

인터넷카페 게시판에 나타난 메이크업에 관한 내용분석

서정희 · 이은정

아동복지학과 교수 · 의류학과 석사과정

<요약>

이 논문은 인터넷카페 게시판에 올려진 게시물들의 세부내용 중 메이크업 테크닉에 관한 내용과 유행 메이크업의 경향을 분석하여 메이크업에 관한 주제유목별 하위영역은 어떠한가를 살펴보고, 여성들이 주로 메이크업에 관해 어떠한 정보를 인터넷상에서 공유하고 있는지를 알아보고 그 내용들을 분석하였다.

인터넷 카페 게시판에 올려진 게시물에 나타난 메이크업을 관한 분석한 결과 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다. 가장 많은 빈도를 나타내는 주제 유목으로는 눈에 관한 주제였고, 다음으로는 베이스메이크업, 입술유목, 마지막으로 얼굴형 유목이 가장 적은 빈도를 나타냈다.

그 내용들을 살펴보면 첫째, 눈 유목에서는 아이새도우에 가장 많은 관심을 가지고 있음을 알 수 있고, 여성들이 바라는 이상형의 눈인 커 보이고, 속눈썹이 길고 자기의 결점을 감출 수 있는 테크닉을 바라는 것으로 나타났다. 둘째, 베이스메이크업은 가장 피부색에 가깝게 화장을 하지 않은 듯한 느낌을 주기 위해 신경을 많이 쓰는 부분으로 나타났다. 셋째, 입술 유목에서는 맑고 투명함, 촉촉한 입술을 표현하는 립글로스에 치중되어 관심을 보여지고 있었고, 요즘 트렌드인 투명 메이크업과도 연관을 지을 수 있다. 마지막으로 얼굴형 유목에서는 요즘 흔히들 말하는 미인형 즉, 작고 가름한 달걀형 얼굴을 바라고 있는 것을 반영하듯이 얼굴 작아지는 쉐딩(shading)표현으로 음영을 주어 입체감 있게 얼굴형을 커버하는 테크닉이 설명되어 있다.

그러므로 여성들은 자기의 결점을 감출 수 있는 메이크업 테크닉과 서구형의 입체적인 얼굴형을 닮아가려는 것으로 보여진다.

Analysis for Make-up on the web board

Seo Jeonghee · Lee Eunjung

Study of Child & Family Welfare, Professor · Dept. of Clothing & Textiles
Graduate Student

<Abstract>

This paper is analyzed for methods and trend of make-up on the web board, including sub area of each topic in make-up, how to share an information about make-up in the internet between female user and analyzing that contents.

I can conclude after analyzing articles about make-up on the web board in internet.

The frequent field of topic is eye and next one is base make-up, lip and less frequent item is face. To investigate of contents First, they are interested in eye-shadow very much which is skill of make bigger eye, longer eye lashes and concealing their flaw through make-up. Second, they attention on base make-up similar with skin color like does not make-up on the face. Third, they are interested in usage of lip-glosse for moisturing lips and it also connects with make-up of transparency.

Finally, they want to be type of "pretty woman" such as small and slim face, so it can be by "shading" skill, for expressing contrast.

Therefore, women want to conceal their flaw by some of skill and want to be face of western type.

I. 서론

인간은 태어나면서부터 아름다워지고자 하는 미적 본능을 가지고 있다. 이러한 미적 본능의 원초적 표현 중의 하나가 메이크업이다. 메이크업은 인간의 내외적 아름다움을 표현하는 한 방법으로써 인간의 신체를 바탕으로 행하는 표현기법임과 동시에 각 시대의 문화를 반영하는 시각적 표현예술이며, 산업으로서도 점차 부각되어 지고 있다.

다가올 21세기에는 물질적 풍요와 가치관의 다양화 등으로 사회, 문화 변화의 방향은 건강하고 아름다운 삶에 대한 요구가 양적·질적으로 확장·심화될 것으로 보이며, 멀티미디어화로 인해 연령에 관계없이 매력적으로 보이길 원하고, 사회가 고령화됨에 따라 건강하고 아름다운 노후에 대한 요구가 증대될 것이다. 또한 효율성보다는 창조성이 강조되는 사회에서 미적 표현의 다양화와 개성화를 추구하며 이로 인해 화장품은 생활 필수품으로 확산되고 있다(홍성순, 오은정, 2001).

특히 색조화장품의 경우 여성의 사회진출 확대와 젊은 층의 패션의식 향상, 자기만의 개성표현의 경향이 짙어지고 있으며, 계약사회의 개념이 확산되면서 외모의 상품가치를 높이기 위한 화장품 사용의 증가로 급속한 신장을 보이고 있다. 다양한 색상과 유형을 가진 색조전문업체들의 제품이 인기를 끌면서 최근 3년간 꾸준한 성장세를 보이고 있다.(화장품신문, 2000).

과거의 일반적인 메이크업의 주된 목적은 단순히 얼굴의 결점을 커버하고 특정부위를 강조하는 수정메이크업이 주를 이루었으나, 요즘은 자기만의 개성을 강조하는 차별화 된 메이크업이 유행되고 있다. 이처럼 메이크업은 시대에 따라 변화하고 있고, 미에 대한 개념에 따라 메이크업 방법이 달라지고 있다. 메이크업에 관한 선행연구를 살펴보면 메이크업 유행경향의 변천사(양진희, 2001; 강혜순, 2002; 김은희, 2003; 이주현, 2003)와 상황별

이미지연출(박연희, 2002; 이정은, 2003)에 대한 연구들이 주를 이루었으나, 인터넷 게시판 내용물을 분석하여 메이크업의 테크닉과 유행경향을 다룬 연구는 이루어지지 않았다.

