creative commons
COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

김 주 덕 교수 지도
석사학위 청구논문

한국 화장문화 변천사에 따른 성인지 변화에 관한 연구

2018

성신여자대학교 뷰티융합대학원
뷰티융합학과 화장품학전공
김 지 은

한국 화장문화 변천사에 따른 성인지 변화에 관한 연구

김 주 덕 교수 지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2018년 5월

성신여자대학교 뷰티융합대학원
뷰티융합학과 화장품학전공
김 지 은

인 준 서

김지은의 석사학위 논문으로 인준함

2018년 5월

심사위원장 조선영 (인)

심 사 위 원 [illegible] (인)

심 사 위 원 김 주 리 (인)

성신여자대학교 뷰티융합대학원

논 문 개 요

현대사회에서 화장(化粧)이 가지는 의미를 해석하기 위해 문화사적 측면에서의 유의성을 살펴보는 것은 매우 중요하다. 현대인들에게 화장은 아름다움을 표현하는 행위를 넘어 개인의 가치와 표현의 자유를 대변하고 타인과의 차별점을 드러낼 수 있는 중요한 경쟁수단으로 이해되기 때문이다.

특히 현대인은 소비활동에 많은 시간과 돈을 투자하는 세대로, 상품이나 서비스의 구매가 개인의 정체성 형성과 사회활동에 매우 중요한 영향을 미친다.[1] 여성의 사회진출이 활발해지고 그 지위가 격상된 것과 비례하여 외모나 스타일에 대한 관심 또한 높아졌으며 남성들 또한 외모나 스타일, 쇼핑 행동을 통해 남성성을 드러난다. 이는 후기자본주의 사회의 사회적·경제적·정치적 특성을 나타내는 것으로, 21세기 사회가 강조하는 성인지 감수성과도 무관하지 않다.

21세기 한국의 미용산업은 국가 기간산업으로 불릴 만큼 그 가치가 격상되었다. 한류열풍의 영향과 중국경제의 부흥, 일본 화장품 시장의 약세 등에 힘입어 한국의 화장품 시장은 유래 없는 호황기를 누리고 있다. 한국의 화장품과 화장문화에 대한 국제사회의 관심은 'K-BEAUTY'라는 신조어를 탄생시켰으며, 한류열풍과 더불어 한국의 위상을 드높이고 국가 이미지를 제고하는 중요한 단서가 되고 있다.

이에 본 논문은 고대부터 현대에 이르기까지 한국의 화장문화에 대해 고찰하고 이를 토대로 시대별 성인식의 변화를 분석함으로써 한국의 화장문화가 21세기 국제사회에 미치는 영향과 가치를 재조명하고자 한다.

---

1) 전양진·성희원,「화장하는 남자가 시장을 바꾼다」, 삼성경제연구소, 2007. p.9.

고찰에 앞서 본 논문에서는 이해를 돕기 위해 화장과 화장문화, 화장품의 개념을 정리하고 각 시대의 정치와 철학, 사회문화적 배경과 주요 사건들을 간략히 짚어보았다. 또한 관련 내용을 참고할만한 학술지와 논문은 물론 각종 고문서를 비롯한 다양한 문헌자료, 유적, 유물, 그리고 개화기 이후 현대에 이르는 시기의 시대상과 화장문화의 경향을 파악할 수 있는 신문, 잡지, TV, 광고와 장업지 등의 자료들도 폭넓게 활용하였다.

본 논문에서 고찰한 내용은 아래와 같다.

첫째, 우리나라 화장문화의 시초가 되는 고대의 화장문화 특징, 성인지 관점에서의 화장문화에 대한 고찰이다. 단군신화에서 “곰이 쑥과 마늘을 먹고 사람이 되었다”는 기록은 쑥과 마늘이 치유의 범위를 넘어 미용의 재료로 사용되었을 가능성을 시사한다. 본 논문에서는 스스로 쑥과 마늘의 효용을 체득하며 미래를 개척해간 주체적 여성으로서의 웅녀에 대해 다루었다.

삼국시대의 화장문화는 화장의 목적과 기능이 단순히 피부 보호나 주술적 행위를 넘어 신분의 표현, 미의식의 발현 등으로 다양하게 나타났다. 이 시기 고분벽화와 유물에는 남성들도 색조화장을 하였던 흔적이 뚜렷이 남아 있어 화장이 여성의 전유물로 인식되지 않았음을 알 수 있다.

사치와 향락의 문화가 절정을 이루었던 통일신라시대는 여성이 왕권을 이을 수 있었던 것은 물론 제례 등 국가적으로 중요한 의식을 관장하고, 원화제도를 통해 국가 안보와 관련된 업무까지 담당할 정도로 지위와 권력이 막강하였다. 이 시기에는 남성도 화려한 화장과 장신구 사용을 즐겼는데 특히 화랑의 화장문화는 화랑의 지위와 영예로움을 나타내는 중요한 의식이었다.

둘째, 여성의 직업과 신분에 따라 화장법을 구분하기 시작한 고려시대의 화장문화와 성인지 관점에 관한 고찰이다. 고려는 성문화가 매우 자유롭고 가정 내 여성의 지위 또한 상당히 보장되었으나 여성의 관직 진출을 허용하

지 않는 등의 한계를 지니기도 했다. 또한 고려 태조 왕건은 관기를 대상으로 분대화장을 정책적으로 장려하고 가르치도록 하였고 이로 인해 분대화장법이라는 독특한 화장문화가 정착하게 되었다. 이는 후대에 이르러 여성의 색조화장에 대한 부정적 시선을 갖게 하는 계기가 된다.

셋째, 유교문화의 영향 등으로 여성의 사회적 지위가 가장 낮았던 개화기 전 조선사회의 화장문화에 대한 고찰이다. 조선시대는 고려왕조에 대한 부정, 중국으로부터 유입된 유교사상의 영향 등으로 분대화장과 같은 '짙은 화장을 하는 여성'을 천대시하는 문화가 생겨났다. 그러나 이는 외모 가꾸기 자체에 대한 부정으로 보아서는 곤란하다. 조선은 특히 청결과 예의, 남에게 보이는 차림새 등을 중시하는 사회였던 만큼 여성은 물론 남성도 단정한 몸가짐을 갖추기 위해 노력을 아끼지 않던 시기였다.

넷째, 서양문물의 유입으로 여성의 교육과 의식개혁이 발현된 개화기 이후 근대에 이르는 시기 화장문화에 대한 고찰이다. 색조화장에 대한 부정적 인식은 근대에까지 이어졌지만 한편으로 교육받은 신여성들의 의식개혁의 발현이자 지성의 표현, 사회 통념에 반기를 든 자아실현의 행위로도 간주되었다. 이는 곧 전통의 '화장하는 여성'에 대한 부정적 시선과 맞물려 여성비하와 여성인권 탄압의 근거로까지 활용되었다.

다섯째, 화장을 둘러싼 여성에 대한 이중적 시선에 변화가 감지된 1960년대 이후 현대에 이르는 시기에 대한 고찰이다. 여성의 사회 진출이 활발하게 이뤄진 이 시기부터 화장은 '보편적인 것'으로 새로이 인식되기 시작하였다. 경제적 부흥기에 접어든 1970년부터는 대중문화와 미디어가 발달하고, 1980년대 86아시안게임과 88올림픽 등 대규모 국제행사 개최로 해외교류가 활발해지면서 우리나라의 화장문화는 급속한 발전을 이루게 되었다. 외모 가꾸기를 '남자답지 못한 것'으로 규정하던 사회 분위기에도 변화가 생

겨나 90년대 이후부터는 남성화장이라는 새로운 영역이 개척되었다.

한국의 화장문화가 세계시장에서 주목을 받기 시작한 것은 2000년대 초반부터로 볼 수 있다. 1990년대 해외에 소개된 한국의 드라마와 대중가요가 폭발적인 인기를 끌면서 한국의 대중문화는 국제사회에 '한류열풍'이라는 거대한 사회현상을 일으켰고 이는 한국의 연예인, 그리고 그들이 추구하는 미(美)의 원천이 되는 화장품과 미용법에 대한 관심으로까지 이어졌다.

시대를 막론하고 외모 가꾸기에 대한 성인지적 인식전환은 화장품 산업과 화장문화 발전에 적지 않은 영향을 미쳤다. 특히 여성의 활발한 사회진출, 여권신장과 탈권위주의, 전통적인 성역할 구분에 대한 반발 등 현대사회가 강조하는 성인지 감수성은 여성의 외모 가꾸기에 가해졌던 이중적 잣대를 반성하고 남성성에 대한 인식을 환기시켰다. 외모 가꾸기에 대한 긍정적 인식은 '외모도 경쟁력'이라는 사회가치 변화를 가져왔다. 또한 최근의 자연주의 경향과 '과거로의 회귀' 열풍은 미용과 화장의 범위를 '내면과 외면의 조화를 통해 아름다움의 궁극에 이르는 웰빙, 웰에이징'으로까지 확장시켰다.

따라서 우리나라의 역사를 이끌어온 정치와 철학, 문화적 특성이 화장문화와 어떠한 영향을 주고받으며 변화·발전해왔는지 통찰하는 것은 현대사회의 성인지 관점이 화장문화에 미치는 영향과 향방을 예견할 수 있는 소중한 자료가 될 것이다.

목 차

논문개요
Ⅰ. 서론 ····· 1
1. 연구의 필요성 및 목적 ····· 1
2. 연구문제 및 연구방법 ····· 4

Ⅱ. 이론적 배경 ····· 7
1. 화장의 정의와 기원 ····· 7
2. 우리나라 화장문화의 특징과 유형 ····· 13
3. 우리나라 화장품의 특징과 유형 ····· 16
4. 화장문화를 통해 본 우리나라의 성인지 변화 ····· 21

Ⅲ. 연구 결과 ····· 27
1. 고대 ····· 27
1) 고대 화장문화 ····· 27
2) 고대의 화장문화를 통해 본 성의식 ····· 42
2. 고려시대 ····· 45
1) 고려의 화장문화 ····· 45
2) 고려의 화장문화를 통해 본 성의식 ····· 53
3. 조선 전기~ 개화기 이전 ····· 55
1) 개화기 이전 조선시대 화장문화 ····· 55
2) 개화기 이전 조선의 화장문화를 통해 본 성의식 ····· 64
4. 근대 ····· 68
1) 근대의 화장문화 ····· 68

2) 근대의 화장문화를 통해 본 성의식 ····· 74
5. 현대 ····· 77
1) 현대의 화장문화 ····· 77
2) 현대의 화장문화를 통해 본 성의식 ····· 89

Ⅳ. 성인지 관점에서의 화장품 산업 발전방안 ····· 95

Ⅴ. 결론 및 제언 ····· 99
1. 요약 및 결론 ····· 99
2. 시사점 및 제언 ····· 102

참고문헌
ABSTRACT

Ⅰ. 서 론

1. 연구의 목적 및 필요성

한류열풍의 영향과 중국경제의 부흥, 그리고 “20세기 아시아 최대 화장품 국가로 군림했던 일본의 방사능 노출 위험과 대외관계 악화로 한국은 21세기 화장품·미용 시장의 새로운 패권 국가로 각광받게 되었다.”[2] 그러나 이를 단순히 시장경제에서의 우위를 점한 것으로 해석하거나 민족주의적 반열에서의 고무적인 사건으로 바라보는 것은 어리석은 일이다.

시대와 지역에 따라 그 목적과 의미는 달라졌지만 단순히 ‘아름다움을 표현하는 행위’ 이상의 가치를 지녀왔다는 점은 시대를 초월하는 화장의 중요한 가치다. 역사적으로도 화장문화는 그 시대의 이념과 철학, 가치관, 미의식 등을 반영하는 거울이자 문화와 산업, 경제 수준을 알 수 있는 척도가 되어 왔다. “한 사회가 이상적으로 생각하는 미적 이미지는 사회의 전반적인 분위기나 풍조에 결정적으로 의존하며 사회적 분위기는 다시 경제적, 정치적 상황이나 사회·문화적 요인의 변화에 민감하게 변동, 변화하기 때문이다.”[3]

성인지 감수성과 관련된 논쟁은 인류 역사 속에서 지난하게 계속되어왔다. “‘남성적(masculine)’ 혹은 ‘여성적(feminine)’과 같은 용어는 각각에 대한 사회사가 존재하며, 누가 누구를 생각한 것인지 또 어떤 이유에서 생각한 것인지에 관한 문화적 규제와 지정학적 경계에 따라 그 의미가 달라진다.”[4] 즉, ‘남성적’ ‘여성적’이라는 용어는 인류의 역사 속에 끊임없이 되풀

---

2) “화장품 산업 헤게모니 '日'→'韓'…이례적 호황”, <아시아경제>, 2015. 03. 30., <http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2015033010433144164>(접속일 : 2018. 06. 09)

3) 김민제·박혜원, 「20세기 후반 한국 여성의 화장 문화와 화장 이미지 연구」, 패션 비즈니스, Vol.15 No.4, 67~86쪽, 한국패션비즈니스학회, 2011, p.68.

이되며 사용되었지만 결코 같은 것을 의미하지 않으며 그 사회가 품고 있는 사회상과 정치규범, 권력구조에 따라 시시각각 변해왔다는 것이다. 일제 강점기 전후 화장의 전통적 의미가 퇴색되고 여성의 사회적 지위를 격하하는 행위로까지 해석되었다는 점을 상기할 때 성인지적 관점에서 한국의 화장문화사를 재조명하는 것은 현대사회를 둘러싼 다양한 문화이데올로기를 이해하는 단초가 될 수 있다.

미국의 저명한 학자 새뮤얼 헌팅턴이 자신의 저서 「문명의 충돌」(1996)에서 언급한 것처럼 "탈냉전 세계에서 사람과 사람을 가르는 가장 중요한 기준은 이념·정치·경제가 아니라 문화다. 사람들은 문명이라는 문화적 집단에 자신을 귀속시키고, 자신의 정체성을 확인한다."[5] 그의 이론대로라면 '문화 생산자'가 되는 것은 21세기 국제사회의 헤게모니를 장악할 수 있는 가장 현실적이고 명확한 방법이기도 하다. 21세기의 문화 생산자는 '세계화' '국제화'의 대명제 아래 갈등과 대립이 아닌 타협과 공존의 세계관을 제시하는 순기능적 역할을 담당해야만 한다.

대량 생산과 대량 소비로 일갈되던 산업화 시대에 패션과 화장은 몰개성과 획일화의 틀에서 벗어날 수 있는 탈출구로 기능해왔다. 본 논문은 그 연장선상에서, 21세기 세계의 주목을 받고 있는 한국의 화장문화와 미의식을 돌아보고 이를 성인지적 관점에서 고찰하고자 한다. 이는 재편된 현대사회의 경쟁구도를 이해하고, 유구한 전통 속에 이어져온 미의식과 화장문화를 바탕으로 한국이 건강한 문화생산자로서 세계시장에 기여하는 순기능적 역할에 활력을 불어넣어줄 것이다.

우리나라 화장문화의 역사에 대한 연구는 다양하게 이뤄져왔다. 고대부터 근대에 이르는 우리나라 화장문화에 대한 연구로는 고조선·삼국시대·고려·

---

4) 주디스 버틀러, 「젠더 허물기」, 문학과 지성사, 2015, pp.23~24.

5) "[김호기의 세상을 뒤흔든 사상 70년](30)서구 대 이슬람 문명 충돌 예견…세계 정치의 새 패러다임 제시", <경향신문>, 2016. 10. 18., 재인용. <http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201610182022005#csidx495ed18533725029c9838474202b01e>(접속일 : 2018. 06. 09)

조선시대의 결혼 풍속도와 화장 복식 및 헤어 스타일 고찰(김민선, 2004), 조선 후기 유행색조화장스타일 분석(김양순·조현주, 2013), 근대 한일 잡지에 나타난 여성의 이미지 – ≪신가정≫과 ≪주부의 벗(主婦之友)≫ 화장품 광고를 중심으로(김대환, 2006), 한국 화장문화의 연대기적 변천 특성에 관한 연구 : 개화기 이후를 중심으로(홍인자, 2002) 20세기 화장문화에 관한 연구(조은별, 1996) 등에서 다뤄졌다.

해당 논문들은 각 시기의 화장문화와 특징, 역사적 배경 등에 대해 상세히 다루고 있으나 고대부터 현대까지 전시대를 아울러 흐름을 파악하는 데는 한계가 있다. 또한 그 속에서 시대를 관통하는 화장의 의의를 파악하고 성인지적 관점에서 당대의 문화를 고찰하려는 시도를 찾아보기는 어려웠다.

관습적 성역할에 대한 교란적 이미지(고성광, 2017), 여성의 화장을 통한 미(美)와 자기개념의 사회문화적 의미 분석(김기범·차영란, 2006), 화장하는 남성 이미지의 사회적 형성 - 남성화장품 광고를 중심으로(박승민, 2007) 등은 각각의 주제 안에서 성의식과 미의식에 대해 다루고 있으나 그 범위가 특정 시대나 특정 매체로 제한되었으며 이러한 의식의 흐름과 화장품 산업의 연관성을 파악하기에는 한계가 있다는 점에서 아쉬움이 남는다.

이에 본 연구에서는 우리나라 화장문화의 역사 전반을 되짚어보고 성인지 관점에서 각 시대별 사회·문화적 의의를 통찰하는 데 중점을 두었다. 궁극적으로는 이러한 역사적 흐름을 통해 현대사회에서 제기되는 성인지 감수성이 화장문화와 화장품 산업에 어떠한 영향을 미치고 있는지 고찰하고, 21세기 국제화시대 문화생산자로서 한국의 화장문화와 화장품 산업의 미래를 예견해보고자 한다.

2. 연구문제 및 연구방법

본 연구에서는 고대부터 현대까지, 한국의 화장문화 변천사를 통해 그 역사적 배경과 특징적 흐름을 살펴보고 각 시대별 미의식과 성인식이 당대의 화장문화와 어떠한 영향을 주고받으며 유기적으로 변화해왔는지 고찰하고자 한다. 또한 이러한 사회문화적 특징들이 각 시대의 화장품 산업에 미친 영향에 대해서도 살펴보겠다.

연구의 대상은 여성의 화장을 중심으로 하되 각 시대별로 남성의 화장이 어떠한 형태로 표현되었으며 그 의미하는 바가 무엇인지에 대해서도 서술하였다. 이는 각 시대별로 화장문화를 통해 나타난 미의식과 성의식을 살펴보고, 우리나라의 미의식과 성의식이 화장문화와 어떠한 상관관계를 통해 변화·발전해왔는지 되짚어볼 수 있는 근거자료로 활용될 것이다. 다만, 우리나라가 지나온 역사적 특수성을 고려하여 왕조별로 시대를 구분하던 기존의 방식에서 잠시 벗어나 조선시대부터 현대에 이르는 시기는 조선전기부터 개화기 이전, 개화기부터 일제강점기, 그리고 현대로 구분해 각 시대별 문화적 특징을 담아내려 했다. 이는 왕조의 건립과 몰락만으로는 설명할 수 없는 우리나라 근현대사 속 사회문화적 특징과 화장문화 변천사를 보다 알기 쉽게 정리하기 위함이다.

연구의 방법으로는 우리나라의 고대와 중세 화장문화를 살펴볼 수 있는 고문서를 비롯해 근대와 현대의 화장문화를 고찰해볼 수 있는 화장과 관련된 잡지, 우리나라 대표적인 화장품 회사의 간행물, 한국화장품미용학회, 대한화장품공업협회, 대한피부미용학회, 한국미용학회, 한국피부미용향장학회 등 화장품·미용학계의 간행물, 한국디자인학회, 한국패션비즈니스학회, 한국의류학회, 한국의상디자인학회, 한국복식학회, 한복문화학회, 한국미술연구소, 한국인체예술학회 등 패션과 예술관련 학계의 간행물, 한국유통과학회, 한국경영사학회 등 한국의 화장품 유통과 마케팅에 관한 연구 성과를

보여 온 학계의 간행물, 그 외 한국역사민속학회 등 역사관련 학계의 간행물과 한국심리학회, 여성문제연구소, 한국일본문화학회, 한국사회조사연구소 등 한국의 미의식과 성의식에 관한 문화적 고찰에 유의미한 연구 성과를 보여 온 다양한 학계의 간행물 그리고 관련 학위논문 등을 폭넓게 참고하였다.

〈연구문제 1〉
고대부터 현대까지, 한국의 화장문화 변천사를 정리하고 그 역사적 배경과 특징적 흐름을 살펴본다.

〈연구문제 2〉
각 시대별 미의식과 성인식이 당대의 화장문화와 어떠한 영향을 주고받으며 변화해왔는지 고찰한다.

〈연구문제 3〉
화장문화의 역사적 흐름을 통해 현대사회에서 제기되는 성인지 감수성이 화장문화와 화장품 산업에 어떠한 영향을 미치는지 고찰한다.

〈연구문제 4〉
21세기 국제화시대 문화생산자로서 한국의 화장문화와 화장품 산업의 미래를 예견해본다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 화장의 정의와 기원

1) '화장'의 정의

화장은 사회문화를 반영하는 거울로써, 문화적으로 규정되어진 미의 변천에 따라 다양한 사회문화를 반영하는 헤어스타일이나 복식의 발전과 밀접한 관계를 유지하며 피부 보호·심리적·장식적 기능을 수행하고 있다. 각 문화권에서 오랜 세월 동안 발달해온 화장문화는 그 시대의 가치관과 각 민족 특유의 피부색에 따라 차이가 있었기에 민족과 시대에 따라 그 양상이 달랐다. 그러나 20세기 들어 교육·기술·통신이 발달하면서 각 문화권의 교류로 아름다움의 기준이 보편화되었고 오늘날은 세계 여러 곳에서 유사한 화장문화와 화장기법이 보편화되었으며, 다국적 화장품 산업의 발달로 화장과 화장 욕구까지 비슷해지고 있다.[6)]

국립국어원이 발행한 표준국어대사전에서는 화장을 '화장품을 바르거나 문질러 얼굴을 곱게 꾸밈', 또는 '머리나 옷의 매무새를 매만져 맵시는 내는 것'으로 정의한다.[7)] 그러나 흥미롭게도 이 화장이라는 단어가 우리나라에서 사용되기 시작한 것은 그리 오래되지 않은 일이다. 지금은 사전적 의미와 법제적 차원에서 화장과 화장품을 정의하고 있지만 개화기 이전까지만 해도 '가화(假化)', '가식(假飾)'과 같은 단어가 화장이라는 말을 대신하고 있었다.

화장이라는 낱말이 고려시대(918~1392년)에 사용된 적이 있지만 '化粧

6) 김희숙,「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, p.39.
7) 국립국어원,「표준국어대사전」, <http://stdweb2.korean.go.kr/main.jsp>(접속일 : 2018. 06. 09).

(화장)'이 아닌 '化裝(화장)'이었다. 그러나 이 어휘는 한정적인 의미를 지녀 널리 사용되지 않았고 오히려 꾸밈의 정도에 따라서 각기 걸맞은 어휘를 사용했다. 피부를 희고 깨끗하게 가다듬는 정도의 담박한 멋내기-옷을 단정하게 차려 입고 단아한 빗질에 기초화장하는 정도의 '담장(淡粧)', 담장보다 짙은 상태의 멋내기-색채화장을 뜻하는 '농장(濃粧)', 짙은 상태의 색채화장이되 요염한 색태를 표현한 '염장(艶粧)', 농장과 유사하나 더욱 또렷하게 꾸민 상태로서 신부의 화장에 해당하는 '응장(凝粧)', 억지로 아름답게 꾸민 분장 수준의 '야용(冶容)' 등이 이에 해당한다. 또한 '미용(美容)'은 치장의 정도를 가리키는 것이 아니라 얼굴치장 행위를 가리키는 말이었으며 '단장(端粧)'은 얼굴치장과 아울러 옷치장, 장신구의 치레를 담박하게 하였을 때 적절한 어휘였다. '성장(盛粧)'은 이와 달리 야하거나 화려한 경우를 가리켰다. 또 '장식(粧飾)'은 피부 손질과 얼굴 꾸밈, 옷차림, 각종 장신구 치레를 골고루 갖추는 행위를 일컫는 말이었다.[8)]

조선 후기까지만 해도 사용되지 않던 '화장'이라는 단어가 이러한 어휘들을 대체하기 시작한 것은 개항기 일본과 청나라로부터 화장품을 수입하면부터라는 설이 유력하다. 봉건적인 사회 분위기로 인해 근대화의 필요성을 느끼지 못하던 조선왕조에 크게 변화가 생기면서 의식주와 교통, 통신 등 생활 전반에 걸쳐 서양문물이 전파되었고, 화장품 역시 기존의 전통적인 화장품이나 화장방식이 점차 설 자리를 잃으면서 외국 화장품이 그 자리를 대체하기 시작한 것이다.[9)]

일본에서 화장이라는 단어는 꽤 오래 전부터 사용된 것으로 보인다. 11세기 일본에서 출간된 고전문학 「마쿠라노소시(枕草子)」나 「우즈호노모노가타리(宇津保物語)」라는 책에서도 '화장化粧'이라는 단어를 볼 수 있다.[10)]

---

8) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987, pp.16~17.
9) 김현정, 「개화기 이후 한국에서 사용된 '화장(化粧)'용어의 유래에 대한 고찰」, 일어일문학, Vol.63, 대한일어일문학회, 2014, p.120.
10) 하루야마 유키오, 「화장의 역사」, 사람과책, 2004, p.10.

화장을 영어로는 '토일렛Toilet'이라고도 하는데, 이 말이 '화장실便所'이라는 뜻으로 사용되고 있음은 잘 알려진 사실이다. '토일렛'의 어원은 프랑스어 '트왈렛Toilette'으로, 어근 '트왈Toile'은 '천'이라는 뜻이었다. 테이블 위에 깔아놓은 작은 천(그 위에 화장품이나 장신구를 올려놓았다)을 '트왈렛'이라는 애칭으로 불렀는데, 이것이 기원이 되었다. 트왈렛은 점차 의미가 변형되어 '차림새를 갖추거나 몸을 씻는 모든 도구'나 '그런 도구를 넣어두는 서랍'도 지칭하게 되었고, 다시 '신체를 씻는 것, 머리 모양을 내는 것, 화장품을 쓰는 것, 옷을 입는 것' 등의 넓은 의미를 지니게 되었다.[11)]

'메이크업Make-up'이라는 말은 미국 할리우드 전성시대에 영화배우들이 했던 두꺼운 무대화장에서 유래했다고 알려졌지만 실은 17세기 초에 영국 시인 리처드 크래쇼가 처음으로 사용했으며 당시 사전에는 '분장, 화장, 무대분장, 분장도구, 화장품' 정도로 설명되어 있었다.[12)]

2) '화장'의 기원과 의미 변화

'화장'은 인류의 유구한 역사와 함께하며 시대와 지역, 성별과 지위 등에 따라 각기 다른 의미를 지녀왔다. 정확한 기원을 알 수는 없지만 원시시대의 화장은 신분과 계급, 종족, 성별 등을 구분하는 중요한 수단으로 사용되었다. 원시인들이 화장 또는 문신을 하던 풍습은 오늘날 일부 미개발국가의 부족들에서 그 흔적을 찾을 수 있다. 이들은 사악한 기운을 물리치기 위한 주술적 행위의 하나로 얼굴에 색을 칠하였으며, 연기를 쐼으로써 더러움을 씻고 재난을 막을 수 있다고 믿었다. 때로는 풀의 즙을 내어 발라 해충 등으로부터 피부를 보호하기도 했다.

문명의 상징으로서 메이크업은 선사시대부터 시작되었다. 화장품은 부족의 코드(Code)였으며 주술사(Shaman)의 특징이었다. 주술사는 부족으로

11) 하루야마 유키오,「화장의 역사」, 사람과책, 2004, p.12.
12) 하루야마 유키오,「화장의 역사」, 사람과책, 2004, p.15.

부터 자신을 차별화하기 위해, 특히 부족을 지키려는 의식을 거행하는 동안 재와 섞은 동물기름을 몸에 바르고 식물염료로 메이크업을 했다.[13] 이처럼 유럽을 포함한 세계 각국에서는 장기간 화장이 독립된 개념이 아닌 주술 혹은 약학이나 의학의 일부로 인식되어왔다. 고대 앗시리아와 이집트의 유물에서는 얼굴에 색을 칠하거나 문신을 한 흔적이 발견되었으며, 알타이 산중의 파지리 2호 고분에서는 기원전 400~300년 정도의 것으로 추정되는 전신에 동물 등의 문신을 한 60세 정도의 남자가 출토되었다. 그 당시 유럽의 여러 민족 사이에서는 문신의 관습이 있었고, 중세까지 전해졌다. 남방 오세아니아 남아메리카에서는 각 민족의 발생에 관한 신화에 문신이 많이 나타나는데 이는 민족의 징표이기도 했다. 페루에서 발굴된 선사시대 남녀의 팔에도 문신이 새겨져 있었다.[14]

부(富)의 편재와 엄격한 신분제로 인해 고대의 화장은 일부 계층에게 독점되다시피 하였다. 그러던 중 13세기말 파리와 로마에서는 화장을 경멸하기까지 하는 인식이 팽배해져 의학에서 분리하게 되었는데, 오히려 이것이 화장과 화장품이 발달하는 계기가 되었다. 화장품의 수요가 특수층에 한정되고 화장을 경시하는 풍조가 횡행했던 시기에는 화장품의 제조기술 또한 매우 열악했다. 백분, 향료 따위는 맷돌에 갈아 체에 치고 꽃잎을 압착시켜 향수를 만들고 약을 만들 듯이 끓이거나 달이는 형편이었다. 결국 인간의 위생관리와 미화를 위한 화장품의 과학적인 발전은 19세기 후반에 이르러서야 가능하였고, 화장품의 기업화는 20세기에 이르러서야 이루어졌다.[15]

"과학의 진보와 함께 현대의 '화장'은 고대의 종교적·주술적 의미가 퇴색한 대신 신체를 청결히 하는 것, 인간의 본능적 욕망으로서 메이크업 등에 의해 자신을 아름답고 매력적으로 표현하고 마음을 풍요롭게 하는 것, 자외선이나 건조 등으로부터 피부나 모발을 보호해 노화를 방지하는 것, 아름답게 나이를 먹으면서 쾌적한 생활을 즐기는 것"[16] 등의 의미가 중요해졌다. 문

13) 로빈 코시오,「눈썹의 역사」, 동서교류, 2005, p.2.
14) 히데오 아오키,「서양화장문화사」, 유태순 외 옮김, 동서교류. 2004, pp.14~15.
15) 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987, pp.17~18.

화사적 측면에서 화장은 오늘날 식품이나 운동 등을 통해 외형의 물리적 아름다움을 만들어내는 것, 개인이 추구하는 우아함이나 취향을 심미안적으로 표현하는 것, 새로운 이미지를 창조해내는 것 등으로 정리된다.

화장의 의미를 정의하기 위해서 살펴보아야 할 또 한 가지 유의미한 역사적 흐름은 여성의 사회적 지위와 담론에 관한 것이다. 불과 반세기 전까지만 해도 우리나라에서 화장의 행위는 여성성을 극대화하는 것, 즉 상대적으로 사회적 지위가 낮은 여성이 남성에게 자신의 아름다움을 보다 적극적으로 어필하려는 종속의 의도를 표현하는 것으로 이해되곤 하였다. 그러나 고대부터 근대에 이르기까지 시대에 따라 조금씩 그 가치와 비중이 달라지긴 하였으나 동서양을 막론하고 '화장'은 그 형태와 모습이 조금씩 달라졌을 뿐 여성들만의 전유물이 아닌 남녀 모두가 영위해야 할 가치 있는 행위로 인식되어 왔다. 고대 그리스에서는 동성애가 이성애와 마찬가지로 찬미의 대상이었는데, 이는 남녀의 구별이 거의 없는 복장이나 화장법을 통해서도 나타난다. 우리나라의 경우 시대에 따라 그 의미와 표현법은 조금씩 달랐으나 남성의 화장 역시 자신의 신분과 계급을 표현하는 것에서 나아가 예(禮)를 표하는 중요한 의식의 하나로 여겨졌다.

이는 남성의 화장을 터부시하는 우리나라 근현대의 사회문화적 분위기와 사뭇 다른 것이어서 그 의미 변화가 시사하는 바가 무엇인지 주목할 필요가 있다. 이러한 인식 변화에는 유교사상의 유입과 더불어 일제 강점기 달라진 화장 문화와 성의식이 적지 않은 영향을 미친 것으로 보인다.

3) '화장품'의 정의

화장품을 뜻하는 영어의 '코스메틱(Cosmetic)'은 프랑스어 '코스메틱(cosmétique)'과도 그 표기와 발음이 유사하다. 그 어원은 '잘 다듬어진', '잘 꾸며진'을 뜻하는 그리스어 '코스메치코스(Kosmetikos)'에서 찾을 수

16) 김주덕 외, 「신화장품학」, 동화기술, 2004, p.15.

