

碩士學位論文

인상학에 따른 이미지메이크업의
표현기법

-얼굴형 중심으로-

The expression of physiognomic Image make-up
-Centering around the facial forms-

2005年

漢城大學校 藝術大學院

패션藝術學科

扮裝藝術專攻

許 順 得

碩士學位論文
指導教授 李和眞

인상학에 따른 이미지메이크업의
표현기법

-얼굴형 중심으로-

The expression of physiognomic Image make-up

-Centering around the facial forms-

2004年12月

漢城大學校 藝術大學院

패션藝術學科

扮裝藝術專攻

許 順 得

碩士學位論文
指導教授 李和眞

인상학에 따른 이미지메이크업의
표현기법

-얼굴형 중심으로-

The expression of physiognomic Image make-up

-Centering around the facial forms-

위 論文을 藝術學 碩士學位論文으로 提出함

2004年 12月

漢城大學校 藝術大學院

패션藝術學科

扮裝藝術專攻

許 順 得

許順得의 藝術學 碩士學位 論文을 認定함

2004年 12月

심사 위원장 _____ (인)

심 사 위 원 _____ (인)

심 사 위 원 _____ (인)

국 문 초 록

얼굴은 감정이나 의사를 표현하는 중요한 수단이므로 현대 메이크업은 급변하는 시대적 환경 속에 단순한 치장의 행위가 아닌 인간의 미적 가치와 관련된 중요한 생활의 수단으로 자리 잡고 있다.

요즘은 컴퓨터나 TV, 영상매체의 발달로 인하여 외적인 이미지가 큰 역할을 하게 된다. 특히 여성의 사회적 진출이 늘어남에 따라 메이크업을 적극적인 이미지 개선책으로 이용하는 여성들이 많아지고 있다.

인상학에서 얼굴은 매우 중요한 요소로서 “한번 타고난 얼굴상은 변화되지 않는다” 라는 학설은 시대의 변화에 따라 재조명 되어야 하며 현대인들은 좋은 인상을 만들기 위해 많은 방법과 노력, 시간 등 심지어 성형수술까지 할 정도로 인상이 미치는 사회적 영향은 무시할 수 없다.

사람의 인상은 마음속의 감정을 나타내는 곳으로 좋은 마음(심상)은 인상을 좋게 만든다. 반드시 미인이 아니라도 예쁜 마음은 얼굴을 좋은 인상으로 변화시키며 외형적인 미인이라 하더라도 이미지가 좋지 않을 경우가 있기에 본 연구는 인상학의 개념을 정리하여 인상학적으로 좋은 얼굴은 물론 이미지메이크업으로 좋은 인상을 만들 수 있는 방법을 얼굴형태 중심으로 제시하고자 한다. 또한 사람에게 첫인상을 결정하는 얼굴을 7가지 형(둥근형, 정방형, 삼각형, 마름모형, 역삼각형, 사각형, 타원형)으로 구분하여 인상학적 관점으로 정리하였으며, 얼굴 형태별 모델을 각각 선별하여 인상학적으로 얼굴 분석을 실시하고 이미지메이크업 표현방법을 이미지메이크업 시술 전·후의 모습을 비교하여 사진작업을 하였으며, 20대에서 50대까지의 일반인을 대상으로 설문조사를 실시하여 이미지메이크업의 반응과 변화정도를 분석하였다.

이를 토대로 위의 연구를 통해 이미지를 좋게 하는 방법과 얼굴형과 특성을 고려한 이미지메이크업으로 자신감 있고 활발한 사회생활이 이루어지도록 이미지메이크업의 표현기법을 제시하고자 하였다.

목 차

국문초록

I. 서 론	1
1. 연구 목적	1
2. 연구방법 및 범위	2
II. 인상학적 고찰에 의한 얼굴이미지와 얼굴 형태 분석	3
1. 인상학의 일반적 고찰	3
2. 인상학적 얼굴이미지와 유형	10
1) 얼굴이미지	10
2) 얼굴의 특성과 유형	11
III. 얼굴 형태별 이미지메이크업의 표현기법 실제	18
1. 이미지메이크업의 개념	18
2. 얼굴 형태별 이미지메이크업의 표현기법 실제	19
1) 실험모델 선정	19
2) 얼굴 형태별 이미지메이크업 시술과정	19
IV. 실태조사를 통한 결과분석	27
1. 실태조사 대상 및 방법	27
1) 조사 대상	27
2) 측정도구 구성	27
3) 자료 분석	28
2. 실태조사를 통한 결과분석	29
1) 얼굴 형태별 결과분석	29
2) 이미지메이크업 시술여부에 대한 의향분석	51

3) 첫인상이 사회생활에 미치는 영향분석	51
4) 인구요인별 호감을 갖는 얼굴형에 대한 분석	52
V. 결 론	54
<부 록 1> 얼굴 형태별 이미지메이크업 시술 전/후	56
<부 록 2> 설문지	63
참고문헌	70
ABSTRACT	73

표 목차

〈표 1〉 이상적 얼굴형	13
〈표 2〉 7가지 얼굴 형태와 특성	14
〈표 3〉 표본의 인구 통계적 요인	27
〈표 4〉 설문지 구성요인	28
〈표 5〉 인구요인별 둥근형에 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석	29
〈표 6〉 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석	30
〈표 7〉 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석	31
〈표 8〉 시술 전/후 인상에 대한 차이분석	32
〈표 9〉 인구요인별 장방형에 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석	33
〈표 10〉 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석	34
〈표 11〉 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석	34
〈표 12〉 시술 전/후 인상에 대한 차이분석	35
〈표 13〉 인구요인별 삼각형에 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석	36
〈표 14〉 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석	37
〈표 15〉 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석	37
〈표 16〉 시술 전/후 인상에 대한 차이분석	38
〈표 17〉 인구요인별 마름모형에 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석	39
〈표 18〉 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석	40
〈표 19〉 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석	40
〈표 20〉 시술 전/후 인상에 대한 차이분석	41
〈표 21〉 인구요인별 역삼각형에 대한 시술 전 /후 선호도에 대한 분석 ..	42
〈표 22〉 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석	43
〈표 23〉 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석	43
〈표 24〉 시술 전/후 인상에 대한 차이분석	44
〈표 25〉 인구요인별 사각형에 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석	45
〈표 26〉 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석	46
〈표 27〉 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석	46

〈표 28〉	시술 전/후 인상에 대한 차이분석	47
〈표 29〉	인구요인별 타원형 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석	48
〈표 30〉	인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석	49
〈표 31〉	인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석	49
〈표 32〉	시술 전/후 인상에 대한 차이분석	50
〈표 33〉	인구요인별 이미지메이크업 시술여부에 대한 분석	51
〈표 34〉	인구요인별 첫인상이 사회생활에 미치는 영향에 대한 분석	52
〈표 35〉	인구요인별 호감 가는 얼굴형에 대한 분석	53

그림 목차

〈그림 1〉 얼굴의 삼분법 (삼정)	6
〈그림 2〉 관록 궁 (=관직 운)	7
〈그림 3〉 명궁 (=학식 운)	7
〈그림 4〉 천이 궁 (=여행 운)	7
〈그림 5〉 형제 궁 (=형제 운)	7
〈그림 6〉 복덕 궁 (=오복 운)	8
〈그림 7〉 처첩 궁 (=부부 운)	8
〈그림 8〉 전택 궁 (=주택 운)	8
〈그림 9〉 부모 궁 (=부모 운)	8
〈그림 10〉 질액 궁 (=건강 운)	9
〈그림 11〉 재백 운 (=재물 운)	9
〈그림 12〉 노복 궁 (=부하 운)	9
〈그림 13〉 7가지 얼굴의 형태	15
〈그림 14〉 얼굴의 균형	16

I. 서 론

1. 연구 목적

오늘날 우리사회에서 메이크업은 화장 기술과 대중매체의 발달로 널리 보편화되었으며 여성들의 급격한 사회진출로 말미암아 토털 코디네이션(Total Coordination)의 한 부분으로서의 자신의 개성에 맞는 이미지 연출뿐만 아니라 생리적, 사회적, 그리고 심리적 욕구를 충족시키는 데에 이용되고 있다.

사람에게 있어서 첫인상은 매우 중요한 요소로 특히 얼굴의 전체적인 이미지, 골격, 피부색, 이마, 눈썹, 눈, 코, 광대뼈, 인중, 입술, 턱, 등의 크기 및 위치관계가 첫인상을 결정하는데 중요한 역할을 하게 된다. 선천적인 외모는 물론, 표정이나 움직임, 말씨 또한 다양하고 개성 있는 모습으로 연출되기 때문에 대인관계에 지대한 영향을 미칠 수 있다.

인상학에서는 얼굴을 통해 운명을 판단할 뿐만 아니라 직장에서 상사·동료와의 운, 형제·자매와의 운, 친구간의 운, 부부·자식과의 운 등 주위 사람과의 운 까지 설명¹⁾하고 있다. 이와 더불어 이미지메이크업은 단순한 미를 추구하기보다는 얼굴에 인상학을 접목시켜 타고난 운세를 변화시키는 역할을 하고 있다. 그러므로 자신에게 좋지 못한 인상도 수정, 보완 한다면 좋은 인상으로 바뀌며, 행운을 부르는 얼굴로 만들 수 있다²⁾.

특히, 한국을 포함한 동양문화권 에서는 옛날부터 사람의 인상에 깊은 관심을 보여 왔으며 관심의 초점은 인물이 가지고 있는 인상이 인간 개인의 운명에 관여되어 있을 것이라는 전제하였으며 또한 한 개인의 인상이 그를 둘러싸고 있는 타인들에게 어떤 공통의 이미지를 형성한다.³⁾

메이크업과 인상에 대한 과거의 논문들은 독립적으로 연구⁴⁾되어 왔고, 이

1) 설 혜심, 서양의 관상학, 그 긴 그림자, 한 길사, 2002, p28

2) 설 혜심, 앞의 책, p29

3) 오 근재, 영상기호로서의 눈의 표정에 관한 연구: 인상학적 담론에 근거한 얼굴형과 구조를 중심으로, 디자인학 연구, 1999, p123

4) 이 경하, 눈썹형태에 따른 얼굴 이미지에 관한 연구, 국민대 교육대학원 석사논문, 1999, pp48~49

이미지메이크업은 부분적으로 기술⁵⁾되었기 때문에 인상학적 관점에서 이미지메이크업의 연구 분석이 필요하다.

2. 연구방법 및 범위

동서고금을 막론하고 여성의 메이크업은 조금이라도 더 아름다움을 추구하고자 하는 욕망에서 비롯되지만 정작 자신의 얼굴에 맞는 자신만의 메이크업을 찾지 못하고 있다. 즉 개인의 피부타입·얼굴형태·색상을 고려하지 않고 사회적 유행성 취향인 일반 메이크업을 하고 있다. 좀 더 자신의 얼굴형태에 인상을 고려한 상호보완적인 메이크업과 색이 인상학에 미치는 영향을 고려한 자신만의 메이크업을 찾아야 한다.

본 연구의 목적을 이루기 위해 첫째, 기존문헌과 국내외 학술논문 그리고 저널 등을 통하여 일반이론과 함께 일상생활에서 습관적으로 해오던 메이크업을 각각의 얼굴 형태에 따라 좋은 인상으로 바꿀 수 있는 이미지메이크업의 학문적인 기준과 효과적인 표현방법을 분석하였다.

둘째, 얼굴 형태별 실험모델을 선정하여 인상학적 얼굴분석과 이미지메이크업의 시술과정을 설명하고 사진작업을 하였다.

셋째, 20대 이상에서 50세까지 일반인을 대상으로 얼굴형태별 이미지메이크업 시술 전·후의 변화정도와 연령과 직업을 고려한 이미지메이크업의 반응을 설문조사를 통하여 알아보았다.

사람의 인상을 보는 것을 일반적으로 관상학이라고 한다. 관상이라 할 때 주로 얼굴만 보는 것으로 생각하지만, 엄밀한 의미에서의 관상은 얼굴뿐만 아니라 수상과 골격, 머리, 팔, 다리, 가슴, 배, 허리, 모발(털), 또 국부까지 몸 전체를 골고루 보는 것이라 할 수 있다. 그러나 본 연구에서는 인상의 범위를 사람의 얼굴로 제한하였으며 인상이 갖는 심리적, 철학적인 방향에 치중한 것이 아니라 미학적인 접근으로 얼굴형에 따른 이미지메이크업의 표현기법을 제시하고자 한다.

5) 왕 석구, 왕석구의 톡톡 튀는 메이크업, 진리탐구, 1999, pp149~151

Ⅱ. 인상학적 고찰에 의한 얼굴이미지와 얼굴 형태 분석

1. 인상학의 일반적 고찰

인상학이란 외형적 생김새를 통해 한 사람의 성격, 체질, 나아가 운명을 추론하는 학문으로 인상학(Physiognomy)이란 말의 어원은 그리스의 자연(Physics), 법칙(Homos), 그리고 판단 또는 해석(Gnomon)의 조합에서 나온 것으로, 이에 따르면 인상학은 자연의 법칙(Law of Nature)또는 자연(본질)의 해석이라고 풀이할 수 있다.

흔히 인상은 얼굴을 읽는 것으로 생각하지만 수상, 족상을 포함하여 골격, 피부색 등 몸 전체의 외모, 나아가 몸짓까지를 보는 포괄적인 개념이다.⁶⁾

인상학은 인상(人相)을 관찰하여 얻어진 결론을 가지고 피흉추길(避凶趨吉)⁷⁾의 방법을 강구하는 학문으로 현실에 근거를 두며 통계학적 방법에 따라 과학적인 방법으로 판단하기 때문에 예전부터 전해지는 점술(占術)과는 다르다.

이 학문의 시초는 중국이며 한반도에 전래된 것은 삼국시대에 중국에 유학을 갔다 온 학자들에 의해 유입된 것으로 추정된다.

고려시대에는 불교의 상법이 주류를 이루었는데 유명한 관상가로 도선 국사(道詵國師)와 혜징(惠澄) 무학대사(無學大師)등 대개 승려들이었으나 조선 세대에 와서는 승려뿐만 아니라 서 경덕 과 이 율곡 같은 학자들도 관상에 조예가 깊었다고 한다. 특히 허준의 <동의보감>과 같은 의학서적에도 관상학적인 요소가 환자의 상태를 파악하는데 활용되었을 정도로 시대적 관심을 끌며 오늘에 이르렀다.

인상은 머리, 이마, 눈, 입, 이, 귀 등 중요한 부위를 관찰하는 기본 인상에 따라 대략 다음과 같이 구분 된다.

6) 설 혜심, 「서양의 관상학 그긴 그림자」, 한길사, 2001, p29

7) 신 수현, 얼굴형과 메이크업컬러에 관한 연구, 2002, p4

얼굴을 3등분하여 위에서부터 상정(上停)⁸⁾, 중정(中停)⁹⁾, 하정(下停)¹⁰⁾으로 나누어 관찰 한다¹¹⁾<그림 1>. 또한 얼굴을 십이궁으로 나누어 관찰하는 것으로¹²⁾ 황도십이궁(黃道十二宮)이 있는데 명칭은 관록궁(官祿宮)¹³⁾<그림 2>, 명궁(命宮)¹⁴⁾<그림 3>, 천이궁(遷移宮)¹⁵⁾<그림 4>, 형제궁(兄弟宮)¹⁶⁾<그림 5>, 복덕궁(福德宮)¹⁷⁾<그림 6>, 처첩궁(妻妾宮)¹⁸⁾<그림 7>, 전택궁(田宅宮)¹⁹⁾<그림 8>, 부모궁(父母宮)²⁰⁾<그림 9>, 질병궁(疾厄宮)²¹⁾<그림 10>, 재백궁(財帛宮)²²⁾<그림 11>, 노복궁(奴僕宮)²³⁾<그림 12>, 상모(相貌: 전체적인 것)²⁴⁾이다. 찰색(察色)은 얼굴 각 부위의 혈색을 관찰하며 얼굴 이외의 부분으로 주름살, 사마귀, 점, 모발, 신체의 각 부분을 관찰한다.

