

김 자 애 教授指導  
碩士學位 請求論文

계절에 따른 Make-up의 색채 분석 연구  
- 2000년 ~ 2004년 출시된 화장품을 중심으로 -

2006

誠信女子大學校 造形大學院  
조형예술학과 메이크업·스타일리스트전공  
鄭 順 鎬

계절에 따른 Make-up의 색채 분석 연구  
- 2000년 ~ 2004년 출시된 화장품을 중심으로 -

김 자 애 教授指導

이 論文을 碩士學位論文으로 提出함

2005 년 11 월

誠信女子大學校 造形大學院  
조형예술학과 메이크업·스타일리스트전공  
鄭 順 鎬

# 認 准 書

鄭 順 鎬의 碩士學位 論文을 認准함

審査委員 박 복 규 印

審査委員 김 정 희 印

審査委員 김 자 애 印

誠信女子大學校 造形大學院

## 논문개요

메이크업이란 인간이 가지는 창조적 행위의 하나로서, 아름다워지고 싶은 인간의 본능적인 욕구를 충족시키는 표현방식인 동시에, 인간관계를 통한 의사 전달 및 개인의 이미지를 통한 개성연출을 가능하게 하는 표현이다. 최근 컬러 메이크업의 발전과 함께 메이크업에서도 색채에 대한 중요성이 증가하고 있으며 이러한 메이크업에서의 색채는 다른 분야와 마찬가지로 다양한 이미지로 나타나고 있다.

최근 화장품업계에서는 자사 소속으로 색채 연구소를 개소하는 업체가 증가하고 있는 추세이며 소비자들의 색상 선호도 조사 등 실증자료를 토대로 색조 화장품 출시를 하고 있다. 따라서 출고되어진 제품의 메이크업 색채 이미지를 비교분석한다는 것은 메이크업의 유행경향이 어떠한지 그 추이를 파악할 수 있을 것이라 사료되며 계절별로 색채이미지 컨셉이 어떠한지를 분석한다는 것은 우리나라 화장품업계의 계절별 색채특성을 파악하게 하며 소비자의 계절별 메이크업의 색채 선호도 연구 및 향후 계절별 색채 파레트 개발에 기여하리라 본다.

본 논문에서는 색채 이미지의 기본적인 특성과 이해를 바탕으로 2000년 이후 한국 여성들의 미적 가치기준에 직·간접적인 영향을 주는 화장품회사들의 지난 2000년부터 2004년까지 비주얼을 통해 나타난 메이크업 색채 이미지들을 통하여 전반적인 트렌드의 인식을 살펴보고 이미지와 계절에 따른 메이크업의 색채를 비교 분석함으로써 우리나라의 메이크업 색채연구를 위한 기초적인 자료를 제공하고자 한다. 이를 위해 2000년부터 2004년까지의 국내 화장품 시장 점유율이 높은 태평양과 LG회사의 20대 여성을 위한 화장품이 수록된 패션잡지,

미용화보, 인터넷 등에 나타난 광고를 대상으로 이미지별, 계절별 메이크업의 색채 분석을 하였다.

본 논문의 내용은 다음과 같다.

첫째, 2000년 이후의 메이크업 트렌드를 분석한 결과, 전반적인 패션과 사회적인 트렌드의 영향으로 메이크업 색채들 역시 특정한 유행색을 획일적으로 쓰지 않고 있었다. 따라서 각 계절별 메이크업이 특정한 유행색을 제시하지 않고 각각의 개성을 추구할 수 있도록 다양한 색채 이미지들을 제시하고 있었으며 2000년 이후 메이크업 색채 이미지의 큰 흐름은 부드럽고 여성적이며 자연스러운 이미지이다.

둘째, 이미지별에서는 전체적으로는 로맨틱한 이미지(6점), 엘리건트한 이미지(5점), 고저스한 이미지(5점) 메이크업이 자주 나타난 반면, 클래식한 이미지(2점)나 내추럴한 이미지(3점) 메이크업은 상대적으로 많은 비중을 차지하지 못했다. 이는 2000년 이후에 여성들의 메이크업 패턴이 자신의 주체성을 더욱 강조하고 강점으로 부각 시키고 있는 현상을 메이크업에서도 나타나고 있음을 발견 할 수 있다. 태평양은 로맨틱한 이미지 메이크업이 많은 비중을 차지한 반면 LG회사에서는 모던하고 페미니즘적인 이미지 메이크업에 치중한 것으로 나타났다.

셋째, 계절별 분석에서는 각 계절별로 추구했던 이미지는 비슷한 구성을 하고 있었으나 회사별로 보여주는 이미지별 메이크업 패턴은 차이가 있었다. 전체적으로 색상과 색조의 구성에 있어서 태평양보다 LG제품의 경우 펄과 글로시한 표현들이 메이크업에 많이 나타나고 있었다. 펄의 느낌 또한 다양하게 표현되고 있었으며 질감과 색감에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 색조 메이크업 이미지를 형성하는데 있어 태평양과 LG회사간의 색조 메이크업에는 뚜렷한 차이가 있었다.

# 目 次

I. 서론.....	1
1. 연구의 목적 .....	1
2. 연구 내용 및 방법 .....	4
II. 본론 .....	5
i. 이론적 배경 .....	5
1. 색채 이미지 .....	5
2. 메이크업에서의 색채 이미지 .....	16
ii. 메이크업의 분석 .....	27
1. 2000년 이후의 메이크업 유행 경향 분석 .....	27
2. 이미지별 메이크업 비교 분석 .....	35
3. 계절별 메이크업 비교 분석 .....	54
III. 결론 .....	69

參 考 文 獻

ABSTRACT

## 표 목 차

[ 표 - 1 ] 색조의 색채 이미지 .....	12
[ 표 - 2 ] 이미지군별 특징 .....	14, 15
[ 표 - 3 ] 메이크업의 배색과 효과 .....	26
[ 표 - 4 ] 피부색의 이미지 .....	29
[ 표 - 5 ] 아이세도우 색과 피부색의 조화 .....	30
[ 표 - 6 ] 립스틱 색과 피부색의 조화 .....	30
[ 표 - 7 ] 태평양과 LG화장품의 로맨틱 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향 ....	40
[ 표 - 8 ] 태평양과 LG화장품의 프리티 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향 ....	42
[ 표 - 9 ] 태평양과 LG화장품의 엘리트 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향 ..	44
[ 표 - 10 ] 태평양과 LG화장품의 다이내믹 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향 .	45
[ 표 - 11 ] 태평양과 LG화장품의 네추럴 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향 ...	46
[ 표 - 12 ] 태평양과 LG화장품의 모던 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향 .....	48
[ 표 - 13 ] 태평양과 LG화장품의 고저스 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향 ...	50
[ 표 - 14 ] 태평양과 LG화장품의 클래식 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향 ...	51
[ 표 - 15 ] 태평양과 LG화장품의 캐주얼 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향 ...	52
[ 표 - 16 ] 이미지별로 분석한 태평양 & LG화장품.....	51, 52, 53, 54
[ 표 - 17 ] 태평양과 LG화장품의 봄 시즌 메이크업 경향 분석 .....	57
[ 표 - 18 ] 태평양과 LG화장품의 여름 시즌 메이크업 경향 분석 .....	59
[ 표 - 19 ] 태평양과 LG화장품의 가을 시즌 메이크업 경향 분석 .....	61
[ 표 - 20 ] 태평양과 LG화장품의 겨울 시즌 메이크업 경향 분석 .....	63
[ 표 - 21 ] 계절별로 분석한 태평양 & LG화장품.....	66, 67, 68

## 그림 목 차

[ 그림 - 1 ] 멘셀 색상환 .....	10
[ 그림 - 2 ] 톤(tone)의 구조 .....	11
[ 그림 - 3 ] 피부색 분포 .....	28
[ 그림 - 4 ] 태평양 2004년 봄(왼쪽)과 LG화장품 2001년 봄(오른쪽) 이미지 .....	41
[ 그림 - 5 ] 태평양 2002년 봄(왼쪽)과 LG화장품 2003년 봄(오른쪽) 이미지 .....	42
[ 그림 - 6 ] 태평양 2003년 가을(왼쪽)과 LG화장품 2001년 가을(오른쪽) 이미지 ...	43
[ 그림 - 7 ] 태평양 2002년 여름(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2004년 여름 이미지 ...	45
[ 그림 - 8 ] 태평양 2004년 겨울(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2002년 겨울 이미지 ...	47
[ 그림 - 9 ] 태평양 2003년 여름(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2001년 여름 이미지 ...	48
[ 그림 - 10 ] 태평양 2001년 가을(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2000년 겨울 이미지 ..	49
[ 그림 - 11 ] 태평양 2002년 가을(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2000년 가을 이미지 ..	51
[ 그림 - 12 ] 태평양 2001 여름(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2000년 여름 이미지 ....	53
[ 그림 - 13 ] 태평양 2002년 봄(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2003년 봄 이미지 .....	57
[ 그림 - 14 ] 태평양 2002년 여름(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2003년 여름 이미지 ..	59
[ 그림 - 15 ] 태평양 2001년 가을(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2003년 가을 이미지 ..	61
[ 그림 - 16 ] 태평양 2001년 겨울(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2000년 겨울 이미지 ..	62

# I. 서론

## 1. 연구의 목적

현대의 메이크업은 인간의 아름다워지고 싶은 욕망과 아름다움에 대한 콤플렉스를 치유하기 위한 미학적 접근이라 할 수 있다. 아름다움에 대한 인류의 갈망은 무한히 이어지고 있으며 그에 따라 메이크업도 역사 속에서 시대의 변화와 문화를 반영하면서 지속되어지고 있다. 고대에는 화장이 주술적, 호신적 의미를 반영하기도 하였고 현대에서의 메이크업은 시대적 변화를 선도하려는 추세로서 약점을 수정·보완이라는 소극적인 기능만이 아니라 무의식의 자기를 표현하며 자신의 이미지를 만들고 관리하는 정체성의 시각적 표현으로 자리 매김 되고 있다.

특히 현대사회의 산업화는 여성들의 직업 활동과 노동의 참여가 늘어남에 따라 메이크업의 필요성과 인식이 달라지는 계기가 되었으며, 직업을 갖게 되는 여성들이 늘어나면서 경제적 독립과 함께 여성의 메이크업 문화는 상품화의 영향을 직접적으로 받게 된다. 더불어 TV의 등장과 매스미디어의 발달은 여성의 메이크업 문화를 더욱 급속하게 변화시켰다. 매스미디어의 발달을 통해 과거의 스킨케어 메이크업 개념에서 칼라 메이크업으로 변화를 가져왔고 메이크업은 조형미를 더욱 강조하기에 이른다. 따라서 컬러 메이크업의 발전과 함께 메이크업에서도 색채에 대한 중요성이 더욱 증가하게 되었다.

사람의 얼굴은 누구나 다 나름대로 독특한 특성을 가지고 있기 때문에 본래 타고난 얼굴을 내적 정신과 외적 감각으로 승화시켜 창조하는 것이 메이크업의 의미라 할 수 있다. 오늘날 경제 발전과 함께 소득 수준이 선진화되어가고 있는 우리나라는 많은 여성들의 사회 참여와 함께 여성의 아름다움에 대한 욕구가 높아지며 메이크업에 관한 관심이 고도화되었다.

이와 같이 여성에게 있어서 메이크업은 시대적, 산업적 변화와 함께 밀접한 관계를 가지고 변화하여 왔다. 메이크업은 많은 기능들과 여러 필요요소들을 갖고 있지만 그 중에서도 메이크업의 기초이며 가장 중요한 요소가 바로 색채인 것을 간과 할 수 없다. 이러한 메이크업에서의 색채는 다른 분야의 색과 마찬가지로 인간의 감각기관을 통해 심리적 반응이 일어나면서 다양한 이미지로 나타나고 있다.

최근 화장품업계에서는 자사 소속 연구소에서 특성 있는 명칭으로 색채 연구소를 개설하는 업계가 증가하고, 메이크업 전문가와 함께 색상 선호도 연구 등 실증적인 자료를 토대로 색조 화장품 출시가 계속되어지고 있다. 특히 이러한 메이크업 제품은 단순히 컬러뿐만 아니라 소비자들의 구매 심리 등을 파악, 이를 마케팅과도 연계하고 있어 메이크업 색조시장에서 새로운 유행이 형성되고 있는 현상을 주목해 볼 수 있다.

메이크업의 색채 이미지의 비교분석을 통하여 메이크업의 개념과 메이크업에 유행경향에 있어 자신에게 맞는 다양한 컬러를 자료를 통해서 찾아내어 자신의 개성을 찾을 수 있도록 하고자 하였다. 매력적인 얼굴을 만들기 위해서는 사람마다 각기 다른 개성 있는 얼굴에 맞는 기본 메이크업에다 컬러까지 적절하게 조화시켜 준다면 개성은 더

욱 돋보이게 할 것이다.

본 연구는 매스 미디어의 발달로 다양한 매체를 통해서 한국 여성들의 미적 가치기준에 직·간접적인 영향을 주는 화장품회사들을 선정하여 지난 2000년부터 2004년까지 전반적인 메이크업 유행 경향을 알아보고 색의 이미지 스케일을 바탕으로 좀 더 구체적으로 이미지별로 분석, 메이크업의 색채 이미지의 일반적인 효과를 바탕으로 계절별로 면밀히 분석함으로써 시대적으로 요구되는 메이크업 트렌드 인식과 더불어 앞으로 메이크업 특성을 분석하는데 대한 자료로 제공되어지고자 한다.

## 2. 연구 내용 및 방법

본 연구에서는 21세기를 맞이하여 한국여성의 메이크업에 있어서의 2000년부터 2004년까지의 전반적인 유행 경향의 흐름을 분석하고 메이크업에서 색채 이미지와 계절에 따른 메이크업의 색채 분석하고자 하였다.

먼저 이미지와 계절에 따른 메이크업의 색채 분석에 필요한 이론적인 분석과 고찰로 메이크업에 관련된 문헌자료를 중심으로 이론적 고찰을 다루었다. 그 다음으로는 국내 화장품 시장 점유율을 근거로 하여 점유율이 높은 회사인 태평양과 LG화장품 회사를 실증적인 자료로 선정하였다. 구체적인 이미지들은 패션잡지의 광고 이미지, 미용화보, 인터넷을 통해서 실증적인 자료로써 활용하였다.

구체적인 연구의 방법은 다음과 같다.

첫 번째, 국내 화장품 회사들 중 매출과 선호도가 높은 태평양과 LG회사를 선정한다.

두 번째, 잡지 선정에 있어 국내화장품 광고는 라이선스 패션전문 잡지에 많이 하며 주로 20대가 많이 구독하는 세씨를 선정하였다. 화장품 회사의 자사 인터넷 사이트에서도 각 브랜드 별 시즌 색조 화장품 광고를 살펴 볼 수 있는데, 화장품 광고의 특성상 동일한 광고를 한 시즌에 중복 광고 할 수 있기 때문에 그 중 시즌별로 구분되는 잡지의 월호만은 보아도 흐름을 알 수 있으므로 겹치지 않도록 한다. 분석 대상은 20대 성인 여성 대상의 색조 화장품 광고물로, 여성이 등장하며 얼굴과 색조 제품이 나와 있는 광고물이다.

세 번째로, 다양한 광고 매체에 나타난 메이크업을 미용화보와 라이선스 패션 잡지와 인터넷 등을 통해서 2000년부터 2004년까지 전반적인 메이크업 트렌드를 알아보고 색의 이미지 스케일을 바탕으로 좀 더 구체적으로 이미지별로 분석, 메이크업의 색채 이미지의 일반적인 효과를 바탕으로 계절별로 분석한다.

## II. 본 론

### i. 이론적 배경

#### 1. 색채 이미지

##### 1) 이미지의 개념

이미지(image)란 용어는 리프먼(Lippman)의 퍼블릭 오피니언에서 인간이 자극대상에 대해 가지는 상(象)<sup>1)</sup>이란 의미를 시작으로 하여 학술용어로서의 이미지의 개념은 1950년대부터 주로 심리학에서 다루어져 오다가 인간, 사회, 경제, 정치 등에 관련한 이미지의 역할을 논의하면서 다른 분야에서도 발전하기 시작하였다. 오늘날에 와서는 매우 다양하게 사용되고 있는데, 예를 들면 사회적 이미지, 색채 이미지, 기업 이미지, 조직 이미지, 국가 이미지, 자기 이미지 등이 그것이다.<sup>2)</sup>

이미지는 다각적인 개념으로도 해석되고 있는데 이미지(image)라는 단어는 원래 라틴어의 'imago'에서 유래된 것으로 이는 '모방하다'라는 뜻을 지닌 'imitate'와 관련된 것이다. 이미지는 일반적인 설명으로 인간의 마음속에 그려지는 사람이나 사물의 감각적 영상을 가리키

---

1) Walter Lippman 「 Public Opinion」. New York : Harcourt. 1921. p.8.

