

碩士學位論文

指導教授 李 昌 九

한국 화장문화의 연대기적 변천
특성에 관한 연구
- 개화기 이후를 중심으로 -

The study on the chronological characteristics
of Korean cosmetic culture

2001년 12월

漢城大學校 藝術大學院

패션藝術學科

扮裝藝術專攻

洪 仁 子

碩士學位論文

指導教授 李 昌 九

한국 화장문화의 연대기적 변천
특성에 관한 연구
- 개화기 이후를 중심으로 -

The study on the chronological characteristics
of Korean cosmetic culture

이 論文을 藝術學 碩士學位論文으로 提出함

2001년 12월

漢城大學校 藝術大學院

패션藝術學科

扮裝藝術專攻

洪 仁 子

洪仁子の 藝術學碩士學位 論文을 인정함

2001년 12월

심사위원장_____ ①인

심 사 위 원_____ ①인

심 사 위 원_____ ①인

초 록

본 논문은 개화기이후 한국 화장문화의 변천을 연구하기 위하여 상고 시대와 고려시대, 조선시대의 화장문화를 간략히 살펴보고 개화기 이후를 중심으로 1990년대까지의 화장문화를 살펴본다. 화장문화를 화장품의 개발과 대중매체의 역할, 여성 의식이 어떻게 변모하는가를 연대기적으로 그 특징을 고찰하는 것이 이 논문의 의의라고 할 수 있다.

화장의 시작은 상고시대부터 그 기원을 살핀다. 상고시대에 사용한 쑥과 마늘은 피부미용에 대한 관심으로 볼 수 있고, 삼국시대의 고분벽화에 그려진 여성의 화장에서 진하고 굵은 눈썹, 작은 입술을 발견 할 수 있다. 백제의 화장품이 일본에 전해질만큼 화장품 제조기술도 상당히 발전한 것으로 알 수 있다. 또한 신라시대의 유물 중에 다양한 화장용구와 백분을 사용한 흔적으로 통해서 상고시대보다 진보된 화장문화를 추정할 수 있으며 당나라와의 활발한 교역을 통해 더욱 화려해진 화장의 경향을 추정할 수 있다.

이러한 화장은 고려시대로 넘어 오면서 기녀들을 중심으로 분대화장이 등장한다. 몽고의 영향을 받아 더 화려해진 분대화장은 분을 많이 바르고 눈썹을 가늘게 가다듬었으며 붉은 입술과 붉은 연지를 사용하여 상당히 화려한 화장이 되었지만 기녀들의 화장이어서 당시 일반인들에게는 부정적으로 인식되어 왔다. 이러한 부정적인 인식은 조선시대를 거쳐 개화기에 이르기까지 이어져 한국의 화장문화 발전의 저해 요소가 원인 중에 하나가 된다. 조선시대는 고려시대보다 진보하지 않았고 유교적인 여성관을 확고하게 정립하고 있었기에 화장도 신분계층에

따라 다르게 전개된다. 따라서 화려한 화장은 일반인에게 널리 퍼지지 않았으며, 기녀들의 화장과 이분화된 경향을 보여준다.

그러나 개화기와 일제 강점기에 이르러 한국의 화장은 커다란 변화를 겪는다. 개항과 더불어 외래의 문화가 유입되면서 화장품이 수입되고 국내에서도 박가분을 비롯한 화장품을 개발하고 화장품의 유통도 신문이나 잡지를 통해 일반인들이 쉽게 접할 수 있게 된다. 일본을 통해 들어온 수입화장품과 국내에서 개발한 화장품은 방물장수나 매분구, 일반 상점에서 화장품을 살 수 있게 되어 화장문화의 새로운 형태를 보여준다. 또한 일제 강점기이지만 교육받은 여성과 사회참여를 활발히 하는 신여성의 등장도 화장문화에 새로운 변화를 갖게 되는데 일조를 한다.

전통적인 화장문화가 현대의 화장문화 형태로 이른 것은 개화기 이후부터라고 볼 수 있으며 해방 이후 서구의 문명이 급격히 밀려와 화장품 사용의 빈도수는 점차 증가하는 경향을 보인다. 특히 미국식 문화가 국내에 유입되면서 PX를 통한 수입화장품이 증가하고 국내 화장품의 개발에도 많은 변화가 일어난다. 또한 여성잡지가 창간되고 영화가 대중화되면서 화장에 대한 인식이 점차 달라진다. 이들 여성잡지에서 유행되는 화장이나 화장기법을 소개하는 내용이 일반대중에게 전달됨으로써 화장에 대한 대중화의 기초를 마련하게 된다. 이렇게 전개됨으로써 전통적으로 화장은 화류계의 여성들만이 하는 것으로 알고 있던 인식도에서 여성의 미의식과 표현의식으로 전환되기 시작한다. 기초화장품 위주로 소비되던 것이 아이라이너, 마스카라, 빨간 입술 등 눈화장과 입술화장에 치중하는 화장법이 유행하게 된다.

1960년대는 급속한 산업화에 부응하여 경제가 활발히 전개되고 화장품업계에서도 다양한 화장품을 개발하는 시기에 이른다. 자외선을 차단하는 선크림과 피

부 손질에 필요한 기초화장품 개발이 더욱 활발히 전개되기에 이른다. 이러한 경향은 1970년대로 이어지고 색조화장이 일반 대중에게 퍼져 보다 다양한 형태로 발전하게 된다. 색채에 있어서도 다양한 색깔이 유행하고 계절에 따른 화장법, 모임의 성격에 따라 달리 하는 화장법 등 주제를 갖고 화장하는 경향이 보인다. 1980년대의 화장의 특징은 1970년대 보다 색깔에 있어 더욱 다양하고 화려하게 나타나는 경향이 있다. 86년 아시안 게임과 88년 올림픽 게임을 개최하여 국제적인 감각에 맞는 화장법으로 다양하게 전개된다. 또한 화장품 제조에서도 화장품의 원료와 화장품의 질에 따른 품질의 다양화를 추구하면서 고급화를 지향하는 화장품이 개발되는 특징을 지닌다. 이는 1990년으로 넘어가면서 그 경향은 더욱 짙어진다. 화장품에 대한 인식이 기초화장을 통한 피부손질의 차원을 넘어 개인별 피부형태에 따라 맞춤형의 화장품으로 고급화되고 기능성을 강조한 화장품으로 보다 전문화, 세분화된 경향으로 변모한 연대기적 특징을 살필 수 있다.

이렇게 연대적으로 화장문화가 변모를 겪는 요인을 살펴보면 개화기 이후 여성들의 교육중대와 사회활동 참여도 기존에 가지고 있었던 화장문화에 대한 인식이 달라졌고, 대중매체의 역할과 광고로 화장품 소비 형태와 화장품의 질을 향상시킨 것을 알 수 있다. 이것은 경제부흥과 여성들의 사회활동이 시대적으로 늘어나면서 화장의 필요성을 느낀 것과 신문, 잡지, 광고를 통한 대중문화의 전파에서 그 원인을 찾을 수 있다. 또한 국내 화장품업계에서 신제품 개발에 대한 꾸준한 투자로 화장품의 과학화와 전문화를 추구한 결과로 화장문화가 변천되었음을 파악할 수 있다.

목 차

초 록

I. 서 론	1
1. 연구목적	1
2. 연구의 범위 및 방법	3
II. 개화기 이전 화장문화의 특성	5
1. 상고시대의 화장	5
2. 삼국시대의 화장	9
3. 고려시대의 화장	14
4. 조선시대의 화장	19
III. 개화기 이후 화장문화의 변천과정	24
1. 개화기와 일제강점기의 화장문화	24
2. 해방 후 화장문화의 전개	37
3. 1960년대 화장문화	48
4. 1970년대 화장문화	53
5. 1980년대 화장문화	58
6. 1990년대 화장문화	64
IV. 화장문화 변천 요인의 특성	70
1. 여성교육의 기회와 사회활동의 증가	70
2. 매스미디어의 발달	73
3. 메이크업 캠페인 활동과 영향	75
V. 결 론	81
참 고 문 헌	86
ABSTRACT	89

그 립 목 차

<그림 1> 채화칠협	8
<그림 2> 연지 화장한 여인(1)	8
<그림 3> 연지 화장한 여인(2)	8
<그림 4> 수월관음도(1)	18
<그림 5> 수월관음도(2)	18
<그림 6> 김홍도의 풍속도	22
<그림 7> 김홍도의 미인화장	22
<그림 8> 하연 부인상	22
<그림 9> 신윤복의 미인도	23
<그림 10> 설화분 광고	34
<그림 11> 수백분 광고	34
<그림 12> 구라부 크림 광고	34
<그림 13> 방물장수	34
<그림 14> 방물상 부부	35
<그림 15> 연부액 광고	35
<그림 16> 일본화장품 광고	35
<그림 17> 신여성 윤심덕	35
<그림 18> 박가분 광고	36
<그림 19> 유톤 광고	46
<그림 20> 바니싱 크림 광고	46
<그림 21> 여성잡지 창간호 표지	46
<그림 22> 화장계 창간호 표지	46

<그림 23> 백정제 광고	47
<그림 24> 코티 화장 비누 광고	47
<그림 25> 미미 바니싱 크림 광고	47
<그림 26> 파라솔 크림 광고	47
<그림 27> 최초 잡지 원색 광고	52
<그림 28> 1970년대 메이크업 경향	57
<그림 29> 1980년대 메이크업 경향	63
<그림 30> 1990년대 메이크업 경향	69
<그림 31> 잡지 광고의 변천	79
<그림 32> 메이크업 캠페인 변천	80

I. 서론

1. 연구목적

화장은 인간의 근본적인 표현의 욕구와 함께 역사 속에서 변화하면서 지속적으로 변화해 왔다. 인간은 본질적으로 자신을 어떠한 형태로든 표현하려는 과정을 겪으면서 화장문화는 변천하여 온 것이다. 고대로부터 현재에 이르기까지 사용된 화장도구와 화장문화는 그 시대와 문화를 반영하면서 발전해 왔다.

한국의 화장문화는 삼국시대, 고려시대, 조선시대의 생활과 문화사를 통해 살펴 볼 수 있고, 본격적으로 화장문화가 도입된 것은 개화기 이후라고 할 수 있다. 개화기에 들어온 외래문화는 전통적인 화장문화에서 상업적이고 서양화되는 화장문화를 받아들이면서 새로운 형태로 나아간다. 이것은 개화기라는 특수한 상황을 배경으로 사회, 정치, 문화 등 모든 분야에 신개념이 도입되던 시기였기에 신여성의 출발과 화장 문화는 새로운 전환기를 맞는다.

특히 개화기에 근대적 교육을 받은 여성의 수가 증가하고 사회활동이 점차 확대되면서 여성의 사회적 역할과 그에 따른 여성의 변화는 급속히 이루어진다. 식민지 시대임에도 여성이 교육받을 기회가 늘어나고, 정규학교 외에도 각종 강습회, 야학, 교회활동 등을 신교육을 통해 신문화를 접할 수 있는 기회가 늘어나게 된다. 이로서 한국에서는 개화기에 신교육을 받고 전통사상에 항거하는데 앞장선 여성들을 ‘신여성’이라고 불렀다.

신여성들은 당시 식민지 현실을 인식한 지식인들이었으며 여성운동의 선구적

역할을 수행한 새로운 계층이 사회의 전반적인 문화를 주도하게 된다. 이처럼 교육받은 여성의 사회적 진출은 여성의 사회적 자아를 형성시켰고, 새로운 가치관의 확립과 사회활동은 여성의 복식문화와 함께 화장문화를 일으켰다. 따라서 근대적 의미에서 화장문화는 신여성의 출범과 동시에 여성에게 커다란 변화를 주었다고 할 수 있다.

이후 해방과 6·25를 겪고 산업화 사회로 접어들면서 여성들의 직업활동과 노동참여의 기회는 더욱 늘어나게 된다. 직업을 갖게 되는 여성들이 늘어나면서 경제적 독립과 함께 여성의 화장문화는 광고의 발달로 상품화의 영향을 직접적으로 받게 된다. 특히 고도로 성장한 경제로 텔레비전이 등장하고 이와 함께 매스미디어의 활발한 광고는 여성의 화장문화를 더욱 급속한 변화를 초래하여 화장기법의 변화를 초래한다. 기존의 화장에서 새로운 패턴으로서의 색조화장은 얼굴의 조형미를 강조하는 기법으로 변화한다.

한국 화장문화에 대한 기존 연구는 전완길¹⁾, 조은별²⁾, 송민정³⁾, 박보영⁴⁾, 최영경⁵⁾, 김희숙⁶⁾, 김용미⁷⁾에 의해서 연구되어 왔다. 이들 연구의 특징은 복식사의 일부로써 화장문화를 연구해 왔고, 각각 시대에 따른 복식과 화장의 변천과정을 연구하였다. 먼저 전완길은 최초로 한국화장 문화에 대한 사적 정리를 구체적으로 정리한 업적으로 그 공로가 크며, 이를 이어 1990년도에 들어 학술적인 논문이 등장하게 된다. 송민정과 박보영은 상고시대부터 근대에 이르기까지 그 시기

1) 전완길(1987), 『한국화장문화사』, 열화당

2) 조은별(1995), “20세기 화장문화에 관한 연구”, 이화여자대학교 석사학위 논문.

3) 송민정(1990), “우리나라 전통화장문화에 관한 연구”, 이화여자대학교대학원 석사학위논문.

4) 박보영(1997), “한국·중국·일본 여성의 색조화장문화”, 경희대학교 대학원 박사학위논문.

5) 최영경(1997), “한국여성의 화장문화에 관한 연구”, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

6) 김희숙(1998), “20세기 한국과 서양의 여성 화장문화 비교연구”, 성균관대학교 대학원 박사학위 논문.

7) 김용미(2000), “해방 이후 한국화장문화에 관한 연구”, 이화여자대학교 대학원 석사논문.

를 세분하여 화장문화를 다루었고, 최영경은 현대의 화장문화를 중심으로 깊이 있게 다루었으며, 송민정은 종교와 관련지어 각 시기별로 화장문화를 연구하였다. 김희숙은 한국과 서양의 화장문화를 화장과 헤어스타일의 변천과정을 개화기부터 조형적으로 분석하여 비교적 상세히 다루었다. 최근 김용미는 해방 이후에서 1990년까지 사적 연구를 통해 한국화장문화의 기점을 고찰하면서 화장문화 변천 요인을 살폈다. 이로서 복식사와 더불어 헤어스타일과 관련된 화장문화의 연구가 활발히 시작되고 있는 가운데 화장의 기법을 통해 그 변천사를 한국의 사회와 한국의 문화적 배경을 토대로 살펴보는 것은 의미가 있다고 본다.

따라서 본 논문에서는 개화기부터 변화되어 온 화장문화를 시대적 상황과 연결지어 화장 문화에 대한 변천과정을 살펴보고자 한다. 특히 개화기에 외래문화가 들어오면서 기존의 전통 화장에 대한 인식이 경제 성장과 사회 현상에 따라 어떻게 변화를 겪는지를 고찰하여 이후 전개되는 한국화장 문화의 변천과정을 살펴본다. 이를 위해 각 시기별로 특징을 살펴 화장문화가 전개되어 온 과정을 사회, 문화, 역사적으로 조명하는 데 의의를 둔다.

2. 연구의 범위 및 방법

한국의 화장문화를 연구하기 위한 시대를 개화기 이후부터 1980년대까지 살펴본다. 개화기는 외래문화의 유입과 함께 급변한 사회적 변모를 겪던 시기이다. 개화기는 여성들의 교육이 시작되어 이로 말미암아 신여성들이 등장하여 사회참여를 가능하게 해주어 패션과 화장문화도 기존의 전통적인 것과는 달리 변모를

겪는다. 따라서 개화기는 한국의 화장문화에 변모를 가져온 시발점으로 삼을 수 있다.

개화기의 화장문화를 살피기에 앞서 상고시대부터 전해 내려온 전통적인 화장문화를 간략히 개화기부터 각 시대를 한정하여 그 특징을 고찰하려 한다. 이를 위해 화장문화의 변천 요인을 살펴보고 화장문화에 직접적으로 영향을 끼친 원인을 분석하여 산업화와 대중매체의 영향, 여성들의 교육수준 향상으로 여성의 미적 가치가 변모된 특징을 중심으로 화장문화의 변천 양상을 규명하려 한다.

이를 위해 각 시대별로 그 문화적 특징을 대중문화와 화장품 개발의 영향관계를 신문, 잡지 등에 등장한 인쇄 광고를 바탕으로 한국 화장문화의 변모양상을 살펴본다. 또한 사회 문화의 전반적인 영향관계를 화장의 기법과 연결하여 한국의 전통적인 화장문화의 변모양상을 고찰하려 한다. 이로서 한국의 전통화장기법이 개화기 이후 외래 문화의 영향을 어떻게 수용·발전하여 왔는지를 규명한다.

Ⅱ. 개화기 이전 화장문화의 특성

1. 상고시대의 화장

인간이 표현한 아름다움에 대한 인식의 근원은 예술의 기원과 연결지어 볼 수 있다. 예술의 기원은 여러 가지의 본능설과 발생학적 기원설에서 유래된다. 예술의 기원으로 토대로 본다면 화장의 기원은 자신의 아름다운 부분을 돋보이도록 하려고 한 타고난 '본능설'과, 신분·계급 종족의 남녀 성별을 구분하려고 시작한 문신에서 기원을 보는 '장식설', 종교적 목적에서 제례를 위한 몸단장에서 비롯한 '종교설', 신체를 보호하고 위장하기 위한 치장으로 발전한 '신체보호설', 이성이나 다른 사람의 관심을 끌기 위해 시작한 '이성유인설'로 나누어 볼 수 있다.⁸⁾

이 다섯 가지설을 종합하면 화장은 인류 문명이 생기면서부터 쓰기 시작한 것으로 화장의 공통된 기원을 갖는다. 화장의 기원을 미적인 성적본능을 만족시키기 위한 수단이나, 주술적·종교적 욕구를 충족시키기 위한 것, 성별·사회적 지위·소속 집단을 표시하기 위하여, 신체의 보호 또는 보존을 위한 실용적 수단에서⁹⁾ 찾을 수 있다.

화장은 이러한 의미에서 자신의 내적 심리를 외적으로 표현하는 각 개인간에 이루어지는 자신을 표현하는 “표현”의 의미로 정리할 수 있겠다. 자신의 미적 감정을 예술이라는 형태로 추구하는 것이 아니라 인간의 고유한 영역인 아름다움

8) 김춘득(2000), 『미용문화사』, 청구문화사, pp.17-20.

9) 김덕록(1998), 『화장과 화장품』, 답게, p.15.

에 대한 인간의 꿈을 실현하고자 하는 표현영역이라고 할 수 있다. 화장은 인간 간에 이루어지는 신분, 계급, 종족, 남녀 성별을 구별짓기 위한 치장의 수단으로서 전개되는 독특한 영역이라는 공통점에서 출발하고 있다고 할 수 있다. 그래서 인간의 신체적 아름다움과 사회적 의미로서의 화장, 신체를 보호하려는 의미에서 화장은 시작되었다고 본다면 그 역사는 인간의 역사와 함께 오랫동안 지속되었다고 할 수 있겠다.

고대 사회에서의 화장은 주술적, 종교적 행위로서 색상을 부여하거나 향을 이용하여 병이나 재액을 물리치고 복을 빌고, 신체를 보호하는 기능에서 출발하였다. 고대사회의 일면을 남기고 있는 단군신화에서 여성의 화장과 관련있는 부분을 이해할 수 있다. 여성이 되는 꿈이 쑥과 마늘을 먹었다는 것과 햇빛을 보지 않았다는 기록에서 피부와 관련된 음식물인 쑥과 피부를 햇볕에 노출하지 않았다는 점에서 흰 피부를 선호했다는 것을 추측할 수 있다. 민간에서도 쑥과 마늘은 피부를 희고 탄력있게 해주는 것으로 오랫동안 사용해왔으므로¹⁰⁾ 피부에 대한 고대인의 화장의식을 알 수 있다.

쑥은 여성에게만 유효한 약재가 되고 꿈이 허물을 벗어 여성으로 된다는 것에서 피부와 관련이 있는 상징으로 해석할 수 있다. 쑥은 피부의 미백작용을 도와주는 것으로 현재까지 효과가 입증되고 있는 현실에서 쑥은 여성과 화장이라는 상징성을 낳는다. 즉 쑥과 마늘은 피부의 미백작용과 혈액순환을 원활하게 해주는 약재로서 이미 사용되었다는 것이다.

말갈인들도 오줌으로 세수하였고, 오줌세수는 살갓 미백 수단으로 이용한 민속 미용이 채집되는 사례로 보아 색다른 미용법이다.¹¹⁾ 인뇨(人尿)를 세제로 사용했

10) 전완길 외(1995), 『한국생활문화 100년』, 장원, pp.22-23.

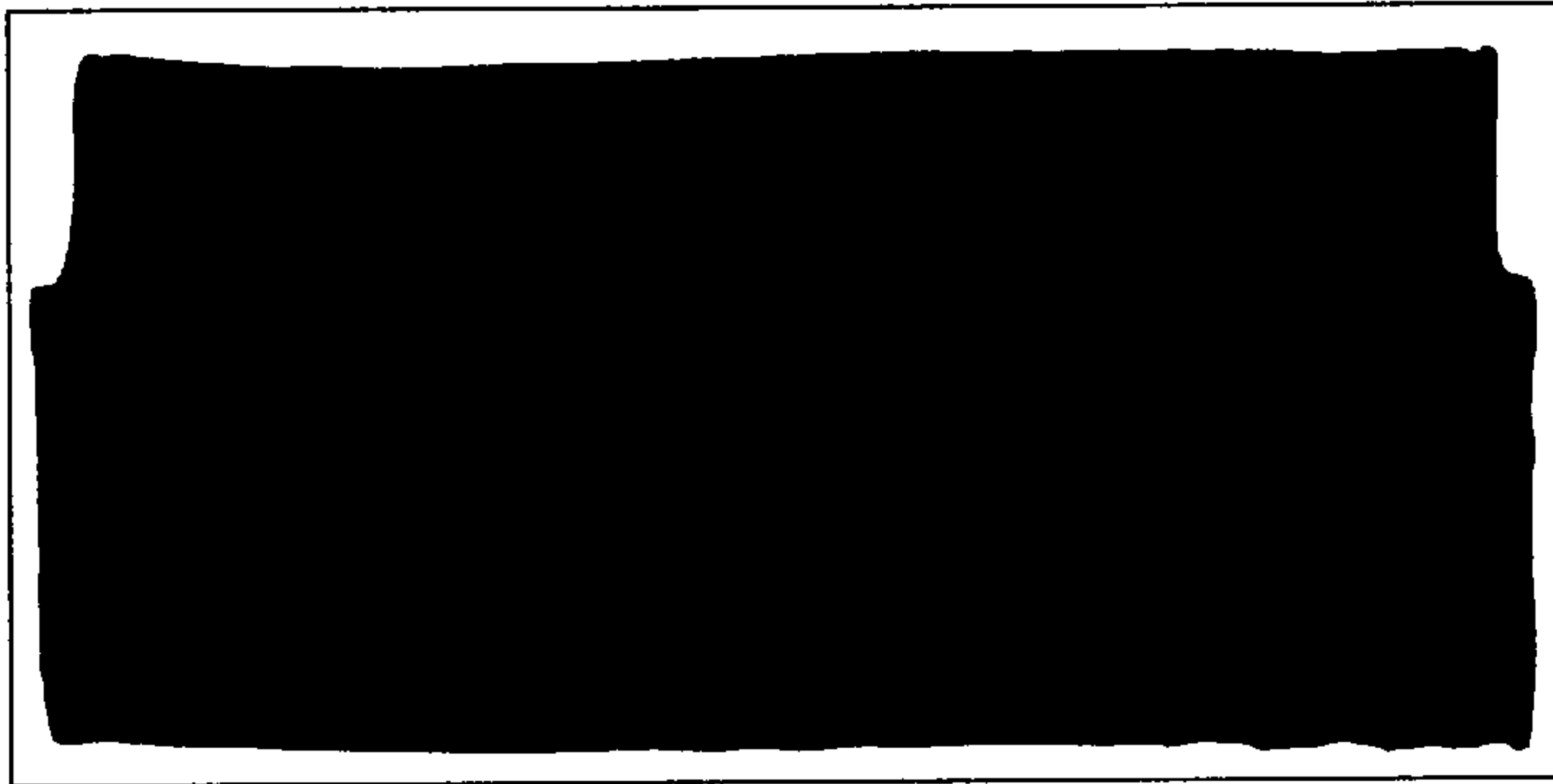
11) 전완길(1987), 『한국화장문화사』, 열화당, p.20.

다는 것을 보아 위생 또는 피부 세안의 목적으로 사용된 것을 발견할 수 있다. 또한 부족국가시대 낙랑의 유물로 채협총에서 출토된 채화칠협(<그림 1>)에서 보여지는 인물상은 머리가 정돈되어 있고, 머리털을 뽑아 이마를 넓히고, 눈썹이 굵고 진하게 그려진 점으로 보아 이 시대에 최소한 단정한 몸가짐이 생활의 기본이었던 듯하다.¹²⁾ 이 인물상에서 볼 수 있는 특징은 머리가 뒤로 묶어 올려 정돈되어 있으며, 눈썹도 진하게 그려져 있는 것으로 보아 화장문화가 현재와 같지는 않지만 화장이 시작되었다는 것을 알 수 있다.

부족국가시대 낙랑고분에서 출토된 그림을 통해 당시의 여인들이 눈썹화장을 하고 있는 것을 볼 때 여인들의 눈썹화장의 역사는 상당히 오래 전에 형성되었음을 알 수 있다.

상고시대 화장에 대한 인식은 종교적이거나 의식적인 행사에서 행해진 의례의 하나로 목욕문화와 피부를 하얗게 하려는 데에 많은 노력을 한 것을 알 수 있으며, 출토된 벽화를 통해서 짐작할 수 있는 화장문화는 확실하지 않지만 복식과 두발의 형식을 감안하여 살펴볼 때 화장문화도 있었음을 짐작할 수 있다. 선사시대의 유적지인 패총에서 여러 가지 장신구가 발견되고 청동으로 만든 거울, 구리로 만든 팔지, 옥제품 등이 발견된 것을 토대로 당시 화장문화도 함께 존재하고 있었다는 것을 짐작할 수 있겠다.

12) 전완길, 앞의 책 같은 면.



<그림 1> 채화칠협
출처 :전완길(1987), 『한국화장문화사』, 열화당.



<그림 2> 연지 화장한 여인(1)
고구려의 쌍영총 고분 벽화
출처 :전완길(1987), 『한국화장문화사』, 열화당.



<그림 3> 연지 화장한 여인(2)
고구려의 수산리 고분 벽화
출처 :전완길(1987), 『한국화장문화사』, 열화당.

2. 삼국시대의 화장

삼국시대는 상고시대의 화장문화를 기반으로 하여 보다 진보한 문화를 형성하였다. 삼국시대의 벽화나 유물을 통하여 보이고 있는 복식문화와 장신구의 발달은 당시 화장문화도 함께 발달했을 것이다. 장신구 등의 유물은 그 흔적으로 보다 세밀하게 살펴볼 수 있지만 화장문화에 대한 단서는 『삼국유사』에 기록된 자료를 통해서 짐작할 수 있다.

