

화장추구이미지에 따른 화장행동의 차이

이현정 · 김미영[†]

경원대학교 의상학과

Make-up Behavior Differences Depending on Make-up Preference Image

Hyun Jung Lee · Mi Young Kim[†]

Dept. of Clothing, Kyungwon University

(2005. 10. 10. 접수)

Abstract

The purpose of this study was to investigate the differences in the make-up behavior influenced by make-up preference images, and the order of importance in the make-up behaviors. The questionnaires were given to female residents in the ages between 20-45 in Seoul and Kyung-gi province during October 2004. 322 questionnaires were used for data analysis. The collected data were analyzed by using SPSS 10.0 software with various techniques such as ANOVA test, Duncan test and Paired t-test. The make-up behaviors were divided into three main categories: facial make-up behavior, color make-up behavior, and additional make-up behavior. The results showed that the skin care behavior was considered the most important among other make-up behaviors. Generally facial make-up was thought to be most important and color make-up, and additional make-up were followed orderly. The results of the make-up behavior differences by make-up preference image. The natural make-up preference image group considered all the make-up behavior less important than other make-up preference image groups. The modern make-up preference image group considered additional make-up behavior more important.

Key words: Make-up preference image, Make-up behavior; 화장추구이미지, 화장행동

I. 서 론

현대의 복식문화가 토탈패션화 되어가면서, 대부분의 여성들은 자신을 표현하기 위해 의복을 선택하고 이에 맞는 화장을 함으로써 하나의 통일된 자신의 이미지를 형성하고자 한다.

화장은 복식의 일부분으로서 사회의 전반적인 문화현상을 단적으로 잘 반영하면서 그 시대 의복의 형태와 함께 다양한 미적 요소를 가지고 변천해 왔다(조기여, 유태순, 1997). 의복에 비해 변화가 쉽고, 다양한 자기 연출을 가능하게 해 준다는 점에서 현대인들의

화장에 대한 관심은 점점 높아지고 있다(김현희, 2001). 신체의 어느 부분보다도 개인의 가장 특징적인 부위로 중요시되는 얼굴은 서로의 인상을 형성하는데 있어서도 커다란 역할을 수행하므로, 인간의 얼굴에 직접 행해지는 화장은 토탈패션을 구성하는 제 요소들 가운데서도 매우 중요한 의미를 갖는다고 하겠다(김수진, 한명숙, 1998).

화장은 의모에서 형성되는 이미지를 만들 수 있는 설득력 있고 편리한 방법으로 신체장식의 주요한 수단이며(Workman & Johnson, 1991), 다소 불완전하지만 자신의 이미지를 화장으로서 통제할 수 있다(Cox & Glick, 1986).

사회적, 시대적인 분위기에 따라 여성들의 화장문화는 그 표현방법을 달리해왔으며, 화장경향에 따라

[†]Corresponding author

E-mail: mikim@kyungwon.ac.kr

서 중점을 두는 화장행동도 변화되어 왔다.

따라서 본 연구에서는 화장추구이미지에 따른 화장행동 중요도의 차이를 밝히고, 화장행동들 간의 중요도의 차이를 밝히고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 화장이미지와 대표 이미지 추출

화장은 결점을 커버하고 피부를 보호하는 수단으로 이용되며, 또한 자신의 이미지를 표현하는 수단이기도 한다. 화장을 의복과 어울리게 하면 전체적으로 잘 조화된 하나의 이미지가 생성된다(김수진, 한명숙, 1998).

화장은 비언어 의사전달 수단의 하나로, 그 사람을 상대방에게 전달하는 도구가 된다. 화장을 하는 것은 이러한 의사전달을 원활하게 그리고 효과적으로 행하기 위한 하나의 수단이라고 볼 수 있다. 화장은 자신을 보다 자기답게 나타내주는 얼굴을 중심으로 행해지는 인상관리방법, 의도적인 표출법이라고 할 수 있다(한명숙, 선정희, 2001). 화장이미지만 여러 가지 화장품과 도구를 이용하여 자신이 화장을 하였을 때 느끼는, 화장으로 인해 변화된 이미지를 말한다(이화순, 황춘섭, 2002).