2) 안영면 「 국제관광마케팅론」. 동아대학교 출판사. 1999. p.143

며, 주로 시각적인 것을 의미한다. 따라서 이미지란 자극과는 관계없이 과거의 경험으로부터 구체적·감각적으로 마음속에 재생되는 생각상으로서, 예컨대 눈을 감고 있어도 보이는 어머니의 모습과 같은 것으로 통하고 있다. 이와 같이 이미지라는 용어가 널리 사용되고 있는데 비해서 이미지의 개념은 점점 모호해져 가고 있는 경향이 있으며, 학자들마다 다양한 정의를 하고 있다.<sup>3)</sup> 또한 이미지는 지각적인 것과 감정적인 것이 합쳐진 것으로, 이미지로서의 심상은 단지 지각적인 영상에 그치는 것이 아니라 「지각+감정적인 영상」인 것으로 지각과 감정의 혼연일체로 보는 시각도 있다.

한편 가트너(Gartner)는 이미지를 태도나 반대되는 개념으로 보고 그 구성은 어떤 압도적인 인상이나 고정관념을 함축한다고 봄으로서 대상에 대한 경험 없이도 형성되는 이미지의 비경험성을 강조하였다. 로슨과 바우드 보비(Lawson & Baud Boby)는 이미지를 임의의 물건이나 장소에 대해 개인 또는 집단이 지니고 있는 주관적인 지각, 인상, 상상력, 감정 등의 모든 것의 표출이라고 했다. 즉 현실적인 이미지는 개인적인 기호, 경험, 정보 등에 의해 제약되면서 우리들의 행동을 지배하는 심리적·물질적·문화적, 사회적·경제적인 기본 동인에 의해 만들어진다고 할 수 있다.<sup>4)</sup>

어떤 색이 어떤 이미지를 갖는가를 분석하는 것은 개인에 따라 색에서 받는 감정이 다르기 때문에 무척 어렵다. 그러나 사람에게에는 색에 대한 공통된 감정이 있다는 것을 전제로 언어에 의한 색채 연상, 또는 색에 의한 언어 연상의 색의 의미를 밝힘으로써 색 또는 배색의

3) 한국마케팅연구원 「 마케팅신용어사전 」. 사단법인 마케팅 원구원. 1996. p. 402

4) 정순태 「 마케팅 관리론 」. 서울: 법문사. 1987. p. 528-529

이미지와 감정적 효과를 언어와 각색을 관련시켜 비교 판단 할 수 있는 방법이 모색되고 있다.<sup>5)</sup>

## 2) 색채적용을 통한 안면 이미지 표현

조형예술(造型藝術)은 형태와 색채, 그리고 재료가 종합되어 이루어지는 것이며 이 중 색채는 가장 중요하다. 색이란 아름답고 추한 것을 따지기 이전에 그 색들이 어떻게 배색되느냐에 따라 아름답게 보일 수도 있고 추하게 보일 수도 있을 것이다.<sup>6)</sup>

따라서 두 가지 이상의 색채가 서로 융합하여 미적 효과를 나타내며 메이크업에 필요성을 갖게 되는 것이다.

패션과 메이크업에서 중요한 색채 효과는 색을 나타내는 색채 언어와 이론들을 이해함으로써 생기는 색채 감각을 필요로 한다.<sup>7)</sup>

### (1) 색조를 적용한 메이크업 이미지 표현

우리를 둘러싼 색채의 세계는 참으로 놀랄 만큼 충만 되어있다. 자연환경이나 사회현상이나 모두에게 색채가 주어져 있고, 또 자연스럽게 안겨주려고 노력하고 있다. 그리고 주어진 색채의 세계를 그대로 향유한다는 데에 특별한 지식이 필요한 것이 아니다. 그러나 여러 가

---

5) 박연희 「 메이크업 색채와 이미지의 상황적 연출과 표현에 관한 연구 」. 2002. p.22

6) 최용훈 「 색채학 개론 」. 미진사. 1987. p.6

7) 김희숙 이 은임. 「메이크업과 패션」. 수문사. 1996. p.115

지 작업이 있어서는 색을 향유하기에 앞서 색을 다루는 솜씨가 있어야 하니 그 지식을 터득하고 색에 대한 감각을 높여야 하는 문제점이 있다. 여기에는 현대적인 색채 개념의 과학적인 전문성도 고려되어야 하는데, 그것이 새로운 색채학이고 나아가 색채 공학이다.<sup>8)</sup>

우리의 눈을 통하여 색을 시각적으로 전달받게 되는데 색을 구별하면 무채색과 유채색의 두 가지가 된다. 아무리 무수한 색이 있다 하더라도 이 분류의 단계에서는 무채색과 유채색의 두 가지로 밖에는 분류되지 않는다.

그 가운데 하나 무채색이 지닌 속성은 오직 하나 명도이다. 색에는 밝고 어두움의 구별이 반드시 있는데, 그 밝기의 정도를 나타내는 용어를 '명도'(Value)라고 한다. 그러니까 가장 밝은 색이 흰색이고, 가장 어두운 색이 검정이며, 그 사이에 회색들이 여러 가지 단계의 명도 차에 의한 회색이 된다. 이 구별은 밝기만의 성질로 분류한 것으로, 이것은 다른 속성인 색상이나 채도와는 독립된 속성이다. 이러한 색을 무채색이라 하지만 결과적으로 무채색이란 색상과 채도가 없는 명도만으로 이루어지는 명암의 색임을 알 수 있다. 따라서 무채색은 색채 개념에서는 색이 아니라 명암의 농담도 라고 말 할 수 있다.

그러면 유채색은 어떠한가. 가령 빨강색을 예로 해서 설명한다면 빨강이란 먼저 '색상'(Hue)을 나타내는 구분이 된다. 그것은 무채색에는 없었던 속성으로 유채색으로서는 최초로 나타나는 속성적인 요소이다. 그런데 '빨강'에 속하는 색에는 밝은 빨강도 있고, 어두운 빨강도 있기 마련이니 이들을 구분 짓는 속성이 필요하다. 그래서 유채색의 제2의 속성에 명도가 요소로 따르게 된다. 이처럼 유채색은 색상별, 면도별로

---

8) 김효주 「 한국여성의 복식색채에 관한 연구 」. 한양대학교 대학원 응용미술학과 석사 학위 논문. 1982. p.9

분류되는 색군이라 하겠는데, 또 거기에는 빨강색이면서 탁한 것이 있고, 선명한 것들이 얼마든지 있을 수 있다.

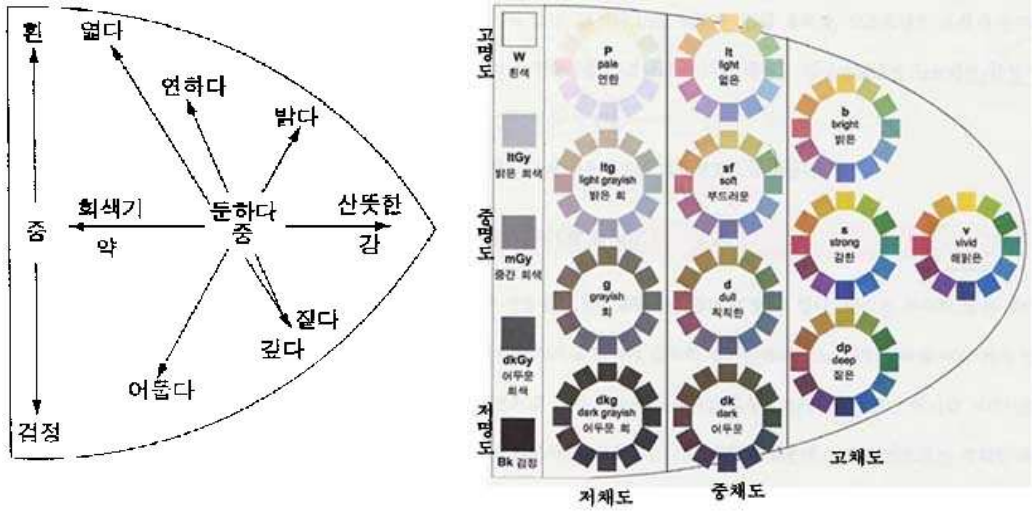
그래서 그 색을 구별하고 분류하는 하나의 성질을 가지게 되는데, 그 속성을 '채도'(Chroma)라고 일컫게 된다. 결국 채도는 유채색의 색이 명암의 요소가 아닌 선명한가, 탁한가를 구별하는 제 3의 속성이 되는 셈이다.

이렇게 해서 유채색은 무채색의 백색, 회색, 흑색의 계열에 속하는 색을 제외한 모든 색을 포함한 각종의 색채본체(色彩本體) 혹은 컬러시스템으로 정리, 계열화, 분류되기에 이른다.

이러한 이치에서 대표적인 색채 체계로는 기본적인 먼셀 실용적인 오스트발트 컬러 시스템 등이 있다.



[ 그림 - 1 ] 멘셀 색상환



[ 그림 - 2 ] 톤(tone)의 구조

색조(色調, tone)는 명도와 채도를 동시에 나타내는 방법으로서 같은 색상을 지닌 색이라고 명암, 농담, 강함, 약함 등의 정도의 차이를 구분하고 정리한 것이다.

하나의 색상 가운데 여러 가지 색조를 12가지 범위로 분류하여 vivid, strong, bright, pale, very pale, light grayish, light, grayish, dull, deep, dark, dark grayish 등이다.

다음과 같이 [ 표 - 1 ] 색조의 색채 이미지로 정리 하여 보았다.

[ 표 - 1 ] 색조의 색채 이미지

	Tone		Image
	약호	대응 영어	색채 이미지
화려한 색조	V	Vivid	선명하고 힘세고 맑음, 생생하며 주위를 끌기 쉽고 예민하며 활동적.
	S	Strong	V색조보다 약간 탁색, 튼튼하고 충실한 실용적인 느낌.
밝은 색조	B	Bright	밝고 맑으며 빛나는 보석의 느낌. 달고 향기 높은 이미지.
	P	Pale	사랑스러움, 감미로움, 꿈이 있는 분위기.
	Vp	Very Pale	담색이면서 부드러움이 있는 달콤한 감각.
순수한 색조	Lgr	Light Grayish	산뜻하고 암전하며 부드러운 이미지.
	L	Light	온화하고 부드러운 이미지.
	Gr	Grayish	빛깔이 적기 때문에 시든 느낌.
	Dl	Dull	차분하고 옛스러운 느낌.
어두운 색조	Dp	Deep	감칠맛과 깊은 맛이 잇는 충실한 느낌.
	Dk	Dark	어둡지만 미묘한 빛깔이며, 격조 높은 안정된 분위기.
	Dgr	Dark Grayish	검은색에 가깝지만 딱딱하고 엄숙하고 치밀한 느낌.
무채색	전체적으로 Cool한 이미지, 흰색은 상쾌하고 검정색은 무게가 있고 딱딱한 느낌. 회색은 밝은 것에서 어두운 것까지 있으며 온화한 느낌을 낼 때 사용하기 쉬움. 무채색은 빛깔이 없기 때문에 다른 색을 효과적으로 돋보이게 함.		

그리하여 분류기호상으로는 색상, 명도, 채도로 정리하는 것이 당연하나 실제로 색을 취급하는 처지에서는 시각적으로 혹은 심리적으로, 그리고 직관적으로 느껴지는 색의 위상을 그대로 응용하는 것이 편리하고 합리적이라는 것이다.

### 3) 색채 이미지 스케일에 따른 분류

어떤 색이 어떤 이미지를 갖는가를 분석하는 것은 개인에 따라 색에서 받는 감정이 다르기 때문에 무척 어렵다. 그러나 사람에게는 색에 대한 공통된 감정이 있다는 것을 전제로 언어에 의한 색채 연상, 또는 색에 의한 언어 연상의 색의 의미를 밝힘으로써 색 또는 배색의 이미지 즉, 감정적 효과를 언어와 각색을 관련시켜 비교 판단할 수 있는 방법이 모색되고 있다. 색채 이미지 분석은 색채와 언어는 본래 이질적인 것이지만 색채는 고유의 언어를 상기시키므로 언어는 색채로, 색채는 언어로 변환 될 수 있다는 가정 하에 색채 이미지와 언어 의미 사이의 평형을 찾아내어 색채를 통한 인간의 심리, 감정을 보다 잘 표현하기 위한 방법이다.

이러한 색채 이미지분석 방법의 하나인 S/H/W/C의 이미지스케일 방법은 일본 색채 연구소에서 개발한 감성 분류 방법으로 이미지간의 관계 파악을 위한 지각지도(知覺地圖)의 작성에 있어 그 기준 척도를 소프트(Soft), 하드(Hard), 워엄(Warm), 쿨(Cool)의 4가지 어휘를 사용하여 어떤 대상을 위치시키는 방법이다. 워엄, 쿨 측은 색상을 한색과 난색으로 나눈 기준 축이며 소프트, 하드 측은 톤의 개념을 기본으로 하여 색을 부드러운 색과 강한 색으로 나눈 축이다. 유채색과 무채

색을 색상과 톤을 기초로 계등을 세워 정리한 후 S/H/W/C 이미지 스케일 상에 위치시키면 모든 색을 워엄(Warm)에서 쿨(Cool), 소프트(Soft)에서 하드(Hard)로의 이미지 공간에 정리된다. 여기서 기준이 된 톤과 톤에 따른 이미지는 색채적용을 통한 안면 이미지 표현에서 언급했던 [ 표 - 1 ] 색조의 색채 이미지와 같다.

이상 색채 이미지 분석을 위한 S/H/W/C 이미지 스케일의 이미지 분류기준인 S/H/W/C는 메이크업의 이미지에도 그 적용이 타당하다고 생각한다.

이미지별 특성을 살펴보면 다음의 [ 표 - 2 ]과 같다.

[ 표 - 2 ] 이미지별 특징

이미지	특징
casual	밝고, 즐거운, 편안하고, 개방적인 이미지, 소탈하고 유유자적한 느낌을 준다. vivid, strong, bright 톤이 주류를 이루며 여러 색상이 대비를 이루는 배색이다.
modern	도회적이고 시원한 감각이다. 상쾌하고 기능적이며 날카로운 이미지를 준다. 흑백의 명도 대비를 강하게 쓰는 것이 특징.
romantic	온순하고 부드러운 여성적인 이미지로 서정적이고 섬세하다. 파스텔조의 밝고 은근한 배색이 주류를 이룬다.
natural	자연이 갖는 소박한 이미지, 친숙하기 쉬운 표현을 위해 자연색에 가까운 이미지에서 브라운에 걸친 색채와 노란색에서 녹색에 걸친 중간 톤의 색채가 중심이다.

elegant	섬세하고 품위 있는 느낌으로 온화함과 우아한 이미지를 준다. gray톤을 중심으로 강한 대비를 피한 배색이다.
chic	수수하고 온화한 색조를 중심으로 elegant보다 차가운 이미지, 조용하며 세련된 분위기를 갖고 침착한 어른의 이미지이다.
classic	고전적, 호화스러운 전통적인 이미지에 깊이가 있는 deep톤, dark톤을 중심으로 대비를 억제한 배색이 중심이 된다.
dandy	격조와 침착함, 안정감이 있고 남성적인 차분한 이미지이다. classic에 비해 단순하고 차가운 이미지이다.
pretty	귀엽고 사랑스러운 느낌이다.
clear	담백하고 순수하며 맑고 청결하고 단순한 느낌이다.
cool-casual	밝고 젊은 이미지이며 casual군이 난색을 쓰는 것에 비해 한색을 사용하여 캐주얼한 느낌을 준다.
dynamic	활동적이고 역동적인 강렬한 이미지를 준다.
gorgeous	성숙하고 호화로운 이미지로 난색의 채도가 높은 배색이다.
ethnic	야성적이고 강한 이미지이다.
formal	차분하고 안정감 있는 dandy와 modern의 중간 이미지이다.