1) 고구려

(1) 고구려 벽화의 특징

고구려의 화장문화는 출토된 고분벽화에서 그 특징을 살필 수 있다. 안악고분 출토물에서 보인 화장은 진하고 굵은 눈썹과 검붉은 색상의 작은 입술로 표현되어 있으며, 수산리 고분벽화에 있는 여인상에서 뺨과 입술이 연지로 단장되어 있고, 쌍영총 고분벽화의 여인상도 연지화장이 또렷하게 남아 있다(<그림 2>, <그림 3>). 이들의 신분은 귀부인 여관(女官), 혹은 시녀로 보임에도 연지화장을 한 모습을 보아 연지화장은 상하계층에 관계없이 모든 여성들에게 대중화되었던 화장문화라고 볼 수 있다. 또한 진한 눈썹화장과 두발의 형태가 중발머리, 엷은 머리, 쪽진머리 등으로 다양한 것을 보아 당시 고구려의 화장문화는 두발과 함께 화장문화가 활발히 발달하고 있었음을 알 수 있다. 이는 당시 한나라 양기의 처순수가 패션메이커로서 새로운 화장법을 많이 창출해서 수미(愁眉)와 같이 눈썹을 굴린 다양한 방법으로 연지를 사용한 것¹³⁾ 처럼 고구려 벽화에 눈썹을 진하

게 그리고 입술을 작게 표현한 것은 고구려 화장문화에 영향을 미쳤음을 알 수 있다. 또한 연지는 흉노의 고유 습속이 중국에 전래된 것을 다시 고구려가 습득했다는 것¹⁴⁾ 등을 보아 고구려는 중국의 영향을 특히 많이 받았음을 알 수 있다.

(2) 연지와 검은 눈썹

삼국 중에서 중국과 가장 인접한 고구려가 당연히 중국의 영향을 가장 먼저 받아들였을 것이다. 그래서 중국사람들의 선약(仙藥)이라 할 단(丹)을 만드는 기술을 익혀 왔고, 단은 금가루를 먹는 것으로 본래 건강을 위해 유행하다가 나중에 얼굴과 입술에 붉게 바르는 홍화(紅花)를 가지고 연지를 만드는 방법까지 발전한다.¹⁵⁾ 고구려 벽화에 연지를 바른 것이 홍화에서 추출했다는 것을 알 수 있고, 눈썹을 검게 칠할 수 있었던 기구는 다양한 것에서 취하였다. 고구려 사람들은 단사(丹砂)를 불로장생의 먹는 선약일 뿐만 아니라 나중에 얼굴과 입술을 붉게 바르는 연지를 만드는 기술까지 발전시킴으로서 화장품의 효시를 이루었다고 할 수 있다.¹⁶⁾

옛날부터 눈썹그리기는 여인의 필수품으로서 상당히 중요한 화장법이다. 고대 이집트와 묘에서 발견한 화장품의 용기에서도 검정, 녹색화구로 세밀하게 눈을 칠하고 다녔으며 눈과 눈썹을 길게 보이게 하기 위해 화장먹을 칠했으며 초록이나 하늘색 아이새도우를 사용했다¹⁷⁾고 하여 그 역사는 오래된 것으로 알 수 있다. 우리나라에서 사용한 눈썹먹은 버드나무가지 재나 굴참나무, 밤나무의 목탄

13) 衫本正年(1995), 『동양복장사논고』, 문광회 역, 경춘사, 150.

14) 한국정신문화연구원 편(1991), 민족문화대백과사전, 15권, 한국정신문화연구원.

15) 김덕록, 앞의 책, p.38.

16) 대한화장품공업협회(1986), 『한국장업사』, 약업신문, p.3.

17) 김영경(1995), “이집트 장식문양을 응용한 현대 아트 메이크업 연구”, 이화여자대학교 산업미술대학원 석사논문, p.14.

등에서 추출했으며, 등심지에서 나오는 그을음을 받아 기름에 개어서도 썼고, 목화꽃을 태운 재를 기름연기에 묻혀 참기름에 이겨서도 썼으며, 이러한 방법은 소나무를 태운 그을음으로 만든 숯먹인 송연먹으로 이어진다.¹⁸⁾ 이러한 화장법을 통해 알 수 있는 고구려 시대의 화장은 연지와 눈썹에 치중하였다는 것을 알 수 있다. 특히 볼과 입술을 빨갛게 하여 여성의 건강미와 아름다움을 표현하려 했다는 점과 눈썹을 검게 하여 여성의 눈화장의 중요성을 이미 삼국시대부터 시작되어 왔음을 알 수 있는 특징이 있다.

2) 백제

백제의 화장문화에 관한 기록은 일본의 문헌 『화한삼재도회(和漢三才圖會)』에 기록된 것이 있다. 화장할 줄 모르고 화장품도 만들 줄 몰랐던 일본인들이 백제로부터 화장품의 제조기술과 화장기술을 익혀 화장했다는 기록에서 백제의 화장기술과 화장품의 제조기술 수준이 매우 높았음을 알 수 있다.¹⁹⁾ 백제인의 화장은 분은 바르되 연지를 바르지 않은 시분무주(施粉無朱)라고 기록되어 있는 것으로 보아 옅고 은은하면서도 우아한 고도의 화장을 좋아했다고 볼 수 있다.

3) 신라

(1) 연분과 연지

신라는 고구려나 백제보다 늦게 문화를 발전시켰으면서도 화장면에서는 앞섰

18) 김덕록, 앞의 책, pp.38-39.

19) 전완길 외, 앞의 책, 32.

다. 통일신라로 이어진 신라의 화장문화는 백제와 고구려보다 화려하게 발달했다. 신라의 화장문화는 박혁거세를 목욕시킨 이야기나, 화랑도들도 장신구와 함께 분을 발랐다는 사실, 머리를 장식하는 가체가 발달한 점으로 미루어 화장기술과 화장품 제조기술도 함께 발달했음을 짐작할 수 있다. 특히 장신구 외에 머릿기름을 사용한 점, 하얀 피부를 위해 목욕했다는 기록이 많이 남아 있는 것을 보아 화장에 대한 인식이 있었다. 특히 단오·유두날 창포에 머리를 감고 동백기름을 발라왔다는 세시풍속은 이를 더욱 뒷받침한다. 귀천에 관계없이 여인들이 향낭을 차고 귓불을 뚫어 귀걸이를 달고 다녔을 뿐 아니라, 잇꽃으로 연지를 만들어 이마와 뺨, 입술에 바르고 백분 외에 산단(백합꽃의 붉은 수술)으로 색분을 만들어 사용하기도 하였다. 692년에 한 스님이 일본에서 연분을 만들어 주고 상을 받았다는 기록이 있는 걸로 보아 7C경에 이미 연분을 발명했다는 것은 신라의 화장품 제조기술과 화장법이 일본보다 훨씬 앞섰다는 사실을 의미하기도 하지만 세계 화장품사에서 획기적인 것이었다고 볼 수 있다.

『삼국유사(三國遺史)』에 김유신의 누이 문희가 옅은 화장을 했다는 기록이나, 중국기록에 신라 여성은 화장이나 눈썹 그리기를 하지 않았다는 것으로 보아 평면화장에 그쳤던 것으로 믿어진다. 특히 신라에서는 “아름다운 육체에는 아름다운 정신이 깃든다”는 영육일치사상 때문에 화랑 같은 남성들도 여성 못지 않게 화장을 했다고 한다. 이와 같이 삼국시대의 화장은 불교의 영향을 받아서 대체로 옅은 화장을 했으며 청정·청결이 강조되었다.

(2) 화장구의 발달

신라인의 발달된 화장문화는 화장구를 통해서도 알 수 있는데 신라인들은 높은 미의식을 향유하여 여러 가지 화장품을 만들어 사용하였고, 이를 담은 용기와

화장구 또한 다양하게 제작되었다. 분을 담은 토기 화장합과 토기접시를 비롯하여 화장용구 중의 하나인 족집게, 다양한 형태의 유병(油瓶)등은 통일신라의 정치적 안정, 경제적 풍요, 신라인의 미의식을 보여주는 것²⁰⁾이라 할 수 있겠다. 또한 거울이²¹⁾ 있는 기록으로 보아 화장문화가 있었음을 알 수 있다.

(3) 향료의 개발

향료의 보급은 삼국시대에 중국으로부터 불교가 전해지면서 사용하기 시작했다. 향료는 공향(供香)이라는 것에서 시작되어 화장품의 발전에도 중요한 작용을 하게 된다. 향료가 처음에 전래될 때에는 단순히 불교의식의 하나로 사용했던 것이 발전하게 된다.

처음에는 공향의 의미로서 여성들이 몸에 지니고 다니다가 향료가 인체의 체취를 제거하고 아름다운 냄새를 풍기는 것을 착안하여 점차 화장료로²²⁾ 사용하게 된다. 이후 꽃잎이나 향나무 줄기를 벌에 말려두었다가 분말을 내어 병에 담아 손끝으로 조금씩 찍어서 바르는 천연향료의 기원이 된다.

민간에 널리 전해진 향료 만드는 기술은 조정이나 민간에 크게 관심을 가졌다. 조선시대에는 향료의 재배와 생산을 장려하여 성종대에는 향식물을 재배관리, 감독할 수 있는 전향별감(伝香別監)이라는 벼슬을 따로 두기도 하여 궁중에서 사용할 수 있는 향료를 수급²³⁾하기도 해서 향료에 대한 관심은 삼국시대에서 조선시대까지 이어진다.

신라의 화장문화는 통일신라시대로 넘어 오면서 더 화려해지고 구체적인 특징

20) 전완길 외, 앞의 책, p.33.

21) 일연(1987), 『삼국유사』 紀異 二 흥덕왕과 앵무새, 이민수 역, 을유문화사, p.134.

22) 대한화장품공업협회(1986), 『한국장업사』, 약업신문, p.6.

23) 『한국장업사』, p.6.

을 지닌다. 이는 통일신라시대의 유물이 출토된 곳에서 발견한 장신구나 벽화의 인물을 통해 알 수 있다. 특히 통일신라는 여왕이 세 명이나 있고, 출토된 유물을 통해서도 장신구가 화려하게 발달한 점으로 미루어 미의식에 대한 독특한 문화가 있었음을 알 수 있다. 또한 이 시기는 중국 당나라의 문화가 본격적으로 유입되었고, 이로 인해 화장문화 역시 영향을 받았다. 신라인의 미의식은 보다 개방적이었고, 전반적으로 자유롭고 평등하여 여성들은 자신의 생각과 의견을 마음껏 표출할 수 있었다.²⁴⁾ 이러한 사회 분위기에서 화장문화 발전에 많은 영향을 받았을 것임을 알 수 있다.

3. 고려시대의 화장

1) 분대화장(粉黛化粧)의 등장

(1) 분대화장의 시작

분대화장은 기생들에게 전수되었던 화장방법이다. 이 화장법을 최초로 정책적으로 장려하고 가르친 것은 고려 태조 왕건 때라고 기록되어 있다. 왕건은 중국의 제도를 본따서 궁궐안에 국립기생양성소와 같은 성격을 지닌 교방을 설치하고 관아의 비녀(婢女) 가운데 얼굴이 예쁘고 몸매가 단정한 여자들을 선발하여 기생이 갖추어야 할 여러 가지 교양과 몸매를 익히게 했으며 아름다움을 창조하기 위한 화장법도 가르쳤다고 한다.

24) 강영란(1980), “한국 고대 사회에 있어서의 여성의 존재 형태”, 숙명여자대학교 대학원 석사 논문, p.85.

(2) 분대화장의 방법

기생들의 화장은 반드시 교방에서 가르친 방법만으로도 하도록 했다. 그 방법은 머릿기름을 윤기있게 바르고 먹으로 눈썹을 가다듬어 반달처럼 가늘게 그리며 뺨은 복숭아처럼, 입술은 앵두빛 처럼 연지를 칠하는 것이었으며, 얼굴은 되도록 하얗게 보이도록 분백분을 질게 발라 피부를 창백하게 하는 방법으로 조선조 기생들에게까지 이어졌다.

(3) 화장품

분대화장의 주요 화장품은 분과 눈썹먹이었다. 분과 눈썹먹이었던 관계로 이 화장을 “분대”라고 별명을 붙혀졌고 이들의 화장을 “분대화장”이라고 부르게 되었다. 화려한 화장은 당시 기녀들의 화장을 분대화장이라 일컬을 만큼 분과 눈썹에 대한 화장이 발달했음을 알 수 있다. 분대는 화장품을 총칭하는 의미로서 미인으로도 사용되었으며 고려시대 기녀들은 반드시 분대로 화장하였기 때문에 기생의 상징이 되기도 한다.

즉 분대화장은 분을 도포한 듯이 하얗게 많이 바르고, 눈썹을 가늘게 가다듬어 또렷하게 그리며 머릿기름은 반질거릴 정도로 많이 바르는 것이 특징이다.²⁵⁾ 이러한 분대화장은 조선시대 말기까지 약 천여 년 간 기녀들의 변함없는 화장법으로 이어져 왔다.²⁶⁾ 이처럼 우리나라의 화장문화가 기생의 분대화장에서 연유한 관계로 조금만 진해지면 화류계를 연상할 만큼 부정적인 시각을 갖게 하는 이유가 되었음을 알 수 있다. 이러한 경향은 조선시대를 거쳐 오랫동안 한국인이 갖고 있는 화장의식으로 화장품 개발과 화장문화가 다른 나라보다 뒷떨지게 된 원인이 된다.

25) 전완길, 앞의 책, 46.

26) 대한화장품공업협회(1986), 『한국장업사』, 약업신문, p.3.

(2) 화장의 특징

고려시대는 태조 왕건이 통일신라의 정치제도와 문화전통을 계승하는 정책을 시행함에 따라 통일신라의 화장문화가 전승되고, 고려 중기 이후 대외 무역이 발달하고 몽고의 침입 등의 외세의 영향을 받으면서 사치풍조가 만연하게 된다. 그에 따라 고려시대의 여성은 자유분방하여 어느 곳이나 드나 들 수 있었고, 특히 내외법이 없어 이권을 위해 권문세가의 집안을 출입하는 것도 예사였다²⁷⁾는 점을 감안하면 여성들의 사회활동도 자유로웠으며, 이와 함께 여성들의 화장문화도 화려했을 것이다.

이는 고려시대의 불화에 나타나 있는 여신도들의 얼굴에서 화장문화를 발견할 수 있다(<그림 4>). <수월관음도>를 보면 관음상을 향해 공양물을 가지고 가는 여신도들의 얼굴은 화장을 하고 있으며 왕과는 달리 흰 피부색을 하고 있으며, 특히 이마와 코, 턱 부분을 더욱 밝게 화장하고 눈썹을 가늘고 길게 그렸으며 입술을 붉게 칠한 것을 볼 수 있다(<그림 5>).

그러나 『고려도경』에 “부인의 화장은 향유 바르는 것을 좋아하지 않고 분을 바르되 연지는 칠하지 아니하고 눈썹은 넓고 향유 바르는 것을 좋아하지 않았다”²⁸⁾고 한다. 그러나 후세에 혼례 때, 신부 화장에 연지 곤지를 찍은 것은 몽고의 풍속이라 하는 바 『고려도경』의 작자가 서궁이 송도에 온 당시까지만 해도 그런 풍속은 없었던 것 같으며, 고려인들은 남녀없이 깨끗한 것을 좋아하여 아침에 일어나면 먼저 목욕을 하고 대문을 나서며, 여름이면 냇가에 나가 하루에 두 번씩 목욕을 해서 중국인은 잘 씻지 않고 때가 있음을 더럽다고 했다는 것이다.²⁹⁾ 이처럼 고려인의 목욕문화를 중국과 비교해서 기록할 만큼 고려인의 목욕

27) 『고려도경』, 22권, 잡속조 참조.(김용숙(1989), 『한국 女俗史』, 민음사, p.70 재인용).

28) 민족문화추진회 편(1977), 『고려도경 제 20권』, 고려고전국역총서, p.119.

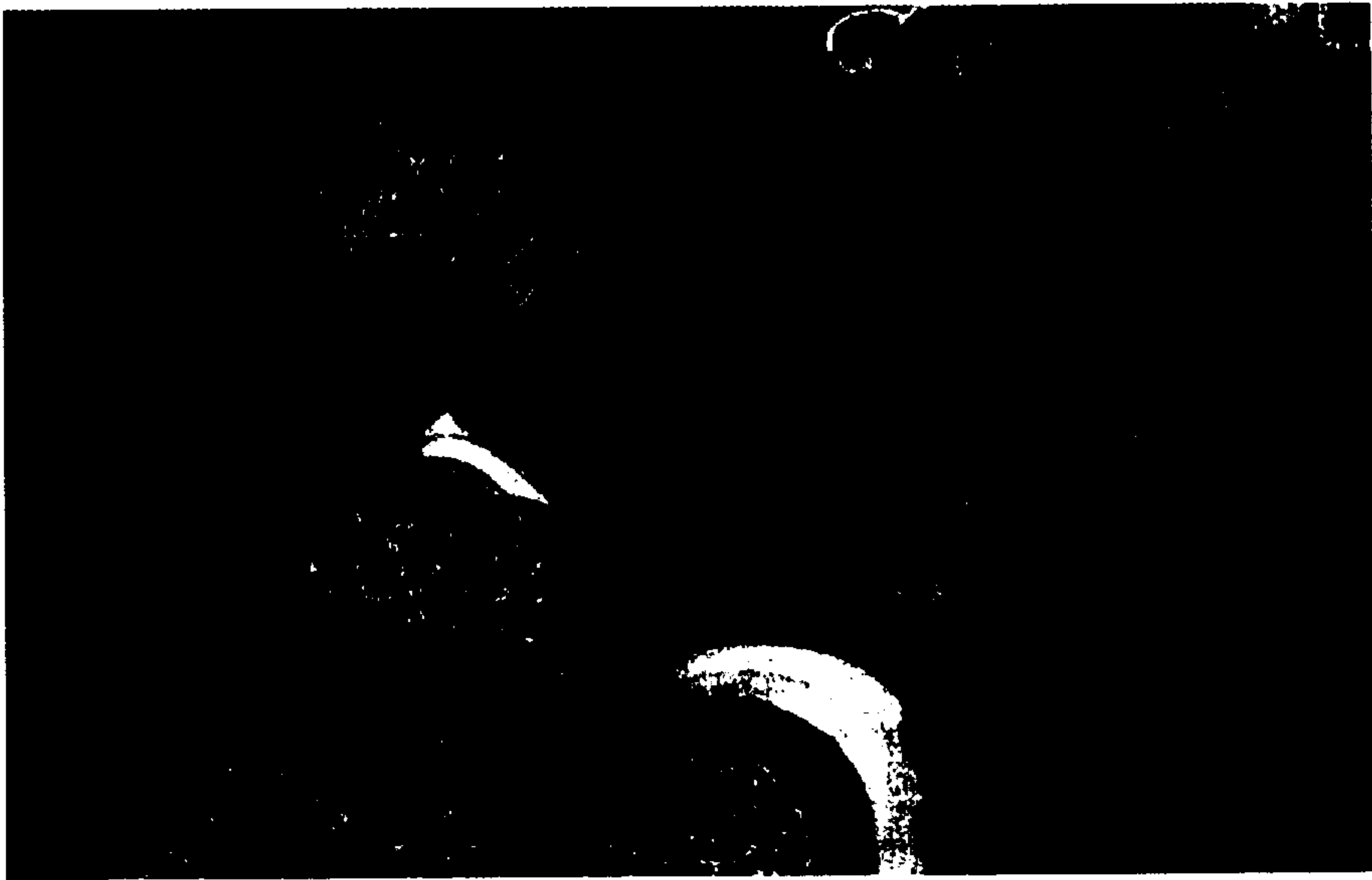
문화가 잘 발달되었음을 알 수 있다. 일반 부인의 화장에 대한 기록은 목욕문화에 대한 중국인의 감탄을 기록한 것으로 보아 일반 부인들에게 화장이 널리 분포된 것 같지는 않지만 일부 시행되고 있었음을 알 수 있다.

특히 고려인들의 청결관념은 부유층을 중심으로 목욕문화가 발달하였다. 난초를 삶은 물에 목욕함으로써 희고 부드러운 피부를 간직했고, 몸에서 향내가 나도록 하였다. 앞서 언급한 중국인 서공이 송도의 목욕문화를 『고려도경』 권29 「供張二」에 목욕용 모시치마에 대한 상세한 언급을 통해서 이란 대목을 통해 모시치마를 입고 물에 들어갔다는 사실에 고려여인들의 도덕성을 엿볼 수 있다.³⁰⁾ 고려사회가 문화나 경제적으로 발전하였기 때문에 목욕문화가 발달한 만큼 화장이 꽤 사치스러웠고 화려했다는 것을 알 수 있다. 이는 향내를 내거나 보석 장신구를 치렁치렁 달고, 여러 가지 화장품을 진하게 바른 사람은 사찰 출입을 금지시켰다는 출가법팔계재(出家法八戒劑)의 항목에 기록되어 있다.³¹⁾ 이는 당시의 사치성이 심했다는 것을 알 수 있고 기생과 일반 부인들의 신분과 개성에 따라 다양하게 화장문화가 이중적으로 병행해 왔었다는 것을 알 수 있다.

29) 김용숙(1989), 『한국 女俗史』, 민음사, pp.72-73.

30) 김용숙, 앞의 책 p.73.

31) 전완길 외, 앞의 책, pp.40-41.



<그림 4> 수월관음도(1)
문명대(1991), 『고려 불화』, 열화당.



<그림 5> 수월관음도(2)
문명대(1991), 『고려 불화』, 열화당.

4. 조선시대의 화장

1) 유교적 전통과 화장

조선시대는 유교의 영향으로 미의식도 고려시대와는 다르다. 조선의 건국을 합리화하기 위한 명분이 고려시대의 사치와 퇴폐풍조에 대한 반작용이었으므로 사치스러운 옷차림과 장신구, 화장에 대하여 여러 차례 금지령을 내렸다. 이로서 고려인들의 사치스럽고 화려한 화장은 사그라지고, 일반인의 평상시의 치장도 고려시대에 비하여 훨씬 담백해졌다.

조선은 불교를 배격하고 마음과 몸을 정결해야 한다는 유교사상은 내면의 미를 강조하여 외모에 대한 노력도 흰 피부를 선호하여 기미, 주근깨와 흉터가 없는 투명한 피부에 많은 관심이 있었다. 이러한 변화는 조선 지배층의 사상 때문이기도 했지만 경제적인 이유도 있다. 임진왜란과 병자호란을 거치면서 경제적인 곤란을 겪게 되었고 이로 인한 화장문화의 발전도 꾀하지 못했다.

이 당시의 화장은 얼굴에 눈썹을 그리고 연지를 칠하고 분을 바르되 본래의 생김새를 바꾸지 않는 범위 안에서 아름답게 가꾸도록 하였으며 화장한 모습이 화장하기 전보다 확연하게 달라 보이면 야용(冶容)이라 하여 경멸하였다고 한다.³²⁾ 즉 조선시대의 여인상에 대한 변모라고 할 수 있다.

2) 장락원(掌樂院) 설치

고려시대에 시작된 기녀들의 분대화장은 조선시대에도 계속되었다. 연산군은

32) 전완길 외, 앞의 책, p.44.

장락원(掌樂院)을 만들어 전국의 기생들을 모아 고려시대의 분대화장법을 적극 장려하고 화장품과 생산을 독려하기도 했다. 여기에 보염사(補艷司)³³⁾로 하여금 기녀들의 머리 화장기구와 화장구를 부족하지 않게 마련해 줄 것을 명한 것으로 보아 기녀들의 화장은 여전히 계속되었다.

조선 중기에 발간된 『여용국호란기(女容國乎亂記)』라는 소설에 등장하는 연지, 분, 향, 밀기름, 곤지, 참기름, 면분 등의 화장품과 거울, 비녀, 족집게, 참빗, 비누, 얼레빗, 양치대, 수건 등의 화장용구³⁴⁾가 묘사되어 있는 것으로 미루어 조선 시대의 여인들이 화장을 널리 사용했음을 짐작할 수 있다(<그림 7>).

이는 김홍도의 풍속화에서 기녀들과 일반 서민들의 모습이 서로 다르게 표현되는 것을 보더라도 알 수 있다(<그림 6>). 기녀들의 화려함에 비하여 일반 서민들의 그림에서는 모발을 제외하고는 꾸밈이나 치례의 모습은 거의 찾아볼 수 없다.

조선시대의 화장품은 자연식물에서 채취하였고, 그 중에서도 대표적인 비누는 팥을 맷돌에 갈아 보드라운 체로 쳐서 세수할 때 사용하였으며 그 위에 크림 대신 꿀을 발라 살결을 부드럽게 했으며, 미안법(美顔法)은 백분을 썼고, 그 백분에서 백색과 복숭아 색 2종류³⁵⁾가 있었다. 이처럼 화장에 대한 구체적인 것은 없지만 세안이나 피부에 대한 일반 서민들의 화장습속은 팥이나, 꿀 등 자연에서 채취하였고, 색채는 복숭아 등에서 구하여 썼음을 알 수 있다.

조선시대는 지, 덕, 체의 합일을 추구하면서 고려시대의 화려한 이상적인 여

33) 보염사는 연사군 시대 기녀들의 집단인 홍청악과 운평악의 의복과 화장 용구를 관장하던 곳을 말함

34) 『한국장업사』, p.10.

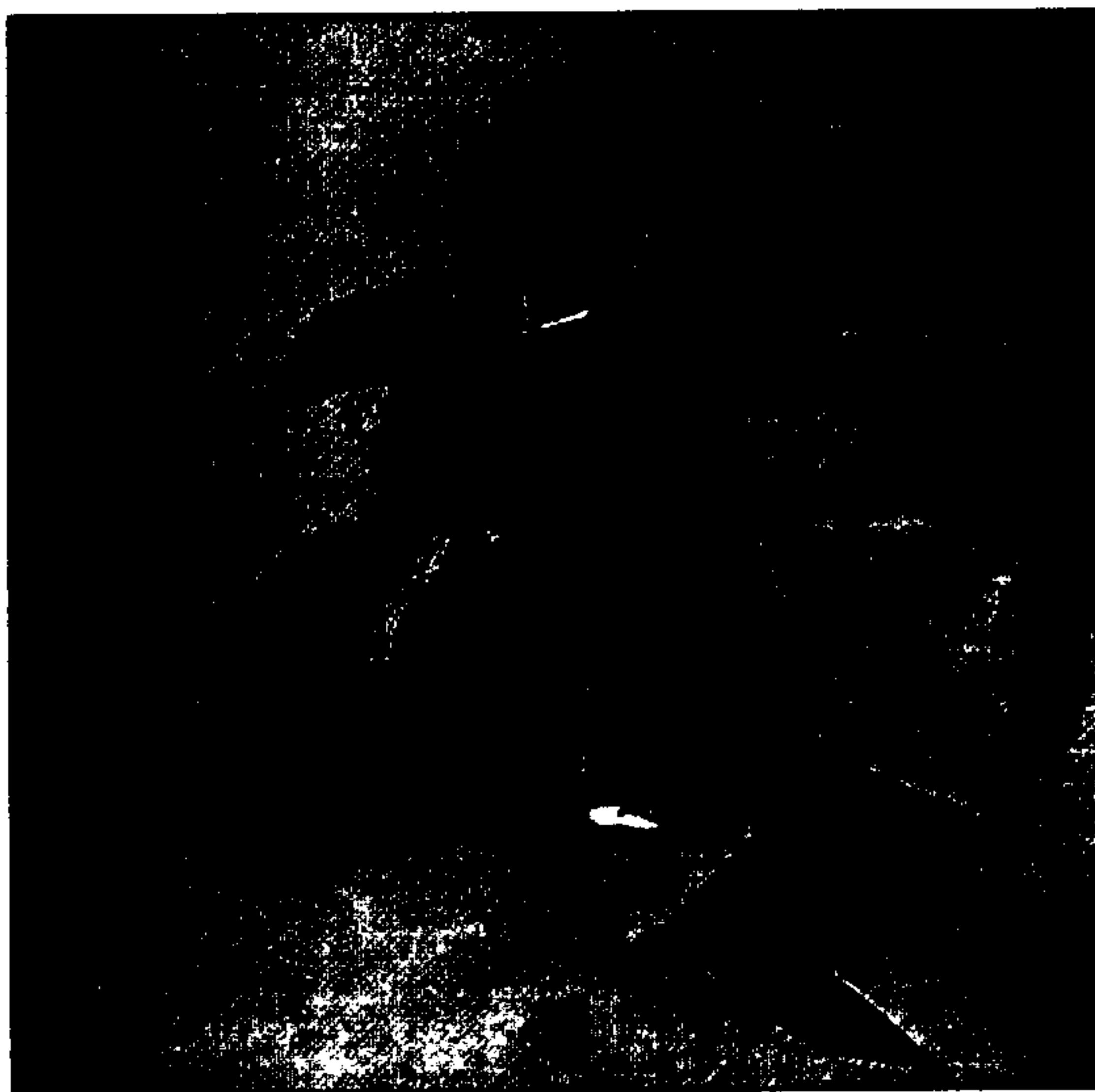
35) 고려대학교 민족문화연구소 편(1982), 『한국민속대관, 2권』, 고려대학교 민족문화연구소출판사, p.282.