있는데, 오늘날 사용되는 의미는 나라마다 조금씩 차이가 있다. 영어에서의 '코스메틱(Cosmetic)'은 '분, 로션, 등을 비롯해 피부색, 머리 손톱 등을 아름답게 하는 화장품'을 뜻하며 프랑스어에서의 '코스메틱(cosmétique)'은 '위생과 아름다움을 위한 제품과 이발용품'으로 정의된다. 반면 독일에서는 '코스메틱(Kosmetik)'이 '미용법', '화장술'의 의미로 사용되며 화장품을 지칭하는 단어로는 '쉰하이트미텔(Schonheitmittel)'이나 '슈밍케(Schminke)'를 쓴다. 영어에서는 '미용법', '화장술' 또는 그와 관련된 직업을 뜻하는 단어로 '코스메톨로지(Cosmetology)'를, 프랑스어로는 'cosmétologie'를 쓴다.

국립국어원이 정한 화장품의 정의는 ' 화장하는 데 쓰는 크림, 분, 향수 따위를 통틀어 이르는 말'이다.[17] 또한 우리나라 화장품법에 따르면 화장품은 '인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것'을 지칭한다.[18]

전통적으로는 화장품을 일컫는 어휘 역시 다양했다. 일반적으로 화장품을 가리키는 말은 '지분(脂粉)'이었다. 지분은 연지와 백분을 줄인 말로서 두 가지 화장품을 가리키나, 예전에는 연지와 백분이 화장품의 대명사이다시피 하였으므로 지분이 화장품을 총칭하는 어휘로 사용되었다. 비슷한 말로 백분과 눈썹먹(黛)을 가리키는 '분대(粉黛)'가 있었다. 이밖에도 이러한 화장품과 화장용구(경대, 빗, 빗치개, 거울 등) 일체를 아울러 가리키는 장렴(粧奩)이 있다.[19]

---

17) 국립국어원, 「표준국어대사전」, <http://stdweb2.korean.go.kr/main.jsp>(접속일 : 2018. 06. 09).
18) 국가법령정보센터, 법률 제14264호, (2016.5.29. 일부개정) (시행 2017.5.30.).
19) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987, pp.17~18.

2. 우리나라 화장문화의 특징과 유형

“우리 문화의 특징 중 하나는 자연을 거스르지 않고 함께 어우러지는 것이다. 건물이나 복식, 음식문화에서도 쉽게 찾아볼 수 있는 이러한 사상은 여인들의 화장문화에서도 고스란히 드러난다. 옛 여인들은 억지로 꾸미려 하지 않았고, 인위적인 것은 부자연스럽다고 여겼다. 그저 자연의 모습 그대로 표현할 수 있다면 힘들이지 않고도 아름다워질 수 있다는 것을 이미 알고 있었기 때문이다. 고금을 막론하고 자연스러움은 한국 여성들에게 가장 고귀한 아름다움이었다.”[20]

일각에서는 2000년대에 접어들면서 시작된 K-BEAUTY 열풍을 최근의 유행을 반영한 일시적인 현상으로 치부하거나, 우리나라의 발달된 화장문화가 최근 몇 년 사이에 이루어진 기술적 진보 덕분이라 생각하기도 한다. 그러나 우리나라의 화장문화와 화장품의 역사는 기록문화가 발달하지 않았던 선사시대 이전부터 축적한 기술과 문화를 통해 꽤 오랫동안 이어져 오고 있었다. 단군신화에 등장하는 한민족의 첫 주거지가 단목(檀木, 박달나무) 근처였다는 것은 고조선(기원전 2333~기원전 108년) 사회의 한국인들이 향유와 향료를 발견하여 사용하였음을 시사하며, 환웅이 곰과 호랑이에게 쑥을 주고 100일 동안 햇볕을 보지 말도록 하였다는 대목은 곰을 숭상하였던 우리 민족의 종교적 특징과 더불어 피부를 희게 하는 미백 재료를 사용해 피부를 가꾸었던 흔적을 나타내는 것으로 볼 수 있다.

이처럼 “인류의 출현 이후 인간은 문헌으로 기록되기 훨씬 이전부터 종교적인 의식의 일종으로 화장을 하는 행위에 빠져들었으며, 동서양을 막론하고 고대부터 현대에 이르기까지 각 시대별로 드러난 화장문화의 특징은 또한 그 시대의 정치와 경제, 문화, 심지어 통치이념까지를 아울러 살펴볼 수 있는 중요한 지표가 되고 있다. 이러한 특징을 가장 극명하게 담아낸 예는

20) 이지선,「희고 생기 있는 피부를 위하여:전통 화장재료와 화장법」, 월간 문화재 통권351호, 한국문화재재단, 2013, 12. p.24.

눈썹화장에서부터 찾아볼 수 있다. 인간은 자신의 본래 눈썹모양을 손대지 않고 그대로 두었던 시대조차도 어떤 종류의 유행과 문화를 만들어 냈다."[21] 눈썹을 모양내고 다듬는 것을 포함해, 고대부터 현대까지 여성들이 어떻게 아름다움을 유지하기 위해 노력해 왔는가에 대한 정보는 여러 가지 사료를 통해 확인할 수 있다. 가령 삼국시대 고구려 벽화에 나타난 인물들의 짙고 또렷한 눈썹은 당시 고구려인들의 당찬 기상과 기개를 표현하는 것으로 해석할 수 있으며 조선시대의 우아하고 자연스러운 초승달 모양 눈썹은 자연과의 조화를 강조한 철학적 가치관이 반영된 것이라 할 수 있을 것이다.

약 2천 년 전, 삼국시대 초기에 이미 화장을 아름다움을 표현하기 위한 수단으로 인식하여 화장술과 화장품이 발달할 정도로 우리나라의 화장문화 수준은 매우 높은 편이었다. "백제(기원전 18~660년)와 신라(기원전 57~935년)의 화장품 제조기술은 일본보다 우위였고, 고려시대에는 향유(香油)를 수출하였으며 조선시대에는 일본이 화장수(미안수) 제조기술을 모방해갈 정도였다."[22] 옛 한국인들은 때와 장소, 목적에 따라 옷과 장신구, 화장이 달랐다. 특히 조두(세정제), 미안수(화장수), 면약(크림), 분백분, 색분, 물분, 볼연지, 입술연지, 미묵 등의 피부용 제품을 비롯해 머릿기름, 밀기름, 염모제, 창포물 등의 두발용 제품, 향낭과 향로 등의 방향제품에 이르기까지 오늘날에 사용하는 화장품과 유사한 기능을 갖춘 다양한 종류의 화장품들은 선조들의 미의식이 매우 세분화되고 세련되었음을 보여준다.

그럼에도 우리나라 역시 산업화의 과정은 매우 더디었다. 화장품은 주로 자가자급 형태로 생산·소비되었으며 시장을 통한 거래는 거의 이뤄지지 않았다. 더욱이 고려시대(918~1392년) 몽고의 영향으로 분을 하얗게 바르고 눈썹을 가늘게 가다듬는 분대화장이 기녀들 사이에 유행하면서 화려한 화장은 기녀들의 화장이라는 인식이 강하게 자리했다. 이러한 인식은 조선

21) 로빈 코시오,「눈썹의 역사」, 동서교류, 2005. p.1.
22) 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.15.

시대(1392~1910년)까지 이어져 일반여성과 기녀, 궁녀와 같은 직업여성들 사이의 화장법은 상당한 괴리를 가지게 되었다.

우리나라에 현대와 같은 산업화된 화장문화가 본격적으로 도입된 것은 1876년 강화도 조약 이후 개화기 무렵부터로 볼 수 있다. "개화기 이후 우리나라의 화장문화는 서양화장이 한국이라는 환경 속에서 수용, 변천되어 왔다고 할 수 있다. 수천 년을 지속하여 온 고유의 화장문화가 조선시대 말 서양과의 문화적 접촉이 시작되면서부터 변화의 양상을 나타내기 시작한 것이다."[23]

"개화기에 근대적 교육을 받은 여성의 수가 증가하고 사회활동이 점차 확대되면서 여성의 사회적 역할과 그에 따른 여성들의 인식 변화가 급속히 이루어졌다. 식민지 시대임에도 여성이 교육받을 기회가 늘어나고, 정규학교 외에도 각종 강습회, 야학, 교회활동 등의 신교육을 통해 신문화를 접할 수 있는 기회가 늘어난 덕분이다. 이처럼 개화기에 신교육을 받고 전통사상에 항거하는 데 앞장선 여성들을 '신여성'이라 불렀다. 교육받은 여성의 사회진출은 여성의 사회적 자아를 형성시켰고, 새로운 가치관의 확립과 사회활동으로 여성의 복식문화와 화장문화에도 변화가 일어났다."[24]

1945년 해방 이후의 화장품은 서구의 문명, 특히 미국식 문화가 국내에 유입되면서 크게 영향을 받았다. 수입화장품의 증가는 국내 화장품 산업에도 영향을 미쳤으며, 1960년대 급속한 산업화에 부응하여 화장품 업계에서도 다양한 제품의 개발과 더불어 대량생산, 유통의 다변화를 꾀하기에 이른다. 여기에 잡지와 광고를 비롯한 다양한 매스미디어의 영향으로 화장은 급격히 대중화되었으며 1970년대부터는 화장품의 종류와 화장의 기법 또한 매우 다양해져 계절이나 모임의 성격, 유행에 따라 각기 다른 화장법을 사용하기에 이른다. 1980년대 컬러TV의 보급과 86아시안게임, 88서울올림픽 등의 개최로 해외 문물을 더욱 적극적으로 수용하면서 화장품 업계는 양

23) 김희숙,「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, p.39.
24) 홍인자,「한국 화장문화의 연대기적 변천 특성에 관한 연구 : 개화기 이후를 중심으로」, 漢城大學校 藝術大學院: 패션藝術學科 扮裝藝術 專攻 석사학위논문, 2001. pp.1~2.

적으로뿐만 아니라 질적으로도 크게 성장하게 되었다. 바이오산업의 약진과 더불어 기능성 화장품의 러시가 시작된 것도 이 시기다. 1990년대에는 레트로 열풍과 밀레니엄 시대에 대한 기대, 세기말적인 분위기가 화장문화에도 고스란히 영향을 미쳤다. IMF 이전까지, 건국 이래 최고의 문화중흥기를 누렸던 만큼 화장문화는 더욱 자유분방하고 실험적인 형태로 변하였다.

2000년대부터의 한국 화장문화는 자연으로 회귀하려는 세계적인 경향과 감성주의의 대두, 첨단기술의 발달로 한층 고급화, 내면화되었다. 메이크업에 있어서도 이목구비의 형태보다는 피부의 건강한 질감을 표현하는 데 치중하게 되었으며 화장품과 힐링의 결합을 중시하는 풍조가 나타났다. 2000년 7월 화장품법이 약사법에서 분리되면서 세계 최초로 기능성 화장품의 개념을 도입해 세계 화장품 시장의 트렌드를 서서히 리드하기 시작한 것도 눈에 띈다. 인터넷의 발달, 한류열풍의 영향 등으로 한국의 문화가 해외에 소개될 기회가 늘어나면서 한국의 화장문화는 아시아를 중심으로 해외시장에서 크게 주목받고 있다.

3. 우리나라 화장품의 특징과 유형

1) 개화기 이전 화장품의 특징과 유형

역사 속 우리나라의 화장문화는 현대의 그것과 여러 가지 면에서 공통점을 지닌다. 세안제가 따로 없던 시절에는 녹두나 콩, 팥 등의 곡물을 갈아 만든 조두(澡豆)를 물에 개어 비누처럼 사용했다. 허준이 쓴 의서 「동의보감(東醫寶鑑)」에는 녹두가 들어간 '옥용서시산(玉容西施散)'으로 매일 세안하면 잡티와 부스럼이 사라져 얼굴이 고와진다고 기록되어 있다. 조선시대 생활풍속을 기록한 「동국세시기(東國歲時記)」에는 매년 정월 첫 돼지날

(上亥日) 팥가루로 세안을 하면 얼굴이 희고 고와진다고 되어 있다. 이처럼 상해일에 팥가루나 콩가루, 왕겨, 콩깍지 등으로 문질러 피부를 좋게 하는 행위는 오랜 세시풍속 중 하나로 전해내려오고 있다. 실제로 이와 같은 곡물 알갱이는 피부에 적당한 자극을 주어 묵은 때와 각질을 제거하고 혈액순환을 좋게 하는 데 도움이 된다. 조두에 함유된 사포닌 성분 또한 세정작용이 매우 뛰어난 것으로 알려져 있다. 이처럼 곡물을 활용한 화장품에서는 특유의 날비린내가 날 수밖에 없었는데, 이를 방지하기 위해 화장유에 향을 첨가해 사용하기도 했다.

오늘날의 로션이나 크림에 해당하는 화장품도 있었다. 옛 사람들이 세안 후 발랐던 미안수(美顔水)와 면약(面藥), 화장유(化粧油) 등이 대표적이다. 박 줄기나 수세미, 오이, 수박 등 수분이 많은 식물의 즙으로 만든 미안수는 지금의 스킨과 같은 화장수의 기능을 하였다. 오늘날의 크림과 비슷한 기능을 한 것은 면약이었다. 면약의 시초는 삼한시대, 겨울철 추위와 동상으로부터 피부를 보호하기 위해 돼지기름을 사용하였던 것에서 찾을 수 있다. 오늘날의 에센스 또는 오일에 해당하는 화장유도 있었는데, 주로 면약이나 머릿기름을 바르고 화장품을 개어 쓰는 용해제를 사용했다.

피부를 화사하게 하기 위한, 메이크업 단계에 사용하는 화장품을 분(粉)이라 하였는데, 시대별로 약간의 차이는 있으나 전통적으로 우리나라는 짙은 화장을 선호하지 않았으며 백분(白粉)을 사용해 피부를 희고 곱게 표현하는 것을 즐겼다. 백분은 크게 쌀로 만든 미분(米粉)과 미분에 납성분을 첨가해 만든 연분(鉛粉) 두 종류가 있었다. 미분은 쌀과 기장, 조 등을 함께 갈아 만들거나 분꽃 씨의 가루로 만들었다. 이와 같은 곡물가루는 얼굴에 잘 붙지 않기 때문에 물이나 기름에 개어서 사용했고, 분가루를 물에 풀어 분세수를 하는 것으로 화장을 대신하기도 하였다. 연분은 미분에 비해 밀착력이 좋아 여인들 사이에서 크게 인기를 끌었으나 오래 사용할 경우 피부가 창백해지고 빈혈, 복통, 뇌신경 손상 등의 납중독 증상을 일으키기도 하였다.

이렇게 희고 고운 얼굴을 만들어주던 백분은 색이 너무 하얀 것이 문제였다. 이 때문에 여인들은 미분에 돌가루나 칡가루, 황토처럼 색이 있는 분을 섞어 자신의 얼굴색에 맞게 사용했다고 한다. 이러한 화장법은 현대 여성들이 여러 가지 색 중 자신의 얼굴빛과 어울리는 화장품을 고르고, 섞어서 사용하는 것과 비교해도 전혀 낯설지 않다는 점이 흥미롭다.[25]

우리나라의 전통 화장법에 나타난 또 한 가지 특징적인 요소로 눈썹화장을 꼽을 수 있다. 전통적으로 화장을 이르던 '분대(粉黛)'라는 말은 본래 '분과 눈썹 그리는 먹'을 이르는 말이자 아름답게 화장을 한 미인을 비유적으로 표현한 것이었다. 얼굴에 분을 칠하고 눈썹을 그리는 일이 화장의 중심적인 행위로 인식되고 있었으며 분과 눈썹을 그리는 먹이 중요한 화장품의 종류였음을 짐작케 하는 대목이다.[26] 수산리 고분, 쌍영총 등 고대 고분벽화에 나타난 짙은 눈썹에서부터 조선 여성들의 백과사전격이었던 빙허각이씨의 「규합총서(閨閤叢書)」(1809년)에 이르기까지 눈썹을 다듬고 색을 칠했던 선조들의 기록은 숱한 사료를 통해 확인할 수 있다. 규합총서에는 당시 여인들이 즐겨 그리던 눈썹의 모양 10여 가지를 십미요(十眉繇)라 소개하였는데, 여러 문헌과 회화 자료를 종합해볼 때 우리나라 여성들은 초승달이나 버들잎 모양의 눈썹을 선호하였던 것으로 보인다. 눈썹을 그리는 재료로는 일반적으로 목탄이 사용되었으나 상류층 여성들은 눈썹먹(尾墨)을 기름에 개어 붓으로 그리기도 하였다.

분이나 눈썹 화장과 달리 연지(臙脂)는 화장의 농도와 사회적 역할을 알려주는 기준이었다.[27] 전통적으로 우리나라에서는 주로 엷고 은은한 화장을 즐겼다. 특히 중세 이후로는 얼굴에 연지를 바르는 것만으로도 진하고 화려한 화장을 했다고 여겨 기녀(妓女)나 궁녀(宮女)처럼 직업을 가진 여성

---

25) 이지선, 「희고 생기 있는 피부를 위하여;전통 화장재료와 화장법」, 월간 문화재 통권351호 (2013, 12) 한국문화재재단. p.24.
26) 박보영, 「고대색조화장의 유형 및 기능」, 한국인체미용예술학회지, Vol.2 No.1, 한국인체예술학회. 2001, p.158.
27) 이지선, 「희고 생기 있는 피부를 위하여;전통 화장재료와 화장법」, 월간 문화재 통권351호 (2013, 12) 한국문화재재단. p.24.

들 외에는 널리 사용되지 않았던 것으로 보인다. 다만 오늘날 립스틱과 블러셔로 혈색 있는 건강한 얼굴을 표현하듯 연지로 입술과 피부를 붉게 만들어 홍조를 띤 건강한 얼굴을 표현하고, 혼례 시 신부의 얼굴에 발라 액운을 막아주는 벽사(辟邪)의 역할로 연지가 사용되기도 하였다.

연지는 주로 홍화(紅花)에서 추출한 색소를 가루 또는 환 형태로 만들어 두었다가 필요할 때마다 기름에 조금씩 개어 썼다. 일반인들은 선홍색의 주사(朱砂, 붉은 돌가루)나 말린 붉은 고추를 동그랗게 오린 후 종이에 덧댄 것을 연지로 사용하기도 했다.

2) 개화기 이후 화장품의 특징과 유형

우리나라에서 현대적인 개념의 화장품이 언제부터 사용되었는지에 대한 기록은 분명치 않으나 화장품이 공산품으로 인정받기 시작한 것은 1919년 박가분의 등장부터로 볼 수 있다. 개화기 이전 원시적인 수공업 형태로만 만들어지던 화장품은 1900년대 초 서양문물의 도입과 함께 대량으로 밀수되어 기생이나 화류계 여성들을 중심으로 크게 인기를 끌었다. "수입 화장품의 품질과 포장의 우수성, 간편한 사용법은 국내 화장품의 생산과 발전을 촉진시키는 순기능을 발휘하기도 했다."[28] 당시 직업여성들은 화대 대신 화장품을 선물로 받아 사용하거나, 이렇게 건네받은 화장품을 방물장수나 매분구를 통해 비싼 값을 받고 여염집 여인들에게 판매하였다. 일반에 전파된 밀수 화장품들은 특히 신식 교육을 받은 여성과 식자층의 가정주부들의 호기심을 자극하여 그 수요가 폭등하는 수준에 이르렀고 이는 박가분의 생산을 촉진하는 계기가 되었다.

그러나 당시의 화장품은 최초의 상품이라는 점에서 그 가치가 충분히 있었으나 납중독을 일으키는 부작용도 함께 가져왔다. 이후 일제 강점기를 거

28) 김용미, 「해방 이후 한국 화장문화에 관한 연구」, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1999, p.19.

치며 화장이 일반화되고 화장품을 직접 제조하는 회사가 설립되었으나 그 수준은 여전히 미비하였다. 당시 진열된 화장품은 국내에서 수공업으로 제조되었던 연지나 동백기름이 고작이었고 그밖에 서양문물과 함께 우리나라에 들어온 외제 화장품 몇 종이 있었다.[29]

우리나라 화장품사에 결정적 변화를 가져온 것은 갑오개혁(고종 31년)이었다. 개화의 바람을 타고 관제에도 화장품을 관장하는 정부기구인 위생국(이후 식산국으로 이관)이 생겨났으며, 중국, 일본, 러시아 등 각국을 통해 해외의 화장품이 수입됨에 따라 국산 화장품도 정식으로 정부의 인가를 받아 생산할 수 있게 된 것이다. 이후 1910년 한일합방으로 36년간 일제의 통치를 받게 되면서 화장품에 대한 각종 행정 또한 총독부에서 관장하게 되었다.[30]

해방 후 일제 강점기부터 화장품 제조업을 하던 10여 명의 조선장업인들은 조선화장품협회를 결성하며 본격적으로 국내 화장품 제조업을 이끌었는데 당시 화장품 산업은 의약품과는 달리 인체에 그다지 영향을 주지 않는 제품이란 인식이 강하여 별다른 허가나 시설·품질관리가 전혀 이뤄지지 않았다. 때문에 광복과 더불어 각향각지에서 화장품 제조업체가 우후죽순으로 생겨나 1950년 한국전쟁이 일어날 무렵에는 무려 99개소(보사부 집계)에 이르렀다.[31]

해방 이후 화장품의 대부분은 미군 PX를 통해 유통되던 수입 화장품이었다. 당시 PX용 화장품은 '구호물자'라는 이름으로 민간에 배급되었다. 취약한 산업 환경을 기반으로 화장품을 제조·판매하던 국내 화장품 업계는 조선화장품협회가 대한화장품협회로 명칭을 개정하면서 조금씩 자립의 길을 열었다. 당시 국내 화장품 제조사가 취급하던 품목은 크림류가 대부분이었으며 그 중에서도 동보화장품의 동보구리무는 일본에서 직접 생산하여 국내는 물론 대만에서까지 폭발적인 인기를 끌었다.

---

29) 김희숙,「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, pp.42~43.
30) 김희숙,「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, p.43.
31) 김희숙,「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, p.44.

여성의 사회진출이 활발해지기 시작한 1960년대부터는 여성들의 화장이 보편적인 것으로 받아들여져 아이라이너, 마스카라 등의 색조 화장품이 제조되기 시작했다. 1970년대는 입술화장도 상당 수준 발달하여 다양한 컬러의 립스틱이 제조되었으며, 1980년대부터는 바이오산업의 발달로 기능성 화장품이 성장세를 보이기 시작했다.

1990년대 이후 국내화장품 시장은 양적·질적으로 폭발적인 성장세를 보였다. 2000년 화장품법의 도입으로 기능성 화장품의 개발이 러시를 이룬 것은 물론 BB크림, CC크림, 쿠션팩트 등 기존에 없던 새로운 개념의 화장품을 개발해 해외시장에 역수출하는 현상까지 빈번해지고 있다.

4. 화장문화를 통해 본 우리나라의 성인지 변화

1) 성인지의 개념과 의의

서양에서 성별을 구분하기 위해 사용하는 단어로는 '섹스(Sex)'와 '젠더(Gender)' 두 가지가 있다. '섹스'가 남녀가 가지는 신체적 특징 즉 해부학적, 생리학적 차이를 기반으로 하는 개념이라면 젠더는 사회문화적 성역할을 지칭한다. '섹스(Sex)'가 타고나는 것이라면 '젠더(Gender)'는 그 시대의 문화와 권력구조, 지역적 특성 등에 의해 변화하고 학습된다.

정희진·엄기호의 저서 〈남성과 젠더〉에서는 육체의 차이로부터 구분된 남성과 여성, 그에 따른 남성성과 여성성의 규명은 근대사회로 이행하는 과정에서 신분을 대신하여 사회를 조직하고 구분하는 가장 기초적인 것으로 기능해왔고, 이에 따라 역할과 권력이 배분되고 일상과 신체의 미세한 영역에까지 이분법적 성별 규범이 자리잡게 되었다고 설명한다.[32]

32) 고성광,「관습적 성역할에 대한 교란적 이미지」, 서울과학기술대학교 조형예술과 석사학위논문, 2017, p.3에서 재인용.

우리나라에서 '젠더'의 개념은 성정체성, 성평등, 성인지 등 다양한 단어로 번역·해석되고 있지만 가장 보편적으로 사용되고 있는 것은 '성인지(Gender-Sensitive)'이다. '성인지'는 젠더에 내재된 권력관계를 민감하게 고려하여 사고하고 행동하는 것을 전제하며, '인지적 관점'은 여성이 남성과 다른 욕구를 가지고 있다고 보면서 여성 특유의 경험과 욕구를 반영하며 특정한 정책이나 법이 여성 또는 남성에게 상대적으로 불리한 영향을 미치지 않는지 또는 성 역할 고정관념이 개입되지 않았는지에 대하여 고찰하는 관점을 말한다.[33] 본 논문에서 사용되는 '성인지'의 의미 또한 이에 준한다.

2) 성역할과 화장문화

성인지의 관점에서도 "남성의 화장, 특히 색조화장과 성역할은 밀접한 관계가 있는 것으로 보인다. 남성의 성역할로 오랜 동안 고정관념화 되어 있던, 강력한 힘을 가진 남성성이 요구되던 시기에는 일반으로 화장문화가 여성의 것으로 치부되었다. 그러나 모계사회나 여권이 강하고 여성의 사회적 역할이 큰 사회일수록 남성의 색조화장이 유행을 하는 경향을 보였다."[34]

한국에서도 외모에 대한 관심은 더 이상 여성의 전유물이 아니다. 21세기에 들어서면서 패션과 외모를 중요하게 여기고 자신을 가꾸는 데 관심이 있는 남성들이 늘어나면서 '메트로 섹슈얼'이 트렌드가 되고, 나아가 여성적인 이미지를 차용하는 크로스 섹슈얼이 전통적 남성상을 대체하고 있다. 다소 거칠고 검게 그을린 피부에 건강한 신체, 굵은 윤곽선의 마초 스타일이 과거의 이상적인 남성상이었다면 지금은 남성도 섬세하고 깔끔한 외모를 추구한다. 과거 남성들이 자신의 외모를 가꾸는 데 시간을 투자하고 화

33) 크리스티나 폰 브라운 등저, 탁선미 등역,「젠더 연구」, 나남, 2002.
34) 박보영,「남성 색조화장의 역사적 고찰」, 한국인체미용예술학회지, Vol.3 No.1, 한국인체예술학회. 2002, p.46.

장을 하는 것은 부끄러운 일이며 남자답지 못한 행동으로 간주되었으나 오늘날의 남성들은 나이와 상관없이 적극적으로 외모를 관리한다.[35]

그러나 이처럼 남성의 외모 가꾸기가 일반화되고 있다고 해서 성역할에 대한 고정관념이 완전히 사라진 것은 아니다. “힘세고 씩씩한 남자 혹은 청순하고 수줍은 여자 식의 구분은 구세대의 유물처럼 느껴지겠지만, 여자가 힘세고 거친 모습을 보일 때 ‘여자답다’고 하지 않으며, 남자가 수줍음을 내비칠 때 ‘남자답다’고 하지 않는다. 이는 여전히 여성스러운 행동이라는 무엇, 남성의 신체와 외모라고 불리는 무엇이 있는 것이다.”[36]

우리나라에서는 정서적으로 남성의 색조화장이 오랫동안 터부시 되어왔다. 그러나 전지역, 전시대에 걸쳐 색조화장이 여성에게만 행해졌던 것은 아니다. 동서양을 막론하고 시대나 문화권에 따라서 남성 또한 화려한 색조화장을 즐기기도 하였다.[37] 우리나라 역시 남성이 짙은 색조화장을 하던 시기가 있었는데, 신라시대의 화랑문화가 대표적이다. 신라를 대표하는 정예부대로, 존경과 선망의 대상이던 화랑은 단지 혈통의 우수성만으로 그 자격이 주어지지 않았다. 신라시대는 ‘육체와 마음은 하나’라는 불교의 영육일치 사상이 통치이념으로까지 받아들여지던 시기로, 외모가 아름다워야 마음도 아름답다는 사상을 가지고 있었기에 무예와 더불어 아름다운 외모가 화랑의 절대 기준으로 여겨졌다. 화랑들은 짙은 화장과 화려한 장신구로 자신들의 지위와 아름다움을 뽐내었으며 이는 지극히 당연하고 자연스러운 것으로 받아들여졌다.

신라시대 화랑의 화려한 색조화장은 한편으로 앞서 언급한 여성의 사회적 역할과도 깊은 관련이 있다고 볼 수 있다. 아울러 화랑의 전신이었던 ‘원화’가 남성이 아닌 여성으로 구성되었다는 점에서 당시 여성의 사회적

35) 전양진·성희원,「화장하는 남자가 시장을 바꾼다」, 삼성경제연구소, 2007, p.13.
36) 고성광,「관습적 성역할에 대한 교란적 이미지」, 서울과학기술대학교 조형예술과 석사학위논문, 2017, p.3.
37) 박보영,「남성 색조화장의 역사적 고찰」, 한국인체미용예술학회지, Vol.3 No.1, 한국인체예술학회. 2002, p.40.

지위를 짐작할 수 있다. 원화는 300여 명 낭도의 우두머리 격으로, 단순히 나라를 지키는 군부대로서의 역할이 아닌 사회 질서를 수호하고 무술과 예절을 연마하며 종교적 의례에도 관여하였다. 특히 여성이 종교적으로 큰 역할을 담당하였다는 점에서 당시 여성의 사회적 지위와 역할을 짐작할 수 있다.

산업혁명을 계기로 산업과 문화 전반에 변화가 생겨나면서 남성들에게 기대되는 모습 또한 큰 변화를 겪게 되었다. "20세기의 남성들은 18세기의 예의바르고 여유로운 신사가 아닌 야망과 용기로 가득 찬 젊은이의 모습을 추구하게 되었고, 의복과 외모 가꾸기에 소비하는 시간 또한 대폭 줄어들었다."[38] 우리나라의 경우 개화기를 전후로 이러한 경향이 뚜렷해지는데 이는 서양문물의 수용과 전통의 단절이 동시에 발생한 때문이라 볼 수 있을 것이다.

20세기 초 화장문화는 무엇보다 화장 행위의 주체인 여성들에 대한 교육의 기회와 사회진출의 확대, 시대적 가치인식 변화, 경제와 산업의 발달 등과 밀접한 관련이 있다. 개화기에 접어들면서 공식적인 교육기관을 통해 근대적 교육을 받은 여성의 수가 점차 증가함에 따라 여성들에 의한 근대 여성운동은 더욱 활성화되어 갔다. 개화기의 각 여성단체들이 여성교육 운동을 전개하여 교육기관이 증가하고, 교육받은 여성들이 늘어남에 따라 여성들의 개화가 더욱 촉진되어 가는 상승작용을 일으킨 것이다.[39]

여성에 대한 근대교육의 실시는 여성의 가치관 변화에 크게 기여하였다. 내외법이라는 유교적 도덕관에 사로잡혀 외출이 제한된 채 집안에서만 머물던 여성들이 공식 교육기관에 의한 교육을 받으면서부터는 가정이라는 제한된 법위를 벗어나 활동의 범위를 넓히게 되었다.[40] 이는 의복의 개량과 화장문화의 변화 등을 함께 가져왔으며 기생의 전유물로 여겨졌던 색조

---

38) 박보영,「남성 색조화장의 역사적 고찰」, 한국인체미용예술학회지, Vol.3 No.1, 한국인체예술학회. 2002, p.46.
39) 김희숙,「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, pp.39~40.
40) 김희숙,「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, p.40.

화장이 신여성을 중심으로 여염집 여인들에까지 확대되는 계기가 되었다.

한편으로, 식민지시대 남성 지식인들은 여성의 신체를 문명과 야만으로 이분화하기 시작하였으며, 이러한 언설은 여성의 아름다움에 관한 논의로 이어졌다. 이러한 과정을 통해 여성의 근대적인 아름다움은 과학을 기반으로 측량·비교 가능한 것이라는 시각이 발생하였다. 아름다움에 관한 논의는 서구 여성을 기준으로 전개되기 시작하였으며, 건강미와 각선미 같은 신체미는 부와 교육을 통해 획득될 수 있는 것으로 여겨졌다.[41]

1950년대 이후 대학은 소수를 위한 엘리트 양성 기관에서 남녀의 차이를 넘어 능력을 가진 국민 모두에게 개방되는 국민교육기관으로서 변모해갔다. 이와 같은 교육산업의 발달은 여성의 사회진출을 촉진시켰고, 유교적 도덕관에 의해 가정생활에 필요한 교육만을 받아오며 규방에 갇혀 살던 여성들에게 사회·경제적 활동의 폭을 넓혀주었다. 이러한 여성의 의식변화는 활동에 편한 의복의 개량과 미용 등의 변화를 가져오는 중요한 역할을 하였다.[42]

근대 이후 집요하게 요구되던 성역할에 대한 분명하고도 억압적인 사고에 또 다른 변화가 감지된 것은 60년대 후반부터로 볼 수 있다. “경제개발이 이루어진 60년대 이후의 화장을 포함한 패션과 미용의 변천은 이에 관련된 제반 산업과 서양 문물을 전파하는 대중 매체의 성장·보급에 큰 영향을 받았다고 할 수 있다.”[43] 젊은 세대를 중심으로, 인간을 성별을 초월한 하나의 개성적 존재로서 인식하려는 문화적 앤드로지너스(Androgynous) 경향이 발생하면서 화장의 형태에도 변화가 감지되기 시작했다. ‘앤드로지너스’는 남녀의 외형적 특징이 애매모호해지는 경향을 일컫는 ‘유니섹스(Unisex)’와는 조금 다른 의미로, 남성과 여성이라는 이분법적 고정관념을 깨고 양쪽의 성향을 모두 수용하려는 의식의 흐름을 일컫

41) 김미선, 「1920~30년대 '신식'화장담론이 구성한 신여성에 관한 여성주의 연구」, 이화여자대학교 대학원 여성학과 석사학위논문, 2005, p.4.
42) 김희숙, 「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, p.48.
43) 김희숙, 「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, p.39.