자료: 일본 고바야시. 일본 색채 연구소. 색의 이미지 스케일 참조

## 2. 메이크업에서의 색채 이미지

### 1) 메이크업의 색채 이미지의 일반적인 효과

우리가 색에서 받는 느낌은 각각 다르다. 메이크업 색채 이미지 역시 가장 중요한 것은 어떤 색의 화장품을 사용하느냐에 따라 달라진다.

색은 그 자체가 갖는 성질로써도 느낌을 가지고 있으며, 메이크업으로써 인간에게 표현되어 더욱 큰 효과가 증진 된다.<sup>9)</sup> 메이크업에 있어서 색은 지각을 통하여 지각되는 생리적 현상임과 동시에 감각을 통하여 하나의 감정을 일으키는 심리적 현상이므로 색에서 받는 인상은 색에 따라 다르며 그에 따른 감정도 다양하다.<sup>10)</sup> 일반적으로 색으로부터 느끼는 감정은 크게 온도감(溫度感), 중량감(重量感), 강약감(強弱感), 경연감(哽軟感), 시간의 장단(長短), 계절감(季節感)등을 느끼게 된다.

첫째, 온도감(溫度感)은 더운 여름에는 흰색이나 하늘색과 같이 명도가 높은 색의 옷을 입게 되는데 이들 색은 자연의 빛을 반사시키는 효과가 있으므로 뜨거운 태양열을 방사하게 된다. 온도가 높을 때는 빛의 발광이 많아져서 빨강에서 노랑, 초록, 파랑, 보라, 흰색의 순서로 변하게 된다.<sup>11)</sup>

9) 김학성 「 색채 」. 서울: 도서출판 조형사 1994. p.122

10) 이윤주 「 복식에 있어서의 이미지에 관한 연구 」. 연세대학교 대학원 석사 학위 논문. 1992. p.30

11) 김학성 「 색채 」. 서울: 도서출판 조형사. 1994. p.122-123

색채 이미지에서 적색을 따뜻하게 느끼고 청색은 차갑게 느낀다. 적색계통의 색은 따뜻하게 느끼게 되며, 이러한 계통의 색은 난색(warm color)이라고 하며 주로 적색, 주황색, 황색 등의 색상들로써 팽창, 진출성이 있으며, 생리적, 심리적으로 느슨함과 여유를 의미하는 색이다.

상대적으로 푸른 청색은 바다라는 구체적 대상에서 연상된 때문에 차갑게 느껴지게 되며 이러한 계통의 색을 한색(cool color)이라고 한다.<sup>12)</sup> 한색은 청색, 청, 청자색 등의 색상들로서 수축, 후퇴성이 있으며 생리적, 심리적으로 긴장감을 주는 색이다. 그리고 녹색, 자주색, 황록색 등은 따뜻함과 차가움을 느끼게 하지 않으므로 난색, 한색 어느 색에도 속하지 않은 중성색이라 한다.

둘째, 중량감(重量感)은 색채에서 색의 밝기와 어두움에 따라 무거움과 가벼움을 느끼게 된다. 이는 색의 명도에 의하여 좌우되는 것으로 명도가 낮은 색은 무겁게 느껴지며 명도가 높은 색은 가볍게 느껴진다. 색채의 중량감은 색상보다는 명도의 차이가 크게 좌우되는 것이라 하겠다. 색입체에서 무채색 축은 4-6을 중심으로 증명도라고 하고 그 위를 고명도, 아래를 저명도라고 하며 고명도의 색상은 가벼운 색으로 느껴지며 저명도의 색상은 무거운 색으로 느껴진다.

셋째, 강약감(強弱感)은 색에 의하여 매우 강한 느낌을 주는 수도 있고 역으로 아주 약한 느낌을 주는 수도 있다. 색의 강약감은 색의 명암에 좌우된다기보다 주로 채도의 높고 낮음에 따라 결정된다고 할 수 있다.<sup>13)</sup>

넷째, 경연감(哽軟感)은 어떤 색에 딱딱하게 또는 부드럽게 느껴지

12) 이윤주 「복식에 있어서의 이미지에 관한 연구」. 연세대학교 대학원 석사 학위 논문. 1992. p.198

13) 김학성 「디자인을 위한 색채」. 서울:조형사. p.124

는 것을 색의 경연감이라 하는데 딱딱한 색은 긴장감을, 부드러운 색은 평온하고 안정된 느낌을 준다. 이러한 색의 경연감은 채도와 명도에 따라 좌우된다. 대체로 채도가 낮고 명도가 높은 색은 부드럽게 느껴지고 채도가 낮고 명도가 낮은 색은 딱딱한 느낌을 준다. 밝은 회색이 섞인 유채색은 부드럽게 느껴지는데 파스텔 칼라가 이에 해당한다. 순색은 부드럽게 느껴지지 않는다. 또 흑색을 섞은 색, 예를 들어 암청색 같은 색은 단단하게 느껴진다.

다섯째, 시간의 장단(長短)이다. 미국의 색채연구가 비렌(Faber Birren)은 장파장 계통의 색채 실내에게는 시간의 경과가 길게 느껴지고 단파장 계통의 색채 실내에서는 시간의 경과가 짧게 느껴진다고 지적하고 있다. 이는 붉은 색채 속의 시간은 길게 착각되고 푸른색 속의 시간은 빠르게 착각되기 쉽다고 말하는 것이다. 비렌은 색채의 기능주의적 사용법을 역설한 사람이다. 그에 의하면 다방 등의 손님의 회전을 빠르게 하기 위해서 적색과 주황색 기구를 사용하면 좋으며, 대합실이나 병원실내의 벽은 지루한 시간을 잊어버리도록 한색계통으로 채색하는 것을 볼 수 있다

여섯째, 계절감(季節感)은 봄, 여름, 가을, 겨울에 대한 색채 이미지가 있으므로 통상적으로 봄에는 나뭇잎의 어린잎색이라든가 햇빛이 닿는 곳인 leman yellow, 가련한 화초 등의 연한 자색, 보라 락 하늘색 등에서 느낄 수 있으며 여름은 나무의 짙은 녹색, 감청색의 하늘 빛, 그리고 해변의 cobalt green, 작열하는 태양의 흰색, 찬 느낌을 주는 ice blue 등의 색채에서 느낄 수 있다. 가을은 나뭇잎색인 황색, 산의 색인, chrome yellow, 단풍잎을 연상케 하는 붉은 산호색, 떨어진 낙엽색 등을 통하여 느낄 수 있다. 겨울은 하늘의 grayish한 색조, 눈의

은백색 등이 그것이다. 이렇듯 자연현상 중에서 그 계절만이 가지는 특유한 색상들을 통해 색감을 느낄 수 있으며 각 계절을 대표하는 색들이 구분 지워진다. 계절은 특히 메이크업에 있어서는 유행색에 깊이 관계하기 때문에 『계절유행색』이라고도 부른다.<sup>14)</sup>

메이크업에서 색은 시각적 이미지 효과가 매우 중요하다. 메이크업의 모든 색상은 무채색과 유채색의 두 가지로 구분되며, 무채색의 속성은 오직 하나 명도 즉, 밝고 어두움의 정도를 나타낼 뿐이다. 그래서 가장 밝은 색이 흰색이고, 가장 어두운 색이 검정이며, 그 사이에 여러 단계의 명도 차에 의한 회색이 존재하게 된다. 반면에 유채색은 각각 고유의 색상을 나타내게 되는데 이들 색조에 따라서 다양하게 색상을 발현하게 된다.<sup>15)</sup>

색조(tone)는 명도와 채도를 동시에 나타내는 방법으로서 같은 색상을 지닌 색이라고 명암, 농담, 강함, 약함 등의 정도의 차이를 구분하고 정리한 것이다. 따라서 하나의 색상 가운데 여러 가지 색조를 12가지 범위로 분류하여 vivid, bright, pale, very pale, light grayish, light, grayish, dull, deep, dark, dark grayish 등으로 나타낼 수 있다.

---

14) 문미엽 「 색조 화장품과 유행색에 관한 비교 연구 」. 성신여자대학교 대학원 석사학위 논문. 2000. p.16

15) 이정미 「 한국여성의 메이크업 색채이미지에 관한 연구 」. 동덕여자대학교 디자인대학원 석사학위 논문. 2002. p.19

## 2) 메이크업의 색채 이미지의 조화 효과

얼굴 각 부분에 따라 처리되는 메이크업의 색채가 조화를 이루어 이미지를 보여준다. 메이크업의 색이 아름답거나 추한 것을 따지기 이전에 어떻게 배색되느냐에 따라 아름다울 수도 있고 그렇지 않을 수도 있다.

배색은 기능과 목적, 효용에 따라서 다양한 방법이 있을 수 있으며 그 최종 목표는 색채조화(harmony)이다. 또한 합리적인 배색은 한 가지 색에서는 일어나지 않는 효과를 두 가지 색 이상의 색들을 조합시키는 것을 목적으로 하기 때문에 그 목적이나 기능에 맞도록 목적 또는 적용 대상요인, 인간적 요인, 환경적 요인 등을 미리 고려해야 한다. 이것은 메이크업의 배색 계획도 마찬가지로 메이크업 색 자체만의 배색을 고려해서는 안 된다. 메이크업을 하는 용도와 장소에 맞는 사회성을 고려한 배색이어야 하며 메이크업을 하는 사람의 피부색, 연령, 직업 등 개인적인 요인을 고려하여야 한다. 동시에 지역성 및 유행과 계절을 고려한 적절한 배색이 사용되어야 한다. 메이크업에서의 조화를 위한 배색의 형태를 보면 다음과 같다.

### ① 동류색의 배색 (harmony of familiarity)

가장 가까운 색채끼리의 배색으로 보는 사람에게 친근감을 주며 조화를 느끼게 한다. 동류색의 조화는 가장 기본적인 색조화로서 동일색상에 있어서도 명도, 채도의 차이만으로도 이루어 질 수 있다.

② 유사색의 배색 (harmony of similiarity)

배색된 색채들이 서로 공통된 상태와 속성을 가질 때 그 색채의 군은 조화된다. 유사색의 조화는 색상환에서 같은 군의 이웃 색과의 조화를 말하는 것으로서 보라색과 빨간색의 배색, 청색과 녹색의 배색, 노랑색과 빨강색의 배색 등이 이에 속하며 동류색과 마찬가지로 무난한 느낌을 준다. 그리고 상대색의 명도와 채도의 높, 낮음에 따라 변화를 줄 수 있다.

③ 보색의 배색 (harmony of contrast)

속성이 서로 반대되는 색채로 배색되어 조화되는 것을 말하는데 이것은 강한 변화로써 신비로운 느낌을 줄 수 있다. 보라색의 아이섀도우와 오렌지계의 입술, 청색의 아이섀도우와 빨강 입술, 녹색의 아이섀도우와 자주색 입술 등은 보색의 조화를 이용한 메이크업으로서 강한 느낌을 준다. 이중 순색 계열의 보색은 너무 강렬한 느낌을 주기 때문에 명도를 높이거나 채도를 낮추어서 부드러운 조화를 도모하기도 한다.

④ 단색의 배색 (harmony of single)

무채색과의 배색되어 조화를 이루는 것으로 보다 선명하고 뚜렷한 이미지를 줄 수 있다. 무채색과의 배색이므로 대립이 없고 전체적으로 무난한 이미지를 줄 수 있다. (예)흰색의 아이섀도우 + 빨강색 계열의 립스틱)

그러므로 메이크업의 색은 두 가지 이상의 색이 배색 될 때 단색에서 느끼는 감정의 합 이상의 것이 지각되며 더 나아가 피부색과의 결

합하여 총체적으로 지각되므로 배색의 이미지가 중요하다는 결론을 얻을 수 있다.

[ 표 - 3 ] 메이크업의 배색과 효과

구분	색상	효과
동류색의 배색	연두+초록 주황+빨강	차분함, 시원함, 정적임
유사색의 배색	청색+보라 연두+노랑	온화함, 상냥함
보색의 배색	빨강+청록	생생함, 동적임, 화려함
단색의 배색	회색+모든 유채색 검정+모든 유채색 흰색+모든 유채색	무난함, 뚜렷함

### 3) 메이크업의 색채 이미지의 피부색과의 효과

앞에서 언급한 바와 같이 메이크업에 있어서 색채 이미지에 크게 영향을 미치는 요인이 바로 피부색이다. 피부색은 색상 톤으로 판정된다. 백색과 같은 피부는 로즈(Rose : 다소 붉은 기가 있는 피부)계통이라 부르고, 동양계의 피부는 오클(Ocre : 다소 노란 기가 있는 피부)계통이다. 톤으로 백색, 흑색과 같이 명암으로 표현된다.

표색계의 색입체에서 피부 색상은 Y, YR, R의 계열 범주 안에서 배치하였다.<sup>16)</sup> 동양인의 경우 가장 많은 피부색 분포를 5YR~6.5YR의 범

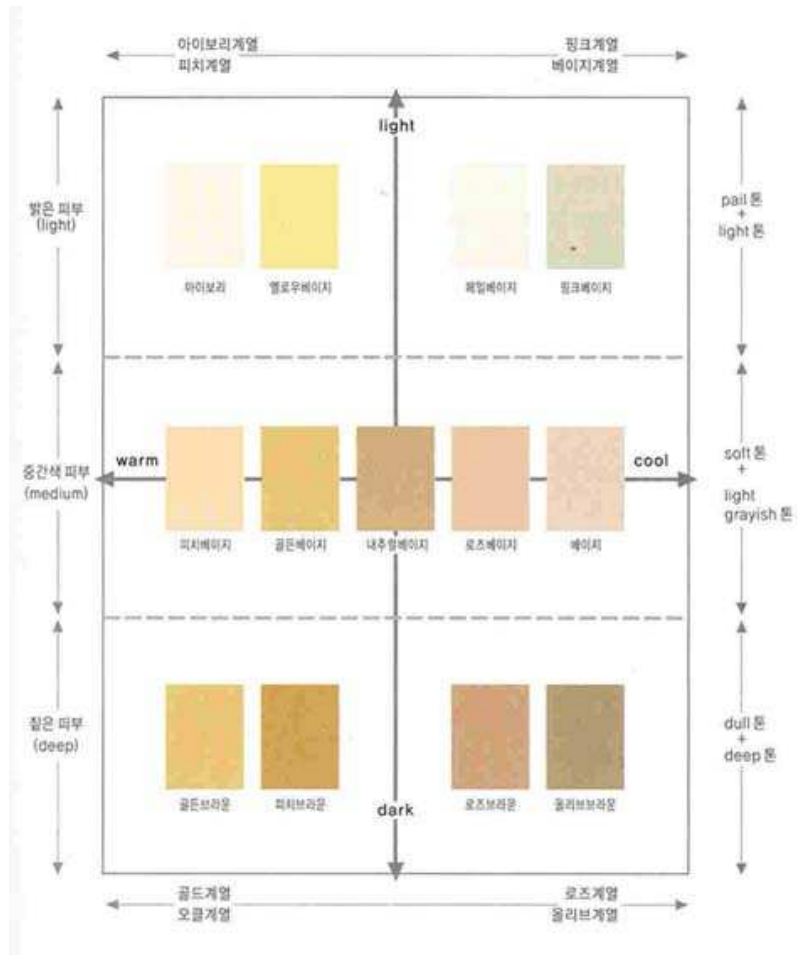
16) 신향선 「 패션&뷰티를 위한 Color image making 」. 도서출판 국제. 2003. p.115

주 전후에 분포하고 있다고 한다. 그러나 이러한 YR값도 측정부위에 따라 달라지므로 다소 차이가 남을 인식해야 한다. 대개 동양인의 경우 황색계열로 인식하지만 피부색의 변화로 세분화 할 경우 황색계열이 아닌 붉은 색과 흰색, 검은 색 등이 가미되거나 투명도에 따라 푸른빛을 띠는 피부색이 있어 단순히 백인은 흰 피부, 동양인은 황색피부라고 단정하기 어렵다.

