



얼굴의 매력은 상호작용의 맥락에서 매우 강한 영향력을 갖는 변인으로, 매력적인 얼굴을 가진 사람들은 많은 이점을 갖는 것으로 알려져 있다(Berscheid, Dion, Walster, & Walster, 1971; Marlowe, Schneider, & Nelson, 1996; Sigall & Ostrove, 1975). 얼굴의 매력을 증진시키는 대표적인 방식 중 하나인 화장은 현대인들에게 보편적인 생활양식으로 자리 잡았다. 대부분의 사람들이 화장을 하는 이유는 화장이 얼굴의 매력을 증진시킨다는 믿음에 있다. 실제 많은 연구들이 여성의 얼굴을 대상으로 화장을 할수록 매력적이 된다는 것을 보여주었다.

하지만, 이 결과가 남성들에게도 적용될까? 최근 남성의 화장이 보편적으로 되어 가고 있다. 전 세대에 걸친 다수의 남성들이 현재 화장을 하고 있으며, 특히 젊은 세대들은 기초 화장을 넘어서 색조 화장까지 하는 추세이다. 이에 따라 우리나라의 남성 화장품 시장은 급속도로 성장하고 있다. 하지만 이와 같은 시대적 변화에 비해 남성 화장에 대한 심리학적 연구는 매우 부족한 현실이다. 본 연구는 남성 화장에 대한 가장 근본적인 질문을 던져 보려고 한다. 남성의 화장은 남성 얼굴을 매력적으로 만드는가?

#### 화장의 심리적 기능

화장은 인류의 역사에서 오래된 행동으로, 이집트 문명(Dayagi-Mendels, 1989)과 인더스 문명(Chandra, 1973; Subbarayappa, 1999)과 같은 고대 문명에서도 발견되었다. 화장은 본래 신체 보호, 주술, 신분의 구분 또는 표시를 목적으로 사용되어왔으나, 현대 사회에 이르러서 미적 표현의 한 수단으로서 사회적으로 큰 가치를 지닌다(한가영, 김주덕, 2012).

화장의 보편성 및 역사성만큼 화장에 대한 학문적인 관심도 깊어서, 다양한 분야에서 화장에 대한 연구가 진행되어 왔다. 가장 광범위하게 이루어진 연구들은 다양한 화장 기법의 연출 효과를 측정하는 것이었다. 화장의 기법에 따라서 나타나는 이미지가 변화할 수 있는데, 김민경(2014)의 연구에서는 아이라인의 형태에 따라 감성 형용사를 리커트 5점 척도로 응답하게 하였을 때, 아이라인 형태에 따른 감성 형용사가 각기 다르게 나타났다. 이에 따르면, 아이라이너의 형태가 짧은 것은 귀엽고, 사랑스러운 이미지, 보통의 길이는 자연스럽고, 친근하며, 감성적인 이미지를 연상할 수 있는 등 다양한 이미지 연출이 가능하다. 박정신(2012)은 눈썹의 기울기 등을 수리적으로 계산하여 구한 눈썹의 곡률에 따라 얼굴 이미지가 변화함을 주장하였고, 임계점(critical point; 눈썹 산)을 중심으로 눈썹꼬리에 이르는 곡률이 클수록 온화하고 부드러운 인상을 갖고, 곡률이 적을수록 젊은 인상을 갖는다고 하였다.

일부의 연구들은 화장 기법들과 그 기법을 선택한 사람들의 내면을 연관 지어 해석하려는 시도를 해왔다. 양윤미(2010)는 현대 메이크업의 스모키 화장에서 나타나는 로맨틱, 매니쉬 감성을 통해 스모키 화장이 현대 여성들이 원하는 다양한 이미지 표현의 욕구가 드러나는 것이라고 하였고, 이운정(2002)은 현대인들의 복잡하고 다양한 정신 세계와 개성이 메이크업에 반영되어 입술 형태도 매우 다양하게 표현(아웃 커브, 인커브, 헌터스 보우, 유니립스, 스트레이트 커브 등)되고 있으며, 이것을 포스트 모더니즘의 영향으로 인한 현대인들의 새로움과 자유로움, 평등의 추구가 표현된 것이라고 해석하였다.

심리학 분야에서도 화장에 대한 연구가 다양하게 진행되어 왔다. 일부의 연구들은 특정한 화장의 연출의 효과에 초점을 두기 보다는, 화장의 전반적인 심리적 효과에 초점을 맞추었다. Etcoff, Stock, Haley, Vickery와 House (2011)는 화장을 하는 것이 신뢰성이나 능숙함과 같은 사회적 판단에 영향을 미칠 수 있다고 하였고, 또 다른 연구들에서는 화장이 피부 질환을 앓고 있는 여성 환자들의 심리적 안녕에 영향을 미치며, 화장의 사용이 여성의 자존감을 향상시킬 수 있다고 보고하였다(Cash & Cash, 1982; Cash, Dawson, Davis, Bowen & Galumbeck, 1989; Cash, Rissi, & Chapman, 1985).

#### 화장과 매력

이처럼 연구들이 화장이 갖는 다양한 심리적 기능에 대해 밝혀왔으나, 화장이 갖는 가장 기본적인 기능은 얼굴의 매력을 증진시키는 것이다. 매력은 심리학에서 활발하게 진행되어 온 연구 주제 중의 하나이다. 전통적으로 사회심리학에서는 후광효과와 같이 인간의 상호작용에서 매력이 미치는 요인에 초점을 두어 연구를 진행해왔다. 최근에는 인지 및 지각 심리학의 분야에서도 매력을 연구 주제로 삼고 있으며, 특히 매력의 판단 과정에서 영향을 미치는 요인들에 관심을 두고 있다. ‘제 눈의 안경’이라는 말처럼, 얼굴의 매력은 판단자의 주관적인 측면이 크게 반영되는 요인으로 여겨져 왔다. 예를 들어, 매력 판단은 개인의 인식과 태도에 의해서 영향을 받을 수 있다. 무슬림 남성들은 히잡(이슬람의 여성들이 머리와 목 등을 가리기 위해서 쓰는 두건의 일종)을 쓴 여성들을 쓰지 않은 여성보다 더 매력적인 것으로 지각하는데, 이는 그들의

종교에 대한 독실함에 따른 고정관념과 연관되는 것으로 설명되었다(Mahmud & Swami, 2010). 또한, 상대방의 성격과 같은 내적인 요인들이 얼굴 매력 판단에 영향을 끼치기도 한다. Zhang, Kong, Zhong과 Kou(2014)는 동일 인물 사진을 제시하면서 긍정적 혹은 부정적인 성격 정보까지 함께 제시하였는데, 긍정적인 성격을 가진 것으로 묘사된 경우에 더 매력적으로 판단하였다.

최근에는 매력 판단이 이와 같은 주관적인 요인들에 의해서만 영향을 받는 것이 아니며, 보편적 객관성을 갖는 지각의 대상이라는 주장이 제기되었다. 문화적 특성을 학습하지 못한 신생아가 성인들의 매력 판단 기준과 유사한 기준을 가지고 서로 다른 얼굴의 상대적인 매력을 구분할 수 있었고(Langlois et al., 1987; Samuels & Ewy, 1985; Slater et al., 1998), 서로 다른 문화권의 성인 간에도 유사한 매력 판단의 경향이 나타나는 것을 보였던 연구들(Cunningham, Roberts, Barbee, Druen, & Wu, 1995; Jones & Hill, 1993; Langlois et al., 2000)은 매력 지각의 보편성을 보여주고 있다. 최근에는 더 나아가 매력 지각의 보편성을 결정지을 수 있는 물리적 혹은 지각적인 요인들을 밝히려는 시도가 이루어졌다. 예를 들면, Rhodes (2006)는 평균(averageness), 대칭성(symmetry), 그리고 성적 이형성(sexual dimorphism)의 세 가지 객관적인 요소들이 얼굴 매력을 지각하는 것에 체계적으로 영향을 미친다고 하였다. 사람들의 얼굴이 평균적인 얼굴에 더 가까울수록, 얼굴의 좌우가 더 대칭적일수록, 얼굴이 당사자의 생물학적 성별을 명확하게 나타내줄수록 더 매력적으로 지각된다는 것이다. 물론 Rhodes가 주장한 세 가지의 요소들에 대한 논쟁은 현재 진행 중이지만, 매력이 지각의 대

상이라는 주장은 폭넓게 받아들여지고 있다.

화장과 매력의 관계를 다룬 선행 연구들은 크게 두 가지로 구분된다. 우선 화장의 매력 증진 효과 그 자체를 확인한 연구들이다. 주로 화장의 주 대상으로 여겨지던 여성을 대상으로 연구가 수행되었는데, 대다수의 연구들은 대체적으로 화장이 여성의 얼굴을 매력적으로 보이게 하는 것에 동의하고 있다(Cash et al., 1989; Cox & Glick, 1986; Etcoff et al., 2011; Graham & Jouhar, 1981; Huguët, Croizet, & Richetin, 2004). 예를 들어, Cash 등(1989)은 전형적인 화장을 한 얼굴, 혹은 화장을 지운 얼굴이 지닌 다양한 신체 이미지를 평정하도록 하였고, 화장을 한 얼굴이 지닌 신체 이미지가 더 긍정적으로 평가되는 것을 확인하였다. 또한, Etcoff 등(2011)은 다양한 화장의 종류[자연스러운 화장(natural, minimal), 전문적인 화장(professional, moderate), 관능적인 화장(glamorous, dramatic)]에 따른 매력 변화를 살펴보았는데, 모든 종류의 화장에서 화장을 한 얼굴이 화장하지 않은 얼굴보다 더 매력적으로 지각되는 것을 확인하였다. 생리심리학적 증거도 이와 동일했는데, Ueno 등(2014)은 화장을 한 얼굴이 매력적인 것과 즐거운 것 등을 보았을 때 반응하는 내측 안와전두피질(mOFC, medial orbitofrontal cortex)의 활성화를 야기한다고 하였다.

