

碩士學位論文

질적연구를 통한 남성 화장에 대한 연구

- 20·30대 남성을 중심으로 -

2006年

漢城大學校 藝術大學院

뷰티藝術 學科

扮裝藝術 專攻

韓 세 라

碩士學位論文  
指導教授 具滋明

# 질적연구를 통한 남성 화장에 대한 연구

- 20·30대 남성을 중심으로 -

A Study on the Male Makeup through Qualitative Research

- With a Focus on Men in their 20-30s -

2006年 6月

漢城大學校 藝術大學院

뷰티藝術 學科

扮裝藝術 專攻

韓 세 라

碩 士 學 位 論 文  
指 導 教 授 具 滋 明

질적연구를 통한 남성 화장에 대한 연구

- 20·30대 남성을 중심으로 -

A Study on the Male Makeup through Qualitative Research

- With a Focus on Men in their 20-30s -

이 論 文 을 藝 術 學 碩 士 學 位 論 文 으 로 提 出 함

2006年 6月

漢 城 大 學 校 藝 術 大 學 院

뷰티藝術 學科

扮裝藝術 專攻

韓 世 라

韓세라의 藝術學碩士學位 論文을 認定함

2006年 6月

審査委員長\_\_\_\_\_ □□

審査委員\_\_\_\_\_ □□

審査委員\_\_\_\_\_ □□

## 국문초록

본 연구는 남성 미용을 재조명하여 이 분야의 학문적 발전을 위한 기회를 제공하고 남성 화장에 대한 이해를 높이는데 도움이 되고자 하며, 개별 면담에 의한 대화내용의 분석을 통해 남성 화장의 실태, 목적, 의미, 상황적 요인 및 배경 등을 분석하였다. 연구대상은 평소 외모와 화장에 어느 정도 관심이 있고 화장을 해 본 적이 있는, 서울에 거주하는 우리나라 20~30대 대학생과 직장인 8명이었으며, 2006년 3월 21일부터 2006년 4월 6일까지 개별 면담을 실시하였다. 면접시간은 30분에서 1시간 정도로 하였고 개인별 화장에 대한 대화내용을 토대로 알아 본 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 남성의 화장은 폼 클렌저의 세안제품, 스킨·로션의 기초제품, 선크림, 에센스와 아이크림 등의 스킨케어 기능성 제품을 일반적으로 사용하고 있었으며, 컬러로션, 파우더의 색조제품은 선택적으로 사용하고 있었다. 또한 스타일을 내기 위한 헤어 왁스, 향수, 액세서리를 착용하고 있었다.

둘째, 남성에게 화장의 목적은 매력적이고 젊어 보이기 위해, 피부보호 차원에서, 이성에게 잘 보이기 위함이다.

셋째, 남성에게 있어 화장은 자기 만족감 추구, 자기표현, 결점 부분의 보완, 타인에 대한 인상관리의 의미가 있다.

넷째, 남성 화장의 상황적 요인으로는 어머니와 여자형제, 이성친구 및 동성친구의 영향과 군대의 영향, 대중매체·연예인의 영향이 있다.

다섯째, 남성 화장의 배경에는 개개인의 취향과 다양성을 존중해주고 자유롭고 개방적인 사회 분위기, 여성의 사회활동 증가로 인한 여성의 지위 상승, 남자의 외모도 경쟁력이 되었으며, 전통적인 남성의 성역할 붕괴가 있다.

## ABSTRACT

### A Study on the Male Makeup through Qualitative Research

- With a Focus on Men in their 20-30s -

Han, Se-ra

Major in Make-up Art

Dept. of Beauty art & Design

Graduate School of Arts

Hansung University

First, men in common use foam cleansers, basic products such as skin or milk lotions, sun creams, hair waxes, perfumes, accessories, and selectively use functional products for skin care (e.g. essences and eye creams), or coloring products such as color lotions and powers.

Second, men do makeup for the purposes of looking attractive or younger, protecting skins, or looking attractive to women.

Third, men seek satisfaction, express themselves, supplement defective factors, and manage their own image through makeup.

Fourth, men naturally accept and do makeup due to environmental factors such as the influence of mother, sister, or girl friends, effects in the army, or the influence of mass media and TV stars.

Fifth, the backgrounds of male makeup include the free and open social atmosphere that respects individual's favorites and diversity, the rise of female status with the increase of women's social activities, competitiveness of male appearance, and the breakdown of traditional male gender role.

# 목 차

국문초록 .....	i
<b>I. 서론 .....</b>	<b>1</b>
<b>II. 남성 화장(化粧)에 대한 고찰 .....</b>	<b>3</b>
1. 화장 .....	3
1) 화장의 동기 .....	4
2) 화장의 의미 .....	12
2. 남성의 화장 .....	14
1) 외국 남성의 화장 .....	14
2) 우리나라 남성의 화장 .....	20
3. 남성 화장품 .....	21
1) 현대 남성의 화장품 .....	21
2) 남성 화장품의 종류 .....	24
<b>III. 연구방법 .....</b>	<b>29</b>
1. 질적 연구방법 .....	29
2. 연구대상자 및 절차 .....	33
3. 면접방법 .....	34
4. 자료분석 .....	35



<b>IV. 연구결과 및 해석</b> .....	<b>36</b>
1. 남성 화장의 실태 .....	36
2. 남성 화장의 목적 .....	46
3. 남성 화장의 의미 .....	50
4. 남성 화장의 상황적 요인 .....	53
5. 남성 화장의 배경 .....	59
<b>V. 결론</b> .....	<b>63</b>

참고문헌

ABSTRACT

## 표 목 차

<표 1> 남성용 화장품의 유형과 품목 .....	25
<표 2> 국내 화장품업체의 남성 화장품의 브랜드 .....	26
<표 3> 면접대상자 목록 .....	34
<표 4> 연구 대상자들의 평상시 화장 실태 .....	46

## 그림 목 차

<그림 1> 호루스의 눈 .....	7
<그림 2> 장식적인 기능의 문신을 한 마오리 여성 .....	9
<그림 3> 장식적인 기능의 문신을 한 요르단 베도윈의 여성 .....	9
<그림 4> 앙리 3세 .....	16
<그림 5> 로돌프 2세 .....	16
<그림 6> 화가 라르지에르 .....	17
<그림 7> 조지 3세 .....	17
<그림 8> 서 푸아뉴기니인 .....	18
<그림 9> 누바인 .....	18
<그림 10> 데이비드 벅컴 .....	19
<그림 11> 국내 남성전용 화장품 시장 규모 .....	23
<그림 12> 남성 화장품의 종류 .....	27

# I. 서론

인류의 역사와 더불어 시작된 화장은 아름다워지고자 하는 인간의 본능적 욕구로서 자외선 등 외부환경으로부터 피부를 보호하고 피부상태를 개선시키고, 자신의 결점을 커버하여 매력적이고 아름답게 만들기 위해서 하는 것이다.

최근 남성들의 미용에 대한 관심이 점점 높아지면서 외모에 신경 쓰는 남성들의 등장이 낮설지 않고, 화장이 여성의 전유물이 아니라는 분위기 또한 적지 않다. 눈과 같은 뽀얀 피부에 잘 다듬어진 긴 머리, 몸매의 곡선을 완전히 드러내는 타이트한 남방과 화려한 액세서리, 때로는 긴 손톱에 매니큐어까지 우리가 사는 21세기에서 패션과 치장은 더 이상 여성의 전유물이 아니다.

남자 대학생들과 20~30대 남자 직장인들 사이에서는 외모를 가꾸는 것이 곧 자신의 경쟁력을 높이는 것이라는 인식이 확산되면서 눈치 보지 않고 패션과 미용에 관심을 보이고 있다. 요즘에는 꽃미남으로 대변되는 메트로섹슈얼 열풍이 불면서 화장하는 남자들이 늘어 남성용 아이크림에서부터 마사지 팩, 에센스, 심지어 색조 화장품까지 등장했다. 남성화장품 시장은 빠르게 성장하고 있는 추세로 이제는 스킨, 로션을 바르거나 고를 때 각질제거, 미백, 주름개선 등의 기능성 제품을 선택하는 남성들도 증가하고 있으며 남성전용 기능성 화장품을 기본으로 정기적으로 피부관리실을 찾는 적극성을 보이기도 하며 남성용 피부관리실, 남성전용 네일숍도 확산되고 있다.

그러나 이와 같은 환경변화에도 불구하고 남성 화장 전반에 관한 연구는 미미하며 몇몇 선행 연구 또한 남성 화장품 마케팅<sup>1)</sup>이나 역사 속에 나타난 남성 화장의 특성<sup>2)</sup>에 국한되어 있다. 따라서 남성 화장의 실태, 목적, 의미,

---

1) 이일청·최은미(2004), “남성의 화장행동과 화장품 구매행동에 관한 연구”, *한국패션뷰티학회지*, 2(2), pp.34~47.

2) 김주애·이연희(2004), “역사 속에 나타난 남성 화장의 특성”, *한국패션뷰티학회지*, 2(3), pp. 96~101.

상황적 요인, 배경 등의 내용을 수집하고 분석하는 것은 의미 있는 일이라 하겠다. 이를 통해 여성 화장에 관한 연구 활동에 비해 상대적으로 많이 이루어지지 않고 있는 남성 미용을 재조명하여 이 분야의 학문적 발전을 위한 기회를 제공하고 남성들의 화장에 대한 이해를 높이는데 도움이 되고자 하는데 그 목적이 있다.

한편 최근 들어 여러 연구 분야에서 질적인 연구가 서서히 진행되고 있으며 다양한 종류의 질적인 자료들에 대한 요구가 증가하고 있는 실정이다. 이러한 현상은 점차 복잡해지는 사회 양상 속에서 전통적인 양적 방법의 적용은 한계가 있다는 인식의 확산으로 볼 수 있다. 질적 연구방법은 객관적인 실재보다는 그러한 실재를 바라보는 주관적인 관점에 더 관심을 가진다. 특히 남성 화장에 대한 연구를 위한 질적 연구방법은 연구 문제의 집중적인 사례현장을 파악하고 이를 바탕으로 개별 면담에 의한 대화내용을 분석해 봄으로써 남성 화장에 대한 다양한 실체와 현상을 파악하고, 연구의 목적을 보다 효과적으로 달성할 수 있는데 적합하다고 본다.

따라서 본 연구는 화장을 세정을 비롯해 피부손질·관리, 컬러로션, 헤어관리, 액세서리, 향수의 모든 장식행위의 개념으로 보고 질적 연구방법을 통해 남성 화장의 실태, 목적, 의미, 상황적 요인 및 배경 등을 알아보려고 한다. 면접 대상자들은 평소 외모와 화장에 어느 정도 관심이 있고 화장을 해 본 적이 있는 남성으로서 서울에 거주하는 우리나라 20~30대 대학생과 직장인 8명을 대상으로 하며, 2006년 3월 21일부터 2006년 4월 6일까지 면접조사를 실시한다. 면접시간은 30분에서 1시간 정도로 하며 면접 장소는 면담자의 편의에 따라 실시한다. 면접내용은 녹음된 뒤 글로 기록하며 기록된 자료를 바탕으로 분석한다. 면접기록은 반복하여 읽고 검토하며 응답자들에게서 공통적으로 나타나는 내용들을 파악하고 개인별 화장에 관한 대화내용에서 보편적인 의미와 특징을 추출한다.

## Ⅱ. 남성 화장(化粧)에 대한 고찰

### 1. 화장

인류가 생활을 시작한 이래 사람들은 타인을 관찰하고 그들의 모습과 습관에 미적 가치를 부여했고 다른 사람에게 좀 더 아름답게 보이려고 노력하고 타인들에게 미의 위엄성을 과시하려 하였다. 원시인류는 자연으로부터 영향을 받아 꽃, 동물 문양 등을 회화, 조각, 문신 등의 형태로 피부에 남겼는데 이것이 오늘날 화장의 시초였다고 추정한다.

화장은 신체의 아름다운 부분을 돋보이게 하고, 약점이나 추한 부분을 수정하거나 위장하는 수단 또는 분이나 연지를 발라 얼굴을 곱게 매만지는 일로 설명되어 있다<sup>3)</sup>. 광의의 화장이란 얼굴이나 신체, 또는 두발을 포함한 체모, 손톱 등을 어떤 의도로든 변화시키거나 색조를 만들거나 피부에 색이나 윤기를 주는 메이크업을 하는 것을 말한다. 협의의 화장이란 세정, 보호 등의 이유로 기초화장품을 사용하는 피부손질과 메이크업하거나 향수, 오데코롱 등의 향기를 사용하는 등 현대의 일상생활에서의 행위를 가리키며<sup>4)</sup> 이연희·이화진<sup>5)</sup>은 화장을 신체관리와 장식에 관한 모든 행위를 포함하는 광의의 개념으로 보고 두발관리나 연출, 얼굴에 색을 더하는 메이크업 등이 화장의 각 요소가 된다고 규정했고, 화장의 동기는 주술설, 신체보호설, 장식설, 표시설, 이성유인설 등으로 설명할 수 있다.

3) 이현주(1999), “화장으로 읽는 여성문화연구”, 계명대학교 여성학대학원 석사학위논문, p.6.

4) 大坊郁夫·神山 進 편저, 조기여·유태순 역(2005), 『의복과 화장의 사회심리학-사람은 왜 꾸미는 것일까?』, 동서교류, p.120.

5) 이연희·이화진(2003), 『메이크업 디자인』, 청구문화사, p.9.

## 1) 화장의 동기

### (1) 주술설

주술설은 원시 신앙적인 주술성의 관점에서 질병, 재해 등의 악령을 피하고 나아가 안녕을 기원하는 원시인들이 신체의 일부에 무엇인가를 붙이는 것에서 화장이 시작되었다는 것이다. 원시인류의 화장행위에는 악마나 위험을 쫓는 부적 효과를 나타내려는 주술적인 기능이 내포되어 있었다. 예컨대 원시인류는 문신과 페인팅(painting), 상흔(scarring), 피어싱(piercing) 등을 이용하여 신체를 변형시켰다. 이는 피부와 신체를 변형시킴으로써 적을 위협하고 위험으로부터 자신을 지키거나 악령으로부터 자신을 보호하고자 했던 것이다.

화장이 주술적 기능을 하는 것으로 밝혀진 구체적인 예로 펠루섬의 거주자들은 영원한 행복을 기원하는 의미에서 코를 뚫었으며 피지 섬의 거주자들은 자신들의 신이 정했다고 믿는 방식에 따라 피부에 문신을 새겼는데 이는 불의의 재난이나 불운으로부터 자신들을 보호하기 위한 수단으로 사용하였다.

문신이나 페인팅은 주로 태평양에 산재한 섬이나 아메리카 지역 원주민들이 이용한 신체장식 방법이었고 장식에 사용되었던 문양이나 색채에는 그 문화권의 주술적 의미가 담겨 있었다. 특히 일시적으로 행하여지는 바디 페인팅은 문신보다 약화된 기능을 갖지만 특별한 의식용으로 행하여졌던 것으로 알려지고 있다.

문신의 주술적 기능은 폴리네시아의 화장에서도 나타나고 있다. 그들은 얼굴 뿐 만 아니라 신체의 다른 부위에도 눈이 그려진 얼굴 모양 문신을 새겼는데, 이 눈은 다른 사람의 몸에서 발산되는 나쁜 기운을 막는 역할을 한다고 믿었기 때문이라고 한다. 탕가니카(Tanganyika)의 마사이족의 소녀들의 통과 의례에서도 신체장식의 주술적 기능을 찾아 볼 수 있다.

또한 우리나라 삼한시대에 바닷가 사람들이 물에 들어가기 전 쪽(藍)으로 손과 발을 물들였고 산촌사람들은 산에 오르기 전 손뚝과 발뚝에 붉은 칠을

했다<sup>6)</sup>는 기록이 있는데 이 역시 보호색을 이용하여 귀신과 위협으로 보호받  
고자 하는 수단이었을 것으로 추측된다. 이러한 주술적인 의미가 담긴 화장은  
우리나라 산대가면극의 왜장녀 가면에서도 볼 수 있는데 가면 얼굴전체에 연  
분을 칠하고 붉고 둥근 연지와 곤지를 찍었는데 붉은색이 민간 신앙에서 의미  
하는 역마색(驛魔色)이라는 측면에서 볼 때 이러한 가면화장에서 화장의 주술  
적 기능을 엿볼 수 있다.

화장의 주술적 기능에 관한 기록은 『동국세시□기(東國歲時□記)』에서 찾아 볼  
수 있다. 예컨대 여성들이 단오절에 창포탕에 세수를 하고, 연지를 사용하는  
단오장(端午粧)을 함으로써 재액(災厄)을 물리친다는 기록이 그것이며, 신윤복  
(1758 ~?)의 ‘심계유목도(深溪遊沐圖)’라는 풍속화에서도 단오장의 실례를 찾  
아 볼 수 있다.

『고사통(故事通)』에도 6월 15일 유두(流頭)에 동류수(東流水)에 머리를 감  
고 놀이를 하여야 정화력이 있다는 기록과 특정한 기일에는 전신 혹은 신체의  
일부를 침세(沈洗)하여야 벌을 방지할 수 있다는 기록도 있다.

특히 우리나라 전통 혼례식 때 신부가 연지와 곤지를 찍는 풍습은 붉은 색  
이 귀신이나 마귀를 쫓고 액을 막는 역할을 한다는 믿음에 의한 것이다. 즉  
‘호사다마(好事多魔)’라 하여 첫날밤에 마장(魔障)이 들까 염려해 악귀를 쫓아  
내고자 하는 마음에서 생긴 것이다. 그러나 붉은 색의 연지는 귀신의 접근을  
예방한다 하여 주술적인 의미를 갖는 것이지만 조선시대에는 인습적으로 준용  
되었고, 소녀들도 이마와 입술, 뺨에 널리 애용하였다<sup>7)</sup>. 그밖에 조선시대 여인  
들이 옷장이나 옷 속에 은은한 향을 넣고 다녔던 애향습속(愛香習俗)은 노리  
개에 향갑을 만들어 몸에 착용함으로써 귀신의 범접이 어려워 질 것이라 믿었  
기 때문이었다는 주술적 기능을 엿볼 수 있다.

