

헤어 패션 感覺에 關한 研究⁺
- 首都圈 大學 女學生을 對象으로 -

安 賢 景* · 曹 圭 和

東南保健大學 皮膚美容科 助教授* , 梨花女子大學校 衣類織物學科 教授

A Study on the hair fashion feeling
- Objecting to capital area university women students -

An, Hyeon-Kyeong* · Cho, Kyu-Hwa

Assistant Prof., Dept. of Cosmetology, Dongnam. Health College*

Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University

Abstract

This study aims to know the deferences of hair fashion feeling group in accordance with hair styling activities, general characteristics, life styles objecting to capital area university women students and aid to hair fashion design. So the results are as follows.

1. Frequency Analysis of Categories

A. Hair fashion feeling - Natural, sexy, romantic pretty, sophisticate, ethnic are 90% in total hair fashion feeling variables in sequence of frequency, so it can be said these are in vogue.

B. Hair styling activities - The objections visit the hair salon once 1-2months, spend about 42,000 won a month, perform cut & wave perm to sentimental reasons & hair style changes, determine the hair style well coordinated in her image and managed easily. In her home, they manage her hair style 12 minutes a day, spend 17,000 won to buy hair aids, do hair blow dry or pin or pony tail mainly in the morning, scarcely use the hair styling aids but if use, essence or wax mainly. And the degree of interest to hair style is high.

⁺ 본 연구는 2005년도 동남보건대학 연구비 지원에 의하여 수행된 것임.

C. General Characteristics – The objections's average age is 21.1, residence is seoul kangnam 23.3%, seoul kangbook 18.4%, other capital areas 58.4%, the degree of education is university students 94.9%, graduated student 5.1%, marriage is married 96%, unmarried 2.8%, family who live with is married are mainly man & woman and living with father & mother in low in man's, unmarried are mainly live alone & nuclear family, personal expenses a month is 300,000 won in average, income of home is 4,000,000 won a month.

D. Life style – The objections are not in interest of physical exercises but if are, do yoga & health, like drama & comedies program, watch TV or meet friend in leisure time, like balad & dance music, fashion magazine, meet friend in café or college.

2. Relationship of hair fashion feeling & other variables

Using the χ^2 -test, level $p < 0.05$, Hair styling activities(frequency of hair salon coming in and out, ordinary time representing hair style, preferred hair styling aids, the amount of hair style interest), General Characteristics(age), Life style(leisure time) variables are meaningful.

Key words : hair fashion feeling(헤어 패션 감각), hair style(헤어스타일),
personal image making(퍼스날 이미지 메이킹),
University women student(여대생)

I. 서론

1. 연구 목적

인간이면 누구나 다소 차이는 있지만 아름답게 보이고자 하는 본능이 있다.¹⁾ 그러므로 인간은 자신에게 가장 잘 어울리고, 자신이 추구하고자 하는 삶의 이미지로 자신을 가꾸고 살고자 한다. 그런데 사회가 점점 더 다각화되어 가면서 현대인들은 예전처럼 일인 일역만을 하는 것이 아니라 일인다역을 소화해 내며 살아가야 하게 되었고, 이에 따라 자신의 아름다운 이미지는 한가지가 아니라 여러 가지가 필요하게 되었다.

Mac Gillivray & Wilson(1997)²⁾은 외모가 사회적응에 영향을 미친다고 하였다. 즉 자신의 외적 이미지 메이킹을 함으로써 자신에 대한 자기 존중감을 높일 수 있으며, 타인에게 자신에 대한 긍정적 지각을 가져와 자신의 가치를

높여 이것이 사회적 성공 요인으로 작용하게 할 수 있다.

자신의 외적 이미지는 그 사람이 가지고 있는 여러 가지 신체적 요소들을 통해 나타날 수 있는데, 헤어스타일은 여기서 중요한 역할을 한다. 그러나 아무리 자신에게 어울리는 헤어스타일이라고 해도 한가지 헤어스타일만을 계속해서 연출하는 데는 무리가 있다. 그러므로 현대인들은 다양한 감각의 헤어스타일로 자신의 외모를 변화시켜 줄 필요가 있다.

그러나 현재 헤어스타일 감각을 연구하여 어떻게 표현해야 할 지에 관한 논문은 있었으나³⁾, 헤어스타일 감각과 여러 관련 요인들간의 관계를 분석하여 헤어 패션 감각 집단의 특성을 분석한 연구는 없었다.

그러므로 본 논문은 패션 감각에 가장 민감할 것으로 예상되는 수도권 대학 여자 학부학생과 대학원생을 대상으로 헤어스타일 행동, 토털 패션 감각, 일반적 성격, 생활일반에 따라 어떤 헤어 패션 감각 유형이 있는지를 파악하고, 이를 토대로 헤어 패션 감각 집단의 특성을 분석하여 목적하는 퍼스날 이미지 메이킹을 위한 헤어 패션 디자인에 도움을 주는데 그 목적이 있다.

2. 연구 내용

본 연구의 구체적인 내용은 다음과 같다.

I장 서론에서는 연구목적 및 내용을 제시하였다.

II장 이론적 배경에서는 퍼스날 이미지 메이킹, 토털 패션 감각 분류과 헤어 패션 감각 분류에 관한 선행연구를 고찰하였다.

III장 연구 방법 및 절차에서는 본 논문의 결과를 도출하기 위한 연구대상 및 절차, 측정도구 및 측정 방법, 연구가설, 자료분석 방법에 관하여 설명하였다.

IV장 결과에서는 헤어스타일링 행동에 따른 헤어 패션 감각의 실태, 인류통계학적 변인에 따른 헤어 패션 감각의 실태, 생활 일반에 따른 헤어 패션 감각의 실태에 관한 설문·통계 결과를 설명하였다.

V장 결론에서는 설문·통계 결과를 종합하여 본 연구에 대한 요약 및 결론을 내리고, 활용 방법 및 기대효과에 대해 설명하였다.

II. 이론적 배경

1. 퍼스날 이미지 메이킹

1) 퍼스날 이미지 메이킹의 정의

이미지란 상(象), 표상(表象), 심상(心象) 등의 뜻을 지니고 있다. 이것은 가시적인 형태나 움직임 등 대상으로부터 느끼는 분위기, 감각, 연상 등의 총체적인 개념으로 표현할 수 있으며 인간의 시각에 의해 형성되는 것이다. 인간이 자극을 받아 들어서 뇌 속의 이미지들과 결합과정을 거쳐 새로운 의미를 가지게 되는 과정을 시각화 과정이라고 하는데, 이때 부여된 의미를 이미지라고 할 수 있다.⁴⁾

이미지는 눈에 보이지 않는 허상으로 상대방에게 전해져 오는 어떤 느낌을 머리 속에 재현하는 일이라면 이미지 메이킹은 본인이 표현하고자 하는 감각을 어떤 상황이나 목표에 맞추어 이미지화하여 실현시키는 기술이다. 단순한 외적 이미지만이 아닌 외적 이미지에 긍정적인 내적 감각을 끌어내어 상대방이나 본인에게 상승효과를 얻을 수 있도록 하는 작업인 것이다.

누구나 갖고 있는 이미지, 그 감각을 자신의 내부에 잠재한 여러 자질들을 아름답게 조화시켜 외적으로 훌륭하게 연출하는 것은 현실적으로 중요한 삶의 과제이다. 성공적인 자기 표현은 연령과 직업 등에 따른 사회적 분위기와 조화에서 오고 이러한 이미지 메이킹 디자인이 연출되었을 때 그 개인은 성공한 사람이나 매력적인 사람으로 상대의 시각에 비춰진다. 결국 이미지의 핵심은 자기 발견과 자기 표현에 있다.⁵⁾

즉 퍼스날 이미지 메이킹이란 자신이 표현하고자 하는 본인의 이미지를 어떤 상황이나 목표에 맞추어 자신의 긍정적인 내적 감각과 조화시켜 외적 이미지화하여 본인과 타인에게 긍정적인 효과를 얻을 수 있도록 하는 의도적 작업이다. 그러므로 퍼스날 이미지 메이킹에서는 의복과 메이크업, 헤어스타일, 표정, 말씨, 매너, 행동 등을 잘 컨트롤하여 자신에게는 긍정적인 자아관을 타인에게는 긍정적인 이미지를 갖도록 하는 것이 중요하다.