동작(動作)으로 언어·호흡·식사·걸음걸이·앉은 모양·누운 모양 등을 관찰한다. 위에 열거한 것 이외에도 그 사람 일상생활, 손, 발, 몸 상태, 등을

8) 머리털 난 곳에서부터 눈썹까지의 부위

9) 눈썹 아래에서부터 코끝까지의 부위

10) 코끝부터 턱밑까지의 부위

11) 얼굴을 위로부터 초·중·말년기로 3등분해 그 사람의 생애를 객관적으로 판단하기 위한 설정이다. 두산 백과사전

12) 십이궁이라고도 하며 황도 전체를 30° 씩 12등분하여 각각에 대해 별자리의 이름을 붙인 것이다.

13) 이 궁의 위치는 주로 이마 전체를 보는 것이 정석이다, 이마 전체에 걸쳐서 운이 나타나게 되며 그 한 가운데를 기준으로 하게 된다

14) 눈썹과 눈썹 사이를 명궁이라 하며 관상용어로 인당(印堂)이라고 한다.

15) 얼굴에서의 위치는 이마 양쪽 가장자리(관자놀이 근처)로 관상용어로는 천창(天倉)이라고 한다.

16) 얼굴의 두 눈썹이 형제 궁으로 형제 관계를 알 수 있다.

17) 눈썹꼬리의 윗부분으로 그 사람의 덕량(德量)과 인덕(人德)을 판단하며 선천적 복록(福祿)의 많고 적음을 알 수 있는 곳이다.

18) 이궁의 위치는 눈의 끝 즉 눈 꼬리부터 예서부터 머리까지의 사이 부분을 말하게 되며 기운을 살피는 중심이 된다.

19) 얼굴에서의 위치는 눈과 눈썹 사이의 윗 눈꺼풀 부위를 말하며 주택 등 부동산 관계가 그 상속에 대한 운세를 판단하는 곳이다

20) 이곳을 부모 궁이라 하고 좌측을 부친 우측을 모친으로 본다.

21) 얼굴에서의 위치는 눈과 눈 사이의 코 뿌리 부위로 관상용어로 산근(山根)이라고 한다.

22) 위치는 코로 재산상태와 관리능력, 그리고 금전 운세와 사업 운을 판단하는 데 핵심적 부위가 된다. 욕망 달성 여부 및 성격과 지적 능력, 문화생활의 척도를 나타내는 것이기도 하다.

23) 얼굴에서의 위치는 그림에서 보듯 아래턱 좌우 양쪽 부위로 이를 관상용어로 지각이라 한다.

24) 관상학에서 상모는 얼굴 전체의 상을 가리키는 말이다.

관찰하지만 이 중에서 얼굴의 상이 가장 중요한 기준이 된다.

얼굴을 보고 판단하는 인상의 기본원리는 음양오행이 있는데 이를 바탕으로 얼굴을 나누며, 그 방법으로는 좌우상칭구분법(左右相稱區分法), 삼정구분법(三停區分法), 궁구분법(宮區分法), 오관구분법(五官區分法), 세목구분법(稅目區分法), 오행구분법(五行區分法) 등 다양하다.²⁵⁾

인상을 평가하는데 있어 한국적인 특징 중의 하나가 얼굴 부위를 자로 재는 것이다. 세조 때의 유명한 인물인 한 병희의 얼굴상을 자로 평가했다는 일화가 있는 것으로 볼 때, 이러한 인상학적인 방법은 조선시대 이전부터 정착되었던 것으로 추정할 수 있다. 이와 같이 인상학은 중국에서 형성된 것이기는 하지만, 한반도에 전래되면서 나름대로의 체계를 갖추면서 전승되어 왔다. 그러나 현재에는 자신의 인상을 그대로 유지하기보다는 잘못된 부위를 수술하여 교정하는 경향이 성행하고 있는 실정이다.

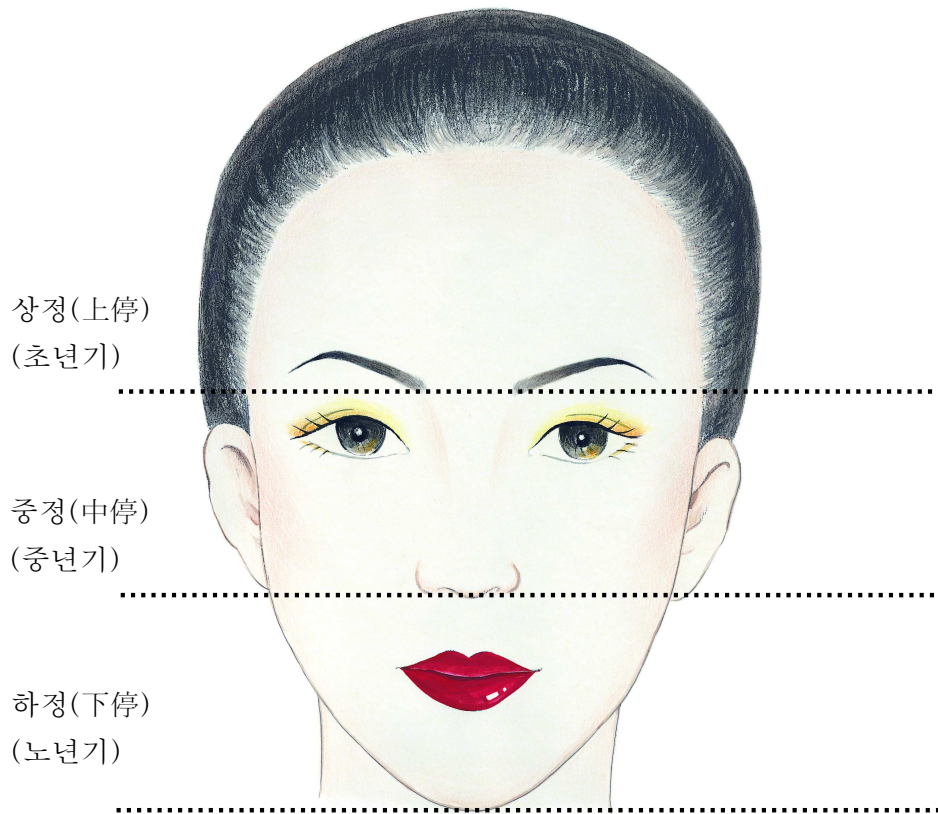
인상학은 사람들이 나타내고 있는 상을 보고 느끼는 기운을 풀어 보는 것을 뜻하며 모든 사람들의 생김새가 다르듯이 상 또한 다른 것이다. 일란성 쌍둥이라 하더라도 그 사람이 지내 온 환경에 따라 상 또한 변하는 것이다.

즉 인상학이란 피상적인 느낌을 체계적으로 정리 분석한 것이다.²⁶⁾ 마음속에 있는 근심이나 기쁨 등의 심리상태는 대부분 얼굴표정으로 전해지며 얼굴을 분석하는 것은 그 사람을 분석하는 것이라 할 수 있다.

사람의 인상은 처음부터 타고나는 기운이 아니라 인생을 살아가면서 생각과 행동이 어떠한지에 따라 그 사람의 상은 변하기에 늘 긍정적인 사고로 마음을 잘 다스리고 올바른 행동을 하는 것이 매우 중요하다.

25) <http://my.netian.com/~awbc2848/kwan.htm>

26) 김 종덕. 얼굴보고 운명 풀어보기, 예가, 1997, p13



<그림 1> 얼굴의 삼분법 (삼정)



<그림 2> 관록궁 (=관운직)



<그림 3> 명궁 (=학식운)



<그림 4> 천이궁 (=여행운)



<그림 5> 형제궁 (=형제운)



<그림 6> 복덕궁 (=오복운)



<그림 7> 처침궁 (=부부운)



<그림 8> 전택궁 (=주택운)



<그림 9> 부모궁 (=부모운)



<그림 10> 질액궁 (=건강운)



<그림 11> 재백운 (=재물운)



2. 인상학적 얼굴 이미지와 유형

1) 얼굴 이미지

사람이나 동물 등 모든 사물은 자신을 나타내거나 상징하는 얼굴을 가지고 있다. 그 중에서는 가장 표정의 변화가 풍부하고 상징적인 의미를 지닌 것이 바로 사람의 얼굴이다. 사람의 얼굴은 웃는 얼굴, 우는 얼굴, 찡그린 얼굴, 속마음을 감춘 얼굴, 잘 생긴 얼굴, 못생긴 얼굴, 천진난만한 얼굴 등의 갖가지 모습을 감정의 희·노·애·락에 따라 무한한 표현이 가능하여 ‘천의 얼굴’로 표현하기도 한다.²⁷⁾

세상 모든 사람들은 우선 얼굴이 나타내는 가치(Face Value)에 의해 전부를 판단하기 쉬운데, 얼굴이라는 것은 성별, 연령, 건강, 풍요를 알 수 있는 언어 이외의 커뮤니케이션이기 때문에 결코 자신의 얼굴을 과소평가해서는 안 된다.²⁸⁾

얼굴의 이미지를 좌우하는 요인에는 여러 가지가 있다. 헤어스타일, 얼굴형, 얼굴의 선들, 즉 이마, 눈썹, 눈, 코, 입, 턱, 귀 등 여러 가지 요인으로 나누어 볼 수 있다. 예를 들어 얼굴에 있어서 다른 사람에 비해 눈이 크다면 그 사람에 대한 이미지는 “눈이 큰 사람”이라는 느낌으로 전해질 것이고, 눈이 크기 때문에 평소에 가지고 있었던 눈이 큰 사람에 대한 고정관념으로 대하게 될 것이다. 또, 우리가 서양인 중에 유난히 코가 큰 사람을 보았을 때 외국인은 코가 크다. 라는 이미지로 뇌에 전달되면서 “모든 외국인은 코가 크다”라는 고정관념을 형성하기도 한다. 그만큼 얼굴에 있어서 이미지

27) 국립민속박물관 편, 한국인의 얼굴, 도서출판사 신유, 1994, p3

28) 옥 미나, 얼굴표정 표현에 대한 연구, 한성대학교예술대학원 석사학위논문, 1998, p1

를 좌우하는 요인들의 형태 변화에 따라 사람들에게 주는 이미지가 결정이 된다고 볼 수 있다.

이미지란 상, 표상 등의 다양한 뜻을 지니는 말로 가시적 형태나 율동 등의 다양한 뜻을 지니는 말로 가시적 형태나 율동 등의 대상으로부터 느끼는 분위기, 감각 연상 등 총체적인 개념으로 표현될 수 있으며 인간의 지각, 활동에 의해 형성된다.²⁹⁾ 따라서 생활 속에서의 인상 판단능력을 길러야 하고, 또 이미지메이크업 과정에서도 활용해야 본인의 의도하는 이미지메이크업을 할 수 있다.

2) 얼굴의 특성과 유형

일반적으로 사람의 얼굴은 크게 둥근형, 네모 형, 세모 형, 으로 구분되며, 이 세가지형을 세분하고 혼합하여 분류상 12형으로 나누고 있는데, 이중에서도 정원 형, 즉 얼굴의 둘레가 둥근 모양으로 둥근 사람의 상은 인상학적 혹은 이미지를 매우 좋게 평가 하고 있다. 얼굴의 형태는 이마 상 단부, 상부, 중부, 하부 등 네 등분의 비율에 따라 넓은 얼굴, 좁은 얼굴, 긴 얼굴, 짧은 얼굴로 나누어지게 되고, 이러한 얼굴 형태는 다시 표준형 얼굴(계란형 얼굴), 삼각형 얼굴, 원형 또는 각형 얼굴, 사다리꼴 얼굴, 직사각형 얼굴 등으로 크게 구분된다.³⁰⁾

얼굴은 골격과 근육으로는 전반적인 이마의 형태를 담당하는 이마골격(전두골)과 양쪽 귀 윗 선을 따라 이마를 중심으로 양쪽 측면 부분인 관자놀이 뼈(측두골), 뺨의 양쪽 윗부분인 광대뼈(광골), 코의 윗부분인 코뼈(비강), 눈의 앞쪽부분의 작은 뼈인 안와(안동구), 턱을 중심으로 윗부분에 해당하는 위턱(상악골), 턱을 중심으로 아랫부분에 해당 하는(하악골)으로 구성되고 이는 메이크업을 시술함에 있어 중요하게 다루어진다.

29) 권 경애, 눈 메이크업이 안면상에 미치는 영향에 관한 연구, 한성대 예술대학원 석사 논문, 2000, p25

30) 권 경애, 앞의 책, p31

얼굴의 윤곽을 보면, 이마와 뺨(볼) 부분은 수직으로 균형이 맞아야 하며 곧게 보이고, 헤어라인 (Hair line)을 시작으로 이마 안쪽에서 코를 기준으로 볼의 위치 등이 적당한 분할로 균형을 이루어야 한다. 따라서 자신에게 잘 어울리는 메이크업을 하려면 자신의 얼굴형을 알아야 한다. 우선 인상학적 얼굴 형태와 메이크업에서 보는 얼굴형태로 나누어 살펴보기로 한다.

(1) 인상학적 관점에 따른 얼굴 유형

사람의 얼굴모양은 저마다 둥글고, 모나고, 길며 십인십색(十人十色)으로 각기 다른 모양의 얼굴을 가지고 있다. 따라서 사람의 성격과 이미지와 서로 다른 특색을 가지고 있다.

고대 중국에서 유래된 상학에서는 사람의 얼굴을 열 가지 유형으로 나누었다. 이는 십자상법(十字相法) 이라고 하여 사람은 누구나 이 열 가지 유형(十字面相) 중의 어느 하나에 속하게 된다.

사람의 얼굴을 봤을 때 제일 먼저 눈에 들어오는 것은 식별 상 그 사람의 얼굴모양(형상)이다. 그리고 골격과 피부의 착색, 이목구비의 대소와 특징들이다. 이것들만 보아서도 바로 그 사람이 인상 판단이 나올 수 있는 것이다.

또한 인상학에서는 사람의 얼굴을 용모나 모형이 아닌 또 다른 각도에서 운기를 판단하고자 하는 방법이 바로 풍모별 분류에 의한 것이다. 먼저 풍채를 감지하고 얼굴로부터 풍기는 맛과 분위기에 따라서 솟아오른 얼굴, 흘러내린 얼굴, 퍼져난 얼굴, 감싸든 얼굴, 바라진 얼굴, 바라진 얼굴의 다섯 가지로 분류한다.³¹⁾

사람의 얼굴을 일정한 틀에 맞추어서 그 틀이 가지고 있는 특성적인 운기를 그 사람에게 적용시키고자 하는 것이다. 그러기 위해서 틀의 종류수를 늘리게 되면 그 특성이 개개인의 사실에 접근되지만 너무 복잡하여 혼동되기 쉬우며, 또한 틀의 종류 수를 줄이게 되면 간편한 반면, 그 특성이 사실에 접근하기 힘들다는 장단점이 있다. 그래서 복잡하지도 않고 특성이 사실에 접근할 수 있는 범위 내에서 모형별로 둥근 얼굴, 네모진 얼굴, 긴 얼굴, 삼각

31) 김 성현, 앞의 책, p102

형 얼굴, 역삼각형 얼굴, 둥글고 가름한 얼굴, 마름모 얼굴, 로 나타내었다.³²⁾

(2) 메이크업 관점에서의 얼굴 유형

인간 얼굴의 평균 길이는 18.6cm, 넓이는12.95cm 라고 한다. 이 얼굴에서 눈이나 입을 수정하기 위해서 1mm 아주 미세한 변화만 주어도 얼굴 전체의 분위기가 달라진다.