이런 화장이미지가 기존 연구들에서 어떤 화장이미지 요인들로 분류되었는지 살펴보고 대표적인 화장이미지를 추출하기 위해, 기존 연구들을 살펴보았다. 화장이미지는 아직 연구가 많이 이루어지지 않은 관계로, 한국의류학회지, 복식, 복식문화연구, 대한가정학회지, 한국미용학회지, 한국색채학회의 1998년부터 2003년까지의 논문 중 화장이미지를 연구한 8편을 중심으로 화장이미지 요인들을 분석하였으며(이현정, 김미영, 2004), 본 연구에서는 최빈 사용 이

미지 요인을 추출하여 화장추구이미지 요인으로 사용하였다.

총 47개의 화장이미지의 요인들 중 비슷한 의미로 명명된 요인들을 묶기 위하여 구성요인들을 중심으로 살펴본 결과, 22개의 화장이미지 요인으로 분류할 수 있었다. 22개의 화장이미지 요인들 중 빈도 3 이상의 이미지들은 엘레강스, 소피스트케이트, 로맨틱, 내추럴, 모던, 젊음으로 나타났으며, 그 결과는 <그림 1>과 같다.

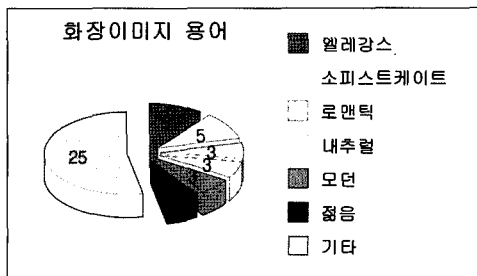
2. 화장행동

오늘날 메이크업의 유행현상은 맹목적으로 유행을 따르는 스타일이라기보다는 유행 안에서 각자 나름대로의 개성에 따라 독특한 메이크업과 패션을 추구하는 경향이 반영되어 특별한 유행스타일이 없고, 여러 가지 스타일이 다양하게 표현되어 공존하는 현상이 더욱 두드러지게 나타나고 있다(김은희, 2003).

소비자들이 중점을 두는 화장행동도 다양하게 나타나고 있는데, 소비자 유형에 따른 화장행동의 차이를 살펴본 기존 연구들을 살펴보면 다음과 같다.

홍성순, 오은정(2001)은 색조화장 라이프스타일에 따라 감각적 소비추구 집단, 전문가적 화장추구 집단, 의식적 화장추구 집단, 색조화장 기본인식 집단의 4 집단으로 세분화하고, 색조화장 시 가장 신경을 많이 쓰는 부분을 조사한 결과, 눈과 피부표현에 가장 많이 신경을 쓰고, 볼 부분은 거의 신경을 쓰지 않는 것으로 나타났다. 군집별로는 감각적 소비추구 집단은 눈과 피부표현에, 색조화장 기본 인식 집단은 입술에, 의식적 화장추구 집단은 볼과 피부표현에 가장 신경을 많이 쓰는 것으로 나타난 반면, 전문가적 화장추구 집단은 얼굴의 모든 부분에 전체적으로 많은 신경을 쓰는 것으로 나타났다.

송해인(2002)은 20대 여성의 의복쇼핑 집단에 따라 소비자를 경제적 쇼핑 집단, 쇼핑무관심 집단, 과시 및 적극적 쇼핑 집단, 쾌락적 쇼핑 집단의 4집단으로 세분화하고, 화장품 사용정도의 차이를 분석하였다. 그 결과, 메이크업베이스, 썬크림, 립스틱, 아이섀도우, 화운데이션 순으로 많이 사용하는 것으로 나타났다. 쇼핑 집단별로 살펴보면, 경제적 쇼핑 집단은 메이크업베이스, 아이브로우, 컴팩트를, 쇼핑무관심 집단은 메이크업베이스, 아이브로우, 립스틱, 아이섀도우의 사용정도가 높게 나타났다. 과시 및 적극적