우리나라 사람 피부색의 경우 노르스름한 피부이나 황색 피부색으로 인식되지만 세분화해서 구분하면 황색계열 중 붉고 흰빛을 지닌 피부색이 가장 많이 분포되고 있다. 다음으로 노르스름한 황색이나 황갈색으로 분포되어 있다. 피부색 구분에 있어 반드시 고려해야 할 점은 Y계열과 R계열 중 어느 계열에 더 분포되는지를 분석한 후 명도와 채도를 분석해야 한다.<sup>17)</sup>

---

17) 신향선 「 패션&뷰티를 위한 Color image making 」。 도서출판 국제. 2003. p.116



[ 그림 - 3 ] 피부색 분포

[ 표 - 4 ] 피부색의 이미지

피부색	피부의 이미지
핑크색 백색	클리어, 프리티, 로맨틱, 청순함, 부드러움, 섬세함, 향기가 좋음, 귀여움
백색	내추럴, 클리어, 상쾌함, 미끈미끈함, 스포티, 건강함, 쾌활함, 젊음, 밝음, 상쾌함, 친숙함
오크르계 백색	고상함, 품위가 있음, 약함, 열음, 염려하지 쉬움, 조용함
핑크색이 있는 보통 피부	엘레гант함, 여자다운, 어른스러움, 성숙함, 원만함, 화려함, 고저스, 유유함
보통 피부	안정됨, 조용함, 자연스러움, 어른스러움, 온화함, 지적임, 아무렇지 않음
흑색전반	활동적, 행동적, 대담함,ダイナ믹함, 건강함, 개성적임, 야성적, 정열적, 모던, 캐리어 우먼

자료 : 컬러마케팅전략. 1999.

[ 표 - 5 ], [ 표 - 6 ]는 아이섀도우와 립스틱 색이 한국 여성의 피부색과 조화를 이루어 줄 수 있는 색채 이미지를 다음과 같이 정리한 것이다.

[ 표 - 5 ] 아이섀도우 색과 피부색의 조화

색의 종류	효과
갈색계	세련되고 우아한 이미지
청색계	시원하고 젊은 활동적인 이미지
녹색계	건강하고 젊은 이미지
회색계	침착하고 차분한 이미지
보라색계	요염한 느낌과 신비로운 이미지
적색계	화려하고 귀여운 이미지

[ 표 - 6 ] 립스틱 색과 피부색의 조화

색의 종류	효과
레드	정열, 매혹, 화려한 이미지
핑크	온화하고 청초하고 귀여운 이미지
오렌지	발랄하고 활동적인 이미지
브라운	차분하고 우아한 이미지

위에서 제시한 피부색과의 조화에서 나타내는 색채 감정과 이미지는 본 연구에서는 실제 피부바탕 위에 메이크업 색채 이미지를 살펴보는 단계가 아니므로 고찰만 하였고 연구에는 대입하지 않았다.

## ii. 메이크업의 분석

### 1. 2000년 이후의 메이크업 유행 경향 분석

밀레니엄이라는 거대함에 맞물린 패션과 메이크업의 유행은 미래에 대한 막연한 동경과 불안심리와 혼란스러움의 표현 방식인 테크노, 미래에 대한 희망과 기쁨, 극단적인 화려함의 부활과 로맨스를 떠올릴 만한 로맨틱 스타일의 비비드, 자유, 낭만, 인간에 대한 사랑, 불안한 미래를 맞이하면서 낭만적인 과거를 떠올리며 토속적인 소탈함을 추구하는 경향으로 크게 나누어진다고 분석할 수 있다.

첨단 기술과 퓨전, 디지털 시대라 불리는 21세기를 맞이하였다. 첨단 기술시대로 사이버틱하고 테크노적인 메이크업이 유행을 선도하고 있는 반면 기계문명으로부터 탈피하려는 마음이 자연으로 회귀하려는 모습으로 나타나 내추럴 메이크업을 선호하는 경향을 보인다. 과학적 요소와 자연적 요소가 공존하는 2000년 이후에도 자연의 순수로 돌아가고픈 여성들의 심리를 과학적으로 접근하려는 시도가 계속 이어지고 있다. 주름, 미백 등에 대한 관심이 증대하면서 젊어지고 싶어 하는 인간의 마음을 기능이 강화된 화장품으로 접근하려는 시도도 계속 이어질 것이다.<sup>18)</sup>

---

18) 향장 2002. 1월호 「MILLENIUM TREND」 중. <http://www.hyangjang.com>

## 1) 2000년 메이크업 유행 경향 분석

2000년 이후 메이크업도 북고풍의 유행과 맞물려 우리 것이나 옛 것에 대한 관심이 더욱 높아졌다. 또한 스킨케어에서는 과학적인 접근과 함께 자연주의 화장품 제품이 늘어나기 시작한 것이 특징이다.

첨단 기술시대로 사이버틱하고 테크노적인 메이크업이 유행을 선도하고 있는 반면 기계문명으로부터 탈피하려는 마음이 자연으로 회귀하려는 모습으로 나타나 내추럴 메이크업을 선호하는 경향을 보인다. 과학적 요소와 자연적 요소가 공존하는 2000년에도 자연의 순수로 돌아가고픈 여성들의 심리를 과학적으로 접근하려는 시도가 계속 이어지고 있다.

북고풍의 유행과 맞물려 우리 것이나 옛 것에 대한 관심이 더욱 높아져 한방 성분 화장품이 인기가 높아지고 있다. 또한 스킨케어에서는 자연주의 화장품 제품이 늘어나고 있는 것 또한 하나의 특징이다.

20세기 말 화장품 추세는 크게 두 가지로 나뉜다. 고도로 발달된 과학을 앞세운 메디컬 브랜드 대 순식물성을 표방한 자연주의 브랜드이다. 메디컬 브랜드는 과학적으로 입증된 성과를 강조하는 화장품이고 자연주의는 화학적 성분을 배제하고 유기농 원료를 사용했다는 점을 강조한다. 메디컬 브랜드는 의사 가운을 입은 뷰티 컨설턴트가 피부 상담을 하고 심지어 약국에서만 판매하도록 하는 등 '과학화'에 초점을 맞추고 있다.

## 2) 2001년 메이크업 유행 경향 분석

첫 번째는 한방 성분 뷰티의 유행이다. 드라마의 영향으로 한방을 이용한 제품들도 많은 인기를 얻었다. 조상의 오랜 지혜와 전통과학이 그대로 담겨있는 이런 한방성분 화장품은 피부 부담이 적으면서도 효과가 뛰어난 자연주의 성분을 활용하고 있다는 것이다.

두 번째는 유기농제품의 급부상하였다. 어떤 화학 성분도 쓰지 않고 농약도 뿌리지 않은 유기농 식품들은 유전자 변형 식품들의 위험을 막아줄 유일한 대안으로 떠오르고 있으며, 화장품에 있어서도 이런 유기농 연료가 함유된 식물성 화장품들이 차세대의 선두주자로 각광을 받고 있다. 자연으로 돌아가려는 인간의 심리를 엿보게 해주는 유기농의 인기는 계속 될 것으로 분석된다.

세 번째는 새로운 텍스처(재료 표면의 결이나 조직상태에 따른 재질감)와 패키지가 많이 늘어나고 있는 추세이다. 붓 타입의 립글로스, 하나로 눈과 볼, 입술까지 다 바를 수 있는 크림 타입의 메이크업 제품 등 기존 상식을 깨는 파격적인 제품들이 인기이다.<sup>19)</sup> 이런 제품들은 그 컬러나 텍스처 역시 홀로그램입자가 함유되어 있거나 반짝이는 펄이 들어 있고, 혹은 촉촉한 질감으로 마무리 되는 등 기존의 제품과는 다른 점들을 보여 줌과 동시에 전반적인 색조의 느낌의 표현 또한 다양화 되었다.

네 번째는 네일 케어(nail care: 손톱을 아름답게 다듬는 화장술)가 대중화되었다. 토탈 코디네이션(total coordination)이란 개념이 대중적으로 인식이 확대되어짐에 따라서 네일 케어가 하나의 중요한 트렌드

---

19) 향장 2001. 「beauty」 3. <http://www.hyangjang.com>

의 요소가 되었다. 이렇게 급속도로 대중화된 네일 케어와 함께 풋 케어나 페디큐어 등에도 많은 관심이 쏟아지고 있다. 이는 여성들이 그만큼 자기 자신의 모습에 신경을 쓰게 된 자기에 표출의 한 방편이 된 것이라고도 할 수 있을 것이다.

다섯 번째는 2001년에는 핑크, 피치, 오렌지, 코랄 등 사랑스러운 컬러들이 계속 유행을 이끌고 있다. 이러한 컬러들의 주된 톤은 비비드(vivid)이다. 전체적으로 핑크 톤이 가장 강세를 보여 준다. 여성스러운 매력을 강조하기 위한 다양한 컬러와 텍스처로 표현 되는 것을 볼 수 있다.

일곱 번째는 정성들여 화장한 얼굴 아래 보디 케어의 메이크업을 함께 관심을 가지게 되었다. 촉촉하고 매끄러운 몸을 위한 케어는 물론 목과 어깨, 팔에 파운데이션과 파우더를 바르거나 윤기를 주는 제품으로 전체적으로 반짝거리는 느낌을 주는 경향이 늘어났다. 문신이나 헤나(인도에서 사용하던 식물성 염료의 일종), 스티커형 스와로브스 키스톤 등 보다 적극적인 보디 액세서리들도 인기를 많이 끌었다.

### 3) 2002년 메이크업 유행 경향 분석

패션에서와 마찬가지로 뷰티에서도 로맨틱한 경향의 흐름은 계속 되었다. 피부는 마치 빛이 반짝거리는 듯 좀더 밝고 화사함을 강조하고 메이크업 컬러는 자연, 꽃을 모티브로 내추럴 로맨틱시즘을 드러낸다. 자연주의적 경향은 그 외에 다른 스킨케어 제품에도 영향을 미쳐 식물성분은 물론 해조류까지 자연성분의 사용이 두드러진다.

패션에서의 생동감 넘치는 컬러들의 유행에 비추어 그린(Green) 컬러

러 아이 메이크업이 강세이다. 옐로(Yellow)가 더해진 연두 빛의 그린(Green) 컬러부터 부드럽고 세련된 이미지를 내는 민트 그린까지 그린의 표현이 더욱 다양화 되었다.

식물성 성분의 화장품들이 득세하던 2001년에 비해 바다의 생명체들을 원료로 한 해조류 성분의 미용효과가 주목 받았다. 이른바 ‘마린 파워(marine power)’로 일컬어지는 해조류 성분의 득세는 문화 전반에 두드러진 ‘탈 스트레스’ 경향으로 좀 더 편안한 안식처를 찾는 현대인들의 피부에 ‘바다’라는 탈출구를 제시한 셈이다.

에센스보다 더 그 중요성이 강조되는 크림의 시대가 왔다. 늘 스킨케어의 묘약처럼 여겨졌던 에센스가 그 특별한 역할을 영양 크림류로 확대되고 있다.

#### 4) 2003년 메이크업 유행 경향 분석

사회전반적인 가장 큰 흐름을 걸리쉬(girlish)를 들 수 있다. 말 그대로 ‘소녀적인 취향’인 아이템들을 떠오르게 하는 것이다. 메이크업 트렌드도 낭만적인 소녀 이미지가 강세, 화사한 핑크 치크, 봄빛의 로즈 핑크 입술, 다양한 파스텔 톤의 눈매 표현이 걸리쉬(girlish)메이크업의 특징이다.

서양적 입장에서의 ‘동양 해석’이라는 트렌드는 신비한 동양의 무조건적인 모방에서 발전되어, 여러 민족적 칼라들을 다양하게 혼합시킨 새 상품들을 창조해 에스닉한 패션 추세가 일어났다. 민족적으로 독특함을 명확하게 갖고 있거나 민족융합적인 새로운 코드는 그 자체가 세계적인 것이 되어버린 것이라 할 수 있다. 심오한 퍼플 컬러와

블루로만 표현되던 것들도 약간씩 퍼플감이 섞여 좀 더 깊고 신비한 칼라코드로 변하였다.

미묘하게 세련된 고감도의 컬러들이 선보이는 가운데 옅은 색조의 향수어린 장식과 엘레강스한 섬세함이 혼합되는데 초점이 맞추어져 있는데 이러한 로맨틱 무드의 페일 컬러가 톤 온 톤(tone on tone)으로 다양해지며 그레이시(grayish)한 색감이 가미되어 나타난다. 색채는 애매모호한 함축성을 띠는 동시에 자연적이면서 인공적이고 남성적이면서 여성적인 컬러가 나타난다. 특히 그린의 느낌이 강하게 대두되는 형상을 들 수 있다. 엷록소 그린과 같이 상쾌한 느낌 또는 서벗과 같이 차가운 느낌의 밝은 톤이 주목되며 더불어 트로피컬 그린, 파인 등 한 여름의 짙은 나뭇잎을 연상시키는 그린 컬러도 중요하게 떠올랐다.<sup>20)</sup>

2003년을 패션 트렌드의 가장 중요한 포인트는 여성성이다. 페미닌과 로맨틱한 여성스러움이 내년 패션계의 중요한 화두로 떠올랐다. 이런 패션계의 흐름과 더불어 메이크업 역시 여성성을 강조한 스타일이 유행하였다. 깨끗하고 투명한 피부 톤을 강조 한 후 핑크색으로 혈색을 표현하는 사랑스러운 메이크업이 주목할 경향이다. 인위적인 강한 색조보다 자연스럽고 내추럴한 메이크업이 포인트가 된다.

화사한 피부의 자연스러움과 건강함을 표현함에 있어서는 촉촉하거나 글로시함을 믹스하여 표현한다. 패션 전반에 페미닌한 스타일이 대대적으로 떠오르면서 가벼운 화장인 내추럴 메이크업이 유행의 선두가 되었다.

---

20) 장 2003. 1월 「 2003 beauty trend key words 」 Part 02.

<http://www.hyangjang.com>

## 5) 2004년 메이크업 유행 경향 분석

사회상을 반영하는 패션과 뷰티 트렌드는 2004년 봄, 여름 시즌에 경기 침체나 전쟁, 테러 등의 우울한 사회현상을 극복하기 위해 밝고 희망적인 컬러를 사용하였다. 밀라노나 뉴욕, 파리 등 세계 유명한 컬렉션과 서울 컬렉션 등 패션 트렌드의 공통적인 키워드는 계절에 맞춰 생생한 컬러감을 살렸으며, 여성스런 로맨티시즘이 부활되었고, 심플한 복고 스타일이 강조되었다.

2004년 봄과 여름의 메이크업 유행 경향은 내추럴함에 포인트를 주어 표현되어졌다. 아이 컬러는 지난해부터 계속된 컬러가 이어진다. 그린이나 오렌지, 옐로 등의 산뜻한 컬러를 이용한 아이 메이크업이 여전히 유행을 선도하였다. 다양한 컬렉션에서 공통적으로 선보인 것은 밝은 파스텔 톤의 오렌지나 그린, 화이트 등을 메인 컬러로 사용한 점을 볼 수 있다. 형광 빛보다는 낮게, 파스텔 톤보다는 비비드(vivid)한 컬러로 색감은 살려주면서 전체적으로 강하지 않은 자연스러움을 표현해 준다. 21)

여기에서 주목할 것은, 비비드(vivid)한 컬러의 아이 메이크업을 할 경우에는 입술에 아무 것도 바르지 않거나 립밤이나 투명 립글로스 정도로만 마무리해야 한층 세련된 이미지를 연출할 수 있다. 또한 봄 하면 가장 떠오르는 컬러가 바로 핑크인데, 이번 계절에도 핑크 메이크업이 꾸준히 사랑을 받는 추세이다. 하지만 너무 걸리시(girlish)하지 않으면서 생기 있는 로즈 핑크 컬러로 색감을 좀더 강조한 것이 이전과는 다른 점이라 할 수 있다.

---

21) 향장 2004. 1월 「 2004 beauty make-up trend 」. <http://www.hyangjang.com>

컬렉션에서도 사랑스런 핑크 컬러의 볼과 입술을 제안하거나 내추럴한 피부 톤에 핑크 컬러 립스틱으로만 포인트를 주는 등 전체적으로 튀지 않는 메이크업이 많이 선보였다.