2) 퍼스날 이미지 메이킹의 의의

퍼스날 이미지 메이킹은 다음과 같이 두 가지 면에서 중요한 의의가 있다. 첫째 자기 존중감에 긍정적 영향을 준다. 한 개인이 자기 자신에 대해 총체적으로 느끼는 주관적인 자기 이미지의 핵심적 요소 중 하나는 자신의 신체에 대해 어떻게 느끼는가와 관련된 외적 이미지와 관련이 깊다. 이러한 개인의 외적 이미지는 자기 자신을 얼마만큼 중요하고 가치 있게 여기는가에 관한 자기 존중감과도 밀접한 관계가 있다. Stone(1965)은 외모가 자기 개념을 명확히 하는 결정적인 요인으로 자신의 성, 연령에 관련된 사회적 역할을 타인에게 투사함으로써 정체감 형성에 기여하게 된다고 하였다.⁶⁾

또한 자아실현예지이론(Theory of self fulfilling prophecy)에서는 어떤 사람이 자기 자신에 대해 자신감을 가지고 있을 때 그것이 바로 타인에게 영향을 끼쳐 긍정적인 결과를 가져온다고 하였다. 즉 외양을 잘 꾸미는 것은 무엇보다도 자기 자신에 대한 존중이며 이것은 자기의 이미지를 강화시켜 준다.⁷⁾

둘째 자신에 대한 타인의 평가에 긍정적 영향을 준다. 알포트(Gaordon Allport)는 처음 만나는 30초 이내에 그 사람의 이미지가 결정된다고 하였고 짧은 시간 동안에 느껴지는 시각을 통해 성별, 나이, 직업, 사회계층 등이 판단되며 그 사람의 성격, 우월성, 신뢰감, 성실성 등까지도 어느 정도 판단할 수 있다고 주장했다. 즉 첫인상은 그 사람의 이미지에 의해 크게 좌우되는데 이미지는 얼굴의 표정, 생김새, 음성, 걸음걸이, 말투, 옷차림 등의 여러 외적 이미지 요인들이 종합적으로 연결되어 어떤 하나의 형태를 만들어 낸다.⁸⁾

또한 이선경, 고애란(1995)의 연구에서는 모델의 얼굴이 매력적일수록 상위적으로 추론되는 경향과 4가지 인상 차원 중 외모, 능력성과 개성 인상에서 더 긍정적 평가를 받음으로서 지위 및 인상 추론에도 얼굴 매력성의 후광 효과가 작용하였고, 동일한 의복이라도 매력적인

모델이 착용한 경우에는 보다 더 상위적으로 추론하는 경향을 나타냈으므로 지위 추론에 얼굴 매력성이 후광 효과로 작용함도 발휘 수 있다고 하였고⁹⁾, Mac Gillivray & Wilson (1997)¹⁰⁾은 외모가 사회적응에 영향을 미친다고 하였다.

그러므로 자신의 외적 이미지를 가꿈으로써 타인에게 긍정적인 지각을 가져와 자신의 가치를 높일 수 있다. 이런 외적 이미지 메이킹은 20세기 후반 들어 글로벌 사회에서 차별화된 경쟁력이 되고 있으며, 많은 사람들이 사회적 성공은 호감을 7주는 이미지 메이킹에서 비롯된다는 것에 공감하고 있다.¹¹⁾

즉 퍼스날 이미지 메이킹을 하므로써 자신에 대한 자기 존중감을 높일 수 있으며, 타인에게 자신에 대한 긍정적 지각을 가져와 자신의 가치를 높일 수 있어 이것이 사회적 성공 요인으로 작용할 수 있다.

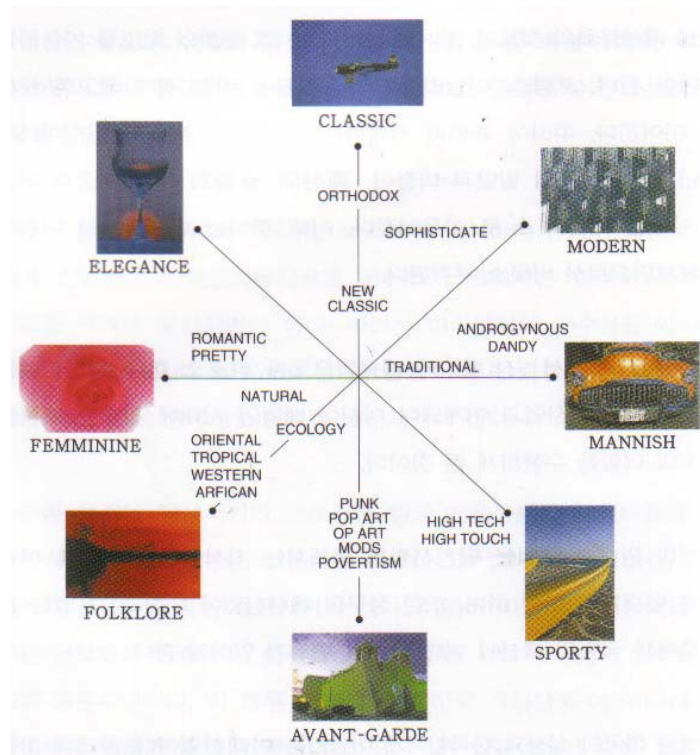
2. 토탈 패션 감각 분류

인간의 미의식은 개인에 따라 차이가 있다. 이것이 바로 ‘개성’이며 이를 ‘감성(感性: feeling)’이란 말로 표현하기도 한다. 패션은 계절마다 변하고 있으며 많은 정보지들은 패션 트렌드로 새로운 이미지를 내놓고 있다. 그리고 그 이미지들은 새로운 패션 용어로 정착되어 우리가 디자인하거나 코디네이트 하는데 새로운 기준이 되기도 한다.¹²⁾

이러한 패션감각분류는 여러 학자들이 나름의 기준으로 8~10개의 감각으로 주요 감각을 분류하였다. 조규화(2004)¹³⁾는 클래식-아방가르드, 페미닌-매니시, 모던-포크로어, 엘레강스-스포티의 8개 주요 패션감각으로 나누었고 <그림 1>, 김중복(1997)¹⁴⁾은 엘레강스(페미닌)-액티브, 소피스티케이트-컨트리, 모던-엑조틱, 로맨틱-매니시로 8개의 의식을 나누었다. 그 외 전선정(2004)¹⁵⁾은 내추럴, 로맨틱, 매니시, 모던, 소피스티케이트, 액티브, 에스닉, 엘레강스 컨트리, 클래식의 10개 패션 감각을

들었으며, 유희선(2000)¹⁶⁾은 캐주얼, 엘레강스, 로맨틱, 내추럴, 클래식, 에스닉과 포클로어, 매니시, 모던, 아방가르드의 9개 패션 감각을 들었고, 박숙현(2002)¹⁷⁾는 모던, 클래식, 엘레강스, 로맨틱, 내추럴, 캐주얼, 아방가르드, 섹시, 에스닉, 빈티지의 10개의 주요 패션 감각을 들었다.

본 논문에서는 이러한 선행연구를 바탕으로 아방가르드, 에스닉, 로맨틱 프리티, 엘레강스, 섹시, 소피스티케이티드, 내추럴, 스포티, 컨서버티브의 9개 감각을 고찰해 표로 정리하였다. <표 1>



<그림 1> 패션감각과 이미지. 조규화, 이희승(2004)

<표 1> 토털패션감각

Avant-Garde	High-Tech	미래지향적인 감각으로 첨단과학 냄새를 풍기는 이미지이다. 본래 하이테크라는 말은 하이스타일과 테크놀로지를 합성한 말이다.
	Space Look	우주복에서 힌트를 얻어 디자인된 의상으로 지상이 아닌 우주공간에서 입을 수 있을 것 같은 스타일을 말한다.
	Punk Look	펑크 뮤직에서 비롯된 것으로 혐오감을 주는 저속한 반패션의 이미지이다.