<그림 1> 화장이미지 최빈 사용 용어들

<표 1> 화장행동에 관한 기존 연구

| 연구자/발행년도 | 소비자 유형 | | 화장행동 | |
|-----------------|-------------------------|----------------|---|--|
| 홍성순, 오은정 (2001) | 색조화장 라이프스타일에 따라 소비자 세분화 | 감각적 소비추구 집단 | 눈과 피부표현에 신경 쓰고, 볼 부분은 신경 쓰지 않음 | 눈, 피부표현 |
| | | 전문가적 화장추구 집단 | | 얼굴의 모든 부분에 전체적으로 신경을 씀 |
| | | 의식적 화장추구 집단 | | 볼, 피부표현 |
| | | 색조화장 기본인식 집단 | | 입술 |
| 송혜인 (2002) | 의복쇼핑성향에 따라 소비자 세분화 | 경제적 쇼핑 집단 | 메이크업베이스, 썬크림, 립스틱, 아이섀도우, 화운데이션 순으로 많이 사용 | 메이크업베이스, 아이브로우, 컴팩트 |
| | | 쇼핑무관심 집단 | | 메이크업베이스, 아이브로우, 립스틱, 아이섀도우 |
| | | 과시 및 적극적 쇼핑 집단 | | 립스틱, 립라이너, 썬크림이나 미백제품, 리프팅제품, 레티놀제품 등 고가의 기능성화장품의 사용정도가 높게 나타남 |
| | | 패락적 쇼핑 집단 | | 인조속눈썹, 메니큐어, 페티큐어의 사용이 다른 집단에 비해 높게 나타남 |
| 김용숙 (2004) | 화장추구혜택에 따라 집단유형화 | 아름다움추구 집단 | 의출 시 모든 여성들이 기초화장을 함. 립스틱, 화운데이션, 눈썹(아이브로우), 영양크림 순 | 기초화장품, 색조화장품, 기능성화장품 사용정도가 다 높음 |
| | | 결점보완추구 집단 | | 다른 집단에 비하여 기능성화장품의 사용정도가 높게 나타남 |
| | | 개성추구 집단 | | 색조화장품의 사용정도가 가장 높음 |
| | | 자신감추구 집단 | | 화장품 사용정도가 가장 낮음 |

쇼핑 집단은 다른 집단에 비하여 립스틱, 립라이너, 썬크림이나 미백제품, 리프팅제품, 레티놀제품 등 고가인 기능성 화장품의 사용정도가 높게 나타났다. 패락적 쇼핑 집단은 전체적으로 화장품의 사용정도가 높게 나타났는데, 특히 인조속눈썹, 메니큐어, 페티큐어의 사용이 다른 집단에 비해 높게 나타났다.

김용숙(2004)은 화장추구혜택에 따라 아름다움추구 집단, 결점보완추구 집단, 개성추구 집단, 자신감추구 집단의 4집단으로 유형화하고, 집단에 따른 화장품 사용정도를 분석하였다. 의출 시 모든 여성들이 스킨과 에센스를 포함한 로션 등 기초화장을 하였고, 립스틱, 파운데이션, 눈썹(아이브로우), 영양크림 순으로 높게 나타났으며, 미백크림이나 잡티커버용 컨실러 사용정도는 아주 낮은 편이었다. 집단별로 살펴보면, 아름다움추구 집단은 기초화장품, 색조화장품, 기능성화장품의 사용 정도가 다 높았으며, 결점보완추구집단은 다른 집단에 비하여 기능성화장품의 사용정도가 높게 나타났다. 개성추구 집단은 색조화장품의 사용 정도가 높았으며, 자신감추구 집단은 화장품 사용 정도가 낮게 나타났다.

이상의 화장행동에 관한 기존 연구들을 정리해 보면 <표 1>과 같다.

연구결과들에서 나타난바와 같이 화장품 소비자들

은 전체적으로 기초화장과 피부표현을 중요시하였으며, 눈과 눈썹, 입술화장 등의 사용 정도가 높은 것을 알 수 있다.

특히 색조화장 라이프스타일과 화장추구혜택에 따라 화장행동에 차이가 나타나는 것을 알 수 있다(김용숙, 2004; 홍성순, 오은정, 2001). 이것으로 화장추구 이미지에 따라 화장행동에도 차이가 나타날 것이라고 추론할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 화장행동의 기준을 기존 연구들과 화장품 매장이나 인터넷 사이트에서의 분류 기준들을 중심으로, 기초화장, 기능성화장, 피부화장, 눈썹화장, 눈화장, 입술화장, 윤곽화장, 손톱·발톱손질, 향수사용의 9개로 분류하여 화장추구 이미지에 따른 화장행동 중요도의 차이를 알아보고자 한다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 화장행동들 간의 중요도의 차이를 밝힌다.