---

6) 김춘득(2002), 『동서양 미용문화사』, 현문사, p.20.

7) 이연복·이경복(2002), 『한국인의 미용풍속』, 월간에세이, p.37.



## (2) 신체보호설

인간은 다른 동물에 비해서 신체적 힘과 피부도 약하기 때문에 생존하기 위한 보호수단이 필요했고 신체보호와 더불어 심리적 보호의 차원에서 두려움에서 벗어나 심리적 안정감이나 만족을 얻었다.

신체적 보호로서는 적의 눈을 속이거나 수렵할 때 포획물의 흔적을 따라 자연환경에 맞추는 위장을 하기 위해 채색을 하였다. 보온의 목적으로 시체에 짐승의 기름을 두껍게 바르거나 이집트의 여인들이 태양빛으로부터 눈을 보호하기 위해 눈을 질게 화장을 하고, 곤충들로부터 피부를 보호하기 위해 향료를 사용하기도 했다. 신체보호는 신체장식 즉 화장의 가장 기본적인 기능이라 할 수 있다.

적색 황토를 재료로 한 최초의 화장품은 질병 예방과 치료를 위한 의학적 목적으로 만들어졌으며 특히 황토의 부유액(浮游液)은 겨드랑이 체취를 발산하는 효과가 있다. 남아메리카의 인디안은 이것을 몸에 발라 태양과 곤충으로부터 몸을 보호하고 겨울에는 보온과 동결방지의 목적으로 동물의 지방과 혼합하여 사용했다.

이집트인들이 식물과 동물의 기름을 몸에 발랐던 것은 기름이 세정과 보습 효과를 지닐 뿐 아니라 향료와 배합한 후 부향(浮香)시키면 피부감염까지 막는 기능을 가지기 때문이며, 동물 지방을 이용한 신체보호 방법은 우리 민족에게도 이용되었던 것으로 알려지는데 만주지방에 거주하였던 읍루인들이 돼지기름을 몸에 발라 추위를 막았다는 기록이 그것이다. 또한 말갈인들이 행했다고 전해지는 오줌 세수는 특히 추운 날씨에 피부가 갈라지는 것을 방지하는 역할을 한 것으로 추측되고 있다.

그밖에 땀이 나는 것을 방지하기 위해 유향(감람과에 속하는 유향나무의 진을 말린 한의학상의 약재)과 테레빈유(소나무에서 얻는 정유)를 얼굴과 몸에 의식적으로 사용하였다<sup>8)</sup>. 또한 깨끗하게 손질한 손톱과 발톱에는 적갈색 헤나

8) 도미니크파케 저, 지현 역(2002), 『화장술의 역사』, 시공사, pp.13~15.

염료를 칠하여 사막의 먼지로부터 손톱과 발톱을 보호하고자 하였다. 여인들이 사용했던 연분(鉛粉□)역시 촛불의 그을음으로부터 피부 산화를 방지하고, 한낮의 태양빛으로부터 흰 피부를 보호함으로써 얼굴을 희게 만드는 장식기능만이 아닌 신체보호 기능을 가지는 것으로 알려지고 있다.

<그림 1>에 제시된 호루스의 눈과 같이 이집트인들이 눈에 칠한 안티몬(Sb)이나 미묵(眉墨)은 끊임없이 눈물샘을 자극하여 사막에서 발생하기 쉬운 안질을 예방하고 강력한 햇빛으로부터 눈을 보호하기 위한 것이었다.



<그림 1> 호루스의 눈  
(출처 : 『화장술의 역사』 p.13)

### (3) 장식설

장식적 기능은 오늘날 강조되어지고 있는 화장의 가장 보편적인 기능이다. 신체 장식을 위한 인간의 노력은 시공을 초월하여 끊임없이 이어지는 인간 본연의 행동이며 의복과 더불어 신체장식의 대표적 수단이기 때문이다. 장식의 초기 형태였던 문신, 페인팅에 의한 신체의 채색과 기이한 머리와 구슬장식, 치아를 검게 하는 것, 손톱 채색 및 그밖의 도구를 착용하는 행위 등은 신체

보호 보다는 장식적인 것으로 볼 수 있다. 현재에도 대부분 원시 상태에 있는 야만인들은 땅이나 야생장과에서 추출한 착색물을 몸에 바른다. 문화가 점점 발달함에 따라 인간의 장식은 더욱 예술적으로 발전하게 되었고 세련되었다.

<그림 2>의 마오리 여성은 입주위에 근래에도 행해지는 원시적인 풍속인 문신을 하고 있다. 이들은 문신이 피부의 주름을 방지하여 젊게 보이는 기능을 갖는다고 믿고 있기 때문이다. 또한 <그림 3>의 요르단 베도윈의 여성도 입주위에 문신을 함으로써 자신들의 신체적 매력을 증가시키고, 악령으로부터 보호받을 수 있다고 믿고 있다.

우리나라 여성의 전통 화장의 장식적 기능은 낙랑시대 유물인 채화칠협에서 찾아 볼 수 있다. 이 그림 속의 인물들은 반듯하게 정돈된 머리와 머리털을 뽑은 흔적이 뚜렷한 넓은 이마와 눈썹을 가지고 있어 당시 이러한 행위를 통하여 자신을 꾸미고자 하였던 것으로 추정할 수 있다. 또한 『삼국유사(三國遺事)』 신라조(新羅條) 박혁거세왕과 알영의 일화에서 기록되는 아름다운 육체에 아름다운 정신이 깃든다는 영육일치사상(靈肉一致思想)에서도 화장의 장식적 기능을 찾을 수 있는 기록이다. 이와 같이 자연스러운 표식이나 화장과 같은 행위를 통한 장식의 욕망은 고대 상류층의 유물자료들과 기록을 통하여 확인되고 있으며, 이는 고대사회의 전형적인 장식적 기능으로 볼 수 있다.



<그림 2> 장식적인 기능의  
문신을 한 마오리 여성  
(출처 : 『The Body Decorated』  
p.82)



<그림 3> 장식적인 기능의 문신을  
한 요르단 베도윈의 여성  
(출처 : 『The Body Decorated』  
p.86)

#### (4) 표시적

화장이라는 행위는 신분·계급·종족·남녀 성별을 구별하기 위한 표시의 기능을 가지고 있고 인디언이나 미개 사회의 추장이 다양한 장신구와 색깔로 위엄을 나타내거나 종족에 따라 각기 다른 치장을 하고 있는 모습에서 화장의 표시적 기능을 엿볼 수 있다.

고대의 통치자나 용맹스러운 사람 그리고 상류계층의 화려하고 요란한 모습에서 화장의 표시적 기능을 엿 볼 수 있는데 화장의 표시적 기능은 문화권에 따라 차이가 있었다. 예를 들면 브라질 원주민들은 얼굴에 페인팅을 해야만 사람으로 인정받을 수 있다고 믿었던 것에 반하여, 유럽문화권에서는 얼굴에 페인팅을 하는 것을 야만인의 징표로 간주한 것이다.

또 다른 예로 콩고의 저지대 부족원들은 통과의례시 특수한 옷을 입거나 가면을 쓰고 몸에 흰색 또는 붉은색의 색소가 들어있는 진흙을 바르는 일시적인 차별화를 통해 중요한 역할 및 의례를 수행한다는 것을 나타내고자 하였다.

화장의 표시적 기능은 우리나라 전통 사회에서도 찾아볼 수 있는데 고대 삼한시대의 마한과 변진 사람들이 문신을 이용하여 부족 집단 또는 신분과 계급을 표시했던 것으로 추측된다.

한편 신라시대 사람들은 불교를 신봉하기 시작하던 초기에 불장(佛粧)이라는 새로운 화장풍속을 접하게 되었고 그 일부인 목욕문화는 일반인들로서 접근할 수 없는 특수 계층인 스님과 귀족층이 향유하던 차별화된 문화로서의 표시 기능을 하고 있었다.

그밖에 고려시대와 조선시대에 기녀들 사이에서 유행하였던 분대화장 역시 일반적으로 옅은 화장을 했던 상류층의 부녀자들과 기녀들을 구분시키는 표시적 기능을 수행하였다. 즉 여인들의 신분과 계층에 따른 이원화된 화장문화 속에서 화장의 표시적인 기능을 찾아볼 수 있다.

#### (5) 이성유인설

모든 사람들은 이성의 주의를 끌기 위해 인체를 여러 방법으로 꾸미거나 변화시키는데 아름답다고 여기는 것과 성적으로 매력적인 것은 모든 사람에게 동일하지 않다. 각 사회의 구성원들은 서로를 평가하기 위한 기준을 가지는데 이 기준들 역시 다양하며 모든 사회는 육체적 매력에 대해 각기 고유의 개념미에 대한 독자적인 관념을 갖는다. 예를 들면, 고대 이집트 여인들은 유두(乳頭)에 붉은 칠을 하여 화장을 하고 아프리카의 어떤 부족은 여성들의 아름다움을 뚱뚱한 정도로 평가한다. 그래서 젊은 남성들에게 매력적으로 보이길 원하는 여성들은 살찌기 위해 집에 들어가서 몇 주 동안 음식을 게걸스럽게 먹는다. 그녀가 그 과정을 마치고 나왔을 때 아름답게 여겨지며 원하는 결혼을 하게 된다. 그러나 미국인들은 소녀들이 날씬해야 한다고 고무하며 몸무게를 최소한으로 유지하기 위해 체중조절도 하므로 미에 대한 아프리카의 예는 미국인에겐 이상한 것이다. 또 다른 아프리카 부족에서는 이상적인 부인은 피부

에 윤기가 있어야 한다. 그래서 부인들은 녹인 버터를 이용한다. 줄루<sup>9)</sup>(Zulu)족 여성들은 윤이 나게 하기 위해 하마 기름을 사용하는데 이것은 아름답고 성적으로 매력적으로 보이게 한다<sup>10)</sup>.

이와 같이 장식의 모든 형태들은 공통적으로 질병을 피하고 안녕을 기원하고 신체를 보다 아름답게 꾸미려는 열망과 신체를 장식함으로써 자신의 용맹, 힘, 기술 우월성 등을 과시하기 위해서, 환경으로부터 심리적, 물리적으로 자신을 보호하기 위한 수단으로 또는 신분, 계급, 종족, 남녀 성의 구별 등 신분 표시를 하기 위한 목적, 이성에게 매력적으로 보이기 위해서 등의 목적에서 기인함을 알 수 있다. 현대인들은 신체 장식을 심리적 신체적 보호나 주술적 목적보다는 미적 욕구 충족과 적극적인 자아표현의 방법으로 사용하고 있다. 또한 아름다움과 매력적인 것은 평가하는 기준과 관념이 다양하며, 아름답지 않고 추하며 때로는 불쾌하기까지 하지만 예뻐지고 싶고 추한 것을 보이지 싫어하는 인간 공통의 심리는 이성뿐만 아니라 다른 사람의 관심을 끌기 위해 화장을 하게 만들었다는 사실을 알 수 있다. 성, 사랑, 결혼의 선행조건으로 요구되는 아름다움의 갈망은 고대로부터 현대에 이르기까지 이성유인설을 뒷받침해 주는 증거이다.<sup>11)</sup>

## 2) 화장의 의미

---

9) 아프리카의 반투어족(語族) 옹구니종족군에 속하며, 남아프리카공화국의 나탈주(州)를 중심으로 분포하는 종족. 줄루족은 주변의 여러 종족을 거느리고 18세기 말에 강대한 줄루 왕국을 세워 블루인(人) 및 영국 식민세력에 강력히 반항하였으나, 1879년 마침내 영국에 패배하였다.

10) 마릴린 혼·루이스 구렐 저, 이화연·민동원·손미영 역(1992), 『의복:제2의 피부』, 까치.

11) 송민정(1990), “우리나라 전통 화장문화에 관한 연구”, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p.9.

화장은 화장품이나 도구를 사용하여 신체의 아름다운 부분을 돋보이도록 하고 결점을 수정하거나 보완하며 화장품을 사용해서 자신의 매력을 효과적으로 높이는 것으로 매력적인 외모 가꾸기의 중심적 수단이다.

이러한 화장의 의미로는 첫째, 아름다워지고자 하는 인간의 본능적 욕구로서 자신의 결점을 커버하여 매력적이고 아름답게 만들기 위해서 하는 것으로 화장으로 변한 모습을 통해 기분이 좋아지고 외모의 가치를 높이며 심리적 만족감을 얻을 수도 있다는 것이다. 화장이 마음에 들면 기분이 좋고 표정이 밝아지며 얼굴이 예뻐져 기분까지 좋아진다. 이렇게 화장을 하면 기분이 좋아지고 그것이 얼굴 표정에도 나타나므로 화장행위와 얼굴과 감정과의 사이에 유기적인 상호관계가 유지된다.

화장품을 많이 사용하는 사람이 자신의 외모에 더 만족하고 여성들이 일상적으로 화장품을 사용하는 경우 그렇지 않은 경우보다 좀 더 매력적인 것으로 평가받는다고 생각하고 있다<sup>12)</sup>. 화장품을 사용할수록 얼굴에 대한 만족도가 높는데, 자신의 신체와 얼굴에 만족할수록 화장품의 중요성이 높고 화장품 사용량이 많고, 신체에 만족할수록 화장품 의존도가 높다.<sup>13)</sup> 그래서 대부분의 여자들은 화장이란 수단으로 자신의 특징을 강조하거나 매력을 늘리기 위해 립스틱을 바르거나 피부색을 밝게 하는 작업을 통해 일상의 자신의 모습을 관리하고 욕구를 발산하게 되는데 남성 또한 화장을 통해 자신의 모습을 창조하며 이를 위해서 화장품을 사용하는데 최근 들어 화장품 브랜드에서 남성용 제품을 다양하게 출시하고 있고 특히 남성용 컬러로션과 파우더 등으로 색조화장품이 다양해지면서 관심과 비중이 점점 높아지고 있다. 또한 화장품 가게에서 공개적으로 제품을 구입하는 경로보다는 자유로운 쇼핑과 정보를 얻을 수 있는 인터넷 쇼핑몰 이용이 늘고 있다.

---

12) T. F. Cash, K. Dawson, P. Davis, M. Bowen and C. Galumbeck(1989), "Effects of Cosmetics Use on the Physical Attractiveness and Body Image of American College Women", *The Journal of Social Psychology*, 129(3), pp.349~355.

13) L. Theberge and A. Kermaleguen(1979), "Importance of Cosmetics Related to Aspects of the Self", *Perceptual and Motor Skills*, 48, pp.827~830.

둘째, 자외선 등 외부환경으로부터 피부를 보호하고 피부상태를 개선시켜주기 위해 하는 화장이다. 피부 보호/건강 욕구는 외부환경의 자극으로 노화 촉진이 되고 신체적으로 피부탄력의 상실, 눈가의 주름 등을 체감하게 되면서 이를 방지하고, 기미, 주근깨, 여드름, 주름의 생성을 방지하거나 개선시켜주기 때문에 화장을 하는 것을 의미한다. 그 결과 피부 회복과 치료 기능에 관심이 집중되고 고가 및 고기능 화장품에 관심을 기울이기 시작한다.<sup>14)</sup> ‘화장하는 CEO’를 펴낸 유상옥 코리아나 화장품 회장은 “왜 남자라고 아름다워 보이고 싶어 하고 피부를 가꾸는 것을 하지 말아야 하나. 남자들은 나이가 들수록 초라해 보이지 않기 위해 화장을 해야 한다”고 말했다<sup>15)</sup>.

셋째, 결점을 보충해 화장으로 잘 가꾸어진 외모는 자신감을 주기 때문에 화장하는 의미가 있다. 결점 부분의 보충을 통해 자신의 이상형에 도달할 수 있도록 노력하게 되며 화장을 하는 것이 자신감과 사교성을 높여 자아정체감을 형성하고 재구축하여 다양한 자기이미지를 발견하고 이상적 아름다움을 추구하게 된다. 여러 가지의 신체부위나 체중에 대해 불만이 많은 사람들이 화장을 비교적 자주 하는 경향으로 확인할 수 있다.<sup>16)</sup>

넷째, 타인에 관한 인상관리를 위해 한다. 현대인은 항상 자신을 관리하여 매력적인 외모를 달성하는 것을 개인의 능력으로 간주하며 사회적 성공을 위한 수단으로서 멋진 신체적 외모를 갖는 것이 매우 중요해졌고 첫인상의 이미지가 중요하게 작용하는 사회 분위기로 항상 자기 관리를 하며 주어진 기회를 확실하게 잡을 수 있도록 준비한다. 자신의 신체적 외모를 가꾸기 위해 노력하는 것이 사회적 성공에 많은 도움이 됨을 인식하고 있다. 가꾸지 않는 것은 게으르고 자기 관리를 잘 하지 못한 사람이라는 부정적인 인상을 주며, 깔끔

---

14) 유창조, 박수경(2002), “여성의 신체변화에 따른 미 추구행동의 변화”, 한국소비자·광고학회 심포지엄 V, pp. 61~72.

15) 한국일보, “화장하는 한국 남자들”(2003년 10월 20일).

16) T. F. Cash, and D. W. Cash(1982), “Women’s Use of Cosmetics : Psychosocial Correlates and Consequences”, *International Journal of Cosmetics Sciences*, 4(1), pp.1~14.



한 외모는 보기에 매력적이지만 사회생활에서의 경쟁력을 높여주는 하나의 도구로도 인식되고 있고, 잘 입고 잘 꾸미는 것이 여성만의 경쟁력이 아니라 남성의 사회생활에서도 중요한 경쟁력이라는 인식이 자리 잡고 있는 것이다.