완벽하고 고른 피부 톤, 우아하고 깊이 있는 눈매, 연한 핑크 톤이나 브라운 톤의 블러셔와 단정한 헤어스타일로 표현되는 레이디 룩이 다시 돌아오면서 한층 도회적이고 로맨틱한 분위기가 선호 되고 있다. 커버력이 좋은 파운데이션을 꼼꼼히 발라준 다음 아주 소량의 파우더만 발라 피부를 표현하는 것이 키포인트이다. 여전히 내추럴한 피부 톤 표현이 중요하지만 한 단계 업그레이드된 촉촉한 텍스처로 피부 질감을 연출한다. 촉촉한 파운데이션을 사용하고, 파우더는 거의 사용하지 않는 투명한 피부 표현을 하는데 특징이 있다는 것이 이전의 피부 표현과 현저히 달라진 경향이다.<sup>22)</sup>

여기에 포인트 역할을 하는 것은 잔잔하게 반짝이는 펄이다. 지난 시즌에는 차가운 느낌의 실버 화이트 펄이 유행이었다면, 이번 시즌에는 아이보리나 골든 베이지 같은 따스하고 건강한 느낌의 펄 메이크업이 주류를 이룬다. 골든 베이지 펄은 눈이나 입술 같은 포인트 메이크업에 주로 사용하는데, 한층 차분하면서도 고급스러운 이미지를 줄 수 있다. 이번 메이크업 유행 경향의 중점은 내추럴이다. 색감보다는 텍스처에 포인트를 두어 메이크업을 거의 안 한 듯한 내추럴한 피부 표현이 핵심이다. 그린과 오렌지, 화이트의 비비드한 중심 컬러를 색감이 강하지 않게 표현하며, 입술은 핑크 톤이나 거의 색감이 표현되지 않게 연출하는 것이 이번 년도의 중점이라 할 수 있다.

---

22) 향장 2004. 1월 「 2004 beauty make-up trend 」. <http://www.hyangjang.com>

## 2. 이미지별 메이크업 비교 분석

이미지란 ‘상(象), 표상(表象), 심상(心象)’ 등의 뜻으로 가시적인 형태나 움직임 등으로부터 느껴지는 감각, 연상, 분위기 등의 총체적인 개념을 말한다.<sup>23)</sup> 이러한 이미지는 메이크업 표현에 의해 달라질 수 있는데, 태평양과 LG 화장품 회사의 메이크업을 다음과 같은 이미지로 분석 할 수 있겠다.

### 1) 로맨틱(romantic)

감미로움에 대한 동경과 꿈, 비현실적, 공상적, 희망의 의미로 로맨틱이란 완속한 아름다움보다는 미성숙한 소녀티가 나는 이미지로 매니쉬(mannish), 스포티(sporty)와 반대의 이미지이다. 메이크업에서는 온화하며, 부드럽고, 은은하고 평온한 따뜻함이 있는 소프트 아름다운 사랑스런 이미지를 나타낸다. 또한 서정적이고 섬세하여 봄 시즌 메이크업 이미지에 많이 쓰인다. 파스텔조의 밝은 색조화장에 펄과 글로시한 느낌을 강조하기도 한다. 주로 베리 페일(vevy pale), 페일(pale), 라이트(light), 브라이트(bright)톤이 많이 사용된다. 전체적으로는 총 8점 중에 태평양은 5점 LG는 3점으로 태평양이 좀 더 로맨틱한 이미지의 메이크업 룩을 추구하는 것을 살펴 볼 수 있다.

태평양 회사에서는 2000년, 2001년, 2004년 봄 시즌과 2003년, 2004년 겨울 시즌에 메이크업 표현이 로맨틱 이미지로 주로 봄 시즌 메이크업 룩으로 표현되는 강세를 나타내는 것을 볼 수 있다. 봄 시즌의 컬러 중 옐로우 계열이 주류를 이루고 있는 특징을 살펴 볼 수 있다. 겨울 시즌 컬러는 핑크

23) 강근영 외. 「Make up Design」 서울: 훈민사. p.155.

색조의 색상으로 표현 되어졌다. 색상의 배색은 동류색의 조화를 이루는 특징이 강세를 보이고 있다.

LG 회사에 2000년, 2001년, 2002년 모두 봄 시즌의 로맨틱한 이미지의 메이크업 특으로 역시 봄의 이미지와도 연관이 되는 것을 살펴 볼 수 있다. LG 회사의 색조의 특징으로는 태평양의 색조보다는 글로시한 느낌이 좀 더 강하다. 색상의 구성에 공통적으로 화이트 컬러가 모두 들어가 있는 파스텔 계열의 특징을 살펴 볼 수 있다. 색상의 배색은 유사색의 조화를 이루는 특징이 강세를 보이고 있다.

[ 표 - 7 ]

태평양과 LG화장품의 로맨틱 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향

회사	연도	색상 및 색조	이미지	배색의 특징
	시즌			
태평양	2000	Yellow(very pale)	온화함	유사색의 조화
	봄	beige(very pale)		
	2001	sky(light, soft)	여성스러움	유사색의 조화
	봄	violet		
	2003	pink(soft), purple	섬세함	동류색의 조화
	겨울			
	2004	Yellow green(light)	상큼함	동류색의 조화
	봄	pink red(very pale, light)	은은하고 감미로움	동류색의 조화
2004	겨울			
LG 화장품	2000	White & Yellow & Orange & Green	사랑스러운	유사색의 조화
	봄	펼 느낌(soft & very pale)		
	2001	White & Pink & Hot pink	사랑스러운	동류색의 조화
	봄	Green (bright & light)		
2002	White가 가미된	꿈같은	유사색의 조화	
봄	Yellow & Green & Pink (light)			



[ 그림 - 4 ]

태평양 2004년 봄(왼쪽)과 LG화장품 2001년 봄(오른쪽) 이미지

## 2) 프리티(pretty)

로맨틱 이미지보다도 약간 화려한 느낌으로 귀엽고 어리면서 가련하고 달콤함, 사랑스러운 느낌의 의미로 경쾌한 느낌을 준다. 메이크업에서는 밝고, 상큼하고, 따뜻한 귀여운 이미지를 나타낸다. 파스텔조의 색조로 로맨틱 이미지처럼 봄 시즌 메이크업으로 많이 표현되어 진다. 주로 베리 페일(very pale), 라이트(light), 브라이트(bright)톤을 사용한다.

태평양 회사에서는 2002년과 2003년 봄 시즌에 오렌지와 그린 색상으로 귀엽고 어리면서 상쾌한 느낌으로 메이크업 룩을 제시하였다. 베리 페일(very pale)하고 브라이트(bright)톤이 주를 이루었다.

LG 회사에서는 2003년 봄 시즌에 엘로우와 그린 색상 외에 태평양과는 약간 다른 핑크 계열 색상을 더하여 상큼하고 사랑스러운 이미지를 강조하였다. 태평양보다는 색조가 브라이트(bright)하게 표현되는 것을 볼 수 있다.

[ 표 - 8 ]

태평양과 LG화장품의 프리티 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향

회사	연도 시즌	색상 및 색조	이미지	배색의 특징
태평양	2002	orange 계열 (very pale&bright), green 계열 (very pale&bright)	소녀적	동류색의 조화
	봄	green (very pale&bright)		
	2003	green (very pale&bright)	경쾌함	보색의 조화
LG 화장품	2003 봄	Yellow & Green , White & Hot pink (bright & strong)	상큼함	유사색의 조화



[ 그림 - 5 ]

태평양 2002년 봄(왼쪽)과 LG화장품 2003년 봄(오른쪽) 이미지

### 3) 엘리건트(elegant)

우아하고 섬세하고 품위 있는 고상함이라는 느낌으로 온화함과 우아한 이미지를 준다. 메이크업에서 세련미가 있어야 하며 총명한 이1지를 나타낸

다. 또한 호화스럽고 화려한 고급스러움의 의미로 메이크업에서는 화려하면서도 중후함이 있는 도도한 이미지를 나타내기도 한다. 이러한 이미지로 인하여 계절적으로 가을 메이크업 특으로 주로 표현 되어진다. 주로 라이트 그레이쉬(light grayish), 그레이쉬(grayish), 덜(dull)톤을 중심으로 강한 대비를 피한 유사색의 배색으로 색상의 구성이 주로 이루어지는 특징을 살펴 볼 수 있다. 총 5점 중에 태평양은 3점 LG는 2점으로 태평양이 좀 더 엘리트한 이미지를 추구하는 것을 살펴 볼 수 있다. 배색의 특징으로는 유사색의 조화는 3점과 동류색의 조화 2점으로 나타난다.

태평양 회사에서는 2000년, 2003년, 2004년 모두 가을 시즌에 엘리트한 메이크업 특으로 나타났다. 주로 동류색의 조화를 피하는 배색의 특징을 하였다. 색상은 퍼플 계열의 색상으로 골드 빛과 브라운 색조가 포함된 색상이 주를 이루었다.

LG 회사에서는 2001년, 2002년 모두 가을 시즌 메이크업 특으로 나타났다. 배색의 특징은 유사색의 조화를 이루었다. 특징적으로는 2001년, 2002년 가을 시즌 메이크업 모두 펄이 가미된 느낌과 매우 글로시한 골드와 카키로 태평양보다 좀 더 고상하고 화려하며 깊은 느낌을 준다.



[ 그림 - 6 ]

태평양 2003년 가을(왼쪽)과 LG화장품 2001년 가을(오른쪽) 이미지

[ 표 - 9 ]

태평양과 LG화장품의 엘리컨트 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향

회사	연도	색상 및 색조	이미지	배색의 특징
	시즌			
태평양	2000	purple (light grayish&soft)	신비스러운 여성스러운	유사색의 조화
	가을	olive green		
	2003	brown기가 가미된 purple (light grayish)	품위 있는 고풍스러운	동류색의 조화
	가을	청록(soft)		
	2004	gold펠이 가미된 brown(soft)	고혹적인	동류색의 조화
	가을	gold펠이 가미된 blue		
LG 화장품	2001	펠 가미된 Gold brown & Khaki	고상한	유사색의 조화
	가을	(deep & dark)		
	2002	펠 가미된 Gold & Red brown	화려한	유사색의 조화
	가을	Beige & Khaki (dark)		

#### 4) 다이나믹(dynamic)

움직임이 있는 경쾌하고, 활동적, 적극적인 행동의 의미로 메이크업에서는 건강하고 밝고, 검게 그을린 섹시한 이미지를 나타낸다. 계절적으로는 활동적인 스포츠나 여가를 즐길 수 있는 계절인 태양이 뜨거운 여름 시즌 메이크업 룩으로 많이 사용된다. 비비드(vivid), 브라이트(bright)톤이 주로 사용되었다. 한색 계통의 블루(blue)계열을 중심으로 동류색의 배색을 많이 사용하였다. 총 4점 중에 태평양은 3점과 LG는 1점으로 태평양이 좀 더 다이나믹한 이미지 메이크업 룩을 추구하는 것을 살펴 볼 수 있다.

태평양 회사에서는 2000년 겨울 시즌과 2002년, 2004년 여름 시즌 메이크

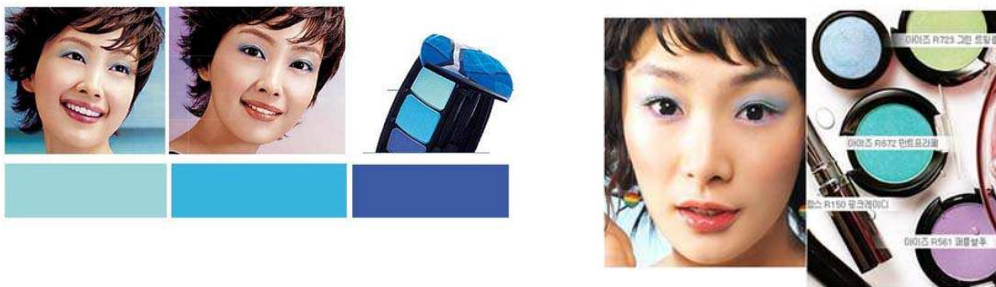
업 특으로 나타났다. 블루 계열의 색상이 주된 색상으로 펄의 느낌으로 좀더 강렬하고 생기 있게 표현되어져서 LG보다는 청량감과 강렬함이 더 강하게 메이크업 특으로 표현되어졌다.

LG 회사에서는 2004년 여름 시즌 메이크업 특으로 나타났다. 태평양보다 좀더 소프트한 톤의 구성으로 유사색의 조화로 배색의 구성이 되었다.

[ 표 - 10 ]

태평양과 LG화장품의 다이나믹 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향

회사	연도	색상 및 색조	이미지	배색의 특징
	시즌			
태평양	2000 겨울	펄이 가미된 white	강렬함	단색의 조화
	2002 여름	vivid한 blue계열(bright)	시원함 차가움	동류색의 조화
	2004 여름	펄과 purple기가 가미된 blue	생기 있고 시원함	유사색의 조화
	LG 화장품	2004 여름	Mint green & Blue & Purple (soft)	활동적인



[ 그림 - 7 ]

태평양 2002년 여름(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2004년 여름

5) 네추럴(natural)

자연스러운 느낌으로 부드럽고 평화롭고 친밀하며 소박함의 의미로 메이크업에서는 자연스럽고 부드러운 이미지를 나타낸다. 따뜻한 느낌의 난색을 주로 사용하며 계절적으로는 겨울 메이크업 특으로 많이 표현되어 진다. 주로 사용되는 톤은 베리 페일(very pale), 라이트(light), 라이트 그레이쉬(light grayish)이다.

태평양 회사에서는 2001년과 2002년 겨울 시즌으로 브라운 색상으로 주를 이루며 차분하고 자연스러운 메이크업 특을 보였고 동류색의 조화로 배색의 특징을 살펴 볼 수 있고 LG 회사에서는 2004년 겨울 시즌에 펠이 가미되어 글로시한 느낌을 더 해서 그레이쉬(grayish)한 톤 중심으로 블루와 퍼플의 색상으로 겨울 메이크업 특으로 표현이 되었다.

[ 표 - 11 ]

태평양과 LG화장품의 네추럴 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향

회사	연도 시즌	색상 및 색조	이미지	배색의 특징
태평양	2001 겨울	brown(light grayish)	차분함	동류색의 조화
	2002 겨울	beige(very pale) brown(deep)	편안함 자연스러움	동류색의 조화
LG 화장품	2004 겨울	펠이 가미된 White & Grayish blue 펠이 가미된 White & Grayish Purple (dark Grayish)	평온한 수수한	동류색의 조화



[ 그림 - 8 ]

태평양 2004년 겨울(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2002년 겨울 이미지

#### 6) 모던(modern)

우아하고, 고상하고 도회적이고 세련된 감각이다. 산뜻하나 조금 딱딱한 느낌과 상쾌하고 기능적이며 날카로운 이미지를 준다. 주로 다이내믹한 이미지와 함께 계절적으로 여름 메이크업 표현이 많이 사용되어졌다. 라이트(light), 소프트(soft), 그레이쉬(grayish), 딥(deep)톤으로 유사색의 배색으로 표현되어졌다.

태평양 회사에서는 2000년과 2003년 여름 시즌으로 파스텔 계열의 스카리와 퍼플의 색상으로 소프트한 톤으로 세련미와 도회적인 미니멀한 감각적인 이미지로 메이크업 룩이 표현되었다. 태평양에서는 여름 시즌에만 모던한 이미지를 나타내고 있다. 여름 배색의 특징을 살펴보면 유사색의 조화를 이루어서 색상과 색조를 구성한 특징을 볼 수 있다.

LG 회사에서는 20001년 여름 시즌과 2002년과 2003년은 겨울 시즌, 2004년 봄 시즌으로 다양한 시즌 룩으로 이미지가 나타났다. 도시적이고 세련된 이미지로 강조하였다. 2002년과 2003년 겨울 시즌 색상과 색조는 펄이 가미

된 색상으로 핑크계열의 색상으로 세련되면서도 화사한 메이크업 특으로 표현하였다. 역시 태평양 보다 LG회사에서는 펠과 함께 글로시한 느낌의 색조 메이크업 특이 더 많이 구성되어 있다는 차이점을 살펴 볼 수 있다.

[ 표 - 12 ]

태평양과 LG화장품의 모던 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향

회사	연도 시즌	색상 및 색조	이미지	배색의 특징
태평양	2000	sky(light&soft)	세련미	유사색의 조화
	여름	violet(light& soft)		
	2003	sky(soft), purple,	깨끗함 도회적	유사색의 조화
	여름	white		
LG 화장품	2001	White & Sky & Blue	도시적	동류색의 조화
	여름	Orange brown (soft & very pale)	세련미	
	2002	펠 가미된 White & Pink	세련된	유사색의 조화
	겨울	Gray (light & deep)		
	2003	펠 가미된 Yellow & Pink(very pale)	세련미	동류색의 조화
	겨울	펠 가미된 Gray & Black(dark)		
2004	Orange & Green(dull)	차분함	보색의 조화	
봄				



[ 그림 - 9 ]

태평양 2003년 여름(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2001년 여름 이미지

## 7) 고저스(gorgeous)

성숙함, 호화스럽고 사치스러운, 화려한 고급스러움의 의미로 메이크업에서는 화려하면서도 중후함이 있는 세련된 약간은 도도한 이미지를 나타낸다. 이브닝 파티나 쇼를 즐기는 인식적인 행사에 하며, 계절적으로 가을과 겨울 메이크업 특으로 많이 사용되어졌다. 베리 페일(very pale), 덜(du11), 딥(deep)톤을 주로 사용하며 난색의 채도가 높은 유사색의 배색을 이루었다.

