어울리지 않는 것으로 나타났다. C스타일 메이크업에는 B스타일 패션(34.5%)과 A스타일 패션(32.7%)이 가장 잘 어울리며 C스타일 패션(0.6%)이 잘 어울리지 않는 것으로 나타났다. D스타일 메이크업에는 B패션 스타일(50.0%)이 가장 잘 어울렸으며, A스타일 패션(6.0%)이 잘 어울리지 않는 것으로 조사되었다. E스타일 메이크업에는 E패션 스타일(36.3%)이 가장 잘 어울렸으며 B패션 스타일(7.7%)이 안 어울리는 것으로 나타났다. F스타일 메이크업에는 F패션 스타일(31.0%)이 가장 잘 어울리고 C패션 스타일(7.7%)이 가장 안 어울리는 것으로 나타났다(Table 9). 내추럴하거나 캐주얼한 패션스타일에는 내추럴한 메이크업이, 로맨틱한 패션스타일에는 로맨틱한 메이크업이, 엘레강스하거나 야방 가르드한 패션스타일에는 엘레강스한 메이크업이 가장 잘 어울리는 것으로 평가되었다. 즉, 패션스타일과 메이크업 스타일은 비슷한 이미지를 나타낼 때 잘 어울리는 것으로 조사되었다.

가장 선호하는 패션스타일은 A스타일(22.6%), B스타일(21.4%), F스타일(20.8%), E스타일(20.2%)의 순으로 나타났으며, 가장 싫어하는 패션스타일은 D스타일(39.3%)로 나타났다. 유행을 가장 앞선다고 생각하는 스타일은 E스타일(35.1%)이었으며, 유행에 가장 뒤처지는 스타일로 A스타일(25.6%)과 D스타일(23.8%)이 선정되었다. A스타일의 경우에는 대학생들이 가장 선호하는 스타일이면서도 가장 유행에 뒤처진다고 생각하는 모순된 면을 나타냈다.

Table 8. Associated Makeup Style as the Fashion Style

(Unit: N(%))

Fashion Style \ Associated makeup	A fashion	B fashion	C fashion	D fashion	E fashion	F fashion
A makeup	4 (2.4)	2 (1.2)	73 (43.5)	25 (14.9)	34 (20.2)	1 (0.6)
B makeup	8 (4.8)	24 (14.3)	69 (41.1)	63 (37.5)	22 (13.1)	8 (4.8)
C makeup	82 (48.8)	42 (25.0)	2 (1.2)	5 (3.0)	12 (7.1)	60 (35.7)
D makeup	7 (4.2)	65 (38.7)	4 (2.4)	34 (20.2)	13 (7.7)	9 (5.4)
E makeup	23 (13.7)	13 (7.7)	12 (7.1)	23 (13.7)	61 (36.3)	34 (20.2)
F makeup	44 (26.2)	22 (13.1)	8 (4.8)	18 (10.7)	26 (15.5)	56 (33.3)
Total	168 (100.0)	168 (100.0)	168 (100.0)	168 (100.0)	168 (100.0)	168 (100.0)

Table 9. Associated Fashion Style as the Makeup Style

Makeup Style \ Fashion Style	A makeup	B makeup	C makeup	D makeup	E makeup	F makeup
A fashion	1 (0.6)	1 (0.6)	55 (32.7)	10 (6.0)	23 (13.7)	41 (24.4)
B fashion	2 (1.2)	48 (28.6)	58 (34.5)	84 (50.0)	13 (7.7)	29 (17.3)
C fashion	66 (39.3)	46 (27.4)	1 (0.6)	13 (7.7)	24 (14.3)	13 (7.7)
D fashion	38 (22.6)	43 (25.6)	7 (4.2)	31 (18.5)	16 (9.5)	14 (8.3)
E fashion	59 (35.1)	23 (13.7)	10 (6.0)	14 (8.3)	61 (36.3)	19 (11.3)
F fashion	2 (1.2)	7 (4.2)	37 (22.0)	16 (9.5)	31 (18.5)	52 (31.0)
Total	168 (100.0)	168 (100.0)	168 (100.0)	168 (100.0)	168 (100.0)	168 (100.0)

Table 10. Best Match Fashion Style as the Age

fashion style \ Age	Twenty	Thirty	Forty
A Style	48 (28.6)	10 (6.0)	8 (4.8)
B Style	28 (16.7)	56 (33.3)	14 (8.3)
C Style	4 (2.4)	46 (27.4)	24 (14.3)
D Style	0 (0.0)	17 (10.1)	82 (48.8)
E Style	1 (0.6)	39 (23.2)	38 (22.6)
F Style	87 (51.8)	0 (0.0)	2 (1.2)
Total	168 (100.0)	168 (100.0)	168 (100.0)

Table 11. Best Match Makeup Style as the Age

Makeup style \ Age	Twenty	Thirty	Forty
A makeup	25 (14.9)	2 (1.2)	10 (6.0)
B makeup	21 (12.5)	69 (41.1)	46 (27.4)
C makeup	66 (39.3)	16 (9.5)	19 (11.3)
D makeup	16 (9.5)	24 (14.3)	32 (19.0)
E makeup	3 (1.8)	30 (17.9)	52 (31.0)
F makeup	37 (22.0)	27 (16.1)	9 (5.4)
Total	168 (100.0)	168 (100.0)	168 (100.0)