둘째, 화장추구이미지에 따른 화장행동 중요도의 차이를 밝힌다.

2. 측정 도구

본 연구에서는 설문지를 사용하여 연구내용을 조사하였다.

사용된 설문지는 화장추구이미지, 화장행동, 인구통계적 특성을 묻는 문항으로 구성되어 있다.

화장추구이미지는 선행연구(이현정, 김미영, 2004)를 통하여 6개의 이미지 요인들을 추출하였다. 이 6개의 이미지 요인들은 외국어들이 그대로 사용된 경우가 많아, 같은 의미를 가진 우리말 요인으로 바꾸었다. 그 결과 엘레강스는 ‘품위있는’으로, 소피스트케이트는 ‘세련된’으로, 로맨틱은 ‘낭만적인’으로, 내추럴은 ‘자연적인’으로, 모던은 ‘현대적인’으로, 젊음은 ‘젊은’으로 바꾸어 연구에 사용하였다. 화장추구이미지는 순위척도로 측정하였다.

화장행동은 실질적으로 화장을 하는 행동을 말하는 것으로, 문항들은 기존 연구들과 화장품 매장이나 인터넷 사이트에서의 분류 기준들을 중심으로, 기초 화장, 기능성 화장, 피부 화장, 눈썹 화장, 눈 화장, 입술 화장, 윤곽 화장, 손톱·발톱 손질, 향수 사용의 총 9문항으로 구성하였다. 화장행동 중요도는 ‘전혀 중요하지 않다’에 1점, ‘매우 중요하다’에 5점을 주어 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구를 수행하기 위한 자료수집은 설문지 응답 방식으로 이루어졌으며, 2004년 10월 한달 동안 서울·경기 지역에 거주하는 20세에서 45세 여성을 대상으로 하였다. 445부의 설문지 중에서 354부가 회수되었으며, 이 중 응답내용이 불성실한 것을 제외한 총 322부가 분석에 사용되었다.

응답자의 연령은 20~24세가 162명(50.3%), 25세 이상이 160명(49.7%)으로 20대 초반이 많았다.

학력은 고등학교졸업 이하가 24명(7.5%), 전문대학 학 및 졸업이 18명(5.6%), 대학교재학이 167명(51.9%),

대학교졸업이 66명(20.5%), 대학원재학 및 대학원졸업 이상이 47명(14.6%)으로 나타나 전체적으로 고학력자가 많았다.

총수입은 100만원 미만인 23명(7.1%), 100만원~200만원 미만인 27명(8.4%), 200만원~300만원 미만인 71명(22.0%), 300만원~400만원 미만인 63명(19.6%), 400만원~500만원 미만인 60명(18.6%), 500만원 이상이 78명(24.2%)으로 나타났다.

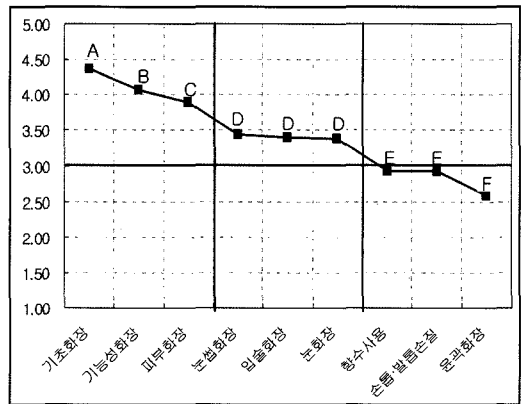
자료분석을 위한 통계는 SPSS 10.0 통계프로그램을 이용하였으며, Paired t-test, 빈도분석, ANOVA test와 Duncan test를 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 화장행동들 간의 중요도의 차이

화장행동들 간의 중요도의 차이를 밝히기 위하여 Paired t-test를 실시하였으며, 그 결과는 다음의 <표 2>, <그림 2>와 같다.

<표 2>의 결과를 살펴보면, 화장행동은 크게 기초·기능성·피부 화장인 기초 및 피부 화장, 눈썹·입술·눈



알파벳은 Paired t-test 결과 유의한 차이가 나타나는 집단을 평균점수순으로 표시함.