따라서 화장의 대한 효용은 사회적 효용과 심리적 효용으로 볼 수 있으며 사회적 효용은 아름답게 보이는 것이 일상생활에게 이득을 본다는 것이고 심리적 효용으로서 화장은 하면 밝은 기분이 될 수 있다는 것과 화장을 하면 자신감을 갖고 행동할 수 있다는 것이다. 화장을 함으로써 자신의 사회적 이미지를 개선하도록 노력하고 그로 인해 심리적인 안정을 얻게 된다. 화장을 하면 자신의 결점을 감추고 자신감을 얻을 수 있으며 다른 사람들과의 관계를 더 강화시키고 사회적 승인을 얻으며 만족해한다.

## 2. 남성의 화장

### 1) 외국 남성의 화장

최초의 화장에 대한 기록이 남아있는 것은 고대 이집트다. 그 당시의 화장은 주로 종교적인 목적에 의해서 사용되었으며 미용술 또한 성직자들의 고유한 영역이었다. 종교의식이나 장례식 때 행해졌던 화장은 아름다움이 목적이 아니라 권위와 전투 의식을 과시하기 위한 ‘의식’이었으며 하나하나의 화장행위 자체가 상징적 의미를 지녔고 또한 의학적인 기능까지도 담당했다. 눈가에 검정색의 안료를 칠한 것은 강한 태양빛이나 사막의 먼지나 모래로부터 보호하기 위한 의학적인 목적이었고 또한 호루스의 눈을 상징하기도 했다. 주술적이거나 의학적인 의미에서 점차 장식을 위한 요소로 그 의미는 변하여 갔다.

이집트인의 몸단장은 향료를 푼 욕조에서 시작되었는데 남자들과 여자들은 욕조에 이집트의 몇몇 호수에서 구한 ‘나트론(나일강의 진흙)’으로 몸을 문지른 다음 ‘수아부(표백토와 재를 섞은 반죽)’로 각질을 제거하고 향유로 마사지

를 하였다<sup>17)</sup>.

이집트의 화장술은 클레오파트라시대에 이르러 그 절정을 이루며 검게 칠한 눈썹과 눈은 물고기 모양으로 그렸으며 붉은색 염료와 가발 등을 사용한 화려한 화장이 주로 귀족과 성직자 층을 중심으로 이루어졌다. 사람의 눈 가장자리에 검은 테를 두른 것처럼 까맣게 칠을 한 모습은 고대 이집트의 다양하고 풍부한 유물들의 얼굴에서 두드러지게 나타나는 현상으로 이는 고대 수메르인들의 조각상에서도 보여진다. 이러한 고대인들의 눈 화장 경향은 먼지제거와 태양의 강한 빛으로부터 눈을 보호하기 위한 수단이었으며 이것은 곧 화장의 신체보호적 기능으로 간주된다. 또한 고대인들은 구멍이 있는 부분으로 악마가 체내로 들어온다고 믿었으므로 눈 가장자리를 검게 칠하거나 입술을 빨갛게 칠하여 악마를 놀라게 하여 근접하지 못하게 한 점도 있었다. 고대 호족이나 수장의 화장은 신체를 채색함으로써 타인에게 위협적인 모습과 족장의 권위를 표현하여 현대 화장의 미적표현과는 기능을 달리하는 경우가 많았다. 역사적으로 고대부터 이집트 왕이나 호족과 수장 등의 매우 화려한 모습을 통해 남성화장도 여성 못지않게 일찍부터 시작되었음을 나타내었다.

그리스 시대에 이르러 화장은 미용적인 효과보다는 의학적인 측면에 더 관심을 두게 된다. 그리스의 민주적인 개방사회는 남자들에게만 허용되었고 남성들은 목욕 후 마사지와 머릿기름, 향유 등으로 번지르르하게 보이는 것이 유행이었다.

로마의 전성기시대에 이르러 화장은 많은 시간과 인력을 동원해서 신체의 모든 부분에 걸쳐서 이루어지며 요란한 모습으로 변하게 된다. 이 당시 화장은 남녀 모두에게 행해졌지만 중세시대에 이르러 기독교의 금욕주의의 영향으로 화장은 신에 대한 모독으로 불경스러운 것으로 금기시 된다. 이러한 사상은 그리스 철학이나 로마의 영향을 받아 화장을 음탕함과 매춘을 상징하는 것으로 보았다. 그러나 십자군 전쟁 이후 동양에서의 문물이 전해지고 의학과 과학의 발달로 화장품과 화장에 대한 관심이 점차 되살아난다.

---

17) 도미니크파케 저, 지현 역, 전게서, p.16.

르네상스 시대 남성들 역시 화장을 했는데 용맹을 나타내는 상처나 부끄러운 질환을 감추기 위해서 뿐 아니라 이상, 정책, 귀족의 의무에 대해 고뇌하는 듯한 분위기를 연출하기 위해서도 행해졌다. 르네상스 부흥기 시대에는 예술의 발전, 종교개혁, 자본주의의 출현, 식민지 개척 등이 이루어지면서 쾌락과 사치를 추구하게 되고 남성과 여성 모두 과도한 장식과 화장이 유행했으며 이 시기에 있어서 화장은 사교를 위한 필수적인 요건으로 사용되었다. <그림 4>는 앙리 3세로 얼굴에는 백묵, 사프란, 입술연지 등을 발랐고 머리카락에는 제비꽃 향 분말을 뿌렸고 노후의 마자랭은 건강하게 보이기 위해 화장을 했다고 하며 <그림 5>는 치료를 위해 온천을 온 로돌프 2세이며 남성들은 감각적 또는 정치적 이유에서 행한 화장보다 온천욕을 즐겼는데 온천을 이용한 이들은 귀족, 군인, 환자들이었다<sup>18)</sup>.

17세기 프랑스 부르봉왕조 남자 귀족은 흰 가루분, 가발, 머리분을 사용했다. 네덜란드 남성들은 러브 록(love lock)<sup>19)</sup> 형태로 머리를 내는 것이 유행이었



18) 도미니크 파케 저, 지현 역, 『세계사』, pp.50~51.  
(출처: 도미니크 파케)

19) <http://searchnaver.com> p.51.)

love lock : 여자의 애교머리 <이마 등에 늘어뜨린>, 러브 록은 다른 머리보다도 길게 늘였던 털방울 모양으로 쉼이 되거나 리본을 매기도 하였다.

<그림 5> 로돌프 2세  
(출처 : 도미니크 파케  
『화장술의 역사』 p.50.)

고 18세기 베르사유는 귀족들의 야간 연회로 인한 창백함을 감추기 위해 남자와 여자들 모두 아래 눈꺼풀에 두꺼운 화장을 하고 색색의 연지를 사용했다. <그림 6>은 아내와 딸과 함께 한 화가 라르지에르로 상류사회 사람들은 빠짐없이 연지를 발라야 했고<sup>20)</sup> <그림 7>의 조지 3세는 베르사유는 남녀를 불문하고 연회에 참석하는 모든 이들에 화장을 하도록 요청했다<sup>21)</sup>.



<그림 6> 화가 라르지에르  
(출처 : 도미니크 파케 『화장술의 역사』 p.52.)



<그림 7> 조지 3세  
(출처 : 도미니크 파케 『화장술의 역사』 p.54.)

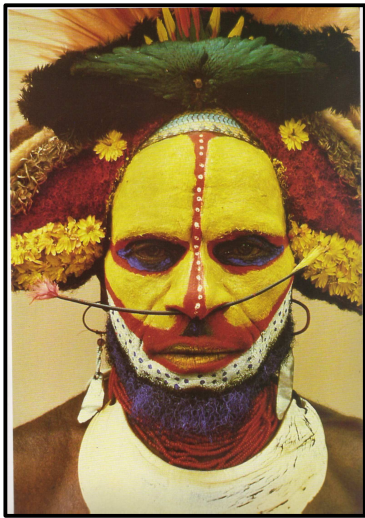
이외에도 고대부터 전통적인 민족화장이 현재까지 전승되고 있는 아프리카나 오세아니아 등에서도 남성이 여성보다 화려한 화장과 복장으로서는 남성 외모가 두드러졌다. <그림 8>의 서 파푸아뉴기니인(the west Papua New Guinea)과 <그림 9>의 누바인(Nuba)은 전통이 허용되는 범위 내에서는 많은

20) 도미니크파케 저, 지현 역, 전개서, p.52

21) 도미니크파케 저, 지현 역, 전개서, p.54.

창조의 자유를 가졌다. 이디오피아의 수리인(Suri) 사이에서 수리 남성은 치열한 전쟁의 준비와 적에게 공포심을 주기위해 스스로 칠하는 것을 좋아했다.

프랑스혁명을 계기로 남성의 화장한 모습과 호화로운 복장이 사라지면서 남성의 선택 폭이 좁아졌다. 사회의 설계 기준이 노동하는 남성에게 두어지고 여



<그림 8> 서 푸아뉴기니인  
(출처 : 『Decorated Skin』



<그림 9> 누바인  
(출처 : 『Decorated Skin』

p.72.)  
성은 노동하는 남성을 보조하는 역할을 하였다. 이것이 근대형성의 시작으로 볼 수 있다. 그리고 남성은 노동을 정신적 물리적으로 방해받지 않기 위해 꾸미는 것을 금지하고 금욕적인 패션을 취하였던 반면 여성은 호화로운 화장과 의복으로 남편의 지위를 과시함으로써 패션은 여성에 한정되었다.

19세기에 들어서서 화장은 자연주의 사상의 대두와 함께 자연스러운 화장이 주조를 이루며 19세기 중반부터는 화학과 기술의 발달로 화장품 제조술이 발달한다. 이 당시에 비누가 등장함으로써 위생과 청결·피부관리에 대한 관심이 증가하며 화장이 여성만의 전유물이라는 개념으로 사용되기 시작하였다.

이후로 스포츠선수의 남성 화장이 두드러지기도 했다. 여태까지 스포츠 선수는 외관을 꾸미는 것이 금지되었고 스포츠에만 몰입해야 했으나 최근에 이미지 트레이닝과 더불어 스포츠 선수의 외관은 일류선수로서의 자각과 자신감에 대한 중요한 역할을 하는 것으로 인식이 변화되어 선수들은 외모에 더욱 신경을 쓰게 되었고 <그림 10> 베컴선수의 독특한 헤어스타일이 유행의 근원이 되기도 했다.

## 2) 우리나라 남성의 화장



<그림 10> 데이비드 베컴  
(출처:<http://imagebingo.naver.com>)

우리나라의 남성화장에 대한 기록이 분명한 것은 신라의 ‘미모남자장식(美貌男子粧飾)’을 한 화랑(花郎)의 화장이다. 이들은 아름다운 육체에 아름다운 정신이 깃든다는 영육일치(靈肉一致)의 사상에 영향을 받아 여성 못지않게 곱게

화장했다. 화랑에 대한 설은 분분하나 화랑도가 국가적 제천의식의 대행자 역할을 했다는 설을 받아들인다면 전통적 역학의 견해로 신과 가까이 할 수 있는 사람은 남자가 아니라 여자였던 까닭에 초기에는 원화가 주제자였던 것이 화랑도가 점차 신앙적인 기능보다 풍류오락적인 기능, 교육적 기능, 전투적 기능 등이 강화되면서 남성단체로 변모하였으나 제사의 주관자가 여자였던 전통은 계속 남아 화랑이 아름다워야 하고 화장을 해야 했을 것으로 추측된다.

이러한 초기의 남성화장으로 볼 수 있는 화랑의 화장은 주술적 성향이 강했으나 점차 미화수단으로 발전하여 꽃으로 연지를 만들어 뺨과 입술에 바르고 현대의 색조 화장에 해당하는 색분도 사용했다. 귀고리, 가락지, 팔찌, 목걸이 등 여러 장신구로 장식하는 게 용맹과 기품을 돋보이게 한다고 믿었다.

고려시대에는 면약을 사용하여 피부관리에 힘썼다. 『고려도경(高麗圖經)』에 송나라의 정사(正使), 부사(副使), 도할관(都轄官), 제할관(提轄官)의 자리에는 은제(銀製)의 면약호(面藥壺)를 두고 그 밖의 사람들에게 구리로 만든 면약호를 두었다고 기록되어 있는데 면약호는 둥근 배에 목이 길며 뚜껑이 다소 뽕족한 모양이라고 하며 높이는 5치(약 15cm), 배의 지름은 3치 5푼(약 10.6cm), 용량은 1되였다고 하는 바, 이와같은 크기와 모양으로 면약은 따라서 사용하기 용이한 액상의 안면용 화장품이었을 것이다.

우리나라 남성화장은 자신의 신분을 상징하는 수단으로서의 의미가 강하였으며 이러한 성향은 조선시대에 이르러 더욱 두드러진다. 철저한 신분사회에서 육체적 노동을 많이 해야 하는 천민계급의 남자들은 피부가 검고 손이 거칠며 마디가 굵은 반면 양반계층일수록 노동할 기회가 없었으므로 희고 윤택한 피부는 고귀한 신분의 징표요 자랑거리였고 남성들은 자신이 고귀한 신분임을 과시하고 자신의 인품을 암시하기 위해 얼굴과 손을 희고 부드럽게 가꾸기 위해 노력하였다.

『춘향가』에 보면 이도령이 분세수를 하는가 하면 일본측 기록에는 우리나라 남성들이 하루에도 몇 번씩 냉수와 온수에 씻고 피부를 부드럽게 하기 위해 어떤 종류의 액을 사용하였다고 한다. 이것으로 화장유가 여성의 전유물이

아니었으며 남성들도 사용했다는 것을 알 수 있다.

한편 남성들이 신분을 상징할 수 있었던 가장 좋은 수단은 수염을 멋있게 단장하는 것이었다. 조선시대에는 ‘신체발부수지부모(身體髮膚受之父母)’라는 유교의 가르침으로 인해 남성이라면 누구나 수염을 자르지 않고 그대로 길렀기 때문에 자신의 존엄성을 나타내려면 수염이 길다는 것만으로는 부족했으며 그 형태를 아름답게 가꾸어야 했다.

향(香)은 귀한 물건이었기 때문에 부의 상징임과 동시에 귀(貴)의 상징이었으므로 남성들이 즐겨 사용하였다. 솔(松)과 잣을 섞어 합향(合香)을 만들기도 했고, 특히 조선시대 선비들은 어진 이가 사는 방에서는 난향(蘭香)이 난다고 하여 여러 가지 향 중에서도 난향을 가장 좋아하였다. 향의 사용법도 다양해 향수에 목욕하기도 하고 훈목(薰沐:향료를 옷에 뿌리고 머리를 감아 몸을 깨끗이 하는 것)을 했으며 향목대(香木帶)와 향선추를 사용하기도 하였다. 이밖에도 머릿기름을 발라 머리를 단정히 함으로써 자신의 고매한 인품을 외형화하려고 애썼다.<sup>22)</sup>

### 3. 남성 화장품

#### 1) 현대 남성의 화장품

1970년대는 경제성장과 함께 시작된 현대화, 도시화, 서구화의 사회적 상황 속에서 화장품이 남성문화에 도입되기 시작하면서 화장품은 현대화와 도시화의 상징으로써 표현되었으며 남성과 화장품, 사회적인 성공을 동일한 맥락으로 표현하면서 남성에게도 화장품이나 메이크업이라는 것이 하나의 문화로 받아들여지기 시작했다.

1980년대는 경제적인 풍요 속에서 사회 전반적으로 분위기가 자유로워지고

---

22) 송민정, 전개논문, pp.46~49.



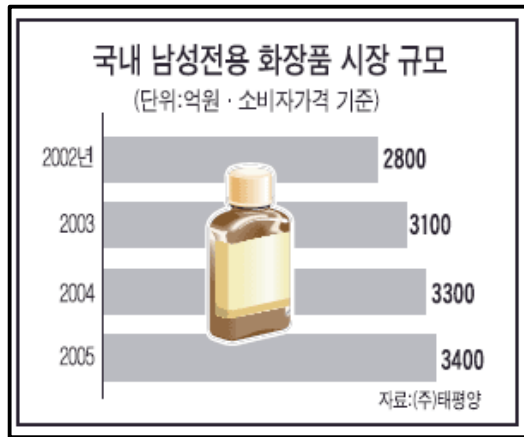
라이프스타일이 변화되면서 남성들은 다양한 라이프스타일에 참여하는 모습으로 표현되고 있으며 남성화장품이 남성에게 있어 필수적인 품목이 되기 시작하였다. 따라서 취향이나 기호에 따라 제품이 다양화되고 라이프스타일에 따라 기능이 첨가되어 제품이 세분화되었으며 남성화장품이 사회문화적인 변화에 따라 남성문화에 정착되기 시작했다.<sup>23)</sup>

‘1990년대 초반부터 서서히 생겨난 남성화장품 시장은 이제 견잡을 수 없이 커질 것이다. 피부 클렌징, 팩, 자외선 차단 등의 기본적인 피부관리로부터 제모, 향수 그리고 색조화장품까지 남성들의 화장은 날로 다양해지고 있다. 나는 감히 남성화장품 시장이 조만간 황금알을 낳는 시장이 될 것이라고 장담한다.’ 최재천 서울대 생명과학부 교수는 그의 신간 ‘여성시대에는 남자도 화장을 한다’에서 위와 같이 밝혔다. 자연과학, 그 중에서 사회생물학분야를 다룬 교양과학서에서 남성화장품 이야기가 튀어나오는 것은 현재 우리 사회의 분위기와도 다르지 않다. 여성들이 점차 독립적으로 되어가고 그 와중에 우리 사회에 부는 꽃미남 열풍이 말해주듯 여성들의 남자에 대한 취향은 자신을 안전하게 지켜줄 수 있는 근육질의 ‘터프가이’에서 자신이 보고 즐거울 수 있는 ‘꽃미남’으로 바뀌었다는 말이다.<sup>24)</sup> 1990년대부터 현재까지의 시기는 자신을 표현하는데 있어 적극적인 태도를 가지며 멋과 개성을 추구하는 경향을 보이면서 메이크업이나 화장품이 전 연령층의 남성에게 보편화되었다.