단순하게 화장이 여성 얼굴의 매력을 증진시킨다는 현상만을 확인하는 데에서 더 나아가, 그 기저에 대한 설명을 제공하기 위한 노력이 이루어졌다. 이러한 노력은 화장으로 인해 발생하는 변화를 지각적인 요소로 분해하여, 각 요소들의 효과를 확인하는 것으로 나타났다. 특히, 다수의 연구들에서는 화장으로 인한 매력의 향상을 얼굴 대비의 변화와 연관

지어 설명하였다. Russell(2009)은 얼굴 대비를 얼굴 전체의 밝기에서 피부와 얼굴 요소(눈썹, 눈, 입술)의 밝기 차이가 차지하는 비율로 정의하였다. 대부분의 문화권에서 일반적으로 사용되는 화장법은 피부를 밝게 하는 동시에 눈과 입 같은 세부특징의 부위들은 어둡게 하는 방식으로 대비 변화를 유도한다. Russell은 12명의 백인 여성의 얼굴을 이용하여 비교하여, 화장을 한 후의 얼굴이 화장을 하기 전보다 더 높은 대비를 지니고 있다고 보고했다. 얼굴 대비는 매력과 관련되어 있다고 알려진 다른 요인들과의 매개 역할을 수행할 수 있다. Russell은 특히 성적 이형성과의 관계에 주목했고, 그의 연구에서 118명의 참가자(동아시아인: 51명, 백인: 67명)의 얼굴 사진으로부터 측정된 얼굴 대비는 인종과 관계없이 여성이 남성보다 더 높았다. 심지어 중성적인 얼굴의 대비만을 조작하여 같은 얼굴이 대비에 따라 남성의 얼굴 또는 여성의 얼굴로 다르게 지각되는 성별 착시(the illusion of sex)를 보였다. Russell은 여성과 남성이 본래 가지고 있는 차이인 얼굴 대비를 화장이 강조해, 여성의 얼굴을 더욱 여성적으로 보이게 하는 효과가 있다고 주장하였다. 그 외에도, Porcheron, Mauger와 Russell(2013)은 얼굴의 대비가 나이 판단에 영향을 미치고, 이를 조절하여 얼굴을 젊거나 나이 든 것으로 보이게 할 수 있음을 제안하였다. 젊음이 얼굴을 매력적으로 보이게 할 수 있다는 연구(Teucher & Teucher, 2007)와 함께 생각해볼 때, 얼굴 대비가 여러 다양한 요인들을 매개하여 얼굴 매력에 영향을 미친다는 것을 짐작할 수 있다. 종합적으로, 화장은 얼굴 대비를 강조하여 착용자의 얼굴을 더 여성적으로 보이게 하고 동시에 매력적이고, 젊게 지각되도록 할 수 있다. 이러한 결과는 얼

굴 대비가 화장의 효과를 이해하는 핵심 요인임을 시사한다.

화장이 만들어내는 지각적 요인의 변화 이외에 하향적 정보들에 의한 효과에도 관심을 기울였다. 화장을 하는 것 자체가 만들어내는 인식이 판단자에게 영향을 미쳐 지각된 매력의 높아진다는 주장이 제기되었다. Graham과 Jouhar(1981)는 화장하는 여성에 대해 사람들이 가지고 있는 인식을 조사하였는데, 화장하는 여성에 대해서 따뜻함, 배려, 사교성 등의 14개의 성격 척도 상에서 더 긍정적인 인상을 갖고 있다는 것을 확인하였다. 이에 그들은 화장을 하는 행위로 인해 판단자가 대상에 대해 긍정적인 인상을 갖게 하고, 그 결과 화장을 하는 여성이 더 높은 수준의 매력을 가진 것으로 지각된다고 하였다.

이와 같이 화장이 여성 얼굴의 매력 증진에 긍정적인 영향을 미친다는 결과가 반복적으로 확인되었다. 그렇다면, 남성의 경우에는 어떨까? 남성의 얼굴도 화장을 하면 더 매력적으로 보일 수 있을까?

#### 남성의 화장

근대까지 여성의 전유물로만 여겨졌던 화장은 현대에 들어서서 남성에게도 통용되는 행동으로서 많은 관심을 받고 있다. 남성이 외모에 관심을 기울이는 것을 긍정적으로 바라보지 못했던 과거와 달리, 1990년대 말과 2000년대 초에 그루밍족(grooming tribe)이라 불리는, 스스로의 외모를 가꾸고 패션과 미용에 투자하는 남성들이 등장하게 되었다. 이들의 등장은 사회, 경제적 구조 변화에 따른 양성의 성 역할 변화(김일란, 김주덕, 2013; 박장순, 이재숙, 2013) 및 여성들의 이상적인 남성

상 변화(김한아, 2010; 정의정, 2011)에 그 원인이 있다고 설명되고 있다. 시대의 변화에 의해 반드시 남성만이 사회, 경제활동의 주체일 필요가 없고, 여성의 능력이 신장됨에 따라 강인하고 우직한 남성보다는 부드럽고 자상한 이미지의 남성상이 더 선호된다는 것이다. 이후 남성이 스스로의 외모를 가꾸는 행위가 사회적으로 확산되면서, 남성 화장이 비약적으로 확대되었다. 그 결과 국내 화장품 시장의 급격한 성장을 불러일으켰는데, 화장품 업계의 조사에 따르면 2017년 국내 남성 화장품 시장은 1조 2800억 원을 기록하였다.

남성 화장을 주제로 수행된 대부분의 국내 연구들은 보편화된 남성 화장의 실태와 인식 등에 초점을 맞추었다. 정나래, 송연숙과 이근광(2013)은 남자 대학생들의 46.2%가 대개 화장을 하고 있다고 보고하여, 남성 화장이 보편적 행위를 보였다. 황수연(2014)의 연구에서는 남성의 화장을 여러 단계로 구분하여 알아보았다. 10대 이상의 여러 연령층의 남성 147명을 대상으로 조사한 결과, 남성들은 BB크림을 바르는 것 이상의 화장을 색조화장이라고 여기고 있고, 응답자의 85%가 BB크림 정도의 화장을 하고 있거나(64.6%), 해 본 적 있는 것(20.4%)으로 나타났다. 같은 연구에서, 남성들은 보통 4-5개 정도의 색조화장품을 사용하고 있고, 연령별로 유의한 차이가 나타나 20대의 젊은 남성 집단이 다른 연령의 집단과 비교하여 가장 많은 색조화장품(평균 5.53개)을 사용하고 있다고 하였다. 이 결과는 현재 남성 화장이 단순히 피부를 관리해 주는 기초 화장의 수준을 넘어, 매력 증진에 영향을 미치는 색조 화장까지 포함하고 있다는 것을 보여준다.

이런 결과들은 젊은 세대를 중심으로 이전

세대보다 화장하는 남성들이 늘어나고 있다는 것을 보여준다. 하지만, 실제 화장이 남성 얼굴 매력을 증진시켜 준다는 것을 직접적으로 확인한 연구는 없다. 화장을 하는 남성이 늘어난다는 사실을 보면, 화장을 통한 매력 증진이 당연할 것 같지만, 기존의 연구들을 종합할 때, 확실하게 결론을 내리기에는 고려할 점이 많다.

첫 째, 위에서 언급했듯이 화장이 야기하는 가장 결정적인 변화는 대비이다. 여성의 얼굴에서 화장은 대비의 변화를 야기하고, 이 효과가 결과적으로 얼굴 매력을 높인다(Russell, 2009). 그런데 얼굴 대비의 증가는 남성 얼굴 매력도와 정적 상관을 보이지 않는다. Russell (2003)의 연구에서는 남성 얼굴 매력 지각에서 대비 변화가 미치는 영향을 확인하였다. 정상적인 얼굴 조건에서, 눈과 입술 주변의 대비를 조작하여 저대비 조건과 고대비 조건을 만들었으며, 이 세 조건에서의 매력도를 비교하였다. 그 결과, 여성 얼굴의 경우와는 다르게 남성의 얼굴에서 대비가 증가되면 오히려 낮은 매력도를 가진 것으로 지각되었다. 이에 따르면 남성의 경우, 화장으로 인해 대비가 높아지면 매력도가 감소하는 것이 더 적합한 결과일 수 있다.

하지만, 남성의 화장에 이 연구의 결과를 적용하는 것에는 몇 가지 제한점이 존재한다. 우선 Russell(2003)의 연구에서 눈과 입 주변의 대비를 동시에 조작한 반면에, 현실 세계의 남성들은 대체적으로 립스틱과 같이 입술 등 입 주변의 대비 정보를 변화시키는 화장을 즐겨하지 않는다. 또한, 화장으로 인해 야기될 수 있는 대비의 변화는 연구에서 사용된 자극에서처럼 급격하지 않다. 실제 화장으로 인해 변화된 대비가 매력 지각에 어떠한 영향을 미

치는지에 대해서 보다 체계적인 확인이 필요하다.

둘째, 여성의 경우에는 화장을 하는 행위 자체가 좋은 인상을 형성하여 매력을 높일 수 있었다. 마찬가지로, '화장하는 남성은 스스로를 잘 관리하는 사람이다'와 같은, 화장에 대한 긍정적인 인상이 형성된다면, 화장은 남성 얼굴의 매력을 증진시킬 수 있을 것이다. 실제, 국내 설문 연구는 여성들이 남성의 화장에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있다고 보고하고 있다. 한가영과 김주덕(2012)은 20대부터 40대에 속하는 422명의 여성을 표본으로 조사하였고, 여성이 갖고 있는 남성들의 화장 행동에 대한 인식이 5점 만점 중 전체 3.62로 대체적으로 긍정적이라고 하였다.