<그림 2> 화장행동들 간의 중요도의 차이 결과 그래프

<표 2> 화장행동들 간의 중요도의 차이

| 화장행동 | 기초 화장 | 기능성 화장 | 피부 화장 | 눈썹 화장 | 입술 화장 | 눈 화장 | 향수 사용 | 손톱, 발톱 손질 | 윤곽 화장 |
|---------------|-------|--------|-------|-------|-------|------|-------|-----------|-------|
| 평균 | 4.37 | 4.07 | 3.90 | 3.44 | 3.40 | 3.38 | 2.93 | 2.93 | 2.59 |
| Paired t-test | A | B | C | D | D | D | E | E | F |

알파벳은 Paired t-test 결과 유의한 차이가 나타나는 집단을 평균점수순으로 표시함.

화장인 색조화장, 향수사용·손톱/발톱손질·윤곽화장인 추가화장의 3부분으로 분류될 수 있으며, 그 중 기초 및 피부화장 부분의 중요도가 높게 나타났다. 이것은 소비자들이 화장을 할 때 기초화장과 피부표현에 가장 신경을 쓴다는 선행연구들(김용숙, 2002; 송혜인, 2002; 홍성순, 오은정, 2001)의 연구결과와도 일치한다.

기본적인 색조화장인 눈썹화장, 입술화장, 눈화장은 비슷한 평균점수를 보이고 있는데, 모두 평균점수가 중간점수인 3 이상으로 소비자들은 화장을 할 때

색조화장에도 신경을 쓰는 것을 알 수 있다.

추가화장으로 분류한 향수사용, 손톱·발톱손질, 윤곽화장은 모두 평균점수가 중간점수인 3 이하로 소비자들은 추가화장은 중요하게 생각하지 않음을 알 수 있다. 특히 윤곽화장의 중요도가 가장 낮게 나타났는데, 이는 색조화장 시 불부분은 신경을 쓰지 않는다는 선행연구(홍성순, 오은정, 2001)의 연구결과와도 일치한다.

<표 3> 화장추구이미지 집단

| 화장추구이미지 집단 | 빈도 |
|-------------|-----|
| 품위있는 이미지 집단 | 33 |
| 세련된 이미지 집단 | 80 |
| 낭만적인 이미지 집단 | 24 |
| 자연적인 이미지 집단 | 121 |
| 현대적인 이미지 집단 | 29 |
| 젊은 이미지 집단 | 35 |
| 합 계 | 322 |

2. 화장추구이미지에 따른 화장행동 중요도의 차이

화장을 통해 추구하는 화장이미지를 알아보기 위하여 우선 이론적 연구에서 추출한 화장추구이미지에 따라 집단을 분류하였다. 화장추구이미지 측정을 위해 순위척도와 등간척도를 사용하여 조사한 결과, 순위척도와 등간척도의 결과가 일치하였다(이현정, 김미영, 2005). 따라서 본 연구에서는 순위척도로 측정된 결과(1순위 기준)를 가지고 소비자들을 분류하였다. 화장추구이미지에 따라 분류된 집단은 <표 3>과 같다.

