복식문화연구
The Research Journal of the Costume Culture
제 14 권 제 4 호, (2006. 8), pp.635~646

대학생의 성격 유형에 따른 헤어 스타일과 의복 이미지 선호 연구

오 지 영† · 김 영 철*
대덕대학 토탈코디네이션과, 계명대학교 공중보건학과*

The Relationship between Hair Style and Clothing Image Preference by Personality Types in College Students

Ji-Young Oh† and Young-Chul Kim*
Dept. of Total Coordination, Daeduk College
Dept. of Public Health, Keimyung University*

(2006. 6. 5. 접수 : 2006. 8. 7. 채택)

Abstract

The purpose of this study was to determine if personality types affect hair style and clothing image. Personality types was applied using Myers-Briggs Type Indicator(MBTI). Subjects were 101 students at Keimyung University in Daegu, Korea. Data analysis was performed using SPSS package, which included ANOVA, *t*-test and χ^2-test.

The results were summarized as follows. 1. There was only significant relationship between hair style and personality type. Sensing type preferred hair wave style than intuition type. 2. There were several significant differences between clothing image and personality type. Extroversion preferred avantgarde clothing image more than introversion type. Intuition type preferred exotic and avantgarde clothing image more than sensing type. Feeling type preferred active clothing image more than thinking type. Judging type preferred elegance clothing image more than perceiving type. 3. There was significant relationship between hair style and clothing image preference by personality types in college students. Intuition type preferred exotic and avantgarde clothing image and waveless hair style.

Key words: personality types(성격 유형), hair style(헤어 스타일), clothing image(의복 이미지), MBTI.

Ⅰ. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

아름다워지려는 인간의 욕구는 인류의 시작과 함께 끊임없이 발전되어 왔으며 이러한 미의 추구는 개인의 희망인 동시에 동서고금을 막론하고 모든 인류의 최고의 가치로 생각되어지고 있다. 또한 우리는 생활 수준의 향상으로 미에 대한 관심이 고조되면서 사람들이 건강한 아름다움을 유지하기 위해 많은 시간과 비용을 할애하고 있는 현실 속에 살고 있다. 이로 인해 아름다움과 관련된 미용은 미래의 발전 가능성 높은 고부가가치 분야 중의 하나로 손꼽히고 있다.

개인의 외모는 그 사람의 사회적 지위나 직업까지도 판단할 수 있는 주요 정보원으로 인식되고[1], 이러

이 논문은 계명대학교 대학원 학생 학술연구 장학금으로 수행되었음.
† 교신저자 E-mail : agatha@ddc.ac.kr

한 정보를 바탕으로 그 사람의 외모를 결정짓는 중요한 요인 중 하나로 헤어 스타일을 들 수 있다[2]. 최근 여성들은 신체외적인 건강과 아름다움에 대한 표현 욕구가 커지면서 미에 대한 욕구 표출을 위한 방법의 하나로 헤어 스타일을 적극적으로 표현하고 있다. 특히 매스컴의 발달로 인해 다양한 패션 정보에 민감한 여대생들이 늘면서, 기존의 획일화된 아름다움에서 벗어나 자신만의 개성을 나타내는 헤어 스타일을 강하게 표현하며 나타내기를 원한다. 이러한 헤어 스타일의 표현은 머리 각 부분의 형태와 색상의 조화뿐만 아니라 머리 모양, 의상, 장소, 분위기 등을 고려하여 각각 어울리는 스타일로 조화를 이뤄내는 여성의 아름다운 욕구를 충족시키는 것이며 보다 자신감 있는 자신의 외적 표현이라 할 수 있다. 이와 같은 사회 환경의 변화에 따른 헤어 스타일은 그 사람의 성격에 따라 다양하게 나타나기고 하고 그 스타일을 보면 이느 정도 그 사람의 성격도 알 수 있게 된다. 또한 성격은 행동이나 표현 방식을 지배하므로[3] 소비자가 의복을 선택하거나 구매할 때 나타나는 행동의 차이를 설명하기에 좋은 변수일 것이다[4].

개인의 성격을 이해하기 위해 표준화된 검사인 MBTI(Myers-Briggs Type Indicator)가 개인의 성격 유형을 비교적 명확하게 구분 지을 수 있는 지표로서 널리 활용되고 있다[5]. MBTI 성격 검사는 융(C. G. Jung)의 심리 유형론에 기초한 측정 도구이다. 인간 행동의 다양함은 개인들 간 정보 인식과 의사 결정이라는 판단의 차이에서 오는 체계적인 과정의 결과로 관찰되었다. 심리적으로 건강한 사람들의 다차원적 개성을 통합하려는 의도에서 시작된 MBTI는 개인의 인식과 판단 차이를 체계적으로 이해하는 융의 이론과 이 이론적 토대 위에서 개인의 차이를 평가하는 방법을 제시하였다[6].