인상은 사라지고 건강한 여성상을 강조하고 대가족제도에 알맞는 여인상을 강조했다. 따라서 화장문화는 기생의 화려한 화장문화와 일반 여성들의 화장문화로 신분에 따라 이분화되어 전개되었다는 것을 알 수 있다(<그림 8>, <그림 9>).

조선시대의 화장은 상고시대부터 이어져 오던 전통적인 목욕은 여전히 이어져 오면서 고려시대의 화려함을 그대로 받아들이지 않고 정결한 여인의 분위기를 위하여 색조화장보다는 기초화장에 가까운 부분이 발달되었다고 할 수 있다. 이러한 전통적인 화장문화는 개화기 이후부터 ‘분단장’이라는 의미가 ‘화장’이라는 의미로 사용됨을 알 수 있다.



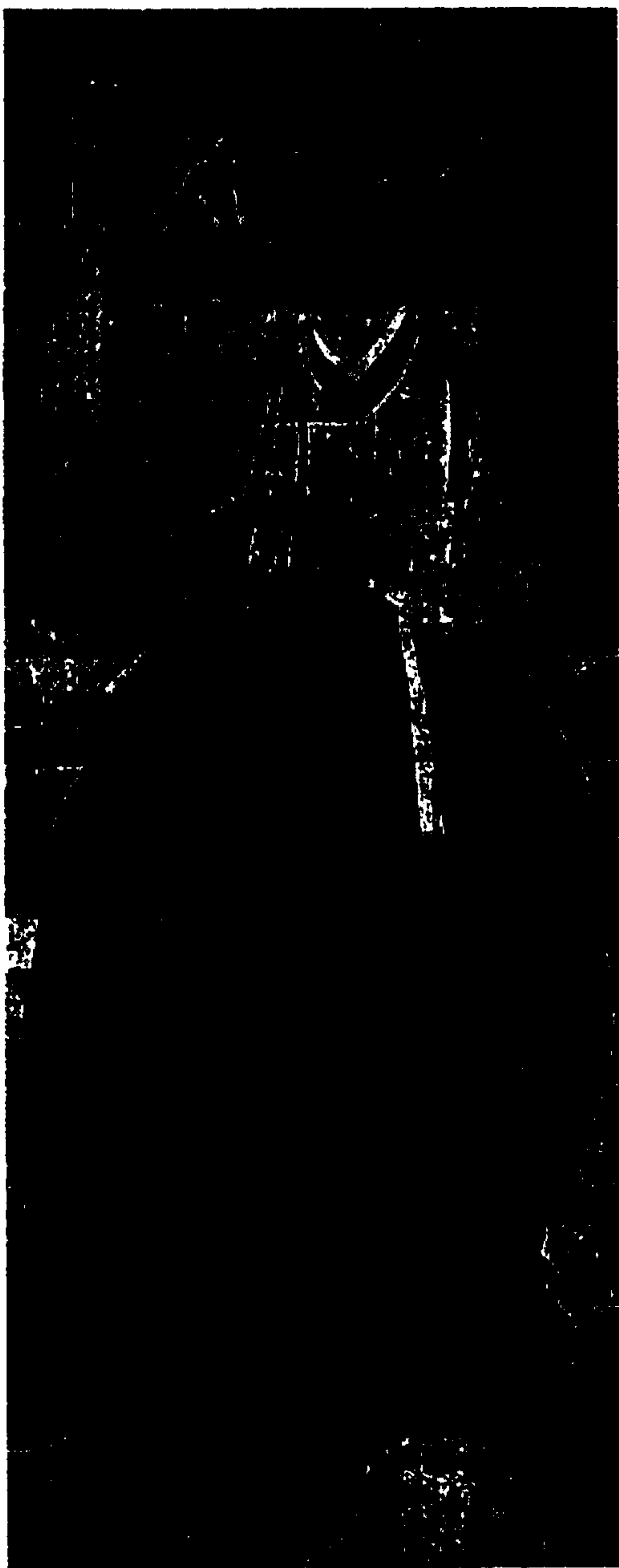
<그림 6> 김홍도의 풍속도
출처 : 김영주(1992), 『신기론으로 본 한국미술사』, 나남.



<그림 7> 김홍도의 미인화장
출처 : 전완길(1987), 『한국 화장 문화사』, 열화당



<그림 8> 하연 부인상
출처 : 전완길(1987), 『한국 화장 문화사』, 열화당



<그림 9> 신윤복의 미인도
출처 : 전완길(1987), 『한국 화장 문화사』, 열화당

Ⅲ. 개화기 이후 화장문화의 변천과정

1. 개화기와 일제강점기의 화장문화

1) 시대적 배경

근대화를 먼저 구축한 유럽은 일찍이 화장문화의 근대화를 이룩하였고, 우리나라는 1876년 개항이후 유교적인 전통사회로부터 탈피하여 근대적인 사회로 바뀌어 가기 시작한다. 특히 서구열강을 비롯한 외국의 제국주의 침략세력이 조선을 침략하려는 시기와 일치하고 있어 남다른 어려움이 있었던 시기이다. 안으로는 부패한 봉건구습을 청산해야 했으며, 밖으로는 침략적인 외세에 대항해 나라와 민족을 지켜야 했던 어려움이 있었던 와중에 특히 교육의 기회가 여성들에게 주어지면서 여성개화에 대한 사회적 분위기에 자극을 받아 교육의 필요성을 인식하고 1896-1910년 사이에 설립되어 교육, 자선, 실업의 장려를 표방하고 활동한 여성단체가 10여개이며 1907년 국채보상운동을 위한 여성단체가 30여개 있었다.³⁶⁾

선교사업의 목적으로 우리 나라에 온 미국의 선교사들에 의해 사립학교가 설립된 반면, 정부에서도 근대식 교육기관의 필요성을 절감하여 1884년부터 계획을 세웠으나, 갑신정변 등 일련의 정치적 사건으로 지연되다가 1886년 관립학교인 육영공원이 설치되었고, 1910년까지 40 여개의 학교가 설립되었다. 근대식 학교는 서구문물을 수입하는 데에 무엇보다도 중요한 역할을 담당했다.

36) 김상항(1998), “개화기 여성관의 변천연구”, 숙명여자대학교 대학원 석사논문, p.64.

이때에 언론은 여성들의 활동을 보도하고 격려함으로써 여성들의 각성을 촉구한다. 신문은 개화의 시류를 타고 새로운 문물과 개화의식을 고취하는 데에 힘을 더하여 주고 잡지의 발간은 개화과정의 일대 혁신을 일으킨다. 일반 대중은 잡지를 통하여 다방면으로 근대적 교양을 체득할 수 있는 기회를 가지게 되었고 서양을 문화나 문물에 대한 안목을 넓게 하는 역할을 한다. 잡지마다 새로운 물건에 대한 광고가 더욱 대중과 가깝게 연결짓는 고리 역할을 하게 된다.

이처럼 일제식민지 시대는 외래의 문화가 유입되고, 학교의 설립과 함께 기독교가 보급되어 여성들의 사회활동이 활발해지면서 여성 교육의 기회 또한 넓어져 '신여성'이라는 새로운 여성상을 배출하게 된다. 신여성들의 민족의식이 고취되면서 자의식의 일대 전화기를 맞는 여성들은 전통적이고 가부장적인 권위주의로부터 탈출하려는 의식이 가중된다. 이러한 여성의 자각은 여성자신으로서의 삶과 여성의 역할에 대한 인식의 출발로 의상과 머리, 화장문화에도 영향을 미친다.

조선시대 동안 지배적이었던 전통적인 화장문화는 개화의 바람과 함께 서구의 영향을 받게 되고 여성들의 교육과 사회활동이 전개되면서 희고 투명한 피부에 대한 선호로 크림이나 로션을 가장 많이 사용하였고 향수와 분에 대한 관심도가 커짐에 따라 변모를 겪는다. 특히 화장품의 광고가 신문 잡지 등에 등장하면서 새로운 것에 대한 수용이 일어나기 시작한다. 전통적인 의상인 한복에서 서양화된 패션에 맞는 머리의 스타일이 변모함에 따라 화장도 새로운 모습으로 변모한다. 이러한 변화는 당시 유학을 다녀왔거나 신문명에 동참하게 되는 신여성들에 의해 시작된다.

이처럼 한국 전통 화장문화에서 서양 화장문화가 들어오면서 새로운 화장문화가 성립되는데 화장의 주체인 여성의 사회적 진출, 경제 산업의 발달과 밀접한 관계를 맺게 된다. 여성 교육의 증대와 여성단체의 활동은 여성에 대한 가치관의

변화를 가져오면서 가정이라는 제한된 범위를 벗어나 활동 범위를 넓히면서 의복개량과 함께 화장의 일대 변화가 일어난다. 일부 사회활동을 하는 여성들로부터 변화하기 시작한 화장문화는 당시 이름을 날리던 사회활동가인 신여성들에게서 그 특징을 살필 수 있었다.

2) 국내 화장품과 수입화장품의 유입

(1) 방물장수와 매분구

① 방물장수

조선시대부터 등장한 방물장수는 개화기로 넘어 오면서도 그 맥은 이어진다. 화장품은 당시 종로통에 있는 육주비전(六注比廛)에서 주로 샀는데 이곳은 요즘의 백화점 격으로 없는 물건이 없었다. 황화전(荒貨廛)에서 거울·분·바늘 따위를 팔고 기자전에서는 장도, 쌀떡밀이, 입전에서는 가발 따위를 팔았는데 화장품 전문점이라고 할 수 있는 분전(粉廛)이 따로 있었다. 『신증동국여지승람』에 의하면, 영희전 동쪽 안팎에 둘씩 있었는데 방물전이라고도 부르는 이곳에서는 분, 연지, 색실을 팔았으며 여자 장사가 돌아다니며 팔거나 앉아서 팔기도 한다 하였다. 그리고 시골에는 가게에서 화장품을 취급하긴 하지만 가게가 아주 빈약하였다. 그래서 시골 사람들은 방물장수에게서 주로 구입하였는데 방물장수들은 화장품 외에 여성의 일용품 잡화를 가지고 다녔었다(<그림 13> 방물장수, <그림 14> 박물상 부부). 방물장수들은 시골에서만 아니라 도시에서도 환영받았다. 서울 사람들은 육주비전에 가기보다 단골 방물장수에게서 사야 품질, 가격 따위에 안심하는 버릇이 있었다.

② 매분구(賣粉嫗)

매분구는 숙종(1617-1720) 때에 시작되어 개화기까지 연결되어 있는데 화장품만을 취급하는 방문판매원이 있었다. 매분구라는 방문판매가 되기까지에는 전해오는 일화가 오랫동안 회자될 만큼 전해오는 이야기가 있다.³⁷⁾ 이 매분구에 의하여 화장품과 화장도구가 소비자에게 전달되었으며, 여성의 외출이 자연스럽지 못한 반면에 매분구는 화장품 이외에도 생활에 필요한 소식을 전해 주는 반가운 존재로 오랫동안 지속되었다고 한다.³⁸⁾

매분구와 방물장수는 국내 화장품 판매에 일조를 하였고, 개항과 더불어 일본, 중국에서 화장품이 수입되고 화장품 광고가 신문에 등장하면서 일반 서민에 이르기까지 화장품은 널리 보급되기 시작하였다(<그림 12> 구라부 크림 광고).

이 화장품들은 일상 화장에 사용되는 동시에 재래 화장품에 비하여 포장과 품질이 우수하고 사용법이 훨씬 간편하였기 때문에 대단한 인기를 얻었으며 수입 화장품의 인기는 우리 나라 화장품의 산업화를 촉진시키는 자극제 구실을 하였다.³⁹⁾ 당시 중국이나 일본을 통해 수입된 양분(洋粉)이 일본을 통해 들어온 왜분(倭粉)보다 품질이나 포장 면에서 우수했던 까닭에 가격이 더 비쌌고 당시 수입된 화장품은 주로 크림, 백분, 비누, 향수 등이었다.⁴⁰⁾ 화장품의 수요가 증가함에 따라 국산 화장품인 박가분이 1918년에 생산⁴¹⁾되면서 한국의 화장품 역사가

37) 한 처녀가 청년의 청혼을 받았지만 처녀의 부모님이 허락하지 않자 총각은 상사병으로 죽었고, 이후 이 처녀는 이미 마음을 주었기에 다른 데로 시집갈 수가 없다고 하면서 화장품 행상을 하면서 평생을 살았다는 기록이 「동계집」에 수록되어 있다. (「한국장업사」, pp.443-444 참조)

38) 전완길 외, 앞의 책, p.50 참조.

39) 김춘득(2000), 「미용문화사」, 청구문화사, p.179.

40) 전완길 외, 앞의 책, P.68.

41) 가분의 창업연도에 대해서는 1918년설(「두산그룹사」)과 1919년 설(「한국장업사」)이 있는데 특허를 받은 날짜를 1918년 8월 특허국으로 상표 등록증을 교부받았다는 점을 기록하

시작된다.

한일합방 이후 중국 상품보다 일본의 상품이 국내 시장을 점유하기 시작하는데 일본으로부터 백분, 크림, 향수, 비누 등이 유입되고 멀리 프랑스에서도 향수가 수입되기에 이른다(<그림 16>, 일본 화장품 백분 광고). 그 중에서 국내에 새롭게 등장한 박가분의 등장은 선풍적인 인기를 얻게 된다(<그림 18> 박가분 광고).

따라서 우리나라 화장품 발전에 시발점을 이룬 것은 갑오경장 이후라고 할 수 있다. 갑오경장은 사회제도 및 체제의 변화를 가져왔고, 근대화의 과정을 밟지 않을 수 없었다. 근대식 신문·잡지의 발간은 당시 근대화 물결의 중추적인 역할을 담당했으며, 오늘날 과 마찬가지로 상품의 개발과 상품 광고를 촉진시켰으며 이에 따라 화장품의 광고 또한 증가하여 일반 서민에 이르기까지 화장문화에 영향을 끼친다. 화장은 고려시대부터 관습적으로 이어져 온 기생이나 화류계 여성들만 한다는 인식에서 점차 신여성, 가정주부들에게도 확대된다.

자급자족의 경제체제에서 개항과 더불어 정치·경제·문화 등 많은 분야에 새로운 물결이 일게 되는데 여성의 패션과 화장도 예외는 아니다. 재래의 미용법과 새로운 화장품이 개발되어 신식화장문화가 등장하게 된다. 당시까지 치장, 단장의 의미를 지녔던 화장은 장식의 의미로 바뀌면서 얼굴과 피부손질, 옷차림, 장신구 등 토탈패션의 하나로 변모된다.

(2) 박가분 제조

일본과 유럽의 화장품이 수입되던 국내에 재래의 기법에서 벗어나 화장품을

고 있는 두산그룹사의 기록을 따른다. 등록없이 가내수공업의 형태로 시작한 것은 1915년 4월이었고 이후 정식 등록을 한 것은 1918년 8월임을 밝힌 기록이 있다.

제조하기 시작한다. 초기에는 가내수공업의 형태를 취하나 소비가 증가하면서 특히까지 낸 화장품 회사가 등장한다. 그 대표적인 것이 박가분이다. 박가분은(朴家紛) 박승직⁴²⁾이 만들어 우리 나라 관허 1호의 화장품이면서 다른 화장품의 제조를 유발시켰다.

박승직 상점의 사업내용 중 면사, 면포의 판매 이외에 이색적인 것으로 박가분 제조 판매가 있었다. 이 사업을 주관한 사람은 박승직의 부인인 정정숙이었다. 정정숙이 종로 4가 92번지의 자택에서 부업삼아 박가분을 제조하기 시작한 것은 1915년 4월이었다.

그 당시 화장품으로는 연지, 동백기름, 밀기름과 한 장, 두장 낱개로 판매하는 장분이 있을 뿐이었다. 장분은 분쇠(납가루)와 활석가루를 반죽해 만든 것으로 판매는 주로 방물장수에 의하여 이루어졌다. 정정숙은 이러한 재래의 장분을 만들어 팔던 기술자 3명을 고용하여 화장품을 생산하기 시작했으며 이것이 박가분 제조의 시작이었다.

박가분의 제조방식은 대체로 한국의 재래식 화장품 제조 공정을 모방하였으나 부분적으로는 정정숙의 새로운 아이디어도 첨가되었다. 박가분의 판매는 당시의 화장품과 마찬가지로 방물장수를 통한 가가호호 방문판매로 시작되었는데, 소비자들로부터의 반응이 좋아 그 이름이 널리 알려지게 되었다. 소규모로 시작된 박가분제조 본포는 1918년 8월 특허국으로부터 상표 등록증을 교부받음으로써 가내 수공업적인 단계에 머물고 있었던 당시의 화장품 제조 업계에서 선구적인 위치에 서게 되었다.

포목거래처에 덤으로 주기도 했던 박가분은 여인네들의 귀여움을 받으면서 서술은 물론 전국적으로 유명한 인기 화장품으로 부각되었다. 1920년 8월 박승직 일가가 종로구 연지동 270번지로 가옥을 신축하여 이사한 후로 여직원만 30여 명으로 늘어날 정도로 규모가 커졌다.⁴³⁾

42) 박승직은 현 두산그룹 회장 박용곤의 할아버지

43) 『두산그룹사』, 전완길 외 앞의 책, pp.58-59 재인용.

박가분의 폭발적인 인기로 설화분, 앵분, 장가분 등의 유사상품이 생겨났고, 조선일보와 동아일보에 광고를 내기도 했다. 1922년 11월 24일자 「동아일보」에 실린 광고문에 “화장계의 패왕, 경성 생산품 품평회 심사장 공학박사의 심사장상을 수(受)한 박가분은 항상 바르시면(발르시면) 주근깨(죽은깨)와 여드름이 없어지오, 얼굴에 잡티가 없어져서 매우 고와집니다…박가분은 경향 각지 내외국인 신용 있는 포목점과 잡화 상점에서 판매하옵네다”라 하면서 박가분의 제조 및 발매처를 경성 연지동 270번지라고 밝히고 있다.

1918년 국산 화장품 제조 허가 제1호로 출범한 이 백분은 방물장수들에 의해 하루 5만 갑이나 팔릴 정도로 인기가 높았다. 박가분은 두께 8밀리미터 정도의 보루상자에 뚜껑을 덮고 그 위에 동그라미 속에 ‘박(朴)’이란 글자를 넣은 상표를 붙여 대량으로 생산하여 팔았다고 하니 우리 나라에서 화장품 제조를 기업화 한 최초의 제품이라 할 수 있다. 납이 들어 있어 부작용이 있었지만 잘 발라지고 잘 퍼지는 특징이 있었고, 분꽃씨를 분말로 가정에서 제조하여 사용하던 당시로는 크게 인기가 있는 신상품이었다. 그리고 가격이 50전이어서 몇 원씩 하는 일본 백분에 비해 가격이 저렴하였고 초기에는 무향이었으나 후에 사향을 첨가함으로써 화장품으로의 변모도 갖추고 있었다. 그러나 생산 방식이 재래식이었고, 백분은 납 부작용으로 물의가 있었고, 당시 외래품 바람과 일본 제품에 비해 품질이 뒤떨어져 1937년 박가분 시대는 끝난다.

박가분의 납 부작용에 이어 등장한 미용백분과 서울분은 ‘참다운 화장품’이라는 표어로 ‘분쇠독 없는 고급원료와 고상 순결한 향기로 만든’ 것을 강조하여 광고를 낼만큼 다른 화장품도 시판하게 된다.

이 무렵의 화장품은 동아부인상회에서 제조 발매한 연부액은 살갓을 부드럽게 하는 모범적 부료이며, 모범적 수(水)크림으로서 미안수로 손등약으로 바르라 하

였고(<그림 10> 설화분 광고, <그림 11> 수백분 광고), 겨울 연부액은 세안한 후 얼굴에, 손등에, 분을 바르기 전에 바르도록 권장했다(<그림 15>, 연부액 광고). 이어 조선부인약방에서 제조한 금강액과 백금강액은 여드름, 주근깨, 미백효과 등이 있는 복합적인 기능을 가진 화장품이 상표도 없이 가내수공업 규모로 판매되기도 했다.

3) 화장문화

개항 이후 조선 왕조는 다양한 문물이 유입됨에 따라 사상이나 생활 관습에 큰 변화를 가져왔으며 정치적으로나 문화적으로 큰 변화를 초래한다. 고종 자신부터 머리를 자른 남성들의 단발령은 머리 문화에 일대 혁신을 가져왔으며 여성들의 머리 모양도 변화를 겪는다.

1920년대는 세계 제1차 대전이 일어나 여성해방을 외치기 시작했으며 여성의 사회진출과 더불어 여성의 권익을 요구하던 시기였다. 남녀동등의 목소리가 높아지면서 여성들의 패션과 화장에 대한 새로운 방향을 제시하기 시작했다. 이러한 사정은 1920년대를 전후한 외국의 문물이 국내에 들어 오면서 서구의 개화바람은 더욱 가세되기 시작한다. 이 시기는 3·1운동의 실패로 좌절하고 있었던 시기였지만 일본의 문화정책 실시로 신문과 종합잡지가 발간하기 시작해서 새로운 문화를 접할 수 있는 통로를 마련하게 된 것이다.

화장은 기존에 기생이나 화류계 여성들만이 화장을 한다는 인식에서 벗어나 여학교에 다니던 학생에서 가정주부들에 이르기까지 화장은 개화의 물결을 탄다. 화장의 공급은 방물장수나 매분구(賣粉媼)를 통해 비싼 가격으로 일반가정에 판매가 되기도 하고 일부 수입품이 밀매되기도 했다. 이 때에 박가분은 일제의 백

분에 비해 아주 저렴한 가격이었기에 박가분을 필두로 한 국내에서 제조된 많은 화장품들은 해방 전까지 사람들에게 사랑을 받았다.

미용백분과 허울분, 머릿기름, 연부액(미백로션), 유액, 밀기름, 일본 화장품, 구라부 백미 등이 유행되었음을 신문에 발표되었던 광고를 통해서도 알 수 있다.

1920년대 화장은 양장에 걸맞게 눈썹과 볼화장, 입술 위주로 발달한다. 눈썹은 가늘고 자연스럽게 둥근 아치형으로 그리고, 볼은 일본풍으로 뽀얗고 창백한 느낌을 주도록 했으며, 입술은 입술 윤곽을 선명하게 표현한 빨간 입술이 유행했다. 이러한 현상은 메이크업이 본격적으로 발달한 것은 아니지만 기존의 한복과 쪽진 머리에서 양장과 짧은 단발 형식에 어울리는 화장을 한 것을 살필 수 있다.

1930년대의 화장은 기존의 스킨 위주에서 파우더 립스틱 아이세도우 펜슬 등 보다 다양한 색조화장이 시작되어 여성드러움을 강조하던 1920년대와는 다르게 눈과 볼을 강조하는 유행메이크업이 등장한다. 눈을 검정색으로 음영을 주고 회색 아이세도우로 칠하고 인조 속눈썹을 붙이고 입술은 새빨갳게 그려 고대 이집트의 화장 분위기를 살린 것이 특징이다. 당시를 반영한 영화 『사의 찬미』에서 윤심덕의 모습은 당시 지식인을 대표한 여성의 모습이라고 할 수 있다(<그림 17> 신여성 윤심덕). 단정한 양장에 짙고 검은 눈썹과 빨간색 립스틱 정도로 영화에는 표현되었지만 당시의 화장기법을 최대한 살린 것으로 본다면 눈화장과 입술 화장에 주목했던 것을 짐작할 수 있다.

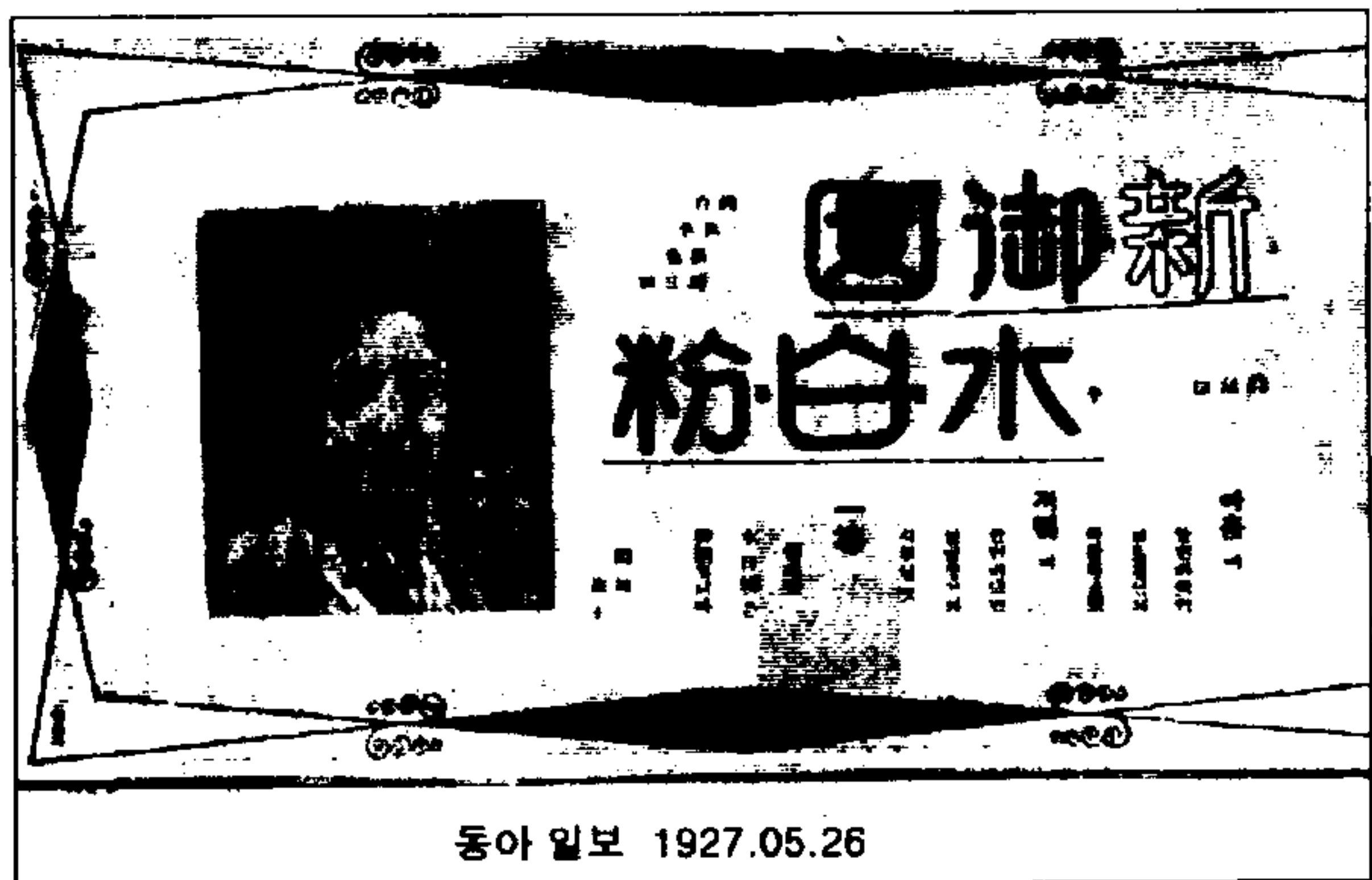
따라서 1930년 대까지의 개화기의 화장문화는 서구의 영향과 일본의 영향으로 크게 달라진다. 화장품이 수입되고 기존의 피부손질과 미백의 효과를 내는 전통적인 화장에서 좀더 진보하여 미백분, 로션, 향수 등을 포함한 화장문화로 변모하게 된다. 일제시대의 화장은 전통적인 담장과 유사하여 맑고 희고 깨끗한 피부 위에 분바른 형태로서 점잖은 분위기를 자아내는 정도이다. 즉 색조화장보다는

기초화장에 가까우며 코가 낮거나 입술이 작거나 광대뼈가 불거진 경우, 화장품으로 교정하는 것이 아니라 타고난 모습 그대로 가꾸는 것이 일반적인 평면 화장의 기법이라고 할 수 있다.