하지만, 화장 행위를 보다 세분화시켰을 때, 남성 화장에 대한 태도는 일관되지 않았다. 김일란과 김주덕(2013)은 화장 행동을 몇 가지의 개별적으로 나누어 남성들의 화장 행동에 대한 인식을 보다 더 객관적으로 조사하였는데, 그들 연구에 따르면, 여성들은 전반적으로 남성의 화장 행동에 대해서 긍정적으로 생각하고 있지만, 피부화장, 눈썹 및 눈 화장과 같은 색조 화장 및 수염 관리와 같은 화장 행동에 대해서는 부정적인 인식을 나타냈다.

이와 같이 남성 화장에 대한 인식이 화장 기법에 따라 달라진다는 결과는 본 실험 연구에 앞서서 시행한 예비 연구에서도 발견되었다. 본 연구진은 206명(남성: 71명, 여성: 135명)을 대상으로 남성 화장에 대한 인식을 7점 리커트 척도를 이용하여 조사하였다. 응답자들은 남성 화장에 대해서, 기초화장품(6.13), 기능성화장품(5.04), 자외선차단제(5.80)를 사용하는 것에는 긍정적이었으나, 메이크업베이스(3.67), 프라이머(3.64), 파운데이션(3.28), BB크

립(3.36), 파우더(3.06), 눈썹화장(3.56), 눈화장(2.34), 립제품(3.58), 볼터치(2.06), 웨이딩(2.60)에는 부정적인 것으로 나타났다(표 1). 비록 남성 화장에 대한 긍정적인 인식이 전반적으로 증가하고 있는 추세이긴 하지만, 이와 같이 특정 화장 기법에 대한 부정적인 인식을 고려하면, 화장을 한다는 사실이 하향적으로 남성 얼굴 매력에 긍정적인 영향을 끼쳤을 것이라고 단언하기 힘들다.

최근 남성 화장품 시장의 확대라는 확실한 결과물로 나타나고 있는 남성 화장에 대한 증가된 관심은, 남성 화장의 보편성을 보여주고 있다. 하지만, 아직까지 남성 화장에 대한 본격적인 연구는 전무한 현실이다. 진행되었던 소수의 연구조차도 남성 화장에 대한 실태와 인식을 조사하는 설문 연구에 그쳤을 뿐이며, 화장의 가장 기본적인 기능이라고 할 수 있는 매력 증진 효과조차도 확인하지 못했다. 본 연구는 남성 화장 연구의 첫 단계로 화장이 남성 얼굴의 매력을 증진시키는지 더 명확하게 확인하기 위해 실험 패러다임을 이용하여 화장에 의한 남성 얼굴의 매력 변화를 알아보고자 하였다. 특히, 남성 화장을 민낯, 기초 피부화장, 눈썹화장, 아이라인화장, 아이섀도우화장의 다섯 단계로 구분하여, 각각의 단계에서 남성 얼굴의 매력을 확인하였다. 이를 통해, 화장으로 인해 발생하는 대비의 변화와

남성 화장에 대한 부정적인 인식이 화장된 남성의 얼굴 매력 지각에 어떻게 영향을 미칠 수 있는지에 초점을 두어 검토하고자 하였다.

### 실험 1: 화장 단계 별 매력 지각 평정

실제로 화장은 남성 얼굴의 매력을 증진시키는가? 실험 1에서는 이 질문에 대한 직접적인 검증을 시도하였다. 화장을 하거나, 화장을 하지 않은 남성의 사진을 보여준 후, 각 사진에 대한 매력도 평정을 실시하였다. 하지만, 화장에 대한 단순한 조작적 정의를 내리기는 어려운데, 이는 기초 화장을 한 얼굴도, 풀 메이크업을 한 얼굴도 모두 화장을 한 얼굴이기 때문이다. 따라서 화장을 효과를 단계별로 구분할 필요가 있다. 또한, 위에서도 언급했듯이 남성 화장의 종류별로 상이한 수준의 인식을 가졌다는 기존의 연구(김일란, 김주덕, 2013)를 고려했을 때에도 화장의 정도를 다양하게 조작하여야 할 필요성이 있었다. 따라서, 실험 1에서는 화장을 다섯 단계(1: 민낯, 2: 피부화장, 3: 눈썹화장, 4: 아이라인화장, 5: 아이섀도우화장)로 구분하였다. 동일한 남성 모델에게 다섯 단계에 해당하는 화장을 시키고, 각 단계별로 사진을 찍어 자극을 제작하였다. 이 사진들에 대한 매력도 평정을 하여 각 단계별

표 1. 사용하는 화장품 단계별 화장하는 남성에게 대한 인식

화장법	평균	화장법	평균	화장법	평균
기초화장품	6.13	파운데이션	3.28	립제품	3.58
기능성화장품	5.04	BB크림	3.36	볼터치	2.06
자외선차단제	5.80	파우더	3.06	웨이딩	2.60
메이크업베이스	3.67	눈썹화장	3.56		
프라이머	3.64	눈화장	2.34		

화장에 따라 남성 얼굴 매력이 어떻게 다르게 지각되는지를 측정하였다.

## 방 법

### 참가자

한림대학교에 재학 중인 20대 학부생 혹은 대학원생 31명(남성: 16명, 여성: 15명)이 소정의 금전적 보상을 받고 실험에 참가하였다. 참가자들은 모두 시력(혹은 교정시력)이 정상 이었고 색 지각에 이상이 없었으며 실험의 목적을 알지 못하였다. 또한, 참가자들은 한림대학교 생명윤리위원회의 승인을 받은 동의서에 서명하였다.

### 장치

본 실험은 빛이 차단된 암실에서 진행되었으며, 3.40GHz의 CPU가 탑재된 조립 PC가 사용되었다. 실험 자극의 생성 및 실험의 전반적인 통제는 Matlab(Mathworks, Natick, MA)에서 구동되는 Psychophysics Toolbox(Brainard, 1997; Pelli, 1997)를 통해 이루어졌다. 자극들은 1920 X 1080 픽셀의 해상도와 120Hz의 주사율을 가진 24인치 LCD 모니터(BENQ XL2420Z)에 제시되었다. 참가자들은 모니터로부터 약 56cm의 거리를 두고 앉았으며, 모니터의 자극 제시 영역은 시각각도(visual angle) 상 52° X 29° 에 해당했다.

### 자극

실험에 사용된 남성 얼굴 사진은 친숙성의

효과를 배제하기 위해 한림대학교에 재학 중이지 않거나 재학 경험이 없는 2-30대 남성 61명의 얼굴 사진을 소정의 금전적 보상을 제공하고 촬영하였다. 남성 얼굴 모델은 모두 온라인 광고를 통하여 무작위로 모집하였다. 이 중 촬영상의 오류가 발견된 11명의 사진을 제외하고 총 50명의 사진을 사용하여 실험에 사용할 자극을 제작하였다.

### 사진 촬영

초기 촬영은 관련 업계에 3년 이상 종사한 화장 전문가가 제안한 일반적인 화장법에 따라 총 10단계로 진행하였다[1: 민낫, 2: 기초 화장(스킨, 로션), 3: 메이크업베이스, 4: 파운데이션, 5: 컨실러, 6: 눈썹화장, 7: 아이라인 화장, 8: 아이섀도우화장, 9: 윤곽화장, 10: 입술화장]. 화장은 두 명의 화장 전문가가 처치하였으며, 순차적으로 단계별 화장 처치 이후에 최대한 표정이 드러나지 않은 얼굴을 촬영하였다. 따라서 모든 화장 단계는 항상 이전 단계의 화장을 포함하고 있었다. 남성 모델은 모두 촬영 전 세안과 면도를 하였고, 머리카락이 내려오지 않도록 고정하였다. 촬영이 진행된 장소는 외부의 빛을 차단하여 조도 130Lx 수준으로 통제된 실내였고, Canon DS126151(400D) 카메라를 이용하여 촬영되었다. 촬영에 대한 전반적 통제는 2.30GHz의 CPU가 탑재된 노트북(LG15U53)에서 구동한 Canon EOS Utility를 이용하였다. 카메라와 모델 간의 거리는 90cm를 항상 유지하였고, 흰색의 배경보드를 배경으로 사용하였다.

### 자극 선정 및 조정

남성 얼굴 사진은 Adobe Photoshop CS6을 이용하여 1418 x 1418의 크기로 조절하고 눈



(a) 남성 화장 얼굴 자극



(b) 실험 1 절차

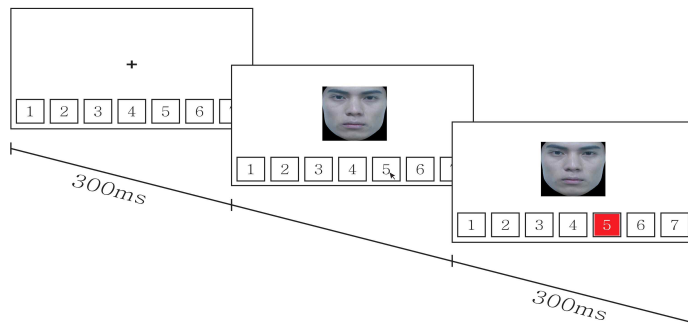


그림 1. 실험 1 자극과 절차. (a) 남성 화장 얼굴 자극. 남성 화장 얼굴은 화장 전문가가 제안한 방법을 적용하였다. 화장 단계는 항상 이전의 단계를 포함하였다. 화장 이외의 효과를 배제하기 위해서, 모든 얼굴은 눈썹부터 턱까지만 드러나도록 하였다. (b) 실험 1 절차. 남성의 화장 효과를 평가하기 위해, 모든 자극은 화면 정중앙에 제시되었고, 참가자는 얼굴이 얼마나 매력적인지를 응답하도록 하였다. 참가자들의 반응 이후에, 300ms 동안 반응에 대한 피드백이 제공되었다.