얼굴에 있어서 가장 뚜렷한 형태는 두 눈 과 코 그리고 입이다. 그 다음으로 특징적인 형태는 턱과 두 뺨, 이마이다. 이 형태들은 지방의 정도에 따라 둥근 느낌이거나 부드러운 곡선을 이루거나 뚜렷이 각이 지거나 뾰족하다. 이상적인 얼굴형은 다음과 같다.

<표 1> 이상적인 얼굴형³³⁾

<ul style="list-style-type: none">· 얼굴의 길이 : 18.6cm· 미간의 넓이 : 3.3cm· 입술 길이 : 4.6cm· 콧 망울의 위치 : 눈썹에서 1/3 되는 지점· 입술의 위치 : 정면을 향했을 때 눈동자 안쪽에서 내려오는 선· 입술의 비율 : 1(위) : 1.5(아래)· 눈 의 머리 : 콧 망울에서 일직선· 눈썹 꼬리 : 콧 망울에서 눈 꼬리를 지나가는 45° 되는 지점· 얼굴의 넓이 : 12.95cm· 콧망울 길이 : 3.4cm· 눈 의 길이 : 3.35cm· 눈썹의 위치 : 이마에서 1/3 되는 지점· 이마의 넓이 : 12.65cm
--

대부분의 사람들의 얼굴은 한 가지 형태보다는 복합적인 형태를 이루고

32) 김 성현, 앞의 책, pp95~101

33) 권 경애, 앞의 책, p38

있고 다양한 형태를 지녔기에 어떤 얼굴의 형태라고 구분 짓기 위해서는 얼굴 형태의 기본이 되는 형태를 분류할 수 있다.³⁴⁾

Louise Picard Vila 도 얼굴형의 수정을 위한 메이크업의 방법을 제시하면서 얼굴형은 계란형, 둥근형, 역삼각형 삼각형, 삼각형, 마름모형의 7가지의 유형으로 분류하였다.

7가지 유형의 얼굴 중 계란형이 대표적인 미인 형으로 메이크업의 기준 형이 되며 모든 분위기의 연출이 가능한 형이지만 경우에 따라 나이가 들어 보일 수 있다.³⁵⁾

또한 신지현은 얼굴형을 7가지 즉, 계란형, 원형, 사각형, 긴형, 삼각형, 역삼각형, 마름모형으로 분류하였으며, 긴 얼굴형이 표준형인 계란형에 근접해 보이도록 헤어스타일과 메이크업을 제안 하였다.³⁶⁾

7가지 형태의 얼굴형은 다음과 같다.

<표 2> 7가지 얼굴 형태와 특성³⁷⁾

얼굴형	특징
둥근형	볼과 턱 선이 넓고 헤어라인이 둥글며 얼굴이 전체적으로 짧은 형이다.
장방형/ 긴형	긴 코의 소유자이며 얼굴 전체적으로 사각의 좁고 긴 얼굴형이다.
삼각형	헤어라인이 일정치 않으며 넓은 턱선, 양쪽 광대뼈 사이가 좁으며 양미간이 좁은 얼굴형이다.
마름모형	좁은 이마, 높고 불거진 광대뼈, 좁고 뾰족한 턱을 가진 얼굴형이다
역삼각형	이마가 넓고 크며 양미간이 넓고 턱 선이 좁으며 광대뼈가 높게 자리 잡은 얼굴형이다.
사각형	헤어라인과 볼 선이 직선적이며 이마가 넓고 사각의 턱

34) 이 경하, 눈썹형태에 따른 얼굴이미지에 관한 연구, 국민대학교 교육대학원 석사학위논문, 1999, p33

35) Louise Picard Vila 는 Make-up Artist 이면서 ‘Cometology’ 의 著者이다.

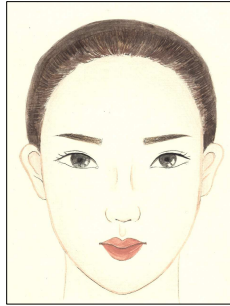
36) 신 지현, 신 미용학개론, 수문사, 1997, pp326~329

37) 강 경화, 현대 메이크업 총론. Apc, 200, pp32~33

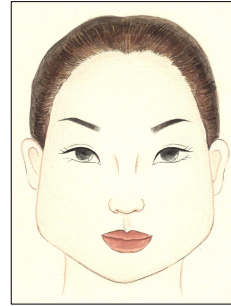
	선과 전체적으로 네모난 형이다.
타원형(계란형)	이마 선은 턱선 보다 약간 넓으며, 완전한 균형을 갖춘 얼굴형으로 가장 이상적인 얼굴형이다.



<둥근형>



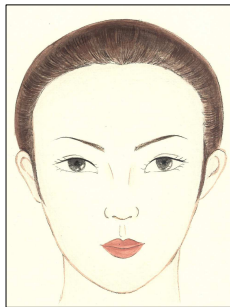
<장방형>



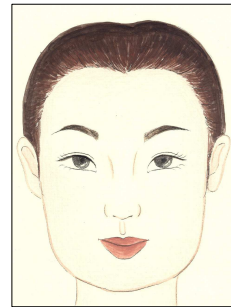
<삼각형>



<마름모형>



<역삼각형>



<사각형>

<타원형>

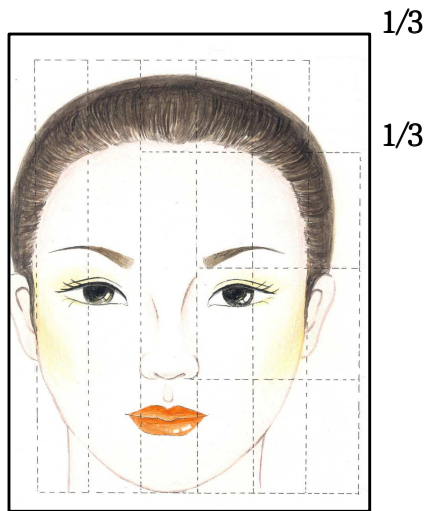
<그림 13> 7가지 얼굴의 형태



1/5

(3) 얼굴분석(Face Proportion)

얼굴의 균형비율을 잘 파악하여 가장 아름답고 멋진 모습으로 변화시키고 그 사람에게 운을 열어줄 수 있는 최상의 메이크업을 하기 위한 분석이다.



<그림 14> 얼굴의 균형

① 가로분할

얼굴정면을 가로분할하면 헤어라인에서 눈썹까지, 눈썹에서 콧 망울까지, 콧 망울에서 턱 끝까지, 3등분으로 나누어진다.

② 세로분할

옆 헤어라인에서 눈 꼬리까지, 눈 꼬리에서 눈앞머리까지, 눈앞머리에서 반대 눈앞머리까지, 눈머리에서 눈 꼬리까지, 눈 꼬리에서 헤어라인까지, 5등분

으로 나누어진다.

③ 눈썹의 위치와 길이

이상적인 눈썹은 이마에서 1/3되는 지점에 위치하며 눈머리는 콧 망울에서 일직선으로 연장해서 만나는 지점에 위치한다. 그리고 눈썹에 길이는 45° 각도로 콧 망울에서 눈 꼬리를 지나 만나는 지점에 위치한다.

④ 눈과 눈 사이 의 거리

이상적인 눈과 눈 사이의 거리는 눈의 길이와 같다.

⑤ 콧 망울의 위치

이마에서 2/3 되는 지점에 위치한다.

⑥ 콧 망울의 넓이

입술 길이의 약 1/2 정도의 크기가 적당하다.

⑦ 이상적인 입술

입술은 정면을 바라보고 있을 때 눈동자 안쪽선의 연장선과 만나는 지점이며 비율은 윗입술과 아랫입술의 비율은 1:1.5인 경우이다.³⁸⁾

38) 허 순득, 실용기초메이크업, 형설출판사, 2004, p53

Ⅲ. 얼굴 형태별 이미지메이크업의 표현기법 실제

1. 이미지메이크업의 개념

사람의 얼굴은 특징, 형태, 크기 등 개성과 관련 있는 유전적인 요소가 상당부분을 차지하지만 성장하는 과정 속에서 사회적 환경과 유행, 건강, 일상적 습관으로 얼굴인상은 변형되며 이미지와 직결된다. 이는 언어이상의 의미를 갖는 또 하나의 중요한 커뮤니케이션이다.

개성적이고 창의적인 자신만의 적합한 메이크업을 하기 위해서는 이미지메이크업에 관한 내용의 기초가 되는 인상학에 대해 이해하고 자신의 얼굴 특성을 아는 것에서부터 시작되어야 한다.

화장을 하는 행위는 인간이 태어나면서부터 가지는 숙명적 약점을 감추고 운세를 호전시키며 재앙을 피하고자 하는 의미가 깃들여져 있다. 화장술이 고도로 발달한 오늘날 단순한 외모치장으로만 사용할 것이 아니라 좋은 인상과 좋은 이미지로 바꾸기 위해 적극적으로 활용한다면 인생을 더욱 자신감 있고 활력적으로 만들어 풍요로운 결실을 맺을 것임에 틀림없다.³⁹⁾

이미지메이크업은 얼굴이라는 한정된 공간에 행해지는 것으로서 형태와 표정을 가지고 있으므로 선천적인 생김새와 생활을 통해 나타는 표정의 움직임과 마음까지도 반영하여 아름다움을 묘사할 수 있어야 한다.⁴⁰⁾ 지금까지의 화장은 외모가 아름다워지기 위한 화장이었다. 눈이 작으니까, 크게 보이기 위한 눈 화장에 정성을 기울였고 코가 납작코라 신경이 쓰이니까 노즈

39) 정 현우, 알기 쉽게 볼 수 있는 인상학, 자유시대사, 1994, pp254~256

40) 신 수현, 얼굴형과 메이크업 컬러에 관한연구, 2002, p28

새도우를 하여 콧대를 강조하듯 이런 화장으로는 이미지 변화가 안 되며 이미지를 좋게 할 수도 없다.

화장을 잘못하여 본의 아니게 이미지가 나빠지는 경우도 있다. 단지 아름답게 보이기 위한 보정메이크업은 이미지를 나쁘게 할 수도 있다.

인상학을 근거로 이미지를 좋게 하는 화장술은 건강한 사람의 색으로 얼굴생김새와 조화롭게 화장을 하는 것이 이미지메이크업의 기본이며 얼굴형태 따라 이미지가 다르듯이 이미지 메이크업의 표현방법도 다르다.⁴¹⁾

2. 얼굴형태별 이미지메이크업의 표현기법 실제

1) 실험모델 선정

사람의 얼굴형은 다양하지만 인상학적 고찰에서 살펴보았듯이 7가지의 얼굴형, 즉 둥근형, 장방형, 삼각형, 마름모형, 역삼각형, 사각형, 타원형의 사람을 모델로 선정하였다.

2) 얼굴형태별 이미지메이크업 시술과정

(1) 둥근 얼굴형(Round Face)

① 이미지메이크업 시술 전 얼굴분석 (부록1. 1-1)

얼굴이 둥글며 살이 있어 약간은 통통한 느낌의 인상을 주며 얼굴의 길이가 짧은 편으로 한국인의 일반적인 얼굴형이다.

젊은 사람이나 얼굴에 살이 많이 있는 사람으로 인상학적으로는 성격이 침착하고 온화하나 도전적이거나 활동적이지 못하다.⁴²⁾ 이는 평면적으로 얼굴에 길이를 길어 보이게 하고 입체감 있는 얼굴형을 만들어 활동적으로 보이도록 하는데 주력해야 한다.

41) 정 현우, 앞 쪽의 책, 1995, p5

42) 테라다 노리코, 앞의 책, p142

② 이미지메이크업 기술 (부록1. 1-2)

이미지메이크업은 짙은 색의 파운데이션으로 얼굴의 양쪽에 새딩을 주고 턱에 밝은 색의 파운데이션으로 하이라이트를 주어 얼굴이 길어 보이도록 함으로서 얼굴 전체적으로는 입체감과 활동성 있게 연출 되어 좋은 인상을 줄 수 있다.

- ▶ 피부 : 피부는 희고 곱게 표현한다. 코가 길어 보이도록 하이라이트를 주며 얼굴 이외에는 새도우를 어둡게 넣어 얼굴 전체가 가름해 보이도록 한다.
- ▶ 눈 : 따뜻하고 옅은 색으로 눈두덩 이에 발라 주며 진 한색으로 쌍 겹부위를 더 칠해 준다. 아이라인을 짙은 브라운, 검정펜슬로 아래위를 모두 확실히 그려준 뒤 마스크라를 진하게 발라준다. 눈썹은 짙은 회색이나 밤색으로 눈썹 산에 커브를 그려준다.
- ▶ 입술 : 연한 핑크색을 이용하여 귀엽고 사랑스러운 이미지를 살리도록 하는데 작게 그려준다.
- ▶ 볼 : 귀 윗부분에서 구각보다 약간 위쪽을 향하여 세로로 길게 발라 준다.
- ▶ 포인트 : 둥근 느낌을 강조하지 말고 세로의 길이를 강조하는 느낌으로 이미지메이크업을 한다.

(2) 장방형 얼굴(긴 얼굴 / Oblong Face)

① 이미지메이크업 기술 전 얼굴분석 (부록1. 2-1)

얼굴은 좁고 길며 살이 없고 말처럼 길어 잇몸이 약간 돌출되어 있는 형으로 얼굴이 가늘어 보여 예전에는 미인의 얼굴이라고 일컬었던 얼굴형으로 한복과 쪽머리에 잘 어울리며 고전적인 분위기가 있으나 반면 소극적이고 생동감이 결여되어 보인다. 실제의 나이보다 어른스러운 느낌을 주며 침착하고 고상한 이미지의 얼굴이다.⁴³⁾

인상학적으로는 신중한 사고로 그다지 모험을 좋아하지 않는 사람이 많다.

② 이미지메이크업 기술 (부록1. 2-2)

이미지메이크업은 관자놀이에서 시작해서 턱 끝선까지 삼각형 부분에 베이스를 발라준다. 그 다음 밝은 색으로 볼에서 턱 선까지의 넓은 지역인 얼굴 양쪽 2개의 역삼각형 형태에 밝게 연출하고 긴 느낌을 줄여주기 위해 턱에 새도를 해주고 수평적인 일자형 눈썹과 자연스러운 굽기의 눈썹으로 긴 얼굴을 분할시켜 주며 아이새도우는 가로로 길게 그려 생동감을 부여하면 좋은 인상을 줄 수 있다.