오늘날 메이크업과 관련 된 시장의 규모가 점차적으로 확대되고 있고, 메이크업과 관련 된 정보의 교환이 활발하게 이루어지고 있다. 특히 현대의 정보화시대에 있어서 인터넷 카페의 게시판에 올려진 정보는 다른 정보에 견주어 봤을 때 신속하게 정보를 서로 교환할 수 있고 전파력이 크며 빠른 시간 내에 다양한 연령층이 정보를 공유할 수 있는 장점을 가지고 있다. 따라서 본 연구는 인터넷이 주는 이러한 장점을 근거로 하여 인터넷 카페 게시판에 올려진 게시물의 세부내용 중 메이크업 테크닉에 관한 내용과 유행 메이크업의 경향을 분석하여 메이크업에 관한 주제유목별 하위영역은 어떠한가를 살펴보고, 여성들이 주로 메이크업에 관해 어떠한 정보를 인터넷상에서 공유하고 있는지를 알아보고자 한다.

본 연구는 인터넷 카페의 메이크업을 다룬 게시판에 올려진 글들의 내용을 분석하여 메이크업에 가장 관심이 많은 젊은 여성의 메이크업 테크닉과 유행경향과 소비자들의 메이크업에 관한 니즈를 파악함으로써 메이크업과 관련된 홈페이지 혹은 사이트 개설을 위한 기초적인 자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 메이크업의 개념과 내용

메이크업은 영어의 페인팅(painting), 토일렛(toilet), 드레싱(dressing) 또는 프랑스어의 마꾸아쥬(maquillage) 등으로 표현되며, 현재 우리가 보통 메이크업이라고 하는 화장 형태의 호칭은 16세기까지는 세익스피어 희곡 중에 ‘페인팅(painting)’이란 말로 잠시 언급되었지만, 이 시기에는 메이크업 색상이 다양하지 않았고 대중적이지 못했다. 17세기에 이르러서야 영국의 시인 리처드 크라슈(Richard Crashou)가 “메이크업이란 여성의 매력을 최대한 높여주는 행위”라 하여 최초로 메이크업이라는 화장을 의미하는 용어로 처음 사용하였으나, 대중적으로 확산되지 못하였고, 20세기 헐리우드 전성기시대에 이르러 맥스 팩터(Max Factor)가 ‘메이크업’이란 말을 대중화 시켰다(한명숙, 2001).

현대에 이르러 메이크업은 주제에 따라 여러 기법으로 재료 등에 구속받지 않고 인간의 육체에 새로움을 추구하여 인체에 디자인한다는 뜻으로 그 기능이 다양해 지고 있다. 메이크업의 기능은 물리적인 기능과 심리적 기능, 사회적 기능으로 나누어 볼 수 있다. 먼저 물리적 기능은 메이크업의 가장 기본적인 기능으로서, 제품으로 인한 외형적인 미화효과와 변화를 의미하고, 심리적 기능은 분장과 캐릭터 메이크업으로 인물의 성격묘사를 위한 기능으로, 사고방식과 가치추구의 방향을 제시한다. 즉, 개인의 사고방식이나 가치추구의 방향을 그대로 표현해 주고, 사회적 기능은 무언의 의사전달 역할을 하며, 사회적 관습이나 예의의 표현이고, 신분이나 직업의 표시를 나타내는 기능도 한다.

이러한 메이크업은 1980년대를 맞이하면서 우리들의 생활은 여러 측면에서 큰 전환이 요구되어지고 있다. 화장의 역사를 살펴보면 인류는 항상 불로장생을 위하여 ‘미’와 ‘건강’에 끊임없는 추구하고 동경을 해왔다는 것을 알 수 있다. 근대적인 화장 및 화장품은 각 개인의 생체생리의 적합성을 배려하는 특징을 가지고 있다. 즉, 스킨 케어나 메이크업은 그

기능이나 효용이 개개인에 따라 다르기 때문에 그 적합성에 대한 검토가 필요하다.

근대 화장 출발점은 스킨 케어이다. 스킨 케어는 개인의 피부생리에 기본을 두며 크게 세정으로 시작하여 피부보습을 지향하는 것으로, 정돈된 피부 위에 베이스 메이크업이나 포인트 메이크업을 하고, 개성을 더 명확하게 표현하기 위한 수단이다. 이와 같이 기본적으로 생체의 생리와 조화되고, 더불어 정신적인 측면까지 고려되어야 한다. 근대 화장의 지향점이 물질중심이 아니고 인간중심으로 하여 구축되어야 한다는 것을 생각할 때, 생리학적으로나 심리학적으로도 개개인이 다르다고 하는 사실에 중점을 두고 조화가 된 화장이 행해져야 한다고 생각된다.

최근의 메이크업의 경향은 색과 형을 사용하여 본래의 자기 얼굴과 표정에 무언가 변화를 주어서 자기를 연출하는 수단이다. 색채는 색상(H), 명도(V), 채도(C)의 요소로 나누어 생각할 수 있고, 색채를 과학적으로 표현하기 위한 하나의 수단으로 HVC 시스템이 사용되어 인종별 피부색에 맞는 파운데이션을 만든다.