썹 위의 아래 이마부터 턱 끝까지만 나타나게 하여 머리카락 등의 얼굴 이외의 요소가 미칠 수 있는 영향을 최소화하였다(그림 1a). 이 절차를 통해 제작된 자극은 총 250개로, 50명의 남성 얼굴 사진이 10단계의 화장 단계 중 다섯 단계[1: 민낫, 2: 피부화장(스킨, 로션, 메이크업 베이스, 파운데이션, 컨실러), 3: 눈썹화장, 4: 아이라인화장, 5: 아이섀도우화장]의 화장만으로 구성되었다. 초기 촬영 시 촬영된 10단계 남성 얼굴이 모두 사용되지 않은 이유는 기초화장(스킨, 로션)과 윤곽화장, 그리고 입술화장의 처치에 따른 시각적인 변화가 잘 탐지되지 않고, 메이크업 베이스, 파운데이션, 컨실러는 피부화장의 범주로 묶어 한 단계로

명명하는 것이 가능하기 때문이었다. 마지막으로 모든 자극은 항상 모니터 화면의 정중앙에  $7.05^\circ \times 7.09^\circ$ 에 해당하는 크기로 제시되었다.

#### 절차

실험에서 참가자들은 모니터에 제시되는 남성 얼굴 자극을 보고, 그 얼굴이 얼마나 매력적인지를 평정하도록 하는 과제를 수행하였다. 시행이 시작되면 화면 정중앙에 “+” 표시가 300ms 동안 나타났다가 사라진 후에 얼굴 자극과 하단에 각각  $4.52^\circ \times 6.53^\circ$ 의 크기인 일곱 개의 숫자버튼이 동시에 나타났다. 참가

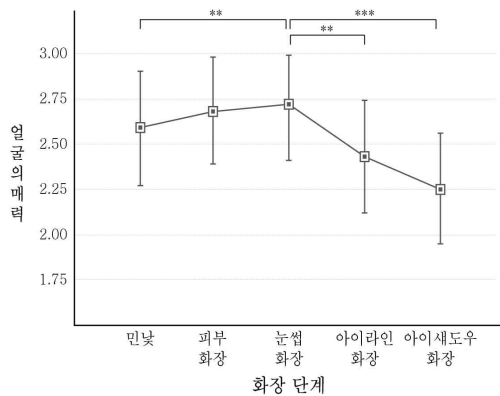
자들은 마우스를 통해 일곱 개의 숫자버튼 중 한 가지를 클릭하여 얼굴이 얼마나 매력적인지 응답하도록 지시받았다(1: 전혀 매력적이지 않다, 4: 보통이다, 7: 아주 매력적이다). 응답 직후에 참가자는 그들이 선택한 숫자버튼이 빨간색으로 강조되는 것으로 피드백을 제공받을 수 있었다(그림 1b). 실험 1은 50시행씩 다섯 구획, 총 250시행으로 구성되었고, 모든 시행은 순서를 동일한 인물의 사진이 한 구획에 여러 차례 제시되는 것을 막기 위해 구획 내 무선회하여 제시하였다. 각 구획 내에서 화장 단계는 각각 10회씩 균등하게 나타났다. 참가자들은 모든 시행의 시작 전 제공되는 화면에서 마우스를 클릭함으로써 시행을 시작할 것인지를 결정할 수 있었기 때문에 원하는 때에 충분한 휴식을 취할 수 있었고, 동시에 실험의 진행 속도를 조절할 수 있었다.

## 결과 및 논의

각 화장 단계에 따른 지각된 얼굴 매력을 그림 2에 제시하였다. 전반적으로 세 번째 단계까지는 매력도가 상승하다가 그 이후 하락하는 종모양 형태를 지닌 곡선을 보이고 있다. 이와 같은 결과를 통계적으로 확인하기 위해, 화장 단계를 참가자 내 요인으로 하는 반복측정 일원 변량분석(repeated measure 1-way ANOVA)을 수행하였다(화장 단계(민낀 vs. 피부화장 vs. 눈썹화장 vs. 아이라인화장 vs. 아이새도우화장)). 화장 단계 간 Mauchly의 구형성 가정이 충족되지 않아,  $\chi^2(9) = 109.906, p < .001$ , 자유도를 조정한 Greenhouse-Geisser로 보고하였다( $\epsilon = .338$ ).

화장 단계의 주효과는 유의미하게 나타났다,  $F(1.352, 40.557) = 13.257, p < .001$ , partial  $\eta^2 = .306$ . 이는 화장 단계별로 남성 얼굴의 매력이 다르게 나타났음을 의미한다. 화장 단

(a) 실험 1 결과



(b) 실험 2 결과

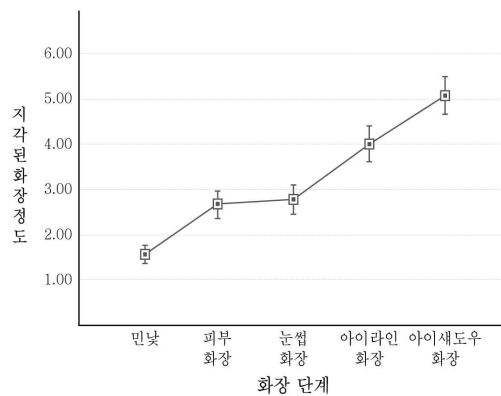


그림 2. 실험 1, 2 결과. (a) 실험 1, 화장 단계에 따른 매력 변화. 각 값은 화장 단계에 대한 얼굴 자극들의 매력 측정치를 나타낸다. 화장의 효과는 각 조건 간의 차이로 정의되었다(\*\*  $p < .01$ ; \*\*\*  $p < .001$ ). (b) 실험 2, 화장 단계에 따른 지각된 화장 수준 변화. 각 값은 화장 단계에 대한 얼굴 자극들의 지각된 화장 수준을 나타낸다. 피부화장과 눈썹화장 사이를 제외한 모든 차이는 조건 간에 유의미하였다( $p < .05$ ). 두 그래프에서 오차 막대는 95% 신뢰구간으로 보고하였다(Mean  $\pm$  SE \* 1.96).

계별 효과를 더 구체적으로 알아보기 위해 사후 분석(post-hoc)을 수행하였다. 그 결과, 눈썹 화장은 다른 단계의 화장에 비해 대부분의 유의하게 높은 매력도를 보이는 것으로 나타났으며[민낯( $p = .005$ ), 아이라인화장( $p = .001$ ), 아이새도우화장( $p < .001$ )], 피부화장과는 유의한 차이가 없었다( $p = .523$ ). 피부화장은 아이라인화장, 아이새도우화장에 비해 유의하게 높은 매력도가 지각되었다(각각  $p = .001$ ,  $p < .001$ ). 민낯의 경우에도 아이새도우화장에 비해 높은 매력도를 보였다( $p = .006$ ).

이와 같은 결과는 남성 화장의 단계에 따라 얼굴 매력에 긍정적인 효과와 부정적인 효과가 동시에 존재하는 것을 보여준다. 그리고 두 상반된 효과는 화장 단계 중 눈썹화장을 기준으로 극적으로 뒤바뀐다. 민낯 얼굴에 피부화장을 더하고, 눈썹화장을 더할 때까지 지각된 매력도는 상승하여, 화장이 실제 남성 얼굴 매력 지각에 긍정적인 효과를 미친다는 점을 보여준다. 하지만, 눈썹화장 이후의 아이라인화장과 아이새도우화장이 더해지는 경우에는 급격하게 매력도가 하락하여, 아이새도우화장의 경우 민낯 얼굴에 비해서도 유의하게 낮은 매력도로 지각됨을 알 수 있다. 이는 화장이 얼굴의 매력에 매우 부정적인 효과를 미친다는 것을 의미한다.

이는 화장과 대비의 관계를 고려했을 때 쉽게 납득하기 어렵다. 일반적으로 화장은 얼굴의 대비를 높여준다. 높은 대비는 주로 여성 얼굴의 매력에는 긍정적인 효과를 미치지만, 남성 얼굴 매력에는 부정적인 효과를 미친다(Russell, 2003). 본 실험에서 사용된 다섯 단계의 화장에 따르면 대비값은 점진적으로 증가되었다. 자극으로 사용된 50명의 모델 중에서 무선적으로 선택된 다섯 명을 대상으로

대비값을 구했을 때 피부화장을 제외한 다른 세 단계의 화장이 적용된 경우 민낯 단계보다 높았다, 민낯(.168), 피부화장(.170), 눈썹화장(.188), 아이라인화장(.204), 아이새도우화장(.200). 급격하게 대비가 증가된 아이라인 및 아이새도우 화장에서 매력이 떨어지는 것은 당연할 결과라고 할 수 있으나, 눈썹화장의 단계에서 매력이 증가되었다는 점은 대비의 관점에서는 설명되지 않는다. 피부화장의 경우, 민낯에 비해 대비는 거의 변하지 않은 반면, 얼굴의 질감(texture)은 개선되어 긍정적인 효과를 미칠 가능성이 있지만, 눈썹화장의 경우에는 이에 해당한다 볼 수 없다.