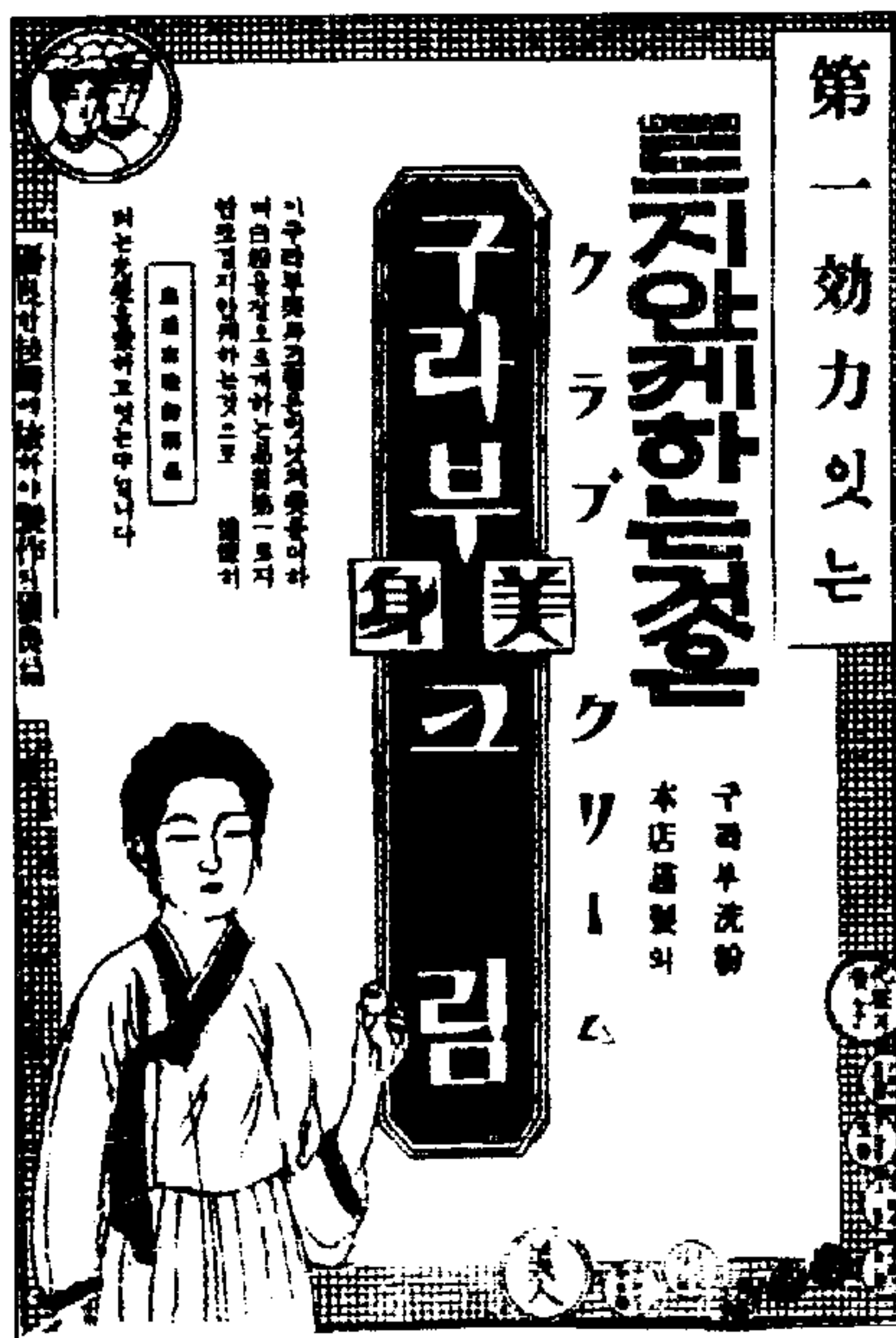
당시 화장이 앞선 세대와는 달라지고 신문이나 잡지에 광고가 날만큼 널리 유행되었다고는 하지만 입체화장이나 색조화장의 대중화는 이루지 못하고 크림, 백분, 미안수, 머릿기름 등이 주류를 이룰만큼 크게 발달하지는 못했다. 그러나 당시로선 국내에서 시판된 박가분의 발명을 선두로 화장문화의 한 전기를 마련하였으며 이에 따라 기타의 화장품이 제조되어 기존의 전통적인 화장품 제조에서 다소 진보한 화장품이 사용되었다는 데에 의미가 있음을 알 수 있다.



<그림 10> 설화분 광고
출처 : 동아일보 (1921.05.12)



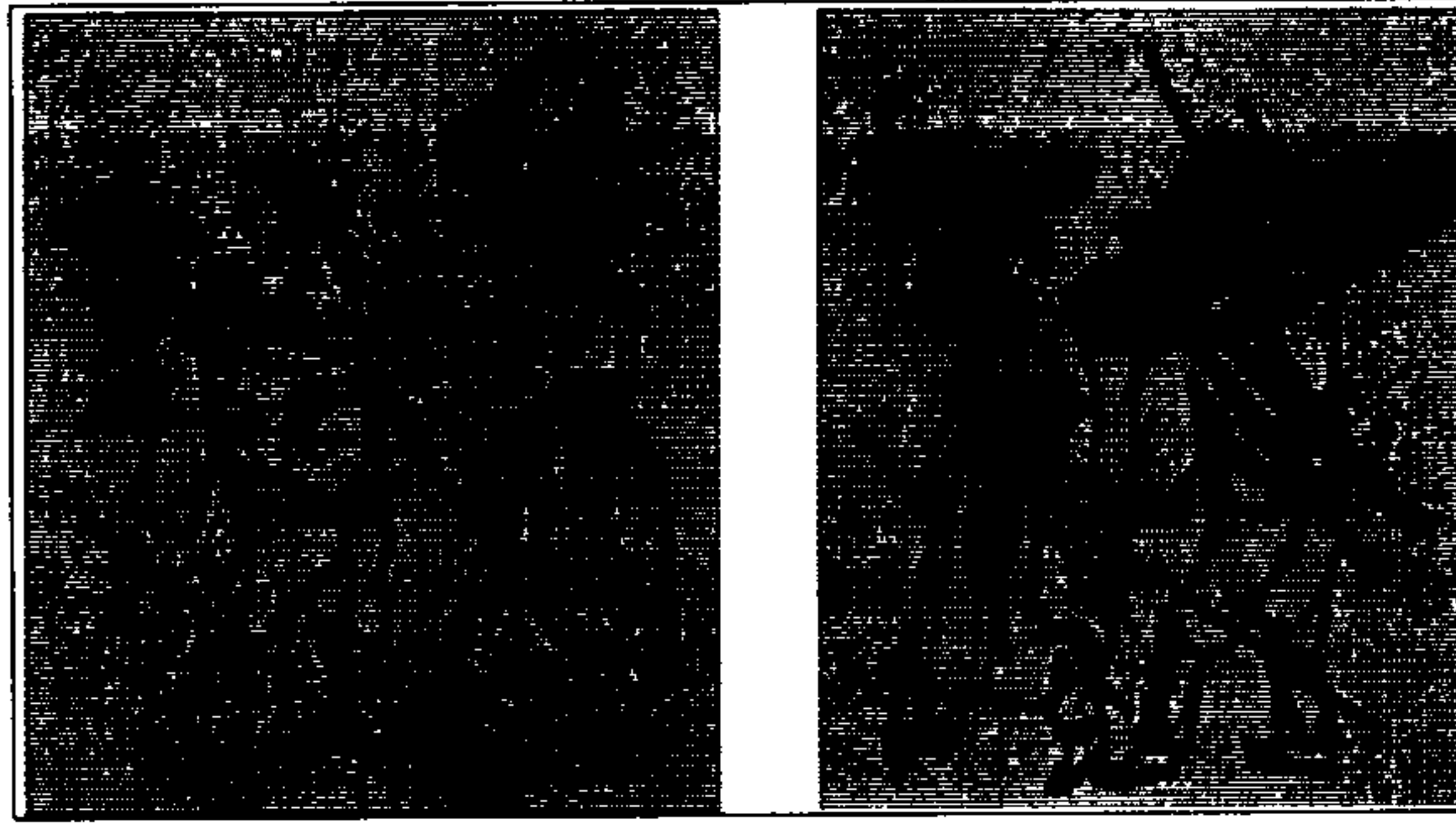
<그림 11> 수백분 광고
출처 : 동아일보 (1927.05.26)



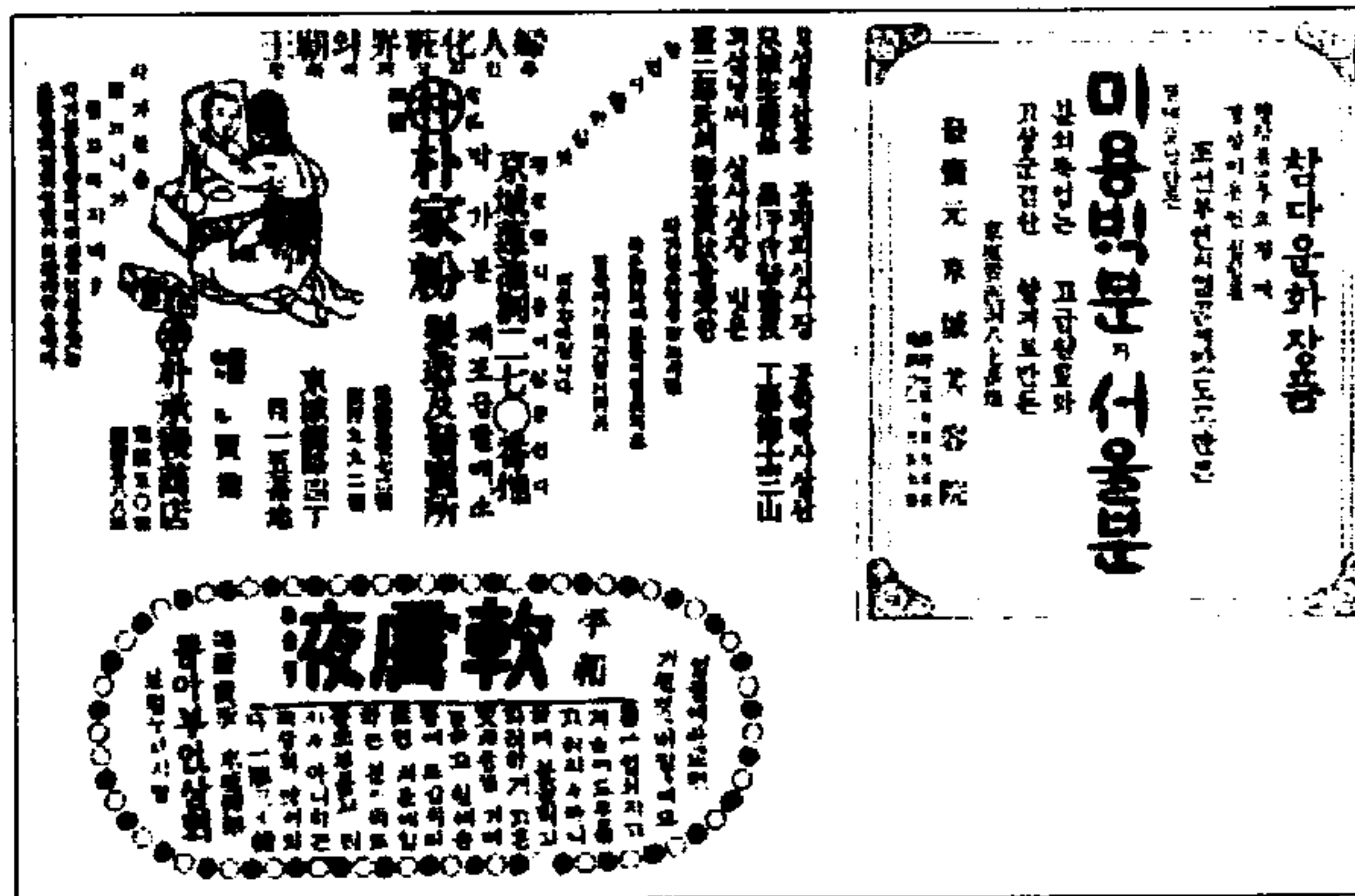
<그림 12> 구라부 크림 광고
출처 : 동아일보 (1923.01.27)



<그림 13> 방물장수
출처 : 전완길(1987), 『한국 화장 문화사』, 열화당



<그림 14> 방물상 부부
출처 : 이창식(2001), 『한국의 보부상』, 밀알



<그림 15> 연부액 광고
출처 : 동아일보(1921.01.07)



<그림 16> 일본화장품 광고
출처 : 동아일보(1921.01.27)



<그림 17> 신여성 윤심덕
출처 : 양승국(1998), 『김우진, 그의 삶과 문학』, 태학사



<그림 18> 박가분 광고
출처 : 전완길(1987), 『한국 화장 문화사』, 열화당

2. 해방 후 화장문화의 전개

1) 해방 후의 화장문화의 특징

해방과 6·25사변을 겪으면서 국내의 정치·경제·문화에 커다란 변화에 직면하게 된다. 극단적인 정치와 사회제도는 보다 자유롭고 평등한 민주적인 제도를 마련하기 시작하였고, 민주적이고 평등한 사회의식은 교육과 대중매체를 통해 더욱 가속화되어 갔으며 전통적인 사회제도를 변화시켜 나갔다. 특히 대한민국 정부가 수립된 이후 미국과의 접촉이 본격화되면서 우리 정부는 미국의 정치, 경제, 교육 등의 제도를 도입하기 시작하였고, 해방 이후 우리 나라 교육 또한 일제 식민지 교육의 체제를 탈피하고 새로운 사회·문화적 배경 속에서 미국의 영향을 받게 된다.

미국식 교육의 하나는 남녀공학을 이룬 대학이 설립되어 일반 국민들의 교육기관으로 변모하면서 여성의 교육기회와 사회참여의 기회를 촉진시켜 나가게 된다. 앞선 식민지 시대보다도 일보 진보한 여성 교육의 기회는 사회·경제적 활동의 폭을 넓혀 주었고, 여성의식의 변화는 여성의 패션과 화장 등에 영향을 미치게 된다.

광복 후 얼마 동안은 화장품 원료가 생산되지 않고 수입마저 쉽지 않아 일시적으로 국내 화장품 생산은 퇴보현상을 보인다. 이 무렵 국내에서 화장품 회사가 창립되는데 이것이 바로 태평양화학공업사이다. 이 회사는 이미 1932년부터 개성에서 크림, 미안수, 가루분, 포마드 등의 화장품을 가내수공업의 형태로 제조해서 판매를 했으며, 일부는 서울까지 진출하여 1939년부터는 “TAI PYUNG YANG

(태평양의 당시 표기)”이란 표기를 하였고, 1943년에는 개성에서 가장 큰 고려백 화점에 직접 화장품부를 개설하여⁴⁴⁾ 당시로서는 획기적인 판매방법을 이용했다. 당시는 주로 방물장수에 의한 판매가 주류를 이루었던 형편을 감안하면 집에서 제조한 제품을 직접 판매한다는 것은 획기적인 일일 수 있다. 해방 이후 1948년 이 화장품 회사는 서울로 이주하여 오늘날 한국의 화장문화를 이끄는 선두적인 역할을 한다.

한국의 화장품 생산은 1950년 6.25사변을 계기로 그 기반 사업은 무너졌으나 전쟁동안 미국의 화장품이 미군PX를 통해 흘러오면서 화장품 외제선호가 시작된다. 이러한 미국제품의 화장품이 밀수입되면서 국내 화장품 제조 기술은 기존에 것에서 더 발전하지 못했다.

1950년대 후반부터는 정부의 인정과 미국의 원조금으로 사회 전반에 걸친 여건이 개선되기 시작했고, 제조업체들은 품질향상은 물론 기초 화장품 중심에서 각종 유성·건성 화운데이션을 비롯해 립스틱, 콤팩트 등 메이크업류 제품 개발에 관심을 기울였다.⁴⁵⁾

2) 본격적인 기초화장과 색조화장의 시작

해방과 6.25전쟁으로 서양문명이 급속히 국내에 들어옴에 따라 미용에 대한 변화도 급격하게 일어난다. 패션과 헤어스타일의 변화는 급격하게 이루어진 것에 반하여 화장에 대해서는 소극적이었다. 광복후 일본과 유럽 등지에 나가 있던 사람들이 귀국하면서 기초미용의 마사지 기법이 국내에 보급되는 정도였다.⁴⁶⁾

44) 이능희(1995), 『태평양 50년사』, 태평양화학(주), p. 88.

45) 대한화장품공업협회(1986), 『한국장업 50년사』, p.32.

화장문화만이 패션과 헤어스타일의 변모만큼 일반 대중에게 급속히 변화지 못한 것은 변모하는 화장기법을 접할 수 있는 기회가 적었을 뿐만 아니라 전통적으로 화장이라는 부정적인 요소가 작용했으리라 본다. 화장문화는 전쟁 후 미군이 주둔하면서 직업여성들이 크게 늘어나면서 유행이 되었기에 저급문화라는 사회적 비난이 포함되었기 때문일 수 있다. 또한 외국의 문화유입으로 외국영화가 상영되었지만 영화 속의 여주인공의 머리모양이나 패션이 먼저 유행했던 점을 감안하면 화장이 유행되기에는 좀 더 시일이 걸린 것으로 보인다.

(1) 기초화장에 대한 인식

화장품의 개발과 화장법에 대한 소개가 자주 신문에 소개된 점을 미루어 화장에 대한 관심과 화장품의 기능을 세분화하려는 조짐이 보이기 시작한다. 당시 기초화장의 제품으로는 콜드크림이 대거 유행하게 되는데 이는 화장을 지울 때, 또는 밀 화장으로서의 역할 뿐만 아니라 마사지용으로 폭넓게 사용되었다. 이와 함께 오이, 계란 등을 이용한 천연팩을 이용하여 흰 얼굴의 피부와 기초에 많은 관심을 갖지고 있음을 알 수 있다. 이러한 경향은 신문에 소개된 다음의 글을 통해서도 알 수 있다.

“새해에 가질 고운 화장법”

새해에 어느 초대에 갈 때는 보통 때보다도 좀 더 짙은 화려한 단장을 하는 것이 좋을 것입니다. 자기의 옷차림과 잘 조화시켜서 모든 구색이 맞는 머리모양을 한다는 것도 역시 현대여성의 교양이라고 하겠습니다.

화장하기 전에 우선 머리를 생각해서 하고 싶은 대로 「링그렛트」로 「셋트」를 합니다. 그리고 수건으로 머리를 싸매고는 「콜트·크림」이나 「크린

46) 이능희, 앞의 책, p.463.

싱·크림」으로 얼굴을 닦아 먼저 때를 씻어 둡니다. 거기에 「아스트린제트·로션」이나 화장수를 발라 화장에 알맞는 피부를 만들어 놓습니다. 그리고 콧등과 볼 이마 턱에 「판·스틱」을 잘 펴온 얼굴에 발라줍니다. 다음에 코 양옆과 눈두덩에다 「샤도우」를 얹게 칠하고 볼에 「루주」를 발라줍니다. 그리고 「파후다로 가루분을 칠할 때 「파후다」대신에 탈지면을 뭍쳐서 거기에 분가루를 담백 칠하고 얇다란 종이를 싸서 사용하면 무엇보다도 간단하고 위생적인 면에서 좋습니다. 가루가 좀 많이 발렸을 때는 「웨이스·부러쉬」로 「판·케키」를 화장수에 풀어서 바릅니다. 솔 대신에 역시 탈지면을 조그맣게 뭍쳐서 사용하는 것도 괜찮습니다. 그리고 그 탈지면에다 수건을 싸서 그것으로 얼굴에 잘 펴서 발라줍니다. 다음은 눈썹을 그리고 또 「립·스틱」으로 입술을 그립니다. 입술은 윤곽을 또렷하게 「모던」한 맛을 나타내도록 그리는 것이 좋으며 솔 대신 성냥개피에 얇은 종이를 싸서 그것으로 윤곽을 그려도 괜찮습니다. 마지막 손도 화장을 해야 하며 몹시 더러울 때는 비누로 씻고 팔굽에서부터 손가락 끝까지 잘 「맛사아지」하고 화장수를 발라둡니다.⁴⁷⁾

신문에 소개된 당시의 화장법을 보면 여러 가지 점에서 기존과는 다르게 변모하고 있음을 알 수 있다. 우선 화장품의 종류가 다양하게 등장하고 있다. 콜드크림, 크림싱, 아스트린제트 로션으로 기초화장에 관한 것과 콧등과 볼 이마 턱에 ‘나이론 파후’를 바른 후 ‘판 스틱’을 긋거나, 코 양옆과 눈두덩에다 ‘샤도우’를 얹게 칠하고 볼에 루주를 바르고, 눈썹과 립스틱을 바르며, 특히 입술의 윤곽을 또렷하게 하는 색조화장까지 상세히 소개되고 있으며, 손화장 즉 팔굽에서 손가락 끝까지 맛사지하고 화장수를 발라둔다는 것에 이르기까지 상세하게 소개된 것을 볼 때 1950년대부터 본격적으로 현대적인 화장기법이 대중화되고 있었음을 알 수 있다.

47) 「동아일보」, 1955.1.9.

(2) 색조화장의 시작

50년 대 후반에 메이크업의 특징은 피부톤을 밝게 하는 것이 유행했고, 눈썹은 두껍고 진한 검은 눈썹을 그리기 위하여 긴 속눈썹을 붙이고 아이 라인을 길게 빼서 눈을 크게 보이는 효과를 보이는 것이 특징이었다. 립스틱은 빨간 색을 선호했으며 화운데이션의 등장과 함께 분홍색의 립스틱도 쓰이기 시작했다.

이러한 색조화장은 입체적으로 선명한 화장의 추세와 기초화장에 대한 소개뿐만 아니라 계절별로 화장하는 방법이 신문이나 여성 잡지에 소개 된다. 이는 화장품의 소비를 증가시키는 요인이 되고 화장과 화장품에 관한 정보 전달과 광고 역할을 하면서 계절별 피부 미용과 화장법, 특정한 시기나 모임에 어울리는 화장법 등 화장품 상식을 알리는 기사도 소개된다.

▶ '입체적으로 선명한 화장'

초가을의 화장법은 입체적으로 함으로써 침착성을 보이는 것이 계절에 맞습니다. 입체화장법이란 얼굴의 밝은 부분과 어두운 부분을 선명히 나타내는 화장법으로 수정화장을 기본으로 하는 것이며 「샤도우」와 「하이라이트」를 사용하는 유성화장의 하나입니다. 처음 안면 전체에 크림을 바르고 손가락으로 가볍게 「맛사아지」를 하면서 얼굴의 세안을 하게 됩니다. 다음에는 「콜드크림」을 조금 바르고 얼룩지지 않게 충분히 퍼진 다음에 높고 밝은 부분을 강조하기 위해서 콧등에 「하이라이트」를 칠하고 손으로 문지릅니다. 그리고 이 위에 분을 바릅니다. 이때 주의할 것을 너무 하얗게 되지 않게 아래턱에서부터 차츰 올라가면서 조금씩 더 희게 분을 바르도록 하십시오. 분이 풀고루 다 퍼진 후에 눈썹을 그리되 너무 치며 그리지 말 것입니다. 마지막으로 「루주」를 얼굴형에 맞는 모양으로 바릅니다.

▶ '차근차근히 얼굴빛 회복'

땀이나 자외선으로 피곤해진 피부를 그대로 겨울까지 내버려 두어선 안 됨

니다. 검게 찢은 얼굴을 표백해서 빨리 회복시키는 것도 좋으나 너무 무리를 하게 되면 도리어 피부를 상하게 하기 쉬운 것입니다. 「콜드크림」으로 하는 「맛사아지」와 함께 주 1회 정도의 표백법을 실행하도록 하는 것이 좋겠습니다. 「오키시도루(옥시폴)」와 올리브유, 밀가루의 표백 팩크제가 일반적이지만 피부가 약한 사람들은 계란 노른자를 이용하는 것이 효과적일 것입니다. 48)

▶ '봄별과 루주'

루주는 얼굴 전체의 분위기를 달리한다. 짙은 빛깔의 겨울옷과 킁킁하던 방 안과는 달리 따뜻한 햇별이 쏘이는 거리와 교외 그리고 꽃이 피는 명랑한 계절에는 부드럽고 옅은 색깔의 루주가 알맞다. 외적 환경과 매치되는 루주는 건강한 인상을 준다. 먼저 입술 연지붓으로 입술의 자연선대로 윤곽을 그리고 전체를 바른다. 루주가 옅은 색일수록 자연선에서 벗어나는 윤곽은 보기가 거북하다. 손끝으로 문질러 빛깔이 스며들게 한 다음 종이로 눌러 풀어나지 않게 하고 이에 묻지 않았나 다시 본다.

루주는 한 색깔만 쓰느니보다 핑크, 오렌지, 로오즈, 심홍색, 중 진한 것과 옅은 것을 섞어서 마음에 맞는 색깔을 내는 것이 이상적이다. 음식을 먹은 다음 루주가 지워진 대로 사람을 대하는 것은 예의가 아니다. 다시 고쳐 바를 때는 반드시 깨끗하게 닦아내고 발라야 한다. 목은 루주 위에다 바르면 입술이 거칠어 보이기도 하고 색깔이 부드럽지 않다. 49)

위의 글에서 보면 계절에 맞는 입체적인 화장법과 기초 손질을 위한 맛사지에 대한 방법을 상세히 설명하고 있다(<그림 19> 유톤 광고). 계절의 특성에 맞추어 메이크업을 할 수 있는 방법을 소개하는 것은 기초화장에서 상당히 진보된 화장법이라고 할 수 있다. 특히 립스틱에 관한 글에서는 화장의 예절을 함께 소개한 점이 특이하다. 이 외에도 향수의 상식과 여드름의 원인, 피부를 위한 충분한 수면, 젊음은 20대부터 가꾸어야 한다는 등의 상식⁵⁰⁾도 실려 있는 것으로 보

48) 「동아일보」, “초가을의 미용메모”, 1955.8.25.

49) 「동아일보」, “봄별과 루주”, 1958.4.5.

아 화장과 미용에 대한 대중들의 관심도가 어느 정도였는지를 알 수 있다.

이처럼 1950년대의 화장하는 방법이나 취지 등의 소개를 볼 때는 최근에 이르는 화장문화와 크게 다르지 않고 있음을 알 수 있다. 이러한 것은 식민지 시대의 화장법에서 상당히 진보한 상태라고 할 수 있다. 이 시대는 화장하는 방법뿐만 아니라 화장품 사용의 상식에 대해서도 상세히 설명하는 기사도 있다.