는다. 예컨대 바지 정장에 타이와 같은, 기존의 남성성을 상징하는 패션이나 생활양식을 여성이 수용하고 치마나 화장 등 여성성을 상징하던 패션과 생활양식을 남성이 수용하는 방식이다.

이처럼 기존의 정체성을 부정하고 성역할에 대한 고정관념을 깨트리려는 경향은 여성미를 부각하려는 목적만이 강조되어 여성의 전유물로만 여겨졌던 화장의 영역을 다시 남성에게로까지 확장시켰다. 유니섹스, 동성애, 성도착 등 성정체성의 다양성을 인정하려는 사회문화적 분위기와 더불어 직업과 가사노동, 육아 등에 대한 남녀의 역할구분 또한 점차 줄어들고 있으며 패션과 미용에 있어서도 이러한 경향은 뚜렷하게 나타나고 있다. "남성들은 스킨이나 로션 등의 기초화장품의 사용은 물론 향수를 즐겨 사용하기도 한다. 평소에도 눈썹을 가다듬고 그리거나 파우더 혹은 BB크림 등의 화장을 하는 사람들도 늘고 있다. 인상 관리를 위해 피부과나 성형외과를 찾는 남자들도 증가하고 있다. 복합적인 원인이 있겠지만, 이처럼 최근 남성들이 눈에 띄게 외모에 관심을 갖게 된 데는 성역할의 구분이 사라지는 사회문화적 분위기가 큰 부분을 차지하는 것으로 보인다."[44)]

---

44) 박보영, 「남성 색조화장의 역사적 고찰」, 한국인체미용예술학회지, Vol.3 No.1, 한국인체예술학회. 2002, p.46.

Ⅲ. 연구 결과

1. 고대

1) 고대의 화장문화

우리나라 사람들은 흰 피부의 소유자를 귀인(貴人)이라고 생각하는 경향이 있는데 이는 예부터 백색피부 소유자를 숭상한 데서 유래한 것으로 볼 수 있다. 한민족과 같은 샤머니즘 문화권인 야쿠트족의 창조신화에는 최초의 인간인 흰 사람이 흰 산, 흰 나무, 흰 연못 근처에서 탄생했다고 전한다. 이를 한국인이 고대부터 백색을 호상(好尙)한 사실과 연관지어 생각한다면 쑥과 마늘은 미백용 재료로 사용되었을 가능성이 높다. 열국(列國, 부족국가)시대에 읍루와 말갈에서 피부보호 및 백색피부 손질을 중시한 사실은 이와 같은 가정을 뒷받침해준다.[45]

고대인들은 얼굴을 생기 있게 보이게 하는 것에도 많은 정성을 기울였다. 연지와 붉은 입술 등 적색을 화장에 활용하거나 적색의 장신구를 즐겨 사용한 것 등이 이를 뒷받침한다. 이들은 적색에 강한 주술성을 부여하였는데 적색은 여러 색채 중에서도 가장 눈에 잘 띄고 아름답게 꾸밀 수 있는 색상으로 태양 또는 피의 색으로 신성시되었다.

고대 여성들은 둥글고 풍만한 얼굴에 풍만한 가슴과 엉덩이를 가진, 튼튼한 건강미를 선호한 것으로 보인다. 고구려 안악3호 고분벽화에 나타난 여인은 풍만한 얼굴과 미소를 담은 듯한 작은 입, 가늘게 뜬 눈매인 반면 수산리 고분벽화의 경우 갸름한 얼굴선을 나타내어 이미지상 일관성을 가지지는 않지만 대체적으로 균형 잡힌 얼굴형이라 볼 수 있다. 통일신라시

45) 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987. pp.19~20.

대 토용에 나타난 여자의 얼굴은 풍만한 얼굴, 작고 반듯한 코, 가늘게 뜬 눈이 당나라 여인의 모습과 비슷하다.[46] 고대에는 공통적으로 앵두같이 작은 입술을 선호하였던 것으로 보여 큰 입을 좋아하는 현대의 미적 기준과는 차이를 보인다.

① 상고시대

우리나라의 화장문화와 화장품의 역사는 기록문화가 발달하지 않았던 선사시대 이전부터 시작되어 꽤 오랫동안 이어져 오고 있었던 것으로 보인다. 고대의 화장문화에 대한 기록은 그리 많이 남아 있지 않다. 「삼국사기(三國史記)」를 비롯해 중국의 「삼국지위지동이전(三國志魏志東夷傳)」과 「삼국지(三國志)」, 「후한서(後漢書)」, 「수서(隋書)」 그리고 일본의 「일본서기(日本書記)」, 「화한삼재도회(和漢三才圖會)」 등에서 간간히 그 흔적을 찾아볼 수 있는 정도다.

가장 오래된 화장문화에 대한 기록으로 볼 수 있는 것은 우리나라 최초의 건국신화인 단군신화다. 원시시대부터 민간에서 구전을 통해서만 전해오던 단군신화는 13세기 말 일연(一然)의 「삼국유사(三國遺史)」의 제1권 고조선 조(條)에 기록되어 오늘에 전해진다. 단군신화에 나타난 한민족의 첫 거주지는 태백산 마루 신단수(神檀樹), 즉 박달나무 아래다. “이는 향나무인 박달나무를 신성하게 여기는 등 향료와 밀접한 생활을 하였음을 의미한다. 또한 환웅이 곰과 호랑이에게 준 쑥과 마늘은 식품사학자들이 말하듯 양념(조미료)이었으며, 의학사가들이 말하듯 약재일 수 있지만 미용재료로도 볼 수 있다.”[47] “쑥 한 자루와 마늘 20쪽을 주면서 이를 먹고 100일 동안 햇빛을 보지 않는다면 사람이 될 것”이라는 구절은 동물에서 사람으로 변신하는 것을 의미한다고 볼 수도 있지만 화장으로 외형을 바꾸었다고 유추할 수도 있는 것이다. 동물이 사람으로 변신한다는 것은 현실적으로 어렵지만 원

46) 박덕미, 「고대 한국의 미용문화 연구」, 韓服文化, Vol.8 No.1, 한복문화학회, 2005, p.51.
47) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987. p.19.

시문명 상태인 곰 토템부족의 여성이 화장품을 사용해서 문명인과 혼인한 것을 표현한 것이라 볼 수도 있을 것이다.[48]

고조선시대 및 열국시대에 한반도와 한반도 주변 거주민들이 피부 보호와 미용을 위해 노력하였다는 기록은 곳곳에서 발견된다. 평안남도에서 발굴된 낙랑시대의 무덤 채협총(彩篋塚, 기원전 108~313년)에서 출토된 낙랑의 유물 채화칠협(彩畵漆篋)〈그림1〉에서는 머리카락을 뽑아 이마를 넓히고 눈썹을 굵고 진하게 그린 인물들의 모습을 확인할 수 있다. 옛 북쪽 목단강 유역과 두만강·러시아 연해주 지방의 읍루(挹婁, 기원전 5~1세기경) 사람들은 겨울철 돼지기름을 피부에 발라 추위와 햇볕으로부터 피부를 보호하였고, 삼한시대 충청·전라도 지역 한강유역의 정치연맹체였던 마한(馬韓, 기원전 1~3세기경)에서는 남자들이 몸에 문신을 했다고 한다. 이는 피부 보호를 목적으로 한 기초화장과 장식을 목적으로 한 색조화장이 이미 상고대부터 성행하고 있었음을 짐작케 한다.

문신에 대한 기록은 책에 따라 조금씩 차이를 보인다. 중국의 「위지(魏志)」에는 '마한의 남녀가 때때로 문신을 했다', '변진인(弁辰人)들이 왜와 같이 문신을 하였다'고 되어 있으며 「삼국지(三國志)」에는 "남자는 늘 문신(文身)을 한다"고 되어 있지만 「후한서」에는 "남쪽에 왜(倭)와 가까이 있는 자들은 문신을 했다"고 되어 있다. "「후한서」에서는 남자들이 얼굴에 글자를 새겨 그 무늬의 위치와 크기에 따라 신분의 고하를 표시한다고 하였으며, 「삼국지」에서는 남자들이 해룡의 피해를 막기 위해 문신을 하던 것이 장식수단으로 변하였는데 이 또한 위치와 크기로 신분을 구분하였다고 되어 있다. 이처럼 마한과 변진인의 문신은 자자(刺字)만이 아니라 장신구, 색깔 무늬 등의 장식이 포함된 멋내기 수단이자 주부(呪符)였고, 신분과 계급을 표시하는 한국인 최초의 정형화된 치장이었다고 보여진다."[49] 이는 또한 장식을 목적으로 한 화장으로서의 문신이 고구려 이전부터 행해져 왔음

48) 김남일, 「한방화장품의 문화사」, 들녘, 2013, pp.43~44.
49) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.23.

을 나타낸다.

그러나 이와 같은 문신의 의미를 '미신이나 맹세의 표식' 또는 '살갗에 바늘로 찔러서 먹물 따위를 들인 글씨·그림·무늬 또는 그렇게 만든 몸'이라고 풀이해서는 안 된다. 이는 현대에 이르러 정립된, 매우 한정적인 의미로서의 사전적 정의를 가리키는 것이다. 역사적으로 우리나라에서는 문신이 신분의 표식뿐만 아니라 죄의 여부를 표시하거나 악귀와 병을 물리치는 주술적 의미로도 사용될 만큼 그 용도가 다양하였다. "고려와 조선시대에는 도둑의 이마에 '도 (盜)'라는 글자를 새겼으며 연산군 시절 도망한 노비의 뺨에 남자는 '도노(逃奴)', 여자는 '도비(逃婢)'라는 글자를 새겼던 기록이 남아 있다. 강원도 산간에서는 전염병이 유행할 때 이마에 붉은 동그라미를 그려 이를 예방코자 하였으며 평안북도에서는 임신부가 난산을 할 경우 발바닥에 천(天)자를 입묵했다."[50]

<그림 1> 채화칠협
출처 : 한국사전연구사 편집부, 「미술대사전(용어편)」, 한국사전연구사, 1998.
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=259370&cid=42635&categoryId=42635>

② 삼국시대

우리나라에서 화장 문화가 뚜렷하게 드러난 시기는 삼국시대(기원전 57~668)부터인 것으로 추정된다. 「삼국사기」에 따르면 고구려(기원전 57~668)의 예인(藝人)들은 연지를 이마에 발랐으며 "왕실과 귀족가문의

50) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987. p.22.

여인들은 향이 나는 물질을 몸에 바르거나 주머니에 담아 몸에 지녔다."[51] 「일본서기」에는 고구려 승려 담징이 연지의 종자인 홍화(紅花)를 일본에 전래했다는 기록이 남아 있다.

고구려의 화장문화를 가장 직접적으로 확인할 수 있는 것은 고분벽화를 통해서다. 고분벽화에는 고구려 사람들의 문화와 복식, 화장문화 등 다양한 삶의 양식이 조밀하게 표현되어 있다. 평안남도 강서군 수산리에서 발굴된 수산리 고분벽화〈그림2〉에는 볼과 이마에 붉은 점을 찍고 입술에 불그스름한 색을 칠한 여인들의 행렬이 등장하며, 평안남도 용강군 쌍영총 고분〈그림3〉에서도 고구려 귀부인과 시녀들이 연지(臙脂)로 얼굴에 점을 그린 벽화가 발견되었다. 벽화 속 여인들은 증발머리, 얹은머리, 쪽지머리 등 다양한 형태로 머리카락을 풍성하게 틀어 올리고 연지로 뺨과 입술을 단장하였으며 다양한 형태로 눈썹을 다듬는 등 당시의 화장문화가 상당히 화려하고 대중적이었음을 보여준다. 더불어 고려의 여인들은 볼과 입술을 빨갛게 하여 건강미와 아름다움을 표현하려 하였으며, 눈썹을 검게 표현하였다는 점에서 이미 삼국시대부터 눈화장의 중요성을 인지하고 있었음을 알 수 있다. 또 한 가지 특징적인 부분은 당시 사람들은 신분의 고하나 성별에 관계없이 다양한 방식의 색조화장을 즐겼으며 그 수준 또한 상당하였다는 점이다. 이는 귀부인인 여관(女官)과 시녀의 복장을 한 여인들은 물론 마부, 무용수, 연주자 등 다양한 직업군의 사람들이 화장을 하고 있음을 통해 유추해볼 수 있다.

백제의 경우 화장품 제조 기술과 화장법이 일본으로 전해졌다는 기록은 남아 있지만 그 외 어떤 화장품을 사용하였고 어떤 화장법을 즐겼는지에 대한 상세한 기록은 많이 남아 있지 않다. 다만 백제인들의 화장법은 고구려인들과는 다소 차이가 있었던 것으로 보인다. 중국의 「수서(隋書)」에는 백제(기원전 18~660년)의 여인을 묘사한 기록이 있는데, 책에 따르면 백

51) 전호태, 「고구려인의 화장과 장신구」, 역사문화연구 제55집, 한국외국어대학교 역사문화연구소, 2015. 8, p.5.

제의 여인들은 분은 바르되 연지는 하지 않는 시분무주(施粉無朱)의 우아한 화장법을 즐겨 사용하였다. 또한 신분에 따라 옷과 화장, 두발의 형태까지 달라졌는데 "머리카락을 길고 아름답게 가꾼 마한인의 전통을 계승해 남자는 상투를 틀었고, 여자의 경우 부인은 머리를 두 갈래로 땋아 틀어올린 쪽머리를, 처녀는 두 갈래로 땋아 늘어뜨린 댕기머리를 하였다."[52]

삼국 중 가장 화려한 화장문화를 선보인 것은 신라(기원전 57~935)다. 신라시대는 특히 목욕문화와 향문화가 발달하였는데 이는 신라에 꽃핀 불교문화와 무관하지 않다. 신라의 화장문화를 이끈 영육일치(靈肉一致)사상은 몸을 청결히 하고 단장하는 것이 영혼을 깨끗하고 아름답게 가꾸는 것과 같다고 여기는 종교적 철학이 배경이 된 것으로, 신라의 화장에는 이처럼 중요한 종교적 의미가 담겨 있었다.

신라의 목욕문화는 박혁거세의 건국신화를 통해서도 알 수 있다. 「삼국유사」에 따르면 박혁거세는 용모가 매우 아름다운 남자였으며, 그를 동천(東泉)에서 목욕시키자 몸에서 광채가 났다고 한다. 또한 그의 아내인 왕후 알영(閼英)은 몸매와 얼굴이 남달리 아름다웠는데, 다만 입술에 닭의 주둥이와 같은 결점이 있어 북천(北川)으로 데리가 목욕시켰더니 그것이 빠져 완벽한 미인이 되었다고 한다. 신라의 첫 임금과 왕비에 대한 이와 같은 기록은 신라인들이 지혜와 용기, 미모를 고루 갖춘 사람만을 지도자로 삼았음을 의미한다. 더불어 미남·미녀였던 그들이 목욕을 통해 더욱 아름다워지고자 노력하였음을 시사한다.[53]

신라가 국가적으로 향을 얼마나 중요하게 생각하였는가를 알 수 있는 일화로, 선덕여왕(632~646)과 당 태종의 이야기를 꼽을 수 있다. 당 태종이 선덕여왕의 즉위를 축하하기 위해 모란꽃 그림을 선물로 보내왔지만 이를 본 선덕여왕은 '나비가 없으니 향기가 없는 꽃'이라 말하였다는 것이다. 선덕여왕은 이를 자신에게 짝이 없음을 놀리는 것이라 일축하였는데, 이는

52) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.42.
53) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.25.

꽃의 그림만 보고도 향의 기능을 떠올릴 만큼 당대의 사람들이 향기에 민감하였음을 짐작할 수 있는 대목이기도 하다.

삼국시대에 향수를 어떻게 활용하였는지에 대해서는 몇 가지 실마리가 있다. 불교에서 전래된 목욕재계의 관습으로 비누에 해당하는 조두(澡豆)를 널리 사용했으며, 향을 피우는 습관도 널리 유행하였다. 향기를 내는 방법으로 향로에 향기가 나는 약물을 올려놓고 피우거나 옷고름 또는 허리춤에 향낭을 차고 다니는 방법이 널리 사용되었다. 종교와 제사의식뿐 아니라 일상에서도 향이 널리 활용되었다.[54]

<그림 2> 쌍영총 고분벽화
출처 : 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987.

③ 통일신라시대

이러한 신라의 화장문화는 삼국통일 후 더욱 빛을 발했다. 신라와 백제, 고구려의 문화가 어우러진 통일신라의 화장문화는 활발한 해외교류를 통해 더욱 눈부신 발전을 이루었다. 문무왕 6년(666년)에는 "여인들의 모든 복장을 당(唐)의 것과 동일하게 하라"는 고지가 내려졌는데, 이는 통일 이후 화장의 경향이 다소 화려해졌을 뿐만 아니라 7세기경부터 중국의 문물이 본격적으로 수입되어 복식과 화장이 국제화되었음을 의미한다.[55]

54) 김남일,「한방화장품의 문화사」, 들녘, 2013, p.49.

<그림 3> 수산리 고분벽화
출처 : 조선향토대백과 멀티미디어관
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2965276&cid=58106&categoryId=58111>

색조화장을 포함한 부분의 장신행위는 잉여적인 것으로 경제적으로 풍요로울 때, 즉 시간과 돈이 많은 경우에 그것을 과시하는 한 방법으로 채택된다. 로마시대 부를 축적한 귀족들이 향락과 자신의 외모 가꾸기에 열중하였던 것을 예로 들 수 있다.[56] 화려했던 통일신라의 화장문화도 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 삼국통일 이후 정국이 안정되고 문물이 융성해져 국민생활이 윤택해지면서 신라의 화장술과 화장품 제조 기술은 크게 발전한 것으로 보인다. 화려한 보석으로 장식한 머리빗을 머리에 꽂고 다니는 것 또한 크게 유행하였는데, "여성들은 향낭을 패용하고, 채색 비단 등으로 장식을 하였으며 수유・동백・아주까리 기름으로 머리를 다듬었다."[57] 이것이 사회적으로 지나치게 사치스러운 행태로 여겨져 흥덕왕(826~836년)은 계급별로 사용할 수 있는 빗의 장식 재료와 범위를 정해둘 정도였다.

---

55) 박덕미, 「고대 한국의 미용문화 연구」, 韓服文化, Vol.8 No.1, 한복문화학회, 2005, p.45.
56) 박보영, 「남성 색조화장의 역사적 고찰」, 한국인체미용예술학회지, Vol.3 No.1, 한국인체예술학회. 2002, p.44.
57) 박덕미, 「고대 한국의 미용문화 연구」, 韓服文化, Vol.8 No.1, 한복문화학회, 2005, p.45.

〈표1〉 고대화장의 부분별 표현과 완성 스타일[58]

	눈썹	입술	볼표현	완성스타일
전기				
	아치형이며 가늘게 표현. 눈꼬리 부분이 짧아서 전체적 이미지는 짧고 뭉툭하다.	원래의 입술선보다 전체적으로 작게 표현되었다.	백분을 한 후에 연지를 찍은 모습.	머리 형태는 올린 머리에 앞이마에 헤어밴드를 하고 있다.
후기				
	양미간이 좁다. 아치형이지만 전기보다는 두꺼우며 길게 표현되었다.	원래 입술선보다 작지만 윗입술과 아랫입술의 윤곽을 둥글게 꽃잎모양으로 표현했다.	백분에 홍색분을 섞어 볼 전체를 홍화장으로 표현. 전체적으로 안색에 생기를 주고 있다.	앞이마를 시원스레 드러내고 헤어핀을 비롯한 헤어장식으로 고정하였다.

④ 고대의 화장품

단군신화에 나타난 쑥과 마늘이 미용재료로서 기능하였을 것이라는 견해는 민간에서 널리 행해진 미용처방에서 그 근거를 찾을 수 있다. 민간에서는 "쑥을 달인 물에 목욕함으로써 피부를 건강하게 하는 동시에 미백(美白)을 기대하였고, 짓찧은 마늘을 꿀에 섞어 얼굴에 골고루 펴바른 후 씻어냄으로써 미백효과 외에 잡티·기미·주근깨 등을 제거하기도 하였다."[59]

58) 박덕미, 「고대 한국의 미용문화 연구」, 韓服文化, Vol.8 No.1, 한복문화학회, 2000, p.52.
59) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987. p.19.

읍루 사람들이 겨울에 돈고(豚膏, 돼지기름)를 발라 추위를 견뎠다는 기록은 피부를 부드럽게 하고 동상을 예방하는 돈지(豚脂, 돼지기름)의 효능을 이용한 것이다. 돈지는 햇볕 그을림(日燒)과 눈 그을림(雪燒)을 예방하고 피부를 희고 부드럽게 한다 하여 유럽인들도 피부 마사지에 사용하였던 것으로, 이를 응고시키거나 고약처럼 만들어 사용하던 끝에 크림이 개발되었다. 또한 말갈 사람들은 오줌으로 세수를 하였는데, 오줌 세수를 미백의 수단으로 이용한 민속미용의 사례로 미루어 이 또한 색다른 미용법으로 보아야 할 것이다.[60] 마한과 변진인들이 문신을 위해 사용한 물감은 해충을 물리치는 성분이 있어 예부터 염색 재료로 널리 사용되던 쪽(藍)일 것으로 보인다.[61]

고대 서양에서는 화장품이 신체를 보호하고 질환을 치료하는 일종의 약으로서 기능하였는데, 이는 우리나라를 비롯한 동양에서도 비슷한 점이 있다. 가령 백분은 고대부터 가장 중요한 화장품으로 여겨져 왔는데, 이는 얼굴을 희고 아름답게 치장하는 기능 외에도 피부를 보호하고 추위를 막아주며 자외선을 산란시키는 작용을 하였다.[62] 연지 또한 얼굴에 혈색을 더하는 심미적 효과 외에 추위로부터 피부가 거칠어지는 것을 막아주는 방한의 용도로도 사용되었다. 추위와 피부 거칠음을 막기 위해 사용했던 돈지는 크림의 기원이 된 서양의 기름이나 향유와도 유사한 면이 있다.

「후한서」에는 고조선 사람들이 조두(俎豆)를 사용하였다는 기록이 남아 있는데, 이와 더불어 읍루인과 물길인들이 독약을 만들어 사용하였다는 기록으로 보아 당시의 화장품 제조 수준 역시 피부 보호제나 미백제의 제조가 가능할 정도로 상당히 발달하였음을 미루어 짐작할 수 있다.

삼국 중 중국과 가장 인접했던 고구려는 중국의 영향을 가장 먼저 받아들여 금가루를 먹는 단(丹)을 만드는 기술을 홍화(紅花)로 연지를 만드는 기

60) 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987. p.20.
61) 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987. p.23.
62) 박보영,「고대색조화장의 유형 및 기능」, 한국인체미용예술학회지, Vol.2 No.1, 155~168쪽, 한국인체예술학회. 2001, p.164.

술로 발전시켰다. 고구려 벽화에 나타난 연지는 이 홍화에서 축출한 것임을 짐작할 수 있다. 연지는 언지(焉支)라고도 불렸는데, 백분에 홍화를 섞은 홍분(紅粉)을 뺨에 붉게 칠하는 것이 일반적이었으며, 뺨에 홍채를 하거나 얼굴 바탕을 홍색으로 물들이기도 하였다.[63]

고구려 사람들은 눈썹 화장에도 치중하였는데, 버드나무가지의 재나 굴참나무, 밤나무의 목탄 등에서 축출한 눈썹먹을 사용하거나 등심지에서 나오는 그을음을 받아 기름에 개어서도 썼고, 목화꽃을 태운 재를 기름연기에 묻혀 참기름에 이긴 것을 쓰기도 하였다.[64]

분(粉)에는 크게 두 가지의 유형이 있다. 하나는 쌀이나 찹, 밤 등의 곡식을 단순히 분쇄해서 만든 것으로 '분(紛)'은 '가루'라는 의미인 '미(米)'자와 '분(分)'자가 합쳐진 것으로 '미분(米粉)'이라 했다. 다른 하나는 미분에 비해 점성이 좋은 호연(胡粉)으로 '화연(花鉛)' 즉, 납과의 화학처리를 통하여 만들어졌으므로 '연(鉛粉)'이라 했다.[65]

신라는 백분(白粉)의 사용과 제조기술이 상당한 수준이었다. 초기의 백분은 분꽃씨가루, 쌀가루, 서속(黍粟) 등 곡식의 가루, 조개껍질을 태운 가루, 진주가루, 곱돌가루, 백토(白土), 활석가루, 말린 칡가루 등으로 만들었다. 이러한 재료로 만든 백분은 부착력과 발림성이 매우 떨어지고 잘 뭉치는 단점이 있어 사용 전 족집게나 실면도로 얼굴의 솜털을 일일이 뽑아야 했다. 또한 백분을 분접시에 덜고 물에 개어 누에고치집으로 펴바른 다음 피지에 의해 얼굴에 잘 흡착되도록 20~30분 정도 잠을 자야 했다.[66] 이러한 번거로움을 덜기 위해 백분에 납을 화학처리해 부착력을 높인 연분(鉛粉)을 사용하게 되었는데, 이는 피부색이 변하고 썩어들어가는 등 납중독의

63) 홍인자,「한국 화장문화의 연대기적 변천 특성에 관한 연구 : 개화기 이후를 중심으로」, 漢城大學校 藝術大學院: 패션藝術學科 扮裝藝術 專攻 석사학위논문, 2002, p.10.
64) 홍인자,「한국 화장문화의 연대기적 변천 특성에 관한 연구 : 개화기 이후를 중심으로」, 漢城大學校 藝術大學院: 패션藝術學科 扮裝藝術 專攻 석사학위논문, 2002, p.10~11.
65) 박덕미,「고대 한국의 미용문화 연구」, 韓服文化, Vol.8 No.1, 한복문화학회, 2000, p45.
66) 조진아,「고대 화장치레 문화를 통한 한국 전통 미의식에 관한 연구」, 경복논총 NO.4, 경복대학, 2000, p.524.

원인이 되었다. 또한 백분에 붉은 색을 염색한 색분(色粉)을 만들어 쓰기도 하였는데, 백합꽃의 붉은 꽃술 가루를 누에고치집에 묻혀 볼을 바르는 식이었다.[67]

미분의 제조과정은 분 사발에 미즙을 가득 채워 침전시켜서 얻은 깨끗하며 기름진 분(紛英)을 햇볕에 건조시켜 덩어리로 만든 다음 그것을 갈아서 분말로 만드는 식이었다. 「계연(計然) 포박자(抱朴子)」 등의 기록에 의하면 연분은 "일종의 엄한 화학처리를 거친 후에 생겨난 인조 안료의 하나"로 연석과 산을 섞은 황단이 변화하여 끈적거리는 상태가 된 것을 말한다. 이는 부착력은 좋지만 납독을 유발하는 단점이 있었다.[68]

또한 신라인들은 향수와 향료를 애용하였는데, 향수로는 향내 나는 물질을 압착시키거나 꽃잎을 기름에 재어 얻은 화정유(花精油), 동식물이나 광물질을 기름에 용해시켜 만든 향유(香油) 등을 사용하였다. 그러나 이러한 향수는 제조와 보관이 어려운 단점이 있어 향기 짙은 식물을 말려 가루내거나 향나무를 잘게 토막낸 것, 광물질이나 동물의 일부를 고형 또는 분말형태로 제조한 향료가 널리 애용되었다. 이러한 향료는 향로에 넣고 불을 피워 연기를 내거나 향낭에 넣고 옷고름 혹은 허리춤에 찼는데 이는 남녀노소 신분에 관계없이 패용하였다고 한다.[69]

⑤ 고대의 화장도구

선사시대의 생활유적지인 패총과 고인돌, 돌무덤 등에서는 꼭지가 여럿인 청동거울을 비롯해 다량의 원시형 장신구가 발견되었다. 낙랑의 유물에서도 장신구 외에 빗과 비녀, 거울 등의 화장도구를 찾아볼 수 있다. 이는 고대 이전 선사시대부터 이미 화장문화가 발달하기 시작하였음을 알게 하는 중요한 단서가 되고 있다.

삼국시대 화장문화에 커다란 영향을 끼친 것은 종교였다. 특히 불교의 전

67) 전완길, 「화장풍속사」, 月刊藥局, 1982, p.164.
68) 박덕미, 「고대 한국의 미용문화 연구」, 韓服文化, Vol.8 No.1, 한복문화학회, 2000, p.45.
69) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987. p.29.

래와 신라인의 불교 신봉은 화장과 화장품의 발달에 직접적인 요인이 되었는데, 불교의 영향으로 향을 중시하고 목욕을 자주 하여 몸을 깨끗이 해야만 마음도 정결해진다는 목욕재계 중시 사상이 생활 전반을 지배했기 때문이다. 신라시대의 유물 중에는 향로〈그림 12〉나 대야와 같은 것들이 상당수 남아 있어 그 시대의 목욕문화가 얼마나 일반화되어 있었는지를 짐작케 한다. 또한 신라시대의 절간에는 지금의 공중 목욕탕격인 대형 목욕시설이 갖춰져 있었으며 각 가정에도 목욕시설이 구비되어 있을 정도였다.

신라인들의 높은 미의식은 화장품은 물론 이를 담는 용기와 화장구(化粧具)의 발달을 가져왔다. 화장품 용기와 화장구는 금·은·옥 외에 청동 및 돌, 나무, 토기 따위로 만들었을 것이지만 금·은·옥·청동 제품은 상류사회 일부 계층만이 사용하였을 것이며 나무 제품은 대부분 부식되어 거의 남아 있지 않고 토기 제품이 주로 남아 있다. 토기 제품은 다른 재질에 비해 만들기가 용이하고 열·온도·습도에 민감한 화장품 저장에도 적합하여 대중적으로 널리 사용되었다.[70] 신라시대에 화장품 용기로 사용된 토기로는 분을 저장하는 '토기분합'과 분이나 연지를 개어 쓰는 '토기접시', 연지나 미묵을 갤 때 쓰는 기름 또는 머릿기름을 저장하던 '토기유병'〈그림 13〉, 향유를 저장하던 '향유병', 그리고 여러 화장품을 한데 담아두던 '토기화장합'〈그림 14〉 등을 꼽을 수 있다. 눈썹과 이마의 잔털을 뽑던 '족집게'〈그림 15〉도 유물로 남아 있다.

청자와 거울 제작기술의 발달은 고려시대 화장문화가 크게 발달할 수 있던 주요인으로 손꼽힌다. 당시 고려의 청자 제작 기술은 청자기와로 지붕을 덮을 만큼 뛰어난 것이어서, 식기와 생활용품은 물론 다양한 종류와 형태의 청자 화장용기까지 제작하기에 이르렀다. 중국에서 전해진 거울을 독자적인 방식으로 대량생산해 보급함으로써 귀족들은 물론 일반 대중들까지도 널리 화장문화를 즐길 수 있게 되었다. 고려경(高麗鏡)이라 불린 이 거울은 일반에까지 널리 보급되어 기본적인 화장도구로 기능하며 고려시대 화장문화가

70) 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987. p.32.

꽃을 피울 수 있게 하였다.

<그림 12>향로형 토기. 신라시대, 5~6세기, 높이 25.5cm, 내부 높이 13.8cm, 윗지름 24cm, 굽지름 21cm, 경북 상주 출토.
출처 : 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987.

<그림 13> 토기유병.
통일신라시대, 9~10세기, 높이 10.8cm, 입지름 2.5cm, 몸통지름 11.6cm, 굽지름 6.6cm
출처 : 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987.

<그림 12> 토기화장합.
가야시대, 5~6세기, 높이 4cm, 가로 11.3cm, 세로 11cm.
출처 : 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987.

<그림 13> 족집게.
길이 7.2~13.3cm, 고려, 조선시대 청동족집게 및 백통족집게.
출처 : 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987.