남성 화장에 대한 사회적 인식의 영향을 고려할 때에도 쉽게 설명되지 않는다. 상술했듯이 남성 화장에 대한 전반적인 인식은 긍정적이었으나, 개별적으로는 부정적으로 인식되는 남성 화장의 종류도 존재했다(김일란, 김주덕, 2013). 따라서 화장의 종류별로 다른 사회적 인식이 실험 1에서의 일관되지 않은 결과를 야기할 수 있다. 하지만, 기존의 연구를 고려해보면, 이런 인식의 효과도 눈썹화장의 긍정적 효과를 완전히 설명하지는 못한다. 남성 화장에 대한 인식과 태도를 조사한 기존 연구들(김일란, 김주덕, 2013; 한가영, 김주덕, 2012)은 대체로 피부화장, 그리고 눈썹과 눈 화장과 같은 화장에 대해서 사람들이 부정적인 인식을 갖고 있음을 밝혔다. 또한 본 연구의 예비 실험에서도 파운데이션과 BB크림과 같은 피부화장이거나, 눈썹화장에 대해서는 부정적인 인식이 존재함을 확인했다(표 1). 이와 같은 남성 화장에 대한 부정적인 인식은 화장한 남성 얼굴에 대한 매력을 더 낮게 지각하도록 만들 수 있을 것이다. 하지만, 실험 1의 결과에서는 부정적인 인식을 가지고 있는 것으로 보고되었던

피부화장 및 눈썹화장을 한 얼굴에 대해서도 여전히 긍정적인 효과가 발견되었다.

이에 대한 한 가지 고려할 수 있는 요인은 자극으로 제시된 남성 화장 정도가 부정적 인식을 촉발할 정도의 지각적 역치에 이르지 못하여, 화장에 대한 부정적 인식이 영향을 끼치지 못한 채, 화장의 긍정적인 측면이 발견되었다는 것이다. 화장에 대한 부정적인 인식은 상대적으로 상위 인지에 해당하는 요인으로 이와 같은 인식이 촉발되기 위해서는 일단 제시된 얼굴이 화장을 했다는 사실의 지각이 선행되어야 할 것이다. 그러나, 만일 피부화장과 눈썹화장을 한 얼굴을 보고도 화장을 했다는 사실을 지각할 수 없다면, 실제 화장을 한 얼굴이지만 그 얼굴을 보는 관찰자에게는 민낯과 동일하게 지각될 수 있다. 따라서 민낯인데 피부화장으로 인해 피부의 질감이 좋아지고, 눈썹화장으로 인해 윤곽이 뚜렷해진 얼굴에 대해 긍정적인 효과만 발휘하고, 이 효과가 남성이 화장을 했다는 사실에 의해 억제되지 않아 발생한 결과일 수 있다.

따라서 실험 2에서는 동일한 자극에 대한 화장 여부의 탐지 정도를 확인해 보고자 한다. 만일 실험 1의 결과가 화장 탐지 여부에 따른 남성 화장에 대한 부정적 인식에 대한 영향으로 발생 되었다면, 아이라인 및 아이섀도우 화장에서는 높은 수준의 화장 탐지가 발견될 것이며, 이와 달리 피부화장 및 눈썹화장에 대해서는 낮은 수준의 화장 탐지가 나타날 것이다.

## 실험 2: 화장 단계 별 화장 여부 탐지

화장 단계 별 남성 얼굴의 매력도를 평정했

던 실험 1의 결과가 각 단계 별 화장 여부의 탐지와 관련이 있다는 가설을 확인해 보고자 실험 2를 실시하였다. 실험 2에서는 실험 1과 동일한 자극 및 절차를 사용하였으며, 각 단계 별 사진에 대해서 매력도를 평정하는 대신 지각되는 화장의 정도를 측정하였다.

## 방 법

### 참가자

실험 2는 한림대학교에 재학 중인 20대 학생 25명(남성: 15명, 여성: 10명)이 참가하였다. 참가자들의 시력(혹은 교정시력)은 모두 정상 이었고 색 지각에도 이상이 없었으며 실험의 목적을 알지 못하였다. 또한, 본 연구에 속한 다른 연구들에 참여한 경험이 없었다. 참가자들은 한림대학교 생명윤리위원회의 승인을 받은 동의서에 서명하였으며 실험이 종료된 이후에 소정의 금전적 보상을 제공받았다.

### 장치 및 자극

실험 2는 실험 1과 동일한 장치를 가지고 동일한 얼굴 자극을 사용하였다.

### 절차

전반적으로 실험 1과 동일하지만, 모니터 화면 중앙에 제시되는 얼굴 자극을 보고 지각된 화장의 정도를 평정하도록 하였다. 지각되는 화장의 정도는 7점 리커트 척도를 사용하였다(1: 전혀 화장한 것 같지 않음, 7: 매우 진하게 화장한 것 같음).

## 결과 및 논의

각 화장 단계 별 지각되는 화장의 정도를 그림 3에 제시하였다. 화장의 단계가 더해지면서 지각되는 화장 정도가 높아지는 선형적인 관계가 관찰되었다. 이와 같은 결과를 통계적으로 확인하기 위하여 반복측정된 일원 변량분석(repeated measure 1-way ANOVA)을 수행하였다(화장 단계(민낯 vs. 피부화장 vs. 눈썹화장 vs. 아이라인화장 vs. 아이섀도우화장). 화장 단계 간 Mauchly의 구형성 가정이 충족되지 않아,  $\chi^2(9) = 91.051, p < .001$ , 자유도를 조정한 Greenhouse-Geisser로 보고하였다( $\epsilon = .405$ ).

화장 단계의 주효과는 유의미하게 나타났다,  $F(1.621, 38.902) = 159.938, p < .001$ , partial  $\eta^2 = .870$ . 이는 화장 단계별로 지각되는 화장 정도가 다르다는 것을 의미한다. 화장 단계의 효과를 더 구체적으로 알아보기 위해 사후 분석을 실시하였다. 그 결과, 피부화장과 눈썹화장 간의 차이가 유의하지 않게 나타났다( $p = .157$ ), 이를 제외한 모든 화장 단계 간의 차이가 유의하게 나타났다(모두  $p < .001$ ).

실험 2는 화장 단계별로 얼굴에서 지각되는 화장의 정도의 변화를 살펴보기 위해 수행하였다. 화장 단계의 주효과가 선형적인 형태를 띠는 것으로 나타났는데, 이는 각 화장의 단계가 그 전 단계에 화장을 덧입혔다는 점에서, 즉 후반 단계의 화장이 실제로 더 많은 화장을 한 얼굴이라는 점에서 당연한 결과라고 볼 수 있을 것이다. 그러나 종속측정치의 중위값을 기준을 고려하면, 흥미로운 해석이 가능하다. 실험 2에서 지각되는 화장 정도는 리커트 7점 척도로 측정되었기 때문에, 4점은 척도의

중간에 해당하는 값이다. 이를 기준으로 높은 점수의 경우는 화장을 쉽게 탐지할 수 있는, 과한 수준으로 지각되는 화장으로, 낮은 점수의 경우에는 화장을 쉽게 탐지할 수 없는, 과하지 않은 수준으로 지각되거나, 또는 전혀 지각되지 않는 화장으로 나눌 수 있을 것이다. 결과적으로 아이라인화장과 아이섀도우화장 단계가 4점 이상에 해당하는 과한 수준으로 지각되는 화장인 것으로 나타난 반면, 눈썹 및 피부화장은 4점 미만에 해당하는 과하지 않은 수준으로 지각되거나 전혀 지각되지 않는 화장인 것으로 나타났다. 이는 실험 1에서 일반적으로 부정적으로 인식되는 눈썹화장에서 높은 수준의 매력도가 나타난 결과가 눈썹화장의 경우 화장 탐지가 이루어지지 않아, 즉 화장을 하지 않은 얼굴로 지각되면서 남성 화장에 대한 부정적인 인식이 작용하지 않았기 때문에 발생했을 가능성을 지지하고 있다.

## 종합 논의

남자의 화장은 효과가 있을까? 정말 남성이 화장을 하면 얼굴 매력이 높아질까? 본 연구는 두 실험을 통해 남성 화장과 관련된 가장 근본적인 질문에 답하고자 하였다. 남성의 얼굴에 화장을 하고, 민낯일 때와 비교하여 더 높은 수준의 매력도가 지각되는지를 알아보았다. ‘화장을 한다’라는 행위는 넓은 범위를 가졌기 때문에, 화장 단계별로 화장이 남성 얼굴 매력에 미치는 영향을 확인하였다. 실험 1에서 총 다섯 단계의 화장한 얼굴 자극들을 사용하여 화장 단계별로 사람들이 지각하는 매력이 어떻게 변화하는지를 알아보았다. 그 결과, 지각되는 매력은 눈썹화장단계까지는

상승하였지만, 그 이후 아이라인화장단계부터 하락하는 것을 확인하였다. 실험 2에서는 실험 1의 결과가 화장을 했다는 사실을 알아차렸는지 여부에 의해 영향을 받았는지를 확인하고자 하였다. 그래서 실험 2에서는 실험 1과 동일한 자극에 대하여 지각되는 화장 정도를 확인하였다. 그 결과, 실험 1에서 매력이 상승했었던 피부화장과 눈썹화장에 대해서는 화장 탐지 수준이 낮았던 반면에, 매력이 하락했던 아이라인화장과 아이섀도우화장에 대해서는 매우 높은 수준의 화장 탐지를 보였다. 이를 통해 화장을 탐지한 정도가 매력 판단에 중요한 영향을 미쳤을 것임을 확인할 수 있었다.