또한 2000년대 들어서면서 남성의 직접 구매율이 증가하고 이른바 꽃미남 열풍으로 대변되는 외모와 남성의 여성적 감성이 발달된 메트로섹슈얼 경향으로 남성미와 여성미를 동시에 추구하려는 남성들의 증가로 인해 남성 화장품 시장이 급부상하고 있다. (그림 11) 이러한 보편화 경향에 따라 각각의 기능이나 용도, 연령, 취향에 따라 전문화된 남성전용 화장품이 출시되었고 화장품이 남성문화에 더욱 폭넓게 확산되면서 점점 더 고급화되는 경향을 보이고 있다.

23) 박수진·박길순(2004), “남성화장품 광고의 의미변화 분석”, *복식문화연구*, 12(5), pp.79~80.

24) 강승훈(2003), “남성화장품 시장의 환경변화에 따른 광고의 변화와 그에 대한 제언 : 소망 화장품의 컬러로션 광고 사례를 중심으로”, 서강대학교 영상대학원 석사학위논문, p.7.



<그림 11> 국내 남성전용 화장품  
시장 규모

(출처 : 중앙일보 2006-01-13)

많은 남성화장품 브랜드에서 남성전용 스킨케어 제품군을 확장, 수요도 늘리고 있고 해외 화장품 브랜드 모두 남성용 라인을 생산한데 이어 한국의 ‘꽃을 든 남자’ 역시 국내 최초로 남성용 컬러로션과 세안제를 판매해 좋은 반응을 얻어냈으며 스킨, 로션에 국한돼 있던 제품군도 에센스와 화이트닝, 자외선 차단제는 물론 메이크업 제품과 마스크 팩, 슬리밍 제품에 이르기까지 다양한 영역으로 확대되는 등 이러한 현상은 최근의 제품 경향을 잘 반영하고 있다.

엠앤드씨리서치(주)<sup>25)</sup>에서 서울/수도권에 거주하는 만 15세 이상 49세 이하 남성 630명을 대상으로 2006년 1월 16일~2월 8일까지 17일간 1:1 개별면접(face to face interview)을 사용해 2006년 남성 화장품 U&A조사 중 화장품 사용 정도 결과를 보면 남성들의 화장품 종류별 사용 정도 및 마사지 팩 경험 등을 바탕으로 아무것도 사용하지 않는 Nothing에서 스킨/로션, 기능성 화장품, 팩 제품 등을 사용하는 Premium으로 구분했을 때, '05년 대비 Advanced

25) <http://www.mnc.co.kr>

및 Premium집단이 55%에서 62%로 7%p 늘어 난 반면, 기초적인 Basic 집단이 43%에서 36%로 7%p 하락한 것으로 나타났다.

이와 같이 남성에게 있어 화장품이나 메이크업은 중요한 하나의 문화요소로 자리하고 있으며 화장품의 다양화, 전문화, 고급화와 함께 남성의 메이크업문화도 다양한 양상을 보이면서 변화하고 있다.<sup>26)</sup>

## 2) 남성 화장품의 종류

여성용 화장품보다 유형별 개발 수는 적지만 신상품의 지속적인 개발은 남성용 화장품도 마찬가지이다. 변화하는 젊은층의 욕구를 충족시키기 위해서는 신상품의 개발에 소홀히 해서는 안됨을 말해주고 있다. 외국사의 남성용화장품의 경우 개인의 취향과 선호도에 따라 선택할 수 있는 다양한 브랜드가 공존하며 화이트닝과 주름 개선 등의 고기능을 함유한 제품 등 폭넓은 품목구성으로 소비자의 선택 범위가 넓은 편이고, 국내 시판 매장의 남성화장품 역시 다양한 시도를 통해 여성용 화장품과 같이 유형과 품목이 다양해지고 있다. <표 1>의 남성용 화장품의 유형과 품목을 보면 크게 방향용 제품류, 두발용 제품류, 면도용 제품류, 기초 화장품 제품류, 기능성 화장품 제품류, 색조 화장품 제품류로 나눌 수 있다. 기초화장품 제품류는 스킨과 로션이 주류를 이루고 있고 최근 기능성 남성용 화장품의 출시가 잇따르고 있다. 기능성 남성용화장품은 스킨과 로션에 각질제거, 피지조절, 미백, 아로마 테라피 등의 기능을 추가하여 미백 에센스, 피지조절 크림, 모공관리 시럽, 아이크림까지 다양해지고 있다. 남성들의 외모에 대한 관심이 높아지자 화장품 업계가 틈새 시장 확장을 위해 최근에 들어 다양한 남성전용 제품들을 다양하게 선보이고 있다.

---

26) 최명식(2005), “키덜트 문화에 따른 남성화장품 용기의 키덜트적 디자인에 관한 연구-메트로섹슈얼 경향의 남성 소비자를 중심으로-”, 경희대학교 교육대학원 석사학위논문, p.74.

<표 1> 남성용 화장품의 유형과 품목

유형	품목
방향용 제품류	코롱, 향수, 향낭, 분말류
두발용 제품류	헤어컨디셔너 토닉, 헤어그루밍 에이드, 헤어 스프레이, 헤어무스, 샴푸, 린스, 파마웨이브 세트, 헤어 스트레이트너
면도용 제품류	에스터 웨이브 로션, 남성용 탈콤파우더, 수렴 유연제, 웨이브 로션, 웨이브 크림
기초 화장품 제품류	크림, 로션, 에센스, 스킨 라이트너 및 스킨 프레쉬 팩
기능성 화장품 제품류	각질제거, 피지조절크림, 미백 에센스, 모공관리 세럼, 아이크림, 주름개선·탄력강화제품, 눈가 전용팩
색조 화장품 제품류	컬러로션, 파우더

국내 남성 화장품 시장은 주간신문 CMN이 화장품 전문점 지수 분석 업체인 코마스와 공동으로 진행한 2004년 남성 화장품 베스트 브랜드 조사에 따른 결과를 통해 태평양의 미래과와 오딧세이, LG생활건강의 보닌, 소망화장품의 꽃을 든 남자 이모션 등이 시장을 이끌고 있는 것으로 평가되고 2006년 4월 현재 국내 화장품업체의 남성 화장품 브랜드는 <표 2>와 같다.

<표 2> 국내 화장품업체의 남성 화장품의 브랜드

업체	브랜드	업체	브랜드
태평양	헤라포맨	LG 생활건강	보닌
	오딧세이		이자녹스 옴므
	미래파		오휘포맨
	아이오페 옴므		레렘
	이니스프리		
소망화장품	꽃을 든 남자	코리아나	아스트라
	에소르		디벨로
	프라임 블루감		오르시아 옴므
	다나한 포맨		지베크
	로브		이브로세
	이모션		레미트 포맨
	뷰티크레딧		코리아나 포맨
	천지수		
한불	ICS	한국	오션 포맨
	아이디		젠스마일
	코랑스		체스 더 스타일
엔프라니	덴하버	로제	까피텐
	페라루크		시세리아
	스팅		마자린
	엔프라니 옴므		마자린 셀 리뉴어
보브	보브	더 페이스 샵	더 페이스 샵
모라비또	모라비또		

참존	탑뉴스 알바트로스	스킨푸드	중건성 제품류
	라야		지복합성 제품류
	플래지엄 포맨		스페셜 제품류
	스카이 맨		남성바디
	리파인내추럴 포맨		피지, 모공
	참존		
나드리	케니스 크루	Able C&C (미샤)	플라워 포맨
	딘클라우		DSW 음므
	로이앤섬		프라임 음므
	헤르본 뿌르 음므		포맨
	레오나르		옥용산 부용
	나그		



<그림 12> 남성 화장품의 종류

(출처 : <http://imagebingo.naver.com>)

남성화장의 가장 기초가 되는 스킨, 로션이 전체 남성화장품 제품군에서 높은 비율을 차지하고 있고 에센스와 팩, 마스크, 폼 클렌저, 컬러로션은 사용율의 증가로 인하여 이 제품의 구성비가 커지고 있다. 향후 기능성 기초 제품 중 모공 수축, 피지조절, 주름, 탄력 기능, 미백 기능의 제품들이 늘어날 것이고, 기능성 외의 기초 제품으로는 스킨과 로션이 하나로 합쳐진 제품인 수더에 대한 니즈(Needs)가 높아질 것이다. 반면 남성 한방 화장품과 색조 제품에 대한 니즈는 아직까지는 미흡하지만 소망 화장품의 컬러로션의 히트로 보았을 때 자연스런 연출의 색조제품의 니즈는 상승할 것으로 예상된다. 또한 야외 활동이 잦고 땀을 많이 흘리는 남성이므로 자외선차단제인 선크림과 암냄새를 제거해 주는 테오드란트에 대한 니즈가 높아질 것이며, 바디와 헤어 시장도 제품이 다양해지고 커질 것이다.

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 질적 연구방법

질적 연구는 사회과학에서 비교적 최근에 주목받고 있는 연구방법으로서 현장연구(field research), 자연주의적 연구(naturalistic research), 문화기술적 연구(ethnography research), 사례연구(case study), 참여관찰(participant observation), 민속방법론(ethnomethodology) 등의 여러 가지 연구방법들을 포함하는 일반적 용어이다. 여컨대, 인류학자들과 사회학자들이 주로 사용하는 현장연구라는 용어는 실험실이나 통제된 환경과는 대조되는 현장에서 직접 자료가 수집되는 데서 비롯되었으며, 자연주의적 연구란 연구자 자신이 관심을 가지고 있는 사건이 자연스럽게 일어나는 바로 그 장소에서 연구대상자의 자연스러운 일상사를 연구하는 데 주 관심을 두는 것에서 기인된 용어이다.

질적 연구는 인간행동의 주관적인 관점을 강조하는 현상학에 주된 이론적 토대를 갖고 있으나, 그 이외에도 해석학, 상징적 상호작용론, 민속방법론, 포스트모더니즘, 사회조직과 문화 등의 다양한 철학적 및 사회학적 관점에 이론적 토대를 두고 있다. 따라서 질적 연구의 개념은 다양하게 정의될 수 있으나 대부분의 질적 연구자들은 문화를 심층적으로 기술하는 연구라고 정의하는 데 동의하며, 질적 연구를 손상되지 않은 문화적 장면이나 집단에 대한 재구성화 작업으로서 연구대상자의 신념, 관습, 민속적 지식, 행동 등을 재구성화 하는 것이라고 정의하였다. 또한 질적 연구의 목적을 연구대상자의 삶에 대한 관점, 태도 및 비전을 파악하는 것이라고 하였으며, 질적 연구의 필요성은 인간에 대한 이해와 인간에 대한 봉사에 있다고 지적했다. 즉 인간을 이해하고자 하는 질적 연구는 특정 문화를 자세히 기술하고 소개하며 경험적 자료에 토대를 둔 기초이론을 개발하고 현대사회의 복합적 특징과 인간행동을 이해하는 데 도움을 줄 수 있다는 것이다. 또한 질적 연구는 연구대상자의 요구나 관심을



고려하여 연구주제를 선정하거나 사회문제 해결에 도움을 줄 수 있는 연구를 수행함으로써 인간에 대한 봉사를 할 수 있다고 하였다.<sup>27)</sup>

질적 연구를 수행하는 데는 여러 가지 방법이 있을 수 있지만 질적 연구에서는 연구자가 탐구대상의 삶에 가능하면 완벽하면서도 자연스럽게 뛰어들 것을 요구한다. 또 질적 연구는 장기간의 참여 하에 연구자의 존재 그 자체가 자연적 조건이 될 것을 요구한다. 연구자는 사람들이 말하는 것을 듣고 그들이 행하는 것을 관찰하고 필요하다면 그들에게 질문을 하고 가능하면 언제나 그들의 활동에 참여한다. 또한 연구자는 문서화된 정책과 기록, 프로그램의 설명서, 사진과 기타 유사한 물건들을 분석하기도 한다.

질적 현장연구는 현장사태에의 집중적이며 장기간에 걸친 참여, 현장노트와 면접노트의 작성과 이와는 종류가 다른 증거가 될 만한 문서 즉, 메모, 학교기록, 학업의 실례, 오디오테이프, 비디오테이프 수집을 통해 그 현장사태에서 발생한 일을 세밀하게 기록하는 것, 그 현장사태에서 얻은 문서기록에 대한 분석적 숙고, 상세한 설명, 인터뷰에서의 직접인용, 해석적 논평 등을 통한 결과의 보고 등이 포함된다. 질적 연구를 위와 같이 수행하려면 현실사태에서 일어나는 일상적 사건들을 주목해서 기술하고 이 사건에 관련된 사람들의 입장에서 그리고 그 사건의 중요성을 확인해 보는 과정에서 남달리 철저하고 내성적인 노력이 있어야 한다.<sup>28)</sup>

질적 연구는 여러 관점이나 각도에서 조망될 수 있다. 그 중 한 가지 관점은 연구의 대상을 한사람으로 하는 사례연구이나, 대상을 여러 사람으로 하는 복합대상 연구이나, 아니면 장소연구이나 하는 것이다.

사례연구는 연구자가 단 하나의 사람, 장면, 상황, 사건 또는 문서의 묶음을 자세히 검토하는 것을 말한다. 사례연구는 복합 장소/대상 연구의 경우보다 일반적으로 수행하기가 더 용이하고 필요한 자료의 양도 더 적다. 복합 장소/

---

27) 김윤옥 외 공저(1996), 『교육연구를 위한 질적 연구방법과 설계』, 문음사, pp.9~10.

28) S.Stainback · W.Stainback, 김병하 역(1992), 『질적연구의 이해와 실천』, 도서출판 특수교육, pp.9~10.

대상 연구는 여러 가지 장면, 사람, 사건 또는 여러 집단의 문서를 자세히 검토하는 것을 말한다. 이 방법은 많은 장소나 사람이 그 속에 관련되어 있기 때문에 사례연구 보다 훨씬 더 복잡하고, 단순한 기술 보다는 좀 더 이론개발 지향적이다. 대부분의 질적 연구는 아마 그 복잡성에 있어 규모가 작은 사례 연구와 규모가 큰 복합 대상/장소 연구 사이의 어느 지점에 그 위치를 차지할 것이다.

또한 질적 탐구는 역사적 관점과 동시대적 관점 중 어느 하나에 초점을 맞출 수 있다. 동시대적 관점은 현재의 관점이 포함되고 역사적 관점에는 과거의 한 시대나 과거의 어떤 시점에서 현재의 관점까지 그리고 현재의 시점을 포함한 진보적 변화에 관심을 기울인다. 그러나 역사적 관점이 포함된 연구의 수행 가능성은 그 연구에 관련된 질 좋은 자료 원천을 어느 정도 이용할 수 있느냐에 달려 있다. 믿을만한 연구 작업의 수행을 위해 현존기록과 또는 과거의 사건, 사람과 어느 정도 관련성을 가진 사람들과 인터뷰할 수 있는 기회 등과 같은 자료의 원천을 충분히 참작해야 한다.

질적 연구방법은 일반적으로 개방적인 심층면접(open-ended interviews), 직접관찰(direct observation), 문서활용(written documents)의 세 가지로 구분되며 이들 방법 가운데 두 가지 이상을 결합해서 사용할 수도 있다.

질적 연구에서 참여관찰과 심층면접이 가장 보편적으로 사용되는 자료수집 방법인데 두 가지를 결합해서 자주 사용한다. 참여관찰에서 연구자는 탐구대상의 생활과 자연적 사태에 뛰어들어 참여하고 그들이 말하고 행하는 것에 관한 자료를 체계적이면서 눈에 띄지 않게 수집한다. 심층면접 연구에서 연구자는 비구조적이며 개방적인 면접을 수행하여 그들 자신의 말로 표현된 자신의 삶, 경험 또는 상황에 대한 사람들의 관점을 이해하고자 한다.

참여관찰과 심층면접 다음으로 사용되는 자료수집 방법은 문서수집과 사진/비디오테이프 자료이다. 문서수집에서 연구자는 종종 신문기사, 사진, 비디오테이프, 필름, 책, 잡지기사, 편지, 일기, 메모, 공식기록 등 인간의 행동과 지각을 이해할 수 있는 자료면 무엇이든 수집하여 분석한다. 문서수집 및 분석

은 동시대적 연구에서는 보충적 정보를 수집하기 위해 사용되지만 역사적 연구에서는 주된 자료수집방법이다.

마지막으로 사진이나 오디오·비디오테이프라는 매체를 통한 자료수집이 또한 질적 연구의 중요한 자료수집 방법이 되고 있다. 사진과 테이프는 기술적 정보를 아주 인상적으로 제공해 줄 수 있다. 그러나 사진과 테이프가 참여자의 지각과 행위에 대한 연구자의 이해를 간접하여 연구자와 참여자를 멀어지게 하지 않도록 주의해야 한다. 다른 유형의 질적 연구에는 미시민속학연구, 민속방법론, 민속기술학연구 등이 포함된다.

질적 접근 방법을 강조하는 이유로 첫째, 기존의 양적 연구는 전통적으로 중요하다고 간주해온 가치문제와 같은 실천의 핵심적인 요소를 등한시하고 조사연구의 대상을 측정 가능한 요소로 한정하고 있기 때문에 연구의 대상을 의도적으로 축소 또는 왜곡시킬 수 있다. 둘째, 양적조사 방법은 기계적으로 통제된 상황에서 이루어진 관찰을 근거로 조사의 결과를 제시하므로 이러한 조사 결과가 자연스러운 실천현장에서 적용되어 일반화되기는 어렵다. 셋째, 조사자가 가치중립적으로 연구대상을 객관적으로 관찰해야 하나 조사자의 주관 이 개입될 수 있으며 연구대상자의 주관성도 완전히 배제할 수 없다는 점이 며, 양적 연구는 제한된 경험지표로 많은 사람들의 경험을 범주화하는 경향이 있으며 통계적이고 환원적인 절차들은 연구의 맥락을 선택적으로 간과하는 점 들로 질적인 방법을 활용하거나 질적 방법과 양적인 방법을 결합함으로써 이 러한 단점을 극복할 수 있다고 제시한다.<sup>29)</sup>

본 연구에서는 위와 같은 이유를 근거로 질적 연구방법을 선택하였으며, 그 중 심층면접 방법을 통하여 면접에 참가한 개개인의 경험과 의견, 느낌, 지식을 직접 인용하여 남성의 화장문화를 살펴볼 것이다. 본 연구 문제는 다음과 같다.