<표 1> 계속

Ethnic	'민간전승, 민속'의 의미로 각국에 전해오는 민속의상과 농민복에 나타난 자연스럽고 소박한 느낌을 강조한 디자인이 특징인 감각이다.	Oriental -ism	아시아 민족의상을 가리키는 것으로 터키, 이집트, 페르시아, 인도 등 각 나라의 풍속을 나타낸 디자인을 모티프로 동양적 신비를 나타낸 것이다.
		Exotic	'이국풍, 이국정서'란 의미로 낯설고 색다른 맛을 추구하는 감성이미지이다. 과거에 대한 회상이나 이국의 민속풍에서 아름다움을 추구하는 것이다.
		Tropical	열대지방의 민속의상에서 영감을 얻어 디자인한 패션 감각이다.
		Folklore	'민간전승, 민속풍'을 의미하나 에스닉과 달리 기독교 문화권의 민속풍 감각을 의미한다.
Romantic	로맨틱이란 공상적, 비현실적이라는 의미로 꿈을 쫓는 듯한 여성스런 분위기로서 귀엽고 사랑스러우며 소녀적인 느낌의 감각을 말한다.	Nostalgic	옛 것에 대한 향수를 자아내는 이국적인 로맨틱 경향의 패션감각을 말한다. 주로 토속적인 민속의상의 스타일이나 장식적인 수공예 등이 현대의 디자인에 나타나는 감각이다.
		Innocent	청순함과 티없는 청초함을 느끼게 하는 소녀적 감각을 말한다. 주로 유행과 관계없이 안전하고 청순한 여학생의 이미지이다. 블라우스나 스커트 등으로 청초한 맛을 추구한다.
		Minnett	불어의 어린 고양이의 뜻으로 새롭고 멋있는 것을 좋아하며 브랜드지향의 신총 부르조아풍의 젊은 여성을 가리키며 적극적이며 활동적인 이미지이다.
		Fantasy	실용적이고 현실적이라기 보다는 바쁜 일상생활에서 해방시켜 줄 것 같은 환상적이고 공상적인 꿈과 같은 세계를 표현하는 이미지이다.
		Pretty	귀엽고 사랑스러운 감각이다.
Elegance	'우아한, 고상한'의 의미로 패미닌하고 클래식한 품위와 여성다움을 추구하는 감각이다.	Simplicity	장식이 배제되고 단순함에서 세련된 우아함을 느낄 수 있는 감각이다. 여성의 인체곡선을 중심으로 디자인하고 색상은 단색위주로 단아한 아름다움을 표현한 스타일이다.
		Gorgeous	성숙하고 호화로운 고급스러운 이미지이다.
Sexy	가슴, 다리, 배꼽 등을 노출하거나 살짝 보여서 성적 매력을 어필 하는 이미지이다.	Body Conscious	육체를 의식한다는 뜻으로 옷을 통해 육체의 선을 드러내는 모든 실루엣을 특징으로 한다.
		Inner wear look	속옷을 겉옷화 하여 섹시한 이미지를 돋보이게 하는 것이다.
		Glamorous	성적 매력이 충만함을 뜻하며 가슴, 허리, 히프 등을 강조한다.
		See through	비취 보이는 룩으로 시폰, 모스린, 레이스 등으로 섹스 어필을 추구하는 감각이다.

<표 1> 계속

Sophisticate	'케번을 부린다. 세 파에 달아빠지다'란 의미로 인공적으로 잘 다듬어진 세련미가 특징이며 도회적인 세련미의 어른스러운 분위기의 감각이다.	Snob	'속물, 재물 숭배자'라는 뜻으로 타인과의 구별을 값비싼 의상을 입음으로써 나타내려는 자기 과시적인 사람을 위한 패션감각이다.
		Yuppie	'Young Urban Professionals'의 약자로 특히 뉴욕을 중심으로 한 도시근교의 25-45세 사이의 젊은 지식인과 사무직 노동자들을 가리킨다. 이들은 일류 브랜드의 상품과 진짜 보석만을 선호하며, 전통적이고 보수적인 비즈니스 슈트가 대표적이다.
		Contemporary	전문적인 직업을 가지고 경제적으로도 자립하여 패션 감각이 뛰어난 도회적인 현대 여성의 패션감각이다. 고상한 품위를 살리는 세련되고 지적인 색과 디자인이 특징이다.
Natural	내추럴은 자연의, 가공하지 않는 것을 의미하는 용어로 인간 본래의 모습대로 변형이나 과장을 피한 감각이다.	Ecology	본래는 자연환경을 연구하는 '생태학'이란 뜻으로 자연 회귀 운동과 함께 나타난 용어이다. 패션에서는 오염된 현재의 환경을 거부하고 자연으로의 회귀 욕구와 환경 보존운동의 일환으로 천연 염료나 소재를 이용해 소박함과 편안함을 동시에 추구하였다.
		Primitive	'원시적인, 소박한'이라는 의미로 도시 생활에 영증을 느낀 현대인이 주로 옷의 기본구조를 무시한 원시적 형태의 신체 노출 의상과 원주민들의 토속적인 장신구들을 사용하는 것으로 나타났다.
		Clear	담백하고 순수하며 맑고 청결하고 단순한 느낌의 감각이다.
Sporty	'스포츠맨다운, 운동의'라는 의미로 활동적이고 기능적이며 유희적 요소가 강한 이미지이다. riders, surfers, adidas 등이 이에 속한다.	Pop art	1960년대 미국에서 발달한 미술경향으로 선명하고 강한 대비에 따른 배색이 주류를 이루며, 단순한 기하학적인 패턴과 인공적인 합성섬유 등을 소재로 사용하는 것이 특징이다.
		Casual	밝고, 즐겁고, 편안하고, 개방적이고. 소탈한 감각을 준다. vivid, strong, bright톤이 주류를 이루며 여러 색상이 대비를 이루는 배색이다.
		Dynamic	활동적이고 역동적인 강렬한 이미지를 준다.
		Active	1960년대 미국을 중심으로 생겨난 운동감을 중시한 단순한 디자인이 특징인 감각이다.
		Cute	가볍게 입고 즐기는 젊은이들의 패션감각이다.
Conservative	유행에 적극적으로 동참하지 못하고, 보수적 성향을 보이는 감각이다.	Classic	고전적, 또는 전통적이라는 의미로 어느 시대, 어느 경우에도 변치 않는 시대를 초월한 가치와 보편성을 지니고 있는 감각이다.
		Traditional	미국 전통적인 신사복 스타일에서 유래되었으며, 전통을 지키려는 사람들을 위한 감각으로 전통을 고수한다는 점에서 보면 클래식과 같으나 매니시한 스타일에 초점을 맞추고 있다는 점에서 다르다.

3. 헤어 패션 감각분류

패션 산업은 무엇보다도 소비자의 니즈(needs)에 의한 패션정보를 파악해야 한다.¹⁸⁾ 그러므로 헤어 패션 분야에서도 소비자의 니즈를 파악하고 그에 따른 마케팅을 하고자 복식학 분야에서 많이 연구되었던 패션감각분류를 그 기본으로 각종 헤어쇼, 업계의 트렌드 발표, 학계의 연구 등이 이루어져왔다.

정옥희(2003)¹⁹⁾는 내추럴은 자연스러운 웨이브가 흘러내리는 듯한 스타일, 에스닉은 흑인의 유전적 곱슬머리 특이성을 살린 헤어스타일, 엘레강스는 우아하고 고상한 웨이브가 굽고 리지가 단정한 스타일, 모던은 깔끔하고 세련됨과 약간의 웨이브가 있는 듯한 스타일, 로맨틱은 웨이브가 있고 볼륨이 많으며 전체적으로 풍성한 스타일이 특징적이라고 했다.

박옥련(2002)²⁰⁾은 엘레강스는 업스타일, 모던은 쇼트 레이어나 보브 스타일, 액티브는 볼륨감 있는 쇼트 커트, 로맨틱은 긴머리나 웨이브가 있는 모발에 밴드를 사용, 이그조틱은 앞머리를 내리고 머리 묶기, 매니시는 짧고 깔끔한 헤어스타일, 내추럴은 긴머리를 한 가닥으로 묶기, 아방가르드는 획기적 개성 표현으로 스타일 연출을 해야 한다고 했다.