가루분: 세수하고 화장수와 크림으로 정돈시킨 피부에 담백 칠한 파후를 턱에서부터 위로 향해서 누르듯 두드려 사용한다. 파후는 때때로 빨아서 청결하고 포송포송 하도록 마른 것을 쓰도록 한다. 그 다음 화장수를 손바닥에 발라서 푸성한 가루분을 누르고 입술 연지로 화장을 완성시킨다. 수분과 지방분을 흡수하기 때문에 자기 전엔 반드시 닦아내야 한다. 색깔은 살색보다 약간 진한 것을 선택한다. 때로는 핑크가 유행하기도 하지만 일반에게는 살색이 가장 무난하다.

입술 연지: 화장을 완성시킨다는 것 뿐만 아니라 입술을 보호하기도 한다. 그대로 입술에 바르지 말고 반드시 입술 연지붓에 찍어서 윗 입술 중앙에서 좌우로 윤곽을 잡고 그 다음 아래 입술의 끝에서 끝까지 윤곽을 그리고 나서 전체를 바른다. 윗 입술은 중앙에서 왼쪽을 먼저 그리고 거기에 맞추어 오른편을 그리면 모양이 예쁘게 잡힌다.

크린싱크림: 비누로서 지워지지 않는 털구멍의 더러움과 피부를 안정시키지만, 사용한 다음 비누로서 가볍게 씻어내는 것이 바른 사용법. 기름으로 더러워진 것은 기름으로 지우지 않으면 깨끗해지지 않으므로 유성화장품으로 한 화장은 크린싱크림으로 지우는 것이 이상적. 이마, 뺨, 턱에 점점이 바르고 얼굴 중심에서 밖으로 아래서 위로 가볍게 스며들도록 문지르고 같은 방향으로 가제를 사용해서 가제에 더러움이 묻어나지 않을 때까지 정성들여 닦아낸다. 피부에 기름기가 남으면 젊은 사람은 여드름이 나기 쉽다. 살결에 바르면 금방

50) 「여원」, “당신은 미인이 될 수 있습니다”, 1957.8, pp.242-243.

녹아서 끈적끈적한 기가 없는 것이 좋은 품질.

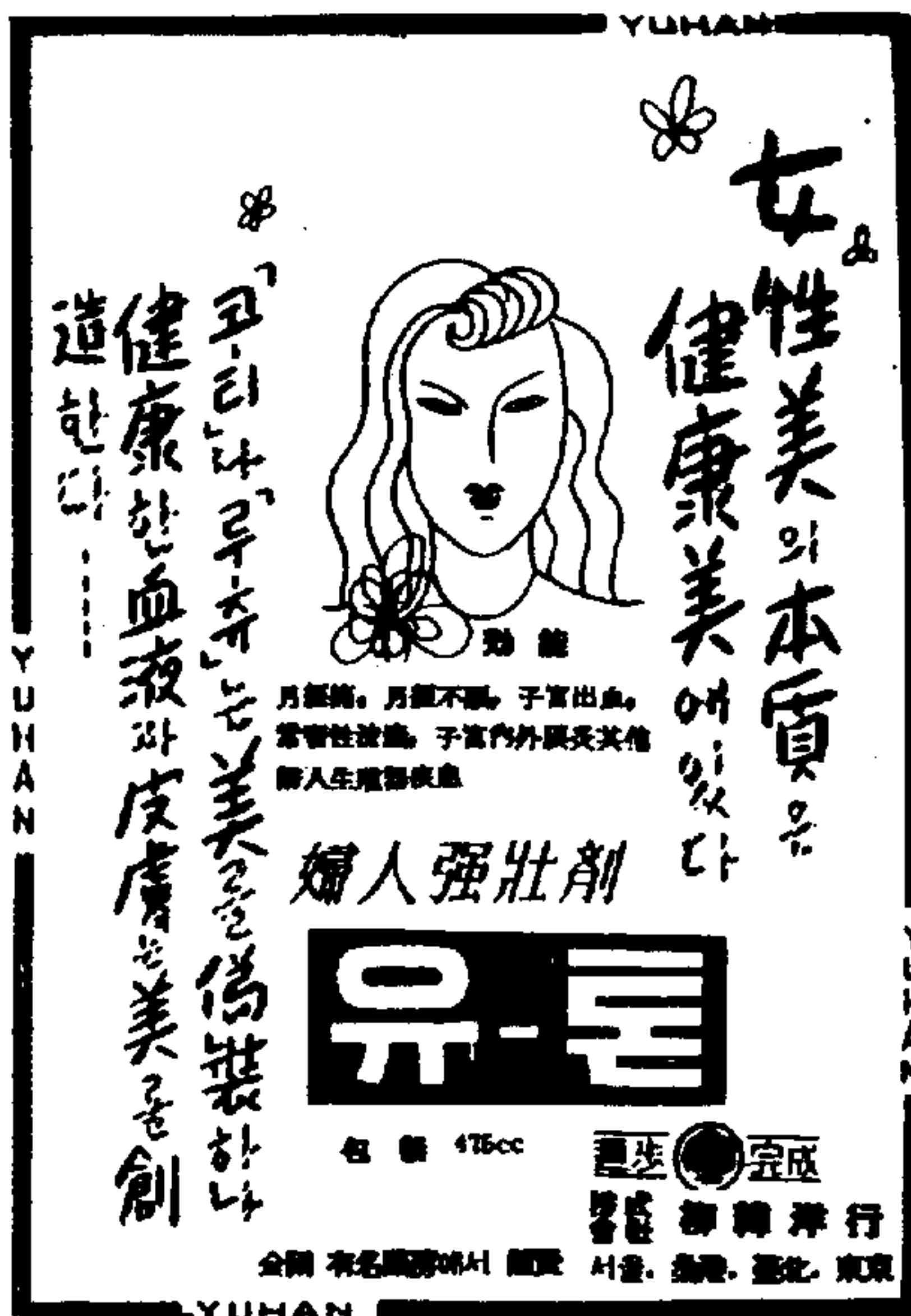
콜드크림: 피부면의 더러움을 지워버리고 피부에 얇은 막을 형성하여 외기를 차단하고 피부를 보호한다. 또한 크림속에 포함된 영양분은 잘 스며들어서 아름다운 피부를 만드는 등 여러 가지 효과를 가지고 있다. 크린싱의 대응으로 맛사지용으로 잘 이용되는데 사용후 젊은 사람은 그대로 두지 않도록 주의. 반드시 아스트린젠트로 닦아 버린다. 거친 피부를 가진 사람은 분을 바르기 전에 바르면 피부에 윤기가 돌고 분이 잘 먹는다. 다만 아주 적게 바르고 충분히 피지 않으면 분이 물리게 된다. 좋은 품질의 것은 여름이고 겨울이고 평균적으로 부드럽고 결이 곱고 유화된 것. 기름과 물이 분리되어 있는 것은 나쁜 것이다. 51)

‘가루분’, ‘입술연지’, ‘크린싱크림’, ‘콜드크림’ 외에도 ‘바니싱크림’, ‘아스트린젠트’, ‘유액’, ‘화운데이손크림’ 등에 관한 내용도 소개하고 있다(<그림 20>, <그림 23>, <그림 24>, <그림 25>). 이렇게 화장품에 대한 내용을 소개하여 일반 대중에게 화장품의 올바른 사용과 기초적인 인지할 수 있도록 하기도 하고 화장품의 대중화에 기여하고 있음을 알 수 있다. 1953년 휴전 후 미국 영화가 본격적으로 수입되면서 미국 문화가 국내에 들어와 사회, 문화 전반에 새로운 변화를 가져온다. 특히 여성과 관련된 것으로 1956년 여성잡지가 창간되고(<그림 21>, <그림 22>), 1957년 미스코리아 선발 대회가 개최되어 여성들의 신체와 패션과 화장 등에 많은 관심을 불러일으키는 시기가 되었다. 복식에서는 한복에서 양장으로 변모되고 한복은 일상복에 밀려나 예복으로 자리잡기 시작했다.

또한 이 시기는 여성의 적극적인 사회 참여의 기회가 다양해지고 패션에 따른 화장법을 취하기 시작해 전통적인 화장법에서 탈피하기 시작했다. 전쟁이라는 사회적 분위기에 따라 경제적으로 침체기여서 화장품 소비가 늘어난 것은 아니지

51) 「동아일보」, ‘화장품 상용상식’, 1959.4.23.

만 1950년 대 후반기에 들면서 미국식의 화장문화가 활발하게 전개되고 신문에 화장법이 소개될 만큼 기초적인 피부 손질에서 벗어나 색조화장이 본격적으로 받아들여지는 시기가 된다. 따라서 1950년대 화장문화는 앞선 시대와 비교하면 비약적인 발전을 했다고 할 수 있으며, 이는 화장품의 종류가 다양해지고, 화장기법도 색조화장이 대중에게 소개가 되는 시기를 맞이하게 된 특징을 지니고 있다고 할 수 있다.



<그림 19> 유톤 광고
출처 : 「여성계」(1995.07)



<그림 20> 바니싱 크림 광고
출처 : 「여원」(1956.05)



<그림 21> 여성잡지 창간호 표지
출처 : 「여원」(1955.10)



<그림 22> 화장계 창간호 표지
출처 : 이능희, 「태평양 50년사」
(1958.08.01)



<그림 23> 백정제 광고
출처 : 동아일보(1959.07.27)



<그림 24> 코티 화장 비누 광고
출처 : 동아일보(1957.08.19)



<그림 25> 미미 바니싱 크림 광고
출처 : 동아일보(1956.12.05)



<그림 26> 파라솔 크림 광고
출처 : 동아일보(1959.06.20)

3. 1960년대 화장문화

1) 경제성장과 화장문화의 배경

제3공화국이 들어서는 1960년대는 경제적으로나 사회적으로 많은 변화를 겪게 된다. 경제개발 5개년 계획이 본격적으로 착수되면서 기간산업의 발달로 국민 소득이 향상되고 생활의 여유로 인해 KBS방송, 동양방송, 문화방송이 차례로 개국되면서 대중문화가 확산되기 시작한다. 이러한 신문과 언론매체는 보다 대중들에게 상품에 대한 광고와 유행이라는 문화를 쉽게 전달할 수 있는 계기가 된다. 특히 라디오가 아닌 텔레비전의 방송은 무분별한 외래문화를 간접적으로 추종하고 지나친 오락성으로 비판을 받기도 했지만 문화 전반에 걸친 새로운 변화를 가져오는 촉매제의 역할을 하게 된다. 이 시기는 사회단체를 통한 여성들의 활동은 활발해지고 여성의 사회적 지위가 향상되면서 양장패션이 대중화되고 미니스커트가 미국으로부터 들어와 여성의 패션과 더불어 화장문화에도 큰 반향을 일으켰다고 할 수 있다.

1962년부터 화장품 방문 판매가 시작되었고, 1950년대 후반에 기반을 잡기 시작한 화장품업계는 산업육성책의 하나로 본격적으로 발전하기 시작했다. 또한 특정 외래품 판매 금지법을 국가적으로 시행하여 외래품 사용과 판매를 금지하여 국산 화장품의 수요는 급격히 늘어나게 되었다. 또한 방문 판매원의 스킨케어 기초지식을 전달하고 마사지로 피부손질 방법을 소개하면서 화장품 보급에 큰 역할을 하게 된다. 화장의 질적인 면도 상승하게 되는 것은 일본 화장품 회사와의 기술제휴로 품질관리, 원료 선정 방법, 새로운 원료의 사용 등을 통한 국산화장품의 진보에 그 원인을 찾을 수 있다.

화장은 서구식 메이크업의 확산으로 아이라이너와 마스크라가 등장하여 눈매를 크고 강하게 강조하는 스타일이 유행하게 되며 붉은 기가 도는 파운데이션과 청색 아이세도우가 크게 유행하면서 입술 색도 오렌지, 분홍색이 유행한다. 즉 이 시기는 붉은 색이 유행할 만큼 파격적인 메이크업이 전개된다.

2) 화장품 광고의 등장과 화장경향

1960년대는 전쟁을 치룬 후 경제적으로 사회적으로 안정기를 맞게 되는 시기이다. 경제의 발전과 함께 등장한 매스미디어의 발달은 여러 가지 상품에 대한 광고와 정보 전달을 대중화시키는데 지대한 공헌을 한다. 특히 텔레비전과 영화, 잡지에 소개되는 상품에 대한 광고는 자본주의 사회로의 진입을 예고하면서 빠르게 변화하게 된다. 특히 여성 잡지가 대중화 되면서 여성의 교양을 높이는 효과를 가져오고 문화 전반에 대한 사회참여의 기회를 갖게 하는 역할을 한다.

이미 1950년대 중반에 발간된 「여원」, 「여성계」, 「주부생활」 등의 잡지는 1960년대에 들어 급속하게 활동을 하게 된다. 이중에서 「여원」은 한국 잡지의 근대화라고 할 수 있는 시기에 창간되어 여성 문화의 향상과 잡지계 발전에 영향을 주게 된다. 이 잡지의 주요 기사 내용은 문학과 요리, 꽃꽂이와 같이 실생활과 관련된 것이 많았으며, 특히 새로운 디자이너의 유행 모드를 최초로 화보 형식으로 실어⁵²⁾ 잡지의 대중화를 경주하기도 했다. 이러한 현상은 경제적으로 여유가 생기면서 구독수도 늘어나 대중화되기에 이른다. 특히 이들 잡지에서 보이는 원색 화보는 잡지의 대중화와 함께 여성 문화의 대중화를 선도하는 역할을 한다(<그림 27>, 최초 잡지 원색 광고). 여성의 패션과 머리 모양, 화장 등 최신

52) 최영경(1997), “한국 여성의 화장문화에 관한 연구”, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p.16.

유행의 경향을 소개하여 여성 문화의 일면을 담당하게 된다.

이러한 가운데 화장은 자연히 여성들의 전유물이기에 단골로 화장의 기법과 경향, 피부를 손질하는 기초적인 방법, 새로운 화장품에 대한 소개 등을 실은 내용들이 등장한다. 따라서 1960년대에 새로 등장한 화장품 아이라인, 마스크라 등이전에 없었던 새로운 화장품이 대중에 소개되는 통로가 된다.

“눈의 화장”

‘눈은 마음의 창이다’라는 말은 하도 유명하다. 그 이상의 표현이 달리 없을 만큼 사람의 눈은 그 사람의 교양, 인물 등 모든 면에서 매력이 집중된 부분이라고 할 수 있다. 맑고 영롱한 빛이 반짝이는 눈은 특히 여성의 큰 매력이다. 그러나 타고난 눈을 그대로 가지는 것보다는 화장술에 의하여 눈을 더욱 매력 있게 가꿀 수만 있다면 더할 나위 없다.

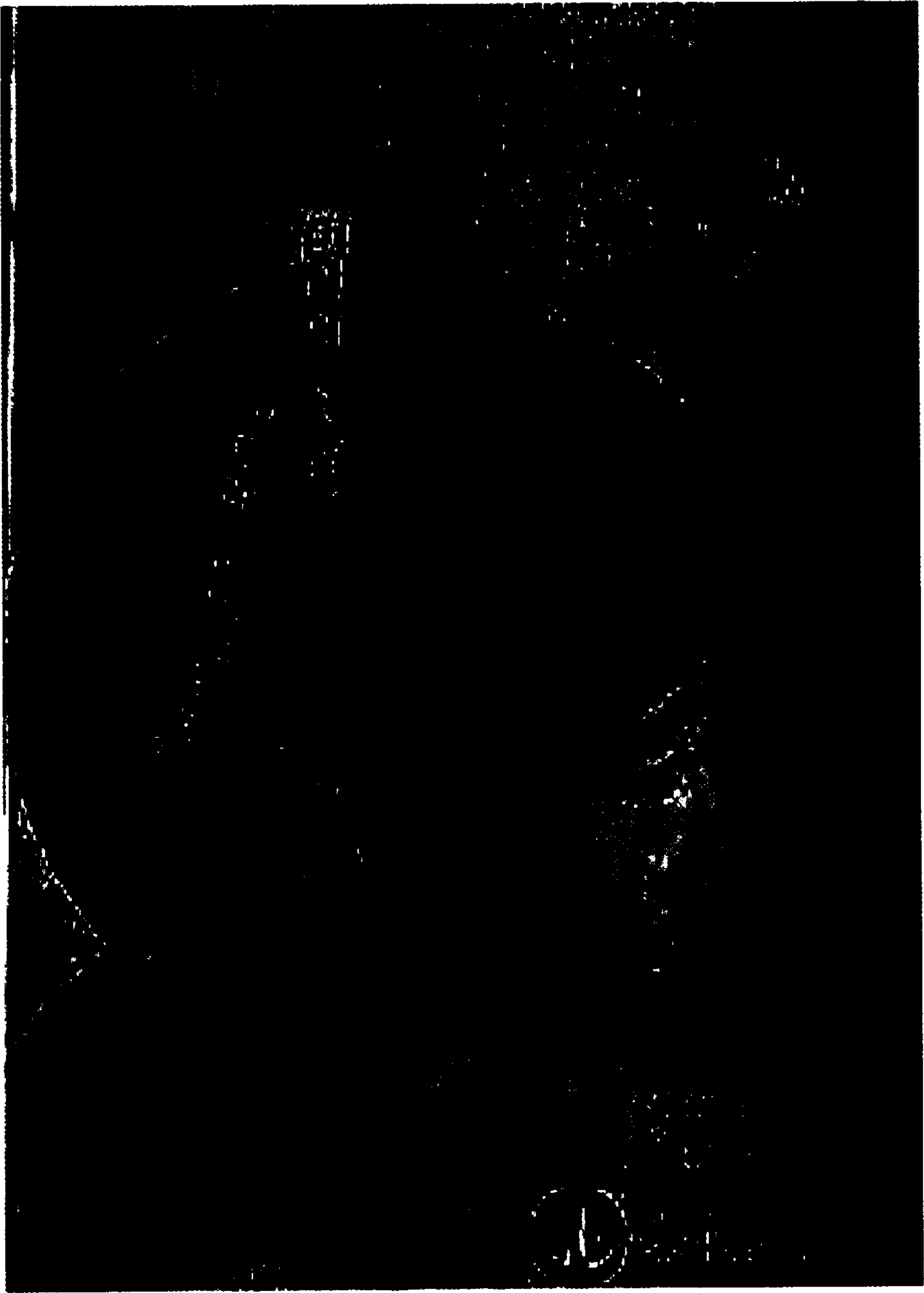
이렇게 할 수 있는 화장을 ‘눈화장’이라 부르는데, 미용강좌의 중요한 부분을 차지하고 있다. 여기 눈화장의 긴요한 점을 소개하면 ...화장을 하는 중 가장 어려운 것이 눈의 화장이다. 잘못 손을 대면 거북하게 보일 뿐 아니라 역효과를 내는 수가 많다. 그러나 요령 있고 세련된 눈의 화장은 그 사람의 인상을 바꿔 준다. 그러므로 눈화장을 하려면은 기초적인 룰을 지켜야 한다.

아이라인은 눈썹연필로 그리면 딱딱한 감이 나기 쉽다. 다크 그레이의 아이세도오를 아이세오도 전용 붓에 묻혀 가지고 윗 속눈썹의 뿌리 근처를 따라서 눈끝을 향하여 굽직하게 그려내린다. 이렇게 하면 새끼 손가락 끝으로 고를 필요도 없고 부드러운감을 살리 수 있다. 그리고 아래 속눈썹 연필을 사용하는데 그것도 명주실 정도로 가늘게 눈의 중앙에서 눈끝을 향해서 반정도만 그린다. 블루나 그린 계통의 아이세도오는 낮 화장에는 금물이다. 그리고 눈썹의 모양도 눈의 모양에 따라서 모양지워 그리도록 하는 것을 명심해야 한다. 53)

53) [동아일보], 1960.4.7

1960년에 이러한 기사를 신문에 실렸다면 당시 눈화장의 변화와 일반인의 관심도를 알 수 있다. 눈화장의 기초적인 방법을 구체적으로 제시하여 현재의 화장법과 그리 다르지 않다. 단지 블루나 그린 계통의 아이세도우를 닳화장에 하지 못하도록 한 것이 특이하다. 그것은 밤 외출의 개념이 더 뚜렷하게 보이는 것 같아 색조있는 눈화장은 화려해서 일반인에게는 금했던 것으로 보이고 사회활동을 활발하게 하고 있는 계층이라면 유흥업소 종사자들이 대부분이었기 때문에 이들에 한해서 색조화장을 했던 것으로 추측할 수 있다. 따라서 이들 직업 여성을 제외하고 일반 여성들에게는 피부 손질 위주의 화장이었고, 직업여성들의 색조화장도 눈화장에 머물만큼 입체화장이 구체적으로 등장하지는 못했던 것으로 보인다.

1965년 윤복희가 짧은 머리에 미니 스커트를 입고 귀국하면서 패션계에 새로운 유행을 창조했던 것처럼 화장도 총총히 붙인 속눈썹, 진한 아이라인과 눈썹을 두껍게 그렸으며 문신의 유행으로 눈화장은 아이라이너를 강조하는 아이를 메이크업을 했으며, 핑크 계열의 피부톤에서 푸른색 아이세도우가 유행하고 동양인의 평면적인 얼굴을 보다 입체적으로 보이는 입체 메이크업이 유행하였다.



<그림 27> 최초 잡지 원색 광고
출처 : 이능희, 「태평양 50년사」(1967)

4. 1970년대 화장문화

1) 시대적 배경과 화장품 개발

1970년대는 경제개발 계획으로 생활이 풍요로워지는 고속 성장기에 해당한다. 국제 경제의 안정과 활발한 무역 정책으로 섬유 산업이 호황을 이루기 시작했고, 소득이 증대하면서 여성의 사회 참여가 증대되고 이로 인해 삶에 변화를 가져온다. 새마을 운동과 공업화, 산업화가 촉진되면서 과시적인 소비현상이 나타났다. 이에 과학기술의 발달과 매스미디어의 성장, 청년 문화가 확산되고, 도시화 대중화가 급속도로 진행되어 여성들의 소비 문화도 달라지게 된다. 특히 여성들의 교육기회가 증대되어 사회 참여율이 높아지면서 여성문화가 사회적으로 새로운 위치를 차지하게 된다.

1970년대의 화장문화는 1960년대의 순조로운 성장기에서 보다 진일보한 화장문화의 확장기라고 할 수 있다. 많은 종류의 화장품이 개발되어 화장품 제조 기술이 비약적으로 발전한 시기라 할 수 있다. 이는 경제 성장이 높아진 까닭에 여성들의 화장품도 생활 필수품으로 정착되는 시기이기도 하다. 70년대 화장품 유통 및 판매는 1962년부터 시작한 방문 판매가 이때까지도 주를 이루어 소비자의 미용상담과 미용 서비스를 제공하여 할부 구매로 지속적인 방법으로 구매욕을 확대시키고 있었다. 이러한 접근 방법은 소비자들에게 미용에 대한 지식을 전달하고 새로 개발된 신제품에 대한 화장품의 정보를 소개하는 중요한 창구로서의 역할을 수행하였다. 그렇게 함으로써 화장품에 대한 제품을 홍보하는 일뿐만 아니라 여성들의 미용지식의 수준을 한 단계 높이는 역할 또한 수행하게 되었다.

또한 1971년 태평양화학이 메이크업 캠페인을 과감하게 전개한 뒤부터 색채화장에 대한 인식이 달라지고 입체적인 화장을 하기 시작하는 계기가 된다.⁵⁴⁾ 이 메이크업의 주제는 “오, 마이 러브(Oh, My Love)로 투명한 피부 화장, 가늘고 짧은 눈썹, 둥글고, 깊은 눈매를 강조하고 립스틱 색상은 핑크색, 오렌지색을 이용하여 색조의 조화를 추구한 화장기법이였다. 또한 불연지 화장을 강조하여 얼굴 윤곽이 뚜렷하면서 부드러운 이미지를 창출하는 화장법이 소개되었다. 이때 소개된 화장은 입술과 눈화장, 메이크업 베이스를 하나로 묶은 전체적인 화장법으로 눈화장에 중점을 두었고, 평면적인 한국인의 얼굴에 입체적인 느낌이 들도록 하는 불연지의 화장법이 특이한 것으로 보인다(<그림 28> 1970년대 메이크업 경향). 이것은 색조화장에 대한 기존의 인식을 달리하는 새로운 기법의 시작이었고, 색상의 조화를 추구하는 방식으로 이루어졌다. 이러한 캠페인 화장 패턴은 비교적 패션에 관심이 높은 젊은 여성층을 중심으로 빠르게 확산되어 진행되었다.⁵⁵⁾ 이후 화장품뿐만 아니라 샴푸, 보디 제품, 팩 제품들의 제품들이 등장하여 화장문화에 새로운 변화를 가져온다. 그러나 중년 이상의 연령에게는 여전히 색조화장에 대한 거부감은 있었고, 빨간색의 립스틱에서 자주색으로 색조변화도 이루어진다. 여름철 구리빛으로 얼굴과 몸을 그을리는 사람들이 등장했지만 많은 사람들이 선호하지 않아 여전히 미백제품은 인기를 끌고 있었다.

2) 화장 경향

1970년대 메이크업의 활성화와 화장의 대중화에 공헌한 것은 매스미디어의 발달

54) 전완길, 앞의 책, p.74.

55) 이능희(1995), 『태평양 50년사』, 태평양화학(주), p.120.

과 주부를 대상으로 하는 여성대중잡지의 등장이라고 할 수 있다. 1960년대 간행되기 시작한 여성잡지는 경제성장과 함께 비약적으로 발전하면서 칼라 화보와 광고지면은 여러 가지 상품에 대한 구매욕을 증가시키면서 제품에 대한 정보를 전하는 매체로서의 역할을 충분히 전개했다.

신문과 방송에서는 레저에 대한 소개와 함께 '바캉스'라는 용어를 사용하게 되었고, 이에 맞는 선텐 화장이 전개되기도 하고 서양의 선텐 현실을 소개하여 흰색 피부만을 고집하던 국내의 화장에 새로운 변화를 주기도 한다. 이에 따라 여름계절 화장품은 고전적인 흰 화장 대신 갈색 화장품을 이루는⁵⁶⁾ 계기가 된다.

이와 함께 기존에 가지고 있었던 색조화장에 대한 인식이 점차 다양한 색깔에 대한 인식으로 전개되어 칼라 메이크업이 활성화되어 여성의 아름다움을 다양하게 표출하는 기법이 유행하게 된다. 1971년 태평양화학에서 벌린 메이크업의 캠페인을 계기로 색조화장은 대중화에 이르게 되어 '메이크업 색상의 다양화'가 전개된다. 이에는 눈화장과 입술화장이 중심이 되어 다양한 색조가 연출된다. 눈화장은 아라이너와 마스카라를 사용하여 눈의 윤곽을 뚜렷하고 크게 하는 것뿐만 아니라 다양한 색상의 아이섀도우를 연출하는 기법이 등장한다. 입술 색상은 빨간색이 오랫동안 유지해 왔었지만 이 무렵부터는 분홍색, 오렌지색, 자주색 등으로 입술의 입체감을 살리는 경향으로 다양화된다.