메이크업의 매력은 자신의 피부색과 기본 얼굴형에 어떤 변용을 주어서 각 개인이 바라는 방향으로 이끌어간다는 점에 있고, 스킨 케어는 우리 몸의 생리학적 변화에 따른 피부성질을 중요하게 여기고, 메이크업은 심리적 변화에 따른 피부색의 변화를 다루고 있다.

2. 관련연구의 고찰

오늘날 메이크업과 관련 된 시장의 규모는 점차적으로 확대되고 있다. 메이크업과 관련된 정보의 연구는 활발하게 이루어지고 있으나, 인터넷 카페의 게시판에 올려진 메이크업에 관한 내용들을 분석한 연구는 이루어지지 않았다.

박연희(2002)는 상황에 따른 색채를 제안하여 일상생활과 비즈니스적인 상황일 때의 자신의 이미지를 상황에 맞추어 연출과 표현, 인간 내면에 숨겨진 성격이나 감정, 지성적 감성 등을 외적으로 전달해주는 메이크업 색채표현 기법과 메이크업에 사용하는 표현 재료들의 종류와 사용법을 제시하였다.

이정은(2003)은 부산과 경남에 거주하는 20세 이상 29세 미만의 여성 200명을 대상으로 하여 메이크업을 할 때 선호하는 이미지를 추출한 결과 여성적, 지적인, 귀여운, 세련된, 섹시한 이미지로 나타났다. 이를 중심으로 각각의 이미지별 아이메이크업의 형태와 색을 알아보았다.

김복희와 남철현(1995)은 대도시에 거주하고 있는 여성 1324명을 대상으로 하여 피부건강상태, 국산·외제 화장품 사용, 화장품 선택기준, 화장독 경험 증상과 화장독의 원인, 화장정도, 여드름경험, 화장시간 등이 사회인구학적 변수들과의 상관관계를 분석하였다.

신수길과 황상민(1998)은 서울에 거주하는 20대 여성들 중 여대생 30명과 직장 여성 30명, 총 60명을 대상으로 하여 자기 표현의 수준에 따라 현재 가지고 있는 색, 즐겨 바르는 색, 발라보고 싶은 색을 통하여 색채이미지를 개별 성격 특성과의 관련성을 알아보았다.

홍성순과 오은정(2001)은 수도권에 거주하는 여성 209명을 대상으로 하여 라이프스타일 유형에 따라 색조화장을 통한 이미지 표현도와 화장품 구매행동 등이 사회인구학적 변수에 따른 차이를 보이는지를 분석하였다.

이와 같이 선행연구들은 상황에 따른 색채표현기법과 메이크업 표현에 있어 재료들의 종류와 사용법, 이미지별 아이메이크업의 형태와 색을 이론적으로 고찰하였으며, 여성을

대상으로 하여 기초화장품과 색조화장품의 사용실태 및 구매행동에 관한 정량적 분석을 한 것이 대부분이었다. 따라서 본 연구에서는 인터넷 카페의 게시판에 올려진 메이크업에 관한 내용들을 분석하여 여성들이 주로 메이크업에 관해 어떠한 정보를 공유하고 있는지를 알아보고자 한다. 인터넷 카페의 게시판은 소비자들이 자신들의 생각과 욕구를 비교적 자유롭게 표현할 수 있는 가상공간이기 때문이다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

인터넷 카페의 게시판에 나타난 메이크업에 대해 알아보기 위하여 내용분석 방법을 사용하였다. 내용분석에 있어서 객관성과 체계성의 확보는 과학적 연구의 중요한 요건이 된다(차배근, 1990). 본 연구는 연구의 객관성과 체계성을 유지하기 위해 분석 대상 선정, 분석 유목 선정, 분석 단위 선정, 집계 체계 선정 등을 다음과 같이 수행하였다.

1. 분석 대상 선정

2003년 2월 25일부터 2004년 5월 25일까지 1년 3개월 동안 다음카페 ‘메이크업 아티스트’의 게시판 중에서 ‘메이크업 정보관(<http://cafe.daum.net/SHJSHJ>)’에 올라온 게시물 총 128건을 분석대상으로 하였다. 인터넷 사이트의 카페를 선정한 이유는 화장품 회사에서는 자사의 신제품에 관련된 홍보용으로만 그 내용들을 다루고 있었으며, 소비자들의 자사의 문의사항이나 불만사항에 관한 게시물들의 비공개로 설정되어 있기 때문이다. 그 중 카페 ‘메이크업아티스트’는 인터넷 사이트 ‘다음’에 개설된 카페 중 가장 활발한 활동을 하고 있으며 게시물도 다른 카페에 비해 체계적이고 전문적이기 때문에 분석대상으로 더 적합하다고 판단되어 선정하였다.

2. 분석 유목 선정

본 연구에서는 Berelson(1952)이 제시한 분석 유목 중에서 주제 분석을 적용하였다. 메이크업에 관한 주제를 베이스메이크업, 눈, 입술, 얼굴형 등 4개의 주제 분류 유목을 선정하였다. 각 주제 분석 유목의 개념 정의와 하위영역은 다음과 같다.

1) 베이스메이크업 유목

베이스 메이크업은 일반적으로 바탕화장을 말한다. 즉 피부색을 표현하는 화장이라는 뜻이다(한명숙, 2001). 피부표현 화장은 전체 메이크업 효과의 약 80%를 결정해 줄 정도로 상당히 중요하다. 하위영역으로는 메이크업베이스, 파운데이션, 파우더, 투명메이크업 등이 있다.