⑥ 고대의 화장품 유통

삼국 중 중국과 지역적으로 가장 인접한 고구려는 신라나 백제에 비해 화장문화의 유입이 빨랐다. 특히 구하사(久下司)의 「화장(化粧)」에는 推古天皇 18년(610) 9월 고구려의 담징이 연지의 종자를 일본에서 가지고

왔다는 기록이 있어 고구려가 일본에 연지를 전파할 정도로 연지를 보편적으로 사용하고 있었음을 알 수 있다.[71]

삼국시대의 화장과 화장품 제조기술의 상당수는 중국으로부터 유입된 것으로 보이지만 반대로 삼국의 화장품 제조기술이 중국에 전파된 사례도 있다. 특히 4~5세기경 고구려의 연지 제조기술은 상당히 뛰어난 것이어서 중국이 이를 배워가기도 하였다. 한대 이후 중국 여성들의 화장이 화려해지기 시작한 것 또한 이 연지의 사용에서 비롯된 것인데 이후 여성의 붉은 화장법이 날로 증가하여 중국의 화장은 대체로 연지와 분이 병용되는 식이었다.[72]

신라에서는 일찍부터 화장품 제조기술이 발달하였는데, 특히 신라인의 가체는 중국의 가체보다 길고 아름다워 당나라 여인들이 매우 탐을 냈다고 한다. 신라의 가체는 여러 차례 교역품으로 보내졌고, 수출도 하였는데 이는 신라가 이미 동백이나 아주까리, 수유 등으로 머릿기름을 제조해 모발을 손질할 정도의 수준을 갖췄기 때문으로 보인다. 또한 신라의 화장품 제조술은 일본에도 영향을 미쳤는데, "일본의 한 고 문헌에는 신라의 한 승려가 서기 692년에 일본에서 연분을 만들어 상을 주었다는 기록이 남아 있다."[73] 또한 통일신라시대에 유행하던 색분을 활용한 연지는 당대에 유행하던 '단훈장'의 방법과 유사해 당과 통일신라의 교류가 매우 활발하였으며, 이를 통해 화장술과 화장품 제조법을 공유하고 있었음을 알 수 있다.

일본의 에도시대 백과사전격인 화한삼재도회(和漢三才圖會)에서는 백제의 화장품 제조기술과 화장기술이 일본에 전해져 이후부터 일본에서도 화장문화가 발전한 것으로 기록되어 있다. 백제의 화장문화 수준을 짐작해볼 수 있는 부분이다.

---

71) 박덕미, 「고대 한국의 미용문화 연구」, 韓服文化, Vol.8 No.1, 한복문화학회, 2005, p45.
72) 박보영·황춘섭, 「한국, 중국, 일본의 색조 화장문화」, 服飾, Vol.39, 한국복식학회, 1985, p314.
73) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.28.

2) 고대의 화장문화를 통해 본 성의식

단군신화에 등장한 쑥은 민간에서 내려온 미백재료로서의 효능 이외에 여성과 화장이라는 상징적인 측면에서도 주목할 필요가 있다. “쑥은 여성에게만 유효한 약재가 되고, 곰이 허물을 벗어 여성으로 된다는 것에서 피부와 관련이 있는 상징으로 해석할 수 있다.[74] 그러나 “미개한 곰부족의 여성이었던 웅녀가 환웅의 여자가 되기 위해 쑥과 마늘을 먹으며 버텼다”는 것은 지극히 남성중심적인 사고에서 비롯된 해석으로, 최근의 여성학적 접근법을 통한 연구에서는 이처럼 쑥과 마늘을 먹고 사람이 된 곰의 행위에서 기존의 피지배 집단으로서의 토템부족의 모습이 아닌 보다 진취적이고 자아 독립적인 여성상을 찾아내었다.

강영경의 「단군신화에 나타난 웅녀의 역할」에서는 곰이 외부와 차단된 채 쑥과 마늘만으로 100일을 견디는 과정은 동면을 하면서 아무 것도 먹지 않고 겨울을 견뎌내는 인내심 강한 동물로서의 곰을 상징한다고 해석하였다. 또한 웅녀는 신이 제시한 백일의 기간을 스스로 단축해 21만에 목표를 성취할 만큼 적극적이고 능동적인 여성이었으며, 온갖 맹수들이 들끓는 위험하고 험한 산을 결단력 있고 담대하게 올라 신단수가 있는 정상에 이를 만큼 용맹하였다는 것이다. 뿐만 아니라 스스로 향이 강한 식재이자 약재인 쑥과 마늘에 관심을 갖고 적응, 관찰하며 그 효용가치를 알아내었고 필요할 때 유용하게 쓸 수 있도록 보관하고 비축하고 재배할 필요가 있는 식물임을 알게 되었을 만큼 영민하였다고 보았다.[75]

그러나 이와 같은 화장 행위가 여성에게만 나타난 특징적인 생활상으로 볼 수는 없다. 낙랑시대의 무덤 채협총(彩篋塚, 기원전 108～313년)의 채화칠협(彩畵漆篋)에 등장하는 머리털과 눈썹을 단장한 인물들은 여성이 아

74) 홍인자,「한국 화장문화의 연대기적 변천 특성에 관한 연구 : 개화기 이후를 중심으로」, 漢城大學校 藝術大學院: 패션藝術學科 扮裝藝術 專攻 석사학위논문, 2001, p.6.
75) 강영경, 「단군신화에 나타난 웅녀의 역할」, 여성과 역사, Vol 16, 한국여성사학회. 2012,pp.44~48.

닌 남성의 모습을 하고 있으며, 마한에서의 문신에 대한 기록도 남성 또는 남녀가 모두에게 해당되는 것이었다.

고구려 고분벽화에 나타난 인물들은 대부분 눈썹이 단정한 형태로 잘 정리되었고 눈썹 색상은 검은색으로 표현되었다. 여인들은 신분에 관계없이 붉은 색의 연지를 사용하였는데, 남녀의 성별과 신분에 차이 없이 입술을 작으면서도 선명하고 붉게 표현하는 것이 현대에 큰 입을 선호하는 것과는 대조적이다. 특히 입술을 붉게 칠하는 입술 장식은 국가를 막론하고 공통적으로 나타나는 특징이기도 하지만 고구려 고분벽화에서는 여자뿐만 아니라 안악3호분의 묘주, 수산리 고분의 문지기 등 남자도 입술을 붉게 표현한 것을 볼 수 있다.[76]

특히 신라시대는 남성의 아름다움이 여성의 아름다움 못지않게 중시되던 사회다. 남성이 화장을 즐겨한 기록은 신라시대에 집중적으로 나타난다. 「삼국유사」에 따르면 신라의 시조 박혁거세는 용모 또한 매우 아름다웠으며, 그를 동천(東泉)에서 목욕시키자 몸에서 광채가 났다고 한다. 이는 영육일치 사상을 바탕으로 한 신라의 통치이념을 상징적으로 보여주는 일화로, 내면의 리더십은 물론 외면의 아름다움 또한 신라의 지도자가 갖춰야 할 중요한 자질 중 하나였음을 암시한다. 이러한 미의식이 미인과 미녀를 뽑는 원화와 화랑제도로 이어졌다. “신라를 대표하는 꽃미남 집단이기도 하였던 ‘화랑’은 화장을 하고 목걸이, 귀걸이와 같은 장신구로 치장을 하였는데 이로 인해 다양한 재료를 사용한 화장품이 탄생하고 화장술도 발달하게 되었다.”[77]

종교는 신라의 생활과 화장문화 뿐만 아니라 성인식에도 크게 영향을 미쳤다. 그 중 하나가 단군신화로부터 이어져온 토템 사상이다. 단군신화에는 웅녀 외에 또 한 명의 여성이 등장하는데, 바로 환웅의 개벽실현에 중요한

76) 신지현, 「고구려 고분벽화에 나타난 얼굴 특징과 화장」, 한국미용학회지, Vol.10 No.2, 한국미용학회, 2004, p.131.

77) 김민선, 「고조선·삼국시대·고려·조선시대의 결혼 풍속도와 화장 복식 및 헤어 스타일 고찰」, 한국뷰티아트학회지, 제2권 제1호, 한국뷰티아트학회, 2004.12, p.97,

역할을 담당하는 풍백(風伯)이다. 풍백은 바람을 일으키는 풍신(風神)으로, 지상세계와 천상세계를 연결시켜주는 메신저, 즉 무당으로서 곡식과 생명을 담당하였다. 고대에는 새가 주로 바람을 일으킨다고 생각하였으므로 풍백은 새토템 사상과도 깊은 관련이 있으며 새는 여성을 상징하는 것이어서 웅녀와 더불어 후대의 여성상을 형성하는 데 영향을 주었다.[78]

하현진의 「『화랑세기』에 나타난 신라 여성의 사회적 지위와 활동」에서는 웅녀를 환웅에게 종속된 순종적인 여성으로, 풍백을 환웅과 평등한 위치에서 지상세계를 천상화한 정치 지도자로 해석하였는데 그 영향이 각각 웅녀의 의식을 계승한 고구려와 백제, 그리고 풍백을 숭상한 신라로 이어져 각국의 여성성이 결정지어졌다고 보았다. 이는 삼국 중 신라만이 유일하게 여성이 왕권을 획득하고 제사를 관장하였으며 '원화'제도 등을 통해 정치에 관여하였던 사실에서도 확인된다. 또 한 가지, 지정학적으로 중국과 가까웠던 고구려와 백제가 일찍부터 고대 중국의 유교적 여성관을 받아들여 여성을 노예나 남성의 소유물로 여기고 순종을 강조하게 된 반면 신라는 중국과 백제를 통해 중국문화가 유입되어 상대적으로 그 영향을 적게, 그리고 늦게 받았던 것이 고유의 문화를 오랫동안 유지·발전시킬 수 있었던 요인으로 꼽힌다.

이처럼 역사적으로도 남성에 비해 여성의 사회적 지위가 열악하지 않은 시기일수록 화장문화가 다양하고 풍성하게 빛을 발하였다는 점은 전통적으로 화장이 남성에 종속된 여성의 미적 행위가 아닌 여성 스스로의 주체적 행위로 받아들여지고 있었음을 의미한다. 또한 화장문화가 우리나라 고대 여성의 지위가 어느 정도 자유롭고 개방적이었다는 사실을 뒷받침한다.

78) 하현진, 「『화랑세기』에 나타난 신라 여성의 사회적 지위와 활동」, 현상해석학적 교육연구, 한국교육현상해석학회, Vol.7(2), 2010, pp.93~94.

2. 고려시대

1) 고려의 화장문화

① 고려시대 화장문화의 특징과 유형

탐미주의적 색채가 강했던 고려(918~1392년) 사회는 사치와 퇴폐문화가 만연하여 화장기술은 물론 화장품과 화장도구에 있어서도 상당한 발전을 이루었다. 통일신라의 정치제도와 문화를 계승하려 했던 고려의 정서가 화려했던 화장문화까지도 고스란히 이어받은 것이다. 여기에 청자와 거울의 제작 기술이 더해지면서 고려시대는 그야말로 우리나라 화장문화사의 첫 번째 전성기라 부를만 했다. 특히 몽고의 침입 등으로 외세의 영향을 받기 시작한 고려 중기 이후에는 대외무역이 발달하면서 사치풍조가 더욱 만연하였다.

고려시대 여염집 여인들의 화장문화를 알 수 있는 기록으로는 고려 중기 1123년(인종 1년), 송나라 사절로 고려에 머물렀던 서긍의 「고려도경(高麗圖經)」을 꼽을 수 있다. 「고려도경」에는 당시 고려인들의 생활상과 화장문화에 대한 기록이 남아 있는데, 이에 따르면 이 시대 여성들은 자유분방하여 어느 곳에나 드나들 수 있었고, 특히 내외법이 없어 이권을 위해 권문세가의 집안을 출입하는 것도 예사였다. 고려는 여성들의 관직 진출이 허용되지는 않았으나 사회활동이 매우 자유로웠으며 사회적 지위와 권한이 높은 사회였다. 화장문화 또한 매우 화려하고 다채로웠다. "고려시대의 불화에 나타난 여신도들의 얼굴이나 〈수월관음도〉(그림 16)에서 관음상을 향해 공양물을 가지고 가는 여신도들의 얼굴은 화장을 하고 있는데 왕과는 달리 피부가 희고, 특히 이마와 코, 턱 부분을 더욱 밝게 화장하였으며 눈썹을 가늘고 길게 그리고 입술을 붉게 칠한 것을 볼 수 있다."[79]

---

79) 홍인자,「한국 화장문화의 연대기적 변천 특성에 관한 연구 : 개화기 이후를 중심으로」, 漢城大學校 藝術大學院: 패션藝術學科 扮裝藝術 專攻 석사학위논문, 2001, p.16.

여염집 여인들과 직업여성들의 화장법에 구분이 생긴 것도 고려시대부터인 것으로 추정된다. 연지를 바르지 않는 옅은 화장인 담장(淡粧)을 즐겼던 여염집 여인들과 달리 기생과 같은 직업여성들은 한결같이 얼굴에 하얗게 분을 바르고, 눈썹은 가늘고 긴 반달 모양으로 다듬어 먹으로 검고 진하게 그렸으며, 뺨과 입술에는 연지를 발랐다. 머리에는 번들거릴 정도로 기름을 발라 윤기를 표현하였다. 이처럼 눈썹을 진하게 그리고 얼굴을 희게 표현하는 야한 화장법을 분대화장(粉黛化粧)이라 하였으며, 이는 기생이라는 직업의 상징처럼 여겨져 조선시대까지 그 전통이 이어졌다. '분대'는 후대에 진하거나 야한 화장을 한 여인들의 모습을 통칭하는 말로도 사용되었다.

분대화장법을 정책적으로 장려하고 가르치기 시작한 것은 고려 태조 왕건 때라고 기록되어 있다. 왕건은 중국의 제도를 본따서 궁궐 안에 국립기생양성소와 같은 성격을 지닌 교방을 설치하고, 관아의 비녀(婢女) 가운데 얼굴이 예쁘고 몸매가 단정한 여자들을 선발하여 기생이 갖춰야 할 여러 가지 교양과 몸가짐을 익히게 하였다.[80] 이들 기생에게는 교방에서 전수된 화장법만이 허락되었는데, 이는 조선시대까지 그 전통이 이어졌다.

그러나 이러한 화려한 화장법의 전래는 화장에 대한 부정적인 이미지도 함께 가져왔다. 여염집 여성들은 평소 화장을 하지 않고 연회나 나들이 때만 엷은 화장을 함으로써 직업여성과의 차별을 두려 하였다. 색조화장을 조금만 진하게 해도 화류계를 떠올릴 만큼 부정적인 시각이 생겨난 것이다. "이러한 경향은 조선시대를 거쳐 오랫동안 한국인이 갖고 있는 화장의식으로, 화장품 개발과 화장문화가 다른 나라보다 뒤떨어지게 된 원인이 되었다."[81]

고려시대에 특기할만한 또 한 가지는 향에 관한 다양한 기록들이다. 「고려도경」에 따르면 고려의 귀부인은 "향유(香油) 바르기를 좋아하지 않고,

80) 홍인자,「한국 화장문화의 연대기적 변천 특성에 관한 연구 : 개화기 이후를 중심으로」, 漢城大學校 藝術大學院: 패션藝術學科 扮裝藝術 專攻 석사학위논문, 2002, p.14.
81) 홍인자,「한국 화장문화의 연대기적 변천 특성에 관한 연구 : 개화기 이후를 중심으로」, 漢城大學校 藝術大學院: 패션藝術學科 扮裝藝術 專攻 석사학위논문, 2002, p.15.

분은 바르되 연지를 즐겨 바르지 않았다. 눈썹은 넓게 그리고, 검은 비단으로 만든 너울을 쓰고, 감람(橄欖) 빛깔의 넓은 허리띠를 두르고 채색한 끈에 금방울을 달고, 비단 향낭을 여럿 찼는데, 향낭을 여러 개 패용할수록 자랑스럽게 여겼다"[82]고 한다.

향에 관한 또 다른 기록은 고려에 전해지는 재가승(在家僧)의 출가법 팔계재(出家法 八戒齋)에 과한 것이다. 팔계재에는 '도식향만(塗飾香鬘), 부저화영락(不著華瓔珞), 불향도(不香塗身), 부저향훈의(不著香薰衣)' 등의 항목이 있는데 이는 일부 계층에서 행해지던 지나치게 화려한 화장과 차림새를 종교적으로 경계하기 위한 조치였던 것으로 보인다. 실제로 "고려의 귀부인들은 피부나 머리카락, 옷 등에 향료를 뿌리거나 바르고 갖가지 보석과 장신구를 패용하였으며 겹겹의 진한 화장을 즐겨 일부 사찰에서는 이러한 차림의 신자들의 출입을 금지하기까지 하였다"는 것이다.[83]

이처럼 고려 여인들의 화장문화에 대한 서긍의 기록과 출가법 팔계재의 기록이 다른 것은 고려 여인들의 치장이 신분에 따라 달랐기 때문일 것이다. 서긍의 기록은 중국인의 눈에 비친 것으로, 당시 중국의 화려한 색조화장에 대비한 표현임을 감안한다면 통일신라시대의 한국 고유의 엷고 우아한 화장이 고려시대에 접어들어 다소 중국화되었다고 해도 그 기본에는 변함이 없었음을 알 수 있다. 또한 통일신라시대의 화려하고 사치스러운 경향이 고려시대에 일부 더욱 사치스러워진 측면이 있었으며, 이에 대한 반발 또한 적지 않았음을 알 수 있다.[84]

모발에 색을 입히는 '염모'에 대한 기록도 남아 있다. 고려 말엽 사설시조 중에 "백발에 화냥 노는 년이 젊은 서방 하려고 센(흰) 머리에 흑(墨) 칠하고 태산준령으로 허위허위 넘어가다가…(이 시조는 조선 초기의 작품이라는 견해도 있음)"라는 구절로 미루어볼 때 고려 말엽에 머리 염색이

82) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.46에서 재인용.
83) 조진아, 「고대 화장치레 문화를 통한 한국 전통 미의식에 관한 연구」, 경복논총 NO.4, 517~536쪽, 경복대학, 2000.
84) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.46.

서민사회에까지 확산되어 있었음을 알 수 있다.[85]

고려시대 화장문화의 또 한 가지 특징은 목욕문화다. 「고려도경」에는 고려의 부인들이 향유 바르기를 즐기지는 않았으나 목욕을 즐겼다고 기록되어 있다. 책에 따르면 고려인들은 남녀 없이 깨끗한 것을 좋아하여 아침에 일어나면 먼저 목욕을 하고 대문을 나서며, 여름이면 냇가에 나가 하루 두 번씩 목욕을 해서 '중국인들은 잘 씻지 않고 때가 있어 더럽다'고 했다는 것이다. 이는 고려인의 목욕문화를 중국과 비교해 기록할 만큼 고려인의 목욕문화가 잘 발달하였음을 의미한다.[86] 또한 고려의 귀족들은 향이 나는 식물을 삶은 물에 목욕을 하여 몸에서 좋은 향이 나도록 하였고, 관례나 종교의식을 치르기 전에는 지위의 고하를 막론하고 반드시 목욕을 하여 예를 갖췄다.

고려인들의 복장과 화장문화가 몽고의 영향을 받게 된 것은 고려 후기 원나라와의 교류가 활발해지면서 부터인 것으로 보인다. 상류층을 중심으로 파급되었던 몽고의 여러 풍습 가운데 일부는 왕족과 관리들은 물론 일반인들 사이에서도 크게 유행하였으며 공민왕에 이르러서는 반원 정책의 일환으로 변발과 호복의 착용 등을 금할 만큼 그 부작용 또한 심각하였다. 그러나 신부의 결혼 예복에 사용된 족두리, 연지와 곤지를 찍는 풍습 등은 조선시대까지 이어져 전통혼례의 일반적인 모습으로까지 정착되었다.

② 고려시대의 화장품

분대화장이라는 말은 고려시대 기생들의 화장법에 주로 사용되던 화장품이 분(粉)과 눈썹먹(黛)이었던 것에서 유래하였다. 얼굴을 뽀얗게 덮을 정도로 분을 바르고 눈썹을 가늘게 다듬어 또렷하게 그리는 것이 분대화장의 기본이었는데 이후 이 화장품의 대표 격인 '분대'는 화장품을 총칭하는 의미로까지 쓰이게 되었다. 분대 외에도 손과 얼굴을 희고 부드럽게 하는 피

85) 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.47.
86) 홍인자,「한국 화장문화의 연대기적 변천 특성에 관한 연구 : 개화기 이후를 중심으로」, 漢城大學校 藝術大學院: 패션藝術學科 扮裝藝術 專攻 석사학위논문, 2001. p.16.

<그림 16> 고려시대 수월관음도의 귀부인
출처 : 문화콘텐츠닷컴
<http://www.culturecontent.com/content/contentView.do?search_div=CP_THE&search_div_id=CP_THE005&cp_code=cp0213&index_id=cp02130415&content_id=cp021304150001&search_left_menu=>

부 보호제로 오늘날의 크림에 해당하는 '면약'이 사용되었으며, 고려시대의 것으로 남아 있는 면약호(약을 담아두는 병)의 크기와 모양새로 보아 당시의 면약은 액상이었을 것으로 추정된다.

유독 청결을 중시하였던 고려인들의 목욕문화는 부유층을 중심으로 발달하였는데, 이들은 난초 삶은 물에 목욕을 해 희고 부드러운 피부를 간직하였으며 몸에서 향내가 나도록 하였다.[87] 분대화장을 제거하기 위한 세안제와 세숫물에 대한 관심 또한 높아졌는데 이는 색조화장이 피부에 끼치는 악영향을 피하기 위한 것으로 볼 수 있다.[88]

머릿기름인 향유를 즐겨 사용하지는 않았으나 향문화가 퇴색한 것은 아니었다. 고려시대 역시 불교를 숭상하였으므로 향을 늘 가까이 접하며 향재를 이용한 여러 방법들을 고안해내었다. 향나무로 가구를 만들어 향침구와 함께 내실을 꾸몄으며, 의향법(衣香法), 향벽충법(香僻蟲法)처럼 향을 사용한 벌레 퇴치법과 향 증기를 의복에 깃들이게 하는 법 외에도 향차(香

87) 홍인자,「한국 화장문화의 연대기적 변천 특성에 관한 연구 : 개화기 이후를 중심으로」, 漢城大學校 藝術大學院: 패션藝術學科 扮裝藝術 專攻 석사학위논문, 2001. p.17.
88) 이연복·이경복 공저,「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, p.24.

茶), 향주(香酒)처럼 향내음을 우려 만끽하는 기호품까지 발전시켰던 것이다.[89]

고려시대의 미용법과 피부질환 관련 처방을 알아볼 수 있는 기록은 거의 남아있지 않다. 1236년(고종 23년)경 간행된 것으로 보이는 「향약구급방(鄕藥救急方)」이 현존하는 가장 오래된 의서이자 남아있는 고려시대의 유일한 의서이다. 「향약구급방」에는 동상이나 종기, 부스럼, 두드러기, 버짐 등의 피부질환을 치료하는 처방과 미용법에 대한 기록이 상당수 남아있어 당시의 피부미용 수준을 짐작할 수 있게 한다.

<그림 17> 청자유병. 고려시대. 입지름 3cm, 몸통지름 10cm, 바닥지름 5cm,, 높이 8cm
출처 : 명지대학교 박물관
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2252025&cid=51293&categoryId=51293>

<그림 18> 청자투각모란당초문화장갑. 고려시대. 높이 11.8cm, 너비 21.8cm, 폭 14.8cm
출처 : 동경국립박물관
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=563798&cid=46657&categoryId=46657>

89) 이연복·이경복 공저,「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, p.24.

③ 고려시대의 화장도구

화장품의 소비량 증가에 따라 그 용기와 도구, 장신구의 대량 제작이 이루어졌을 것으로 추측되지만 남아 있는 유물은 그리 많지 않다. 고려인들이 신라인들에 비해 부장품을 간소화한 탓도 있지만 고려의 행정중심지였던 개성이 현재 북한에 편입되어 있어 발굴이 적게 이뤄진 것도 원인일 것이다.[90]

고려시대에 화장품 용기로 주로 사용된 것은 청자였다. 향유나 머릿기름을 담아 놓는 청자 유병〈그림 17〉이나, 화장품 종합 팔레트에 해당하는 청자상감모자합 등이 유물로 남아 있다. 특히 청자상감모자합에는 작은 합과 소병이 들어 있어 여기에 분백분, 연지, 머릿기름, 향유 등을 담아 사용했던 것으로 보인다.[91]

고려의 청자 기름병은 신라의 토기 기름병과 모양이 대체로 비슷하지만 몸통이 넓고 운두가 낮으며 그 형태와 무늬가 매우 다양하다. 이는 기물 형태에 대한 기호가 시대에 따라 달라진 점도 있지만, 각기 다른 기름을 담은 때문으로 추측된다. 유병 중 비교적 큰 토기유병은 소비량이 많은 머릿기름 저장용이었을 것으로 보이며, 소형의 청자병들은 향수(香水, 엄밀히 말하면 꽃잎을 압착시켜 만든 즙)를 담은 것들이다. 소형의 청자병은 표주박 모양에 몸통은 7면으로 하는 등 정교하고 앙증스럽게 만들었으며, 몸체와 같은 재질의 뚜껑을 덮은 것 혹은 뚜껑이 아예 없는 것도 있다. 뚜껑이 없는 병들은 종이와 헝겊으로 뚜껑을 대신하였으며, 뚜껑이 있는 것도 종이나 헝겊 따위를 뚜껑 갈피에 끼워 증발을 막았다. 이 밖에도 향료를 담았던 향합(香盒), 향료를 사르던 향로(香爐), 연지를 담는 연지합(臙脂盒), 연지를 기름에 갤 때 쓰는 반죽그릇 등이 있다.[92]

남아있는 고려의 화장도구 증 특히 많은 양을 차지하는 것은 향로이다.

---

90) 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.48.
91) 문선주,「연지와 분백분, 화장의 기초를 세우다」, 국악누리 제90호, 국립국악원, 2007. 10, p.29.
92) 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987, pp.48~53.

향로에는 향을 담아 놓아두는 거향로를 비롯해 손에 드는 병향로, 걸어두는 현향로 등이 있는데 고려시대에는 거향로를 가장 많이 사용했던 것으로 보인다. 고려의 거향로는 대부분 몸체와 뚜껑, 받침으로 구성되는 고배형이다.

가장 널리 사용된 화장품은 백분(白粉)이었는데, 신라시대에 이미 납분이 제조되었으므로 고려시대에도 납분이 쓰였을 것이나 이는 제조방법이 까다로운 고급 화장품이었으므로 일부 계층에 한정되어 사용되었을 것으로 보인다. 1회 사용량 또한 백분에 비해 적어서 청자에 비해 생산량이 적은 백자에 담았다. 그 외의 백분은 백자분합보다 큰 청자분합에 저장되었다. 대부분의 청자가 미려하지만 분합은 여성용이기에 무늬와 색깔이 더욱 아름다웠다. 또한 백분을 사용하기 위해서는 백분을 반죽할 수 있는 분접시, 연적과 유사한 물그릇 등이 필요했다.[93]

이러한 소형 화장품 그릇을 담는 화장용기합〈그림 18〉도 다수 만들어졌다. 대부분 다섯 개의 화장품 그릇을 담았으나 일곱 개를 담은 것도 간혹 보이며, 직사각형의 투각 화장상자와 같은 특이한 예도 있다.[94]

「고려도경」에는 "송나라의 정사(正使), 부사(副使), 도할관(都轄官), 제할관(提轄官)의 자리에 은제(銀製)의 면약호(面藥壺, 면약을 담아두는 병)를 두고, 그 밖의 사람들에게도 구리로 만든 면약호를 두었다고 기록되어 있다. 면약호는 둥근 배에 목이 길며 뚜껑이 다소 뾰족한 모양이라고 하며, 높이는 5치(약 15cm), 배의 지름은 3치5푼(약 10.6cm), 용량은 1되였다"고 한다.[95]

고려시대에는 족집게와 손톱다듬기 같은 화장구도 사용되었다. 족집게의 경우 모양은 오늘날의 것과 거의 비슷하며 가리마를 타는 동시에 이마의 솜털을 뽑는 데 사용했음직한 것도 있다.[96]

---

93) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.53.
94) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.54.
95) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.47.
96) 전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987, p.54.

고려의 관아에는 각종 기술자가 배치되어 있었는데, 그 중에는 거울 제조기술자(鏡匠)와 빗 제조기술자(梳匠)가 포함되어 있었다. 화장의 기본 도구인 거울과 빗의 소비량이 많아 이것을 양산하기 위한 조치였을 것이다. 이는 또한 신분에 구애받지 않고 각계각층의 고려 여인들이 화장을 하였음을 입증하며, 화장품 제조기술자도 따로 두었을 가능성을 추측케 한다.[97]

2) 고려의 화장문화를 통해 본 성의식

고려는 우리나라 역사상 어느 시대보다 여성의 지위가 높고 성별에 따른 차별에서도 자유로운 사회였다. 어린 남자를 받아들여 데릴사위로 키우는 솔서제가 전통적인 풍습으로 행해졌으며, 여성들이 혼인을 하고서도 친정에서 생활하는 '서류부가혼(壻留婦家婚)제도 성행하였다. 근친혼, 동성혼도 흔한 풍경 중 하나였다. 노비와 토지 등 사유재산을 상속받는 데 있어 결혼의 여부와 관계없이 남녀의 차별이 없었으며, 아내로서 남편의 재산 상속에도 참여할 수 있었던 점에서도 고려시대 여성의 지위와 경제적 위상을 알 수 있다.

고려의 여성들은 방적과 재봉 같은 여공을 통하여 가정의 경제적인 문제를 해결하는 가정 경제의 주체였다. 중요한 것은 여공을 단순히 경제적 생산수단으로 인식하는 것이 아닌, 남성의 사회적 업적과 동등한 개념의 직분으로 바라보았다는 점이다.[98]

물론 고려시대에 유입된 유교사상은 결정적으로 여성의 사회 참여를 가로막음으로써 지위를 약화시키고 남성의 사회적 입지를 강화하는 불평등 사회로의 이관을 예견했다. "유교적 정치사상으로 남성에게는 관료로서의 사회적 출세를 보장되었으나 여성의 사회적인 역할은 위축되었다. 가정생

97) 전완길,「한국화장문화사」, 열화당, 1987, pp.47~48.
98) 김선영,「高麗時代 女性의 地位와 役割」, 인제대학교 교육대학원 : 역사교육전공 석사학위논문, 2004, p.25.

활과 자녀양육에 필요한 여성의 소양과 부덕에 관한 유교적 규범의 교육으로 유교적 여성관이 자리 잡게 되었으며, 주자학의 도입으로 가부장적 남존여비사상과 내외법 등의 유교적 도덕규범이 생활화되면서 여성의 사회적 지위는 점차 약화되었다."[99]

그럼에도 고려 사회는 여성이 가정에서 담당해야 할 '내조'를 매우 적극적인 개념으로 이해하였으며, 남성과 여성의 역할을 활동 범주를 달리한 동등한 개념으로 생각하였다. 또한 여성에게도 자신의 직분을 수행할 때 그에 걸 맞는 의식을 갖추길 원했다[100]는 점에서 조선시대의 그것과 차이가 있었다.

성인지적 관점에서 고려 여성들의 정치사회적 입지와 역할은 당시의 미의식에도 상당한 영향을 미친 것으로 보인다. 고려시대를 대표하는 미인상으로 공민왕(1330~1374년)과 정략결혼한 원나라 공주 출신의 노국대장공주를 꼽을 수 있다. 기록에 의하면 그는 백옥과 같은 피부와 가느다란 눈썹, 붉고 작은 입술, 앳된 인상에 넓은 이마와 아름다운 눈매를 가진 미인이었다. 노국대장공주가 당대를 대표하는 미인으로 꼽히는 결정적인 이유는 무엇보다 그가 공민왕의 정치적 동반자로서 공민왕의 반원자주개혁을 지지하고 도왔다는 점 때문이다. 지아비를 위해 조국을 등지는 대담함과 지혜를 갖춘 그는 정치개혁으로 죽음의 위기를 맞았던 공민왕을 수차례 구하는 등 든든한 정치적 보호막이 되어주었다고 한다.[101]

고려시대의 성문화가 매우 개방적이었다는 것은 당시의 목욕문화를 통해서도 잘 알 수 있다. 고려시대에는 하루에도 두 번 이상 목욕을 할 만큼 청결관념이 매우 발달하였는데, "남녀가 한 시냇물에서 목욕을 해도 부끄러움이 없었다 한다. '노천 대중 혼욕탕'인 이곳에서 여름에는 하루에 두어

---

99) 조연숙,「한국고전여성시사」, 국학자료원, 2011, p.10.
100) 김선영,「高麗時代 女性의 地位와 役割」, 인제대학교 교육대학원 : 역사교육전공 석사학위논문, 2004, p.27.
101) 이주영,「고려시대와 조선시대의 여성문화의 미적표현에 관한 연구 : 기녀를 중심으로」, 건국대학교 예술디자인대학원 : 전통복식디자인전공 석사학위논문, 2016, pp.12~13.

번씩 목욕을 즐겼다 하는데 이러한 전신 목욕은 후대에 물맞이 형태의 세시미용풍속으로 자리 잡게 된다."[102]

3. 조선 전기~ 개화기 이전

1) 개화기 이전 조선시대 화장문화

① 개화기 이전 조선시대 화장문화의 특징과 유형

사치의 절정을 보여주었던 고려의 화장문화에 비해 조선시대의 화장은 매우 담백하고 정갈한 모습이었다. 사치와 퇴폐풍조의 만연으로 부패하였던 고려왕조의 말로에 대한 반작용으로 성리학을 정치이념으로 삼았던 조선은 사대교린주의, 숭유배불주의에 입각하여 실리와 검약을 강조하고, 장신구 착용에 제한을 두는 등 규범으로써 사치를 금하기까지 하였다. 따라서 서양의 문물이 밀려들기 시작한 개화기(1876년 강화도 조약 이후) 이전 시기의 화장문화는 화려함보다는 청결과 정갈함이 강조되었으며 내면의 아름다움을 갖추는 데 더욱 치중하였다.