안현경(2004)²¹⁾은 TV드라마 여배우 헤어스타일 분석을 통해 에스닉은 전통적인 여성상의 이미지를 주기 위해 모발색을 검정 혹은 어두운 갈색 계통으로 하고, 네이프 부분에 쪽을 만들고 전체적으로 약간의 볼륨을 주고, 쪽에는 단순한 디자인의 핀 등 간단한 소품을 사용하며 쪽을 사용하지 않을 경우에는 인위적이지 않은 자연스런 긴 머리를 하는 것이 좋다고 하였고, 모던은 현대적 이미지를 주기 위해 검정색 스트레이트 머리를 볼륨 없이 내리거나 두상에 붙여 묶고, 로맨틱은 부드럽고 여성적인 이미지를 주기 위해 갈색계통으로 굽은 웨이브 머리를 하거나 핀을 사이드에 꽂아 준다고 하였고, 매니시는 남성적 이미지를 주기 위해 되도록 검정색 짧은 머리를 하고 모발 끝은 가볍

게 처리하며 소품은 사용하지 않는다고 하였다. 엘레강스는 우아한 이미지를 주기 위해 갈색계통으로 볼륨이 있는 업스타일이나 어깨길이 이상의 긴 웨이브머리를 하며 핀을 이용하여 우아함을 더 할 수 있고, 액티브는 활동적인 이미지를 주기 위해 갈색계통으로 약간 빠치거나 헝클어진 머리를 하도록 하고 머리를 묶을 경우 묶는 위치도 비대칭으로 하며 스포티한 머리끈과 머리핀을 이용하고 앞머리를 내리는 것도 좋다고 하였고, 소피스티케이트는 이지적인 이미지를 주기위해 검정색 생머리를 하거나 세련된 이미지를 주기 위해 투톤 염색을 하고 단순한 디자인의 소품을 사용하도록 한다고 하였고, 컨추리는 시골분위기를 주기 위해 유행에 뒤떨어지는 소품을 사용하거나 생머리 혹은 잔 웨이브 머리를 한다고 하였다.

이러한 연구들을 분석하면 패션감각별 헤어스타일은 중요 9개 감각을 중심으로 볼 때 다음과 같이 정리됨을 알 수 있다. <표 2>

III. 연구방법 및 절차

1. 연구대상 및 절차

본 연구를 추진하기 위한 예비조사는 2005년 4월 7일부터 14일까지 수도권 대학 여자 학부학생과 대학원생 110명을 대상으로 실시하였으며, 그 중 97부가 회수되었다. 이 중 응답이 불성실한 6부를 제외한 91부를 분석자료로 사용하였다. 분석 결과를 토대로 설문지를 수정, 보완하여 본조사 설문지를 작성하였다.

본조사의 연구대상은 수도권 대학 여자 학부 학생과 대학원생 400명으로 주 대상은 이화여자대학교, 동남보건대학, 안산공과대학, 서경대학교, 건국대학교 학생들이었고, 그 외 타 대학 학생들이 포함되었다. 설문지 조사는 연구자 본인과 미용에 전반적인 지식을 가지고 있는 전문인 20명이 2005년 5월 20일부터 2005년 6월 8일까지 20일간 진행하였다.

<표 2> 헤어 패션 감각에 따른 헤어스타일

헤어 패션 감각	헤어스타일
Avant-Garde	독특하고 개성적인 표현을 위하여 전위적 표현을 한다. 강한 원색칼라에 비대칭, 디스커넥션(disconnection), 브레이드(blaid), 뽀친머리 등 다양한 패션 감각을 표현한다.
Ethnic	동양적인 이미지를 주기 위해 검정색이나 어두운 갈색의 생머리나 쪽 머리를 한다. 한국적인 이미지를 주기 위해서는 검정색으로 약간의 볼륨을 주고 네이프 부분에 쪽을 만들거나 땀은 머리를 한다. 소품은 간단한 핀 종류를 사용한다.
Romantic Pretty	귀엽고 소녀다운 이미지를 주기 위해 밝은 갈색계통으로 굵고 긴 웨이브 머리카 생머리를 하거나 핀이나 끈을 머리의 사이드나 백에 묶어준다.
Sexy	성적인 매력을 표현하기 위해 약간의 웨이브가 있는 머리를 형글어진 듯하게 표현한다. 색상은 검정에서 밝은 갈색까지를 사용한다.
Elegance	우아한 이미지를 주기 위해 검거나 밝은 갈색계통으로 업스타일을 하거나 어깨 같이 이상의 긴 웨이브 머리카 하며 핀을 이용하여 우아함을 더 할 수 있다.
Natural	자연스럽고 소박하며 인공에 물들지 않은 청순한 이미지를 주기 위해 긴 생머리카 하거나 약간의 층이 있는 생머리카 한다. 색상은 자연스런 느낌을 주는 검정이나 자연스런 갈색 정도를 사용한다.
Sophisticate	도시적이고 세련된 이미지를 주기 위해 검정색으로 깔끔한 원렝스(one length)나 그레주에이션(graduation) 스타일을 하거나 볼륨없는 스트레이트 머리카 뒤에서 깔끔하게 묶고, 세련된 이미지를 주기 위해 투톤 염색이나 다양한 염색 방법을 사용하여 레이어(layer) 스타일이나 샹기 스타일(shaggy style : 머리카 가볍게 커트하여 밖으로 뽀치게 함)을 한다. 소품은 단순한 디자인의 값비싼 것을 사용하도록 한다.
Sporty	경쾌하고 활동적인 이미지를 주기 위해 갈색계통으로 하되, 모발 끝은 가볍게 처리하여 약간 밖으로 뽀치거나 형글어진 샹기 스타일을 하도록 하고, 머리카 묶을 경우 묶는 위치도 비대칭으로 하며, 앞머리카 내리는 것도 좋다. 소품은 스포티한 머리끈과 머리핀을 이용한다.
Comservative	유행에 적극적으로 동참하지 못하고, 보수적 성향을 보이는 감각으로 세련되지 못한 헤어스타일로 머리카 대충 묶거나 드라이 등의 헤어스타일링을 하지 않고, 무시시하고, 뽀쳐있는 머리카 그대로 하고 다니는 스타일이다.

2. 측정도구 및 측정방법

설문은 수도권 대학 여자 학부학생과 대학원생 400명을 대상으로 총 25개의 항목으로 구성된 설문지에 응답하도록 하였다. 본 설문지는 크게 5부분으로 분류할 수 있는데, 헤어 패션 감각에 관한 1개 항목, 헤어스타일링 행동에 관한 10개 항목, 인구통계학적 특성을 파악하기 위한 일반적 성격 8개 항목, 라이프스타일에 관한 생활일반 6개 항목 등 총 25개 항목으로 구성되어 있다. 각 항목의 구성은 다음과 같이 하였다.

① 헤어 패션 감각 9개는 패션감각을 대표할 수 있다고 판단되는 특징적인 패션감각을 패션 정보 관련 문헌 및 패션관련학과 교수 및 대학원생들의 의견을 종합하여 선택하였다.

② 헤어스타일 이미지를 보여주기 위한 18개의 헤어스타일 이미지는 2005년 3월 3일부터 2005년 5월 15일까지 8차례에 걸친 사진 이미지 예비조사를 바탕으로 9개 감각을 가장 잘 표현하는 이미지를 각 감각별로 2장씩 선정하였다. 설문지 상에 9개 헤어 패션 감각을 대표할 수 있는 18장의 사진을 분산하여 배치하고, 자신의 평소 헤어스타일에 가장 비슷한 사진의 번호를 한가지만 선택하라고 하여 선택한 사진의 헤어 패션 감각을 연구 대상의 헤어 패션 감각으로 설정하였다.

③ 헤어스타일 행동, 인구통계학적 특성, 생활일반은 기존의 헤어스타일 행동에 관한 설문지를 참고하여 본 논문의 취지에 맞도록 재구성하였다.

3. 연구가설

① 헤어스타일링 행동에 따른 헤어 패션 감각에 관하여 알아본다.

② 인구통계학적 변인에 따른 헤어 패션 감각의 실태에 관하여 알아본다.