첫째, 남성 화장의 실태는 어떠한가?

둘째, 남성 화장의 목적은 무엇인가?

---

29) S.Stainback · W.Stainback, 김병하 역, 전개서, pp.33~36.

셋째, 남성 화장의 의미는 무엇인가?

넷째, 남성 화장의 상황적 요인은 무엇인가?

다섯째, 남성 화장의 배경은 무엇인가?

## 2. 연구대상자 및 절차

본 연구에서는 다음과 같은 조건을 충족시키는 대상자를 선정하였다.

첫째, 본 연구의 목적이 질적 연구를 통해 알아보는 남성 화장이기 때문에 연구 대상자는 평소 외모와 화장에 어느 정도 관심이 있고 화장을 해본 적이 있는 남성이어야 한다.

둘째, 20~30대의 남성을 선정하였다. 이는 현재 우리나라 사회에서 과거의 고정관념적인 남성의 권위, 여성의 복종이라는 성적인 역할에서 벗어나 개개인의 능력이나 취미 등에 따라 역할을 구별 짓는 새로운 남녀 역할의 변화에 민감한 세대라고 생각했고 라이프스타일 및 화장에 대한 현대 유행을 이끌어 가며 다른 세대보다는 활발한 화장활동을 하는 세대라고 생각했기 때문이다.

셋째, 특정 거주지를 비롯하여 직업이나 학력, 소득 등에 제한 없이 선정하였다. 본 연구에서는 연구 대상자의 다양한 삶의 방식과 가치관을 인정하고 의견을 모으는데 중점을 두었기 때문이다.

위의 조건을 충족시키는 연구 대상으로 평소 외모와 화장에 어느정도 관심이 있고 화장을 해 본적이 있는 남성으로서, 서울에 거주하는 20~30대의 대학생과 직장인 8명을 심층면접을 통해 자료를 수집하였고 면접은 2006년 3월 21일부터 2006년 4월 6일까지 시행되었다.

<표 3> 면접대상자 목록

사례	이름	연령	직업	결혼 유무	화장 경험 유형
1	조○○	27	대학생	미혼	어머니와 누나의 영향을 받음. 여자친구와 함께 피부관리실 이용.
2	신○○	30	화장품 매장 직원	미혼	연극배우를 하면서 화장을 접함. 현재 직업적인 이유로 화장을 하고 타 인에게 영향을 주는 위치에 있음.
3	안○○	33	뮤직비디오 · CF 연출	미혼	부모님으로부터 자연스럽게 화장을 접 하고 자유로운 생활과 성격, 직업으로 화장을 즐김.
4	김○○	28	악기 연주자	미혼	직업적인 이유로 화장을 자주 접함. 누나들과 여자 동기들에게서 영향을 받음.
5	장○○	20	대학생	미혼	화장에 대한 관심은 많으나 적극성이 부족함. 잡지를 통한 지식 습득이 많음.
6	심○○	20	대학생	미혼	대학생이 되면서 화장에 대한 관심이 부쩍 늘고 스스로 찾아서 하게 됨. 헤어샵 및 피부관리실을 자주 이용함.
7	김○○	26	프리랜서	미혼	스킨케어 목적으로 화장에 관심을 갖 게 되었고 전문적인 교육도 받았음.
8	이○○	25	대학생	미혼	화장에 대한 관심은 패션에 대한 관심 으로부터 시작, 스킨케어 및 제품에 관한 정보는 스스 로 찾거나 친구와 공유함.

### 3. 면접방법

연구 방법은 심층면접을 적용하였으며 면접 장소와 시간은 대상자가 편안하  
게 인식할 수 있는 곳과 시간을 우선적으로 고려하여 정하였다. 면접 장소는  
면접자가 직접 선택하였으며 편의에 따라 패밀리 레스토랑, 대학교 강의실, 커

피습에서 실시되었다.

인터뷰 방법은 1:1로 면접하였으며 면접 과정을 녹음하는 방법을 활용하였다. 녹음은 대상자의 응답을 완전하고도 정확하게 보존해줌으로써 조사자의 회상이나 요약기록에 비해 자료의 신뢰성을 높여줄 수 있는 방법이다. 면접이 진행되는 동안 특징적인 사항들은 면접자에 대한 정확한 이해를 위해 따로 메모를 해두었다. 녹음된 면접내용은 그대로 필사본으로 만들어 분석에 이용하였다.

#### 4. 자료분석

자료정리와 분석은 첫째, 수집된 자료 정리하기 및 조직하기, 둘째, 자료 다시 읽기, 셋째, 자료를 다룰 수 있는 부분으로 나누기, 넷째, 부분으로 나누어 비교·대조하기, 다섯째, 관계를 찾아서 부분을 그룹화하기, 여섯째, 규칙, 주제, 양상 인식 및 서술하기, 일곱째, 해석하고 의미 찾기의 순서<sup>30)</sup>로 진행하였다.

본 연구에서는 각각의 면접에서 녹음된 내용을 전부 필사한 후 수차례에 걸쳐 정독하고 연구목적에 맞는 내용들을 골라 메모하면서 정리·분석 하였다.

---

30) 이희봉(1993), 『문화연구를 위한 참여관찰방법』, 대한교과서주식회사, pp.198~246.

## IV. 연구결과 및 해석

남성 화장을 이해하기 위하여 연구 대상자들과의 면접을 통해 남성 화장의 실태, 목적, 의미, 상황적 요인에 대해 알아보았고 이를 통해 남성이 화장을 하게 된 배경이 무엇인지를 분석하였다.

### 1. 남성 화장의 실태

#### 1) 폼 클렌저(foam cleanser)의 사용

주로 사용하는 세안방법은 폼 클렌저를 이용한 클렌징이다. 면담자 모두 기본적으로 폼 클렌저를 사용한 세안방법을 택하고 있고 비누와 같은 세안효과를 비롯하여 각질제거나 피지제거용의 기능성에 의미를 두고 사용하기도 한다. 남성들은 비누를 사용하는 것보다 폼 클렌저를 이용하는 것이 기능적인 부분에 있어 효과가 크다고 생각한다. 또한 스크럽 효과를 볼 수 있는 제품도 사용한다.

대기오염 등으로 피부 깊숙이 침투한 노폐물과 세안 후 피부 표면에 남아있는 먼지 등의 불순물을 제거해주는 역할과 마사지의 효과를 극대화시키기 위한 피부 손질의 기초 단계로 딥 클렌징이 필요하며 오일이나 크림, 폼 클렌저 등 피부 타입에 맞는 다양한 제품을 선택 및 사용이 필요하다.

*일단 스크럽은 일주일에 두 번정도 하는데, 스크럽이라는 것은 나같은 경우는 처음이야 처음인데, 세안뿐만 아니라 클렌징 단계에서부터 같이 사용을 해 나는. (중략) 일단 아침에 세안. 폼을 사용해. (사례 2)*

일본 게츠비에서 만드는데서 맨담이라고 있어. 우리나라는 없는데...  
그거 맨솔... 맨솔 세안제가 있어. 맨솔 세안제는 너무너무 시원하거든.  
기분 삭 좋아지고... 맨솔인데 그것도... 알갱이 들어있는... 스크럽 들어  
있는 것도 있는데... (사례 3)

저는 폼 클렌저 같은거 안 쓰잖아요, 하루라도 안 쓰잖아요. 그러면  
얼굴 벗겨지고 피지 다 보이고 이래가지고 폼 클렌저만 안 써도 그러  
더라고요. (사례 5)

남자도 폼 클렌저 써요. 그리고 화장을 지우기 위해서가 아니고 모  
공이나 뭐 그런거 깨끗하게 하기 위해서 나오는 게 있잖아요. 여자제  
품을 쓰는데... 집에 두개가 같이 있긴 있는데... 남자는 피지가 많아서  
그런지 피지에 대해서 정의가 확실하게 내려져 있어요. 너무 피곤하고  
어떤데 갔다 왔다 하면은 이게 비누로 안 저요. 난 그래. 안지니까 이  
걸 쓰고 비누 쓸 땐 쓰는데 비누 써요. 두개 막 섞어 쓰는데... (사례  
7)

세안은 클렌징 폼 쓰고... 뭐... 녹차세안 같은 거는 저녁에 보통 샤워  
할 때 시간 많을 때 물 우려내고 그렇게 하고 아침에는 바쁘니까 클  
렌징 폼하고 가끔 스크럽하고... (중략) 폼은 대학교 들어와서 쓰고...  
(사례 8)

## 2) 스킨, 로션의 기초제품

세안을 한 후에 피부 타입에 맞는 스킨과 로션을 사용한다. 데이, 나이트용  
제품을 따로 사용하기도 하며 피부 상태에 따라 크림, 에센스, 기능성 제품류  
를 사용한다. 스킨, 로션 세트로 간편일률적이었던 남성화장품의 종류도 콜라



젠과 코엔자임 성분으로 주름진 피부를 개선하는 제품에서부터 모공관리제와 미백제, 노화를 방지하는 제품까지 다양하다.

*일단 아침에 세안. 폼을 사용해. 건조해진 피부를 미스트. 뿌리는 걸로 피부를 진정시킨 다음에. 화이트닝 라인으로 스킨 로션을 같이 발라. 바른 다음에 데이 로션 발라주고. 아침 밤 틀리겠지만... 로션 발라주고. (사례 2)*

*우선 폼으로 세안하고 찬물로 다시, 미지근한 물로 했다가 찬물로 하고 스킨 로션, 대부분 스킨 로션... (사례 4)*

*밖에 나갈 때는 스킨 로션 있는데 아침저녁 저녁꺼랑 다른거 쓰고 그리고 아침에 나갈 때는 피지 억제하는 거 있거든요. 피지 때문에 여드름 같은 거 생기기 때문에 피지 억제하는 거 쓰고. (사례 6)*

### 3) 기능성 제품과 팩의 사용

세안 후 바르는 스킨과 로션은 기본이고 여자들이 바르는 것으로만 여겨졌던 에센스, 미백제품 및 팩도 남성들에게 필수 아이템이 되었다. 하얗고 투명한 피부 톤을 만들어 줌은 물론 수분공급 및 피지조절까지 한번에 해결하는 제품이 단순 스킨 제품보다 소비가 늘고 증가하고 있다.

미백제품이나 기능성 제품류는 특별히 사용하는 것보다 피부 상태에 따라 관리해주는 개념으로 사용하며 본인이 구입해서 사용하는 경우도 있지만 주로 엄마와 누나의 제품을 사용하는 경우가 많았다. 그리고 팩은 일주일에 1~2회 정도 사용하며 남성용 팩 제품과 손쉽게 사용할 수 있는 시트형 제품으로 종류가 다양해지고 구입하는 경로 또한 쉬워지면서 사용하는 횟수가 늘어나고 있다.

따로 관리하기 위해서 하는 미백제품 기능성 제품 주름이나... 화이트닝은 잘 안 쓰는데 가끔씩 누나꺼 빌려서 쓰죠. (사례 1)

저는 처음에 폼하고... 한 다음에 팩은 일주일에 두 번씩 하구요. 술 먹은 다음날은 꼭 팩 해야 되요 올라오니까. (사례 6)

팩은 일주일에 한번 정도? 시트팩 같은 거, 페이스오프... 그런 거. (사례 8)

#### 4) 메이크업 베이스, 컬러로션과 파우더 등의 색조제품

남성용 화장품이란 90년대 중반까지만 하더라도 샤워 후 사용하는 스킨과 로션이 전부라고 해도 과언이 아니었다. 90년대 후반 꽃미남 축구선수 안정환을 내세운 CF로 사람들에게 그 이름을 알린 남성용 화장품 '꽃을 든 남자'의 경우 남성 화장품시장에 변화를 불러일으켰다. '꽃을 든 남자 컬러로션'의 CF에서는 안정환과 김재원의 얼굴이 동시에 클로즈업되고 컬러로션이 가운데 위치하는데 이것은 컬러로션의 공유를 의미하고 좋은 피부의 공유를 의미하는 것이다. 일반 로션의 소유로 인한 티 있는 피부의 소유자였던 김재원은 로션을 부정하지만 컬러로션을 긍정하면서 안정환처럼 '장난이 아닌 피부'를 소유하게 된다. 이제는 남자들도 좋은 피부를 가진 남자를 질투하기 시작했고 그 중심에 화장품이 자리 잡고 있다. 컬러로션의 출시에 이제는 남자도 검게 그을린 피부보다 희고 깨끗한 피부를 선호하게 됐고 보다 나은 이미지를 위해 사용하게 된 것이다. 그러나 남자들은 컬러로션을 화장품의 개념이 아니라 로션의 개념으로 생각하고 있으며 단지 피부를 뽐양게 해주는 기능을 갖고 있는 로션이라고 생각하고 로션과 컬러로션의 구분 없이 하나만 사용하는 경우도 있다.

적당히 좋을 때는 바로 메이크업 베이스. 요즘 같은 경우에는 무조건 메이크업 베이스 뿐 아니라 두 가지 기능이 같이 하는 제품이 많단말야. 특히 요즘 같은 봄 가을 같은 경우에는 SFP 기능이 필수적이라는거지. 두 가지 기능이 있는 제품을 같이 써주고. 피부를 더 윤기나 보이기 위해서 펄 제품을 사용하기도 해. 육안상 보이는 반짝임이 아니기 때문에. 펄제품을 사용해서 살짝 발라주고 바로 외출. (사례 2)

가끔 그럴 땐 있어. 칩스틱 같은 거를 약간 색깔 들어가 있는걸 사 놓을 땐 있어. 왜냐면 겨울 같은 때 남들이 힘없어 보이면 안 되니까. 일부러 그걸 필요로 할 때가 있어. 일부러 살짝... 왜냐면 핏기 있어 보 이려고. 아무리 힘들어도 힘들어 보이면 안 되는 역할이기 때문에. 그럴 땐 있고... 여자친구가 있으면 여자친구꺼 뺏어서 쓸 때도 있겠지. 무작정 그냥... (사례 3)

특별한 날 공연같은거 있는 날은 컬러로션 파우더 그 정도? (사례 4)

어디 누구 처음 만나거나 할 때는 어찌다가 컬러로션 쓸 때도 있고. (사례 6)

칼라로션이라고 로션처럼 들어가는데 저는 두개 다 써요 보통 친구 들은 그거 하나만 쓸거예요. 나는 가끔씩... 자주는 안하는데... (사례 7)

## 5) 헤어샴 이용

뷰티 사업이 꼭 여성만을 겨냥하는 것은 아니다. 남자도 외모를 중시하는 사회풍토가 형성되면서 남성들도 뷰티 사업의 새로운 소비자로 등장하고 있

다. 여성 전용 공간으로 여겨지던 미용실, 네일아트, 피부관리숍에 앉아 있는 남성들도 어렵지 않게 볼 수 있고 남성용 기능 화장품과 액세서리, 향수만을 취급하는 남성 전용 쇼핑몰도 등장했다. 뷰티숍 전체 고객 중 남성 고객 비중이 10~20%에 달한다는 것이 업계 분석이며 이러한 추세에 따라 요즘은 아예 남성 전용 뷰티숍이 등장하고 남성을 위한 서비스를 강화하는 뷰티숍이 늘어나고 있다.

남자들은 2주~한 달 간격으로 미용실을 이용하며 여자들이 주로 지정 디자이너를 통해 원하는 스타일로 관리 받기 위해 가는 것과는 달리 길고 지지분한 머리카락을 정리하러 가며 스타일을 내기 위해 헤어샵을 이용하는 것은 최근의 변화이고, 저렴한 가격의 체인점을 이용한 후 고객들의 스타일이 똑같고 변화가 없다는 이유로 고가의 헤어샵을 이용하기도 한다. 남성들은 커트, 파마를 주로 하지만 두피관리나 헤어트리트먼트의 기능성 관리를 받기도 하며 남성 전용 미용실도 탈모와 비듬 치유 기능을 첨가한 기능성 커트와 스킨링 커트 등 다양한 기능성 커트를 추가하고 헤어케어 서비스를 도입하는 등 고객만족 극대화를 위해 노력하고 있다.

*헤어샵은 한달에 한번가고, 피부미용실은 두 번 가봤어요. 스킨케어 5000. (사례 1)*

*헤어샵은... 요즘은 머리를 기르는 중이라 6개월에 한번 가나... 그 전에는 나는 그래도 한 달에 한번 두 달에 한번. (사례 3)*

*미용실? 한 달에 한번... 머리아 잘라줘야 하는 거고. 무대에 서야하니깐. (사례 4)*

*저도 머리 자르러는 한 달... 그 정도로 가고...(사례 5)*

두세 달에 한번? 폼이나 커트나 아니면 모공관리... 모근을... 과마를  
전 자주 하거든요. 그래서 그런 거... (사례 6)

피부관리샵은 안 가는데 헤어샵은 가요. 요즘엔 자주 안 가는데 한  
달, 두 달에 한번 정도?(사례 7)

## 6) 피부 관리실 이용

남성들이 피부 관리실에 출입하게 된 것은 최근 몇 년 사이의 일이다. 아직도 남자가 피부관리를 받는다는 것을 부끄러워하는 하는 사람은 많고 아내나 여자친구와 함께 관리실을 찾는 남성이 많은 것도 그런 이유이다.