다양한 방법을 통해 활발하게 진행되어온 여성 화장에 대한 연구에 비해, 남성 화장의 효과를 다뤘던 연구들은 거의 없었다. 그나마 남성 화장을 주제로 삼았던 국내의 연구들은 대부분 남성 화장에 대한 실태 및 인식(김별이, 2010; 김일란, 김주덕, 2013; 김한아, 2010; 유승희, 김주덕, 2009; 이금희, 2006; 이서현, 2012; 정나래, 송연숙, 이근광, 2013; 한가영, 김주덕, 2012; 홍재기, 김주덕, 2008; 황수연, 2014)에 초점을 맞추었다. 본 연구는 국내에서 남성 화장이 얼굴 매력에 미치는 영향을 심리학 실험을 통해 직접적으로 확인한 최초의 연구이다.

남성 화장에 대한 실험 연구는 해외에서도 활발하게 이루어지지는 않았으며, 이루어진 연구들도 제한점이 많은 연구들이었다. 예를 들어, 본 연구와 유사한 처치를 한 연구인, Mulhern, Fieldman, Hussey, Lévesque과 Pineau (2003)의 연구는 피부화장, 눈썹화장과 같은 개별적인 화장이 얼굴 매력에 미치는 영향을 알아보았다. 그러나 그들은 개별적인 화장이

독립적으로 처치되었을 때의 효과와 개별적인 화장이 전부 처치된 풀메이크업의 효과를 비교하는 데에 그 목적이 있었다. 따라서, 그들이 사용한 개별적인 화장 조건에서는 적용된 화장을 제외한 다른 화장은 전혀 적용되지 않았다. 예를 들어, 눈 화장은 일반적으로 피부 화장 이후에 처치하는 것이 일반적이지만, 이 연구에서는 피부화장에 대한 처치 없이 눈 화장만을 한 얼굴을 자극으로 사용하였다. 그러나 본 연구의 연구 자극은 각 단계의 화장이 그 이전 단계까지의 화장도 항상 포함하였고, 이는 실제로 화장을 하는 방식과 일치하기 때문에 생태학적 타당도가 더 높다고 할 수 있다.

실험 1에서 남성의 얼굴 매력 지각은 화장의 단계에 따라 선형적으로 변화하지 않고, 3 단계인 눈썹화장을 정점으로 하는 종모양 형태를 띠고 있다. 이는 여성의 얼굴에서 화장이 미치는 영향과는 일치하지 않았는데, 기존 연구들에 따르면, 여성 얼굴은 화장을 했을 때 매력이 증가하고(Cash et al., 1989; Cox & Glick, 1986; Graham & Jouhar, 1981; Huguet et al., 2004; Jones & Kramer, 2015), 화장이 없을 때보다 진할 때 매력이 더 높았다(Etcoff et al., 2011). 이렇게 여성 얼굴 매력 지각과 화장의 정도가 정적인 선형관계를 보이는 점에 대하여, 연구들은 얼굴 대비의 역할을 강조한다(Russell, 2003, 2009; Porcheron et al., 2013).

서론에서도 언급했듯이 얼굴 대비는 피부와 얼굴 요소(눈썹, 눈, 입술)의 밝기 차이의 비율로 정의될 수 있다. 이에 따르면 본 연구에서 사용한 5단계 중 민낯을 제외한, 화장이 적용된 4단계는 화장이 적용될수록 대비가 커지게 되는데, 이 경우 여성 얼굴에서는 매력이 높아지게 된다. 하지만 얼굴 대비의 증가

가 남성 얼굴 매력 지각에서 긍정적인 효과를 야기하지는 않는다. Russell(2003, 2009)은 얼굴의 대비가 높아질수록 여성 얼굴의 매력이 증가하고, 이와 같은 얼굴 대비의 효과가 화장과 매우 유사하다고 주장하였다. 반면, 남성 얼굴의 경우에는 얼굴 대비의 증가가 매력을 감소시켰다고 보고하였다. 이에 따르면, 실험 1에서 피부화장 및 눈썹화장 단계에서도 남성 얼굴 매력이 감소되는 결과가 관찰되었어야 할 것이다.

2단계인 피부화장의 경우에는 남성 얼굴 매력이 증진된 이유로 피부의 질감을 고려할 수 있다. 화장은 지각되는 피부의 상태에도 영향을 미치는데, Jones, Burt, Little과 Perrett(2004)은 남성 얼굴 피부의 표면 상태가 매력 판단에 주요한 역할을 할 수 있음을 확인하였다. 그들은 남성 얼굴의 좌, 우 뺨 부분에 대한 건강과 매력을 측정된 결과, 두 변인 간의 정적 상관관이 나타나 피부가 건강하게 보일수록 매력적으로 보였고, 나아가 이러한 경향이 단지 부분적인 피부에서만 아니라 실제 얼굴에서도 동일하게 나타났음을 보고하였다. 그러나 눈썹화장에서 매력이 상승한 이유는 쉽게 설명이 되지 않는다.

얼굴 대비나 피부질감과 같은 지각적인 요소 이외에도 본 연구에서 관심을 가졌던 또 다른 요소는 남성 화장에 대한 사회적 인식이었다. 전반적으로 남성의 화장에 대한 인식은 긍정적으로 변화하였으나, 최근의 연구들에 따르면 여전히 본 연구에서 사용되었던 피부화장 및 눈과 관련된 화장에 대해서는 부정적인 인식을 가지고 있었다. 따라서, 만일 이와 같은 부정적인 인식이 결과에 영향을 끼쳤다면, 화장을 적용한 모든 단계의 자극들은 민낯에 비해 낮은 수준의 매력도를 보여야 한

다. 하지만, 실험 1의 결과는 이와 일치하지 않았다.

이와 같은 불일치를 해결하기 위한 새로운 대안으로 화장에 대한 지각적 역치를 고려하였다. 화장에 대한 부정적인 인식으로 인해 매력도를 낮게 지각하려면, 우선적으로 대면한 얼굴의 화장 유무를 인지해야 한다. 만일 실제로 화장을 한 얼굴이어도, 화장을 탐지하지 못해 민낯으로 지각된다면 화장에 대한 부정적인 인식은 영향을 끼칠 수 없을 것이다. 따라서 실험 2에서는 각 화장 단계별로 화장 탐지 정도를 측정하였다. 그 결과 눈썹화장까지의 화장은 사람들로 하여금 과하지 않은 수준으로 화장으로 지각되거나 화장을 하지 않은 것으로 지각된 반면, 아이라인화장부터는 4점 이상의 과한 수준의 화장으로 지각되어 누구나 명백하게 그 얼굴이 화장했다는 것을 알아차릴 수 있었다. 따라서, 실험 2의 결과를 실험 1의 결과에 적용하면, 화장을 탐지하기 어려웠던 피부화장과 눈썹화장의 경우에는 거의 민낯으로 지각되면서 남성 화장에 대한 부정적인 인식이 영향을 끼치지 못했고, 이에 반해 아이라인 및 아이새도우화장에서는 화장 탐지에 성공하여 부정적인 인식이 영향을 끼쳤다고 볼 수 있다.

위의 관계를 보다 명확하게 확인하기 위해, 실험 1의 결과인 각 화장 단계별 지각된 매력도와 실험 2의 결과인 각 화장 단계별 지각된 화장 수준 간의 상관관을 확인한 결과, 유의한 수준의 부적 상관관계가 발견되었다( $r = -.271, p < .001$ ). 이는 동일한 사람의 얼굴에서 화장 탐지 정도가 증가하면 매력도가 감소하는 것을 의미하며, 실험 1에서 높은 수준의 매력도를 보인 눈썹화장의 경우, 화장 탐지에 실패하여 화장에 대한 부정적인 인식이 작용

하지 않았다는 해석을 지지해 주고 있다.

심리학의 다양한 분야에서는 지각되지 못하는 수준으로 제시된 역치하 자극도 영향을 끼치는 예를 보여주고 있다. 하지만, 이와 반대로 지각되지 못한 요소들이 억제 반응을 발화시키지 못하는 경우도 빈번하게 발견되고 있다. 예를 들면, Tsushima, Sasaki와 Watanabe (2006)의 연구에서는 매우 하위 단계인 지각 수준에서 역치하로 제시되는 과제 부적절 자극이 처리되는 기제에 대해 설명했다. 기본적으로 과제 부적절 자극이 제시되면, 과제의 수월한 수행을 위해서 억제되어야 하는데, 그 자극이 역치하로 제시되면 억제 메카니즘이 작동되지 못한다. 그 결과, 해당 자극에 대한 억제가 일어나지 않아 그 정보가 처리된다고 주장하였다.

상위 수준의 행동에서도 이와 유사한 연구 결과가 보고되고 있다. 한 연구에서는 인종에 따른 고정관념을 다루었는데, 컴퓨터를 사용하여 인종이 확실하게 구분되지 않는 얼굴을 만들어 자극으로 사용되었다. 지각적으로 확실하게 인종이 나타나지 않는 이 얼굴에 대해서 명칭을 '흑인'으로 했을 때와 '백인'으로 했을 때의 반응을 비교하였는데, '백인'이라고 명명했을 때에는 명백하게 백인으로 보이는 얼굴에 대한 반응과 차이가 없었던 반면, '흑인'이라고 명명했을 때에는 부정적인 고정관념이 작용하였다(Willadsen-Jenson & Ito, 2014). 이는 흑인에 대한 부정적인 고정관념이 맥락 정보를 통해 추가적으로 제시되지 않을 때, 흑인에 해당하는 지각적 속성이 지각되지 않으면 그 고정관념이 영향을 끼치지 못한다는 점을 시사하고 있다.