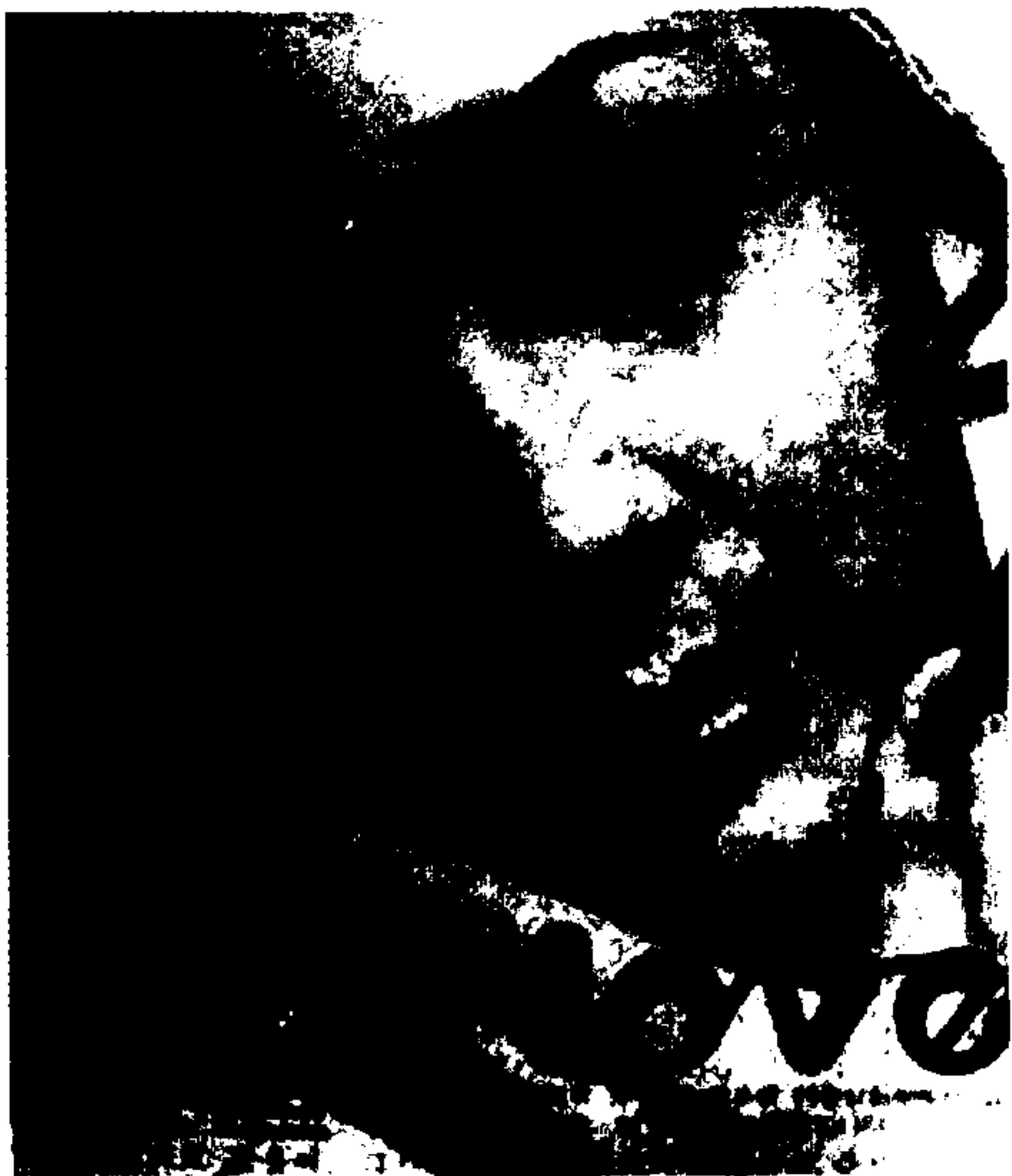
눈과 입술에 대한 다양한 색조는 피부의 색깔에도 변화를 주게 된다. 기존까지 흰 피부색을 선호하던 경향에서 햇볕에 그을린 다갈색의 피부를 광고 하여 피부색의 다양화를 통해 건강한 이미지를 연출하는 아름다움을 추구하기 시작한다. 이러한 피부색에 대한 화장에 이어 이상적인 미인형의 얼굴을 보완하려는 성형시술이 시작한다. 여성잡지에서 제시한 이상적인 미인형은 이목구비의 위치와 형

56) 이능희, 앞의 책, p.468.

태를 정확한 수치로 제시하고 이에 가깝게 화장하는 것을 권하는 기사⁵⁷⁾가 나오므로 해서 여성의 미인형을 텍선이 가름하고 쌍꺼풀이 진 큰 눈과 가는 눈썹을 가진 것으로 보다 구체적으로 제시한다. 이에 여성들의 성형수술에 대한 지식이 간간히 소개된다.

따라서 1970년대의 화장문화는 화장품의 종류가 다양해지면서 기초적인 피부 손질에서 벗어난 색조화장이 본격적으로 시작되는 시기라고 할 수 있다. 이는 경제성장으로 인한 화장품 개발과 메스미디어의 발달로 화장품의 광고와 여성의 사회진출이 전년도에 비해 확대되면서 화장품 소비층이 보다 넓어지는 계기가 마련되었음을 알 수 있다. 그러한 과정에서 기초화장에 대한 인식이 활발해지고 메이크업에 대한 인식도 점차 개선되어 립스틱의 색조와 볼화장이 등장하여 색조화장의 기틀을 마련하는 시기가 된다. 여기에 가세된 계절별 화장기법이 전개되면서 다양한 색조 화장이 유행하며 눈화장에 대한 선호도도 보다 넓어지면서 아이라인과 아이섀도우의 색상이 다양해지는 시기가 된다.

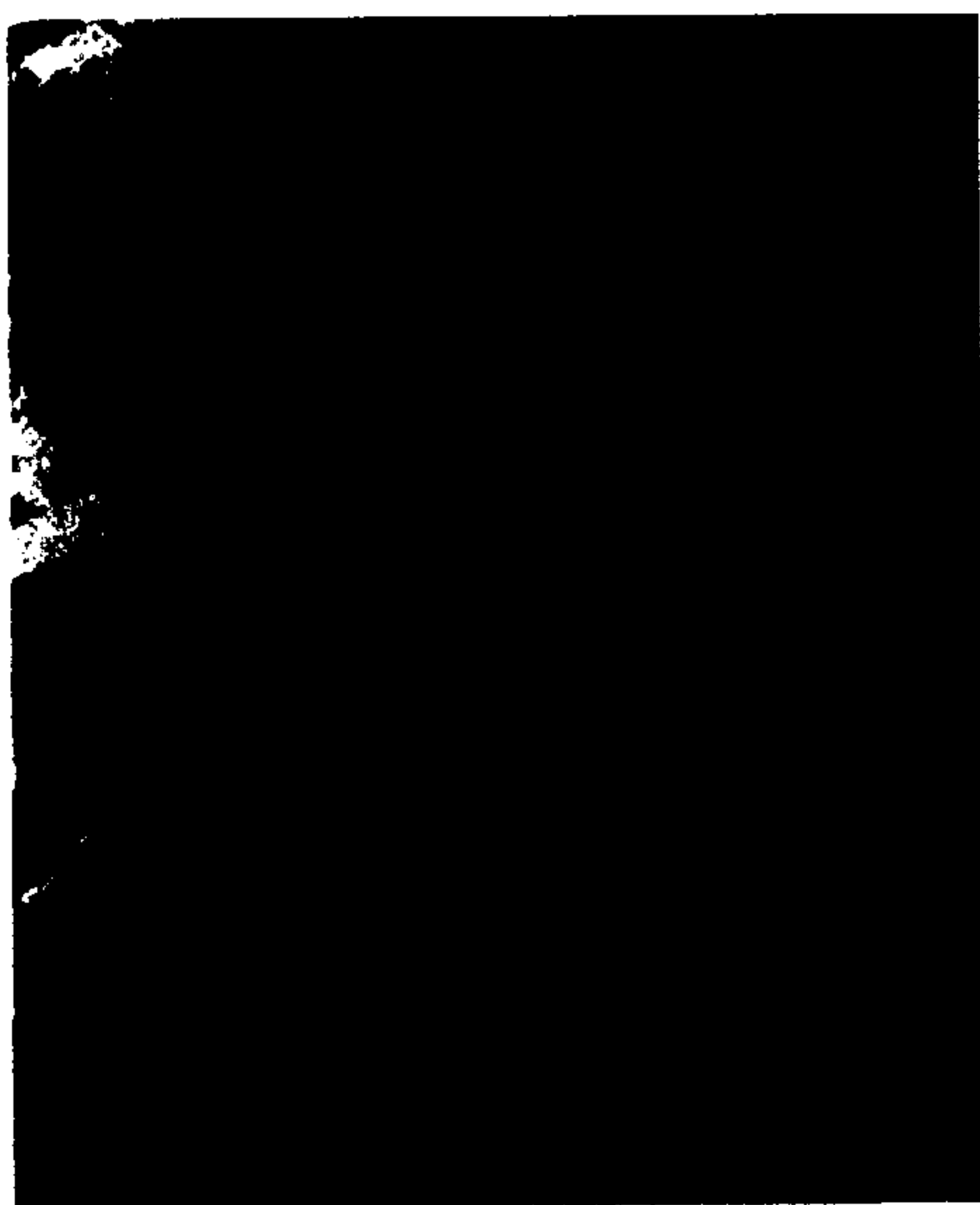
57) 「여원」, “결점을 커버하는 메이크업 테크닉”, 1977.6. pp.247-254



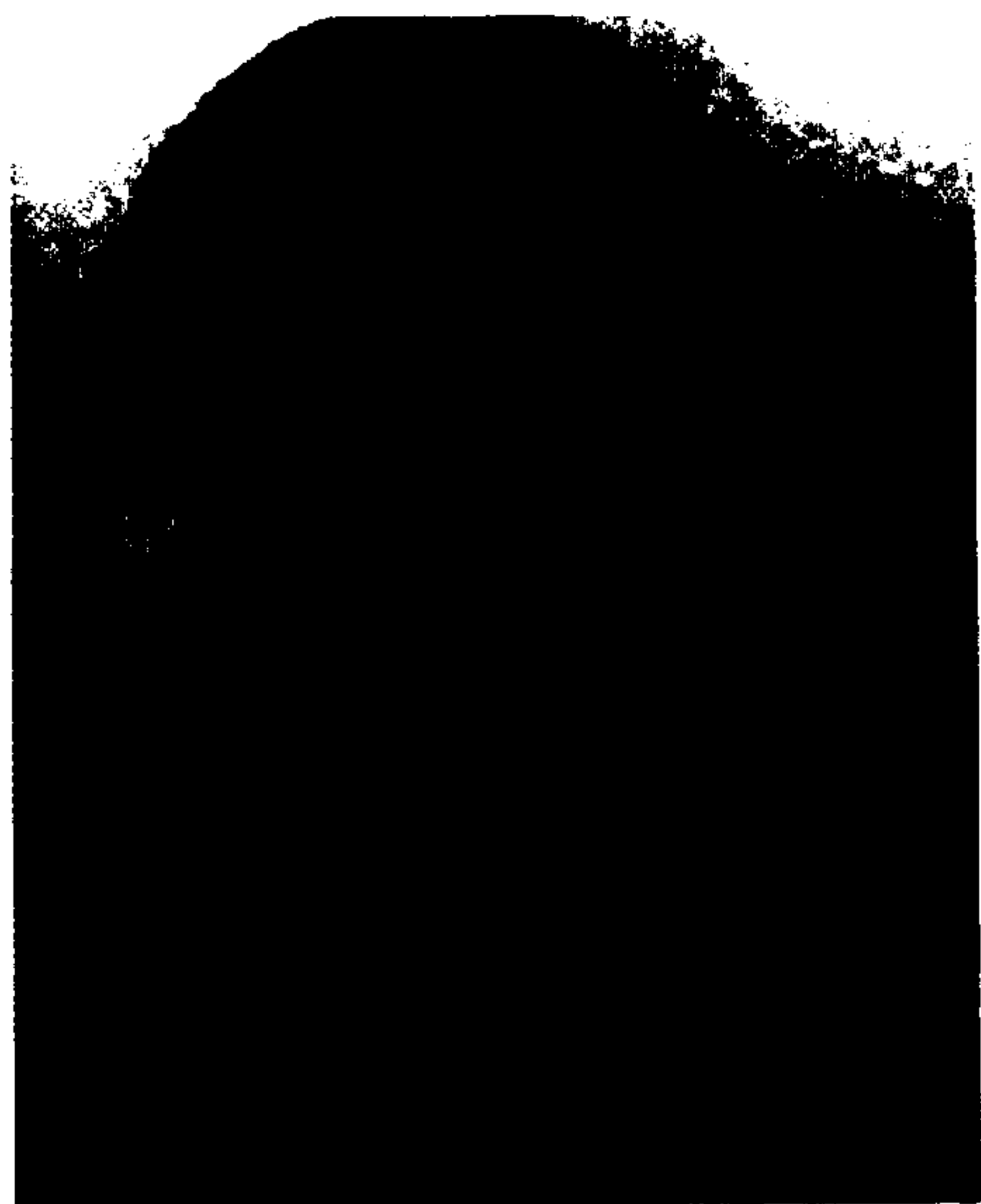
1971년 항장



1975년 항장



1978년 항장



1979년 항장

<그림 28> 1970년대 메이크업 경향
출처 : 이능희(1995), 「태평양 50년사」

5. 1980년대 화장문화

1) 화장품의 개발 촉진

1980년대는 생활수준이 향상되어 소비문화가 정착되면서 사회 전반에 현대화의 경향이 뚜렷해지기 시작한다. 컬러 텔레비전의 등장, 88올림픽 등의 국제적인 행사, 해외 여행의 자유화, 수입 자유화 등의 개방 정책으로 외국과의 문화 교류가 왕성해지면서 사회, 문화 전반에 다양한 변화를 초래하는 시기가 된다. 또한 포스트모더니즘의 세계적인 사조에 힘입어 기존의 질서가 해체되고 새로운 문화가 사회 전반에 걸쳐 다양하게 전개되는 시점에 이른다.

이에 맞추어 여성의 문화도 패션, 머리 모양, 화장 문화에 이르기까지 변화를 초래하게 되는데, 특히 여성 해방운동의 물결을 타고 여성의 문화도 여러 방향으로 급속한 변화를 갖게 된다. 도시의 젊은 여성을 중심으로 개성을 창출하는 표현의 영역이 보다 확대되면서 다양성을 확보하게 된다.

특히 수입자유화에 따른 외국화장품의 수입이 활발하게 이루어지면서 외국 화장품 회사와 제휴한 국내 화장품 개발에 역점을 두게 된다. 이러한 가운데 국내 화장품의 개발과 판매 경쟁이 활발해지면서 화장품 할인매장이 급속하게 유행하면서 화장품의 대중화 시대를 맞게 된다. 화장품은 소비자의 기호에 맞추어 다양하게 전문화, 세분화되고 화장품의 광고와 제품 개발에 주력하게 된다. 1970년대에 색조화장에 주력했던 국내 화장품은 다시 기초화장품 개발에 역점을 두어 피부 보호 효과를 드러낼 수 있는 화장품 개발에 힘쓰면서 레몬, 오이, 살구씨 등 천연재료에서 그 원료를 생산하는 획기적인 제품을 개발하기에 이른다.

<표-1> 주요 레몬 제품⁵⁸⁾

업 소 명	브 랜 드	용 량	가 격
태평양화학	리바이탈	크림 70g	6,000
		로션 120ml	6,000
한국화장품	에스티	크림 70g	6,800
		로션 130ml	6,800
피어리스	미다모아	크림 60g	5,000
		로션 150ml	5,800
주 리 아	크리에타	크림 60g	6,800
		로션 140ml	6,800
라미화장품	이사벨	크림 75g	6,500
		로션 140 ml	6,200
가 양	에쿠아톤	크림 50g	6,200
		로션 114ml	5,700
럭 키	드 봉	크림 70g	5,500
		로션 150ml	

화장품 개발은 위의 표에서 보는 바와 같이 레몬이 유행하면 그에 따른 제품 개발에 주력하고 있음을 알 수 있다. 당시 가장 획기적인 제품은 바이오 제품으로 ‘피부에 생명과 활기를 준다’는 목적으로 50여종에 이르는 화장품을 개발하였다고 한다. ‘생명공학’의 내용을 담고 출발한 이 제품들은 소비자들의 충동구매를 유발하여 광고행위를 전면 중지하기도 했다. 이 외에도 피부 보호의 효과가 있게 한다고 하여 은행에서 추출한 기름, 알로에, 감초산 유도체 등을 원료로 한 제품을 개발하기도 했다.

58) 대한화장품공업협회(1986), 『한국장업사』, 약업신문, p.402.

2) 화장품 광고와 화장 경향

1980년대 등장한 컬러 텔레비전은 색깔이 있는 상품광고에 지대한 혁명을 일으킨다. 색상의 화려함을 무엇보다도 강하게 전달할 수 있는 텔레비전의 위력으로 모든 화장품 회사가 사력을 다해 주력하게 되는 사업이 되었다. 특히 화장품의 색조를 강조할 수 있는 컬러 시대는 색상의 혁명으로 시작되었다.

이에 따라 메이크업도 보다 색깔에 주안점을 두게 되는데 눈화장은 눈 주위를 강하게 하는 경향으로 강한 원색을 유행시켰고, 두꺼운 눈썹에 어울리는 빨간 립스틱, 브라운계통의 아이섀도 등이 주를 이루었다. 80년대 중반 이후에는 오존층의 파괴가 사회적인 문제로 부각되자 컬러에서 피부로 관심이 옮겨져 부드럽고 여성스러움이 강조된 살색, 복숭아색, 연핑크, 연갈색 등의 자연스러운풍이 강세를 띠었으며, 개성화를 강조하는 메이크업으로 발전하게 된다(<그림 29> 메이크업 캠페인 변천). 이에 따라 스킨 케어 개념을 도입한 색조 화장품을 등장시켜 고급스러움을 강조하게 된다. 스킨케어는 과학적인 연구로 계절별, 피부 타입별로 제품을 세분화하였고, 고농축 영양유액 에센스, 한방 화장품 등을 개발하여 새로운 제품 개발에 주력하여 화장품 품목수와 생산실적이 계속 증가하는 추세를 보였다.

이러한 추세는 광고의 대중화가 그 역할을 다한 것으로 나타난다. 당시 화장품 광고로 각 화장품 회사에서 지불한 액수는 상당한 것으로 통계되어 있다.

<표-2> “1984년 화장품 방송광고비”의 현황 59)

장업순위	순 위		광 고 주	광 고 비 (백만원)
	84년	83년		
1	2	1	태평양화학	8,983
2	11	12	한국화장품	3,973
3	19	19	피어리스	3,117
4	-	-	럭키	2,650
5	35	35	쥬리아	2,137
6	40	45	가양	1,884
7	54	54	라미	1,463
8	194	126	태평양장업	218
-	-	-	-	24,430

화장품은 일반 공산품과는 달리 매출액 대비, 10%이상을 광고비가 차지하고 있다. 신제품이 나오거나 기존제품에 대한 소비자의 이미지 제고를 위해 쏟는 광고비는 위의 표에서 보는 바와 같이 한 해 무려 2백 44억 3천 만원에 이른다. 이는 전년도에 비해 24.4%가 늘어난 경우이다. 이와 같이 엄청난 광고비를 지출하면서 화장품을 광고한 것은 그만큼 화장품 광고효과가 크기 때문이다. 특히 텔레비전을 통한 광고는 소비자에게 가장 빠르게 전달하는 매체이기 때문에 현재까지 그 영향은 계속되고 있다고 볼 수 있다.

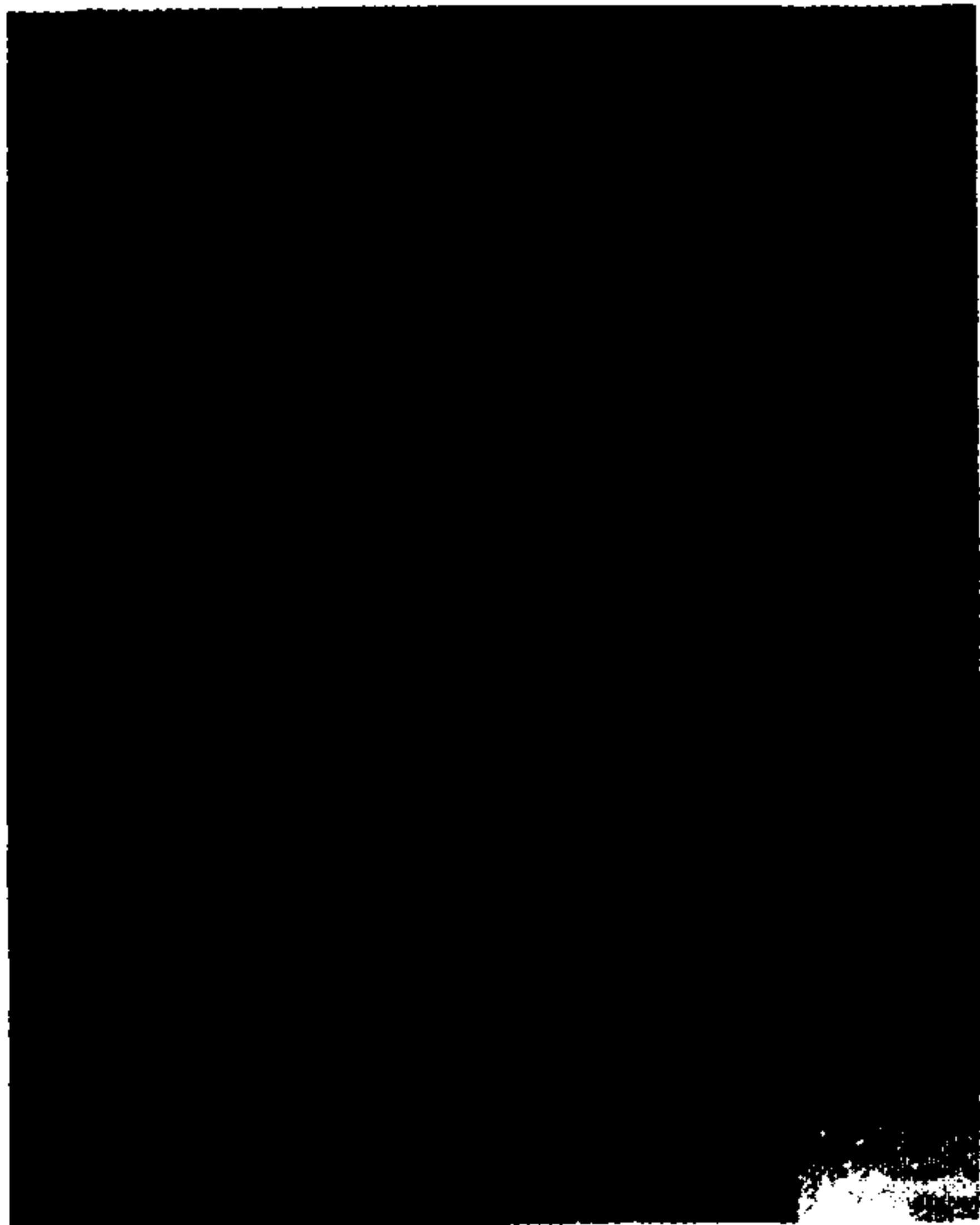
이와 함께 변화한 화장의 형태는 기존의 화장패턴과는 달리 세련된 색조 화장을 위주로 하게 된다. 텔레비전에 광고된 연예인들의 화장은 곧 유행되어 빠르게 전파되고 유행을 시키게 되는 것이다. 따라서 그 유행의 패턴은 신제품의 개발로

59) 앞의 책, p.412.

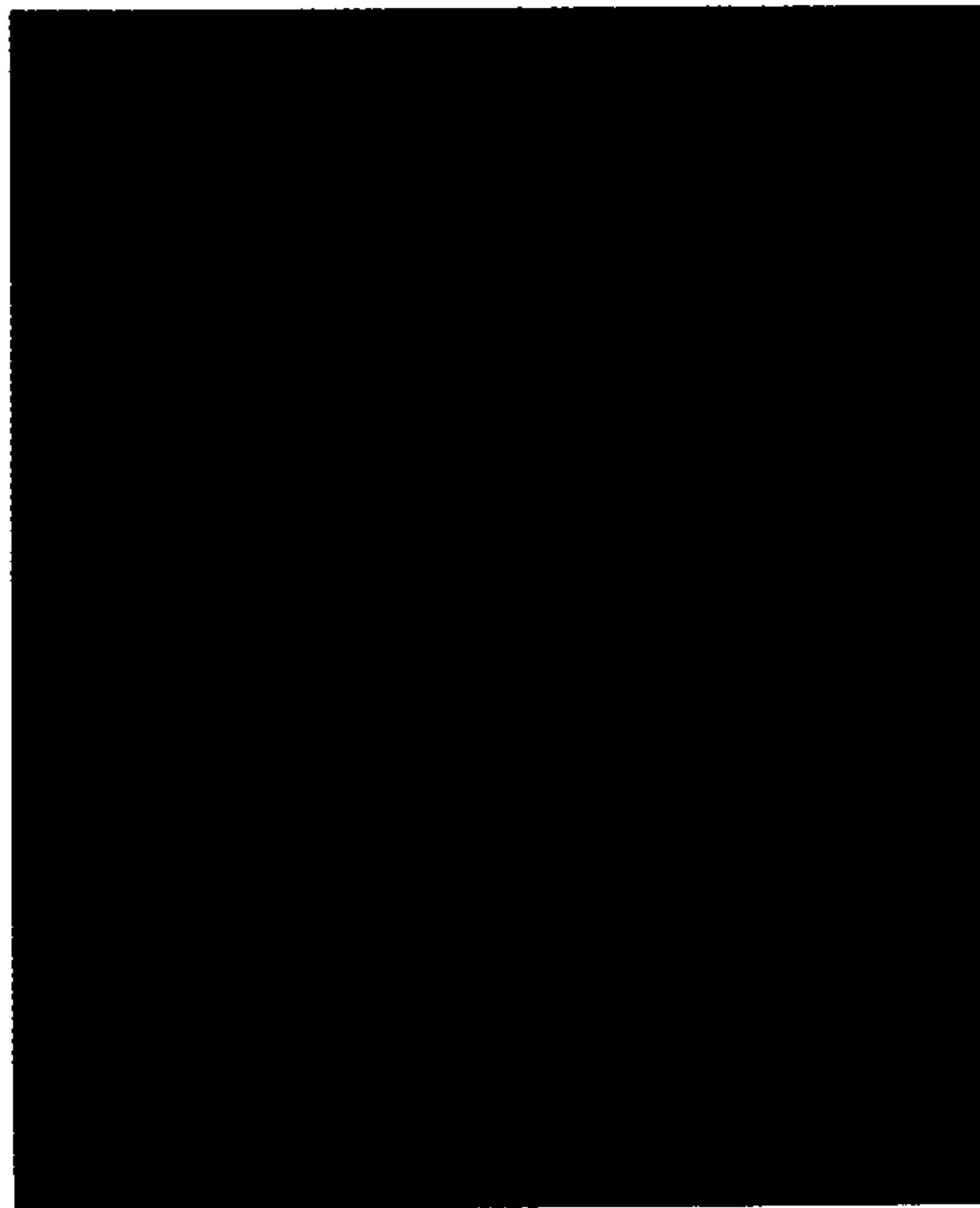
바뀌게 되는 경향을 보이기 시작하며 그 기간도 짧아진다.

화장품 광고와 화장품의 대중화는 즉 화장품의 신제품 개발 시점이 되는 것이다. 이러한 특징은 1980년대 텔레비전의 컬러 시대를 맞이한 하나의 경향이라고 할 수 있다. 따라서 1980년대를 대변하는 화장 문화의 특징은 보다 세분되어야 하겠지만 전체적인 특징은 보다 서구화된 이미지 표출에 주력하는 기법과 여성적인 이미지를 연출하는 차분한 이미지가 대변되는 특징을 지니고 있다고 할 수 있다.

화장은 화려함이 강조되어 다양한 칼라를 사용했으며 색 자체에 펄이 많이 들어 있어 당시 디스코 댄스에 어울리는 황금, 노란색 펄을 눈 두덩이에 발랐으며 무광택의 자주, 갈색, 오렌지색을 그 위에 덧발라 깊은 눈으로 보이도록 했다. 볼 터치도 펄이 들어 있는 색깔을 발라서 화려한 느낌을 더했고 립스틱 색깔도 주홍, 빨강 등 강렬하고 짙은 색이 유행했다. 화장은 자연스런 색조에 가깝게 피부 표현을 했으며 광택이 없는 파스텔톤의 입체화장도 선호했다. 이러한 화장의 유행은 연예인들의 화장을 모방하려는 경향이 강해지면서 화장품의 광고활동도 활발하게 된 특징이 있다.