<표 4> 화장추구이미지에 따른 화장행동 중요도의 차이 분석결과

| 화장행동 | | 화장추구이미지 집단 | 품위있는 이미지 집단 (n=33) | 세련된 이미지 집단 (n=80) | 낭만적인 이미지 집단 (n=24) | 자연적인 이미지 집단 (n=121) | 현대적인 이미지 집단 (n=29) | 젊은 이미지 집단 (n=35) | F-value |
|------------|----------|-------------|--------------------|-------------------|--------------------|---------------------|--------------------|------------------|----------|
| | | | | | | | | | |
| 기초 및 피부 화장 | 기초 화장 | 평균 | 4.64 | 4.45 | 4.25 | 4.28 | 4.17 | 4.49 | 2.285* |
| | | Duncan test | A | AB | B | B | B | AB | |
| | 기능성 화장 | 평균 | 4.49 | 3.95 | 4.13 | 3.98 | 4.07 | 4.26 | 2.720* |
| | | Duncan test | A | B | AB | B | B | AB | |
| | 피부 화장 | 평균 | 4.03 | 3.94 | 3.92 | 3.69 | 4.21 | 4.14 | 3.338** |
| | | Duncan test | AB | AB | AB | B | A | A | |
| 색조 화장 | 눈썹 화장 | 평균 | 3.73 | 3.61 | 3.46 | 3.03 | 3.69 | 3.91 | 6.467*** |
| | | Duncan test | A | A | AB | B | A | A | |
| | 눈 화장 | 평균 | 3.30 | 3.60 | 3.71 | 3.12 | 3.48 | 3.57 | 2.936* |
| | | Duncan test | AB | AB | A | B | AB | AB | |
| | 입술 화장 | 평균 | 3.70 | 3.39 | 3.88 | 3.17 | 3.59 | 3.49 | 4.195** |
| | | Duncan test | AB | BC | A | C | AB | AB | |
| 추가 화장 | 윤곽 화장 | 평균 | 2.79 | 2.74 | 2.88 | 2.27 | 3.00 | 2.69 | 4.449** |
| | | Duncan test | A | AB | A | B | A | AB | |
| | 손톱 발톱 손질 | 평균 | 2.85 | 2.96 | 3.00 | 2.79 | 3.41 | 2.97 | 2.370* |
| | | Duncan test | B | B | B | B | A | B | |
| | 향수 사용 | 평균 | 3.03 | 3.16 | 3.17 | 2.63 | 3.17 | 3.00 | 3.603** |
| | | Duncan test | AB | A | A | B | A | AB | |

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

알파벳은 Duncan test 결과 유의한 차이가 나타난 집단들을 서로 다른 문자로 표시함.

다음은 화장추구이미지에 따른 화장행동 중요도의 차이를 밝히기 위하여 ANOVA test와 Duncan test를 실시하였으며, 그 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4>의 결과를 살펴보면, 9개의 화장행동 모두에서 유의한 차이가 나타났다. 기초화장은 품위있는 화장추구이미지 집단에서 중요하게 평가되었고, 젊은과 세련된 화장추구이미지 집단에서도 중요하게 평가되었다. 기능성화장도 품위있는 화장추구이미지 집단에서 중요하게 평가되었으며, 젊은과 낭만적인 화장추구 이미지 집단에서도 중요하게 평가되었다. 피부화장은 자연적인 화장추구이미지 집단보다 현대적인과 젊은 화장추구이미지 집단에서 더 중요하게 평가되었다. 기초 및 피부화장에 속하는 3개의 화장행동에서 모든 집단의 평균점수가 3.5 이상으로 나타나, 소비자들은 화장을 할 때 기초와 피부화장을 중요하게 생각하는 것을 알 수 있다.

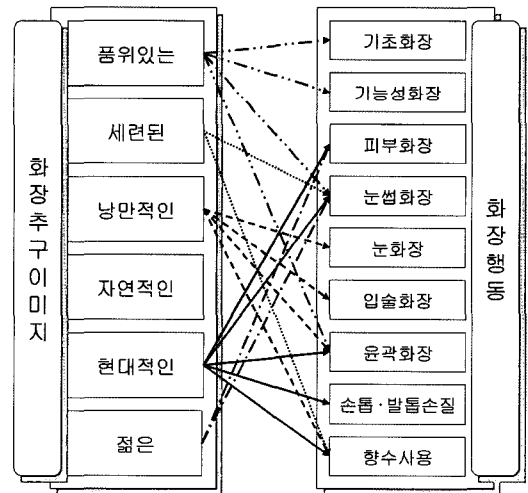
눈썹화장은 자연적인 화장추구이미지 집단을 제외하고 젊은 화장추구이미지 집단을 비롯한 모든 화장추구이미지 집단에서 중요하게 평가되었다. 눈화장 역시 자연적인 화장추구이미지 집단보다 낭만적인, 세련된, 젊은, 현대적인, 품위있는 화장추구이미지 집단에서 중요하게 평가되었다. 입술화장은 낭만적인과 품위있는 화장추구이미지 집단에서 자연적인 화장추구 이미지 집단보다 더 중요하게 평가되었으며, 현대적인, 젊은 화장추구이미지 집단에서도 중요하게 평가되었다. 기본적인 색조화장에 속하는 3개의 화장행동에서 모든 집단의 평균점수가 중간점수인 3 이상으로 나타나, 소비자들은 화장을 할 때 기본적인 색조화장도 어느 정도 중요하게 생각하는 것을 알 수 있다.