2) 눈 유목

눈은 얼굴의 인상을 좌우하는데 큰 역할을 한다. 이처럼 아이 메이크업은 눈의 결점을 보완하고 표정이 풍부한 눈을 표현하기 위해 하는 메이크업이다(강경화, 2000). 하위영역으로서는 눈썹, 아이라이너, 아이새도우, 마스크라, 인조속눈썹 등이 있다.

3) 입술 유목

입술메이크업은 얼굴 전체의 포인트 역할을 한다. 입술은 움직임이 많고 표정이 풍부하기 때문에 눈에 잘 띄는 부분이다. 입술메이크업은 입술의 윤곽을 살려주고 입술에 색감을 주어 얼굴전체를 생동감 있게 표현해준다. 하위영역으로는 립라인, 립스틱, 립글로스 등이 있다.

4) 얼굴형 유목

얼굴형은 사용 색상, 위치에 따라 메이크업의 분위기를 개성 있게 변화시킬 수 있고 동시에 얼굴형태를 변화시킬 수도 있다. 그러므로 피부색이나 표현하고자 하는 메이크업의 이미지를 고려하여야 한다(한명숙, 2001). 하위영역으로는 볼 화장, 윤곽수정 등이 있다.

3. 분석 단위 선정

이 연구에서는 인터넷 다음카페 '메이크업 아티스트'에 게시판 '메이크업 정보관'에 나타난 메이크업에 관한 내용을 분석하기 위해 한 게시물 안에 여러 개의 영역이 포함되어 있어서 세부 하위영역을 기준으로 분석하였다.

4. 집계체계

내용분석에서는 분석 단위가 결정되면, 자료의 집계 체계를 결정해야 한다. 내용 분석을 하는 경우, 해당하는 내용 또는 자료가 몇 번이나 나왔으며 또는 그 내용이 차지하는 지면이 얼마나 되는가를 기록한 뒤 이들을 집계해서 통계적 분석을 해야하는데, 이 때 그 빈도수, 또는 지면의 분량, 시간량 등을 집계 체계라고 한다(차배근, 1990). 이 연구에서 집계체계는 빈도수이다.

IV. 연구결과 및 해석

1. 전체 개관

1) 주제 유목별 분석

인터넷카페의 게시판에서 나타난 메이크업에 관한 내용을 주제 유목에 따라 분석한 결

과는 <표 1>과 같다. 전체 세부내용 346건 중에서 눈에 관한 주제는 162건으로 전체의 46.8%를 차지해 가장 많은 빈도를 나타내는 주제 유목이었고, 다음으로는 베이스메이크업이 44건으로 12.7%를 차지하였고, 입술유목은 39건으로 11.3%, 마지막으로 얼굴형 유목이 20건으로 5.8%를 차지함으로써 가장 적은 빈도를 나타냈다. 조회건수를 보면 눈이 31054건으로 가장 많았고, 다음은 입술로 10486건, 베이스메이크업이 2760건, 얼굴형이 3611건으로 나타났다. 입술은 게시물의 빈도는 베이스메이크업보다 약간 적으나 조회건수는 4배 이상 많았다.

이러한 분포는 메이크업에 있어서 가장 중요하게 여겨지는 것은 사람의 첫인상과 얼굴 전체의 느낌을 좌우하는 데 큰 역할을 하는 눈 화장임을 의미한다. 눈에 이어 다음으로 많은 빈도를 차지하고 있는 주제유목은 베이스메이크업이고 전체의 12.7%로 그 비중이 눈 다음으로 나타났으며, 입술유목은 11.3%를 차지하였고, 얼굴형은 전체 세부게시물 중 가장 낮은 빈도의 5.8%를 차지하고 있음을 알 수 있다. 본 연구 결과에 나타난 메이크업 정보에 관한 내용을 살펴볼 때 소비자들은 눈 화장이 메이크업 테크닉 면에서 눈화장에 가장 많은 관심을 가지고 있음을 알 수 있다.

<표 1> 메이크업에 관련된 게시물 주제유목 및 하위영역별 빈도

주제유목	하 위 영 역		계(%)**	조회건수
	영 역	빈 도(%)*		
베이스메이크업	메이크업베이스	4(9.1)	44(12.7)	2760
	파운데이션	7(15.9)		
	파우더	13(29.5)		
	투명화장	20(45.5)		
눈	눈썹	31(19.1)	162(46.8)	31054
	아이라이너	22(13.6)		
	아이새도우	53(32.7)		
	마스카라	28(17.3)		
	인조속눈썹	28(17.3)		
입 술	립라인	11(28.2)	39(11.3)	10486
	립스틱	16(41)		
	립글로스	12(30.8)		
얼 굴 형	볼 화 장	10(50)	20(5.8)	3611
	윤곽수정	10(50)		
일 반			81	
총 계			346(100)	

* 유목 내 하위 영역이 차지하는 비율

** 전체에서 각 유목이 차지하는 비율

2. 주제 유목별 내용분석

주제 유목별로 내용 분석을 함에 있어서 게시판에 올려진 게시물 중 메이크업 트렌드

분석이나 광고 속 모델들의 메이크업 내용인 일반 유목을 제외한 나머지 주제 유목에 관하여 세부내용을 분석하였다.