1982년 항장



1983년 항장



1985년 항장



1986년 항장

<그림 29> 1980년대 메이크업 경향
출처 : 이능희(1995), 「태평양 50년사」

6. 1990년대 화장문화

1) 화장품의 고급화와 전문화 시대

1990년대에 들어 화장품 시장은 급격하게 변화를 겪는다. 1990년 7월 화장품 도매업의 개방, 1992년 부분적인 소매업 개방으로 백화점에 외국의 화장품이 국내로 진출할 수 있는 계기가 마련되었다. 이로 인해 무한 자유경쟁시대로 치닫게 되어 국내 화장품의 성장세에 따라 외국으로 수출되기도 했지만 외국 화장품이 국내 시장으로 몰려들어 소비자들의 선택의 폭은 다양해진다. 이에 대한 대안으로 국내 화장품 업계에서도 품질 향상, 제품의 고급화, 서비스 개선, 다양화를 통해 소비자들의 다양한 특성을 반영하는 화장품 정책으로 나아가게 된다.

국내 화장품 회사들의 영업 방식을 개선하고 신제품 개발에 역점을 두어 제품으로서 소비자를 만족시키고자 소비자의 욕구에 맞도록 제품을 개발하는 신제품을 생산하게 된다. 소비자의 욕구는 시간과 장소에 따라 달리는 점을 착안하여 봄·여름·가을·겨울 등으로 계절별로 나누어 개발하던 제품을 피부에 얼마나 효과가 있으며 또 피부를 안전하게 보호할 수 있는 생명공학기술을 도입한다. 또한 국제적 시류에 걸맞는 환경적인 제품을 개발하여 주위환경으로부터 발생할 수 있는 피부 부작용을 적극적으로 방지하는 데 역점을 두어 고기능성 제품이 소비자들의 다양한 욕구를 만족하게 된다. 화장품에 천연 재료나 한방 재료, 진흙 등을 이용한 팩제품들도 활발하게 개발된다. 이러한 화장품 제조는 세계화에 발맞추어 노화방지와 미백을 주효과로 하는 고급 다기능성 화장품으로 개발된다.

한편 색조화장품에서도 고급 제품으로 이미지를 개선하고 이러한 이미지는 기

초제품과 연결하면서 본격적인 피부노화지연을 목적으로 개발한다. 1990년 대 들어 메이크업 화장품의 성장도 괄목할만하게 이루어진다. 색향상성 피그먼트를 개발하여 색깔을 갖는 유색을 균일하게 코팅한 후 소결하여 만들어 색상의 효과만을 위한 시각적이고 감각적으로만 향상시킨 것이 아니라 색상을 과학적으로 측정하고 분석하여 과학적인 색조화장품을 개발한다. 또한 색조화장품의 물질로 천연 생체활성물질인 히아론산, 플라보노이드 등을 함유시켜서 피부에 보습, 영양 효과를 지속적으로 공급할 수 있게 함으로써 색상의 지속성을 한 단계 높였다. 우수한 물질을 화학시켜 피부에 부착성이 좋으며 윤향성이 우수하고 퍼짐성이 뛰어나며 유분 밸런스 효과를 주는 우수한 원료를 개발 사용한 점이다. 유용성 감초의 사용은 미백효과도 줄 뿐만 아니라 각종 생리활성물질 성분 전달효과에 의한 광감응시스템, 각종 생리활성물질성분 전달효과에 의한 피부기능 활성화, 친화력 향상, 유해산소로부터 피부보호에 의한 환경적응적인 시스템을 도입하여 색상과 피부안전성에 탁월한 제품을 개발하게 된다.⁶⁰⁾ 색조화장품에서 중요하게 다루는 것이 마스크라, 파운데이션, 트윈케익, 립스틱 등으로 우수한 색상과 사용감 그리고 피부보호 효과에 좋은 반응을 얻었다.

1980년 후반부터 등장하기 시작한 전문 메이크업 아티스트들의 활동으로 일반 대중에게 화장에 대한 인식이 새롭게 확산된다. 매스미디어와 영상 매체를 통해 쉽게 접하게 된 화장문화는 청소년에서 노년의 노화방지 시스템으로 전개되어 노년의 화장까지 그 연령층이 확대되게 이른다. 그래서 1990년의 화장품은 개인 주문 제조 화장품도 등장하게 되고, 전문적인 피부관리 시스템, 청소년들의 화장까지 다양화되는 특징을 지닌다.

따라서 1990년의 특징은 소비자의 욕구를 만족시켜주는 화장품 생산이 고급화

60) 이능희(1995), 『태평양 50년사』, 태평양, pp.443-444.

를 지향하게 되고, 환경보존에 대한 인식으로 환경 친화적인 화장품 생산과 자연주의라는 세계적인 조류를 따라 화장품의 원료에서 천연 재료에서 추출하는 경향이 있다. 기초화장과 색조 화장 등의 기본 제품은 교체품이 등장하고 피부를 보호하는 차원에서 개발한 색조화장품이 과학적으로 생산되어 차별화되고 다양화되면서 피부를 보호하는 기능성 제품이 개발되는 것이 특징이라고 할 수 있다.

2) 개성창조를 위한 화장경향

1990년대의 특징 중에 중요한 것은 각각의 개성을 창출할 수 있는 메이크업 뿐만 아니라 개인에 따라, 또는 부위별로 차별화되는 기능성 화장품이 활발하게 전개된다. 이에 따라 화장의 경향도 자연주의와 복고풍의 영향으로 ‘자연스러움’을 강조하기 시작하여 얼굴의 결점을 보완해 주는 선에서 짙은 화장보다 연한 화장이 유행한다. 본연의 아름다움을 살리고, 개성을 강조한 화장 등으로 화장의 기본적인 패턴을 크게 벗어나지는 않는다. 그러나 미인의 기준이 쌍꺼풀 진 큰 눈, 오뚝한 코, 도톰하면서도 균형 있는 입술, 달걀형의 얼굴에서 개성을 살리면서 아름다움을 표현하는 쪽으로 변한 특징이 있다.

이는 1980년대에 국내에 유입된 포스트모더니즘과도 연관되어 등장한 자연주의와 복고풍과 밀접한 연관이 있는 것으로 보인다. 기존의 어떤 틀을 해체하려는 의식들이 화장의 유행에도 미친 것이다. 이로써 자연미를 살리는 의식으로 전개되었고, 이러한 현상을 대표적으로 입증할 수 있는 사건이 ‘미스 코리아 선발 대회’나 ‘수퍼 모델 선발제도’에 대해 문제점을 제기하고 현상을 들 수 있다. 즉 자연스러움을 강조하거나 건강미, 섹시함 등을 추구하면서 자연스러운 화장을 추구하게 된다.

화장의 경향은 기존의 눈, 입술, 볼화장 등에서도 자연스러움을 강조한다. 복고풍의 가는 눈썹, 눈매를 또렷하고 여성스러우면서도 세련되게 처리하는 눈화장, 화사한 느낌을 살리는 볼화장, 립펜슬을 사용하여 입술선을 너무 선명하지 않고 부드럽게 처리한 와인이나 브라운 계열의 입술 화장이 유행한다(<그림 30>). 이러한 화장은 여성의 미를 만들어진 부조화에서 찾지 않고 자연스러움에서 찾으려는 경향으로 파악된다.

1990년대 기초화장품은 보다 자연성 소재를 선호하는 흐름으로 표출되고 메이크업도 자연스런 화장색조, 절제된 패턴을 강조하면서 현대의 개성미를 표출하는 아름다움을 드러내는 경향이 있다. 특히 첨단 과학을 통한 신 소재의 탁월한 피부보호와 노화지연 효과로 기존의 스킨케어 개념에서 보다 진일보한 21세기를 향한 하이테크 메이크업이 시리즈로 제시되기도 하였다.⁶¹⁾

기본 화장패턴의 자연스러움의 추구하고 새롭게 유행하고 있는 점은 얼굴의 화장만을 고집하지 않고 건강한 몸에 다양한 색상의 머리 염색과 손톱과 발톱, 다이어트에 이른 토탈적인 몸매 관리 차원으로 변모하고 있는 새로운 경향이 90년대 후반부터 나타나기 시작한다. 이러한 변화는 여성에 대한 동양의 미의식이 서양처럼 변모하고 있는 것을 알 수 있다. 서양은 용모도 중요시했지만 그 이상으로 여성의 신체 자체의 아름다움, 그 균형미와 육체적 매력이 미인의 요건으로 되어 있음에 비해 동양에서는 미인이라고 하면 먼저 용모에 중점을 두는 경향⁶²⁾이 있었던 점에서 파악할 수 있다.

또한 1990년대 후반부터 청소년층의 화장인구와 남성용 화장품 브랜드의 다양화를 이루고 있는 점이 새로운 경향이다⁶³⁾. 이는 개방된 사회에서 가치관의 변

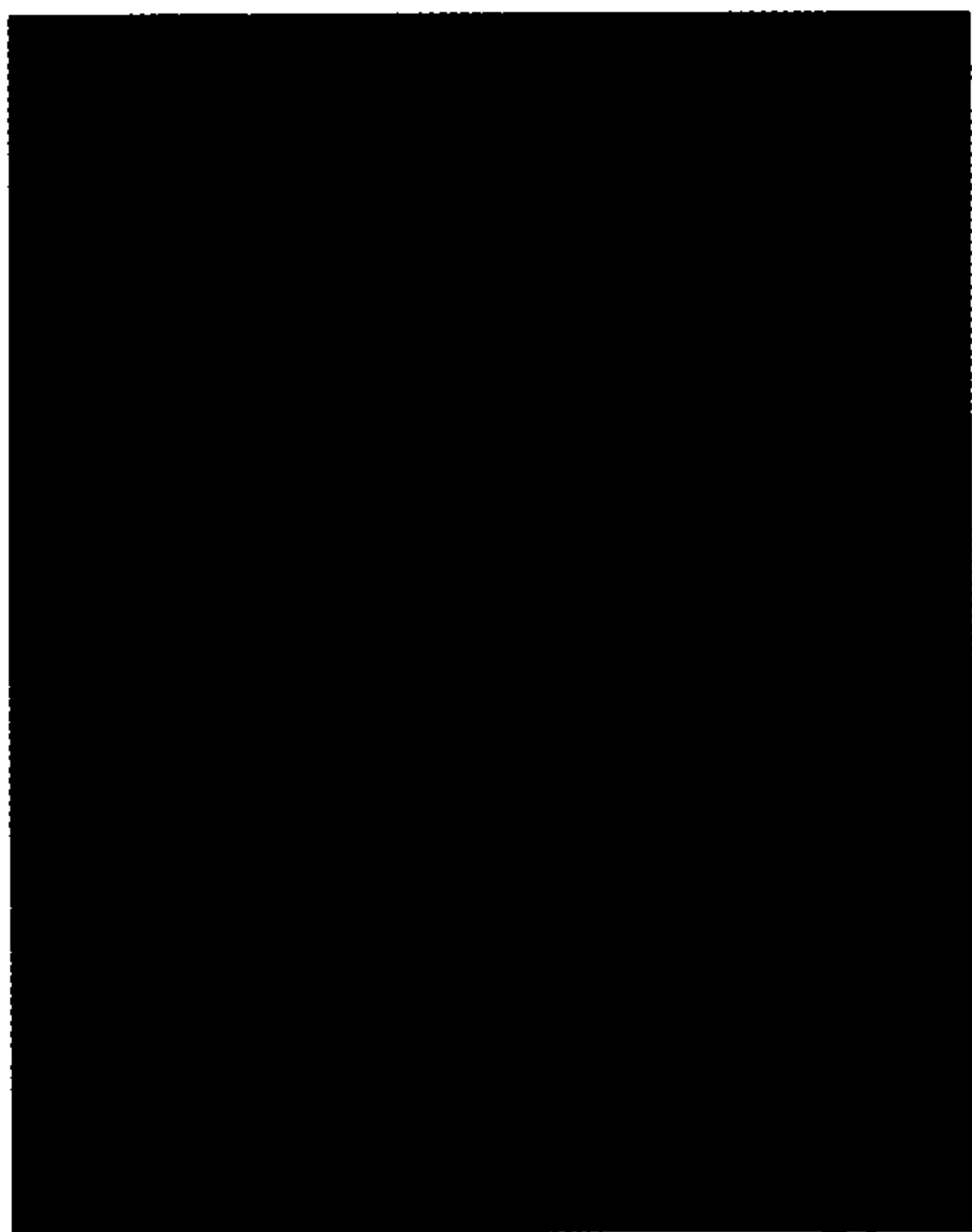
61) 김희숙(2000), 『화장문화와 화장기법』, 청구문화사, p.179.

62) 김광숙(2000), “한국인의 미인관을 통해 본 화장문화 연구”, 대원과학대학 논문집, p.176.

화, 여성의 사회 진출 확대 등의 사회 제반 환경변화의 영향으로 화장문화가 눈부신 발전을 거듭하고 있는 것과 무관하지 않는 현상이다.

따라서 90년대의 특징은 아름다움의 기준이 기존에 얼굴에 한정했던 것과는 달리 보다 세분화되면서 신체 전체에 대한 관심이 확대된 개성이 강조되는 서구화되는 미의 개념이 반영되어 가고 있는 화장문화라고 할 수 있다. 이로서 화장은 보다 구체적으로 세분화되면서 다양화되고 전문화·과학화로 나가는 화장문화로 전개되어 가고 있다고 할 수 있다.

63) 김희숙, 앞의 책, p.267.



1990년 향장



1990년 향장



1996년 향장



1996년 향장

<그림 30> 1990년대 메이크업 경향
출처 : 이능희(1995), 「태평양 50년사」

IV. 화장문화 변천 요인의 특성

1. 여성교육의 기회와 사회활동의 증가

1) 여성교육의 기회 증가

갑오개혁 이후 신교육이 강조되고 기독교 전파와 서양교육의 보급은 여성교육의 중요성에 눈을 뜨게 했고, 여성의 사회참여를 촉진하는 밑거름이 된다. 이로써 여성의 근대화가 이루어지면서 남녀의 조혼이 금지되어 남자는 20세, 여자는 16세 이후라야 결혼할 수 있게 되어 여성의 의식변화가 일게 된다.

국내 여성들의 의식변화는 헤어스타일과 의상의 변화에서 먼저 시작한다. 1890년 고종 황제의 황비인 엄비는 외국 공관원 부인들을 통해 서양 문물에 눈을 뜨게 되었고, 그 당시 서양에서 유행하던 S형 실루엣인 킷스 걸 스타일의 드레스를 입은 우리 나라 최초의 여성으로 기록되고 있다.⁶⁴⁾ 엄비는 1906년 진명 여학교와 명신 여학교(숙명여학교)를 설립하여 신여성들의 많이 배출하였고, 이 외에 이화학당과 정신 여학교 등에서 서양식 교육을 받은 신여성들을 중심으로 여성의 근대화가 이루어진다. 신여성들은 김마리아 같은 여성 운동가를 배출하여 사회 활동을 하거나 천주교 기독교의 전도활동을 통해 신분을 초월한 교제활동이 활발하게 되었다. 신여성들은 신분의 귀천이나 남존여비 사상에서 탈피하여 유교적 윤리와 신분의 벽을 뛰어 넘어 개방되었으며 이로 인해 여성의 지위나 활동영역이 다소 넓어지게 된다.

64) 김춘득, 앞의 책, p.189.

여학교 출신의 신여성들과 여성 선교사들은 외국 공관의 외교관 부인들과 교분을 가지면서 그들의 양장 차림이나 풍파두르 스타일의 머리에 모자를 쓰고 화장품을 접하게 되어 화장문화가 새롭게 전개된다. 풍파두르 형의 머리는 어깨에 늘어뜨리는 자연스러운 웨이브의 스타일이었고, 짧게 커트를 한 김손걸 모양도 있었으며 의상은 모자를 이용한 양장이 대부분이었다.

2) 사회활동의 증가

여성의 주체의식과 표현에 대한 욕구는 여성의 교육증대와 사회 참가의 기회가 확대되면서 화장문화는 변모한다. 특히 개화기부터 실시된 여성의 교육 기회는 이전의 조선시대와 결별하는 하나의 이정표를 제시할 만큼 커다란 변화를 의미한다. 즉 개화와 함께 시작된 여성의 근대교육은 기존의 틀에서 벗어난 새로운 변화를 추구하는 것이었기에 더욱 그 변화는 여성의 가치관에 커다란 변화를 추구하게 되었다. '신여성'이라는 새로운 여성상은 독립과 자주정신을 구축하면서 사회의 일면에서 선구자적 역할을 수행하여 사회활동이 늘어나게 되었고, 부유한 지식층을 중심으로 전개되어 남녀평등과 여성의 자아실현이라는 인간 해방적인 각성으로까지 연결된다.

여성들의 사회 참여도는 1950년대 이후 대학교육이 소수의 여성들에게도 이어지면서 그 활동폭은 점차 확대되고 1960년대 경제개발에 따라 여성의 취업이 증가되었으며 핵가족 형태로 변모되면서 가정 속에만 머물러 있던 여성들의 의식이 사회화되는 과정을 겪는다. 즉 여성의 의식과 생활 문화에 전반적인 변모를 가져온다는 것이다. 이 무렵 사회생활을 하는 여성과 주부들을 대상으로 여성잡지가 창간되어 취업한 여성들과 주부들의 의식을 변모시키면서 여성의 권익이 보호되는 운동이 벌어진다.

여성운동은 사회적으로 차별화된 여성의 지위향상과 사회참여의 기회 균등을 위한 평등권이 1980년 대 이후 지속적으로 전개된다. 이러한 운동은 여성의 교육 수준이 향상되었다는 것을 인정하는 것일 뿐만 아니라 여성의 자아실현을 사회 참여활동을 통해서 전개하려는 사회 전반적인 의식의 향상을 뜻한다. 이렇게 전개될 수 있었던 것은 개방된 학교교육과 대중문화가 기여한 바가 크다고 할 수 있다.

페미니즘이 1980년대 이후 활발하게 전개되면서 여성의 사회활동은 증가한다. 페미니즘은 여성의 권리를 획득하기 위해서 결성된 운동, 곧 여권신장론으로 단순한 사회적 평등차원을 넘어서 여성을 위한 세상을 창조하는 데 목적을 가지고 사회변혁을 도모 하고자는 여성해방론이 대두되면서 국내에서도 여성의 사회적 불평등에 관한 문제가 제기되었다. 여성이 사회적으로 불평등 혹은 차별적인 대우를 받고 있다는 점에서 ‘여성의 권리확보’⁶⁵⁾를 제기한 시대적 상황은 여성의 사회적 지위는 높아지게 하여 사회활동을 활발하게 하게 된다. 사회 참여률이 높아짐에 따라 직장여성들의 화장문화는 기존의 화장문화에 변화를 준다.

고려시대 이후 화장은 기녀들만의 소유라는 인식이 깊어졌고, 조선시대의 유교적인 전통과 분대화장으로 더욱 여성의 화장은 발전하지 못했다. 그러다가 갑오개혁과 개화기를 맞이하면서 개방된 서구 문화는 여성의 식민지 시대의 신여성으로 애국정신이 함양된 계몽주의적인 여성의 의식이 인간평등의 주체의식으로 가기까지는 오랜 시간을 필요로 했다. 해방과 6·25전쟁을 거처오면서 점차적으로 그 의식은 변화하지만 일반인에 이르기까지 널리 확산되지 못하다가 1970년대 경제성장을 이룩하면서 대중화된다. 이러한 추세는 1980년대 페미니즘이라는 여성의 자아를 각성하는 새로운 사조는 구체적으로 여성의 사회활동을 증가하게 해주었고, 이로써 화장도 여성 자신의 주체적인 표현이라는 의식으로 확대된다.

65) 김선남(1997), 『메스미디어와 여성』, 범우사, p.14.

따라서 화장도 사회적으로 금기시 했던 모든 제약에서 자유로운 여성의 자아를 표현하는 한 수단이 된다.

2. 매스미디어의 발달

화장문화는 시대에 따라 화장을 하는 시간과 장소, 계절에 따라 변화한다. 화장은 문화와 밀접한 영향을 끼친다는 이야기이다. 그동안 한국의 화장문화는 역사적 전개와 함께 변모하면서 국내의 경제, 사회, 문화 전반에 걸쳐 다양하게 변모하여 왔다. 그러한 변화에 주된 역할을 한 것이 매스미디어의 발달이라고 할 수 있다. 그 중에서 여성들이 쉽게 접할 수 있는 잡지는 개화기 이후 가장 많은 영향을 준 매체이고 화장문화를 접할 수 있는 역할을 한다. 개화기부터 창간되기 시작한 여성 잡지는 시대에 따라 변모되고 있는 여성상을 발견할 수 있다. 여성 잡지는 시대변화를 반영하는 매체적 속성이 있기 때문에⁶⁶⁾ 여성의 성격을 잘 살필 수 있다.

여성잡지는 여성을 남성의 시각으로 볼 수 있는 만들어지는 여성상을 반영하기가 쉬웠다. 부정적인 의미로 본다면 여성이 관심을 가질 수 있는 부분이 육아, 청소, 요리, 패션, 몸치장, 결혼 등의 내용이 실려 정치나 사회에 무관한 여성상을 마련하는 자리가 되었다는 평가를 내릴 수도 있다.

광고는 개화기 이후 신문과 여성잡지 등에서 일부 시행되어 오던 것이 해방이후 여성전용잡지가 나오면서 보다 구체적으로 일반인들에게 다가가기 시작했으며 하나의 문화를 주도할 수 있는 매체로서의 역할을 충실화장품의 광고는 화장

66) 김선남, 앞의 책, p.192.

에 대한 일반인의 인식을 달리할 수 있게 하는 계기를 마련하여 준다. 신제품에 대한 화장품을 소개하기 시작하는 신문광고에서 여성잡지에 이르기까지 화장품에 대한 광고는 화장문화가 대중화되는데 커다란 기여를 해 왔다.

화장문화에 영향을 미친 매스미디어는 잡지 텔레비전과 영화, 광고 등을 들 수 있다. 이들은 후기 산업주의를 대표하는 필수품으로 대중과 가장 밀접하게 관계를 맺을 수 있는 것들이다. 그 중에서 개화기 때에는 신문이 가장 큰 역할을 해왔고, 최초의 여성잡지가 1906년 「가영잡지」를 필두로 해서 「신여성」, 「신가정」 등이 발간되면서 계몽의 역할로서 여성의 문화를 새롭게 주도해 나간다. 해방이후 여성잡지가 보다 더 활발한 역할을 했으며 1970년대 이후 텔레비전의 등장은 대중들에게 가장 가까이에서 다가갈 수 있는 매체가 되었다.

1950년대 「여원」, 「여성문화」, 「신여원」 「여원」 등의 잡지 발간은 여성의 문화를 주도하는 패션과 미용에 대한 지식을 전달하면서 당시의 유행을 주도하는 창구가 된다(<그림 21>, <그림 22> 참조). 이러한 잡지들은 1960년대 70년대를 거치면서 더욱 활발히 전개되어 「주부생활」, 「여성동아」, 「여성중앙」 등 잡지가 다양하게 전개되면서 색조화장에 대한 인식을 새롭게 하는 역할을 하게 된다(<그림 31> 잡지 광고의 변천). 또한 외국잡지도 국내에 유입되어 세계적인 추세와 연결된 여성의 문화를 형성하게 된다.

여성잡지와 함께 화장문화를 전개하는데 기여한 것은 각 화장품 회사에서 발간하는 잡업지가 있다. 대표적으로 “향장”이 1969년부터 시작하여 방문판매 형식을 띤 태평양화학, 한국화장품 등에서 낸 홍보물은 소비자들에게 화장품의 정보뿐만 아니라 화장에 대한 기초적인 지식을 전달하는 역할을 하였다(<그림 28> 참조). 또한 영화, 텔레비전, 광고, 등은 패션과 화장문화를 가장 가까이에서 전달하는 역할을 하게 된다. 특히 광고모델을 유명한 배우나 연예인을 등장시켜 소비

문화를 촉진하는 역할을 한다.

1950-60년 때까지의 대부분의 여성잡지는 특수한 사항은 여성들 스스로 사회적 차원보다는 개인적 차원에서 다루고 자아실현이나 사회참여에 대한 정보를 제공하는 데 초점을 두지 않고 여성의 대리만족 혹은 현실도피 차원의 오락적 효과만을 조장한 부정적인 평가가 많았다. 그러다가 1970년대를 거쳐 1980년대에 오면서 여성잡지는 여성의 사회진출을 반영하는 기사를 다루고 여성들의 교육수준이 높아짐과 더불어 중류층의 여성들을 겨냥하면서 보다 독립적인 여성상을 고취시키는데 일조를 한다.

이러한 여성잡지에 소개된 광고와 화장문화 역시 같은 조류를 타면서 변모되어온 여성상을 볼 수 있다. 여성을 겨냥한 화장품과 패션에 대한 광고는 여성의 문화를 이끌어 가는 중요한 역할을 했다고 할 수 있다.

3. 메이크업 캠페인 활동과 영향

1) 메이크업 캠페인의 시작

한국의 화장문화 중에서 메이크업은 화려하다는 이유로 일반인에게까지 일반화되기에는 많은 시간이 걸린다. 조선시대까지 전통적으로 내려온 화장은 피부에 관심이 중심이었으며 이로 인한 민간요법이 일부 전해져 왔으며 그 중에서 미백에 대한 관심은 고려시대 이후 목욕문화와 함께 지속적으로 이어져 왔다. 그러던 것이 개화기를 맞이하면서 서양의 화장기법이 전해져 오고 수입화장품이 범람하고 국내의 화장품이 활발하게 개발되면서 그 수요는 증가하게 되었다.

특히 개화기에는 신여성들과 식자층의 가정주부들로부터 기생들인 화류계의 여성 전유물로 인식되었던 화장이 늘어나면서 개화기 초에 박가분의 판매 혁신을 일으키게 된다. 이러한 상황 속에서 박가분은 일반 서민 여성이라면 누구나 하나쯤은 갖고 싶어 하는 화장품이 되었고 이것으로 한국의 화장문화에 커다란 전환점을 맞게 되어 개화기 화장품의 대표적인 이미지로 자리하게 되었다. 박가분은 식민지 시대 비싼 일본의 수입화장품과 박가분이 방문판매로 시작된 화장품의 유통과정은 이후 1960년대까지 지속적으로 주부들을 대상으로 판매되어 한국의 화장문화에 새로운 통로를 제시하게 되었다. 방문판매는 화장품의 지식을 전달해 주었을 뿐만 아니라 소득수준이 낮은 일반인에게 외상구입을 허용하여 화장품 구입률을 높인 역할을 하기도 했다.⁶⁷⁾

이러한 방문판매는 1960년 대까지 한국의 화장품 유통과 화장문화의 주류를 형성하다가 1971년 봄 태평양 화학에서 국내 최초로 실시한 메이크업 캠페인은 새로운 화장문화를 예고하는 행사가 된다. 이 행사는 “오, 마이 러브(Oh, my love)”라는 캠페인 타이틀을 가지고 패션의 유행과 어울리는 칼라 시대를 예고하는 계기가 된다. 이렇게 추구된 화장품은 기존의 화장 패턴에서 보던 해외 유행 감각을 반영하여 미용에 관한 폭넓은 정보를 제공하는 구실을 하게 되었다. 이 캠페인을 계기로 무채색이었던 국내 화장의 경향이 칼라 시대를 맞게 되고 포스터와 광고의 효과는 젊은 여성층을 중심으로 급속한 속도로 확산되었다.

2) 메이크업 캠페인의 영향

메이크업 캠페인은 품질의 고급화와 유행을 추구하는 젊은층을 겨냥해서 백화

67) 『태평양50년사』, p.387.