③ 생활 일반에 따른 헤어 패션 감각에 관하여 알아본다.

4. 자료분석

본 조사는 총 400부의 설문지를 배부하여 368부가 회수되었고, 이중 응답이 불성실한 13부를 제외한 355부를 분석자료로 사용하였다. 헤어 패션 감각과 헤어스타일링 행동, 인구통계학적 변인, 생활 일반, 토털 패션 감각과의 관계에 대한 분석을 위해서 SPSS(ver. 12.0) 통계프로그램으로 빈도분석을 하였고, 각 변인간의 유의도 검증을 위해서 χ^2 -test를 하였다. 또한 χ^2 -test를 하기 위해서 너무 많은 수의 변수는 빈도가 5이하가 다발하여 유의도 검증에 문제가 발생하므로 빈도수와 내용의 접근성을 고려하여 카테고리를 4-5개로 묶어 항목간의 유의도 검증을 하였다. 이때 missing data와 기타 항목을 제외한 항목만을 100%로 하여 테스트를 진행 하였다. 또한 χ^2 -test의 과정인 교차분석을 하여 유형별 헤어 패션 감각 집단의 특성을 도표로 정리하였다.

IV. 결과

1. 제 항목간 빈도분석

1) 헤어 패션감각

평소 헤어 패션감각은 내추럴(44.0%), 섹시(15.6%), 로맨틱 프리티(11.1%), 소피스티케이트(10.8%), 에스닉(8.5%), 엘레강스(4.0%), 아방가르드(2.6%), 스포티(2.6%), 컨서버티브(0.9%) 순으로 대상자 중 상위 5개 감각의 합이 90%를 차지하고 있어, 이러한 감각이 현재 수도권 대학 여자 대학생에게 유행 중이라는 것을 알 수 있었다. 또한 컨서버티브의 비율이 낮은 것으로 보아 스스로 자신의 감각이 뒤떨어졌다고 느끼는 사람이 적다는 것을 알 수 있었다. <표 3>

<표 3> 헤어 패션 감각

질문	항목	빈도(명)	백분율(%)	항목	빈도(명)	백분율(%)
1. 평소 헤어 패션감각	아방가르드	9	2.6	소피스티케이트	38	10.8
	에스닉	30	8.5	내추럴	155	44.0
	로맨틱프리티	39	11.1	스포티	9	2.6
	엘레강스	14	4.0	컨서버티브	3	.9
	섹시	55	15.6	Total	352	100.0

2) 헤어스타일링 행동

헤어스타일링 행동에 관한 질문에서 <표 4>와 같은 응답을 하여 수도권 대학 여학생들은 미용실에 1-2달에 1번 방문하여 월평균 42,000원의 비용을 지출하고, 커트와 웨이브 퍼머를 주로 많이 시술하되, 기분전환과 머리 모양을 바꾸기 위해서 미용실을 주로 방문하며, 헤어스타일은 본인의 생각에 잘 어울리고, 손질하기 편한 것으로 하는 것으로 나타났다. 또한 집에서는 하루 평균 12분 정도 머리손질을 하며, 미용 재료비는 한달 17,000원 정도를 지출하고, 외출전에는 드라이나 핀꽃기 육기 등을 주로 하고, 헤어스타일링제의 사용은 안하거나 한다면 에센스와 왁스를 주로 사용하는 것으로 나타났다. 그리고 헤어스타일에 대한 관심은 많은 편으로 나타났다. 즉 헤어스타일에 비용과 시간을 많이 투자하며 이에 대한 관심이 많은 편이라는 것을 알 수 있었다.

3) 인구통계학적 특성

설문 대상자의 인구통계학적 특성에서 연령은 평균 21.1세, 현 거주지는 서울-강남이 23.3%, 서울-강북이 18.4%, 기타수도권이 58.4%, 교육정도는 대학재학이 94.9%, 대학원재학이 5.1%, 결혼여부는 미혼이 96%, 기혼이 2.8%, 거주 가족사항은 부부와 두자녀와 시부

모와 함께 거주하는 합이 53.4%, 거주가족사항(미혼)은 혼자거주와 핵가족의 합이 87.9%, 비직장인의 월용돈은 평균 30만원, 가정의 월소득은 평균 400만원으로 나타났다.<표 5>

4) 생활일반

생활일반에 관한 질문에서 <표 6>과 같은 응답을 하여, 수도권 대학 여학생들은 운동에는 별 관심이 없지만, 한다면 요가와 헬스를 주로 하고, 드라마와 코미디 프로를 좋아하며, 여가에는 주로 TV시청을 하거나 친구를 만나며, 음악은 발라드와 댄스뮤직을 좋아하고, 패션잡지를 주로 보며, 카페와 학교에서 주로 친구들을 만난다는 것을 알 수 있었다.

<표 4> 헤어스타일링 행동

질문	항목	빈도 (명)	백분 율(%)	질문	항목	빈도 (명)	백분 율(%)	질문	항목	빈도 (명)	백분 율(%)		
1. 미용실 출입 빈도	1주1회이상	4	1.1	4. 미장원 가는 사유	기분전환	80	22.7	8. 외출 전 연출하는 헤어스타일	드라이	88	24.8		
	2주	8	2.3		머리모양 바꾸기	229	65.1		세팅	21	5.9		
	1달	70	19.9		유행에따라	1	.3		아이론	45	12.7		
	2달	84	23.9		여행등의 어떤행사	5	1.4		올림머리	21	5.9		
	3달	60	17.1		기타	37	10.5		핀꽃기류기	94	26.5		
	4달	35	10.0		Total	352	100.0		빗질만	66	18.6		
	6달	55	15.7		5. 현 헤어스타일 선택 사유	주위사람들 추천	16		4.5	기타	20	5.6	
	1년이상	28	8.0			내생각에 잘어울림	122		34.6	Total	355	100.0	
	가지않음	7	2.0			손질하기 편해서	100		28.3	9. 가장 많이 사용하는 헤어스타일링제	스프레이	9	2.5
	Total	351	100.0			나의 선호 스타일	53		15.0		젤	7	2.0
2. 미용실 월평균 지출 비용	1만원미만	64	18.2	관심없어서		5	1.4	글레이즈	11		3.1		
	1~3만원미만	94	26.8	미용사 추천		20	5.7	헤어로션	20		5.6		
	3~5만원미만	90	25.6	유행하는 스타일		6	1.7	에센스	133		37.5		
	5~10만원미만	39	11.1	기타		31	8.8	헤어토닉	4		1.1		
	10~15만원미만	26	7.4	Total		353	100.0	왁스	58		16.3		
	15~30만원미만	8	2.3	6. 헤어스타일 바꾸는 하평균 소요시간		5분	133	37.7	무스		2	.6	
	30만원이상	3	.9		10분	77	21.8	기타	1		.3		
	지출하지않음	27	7.7		15분	61	17.3	사용않함	110		31.0		
	Total	351	100.0		20분	43	12.2	Total	355	100.0			
	3. 가장 많이 받는 시술 항목	커트	162		45.9	7. 1달미용 재료비 지출액	25분	12	3.4	10. 헤어스타일 정도	아주 많다	62	17.5
웨이브 퍼머		64	18.1		30분이상		27	7.6	많다		109	30.8	
염색 및 탈색		27	7.6		Total		353	100.0	보통이다		166	46.9	
업스타일		2	.6		5천원미만		61	17.3	없다		13	3.7	
세팅		12	3.4		5천원~1만원미만		71	20.1	아주 없다		4	1.1	
드라이		4	1.1		1~2만원미만		117	33.1	Total		354	100.0	
아이론		4	1.1	2~3만원미만	74		21.0						
스트레이트		20	5.7	3~5만원미만	22		6.2						
아이론 퍼머		3	.8	5~10만원미만	4		1.1						
매직 스트레이트		48	13.6	10만원이상	4		1.1						
코팅	4	1.1	Total	353	100.0								
기타	3	.8											
Total	353	100.0											