1) 눈 유목

눈 유목의 세부내용은 <표 2>와 같다. 눈 유목은 눈썹, 아이라이너, 아이새도우, 마스크라, 인조 속눈썹 등의 하위 영역으로 구성되어졌다. 이 중에서 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것은 아이새도우로 전체의 32.7%를 차지하고 있었다. 아이새도우는 눈 형태에 따라 다양한 테크닉을 제시하고 있다. 제시하고 있는 눈 형태로는 작은 눈, 둥근 눈, 튀어나온 눈, 간격이 넓은 눈, 간격이 좁은 경우, 눈 꼬리가 올라간 눈 및 눈 꼬리가 처진 눈 등이다. 컬러에 따른 테크닉은 피부색상에 따라 어울리는 아이새도우의 선택으로 하얀 피부, 붉은 피부, 노란 피부, 갈색 피부 등으로 구분되어 있다. 눈을 커 보이게 하는 테크닉으로는 아이새도우를 언더라인 점막을 따라 라인 그리듯 얇게 펴서 발라주면 눈매가 또렷하면서 커보이게 하는 효과를 준다. 두 가지 이상 색상 그라데이션 테크닉은 색상의 조화(예로 +그린, 옐로+핑크, 그린+오렌지, 오렌지+핑크 등...)와 색상과 색상 사이의 경계 부분을 자연스럽게 처리해주는 것이 중요하다. 또한 바르는 요령에 따라 포인트 컬러를 아이라이너처럼 표현하거나 눈 꼬리 쪽에 포인트를 주기 위한 터치 등 다양한 테크닉을 제시하고 있다.

아이새도우 다음으로 많은 비중을 차지하는 것은 눈썹 영역 영역으로 19.1%를 차지하고 있다. 주로 그 내용은 눈썹 형태에 따라 각진 눈썹, 아치형 눈썹, 직선형 눈썹, 눈썹꼬리가 처진 눈썹 등이 있고, 눈썹을 그리는 방법으로는 눈썹머리, 눈썹 산, 눈썹 꼬리길이, 눈썹 길이로 구분하고, 눈썹을 그리기 위한 손질법은 눈썹 결 정리, 눈썹 시작점, 눈썹 산 위치, 눈썹꼬리의 위치, 잔털제거, 긴 털 정리의 순서로 손질한다. 눈썹컬러는 흑색, 회색, 갈색 등이 있고, 컬러를 선택할 때에는 자신의 모발색상을 기준으로 선택하여 그린다.

그 다음은 각 17.3%의 동일한 비중을 차지한 마스크라 영역과 인조 속눈썹 영역이다. 마스크라는 요즈음 대두되고 있는 눈 화장의 한 단계로 중요시되고 있다. 특히 술이 적고 직모인 동양인에게는 뷰러와 함께 사용하면 눈의 크기가 1.5배 커 보일 정도로 효과적이다. 마스크라 영역의 내용은 올바른 사용법과 눈이 커 보이는 테크닉이 있고, 길어 보이는 방법으로는 윗 속눈썹 끝 부분을 집중적으로 덧칠하기, 뷰러 사용하기, 전용제품(롱래쉬)사용 등이 있다. 속눈썹 형태에 따른 방법으로는 처진 속눈썹, 숨겨진 속눈썹, 바를수록 처지는 속눈썹이 있고, 풍부해 보이기 위한 내용으로는 여러 번 덧칠하기와 전용제품(볼륨)사용하기 등의 내용이었다.

인조 속눈썹 영역은 눈 형태에 맞는 모양 고르기는 눈 꼬리가 처졌을 때, 눈 꼬리가 올라갔을 때, 쌍꺼풀이 있는 눈, 쌍꺼풀이 없는 눈, 속 쌍꺼풀 일 때 등이었고, 인형 같은 눈 표현과 인조속눈썹 붙이는 요령이 있다. 인조속눈썹 모양에 따라 표현으로는 길고 술은 많은 형, 길고 짧은 인조속눈썹이 교차된 형, 한 올씩 잘라진 형 등에 관한 내용이었다.

가장 적은 빈도를 나타내는 것은 아이라이너로 13.6%를 차지하고 있고 내용은 눈 형태에 따른 내용으로는 크고 둥근 눈, 부어 보이는 눈, 작은 눈, 눈 사이가 넓은 눈, 눈 사이가 좁은 눈, 내려간 눈, 올라간 눈, 쌍꺼풀이 없는 눈, 쌍꺼풀이 있는 눈 등이 있고, 컬러의 종류는 검정 갈색, 회색, 보라, 청색, 녹색 등 다양하게 있었다. 라인 두께의 내용으로는 두껍게 표현, 얇게 표현, 부분적인 표현 등이 있고, 제품에 따른 테크닉으로는 펜슬, 리퀴드, 케이크, 붓펜 타입 등이 있었다.

이러한 결과를 통하여 눈에 관한 내용을 살펴 볼 때 여성들이 바라는 눈에 관한 이상형은 자신이 가지고 있는 눈 형태의 결점을 커버하면서 실제의 눈 보다 커 보이는 것을 원하고 눈 꼬리를 약간은 내려 부드러운 이미지를 갖길 원한다. 이러한 모든 테크닉은 아이새도우의 표현으로 색상의 명도와 채도의 음영에 따라 그 표현력은 다양하였다. 또한 여성들은 자신의 속눈썹보다 길고 풍성함을 원하므로 인조속눈썹을 이용한 다양한 테크닉도 제시되었다. 그러므로 여성들은 자기의 결점을 감출 수 있는 테크닉을 바라는 것으로 보여진다.