- ▶ 피부 : T 존은 밝은 파운데션으로 표현하고 이마와 턱 부분에는 새도우를 주어 얼굴의 길이를 줄여준다.
- ▶ 눈 : 눈썹은 가능한 일자로 그려 가로의 이미지를 느낄 수 있게 하며 검은색보다는 진한 갈색으로 한다. 연한 색으로 베이스를 칠한 뒤 눈이 좀더 넓어 보이도록 짙은 톤의 아이새도우를 뒤꼬리 쪽에 바른다.
- ▶ 입술 : 모양은 부드러운 느낌의 곡선형이 좋지만 너무 둥글거나 크게 그리지 않도록 하며 가로선의 느낌으로 그린다.
- ▶ 볼 : 갈색 톤이나 주황색 톤으로 광대뼈를 중심으로 가로로 폭넓게 바른다.
- ▶ 포인트 : 전체적으로 가로의 느낌이 들게 메이크업 해주어 자칫 나이 들어 보이는 외형에서 탈피한다.

(3) 삼각형 얼굴(Pear Face)

43) 테라다 노리코, 앞의 책, p142

① 이미지메이크업 시술 전 얼굴분석 (부록1. 3-1)

삼각형의 얼굴은 광대뼈가 튀어나오고 볼 뼈 아래 부위가 살이 통통하게 많은 형으로 의지력이 강하고 고집스러워 보인다. 44)

② 이미지메이크업 시술 (부록1. 3-2)

이미지메이크업은 턱의 양쪽에 짙은 색의 파운데이션으로 새딩을 주고 이마의 양끝에서 관자놀이까지 밝은 색의 파운데이션으로 하이라이트를 주어 전체적으로 둥근 얼굴형이 되어 보이도록 표현하여 부드러운 인상이 되도록 한다.

- ▶ 피부 : 이마 양끝, T존과 눈 밑에 하이라이트를 주고 양 옆 턱에 새도우를 준다.
- ▶ 눈 : 베이지 칼라로 눈 두덩이에 펴준 뒤 중간 베이지로 윗 눈꺼풀을 직선의 느낌으로 펴준다. 초코렛색이나 짙은 보라색으로 강조해 준다. 눈썹은 진회색으로 눈썹길이의 1/2에 눈썹산을 그리거나 눈썹산을 둥글게 처리하여준다.
- ▶ 입술 : 연갈색으로 입술 선을 깔끔하게 그린 뒤 짙은 브라운계열 톤으로 자연스럽게 채워준다.
- ▶ 볼 : 광대뼈 밖에서 안쪽으로 대각선 형태로 둥글게 턱 중앙을 향하듯이 가볍게 처리한다.
- ▶ 포인트 : 얼굴형 수정으로 전체의 발란스를 유지하도록 한다. 이마의 양끝에서 관자놀이까지 밝은 색 파운데이션으로 하이라이트를 주어 전체적으로 얼굴이 둥글게 보이게 표현한다.

44) 테라다 노리코, 앞의 책, p143

(4) 마름모형 얼굴(Diamond Face)

① 이미지메이크업 시술 전 얼굴분석 (부록1. 4-1)

볼 뼈가 나온 형으로 옆에서 볼 때 초승달 같은 형태로서 턱이 조금 앞으로 나오고 코 부분이 다른 부분에 비해 많이 돌출된 형태를 말하며 이마와 하관이 광대뼈의 폭보다 좁고 마른 사람에게서 흔히 볼 수 있는 얼굴형이다.

인상학적으로는 자존심이 세며 지는 것을 싫어하므로 다른 사람의 이야기를 듣고 따라가 보는 것도 운을 여는 방법이다.⁴⁵⁾

② 이미지메이크업 시술 (부록1. 4-2)

이미지메이크업은 변화가 많은 얼굴형을 부드럽게 수정하며 살이 없기 때문에 온화한 느낌으로 처리하기 위해서는 튀어나온 부위에는 진한 파운데이션을 사용하여 볼 뼈의 두드러짐이 강조되지 않도록 한다. 전체적으로 얼굴이 온화하고 포근해 보이도록 표현하여 강한 인상을 부드럽게 연출한다.

- ▶ 피부 : 이마는 넓게 하이라이트를 주고, 턱 선은 얇게 펴 발라 턱의 라인을 부드럽게 표현한다. 새도우로 튀어나온 광대뼈와 턱 끝을 중심으로 가볍게 바른다.
- ▶ 눈 : 눈썹은 튀어나온 광대뼈가 다소 완화되어 보이게 눈썹의 앞머리에 포인트를 준 화살 형으로 시선을 분산시킨다. 눈은 눈앞머리에 포인트를 주어 그라데이션 한다.
- ▶ 입술 : 눈썹 상향선의 각도로 약간 두껍고 부드러운 선으로 그린다.
- ▶ 볼 : 볼 뼈를 중심으로 얇고 폭넓게 바른다. 부드러운 느낌을 살려주기 위해 따뜻한 톤의 색상을 선택한다.
- ▶ 포인트 : 볼 뼈의 두드러짐이 강조되지 않도록 주의하며, 둥글고 부드러운

45) 테라다 노리코, 앞의 책, p142

느낌을 살려주면 지적이며 따뜻한 이미지를 연출 한다.

(5) 역 삼각형 얼굴(Triangular Face)

① 이미지메이크업 시술 전 얼굴분석 (부록1. 5-1)

삼각형을 거꾸로 놓은 형태의 얼굴형을 말하며 다른 형에 비해 턱이 많이 발달이 되어 있는 형태로 좁은 턱 선을 강조하지 않도록 한다. 얼굴형의 폭 자체는 넓지만 하반부나 뺨에서 턱에 걸친 선이 훑쪽하고 청순함과 소녀다운 이미지를 주는 인상이다.⁴⁶⁾

② 이미지메이크업 시술 (부록1. 5-2)

이러한 얼굴의 개운메이크업은 살이 없어 평평한 뺨을 통통하게 보이도록 해야 하며 하이라이트 파운데이션을 볼에서부터 턱까지 퍼 발라주어 지적인 모습으로 연출한다.

- ▶ 피부 : T존과 눈 밑에 하이라이트를 주고 이마양옆과 턱에 새도우를 준다.
- ▶ 눈 : 베이지 칼라로 눈 두덩이에 퍼준 뒤 중간 베이지로 윗 눈꺼풀을 직선의 느낌으로 퍼준다. 초코렛색이나 짙은 보라색으로 강조해 준다. 눈썹은 진회색으로 눈썹길이의 1/2 에 눈썹 산을 그리거나 눈썹 산을 둥글게 처리하여준다.
- ▶ 입술 : 연갈색으로 입술 선을 깔끔하게 그린 뒤 짙은 밤색 립스틱으로 채워 준다. 길이와 넓이를 늘려 그래서 입술이 좁아 보이는 것을 막아 준다.
- ▶ 볼 : 광대뼈 약간 위쪽에 눈동자 바깥 부분부터 좁게 발라준다.

46) 테라다 노리코, 앞의 책, p142

- ▶ 포인트 : 얼굴형 수정으로 전체의 밸런스를 유지하도록 한다. 가로로 길게 늘어 그리지 않도록 주의 한다.

(6) 사각형 얼굴(Square Face)

① 이미지메이크업 시술 전 얼굴분석 (부록1. 6-1)

긴 얼굴이면서 하관이 나와 있는 얼굴을 사각형의 얼굴이라고 하며 뼈대가 굵고 다부진 얼굴형이다.

체격이 크고 어깨의 폭이 넓은 사람 중에 이형의 얼굴이 많으며 인상학적으로는 의지가 강하고 활동적인 이미지와 함께 신뢰감을 줄 수 있는 형이다.⁴⁷⁾

② 이미지메이크업 시술 (부록1. 6-2)

개운메이크업은 이마와 턱의 양끝에 짙은 색의 파운데이션으로 새딩을 주고 이마의 중앙과 콧날, 눈 밑에서 관자놀이 부분에 밝은 색의 파운데이션으로 하이라이트를 넣어 얼굴이 작고 부드러움이 느껴지도록 연출한다.

- ▶ 피부 : 건강한 피부색 표현에 중점을 준다. 턱의 각진 부분만 어두운 색으로 발라주고 중앙 부분은 밝은 피부색으로 둔다. 수정부분의 어두운 색상을 바를 때 볼 화장과 겹치지 않도록 주의한다.
- ▶ 눈 : 눈썹은 둥글게 하여 완만한 느낌이 들도록 하고 눈썹의 간격을 약간 벌어지게 그려도 좋다. 눈 화장은 눈썹꼬리와 직선이 되도록 하며 눈 꼬리 쪽을 강조하여 약간 치켜 올리듯 표현한다.
- ▶ 입술 : 입술화장은 폭을 넓게 하여 볼륨을 주고 길이는 짧게 한다.
- ▶ 볼 : 입술 끝에서 귀를 향해 폭넓게 바른다. 핑크 톤이나 갈색 톤이 좋다.

47) 테라다 노리코, 앞의 책, p144

- ▶ 포인트 : 약하고 자연스러운 메이크업보다 강하고 뚜렷한 메이크업을 하여 원숙한 느낌의 색상을 표현한다.

(7) 타원형(계란형)얼굴 (Oval Face)

① 이미지메이크업 시술 전 얼굴분석 (부록1. 7-1)

얼굴형 중 가장 표준이 되는 형으로 모든 여성의 메이크업 목적이 되는 얼굴형이다. 이러한 얼굴형은 어떠한 분위기 연출도 가능하지만 자칫 잘못하면 너무 어른스러워 보이는 얼굴형이 되기도 한다.⁴⁸⁾

② 이미지메이크업 시술 (부록1. 7-2)

이상적인 얼굴형으로 분위기에 맞추어 부분 화장으로 변화를 주며 웨딩은 자연스럽게 양 사이트에 주며 눈 밑에서 콧 망울을 향해 자연스럽게 하이라이트를 준다.

- ▶ 피부 : T 존은 밝은 파운데션으로 표현하고 전체적으로 자연스럽게 표현한다.
- ▶ 눈 : 눈썹은 가볍게 눈썹 산을 만들고 눈썹 끝은 가볍게 둥글게 그린다. 그리고 아이섀도우는 여성적인 둥근 패턴으로 경계선이 두드러지지 않도록 펴 바른다.
- ▶ 입술 : 자신의 입술 선을 그대로 살려 자연스럽게 입술을 그려준다.
- ▶ 볼 : 갈색 톤이나 주황색 톤으로 자연스럽게 바른다.
- ▶ 포인트 : 전체적으로 자연스러운 느낌이 들게 메이크업 하며 자칫 나이 들어 보이는 외형에서 탈피한다.

48) 테라다 노리코, 앞의 책, p143

IV. 실태조사를 통한 결과분석

1. 실태조사 대상 및 방법

1) 조사대상

본 연구는 인상학적 이미지메이크업의 얼굴형을 분석하기 위하여 다음과 같은 대상을 설정하였다.

연구대상은 서울/경기지역에 거주하는 20세 이상 성인 남·여를 대상으로 확률표본 추출인 층화표본추출법을 사용하여 표본을 추출하였다. 표본에 대한 일반적 특성은 <표 3>과 같다

<표 3> 표본의 인구 통계적 요인

구 분		인원수	백분율
성별	남자	147	47.1
	여자	165	52.9
연령	20대	90	28.8
	30대	126	40.4
	40대	96	30.8
직업	학생	108	34.6
	직장인	156	50.0
	주부	48	15.4
Total		312	100.0

2) 측정도구 구성

본 연구에서는 얼굴형을 중심으로 인상학적 이미지메이크업에 대한 표현기법을 분석하기 위하여 설문지를 작성하였다. 설문지의 구성은 인구요인 3문항, 7가지 얼굴형별 측정문항 5문항, 얼굴형에 대한 인식 3문항 등 총 41문항을 사용하였다.

<표 4> 설문지 구성요인

구 분		문항	척도
인구요인	성별, 연령, 직업	3	명목척도
얼굴형	시술 전/후 선호도	5	명목척도
	시술 후 효과		Likert 5점 척도
	시술 후 인상변화		Likert 5점 척도
	시술 전 인상		명목척도
	시술 후 인상		명목척도
얼굴형에 대한 인식	이미지메이크업 시술여부	3	Likert 5점 척도
	첫인상이 사회생활에 미치는 영향		Likert 5점 척도
	호감을 갖는 얼굴형		명목척도

3) 자료 분석

본 연구에서는 SPSS ver 11.0을 사용하여 분석하였으며, 유의수준은 5%를 사용하였다.

첫째, 표본의 인구 통계적 요인에 대해서 빈도수와 백분율을 산출하는 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 성별, 연령, 직업별 시술 전과 후의 선호도, 호감을 갖는 얼굴형을 분석하기 위하여 교차분석을 실시한 후 χ^2 검증을 실시하였다.

셋째, 성별, 연령, 직업별로 시술 후 효과와 변화정도, 이미지메이크업 시술 여부, 첫인상이 사회생활에 미치는 영향을 분석하기 위하여 t검증과 분산분석을 실시하였다.

넷째, 시술 전 인상과 시술 후 인상의 차이를 분석하기 위하여 교차분석을 실시하였다.

2. 실태조사를 통한 결과분석

1) 얼굴 형태별 결과분석

(1) 등근 얼굴형

① 인구요인별 시술 전/후에 대한 선호도 분석

인구요인별 등근 얼굴형에 대한 시술 전/후의 선호도를 분석한 결과, <표 5>와 같이 성별에서는 남자, 여자 모두 시술 후를 더 선호하였다.

연령에서는 유의수준 0.1%에서 차이를 보이고 있었으며, 모든 연령에서 시술 후를 더 선호하고 있었으며, 특히 20대가 가장 선호하였다. 직업에서는 학생, 직장인, 주부 모두 시술 후를 선호한다는 응답이 60% 이상으로 나타났다.

<표 5> 인구요인별 등근형에 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석

구 분		성별		연령			직업			Total
		남자	여자	20대	30대	40대	학생	직장인	주부	
마음 에 드 는 것	시술 전	49 33.3%	48 29.1%	13 14.4%	51 40.5%	33 34.4%	29 26.9%	56 35.9%	12 25.0%	143 45.8%
	시술 후	98 66.7%	117 70.9%	77 85.6%	75 59.5%	63 65.6%	79 73.1%	100 64.1%	36 75.0%	169 54.2%
Total		147 100.0%	165 100.0%	90 100.0%	126 100.0%	96 100.0%	108 100.0%	156 100.0%	48 100.0%	312 100.0%
χ^2, p		.653 .419		17.305*** .000			3.419 .181			

*** : p<.001

② 인구요인별 시술 후 효과분석

인구요인별 시술 후 효과에 대해서 분석한 결과 <표 6>과 같이 성별, 연령, 직업에서는 모두 유의수준 0.1%에서 차이를 보이고 있었다. 여자는 이미지 메이크업 후 얼굴이 더 길어졌다고 인식한 반면, 남자는 그렇지 못한 것으로 나타났다. 연령에서는 20대가 시술 후 얼굴이 더 길어졌다고 인식하고 직업에서는 학생과 주부는 얼굴이 더 길어졌다고 인식한 것으로 나타났다.

<표 6> 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	2.80	1.36	t=-5.594*** .000
	여자	165	3.61	1.18	
연령	20대	90	3.94	.90	F=31.136*** .000
	30대	126	3.26	1.36	
	40대	96	2.53	1.28	
직업	학생	108	3.66	1.09	F=18.502*** .000
	직장인	156	2.80	1.42	
	주부	48	3.68	1.05	
Total		312	3.23	1.33	

*** : p<.001

③ 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한분석

인구요인별 시술 후 인상의 변화를 분석한 결과 <표 7>과 같이 성별에서는 유의수준 1%에서 차이를 보이고 있었고, 남자와 여자모두 인상변화에 대해서 긍정적으로 인식하고 있으나, 여자의 인식이 더 높게 나타났다. 연령에서는 유의수준 1%에서 연령이 낮을수록 인상변화가 긍정적이라고 인식하고 있었다. 하지만, 직업에서는 유의한 차이를 보이고 있지 않았다.