따라서 이 연구에서는 소비자의 성격 유형이 미용 행동과 의복 행동에 영향을 미칠 것이라는 전제 하에 성격에 따른 헤어 스타일과 의복 이미지의 상관관계를 알아보고자 한다. 시대적 환경 변화에 따라 헤어 스타일이 다양하게 변하고, 이러한 유행에 민감한 대학생을 대상으로 그들의 성격에 따른 헤어 스타일과 의복 이미지가 어떻게 표출되는지 실증조사를 통해 알아봄으로써 대학생들의 다양한 욕구를 충족시키고, 미용 산업을 좀 더 활성화 시키는 기초 자료를 제공하는데 이 연구의 목적이 있다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 심리학적 유형론

정신과 의사였던 융(C. G. Jung: 1875~1961)은 여러 해 동안의 임상 관찰을 통해 인간은 누구나 감각, 직관, 사고, 감정이라는 네 가지의 기본적인 정신적 기능(functions) 또는 과정(process)을 사용한다는 것을 알았다[7]. 융이 제시한 네 가지 과정은 일종의 지향 기능으로서 융은 이 기능을 다양한 조건 속에서도 동일한 원리로 반응해 하는 특정 정신 활동의 형태라고 정의하였다. 융은 네 가지 정신 기능이 서로 관련되거나 하나로 합쳐질 수 없기 때문에 서로 구별하였다[8].

융의 심리 유형론은 인간의 의식적인 정신 활동이 아무리 다양해도 네 가지 정신 기능형 중 하나에서 나온다고 가정하였다. 그리고 이런 정신적 기능을 사용할 때 어떤 태도를 취하는 가에 따라 나누어진 것이다. 융의 심리 유형 이론은 태도 유형(외향형/내향형)과 정신 기능(사고형/감정형/감각형/직관형)이라는 두 가지 차원으로 구성된다[9].

2. MBTI 선호 지표

1) 이인자 등, *의상심리*, (서울: 고문사, 2000), p. 102.
2) 김희숙, *화장문화사*, (서울: 청구문화사, 2000), p. 56.
3) 김정택 등, *MBTI 개발과 활용*, (서울: 한국심리검사연구소, 1995), p. 78.
4) L. G. Schiffman and L. L. Kanuk, *Consumer Behavior, 8th ed.* (NJ: Pearson Prentice Hall, 2004), pp. 114-122.
5) 김정택 등, *Ibid.*, p. 95.
6) S. J. Gould, "Jungian Analysis and Psychological Types: an interpretive approach to consumer choice behavior," *Advances in Consumer Research* Vol. 18 No. 2 (1991), p. 72.
7) 이부영, *분석심리학*, (서울: 일조각, 2000), p. 63.
8) 김정택 등, *Op cit.*, p. 83.
9) 이부영, *Op cit.*, p. 68.

MBTI(Myers-Briggs Type Indicator)는 융의 심리유형론을 바탕으로 캐서린 브리그스(Katherine Briggs)와 그의 딸 이사벨 마이어스(Isabel Myers)가 오랜 세월을 두고 사람들을 관찰한 결과, 연구 개발된 성격 유형 탐색 도구이다. 즉 융이 제시했던 일반적인 태도 유형(EI) 차원과 다양한 조건 속에서도 동일한 원리로 반응하게 하는 두 가지 정신 기능(SN, TF)의 차원에 바탕을 두었으며, 융이 표면화하지 않은 판단(J; Judgement)과 인식(P; Perceiving)에 대한 태도 경향이 첨가되어 '외향-내향(EI)', '감각-직관(SN)', '사고-감정(TF)', '판단-인식(JP)'이라는 네 가지 선호 지표로 결정된다[10]. '외향-내향(EI)' 지표는 관심의 초점이나 에너지를 얻는 곳이 외부 세계인지 자신의 내부 세계인지의 차이를 반영한다. '감각-직관(SN)' 지표는 사물, 사람, 사건 또는 아이디어를 깨닫게 되는 선호의 차이를 말한다. 정보를 수집하거나 감각이나 영감을 추구, 주목해야 할 자극을 선택할 때 서로 다른 선호 경향을 갖는다. '사고-감정(TF)' 지표는 정보나 자극을 인식한 후 평가나 선택 등의 의사 결정을 내릴 때 선호하는 경향을 변별할 수 있다. '판단-인식(JP)' 지표는 외부 세계에 대처하는 태도와 행동이 어느 심리기능에 바탕을 두고 있는가로 구분하는 방식이다. 각 지표의 선호 경향과 주요 내용의 요약은 〈표 1〉과 같다.