조선시대는 자연과의 조화를 최고의 미용이라 생각하던 시기였다. 계절에 따른 미용법이 발달하였고, 이는 순수하게 미를 추구하는 행위인 동시에 질병의 예방과 치료, 또는 놀이의 형태를 띠었다. 세시풍속이 정착되면서 자연과 조화를 이루는 미용풍속이 자연스레 행해지게 되었는데, 이는 자연 속에서 자신의 존재를 확인하고 동화되어 가는 과정이기도 했다.[103]

특히 조선시대 통치이념이자 사회규범이었던 유교사상은 미의 기준을 변화시키는 데도 크게 일조하였다. 유교윤리는 외면의 아름다움보다 내면의

---

102) 이연복·이경복 공저,「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, p.24.
103) 이연복·이경복,「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, p.26.

아름다움을 강조하여, 여성들에게 화려한 외모보다 부덕(婦德)과 부용(婦容)을 강요했다. 외모를 꾸미기보다 깨끗하고 부드러운 마음가짐을 갖는 것이 더 중요한 시대가 된 것이다. 기생이나 궁녀 같은 직업여성들은 여전히 흰 얼굴에 진한 눈썹을 그리고, 붉은 연지를 바르는 등 진한 화장을 하였으나 사대부 여성들은 특별한 나들이 때나 손님을 맞을 때만 엷은 색조의 은은하고 수수한 화장을 하였다. 피부색을 표현할 때도 복숭아색의 분을 사용하여 흰 분을 사용하는 기생과 차이를 두고자 했다.[104)]

검약과 절제를 강조하고 사치를 금했던 시대였던 만큼 왕비들이 사용했던 화장품에 대한 기록도 그다지 많이 남아 있지 않다. 그나마 연산군(1494~1506년)대의 실록에서 몇 가지 기록을 살펴볼 수 있는데, 조선왕조를 통틀어 이때가 여인들의 화장과 장신구, 복식이 가장 자유로웠던 시기였던 것으로 보인다. 연산군은 즉위와 동시에 각 고을에서 아름다운 여인들을 뽑아 궁궐에 머물게 하였으며, 분과 같은 화장품을 사용토록 했다. 심지어 연산군은 궁중에 들어온 기녀 중 옷과 화장이 깨끗하지 못한 이를 '죄주'라고까지 했다.[105)]

사치를 멀리하고 수수한 모습을 미덕으로 삼았다 해서 외모에 대한 관심이 과거에 비해 떨어진다거나 몸단장에 대한 노력을 게을리 하였다는 뜻은 아니다. 고려시대와 달리 조선시대는 유교사상이 지배하면서 여성들의 생활이 집안을 향하게 되었다. 철저하게 남녀가 구분된 생활을 강조하여 여자들만의 세계가 조성되었으며, 시간적 여유가 있었기 때문에 얼굴을 매만지거나 거울을 대하는 빈도는 더욱 빈번해지고 자연히 거울·빗·머리장식 등의 사치가 극에 달하게 되었다. 무엇보다 조선시대는 안방의 기능이 다양해졌는데, 침실 겸 화장실이고 욕실 겸 식당이었으며 여인들이 만나서 대화하는 장소이기도 했다. 청결하고 단정한 몸가짐은 여성들에게 특히 중요한 일상

104) 이지선,「깨끗하고 부드러운 마음가짐을 표현하다, 조선의 화장문화」, 월간 문화재 통권350호(2013, 11) 한국문화재재단. p.21.
105) 문선주,「연지와 분백분, 화장의 기초를 세우다」, 국악누리 제90호, 국립국악원, 2007. 10, p.29.

의 미덕이었는데, 대부분의 부녀자들은 안방에 갇혀 지내면서 새벽부터 대여섯 개의 대야물로 부분목욕을 하고 아침 단장을 마치기까지는 두어 시간이 경과되었을 정도로 청결미를 강조하였다.[106] 목욕을 위한 공간이 따로 마련되어 있지 않았던 만큼 상류층 여성들은 부엌 한켠에 '북수간'이라는, 목욕을 위한 공간을 만들어 사용하기도 하였다.

조선시대는 기초화장은 물론 짙은 색채화장이 급격한 발달을 이룬 시기다. 조선시대의 화장법은 신분에 따라 크게 달라졌는데 이는 '미(美)'를 파는 직업을 가진 여성, 즉 오늘날 연예인에 해당한다 볼 수 있는 기녀의 등장과도 깊은 관련이 있다. "기녀의 염장미(艶粧美)는 단아하고 은근한 미를 풍기던 부녀자의 미용생활에 색조화장이라는 미용법을 전파시켰으며, 눈화장과 연지 같은 색채미와 얼굴형에 따라 그리는 법이 달라지는 눈썹 미용법을 발전시켰다."[107] 반면 양반가의 부녀자들은 색조화장은 드러나지 않을 정도로 엷게 하는 대신 기초화장에 주력하여 얼굴을 윤기 있고 부드럽게 하는 면지법에 신경을 썼다.

조선 후기 실학자 이익의 저서 「성호사설(星湖僿說)」(1763년)에는 '후세 부인들은 모두 얼굴에는 붉은 연지를 찍고 손가락에는 가락지를 낀다'는 기록이 남아 있으며, 조선 후기 사대부 여성이었던 빙허각이씨가 쓴 「규합총서(閨閤叢書)」(1809년)에는 당시 여인들이 사용하던 화장품의 제조법에서부터 연지와 눈썹을 그리는 법, 모발을 길고 검으며 윤기 나게 하는 법 등의 화장법이 수록되어 있다. 이는 조선의 여성들이 사회 규범의 범위에서 벗어나지 않으면서도 자신을 가꾸고 꾸미는 데 다양한 노력을 기울였음을 알게 하는 대목이다.

조선의 왕실에는 여러 가지 질환을 치료하는 방법을 문서로 기록하였는데, 그중 남아있는 것이 「경험방(經驗方)」이라는 책의 사본이다. 내용의 대부분은 「동의보감」을 기초로 하였는데 그 중에는 피부 건조증인 조병을

106) 이연복·이경복 공저, 「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, p.25.
107) 이연복·이경복 공저, 「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, pp.25~26.

치료하는 '지선전'과 '우혈윤부음'에 대해서도 다루고 있다. 지선전은 산약(山藥) 일승(一升)을 빻은 것, 곱게 빻은 은행알 1개, 우유(牛乳) 한 근이며 우혈윤부음에는 맥문동, 생지황, 숙지황, 천문동, 당귀, 황귀, 황금, 괄루인, 도인, 승마, 진피, 마자인, 홍화, 오미자, 감초 등이 들어간다. 이 두 가지 처방은 왕실에서 보관했던 피부 미용과 관련된 궁중처방이라는 데 큰 의의가 있다.[108]

② 개화기 이전 조선의 화장품

조선시대에는 다양한 종류의 기름이 크림 대용품으로 사용되었다. 그 중에서도 「후한서」에 읍루인이 사용하였던 것으로 기록되었던 돼지기름은 조선 후기 '구리무'라는 미용크림이 나오기 전까지 꾸준히 크림 대용으로 쓰였다. 이처럼 미용의 목적으로 기름을 얼굴에 바르는 것을 '면지법'이라 하였다.

동물의 기름을 면지에 사용한 기록은 다양하게 남아있다. 「규합총서」에서는 '겨울에 얼굴이 거칠고 터지는데 달걀 세 개를 술에 담가 김이 새지 않도록 두껍게 봉해 네 이레 두었다가 얼굴에 바르면 트지 않을뿐더러 윤지고 옥 같아진다. 얼굴과 손이 터 피나거든 돼지발기름에 괴화를 섞어 붙이면 낫는다'고 하였고 허준의 「동의보감」에서는 '얼굴에 생긴 기미와 검은 사마귀, 흠집, 여드름, 주근깨를 없애는 데 노가시(가마우지 똥)를 돼지기름에 개어 바른다'고 기록하여 돼지기름이 피부 미백과 영양공급에 활용되었음을 알 수 있다. 「동의보감」에서는 '큰 돼지족발은 늙은이의 얼굴을 윤택하게 하는데, 돼지족발 한 마리분을 먹었을 때처럼 요리해 끓여 아교같이 만들어 잠 잘 무렵에 발랐다가 새벽에 신좁쌀죽 웃물로 씻어버리면 얼굴의 피부가 팽팽해진다'는 미용법도 전하고 있다. 또한 '곰의 기름도 기미와 검은 반점을 없애고 얼굴을 윤택하게 하니 바르기도 하고 먹기도 한다'고 기

108) 김남일, 「한방화장품의 문화사」, 들녘, 2013, p.99.

록한 바, 조선시대에 이미 여러 동물의 기름을 면지법에 사용하였음을 추측할 수 있다.[109]

돼지기름과 더불어 크림의 재료로 사용된 것으로 꿀을 꼽을 수 있다. 꿀은 주로 탄력과 청결, 영양공급, 살균 등에 효능이 있는 것으로 알려졌는데 「동의보감」에서는 백복령을 가루내어 꿀에 반죽해 바르면 기미와 검버섯을 없앨 수 있고, 율피나 표고버섯을 가루 내어 꿀에 개어 바르면 주름을 완화할 수 있다고 기록되어 있다. 꿀은 또한 혼례를 앞둔 처녀들의 미용크림으로도 사용되었는데 이는 꿀이 가루분의 부착력을 높이는 역할을 하였기 때문으로 보인다.[110]

「동의보감」에 기록된 뜨거운 흙 찜질은 여름철 더위 먹은 것을 치료하는 데 효과적인 방법이었다. 세시풍속으로 자리 잡은 모래찜질은 몸에 감각이 없고 다리가 싸늘해지면서 걷기 힘든 관절염 환자들이 단오날부터 삼복까지 행한 것으로, 모래의 풍부한 무기질과 염분이 피부를 윤택하게 하고 땀과 노폐물의 배출을 원활히 해 피부를 깨끗하게 하는 효과가 있다.[111]

「동의보감」에는 검은 사마귀나 군살·분독을 없애는 데 오늘날 석고팩에 해당하는 회칠이 효과적이라는 기록도 남아 있다. 이는 석회를 물에 개어 바르면 물이 증발되면서 얼굴이 조이게 되고 열이 발생해 땀으로 노폐물이 배출되는 효과를 이용한 것이다.

조선시대에도 흰 피부가 중시되었는데, 당시의 분은 쌀과 서속을 배합하여 만들거나 분꽃씨, 조개껍질을 태운 분말, 흰 돌가루 등을 이용해 만들었다. 이렇게 만든 분 덩어리는 사용할 때마다 쪼개어 물에 개어서 손으로 바르거나 누에고치를 쪄서 만든 분첩을 이용해 발랐다. 또한 당시 미인은 삼홍(三紅)이라 하여 볼, 입술, 손톱을 붉게 하는 것으로 미모를 뽐내었는데 이를 위해 볼이나 입술에 연지를 만들어 발랐다. 연지는 주로 주사(朱砂), 즉 붉은 모래를 이용해 만들었으며 홍화꽃을 나무나 돌절구에 찧어 말려서

109) 이연복·이경복 공저, 「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, p.39.
110) 이연복·이경복 공저, 「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, p.41.
111) 이연복·이경복 공저, 「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, p.47.

만들기도 하였다.[112]

그 외에도 「동의보감」에는 부스럼을 치료하는 '소금물요법'을 비롯해 분독을 치료하는 '백반', 주름을 개선하는 '밤껍질'과 '만청자', 붓기를 해소하는 '파 흰 대', 사마귀를 없애는 '뽕나무 숯', 기미를 없애는 '밀타승'과 '백부자', '백봉령', '진주' 등에 대한 기록이 남아 있어 당시의 다양한 피부미용 처방을 알 수 있다.

조선시대에는 또한 향문화가 매우 발달하였는데 방향성이 강한 식물을 말려 입욕제로 쓰는 향목욕과 약초 찜질 등은 치료의 목적으로도 널리 사용되었다.[113] 「동의보감」의 잡병편에는 '향보(香譜)' 즉 10가지 향의 계보에 관한 기록이 남아 있다. 또한 모향(茅香)이나 영릉향(零陵香의)을 달여 그 물에 목욕하거나 차로 마시면 나쁜 체취를 없애고 좋은 향을 지닐 수 있다고 되어 있어 당시의 사람들이 향을 매우 즐겼음을 짐작할 수 있다. 잡병편에는 '향비조'라는 미용비누의 제조법을 소개하고 있는데 침향, 백단향, 정향, 영능향, 사향, 조각 등 향이 나는 물질을 가루내어 검은엿에 녹여 쓴다고 기록되어 있다. 조선시대의 다양한 미용법을 수록해 놓은 「규합총서」에도 향에 대한 기록이 남아 있는데, 고루 섞은 향을 그릇에 담아 종이로 잘 봉한 다음 땅을 세 치나 너덧 치를 파고 한 달가량 묻어두면 기이한 향이 난다고 되어 있다.

조선의 왕들이 온천을 즐겼다는 기록도 다수 남아 있다. 태조와 세종, 세조가 온양온천을, 태조와 태종이 평산온천을, 세종은 백천온천, 태종과 세종은 이천온천, 세조는 고성온천 등을 이용한 것이 그 예이다. 1433년(세종 15년)에 간행된 의약서 「향약집성방(鄕藥集成方)」에는 온천의 효과에 대한 상세한 기록이 남아 있으며, 「동의보감」에도 온천의 탁월한 피부미용 효과에 대해 언급하고 있어 당시 청결의 목적 외에 치료와 미용의 목적으로 온천욕을 널리 즐겼음을 알 수 있다.[114]

---

112) 문선주, 「연지와 분백분, 화장의 기초를 세우다」, 국악누리 제90호, 국립국악원, 2007. 10, p.29.
113) 이연복·이경복 공저, 「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, p.25~26.

조선시대의 미용탕 중 가장 효과가 높은 것은 인삼과 인삼잎을 달여 넣은 인삼탕, 그 다음은 마늘을 빻아 목면주머니에 담아 초를 약간 섞어 입욕하는 마늘탕이었다. 인삼탕은 피부를 윤기 있고 매끄럽게 하는 효과가 있었으며, 마늘탕은 여드름을 치료하고 동상을 예방하는 치유의 목적으로 애용되었다. 계절에 따라 제철에 많이 나는 식물을 이용하기도 하였는데 늦봄의 창포탕, 여름의 복숭아탕, 겨울의 유자탕 등이 그것이다. 난탕(蘭湯)은 향을 즐기는 목적으로 계절에 관계없이 인기를 끌었다.[115] 세제는 용도에 따라 머리를 감기 위한 액체세제와 세안을 위한 가루세제로 나뉘었을 정도로 세분화되었다.

③ 개화기 이전 조선의 화장도구

사치와 허례허식을 금하고 검약을 강조하던 시대였지만 조선시대는 다양한 화장 도구가 발달하고 보편화되었던 시기로 볼 수 있다. 조선 사람들의 화장품과 화장도구에 대한 기록은 조선 후기 안정복의 「여용국전(女容國傳)」에 비교적 상세히 나와 있다. 화장품과 화장도구를 의인화해 꾸며진 이야기책인 여용국전은 '왕이 신하들의 도움을 받아 치세에 힘쓰면 나라가 태평할 것이오, 안일하면 나라가 어지러워짐'을 화장에 빗대어 풍자한 내용을 담고 있다. 이는 조선시대의 통치이념은 물론 화장에 대한 당시 사람들의 생각, 화장품과 화장도구의 종류 등을 확인할 수 있는 좋은 자료이다.

조선시대의 화장용기는 소재뿐만 아니라 종류도 다양하였다. 삼국시대부터 고려시대까지 많이 사용하던 유병(油甁, 향유·머릿기름 등을 보관하던 병), 분항아리, 분합(分合)은 물론 화장품을 갤 때 사용하는 분접시(粉楪匙), 물을 담아놓고 필요한 만큼 덜어 쓰는 분수기(粉水器) 등도 등장했다. 이러한 화장용기의 대부분은 여성들이 한손에 넣고 사용하기 좋을 정도로

114) 김남일,「한방화장품의 문화사」, 들녘, 2013, pp.151~154.
115) 김남일,「한방화장품의 문화사」, 들녘, 2013, p.103.

크기가 작아 경대(거울을 세우는 지지대)나 빗접(머리 손질에 필요한 빗이나 빗솔, 빗치개 등을 넣어두는 그릇)에 넣어 보관했다.

「조선왕조실록」 세조 2년(1456년) 3월 15일자 기록에는 일본 국왕의 사자인 승전이 대장경 7천 권을 얻기 위해 토산물을 바치는 장면이 묘사되어 있다. 그 토산물 중 하나가 장렴(粧奩), 즉 화장품을 담는 상자였다. 장렴에는 세울 수 있는 거울이 달려 있었으며, 화장품을 담는 역할뿐만 아니라 화장용구로도 활용할 수 있는 형태, 그리고 화장품을 담아 이동할 때 쓰는 보관함까지 다양한 형태로 만들어졌다. 기록에 등장한 것처럼 조선 초기의 장렴은 단순히 실용적 목적을 넘어 일본이 진상품으로 활용해 대장경 7천 권을 요구할 만큼 가치 있는 물건이었다.[116]

이동식 거울은 부동식으로 바뀌어 얼굴만 보이는 손거울에서 몸 전체를 볼 수 있는 체경으로 대형화되었다. 거울을 지탱하는 받침대 역할을 하던 소갑 또한 경대로 바뀌어 화장도구를 넣어두는 화장대 역할은 물론 장식물과 과시용으로도 사용되었다.[117]

부분목욕의 발달로 조선시대에는 개인전용 대야〈그림 19〉문화가 정착되었다. 세수와 목욕 예절이 발달하였으며 깔개와 휘건 같은 목욕용품이 필수품으로 자리하였다. 이처럼 부분목욕이 발달한 데는 조선사회의 폐쇄성과 불교문화의 쇠퇴라는 사회문화적 배경이 크게 작용했다. 삼국시대부터 고려시대에 이르기까지 블교문화가 융성했던 시기에는 목욕재계를 율법으로 권장하였으나 조선시대의 유교적 관념에서는 옷을 벗는 행위 자체가 예를 갖추지 않는 것으로 여겨졌기 때문이다. 때문에 양반이나 중인계급조차 국가가 허락하는 연례행사로서만 전신욕을 할 수 있을 정도로 목욕문화는 폐쇄성을 띄게 되었다.[118]

---

116) 김남일, 「한방화장품의 문화사」, 들녘, 2013, pp.67~70.
117) 이연복·이경복, 「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, p.26.
118) 이상봉 외, 「조선시대 화장재료의 효능과 활용성에 관한 연구」, Vol.5 No.1, 한국인체미용예술학회지, 한국인체미용예술학회, 2004, p.163.

<그림 19> 대야
동합금제, 지름 29.5cm, 바닥지름 22.5cm, 높이 7cm
출처 : 국립민속박물관
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2217542&cid=51293&categoryId=51293>

<그림 20> 태평성시도
출처 : 국립중앙박물관
<http://www.museum.go.kr/site/main/relic/search/view?relicId=1349#>

④ 개화기 이전 조선의 화장품 유통

조선시대까지만 해도 사람들은 대부분 화장품을 직접 만들어 사용했으나 후기로 접어들면서부터는 자급자족에서 벗어나 화장품을 구매해 사용하는 경우가 늘어났다. 이와 같은 화장품의 산업화는 근대식 화장방식과 화장품의 등장으로 이어졌다.

조선시대의 시장인 육의전(六矣廛)에는 화장용품을 파는 분전(粉廛)이 있어 화장품 유통이 본격적으로 일어났으며, 숙종 연간에는 화장품 행상인 매

분구(賣粉嫗)가 집집마다 돌아다니며 방문판매를 했다는 기록이 남아 있다.

태평성시도(太平城市圖)〈그림20〉에는 조선 후기 시장의 모습과 화장품을 앞에 늘어놓고 화장을 하는 여인들의 모습, 그리고 장신구, 빗, 거울 등을 파는 상점 등이 생생하게 그려져 당시 화장품 산업이 상당히 발달하였음을 알 수 있다.

2) 개화기 이전 조선의 화장문화를 통해 본 성의식

조선사회는 우리나라 역사상 여성의 사회적인 지위가 가장 낮았던 시대로 기록된다. 유교적인 사회윤리의 지배를 받던 당시 여성들은 절제와 희생을 미덕으로 강요받았다. 교육과 사회참여의 기회를 박탈당한 여성들은 무식함을 오히려 덕으로 여겼으며, 오직 근면과 검박, 공경을 바탕으로 한 생활교육만이 가능하였다.

조선시대 여성들은 혼인 이후 자신의 본가를 떠나 거주지를 남편의 집안인 시댁으로 옮기면서 시집살이를 시작했다. 바깥세상과 소통이 거의 없는 여성은 온종일 집에서 대부분의 시간을 보내야 했다. 그럼에도 정절관, 칠거지악 등으로 인해 개인적인 삶은 찾아보기 힘들었다. 여성의 사회적 직위는 남편의 벼슬 높낮이에 따라 정해졌으며 봉작제도에 따라 아들의 공에 따라 그 지위를 부여받기도 하였다.[119]

개화기 이전의 조선에서 화장문화가 억압되었던 것은 이처럼 여성의 정치·사회적 지위가 낮았기 때문이기도 하지만 성리학과 유교를 기반으로 한 통치이념이 일상에까지 크게 영향을 미쳤기 때문이다. 욕망을 억누르고 여필종부(女必從夫), 삼종지도(三從之道)의 숙명에 충실해야 했던 조선의 여성들에게 색조화장은 특히 감추고 덮어야 할 허물에 가까웠다. 사치를 경계하고 검약을 강조하는 사회 분위기는 화장을 하는 행위 자체를 경시하는 풍조

119) 이주영,「고려시대와 조선시대의 여성문화의 미적표현에 관한 연구 : 기녀를 중심으로」, 건국대학교 예술디자인대학원 : 전통복식디자인전공 석사학위논문, 2016, p.10.

로까지 이어졌다. 다만 연산군대에 여성의 화장을 장려하는 분위기가 일었으나 이는 여성편력이 상당하였던 연산군 개인의 취향에 따른 것으로, 여성의 사회적 지위와 정치적 입지가 상당하였던 이전 시대의 화장문화와는 의미면에서 상당한 차이가 있다. 즉 이 시기의 여성들은 사회적으로 남성과 확연히 구분되는 차별의 대상이었으며, 화장은 이처럼 대상화된 여성에게 미의 극대화만을 강요하는 중요한 차별의 도구로 사용된 것이다. 이로써 자기애와 자기표현, 사회적 지위와 종교적 의미를 담았던 예의 화장문화는 연산군의 비뚤어진 정치행각에 대한 비판과 맞물려 천박함의 상징으로까지 여겨지게 되었다.

여성의 지위를 더욱 격하시킨 것은 17세기 이후 강화된 씨족사회의 유대였다. 임진왜란(1592~1598년)과 정유재란(1597년) 등 잇따른 전쟁의 여파로 경제적 어려움을 겪게 된 조선사회는 정치권력은 물론 경제와 사회, 문화적 권력까지도 완전히 남성에게 집중시키면서 동시에 여성을 씨족의 번영을 위한 도구로 인식하기에 이르렀다.

임신과 출산을 여성의 의무이자 도덕적 책무로 여긴 조선사회는 이를 이행하지 못한 여성에게 가혹한 형벌을 내리거나 파혼으로 일갈하였다. 씨족의 이익을 위해서라면 아내를 바꿀 수 있다는 사고가 만연하면서 임신과 출산은 부부관계를 유지하거나 종료할 수 있는 첫 번째 사유로 인식되었으며, 이를 종용하는 권한 또한 부부 당사자가 아닌 시아버지에게로 이관되었다. 이처럼 남성중심의 사회에서 여성에게 가해진 가혹한 사회적 억압은 여성의 자아상실과 자아존중감 하락으로 이어져 여성 스스로도 자기표현에 소극적인 자세를 취하게 되었으며 자아를 드러내거나 표현하는 것을 부도덕한 것으로 인식하여 경계하였다. “여성들은 여전히 아름다움을 추구하였지만, 화장한 모습이 화장하기 전의 모습과 확연히 달라 보이면 ‘야용’이라 하여 경멸하였다. 이는 고려시대 분대화장 즉 기녀와 궁녀들의 화장과 일반인들의 화장이 서로 다르게 나타나기 시작한 데서 비롯된 것으로, 여염집 여인이 직업여성으로 오인받을까 두려워 화장을 더욱 엷게 하면서 생겨난 현상이

다."[120]

이러한 사회문화적 분위기는 또한 사회적으로 이상적이라 여기는 여인의 모습과 미인상을 다르게 판단하는 이중적인 가치기준의 배경이 되었다. "조선 후기 화가 신윤복의 미인도〈그림 21〉와 심계유목도, 김홍도의 사녀도〈그림 22〉 등을 살펴보면 갸름한 얼굴에 오뚝한 코, 붉게 물든 작은 입술, 가느다란 눈썹을 하고 있다. 그러나 당시 이상적이라 여긴 아내의 모습은 흔히 맏며느리감이라 불리는 둥근 얼굴형에 건강한 골격, 통통한 체형, 희고 고운 살결, 흉터나 잡티가 없는 얼굴, 풍성한 머릿결 등을 갖추어야 했다.[121]

조선시대 여성이 가질 수 있었던 또 다른 직업으로 화장품 판매상인 매분구를 꼽을 수 있는데, 엄격했던 사회 분위기 속에서도 매분구는 꽤나 인정받던 직업군이었던 것으로 추측된다. 매분구에 대한 기록은 작자미상의 「견첩록(見睫錄)」에서도 찾을 수 있다. 조선 초기의 인물과 제도, 문물, 풍습 등을 기록한 이 책에는 사노비 출신의 매분구를 짝사랑하다 상사병으로 요절한 이웃집 총각의 애절한 사연에 대한 이야기가 남아 있다. 기록에 따르면 소식을 전해들은 매분구는 이를 안타까이 여겨 죽을 때까지 결혼하지 않고 매분구로 살았다고 한다. 이는 매분구라는 직업이 결혼을 하지 않은 여성이 선택할 수 있는 직업 중 하나였으며, 이를 통해 여성의 경제적 자립도 가능하였다는 사실을 반증한다. 또한 매분구라는 직업군의 미모가 상당하였으며, 이에 대한 사회적 인식 또한 긍정적이었음을 짐작할 수 있다.[122]

---

120) 조진아, 「고대 화장치레 문화를 통한 한국 전통 미의식에 관한 연구」, 경복논총 NO.4, 경복대학, 2000, p.528.
121) 조진아, 「고대 화장치레 문화를 통한 한국 전통 미의식에 관한 연구」, 경복논총 NO.4, 517~536쪽, 경복대학, 2000.
122) 김남일, 「한방화장품의 문화사」, 들녘, 2013, pp.105~108.

<그림 21> 미인도
출처 : 문화콘텐츠닷컴
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1733273&cid=49295&categoryId=49295>

<그림 22> 사녀도
출처 : 문화콘텐츠닷컴
<http://www.culturecontent.com/content/contentOrgFilePopup.do?cp_code=cp0235&index_id=cp02350207&content_id=cp023502070001&content_seq=3>

또 한 가지 주목해야 할 것은 남성들의 화장문화다. 고대와 마찬가지로 조선시대 남성들은 화장을 중요한 일과 중 하나로 여겨 외모를 가꾸는 데 여성 못지않은 공을 들였다. 당시의 '화장'이 단순히 외면의 아름다움을 가꾸기 위함이 아닌 내면의 아름다움과 예(禮)를 갖추기 위한 것이었기 때문이다. "전통적으로도 우리나라의 화장문화 특히 여성의 화장문화는 시대적 요구를 수용하는 성향이 강하였던 반면 남성의 화장은 신분의 상징으로서 수단화된 경향을 띄었다. 이러한 성향은 조선시대에 더욱 두드러지게 나타났다. 희고 윤택한 피부를 고귀한 신분의 상징으로 여겨 신분이 높을수록 얼굴과 손을 부드럽게 가꾸기 위해 노력하였으며 수염을 다듬고 향을 즐겨

사용했다."[123] 당시 선비들은 자신의 흐트러진 모습을 보이는 것을 예의에 어긋나는 행동이라 여겨 항상 의관을 바르게 하고, 단정한 몸가짐으로 내면의 아름다움을 표현했다. 아침에 일어나면 가장 먼저 거울을 보며 머리를 정돈하고 세수를 하는 것으로 하루 일과를 시작하는 것부터가 그러한 내면 수행과정의 하나였다.

남성들의 이러한 생활상은 국립중앙박물관에 전시된 태평성시도를 통해서도 확인할 수 있다. 태평성시도에는 조선 후기 시장의 모습과 사람들의 생활상이 생생하게 묘사되어 있는데, 특히 거울을 파는 상점을 방문한 손님들이 모두 남자라는 사실에 주목할 필요가 있다.

4. 근대

1) 근대의 화장문화

① 근대 화장문화의 특징과 유형

사대(事大)와 교린(交隣)으로 일관해온 조선시대의 외교정책은 결과적으로 조선의 근대화과정을 더디게 하는 걸림돌이 되었다. 1876년(고종 13년) 2월 일본과 맺은 조일수호조규(강화도조약)을 계기로 조선은 일본과 중국, 서구열강이 서로의 세력을 견제하기 위한 각축장이 되었고 심각한 정치적인 혼란을 겪게 되었다. 서구문물의 유입으로 인한 문화적 혼란과 갈등 또한 날로 심화되었는데, 전통의 화장문화에 급격한 변화가 찾아온 것도 이즈음이다. "특히 우리나라 화장품 발전사에 결정적인 계기를 이루었다 할 1894년의 갑오개혁(고종 31년)은 수공업 단계에 머물러 있던 우리의 화장

123) 이상봉 외,「조선시대 화장재료의 효능과 활용성에 관한 연구」, Vol.5 No.1, 한국인체미용예술학회지, 한국인체미용예술학회, 2004, p.163.

품 산업을 정부 차원에서 관장하고 규제하는 기틀을 마련했다. 위생국(이후 식산국으로 변경)의 설립으로 해외의 화장품들이 정부가 정한 절차에 따라 수입되는 것은 물론 국산 화장품도 정부에 정식 등록을 받아 생산할 수 있게 된 것이다."[124]

개항 이후 조선에는 서양의 화장품과 화장법이 물밀 듯 밀려와 전통의 화장품과 화장법을 대체하게 되는데, 이와 관련된 기록으로 영국의 왕립지리학회 최초 여성회원이었던 이사벨라 비숍이 쓴 「조선과 그 이웃나라들」을 꼽을 수 있다. 그가 저서에서 묘사한 명성왕후(1851~1895년)의 모습은 전통 복식을 차려입었지만 얼굴이 몹시 파리해보여 진주분에 의한 납중독의 가능성을 시사했다.

1870년에는 우리나라 최초의 화장품박람회격인 경성박람회가 열렸다. 이때 소개된 신식화장법은 전통의 화장법과 크게 차이가 있는 것은 아니지만 입술의 연지 색깔이 진해지고 향수와 비누의 향이 강렬해지는 등의 특징을 보였다. 종래의 쪽머리는 파마머리로 바뀌고, 치마와 소매의 길이는 짧아졌다.[125]

1900년대 초반은 역사적으로도 전통과 근대가 만나는 시기로, 전통문화가 서구화되어가는 한국사회의 사회적, 문화적 혼돈을 고스란히 보여준다. 모던 걸과 구식 여성이 공존했던 것처럼 화장문화도 전통적인 재료, 용구와 함께 서양에서 건너온 재료와 용구가 소비되었다.[126]

1910년대에는 여성으로서는 우리나라 최초로 미국 유학을 다녀온 하란사(1875~1919년)가 검정 통치마의 양장차림에 모자, 퐁파두르 스타일의 머리 모양 등을 이화학당에 유행시키며 신여성들의 화장법과 옷차림에 변화를 주도했다. 이러한 신식 옷차림과 화장법은 서양식 교육을 받은 신여성들은

---

124) 김희숙,「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, p.43.
125) 조진아,「고대 화장치레 문화를 통한 한국 전통 미의식에 관한 연구」, 경복논총 NO.4, 경복대학, 2000, p.532.
126) 문선주,「모던걸, 연지를 버리고 구찌베니를 바르다」, 국악누리 제92호, 국립국악원, 2007. 12, p.29.