가장 선호하는 메이크업 스타일은 C스타일 (37.5%)로 나타났으며, 가장 싫어하는 메이크업은 A 스타일(69.0%)로 나타났다. 가장 유행에 앞서는 메이크업 스타일로 B스타일(29.8%)을 선정하였고 가장 유행에 뒤처지는 메이크업으로는 A스타일 (38.1%)을 선택하였다. 입술을 강조하는 메이크업이 트렌드라고 생각하고 눈을 강조하는 스모키메이크업은 가장 유행에 뒤처진다고 생각하였다.

20대에 가장 어울리는 패션스타일과 메이크업 스타일로는 F패션스타일(51.8%)과 C스타일 메이크업 (39.3%)을 선호하는 것으로 나타났으며, 30대에는 B스타일 패션(33.3%)과 B메이크업 스타일(41.1%)이, 40대에는 D스타일 패션(48.8%)과 E스타일 메이크업(31.0%)이 어울리는 것으로 조사되었다. 즉, 20대에는 캐주얼한 패션과 내추럴한 메이크업이, 30대에는 로맨틱한 패션과 엘레강스한 메이크업이 어울리는 것으로 나타났다. 40대에는 아방가르드한 패션과 엘레강스한 메이크업이 어울린다고 생각하는 것

가장 유행에 뒤처지는 메이크업으로는 A스타일(69.0%)로 나타났다. 가장 유행에 앞서는 메이크업 스타일로 B스타일(29.8%)을 선정하였고 가장 유행에 뒤처지는 메이크업으로는 A스타일 (38.1%)을 선택하였다. 입술을 강조하는 메이크업이 트렌드라고 생각하고 눈을 강조하는 스모키메이크업은 가장 유행에 뒤처진다고 생각하였다.

으로 조사되었다(Table 10),(Table 11).

IV. 결론 및 제언

본 연구에서는 패션의 착용 및 구매실태, 메이크업의 실태 및 화장품 구매실태를 알아보고 패션이미지별 평가용어 및 의복스타일을 선정하여 각 이미지별 메이크업 스타일과의 상관관계를 규명하고자 하였다. 이를 통해 각각의 패션스타일에 따른 메이크업 스타일 선정 시 도움이 될 수 있는 기초자료를 제공하고자 하였다.

의복과 화장품의 구매 실태를 살펴본 결과, 의복과 화장품 모두 한 달에 1-3개 정도를 구매하며 10만원 미만으로 지출하는 것으로 나타났으며 의복과 화장품에 관한 정보는 인터넷을 통해서 얻는 경우가 모두 많았다. 그러나 화장품의 경우에는 의복과 달리 TV매체를 통해서 정보를 얻은 경우도 많은 것으로 조사되었다. 따라서 패션에 대한 광고는 인터넷을 매체로 활용하고 화장품에 대한 광고는 TV를 주요 매체로 활용한다면 그 효과가 클 것으로 사료된다. 의복구매 시는 디자인과 컬러가 중요한 선택 기준이 되었고 화장품 구매 시는 품질과 가격이 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났으므로 의복제조업체의 경우 의복생산 시 디자인과 컬러의 선정에 있어서 좀 더 신중함을 기해야 할 것으로 생각되며 화장품제조업체의 경우에는 디자인이나 컬러보다는 화장품의 품질과 가격대 결정에 주의를 기울일 필요가 있을 것으로 생각된다.

이미지용어 추출에 있어서 패션이미지는 내추럴 이미지, 로맨틱 이미지, 엘레강스 이미지, 캐주얼 이미지, 아방가르드 이미지 등 5개로 추출되었으며, 메이크업은 로맨틱/캐주얼 이미지, 엘레강스 이미지, 아방가르드 이미지, 내추럴 이미지 등 4개로 추출되었다.

제시된 이미지에 대해 패션스타일에서 A스타일은 내추럴 이미지, B스타일은 로맨틱 이미지, C스타일과 E스타일은 엘레강스 이미지를 나타냈다. D스타일은 아방가르드 이미지, F스타일은 캐주얼한 이미지를 나타냈다. 메이크업스타일에서는 A메이크업은 아방가르드 이미지를 나타냈으며 B메이크업과 E메

이크업은 엘레강스 이미지를, C메이크업과 F메이크업은 내추럴 이미지를 나타냈다. D메이크업은 로맨틱 캐주얼 이미지를 나타내는 것으로 조사되었다.

각각의 패션스타일에 어울리는 메이크업을 알아본 결과, A스타일의 패션에는 C스타일 메이크업이, B 패션스타일에 가장 어울리는 메이크업으로는 D메이크업이 선정되었다. C스타일 패션에는 A메이크업과 B메이크업이 가장 잘 어울리는 것으로 나타났고 D스타일 패션에 가장 잘 어울리는 메이크업은 B스타일 메이크업이, E패션 스타일에는 E메이크업이 잘 어울리는 것으로 나타났다. F스타일 패션에는 C메이크업 스타일이 가장 잘 어울리는 것으로 나타났다.