윤곽화장은 자연적인 화장추구이미지 집단에서의 중요도가 낮았으며, 자연적인 화장추구이미지 집단을 제외하고 현대적인을 비롯한 다른 화장추구이미지 집단에서의 중요도는 자연적인 보다 높게 나타났다. 하지만 모든 집단에서의 평균점수가 중간점수인 3 이하로 나타나, 화장을 할 때 윤곽화장은 중요하게 생각하지 않는다는 것을 알 수 있다. 손톱·발톱손질은 현대적인 화장추구이미지 집단에서의 중요도가 다른 집단에 비하여 높게 나타났다. 향수사용은 자연적인 화장추구이미지 집단에서의 중요도가 낮았다.

화장추구이미지 집단별로 살펴보면, 품위있는과 젊은 화장추구이미지 집단은 손톱·발톱손질을 제외한 모든 화장행동에서 다른 집단에 비해 중요도가 높게 나타나, 화장을 할 때 전체적으로 신경을 쓰는 것을 알

수 있었다. 낭만적인 화장추구이미지 집단은 기초화장과 손톱·발톱손질을 제외한 화장행동에서 중요도가 높게 나타났는데, 특히 색조화장인 눈화장과 입술화장을 다른 집단보다 중요하게 생각하고 있는 것을 알 수 있었다. 자연적인 화장추구이미지 집단은 모든 화장행동에서 다른 집단들에 비해 중요도가 낮게 나타나, 자연적인 이미지를 추구하는 사람들은 다른 이미지를 추구하는 사람들보다 화장을 중요시하지 않는 것을 알 수 있었다. 현대적인 화장추구이미지 집단은 다른 집단들에 비해 윤곽화장, 손톱·발톱손질, 향수사용 등 추가적인 화장에 더 신경을 쓰는 것으로 나타나, 현대적인 이미지를 추구하는 사람들은 다른 사람들이 신경을 쓰지 않는 부분까지도 세심하게 신경을 쓰는 것을 알 수 있었다.

이상의 결과를 그림으로 제시하면 <그림 3>과 같다.



→ : Duncan test 결과 A로만 유의한 차이가 나온 결과를 표시함

<그림 3> 화장추구이미지에 따른 화장행동 중요도의 차이

V. 결론 및 제언

본 연구는 20세에서 45세의 여성들을 대상으로 화장행동들간의 중요도의 차이를 밝히고, 화장추구이미지에 따른 화장행동 중요도의 차이를 밝히고자 하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 화장행동들 간의 중요도의 차이를 알아본 결과, 화장행동은 크게 기초·기능성·피부화장인 기초 및 피부화장, 눈썹·입술·눈화장인 색조화장, 향수사

용·손톱/발톱손질·윤곽화장인 추가화장의 3부분으로 분류할 수 있었으며, 그 중 기초 및 피부화장 부분의 중요도가 높게 나타났다.

둘째, 화장추구이미지 집단을 품위있는, 세련된, 낭만적인, 자연적인, 현대적인, 젊은의 6개 집단으로 분류하여, 화장추구이미지에 따른 화장행동 중요도의 차이를 알아보았다. 그 결과, 기초화장, 기능성화장, 피부화장, 눈썹화장, 눈화장, 입술화장, 윤곽화장, 손톱·발톱손질, 향수사용의 9개 화장행동에서 모두 유의한 차이가 나타났다. 기초화장은 품위있는 집단에서 중요하게 평가되었고, 젊은과 세련된 집단에서도 중요하게 평가되었다. 기능성화장도 품위있는 집단에서 중요하게 평가되었으며, 젊은과 낭만적인 집단에서도 중요하게 평가되었다. 피부화장은 자연적인 집단보다 현대적인과 젊은 집단에서 더 중요하게 평가되었다. 색조화장인 눈썹화장은 자연적인 집단을 제외하고 젊은 집단을 비롯한 모든 화장추구이미지 집단에서 중요하게 평가되었다. 눈화장 역시 자연적인 집단보다 낭만적인, 세련된, 젊은, 현대적인, 품위있는 집단에서 중요하게 평가되었다. 입술화장은 낭만적인과 품위있는 집단에서 자연적인 집단보다 더 중요하게 평가되었으며, 현대적인, 젊은 집단에서도 중요하게 평가되었다. 추가화장인 윤곽화장은 자연적인 집단에서의 중요도가 낮았으며, 현대적인을 비롯한 다른 화장추구이미지 집단에서의 중요도는 자연적인 집단보다 높게 나타났다. 손톱·발톱손질은 현대적인 집단에서의 중요도가 다른 화장추구이미지 집단에 비해 높게 나타났다. 향수사용은 자연적인 집단에서의 중요도가 낮게 나타났다. 자연적인 화장추구이미지 집단은 모든 화장행동에서 다른 집단들에 비해 중요도가 낮게 나타나, 자연적인 이미지를 추구하는 사람들은 다른 이미지를 추구하는 사람들보다 화장을 중요시하지 않는 것을 알 수 있었다. 현대적인 화장추구이미지 집단은 다른 집단들에 비해 윤곽화장, 손톱·발톱손질, 향수사용 등 추가적인 화장에 더 신경을 쓰는 것으로 나타나, 현대적인 이미지를 추구하는 사람들은 다른 사람들이 신경을 쓰지 않는 부분까지도 세심하게 신경을 쓰는 것을 알 수 있었다.