<표 2>눈 유목의 내용별 분포

하위영역	내 용	빈도(%)*
눈 썸	형태에 따라	14(4)
	그리는 법	8(2.3)
	정리(손질)하는 법	5(1.4)
	컬러에 따른 연출	4(1.2)
아이라이너	눈 형태에 따라	8(2.3)
	컬러에 따라	6(1.7)
	라인 두께에 따라	4(1.2)
	제품에 따른	4(1.2)
아이새도우	눈 형태에 따라	24(6.9)
	컬러에 따라	14(4)
	눈 커 보이게	10(2.9)
	그라데이션 기법	3(0.9)
	바르는 요령	2(0.5)
마스카라	올바른 사용법	9(2.6)
	눈이 커 보이게	7(2)
	길어 보이게	5(1.4)
	속눈썹형태에 따라	4(1.2)
	풍부해 보이기 위한	3(0.9)
인조속눈썹	눈 형태에 맞는 모양	17(4.9)
	인형 같은 눈 표현	4(1.2)
	붙이는 요령	4(1.2)
	모양에 따라	3(0.9)
총 계(%)		162(46.8)

* 하위 영역 내에서 내용이 차지하는 비율

2) 베이스메이크업 유목

베이스메이크업에 관한 세부적인 내용은 <표 3>과 같다. 베이스메이크업 유목은 메이크업베이스, 파운데이션, 파우더, 투명화장으로 나누어 보았을 때 가장 많은 비중을 차지하는 하위 영역은 투명화장에 관한 것으로 베이스메이크업 유목 전체에서 가장 많은 빈도 수를

차지하고 있었고, 그 다음이 파우더 영역, 파운데이션 영역, 메이크업베이스 영역 순으로 나타났다.

투명화장의 내용은 여성들이 바라는 것이 실제 자신의 나이 보다 어려 보이는 것을 원하므로 색조는 최대한 연하게 사용하고, 눈썹은 자연스럽게 그리며, 입술엔 립글로스만으로 표현한다. 다음으로는 기초화장에 충실해야 한다. 충분한 시간을 투자하여 스킨, 에센스, 모이스처라이저, 수분크림 등의 과정을 한 단계씩 모두 흡수되도록 두드려주어야 한다. 최대한 얇게 바르기의 내용을 살펴보면, 피부의 잡티를 커버하기 위해 많은 양의 파운데이션을 사용하여 두껍게 피부표현을 하는 것보다 주근깨, 잡티 등이 보일지라도 소량을 골고루 얇게 퍼 바르는 것이 효과적이다. 제품에 따른 피부표현에는 무스 파운데이션과 리퀴드 파운데이션이 관한 내용이다.

파우더의 내용을 보면 피부 톤에 맞는 컬러파우더의 사용으로 어떤 색상의 파우더를 사용하느냐에 따라 화사한 얼굴, 칙칙한 얼굴이 결정되는데, 내용을 살펴보면 밝은 베이지, 중간 톤 베이지, 핑크 톤 베이지, 그린, 핑크나 오렌지, 노랑, 화이트, 브라운, 퍼플, 연보라 등이 있다. 파우더의 다음 내용으로는 번들거림 잡기에 관한 것으로 나타났다.

파운데이션에 관한 내용은 결점커버와 피부에 따른 것으로는 건성피부, 지성피부, 잡티가 많은 피부 등이었다. 결점커버에는 컨실러 제품으로 크림 타입과 펜슬 타입이 있었다.

마지막으로 메이크업베이스에 관한 내용은 피부 톤에 따라 그린, 핑크, 노란, 오렌지, 퍼플, 화이트 등이 있고, 자외선차단은 UAV와 UVB 사용, 오일프리 타입 제품 등의 내용으로 이루어져 있었다.

이러한 결과는 요즈음 자연스러운 모습의 맑고 건강한 피부를 지닌 피부미인이 선호되고 있는 트렌드가 반영되었다고 볼 수 있다. 메이크업에서도 자연주의 트렌드가 반영되고 있다는 사실을 알 수 있었다.

<표 3> 베이스메이크업 유목의 내용별 분포

하위영역	내 용	빈도(%) [*]
파운데이션	결점커버	4(1.2)
	피부에 따라	3(0.9)
파우더	피부 톤에 맞게	11(3.2)
	번들거림 잡기	2(0.6)
투명화장	색조는 피하기	8(2.3)
	기초화장충실히	5(1.4)
	최대한 얇게	5(1.4)
	제품에 따라	2(0.6)
메이크업베이스	피부 톤에 따라	3(0.9)
	자외선차단	1(0.2)
총계(%)		44(12.7)

* 하위 영역 내에서 내용이 차지하는 비율

3) 입술 유목

얼굴의 중심이라고 할 수 있는 입술을 다양하게 연출하는 립스틱은 마치 화룡점정과 같은 역할을 한다. 특히 립스틱은 화장을 완성시키고 얼굴의 엑센트를 주는 표현수단이다. 최근에는 이러한 단계를 넘어 립스틱은 개인이 자신의 이미지나 모습을 연출하는 중요한 도구로도 활용되고 있다.

각자의 여성들이 선택하는 립스틱의 색상은 일반적으로 유행색 뿐만 아니라 피부색, 개인의 경험이나 자기 이미지연출을 위한 표현수준 등과 같은 다양한 요인들과 관련되어 있다.