피부 관리실 이용에 있어서는 보통 여자가 가는 곳, 가기 민망한 곳이라는 아직 보수적인 면이 드러났지만 한번 받아본 남성은 다시 솥을 찾는 비율이 높아지며, 기회가 되고 시간과 돈이 허락한다면 꾸준한 관리를 받고 싶다고 한다. 연구 결과 전문적인 피부관리에 관심을 가지고 있는 것으로 보이고 관리 받을 필요성은 느끼고 있지만 피부 관리샵을 찾는 일에는 아직은 소극적인 남성들의 심리가 보여진다.

요즘은 거리에서 저가형 피부 관리점을 많이 볼 수 있고 대표적으로 '이지은 레드클럽'으로 잘 알려진 케이에스엔비는 남성 전용 토털 뷰티숍 '이명훈 보스클럽'으로 프랜차이즈 사업을 시작했으며 퇴폐 서비스가 아니라 고품격 서비스를 원하는 고객을 타깃으로 피로 해소에 도움이 되는 스포츠 마사지와 얼굴관리 서비스를 한다. 남성을 타깃으로 하는 산업의 등장과 발전은 남성 화장문화에 대한 시각이 긍정적으로 바뀌고 있음을 보여주며 앞으로는 많은 남성들이 이용할 것으로 보인다.

피부관리실은... 옛날에는 좀 갔었어. 20대 초반에는 썬텐하러도 갔었  
다니까. 썬텐 쿠폰도 끊었다니까. (사례 3)

피부관리실 이런데는 가고 싶은데 굴뚝같은데... 시간도 안 되고 돈도 많이 들고 그러니까 안가게 되더라고요. 강원도 내려가면 고향에 내려가면 친척 이모나 누나 피부 맞사지하고 이럴 때 옆에서 따라서... 그렇게 몇 번... (사례 5)

피부관리샵에 안가는 대신 집에서 관리를... 돈이 없으니까요... 아직 학생이다 보니까... 있으면 같지 몰라요. (사례 7)

## 7) 헤어스타일링 제품

샴푸와 린스로 머리를 감은 후 드라이를 하고 스타일링을 위해서 주로 사용하는 것은 왁스이며 바람머리, 율프스타일 등 일본 스타일의 열풍으로 헤어왁스를 사용하는 사람이 늘고 있다. 헤어왁스는 오일성분을 함유하고 있어 머리 카락에 자연스러운 코팅효과를 주기도 한다. 왁스도 다양한 종류가 있고 사용법에도 조금씩 차이가 있지만 드라이를 한 마른 머리에 사용해 주는 방법으로 스타일도 편하고 지속성도 높일 수 있어 많은 사람들이 사용하고 있다.

헤어는 왁스지... 왁스엔 요즘엔 드래드를 하려고 머리를 기르는 중이라... (사례 3)

헤어 같은 거 샴푸 린스 그 다음에 컨디셔너 그런 건 잘 안하고 대부분이 왁스, 드라이하고 왁스 바르는 정도. (사례 4)

머리는 컨디셔너까지. 처음에 샴푸하고 린스종류 한 다음에 말리고 컨디셔너 쓰고 그리고 왁스하고... (사례 6)

## 8) 향수와 액세서리

최근에 실시되었던 여은아(2004)의 연구에서는 향수제품에 대한 사용 이유로 방취용, 자신의 즐거움, 타인에게 좋은 이미지를 전달하기 위해서라고 하였다. 또한 향수의 심리적 기능으로는 자신의 이미지와 정체성을 표현하는 수단이자 메시지 전달 수단으로 다수의 소비자들이 향수를 하나의 중요한 비언어적 커뮤니케이션 도구로서 활용하며 자신의 느낌, 이미지, 기분 등을 전달하는 신호로 사용하고 있음을 보여준다.<sup>31)</sup> 면담자들의 경우도 자신의 개성표현과 전체적인 조화를 위해 화장의 마무리 단계로 향수와 액세서리를 사용하고 있지만 상황에 따라 다르다고 말하기도 했다.

*특별히 좋아하는 거는 향수밖에 없는 것 같애. 특별히 상품을 확인하고 사는 건... (중략) 액세서리는... 요즘에 좋아해요. 목걸이하고 모자같은거는... 특별히 모자를 좋아해서. 모자는 많이 쓰는 편이고. (사례 1)*

*향수 중요하지. 향수도 보이지 않는 나만의 개성표현이야. 향수가 필수적이지. 안뿌리면은 깜박하고 다시 뿌리고 나가는 정도로... (중략) 예쁘다고 무조건 다 하는게 아니라. 전체적인 컷을 맞추는거지. 그렇잖아. 이런데는 검은색 찻는데(귀걸이를 말함) 목걸이는 너무 막... 금목걸이를 할 수는 없는 거고. 가죽소재가 들어갔는데도 불구하고, 너무 가죽을 위해서... 한군데만 너무 은은하게 드러나는 것도 안이쁜거고... 오늘 같은 경우도 목걸이를 이런 느낌으로, 발찌도 이런 느낌으로, 시계도 이런 느낌으로... (사례 2)*

---

31) 여은아(2004), “향수제품 소비 및 구매행동에 관한 탐색적 연구”, *대한가정학회지*, 42(9), pp. 177~193

향수 무지 좋아하지... 오늘도 내 가방에는 디오르 움므가 딱 들어  
있잖아. (사례 3)

액세서리는 그때 기분에 따라서... 저 같은 경우에는, 사람 기분이 그  
런 게 줌... 어떤 때는 되게 좋다가 어떤 때는 자기가 외소해 보이고  
자신감이 없고 그러면 역으로 더 끼는데, 반지도 하고 목걸이도 하고  
선글라스도 하고... 그때그때 기분에 따라서... 필요에 따라서 할 때도  
있고... 그때그때 기분에 따라서... (사례 8)

면담자들이 하고 있는 화장은 세안제 부터 기초 화장품, 기능성 제품 및 몇  
가지의 색조 화장품, 팩, 헤어스타일링 제품의 사용, 향수, 액세서리까지였다.  
공통적으로 사용하는 제품은 폼 클렌저, 스킨·로션의 기초제품, 선크림, 헤어  
왁스, 향수, 액세서리였고 에센스와 아이크림 등의 스킨케어 기능성 제품과 컬  
러로션, 파우더의 색조제품은 선택적으로 사용하고 있었다.(표 4)

세안시 사용하는 폼 클렌저의 경우 비누보다 많이 이용하고 각질제거나 피  
지조절용 제품으로 구입하며 향이 좋은 것을 선택하는 경향이 있었다. 스킨과  
로션은 기본적으로 사용하고 스킨케어 기능성 제품들은 자기 전이나 피부상태  
에 따라 사용하며 선크림은 외출 전 바르고 나간다. 컬러로션과 파우더의 색  
조제품의 경우 한번쯤은 사용한 경험은 있지만 꾸준히 사용하는 사람은 절반  
정도이고 앞으로 사용할 생각은 갖고 있었다. 향수와 액세서리의 경우 남성들  
에게 있어 빠질 수 없는 것으로 관리의 마무리 차원에서 자신에게 어울리고  
유행에 맞는 것들로 선택한다. 헤어샴은 2주일~한 달 간격으로 이용하고 일  
주일에 한두 번 정도는 하는 팩은 화장품 매장에서 쉽게 구할 수 있는 시트형  
팩을 사용하여 집에서 하며 피부관리샵 이용경험은 있지만 아직까지 정기적인  
이용은 어렵게 생각하고 있고 학생의 신분으로 돈이나 시간적인 면이 해결된  
다면 이용할 것이라는 의견도 있었다.



<표 4> 연구 대상자들의 평상시 화장 실태

	폼 클렌저	기초화장 (스킨 로션)	기능성 제품	팩	색조화장 (컬러로션 파우더 등)	향수	악세 서리	헤어샴	피부 관리실
사례 1	○	○	○	○		○	○	○	○
사례 2	○	○	○	○	○	○	○	○	
사례 3	○	○	○	○		○	○	○	○
사례 4	○	○	○	○	○	○	○	○	
사례 5	○	○	○	○		○	○	○	
사례 6	○	○	○	○	○	○	○	○	○
사례 7	○	○	○	○	○	○	○	○	
사례 8	○	○	○	○		○	○	○	

## 2. 남성 화장의 목적

### 1) 매력적이고 젊어 보이기 위해

여자든 남자든 외모가 경쟁력인 시대를 살고 있다. 대부분 자신의 나이보다 최소한 몇 살은 어려보이는 듯한 젊은 외모를 원한다. 아줌마보다는 미시로 불리고 싶어 하고 아저씨보다는 오빠로 칭해 주기를 기대한다. 최근 설문조사에서는 “멋있다”는 말보다 “어려 보인다”는 말을 더 듣기 좋아하는 사람이 많을 정도이다. 나이보다 어려 보이고 싶어 하는 동안 신드롬까지 확산되면서 이런 추세는 계속 이어질 것으로 보인다.

얼굴이 좀 삭았단 얘길 많이 듣는데... 어떻게 하든 만회는 해봐야 되겠고... 내가 찾아서 하자니 귀찮은데 옆에서 보니까 하고 있고... 겹사검사... 하고 나면 피부는 좀 좋아지는 것 같고. (사례 1)

남자도 그게 있는 것 같애. 좋을 때는 몰라. 나 같은 경우에는 나이가 좀 들면서... 느끼는 것 같애. (중략) 그리고 또 연예인들의 어떤, 나이에 비해서 되게 어려보이는... 남자 가수들도 그렇고... 과연 개네들은 어떻게 관리하기에 그렇게 됐을까... 그런 거에 대한 서적이라든지 다 볼 수 있는 부분이거든. 서적이든지 잡지라던지. 요즘 여성 브랜드에서 남성 화장품이 나오잖아. 남성 고객이 있다는 거거든. 언제부터 랑콤에서 남자화장품이 나오겠어. (사례 2)

## 2) 피부보호 차원에서

응답자들은 피부 트러블이 생기면서 자연스럽게 화장에 관심을 갖게 됐고 치료를 하면서 관리의 중요성과 함께 제품의 사용방법 등을 터득해 갔다. 자신의 피부타입에 맞는 제품을 선택하고 트러블을 해결할 수 있는 제품들을 사용하는 것으로부터 화장은 시작되었다.

선크림. 선크림부터 시작했던 것 같은데, 내가 피부가 되게 약했어. 그때 한창 여드름도 나고... 여드름 커버용이 아니고. 여드름도 막 나고 병원가서 이렇게 필링도 하고 여드름 때문에, 왜냐면 모공이 막혀있으니까... 그땐 모공이 막혀있으니까 한거야 근데 피부가 약해진거야 상대적으로 치료를 막 받다보니까. 가을 운동회 때 얼굴에 화상을 입었어 햇빛에... 그래서 붓대를 한 일주일동안 감고 다닌 적도 있었고 우산 쓰고 다녔어 치료받는 동안. 여자로 얘기하면 양산이지? 우산 쓰고 2주 동안 쓰고 다닌 적도 있었어. 그 다음부터 햇빛에 나가면 내 피부

를 챙겨야 된다 이게 있었거든. 그건 내 피부가 지저분해 지거나 아니면 뭐가 나는거를 감춰야 된다는거를 그때 알았던거고. 그 다음에 더 확실하게 됐거든. (사례 7)

전 대학 올라오면서요. 저도 피부 되게 좋았는데 술도 많이 먹게 되고 점점 얼굴에 트러블이 생기는거예요. 그전엔 그런 거 몰랐는데 보는 사람마다 피부가 안 좋고 그러니까 제 자신이 자신감이 없는거예요. 옛날에 비해서. 남 앞에 서고 그러는 게... 그 담부터는 되게 많이 이것저것 써보고 상담도 받고... 그랬어요. (사례 6)

사례 6의 경우 음주를 한 후로 얼굴에 트러블이 생기기 시작했고 대인적인 면에 있어 자신감이 없어지는 것을 알게 됐다고 한다. 그런 면을 없애기 위해 트러블 전용 제품을 사용하고 자가관리를 하며 정도가 심할 경우에는 피부 관리샵에 가서 관리를 받는다고 한다. 남자가 피부 관리샵에 가는 것이 어색하게 비춰지는 현실이기는 하지만 본인을 위해서는 관리 받아야 한다고 생각하고 있으며 관리 받는 횟수가 많아지고 피부 손상도가 좋아지는 것을 느낀 후부터는 상담을 받거나 다양한 제품을 알아보고 선택하는데 있어 자신감이 생겼다고 한다.

저는... 어렸을 때 피부 되게 좋았는데 여드름도 생기고 모공도 넓어지고 이러니까 저절로 그냥 스킨 쓰게 되고 로션 사서 쓰게 되고 그랬어요. (사례 5)

뽀루지 같은 게 나기 시작해가지고... 맨 처음에는 A솔루션을 맨 처음에 쓰기 시작했을거예요... 여드름에 좋다고... 쓰기 시작했다가 가라앉기 시작하면 그 다음부터는 다른 거 쓰고... (사례 8)

여드름은 우리 주변에서 흔히 볼 수 있는 피부질환으로 청소년기에 대부분 발생하며 대부분 여드름은 잠시 나타났다 사라지는 것으로 심각하게 여기지 않고 있지만 오늘날 피부 관리에 대한 관심과 중요성이 높아지면서 다양한 장소와 방법으로 치료가 이루어지고 있다. 사례 5와 사례 8의 경우도 여드름이 나기 시작했을 때 전용 제품을 사용하면서 손상된 부분을 치료하고 관리하게 되었다.

### 3) 이성에게 잘 보이기 위해

화장은 여성의 삶과 불가분의 관계를 띠고 있고 역사적인 변화와 여성의 지위에 따라서 그 의미를 달리해왔다. 예전에는 사회제도적으로 노동의 조건으로서 화장을 하고 남성의 성적인 대상으로 매력적으로 보이기 위해 여성이 화장을 했다. 이것은 가부장적이며 남성 중심적인 시각이 포함되어 있지만 사회가 변하고 여성의 사회진출이 많아지면서 문화가 바뀌게 되었고 이제는 외모 규범에 있어 여성만이 단순한 희생자가 아니라 남성에게도 동일하게 적용된다고 본다.

또한 이성에게 관심을 갖는 것이나 사랑을 받고자 하는 욕구는 당연한 것으로 이성에게 매력적으로 보이는 것은 이성관계에서 중요한 요소가 되는데, 아름답게 보이고 싶은 인간의 심리는 남성들에게도 적용되며 외모는 가꾸어야 할 대상으로 능력의 하나로서 아름다움이 요구되고 있다는 것을 알 수 있다.

*여성이 많이 사회에 진출을 하면서 여성성에 대한 인식도 바뀌고 여성이 쓰는 거에 대한 호기심도 생기기 시작을 한거고. 이제는 또 남성이 꾸미는 거의 90% 이상의 이유는 여자 때문이죠. 여자가 그렇게 원하는 거니까. 예전엔 여자가 몸 좋은 남자 좋아했으니까. 죽어라 운동하는 거야. 근데 이제는 내 여자친구 같은 경우도 피부 튼 것 같다고 수분크림 사줘야겠다고 만날 그래요. 자꾸 내 외모를 옆에서 신경을*

*쓰니까 내가 신경을 쓸 수밖에 없게 되네... 그런 것도 많이 작용을 하는 것 같아요. (사례 1)*

### 3. 남성 화장의 의미

선행연구와 관련서적들을 통해 화장의 의미들을 살펴보았을 때 화장은 자아 정체감 형성과 재구축의 의미에서 자신의 결점을 보충하고 자신감 회복과 자기 만족도의 상승, 개성추구, 이성에게 시각적인 매력을 발산하기 위해 한다는 즉, 개인적인 만족을 위해 한다는 것과 타인에게 더 좋은 인상을 주고 싶고 경쟁에서 살아남아 원만한 사회생활을 하기 위해 한다는 대인적인 면으로 나눌 수 있었다.

온라인 취업사이트 사람인(www.saramin.co.kr 대표 이정근)과 전문 헤드헌팅 서치펌 스카우트코리아(www.scoutkorea.co.kr)가 성인 남성 667명을 대상으로 설문을 실시한 결과 외모관리를 받고 싶은 이유로는 39%가 ‘자신감 회복’과 ‘자기만족’의 38.8% 그리고 남성들이 외모관리에 신경 쓰는 것에 대해서는 ‘일종의 자기관리이다.’ 54.6%, ‘자신감이 회복된다면 좋다.’ 29.8%로 긍정적인 응답이 많았다.<sup>32)</sup>

본 연구를 통해 알아본 남성 화장의 의미는 개인적으로 자기 만족을 위해 한다는 것과 이상형의 기준을 맞추기 위해 결점 부분을 보완하는 것으로서의 의미, 대의적으로 대인관계에서 자기관리, 자기 표현, 개성 추구하고 겉보여짐의 중요성으로 인해 남들에게 잘 보이기 위한 의미가 있었다.

#### 1) 자기 만족감 추구

*나에게 있어서 화장의 의미라고 하면은. 일단 처음엔 자기만족이고.*

---

32) 세계일보, “성인남 80.2% 외모관리 희망”(2005년 12월 23일).

이제는 더 이상 지저분한 게 싫어요. 나도 이제 좀 깔끔해지고 싶어요 라는. (중략) 근데 제일 큰 비중은 남보다는 내 스스로가 만족을 하고 싶어서. 내가 내 모습을 봤을 때 창피하지 않을 정도. (사례 1)

사례 1의 경우 스스로 깔끔한 이미지를 추구하고 그런 이미지를 통해 스스로 만족감을 느끼고 싶어 하는 것을 알 수 있다.