태평양 회사에서는 2001년 가을 시즌에 베이지와 레드 브라운의 색상과 덜(du11)한 색조로 중후한 느낌으로 메이크업 특을 표현하였다. 배색의 특징을 살펴보면 유사색의 조화를 피하고 있다.

LG 회사에서는 2000년, 2001년 겨울 시즌과 2003년, 2004년 가을 시즌에 매혹적인 이미지의 메이크업 특으로 표현 되었다. 이미지 표현에 있어서 LG 회사에서는 색상과 색조 구성에 있어서 펄이 가미되어서 좀 더 다양한 이미지 연출할 수 있도록 선보이는 특징을 볼 수 있다. 태평양 회사의 색상과 색조 구성에 비하여 골드와 실버의 펄의 느낌이 성숙함, 호화스럽고 사치스러운, 화려한 고급스러움으로 중후함이 있는 세련된 약간은 도도한 이미지를 강조해 주는 역할을 하고 있다.



[ 그림 - 10 ]

태평양 2001년 가을(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2000년 겨울 이미지

[ 표 - 13 ]

태평양과 LG화장품의 고저스 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향

회사	연도	색상 및 색조	이미지	배색의 특징
	시즌			
태평양	2001	beige(Very pale)	중후한	유사색의 조화
	가을	red기가 가미된 brown(dull)		
LG 화장품	2000	Gold & Gold red brown	유혹적인	유사색의 조화
	겨울	wine (strong & dark)		
	2001	펼 가미된 White & Pink & Purple	매혹적인	동류색의 조화
	겨울	(soft & dark)		
	2003	펼 가미된 Brown & pink 계열	고혹적인	동류색의 조화
	가을	(strong & dull)		
2004	펼 가미된 Pink & violet & Purple	매혹적인	동류색의 조화	
가을	Gold & Brown (bright & deep)			

#### 8) 클래식(classic)

고전적, 전통적인, 보수적인 온화하고 흠내를 감돌게 하는 휴먼 감각, 유행에 크게 좌우되지 않는 의미로 메이크업에서는 전통적이고 깊이 있는 안정감이 있어야 하며 고풍이 있는 세련된 중후한 이미지를 나타낸다. 격식 있는 모임이나 행사와 계절적으로 가을 메이크업 룩에 많이 사용되어 진다. 주로 사용하는 톤은 디프(deep), 덜(dull)를 중심으로 대비를 억제한 유사색의 배색이 중심이 된다.

태평양 회사에서는 2002년 가을 시즌에 퍼플기가 가미된 브라운 색상과 덜(dull)한 색조로 유사색의 조화로 배색을 하여 자연스럽게 온화한 이미지로 메이크업 룩을 나타내었다.

LG 회사에서는 2000년 가을 시즌에 브라운 계열의 색상으로 배색의 특징으로는 동류색의 조화를 이루어서 깊이 있는 안정감이 있으며 세련된 중후한 이미지의 메이크업 룩을 나타냈다. 공통적으로 두 회사 모두 가을 시즌 이미지로 메이크업 룩을 제한해 놓았다.

[ 표 - 14 ]

태평양과 LG화장품의 클래식 이미지가 나타난 색조 메이크업 경향

회사	연도 시즌	색상 및 색조	이미지	배색의 특징
태평양	2002 가을	beige(very pale) purple기가 가미된 brown(dull)	순수함	유사색의 조화
LG 화장품	2000 가을	White & Brown 계열 (soft & deep)	고풍스러운	동류색의 조화



[ 그림 - 11 ]

태평양 2002년 가을(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2000년 가을 이미지

9) 캐주얼(casual)

밝고, 즐거운, 편안하고, 개방적이고 친하기 쉬운 이미지, 소탈하고 유유 자적인 느낌을 준다. 명쾌하고 자유스러움이 있으며 계절적으로는 봄과 여름 메이크업에 표현되어진다. 비비드(vivid), 스트롱(strong), 브라이트(bright)톤이 주류를 이루며 여러 색상이 대비를 이루는 배색이다.

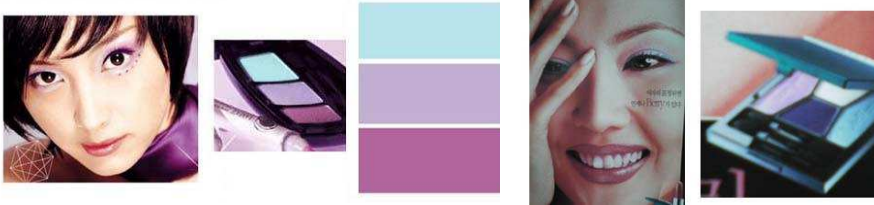
태평양 회사에서는 2001년 여름 시즌에 블루와 퍼플계열의 색상으로 브라이트(bright)한 톤 중심으로 구성하여 배색의 특징을 살펴보면 유사색의 조화를 이루며 청량하고 명쾌한 이미지로 메이크업 룩을 표현 하였다.

LG 회사에서는 2000년, 2003년, 2004년 모두 여름 시즌 메이크업 룩으로 표현되었다. 색상의 구성을 살펴보면 블루와 퍼플 계열로 한색 계열을 중심으로 하여 소프트(soft)하고 다크(dark)한 톤으로 구성 되었다. 배색의 특징으로 살펴보면 유사색의 조화가 많았으며 깨끗하고 개방적인 이미지로 메이크업 룩으로 표현의 특징을 보였다.

[ 표 - 15 ]

태평양과 LG화장품의 캐주얼 이미지가 나타난 색조 메이크업

회사	연도	색상 및 색조	이미지	배색의 특징
	시즌			
태평양	2001	blue&purple계열 (bright)	청량감	유사색의 조화
	여름			
LG 화장품	2000	White & Pink & Purple Blue (soft & dark)	활기찬	유사색의 조화
	여름			
	2002	펼 가미된 White & Blue green계열 (strong & deep)	시원한	동류색의 조화
	여름			
2003	White & Sky blue 계열 (soft & dark)	깨끗함	유사색의 조화	
여름				



[ 그림 - 12 ]

태평양 2001 여름(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2000년 여름 이미지

#### 10) 종합적인 이미지별 메이크업 비교 분석

전체적으로 보면 로맨틱(romantic)한 이미지 메이크업이 8점, 모던(modern)한 이미지 메이크업 6점, 엘리건트(elegant)한 이미지 메이크업 5점, 고풍스(gorgeous)한 이미지 메이크업 5점으로 주로 여성스럽고 낭만적이며 여성성을 더욱 강조하는 이미지를 지향하고 있다. 반면 이미지별 분석 중 chic(치크), dandy(댄디), clear(클리어), cool-casual(쿨 캐주얼), ethnic(에θν릭), formal(포뎀)한 이미지 색조 메이크업은 나타나지 않는 것을 분석할 수 있었다. 로맨틱한 이미지는 각 회사 마다 같은 비율로 색조 메이크업에 있어서 시대가 변하면서도 여전히 여성들을 좀 더 여성스럽고 자신의 성 정체성을 더욱 드러낼 수 있는 이미지를 추구하고 있는 것을 살펴 볼 수 있다.

두 번째로는 총 6점 중에서 모던한 이미지의 구성에서 태평양은 2점, LG는 4점으로 좀 더 많은 비중을 차지하고 있다. 이로써 LG회사가 우아하고, 고상하고 도회적이고 세련된 감각의 모던한 이미지를 더 추구하고 있는 현상을 살펴 볼 수 있다. 세 번째로는 총 5점의 엘리건트한 이미지 메이크업은 태평양이 3점, LG가 2점으로 LG회사보다도 태평양에서는 우아하고 화려

한 고급스러움으로 메이크업에서는 화려하면서도 중후함이 있는 도도한 이미지를 지향하고 있다.

회사별로 구분해 보면 태평양에서는 로맨틱한 이미지 5점과 엘리건트한 이미지 3점으로 가장 많은 이미지의 메이크업을 나타내었다. 이로써 태평양 회사는 전체적으로 큰 흐름은 로맨틱하고 엘리건트한 이미지를 추구하며 메이크업 패턴들은 내 놓고 있는 것을 알 수 있었다. LG회사에서는 모던한 이미지 4점과 고저스한 이미지 4점으로 태평양보다는 차분하고 좀더 현대적이고 실용적인 진보적인 스타일과 반면 여성을 더욱 강한 이미지로 호화스럽고 고급스러우며 성숙한 여성의 이미지를 추구하며 차분한 세련미와 극단적인 호화스럽고 성숙한 여성의 이미지를 모두 추구하며 시즌별로 기존의 이미지를 더욱 다양하게 연출하려는 시도들을 살펴 볼 수 있었다. 이로써 회사별로 각기 개성이 있는 이미지로 여성들에게 메이크업을 다양하게 보여주려 하고 있는 것을 살펴 볼 수 있었다.

위와 같이 각 이미지별로 비교 분석한 결과 다음과 같이 태평양과 LG 화장품 회사의 메이크업을 [ 표 - 16]으로 정리 할 수 있었다.

[ 표 - 16] 이미지별로 분석한 태평양 & LG화장품

이미지	회사	연도	색상 및 색조	이미지	배색의 특징
		시즌			
r o m a n t i c	태 평 양	2000	Yellow(Very pale)	온화함	유사색의 조화
		봄	beige(very pale)		
		2001	sky(light, soft)	여성스러움	유사색의 조화
		봄	violet		
		2003	pink(soft), purple	섬세함	동류색의 조화
		겨울			
		2004	Yellow green(light)	상큼함	동류색의 조화
		봄			
	2004	pink red(very pale, light)	은은하고 감미로움	동류색의 조화	
	겨울				
	LG	2000	White & Yellow & Orange & Green	사랑스러운	유사색의 조화
		봄	펼느낌(soft & very pale)		
		2001	White & Pink & Hot pink	사랑스러운	동류색의 조화
		봄	Green (bright & light)		
2002	White가 가미된	꿈같은	유사색의 조화		
봄	Yellow & Green & Pink (light)				
p r e t t y	태 평 양	2002	orange 계열 (very pale&bright),	소녀적	동류색의 조화
		봄	green 계열 (very pale&bright)		
		2003	green	경쾌함	보색의 조화
	봄	(very pale&bright)			
	LG	2003	Yellow & Green , White & Hot pink	상큼함	유사색의 조화
봄	(bright & strong)				

e l e g a n t	태 평 양	2000	purple (light grayish&soft) olive green	신비스러운 여성스러운	유사색의 조화
		가을			
		2003	brown기가 가미된 purple (light grayish) 청록(soft)	품위 있는 고풍스러운	동류색의 조화
		가을			
	LG	2004	gold펠이 가미된 brown(soft) gold펠이 가미된 blue	고혹적인	동류색의 조화
		가을			
		2001	펠 가미된 Gold brown & Kaki (deep & dark)	고상한	유사색의 조화
		가을			
d y n a m i c	태 평 양	2000	펠이 가미된 white	강렬함	단색의 조화
		겨울			
		2002	vivid한 blue계열(bright)	시원함 차가움	동류색의 조화
		여름			
	LG	2004	펠과 purple기가 가미된 blue	생기있고 시원함	유사색의 조화
		여름			
		2004	Mint green & Blue & Purple (soft)	활동적인	유사색의 조화
		여름			
n a t u r a l	태 평 양	2001	brown(light grayish)	차분함	동류색의 조화
		겨울			
		2002	beige(very pale) brown(deep)	편안함 자연스러운	동류색의 조화
	LG	2004	펠이 가미된 White & Grayish blue 펠이 가미된 White & Grayish Purple (dark Grayish)	평온한 수수한	동류색의 조화
		겨울			

m o d e r n	태 평 양	2000 여름	sky(light&soft) violet(light& soft)	세련미	유사색의 조화	
		2003 여름	sky(soft), purple, white	깨끗함 도회적	유사색의 조화	
	LG	2001 여름	White & Sky & Blue Orange brown (soft & very pale)	도시적 세련미	동류색의 조화	
			2002 겨울	펼 가미된 White & Pink Gray (light & deep)	세련된	유사색의 조화
		2003 겨울	펼 가미된 Yellow & Pink (very pale)	세련미	동류색의 조화	
			펼 가미된 Gray & Black(dark)			
		2004 봄	Orange & Green(dull)	차분함	보색의 조화	
		g o r g e o u s	태 평 양	2001 가을	beige(very pale) red기가 가미된 brown(dull)	중후한
LG	2000 겨울			Gold & Gold red brown wine (strong & dark)	유혹적인	유사색의 조화
	2001 겨울		펼 가미된 White & Pink & Purple (soft & dark)	매혹적인	동류색의 조화	
	2003 가을		펼 가미된 Brown & pink 계열 (strong & dull)	고혹적인	동류색의 조화	
	2004 가을		펼 가미된 Pink & violet & Purple Gold & Brown (bright & deep)	매혹적인	동류색의 조화	
	c l a s s i c		태 평 양	2002 가을	beige(very pale) purple기가 가미된 brown(dull)	순수함
LG				2000 가을	White & Brown 계열 (soft & deep)	고풍스러운

c a s u a l	태 평 양	2001	blue&purple계열 (bright)	청량감	유사색의 조화
		여름			
	LG	2000	White & Pink & Purple Blue (soft & dark)	활기찬	유사색의 조화
		여름			
		2002	펼 가미된 White & Blue green계열 (strong & deep)	시원한	동류색의 조화
		여름			
2003	White & Sky blue 계열 (soft & dark)	깨끗함	유사색의 조화		
여름					

### 3. 계절별 메이크업 비교 분석

계절 메이크업에 있어서 가장 중요한 요소는 색감, 색상이다. 색상에 따라 봄, 여름, 가을, 겨울 4가지로 분리하고 있다. 자연의 원리로 각 계절에 합당한 색을 들 수 있다. 사계절에 따른 색상의 변화와 특성은 색의 계절에 합당한 색을 들 수 있다. 사계절에 따른 색상의 변화와 특성은 색의 계절의 감각으로 느끼게 한다. 자신의 개성 표현과 라이프 스타일 변화 등에 더욱 메이크업은 중요한 위치를 차지하고 있다. 우선 사계절에 해당하는 미국에서 개발된 4시즌 시스템은 컬러 그룹을 4가지 유형으로 이름을 붙였다.

봄은 꽃이 피는 컬러의 이미지 느낌을 가지고 있으며, 오렌지나 옐로우 느낌의 색상을 말하고 대체로 옐로우 베이스에 놓으면 된다. 명도와 채도는 높으며 중간정도까지 분포되어 있다. 약간 노란 기미(아이보리)의 피부 색에 가까우며 눈은 녹색과 밝은 회색으로 전체적인 이미지는 피부가 밝고 생생한 느낌을 준다.<sup>24)</sup> 날씨도 점점 따스해지는 만큼 따스한 톤의 부드러

운 그러면서도 산뜻한 파스텔 톤(Pastel tone)의 컬러배색이 봄에 어울리는 메이크업을 드러내어 준다.

여름은 밝고 연한 파스텔 색조 색상의 블루 베이스가 특징이며 푸른기가 도는 색상이 중심이 된다. 명도는 높고 채도는 낮으며, 피부색은 아주 희거나 장밋빛 붉은 흰색, 도자기와 같은 빛을 띤다. 머리카락 색상은 밝은 브론즈, 회색과 백금 계열을 띄고 있고 눈은 블루나 연회색 계통으로 전체적인 인상이 부드러우면서 온화하고 친절함 느낌을 준다. 여름 메이크업은 파스텔 톤으로 표현하는 봄 메이크업과 같으나 색깔의 선택은 차가운 계열을 하는 것이 좋다.<sup>25)</sup>

가을은 가을 산의 단풍, 대지를 연상하면 좋다. 붉은 색 브라운, 황토색, 금색, 오렌지색 등의 검은색과 어울리는 계절이 가을이다. 즉 따스한 톤의 강렬한 컬러로 계절 메이크업을 해야 한다. 액세서리는 금이 아름답게 보이는 계절로 가을을 들 수 있다.