즉, 립스틱의 색상은 색의 이미지를 통해 그것을 사용하는 여성들의 개성을 나타내는 새로운 이미지를 형성할 수 있도록 한다(신수길, 황상민, 1998).

입술 유목에 관한 세부적인 내용은 <표 4>과 같다. 입술 유목을 립 라인, 립스틱, 립글로스로 나누어 보았을 때 가장 많이 차지하는 하위 영역의 립스틱이 차지하였다. 립스틱 영역의 내용은 입술·치아 색상에 따라, 피부색에 어울리는 컬러, 바르는 요령 등이 있었다. 이러한 구체적인 립스틱의 내용을 살펴보면 입술 색상에 맞는 립스틱 색상의 선택이 중요하다. 입술 색이 흐린 경우, 입술이 얇은 경우, 입술 선이 흐릴 경우 등이 있었고, 치아 색상에 따른 것은 치아가 누런 경우, 치아가 고르지 못한 경우 등이 있고, 피부색에 맞는 립스틱의 색상은 핑크계열, 오렌지나 브라운계열, 퍼플계열 등으로 나타났다. 이처럼 립스틱의 색상으로 피부색에 따라 입술색상에 따른 다양한 연출을 가지고 있음을 알 수 있다.

다음으로는 립글로스에 관한 내용이었다. 구체적인 내용으로는 표현법은 맨 입술에, 파스텔 립스틱에, 진한 립스틱에, 립 라이너만, 손가락 터치 등이 있고, 컬러에 따른 연출법은 투명 필이 들어간 제품, 핑크, 오렌지, 레드 등이었다.

가장 작은 비율을 나타내고 있는 립 라인 영역의 구체적인 내용은 입술 형태에는 작은 입술, 큰 입술, 얇은 입술, 두꺼운 입술, 윗입술이 얇은 경우, 아랫입술이 얇은 경우, 입술 산이 선명하지 않은 경우, 한쪽으로 치우친 입술, 양쪽이 처진 입술 등이 있고, 그리는 요령은 인커브, 아웃커브, 스트레이트 커브 등으로 나타났다. 이러한 결과를 볼 때 입술표현에 있어서 현재 여성들에게 가장 많은 관심의 대상은 립스틱으로 앞의 눈 유목과 베이스 메이크업 유목의 결과처럼 결점을 보완 할 수 있는 테크닉이 나타났다.

<표 4> 입술 유목의 내용별 분포

하위영역	내 용	빈도(%)*
립라인	형태에 따라	10(2.9)
	그리는 요령	1(0.3)
립스틱	입술·치아색상에 따라	7(2)
	피부색에 따라	5(1.4)
	바르는 요령	4(1.2)
립글로스	표 현 법	11(3.2)
	컬러에 따른 연출 법	1(0.3)
총계(%)		39(11.3)

* 하위 영역 내에서 내용이 차지하는 비율

4) 얼굴형 유목

얼굴형 유목에 관한 세부적인 내용은 <표 5>와 같다. 윤곽 수정과 볼 화장으로 나누어 보았다. 윤곽 수정은 실제의 얼굴형보다 작아 보이고 예쁜 달걀형의 입체감을 가진 얼굴형을 표현하기 위한 테크닉에 관한 것이다. 얼굴에서 T-존, O-존, S-존, U-존의 위치를 설명해 주고 각각 존을 표현하는 테크닉을 제시하고 있다. 볼 화장은 얼굴 형태나 상황 이미지에 맞게 바르는 것이 기본이며, 바르는 위치는 볼 뼈 주위를 중심으로 바른다. 볼 화장에 관한 내용들은 다음과 같이 나타났다. 컬러에 따라 핑크, 오렌지, 브라운, 로즈 등이 있고, 바르는 위치로는 볼 뼈 중심으로, 볼 뼈 위 쪽, 볼 뼈 아래 쪽, 눈 밑 뺨 부분 등으로 구분되며, 어려 보이는 테크닉으로 구분되어지고 있다. 이 결과 여성들은 작고 달걀형의 얼굴형을 가지길 원하며 평면인 얼굴을 메이크업으로 입체적으로 두드러지게 표현하는 것으로 보여진다.

<표 5> 얼굴형 유목의 내용별 분포

하위영역	내 용	빈도(%)*
볼 화 장	컬러에 따라	4(1.1)
	바르는 위치	3(0.9)
	어려 보이는 테크닉	3(0.9)
윤곽수정	얼굴작아지는테크닉	10(2.9)
총계(%)		20(5.8)

* 하위 영역 내에서 내용이 차지하는 비율

V. 결론 및 제언

인터넷 카페 게시판에 올려진 게시물에 나타난 메이크업을 관한 내용을 분석한 주요 결과는 다음과 같다. 게시물의 빈도를 살펴본 결과 눈과 관련된 내용이 절반 정도로 가장 많았고, 그 다음은 베이스메이크업과 입술과 관련된 내용으로 각각 10%를 약간 넘었다. 얼굴형과 관련된 내용은 5% 정도로 가장 적었다.

첫째, 눈 유목에서는 아이새도우에 가장 많은 관심을 가지고 있음을 알 수 있고, 여성들이 바라는 이상형의 눈인 크고, 속눈썹이 길며 자기의 결점을 감출 수 있는 아이메이크업 테크닉을 바라는 것으로 나타났다.

둘째, 베이스메이크업은 얼굴 면적의 가장 큰 부분인 피부에 사용되어지는 파운데이션의 내용이 가장 많이 나타났으며, 피부색에 가장 가까우며 화장을 하지 않은 듯한 느낌을 주기 위해 신경을 많이 쓰는 것으로 나타났다.