## 2) 자기 표현

요즘에는 개인 개인 하나가 하나의 상품의 개념이잖아요. 취직하기 위해서 나는 어떤 능력을 갖춰야 되고 어떻게 보여줘야 되고, 외적인 부분도 능력이고 그렇기 때문에 자기하기 나름이라고 생각하거든요. 그래서... 기초화장은 진짜 피부 쪽이고 색조도 그렇고 향수 같은 것도 그렇고... 자기 캐릭터를 표현하기 위해 사용하는 거니까. 자기를 표현하기 위해서...(사례 8)

사례 8의 경우 경영·마케팅을 전공하는 대학교 4학년생으로 능력을 중요시하는 사회로의 취업에 대한 부담감이 있고 스스로를 상품화 하려는 것이 보인다. 현재 처해있는 상황과 수용하는 주체의 가치관에 따라서 그 의미가 다른 것을 알 수 있다.

## 3) 결점 부분의 보완

화장을 하는 가장 큰 이유 중의 하나가 결점 감추기다. 즉 지배적인 문화가 규정하는 이상형이라고 규정하는 스타일로 만들기 위해서 화장하는 방식이다. 남성들은 상대방보다 우월해 보이고 싶은 심리와 특정한 규율을 통해 만들어 놓은 이상형의 기준에서 벗어날 경우 불안감을 느끼기도 하고 그것을 자신의

외적인 결함으로까지 생각한다. 그런 의미에서 결손 된 부분을 보완하는 방법으로 화장을 하며 디자이너 앙드레김은 방송 인터뷰에서 "남자가 화장을 하니 처음에는 의아해 하는 사람도 있었다. 하지만 내 자신의 결점을 알기에 그것을 커버하기 위해 화장을 한다"고 말하기도 했다.<sup>33)</sup>

*남자에게 있어서 화장의 의미는 똑같애... 자기가 더 우월하고 싶고... 내가 허리가 짧으면 허리가 길어 보이고 싶은 거고 다리가 짧으면 길어 보이고 싶은 거고... 똑같단말야... 흔히 생각하는 이상형을 내 스스로 맞추기 위해서 결손 된 부분을 보완하기 위해서 하는 거지. 간단해.  
(사례 3)*

#### 4) 타인에 대한 인상관리

사람은 그가 속한 사회환경 속에서 주관적으로 사회적인 미의 기준과 관점을 갖게 되고 구체적인 화장행동 역시 사회적, 시대적 흐름에 민감하게 영향을 받는다. 아름답고 깨끗한 느낌으로 자신을 꾸미는 것은 대체로 자신과 관계하고 있는 주위 사람들에게 보여주기 위한 것으로 화장을 하여 자신을 꾸미고 정돈하는 것은 상대방에 대한 배려와 관심의 의미로 사용되며 변화된 모습을 통해 변화된 나를 만들어 다른 사람으로부터 대접받고 싶어 하는 심리가 반영된 것이기도 하다. 공식적인 자리가 많아지면서 대인간의 신뢰도를 높이고 자신의 가치와 중요도를 높이기 위해 화장 스타일을 결정하고 행동하는 것이다. 위치가 학생이나 직장인이나에 따라 달라지기는 하지만 주위를 의식하며 보여주기 위한 화장을 시작하면서 자신의 스타일에 맞는 화장을 찾아가는 것이다.

*잘 보일려고. 결국에는 잘 보일려고. 어떤 핑계를 대도 결국에는 잘*

---

33) 스타뉴스, "앙드레김 30년 동안 화장해왔다"(2006년 5월 10일).

보일려고 하는 거야. 어쩔 수 없는 것 같애. 남을 신경 안 쓴다면 굳이 그렇게까지 안하거든 사람이. 내 살고 싶은 대로 살지. 귀찮게 한 시간 전부터 머리감고. 그런 거는 아니라고 봐요. 남한테 비춰지는 내 모습에 의해서 남들이 아 멋있다고 하길 바라는거일수도 있고. 그게 아닌 나 같은 스타일은 남들이 봤을 때 어 채 뭐야 하는 애긴 안들으려고 하는거일수도 있고. (사례 1)

화장을 하는 기본적인 이유는... 남자가 사회에 나갔을 때... 대외적인, 사람과 사람이 만났을 때 이미지를 좀 더 깔끔하게 보여주고 싶고... 뭔가 있어 보이고 싶고 깔끔하고 정리 정돈 된 모습. 아~ 그래도 저 사람 뭔가 있는 것 같애 그런... 보여주기 위해서... 컬러로션을 바른 다거나 액세서리 같은 거 하거나... 대외적인 게 가장 큰... (사례 4)

제 만족감 때문은 아니고 걸 보여짐.. 남한테 보여짐이 더... (사례 5)

저도요. 첫 이미지. 왜냐면 첫 이미지가, 사람이 솔직히 외적으로 딱 보잖아요. 앤 어떨겠구나. 이렇게... 만약에 거기서 딱 점수를 깎이거나 뭐 이렇게 안 좋다 생각되면 자기 장점이나 매력을 발산 못 한 상태에서 비춰지잖아요. 그래서 첫 이미지나, 솔직히 남한테 잘 보이기 위해서가 제일 크죠. 다른 사람들한테 보여지는 게 있으니까. (사례 6)

#### 4. 남자 화장의 상황적 요인

##### 1) 어머니와 여자형제, 이성친구, 동성친구들의 환경적 영향

우리나라 남성들의 경우 어머니와 여자형제, 이성친구, 동성친구들의 영향을



받아 화장을 자연스럽게 받아들인다. 기초를 제외한 기능성 제품이나 팩을 같이 쓰는 경우가 있고 옆에서 관리할 때 같이 하면서 여러 가지 제품과 방법들을 경험하고 있다. 제품을 구입할 때 역시 주변인의 영향을 받아 선택, 구매하기 때문에 의존도 역시 높으며 화장은 여자만 하는 것이 아니라 나도 하는 것이라는 인식이 높아지고 있다.

*아직까진 그런 거 안 쓰는데 가끔씩 누나꺼 빌려서 쓰죠. 누나의 영향을 많이 받죠. (팩도 일주일에 한번은 하잖아.) 그거야 누나 때문에 하는거지. 내가 스스로 찾아서 하진 않아. 내가 찾아서 하자니 귀찮은데 옆에서 보니까 하고 있고... (사례 1)*

*근데 이제는 내 여자친구 같은 경우도 피부 튼 것 같다고 수분크림 사줘야겠다고 만날 그래요. 자꾸 내 외모를 옆에서 신경을 쓰니까 내가 신경을 쓸 수밖에 없게 되네...그런 것도 많이 작용을 하는 것 같아요. (사례 1)*

*나는 스킨 로션이나 그런 거는 집에 누나들이 많으니까 그런 거는 자연스럽게 받아들였고. 누나들의 영향이, 자연스럽게 받아들였고. (사례 4)*

*저 같은 경우는 눈썹이라도 대칭이 맞는데 제 친구 한명은 대칭이 잘 안 맞는데 눈썹 다듬는 애들도 있고, 눈썹 좌우 대칭 맞춰서 보기 좋게 만드는 애도 있고. 여자친구가 있는데 개는, 여자친구도 챙겨주고 그러니까... 그 친구하고는 서로 선물사올 때, 외국 갔다가 면세점 갔다 오면 에센스 사다주고 향수 사다주고, 그 친구가 이번 겨울에 싱가포르에 갔다 왔는데, 아이 에센스를 사갖고 와서 나한테 쓰라고 주고.(사례 8)*

## 2) 군대의 영향

한국 사회는 남성의 방위역할에 커다란 의미를 부여하고 있는 사회이다. ‘군대’는 남자다움을 획득할 수 있도록 하는 통과의례로 취급되며, 군대에서 만들어내고자 하는 남성성은 고통의 극복, 지배와 폭력을 남자다움을 획득하는 중요한 기준으로 삼는다. 군대는 남성들을 징집하면서 여성으로부터 분리하고 군대식 계급질서에 적응하고 군사적 훈련을 받는 과정에서 남성다움을 훈육받으면서 남성이 되는 것이다.

그러나 남성다움을 강조하는 군대의 요즘 장병들은 허브비누, 황금비누, 남성용 화장품, 각종 방향제, 피부와 치아 관련 용품 등을 피엑스(PX)에서 사고 조금씩 돈을 모아 패션 및 미용 잡지를 정기구독하며 녹차 및 우유를 사용하여 세안을 하고 부대 밖으로 나가는 장병에게는 팩을 비롯한 여러 가지 관리 제품들을 구입해 오도록 한다. 사회 전반의 남성 화장의 변화 못지않게 병영 내에서도 장병들이 스스로 관리하는 모습을 쉽게 찾아볼 수 있다.

그리고 현재 브랜드숍 화장품 미샤를 제조, 판매하는 (주)에이블씨엔씨는 계룡대 내에 있는 쇼핑몰에 미샤 브랜드를 입점 판매를 하고 있다. 육·해·공군 본부가 위치하고 있는 계룡대에 입점하는 미샤 매장 규모는 10평 가량으로 기초·색조·한방·기능성·바디 제품 등의 여성화장품과 남성화장품 등 총 8백50여 가지의 미샤 전 품목을 판매하고 군장병과 가족들이 주 고객이다. 에이블씨엔씨는 공군 복지근무지원단에서 미샤 제품 판매를 시작한 이래 매월 15%씩 매출이 상승하는 등 좋은 반응을 얻자 계룡대 쇼핑몰 입점도 추진하게 됐다고 하며, 공군 복지근무지원단 미샤 매장에서는 기초·바디·선크림 등을 찾는 군인들이 크게 늘어나고 있으며 부모님께 선물로 드릴 한방화장품 등이 인기를 얻고 있다. 마케팅본부장 김보동 이사는 “계룡대 매장 입점 외에도 해군 P.X.(Post eXchange: 복지매장) 에도 입점할 예정”이라며 “앞으로도 미샤의 우수한 제품들을 많은 군인들이 접할 수 있도록 군부대 매장을 늘려나갈 계획”이라고 말했다.

군대를 경험하지 못한 사람이나 여성들의 경우 군 생활은 훈련과 운동이 전부인 것으로 생각하고 있지만 면담을 통해 알아본 것처럼 요즘 장병들은 우리 사회의 문화적인 특징들을 가지고 있었으며 화장 또한 그들 나름의 방식으로 실천하고 있었다. 달리 생각해보면 군대라는 문화를 가지고 있는 우리나라 남성들만의 특이한 화장 동기라고 할 수 있겠다. 대한민국의 모든 젊은 청년이 의무적으로 군대문화를 체험하고 사회에 배출된다는 점을 감안할 때 새롭게 군대 화장을 정립한다면 이들이 사회의 일원이 되었을 때 충분히 사회의 보편적인 문화를 수용하고 변화시켜나갈 수가 있을 것이다.

*군대에 가서 화장을...보통 남자들 군대에 가서 하는데...하는 이유는 그거죠. 어렸을 때는 보통 평범한 남자라면 별로 화장에 대한 개념이 없어요. 나도 그렇고. 별로 화장에 대한 개념은 없는데. 근데 군대에 가면 내 눈앞에 있는 내 윗사람이 이미 군대에서 2년 동안 찌들어서 썩은 모습이 보인단 말야 일단. 얼굴이 삭아졌고 나보다 나이가 어린 데 일단 외모 여기에 주름살 다 터있고, 피부가 다 터있고. (중략) 아 뭔가 이대로 2년 이상이 지나가면 나는 완전히 사회에 나가면 때 장당하겠구나라는 생각을 하는 거지. (사례 1)*

*김 : 그리고 난, 남자들의 영향을 가장 많이 받는다면 군대? 군대가 가장... 거기는 남자들이 사는... 지금 여군도 있지만 우선은 남자들이 가는 곳이고. 그리고 의외로 요즘에 군대에서 내가 제일 처음 에스콰 이어랑 지큐(GQ)라는 잡지를 접했던 곳도 군대 때였고(사례 4)*

*군대를 갔어. 군대 가면 유별난 사람이 아니고 다 그 사람들이야 아까 얘기했듯이 연예인이 뭐를 하면 사람들이 따라한다 이것처럼. 군대에서는 말년인 사람, 제대하기 얼마 안남은 사람들이 이제 피부 관리를 해야 되거든. 정말 새까맣게 탔다가 나가면은 정말 보기가 싫은 거*

를 자기들이 아니까. 이미 자기 피부를 가꿔야 한다는 걸 그때 아는 거야. 애들은 못하는데, 나이가 찬 상태고 나가서 사회생활을 해야 되는데, 군인티 안 나기 위해서. 더 이상 군인이 아닌데... 나가서 적응기간이 있는데 여기서 줄이자고, 그때부터 해. 저걸 보면서 나도 저만큼, 짬이라고 하지, 그게 되면 해야겠다. 그거는 아까처럼 배우는 거야. 군대에 있을 때는 사람들이 섰크림 막 바르고 이렇게 해도 아무도 뭐라고 안했어. 왜냐면 다 같은 남자들만 있었기 때문에. (사례 7)

군대는... 저는 공군을 갔는데, 공군은 육군하고 아마 조금 틀린 것 같은데, 문화가 개인적인 그런 거는 다 허용을 해줘서 로션 같은 것도 내가 쓰고 싶은거 사다 쓰고 그랬는데. 거기만 유난히 그랬을지도 모르겠는데 몇 명 있었어요 관리하고 신경을 쓰는 사람이. 휴가 나가기 전에는 일주일 전부터 만날 짬하고, 우유 남는 걸로 우유 세안도 하고 녹차 나오면 녹차로 세안하고... 안에서도 잡지를 구독을 했어요 저희는 돈을 모아서. 어차피 우편으로 오는 거니까. 돈을 모아서, 여러 명이 볼 수 있으니까 돈을 모아서 정기구독을 하면 날라오는거야 이게. 거기에 지큐 에스콰이어 그런 것도 보고 애들 썬셔도 보고 애들끼리 정기구독을 하고. 거기에도 계속 나오니까 나가면 이거 사갖고 와라 외박 나갈 때. 사다가 쓰고... (중략) 저희는 많이 타니까 그래서... 그런 게 있었는데... 군대에서는 원래 섰크림을 못 쓰게 해요 훈련할 때. 그건 부사관들하고 장교들이 애초에 못 쓰게 하는데, 그거를 원래 못 쓰게 해요. 바르려면 되게 티안나게 바르거나 막 이래야 되는데... 짬밥이라 그러죠, 계급이 되게 높으면 잘 개겨서 어떻게 하는데 아래애들은 겁나니까, 겁나는 것도 진짜 개네들이 하면은 뭐라 그래요 바로. 그러니까 그렇게 못하니까 그 후처리라도... 짬하고 애들... 어떻게 하면 피부가 하얘진다더라하면 프린트해와서 보고 밖에서... (사례 8)

그때도 지큐같은거 계속 보니까 요즘에 이렇다더라~ 그러면 우리도 해야지~ 이런 애들도 있고... 보통 왔을 때는 잘 모르는 사람들은 그런 개념이 없어요. 화장이나 팩이나 그런 개념이 여자들이 하는 거였다가 여기오니까 애네들도 하네~상관없는 거구나~ 다 하고... (사례 8)

### 3) 대중매체, 연예인의 영향

TV에 원빈과 송승헌, 안정환을 선두주자로 꽃미남 신드롬이 일기 시작하면서 최근에는 멋진 몸매에 잘생긴 얼굴과 야생적인 매력까지 물씬 풍기는 남성 연예인을 비롯해서 여자같은 연예인까지 그들이 대중매체에서 보여주는 모든 것들은 모방의 대상이 되며 남성 화장에 영향을 끼치기도 한다. 상황이 이렇다 보니 남성들의 멋내기 정보가 지금까지 여성을 중심으로 뷰티 정보를 제공하던 미용 사이트에서도 어렵지 않게 찾아볼 수 있게 되었고 기존에는 상품 홍보에 주력하던 남성 화장품 회사들도 자사 홈페이지에 여성 화장품 못지않은 다양한 남성 미용정보를 올려놓고 있다. 또한 포털사이트에서 제공하는 미용 관련 콘텐츠도 여성을 위한 미용정보 일변도에서 최근에는 남성을 위한 정보가 심심치 않게 등장하고 있다. 특히 유행을 민감하게 반영하는 포털의 미용정보에는 TV드라마나 광고에 등장한 남성 연기자들의 머리 연출법이나 피부 표현법에 관한 정보를 제공하고 있다. 이를 통해 일반인들은 많은 정보를 쉽고 다양하게 얻어가며 자신만의 스타일로 활용하는 것이다.

아무래도 남자애들 같은 경우는... 아 그렇네.. 연예인 때문이기도 하겠네. (중략) 안정환이 실제로 보면 피부 진짜 XX라인인데 진짜 백옥 같은 피부의 남자로 나와 가지고... 사람들이... 안정환 실제로 본 사람들이 오히려 꽃을 든 남자를 쓰는 게 아~나도 꽃을 든 남자를 쓰면 안정환 같은 피부도 텔레비전 같이 변할 수 있겠구나..그런 생각을

하는 거지. (중략) 그죠. 그런 게 이제 미디어와 스포츠와 그런 문화의 힘이죠. 문화의 힘... 베컴 때문에 그래. 베컴 때문에. 베컴만 아니었으면 이렇게 안됐어. 안정환 가지고는 이렇게 안됐단 말이야. (사례 1)

매스미디어라든지... 그런 게 많은 작용을 하는 것 같애. 접하게 되는데... (사례 2)

## 5. 남성 화장의 배경

남성이 화장을 하는 배경은 첫째, 현대사회는 다양한 취향을 존중해주는 자유롭고 개방적인 사회 분위기로 개개인의 취향과 아름다움을 추구하는 본능을 존중해 주는 분위기이다. 그 안에서 남성들은 장식적인 욕구를 충족시키고 다른 사람들에게 호감을 주기 위해 노력하는 것이다. 환경적인 배경도 중요하지만 남성 화장을 이끌어 갈 수 있는 이유로 남성 화장을 자연스럽게 받아들이고 있는 현대 사회·문화적 배경의 역할도 크다고 본다. 최근 들어 남성들의 적극적인 외모 가꾸기 현상이 부각되고 있으며 일반적으로 외모 가꾸기 성향은 여성에게 적합한 것으로 사회적으로 인식되어 왔으나 남성들의 이미지와 외모에 대한 사회적 개념 자체가 많이 변화하고 있다. 이러한 현상은 남자들의 감성이 자유로워졌고 남자를 보는 기준도 달라졌기 때문이며 풍요로운 현대사회가 나온 다양화, 개성화 시대에 따른 고정관념으로부터의 해방으로 보는 게 타당하다. 이러한 사회적 가치관의 변화에 따라 남성은 자신들의 외모를 가꾸는데 게을리 할 수게 되었고 많은 남성들이 그들만의 추구 이미지를 위해 보다 적극적인 행동을 하고 있는 것이다.