본 연구 결과에 대해서 몇 가지 추가적으로 고려할 사항들이 있다. 우선, 본 연구는 남성

얼굴을 대상으로 한 연구이기 때문에 판단하는 사람의 성별에 따라 결과가 달라질 가능성이 있다. 예를 들어서, 남성은 동성애자를 제외하고, 다른 남성의 얼굴에 크게 관심을 갖지 않는 반면, 여성은 남성과 여성 모두의 얼굴에 관심을 가진다(Levy et al., 2008). 그래서 본 연구에서는 비록 충분한 표본을 확보하지는 않았으나 성별을 독립변인으로 하여, 실험 1과 2의 결과에 대해 혼합 이원 변량분석(mixed 2-way ANOVA)을 수행하여 성별에 따라 결과가 다르게 나타날 수 있는지를 확인하였다. 실험 1에서는 성별에 따른 주효과가 나타났지만,  $F(1, 29) = 4.545, p = .042, \text{partial } \eta^2 = .135$ , 성별과 화장 단계의 이원 상호작용은 나타나지 않았다,  $F(1.338, 38.788) = 1.023, p = .341, \text{partial } \eta^2 = .034$ . 유의한 상호작용이 나타나지 않았다는 것은 화장의 효과에 대해 성별 간 차이가 없었음을 시사한다. 성별의 주효과는 존재하였으나, 예상과는 달리 남성 참가자들의 매력 평정 점수가 여성 참가자들에 비해 유의하게 높아, 남성이 남성의 얼굴에 관심을 기울이지 않았다는 증거는 발견할 수 없었다. 실험 2에서는 성별의 주효과가 유의미하지 않았고( $p = .233$ ), 성별과 화장 단계의 상호작용 또한 유의미하지 않은 것으로 나타나( $p = .173$ ), 성별이 아무런 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다.

실험 1의 경우, 화장으로 인한 매력 변화를 화장 단계별로 확인하였고, 이에 따라 3단계에 해당하는 눈썹화장까지는 매력이 높아졌고, 그 이후 감소하는 것을 확인하였다. 하지만, 가장 매력이 높았던 눈썹화장 단계에서도 지각된 매력도는 7점 척도상에서 3점이 채 되지 않는 낮은 점수였다. 이는 실험에서 사용된 자극의 특성이 그 원인이 된 것으로 보인다.



본 실험에서는 화장의 효과만을 측정하려고 하였고, 이 이유로 머리가 얼굴 매력에 미치는 효과를 차단하고자, 얼굴을 제외한 영역을 모두 제거하여 자극으로 사용하였다. 그러나, 참가자들의 입장에서 목과 머리카락 없이 제시되는 얼굴 자극은 일상에서 실제로 마주하는 얼굴과는 매우 달랐으며, 이러한 자극의 특징으로 인해 전반적으로 참가자들은 높은 매력도로 지각하지 않았던 것으로 보인다. 이런 점에서 본 연구의 결과를 일반화하기 위해서는 앞으로도 지속적인 추가 연구가 필요할 것이다.

다음으로, 실험 2에서 화장의 탐지 여부를 측정하였는데, 실제 참가자들이 보고해야 했던 것은 지각된 화장의 정도였으며, 이를 7점 척도상에서 평정하도록 하였다(1: 전혀 화장한 것 같지 않음, 7: 매우 진하게 화장한 것 같음). 본 연구에서는 4점을 기준으로 탐지가 쉬운 수준과 탐지가 어려운 수준으로 해석하였고, 이에 따라 화장에 대한 부정적인 인식이 영향을 끼치지 않거나, 혹은 끼치는 것으로 판단하였다. 하지만, 이와 달리 참가자들의 보고를 화장의 탐지 수준이 아닌, 화장의 진한 정도로 해석할 수도 있다. 이 경우, 4점보다 높은 점수는 화장이 매우 짙고, 반대로 4점보다 낮은 점수는 화장이 매우 옅은 것을 나타낼 수 있다. 이에 따르면 본 연구의 결과를 단순히 과하지 않게 보이는 화장에 대해서 긍정적인 효과가 발생하고, 과하게 보이는 화장에 대해서는 부정적인 효과가 발생한 것이라고 해석할 수도 있다. 후속 연구에서는 이 부분을 보다 체계적으로 확인해야 할 필요가 있다.

또한, 단순히 화장의 단계에 따른 탐색 정도에 그치지 않고, 화장의 어떤 요소가 화

장 탐지에 영향을 미치는 지도 체계적으로 알아봐야 할 것으로 보인다. 예를 들어, 본 연구에서 눈썹화장의 경우 화장 탐지 정도가 낮았지만, 눈썹화장의 방식에 따라 그 정도도 달라질 수 있을 것이다. 일자형 눈썹의 경우, 그 탐지 정도가 높을 수 있고, 눈썹라인이 너무 명확한 경계선을 만들 때 그 정도가 높아질 수도 있을 것이다.

본 연구에서는 실생활과 유사한 상황에서의 화장 효과를 확인하고자 하였다. 따라서 생태학적 타당도를 높이기 위한 목적으로, 사용된 모든 단계의 화장은 반드시 이전 단계까지의 화장을 포함하고 있었다. 따라서 각 화장 단계에서 발견하는 효과는 그 이전 단계에서의 화장의 효과까지 포함하기 때문에 그 단계에서의 효과로만 단정 짓기는 힘들다. 각 단계의 순수한 효과를 확인하기 위해서는 이전 단계의 효과를 배제한 채로 변화의 추이를 보아야 한다. 하지만, 화장이 단계별로 서로 상호작용을 하기 때문에 통계적으로 이전 단계의 효과를 통제하는 방법의 유효성이 낮다고 판단하였다. 즉, 피부화장을 한 상태에서 눈썹화장을 하였을 경우, 피부화장을 통해 피부의 밝기는 높아지고 눈썹 부위의 밝기는 낮아지기 때문에 피부화장 없이 눈썹화장을 한 경우에 비해 더 큰 대비가 발생한다. 이 상황에서 눈썹화장의 효과 자체만을 확인하는 것은 불가능하다. 하지만, 현대의 화장 방법은 문화, 개인마다 다 다르다. 예를 들어서, 어떤 사람은 본 연구에서 사용된 모든 화장을 다 적용하는 반면, 다른 사람은 이 중의 몇 가지만을 적용할 수도 있다. 특히, 남성들의 경우는 본 연구에서 제안된 순서대로의 화장을 따르지 않을 가능성도 높다. 따라서 후속 연구에서는 각 화장 단계별 효과를 체계적으로 분석하는

것이 필요할 것이다.

본 연구는 탐색적인 연구로 앞으로의 연구들에 출발점 역할을 한다는 데 가치가 있다. 각 화장 단계별로 지각되는 매력이 어떻게 변화하는지를 확인하였고, 이와 같은 결과를 상향적인 속성인 대비와 하향적 속성인 화장에 대한 부정적인 인식을 통해 해석하려고 하였다. 하지만 눈썹화장이 매력적이라는 본 연구의 결과는 여전히 완전하게 설명되고 있지 않다. 부정적인 인식의 영향뿐만 아니라 지각적 요인인 대비의 측면에서 생각하더라도 눈썹화장의 매력 증진 효과의 이유를 찾기 어렵다. 따라서, 얼굴 대비와 피부질감과 같은 지각적 요소를 체계적으로 조작하여 검증하는 것이 필요하다. 예를 들어서, 대비의 경우 얼굴 요소를 세분화하여 눈 부위에서의 대비 강화와 입술 부위에서의 대비 강화가 다른 방향의 영향을 끼칠 수도 있다. 나아가 색의 표현이나 화장 기법과 같이 화장에 실제로 관여하는 여러 요소를 다룰 필요가 있으며, 남성의 얼굴에서 어떻게 영향을 미치는지 종합적으로 검토되어야 할 것이다.

남성 화장도 그 역사는 길다. 하지만, 매력 증진의 수단으로서의 화장의 역사는 그다지 길지 않다. 아직 화장을 하는 남성들도 스스로 확신하지는 못할지도 모른다. 하지만, 화장을 하면서 스스로 즐거워하는 남성들이 많아졌다는 사실은 그 효과를 더 체계적으로 밝히는 것이 심리학에서 적극적으로 감당하여야 할 역할이라는 점을 시사한다.

### 참고문헌

- 김민경 (2014). 다양한 아이라이너의 형태의 일러스트레이션이 얼굴 이미지에 미치는 감성 반응 효과. 대한피부미용학회지, 12(2), 217-223.
- 김별이 (2010). 한국 남성의 화장품에 대한 사용 실태와 요구도에 관한 연구. 건국대학교 석사학위논문.
- 김일란, 김주덕 (2013). 남성화장에 대한 여대생들의 인식 및 태도에 관한 연구. 한국 화장품미용학회지, 3(2), 169-187.
- 김한아 (2010). 남성의 화장품 사용실태와 구매 행동에 관한 연구. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 박장순, 이재숙 (2013). 인구통계학적 요인에 따른 남성색조화장의 이용실태에 대한 연구. 한국인체미용예술학회지, 14(4), 77-93.
- 박정신 (2012). 눈썹메이크업 디자인의 수리적 분석 연구. 대한피부미용학회지, 10(3), 463-468.
- 양윤미 (2010). 현대 메이크업에 나타난 스모키 메이크업에 관한 연구-로맨틱 감성과 매니쉬 감성을 중심으로. 코리아뷰티디자인학회지, 6(3), 293-304.
- 유승희, 김주덕 (2009). 연구논문: 남성들의 생활 습관 및 화장품 구매행태에 관한 연구. 한국미용학회지, 15(3), 1019-1032.
- 이금희 (2006). 일부지역 대학생들의 남성화장에 대한 인식도. 원광대학교 보건환경대학원 석사학위논문.
- 이서현 (2012). 남성들의 외모관리 의식과 행동에 따른 남성 메이크업 인식 연구. 동덕여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이윤정 (2002). 입술 화장의 형태에 관한 연구. 한국인체미용예술학회지, 3(2), 175-184.
- 정나래, 송연숙, 이근광 (2013). 남자 대학생들의 피부인식과 화장품 사용 및 구매행태