겨울은 블루베이스로 명도는 고 명도에서 저 명도에 폭 넓게 분포되어 있고, 선명하고 확실한 색상의 콘트라스트와 채도가 높은 타입이다. 눈은 검은색과 짙은 갈색으로 아시아 인종은 거의 이 타입에 속하며 도시적이고 샤프한 느낌을 주는 사람이 이 타입에 속한다. 겨울 메이크업은 차분하고 강렬한 차가운 계열의 컬러가 중심이 되어야 된다. 즉, 은색 블루 핑크 톤이 주가 된다.<sup>26)</sup>

---

24) 김영희 외. [토탈 메이크업] 정문각. 2001. p.42

25) 김영희 외. [토탈 메이크업] 정문각. 2001.p.42-43

26) 김영희 외. [토탈 메이크업] 정문각. 2001.p.76

## 1) 봄 메이크업 색채 이미지 분석(2000년~2004년)

봄 메이크업은 소녀처럼 여성적이고 따뜻하면서도 상큼한 이미지로 연출을 하며 선보다는 면을 강조하며 피부의 질감의 표현은 투명하고 화사하게 표현해 준다. 주된 이미지는 발랄함, 생동감, 상큼함, 귀엽고 사랑스러우며 부드러운 느낌이며 핑크, 옐로우, 그린 컬러가 주된 라이트(light)한 톤의 색조가 많이 사용된다.

태평양 회사에서는 2000년, 2001년, 2004년 로맨틱한 이미지 메이크업 특을 내 놓았고 2002년과 2003년에는 좀 더 소녀적이고 상큼한 프리티한 이미지 메이크업 특을 선보였다. 전체적인 경향은 온화하고 여성스러움과 부드러움을 강조한 메이크업들이라고 할 수 있다. 색상에 있어서 2000년에서 2004년 동안의 색상과 톤을 살펴보면 주로 베리 페일(very pale), 브라이트(bright)한 톤으로 파스텔 계열의 색상과 함께 그린 계열의 색상 많이 들어간 구성을 특징적으로 볼 수 있다.

LG 회사에서는 2000년, 2001년, 2002년까지 3년 동안 로맨틱한 이미지의 메이크업 특을 추구하였고 2003년에는 태평양과 같이 좀 더 소녀적인 이미지 메이크업 특을 선보였고 2004년에는 차분한 이미지의 모던한 이미지 메이크업을 선보였다. 이로써 태평양 회사보다는 같은 시즌에 메이크업이지만 좀 더 다양한 느낌의 표현으로 이미지를 다양화하여 제시하려는 현상을 살펴 볼 수 있다. 색상과 색조의 특징을 살펴보면 각 해마다 색상의 구성이 유사색의 조화와 동조색의 조화로 배색의 조화로 구성하면서 보색 관계의 색상을 하나씩 추가하여 총 4가지 색상을 제시하였는데, 이는 한 패턴의 메이크업 이미지보다도 각자의 개성에 맞게 다양한 표현 할 수 있도록 제시한 색채 구성의 특징이라고 볼 수 있다. 파스텔 색조이면서도 약간의 핏이 가미되어 태평양보다도 같은 이미지라 하더라도 화사하고 글로시

한 느낌을 더 지향하는 것을 차이점을 보여 주고 있다.

[ 표 - 17 ] 태평양과 LG화장품의 봄 시즌 메이크업 경향 분석

회사	년도	색상 및 색조	배색	이미지어	이미지
태 평 양	2000	Yellow(very pale) beige(very pale)	유사색	온화함	romantic
	2001	sky(light, soft) violet	유사색	여성스러움	romantic
	2002	orange 계열(very pale&bright), green 계열(very pale&bright)	동류색	소녀적	pretty
	2003	orange, Yellow green(bright)	보색	상큼함	pretty
	2004	Yellow green(light)	동류색	상큼함	romantic
LG 화 장 품	2000	White & Yellow & Orange & Green 펼느낌(soft & very pale)	유사색	사랑스러운	romantic
	2001	White & Pink & Hot pink Green (bright & light)	동류색	사랑스러움	romantic
	2002	White가 가미된 Yellow & Green & Pink(light)	유사색	꿈같은	romantic
	2003	Yellow & Green, White & Hot pink (bright & strong)	유사색	상큼함	pretty
	2004	Orange & Green(dull)	보색	차분함	modern



[ 그림 - 13 ]

태평양 2002년 봄(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2003년 봄 이미지

## 2) 여름 메이크업 색채 이미지 분석(2000년~2004년)

여름 메이크업의 이미지는 시원함, 청량감, 깨끗함, 도회적인 느낌을 주어 건강하고 활동적이며 동적인 이미지로 표현 할 수 있으며 뜨거움과 시원함을 동시에 의미하여 다이나믹한 표현도 가능하다. 메이크업에서는 시원하고 활동적이며 건강한 섹시미로 비비드(vivid)한 색조가 많이 사용된다.

태평양 회사에서는 2000년과 2003년에는 모던한 이미지, 2002년과 2004년에는 다이나믹한 이미지, 2001년에는 캐주얼한 이미지로 메이크업 이미지 룩을 내 놓았다. 주로 시원함과 활동적이고 생기 있는 이미지를 추구하는 특징을 볼 수 있다. 색상의 구성에 있어서는 한색 계열의 차가운 색상과 브라이트(bright)한 톤으로 많이 나타내고 있다. 밝고 강렬한 색상으로 이미지를 더욱 강조하고 있는 것이다.

LG 회사에서는 2000년, 2002년과 2003년에는 캐주얼한 이미지, 2001년에는 모던한 이미지, 2004년에는 다이나믹한 이미지로 시즌 메이크업 룩을 내놓았다. 이로써 활동적인 이미지를 강조하고 있는 태평양보다는 차분하면서 깨끗하고 세련된 캐주얼한 이미지를 추구하는 차이점을 보여주고 있다. 색상에 있어서는 태평양과 같이 한색 계열의 색상을 주축으로 색상을 구성하고 있으나 그린과 퍼플까지 다양한 색상과 함께 제시되어 색상의 폭이 좀 더 넓은 것을 알 수 있다. 태평양에서 사용된 브라이트(bright)한 톤보다는 소프트(soft), 다크(dark), 딥(deep)한 톤으로 구성하여 차분하면서 세련된 캐주얼한 색조로 이용하였다. 이로써 LG보다 태평양에서 좀 더 밝고 활동적인 이미지를 추구한다는 차이점을 알 수 있다.

[ 표 - 18 ] 태평양과 LG화장품의 여름 시즌 메이크업 경향 분석

회사	년도	색상 및 색조	배색	이미지어	이미지
태 평 양	2000	sky(light&soft) violet(light& soft)	유사색	세련미	modern
	2001	blue&purple계열 (bright)	유사색	청량감	casual
	2002	vivid한 blue계열(bright)	동류색	시원함 차가움	dynamic
	2003	sky(soft), purple, white	유사색	깨끗함 도회적	modern
	2004	펼과 purple기가 가미된 blue	유사색	생기 있고 시원한	dynamic
LG 화 장 품	2000	White & Pink & Purple Blue (soft & dark)	유사색	활기찬	casual
	2001	White & Sky & Blue Orange brown (soft & very pale)	동류색	도시적 세련미	modern
	2002	펼 가미된 White & Blue green계열 (strong & deep)	동류색	시원한	casual
	2003	White & Sky blue 계열 (soft & dark)	유사색	깨끗함	casual
	2004	Mint green & Blue & Purple (soft)	유사색	활동적인	dynamic



[ 그림 - 14 ]

태평양 2002년 여름(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2003년 여름 이미지

### 3) 가을 메이크업 색채 이미지 분석(2000년~2004년)

가을 메이크업의 이미지는 중후함, 신비스러움, 품위, 고풍스러움의 이미지로 연출을 하여 여성스러움을 강조하며 부드럽고 섬세하며 풍부한 깊은 색조로 표현해 준다. 피부의 질감 표현에 있어서도 부드럽고 섬세하게 연출한다. 주로 사용되어진 톤은 딥(deep), 덜(dull), 그레이쉬(grayish)가 많이 사용된다.

태평양 회사에서는 2000년, 2003년, 2004년 엘리건트한 이미지, 2001년에는 고저스한 이미지, 2002년에는 클래식한 이미지로 메이크업 룩이 표현되었다. 주로 난색 계열을 주축으로 하여 색상의 구성이 이루며 배색의 특징으로는 유사색의 조화를 많이 보였다. 전반적으로 중후하고 품위 있으며 고풍스러운 이미지를 추구하였다.

LG 회사에서는 2001년과 2002년 엘리건트한 이미지, 2003년과 2004년에는 고저스한 이미지, 2000년에는 클래식한 이미지로 메이크업이 표현되어 나타났다. 2001년부터 2004년까지 특징적으로 색상 및 색조의 구성에 있어서 펄이 많이 포함되어 글로시하고 섬세하고 풍성하며 깊은 색조 표현을 연출하였다. 그럼으로써 좀더 여성스럽고 화사하며 사치스럽고 매혹적인 화려한 이미지를 추구하는 경향을 보여주고 있다.

두 회사 모두 중후함, 신비스러움, 품위, 고풍스러움을 추구하며 이미지의 구성들은 비슷한 것을 살펴 볼 수 있으나 각 해마다 추구했던 메이크업 룩이 같은 이미지로 중복이 되는 것을 없었다.

[ 표 -19 ] 태평양과 LG화장품의 가을 시즌 메이크업 경향 분석

회사	년도	색상 및 색조	배색	이미지어	이미지
태 평 양	2000	purple(light grayish&soft) olive green	유사색	신비스러운 여성스러운	elegant
	2001	beige(very pale) red기가 가미된 brown(dull)	유사색	중후함	gorgeous
	2002	beige(very pale) beige기가 가미된 purple(dull)	유사색	순수함	classic
	2003	brown기가 가미된 purple (light grayish), 청록(soft)	동류색	품위 있는 고풍스러운	elegant
	2004	gold펠이 가미된brown(soft) gold펠이 가미된 emerald	동류색	고급스러운 원숙한	elegant
LG 화 장 품	2000	White & Brown 계열 (soft & deep)	동류색	고풍스러운	classic
	2001	펠 가미된 Gold brown & Khaki (deep & dark)	유사색	고상한	elegant
	2002	펠 가미된 Gold & Red brown Beige & Khaki (dark)	유사색	화려한	elegant
	2003	펠 가미된 Brown & pink 계열 (strong & dull)	동류색	고혹적인	gorgeous
	2004	펠 가미된 Pink & violet & Purple Gold & Brown (bright & deep)	동류색	매혹적인	gorgeous



[ 그림 - 15 ]

태평양 2001년 가을(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2003년 가을 이미지

#### 4) 겨울 메이크업 색채 이미지 분석(2000년~2004년)

겨울 메이크업은 따뜻하고 밝은, 차갑고, 서늘한 냉소적인, 화사함 그리고 심플한 이미지로 표현하다. 그러므로 딥레드, 적갈색, 와인색 등의 난색 계열의 색조가 단색의 배색의 구성이 되어 사용한다. 메이크업에서는 정교하게 깨끗한 선적인 면이 강조되며 또렷한 이미지를 나타낸다. 주로 사용되어진 톤은 다크(dark), 딥(deep)이 많이 사용된다.

태평양 회사에서는 2000년 다이내믹한 이미지, 2001년과 2002년에는 네추럴한 이미지, 2003년과 2004년에는 로맨틱한 이미지 메이크업 룩으로 특징을 나타내었다.

LG 회사에서는 2000년과 2001년은 고저스한 이미지, 2002년과 2003년에는 모던한 이미지, 2004년에는 네추럴한 이미지로 메이크업 룩의 특징을 나타내었다. 두 회사 모두 네추럴한 이미지 메이크업이 나타났으나 LG에서는 좀더 세련된 이미지로 모던한 이미지 메이크업을 지향하고 있는 특징을 알아 볼 수 있다. 골드 빛의 펄과 다양한 펄의 질감 표현으로 LG에서는 겨울에 더욱 매혹적이고 호화스러운 페미니즘적인 이미지의 메이크업 룩으로 강조되고 있는 것이 태평양과의 확연한 차이점이라 하겠다.



[ 그림 - 16 ]

태평양 2001년 겨울(왼쪽)과 LG화장품(오른쪽) 2000년 겨울 이미지

[ 표 - 20 ] 태평양과 LG화장품의 겨울 시즌 메이크업 경향 분석

회사	년도	색상 및 색조	배색	이미지어	이미지
태 평 양	2000	펄이 가미된 white	단색	강렬함	dynamic
	2001	brown(light grayish)	동류색	차분함	natural
	2002	beige(very pale)	동류색	편안함	natural
		brown(deep)		자연스러움	
	2003	pink(soft), purple	동류색	섬세함	romantic
2004	pink red(very pale, light)	동류색	은은하고 감미로움	romantic	
LG 화 장 품	2000	Gold & Gold red brown wine (strong & dark)	유사색	유혹적인	gorgeous
	2001	펄 가미된 White & Pink & Purple (soft & dark)	동류색	매혹적인	gorgeous
	2002	펄 가미된 White & Pink Gray (light & deep)	유사색	세련된	modern
	2003	펄 가미된 Yellow & Pink (very pale)	동류색	세련미	modern
		펄 가미된 Gray & Black(dark)			
2004	펄이 가미된 White & Grayish blue 펄이 가미된 White & Grayish Purple (dark Grayish)	동류색	평온한 수수한	natural	

#### 5) 종합적인 계절별 메이크업 분석

시즌 별로 살펴보면 봄 시즌을 살펴보면 로맨틱한 이미지 6점 중 각 3점씩, 프리미엄 이미지 3점 중 태평양 2점과 LG 1점, 모던한 이미지 LG 1점으로 나타났다. 태평양과 LG회사 모두 소녀처럼 여성적이고 따뜻하면서도 상

큰 이미지로 연출을 하며 선보다는 면을 강조하며 피부의 질감의 표현은 투명하고 화사하게 표현해 준다. 주된 이미지는 발달함, 생동감, 상큼함, 귀엽고 사랑스러우며 부드러운 느낌이며 핑크, 옐로우, 그린 컬러가 주된 라이트(light) 톤이 많이 사용되었다.

여름 시즌에서는 캐주얼한 이미지 총 4점 중 태평양 1점과 LG 3점, 모던한 이미지 총 3점 중 태평양 2점과 LG 1점, 다이나믹한 이미지 3점 중 태평양 2점 LG 1점으로 여름에는 시원함, 청량감, 깨끗함, 도회적인 느낌을 주어 건강하고 활동적이며 동적인 이미지로 표현하는데 중점을 두고 있는 것을 볼 수 있었다. 두 회사 모두 한색 계열을 중심으로 색상을 구성하고 있으나 태평양에서는 비비드하고 브라이트한 톤으로 블루와 퍼플로 색상과 색조로 강렬하고 화사한 이미지를 강조하였다. LG회사에서는 이보다는 소프트한 톤으로 화이트 색상과 스카이 블루와 그린계열의 색상이 쓰이면서 다이나믹한 이미지보다는 부드럽고 모던한 이미지를 지향하는 경향을 살펴 볼 수 있다.

가을 시즌에서는 엘리건트한 이미지가 총 5점 중 태평양은 3점과 LG는 2점, 고저스한 이미지는 총 3점 중 태평양은 1점과 LG는 2점, 클래식한 이미지는 각 회사마다 1점씩 나타났다. 중후함, 신비스러움, 품위, 고풍스러움의 이미지로 연출을 하여 여성스러움을 강조하며 부드럽고 섬세하며 풍부한 깊은 색조로 표현해 준다. 피부의 질감 표현에 있어서도 부드럽고 섬세하게 연출 하는 특징을 볼 수 있었다. 난색 계열의 색상과 색조를 중심으로 색상의 구성을 살펴 볼 수 있다. 태평양에서는 퍼플과 브라운 색상과 그리이쉬하고 덜한 색조로 많이 사용되었고, LG회사에서는 펄이 가미되어 글로시한 색감으로 골드와 브라운, 카키, 핑크 계열의 색상과 소프트하고 다크한 색조로 구성되어 글래머러스한 이미지를 부가하여 메이크업의 특징을 부각시

켰다. 이로써 태평양보다 LG회사의 메이크업이 전체적으로 화려하고 여성스러움을 부각시키며 눈매를 깊게 부각시키는 메이크업이 특징적이다.