물론 기녀들 사이에서도 상당히 유행하였으나 신여성들의 자유연애 예찬, 여성차별에 대한 저항 등이 사회적 물의를 일으키며 '화냥녀들'이라는 오명과 함께 여론의 뭇매를 받기도 하였다. 또한 이에 대한 반작용으로 기녀 등 직업여성들의 치레와 여염집 여성의 치레 구분이 더욱 심화되어 여염집 여인들의 색조화장은 더욱 엷고 화장한 티가 나지 않는 것은 선호하게 되었다.[127]

조선 말기에는 일본의 영향으로 전통적인 목욕문화에도 변화가 나타났다. 대중목욕탕의 유입은 신체 부위별로 각기 다른 대야와 수건을 사용했던 개인전용 대야문화를 대신하는 새로운 목욕문화가 탄생하는 계기가 되었다. 그러나 당시에는 조선의 가택구조상 목욕시설이 따로 없었음에도 대중목욕탕은 그다지 인기를 끌지 못했다. 이는 벗은 몸을 남에게 보이는 것을 꺼려했던 당시의 인식 때문이었던 것으로 보인다.[128]

지금의 대한화장품협회 전신인 조선화장품협회가 탄생한 것은 해방 직후인 1945년이었다. 국산 화장품 업계를 주도하던 10명의 장업인을 중심으로 결성된 조선화장품협회는 1949년 대한화장품공업협회로 명칭을 변경하였다가 2004년 지금의 대한화장품협회로 그 명맥을 이어가고 있다.

해방 당시 의약품과는 달리 인체에 무해할 것이라는 인식이 팽배하여 시설허가나 품질관리에 제약이 없던 화장품 업계는 그야말로 치외법권의 영역으로 여겨져 천애사의 나나 화장품, 대륙화합의 젯트화장품, 태양이 화학의 피카몬드 화장품, 광명화장품의 송옥 등 99개에 달하는 화장품 업체가 생겨날 정도로 활기를 띄었다.[129]

해방기에는 미군정의 영향으로 미국식 화장법이 유행하였는데, 미군기지를 통해 유통되거나 밀수를 통해 들여온 화장품을 활용해 뽀얗게 분을 바르고 눈썹을 가늘게 그리고 짙은 립스틱과 빨간 매니큐어를 바르는 식이었다.

---

127) 조진아, 「고대 화장치레 문화를 통한 한국 전통 미의식에 관한 연구」, 경복논총 NO.4, 경복대학, 2000, p.532.
128) 이연복·이경복 공저, 「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, p.27.
129) 김희숙, 「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, p.45.

외출할 때, 혼례를 올릴 때, 또는 계절에 따라 각기 다른 화장법이 잡지에 소개되는 등 서구식 화장법이 구체적으로 언급된 것도 이 시기였다.

② 근대의 화장품

1900년대 조선에서는 백분, 크림, 향수, 비누 등 서양의 화장품을 모방한 일본의 화장품이나 밀수입된 서양화장품이 크게 유행하였다. 특히 러시아에서 들여온 서양 화장품은 매우 귀한 것으로 여겨졌다. 이 무렵부터 여성들은 전통의 연지 대신 베니를 사용하였고, 입술에는 다양한 색상의 구찌베니를 발랐다.[130]

우리나라에서 제품화된 화장품이 생산된 것은 1916년 두산그룹의 창립자인 박승직의 부인 정정숙이 아이디어를 낸 '박가분'〈그림 22〉을 그 시초로 볼 수 있다. 어느 노파가 백분을 직접 만들어 포장해 파는 모습을 본 정정숙이 박승직과 의논해 가내수공업 형태로 백분을 만들어 판매하였고, 이것이 인기를 끌면서 1920년 정식 상표등록 절차를 거쳐 박가분이 탄생한 것이다. 박가분은 1937년 납성분 부작용 파문이 발생하기 전까지 큰 인기를 끌었으며 1930년대 서가분, 서울분, 정가분 등이 탄생하는 계기가 되었다.

국내 화장품 기업의 선전에도 불구하고 실제로 일제강점기 대한민국의 화장품 시장을 주도한 것은 일본의 브랜드들이었다. "조선의 화장품 산업 성장을 방해하기 위해 일본은 화장품을 국가적인 식산산업으로 정하고 장려하였으며, 조선의 화장품회사에 원료공급이나 허가에 불이익을 주기도 하였다. 1920년대 일본의 분백분은 노란색, 살색 등 일곱 가지 색으로 생산되었는데 1920년대 후반에 이르러서는 현재의 콤팩트라 불리는 제품이 출시되었다. 1930년대에 접어들면서는 콜드크림, 나이트 크림, 아이섀도

130) 문선주, 「모던걸, 연지를 버리고 구찌베니를 바르다」, 국악누리 제92호, 국립국악원, 2007. 12, p.29.

우, 매니큐어 등의 현대적 화장품이 일본에서 생산되어 국내로 유입되었다."[131]

해방기의 화장품은 미군기지를 통해 들여오거나 밀수된 것들이 대부분이었다. 의약품과는 달리 화장품에 대한 규제가 자유로워 해방 직후부터 한국전쟁에 이르는 짧은 기간 동안 설립된 화장품 제조업체만도 99개소에 달했다. 이들은 주로 포마드, 크림, 로션, 백분 등을 생산하였으며 1950년대 말경에는 파마의 유행으로 염모제와 파마액 등을 제조하기도 하였다. 그러나 기본적으로 경제 사정이 열악하고 화장품 원료의 수급이 원활하지 못해 계란이나 오이, 수세미 등 천연의 재료를 미용에 활용하는 방법 또한 활발하게 공유되었다.

<그림 23>박가분
출처 : 두산백과
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3403105&cid=40942&categoryId=32161>

③ 근대의 화장도구

조선 후기로 접어들면서 거울의 종류에도 변화가 발견된다. 중국, 러시아와의 교류를 통해 유리 거울이 보급되면서 조선 중기까지 인기를 끌던 동경(銅鏡), 즉 구리로 만든 거울을 서서히 대체하게 된 것이다. 유리거울의 보급은 중국으로 사행(使行)을 가거나 무역을 하던 사람들이 들여오면서 시작

131) 문선주, 「모던걸, 연지를 버리고 구찌베니를 바르다」, 국악누리 제92호, 국립국악원, 2007. 12, p.29.

되었는데, 기존의 동경과 달리 유리 거울은 가볍고 얼굴도 깨끗하게 비춰주어 양반가를 중심으로 크게 인기를 끌었던 것으로 보인다. 태평성시도의 거울가게 남성들 역시 동경(銅鏡)이 아닌 유리 거울을 살펴보고 있다는 점에서 그 인기를 실감할 수 있다.

조선 후기 유행한 또 한 가지 화장도구로 백자청화를 꼽을 수 있다. 조선은 이미 고려시대부터 이어받은 도자기 제작기술이 상당한 수준에 이르러 독자적으로 백자(白磁)를 생산해 널리 사용하고 있었다. 하지만 조선 후기 중국으로부터 들여온 청화물감과 백자청화는 기존에 사용하던 백자와는 다른 화려한 매력으로 조선인들의 마음을 사로잡았다. 특히 청화로 장식한 백자청화 화장용기는 여성들에게 큰 인기를 끌었다.

④ 근대의 화장품 유통

주로 자가제조에만 의지했던 미용재료는 외국인들의 왕래가 빈번해진 조선 말기부터 수입화장품으로 대체되기 시작했다. 오늘날과 같은 형태의 현대식 크림은 조선말기 러시아인들의 밀수품이 귀부인이나 상류층 기녀들 사이에 유통되기 시작한 것이다.[132]

조선 후기에는 화장품을 덜어 파는 분매가 유통의 근간을 이루었는데, 이는 제조업자가 공장에서 제품을 직접 덜어 팔거나 방물장수가 돌아다니면서 파는 방법, 백화점이나 잡화상에 내어놓고 덜어 파는 등 여러 방식으로 발전했다. 특히 빼놓을 수 없었던 당시의 사회 풍조 중 하나가 러시아인들의 화장품 행상이었다. 러시아인들은 직접 분과 크림을 직접 제조하기도 하였으며, 이것을 병이나 단지에 담아 손수레에 싣고 다니며 덜어서 나눠 팔았다. 볼셰비키혁명으로 제정 러시아의 몰락을 겪은 러시아인들은 숙청을 피해 제각기 망명길에 올랐고 그 중 일부가 조선 땅으로 흘러들어와 화장품 행상에 합류한 것이다. 이들 러시아 행상들의 다채로운 퍼포먼스는 남녀노

132) 이연복·이경복 공저, 「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000, pp.42~43.

소를 불문하고 단연 인기였는데 아코디언이나 북을 치면서 '앞집의 예쁜이, 뒷집의 꽃분이, 옆집의 곱단이들 어서어서 나와요, 돈 없어 못하는 사람은 공짜로도 발라줘요'와 같은 코믹한 노래를 부르는 식이었다.[133] 이와 같은 행상과 분매의 방식은 이후 오늘날과 같은 방문판매 제도의 시초가 되었다.

개화기 화장품 유통과 거래가 이뤄진 장소는 운종가(雲從街)로, 국가의 관리를 받는 육주비전(六注比廛)이었다. 그 가운데 여성들의 생활잡화를 취급하던 황화전(黃貨廛)에서는 화장품 중에서도 주로 분을 판매했다. 운종가에는 황화전 외에도 분전(粉廛)이 있었으며 이를 방물전(方物廛)이라고도 불렀다. 분전은 서울 곳곳에 위치해 있었으며 분과 연지 등의 품목을 취급했다.[134]

해방 직후 한국의 화장품 산업은 잠시 동안의 성장기를 맞았지만 자본력이 크지 않은 소규모 생산에 그쳤고, 화장품을 전문으로 판매하는 도매상 또는 소매상은 전무한 실정이었다. 때문에 분매의 방식은 이 기간 동안에도 계속되었고 한국전쟁의 발발로 인한 잇따른 혼란으로 화장품만의 독자적인 유통경로를 개척하기는 어려운 실정이었다.

한국전쟁의 혼란기 동안에는 해방 직후 잠시 성장기를 맞았던 화장품 산업 또한 폐허에 이를 수밖에 없었는데 이로 인해 밀수입된 화장품과 모조품이 대거 유통되었으며, 화장품 도매상이 정착되기 시작한 것은 1950년대 후반 생필품을 취급하던 도매상의 화장품 판매 비율이 대거 높아지면서부터로 볼 수 있다.

2) 우리나라 근대의 화장문화를 통해 본 성의식

화장재료와 화장법이 바뀐 것은 복식과 머리 스타일이 변화했기 때문이고, 복식과 머리 스타일이 바뀐 것은 사는 집이 한옥에서 양옥으로 변화하는, 즉 삶의 방식이 바뀌었다는 뜻이다. 이러한 변화는 당시 일본에 의해

133) 김희숙,「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, p.46.
134) 주식회사 약업신문,「 한국장업사 」, 대한화장품공업협회, 1986, p.15.

이식된 서양문화에 근거하는 것이었다.[135]

특히 1920년대 여성문화 일반에 있어서는 새 가정생활, 위생, 직업여성, 종교, 사회사업, 새로운 결혼관, 문학, 미술에 이르기까지 선진화된 사회에서 널리 보급되고 있던 다양한 문화론이 제기되었는데, 이는 신여성의 가치관 정립에 객관적 촉진제가 되었다. 신여성들은 근대교육을 통해 신지식을 배우면서 자신에 대한 새로운 자각을 하게 되었고, 이러한 자각 속에서 전통적인 성차별에 부당함을 느끼고 극복하고자 했다. 식민지 치하에서 독립이라는 대의명분 아래 신여성 운동은 일부 부유한 지식층 여성들의 소규모적인 움직임, 민족적 단합을 저해하는 요소로 여겨져 인간해방적인 진의가 간과되었으나 여성의 자아의식과 각성을 촉구하는 데는 상당한 역할을 수행했다 볼 수 있다.[136]

전통적인 여성상을 거부하고 신식교육을 받으며 짧은 머리에 근대의 화장품을 바르고 양장을 입은 '모던 걸', 즉 신여성들은 '모던 조선'의 명동거리를 활보하고 댄스홀에서 '모던 보이'들과 춤추며 근대가 주는 자유를 누렸다. 그리고 이들의 한편에는 신식교육을 받으면서도 전통을 고수하는 이른바 '구식 여성'들도 있었다.[137]

변화의 과정에서 일어나는 혼란과 갈등은 미디어를 통해서도 나타났다. "1920년대 신문광고에는 일본화장품 광고가 주를 이루었지만 여성잡지에는 화장법이 한 편도 소개되지 않았다. 오히려 전통적인 여인상에 대한 회고와 머리를 자른 여인에 대한 비난을 담은 기사가 실리기도 하였다. 당시 여성들이 쪽진 머리를 버리고 단발을 선택한다는 것은 전통에 대한 도전이자 조선문화에 대한 서양문화의 도전이었다. 또한 중세 봉건사회에서 근대로 변화하면서 나타나는 인간에 대한 존중, 자유의 상징으로도 여겨졌다."[138]

---

135) 문선주, 「모던걸, 연지를 버리고 구찌베니를 바르다」, 국악누리 제92호, 국립국악원, 2007. 12, p.29.
136) 김희숙, 「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, p.41.
137) 문선주, 「모던걸, 연지를 버리고 구찌베니를 바르다」, 국악누리 제92호, 국립국악원, 2007. 12, p.29.
138) 문선주, 「모던걸, 연지를 버리고 구찌베니를 바르다」, 국악누리 제92호, 국립국악원,

그러나 변화의 중심에 서고자 했던 신여성들의 노력에도 불구하고 일제강점기의 화장문화는 전시체제의 영향을 크게 받았던 것으로 보인다. 여성들까지 전쟁의 수단으로 이용하려 했던 일제는 여성의 아름다움의 기준을 '건강함'으로 바꾸려 애썼다. 당시의 여성잡지에는 이를 반영한 기사들이 다수 실렸는데 「여성(女性)」의 '여성 체격 향상에 대하여'(1937.1), '미용과 영양'(1938.3), '미의 표준은 건강에'(1939.11), '신식이요법'(1939.11), '생활과 신체제'(1940.1), '행보와 건강'(1940.12) 등이 그런 것들이다.[139] 전시 상황으로 몹시 불안했던 조선의 현실과는 동떨어진 이러한 논제들은 현대에서 추구하는 '웰빙'과 '웰에이징'의 기준에 근접한 듯 보이지만 그 배경과 목적이 다른 곳에 있어 오히려 여성의 미의식과 성인식을 왜곡시키는 결과를 낳았다.

신여성들이 주도하던 근대의 화장문화에 또 한 번의 변화가 생긴 것은 미군정의 지배를 받던 해방기이다. 해방직후 한국인들의 열망은 진정한 민족국가의 건설이었는데, 이는 여성운동의 흐름에서도 나타났다. 경제적 어려움과 정치적 혼란이 가중되던 시기였지만 여성들은 억눌렸던 정치·사회·문화적 틀에서 벗어나 새로운 시대로 나아가려는 열의로 가득 차 있었다. 여성들의 사회 참여가 활발해지고 교육열 또한 높아졌으며 이는 여성들의 대상으로 하는 다양한 대중매체의 탄생으로까지 이어졌다. "여성의 정치적·경제적·사회적 해방을 주장하던 당시의 여성운동가들은 공창 폐지, 선거권의 남녀평등권, 상속권의 남녀동등권, 간통죄에 대한 쌍벌죄, 부부산별제, 중혼과 축첩의 금지 등을 요구하였고, 이는 1948년 7월 17일 공포된 대한민국 헌법에 수렴되었다."[140]

여성들의 이러한 시대 의식은 미용에 대한 인식 변화에도 크게 영향을 미

2007. 12, p.29.

139) 맹문재, 「해방기의 여성지에 나타난 여성미용 고찰」, 역사민속학 제19호, 한국역사민속학회, 2004. 12, pp.267~268.

140) 맹문재, 「해방기의 여성지에 나타난 여성미용 고찰」, 역사민속학 제19호, 한국역사민속학회, 2004. 12, pp.253~254.

쳤다. 1948년 8월에 발간된 여성잡지 「婦人」 제3권 제3호에는 '여성이여 방탕하라' '옷을 그날의 기분에 따라 골라 입어라', '술을 마셔 피부의 건강미를 드러내며 연애를 즐겨라', '과일과 야채를 먹는 것으로만 여기지 말고 피부 미용에도 활용해라', '꿈과 아름다움에 대한 열정을 잊지 말라', '화장을 고상한 창작생활 변화시켜라', '수영이나 일광욕, 목욕을 즐겨라' 등 '미용십계'로 천명하며 미용과 화장에 대한 의식 변화를 촉구했다. 이는 일제강점기 동안 말살되었던 여성들의 주체성을 스스로 회복하려는 노력이자 여성미용에 대한 적극성을 드러낸 상징적인 표현들로 볼 수 있다.[141] 또한 이 시기에는 '화장은 때와 장소에 따라 달라져야 한다'거나, '화장은 개성을 살리고 미의 가치를 나타내는 기술'이라는 주장이 나타나는 등 현대적인 개념의 화장을 의미하는 표현들이 등장하였다.

한국전쟁 이후 미디어의 영향은 더욱 증폭되었다. 1953년 12월 「여성계」의 창간을 시작으로 1954년 「여원」, 1965년 「주부생활」 등의 잡지는 여성교양지로서 여성들의 화장문화는 물론 생활전반을 아우르며 현대적인 가치관을 양산하는 데 일조하였다.

5. 현대

1) 우리나라 현대의 화장문화

① 현대 화장문화의 특징과 유형

화장품이 사치품이 아닌 필수품이라는 인식의 전환과 여성 경제활동 인구의 증가, 소비자 욕구의 다양화, 소비 계층의 확대, 온오프라인 공유 플랫

141) 맹문재, 「해방기의 여성지에 나타난 여성미용 고찰」, 역사민속학 제19호, 한국역사민속학회, 2004. 12, pp.255~257.

폼의 확산, 고령화 시대 진입 등에 힘입어 화장품 산업은 지속적으로 새로운 시장 창출이 기대되고 있다.[142] 영국의 시장조사기관 유로모니터가 공개한 자료에 따르면, 장기 불황 속에서도 2016년 세계 화장품 시장규모는 3,649억 달러를 기록해 전년대비 4.8% 상승했다. 이러한 상승세는 향후에도 지속되어 2021년 4871억 달러까지 증가할 것이라는 전망도 내놓았다.

1960년대 초반 생산총액 1억 원이었던 한국의 화장품 시장은 2008년 43억 달러, 세계 14위 규모로 성장하였고 수출은 4,093억 원을 달성하였다.[143] 2016년 국내 화장품 산업 총 생산규모는 13조513억 원으로 전년대비 21.6% 증가하였으며, 이 수치는 최근 5년 연평균 증가율인 16.3%를 웃도는 것이다. 수출은 더욱 빠른 속도로 증가했다. 2016년 4조8,667억 원 규모로 전년대비 46.8% 증가하였으며, 수입 또한 1조6,937억 원으로 전년대비 5.3% 증가했다. 2014년 무역수지 흑자 전환 후 2016년 무역수지 흑자는 2년 사이 약 5배 이상 증가했다.[144]

화장품 시장 규모면에서도 우리나라는 2016년 미국 706억 달러(19.4%), 중국(436억 달러, 12.0%), 일본(329억 달러, 9.0%), 브라질(235억 달러, 6.4%), 독일(150억 달러, 4.1%) 등에 이어 8위를 차지하였다. 세계 화장품 시장에서 차지하는 비중은 3.0% 수준이다.[145]

2009년 복지부는 화장품 산업을 새로운 수출유망산업으로 육성하기 위해 신소재·신제품 연구개발 투자, 유망 신제품의 해외시장 개척지원, 산업발전을 위한 인프라 조성과 규제 개선사항 발굴 등을 추진해왔다. 그리고 2017년에는 산·학·연 전문가 40여 명이 참여한 화장품 산업 발전기획단을 출범시키고 '화장품 수출 세계 3대 강국으로 도약'이라는 비전을 제시했다.[146]

---

142) 신민선,「2017 화장품 산업분석보고서」, 한국보건산업진흥원, 2017, p.24.
143) 강학희, 「국내 화장품 업계의 동향」, 한국생물공학회소식지 18호 no.1, 한국생물공학회, 2011년, p.16.
144) 신민선,「2017 화장품 산업분석보고서」, 한국보건산업진흥원, 2017, p.41.
145) 세계로 가는 K-BEAUTY 중국·아시아 넘고 '훨훨', <보건신문>, 2018. 06. 25., <http://www.bokuennews.com/news/article.html?no=161442>(접속일 : 2018. 06. 26.)
146) 신민선,「2017 화장품 산업분석보고서」, 한국보건산업진흥원, 2017, p.4.

2017년 사드배치 문제를 둘러싸고 중국과의 정치적 갈등이 심화되면서 수출 부진을 겪어야 했지만 우리나라는 미국과 유럽 등의 대형 화장품 전문 매장 진출을 꾀하는 등 시장 예측이 가능한 선진화된 지역을 공략해나감으로써 시장을 다변화하고 있다.

우리나라 화장품 산업이 세계시장에서 선진국들과 어깨를 나란히 할 정도로 규모와 질적인 면에서 성장을 이룬 것은 90년대 후반부터 시작된 한류열풍과 무관하지 않다. 한국의 드라마와 대중가요가 'K-DRAMA', 'K-POP'이라는 이름으로 세계시장에서 각광받으며 한국의 스타들에 대한 세계인들의 관심이 급증하였기 때문이다. 한국의 화장품이 스타들의 외모를 아름답게 가꿔주는 비결로 떠오르면서 한국 화장품에 대한 관심 또한 뜨거워졌다. 그러나 한류열풍의 영향으로 시작된 한국 화장품에 대한 관심이 수출로 이어지고, 지속적인 성장세를 유지하고 있는 것을 스타 마케팅에 기댄 일시적인 사회 현상인 것으로만 볼 수는 없다. 스타들이 사용하는 화장품에 대한 호기심에서 출발했던 한국 화장품에 대한 관심은 이미 품질에 대한 신뢰로 중심축을 옮겨갔기 때문이다.

우리나라 화장품 산업은 8.15 해방과 한국전쟁 등 역사적 격변을 치른 후 1960년대에 이르러서야 새로운 성장의 발판을 마련할 수 있었지만 그 발전 속도는 여느 산업 못지않게 빠르고 화려했다. 1962년 정부의 주도로 시행된 경제개발계획은 국민들의 생활문화 전반을 자연스럽게 변화시켰는데 이러한 분위기는 사회 분위기가 어느 정도 안정되고 경제 성장이 본격적으로 이뤄진 1970년대 접어들면서 더욱 가속화되었다.

본격적인 미용잡지의 태동은 1968년, 지금의 아모레퍼시픽 전신인 태평양화학의 '향장'부터로 볼 수 있다. 이후 한국화장품, 피어리스, 쥬리아, 라미 등의 화장품회사에서 자사 제품의 홍보와 미용 지식의 전달을 위해 잡지를 발간하였다.

1983년부터 단계적으로 이뤄진 수입자유화 조치로 화장품시장은 더욱 다변화되었으며, 컬러 TV의 등장으로 대변되는 매스미디어의 보급과 86 아

시안게임, 88 서울올림픽 등 굵직한 국제행사 개최를 시발로 한 적극적인 해외교류, 1990년대부터 본격적으로 진행된 패션잡지의 보급 등으로 패션과 미용은 새로운 생활의 표현이자 하나의 문화로 인식되게 되었다. 생활수준의 향상, 개인의 삶과 개성을 중시하는 풍토는 패션과 미용에 대한 관심으로 이어졌으며, 이러한 변화의 과정에서 발생한 여성관과 미에 대한 가치기준 변화는 화장문화에도 영향을 미쳤다.

〈표2〉 화장품의 시대별 주요 제품개발 특징[147)]

시대	특징	주요 출시제품
~1950년대	비밀 속에 구전 및 비방으로 전해 내려옴 외제 화장품의 모방	백분, 유액, 크림
1960년대	기술개발 투자 시작(성장기)	크림, 분백분, 포마드, 메이크업 제품
1970년대	기술개발 본격화로 품질 경쟁 선진외국기업과 기술제휴 및 합작 투자 시작	헤어토닉, 에어 리퀴드, 샴푸, 린스
1980년대	피부노화에 대한 활발한 연구 및 약리적 성분이 포함되는 쿠스메티칼 연구개발	바이오, 리포좀, 민감성 화장품
1990년대	피부노화에 대한 활발한 연구 및 약리적 성분이 포함되는 코스메티칼 연구개발	환경방어/친화 제품, 기능성 화장품
2000년대	피부 부작용을 최소화하고 피부 건강을 고려한 화장품 개발, 메이크업 화장품의 감성품질 강화 노력	유기농 화장품, 감성 메이크업 화장품

*자료원 : 대한화장품공업협회(1998)의 자료와 전문가 인터뷰를 바탕으로 재작성.

한국전쟁 이후 한국의 화장품 산업은 화학과 생명공학, 의학, 엔터테인먼트, 미디어 등 다양한 산업과 유기적 관계를 형성하며 능동적으로 성장해왔다. "1960년대 이후 한국의 시대별 화장품 제품개발 특징은 화장품 산업의 기반이 구축된 1960년대, 화장품 업계에 시장 세분화가 이뤄지면서 각 시장에 맞는 신제품이 기획되고 기술개발에 투자를 시작한 1970년대, 기술개발이 본격화되고 국내 회사가 해외의 선진기술을 도입하기 위해 외국 회사와 기술제휴 또는 합작투자를 시작한 1980년대로 규정할 수 있다. 1980년

147) 이종태 외,「한국화장품 산업 유통경로의 역사적 발전」, 경영사학 제24집 제4호, 한국경영사학회, 2009. 12, p.161.

에 접어들면서 외국사 중에는 기존의 기술이전 방식을 청산하고 완제품 판매 파트너를 찾거나 독자회사를 설립하는 곳도 있었다."[148]

이러한 기술개발의 선두주자는 태평양화학이었다. 1954년 화장품 업계 최초로 화장품연구실을 설립한 태평양화학은 1980년대 이후부터 피부과학 연구에 집중 투자함으로써 제품 개발의 토대를 마련하는 한편 의약과 건강식품 연구에도 눈을 돌려 화장품의 범위를 건강을 관리하는 것으로 확장시키는 선지적 역할을 담당하였다.

최근 화장품 업계의 가장 두드러진 변화는 화장품과 의학, 첨단 기술, 예술 등의 경계가 허물어지고 있다는 점이다. 1990년대 이후부터는 고기능성 화장품의 개발과 약리적 활성 성분을 함유한 코스메디컬(cosmedical)의 연구개발이 활기를 띄면서 대학병원과 화장품 회사의 공동개발 작업이 활발해지고 화장품과 의약품 사이의 간극이 좁혀지고 있는 추세다.[149]

'환경', '웰빙', '웰에이징'을 주제로 한 감성마케팅의 사례 또한 빈번해졌다. 고도로 산업화된 물질문명과 개인주의로 치닫는 가치관의 혼란 속에서 과거의 시대를 그리워하는 경향이 나타났으며, 2000년대에 접어들면서부터는 물질문명에 대한 반발로 '웰빙'과 '자연주의' 등이 세계적인 라이프 스타일 키워드로 떠올랐다. 소비자 스스로 '친환경', '과거로의 회귀'와 같은 삶의 방식을 선택하는 것이 소비 트렌드로 각광받게 된 것이다. 이러한 변화는 사치품으로 여기던 화장품을 생활용품으로 인식하게 되는 변화의 기폭제가 되었다. 화장품의 범위는 피부에 바르는 것에서 심신의 안정에 도움을 주는 향을 즐기는 것, 피부와 건강에 도움을 주는 제품을 먹는 것으로까지 확대되었다. 이는 또한 최근 트렌드가 되고 있는 천연성분의 화장품 그리고 동의보감, 의방유취, 본초강목 등 한방의서에 소개된 처방을 기초로 한 한방화장품의 개발과 성장에도 영향을 미쳤다. 특히 한방화장품의 경우 자연

148) 이종태 외,「한국화장품 산업 유통경로의 역사적 발전」, 경영사학 제24집 제4호, 한국경영사학회, 2009. 12, p.160.
149) 이종태 외,「한국화장품 산업 유통경로의 역사적 발전」, 경영사학 제24집 제4호, 한국경영사학회, 2009. 12, p.161.

주의 경향이 동양철학과 오리엔탈리즘에 대한 관심으로 이어지면서 “동양사상을 기반으로 한 우리만의 사상과 철학, 기술이 융합된 산업으로 경쟁력을 확보해나갔다.”150)

첨단 기술과 화장품의 결합은 뷰티 디바이스 시장의 확대로 이어지고 있다. “삼성경제연구소가 2013년 발표한 보고서에 따르면 유럽 가전시장에서 뷰티 디바이스 시장은 믹서와 커피머신과 같은 소형기기 다음으로 큰 시장을 형성하고 있다. 이러한 성장세는 우리나라에서도 마찬가지여서, 드럭스토어 올리브영에 따르면 지난 2015년 1월부터 11월까지 뷰티 디바이스의 매출은 전년대비 25% 성장한 것으로 나타났다.”151)

패션과 디자인, 예술분야와의 콜라보레이션도 두드러진 현상이다. 기존의 제품을 새롭게 이슈화하거나 브랜드의 히스토리나 아이덴티티를 전달하고 제품의 특징적인 면들을 소개하는 데 효과적인 방법이기 때문이다. 비슷한 맥락으로 10대들의 화장품 소비가 커지면서 이들을 겨냥한 캐릭터 상품의 출시가 붐을 이루고 있으며, 키덜트 열풍으로 성인을 위한 다양한 캐릭터 콜라보레이션 제품도 출시되고 있다.

〈표3〉 화장품 생산액 전년대비 증가율152)

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도 한국은행, 경제통계시스템(ECOS)

150) 정성근·이기원, 「한방화장품 산업동향」, 식품과학과 산업 v.45 no.2 , 2012, p.50.
151) "2016 뷰티 트렌드, 주요 키워드로 미리볼까", <세계일보>, 2016.01.11., <http://www.segye.com/newsView/20160111002928>(접속일 : 2018. 06. 26.)
152) 신민선,「2017 화장품 산업분석보고서」, 한국보건산업진흥원, 2017, p.4.

〈표4〉 국내 총생산액 대비 화장품 산업 총생산비중[153] (단위 : 억 원, %)

구분		2012년	2013년	2014년	2015년	2016년
국내 총생산(GDP)		13774,567	14,294,454	14,860,793	15,641,239	16,417,860
제조업 총생산		3,880,101	4,036,567	4,085,102	4,236,517	4,397,003
화장품 산업 총생산		71,227	79,721	89,704	107,329	130,513
화장품 산업 비중	국내 총생산 대비	0.52	0.56	0.60	0.69	0.79
	제조업 총생산 대비	1.84	1.97	2.20	2.53	2.97

주 : 국내총생산 GDP는 해당 연도 종료 후 3개월 이내 연간 잠정치가 발표되고, 익익년 3월에 확정됨

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도 한국은행, 경제통계시스템(ECOS)

한국의 화장품이 다시금 성장의 발판을 마련한 것은 2000년 도입된 화장품법의 시행과 2012년 화장품법의 전면개정 덕분이다. 1953년 이후 줄곧 까다로운 약사법 규제에 갇혀 있던 화장품은 의약품이 아님에도 일일이 식품의약품안전처(당시 식약청)의 허가를 받아야 했고, 이로 인해 신제품 개발에도 소극적인 태도로 일관할 수밖에 없었다. 그러나 2000년 의약분업과 함께 시행된 화장품법으로 화장품의 종별 허가제와 품목 신고제가 폐지되면서 화장품 업체들은 보다 자유롭게 제품 개발에 나설 수 있게 되었다. 또한 2012년 화장품법 개성 이후부터는 화장품 원료 사용에 있어 배합 금지 원료 외에는 화장품 업체의 책임 하에 자율적으로 사용할 수 있도록 규제가 완화되면서 화장품 개발에 날개를 달게 되었다.

② 현대의 화장품

우리나라 화장품 업계에 본격적으로 제품개발과 기술투자가 이뤄진 것은

153) 신민선,「2017 화장품 산업분석보고서」, 한국보건산업진흥원, 2017, p.4.

1970년대부터다. 1960년대 산업의 기반을 구축한 화장품 업계는 1970년대에 접어들면서 색조제품을 비롯해 남성용, 유아용, 두발용 등 용도와 성별, 연령대, 계절에 맞는 다양한 제품을 개발하기 시작했다. TV와 신문, 잡지 등의 보급이 활발해지면서 미디어를 광고와 마케팅에 활용하는 사례 또한 빈번해졌다.

1980년대에는 화장품 시장이 더욱 세분화되어 각 표적시장에 맞는 다양한 기능성 제품이 개발되었고, 제품에 맞는 다양한 제형의 개발과 함께 생명공학을 기반으로 한 '바이오화장품'이 대세를 이루었다. 1986년에는 색조제품에도 아미노산 유도체를 특수공정처리해 색조화장품에도 스킨케어의 개념이 도입되었다. 1987년에는 리포솜 화장품의 개발로 화장품에 첨단기술을 실현하는 시대가 도래하였다.[154]

1990년대 접어들면서 인기를 끌기 시작한 것은 피부노화방지를 목적으로 한 '안티에이징' 제품이다. 고령화 사회의 영향으로 고령층의 화장품 소비가 늘어났기 때문이다. 화장이 '자기표현의 방법'이라는 인식이 보편적으로 자리 잡으면서 색조화장품의 성장도 두드러졌다.