따라서, 기업은 목표로 하는 이미지 집단에 따라서 주력 품목과 광고 품목을 결정해야 할 것이다.

본 연구의 결과에서 현대적인 화장추구이미지 집단이 다른 화장이미지를 추구하는 집단과 다르게 여러 결과에서 유의한 차이를 나타내는 것은, 화장시장

의 다양화를 나타내는 사례라고 할 수 있다. 앞으로는 현대적인 화장이미지를 추구하는 사람들 외에도 다른 화장이미지를 추구하는 집단에서도 욕구가 다양화 될 것이다.

본 연구의 제한점으로는 첫째, 연구대상자 선정이 서울과 경기지역의 일부 여성 소비자 집단을 연구대상으로 했기 때문에 전체 여성으로 확대 해석하는 데는 다소 어려운 점이 있다: 둘째, 이미지에 따른 화장행동의 연구가 미비하여, 다른 연구와의 비교가 어려웠다.

앞으로의 후속연구에서는 화장이미지에 따른 구체적인 화장방법이나 스타일에 관한 연구도 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 김수진, 한명숙. (1998). 1990년대의 패션과 메이크업 경향에 관한 연구. *복식문화연구*, 6(1), 84-93.
- 김용숙. (2004). 화장추구태력과 화장품 사용에 관한 연구. *복식*, 54(2), 95-104.
- 김은희. (2003). *화장품 광고에 나타난 메이크업 이미지 변천에 관한 연구: 태평양화장품 장엄지에 나타난 메이크업 이미지를 중심으로*. 한성대학교 예술대학원 석사학위 논문.
- 김현희. (2001). *여고생의 화장행동과 화장품 구매불안간의 관계*. 대구가톨릭대학교 대학원 석사학위 논문.
- 송혜인. (2002). *20대 여성의 의복소평성향에 따른 화장품 구매 행동에 관한 연구*. 순천대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이현정, 김미영. (2004). 의복이미지와 화장이미지에 관한 기존 연구 분석. *복식*, 54(7), 91-106.
- 이현정, 김미영. (2005, 5). *화장추구이미지의 명명척도와 동안척도 측정결과 및 차이 분석*. 한국복식학회 춘계학술대회 발표, 서울.
- 이화순, 황춘섭. (2002). 화장의 사회·심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구. *복식*, 52(8), 137-149.
- 조기여, 유태순. (1997). 자기효능감, 화장근접도, 의복근접도의 상관관계. *복식*, 32, 183-200.
- 한명숙, 선정희. (2001). 웨딩메이크업의 이미지 유형과 디자인 요소와의 관계. *한국미용학회지*, 7(2), 73-85.
- 홍성순, 오은정. (2001). 라이프스타일에 따른 색조화장 표현도와 색조화장품 구매행동에 관한 연구. *대한가정학회지*, 39(7), 85-99.
- Cox, C. L., & Glick, W. H. (1986). Resume evaluations and cosmetics use: When more is not better. *Sex Roles*, 14(1/2), 51-58.
- Workman, J. E., & Johnson, K. K. P. (1991). The role of cosmetics in impression formation. *Clothing & Textiles Research Journal*, 10(1), 63-67.