<표 5> 인구통계학적 특성

질문	항목	빈도 (명)	백분 율(%)	질문	항목	빈도 (명)	백분 율(%)	질문	항목	빈도 (명)	백분 율(%)
1. 연령	20~21세	193	54.4	4. 결혼 여부	미혼	342	96.6	7. 월용돈	10만원미만	61	19.3
	22~23세	83	23.4		기혼	10	2.8		10~30만원미만	133	42.1
	24~25세	47	13.2		기타	2	.6		30~50만원미만	94	29.7
	26~27세	16	4.5		Total	354	100.0		50~100만원미만	24	7.6
	28~29세	16	4.5	부부	3	20.0	100~200만원미만		4	1.3	
	Total	355	100.0	부부와 한자녀	2	13.3	Total		316	100.0	
2. 현 거주지	서울-강남	82	23.2	5. 거주 가족 사항 (기혼)	부부와 두자녀	4	26.7	8. 가정의 월소득	100만원미만	21	6.8
	서울-강북	65	18.4		부부와 세자녀 이상	1	6.7		100~200만원미만	53	17.1
	기타수도권	206	58.4		시부모와 함께 거주	4	26.7		200~300만원미만	74	23.9
	Total	353	100.0		혼자거주	1	6.7		300~500만원미만	87	28.1
3. 교육 정도	대학재학	337	94.9	Total	15	100.0	500~1000만원미만		57	18.4	
	대학원재학	18	5.1	혼자거주	41	12.2	1000만원이상		18	5.8	
	Total	355	100.0	핵가족	249	73.9	Total	310	100.0		
				6. 거주 가족 사항 (미혼)	대가족	21	6.2				
					형제자매와만 거주	15	4.5				
					조부모와만 거주	3	.9				
					동성친구와만 거주	8	2.4				
				Total	337	100.0					

<표 6> 생활일반

질문	항목	빈도 (명)	백분 율(%)	질문	항목	빈도 (명)	백분 율(%)	질문	항목	빈도 (명)	백분 율(%)	
1. 즐기는 운동	볼링	6	1.7	3. 여가 생활	독서	20	5.7	5. 구독 하는 잡지	여성지	10	2.8	
	당구	7	2.0		TV시청	99	28.2		시사주간지	3	.9	
	수영	24	6.8		영화감상	49	14.0		패션잡지	244	69.5	
	달리기	28	8.0		음악감상	42	12.0		문학지	4	1.1	
	에어로빅	6	1.7		미술감상	7	2.0		미용잡지	20	5.7	
	요가	48	13.7		글쓰기	2	.6		기타	24	6.8	
	헬스	30	8.5		연주	2	.6		없음	46	13.1	
	테니스	2	.6		회화	1	.3		Total	351	100.0	
	골프	2	.6		조각	1	.3		6. 만남 의 장소	카페	152	43.4
	등산	3	.9		운동	9	2.6			패스트푸드점	16	4.6
	자전거	12	3.4		교양강좌듣기	2	.6	패밀리레스토랑		30	8.6	
	관심없음	109	31.1		집안꾸미기	1	.3	본인의집		8	2.3	
	기타	74	21.1		쇼핑	20	5.7	고급레스토랑		2	.6	
	Total	351	100.0		여행	7	2.0	백화점		18	5.1	
2. 시청 하는 TV 방송	드라마	143	40.9	가족과의 대화	2	.6	친구집	6		1.7		
	가족오락물	23	6.6	친구만나기	69	19.7	서점	2		.6		
	코미디	63	18.0	만화보기	5	1.4	공원	9		2.6		
	퀴즈	2	.6	기타	13	3.7	분식점	6		1.7		
	뉴스	12	3.4	Total	351	100.0	학교	32	9.1			
	다큐멘터리	11	3.1	클래식	10	2.8	기타	69	19.7			
	영화	21	6.0	트로트	2	.6	Total	350	100.0			
	토크쇼	26	7.4	락	20	5.7						
	가요프로그 램	8	2.3	발라드	155	44.2						
	연예가정보	10	2.9	팝송	51	14.5						
	교양정보	4	1.1	댄스뮤직	57	16.2						
	스포츠	2	.6	영화음악	10	2.8						
	기타	25	7.1	기타	46	13.1						
	Total	350	100.0	Total	351	100.0						

2. 헤어 패션감각과 타항목 간의 관계

헤어 패션감각과 헤어스타일링 행동, 인구통계학적 특성, 생활일반과의 관계를 알아보기 위해 χ^2 -test를 하여 다음과 같은 결과가 도출되었다. 단 항목간 빈도수가 5 이하인 것은 카테고리를 4-5개로 묶어서 테스트를 진행하였다.

1) 헤어 패션 감각과 헤어스타일링행동 간의 관계

헤어 패션 감각과 미용실 출입빈도, 평소연출 헤어스타일, 선호 헤어스타일링제, 헤어스타일 관심정도간의 관계에서 $p < 0.05$ 수준으로 유의도가 높아 헤어 패션 감각에 따라 이 4항목에 차이가 남을 알 수 있었다.<표 7>

<표 7> 헤어 패션감각과 헤어스타일링행동 간의 관계

항 목		Value	df	p	
헤어 패션감각 ^{a)}	*	미용실 출입 빈도	36.742	24	.046 *
		미용실 월평균 지출비용	28.253	24	.250
		가장 많이 받는 시술항목	45.814	32	.054
		미용실 방문 사유	31.282	24	.146
		현 헤어스타일 선택 사유	31.220	24	.148
		헤어스타일링 변경 하루평균 소요시간	34.522	24	.076
		한달 미용 재료비 지출액	19.083	24	.748
		평소연출 헤어스타일	148.736	32	.000 *
		선호 헤어스타일링제	58.120	16	.000 *
		헤어스타일 관심정도	53.325	32	.010 *

(*:p<0.05, ^{a)}:아방가르드, 에스닉, 로맨틱프리티, 엘레강스, 섹시, 소피스티케이트, 내추럴, 스포티, 컨서버티브)

<표 8> 헤어 패션감각과 인구통계학적 특성간의 관계

항 목		Value	df	p	
헤어 패션감각 ^{a)}	*	연령	51.616	32	.015 *
		현거주지	11.796	16	.758
		교육정도	6.666	8	.573
		결혼여부	7.757	8	.458
		거주가족사항 - 기혼	11.207	15	.738
		거주가족사항 - 미혼	22.897	24	.526
		월용돈	31.591	24	.137
		가정의 월소득	28.108	24	.256

(*:p<0.05, ^{a)}:아방가르드, 에스닉, 로맨틱프리티, 엘레강스, 섹시, 소피스티케이트, 내추럴, 스포티, 컨서버티브)

<표 9> 헤어 패션감각과 생활일반간의 관계

항 목		Value	df	p	
헤어 패션감각 ^{a)}	*	즐거하는 운동	24.204	21	.283
		시청하는 TV방송	22.005	24	.579
		여가생활	59.865	24	.000 *
		애청하는 음악장르	22.056	16	.141
		구독하는 잡지	34.300	24	.079
		만남의 장소	30.937	24	.156

(*:p<0.05, ^{a)}:아방가르드, 에스닉, 로맨틱프리티, 엘레강스, 섹시, 소피스티케이트, 내추럴, 스포티, 컨서버티브)

2) 헤어 패션감각과 인구통계학적 특성 간의 관계

헤어 패션감각과 연령이 p<0.05수준으로 유의도가 높아 헤어 패션 감각에 따라 연령이 차이가 남을 알 수 있었다.<표 8>

3) 헤어 패션감각과 생활일반간의 관계

헤어 패션감각과 여가생활이 p<0.05수준으로 유의도가 높아 헤어 패션 감각에 따라 여가 생활이 차이가 남을 알 수 있었다.<표 9>

V. 결론

본 연구에서 패션 감각에 가장 민감할 것으로 예상되는 수도권 대학 여학생을 대상으로 헤어스타일 행동, 일반적 성격, 생활일반에 따라 헤어 패션 감각이 어떻게 다른지를 분석한 결과 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다.