최근 세계 시장의 흐름을 주도하고 있는 테마는 '환경'과 '웰빙', '웰에이징'이다. 1990년대 이후 고도의 산업화가 만들어낸 부작용으로 환경문제가 대두되면서 천연원료의 개발뿐만 아니라 리필제품 등 사용과정에서 발생할 수 있는 환경오염을 최소화할 수 있는 제품들도 등장하게 되었다. "환경에 대한 관심은 '그린 마케팅'의 등장과 함께 새로운 기술을 유도하였다. 또한 인간과 자연, 기계와 문화, 물질과 정신에 대한 정보화 시대에 맞는 새로운 인식 틀을 제공해주는 인간 생태학과 인지과학에 대한 관심이 높아졌으며 감성공학에 대한 인식도 늘고 있다."[155]

산업의 융합화는 화장품 시장에 있어서도 예외가 아니다. 천연화장품과 함께 더마화장품에 대한 관심이 급증하면서 최근에는 대형 화장품 기업들의

154) 김희숙, 「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000, pp.65~66.
155) 히데오 아오키, 「서양화장문화사」, 유태순 외 옮김, 동서교류. 2004, p.190.

더마화장품 브랜드 출시가 눈에 띄게 늘어났다. 약국에서 판매하던 치료제 개념의 기미·주근깨 연고의 기능을 접목한 더마화장품은 물론 샴푸나 보디워시 등의 생활용품에도 더마화장품 개념이 도입되고 있다.

2017년부터는 주름개선, 자외선 차단 등 기존의 기능성화장품 품목에 염모제, 제모제, 탈염제, 아토피성 피부 개선, 탈모 완화, 여드름 완화 등 7종의 기능성화장품 품목을 추가함으로써 국내 화장품 시장의 다변화는 물론 해외 수출을 주도할 수 있는 품목의 확대도 꾀하고 있다.

③ 현대의 화장도구

현대사회는 화장품의 눈부신 발전만큼이나 화장도구의 진화가 급격히 이뤄진 시기다. 근대 이후 화장품은 사용부위나 목적에 따라 그 종류가 매우 세분화되었으며 다품종 소량생산의 대표적인 산업으로 분류되고 있다. 근대 이전 가내수공업 형태로만 제조되던 화장품이 전문적인 제조시설을 갖춘 공장에서 '제품화'되어 제조·유통되면서 화장품의 용기는 유통경로와 소비자의 사용환경, 즉 온도, 습도, 빛, 미생물 등으로부터 내용물의 품질을 보호하고 사용자의 편의를 도모하는 형태로 발전해왔다. "용기의 디자인 또한 중요해졌다. 'Package Culture'라는 신조어가 생겨날 정도로 화장품의 용기는 내용물의 특성이나 품질, 품격 등의 상품적 가치를 가장 먼저 커뮤니케이션해주는 역할을 담당하고 있는 것이다."[156]

화장도구 또한 세분화된 화장품 각각의 사용감을 높이고 물리적 효과를 극대화할 수 있는 새로운 기능과 디자인을 갖춘 제품들이 대거 출시되었다. 특히 색조화장에 필요한 도구에 있어서는 기존의 브러시나 퍼프, 족집게 등이 화장품의 제형, 사용자의 피부 상태는 물론 사용자가 완성하고자 하는 피부 표현이나 질감에 따른 선택이 가능할 정도로 소재와 기능, 디자인이

156) 김수연,「화장품 유형별 용기 외관에 관한 여성 소비자들의 색채 선호도 연구」, 중앙대학교 의약식품대학원 향장미용전공, 석사학위논문, 2007, P.2.

복잡하게 전문화·세분화되었다. 집게 모양의 뷰러를 비롯해 눈썹을 쉽게 그릴 수 있는 모양틀, 수정화장 패드, 붙이는 네일 스티커 등 화장의 과정을 쉽고 편리하게 도와주는 아이디어 상품도 쏟아지고 있다.

최근에는 색조화장은 물론 마사저 등 기초화장에 필요한 도구의 개발까지 활발하게 이뤄지고 있다. 특히 전문 마사지숍이나 피부과를 가지 않고도 집에서 스스로 피부관리를 할 수 있는 '홈케어용 뷰티 디바이스' 시장은 그 규모가 날로 커지고 있는 추세다. 클렌징부터 마사지, 레이저 제모, 피부운동 등 다양한 방식으로 피부를 관리하는 뷰티 디바이스들은 바쁜 현대인들의 라이프 스타일을 고려한 사용의 편의성과 합리적인 가격대, 첨단 과학과 미용의 결합이라는 측면에서 가장 주목받는 시장 중 하나로 손꼽히고 있다.

④ 현대의 화장품 유통

1945년 이후 최근까지 화장품 산업의 유통경로 구조 변화는 크게 네 가지 시기로 구분할 수 있다. 제 1기는 1945년에서 1963년까지, 국내의 화장품 제조업체들이 자본력 등의 문제로 주도적 역할을 수행하지 못하고 도매상이 그 역할을 대신 수행하던 시기라고 할 수 있다. 이로 인해 국산화장품의 난매가 성행하게 되었고, 정상적인 유통경로가 아닌 밀수를 통해 반입된 외국산 화장품이 유통되면서 가짜 외국산 화장품을 불법 제조하는 업체까지 등장하였다. 이는 화장품 산업 보호육성정책을 마련하는 계기가 되었다. 제2기는 1964년에서 1985년까지로, 방문판매 전성시대이다. 국내 화장품 산업은 1960년대 정부의 강력한 밀수근절과 국내산업 보호정책 및 국가경제 발전에 힘입어 그 규모가 급성장했다. 이 시기에는 소비자들이 화장품에 대한 지식, 경험, 교육이 절실히 요구된 시대로 판매원이 소비자의 거주지를 방문하는 방문판매가 주를 이뤘다. 제3기는 1986년에서 1995년까지로 화장품 할인점 및 전문점이 주종을 이루는 시대다. 여성들의 사회진출

이 활발해지면서 재택률이 떨어지고 가격, 품질, 점포 등의 선택에서 소비자 스스로가 합리적 의사결정을 내리기 시작하면서 방문판매의 인기는 급격히 하락하게 되었다. 제4기는 1996년 이후의 다채널 전환기 시대다. 1984년의 외국인에 대한 투자 허용, 1991년의 도매업 개방, 1992년 소매업 개방과 함께 수입의 전면자유화가 이뤄지면서 국내 시장은 바야흐로 글로벌 경쟁체제로 전환되었고 화장품의 공급과잉 현상까지 두드러지게 되었다. 또한 온라인·무점포 매체의 등장, 소매유통업의 현대화로 급격한 환경변화를 맞이하게 된 것이다.[157]

고무적인 것은 장기적인 경기침체에도 불구하고 한국의 화장품 시장은 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 잠재력 또한 크다는 것이다. 21세기 글로벌 경쟁 시대로 접어들면서 다양한 유통경로의 출현과 함께 다국적 유통이 활발해짐에 따라 화장품 기업 간의 경쟁은 물론 유통기업 간, 유통경로 간에도 복잡한 경쟁이 펼쳐지고 있다. “최근의 국내 화장품 유통경로는 크게 시중판매와 방문판매로 구분된다. 방문판매는 일대일 방문을 통해 개별적으로 판매가 이뤄지는 인적판매방식이며, 시중판매는 백화점, 화장품 전문점, 드럭스토어, 대형 할인점, 브랜드샵 등의 시중판매와 홈쇼핑, 인터넷, 통신 등 통신매체를 이용해 불특정 다수를 대상으로 판매하는 방식을 일컫는다.”[158] 경쟁이 날로 치열해지고 규모가 대형화되면서 경쟁력이 약한 영세전문점은 시장에서 사라지고 저가 브랜드샵과 서구형의 화장품 및 잡화편집매장 드럭스토어가 급성장하는 등 화장품 시장의 유통구조 변화는 그 속도가 날로 빨라지고 있다. 이는 화장품의 유통구조와 판매방식이 소비자가 편리하게 화장품을 구입할 수 있는 구조로 빠르게 변화하고 있음을 의미한다고 볼 수 있다.

저가브랜드 단독매장 판매방식이 붐을 이루게 된 것은 2002년 온라인 마

157) 이종태 외, 「한국화장품 산업 유통경로의 역사적 발전」, 경영사학 제24집 제4호(2009. 12), 한국경영사학회. p.157.
158) 양지안·이상윤, 「한국 일본의 화장품 유통경로 분석과 판매활성화에 관한 연구」, 한국유통과학회 학술대회, Vol.2011, 한국유통과학회, 2011 p.285.

켓을 통한 저가의 샘플 판매로 인지도를 얻은 미샤가 단독브랜드 매장을 오픈하면서부터다. 미샤의 성공 이후 더페이스샵, 스킨푸드, 에뛰드, 이니스프리, 토리모리 등 저가화장품 브랜드의 단독매장이 잇따라 성공을 거두게 되었고, 이는 2004년 아모레퍼시픽의 휴플레이스, LG생활건강의 뷰티플렉스 등 대형 화장품회사의 멀티브랜드샵 출시로 이어졌다. 아모레퍼시픽의 휴플레이스는 2008년 아리따움으로, LG생활건강 뷰티플렉스는 2010년 보떼, 2016년 네이처컬렉션으로 각각 이름을 변경하였다.

CJ의 올리브영, GS의 왓슨스, 롯데의 롭스 등 한국형 드럭스토어인 H&B(헬스 앤 뷰티)숍도 눈에 띄는 성장세를 보이고 있다. "지난 2010년 2000억 원 규모였던 드럭스토어 시장은 지난 2016년 1조2000억 원으로, 6년 사이 6배나 성장했다."[159] 드럭스토어는 특히 중소 화장품브랜드의 등용문으로 각광을 받고 있는데, 드럭스토어에서 성공한 제품들은 홈쇼핑이나 면세점 등으로 진출하는 방식으로 판로를 넓혀나가고 있다. GS 왓슨스는 2018년 홍콩 허치슨왐포아와의 제휴가 종료됨에 따라 100% 지분을 확보하고 단독브랜드인 랄라블라로 명칭을 변경했다.

또 한 가지 변화는 인터넷과 스마트폰 어플리케이션 등을 이용한 마케팅과 유통방식의 다양화이다. SNS와 유투브 등 개인미디어의 발달로 방송은 물론 인터넷을 통한 화장품 판매가 다양한 방식으로 이뤄지면서 화장품 유통구조는 더욱 복잡한 지형을 만들고 있다. 온라인을 통한 판매·유통 방식은 소비자 입장에서 보다 저렴한 가격에 제품을 구입할 수 있다는 장점과 함께 각자의 소비취향과 니즈에 맞는 화장품을 구매할 수 있어 선택의 폭이 넓어지는 등의 장점이 있지만 제품의 유통기한을 제대로 지키지 않거나 개인이 불법으로 만든 화장품을 유통하여 위생과 안전성 등에 문제를 양산하기도 한다.

---

159) [유통공룡 아픈 손가락(下)] '신성장 드럭스토어' 롯데·신세계 체면 구긴 이유, <cnbnews>, 2017.08.01.,
<http://www.cnbnews.com/news/article.html?no=353920>(접속일 : 2018. 06. 26.)

2) 현대의 화장문화를 통해 본 성의식

화장을 하는 행위가 남녀를 불문하고 자기표현과 개성의 일환으로 이해되기 시작한 것은 근래의 일로 볼 수 있다. 근대에서 현대사회로 이행하는 시기 한국사회의 화장문화에는 전통의 화장문화에 숨겨진 여성에 대한 편견과 이중적 잣대를 거부하고 또 다른 권력구조로의 이행을 실현하고자 하는 적극적인 의지가 담겨 있다. "19세기 말경 서구에서 남성의 외모 가꾸기를 '여성적인 것'으로 치부하였던 것과 마찬가지로 조선사회가 치장을 하는 남성을 '기생오라비'로 낙인찍은 것은"[160] 아름다움을 추구하는 것을 '여성적인 것', '유약한 것', 나아가 '교양이 없고 부도덕한 것'으로 여겼다는 반증이다. 이러한 차별적 관념 속에서 화장은 여성성과 남성성을 가르는 기준이자 성별대립의 권력구조에서 하위집단의 것으로 치부되어야만 했다.

여성들의 활발한 경제활동과 사회 참여는 '외모가 경쟁력'의 새로운 기준이 되는 배경으로 작용했다. 여성들의 사회진출이 흔치 않았던 시절에는 외모로 평가받는 직업적 집단과 그렇지 않은 집단의 뚜렷한 구분이 있었으나 노동시장에 여성들이 대거 참여하면서 노동시장 전반에 걸쳐 직업적인 아름다움이 하나의 자질로 요구되기 시작한 것이다. 아름다움에 대한 가치관의 변화는 아름다움에 대한 절대 기준에도 변화를 가져왔다. 선천적으로 타고난 아름다움을 외모에 대한 절대적 평가 기준으로 삼던 과거의 고정관념에서 벗어나 후천적으로 외모 가꾸기에 얼마나 노력을 기울였는가가 더 중요한 평가의 기준으로 작용하게 된 것이다. 즉, 잘 가꾼 몸매나 세련된 분위기, 화장법 등에 관심을 기울이고 노력하는 모습이 '프로답다'는 인식을 심어줄 수 있는 시대로 전환된 것이다.[161]

---

160) 박승민,「화장하는 남성 이미지의 사회적 형성 - 남성화장품 광고를 중심으로」, 제7회『사회연구 학술상』장려상 수상논문, 사회연구, Vol.- No.14, 한국사회조사연구소, 2007, p.126.

161) 이현주,「신세대여성들의 화장경험을 통해 본 여성문화 드러내기와 그 저항성에 관한 연구」, 대한화장품학회지, 제25권 제3호, 대한화장품학회, 1999, pp.111~112.

현대사회의 화장품 유통구조는 주거형태의 변화, 미디어의 발달 그리고 소비자 특히 여성의 사회적 지위 변화와 경제적 능력, 소비 패턴의 변화 등과 밀접한 연관을 맺으며 변해왔다. 화장품에 대한 제반지식이 충분치 않던 1970년대에는 화장품 방문판매원의 화장에 대한 지식과 경험, 교육이 구매결정에 크게 영향을 미쳤던 것에 반해 인구의 도시 집중 현상이 심화되고 여성들의 교육 수준이 향상된 1980년대 이후부터는 소비자 스스로가 화장품에 대한 정보를 습득하고 구매하는 능동적 형태로 소비 패턴이 변화한 것이다.

김용숙의 「성인여성의 성역할 정체감에 따른 신체 및 화장이미지」 연구에서 나타난 것처럼 남성적 특성과 여성적 특징이 함께 존재하는 양성성을 지닌 여성 즉, 전통적 여성상에서 벗어나 자신의 능력을 발휘하여 사회적 성취와 경제적 성공을 추구하고 경쟁적이며 자기주도적이지만 섬세하고 감성적인 성역할 정체감을 가진 집단은 자신의 외모에 대한 관심뿐만 아니라 외모의 매력에 대한 자신감 또한 높다. 이들은 여성들의 전체 평균보다 더 많은 화장품을 사용하는 것으로 파악되었는데 김용숙은 이를 이들의 높은 사회활동 지향성과 연관지어 설명했다. 즉 화장을 하면 외모를 더 매력적으로 변화시킬 수 있으며, 이로 인해 사회생활에서의 경쟁적 우위를 차지할 것이라는 기대감이 작용하게 된다는 것이다.[162)]

21세기는 화장품에 대한 인식이 사치품에서 필수품으로 전환된 시기다. 여성의 사회진출이 활발해지고 성인지 관점에서의 사회문화가 확립되면서 여성은 물론 남성의 자기표현에 대한 욕구가 다양하게 표출되고 있으며 이에 따른 화장문화 역시 다변화되고 있는 추세다. 과거 남성들의 화장이 외모를 가꾸는 목적보다는 피부 보호 등의 기능적인 측면이나 주술적 의미, 계급을 나타내는 성격이 강하였다면 현대, 특히 1990년대 이후 남성들의 화장은 '아름다움'에 초점이 맞춰진 것이라 볼 수 있다. 클렌징부터 팩, 자

162) 김용숙, 「성인여성의 성역할 정체감에 따른 신체 및 화장이미지」, 服飾(Journal of the Korean Society of Costume), Vol.59 No.3, pp.55~66, 한국복식학회, 2009.

외선 차단제 등 피부 관리에 필요한 기본적인 제품도 남성의 피부 특징과 라이프 스타일에 맞는 제품이 따로 출시되고 있으며, 제모용품과 향수, 심지어 색조화장품까지 남성전용 제품이 출시되어 인기를 끌고 있다.

여성들의 경제력이나 사회적 지위가 향상되면서 남성 편향적이었던 권력구조 역시 빠르게 재편되었다. 성역할에 대한 인식 변화는 외모에 대한 인식에도 변화를 초래하고 있다. 남성의 재력이나 권력이 절대가치를 지녔던 시대에서 외모와 스타일 등이 중요한 시대로 변화한 것이다. 이러한 경향은 남성화장품 광고의 변화를 통해서도 확인할 수 있다. 1970년대에서 1990년대 중반까지만 해도 남성화장품 광고에 등장하는 모델은 근육질의 외형과 야성미를 갖춘 '성공하는 남성'의 이미지를 갖고 있었다. 이는 남성에게 지배 권력의 메시지를 전달함으로써 화장이 갖는 여성적 코드를 희석시키고 남성화장품을 사용하도록 설득하려는 전략을 담고 있는 것으로 해석된다.[163] 그러나 1990년대 후반부터는 '꽃미남'이라는 문구가 노골적으로 노출되는가 하면 희고 매끄러운 피부, 부드러운 얼굴선, 컬이 있는 긴 모발 등 광고에 등장하는 남성 모델들의 모습에도 상당한 변화가 나타나기 시작하였다.

여성들의 남성관도 자연스럽게 변했다. 최근 우리 사회에 불고 있는 '꽃미남 열풍'이 좋은 예다. 현대 여성들은 이른바 '터프한' 미남보다는 부드러운 미남을 선호한다. 전통적인 남성성이 무너지면서 이상적으로 생각하는 남성의 모습에도 변화가 나타난 것이다. 기존의 전형적인 남성미를 대체하고 있는 '꽃미남'의 모습은 기존의 여성이 가진 미에 대한 기준과 크게 다르지 않다는 점에서 현대사회에서의 '미(美)'는 여성미를 기준으로 중심축이 옮겨가고 있다고 볼 수 있다.

"현대사회에서는 세계 인구의 절반을 차지하는 남성소비자 역시 소비사회의 영향 아래 놓여 있으며 마케팅이나 광고 등에 영향을 받는다. 현대의 남

163) 박승민,「화장하는 남성 이미지의 사회적 형성 - 남성화장품 광고를 중심으로」, 제7회『사회연구 학술상』장려상 수상논문, 사회연구, Vol.- No.14, 한국사회조사연구소, 2007, p.131.

성성은 외모 스타일이나 쇼핑 행동을 통해 드러난다. 이는 후기자본주의 사회의 사회적·경제적·정치적 특성을 나타내는 것으로"[164] 21세기 사회가 강조하는 성인지 감수성과도 무관하지 않다.

물론 오늘날의 화장문화를 성인지적 관점에서 완전한 것으로 이해하기에는 여전히 무리가 있다. 1990년대 이후 보여진 탈전형적인 남성상이 얼핏 기존의 전통적 남성성을 부정하고 헤게모니적 남성성, 즉 권력의 우위를 점하고 있던 남성성이 위기에 봉착했음을 보여주는 듯하지만 이는 오히려 헤게모니를 유지하기 위한 일종의 유연화 전략으로 이해할 수도 있다. 화장을 통해 외모를 가꾸는 것이 현대사회에서 경쟁적 우위를 점할 수 있는 방편이라면 이는 〈표5〉와 〈표6〉에서 보는 것처럼 헤게모니적 남성성의 파괴가 아닌 시대적 흐름에 따라 변화해온 또 다른 남성성의 표현일 수 있기 때문이다.

164) 전양진·성희원, 「화장하는 남자가 시장을 바꾼다」, 삼성경제연구소, 2007, p.9.

〈표5〉‘쾌남 루트’ 1988년 TV CF광고 대망편 분석표[165]

광고구성요소	1단계 의미 작용		2단계 의미 작용	지배 이데올로기
	기표	외연적 이미지	내포적 의미	
상품명	쾌남 루트			
모델	얼굴	전체적으로 둥글지 않고 각이 진 얼굴	여성의 둥근형과 상반되는 각진 얼굴로써 남성미를 표현	
	눈	눈을 부릅뜨고 정면을 강하게 응시	대망을 향한 자신에 찬 강한 눈빛	
	머리	컬이 없는 직선 머리	직선 머리는 남성의 강한 상징	
배경	장소	이집트 제왕들의 무덤	제왕들의 무덤인 피라미드가 ‘대망’이라는 대사와 함께 등장하는 것은 남성이라면 제왕에 버금가는 권력을 이상향으로 삼아야 함을 암시	도전, 정복 이데올로기
TV CF 대사		‘시저’, ‘나폴레옹’, ‘롬펠’…‘정복’하려 했는가? 그것은 ‘대망’…일렁이는 대망을 본다 / ‘승자’만이 생존하는 힘의 역사…남자의 ‘투지’를 후세에 전하려 함인가?	전쟁 영웅을 찬양하고 투지를 불태우며 대망을 품는 것은 전형적인 남성의 모습을 대변	

165) 박승민,「화장하는 남성 이미지의 사회적 형성 - 남성화장품 광고를 중심으로」, 제7회『사회연구 학술상』장려상 수상논문, 사회연구, Vol.- No.14, 한국사회조사연구소, 2007, p.133.

〈표6〉 보닌 The style photogenic 2005 TV CF 광고 분석표[166]

광고구성요소	1단계 의미 작용		2단계 의미 작용	지배 이데올로기
	기표	외연적 이미지	내포적 의미	
상품명	보닌 The style photogenic			
모델	얼굴	남성의 얼굴을 늑대로 표현	'남자는 늑대, 여자는 여우'라는 성적 고정관념 내포	성공, 능력 이데올로기
		여성의 얼굴을 여우로 표현		
	동작	두 남자의 '힘겨루기'	두 남자가 한 여자로부터 호감을 받기 위해 경쟁	
	머리	목을 약간 덮을 정도의 긴 웨이브 머리	여성적 이미지 가미	
배경	장소	젊은 남녀가 어울려 술을 마시며 여가를 즐기는 클럽	젊은이들의 개방화된 성문화 내포	
TV CF 대사		영역표시 / 힘겨루기 / '바야흐로 짝짓기의 계절. 밀림은 경쟁이 치열해집니다. 그러나 성공하는 기술은 따로 있죠. 보호색, 남자의 기술입니다.'	이성 관계에서의 성공	

166) 박승민,「화장하는 남성 이미지의 사회적 형성 - 남성화장품 광고를 중심으로」, 제7회『사회연구 학술상』장려상 수상논문, 사회연구, Vol.- No.14, 한국사회조사연구소, 2007, p.143.

Ⅳ. 성인지 관점에서의 화장품 산업 발전방안

화장을 여성의 전유물, 여성을 대상화하고 강제하는 수단으로 이해하던 근현대의 가치관은 21세기 달라진 성인식과 자아개념, 사회·문화·정치·경제의 특성을 감지해내는 데 커다란 걸림돌이 되고 있다. 한 사회가 이상적으로 생각하는 미적 이미지는 그 사회의 정치·경제·문화적 요인들이 복합적으로 반영된 결과물이라 할 수 있기 때문이다. 따라서 성인지 관점에서 전통의 화장문화를 새롭게 조명하고 21세기 미래사회가 요구하는 미의 기준을 확립하려는 시도는 우리 사회가 내재하고 있는 가치를 정립하고 나아갈 바를 확인하는 과정이 될 것이다.

1990년대 이후 세계는 인터넷과 미디어의 발달로 정보의 전파가 급속도로 빨라졌으며, 탈냉전의 선언과 더불어 국가 간의 경계가 허물어지고 지역 특성에 따른 문화적 차이 또한 다소 희미해졌다. '국제화' '세계화'가 국제사회의 새로운 이슈로 대두되면서 이데올로기의 대립으로 양극화되어 있던 국제체제는 다극화체제로 급속히 재편되었으며, 그 중심에는 '문명'이라는 새로운 테제가 자리하게 되었다. 이러한 시기 남성성과 여성성의 대립구도 속에서 바라보던 화장문화에 탈구도화를 시도하는 것은 현대사회가 요구하는 다양성을 포괄적으로 수용하는 동시에 소비 주체로서의 '인간성'을 확보하는 과정으로 이해된다.

이에 본 논문에서는 고대부터 현대까지 한국사회의 화장문화를 짚어보고, 그 속에 내재된 성인지감수성을 파악함으로써 글로벌 시대 국제사회의 문화생산자로 거듭나고 있는 한국의 화장문화의 미래를 예견하고 아래와 같은 발전방안을 제시하고자 하였다.

첫째, 한국 전통의 가치를 재정립함으로써 화장문화의 의의를 다각적으로

되짚어볼 필요가 있다.

한국의 전통사회가 바라본 '화장'은 근현대사를 통해 보인 화장과는 그 의미와 가치부터에서부터 적잖은 차이를 가진다. 오늘날 한국사회에서 전통의 것으로 이해하고 있는 가치관의 대부분은 불과 500~600년 전 조선사회를 통치하던 유교사상에 근거한 것이다. 더욱이 일제 강점기를 거치는 동안 여성의 화장은 여성들의 자기표현을 억압하고 아름다움에 대한 가치관에 혼란을 주려는 의도로 사용되었다는 점에서 5천년 유구한 역사 속 '전통'의 가치관을 다시금 되짚어볼 필요가 있었다.

전통사회에서의 '화장'은 단순히 외면을 가꾸고 치장하는 것을 넘어선 내면적 아름다움을 추구하는 것까지 아우르는 말이었기에 오히려 '남녀노소를 막론하고 늘 신경 써야 하는 일상적 품행'이라는, 최근 새롭게 정립되고 있는 현대의 화장문화에 대한 가치관과 일맥상통하는 바가 있었다. 이러한 가치관을 재조명하고 한국사회를 이끌어온 정치·사회·문화적 전통을 폭넓게 이해하는 것은 글로벌 시대 '한국적인 것'에 대한 가치를 보다 확고히 할 수 있는 계기를 마련할 것이다.

둘째, 성인지 관점에서의 화장문화 정립을 뒷받침할만한 제도적 장치가 마련되어야 한다.

"1995년 북경 세계여성회의에서 성주류화가 전면적으로 채택되면서 각국 정부는 성인지 관점을 모든 정책과정에 도입하고 이행할 의무를 갖게 되었다. 전 지구적인 성주류화의 흐름에 발맞춰 한국정부 역시 점차 젠더 이슈에 대한 정책적 관심을 높이고 있으며 모든 정책에 성인지적 관점을 도입하기 위해 노력하고 있다. 하지만 한국사회가 발전하고 여성 관련 정책들이 제도화되면서 공식적이고 노골적인 성차별주의는 다소 완화되었음에도 실질적인 수준에서 한국 사회에 뿌리 깊게 남아 있는 성차별주의와 성 고정관념은 여전히 폭넓고 지속적인 영향을 미치고 있는 것으로 보인다."[167]

167) 이진영, 「젠더감수성(Gender Sensitivity) 측정도구 개발에 관한 연구」, 이화여자대학교

이는 우리 사회에 남아 있는 화장에 대해 이중적 시선과도 무관하지 않다. 여성의 화장을 자기표현의 수단이나 프로페셔널한 이미지의 상징으로 이해하기보다 '이성에 어필하기 위한 수단' 혹은 '사치와 허영'의 상징으로 바라보는 부정적 관념은 여전히 우리사회 곳곳에 남아 있다. 남성의 화장 역시 '남자답지 못한 것', '동성애적인 것'으로 치부하는 편견에 사로잡혀 있다.

그러나 인간의 미의식은 그가 속한 사회 속에서 학습되어지고, 그들이 학습한 미의 기준에서 벗어나기를 원하지 않는다. 미인상의 기준이 변함에 따라 미에 접근할 수 있는 노력을 하게 되고 이것은 미용의 기법을 변하게 한다. 또한 남성의 지위에 대한 여성의 지위 정도에 따라 미용행위에 차이를 보이기도 하는데, 농경문화가 정착되고 노동에 있어 성의 역할 분화가 이루어진 상태에서는 여성의 지위가 남성의 하위에 있었다. 그러나 남성에 비해 지위가 열악하지 않았던 시기의 미용은 다양하고 풍성하였다는 점에 주목할 필요가 있다.[168]

이러한 문화사적 흐름을 되짚어볼 때 현대사회가 요구하는 성인지 관점을 면밀히 짚어보고 사회 곳곳에 뿌리박힌 차별적 요소를 제거할만한 제도적 장치를 마련하는 것은 화장문화의 순기능을 확보하고 나아가 글로벌 시대에 걸맞는 전국가적 가치관을 확립하는 기회가 될 것이다.

셋째, 문화생산자로서의 자부심과 의식함양이 필요하다.

문화란 삶의 총체적 양식으로, 대중들의 경험에 의해 형성된다. 그런 점에서 문화 생산자는 개인과 개인, 집단과 집단, 국가와 국가 간의 해묵은 헤게모니 논쟁을 미래사회의 새로운 세계관과 연결하는 매개자로 볼 수 있다. 새뮤얼 헌팅턴의 주장대로 탈냉전 세계에서 사람과 사람을 가르는 가장 중요한 기준은 이념·정치·경제가 아니라 '문화'이며, 문화 생산자가 되는 것

대학원 여성학과, 석사학위논문, 2011, p.1.

168) 박덕미, 「고대 한국의 미용문화 연구」, 韓服文化, Vol.8 No.1, 한복문화학회, 2005, p.51.

은 21세기 국제사회의 헤게모니를 장악할 수 있는 가장 현실적이고 명확한 방법이기 때문이다.

역사적으로 대한민국은 냉전시대의 실질적인 종말을 고할 수 있는 입지적 위치를 점하고 있을 뿐만 아니라 21세기 문화 생산자로서 선지적 행보를 이어가고 있다. 갈등과 대립이 아닌 타협과 공존의 세계관을 제시하는 것이 21세기 문화 생산자의 역할이라는 점에서 'K-DRAMA' 'K-POP' 그리고 'K-BEAUTY'로 이어지는 대한민국의 문화 컨텐츠는 폭력과 불신으로 얼룩진 국제사회의 해묵은 헤게모니 논쟁을 불식시키고 '국제화' '세계화'시대에 걸맞는 미래적 세계관을 리드하는 순기능을 담당하게 될 것이다.

Ⅳ. 결론 및 제언

1. 요약 및 결론

역사적으로도 화장문화는 그 시대의 이념과 철학, 가치관, 미의식 등을 반영하는 거울이자 문화와 산업, 경제 수준을 알 수 있는 척도가 되어 왔다. 고대에서 현대에 이르기까지 시기에 따라 화장의 목적과 의미, 그리고 그 안에 녹아 있는 미의 기준은 조금씩 달라졌지만 단순히 '아름다움을 표현하는 행위' 이상의 가치를 지녀왔다는 점은 시대를 초월하는 화장의 중요한 가치다.

현대인들에게 화장은 개인의 가치와 표현의 자유를 대변하고 타인과의 차별점을 드러낼 수 있는 중요한 경쟁수단이다. 그런 점에서 최근 사회문화적으로 주목받고 있는 중요한 가치 기준인 '성인지 관점'에서 한국의 화장문화사를 재조명하는 것은 현대사회를 둘러싼 다양한 문화이데올로기를 이해하는 단초가 될 수 있다.

한류열풍의 영향과 중국경제의 부흥, 일본 화장품 시장의 약세 등에 힘입어 한국의 화장품 시장은 유래 없는 호황기를 누리고 있다. 한국의 화장품과 화장문화에 대한 국제사회의 관심은 'K-BEAUTY'라는 신조어를 탄생시켰으며, 한국의 위상을 드높이고 국가 이미지를 제고하는 막중한 임무를 담당하고 있다. 이러한 현상을 한류열풍에 기댄 일시적 문화현상으로 보는 것은 한국의 화장품과 화장문화 수준에 대한 몰이해에서 비롯된 지극히 제한적 견해이다.

이에 본 연구는 고대부터 현대에 이르기까지 한국의 화장문화에 대해 고찰하고 이를 토대로 시대별 성인식의 변화를 분석함으로써 한국의 화장문화

가 21세기 국제사회에 미치는 영향과 가치를 재조명하였다. 그리고 이를 토대로 한국의 화장품이 글로벌 시대에 걸맞는 위상을 펼칠 수 있는 방안을 제시하였다.

본 연구의 결과를 정리하면 아래와 같다.

첫째, 우리나라 화장문화의 시초가 되는 고대의 화장문화와 성인지적 관점에서의 고찰이다. 단군신화에서 스스로 쑥과 마늘의 효용을 체득하며 미래를 개척해간 주체적 여성으로서의 웅녀, 삼국시대 고분벽화 등에 남아 있는 남성들의 색조화장, 화려한 화장과 장신구를 이용해 화랑의 지위와 영예로움을 나타내었던 통일신라의 화장문화 등은 고대의 화장이 여성의 전유물이 아니었으며 단순히 피부 보호나 주술적 의미를 넘어선 신분의 표현, 미의식의 발현이었음을 나타낸다.