- 에 관한 연구. *대한미용문화예술학회지*, 2(1), 68-81.
- 정의정 (2011). 성인 남성의 외모관리행동과 특성에 관한 연구. *한국인체미용예술학회지*, 12(2), 27-45.
- 한가영, 김주덕 (2012). 남성화장에 대한 여성들의 인식 및 태도에 관한 연구. *한국화장품미용학회지*, 2(1), 61-77.
- 홍재기, 김주덕 (2008). 연구논문: 연령별 남성들의 화장품에 대한 사용실태 및 요구도에 관한 연구. *한국미용학회지*, 14(2), 481-494.
- 황수연 (2014). 남성 색조 화장품의 제품별 사용 실태 및 인식도. 건양대학교 대학원 석사 학위논문.
- Berscheid, E., Dion, K., Walster, E., & Walster, G. W. (1971). Physical attractiveness and dating choice: A test of the matching hypothesis. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7(2), 173-189.
- Brainard, D. H. (1997). The Psychophysics Toolbox. *Spatial Vision*, 10(4), 433-436.
- Cash, T. F., & Cash, D. W. (1982). Women's use of cosmetics: psychosocial correlates and consequences. *International Journal of Cosmetic Science*, 4(1), 1-14.
- Cash, T. F., Dawson, K., Davis, P., Bowen, M., & Galumbeck, C. (1989). Effects of cosmetics use on the physical attractiveness and body image of American college women. *The Journal of Social Psychology*, 129(3), 349-355.
- Cash, T. F., Rissi, J., & Chapman, R. (1985). Not Just Another Pretty Face Sex Roles, Locus of Control and Cosmetics Use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11(3), 246-257.
- Chandra, M. (1973). *Costumes, Textiles, Cosmetics & Coiffure in Ancient and Mediaeval India*. S. P. Gupta, K. N. Dikshit, V. P. Dwivedi, & S. Asthana (Eds.). Delhi: Oriental Publishers.
- Cox, C. L., & Glick, W. H. (1986). Resume evaluations and cosmetics use: When more is not better. *Sex Roles*, 14(1-2), 51-58.
- Cunningham, M. R., Roberts, A. R., Barbee, A. P., Druen, P. B., & Wu, C. H. (1995). "Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours": Consistency and variability in the cross-cultural perception of female physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(2), 261-279.
- Dayagi-Mendeles, M. (Ed.). (1989). *Perfumes and cosmetics in the ancient world* (Vol. 305). Israel Museum. (p. 202)
- Etcoff, N. L., Stock, S., Haley, L. E., Vickery, S. A., & House, D. M. (2011). Cosmetics as a feature of the extended human phenotype: Modulation of the perception of biologically important facial signals. *PLoS one*, 6(10), e25656.
- Graham, J. A., & Jouhar, A. J. (1981). The effects of cosmetics on person perception. *International journal of cosmetic science*, 3(5), 199-210.
- Huguet, P., Croizet, J. C., & Richetin, J. (2004). Is "What Has Been Cared For" Necessarily Good? Further Evidence for the Negative Impact of Cosmetics Use on Impression Formation. *Journal of Applied Social Psychology*, 34(8), 1752-1771.
- Jones, D., & Hill, K. (1993). Criteria of facial attractiveness in five populations. *Human*

- Nature*, 4(3), 271-296.
- Jones, A. L., & Kramer, R. S. (2015). Facial cosmetics have little effect on attractiveness judgments compared with identity. *Perception*, 44(1), 79-86.
- Jones, B. C., Little, A. C., Burt, D. M., & Perrett, D. I. (2004). When facial attractiveness is only skin deep. *Perception*, 33(5), 569-576.
- Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallam, M., & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological bulletin*, 126(3), 390-423.
- Langlois, J. H., Roggman, L. A., Casey, R. J., Ritter, J. M., Rieser-Danner, L. A., & Jenkins, V. Y. (1987). Infant preferences for attractive faces: Rudiments of a stereotype?. *Developmental psychology*, 23(3), 363-369.
- Levy, B., Ariely, D., Mazar, N., Chi, W., Lukas, S., & Elman, I. (2008). Gender differences in the motivational processing of facial beauty. *Learning and Motivation*, 39(2), 136-145.
- Mahmud, Y., & Swami, V. (2010). The influence of the hijab (Islamic head-cover) on perceptions of women's attractiveness and intelligence. *Body Image*, 7(1), 90-93.
- Marlowe, C. M., Schneider, S. L., & Nelson, C. E. (1996). Gender and attractiveness biases in hiring decisions: Are more experienced managers less biased?. *Journal of applied psychology*, 81(1), 11-21.
- Mulhern, R., Fieldman, G., Hussey, T., L ev eque, J. L., & Pineau, P. (2003). Do cosmetics enhance female Caucasian facial attractiveness?. *International Journal of Cosmetic Science*, 25(4), 199-205.
- Pelli, D. G. (1997). The VideoToolbox software for visual psychophysics: transforming numbers into movies. *Spatial Vision*, 10(4), 437-442.
- Porcheron, A., Mauger, E., & Russell, R. (2013). Aspects of facial contrast decrease with age and are cues for age perception. *PLoS one*, 8(3), e57985.
- Rhodes, G. (2006). The evolutionary psychology of facial beauty. *Annu. Rev. Psychol.*, 57, 199-226.
- Russell, R. (2003). Sex, beauty, and the relative luminance of facial features. *Perception*, 32(9), 1093-1107.
- Russell, R. (2009). A sex difference in facial contrast and its exaggeration by cosmetics. *Perception*, 38(8), 1211-1219.
- Samuels, C. A., & Ewy, R. (1985). Aesthetic perception of faces during infancy. *British Journal of Developmental Psychology*, 3(3), 221-228.
- Sigall, H., & Ostrove, N. (1975). Beautiful but dangerous: Effects of offender attractiveness and nature of the crime on juridic judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31(3), 410-414.
- Slater, A., Von der Schulenburg, C., Brown, E., Badenoch, M., Butterworth, G., Parsons, S., & Samuels, C. (1998). Newborn infants prefer attractive faces. *Infant Behavior and Development*, 21(2), 345-354.
- Subbarayappa, B. V. (Ed.). (1999). *Chemistry and chemical techniques in India*. Centre for Studies in Civilizations.

- Teuscher, U., & Teuscher, C. (2007). Reconsidering the double standard of aging: Effects of gender and sexual orientation on facial attractiveness ratings. *Personality and Individual Differences, 42*(4), 631-639.
- Tsushima, Y., Sasaki, Y., & Watanabe, T. (2006). Greater disruption due to failure of inhibitory control on an ambiguous distractor. *Science, 314*(5806), 1786-1788.
- Ueno, A., Ito, A., Kawasaki, I., Kawachi, Y., Yoshida, K., Murakami, Y., ... & Fujii, T. (2014). Neural activity associated with enhanced facial attractiveness by cosmetics use. *Neuroscience letters, 566*, 142-146.
- Willadsen-Jensen, E., & Ito, T. A. (2014). The effect of context on responses to racially ambiguous faces: changes in perception and evaluation. *Social cognitive and affective neuroscience, 10*(7), 885-892.
- Zhang, Y., Kong, F., Zhong, Y., & Kou, H. (2014). Personality manipulations: Do they modulate facial attractiveness ratings?. *Personality and Individual Differences, 70*, 80-84.
- 1차원고접수 : 2019. 07. 30.  
2차원고접수 : 2019. 09. 23.  
3차원고접수 : 2019. 11. 11.  
최종게재결정 : 2019. 11. 15.

## Does make-up make men's faces appear more attractive?

Rak-kyeun Hong

Hoon Choi

Department of Psychology, Hallym University

Today, the idea that only women can wear makeup is no longer accepted. Although many men do wear makeup, the social responses to those men are not always positive. Does makeup actually make men's faces appear more attractive? The current study finds the answer for this question through psychological experiments. As stimuli for these experiments, male faces that were made up in five steps (1: no makeup, 2: skin makeup, 3: eyebrow makeup, 4: eyeliner makeup, 5: eyeshadow makeup) were employed. In the experiments, after presenting male faces with makeup, participants were asked to rate how attractive those faces looked (experiment 1) and how heavily made up those faces appeared (experiment 2). A 7-point likert scale was used in both experiments: a higher point means more attractive and heavier, respectively. In experiment 1, the results showed the inverted U curve. There was an increase in attractiveness from step 1 (no makeup) to step 3 (eyebrow makeup), and after that there was a decrease. The results of experiment 2 showed that the more make-up applied, the easier participants can detect the degree of make-up. In particular, until step 3 (eyebrow makeup), faces were perceived as having light makeup; in steps 4 and 5, the faces were perceived as having (relatively) heavy makeup. Collectively, as the level of make-up increases, the perceived attractiveness increases to a certain point, but after that, it decreases, which seems to be related to the detection of make-up. This study was the first in Korea to explore male makeup with an experimental paradigm, which directly confirmed whether the male face can be perceived as more attractive with makeup or not. The relationship between makeup and the attractiveness of the male face is different from that of the female, suggesting that systematic follow-up studies are required to identify the effect of various bottom-up and top-down factors.

*Key words* : male makeup, the grooming tribe, facial attractiveness, makeup detection