1. 제 항목간 빈도분석

A. 헤어 패션감각 : 평소 헤어 패션감각은 내추럴(44.0%), 섹시(15.6%), 로맨틱 프리티(11.1%), 소피스티케이티(10.8%), 에스닉(8.5%), 엘레강스(4.0%), 아방가르드(2.6%), 스포티(2.6%), 컨서버티브(0.9%) 순으로 대상자 중 상위 5개 감각의 합이 90%를 차지하고 있어, 이러한 감각이 현재 수도권 대학 여학생들에게 유행 중이라는 것을 알 수 있었다. 또한 컨서버티브의 비율이 낮은 것으로 보아 스스로 자신의 감각이 뒤떨어졌다고 느끼는 사람이 적다는 것을 알 수 있었다.

B. 헤어스타일링 행동 : 수도권 대학 여학생들은 미용실에 1-2달에 1번 방문하여 월평균 42,000원의 비용을 지출하고, 커트와 웨이브 퍼머를 주로 많이 시술하되, 기분전환과 머리모양을 바꾸기 위해서 미용실을 주로 방문하며, 헤어스타일은 본인의 생각에 잘 어울리고, 손질하기 편한 것으로 결정한다. 또한 집에서 하루 평균 12분 정도 머리손질을 하며, 미용 재료비는 한달 17,000원 정도를 지불하고, 외출전에는 드라이나 핀꽃기 묶기 등을 주로 하고, 헤어스타일링제의 사용은 안하거나 한다면 에센스와 왁스를 주로 사용한다. 그리고 헤어스타일에 대한 관심은 많은 편으로 나타났다.

C. 인구통계학적 특성 : 설문 대상자의 인구통계학적 특성에서 연령은 평균 21.1세, 현 거주지는 서울-강남이 23.3%, 서울-강북이 18.4%, 기타수도권이 58.4%, 교육정도는 대학재학이 94.9%, 대학원재학이 5.1%, 결혼여부는 미혼이 96%, 기혼이 2.8%, 거주 가족사항(기혼)은 부부와 두자녀와 시부모와 함께 거주하는 합이 53.4%, 거주가족사항(미혼)은 혼자거주와 핵가족의 합이 87.9%, 월용돈은 평균 30만원, 가정의 월소득은 평균 400만원으로 나타났다.




D. 생활일반 : 수도권 대학 여학생들은 운동에는 별 관심이 없지만, 한다면 요가와 헬스를 주로 하고, 드라마와 코미디 프로를 좋아하며, 여가에는 주로 TV시청을 하거나 친구를 만나며, 음악은 발라드와 댄스뮤직을 좋아하고, 패션잡지를 주로 보며, 카페와 학교에서 주로 친구들을 만난다는 것을 알 수 있었다.

2. 헤어 패션 감각과 타 항목 간의 관계

헤어 패션 감각과 타 항목 간의 관계를 χ^2 -test하여 유의도를 본 결과, $p < 0.05$ 수준에서 헤어스타일링행동 항목 중에는 미용실 출입 빈도, 평소연출 헤어스타일, 선호 헤어스타일링제, 헤어스타일 관심정도가, 인구통계학적 특성 항목 중에는 연령이, 생활일반 중에는 여가생활이 유의도가 높아 헤어 패션 감각에 따라 차이가 나타남을 알 수 있었다.



또한 χ^2 -test의 과정인 교차분석을 하여 유형별 헤어 패션 감각 집단의 특성을 도표로 정리하면 다음과 같다.<표 10> 아홉가지로 분류된 헤어 패션 감각들은 목적하는 퍼스날 이미지 메이킹을 위해 헤어 패션 디자인을 하는데 도움을 줄 것이다.

<표 10> 헤어 패션감각 집단의 특성




헤어 패션감각		헤어스타일링행동		인구통계학적 특성		생활일반		특징
내추럴 (44.0%)		미용실출입빈도	2-3달에 1회	연령	20-21세	여가생활	시청 및 감상	다수의 중하층으로 미용에 별 관심이 없음
		평소연출헤어스타일	빗질만					
		선호헤어스타일링제	양모제	현거주지	고루분포	즐거하는 운동	관심없음	
		헤어스타일 관심정도	보통이다					
		미용실월평균 지출비용	1만원미만	거주가족사항(기혼)	부부와자녀, 부모와 거주	시청하는 TV방송	드라마, 영화	
		최다 시술항목	커트					
		미용실 방문 사유	머리모양변경	거주가족사항(미혼)	고루분포	애청하는 음악장르	팝송, 발라드	
		현헤어스타일 선택사유	관심없음					
		하루 헤어손질 시간	5분	월용돈	10-30만원	구독하는 잡지	패션지	
한달미용재료비 지출액	1만원 미만	가정의 월소득	200-300만원	만남의 장소	카페			
섹시 (15.6%)		미용실출입빈도	2-3달에 1회	연령	20-21세	여가생활	시청 및 감상	강남중심의 상류층에 많으며 미용실 지출이 많은데 비해서 헤어손질은 빈약함.
		평소연출헤어스타일	드라이					
		선호헤어스타일링제	양모제	현거주지	강남, 수도권	즐거하는 운동	관심없음	
		헤어스타일 관심정도	보통이다					
		미용실월평균 지출비용	5만원	거주가족사항(기혼)		시청하는 TV방송	드라마, 영화	
		최다 시술항목	커트					
		미용실 방문 사유	머리모양변경	거주가족사항(미혼)	핵가족, 대가족	애청하는 음악장르	팝송, 발라드	
		현헤어스타일 선택사유	어울림					
		하루 헤어손질 시간	5분	월용돈	10-50만원	구독하는 잡지	패션지	
한달미용재료비 지출액	1-2만원	가정의 월소득	500만원이상	만남의 장소	카페			
로맨틱 프리티 (11.1%)		미용실출입빈도	2-3달에 1회	연령	20-21세	여가생활	시청 및 감상	중상층이며, 미용에 관심이 많고, 매일 머리손질에 시간을 투자함. 헤어스타일의 주관이 강함
		평소연출헤어스타일	세팅, 아이론					
		선호헤어스타일링제	정발제	현거주지	강북, 수도권	즐거하는 운동	관심없음	
		헤어스타일 관심정도	많다					
		미용실월평균 지출비용	3-5만원	거주가족사항(기혼)	부부	시청하는 TV방송	드라마, 영화	
		최다 시술항목	커트					
		미용실 방문 사유	머리모양변경	거주가족사항(미혼)	핵가족	애청하는 음악장르	팝송, 발라드	
		현헤어스타일 선택사유	어울림					
		하루 헤어손질 시간	10분	월용돈	10-30만원	구독하는 잡지	패션지	
한달미용재료비 지출액	1만원 미만	가정의 월소득	300-500만원	만남의 장소	카페			

안필목 · 범주화 / 헤어 패션행동에 관한 연구

<표 10> 계속

헤어 패션각각		헤어스타일링행동		인구통계학적 특성		생활일반		특징
소피 스티 케이트 (10.8%)		미용실출입빈도	2-3달에 1회	연령	20-21세	여가생활	시청 및 감상	강남에 주로 거주하는 중상층이며, 미용에 관심이 조금 있고 헤어스타일에 주관이 강함
		평소연출헤어스타일	드라이					
		선호헤어스타일링제	양모제	현거주지	강남	즐거하는 운동	단체학습성운동	
		헤어스타일 관심정도	보통이다					
		미용실월평균 지출비용	3-5만원	거주가족사항(기혼)	부부	시청하는 TV방송	드라마, 영화	
		최다 시술항목	커트					
		미용실 방문 사유	머리모양변경	거주가족사항(미혼)	또래와 거주	애청하는 음악장르	팝송, 발라드	
		현헤어스타일 선택사유	어울림					
		하루 헤어손질 시간	5분	월용돈	10-30만원	구독하는 잡지	패션지	
한달미용재료비 지출액	1만원 미만	가정의 월소득	300-500만원	만남의 장소	카페			
에스닉 (8.5%)		미용실출입빈도	2-3달에 1회	연령	22-23세	여가생활	시청 및 감상	강북에 주로 거주하는 중상층과 상류층으로, 미용에 별관심이 없음
		평소연출헤어스타일	핀꽃기 묶기					
		선호헤어스타일링제	양모제	현거주지	강북	즐거하는 운동	단체학습성운동	
		헤어스타일 관심정도	보통이다					
		미용실월평균 지출비용	1-3만원	거주가족사항(기혼)	부부	시청하는 TV방송	드라마, 영화	
		최다 시술항목	커트					
		미용실 방문 사유	머리모양변경	거주가족사항(미혼)	핵가족	애청하는 음악장르	팝송, 발라드	
		현헤어스타일 선택사유	관심없음					
		하루 헤어손질 시간	5분	월용돈	30-50만원	구독하는 잡지	패션지	
한달미용재료비 지출액	1만원 미만	가정의 월소득	300만원 이상, 500만원 이상	만남의 장소	카페			
엘레 강스 (4.0%)		미용실출입빈도	2-3달에 1회	연령	20-21세	여가생활	사교	저소득층과 상류층으로 이분되며, 미용에 별관심이 없음
		평소연출헤어스타일	핀꽃기 묶기					
		선호헤어스타일링제	양모제	현거주지	고루분포	즐거하는 운동	관심없음	
		헤어스타일 관심정도	보통이다					
		미용실월평균 지출비용	1-3만원	거주가족사항(기혼)		시청하는 TV방송	드라마, 영화	
		최다 시술항목	커트					
		미용실 방문 사유	머리모양변경	거주가족사항(미혼)	핵가족	애청하는 음악장르	팝송, 발라드	
		현헤어스타일 선택사유	관심없음					
		하루 헤어손질 시간	5분	월용돈	10-30만원	구독하는 잡지	패션지	
한달미용재료비 지출액	1만원 미만	가정의 월소득	200만원 미만, 500만원 이상	만남의 장소	카페			