둘째, 여성의 직업과 신분에 따라 화장법을 구분하기 시작한 고려시대 화장문화에 대한 고찰이다. 고려는 성문화가 매우 자유롭고 여성의 가정 내 지위 또한 상당히 보장되는 사회였으나 관직 진출이 허용되지 않는 이중성을 내재하고 있었다. 또한 태조 왕건이 관기를 대상으로 장려한 분대화장법은 후대에 여성의 색조화장에 대한 부정적 시선을 갖게 하는 계기가 된다.

셋째, 유교문화의 영향 등으로 여성의 사회적 지위가 가장 낮았던 개화기 이전 조선사회의 화장문화에 대한 고찰이다. 조선은 남녀노소를 불문하고 청결과 예의, 차림새 등을 중시하는 사회였다. 그러나 고려왕조에 대한 부정, 유교사상의 영향 등으로 분대화장과 같은 '짙은 화장을 하는 여성'을 천대하는 인식이 팽배하였다.

넷째, 개화기 이후 근대에 이르는 시기의 화장문화에 대한 고찰이다. 이 시기의 화장은 신여성들의 의식개혁의 발현이자 지성의 표현, 사회 통념에

반기를 든 자아실현의 행위였다. 이는 곧 전통의 '화장하는 여성'에 대한 부정적 시선과 맞물려 여성비하와 여성인권 탄압의 근거로까지 활용되었다.

다섯째, 여성의 사회 진출이 활발해진 1960년대 이후 현대에 이르는 시기에 대한 고찰이다. 경제 부흥과 대중문화·미디어의 발달, 글로벌 시대로의 이행 등으로 우리나라의 화장문화는 급속한 발전을 이루었으며, 외모 가꾸기를 '남자답지 못한 것'으로 규정하던 사회 분위기에도 변화가 생겨났다. 특히 '한류열풍'과 더불어 국제사회에 주목받기 시작한 한국의 화장문화는 K-BEAUTY라는 신조어를 탄생시키며 최고의 전성기를 맞고 있다.

화장을 여성만의 것, 여성성의 상징으로 인식하던 시대는 지났다. 여성의 활발한 사회진출, 여권신장과 탈권위주의, 전통적인 성역할 구분에 대한 반발 등 현대사회가 강조하는 성인지 감수성은 여성의 외모 가꾸기에 가해졌던 이중적 잣대를 반성하고 남성성에 대한 인식을 환기시켰다. 외모 가꾸기에 대한 긍정적 인식은 '외모도 경쟁력'이라는 사회가치 변화를 가져왔다. 더불어 자연주의 경향과 '과거로의 회귀' 열풍으로 화장의 범위는 내면과 외면의 조화를 통해 아름다움의 궁극에 이르는 웰빙, 웰에이징으로까지 확장되었다. 4차 산업혁명 시대의 도래와 더불어 욜로가 새로운 라이프 스타일 트렌드로 각광받으며 화장은 개인의 가치실현과 자기표현의 중요한 수단으로 인정받고 있다.

1990년대 이후 인터넷과 미디어의 발달로 정보의 전파가 급속도로 빨라졌으며, 탈냉전의 선언과 더불어 국가 간의 경계가 허물어지고 지역 특성에 따른 문화적 차이 또한 다소 희미해졌다. 이러한 시대적 변화를 발 빠르게 감지하고 성인지적 관점에서 새롭게 우리의 화장문화를 바라보는 것은 현대사회가 요구하는 다양성을 포괄적으로 수용하는 방편이 될 것이다. 또한 이러한 연구 결과를 토대로 우리의 화장문화를 일궈나가려는 시도는 다극화 체제로 급속히 재편되어가는 국제사회에서 대한민국이 새로운 문화 생산자

로 기여할 수 있는 도약의 기회가 될 것으로 기대된다.

2. 시사점 및 제언

본 연구에서 한국의 화장문화를 상고시대부터 다시금 짚어본 것은 흔히 '전통문화' '전통의 가치관'이라 일컫는 우리의 문화가 실상 조선시대의 그것으로 한정되는 경우가 많았기 때문이다. 유교적 여성관이 강조되기 이전 한국 고대 사회에 관한 기록을 살펴보면 여성도 남성 못지않게 사회적 지위가 높았고 공적인 영역에서 활발히 활동하였으며, 화장을 하는 행위가 여성의 영역으로 터부시되지는 않았다. 특히 신라시대의 경우 여왕이 세 명이나 등장하였을 만큼 여성의 권력이 막강하였으며 여성의 정치·사회참여가 활발하였는데, 이 시기에는 남성들도 여성 못지않게 화려한 화장과 치장을 즐겼다는 점에서 여성의 정치·사회적 지위와 화장문화가 밀접한 관련이 있음을 확인할 수 있었다.

그럼에도 본 연구는 다음과 같은 한계점이 있었다.

첫째, 고대부터 현대까지 한국의 화장문화사를 성인지적 관점에서 고찰하려는 시도에도 불구하고 범위가 광범위하고, 시대에 따라서는 성인지적 관점에서의 연구 자료가 부족하여 시대별로 성인지적 관점에서 화장문화를 비교분석하기에는 부족한 점이 있었다.

둘째, 전통의 관념과 현대적 가치관의 대립을 보다 효과적으로 해소할 수 있는 제도적 장치에 대한 고민이 부족하였다. 문화적 과도기에 놓인 대한민국이 글로벌 시대에 걸맞는 소양을 갖춘 문화 생산자로 기능하기 위해서는 전쟁의 폐허를 딛고 세계속에 화려하게 꽃피운 화장문화를 보다 체계적으로 뒷받침할 수 있는 국가적 노력이 반드시 필요할 것으로 사료된다.

참 고 문 헌

• 古文書

「성호사설(星湖僿說)」

「동의보감(東醫寶鑑)」

「동국세시기(東國歲時記)」

「규합총서(閨閤叢書)」

「삼국사기(三國史記)」

「삼국지위지동이전(三國志魏志東夷傳)」

「삼국지(三國志)」

「후한서(後漢書)」

「수서(隋書)」

「일본서기(日本書記)」

「화한삼재도회(和漢三才圖會)」

「삼국유사(三國遺史)」

「위지(魏志)」

「삼국지(三國志)」

「고려도경(高麗圖經)」

• 저서

강민기 외, 「신여성 도착하다」, 국립현대미술관, 2017.

김남일, 「한방화장품의 문화사」, 들녘, 2013.

김주덕 외, 「신화장품학」, 동화기술, 2004.

김희숙, 「한국과 서양의 화장문화사」, 청구문화사, 2000.

대한화장품공업협회·한국장업50년사편찬위원회, 「한국장업오십년사」, 1996.

로빈 코시오, 「눈썹의 역사」, 동서교류, 2005.
버지니아 스미스, 「클린」, 동아일보사, 2008
새뮤얼 헌팅턴, 「문명의 충돌」, 김영사. 2016.
신동원·김남일·여인석, 「한권으로 읽는 동의보감」, 1999.
신인섭, 「광고로 보는 한국 화장의 문화사」, 김영사, 2002.
유상옥 외, 「코리아나 화장문화사」, 코리아나화장품, 1998.
이사벨라 비숍, 「조선과 그 이웃나라들」, 집문당. 2000.
이성미, 「우리 옛 여인들의 멋과 지혜」, 대원사, 2002.
이연복·이경복 공저, 「한국인의 미용풍속」, 월간에세이, 2000
이주영, 「고려시대와 조선시대의 여성문화의 미적표현에 관한 연구 : 기녀를 중심으로」, 건국대학교 예술디자인대학원 : 전통복식디자인전공 석사학위논문, 2016.
전양진·성희원, 「화장하는 남자가 시장을 바꾼다」, 삼성경제연구소, 2007.
전완길, 「한국화장문화사」, 열화당, 1987.
전완길, 「화장풍속사」, 月刊藥局, 1982.
조연숙, 「한국고전여성시사」, 국학자료원, 2011.
주디스 버틀러, 「젠더 허물기」, 문학과 지성사, 2015.
주식회사 약업신문, 「한국장업사」, 대한화장품공업협회, 1986, p.15.
최재천, 「여성시대에는 남자도 화장을 한다」, 궁리출판, 2003.
크리스티나 폰 브라운 등저, 「젠더 연구」, 탁선미 등역, 나남, 2002.
하루야마 유키오, 「화장의 역사」, 사람과책, 2004.
한광수, 「AMOREFACIFIC 60YEARS OF CREATIVITY」, 2006.
히데오 아오키, 「서양화장문화사」, 유태순 외 옮김, 동서교류. 2004.

• 논문

고성광, 「관습적 성역할에 대한 교란적 이미지」, 서울과학기술대학교 조

형예술과 석사학위논문, 2017.

권승경, 「1990년대 국내 화장품 잡지광고의 여성상 연구」, 디자인학연구, 제89호(Vol.23 No.3), pp.89~104, 한국디자인학회, 2010.

김기범·차영란, 「여성의 화장을 통한 미(美)와 자기개념의 사회문화적 의미 분석」, 한국심리학회지 여성, Vol.11 No.1, pp.107~123, 한국심리학회, 2006.

김대환, 「근대 한일 잡지에 나타난 여성의 이미지 – ≪신가정≫과 ≪주부의 벗(主婦之友)≫ 화장품 광고를 중심으로」, 일본학연구, 제18집, pp.453~476, 단국대학교 일본연구소, 2006.4.

김도윤 외, 「20-30대 남성의 화장품 소비 변화에 끼친 영향과 남성화장품 시장의 변화에 관한 고찰」, 기초과학연구 논문집, Vol.19 No.1, pp.173~182, 湖西大學校 基礎科學硏究所, 2011.

김명리·김주덕, 「화장행위가 갖는 심리학적 효과에 관한 연구」, 대한화장품학회지, 제31권 제1호, pp.127~134, 대한화장품학회, 2005.

김명혜, 「한국 여성 미(美)의 역사」, 여성연구논집, Vol.28, pp.5~30, 신라대학교 여성문제연구소, 2017.

김미선, 「1930년대 '신식'화장담론이 구성한 소비주체로서 신여성」, 여성학논집 제22집 제2호, pp.145~182, 이화여자대학교 한국여성연구원, 2005.김미선, 「1920~30년대 '신식'화장담론이 구성한 신여성에 관한 여성주의 연구」, 이화여자대학교 대학원 여성학과 석사학위논문, 2005.

김민선, 「고조선·삼국시대·고려·조선시대의 결혼 풍속도와 화장 복식 및 헤어 스타일 고찰」, 한국뷰티아트학회지, 제2권 제1호, pp.85~108, 한국뷰티아트학회, 2004.12.

김민제·박혜원, 「1960년대 한국 여성의 화장 특성 연구 -"여원", "주부생활" 여성지를 중심으로」, 패션 비즈니스, Vol.14 No.2, pp.14~26, 한국패션비즈니스학회, 2010.

김민제·박혜원, 「20세기 후반 한국 여성의 화장 문화와 화장 이미지 연구」, 패션 비즈니스, Vol.15 No.4, pp.67~86, 한국패션비즈니스학회, 2011.

김선영, 「高麗時代 女性의 地位와 役割」, 인제대학교 교육대학원 : 역사교육전공 석사학위논문, 2004.

김선주, 「여성과 여성성 연구의 모색 - 삼국시대부터 고려시대까지를 배경으로」, 여성과 역사, Vol.19, pp.1~23, 한국여성사학회, 2013.

김선희 외, 「화장품 광고에 표현된 현대 여성의 이상적 자아 이미지에 관한 연구」, 한국의류학회지, Vol.21 No.2, pp.277~285, 한국의류학회, 1997.

김성일, 「화장품 광고에 나타난 현대 여성성(性)에 관한 연구 - 1990년 이후 국내 여성화장품 광고를 중심으로」, 한국피부미용향장학회지, Vol.8 No.2, pp.147~155, 한국피부미용향장학회, 2013.12.

김수미, 「대한민국 화장품과 트렌드, 유통과 플랫폼」, 한국화장품미용학회지, 제4권 1호, pp.1~8, 한국화장품미용학회, 2014.

김수연, 「화장품 유형별 용기 외관에 관한 여성 소비자들의 색채 선호도 연구」, 중앙대학교 의약식품대학원 향장미용전공, 석사학위논문, 2007.

김양순·조현주, 「조선 후기 유행색조화장스타일 분석」, 대한피부미용학회지, Vol.11 No.4, pp.769~779, 대한피부미용학회, 2013.

김영재, 「고구려고분벽화에 나타난 우리나라 고대 장식(粧飾)에 관한 연구」, 한국의상디자인학회지, Vol.4 No.3, pp.1~8, 한국의상디자인학회, 2002년.

김영현, 「고대 동양 여성의 복식과 화장문화에 관한 연구」, 대구카톨릭대학교 디자인대학원 뷰티코디네이트디자인학과, 석사학위논문, 2002.

김용미, 「해방 이후 한국 화장문화에 관한 연구」, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1999.

김용숙, 「성인여성의 성역할 정체감에 따른 신체 및 화장이미지」, 服飾(Journal of the Korean Society of Costume), Vol.59 No.3, pp.55~66, 한국복식학회, 2009.

김은희 외, 「태평양화장품 장업지에 나타난 메이크업 이미지 변천에 관한 연구 -1950~2000년도를 중심으로-」, 대한피부미용학회지, 제8권 제2호 통권 제22호, pp.23~32, 대한피부미용학회, 2010.5.

김응화, 「근대 상품광고로 본 新소비문화와 신여성」, 동국사학, 제52권, pp.157~197, 동국역사문화연구소.

김주애·이연희, 「역사 속에 나타난 남성 화장의 특성」, 한국패션뷰티학회지, Vol.2 No.3, pp.96~101, 한국패션뷰티학회, 2004.

김지혜, 「美人萬能, 한국 근대기 화장품 신문 광고로 읽는 미인 이미지」, 美術史論壇(Art history forum), Vol.37, pp.153~176, 한국미술연구소, 2013.

김희숙, 「20세기 한국과 서양의 여성 化粧文化 비교연구」, 成均館大學校 大學院: 家政學科 衣裳學專攻 박사학위논문, 1998.

김희숙, 「해방이후 한국여성 화장변천 및 특성에 관한 연구-1945~1995를 중심으로」, Vol.32, 服飾(Journal of the Korean Society of Costume), pp.83~99, 한국복식학회, 1997.

김현정, 「개화기 이후 한국에서 사용된 '화장(化粧)'용어의 유래에 대한 고찰」, 일어일문학, Vol.63, pp.109~126, 대한일어일문학회, 2014.

김현정, 「조선시대 후기와 동시대 일본의 연지화장의 양상에 대한 고찰」, 동아시아 문화연구, Vol.57, pp.103~129, 한양대학교 동아시아 문화연구소, 2014.

김현정, 「조선시대 후기 화장수와 화장크림의 양상에 대한 고찰」, 日本文化學報, Vol.61, pp.173~192, 한국일본문화학회, 2014.

김현정 외, 「고등학교 메이크업 교과서의 서양 역사 단원 비교 분석」, 대

한미용학회지 제9권 제3호, pp.307~318. 대한미용학회, 2013.
김혜균, 「남성의 외모관리 행동과 정보탐색과의 관계 고찰」, 한국산학기술학회논문지, 제15권 제11호, pp.6484~6491, 한국산학기술학회, 2014. 11.
김효정, 「1920년대 이후 한국 색조 화장의 트렌드 분석」, 대구가톨릭대학교 대학원: 뷰티코디네이트디자인학과 석사학위논문, 2013.
다이보 이쿠오, 「화장행동의 사회심리학 - 아름다움의 사회성」, 한국의류산업학회지, 제4호 제3호, pp.223~228, 한국의류산업학회, 2002.
류은주, 「한국 고대 전통 피부관리 및 화장문화에 관한 연구」, 한국미용학회지, Vol.1 No.1, pp.69~86, 한국미용학회, 1995.
맹문재, 「해방기의 여성지에 나타난 여성미용 고찰」, 역사민속학 제19호, pp.252~277. 한국역사민속학회, 2004. 12.
문흥호, 「화장품 판매회사의 유통경로에 관한 연구 : 시판유통을 중심으로」, 중앙대학교 산업경영대학원 기업경영전공 석사학위논문, 2005
박경미, 「일제 강점기 화장품 광고에 나타난 여성상의 미의식 고찰」, 전남대학교 대학원 미술학과 석사학위논문, 2003.
박경미·박옥련, 「조선시대와 청대 인물화에 나타난 화장문화 비교 고찰」, 한국인체미용예술학회지, Vol.10 No.4, pp.205~220, 한국인체예술학회, 2009.
박경미, 「한·중 인물화에 나타난 화장문화 연구」, 慶星大學敎 大學院: 衣裳學科, 박사학위논문, 2010.
박덕미, 「고대 한국의 미용문화 연구」, 韓服文化, Vol.8 No.1, pp.43~54, 한복문화학회, 2005.
박보영, 「고대색조화장의 유형 및 기능」, 한국인체미용예술학회지, Vol.2 No.1, pp.155~168, 한국인체예술학회. 2001.

박보영, 「남성 색조화장의 역사적 고찰」, 한국인체미용예술학회지, Vol.3 No.1, pp.39~48, 한국인체예술학회. 2002.

박보영·황춘섭, 한국, 중국, 일본의 색조 화장문화, 服飾, Vol.39, pp.217~237, 한국복식학회, 1985.

박선영, 「"향장"에나타난 메이크업 이미지 변천에 관한 연구」, 건국대학교 산업대학원: 향장학과 화장품학 석사학위논문, 2009.

박수진·박길순, 「남성화장품 광고에 나타난 내용특성 밀 소비가치 분석」, 복식문화학회 2005년도 정기총회 및 춘계학술대회 Proceeding 2005 Apr. 02 , pp.147~148, 복식문화학회. 2005.

박승민, 「한국의 헤게모니 남성성 연구 : 남성화장품 광고를 중심으로』, 고려대학교 대학원 : 사회학과 사회학전공 석사학위논문, 2007.

박승민, 「화장하는 남성 이미지의 사회적 형성 - 남성화장품 광고를 중심으로」, 제7회『사회연구 학술상』장려상 수상논문, 사회연구, Vol.- No.14, pp.125~156, 한국사회조사연구소, 2007.

박유리·유수경, 「한국 신세대 여성의 패션 특성에 관한 고찰 - 1990 년부터 1995 년까지 라이프스타일과 의복행동을 중심으로」, 服飾文化研究, Vol.6 No.1, pp.14~24, 복식문화학회, 1998.

박춘순·정복희, 「연지화장 연구 I - 화장의 기원과 연지의 시원을 중심으로」, 한국생활과학회지, Vol.14 No.3, pp.453~466, 한국생활과학회, 2005.

신지현, 「고구려 고분벽화에 나타난 얼굴 특징과 화장」, 한국미용학회지, Vol.10 No.2, pp.123~132, 한국미용학회, 2004.

안성준·정재윤, 「조선시대 사회제도의 종교적 이념에 따른 미용문화 연구 : 불교, 유교, 도교(음양오행 사상)를 중심으로」, 동양예술, Vol.23, pp.287~306, 한국동양예술학회, 2013.

오세조 외, 「화장품 전문점 유통경로의 경쟁력 강화방안」, Korea Business Review(경영교육연구), Vol.7 No.1, pp.26~44, 한국

경영학회, 2003.
유위동, 「한류가 한국화장품 브랜드 태도와 만족도에 미치는 영향에 관한 연구 : 중국 20·30대 여대생들 대상으로」, 목원대학교 대학원 : 무역학과 국제경영 석사학위논문, 2015.
이다솔, 「1960년대에서 1990년대까지 서울의 화장품 판매공간 연구」, 제26권 제3호, 건축역사연구, pp.31~38, 한국건축역사학회, 2017.
이상봉 외, 「조선시대 화장재료의 효능과 활용성에 관한 연구」, Vol.5 No.1, 한국인체미용예술학회지, pp.159~172, 한국인체미용예술학회, 2004.
이선미·김주덕, 「통일신라기 천연향(天然香)의 종류와 향(香)생활에 대한 고찰」, 한국화장품미용학회지, Vol.7 No.1, pp.1~9, 한국화장품미용학회, 2017.
이소정, 「20~30대 여성의 미용 관심도와 변화 수용에 관한 연구」, 숙명여자대학교 원격대학원 : 향장미용전공, 석사학위논문, 2008.
이수범·강은희, 「화장품 광고의 소구유형과 소비가치 변화에 대한 연구」, 한국광고홍보학보, 제12권 제1호, pp.286~318, 한국광고홍보학회, 2010
이승연, 「한국영화로 보는 시대별 메이크업에 관한 연구」, 조선대학교 디자인대학원 뷰티·패션디자인학과 석사학위논문, 2006.
이인자·양진희, 「현대 메이크업에 나타난 레트로경향」, 생활문화・예술논집(Journal of Human Environment and Art), pp.129~148, 건국대학교 생활문화연구소, 2001년.
이정미, 「한국 화장품 유통 구조의 특징과 문제점」, 한국유통과학회 학술대회, Vol.2007 No.4, pp.925~934, 한국유통과학회, 2007.
이정황, 「30대 여성을 대상으로 한 화장품광고의 전략과 그 사회 문화적 의미에 대하여 : 기호학적 분석을 토대로」, 서강대학교 언론대학원

: 영상전공, 석사학위논문, 2000.
이종태 외, 「한국화장품 산업 유통경로의 역사적 발전」, 경영사학 제24집 제4호, pp.157~175, 한국경영사학회, 2009. 12.
이주영, 「1990년대 초반 한국 여성잡지 화장품광고 분석 : 1991-1994년까지의 광고표현에 나타난 여성상을 중심으로」, 경희대학교 신문방송대학원 : 광고학과 광고전공, 석사학위논문, 1994.
이중민, 「1960년대 화장문화 고찰과 메이크업 재현」, 한국피부미용향장학회지, pp.25~31, 한국피부미용향장학회, Vol.2 No.1, 2007.
이지영·박길순, 「자기모니터링과 자기의식이 화장 태도에 미치는 영향」, 服飾文化硏究, Vol.19 No.4, pp.766~779, 북식문화학회, 2011.
이진영, 「젠더감수성(Gender Sensitivity) 측정도구 개발에 관한 연구」, 이화여자대학교 대학원 여성학과, 석사학위논문, 2011.
이하나, 「광고에 나타난 여성의 외모 : TV 화장품 광고의 내용분석을 중심으로」, 헬스커뮤니케이션연구, Vol.10, pp.153~193, 한국헬스커뮤니케이션학회, 2014.
이화순·황춘섭, 「화장의 사회·심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구」, 服飾(Journal of the Korean Society of Costume), Vol.52 No.8, pp.137~149, 한국복식학회, 2002.
이현주, 「신세대여성들의 화장경험을 통해 본 여성문화 드러내기와 그 저항성에 관한 연구」, 대한화장품학회지, 제25권 제3호, pp.101~122, 대한화장품학회, 1999.
이혜수, 「국내 립스틱 광고에 나타난 시대별 여성 이미지 고찰」, 홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 광고디자인전공 석사학위논문, 2017.
이희복, 「1930년대 여성 잡지광고에 비친 여성의 이미지: 잡지 〈여성〉을 중심으로」, 커뮤니케이션학 연구, 15권3호, pp.5~29, 한국커뮤니케이션학회. 2007.
양지안·이상윤, 「한국 일본의 화장품 유통경로 분석과 판매활성화에 관한

연구」, 한국유통과학회 학술대회, Vol.2011, pp.281~292, 한국유통과학회, 2011.

윤지영 외, 「천연원료를 이용한 기초화장품의 역사적 고찰」, 기초과학연구 논문집, Vol.18 No.1, pp.111~118, 湖西大學校 基礎科學硏究所, 2010.

임현, 「기능성 화장품시장의 발전 동향과 향후 전망」, 중앙대학교 의약식품대학원 향장품학전공 석사학위논문, 2004.

장연주, 「한국 전통 메이크업의 변천에 관한 연구 : 고려시대를 중심으로」, 성신여자대학교 아트.디자인대학원: 조형예술학과(메이크업.특수분장전공) 석사학위논문, 2011.

전호태, 「고구려인의 화장과 장신구」, 역사문화연구 제55집, pp.3~51, 한국외국어대학교 역사문화연구소, 2015. 8.

정민아, 「화장품 광고와 근대여성-되기: 1930년대에서 1950년대까지」, 한민족문화연구, 45권, pp.175~217, 한민족문화학회, 2014.

정성근·이기원, 「한방화장품 산업동향」, 식품과학과 산업 v.45 no.2 , pp.45~50, 2012.

정용희·이현옥, 「전통화장문화에 나타난 연지 (연脂)의 변천에 관한 고찰」, 복식문화연구 6권1호, pp.46~57, 복식문화학회, 1998.

조은별, 「20세기 화장문화에 관한 연구」, 이화여자대학교 대학원: 의류직물학과 석사학위논문, 1996.

조진아, 「고대 화장치레 문화를 통한 한국 전통 미의식에 관한 연구」, 경복논총 NO.4, pp.517~536, 경복대학, 2000.

주은경, 「20세기 전반기 한국 화장문화에 관한 연구」, 한성대학교 예술대학원 패션예술학과 분장예술전공 석사학위논문, 2003.

최영경, 「한국여성의 화장문화(化粧文化)에 관한 연구 : 여성잡지 미용기사를 중심으로」, 이화여자대학교 대학원: 의류직물학과 석사학위논문, 1998.

하현진, 「『화랑세기』에 나타난 신라 여성의 사회적 지위와 활동」, 현상해석학적 교육연구,Vol.7(2), pp.91~122. 한국교육현상해석학회, 2010.

홍강영, 화장품의 인터넷 구매시 위험지각과 구매의도에 관한 연구, 가톨릭대학교 대학원 의류학과 석사학위논문, 2002.

홍란희, 「문화매체에 나타난 기생의 화장 문화와 미의식」, 한국패션뷰티학회 2004년도 추계학술대회, 2004 Nov. 20, pp.27~28, 한국패션뷰티학회, 2004년.

홍병숙 외, 「남성의 성역할 정체감과 자아개념이 외모관심도와 화장품 및 헤어제품 만족도에 미치는 영향」, 생활과학논집 26권0호, pp.51~61, 중앙대학교 예술문화연구원.

홍인자, 「한국 화장문화의 연대기적 변천 특성에 관한 연구 : 개화기 이후를 중심으로」, 漢城大學校 藝術大學院: 패션藝術學科 扮裝藝術 專攻 석사학위논문, 2002.

• 정기간행물

강학희, 「국내 화장품 업계의 동향」 , 한국생물공학회소식지 18호 no.1, pp.16~19. 한국생물공학회, 2011년.

문선주, 「모던걸, 연지를 버리고 구찌베니를 바르다」, 국악누리 제92호, pp.28~29, 국립국악원, 2007. 12.

문선주, 「연지와 분백분, 화장의 기초를 세우다」, 국악누리 제90호, pp.28~29, 국립국악원, 2007. 10.

이지선, 「깨끗하고 부드러운 마음가짐을 표현하다, 조선의 화장문화」, 월간 문화재 통권350호, pp.21~22, 한국문화재재단. 2013, 11.

이지선, 「자연을 닮은 아름다움, 한국의 화장문화」, 월간 문화재 통권349호, 한국문화재재단, pp.21~22, 2013, 10.

이지선, 「희고 생기 있는 피부를 위하여;전통 화장재료와 화장법」, 월간

문화재 통권351호, pp.23～24, 한국문화재재단, 2013, 12.

● 기타자료

신민선,「2017 화장품 산업분석보고서」, 한국보건산업진흥원, 2017.

한국민족문화대백과사전 http://encykorea.aks.ac.kr

“〔김호기의 세상을 뒤흔든 사상 70년〕(30)서구 대 이슬람 문명 충돌 예견…세계 정치의 새 패러다임 제시”, 〈경향신문〉, 2016. 10. 18., 〈http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201610182022005#csidx495ed18533725029c9838474202b01e〉(접속일 : 2018. 06. 09)

세계로 가는 K-BEAUTY 중국·아시아 넘고 ‘훨훨’, 〈보건신문〉, 2018. 06. 25., 〈http://www.bokuennews.com/news/article.html?no=161442〉(접속일 : 2018. 06. 26.)

〔유통공룡 아픈 손가락(下)〕 ‘신성장 드럭스토어’ 롯데·신세계 체면 구긴 이유, 〈cnbnews〉, 2017.08.01., 〈http://www.cnbnews.com/news/article.html?no=353920〉(접속일 : 2018. 06. 26.)

ABSTRACT

A Study of gender sensitive seen through Beauty Culture in Ancient Times of Korea

Kim Ji Eun
Cosmetics Major
Dept. of Convergence Beauty
Graduate School of Convergence Beauty
Sungshin University

Throughout the history, make-up culture has shown various ideologies, philosophy, ways of thinking and aesthetic sense of different eras and been a barometer of culture, industries and economic conditions. From ancient times to modern era, the purpose and the meaning of make-up have changed along with the standard of beauty beneath make-ups. However, the timeless value of make-up lies in the fact that it means more than just "a representation of beauty".

Nowadays, make-up represents individuals' value and freedom of expression. Also, it becomes competitiveness that differentiates themselves from others. In this context, it can be the first step toward understanding cultural ideology of modern society to rediscover the history of Korean make-up culture in terms of gender sensitive which becomes one of the most important values recently.

Amid the Korean wave, the economic success of China and the weak Japanese beauty market, Korea's beauty industry is enjoying an unprecedented success. International interest toward Korean make-up products and make-up culture creates a new word, K-Beauty. Also, the country's status and global image has been raised by the industry. It is a very limited view to regard this trend as a temporary cultural phenomenon which starts from misunderstanding of Korean's make-up products and make-up culture.

Therefore, the study contemplates the history of Korean make-up culture and by analyzing the chronological changes in gender sensitive, it rediscovers Korean make-up culture's effects on international society and its value. Also, on top of this discussion, the study suggests ways for Korean make-up products to raise Korea's national status.

Conclusions of the study are suggested below.

First, the study deals with the ancient make-up culture which is the origin of Korean make-up culture in terms of gender sensitive. In *Dangun* mythology, we can find an independent woman *Ungnyeo* who discovered the effects of mugwort and garlic all by herself and paved her own future path. Also, in mural paintings recorded in the period of the Three States, there are records of male's color make-up. In addition, we can also find *Hwarang*'s vivid make-ups and accessories in the era of Unified Silla. According to these historical records, it is clear that make-ups were not the culture just for women but

representation of social status and aesthetic consciousness.

Second, the study contemplates the *Goryeo*'s make-up culture that classified make-ups according to women's occupations and social status. During *Goryeo* dynasty, the sexual culture was open and women's status was guaranteed in household, but at the same time it was the twofold society that prohibited women from entering government services. Also, *Bundae* make-up which was suggested by Taejo Wang Geon to *gisaeng* (Korean geisha) who belonged to the country leads to negative perspectives toward women's color make-up in the future.

Third, the study analyzes the *Joseon* dynasty before the enlightenment period when women's social status was lowest due to Confucian culture. In *Joseon* dynasty, cleanliness, courtesy and appearance were important regardless of genders. However, women who wore thick make-up like *Bundae* make-up were treated with contempt due to denial of *Goryeo* dynasty and Confucianism.

Fourth, the study examines the make-up culture of the modern era after the enlightenment period. Make-ups of this period were representation of the modern women's social consciousness revolution, expression of intelligence and performances of self-realization that rebelled against the social stereotype. This trend coincided with negative perspectives toward "make-up wearing women" and was manipulated as a

basis to women degradation and violation of women's rights.

Lastly, the study considers the era after 1960s when the social entry of women became active. Korean make-up culture made huge success thanks to economic boom, development of pop culture and media and movement toward the global era. Also, the social atmosphere that stereotypes grooming as unmanly has changed. Now, Korean make-up culture is noticed by the global society with the success of Korean wave, and it has reached the peak, giving birth to a new word K-Beauty.

Now make-up is not just for women or the symbol of femininity anymore. Gender sensitive that highlighted by the modern society puts importance on the active social entry of women, the expansion of women's rights, anti-authoritarianism and resistance to the traditional division of gender roles. And this made the society self-reflect the double standards toward women's make-ups and raised the second thought toward masculinity. Positive perspective toward grooming has made the social value that saying appearance is competitiveness. In addition to this change, the trend of naturalism and return to the past expands make-up to well-being and well-aging that pursues the harmony of internal and external sides. After the Fourth Industrial Revolution arrived and YOLO (You Only Live Once) trend has become viral, make-up is now recognized as an important way of individuals' value realization and self representations.

Also, after 1990s, information spreads faster than ever due to the development of the Internet and media while cultural differences made by regional characteristics have become blend after the borders between nations collapsed with the end of the Cold War. By realizing this periodical change in advance and seeing Korean make-up culture in terms of gender sensitive, we can embrace diversity, important value in modern society. Also, an attempt to cultivate Korean make-up culture based on this kind of studies is expected to be an opportunity that makes Korea as a new culture producer in the middle of the fast-changing society toward multipolar system.