각각의 메이크업스타일에 어울리는 패션스타일을 알아본 결과, A스타일 메이크업에는 C스타일 패션과 E스타일 패션이 가장 잘 어울리는 것으로 나타났으며, B스타일 메이크업에는 B스타일 패션과 C스타일 패션이, C스타일 메이크업에는 B스타일 패션과 A스타일 패션이 가장 잘 어울리는 것으로 나타났다. D스타일 메이크업에는 B패션 스타일이, E스타일 메이크업에는 E패션 스타일이 가장 잘 어울렸으며 F스타일 메이크업에는 F패션 스타일이 가장 잘 어울렸다. 내추럴하거나 캐주얼한 패션스타일에는 내추럴한 메이크업이, 로맨틱한 패션스타일에는 로맨틱한 메이크업이, 엘레강스하거나 아방가르드한 패션스타일에는 엘레강스한 메이크업이 가장 잘 어울리는 것으로 평가되었다. 즉, 패션스타일과 메이크업 스타일은 각각의 스타일에 대해 대중이 받아들이는 이미지가 비슷할 때 잘 어울린다고 생각하는 것을 알 수 있었다.

그러나 본 연구는 특정지역의 대학생들만을 대상으로 하였으므로 추후에는 좀 더 광범위한 지역의 다양한 연령대에 대한 조사가 이루어져야 할 것으로 생각된다. 또한 좀 더 다양한 이미지에 대한 후속 연구가 이루어져야 할 것으로 생각된다.

References

- Bang H., & Kim, J.(2013), Visual response assessment according to Make-up image, *Journal of the Korean Society of Beauty and*

- Art, 14(2), 113-122.
- Choi, E.(2009). *Study on Fashion Styling Shown in Collection of Marc Jacobs: Focused on 'Marc by Marcjacobs'*(Unpublished master's thesis), Youngnam University.
- Choi, Y.(2006), Politician Image Management : Mixing Verbal and Non-verbal Messages , *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 50(1), 378-405.
- Jang, H.(2004), *Study on Makeups Found in Fashion Shows : Focusing on Fashion Shows since 2000*(Unpublished master's thesis), Chosun University.
- Jin, Y.(2009), *A Study on the Cyber Image in Fashion and Make-up*(Unpublished master's thesis), Sungshin Women's University.
- John Ligget(1974). *The human Face*, New York: Stein and Day, 51.
- Kim, B.(2015), *Study on Fashion Styling Employing Androgyny's Androgynous Imagery - A Case Study of the Photo Shoot Methodology in Fashion Magazine 「B」*-(Unpublished master's thesis), Ewha Women's University.
- Kim, N.(2007), *A study on attitude of cosmetic & tendency to make-up : of housewives who are in their twenties or thirties mainly*(Unpublished master's thesis), Sookmyung women's University, 18.
- Kim, K.(2004). *Study on the influence of preference about the make-up images on the cosmetics purchase intention*(Unpublished master's thesis), Sungshin women's University.
- Kwon, K.(2000), *A Study on the Effect of Eyes Make-up on Physiognomy in Face* (Unpublished master's thesis), Hansung University, 2000, 4.
- Lee, H.(2004), *The Correlation between Clothing Style and Hair Style Related to Fashion Image*(Unpublished master's thesis), Kyungsoong University, 1.
- Lee, M.(1993), Clothing Image Preferences and Sex Role Identity of Korean and American College Students, *Journal of Korean Society of Clothing and Textiles*, 17(3), 367-379.
- Lee, J.(2011), *Fashion Styling Study and Proposal for 2012 Potential Presidential Candidates - Focusing on Park, Gun-hye and Ryu, Si-min Jong-Im Lee* (Unpublished master's thesis), Kyunghee University, 6.
- OH, S.,& Choi, H.(2011), A Study on the Characteristics of Makeup by Ethnic Fashion Type, *Journal of Korean Society of Costume*, 61(2), 116-130.
- Park, H., Wee, H., & Cha, S.(2011), *Fashion Styling for Image Making*, Seoul: Chungnam Publishing Ltd., 3.
- Park, J.(2012), *New Senior Generation's Fashion Image-Focused on the oriented values, oriented quality of life*-(Unpublished master's thesis), Ulsan University.
- Park, J.(2011), *A Study on Make-up Style and Preferring Color in Female Undergraduates*(Unpublished master's thesis), Sookmyung women's University.
- Rew, S.(2011), *A Study on Fashion styling in Application of Elegance Image Aesthetic Characteristics*(Unpublished master's thesis), Daejeon University.
- Yang, C., & Kim, K.(2005), A Study on Expression of Hybrid Fashion and Make-up in Multiculturalism in Fashion, *The research journal of the Costume Culture*, 13(3), 361-379.

Received (June 27, 2016)

Revised (July 25, 2016)

Accepted (August 31, 2016)