1) '외향-내향' 지표

외향형(E)은 자기 존중, 자기 수용, 자기 확신, 자율성, 사회 적응, 안정감 혹은 현실 직면 능력, 지배력, 자기 주장, 진취성, 지위 능력, 자발성, 표현의 자유로움, 사교성, 소속감, 친밀감 등의 여러 가지 방식으로 드러난다. 내향형(I)은 불안, 간장, 우울성, 자율성, 냉담함, 자족적, 자기 통제, 독립성 등의 방식으로 드러난다[11].

2) '감각-직관' 지표

감각형(S)은 실제적인 외관, 실제 활용, 경제성, 규칙 준수, 성취, 질서, 자기 통제, 복종 등의 특성을 대표한다. 자신감과 상관을 보인 직관형(N)은 가능성, 패턴, 상징적, 추상적, 융통성, 복잡성, 자율성, 예술적, 유연성, 창조성, 미적, 독립성, 실존성, 직감, 내적 지향성, 지위에의 능력 등의 특성으로 표현된다[12].

3) '사고-감정' 지표

사고형(T)은 분석적이고 객관적이고 정의와 공정성의 원리에 관심을 기울이고 비판적이다. 상대적인 가치와 문제의 장점 등을 고려하여 의사를 결정하는 감정형(F)은 개인이나 집단의 가치를 중시하므로 보다 주관적, 개인적이며, 친화와 온정, 조화를 추구한다[13].

4) '판단-인식' 지표

판단형(J)은 빠른 결정, 결단성, 통제에의 욕구, 질서, 확실성, 성실성, 질서, 규칙, 강한 초자아, 인내, 자기 통제, 성취, 지도력, 일, 성취적 성격으로 표현된다.

〈표 1〉 MBTI 선호 지표와 특징적인 경향

지 표	선호 경향	주요 활동
외향-내향(EI)	에너지의 방향은 어느 쪽인가?	주의 초점
감각-직관(SN)	무엇을 인식하는가?	인식 기능
사고-감정(TF)	어떻게 결정하는가?	판단 기능
판단-인식(JP)	채택하는 생활양식은 무엇인가?	생활 양식

10) R. C. Kean, C. Mehlhoff and R. Sorenson, "Using the Myers-Briggs Type Indicator to Assess Student Needs," *Clothing and Textile Research Journal* Vol. 6 No. 2 (1988), p. 39.
11) G. W. Allport, *Pattern and Growth in Personality*, (NY: Rinehart & Winston, 1961), p. 35.
12) G. W. Allport, *Ibid.*, p. 38.
13) 김정택 등, *Op cit.*, p. 106.

인식형(P)은 자발성, 적응력, 호기심, 개방성, 융통성, 자율성, 비난 회피, 현실과 거리 유지, 변화를 도전으로 생각, 지적 특성, 상상력 풍부, 외부로 향한 충동성 등의 특성으로 나타난다[14].

3. MBTI 성격 유형별 의복 행동 연구

개인의 심리적인 특성 중 성격 특성이나 성격 차원으로 의복 행동을 설명하고자 했던 선행 연구는 〈표 2〉에 제시하였다.

외향-내향의 태도에서 외향형(E)은 내향형보다 총체적으로 지각하는 반면 내향형(I)은 작은 단서에 민감했다. 외부 세계와의 관계를 맺는 일에 보다 적극적인 외향형들은 판매원의 적극적인 접근을 선호했다. 다양한 정보의 사용에 빠르고 적극적인 이들은 수시로 변하는 패션 경향에 가장 민감한 성격 유형이다[15].

감각-직관의 인식 기능에서 감각형(S)은 정보 인식이나 수용, 활용 등의 정보 처리 연구에서 변별력을 가질 수 있고, 구매 결정시에 브랜드가 중요하게 영향을 미치며, 색의 온도감을 느끼고 계절 색을 구별하는 등의 구체적인 차이를 인식하는 기능이 뛰어났다. 반면 직관형(N)은 추상적이고 비현실적인 특성을 가지므로 의복이나 유행, 구체적인 의류 제품 특성 등에 무심하여 감각형과 차이 나는 외모를 가질 수 있다[16].