<표 7> 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.33	1.20	t=-2.644** .009
	여자	165	3.67	1.06	
연령	20대	90	3.91	.88	F=8.769*** .000
	30대	126	3.42	1.26	
	40대	96	3.25	1.09	
직업	학생	108	3.60	1.06	F=.519 .596
	직장인	156	3.47	1.21	
	주부	48	3.43	1.07	
Total		312	3.51	1.14	

** : p<.001, *** : p<.001

④ 이미지메이크업 시술 전/후에 대한 인상차이분석

시술 전 인상과 시술 후 인상의 차이를 분석한 결과 <표 8>과 같이 시술 전에는 부드럽다는 응답이 가장 많았고, 시술 후에는 적극적이다. 라는 응답이 가장 많았다. 즉, 둥근형에 대해서 이미지 메이크업 시술을 실시한 후 부드럽다. 라는 응답이 적극적이라는 응답으로 변화되었다는 것을 알 수가 있다.

<표 8> 시술 전 /후 인상에 대한 차이분석

구 분		시술 전 인상						Total	
		청순 하다	부드 럽다	강직 하다	나약 하다	가련 하다	적극적 이다		소극적 이다
시술 후 인상	청순하다		12 8.2%	3 5.4%			1 4.0%	16 5.1%	
	부드럽다	3 10.7%	16 11.0%	3 5.4%	3 10.0%	6 25.0%		31 9.9%	
	강직하다	3 10.7%	14 9.6%	4 7.1%	4 13.3%		6 24.0%	3 100.0%	34 10.9%
	나약하다		22 15.1%	3 5.4%	6 20.0%	9 37.5%	3 12.0%		43 13.8%
	가련하다	3 10.7%							3 1.0%
	적극적이 다	15 53.6%	79 54.1%	36 64.3%	14 46.7%	9 37.5%	15 60.0%		168 53.8%
	소극적이 다	4 14.3%	3 2.1%		3 10.0%				10 3.2%
	미련하다			7 12.5%					7 2.2%
Total		28 100.0%	146 100.0%	56 100.0%	30 100.0%	24 100.0%	25 100.0%	3 100.0%	312 100.0%

(2) 장방향 얼굴

① 인구요인별 시술전후에 대한 선호도 분석

인구요인별 장방향에 대한 시술 전/후의 선호도를 분석한 결과 <표 9>와 같이 남자와 여자 모두 시술 후를 더 선호하는 것으로 나타났다. 연령에서는 유의수준 0.1%에서 차이를 보이고 있었으며, 모든 연령에서 시술 후를 더 선호하고 있었으며, 직업에서는 학생, 직장인, 주부 모두 시술 후를 선호한다는 응답이 60% 이상으로 나타났다.

<표 9> 인구요인별 장방형에 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석

구 분	성별		연령			직업			Total	
	남자	여자	20대	30대	40대	학생	직장인	주부		
마음 에 드 는 것	시술 전	48 32.7%	42 25.5%	9 10.0%	49 38.9%	32 33.3%	27 25.0%	48 30.8%	15 31.3%	90 28.8%
	시술 후	99 67.3%	123 74.5%	81 90.0%	77 61.1%	64 66.7%	81 75.0%	108 69.2%	33 68.8%	222 71.2%
Total		147 100.0%	165 100.0%	90 100.0%	126 100.0%	96 100.0%	108 100.0%	156 100.0%	48 100.0%	312 100.0%
χ^2, p		1.963 .161		22.707*** .000			1.195 .550			

*** : p<.001

② 인구요인별 시술 후 효과분석

인구요인별 시술 후 효과에 대해서 분석한 결과 <표 10>과 같이 성별, 연령, 직업에서는 모두 유의수준 0.1%에서 차이를 보이고 있었다. 성별에서는 이미지 메이크업 후 얼굴이 줄어들었다고 인식하고 있었으나, 여자의 인식이 더 높게 나타났다. 연령에서는 모든 연령에서 얼굴이 줄어들었다고 인식하고 있었으며, 연령이 적을수록 시술 후 얼굴이 줄어들었다고 인식하고 있다. 직업에서도 모두 얼굴이 줄어들었다고 인식하고 있었고, 학생의 인식이 가장 높게 나타났다.

<표 10> 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.29	1.30	-2.750*** .006
	여자	165	3.67	1.13	
연령	20대	90	3.94	.90	12.811*** .000
	30대	126	3.50	1.23	
	40대	96	3.06	1.35	
직업	학생	108	3.86	.83	11.155*** .000
	직장인	156	3.17	1.42	
	주부	48	3.68	1.05	
Total		312	3.49	1.23	

*** : p<.001

③ 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한분석

인구요인별 시술 후 인상의 변화를 분석한 결과 <표 11>과 같이 성별에서는 유의수준 5%에서 차이를 보이고 있었고, 남자와 여자모두 인상변화에 대해서 긍정적으로 인식하고, 연령에서는 유의수준 1%에서 연령이 낮을수록 인상변화가 긍정적이라고 인식하고 있었다. 직업에서는 유의수준 5%에서 학생의 인상변화가 가장 긍정적으로 나타났다.

<표 11> 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.46	1.15	-2.575*
	여자	165	3.78	.98	.010
연령	20대	90	3.97	.80	7.770** .001
	30대	126	3.58	1.20	
	40대	96	3.37	1.05	
직업	학생	108	3.84	.88	3.319* .037
	직장인	156	3.55	1.18	
	주부	48	3.43	1.07	
Total		312	3.63	1.07	

* : p<.05, ** : p<.01

④ 이미지메이크업 시술 전후에 대한 인상차이분석

장방형에 대해서 시술 전 인상과 시술 후 인상의 차이를 분석한 결과 <표 12>과 같이 시술 전에는 소극적이라는 응답이 가장 많았고, 시술 후에는 적극적이라는 응답이 가장 많았다. 이미지 메이크업 시술을 실시한 후 소극적이라는 응답이 적극적이라는 응답으로 변화되었다는 것을 알 수가 있다.

<표 12> 시술 전/ 후 인상에 대한 차이분석

구 분		시술 전 인상							Total	
		청순 하다	부드 럽다	강직 하다	나약 하다	가련 하다	적극적 이다	소극적 이다		미련 하다
시술 후 인상	부드 럽다		6 13.6%			6 33.3%		16 11.3%		28 9.0%
	강직 하다		6 13.6%	9 20.9%	6 28.6%	3 16.7%	7 36.8%	37 26.1%	3 50.0%	71 22.8%
	나약 하다		6 13.6%	3 7.0%	3 14.3%	3 16.7%		16 11.3%		31 9.9%
	가련 하다		3 6.8%							3 1.0%
	적극적 이다	12 63.2%	20 45.5%	24 55.8%	9 42.9%	6 33.3%	12 63.2%	63 44.4%	3 50.0%	149 47.8%
	소극적 이다	7 36.8%	3 6.8%					6 4.2%		16 5.1%
	미련 하다			7 16.3%	3 14.3%			4 2.8%		14 4.5%
Total		19 100.0%	44 100.0%	43 100.0%	21 100.0%	18 100.0%	19 100.0%	142 100.0%	6 100.0%	312 100.0%

(3) 삼각형 얼굴

① 인구요인별 시술 전/후에 대한 선호도 분석

인구요인별 삼각형에 대한 시술 전/후의 선호도를 분석한 결과 <표 13>과 같이 남자와 여자 모두 시술 후를 더 선호하는 것으로 나타났다. 연령에서는 유의수준 5%에서 차이를 보이고 있었으며, 모든 연령에서 시술 후를 더 선호하고 있었으며, 연령이 적어질수록 시술 후를 선호하고 있었다. 직업에서는 차이를 보이고 있지 않았으며, 학생, 직장인, 주부 모두 시술 후를 선호하였다.

<표 13> 인구요인별 삼각형에 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석

구 분	성별		연령			직업			Total	
	남자	여자	20대	30대	40대	학생	직장인	주부		
마음 에 드 는 것	시술 전	54 36.7%	54 32.7%	23 25.6%	43 34.1%	42 43.8%	37 34.3%	50 32.1%	21 43.8%	108 34.6%
	시술 후	93 63.3%	111 67.3%	67 74.4%	83 65.9%	54 56.3%	71 65.7%	106 67.9%	27 56.3%	204 65.4%
Total	147 100.0%	165 100.0%	90 100.0%	126 100.0%	96 100.0%	108 100.0%	156 100.0%	48 100.0%		312 100.0%
χ^2, p	.552		6.816*			2.229				
	.458		.033			.328				

*** : p<.001

② 인구요인별 시술 후 효과분석

인구요인별 삼각형에 대해서 시술 후 효과에 대해서 분석한 결과 <표 14>와 같이 성별, 연령, 직업에서는 모두 차이를 보이고 있었다. 남자와 여자 모두 시술 후 얼굴이 둥글다고 인식하고 있었으나, 여자의 인식이 더 높게 나타났다. 연령이 적을수록 시술 후 얼굴이 둥글어졌다고 인식하고 있다. 직업에서도 학생, 직장인, 주부 모두 얼굴이 둥글어졌다고 인식하고 있었고, 학생의 인식이 가장 높게 나타났다.

<표 14> 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.39	1.25	-2.608*
	여자	165	3.74	1.11	.010
연령	20대	90	3.94	.97	13.644*** .000
	30대	126	3.69	1.13	
	40대	96	3.09	1.31	
직업	학생	108	3.86	.90	4.655* .010
	직장인	156	3.42	1.34	
	주부	48	3.43	1.18	
Total		312	3.58	1.19	

*** : p<.001

③ 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한분석

삼각형에 대해서 인구요인별 시술 후 인상의 변화를 분석한 결과 <표 15>와 같이 성별에서는 유의수준 1%에서 차이를 보이고 있었고, 남자와 여자모두 인상변화에 대해서 긍정적으로 인식하고 있으나, 여자의 인식이 더 높게 나타났다. 연령에서는 유의수준 5%에서 20대에서 인상변화가 가장 긍정적이라고 인식하고 있었다. 직업에서는 유의수준 5%에서 차이를 보이고 있었고, 학생이 인상변화가 가장 긍정적이라고 인식하고 있었다.

<표 15> 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.64	1.11	-2.612**
	여자	165	3.94	.90	.009
연령	20대	90	4.04	.71	3.718* .025
	30대	126	3.67	1.23	
	40대	96	3.75	.90	
직업	학생	108	4.00	.82	3.681* .026
	직장인	156	3.74	1.12	
	주부	48	3.56	1.00	
Total		312	3.80	1.01	

** : p<.001, *** : p<.001

④ 이미지메이크업 기술 전후에 대한 인상차이분석

삼각형에 대해서 기술 전 인상과 기술 후 인상의 차이를 분석한 결과 <표 16>과 같이 기술 전에는 강직하다. 라는 응답이 가장 많았고, 기술 후에는 부드럽다. 라는 응답이 가장 많았다. 삼각형에 대해서 이미지 메이크업 기술 후 강직하다. 라는 응답이 부드럽다. 라는 응답으로 변화되었다.

<표 16> 기술 전 /후 인상에 대한 차이분석

구 분	기술 전 인상								Total	
	청순하다	부드럽다	강직하다	나약하다	가련하다	적극적이다	소극적이다	미련하다		
기술 후 인상	청순하다			20 12.0%		3 16.7%	6 17.6%	3 23.1%		32 10.3%
	부드럽다	12 54.5%	19 54.3%	74 44.6%	6 33.3%	6 33.3%	15 44.1%		3 50.0%	135 43.3%
	강직하다	3 13.6%		34 20.5%	3 16.7%	3 16.7%	10 29.4%	3 23.1%	3 50.0%	59 18.9%
	나약하다		6 17.1%	19 11.4%	3 16.7%	3 16.7%				31 9.9%
	가련하다		7 20.0%	6 3.6%	3 16.7%	3 16.7%	3 8.8%	3 23.1%		25 8.0%
	소극적이다	7 31.8%	3 8.6%	6 3.6%						16 5.1%
	미련하다			7 4.2%	3 16.7%			4 30.8%		14 4.5%
Total	22 100.0%	35 100.0%	166 100.0%	18 100.0%	18 100.0%	34 100.0%	13 100.0%	6 100.0%	312 100.0%	

(4) 마름모형 얼굴

① 인구요인별 기술 전/후에 대한 선호도 분석

인구요인별 마름모형에 대한 기술 전/후의 선호도를 분석한 결과 <표 17>과 같이 성별에서는 유의수준 1%에서 차이를 보이고 있었고, 남/여 모두 기술 후를 더 선호하는 것으로 나타났으나, 여자의 선호도가 더 높게 나타났다.

연령에서는 유의수준 0.1% 에서 차이를 보이고 있었으며, 모든 연령에서 시술 후를 더 선호하고 있었으며, 특히 20대가 시술 후를 가장 선호하고 있었다. 직업에서는 유의수준 0.1%에서 차이를 보이고 있었으며, 특히, 학생과 주부가 시술 후를 더 선호하고 있었다.

<표 17> 인구요인별 마름모형에 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석

구 분		성별		연령			직업			Total
		남자	여자	20대	30대	40대	학생	직장인	주부	
마 음 에 진 드 는 것	시술	56	39	10	43	42	20	66	9	95
	후	38.1%	23.6%	11.1%	34.1%	43.8%	18.5%	42.3%	18.8%	30.4%
	시술	91	126	80	83	54	88	90	39	217
	후	61.9%	76.4%	88.9%	65.9%	56.3%	81.5%	57.7%	81.3%	69.6%
Total		147	165	90	126	96	108	156	48	312
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2, p		7.674** .006		24.717*** .000			20.720*** .000			

*** : p<.001

② 인구요인별 시술 후 효과분석

인구요인별 마름모형에 대해서 시술 후 효과에 대해서 분석한 결과 <표 18>과 같이 성별, 연령, 직업에서는 모두 유의수준 0.1%에서 차이를 보이고 있었다. 성별에서는 여자는 이미지 메이크업 후 얼굴이 부드러워졌다고 인식한 반면, 남자는 큰 차이를 인식하지 못하고 있었다. 연령에서는 20대가 시술 후 얼굴이 부드러워졌다고 인식하고 있으나, 40대는 그렇지 못하다는 인식을 보였다. 직업에서는 학생과 주부는 얼굴이 부드러워졌다고 인식한 반면 직장인은 그렇지 못한 것으로 나타났다.

<표 18> 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.04	1.32	-4.764***
	여자	165	3.70	1.12	.000
연령	20대	90	3.97	.92	24.036*** .000
	30대	126	3.45	1.21	
	40대	96	2.78	1.34	
직업	학생	108	3.88	.85	26.944*** .000
	직장인	156	2.91	1.38	
	주부	48	3.87	1.00	
Total		312	3.39	1.26	

*** : p<.001

③ 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한분석

마름모형에 대해서 인구요인별 시술 후 인상의 변화를 분석한 결과 <표 19>와 같이 성별에서는 유의수준 1%에서 차이를 보이고 있었고, 남자와 여자모두 인상변화에 대해서 긍정적으로 인식하고 있으나, 여자의 인식이 더 높게 나타났다. 연령에서는 유의수준 0.1%에서 연령이 낮을수록 인상변화가 긍정적이라고 인식하고 있었다. 직업에서는 유의한 차이를 보이고 있지 않다.