<표 10> 계속

헤어 패션감각		헤어스타일링 행동		인구통계학적 특성		생활일반		특징
아방 가르드 (2.6%)		미용실출입빈도	2-3달에 1회	연령	20-21세	여가생활	시청 및 감상	중상층이상 상류층으로, 미용에 관심이 많고, 평상시에 미용에 시간과 비용을 많이 투자함. 헤어스타일에 주관이 강함
		평소연출헤어스타일	셋팅, 아이론					
		선호헤어스타일링제	양모제					
		헤어스타일 관심정도	많다	현거주지	고루분포	즐거하는 운동	고루분포	
		미용실월평균 지출비용	고루분포					
		최다 시술항목	커트	거주가족사항(기혼)	부부와 자녀	시청하는 TV방송	오락물	
		미용실 방문 사유	머리모양변경	거주가족사항(미혼)	핵가족	애청하는 음악장르	팝송, 발라드	
		현헤어스타일 선택사유	어울림	월용돈	30-50만원	구독하는 잡지	패션지	
		하루 헤어손질 시간	20분 이상					
한달미용재료비 지출액	2-3만원	가정의 월소득	300만원 미만, 500만원 이상					만남의 장소
스포티 (2.6%)		미용실출입빈도	1달에1회이상	연령	20-21세	여가생활	시청 및 감상	중상층으로, 미용에 관심은 적으나, 평소 헤어스타일에 많은 시간과 비용을 투자함. 헤어스타일의 주관이 강함
		평소연출헤어스타일	셋팅, 아이론					
		선호헤어스타일링제	정발제					
		헤어스타일 관심정도	보통이다	현거주지	고루분포	즐거하는 운동	단체학습성운동	
		미용실월평균 지출비용	1-3만원 미만					
		최다 시술항목	커트	거주가족사항(기혼)	부부와 자녀	시청하는 TV방송	드라마, 영화	
		미용실 방문 사유	머리모양변경	거주가족사항(미혼)	핵가족	애청하는 음악장르	팝송, 발라드	
		현헤어스타일 선택사유	어울림	월용돈	30-50만원	구독하는 잡지	패션지	
		하루 헤어손질 시간	20분 이상					
한달미용재료비 지출액	1-2만원	가정의 월소득	300-500만원					만남의 장소
컨서버 티브 (0.9%)		미용실출입빈도	1달에1회이상	연령	24-25세	여가생활	레저	저소득층으로 미용에 별 관심이 없음.
		평소연출헤어스타일	핀꽃기류기					
		선호헤어스타일링제	양모제					
		헤어스타일 관심정도	보통이다	현거주지	고루분포	즐거하는 운동		
		미용실월평균 지출비용	1-3만원					
		최다 시술항목	커트	거주가족사항(기혼)		시청하는 TV방송	드라마, 영화	
		미용실 방문 사유	기분전환	거주가족사항(미혼)	핵가족	애청하는 음악장르	팝송, 발라드	
		현헤어스타일 선택사유	어울림	월용돈	고루분포	구독하는 잡지	패션지	
		하루 헤어손질 시간	5분					
한달미용재료비 지출액	1만원 미만	가정의 월소득	200만원미만					만남의 장소

안영민 · 범주화 / 헤어 패션 행태에 관한 연구

참고문헌

- 1) 조규화, 이희승(2004). *패션미학*. 수학사. p. 53.
- 2) MacGillivray & Wilson(1997). Clothing and appearance among early middle and late adolescents. *Clothing and Textile Research Journal*. 15(1). pp. 43-49.
- 3) 정옥희(2003). *이미지별 헤어스타일에 관한 연구*. 창원대학교 대학원 석사학위논문. p. 18.
박옥련(2002). *여대생들의 Hair style 행동에 따른 이미지별 선호도*. 경성대학교 대학원 석사학위논문. pp. 14-19.
안현경(2004). 패션 감각별 헤어스타일 이미지 메이킹 차트제작에 관한 연구. - TV드라마 여배우 헤어스타일 분석을 통해-. *한국패션비즈니스학회* 8(4). pp. 153-154.
- 4) 이성옥, 장미화, 김나희, 류지원(2002). *이미지 메이킹*. 수문사. p. 17.
- 5) 장미라(2003). 베이스컬러에 따른 이미지 메이킹 디자인에 관한 연구. *국제미용교육 포럼학회지*. 3(5). pp. 68-69.
- 6) Stone, G. P. & Roach, J. R. & Eisher, M. E.(1965). *Appearance and the Self Dress, Adornment and the Social Order*. N. Y. : John Wiley & Sons, Inc.
- 7) 김보배(2000). *pro 이미지 컨설팅*. 교문사. pp. 4-5.
- 8) 장애란, 안명숙, 박우미(2000). *패션코디네이션*. 예학사. pp. 18-19.
- 9) 이선경, 고애란(1995). 남성 의복착용자의 의복유형과 얼굴의 매력성이 인상에 미치는 영향(1) - 직업추론 및 의복인상을 중심으로 - *한국의류학회지* 19(2). pp. 230-241.
- 10) MacGillivray & Wilson(1997). Clothing and appearance among early middle and late adolescents. *Clothing and Textile Research Journal*. 15(1). pp. 43-49.
- 11) 권혜숙, 황선진, 권혜옥, 김윤(2004). *패션과 이미지 메이킹*. 수학사. pp. 12-22.
- 12) 조규화, 이희승(2004). *패션미학*. 수학사. p. 44.
- 13) 조규화, 이희승(2004). *패션미학*. 수학사. p. 44.
- 14) 김종복(1997). *패션감각탐구 (Fashion Sense Search)*. 시대. pp. 8-9.
- 15) 전선정 외(2004). *코디네이션*. 청구문화사. pp. 224-247.
- 16) 오희선, 박화순(2000). *아름다운 여성을 위한 패션코디*. 경춘사, pp. 53-72.
- 17) 박숙현(2002). *패션이미지 메이킹*. 예학사. pp. 67-74.
- 18) 조규화, 이희승(2004). *패션미학*. 수학사. p. 38.
- 19) 정옥희(2003). *이미지별 헤어스타일에 관한 연구*. 창원대학교 대학원 석사학위논문. p. 18.
- 20) 박옥련(2002). *여대생들의 Hair style 행동에 따른 이미지별 선호도*. 경성대학교 대학원 석사학위논문. pp. 14-19.
- 21) 안현경(2004). 패션 감각별 헤어스타일 이미지 메이킹 차트제작에 관한 연구. - TV 드라마 여배우 헤어스타일 분석을 통해-. *한국패션비즈니스학회* 8(4). pp. 153-154.

(2005년 3월 30일 접수, 2005년 5월 20일 채택)