요즘에는 게이 트랜스젠더니 이런 거에 대한 사회적 인지도도 많이 바뀌었고 하리수도 방송에 나와서 그렇게 대중들 앞에 설 수 있는

것도 최근이고... 그만큼 우리 사회가 가지고 있는 생각부터가 많이 바뀌었기 때문에. 굳이 남자들이 하는 화장 그거는 게이들의 문화다라고 하기는... 고정관념이 많이 바뀐 거지. (사례 4)

여성성이나 뭐... 그런 것들이 전체적으로 계속해서 다양해지잖아요 사람들이. 옛날 같으면 되게 획일적으로 똑같은, 남자는 이래야 되고 여자는 이래야 되고 그런 게 많은데, 지금은 좀 다양해지잖아요. 그런 게 바뀌었다고 해서 뭐라는 사람 없고. 그런 사람도 많고... (사례 8)

둘째, 여성의 사회활동의 증가로 여권이 신장되고 여성의 성역할에도 변화가 생겼다. 사회의 변화에 따라 여성 해방운동, 남녀 평등사상, 여성 사회 진출 증가, 가사 노동의 감소 등으로 여성의 지위가 상승됨으로써 여성의 성역할에도 변화가 생기고 이러한 사회의 변화에 따라 여성들이 경제력을 갖게 되면서 남성들의 경제력보다는 외모, 성향 등 자신의 성적 취향에 맞는 남성들을 선택하기 시작했고, 남성들은 그것을 거리낌 없이 표현하기 시작했다.

그거는 이제... 옛날에 힘의 논리에 의한 남성 우월, 남성 위주의 생각에서는 이제 그게 가능한 건데. 요즘은 그게 아니잖아요. 여자가 더 잘났고 요즘에는... 워낙.. 그런걸 봤을 때 이제는 남성다움이 힘일 수도 없는 거고, 외모에서도 막 근육일수도 없는 거고... (사례 1)

예전에 비해서 여성들이 가지고 있는 사회적인 입지도가 높아졌으니까. 예전에는 사극 같은 거 보면 오로지 집에서 살림. 근데 이제는 남자들보다 더 뛰어난 직장을 가지고 있는 여자들도 많고. 여자들에 대한 인지도 자체가. 사회적인 기여도나 그런 것들이 변하면서 자연스럽게 남자들도 변하길 바라는 거지. 남자들이 예쁜여자 좋아하듯이 여자들도 예쁘고 멋진 남자 원하는 거야. 그러니까 바뀌는 거지. (사례 4)

셋째, 얼짱, 몸짱으로 이어지는 외모가 경쟁력이 되는 시대로 외모가 여성들에게만 국한되는 것이 아니라 남자의 외모도 경쟁력이 되었다. 따라서 남성들에게도 아름다움을 요구하고 있으며, 남성화장은 치열한 경쟁시대를 살아가는 능력의 하나로서 과거 여성의 영역으로 간주되어 온 영역에 들어선 것이다. 또한 자신의 모습에 관심을 갖고 적극적으로 관리하고 표출하려는 것은 오늘을 살아가는 현대 남성에게 기본적으로 공유되는 정서라 할 수 있다. 남성화장의 의미가 오늘날 치열한 사회 경쟁으로부터 성공과 과시 그리고 세련된 사회적 매너이자 꾸며서 아름다운 것도 공부 잘해서 훌륭한 사람이 되는 것과 다를 바 없는 노력과 성실성의 결과로써 인식되고 있는 것이다.

*잘 꾸미는 남자는 시대가 원하는 경쟁력이라는 인식... 경쟁력을 갖기 위해서 잘 꾸미고 싶은거지. 비즈니스에서도 사람들이 능력이라는 게 비슷비슷해진단 말이야. 어느 정도. 종이 한 장 차이거든. 결국은 외모로 간단 말이야. 첫인상. 그걸 강조하면서부터 다들 신경 쓰는 거지. (사례 3)*

넷째, 전통적인 남성의 성역할 붕괴로 남성 중심적 문화가 무너지고 남성의 강한 힘보다 부드러움과 섬세함 그리고 감성을 중요시 하는 새로운 남성상이 요구되고 있다. 예전의 힘을 강조하던 남성보다는 부드럽고 아름다운 남성이 주목받게 된 것이다. 새로운 남성은 절제된 남성다움을 표출하는 유형으로 성적 매력을 풍기되 감수성을 지닌 남성이 대중성을 얻게 되는 것으로 터프하지 않고 아름다운 이미지를 지향하는 새로운 형태의 고급 소비 트렌드로 볼 수 있을 것이다.

또한 장기적인 경기침체와 수많은 청년실업, 빈부격차의 심화 등으로 기존의 남성에게 부과된 경제적 책임과 부담감을 회피하기 위한 기제로 여성성을 추구하는 태도로 볼 수 있다. 남성 중심사회가 만들어낸 책임과 이성적 사고를 거부하는 것으로 여성적 감성이 각광받는 시대가 되면서 남성들의 보수적



이고 정형화된 과거 권위적이고 정형화된 남성다움 속에 간혀있던 남성들을 바꾸고 있는 것이다.

*산업화에 무궁무진한 발전과 그럼으로써 많은 사회생활을 통한 시야가 많이 넓어지고 그런 것들이 남자로 하여금 많은 변화를 하게끔…….(사례 2)*

## V. 결론

본 연구는 남성 화장의 실태, 목적, 의미, 상황적 요인 및 배경 등 남성 화장에 대하여 다양한 실체와 현상을 파악하기 위하여 개별 면담에 의한 대화내용을 분석하였다.

첫째, 남성의 화장은 폼 클렌저의 세안제품, 스킨·로션의 기초제품, 선크림, 에센스와 아이크림 등의 스킨케어 기능성 제품을 일반적으로 사용하고 있었으며, 쉐도우, 파우더의 색조제품은 선택적으로 사용하고 있었다. 또한 헤어 왁스, 향수, 액세서리를 착용하고 있었다. 남성들도 세정, 보호를 위하여 기초 화장품과 피부에 색과 윤기를 주는 색조 화장품을 사용하고 두발관리와 연출을 하고, 향기를 사용하는 등 신체관리나 장식에 관한 행위의 화장을 하는 것을 알 수 있다.

둘째, 남성에게 있어 화장의 목적은 매력적이고 젊어 보이기 위해, 피부보호 차원에서, 이성에게 잘 보이기 위해 화장을 한다는 것이다. 화장은 피부의 노화를 방지하고 건강한 피부를 유지시켜주는 일종의 피부건강의 의미로 자기관리 차원에서의 의미와 다른 사람에게 매력적이고 잘 보이기 위한 대인관계나 사회생활의 필수요건으로 여기는 사회적 차원의 의미를 지닌 것으로, 이는 남성 화장이 일상생활에서의 하나의 기초적인 행위로 간주되고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 이성에게 관심을 갖는 것이나 사랑을 받고자 하는 욕구는 당연한 것으로 이성에게 매력적으로 보이는 것은 이성관계에서 중요한 요소가 되는데, 이제는 남성들에게도 외모는 가꾸어야 할 대상이며, 능력의 하나로서 아름다움이 요구되고 있는 것을 알 수 있다.

셋째, 남성에게 있어 화장은 자기 만족감 추구, 자기표현, 결점부분의 보완, 타인에 대한 인상관리를 위한 의미가 있었다. 남성들이 화장을 자연스럽게 받아들여 내면의 자신을 표출하고 발전하려고 노력하는 것은 분명히 큰 변화이며 남성들은 자신을 표현하는데 있어 화장에 큰 의미를 부여하고 있는 것이

다. 남성의 화장이 이제 ‘멋’이고 개성이 될 수 있으며 이것은 이미 대중의 설득력을 얻은 것으로 보인다.

넷째, 화장의 상황적 요인은 어머니와 여자형제, 이성친구 및 동성친구의 영향과 군대의 영향, 대중매체·연예인의 영향이었다.

남성들은 어려서부터 먼저 어머니로부터 외모를 꾸미는 것을 자연스럽게 습득하게 되고, 여자 형제나 여자 친구들로부터 여성들이 좋아하는 외모와 행동을 배우게 되며 특히 화장과 같은 여성적인 분야에 대해서는 여성의 의견에 동조를 많이 하기 때문이다.

또한 우리나라의 남성들이라면 군대에 가게 되는데 군대에서 찌든 모습으로 사회에 복귀했을 때 사회에서 낙오되지 않기 위해서 선크림과 팩 등으로 외모를 관리하고 있었고, 단체생활에서 다른 동료들이 외모를 관리하는 것을 보며 자연스럽게 받아들이고 있었다.

그리고 오늘날 현대인들은 대중매체와 함께 살아가고 있기 때문에 대중매체가 우리의 삶을 지배하고 있다고 해도 과언이 아닐 것이다. 대중매체는 잘 생긴 남자 이미지를 지속적으로 창출하며 화면을 통해 전달되는 그들의 외모는 일반 남성들의 외모행동 양식에 결정적으로 영향을 미치고 있다.

다섯째, 남성 화장의 배경에는 개개인의 취향과 다양성을 존중해주고 자유롭고 개방적인 사회 분위기, 여성의 사회활동 증가로 인한 여성의 지위 상승, 남자의 외모도 경쟁력이 되었으며, 전통적인 남성의 성역할 붕괴가 있었다.

과거에는 여성들의 사회적, 경제적 위치가 남성들과 동등하지 못했기 때문에 이성에게 보여 지기 위한 외모 가꾸기는 여성에게만 해당되는 것으로 인식되었다. 그러나 여성의 사회활동의 증가로 여성의 지위가 상승하고 여성의 성역할에도 변화가 생기고 이러한 사회의 변화에 따라 여성들이 경제력을 갖게 되면서 남성들의 경제력보다는 외모, 성향 등 자신의 성적 취향에 맞는 남성들을 선택하기 시작했고 남성들은 그것을 거리낌 없이 표현하기 시작한 것이다.

이와 같이 남성의 화장은 피부 건강과 관리의 차원뿐 아니라 이제 대인관계

나 사회생활의 필수요건으로 여기는 사회적 차원으로서 의미를 갖게 되었으며, 이는 화장이 남성의 일상생활에서 화장을 자연스럽게 받아들이고 있고, 자신을 표현하는데 있어 화장에 대해 큰 의미를 부여하고 있으며, 남성의 화장이 이제 대중의 설득력을 얻은 것이다. 남성들도 세안부터 화장까지 여러 단계를 거치고 많은 제품을 사용하고, 화장으로 미적인 가치를 부여하고 이를 통해 만족을 얻는 것을 알 수 있었다.

앞으로 남성의 화장은 다양성과 개성 존중이 중요시되는 현대 사회에서 자신의 취향에 따라 다양한 스타일을 추구하고 존재를 부각시키기 위한 것으로 인식되고, 치열한 사회경쟁으로부터 성공과 과시 그리고 세련된 사회적 매너로써 인식되어 여성 화장 못지않게 많은 변화 발전을 가져 올 것이다.

그러나 대부분의 남성들은 화장에 대해 관심은 있지만 적절한 제품을 선택하는 방법과 기초적인 관리법 및 활용법에 대한 이해는 부족하므로, 남성들이 쉽게 접근할 수 있는 뷰티관련 사이트, 포털사이트 등에서 정확한 미용 정보를 제공하고 기업에서는 남성 직원을 대상으로 하는 피부관리, 체취관리 등의 미용강좌 클래스를 마련하여야 할 것이다. 특히 우리나라 남성들만의 특이한 문화인 군대를 활용하는 것도 좋은 방법이 될 것이다. 신세대 장병들은 우리 사회의 문화적인 특징을 가지고 있으며 화장 또한 그들 나름의 방식으로 실천하고 있다. 따라서 병영 내에서도 장병들이 스스로 관리할 수 있도록 정보를 제공하고 프로그램을 개발하여 개인 활용시간 중 활용하게 하는 등 새로운 군대 화장 문화를 정립해 나가야 할 것이다.

또한 남성 화장을 보는 사회적 시각이나 문화에 대한 지속적인 관심과 이해가 필요하다고 보며 남성 화장은 아름다운 이미지를 지향하는 새로운 형태의 소비 트렌드로 마케팅 차원에서도 무시할 수 없는 시장이 될 것이다. 개인의 행복을 추구하는 소비 행태의 흐름과 자연주의 사회 분위기, 접근과 사용의 용이성을 접목시킨 컬러마케팅, 감성마케팅, 쇼룸마케팅 등 마케팅 전략을 개발하여야 하며 이것이 관련 산업을 확대시킬 수 있을 것으로 보인다.

본 연구의 제한점과 연구 결과를 기초로 하여 후속연구를 위해 제언하고자

한다.

첫째, 본 연구에서 조사대상을 전국에서 표본 추출하지 못하고 서울 지역으로 한정하여 조사되었고 화장 경험이 있는 8명의 남성만을 조사 대상으로 삼았기 때문에 20~30대 남성 화장을 일반화 시키는 데는 무리가 있으리라고 본다. 따라서 후속연구로는 다양한 연령, 지역, 직업별로 더욱 확대하거나 세분화하여 연구해야 할 것이다.

둘째, 남성 소비자의 다양하고 개성화된 욕구를 채우기 위해 라이프스타일을 분석하여 소비자를 세분화하는 양적인 연구가 이루어져야 할 것이다.

셋째, 선호 브랜드, 제품 선택기준, 구입 장소, 가격대, 정보 원천지, 화장품 만족도 등의 남성 화장품 구매 행동에 대한 연구로 양적인 연구와 질적인 연구가 병행으로 이루어져야 할 것이다.

## 참고문헌

### <국내문헌>

- 김윤옥 외 공저(1996). 『교육연구를 위한 질적 연구방법과 설계』. 문음사.
- 김춘득(2002). 『동서양 미용문화사』. 현문사.
- 이연복·이경복(2002). 『한국인의 미용풍속』. 월간에세이.
- 이연희·이화진(2003). 『메이크업 디자인』. 청구문화사.
- 이희봉(1993). 『문화연구를 위한 참여관찰방법』. 대한교과서주식회사.
- 大坊 郁夫 · 神山 進 편저. 조기여 · 유태순 역(2005). 『의복과 화장의 사회심리학-사람은 왜 꾸미는 것일까?』. 동서교류
- 도미니크 파케 저. 지현 역(2002). 『화장술의 역사』. 시공사.
- 마릴린 혼·루이스 구렐 저. 이화연·민동원·손미영 역(1992). 『의복:제2의 피부』. 까치.

### <국외문헌>

- Stainback. S. · Stainback. W., 김병하 역(1992). 『질적연구의 이해와 실천』. 도서출판 특수교육.
- KARL GRÖNING(1997). 『Decorated Skin - A World Survey of Body Art』. Thames & Hudson.
- Cash. T. F., Dawson. K., Davis. P., Bowen. M. and Galumbeck. C.(1989). “Effects of Cosmetics Use on the Physical Attractiveness and Body Image of American College Women”. The Journal

of Social Psychology. 129(3). pp.349~355.

Cash. T. F., and Cash. D. W.(1982). “Women’s Use of Cosmetics : Psychosocial Correlates and Consequences ”. International Journal of Cosmetics Sciences. 4(1). pp.1~14.

Theberge. L. and Kernaleguen. A.(1979). “Importance of Cosmetics Related to Aspects of the Self”. Perceptual and Motor Skills. 48. pp.827~830.

### <국내논문>

강승훈(2003). “남성화장품 시장의 환경변화에 따른 광고의 변화와 그에 대한 제언-소망화장품의 컬러로션 광고 사례를 중심으로”. 서강대학교 영상대학원 석사학위논문.

김주애 · 이연희(2004). “역사속에 나타난 남성화장 특성”. *한국패션뷰티학회지*. 2(3). pp.96~101.

박수진 · 박길순(2004). “남성화장품 광고의 의미변화 분석”. *복식문화연구*. 12(5). pp.819~831.

송민정(1991). “우리나라 전통 화장문화에 관한 연구”. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

유창조 · 박수경(2002). “여성의 신체변화에 따른 미 추구행동의 변화”. 한국 소비자 · 광고학회 심포지엄 V. pp.61~72.

이일청 · 최은미(2004). “남성의 화장행동과 화장품 구매행동에 관한 연구”. *한국패션뷰티학회지*. 2(2). pp.34~47.

이현주(1999). “화장으로 읽는 여성문화연구”. 계명대학교 여성학대학원 석사학위논문.

최명식(2005). “키덜트 문화에 따른 남성화장품 용기의 키덜트적 디자인에

관한 연구-메트로섹슈얼 경향의 남성 소비자를 중심으로-”.  
경희대학교 교육대학원 석사학위 논문.

### <인터넷 사이트>

국립 중앙 도서관 <http://www.nl.go.kr>

국회 도서관 <http://www.nanet.go.kr>

네이버 <http://www.naver.com>

한국 교육학술 정보원 <http://www.riss4u.net>

M&C 리서치 <http://www.mnc.co.kr>

### <신문기사>

스타뉴스. 2006-05-10. “앙드레김 30년 동안 화장해왔다”.

조선일보. 2006-2-9. “이젠 남자의 외모도 경쟁력 시대”.

중앙일보. 2006-01-13. “남자? 여자? 크로스섹슈얼! 여성처럼 꾸민 남성 인기”.

한국일보. 2003-10-20. “화장하는 한국 남자들”.