<표 19> 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.53	1.14	-2.974**
	여자	165	3.89	.95	.003
연령	20대	90	4.01	.78	8.023*** .000
	30대	126	3.76	1.14	
	40대	96	3.40	1.09	
직업	학생	108	3.68	1.02	.238 .788
	직장인	156	3.72	1.15	
	주부	48	3.81	.81	
Total		312	3.72	1.06	

** : p<.001, *** : p<.001

④ 이미지메이크업 시술 전/후에 대한 인상차이분석

마름모형에 대해서 시술 전 인상과 시술 후 인상의 차이를 분석한 결과 <표 20>과 같이 시술 전에는 강직하다는 응답이 가장 많았고, 시술 후에는 청순하다, 라는 응답이 가장 많았다. 마름모형에 대해서 이미지 메이크업 시술을 실시한 후 강직하다. 라는 응답이 청순하다. 라는 응답으로 변화되었다.

<표 20> 시술 전 /후 인상에 대한 차이분석

구 분	시술 전 인상							Total	
	청순 하다	부드 럽다	강직 하다	나약 하다	가련 하다	적극적 이다	소극적 이다		
시술 후 인상	청순 하다	12 54.5%	13 52.0%	86 49.7%	9 26.5%	9 37.5%	16 64.0%	6 66.7%	151 48.4%
	부드 럽다			19 11.0%	3 8.8%	6 25.0%			28 9.0%
	강직 하다	3 13.6%	3 12.0%	18 10.4%	10 29.4%		6 24.0%	3 33.3%	43 13.8%
	나약 하다			28 16.2%	6 17.6%	6 25.0%			40 12.8%
	가련 하다	3 13.6%			3 8.8%	3 12.5%			9 2.9%
	적극적 이다		6 24.0%	18 10.4%			3 12.0%		27 8.7%
	소극적 이다	4 18.2%			3 8.8%				7 2.2%
	미련 하다		3 12.0%	4 2.3%					7 2.2%
Total	22 100.0%	25 100.0%	173 100.0%	34 100.0%	24 100.0%	25 100.0%	9 100.0%	312 100.0%	

(5) 역삼각형 얼굴

① 인구요인별 시술 전/후에 대한 선호도 분석

인구요인별 역삼각형에 대한 시술 전/후의 선호도를 분석한 결과 <표 21>과 같이 남자와 여자 모두 시술 후를 더 선호하는 것으로 나타났다. 연령에

서는 유의수준 1%에서 차이를 보이고 있었으며, 모든 연령에서 시술 후를 더 선호하고 있었으며, 직업에서는 차이를 보이고 있지 않았으며, 학생, 직장인, 주부 모두 시술 후를 선호한다는 응답이 60% 이상으로 나타났다.

<표 21> 인구요인별 역삼각형에 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석

구 분		성별		연령			직업			Total
		남자	여자	20대	30대	40대	학생	직장인	주부	
마음 에 전	시술	44	51	24	29	42	31	55	9	95
		29.9%	30.9%	26.7%	23.0%	43.8%	28.7%	35.3%	18.8%	30.4%
드는 것	시술	103	114	66	97	54	77	101	39	217
	후	70.1%	69.1%	73.3%	77.0%	56.3%	71.3%	64.7%	81.3%	69.6%
Total		147	165	90	126	96	108	156	48	312
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2, p		.035		11.915**			4.960			
		.851		.003			.084			

*** : p<.001

② 인구요인별 시술 후 효과분석

인구요인별 역삼각형에 대해서 시술 후 효과에 대해서 분석한 결과 <표 22>와 같이 성별에서는 유의수준 1%, 연령, 직업에서는 유의수준 0.1%에서 차이를 보이고 있었다. 여자는 이미지 메이크업 후 얼굴이 더 둥글어 보인다고 인식한 반면, 남자는 시술 전과 큰 차이가 없다고 인식하였다. 연령에서는 20대와 30대가 시술 후 얼굴이 더 둥글어졌다고 인식하고 있으나, 40대는 그렇지 못하다는 인식을 보였다. 직업에서는 학생과 주부는 얼굴이 더 둥글어졌다고 인식한 반면 직장인은 그렇지 못한 것으로 나타났다.

<표 22> 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.00	1.32	-2.669**
	여자	165	3.38	1.15	.008
연령	20대	90	3.64	1.03	29.083*** .000
	30대	126	3.45	1.21	
	40대	96	2.46	1.17	
직업	학생	108	3.61	.93	12.528*** .000
	직장인	156	2.87	1.38	
	주부	48	3.37	1.12	
Total		312	3.20	1.25	

*** : p<.001

③ 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한분석

역삼각형에 대해서 인구요인별 시술 후 인상의 변화를 분석한 결과 <표 23>과 같이 남자와 여자 모두 인상변화에 대해서 긍정적으로 인식하고 있었다. 연령에서는 유의수준 1%에서 30대에서 인상변화가 가장 긍정적이라고 인식하고 있었다. 하지만, 직업에서는 유의한 차이를 보이고 있지 않았다.

<표 23> 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.56	1.14	-1.315
	여자	165	3.72	1.03	.190
연령	20대	90	3.64	1.06	7.055** .001
	30대	126	3.88	1.04	
	40대	96	3.34	1.11	
직업	학생	108	3.49	1.07	1.939 .146
	직장인	156	3.71	1.16	
	주부	48	3.81	.81	
Total		312	3.65	1.09	

** : p<.001, *** : p<.001

④ 이미지메이크업 시술 전/후에 대한 인상차이분석

역삼각형에 대해서 시술 전 /후 인상의 차이를 분석한 결과 <표 24>와 같이 시술 전에는 청순하다. 라는 응답이 가장 많았고, 시술 후에는 적극적이다 라는 응답이 가장 많았다. 역삼각형은 청순하다. 라는 응답이 적극적이라는 응답으로 변화되었다는 것을 알 수가 있다.

<표 24> 시술 전/ 후 인상에 대한 차이분석

구 분		시술 전 인상							Total
		청순 하다	부드 럽다	강직 하다	나약 하다	가련 하다	적극적 이다	소극적 이다	
시술 후 인상	청순 하다	18 16.1%	3 15.8%	15 23.4%	6 21.4%		3 4.2%	3 50.0%	48 15.4%
	부드 럽다	7 6.3%		9 14.1%	3 10.7%		9 12.7%		28 9.0%
	강직 하다	9 8.0%		9 14.1%	10 35.7%		9 12.7%		37 11.9%
	나약 하다	19 17.0%		3 4.7%	3 10.7%	3 25.0%	9 12.7%		37 11.9%
	가련 하다		3 15.8%		3 10.7%	3 25.0%	3 4.2%		12 3.8%
	적극적 이다	52 46.4%	10 52.6%	24 37.5%	3 10.7%	6 50.0%	35 49.3%	3 50.0%	133 42.6%
	소극적 이다	3 2.7%		4 6.3%			3 4.2%		10 3.2%
	미련 하다	4 3.6%	3 15.8%						7 2.2%
Total		112 100.0%	19 100.0%	64 100.0%	28 100.0%	12 100.0%	71 100.0%	6 100.0%	312 100.0%

(6) 사각형 얼굴

① 인구요인별 시술 전/후에 대한 선호도 분석

인구요인별 사각형에 대한 시술 전/후의 선호도를 분석한 결과 <표 25>와 같이 성별에서는 유의수준 5%에서 차이를 보이고 있었으며, 남자와 여자 모

두 시술 후를 더 선호하는 것으로 나타났으나, 여자가 더 시술 후를 선호하고 있었다. 연령에서는 차이를 보이고 있지 않았으며, 모든 연령에서 시술 후를 더 선호하고 있었다. 직업에서는 시술 후를 선호한다는 응답이 60% 이상으로 나타났다.

<표 25> 인구요인별 사각형에 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석

구 분		성별		연령			직업			Total
		남자	여자	20대	30대	40대	학생	직장인	주부	
마음 에 진	시술	54	39	23	37	33	31	47	15	93
	전	36.7%	23.6%	25.6%	29.4%	34.4%	28.7%	30.1%	31.3%	29.8%
드는 것 후	시술	93	126	67	89	63	77	109	33	219
	후	63.3%	76.4%	74.4%	70.6%	65.6%	71.3%	69.9%	68.8%	70.2%
Total		147	165	90	126	96	108	156	48	312
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2, p		6.375*		1.747			.118			
		.012		.418			.943			

*** : p<.001

② 인구요인별 시술 후 효과분석

인구요인별 사각형에 대해서 시술 후 효과에 대해서 분석한 결과 <표 26>과 같이 성별, 연령, 직업에서는 모두 유의수준 0.1%에서 차이를 보이고 있었다. 성별에서는 여자는 이미지 메이크업 후 얼굴이 더 작아졌다고 인식하였다. 연령에서는 20대와 30대가 시술 후 얼굴이 더 작아졌다고 인식하고 직업에서는 학생과 주부는 얼굴이 더 작아졌다고 인식한 반면 직장인은 그렇지 못한 것으로 나타났다.

<표 26> 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	2.68	1.31	-5.930***
	여자	165	3.49	1.07	.000
연령	20대	90	3.37	1.06	8.572*** .000
	30대	126	3.24	1.28	
	40대	96	2.68	1.29	
직업	학생	108	3.27	1.15	10.766*** .000
	직장인	156	2.82	1.30	
	주부	48	3.68	1.05	
Total		312	3.11	1.25	

*** : p<.001

③ 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한분석

사각형에 대해서 인구요인별 시술 후 인상의 변화를 분석한 결과 <표 27> 성별에서는 유의수준 0.1%에서 차이를 보이고 있었고, 남자와 여자 모두 인상변화에 대해서 긍정적으로 인식하고 있으나, 여자의 인식이 더 높게 나타났다. 연령에서는 유의수준 1%에서 연령이 낮을수록 인상변화가 긍정적이라고 인식하고 있었다.

<표 27> 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.36	1.17	-4.181***
	여자	165	3.85	.90	.000
연령	20대	90	3.82	.96	7.500** .001
	30대	126	3.73	1.05	
	40대	96	3.28	1.10	
직업	학생	108	3.62	1.06	.484 .617
	직장인	156	3.57	1.15	
	주부	48	3.75	.75	
Total		312	3.62	1.06	

** : p<.001, *** : p<.001

④ 이미지메이크업 기술 전/후에 대한 인상차이분석

사각형에 대해서 기술 전 /후 인상의 차이를 분석한 결과 <표 28>과 같이 기술 전에는 강직하다는 응답이 가장 많았고, 기술 후에는 부드럽다, 라는 응답이 가장 많았다. 사각형에 대해서 이미지 메이크업 기술을 실시한 후 강직하다. 라는 응답이 부드럽다. 라는 응답으로 변화되었다.

<표 28> 기술 전 /후 인상에 대한 차이분석

구 분	기술 전 인상							Total	
	청순 하다	부드 럽다	강직 하다	나약 하다	가련 하다	적극적 이다	소극적 이다		
기술 후 인상	청순 하다		4 28.6%	6 3.8%				10 3.2%	
	부드 럽다	15 68.2%	3 21.4%	78 48.8%	6 25.0%		31 41.9%	133 42.6%	
	강직 하다	3 13.6%		12 7.5%			16 21.6%	3 100.0%	34 10.9%
	나약 하다		4 28.6%	18 11.3%	3 12.5%	3 20.0%	6 8.1%		34 10.9%
	가련 하다						3 4.1%		3 1.0%
	적극적 이다		3 21.4%	24 15.0%	6 25.0%	9 60.0%	9 12.2%		51 16.3%
	소극적 이다	4 18.2%		19 11.9%	9 37.5%	3 20.0%	9 12.2%		44 14.1%
	미련 하다			3 1.9%					3 1.0%
Total	22 100.0%	14 100.0%	160 100.0%	24 100.0%	15 100.0%	74 100.0%	3 100.0%	312 100.0%	

(7) 타원형 얼굴

① 인구요인별 기술 전/후에 대한 선호도 분석

인구요인별 타원형에 대한 기술 전/후의 선호도를 분석한 결과 <표 29>와 같이 성별에서는 차이를 보이고 있지 않았으며, 남자와 여자 모두 기술 후를

더 선호하고 있었으나, 큰 차이를 보이고 있지 않았다. 20대에서는 시술 후를 더 선호하고 있으나, 30대와 40대는 큰 차이를 보이고 있지 않았다. 학생과 주부는 시술 후를 약간 더 선호하며, 직장인은 시술 전을 약간 더 선호하고 있었다.

<표 29> 인구요인별 타원형에 대한 시술 전/후 선호도에 대한 분석

구 분		성별		연령			직업			Total
		남자	여자	20대	30대	40대	학생	직장인	주부	
마음 에 전	시술	72	72	34	62	48	41	82	21	144
	후	49.0%	43.6%	37.8%	49.2%	50.0%	38.0%	52.6%	43.8%	46.2%
드는 것	시술	75	93	56	64	48	67	74	27	168
	후	51.0%	56.4%	62.2%	50.8%	50.0%	62.0%	47.4%	56.3%	53.8%
Total		147	165	90	126	96	108	156	48	312
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2, p		.893		3.585			5.607			
		.345		.167			.061			

*** : p<.001

② 인구요인별 시술 후 효과분석

인구요인별 타원형에 대해서 시술 후 효과에 대해서 분석한 결과 <표 30> 과 같이 성별, 연령, 직업에서는 모두 차이를 보이고 있었다. 성별에서는 여자는 이미지 메이크업 후 분위기가 좋아 보인다고 인식한 반면, 남자는 그렇지 못한 것으로 나타났다. 연령에서는 20대가 시술 후 분위기가 더 좋아 보인다고 30대와 40대는 그렇지 못하다는 인식을 보였다. 직업에서는 학생과 주부는 분위기가 좋아 보인다고 인식한 반면 직장인은 그렇지 못한 것으로 나타났다.

<표 30> 인구요인별 시술 후 효과에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	2.70	1.29	-3.400** .001
	여자	165	3.18	1.16	
연령	20대	90	3.42	1.09	12.675*** .000
	30대	126	2.95	1.37	
	40대	96	2.53	1.06	
직업	학생	108	3.14	1.25	4.166* .016
	직장인	156	2.75	1.32	
	주부	48	3.18	.81	
Total		312	2.95	1.25	

*** : p<.001

③ 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한분석

타원형에 대해서 인구요인별 시술 후 인상의 변화를 분석한 결과 <표 31>과 같이 성별에서는 남자와 여자모두 인상변화에 대해서 긍정적으로 인식하고 있었다. 연령에서는 유의수준 1%에서 연령이 낮을수록 인상변화가 긍정적이라고 인식하고 있었다. 하지만, 직업에서는 유의한 차이를 보이고 있지 않았으며, 모든 집단이 다 인상변화에 대해서 긍정적으로 인식하고 있었다.