셋째, 입술 유목에서는 맑고 투명함, 촉촉한 입술을 표현하는 립글로스에 관심을 많이 보였고, 이러한 결과는 요즘 메이크업 트렌드인 투명 메이크업과도 관계가 있다는 점을 알 수 있다.

마지막으로 얼굴형 유목에서는 요즘 흔히들 말하는 미인형, 즉 작고 가름한 달걀형 얼굴을 바라고 있는 것을 반영하듯이 얼굴 작아지는 섀딩(shading)표현으로 음영을 주어 입체

감 있게 얼굴형을 커버하는 테크닉이 주로 나타났다.

이처럼 여성들은 눈에 관한 이상형은 자신이 가지고 있는 눈 형태의 결점을 커버하면서 실제의 눈 보다 커 보이는 것을 원하고 눈 꼬리를 약간은 내려 부드러운 이미지를 갖길 원하는 것으로 나타났다. 이러한 모든 테크닉은 아이새도우의 표현으로 색상의 명도와 채도의 음영에 따라 그 표현력은 다양하였다. 또한 여성들은 자신의 속눈썹보다 길고 풍성함을 원하므로 인조속눈썹을 이용한 다양한 테크닉도 제시되었다. 베이스메이크업에서는 피부 표현에 있어 맑고 얇게 나타내는 투명화장의 방법이 가장 중요한 것으로 보여지고, 피부 표현의 보조역할로 파우더의 여러 가지 색상에 따라 다양한 연출효과를 가지고 있음을 알 수 있었다. 입술표현에 있어서는 결점을 보완 할 수 있는 테크닉이 등장했다. 얼굴형에 있어서는 작고 가름한 달걀형의 얼굴형과 평면인 얼굴을 입체적인 얼굴형태로 표현하는 메이크업의 테크닉도 선호하는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과로 인터넷 게시판에 나타난 메이크업의 경향을 살펴보면 여성들은 자기의 결점을 감출 수 있는 테크닉과 서구형의 입체적인 얼굴형을 닮아가려는 경향과 투명 메이크업의 강세가 두드러짐을 알 수 있었다.

본 연구는 인터넷카페 운영자와 카페 회원들이 메이크업 테크닉과 관련되어 게시된 글들의 내용을 대상으로 분석하였다. 그러나 게시된 글들의 대부분의 내용이 일방적인 정보를 제공하고 있을 뿐 카페 회원간의 정보교류 활동은 미흡하였다. 그러므로 소비자들의 진정한 메이크업과 관련된 니즈를 파악하는데는 한계가 있다고 볼 수 있다. 그러므로 정보의 공급자와 수요자가 쌍방향으로 토론이 가능한 사이트를 만들어 메이크업과 관련된 정보의 쌍방향 교환이 활발하게 이루어진다면 보다 구체적으로 소비자들의 니즈를 파악할 수 있는 중요한 자료가 될 수 있을 것이다. 또한 게시판에 올라와 있는 글에 대하여 소비자들의 댓글을 달 수 있도록 한다면 생산자, 판매자, 소비자 모두에게 유용한 정보가 생성되고 공급될 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 강경화(2000), 메이크업 총론, 서울:APC.
2. 강혜순(2002), 메이크업에 있어 시즌 컬러의 유행 경향 분석 : MAC과 Bobbi Brown 중심으로, 한성대학교 대학원 석사학위논문.
3. 김복희, 남철현(1995), 여성의 피부 미용관리와 화장실태에 관한 조사연구, 대한보건학회지, 21(2).
4. 김영주(2002), PC통신에 나타난 어머니의 유아 양육에 관한 내용분석, 대한가정학회지, 41(2).
5. 김은희(2003), 화장품 광고에 나타난 메이크업 이미지 변천에 관한 연구, 한성대학교 대학원석사학위논문.
6. 박연희(2002), 메이크업 색채와 이미지의 상황적 연출과 표현에 관한 연구, 한성대학교 대학원 석사학위논문.
7. 신수길, 황상민(1998), 감성이미지 기법과 평가방법이 적용된 색조화장품의 사용행동에 관한 연구, 한국색채학회지, 11.
8. 양진희(2001), 현대 메이크업에 나타난 레트로경향 - 1990년대에 나타난 1950.1960년대

스타일을 중심으로, 건국대학교 대학원 디자인 석사학위논문.

9. 이정은(2003), 아이 메이크업에 의한 이미지 연출에 관한 연구, 한성대학교 대학원 석사학위논문.
10. 이주현(2003), 현대패션과 메이크업에 나타난 레트로 경향에 관한 연구 : 2000년대를 중심으로, 조선대학교 산업대학원 석사학위 논문.
11. 차배근(1990), 사회과학연구방법, 서울:박영사.
12. 한명숙(2001), 메이크업 디자이너를 위한 마꾸아쥬 예술, 서울:청구문학사.
13. 홍성순, 오은정(2001), 라이프스타일에 따른 색조화장 표현도와 색조화장품 구매행동에 관한 연구, 대한가정학회지, 39(7).
14. 화장품신문(2000), 색조전문업체 매출 급성장 1월 27일자, slmoon@hip.co.kr
15. <http://cafe.daum.net/SHJSHJ>
16. Berelson, B.(1952). content Anglysis in Communication Research, New York:The Free Press.