겨울 시즌에서는 네추럴한 이미지 총 3점 중 태평양은 2점과 LG는 1점, 로맨틱한 이미지 총 2점 중 각 한점씩, 모던한 이미지 총 2점 중 각 한점씩, 고저스한 이미지 총 2점 중 각 한점씩, 다이나믹한 이미지 태평양 1점으로 겨울 메이크업은 따뜻하고 밝은, 차갑고, 서늘한 냉소적인, 화사함 그리고 심플한 이미지로 표현한다. 메이크업에서는 정교하게 깨끗한 선적인 면이 강조되며 또렷한 이미지를 나타냈다. 태평양에서는 네추럴하면서도 로맨틱한 이미지 메이크업이 비중을 많이 차지하였다. 메이크업 색상과 색조의 특징을 살펴보면 베이지와 브라운 계열, 퍼플 계열로 눈매를 강조하는 메이크업을 보여주었다. LG회사에서는 전반적으로 펠이 포함되어 펠의 입자나 색상의 구성에 따라서 같은 색상에서도 다양한 느낌을 줄 수 있는 색상을 제시하여 태평양보다는 색상과 색조의 구성에서 라이트한 톤에서부터 다크 그레이쉬한 톤까지 톤의 차이를 많이 두어서 다크한 눈매로 좀 더 깊은 느낌과 강하면서도 팜무파탈적인 이미지의 메이크업을 강조하는 특징을 살펴 볼 수 있었다.

위와 같이 각 계절별로 비교 분석한 결과 다음과 같이 태평양과 LG 화장품 회사의 메이크업을 [ 표 - 21]로 정리 할 수 있었다.

[ 표 - 21] 계절별 이미지 총 분석

시즌	브랜드	년도	색상	배색	이미지어	이미지	
봄	태평양	2000	Yellow(very pale) beige(very pale)	유사색	온화함	romantic	
		2001	sky(light, soft) violet	유사색	여성스러움	romantic	
		2002	orange 계열(very pale&bright), green 계열(very pale&bright)	동류색	소녀적	pretty	
		2003	orange, Yellow green(bright)	보색	상큼함	pretty	
		2004	Yellow green(light)	동류색	상큼함	romantic	
		LG	2000	White & Yellow & Orange & Green 펼느낌(soft & very pale)	유사색	사랑스러운	romantic
	2001		White & Pink & Hot pink Green (bright & light)	동류색	사랑스러움	romantic	
	2002		White가 가미된 Yellow & Green & Pink(light)	유사색	꿈같은	romantic	
	2003		Yellow & Green , White & Hot pink (bright & strong)	유사색	상큼함	pretty	
	2004		Orange & Green(dull)	보색	차분함	modern	
	여름	태평양	2000	sky(light&soft) violet(light& soft)	유사색	세련미	modern
			2001	blue&purple계열 (bright)	유사색	청량감	casual
			2002	vivid한 blue계열(bright)	동류색	시원함 차가움	dynamic
			2003	sky(soft), purple,	유사색	깨끗함	modern

가 을	LG		white		도회적		
		2004	펼과 purple기가 가미된 blue	유사색	생기 있고 시원한	dynamic	
		2000	White & Pink & Purple Blue (soft & dark)	유사색	활기찬	casual	
		2001	White & Sky & Blue Orange brown (soft & very pale)	동류색	도시적 세련미	modern	
		2002	펼 가미된 White & Blue green계열 (strong & deep)	동류색	시원한	casual	
		2003	White & Sky blue 계열 (soft & dark)	유사색	깨끗함	casual	
		2004	Mint green & Blue & Purple (soft)	유사색	활동적인	dymamic	
	태 평 양	2000	purple(light grayish&soft) olive green	유사색	신비스러운 여성스러운	elegant	
		2001	beige(very pale) red기가 가미된 brown(dull)	유사색	중후함	gorgeous	
		2002	beige(very pale) beige기가 가미된 purple(dull)	유사색	순수함	classic	
		2003	brown기가 가미된 purple (light grayish), 청록(soft)	동류색	품위있는 고풍스러움	elegant	
		2004	gold펼이 가미된brown(soft) gold펼이 가미된 emerald	동류색	고급스러운 원숙한	elegant	
		LG	2000	White & Brown 계열 (soft & deep)	동류색	고풍스러운	classic
			2001	펼 가미된 Gold brown & Kaki (deep & dark)	유사색	고상한	elegant

		2002	펼 가미된 Gold & Red brown Beige & Kaki (dark)	유사색	화려한	elegant	
		2003	펼 가미된 Brown & pink 계열 (strong & dull)	동류색	고혹적인	gorgeous	
		2004	펼 가미된 Pink & violet & Purple Gold & Brown (bright & deep)	동류색	매혹적인	gorgeous	
	겨울	태 평 양	2000	펼이 가미된 white	단색	강렬함	dynamic
			2001	brown(light grayish)	동류색	차분함	natural
			2002	beige(very pale) brown(deep)	동류색	편안함 자연스러움	natural
			2003	pink(soft), purple	동류색	섬세함	romantic
			2004	pink red(very pale, light)	동류색	은은하고 감미로움	romantic
		LG	2000	Gold & Gold red brown wine (strong & dark)	유사색	유혹적인	gorgeous
			2001	펼 가미된 White & Pink & Purple (soft & dark)	동류색	매혹적인	gorgeous
			2002	펼 가미된 White & Pink Gray (light & deep)	유사색	세련된	moderan
			2003	펼 가미된 Yellow & Pink (very pale) 펼 가미된 Gray & Black(dark)	동류색	세련미	modern
2004			펼이 가미된 White & Grayish blue 펼이 가미된 White & Grayish Purple (dark Grayish)	동류색	평온한 수수한	natural	

### Ⅲ. 결 론

아름다움을 표현하는 방법 중 얼굴에서 행해지는 메이크업은 가장 큰 시각적 효과와 이미지를 좌우하는 중요한 부분이라 할 수 있다. 그 시대의 유행 경향을 암시하는 수단으로서 메이크업은 시대 상황과 더불어 변화와 발전을 거듭하였고, 오늘날 각종 매체의 발달은 메이크업 유행의 경향에 변화와 속도를 더욱 빠르게 진행하고 있다. 또한 세계의 수많은 화장품 브랜드에서는 이러한 다양한 매체를 통하여 한 시즌의 트렌드를 제시하고 있다. 그러므로 본 연구는 색채 이미지의 기본적인 특성과 이해를 바탕으로 2000년 이후의 메이크업을 분석함으로써 우리시대의 유행 경향과 메이크업의 색채 이미지를 통하여 가치기준을 살펴보고자 하는데 목적을 두었다.

본 연구의 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 2000년 이후의 메이크업 트렌드를 분석한 결과, 전반적인 패션과 사회적인 트렌드의 영향으로 메이크업 색채들 역시 특정한 유행색을 획일적으로 쓰지 않고 있었다. 따라서 각 계절별 메이크업이 특정한 유행색을 제시하지 않고 각각의 개성을 추구할 수 있도록 다양한 색채 이미지들을 제시하고 있었으며 2000년 이후 메이크업 색채 이미지의 큰 흐름은 부드럽고 여성적이며 자연스러운 이미지이다.

둘째, 이미지별에서는 전체적으로는 로맨틱한 이미지(6점), 엘리건트한 이미지(5점), 고저스한 이미지(5점) 메이크업이 자주 나타난 반면, 클래식한 이미지(2점)나 네추럴한 이미지(3점) 메이크업은 상대적으로 많은 비중을 차지하지 못했다. 이는 2000년 이후에 여성들의 메이크업 패턴이 자신

의 주체성을 더욱 강조하고 강점으로 부각 시키고 있는 현상을 메이크업에서도 나타나고 있음을 발견 할 수 있다. 태평양은 로맨틱한 이미지 메이크업이 많은 비중을 차지한 반면 LG회사에서는 모던하고 페미니즘적인 이미지 메이크업에 치중한 것으로 나타났다.

셋째, 계절별 분석에서는 각 계절별로 추구했던 이미지는 비슷한 구성을 하고 있었으나 회사별로 보여주는 이미지별 메이크업 패턴은 차이가 있었다. 전체적으로 색상과 색조의 구성에 있어서 태평양보다 LG제품의 경우 펄과 글로시한 표현들이 메이크업에 많이 나타나고 있었다. 펄의 느낌 또한 다양하게 표현되고 있었으며 질감과 색감에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 색조 메이크업 이미지를 형성하는데 있어 태평양과 LG회사간의 색조 메이크업에는 뚜렷한 차이가 있었다.

이로써 본 연구를 통하여 매스 미디어의 발달로 다양한 매체를 통해서 한국 여성들의 미적 가치기준에 직·간접적인 영향을 주는 화장품 회사들의 지난 2000년부터 2004년까지 전반적인 메이크업 유행 경향을 알아보고 색의 이미지 스케일을 바탕으로 좀 더 구체적으로 이미지별로 분석, 메이크업의 색채 이미지의 일반적인 효과를 바탕으로 계절별로 면밀히 분석함으로써 시대적으로 요구되는 더욱 다양하고 세분화 되어가고 있는 메이크업 유행 경향의 인식과 더불어 앞으로 메이크업 컬러를 이해하는 자료와 특성을 분석하는데 대한 자료로서 성립하기를 바란다. 이는 가까운 시기의 국내외의 메이크업의 경향을 비교 분석함으로써 미래의 메이크업을 예측하기 위함이며, 국내외 메이크업 흐름을 이해하는 자료로서 근거를 가지기를 바라는데 기인한다.

이상에서 2000년 이후 메이크업에 나타난 색채 이미지를 분석함으로써 한국여성의 미의식과 현재의 메이크업 흐름과 경향을 파악할 수 있었다.

더불어 한국여성들의 미의식이 좀더 발전적인 방향으로 나아가는데 기여할 수 있기를 바란다. 본 연구의 제한점으로는 국내 화장품 회사만은 선정하여 계절별 메이크업을 바탕으로 분석하여 전반적인 현상에 대하여 확대 해석에는 신중을 기해야 할 것이다. 앞으로 메이크업의 색채 이미지는 다양한 미용잡지, 외국 메이크업 브랜드와의 비교 분석을 통해서 다각도로 분석되어져야 할 것으로 보인다.

## 참 고 문 헌

단행본

- 강 영 아 「 make-up의 색채 이미지에 관한 연구 」 서울:진한도서. 2000.
- 강 근 영 외. 「Make up Design」 서울:훈민사. 2003
- 김 영 희 외 「 토털 메이크업」 서울:정문각. 2001.
- 김 남 희 「 Base Make up 」 도서출판 예림. 2003.
- 김 덕 록 「 화장과 화장품 」 서울:도서출판 답게. 1997.
- 김 봉 인 「 화장행위의 주관성에 관한 실증적 연구 」 한국미용학회지 제1권 제1호. 2000.
- 김 원 용 「 한국미의 탐구 」 서울:열화당. 1978.
- 김 학 성 「 디자인을 위한 색채 」 서울:도서출판 조형사. 1994.
- 김 학 성 「 색채 」 서울:도서출판 조형사. 1994.
- 김 희 속. 이 은임. 「메이크업과 패션」 수문사 1996.
- 신 향 선 「 패션&뷰티를 위한 Color image making 」 도서출판 국제. 2003.
- 안 영 면 「 국제관광마케팅론 」 동아대학교 출판사. 1999.
- 정 순 태 「 마케팅 관리론 」. 서울:법문사. 1987
- 최 용 훈 「 색채학 개론 」 미진사. 1987.
- KBS 한국색채연구소 「 The Color Coordination For Designers 」 남강인쇄. 1991.
- 한국마케팅연구원 「 마케팅신용어사전 」 사단법인 마케팅 연구원. 1996.

## 학위 논문

- 김 봉 인 「 화장 행위의 주관성에 관한 실증적 연구 」 한양대학교 행정대학원 석사 학위 논문. 1994.
- 김 효 주 「 한국여성의 복식색채에 관한 연구 」 한양대학교 대학원 석사 학위 논문. 1982.
- 권 현 속 「 여성의 화장이 심리적 만족도에 영향을 미치는 요인」 경산대학교 보건 대학원 석사학위 논문. 2001.
- 문 미 엽 「 색조 화장품과 유행색에 관한 비교 연구 」 성신여자대학교 대학원 석사 학위 논문. 2000.
- 서 지 연 「 색조 화장품 광고에 나타난 유행 색채 변화에 관한 연구」 성균관 대학교 생활과학대학원 석사 학위 논문. 2003.
- 이 선 주 「 메이크업 색채와 이미지의 상황적 연출과 표현에 관한 연구 」 한성대학교 예술대학원 석사 학위 논문. 2002.
- 이 윤 주 「 복식에 있어서의 이미지에 관한 연구 」 연세대학교 대학원 석사 학위 논문. 1992.
- 이 정 미 「 한국여성의 메이크업 색채이미지에 관한 연구 」 동덕여자대학교 디자인대학원 석사 학위 논문. 2002.
- 이 화 순 「 화장의 시회·심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구 」 경희대학교 대학원 석사학위 논문. 2002.
- 한 정 아 「 전통적 한국미의 조형성과 make-up & coordination에 관한 연구 」 한양대학교 석사학위 논문. 1999.

## 그 외

췌시 2000. 01 - 2004. 12 중앙M&B

Walter Lippman 「 Public Opinion 」 New York : Harcourt, 1921.

<http://www.hyangjang.com>

# ABSTRACT

**A study of the color analysis about image,  
season in make-up**

**- focus on color image of make-up in the 2000-2004 -**

Jung, Soon Ho

Major : Make-up/stylist

Graduate School of Plastic Art

Sung Shin Woman's University

Make-up is one of the most basic desires in human beings who want to be beautiful. However, Make-up doesn't mean only fulfilling desire. These days, behaviour of make-up is not only personal skill for making some one look good, but also, creative work, communication of effect and being polite, which are included in the meaning of social life. That is, it accomplishes a roll in the meaning and the creation of communication among people.

Make-up has changed over time, differences in showing society and culture of an era. Intrinsically, Human beings have

attribute for being beautiful and that beauty expresses phases of the era of it's times. Therefore, make-up is like the activities of your age that reflect significant social and historical situations.

Expressly, industrial development effects a lot of the culture of female make-up. Through industrial development, the due to the in activities understanding in woman who participate and have occupations and necessity of make-up have been changing.

Many people think of only the material aspects of using cosmetics. They think too narrowly and only about the physical benefits of applying make-up. True, the use of cosmetics can enhance one's beauty by reducing the appearance of wrinkles and producing a more healthy looking skin tone, etc. But more importantly than that, the proper use of cosmetics can enhance one's emotional well-being. Women that lack self-confidence and esteem, can gain great mental benefits as well by the fine art of applying make-up. The proper use of cosmetics can create large positive changes in some women's lives. These psychological changes and benefits can far outweigh the physical changes and benefits that women gain.

This paper presents an abstract of both the material or physical attributes as well as the emotional or mental benefits. Cosmetics in the commercial and advertising industry is big business. It is "cut throat" throughout television, magazines, newspapers, internet and other mass media advertising to "lure" prospective customers. The latest trends or fads have great

impact on what is sold and what is not sold. These trends over time help sway the thinking of the average person on what their definition of beauty and pretty is presently. What people perceive as a beautiful face changes over time and is highly influenced by what the current advertising trends are. One trend in the industry now is towards cosmetics that were produced without any scientific research that may have harmed animals in the process. So now, more than ever, academic knowledge about the ingredients of the product and how it was produced are more important than ever.

This paper is an abstract of the amazing use of color in the cosmetic industry since the year 2000. This industry uses the wide array of colors across the spectrum to make a diversified assortment of products for any time of year. The seasons of the year offer a vast contrast in natural colors. The make-up industry uses these seasonal natural colors as a starting point for development of "complimenting" colors that enhance the surrounding natural color hues. And of course, current advertising trends that portray the latest color hues with the current season's natural blends of color, heavily influence the buying patterns of consumers. This combination of advanced technological production techniques, focused advertising on trendy ideas and colors, and the individual tastes of millions of eager customers, produces as an end result the forever changing attitudes of what the "typical beautiful Korean woman" looks like.