<표 31> 인구요인별 시술 후 인상의 변화에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.18	1.21	-1.743 .082
	여자	165	3.41	1.15	
연령	20대	90	3.56	1.15	7.495** .001
	30대	126	3.40	1.20	
	40대	96	2.93	1.12	
직업	학생	108	3.37	1.15	.241 .786
	직장인	156	3.28	1.25	
	주부	48	3.25	1.04	
Total		312	3.30	1.19	

** : p<.001, *** : p<.001

④ 이미지메이크업 기술 전/후에 대한 인상차이분석

타원형에 대해서 기술 전 /후 인상의 차이를 분석한 결과 <표 32>와 같이 기술 전에는 부드럽다는 응답이 가장 많았고, 기술 후에는 청순하다, 라는 응답이 가장 많았다. 타원형에 대해서 이미지 메이크업 기술을 실시한 후 부드럽다. 라는 응답이 청순하다. 라는 응답으로 변화되었다.

<표 32> 기술 전/후 인상에 대한 차이분석

구 분		기술 전 인상						Total	
		청순 하다	부드 럽다	강직 하다	나약 하다	가련 하다	적극적 이다		소극적 이다
기술 후 인상	청순 하다	18 47.4%	72 49.7%	17 45.9%	12 40.0%	12 26.1%	3 23.1%	134 42.9%	
	부드 럽다	3 7.9%	15 10.3%	6 16.2%		16 34.8%		40 12.8%	
	강직 하다	3 7.9%	18 12.4%	3 8.1%	6 20.0%	3 6.5%	4 30.8%	3 100.0%	40 12.8%
	나약 하다		25 17.2%		6 20.0%	12 26.1%			43 13.8%
	가련 하다	6 15.8%	9 6.2%	3 8.1%	3 10.0%	3 6.5%	3 23.1%		27 8.7%
	적극적 이다	4 10.5%		4 10.8%			3 23.1%		11 3.5%
	소극적 이다	4 10.5%	3 2.1%		3 10.0%				10 3.2%
	미련 하다		3 2.1%	4 10.8%					7 2.2%
	Total	38 100.0%	145 100.0%	37 100.0%	30 100.0%	46 100.0%	13 100.0%	3 100.0%	312 100.0%

2) 이미지메이크업 시술여부에 대한 의향분석

인구요인별 이미지메이크업을 하겠는가에 대해서 분석한 결과 <표 33>과 같이 성별에서는 남/여 모두 평균이 3.0이상으로 그렇다. 라는 응답이 더 높게 나타났다. 연령에서는 모든 연령에서 평균이 3.0이상으로 그렇다. 라는 응답이 더 많았고, 직업에서도 학생, 직장인, 주부 모두 평균이 3.0이상으로 그렇다. 라는 응답이 더 높게 나타났다.

<표 33> 인구요인별 이미지메이크업 시술여부에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.25	1.18	-.404
	여자	165	3.30	1.02	.686
연령	20대	90	3.30	1.02	.265
	30대	126	3.32	1.13	.767
	40대	96	3.21	1.14	
직업	학생	108	3.21	.93	.422
	직장인	156	3.30	1.24	.656
	주부	48	3.37	.93	
Total		312	3.28	1.10	

*** : $p < .001$

3) 첫인상이 사회생활에 미치는 영향분석

인구요인별 첫 인상이 사회생활에 미치는 영향에 대해서 분석한 결과 <표 34>와 같이 성별, 연령, 직업에서 모두 차이를 보이고 있지 않았다. 성별에서는 남/여 모두 평균이 3.0이상으로 그렇다. 라는 응답이 더 높게 나타났다. 연령에서는 모든 연령에서 평균이 3.0이상으로 그렇다. 라는 응답이 더 많았고, 직업에서도 학생, 직장인, 주부 모두 평균이 3.0이상으로 그렇다. 라는 응답이 더 높게 나타났다. 즉, 첫인상은 사회생활에 큰 영향을 미치는 것으로 인식하고 있었다.

<표 34> 인구요인별 첫 인상이 사회생활에 미치는 영향에 대한 분석

구 분		N	Mean	Std. Deviation	통계량, p
성별	남자	147	3.65	.98	-.602
	여자	165	3.72	.98	.547
연령	20대	90	3.66	1.02	1.020
	30대	126	3.62	.92	.362
	40대	96	3.81	1.01	
직업	학생	108	3.64	.98	
	직장인	156	3.71	1.00	.218
	주부	48	3.75	.91	.805
Total		312	3.69	.98	

** : p<.001, *** : p<.001

4) 인구요인별 호감을 갖는 얼굴형에 대한 분석

인구요인별 호감을 갖는 얼굴에 대한 분석 결과 <표 35>와 같이 성별에서는 차이를 보이고 있지 않았다. 남자와 여자 모두 타원형을 가장 선호하고 있었으며, 둥근형, 역삼각형의 순으로 나타났다. 연령별로는 유의수준 0.1%에서 차이를 보이고 있었으며, 20대와 30대는 타원형을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 40대는 둥근형을 가장 선호하며 타원형도 선호하고 있었다. 연령별로는 유의수준 0.1%에서 차이를 보이고 있었으며, 학생과 직장인 타원형을 가장 선호하고 있었으며, 주부는 둥근형을 가장 선호하고 있었다.

<표 35> 인구요인별 호감을 갖는 얼굴형에 대한 분석

구 분		성별		연령			직업			Total
		남자	여자	20대	30대	40대	학생	직장인	주부	
호 감 을	둥근형	32 21.8%	27 16.4%	13 14.4%	10 7.9%	36 37.5%	13 12.0%	28 17.9%	18 37.5%	59 18.9%
	장방형	13 8.8%	9 5.5%	3 3.3%	10 7.9%	9 9.4%	3 2.8%	13 8.3%	6 12.5%	22 7.1%
	삼각형	3 2.0%	3 1.8%		3 2.4%	3 3.1%		6 3.8%		6 1.9%
갖 는	마름 모형	13 8.8%	6 3.6%		13 10.3%	6 6.3%	3 2.8%	13 8.3%	3 6.3%	19 6.1%
	역삼 각형	26 17.7%	27 16.4%	15 16.7%	20 15.9%	18 18.8%	16 14.8%	28 17.9%	9 18.8%	53 17.0%
얼 굴 형	사각형	3 2.0%	6 3.6%	6 6.7%	3 2.4%		6 5.6%	3 1.9%		9 2.9%
	타원형	57 38.8%	87 52.7%	53 58.9%	67 53.2%	24 25.0%	67 62.0%	65 41.7%	12 25.0%	144 46.2%
Total		147 100.0%	165 100.0%	90 100.0%	126 100.0%	96 100.0%	108 100.0%	156 100.0%	48 100.0%	312 100.0%
χ^2, p		9.994 .125		62.360*** .000			42.231*** .000			

*** : p<.001

V. 결 론

사람의 인상을 결정짓는 요소는 다양하지만 그중 얼굴은 자신의 이미지를 표현하는데 있어 가장 큰 비중을 차지하는 곳으로써 좋은 인상을 만들기 위해 많은 노력이 필요한 곳이다. 이에 이미지메이크업은 얼굴형에 알맞은 좋은 이미지로 만들어 적극적이고 자신감 있는 행동을 할 수 있으며, 본인의 잠재력을 더욱 발휘 할 수 있는 사람으로 변모시키고, 호감을 주는 인상을 표현 할 수 있을 것이다.

인상학에서 말하는 인상은 언제든지 다른 어떠한 매개체에 의하여 변화될 수 있는 것이며 본인의 노력 여하에 따라 좋은 인상으로 변할 수 있으며 이미지메이크업은 이를 도와주는 보조 역할로써 충실히 할 수 있을 것이라 생각된다.

이미지메이크업은 사람의 인상에서 가장 중요한 단서가 되고 있는 얼굴형과 표정을 그대로 살릴 수 있는 자연스러운 메이크업이 부합되었을 때 이미지 상승의 효과를 볼 수 있으므로 인상학과 메이크업의 관계 속에서 이미지를 좋게 하는 이미지메이크업의 표현기법을 분석하고 실태조사를 실시한 결과 다음과 같다.

첫째, 이미지메이크업 시술 전/후에 대한 선호도에서는 7가지 얼굴형 모두는 시술 후 이미지를 더 선호하였고 여성으로서 30대, 직장인이 적극적인 반응을 보였다.

둘째, 이미지메이크업 시술 전/후 인상의 변화에 대하여 성별, 연령, 직업에 따라 조금의 정도차이는 있지만 모두 긍정적인 반응을 보였다.

셋째, 첫인상이 사회생활에 미치는 영향에 대하여 성별, 연령 직업별로 그렇다. 라는 높은 반응을 보였다.

넷째, 일반적으로 호감을 갖는 얼굴형은 성별로는 타원형을 선호하였고, 20

대와 30대는 타원형을 선호하며 40대는 둥근형을 선호하였다. 직업별로는 학생과 직장인은 타원형을 주부는 둥근형을 선호하였다.

이상과 같은 연구결과를 통하여 볼 때, 얼굴은 의사표현의 중요수단으로 자신의 인상을 대표하므로 인상학을 근거한 이미지메이크업은 좋은 이미지를 살리고 나쁜 이미지는 개선하여 외형적인 아름다움뿐만 아니라 심리적 상승 효과에 의한 적극적이고 건강한 삶을 통해 자기발전을 추구할 수 있다.

사람의 모습이 모두 다르듯 자신의 특징과 이미지에 맞는 개성과 조화의 모습으로 변화 될 때 진정한 이미지메이크업의 완성이라 할 것이다.

또한 이미지메이크업이 더욱더 발전하기 위해서는 꾸준한 연구와 지속적인 관심이 요구되며 다양한 측면에서의 연구가 이루어져야 하겠다.

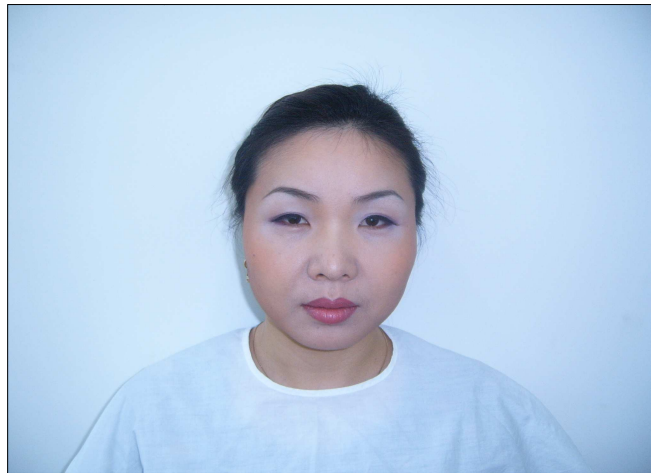
부록 1.

얼굴 형태별 이미지메이크업 시술 전/후

1. 둥근 얼굴형



1-1. 이미지메이크업 전



1-2. 이미지메이크업 후

2. 장방형



2-1. 이미지메이크업 전

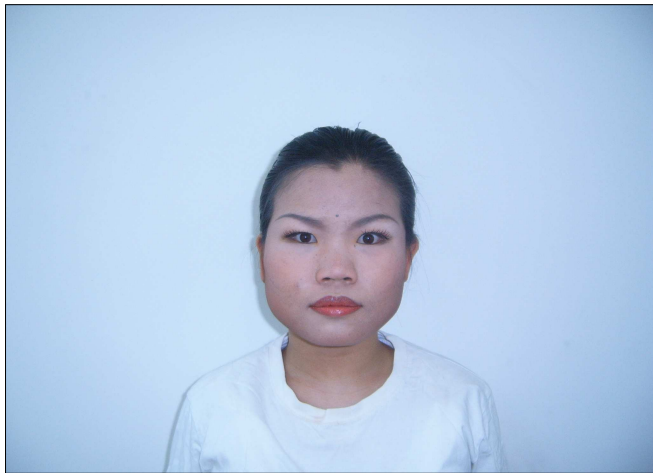


2-2. 이미지메이크업 후

3. 삼각형

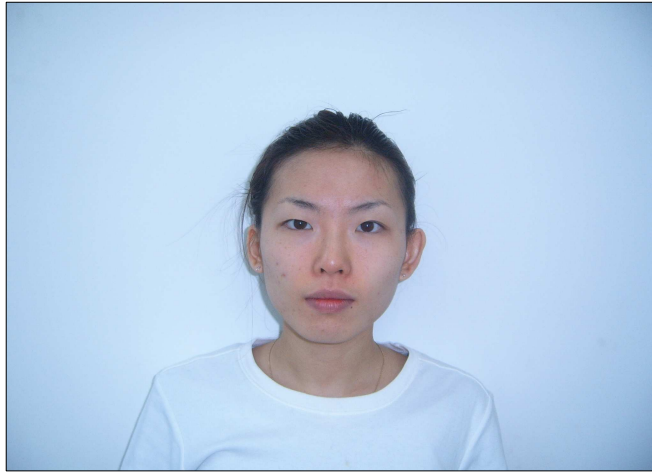


3-1. 이미지메이크업 전

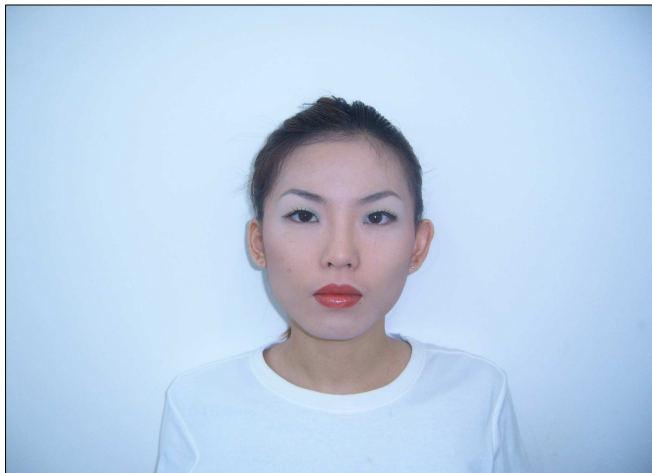


3-2. 이미지메이크업 후

4. 마름모형



4-1. 이미지메이크업 전

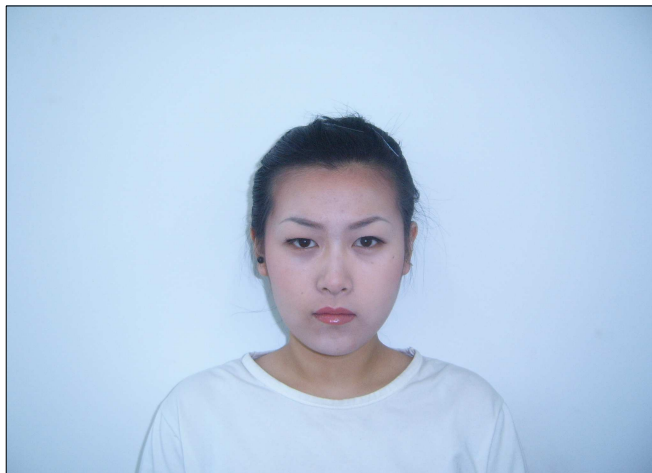


4-2. 이미지메이크업 후

5. 역삼각형



5-1. 이미지메이크업 전



5-2. 이미지메이크업 후

6. 사각형

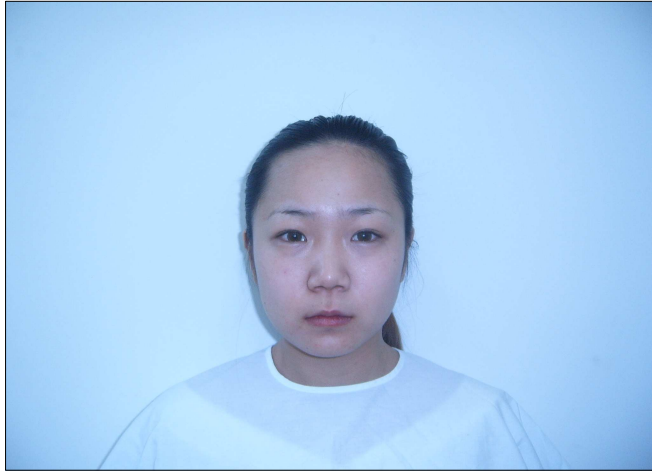


6-1. 이미지메이크업 전

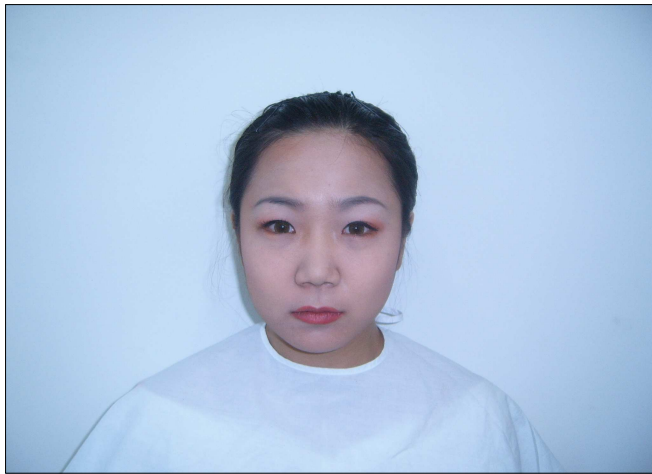


6-2. 이미지메이크업 후

7. 타원형



7-1. 이미지메이크업 전



7-2. 이미지메이크업 후

부록 2.