점 화장품 코너에서 실시하였으며 대도시를 순회하면서 대대적인 홍보로 많은 관심을 갖게 된다. 이 행사의 주된 내용은 다양한 화장방법과 상품정보를 제공하는 메이크업 쇼를 연출하여 현장에서 직접 고객의 취향과 만족도를 파악할 수 있는 효과적인 홍보가 되어 새로운 화장문화를 이루는 현대적 감각의 선두역할을 하게 된다. 이러한 방법은 1980년, 1990년을 거쳐 현재까지도 각 화장품 회사에서 가장 많이 쓰는 화장의 광고의 문화로 자리하게 된다.

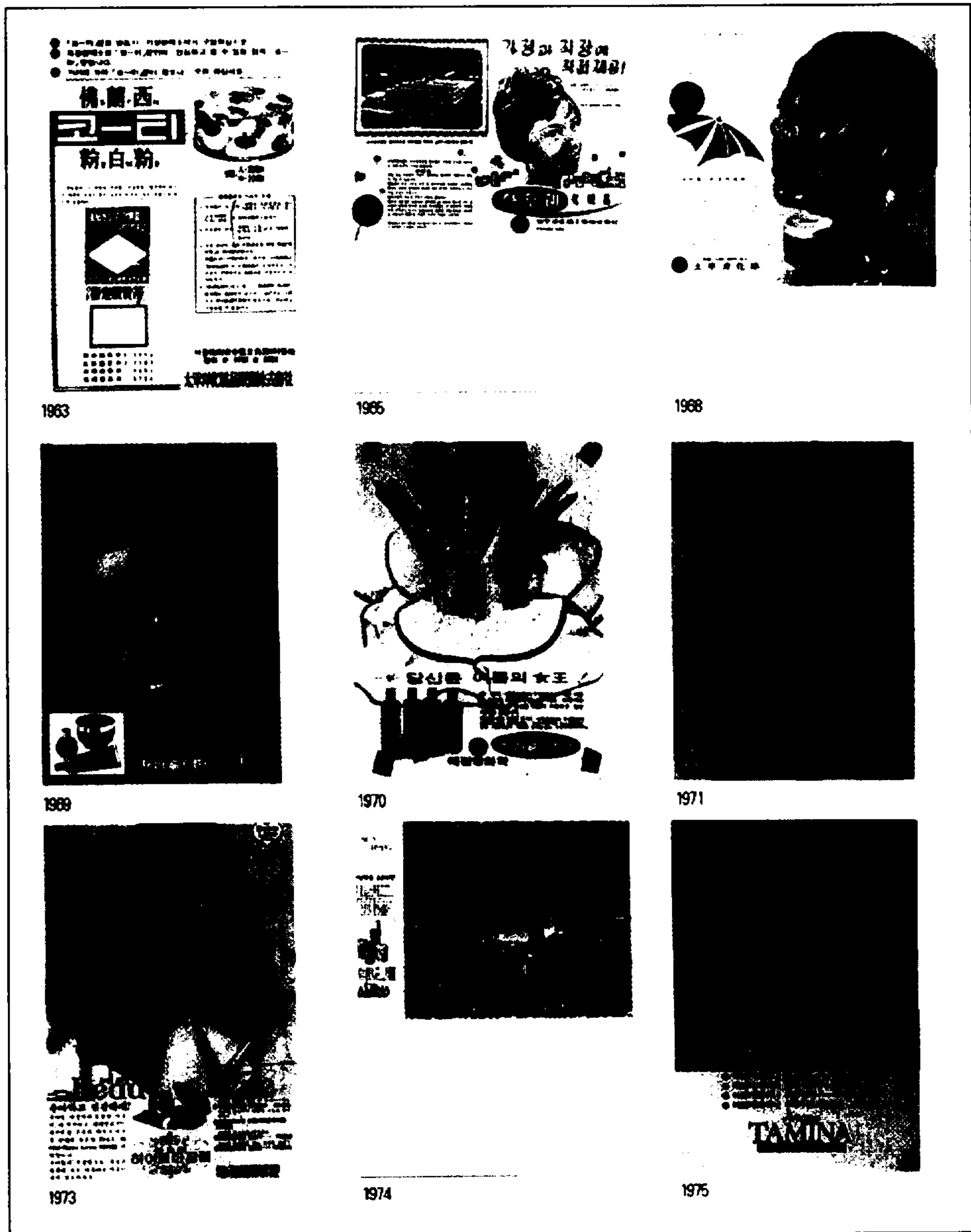
캠페인은 신제품이 나올 때마다 실시하게 되는데 특히 계절별로 새로운 화장품을 광고하는데 효과적인 방법이 된다. 특히 1970년대는 경제 성장으로 일반인들의 경제 사정도 좋아졌고, 1970년대 중반 이후는 바캉스 문화와 함께 선풍 화장도 화장의 한 기법으로 일반인에게 널리 알려지는데 기여하기 시작한다.

1970년대 메이크업의 경향을 새로 개발되는 화장품에 따라 간단히 그 경향을 살펴볼 수 있다. 1970년 대 초에는 눈화장과 입술화장이 일반화되고 색상이 다양해지면서 싱싱한 화장을 표현할 수 있는 경쾌하고 활동적인 화장법이 전개되었고, 1970년대 후반으로 가면서 인형같은 아름다움에서 개성을 창조할 수 화장법으로 변모하여 T존과 V자 모양으로 얼굴을 세분하여 입체적인 메이크업이 될 수 있도록 밝은 화장법으로 전개된다. (<그림 32> 메이크업 캠페인 변천).

1980년대의 메이크업의 경향은 칼라 텔레비전의 영향으로 화장문화가 본격적으로 칼라 시대를 맞이하게 된다. 연예인들을 등장시킨 메이크업 캠페인은 자연스러운 파스텔조가 주류를 이루면서 편안한 스타일의 패션과 어울리는 화장법으로 출발한다. 각 피부톤에 맞는 화장품이 개발되고 피부를 위한 저자극성 화장품들이 경쟁적으로 등장하면서 다양한 화장품문화가 성립된다..

이처럼 메이크업 캠페인이 일반인에게 다가갈 수 있었던 것은 각 화장품 회사에서 실시한 메이크업 캠페인의 영향이 매우 크다고 할 수 있다. 이러한 캠페인

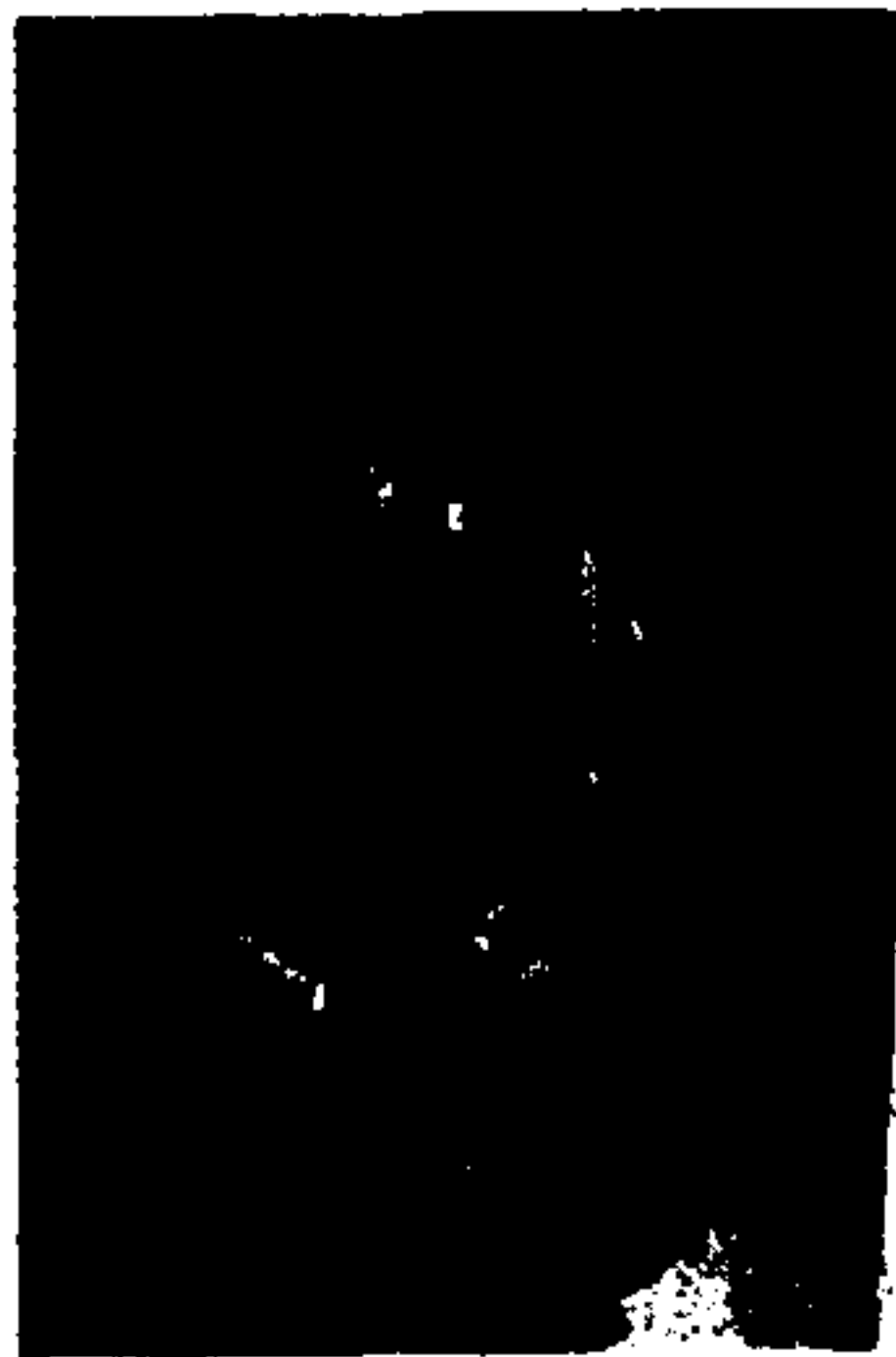
은 광고의 효과를 얻으면서 일반인에게 기존과는 다른 화장문화를 자리할 수 있도록 하였다. 즉 메이크업 캠페인은 해마다 또는 계절마다 실시하여 색조화장에 대한 새로운 인식을 가져다 주었을 뿐만 아니라 화장품의 제품 향상과 메이크업 제품의 개발을 촉진하는 계기가 되기도 했으며, 또한 화장에 대한 일반인의 의식도 바꾸는 계기를 마련해 주는 데 커다란 역할을 했다고 할 수 있다.



<그림 31> 잡지 광고의 변천
출처 : 이능희(1995), 「태평양 50년사」



'71봄. 오 마이 러브



'72가을. Top color
속삭이는 가을의 로망



'75 봄. 봄의 색깔을
아세요?



'78가을. 눈에서
우주감각-스타칼라



'79가을. 고온눈, 밝은눈



'85가을. 당신의 눈에서
노을빛 사랑을 느낍니다.



'87가을. 클래식에서 모던으로
이어지는 색과 선



'88가을. 코리아 판타지

<그림 32> 메이크업 캠페인 변천
출처 : 이능희(1995), 「태평양 50년사」

V. 결 론

본 논문은 개화기 이후 한국 화장문화의 변천을 연구하기 위하여 상고 시대의 화장문화부터 조선시대의 화장 문화를 간략히 알아보고 그것의 연장선에 있는 개화기의 화장문화를 살펴보면서 다음과 같은 결론을 얻었다.

우리민족의 화장문화는 상고시대부터 시작되었고, 축을 이용하여 미백 피부에 대한 지대한 관심을 가지고 있었음을 알 수 있었으며, 삼국시대로 넘어 오면서 이러한 관심은 지속적으로 이어졌다. 이러한 현상은 현존하고 있는 채화칠첩의 벽화를 통해서 눈썹에 대한 화장이 있었고, 피부 보호와 미백, 장식에 대한 관심을 살필 수 있었으며, 이는 당시 중국의 영향을 받았음을 알 수 있었다.

이후 삼국시대로 넘어오면서 상고시대의 화장문화를 기반으로 하여 보다 세련된 화장문화가 전개되고 있었다. 삼국시대에서 고구려는 고분벽화를 통하여 벽화에 나타난 여인의 얼굴 및 화장을 알 수 있었는데 화장은 진하고 굵은 눈썹과 검붉은 색상, 작은 입술로 표현되었으며, 백제는 화장품이 일본에 전수한 기록이 남아 있는 것으로 보아 화장문화가 상당히 발전된 것으로 추정할 수 있었다. 또한 신라시대의 화장은 통일신라시대에 남아 있는 다양한 화장용구와 백분의 사용기술이 발달한 것으로 미루어 당시 화장문화는 상고시대보다 보다 진보된 경향을 볼 수 있었다. 분을 담은 화장합과 화장구 특히 이 시대는 당나라와 활발한 교역을 통한 문화의 영향으로 화장의 경향은 화려해졌을 것으로 추정할 수 있다. 이 당시 염색과 눈썹먹, 홍화로 붉은 색을 사용한 불연지와 입술화장이 이루어진 것으로 보아 통일신라시대는 상당히 화려하고 사치한 화장 문화가 전개되고 있

있음을 알 수 있었다. 이러한 특성은 통일신라 시대가 정치 경제적으로 오랫동안 안정된 시간을 지니고 있었음을 의미한다.

고려시대는 통일신라시대의 화장문화가 그대로 이어지면서 보다 화려하게 변화된다. 특히 기녀들을 중심으로 형성되는 분대화장의 등장은 고려시대의 일반 여성들의 화장문화가 이분화되는 현상을 낳게 된 특징을 지니고 있다. 오랜기간 몽고의 침입이 있었던 까닭에 그들의 화장문화가 도입된 것으로 기녀들의 분대화장은 분을 도포한 듯이 하얗게 많이 바르고 눈썹을 가늘게 가다듬어 또렷하게 눈화장을 했으며 붉은 입술과 연지에 사용하여 상당히 화려한 화장법을 사용하였다. 이렇게 화려한 화장은 기녀들의 화장이라는 인식이 강하게 자리하면서 당시 일반 여성들에게 널리 퍼지지 않고 이분화된 화장경향이 있었으며 화려한 화장에 대한 부정적인 인식이 자리하게 되었다. 이러한 인식은 조선시대를 거치면서 개화기에 이르기까지 이어져 한국의 화장문화 발전의 저해 요소가 된 원인의 하나라고 볼 수 있었다.

조선시대는 고려시대의 화장에서 크게 진보하지는 않았다. 이러한 현상은 유교적인 여성관을 확고하게 정립하고 있었던 당시의 풍토와 무관하지 않아 미인상에 대한 인식과 화장문화도 신분 계층에 따라 전개된 화장문화를 형성하고 있었다. 따라서 이 시대는 전통적으로 내려온 미백에 대한 선호가 여전했으며 중국인 서궁이 『고려도경』에 언급할 정도로 피부 보호의 하나로 목욕문화가 활발히 발달하였음을 알 수 있었다. 한편 고려시대에 등장한 분대화장은 연산군이 국가적 차원에서 보호하여 보다 진보하여 기녀들을 위한 화장 기구와 화장품을 개발하여 연지, 분 등의 화장품이 활발하게 발달하고 있었음을 알 수 있었다. 그러나 이러한 화장법은 일반 여성들에게 널리 퍼지지 않았고 혼례 때만은 화장을 하는 풍속을 이루어 왔다.

개화기는 한국의 화장문화에 커다란 변화를 겪게 되는 시기가 된다. 개항과 더불어 외래의 문화가 유입되면서 화장품이 수입되고 국내에서도 박가분을 비롯한 화장품을 개발하였으며 화장품의 유통구조가 신문이나 잡지를 통해 일반인들이 쉽게 접할 수 있게 되어 새로운 화장문화가 성립하게 되었다. 일본을 통해 들어온 수입화장품의 광고와 국내에서 개발한 화장품에 대한 광고가 일반인에게까지 쉽게 전달될 수 있었으며 방물장수나 매분구, 일반 상점에서도 화장품을 살 수 있게 되었다. 또한 화장품을 향유하는 신여성들의 등장도 화장문화에 새로운 변화를 갖게 되는데 일조를 하게 된다. 이러한 변화의 원인은 교육을 받은 여성들이 증가하여 사회 참여가 높아진 것과 소수이기는 하지만 일본으로 유학을 다녀온 여성들, 독립운동에 참여한 신여성들의 활발한 사회 활동에서 찾을 수 있었다. 그래서 전통적으로 화장이 기녀들의 전유물처럼 취급되어져 온 기존의 인식이 차츰 변하게 되는 시기가 되어 화장문화의 첫걸음이 뒹을 알 수 있었다.

해방 이후의 화장품은 서구의 문명이 급격히 밀려오고 특히 미국식 문화가 국내에 유입되어 화장문화에 크게 영향을 미치게 되었다. PX를 통한 수입화장품이 증가하고 국내 화장품의 개발에도 박차를 가하게 된다. 그리고 여성을 위한 잡지에서 유행되는 화장이나 화장기법을 소개하는 방법이 나옴으로 화장에 대한 대중화의 기초를 마련하게 되었다. 이렇게 전개됨으로 기존에 있었던 기초화장품에서 아이라이너, 마스크라 등 눈화장으로 발전한 유행을 낳게 된 특징이 있었다.

1960년대는 급속한 산업화에 부응하여 경제가 활발히 전개되고 화장품업계에서도 다양한 화장품을 개발하는 시기에 이른다. 자외선을 차단하는 선크림과 피부 손질에 필요한 기초화장품 개발이 더욱 활발히 전개되기에 이른다. 이러한 경향은 1970년대로 이어지고 색조화장이 일반 대중에게 퍼지게 되는 시기가 된다. 색채에 있어서도 다양한 색깔이 유행하고 계절에 따른 화장법, 모임 등의 성격에

따라 화장법이 소개된다. 1980년대의 화장의 특징은 1970년대 보다 색깔에 있어 더욱 다양하게 나타나게 되는 시기가 되며 86년 아시안 게임과 88년 올림픽 게임을 개최하여 국제적인 감각에 맞는 화장법이 다양하게 전개되기에 이른다. 1990년대는 화장품의 원료와 화장품의 질에 따른 품질의 다양화를 추구하면서 고급화, 차별화를 지향하는 화장품이 개발되는 특징을 지닌다. 기능성을 착안한 제품 개발에 전초적인 역할을 한다. 화장의 경향은 자연주의와 복고주의의 영향으로 자연스러움을 강조하는 색조화장이 유행하게 되며, 청소년과 노년화장 또한 증가하여 화장층이 보다 넓어지는 특징이 있다. 또한 화장이 얼굴에 한정하지 않고 색깔있는 머리 염색, 손톱, 발톱, 다이어트 등으로 확대하여 신체 전체를 가꾸는 토탈개념의 화장문화로 전개된다.

이렇게 사적으로 전개된 화장문화의 특징을 살피면서 대표적으로 화장문화에 변천요인은 개화기 이후 여성교육의 시작으로 기존에 대한 화장인식이 점차 달라지는 것과 경제개발로 여성들의 사회활동이 늘어나면서 화장의 필요성을 느낀 것과, 신문, 잡지 영화 및 광고를 통한 대중문화의 전파에서 그 원인을 찾을 수 있으며 여성들의 여성미에 대한 인식이 서구적인 얼굴과 체형을 추구하는 경향에서 성형수술이 유행하게 되어 눈화장과 입체적인 화장을 강조하는 경향으로 가게되었으며 또한 국내 화장품의 신제품 개발이 꾸준히 전개되어 화장품의 과학화와 전문화를 추구한 결과로 화장문화가 변천되었다고 할 수 있겠다.

한국의 화장문화는 개화기를 기점으로 전통적인 화장법에서 탈피하여 새로운 인식을 맞이하여 화장품과 화장법이 일반인에게 서서히 알려지기 시작하는 화장품 문화의 발아기에 해당한다면 해방 이후 미국식 문화가 국내에 유입되면서 더욱 그 힘은 박차를 가하게 되고 본격적인 화장문화가 전개되어 국내의 화장품 개발과 대중매체의 영향으로 일반화되기 시작하게 되었던 것으로 볼 수 있다.

이러한 화장의 변천은 이후 21세기에 전개될 화장문화에 어떠한 지향점을 제시할 수 있는 지점이 될 것이다. 화장문화를 주도하는 화장품 업계의 부단한 개발은 점차 서구화되려는 화장문화에서 한국적인 화장문화를 주도할 수 있는 노력을 경주하면서 한국화장에 대한 새로운 지평을 마련할 수 있도록 선도적인 역할을 해야 할 것으로 본다.

참 고 문 헌

- 강성원(1998), 그림으로 보는 한국여성미학의 사회사, 사계절
- 김경순(1995), 메이크업, 청구문화사
- 김덕록(1998), 화장과 화장품, 도서출판
- 김명자(1985), 화장품의 세계, 정음사
- 김상항(1998), 개화기 여성관의 변천연구, 숙명여자대학교 대학원 석사논문
- 김선남(1997), 매스미디어와 여성, 범우사
- 김선영(1992), 동·서양화장문화에 관한 연구, 세종대학교 대학원 석사논문
- 김영주(1992), 신기론으로 본 한국미술사, 나남
- 김용미(2000), 해방 이후 한국화장문화에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사논문
- 김용숙(1989), 한국 女俗史, 민음사
- 김춘득(2000), 미용문화사, 청구문화사
- 김희숙 외(2000), 화장문화와 화장기법, 청구문화사
- 김희숙(1998), 20세기 한국과 서양의 여성문화비교연구, 성균관대학교 대학원 박사논문
- 김희숙·이은임(1996), 메이크업과 패션, 수문사
- 대한화장품 공업협회(1986), 한국장업사, 약업신문
- 대한화장품 공업협회(1998), 한국장업사, 약업신문
- 도미니크 파케(1998), 화장술의 역사, 시공디스커버리 총서

문명대(1994), 고려불화, 열화당

박보영(1997), 한국, 중국, 일본 여성의 색조 화장문화, 경희대학교 대학원 박사
학위논문

송민정(1991), 우리나라 전통화장문화에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석
사논문

신진현(1992), 미용학 개론, 수문사

양덕재(1998), 최신화장품학, 장업신보사

양승국(1998), 김우자, 그의 삶과 문학, 태학사

이능희(1995), 태평양 50년사, 태평양

이창식(2001), 한국의 보부상, 밀알

이화순(1992), 한국 여성의 메이크업 조형성에 관한 연구 홍익대 산업대학원
석사논문

임두빈(1998), 한국미술사 101장면, 가람기획

임은모(1999), 메이컴과 마케팅, 진한도서

전완길 외((1995), 한국생활문화 100년, 장원

전완길((1987), 한국화장문화사, 열화당

정세화 외(1998), 사회변동에 따른 매스미디어 여성관 연구, 이화여자대학교 한
국여성연구소

조용진(1999), 얼굴 한국인의 낮, 사계절

조은별(1995), 20세기 화장문화에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원석사논문

조인규(1933), 조선미술사, 학민사

최영경(1997), 한국여성의 화장문화에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사
논문

최영훈(1984), 색채학 개론, 미진사

태평양화학(주), 향장, 1971-1996

한국여성단체협의회(1986), 여성과 대중매체, 한국여성단체협의회

한국정신문화연구원(1991), 민족문화대백과사전, 15권, 한국정신문화연구원.

ABSTRACT

The study on the chronological characteristics of Korean cosmetic culture

Hong, In-Ja
Major in Make-up Art
Dept. of Fashion Art & Design
Graduate School of Hansung University

To study the changes of Korean cosmetic culture since the enlightened age of Korea, this article briefly reviews the cosmetic culture of ancient, Korea dynasty, and Chosun dynasty, and address the cosmetic culture from enlightened age to 1990's. The purpose of this article is to chronologically investigate the characteristics of development of cosmetic products, the role of mass media, and the mentality of women.

Cosmetic has originated from the ancient age. Through investigating the artemisia and garlic which has been used in ancient age, we are able to see the interest about the skin care of that age, and we can discover strong and thick eyebrows, small lips from the women cosmetics drawn in the wall painting of the period of three kingdoms. From the fact that the cosmetic product of Baekje dynasty was delivered to Japan, we can also get to know that cosmetic product manufacturing technology of that age had been well developed. In addition, from investigating the various cosmetic tools and face

powder which was used in the Shilla dynasty, we can suppose the advanced cosmetic culture, and the trend of cosmetic which was becoming more brighter through the activating trade with the Tang age.

In Korea dynasty, Bundae cosmetic had appeared which is used usually by the kisaeng. Bundae cosmetic has become more brilliant through influence of Mongolian, and it had various characteristics such as plastering more with powder, arranging the eyebrows thinly, using the red lips and rouge. But Bundae cosmetic has been regarded negatively since it was that of kisaeng. This negative feeling continues from Chosun dynasty to enlightened age, so it has become the one of barriers to the development of Korean cosmetic culture.

The culture of cosmetic in Chosun dynasty was developed differently by social position because that compared with Korea dynasty, Chosun did not progress, and established the confucian view of life firmly. Therefore, brilliant cosmetic was not spreaded through public, and public cosmetic has shown the different trend comparing with the cosmetic of kisaeng.

However, Korean cosmetic has experienced the big transformation in the enlightened age and under the rule of Japanese imperialism. With opening the port, foreign culture entered and then foreign cosmetic products were imported. In addition, Korean cosmetic product including Bak-ga powder is developed, and moreover through newspaper and magazines, for the public it has become easier to get the cosmetic product. The fact that public can get imported cosmetic goods from Japan and those which is made in Korea from the peddler of women's items, visiting seller, general cosmetic shop shows

the new form of cosmetic culture in Korea. And cosmetic culture of Korea has experienced the new transformation also through entering of educated women and social participating of those women.

Since the Reformation age, traditional cosmetic culture has changed into the form of modern cosmetic culture. The frequency of using the cosmetic products has increased gradually since that a lot of western civilization entered into Korea after the emancipation from Japan. Especially, with American culture entering into Korea, the number of imported cosmetic goods have increased through PX, and then there has been a lot of changes in the development of Korea cosmetic products. Moreover, with magazines for women publishing and popularization of cinema, the recognition about the cosmetic has changed gradually. The contents of these women magazines, for example recent fad of cosmetic or technique of cosmetic is delivered to the public, and this process is placing the basis for popularization of cosmetic. Because of these trend, the negative feeling about the cosmetic has changed into positive perception, that is cosmetic has become regraded as a sense of women's beauty, a pursuit of women's expression. The consumer pattern of cosmetic has changed from basic cosmetic products into the products which emphasize the eye cosmetic, lip cosmetic such as eyeliner, mascara, and red lips.

In 1960's, cosmetic companies developed various cosmetic products with quickly developing economy. Therefore, cosmetic product companies were developing the sun cream and basic cosmetic products for skin care. In 1970's, these trend continues and a shade makeup was well dispersed into

public and improved to various form. Various color comes into fashion, also thematic cosmetic techniques such as a seasonal cosmetic technique, cosmetic technique for individual meeting has been into fashion. In 1980's, the color of cosmetic was more various and brighter than 1970's. Especially, through Asian games and Olympic games, cosmetic technique with international sense was developed. And in manufacturing of the cosmetic products, a luxurious cosmetic products was developed with pursuing for various raw material and quality. In 1990's, these trend was intensified. The cognition about cosmetic goods has changed from simple skin care into customized cosmetic or skin care goods, and therefore the market of cosmetic goods is well specialized and segmented into emphasizing the function.

In conclusion, we come to know that the expansion of education for women during the enlightened ages, and social participations of them have played an important role for changing the cognition of cosmetic and besides, mass media and commercial advertisements have improved the quality of cosmetic goods. The cause of these trend is that it was necessary for women to make up with increasing participation of women in the society and economic revival, and additional cause of these trend is the dissemination of mass culture via newspaper, magazines, and commercial advertisements. In addition, we can see that our domestic company has invested on the new product development for pursuing the scientific cosmetic and specialization of cosmetic goods to change the culture of cosmetic in Korea.