설문지

안녕하세요 ?

본 설문지는 한성대학교 예술대학원에서 분장을 전공하는 연구자가 이미지메이크업이 사람의 인상에 미치는 영향에 관한 연구에 필요한 자료 수집을 위해 작성한 것입니다. 본 조사에 동의하시면 설문에 성의 있는 응답 부탁드립니다.

본 조사의 결과는 연구목적 이외에 절대로 사용하지 않으며 개별적으로 공개되는 일 또한 없습니다. 본 연구가 끝나면 설문지는 바로 폐기처분할 것을 약속드립니다.

바쁘신 와중에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다.

2004년 10월

한성대학교 예술대학원 분장전공
석사과정 허 순 득

1. 귀하성별은 ?

- ① 여성 ② 남성

2. 귀하의 연령대는 ?

- ① 20~29세 ② 30~39세 ③ 40~49세

3. 귀하의 직업은 ?

- ① 학생 ② 직장인 ③ 주부

※ 지금부터는 얼굴형별 메이크업 기술 전·후 의 사진을 비교해 보시면서 답변해 주세요.

▶ 둥근 얼굴형

인상학적으로 둥근 얼굴형은 성격이 침착하고 온화하나 도전적이거나 활동적이지 못하다. 이는 평면적으로 얼굴에 길이를 길어 보이게 하고 입체감 있는 얼굴형을 만들어 활동적으로 보이도록 표현하였다.

1. 마음에 드는 것을 선택하시오.

- ① 이미지메이크업 기술 전 ② 이미지메이크업 기술 후

2. 이미지메이크업 기술 후 둥근 얼굴형이 기술전보다 길어 보이는가?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다

3. 이미지메이크업 기술 전·후 인상을 비교할 때 어떻게 변화 되었는가?

- ① 매우 안 좋다 ② 안 좋다 ③ 보통이다 ④ 좋다
⑤ 매우 좋다

4. 이미지메이크업 기술 전 인상은 어떻게 보이는가?

- ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

5. 이미지메이크업 기술 후 인상은 어떻게 보이는가?

- ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

▶ 장방형 얼굴(긴 얼굴)

인상학적으로는 신중한 사고로 그다지 모험을 좋아하지 않는 사람이 많다. 밝은 색으로 볼에서 턱 선까지 밝게 연출하고 긴 느낌을 줄여주기 위해 턱에 채도를 해주고 수평적인 일자형 눈썹과 자연스러운 굽기의 눈썹으로 긴 얼굴을 분할시켜 생동감 있도록 표현하였다.

1. 마음에 드는 것을 선택하십시오.

- ① 이미지메이크업 시술 전 ② 이미지메이크업 시술 후

2. 이미지메이크업 시술 후 긴 얼굴형이 시술전보다 줄어 보이는가?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다

3. 이미지메이크업 시술 전·후 인상을 비교할 때 어떻게 변화였는가?

- ① 매우 안 좋다 ② 안 좋다 ③ 보통이다 ④ 좋다
⑤ 매우 좋다

4. 이미지메이크업 시술 전 인상은 어떻게 보이는가?

- ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

5. 이미지메이크업 시술 후 인상은 어떻게 보이는가?

- ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

▶ 삼각형 얼굴

턱이 넓고 이마가 좁으므로 턱의 양쪽에 짙은 색의 파운데이션으로 새딩을 주고 이마의 양끝에서 관자놀이까지 밝은 색의 파운데이션으로 하이라이트를 주어 전체적으로 둥근 얼굴형이 되어 보이도록 표현하였다.

1. 마음에 드는 것을 선택하십시오.

- ① 이미지메이크업 시술 전 ② 이미지메이크업 시술 후

2. 이미지메이크업 시술 후 삼각형 얼굴이 시술전보다 둥글어 보이는가?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다

3. 이미지메이크업 시술 전·후 인상을 비교할 때 어떻게 변화였는가?

- ① 매우 안 좋다 ② 안 좋다 ③ 보통이다 ④ 좋다

⑤ 매우 좋다

4. 이미지메이크업 시술 전 인상은 어떻게 보이는가?

- ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

5. 이미지메이크업 시술 후 인상은 어떻게 보이는가?

- ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

▶ 마름모형 얼굴

인상학적으로는 자존심이 세며 지는 것을 싫어하므로 다른 사람의 이야기를 듣고 따라가 보는 것도 좋은 방법이다. 부드럽고 온화한 느낌으로 처리하기 위해서 볼 뼈의 두드러짐이 강조되지 않도록 하여 강한 인상을 부드럽게 표현하였다.

1. 마음에 드는 것을 선택하십시오.

- ① 이미지메이크업 시술 전 ② 이미지메이크업 시술 후

2. 이미지메이크업 시술 후 마름모형 얼굴이 시술전보다 부드러워 보이는가?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다

3. 이미지메이크업 시술 전·후 인상을 비교할 때 어떻게 변화하였는가?

- ① 매우 안 좋다 ② 안 좋다 ③ 보통이다 ④ 좋다
⑤ 매우 좋다

4. 이미지메이크업 시술 전 인상은 어떻게 보이는가?

- ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

5. 이미지메이크업 시술 후 인상은 어떻게 보이는가?

- ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

▶ 역 삼각형 얼굴

인상학적으로 청순함과 소녀다운 이미지로 뺨을 통통하게 보이도록 하고 하이라이트 파운데이션을 볼에서부터 턱까지 퍼 발라주어 지적인 모습으로 표현하였다.

1. 마음에 드는 것을 선택하십시오.

- ① 이미지메이크업 시술 전 ② 이미지메이크업 시술 후

2. 이미지메이크업 시술 후 역삼각형 얼굴이 시술전보다 둥글어 보이는가?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다

3. 이미지메이크업 시술 전·후 인상을 비교할 때 어떻게 변화였는가?

- ① 매우 안 좋다 ② 안 좋다 ③ 보통이다 ④ 좋다
⑤ 매우 좋다

4. 이미지메이크업 시술 전 인상은 어떻게 보이는가?

- ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

5. 이미지메이크업 시술 후 인상은 어떻게 보이는가?

- ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

▶ 사각형 얼굴

인상학적으로는 의지가 강하고 활동적인 이미지와 함께 신뢰감을 줄 수 있는 형이다. 이마와 턱의 양끝에 짙은 색의 파운데이션으로 새덩을 주고 이마의 중앙과 콧날, 눈 밑에서 관자놀이 부분에 밝은 색의 파운데이션으로 하이라이트를 넣어 얼굴이 작고 부드럽게 표현하였다.

1. 마음에 드는 것을 선택하십시오.

- ① 이미지메이크업 시술 전 ② 이미지메이크업 시술 후

2. 이미지메이크업 시술 후 사각형 얼굴이 시술전보다 작아 보이는가?
 ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
 ⑤ 매우 그렇다

3. 이미지메이크업 시술 전·후 인상을 비교할 때 어떻게 변화였는가?
 ① 매우 안 좋다 ② 안 좋다 ③ 보통이다 ④ 좋다
 ⑤ 매우 좋다

4. 이미지메이크업 시술 전 인상은 어떻게 보이는가?
 ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
 ⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

5. 이미지메이크업 시술 후 인상은 어떻게 보이는가?
 ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
 ⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

▶ 타원형 얼굴(계란형)

가장 표준이 되는 형으로 모든 여성의 메이크업 목적이 되는 얼굴형으로 어떠한 분위기 연출도 가능한 이상적인 얼굴형으로 특별히 이미지메이크업의 필요가 없고 분위기에 맞추어 부분 화장으로 변화를 준다.

1. 마음에 드는 것을 선택하십시오.
 ① 이미지메이크업 시술 전 ② 이미지메이크업 시술 후
2. 이미지메이크업 시술 후 타원형 얼굴이 시술전보다 분위기가 좋아 보이는가?
 ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
 ⑤ 매우 그렇다
3. 이미지메이크업 시술 전·후 인상을 비교할 때 어떻게 변화였는가?
 ① 매우 안 좋다 ② 안 좋다 ③ 보통이다 ④ 좋다
 ⑤ 매우 좋다

4. 이미지메이크업 시술 전 인상은 어떻게 보이는가?

- ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

5. 이미지메이크업 시술 후 인상은 어떻게 보이는가?

- ① 청순하다 ② 부드럽다 ③ 강직하다 ④ 나약하다
⑤ 가련하다 ⑥ 적극적이다 ⑦ 소극적이다 ⑧ 미련하다

※ 전체 사진을 다 본 후 답변해 주세요.

1. 개선된 이미지메이크업으로 이미지가 좋아진다면 귀하도 이미지메이크업을 하겠습니까?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다

2. 귀하는 첫인상이 사회생활에 영향을 미친다고 생각 합니까 ?

- ① 매우 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다

3. 귀하가 호감을 갖는 얼굴형은 ?

- ① 둥근형 ② 장방형 ③ 삼각형 ④ 마름모형 ⑤ 역삼각형
⑥ 사각형 ⑦ 타원형

참 고 문 헌

<논문>

- 권 경애, 눈 메이크업이 안면 상에 미치는 영향에 관한 연구, 한성대 예술대학원 석사논문, 2000
- 김 소희, 안면 분석학에 의한 효과적인 이미지 메이크업 - 페이스닝 중심으로 - 한성대 예술대학원 석사논문, 2004
- 김 현희, 인상과 관련한 메이크업 테크닉에 관한 연구, 전주대 교육대학원 석사논문, 2003
- 신 수현, 얼굴형과 메이크업 컬러에 관한연구 (동서양의 인상학 중심으로), 조선대학교 산업대학, 석사논문, 2002
- 이 경하, 눈썹형태에 따른 얼굴 이미지에 관한 연구, 국민대 교육대학원 석사논문, 1999
- 오 근재, 영상기호로서의 눈의 표정에 관한 연구, 인상학적 담론에 근거한 얼굴형과 구조를 중심으로, 디자인학 연구, 1999. 2
- 옥 미나, 얼굴표정 표현에 대한 연구, 한성대 예술대학원 석사 논문, 1998
- 윤 소영, 메이크업과 헤어스타일이 인상형성에 미치는 영향, 대구카톨릭대 대학원 석사논문, 2001
- 조 기여, 자기효능감, 퍼스널 스페이스, 의복근접도, 화장근접도와의 관계 대구 효성카톨릭대학교 대학원 박사논문, 1997
- 황 윤정, 무대분장의 캐릭터 표현기법에 관한 연구, 대구카톨릭대 대학원 석사논문, 2002

<단행본>

- 강 경화, 현대 메이크업 총론, 2000
김 성현, 한국인의 얼굴 · 한국인의 운명, 동학사, 1992
김 병진, 얼굴 점, 동학사, 2002
김 종덕, 얼굴보고 운명 풀어보기, 예가, p13
설 혜심, 서양의 관상학, 그 긴 그림자, 한 길사, 2002
신 지현, 신 미용개론학, 1997
안 남훈, 미용경략 이론과 실제, 뷰티비전, 2000
왕 석구, 왕석구의 톡톡 튀는 메이크업, 진리탐구, 1999
주 선희, 삶과 꿈
지 현주, 이미지 메이킹, Pufs
전 원배, 미학, 을유문화사, 1995
존 라켓, 이영식 옮김, 얼굴문화, 그 예술적 위장, 보고 싶은책, 1996
이 정환, 얼굴보고 사람을 아는법, 도서출판 상아, 1995
정 연아, 성공하는 사람에겐 표정이 있다. 명진출판사, 2001
정 용수, 메이크업아트, 현문사, 2000
정 현우, 알기 쉽게 볼 수 있는 인상학, 자유시대사, 1994
최 창석, 얼굴과 테크놀로지, 1994
테라다 노리코, 화장을 바꾸면 운명 바뀐다. 학영사, 1995
허 순득, 뷰티컬러 코디네이트, 청구문화사, 2004
허 순득, 생활 속에 이미지연출, 형설출판사, 2004
허 순득, 실용기초메이크업, 형설출판사, 2004

〈외국문헌〉

Cash, Winstead, B.& j, L. the great American shape-up : Body-image survey report, psychology, 20(4), 1986, pp30~37

Louise Picard Vila

〈기타〉

<http://my.netian.com/~awbc2848/kwan.htm>

국립민속관편, 한국인의 얼굴, 신유, 1994

한국문화예술진흥원 刊, 분장, 공연 예술서적 예니출판사, 1996

<http://www.sed.co.kr/entertain/book/2000208/en20020818131922e7010.htm>

<http://www.Daum.net> (백과사전)

ABSTRACT

The expression of physiognomic Image make-up -Centering around the facial forms-

Heo, soon deuk

Major in Make-up Art

Dept. of Fashion Art & Design

Graduate School of Arts

Hansung University

The faces of people related to personality such as characteristic of each part, shape and size are influenced by inherited factors and have a considerable effect on one's image, but the present facial image is surely transformed by rather social circumstances, fads, habits and health than inherited factors as one gets older.

The facial image is changed by one's habits of making expressions and daily habits during one's growth process and it is directly related to one's image as the standard showing one's sex, age, health, habit, sense of values and level of abundance. One method to improve one's image as one of important communications beyond language, that is, make-up for opening up of good luck could be an important means to develop oneself facing with the international and information period.

One theory that "Inherited facial impression doesn't change" as a very important factor in physiognomy should be reconsidered with the changes of the times.

A face decides one's looks as an important means to express feelings and thought, so interest and operation methods about make-up for opening up of good luck to make good facial features, that is, correction and supplementation make-up considering formal characteristic of a face are required.

This study reexamined facial features which are important to people's social life from the academic point of view and summarized one's image creation and change through make-up for opening up of good luck.

This study examined operation methods of make-up for opening up of good luck focusing on face on the basis of physiognomy for active and confident social life and visual and expected effects on image, also this study described operation method of make-up for opening up of good luck by extracting actual make-up state and representative images by ages through sample research.