사고-감정의 인식 기능에서 사고형(T)은 사람을 고려하기 보다 사물 중심의 의사 결정을 선호하므로 종업원의 친절보다 상품 자체에 관심이 높았다. 이들은 객관적인 판단을 선호하므로 정보 수집을 많이 하는 편이었고, 신제품에 대한 정보가 가장 많은 유형이었다[17]. 감정형(F)은 소속 사회나 집단, 사회 규범이나 다른 사람을 고려하므로 구매 의사 결정시 판매원의 외모나 태도가 구매 행동에서 중요한 영향을 미쳤다[18].

판단-인식 태도에서 판단형(J)은 보다 실용성을 중요하게 생각했으며, 정보 수집을 선호했고, 쇼핑 행위를 즐겼으며, 여러 점포를 방문한 후 의사 결정을 하는 편이었다. 반면 인식형(P)은 유연하고 자율적이며, 개방적이고 충동적인 특성을 가지므로 충동적인 구매를 즐기고 일반인의 상상을 초월하는 특이한 옷차림을 할 수 있다[19].

4. MBTI 성격 유형별 미용 행동 연구

개인의 심리적인 특성 중 성격 특성이나 성격 차원으로 미용 행동을 설명하고자 했던 선행 연구는 〈표 3〉에 제시하였다.

김양휴[20]에 의하면 패션 헤어 스타일의 선호와 성격간의 상관성 연구에서 성격과 헤어 스타일간에는 상관성이 있다고 하였다. 즉 성격 유형에 따라 선호하는 헤어 스타일 또한 다르게 나타난다고 주장한 점에서 상호 연관성을 있음을 밝혔다. 김진숙[21]은 우울 정도와 스트레스 정도의 심리적 특성이 헤어 스타일 변화에 영향을 미친다고 하였다. 정숙희[22]는 자기 효능감이 높을수록 컬러링을 한 적모의 헤어 스타일을 선호한다고 하였다. 박선희[23]와 서윤경[24]의 연구에서는 여대생의 성격 유형별 헤어 스타일에 대한 분석 결과, 세련된 스타일은 강인성이 높은 집단이 가장

14) 이부영, *Op cit.*, p. 80.
15) 홍성태, "소비자의 심리유형별 구매행동의 차이에 관한 실증적 연구", *소비자학연구* 10권 4호 (1999), p. 25.
16) 이현화, 박찬부, "지각자의 성격 변인에 따른 의복 단서의 인상 효과에 관한 연구," *한국의류학회지* 22권 3호 (1998), p. 342.
17) 홍성태, *Op cit.*, p. 27.
18) S. J. Gould, *Op cit.*, pp. 73-74.
19) 홍성태, *Op cit.*, p. 27-28.
20) 김양휴, "패션 헤어 스타일의 선호와 성격간의 상관성 연구" (건국대학교 대학원 석사학위논문, 1994), p. 35.
21) 김진숙, "여성들의 헤어 스타일의 변화와 심리적 특성과의 관계" (조선대학교 대학원 석사학위논문, 1999), p. 63.
22) 정숙희, "여대생의 헤어 스타일 선호도와 자기효능감" (고신대학교 대학원 석사학위논문, 2001), p. 52.
23) 박선희, "현대여성의 화장행위와 성격 유형과의 관계성 연구" (세종대학교 대학원 석사학위논문, 2001), p. 60.
24) 서윤경, "여대생의 성격 유형에 따른 헤어 스타일과 헤어컬러와의 관계" (숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문, 2003), p. 43.

〈표 2〉 성격 특성과 의복 행동에 관한 선행 연구

연구자	성격 유형	의복 행동
Sweat, Zentner(1985)	감각-직관	직관형(N)은 '내츄럴', '클래식' 스타일이 일상적이고 접근성이 낮다고 평가. '드라마틱' 스타일을 '클래식'보다 세련된 것으로 보았다.
	사고-감정	사고형(T)은 '내츄럴' 스타일이 보다 지배적이고, '로맨틱' 스타일이 종속적이라고 평가.
Radeloff(1991)	외향-내향	감각적 외향형(ES)이 네 가지 계절 색 범주에 대해 가장 구별을 잘 하였다.
	감각-직관	
Gould(1991)	감각-직관	감각형(S)은 문자적인 이해를 선호, 구체적, 현실적, 감각적인 세상에 민감. 직관형(N)은 총체적인 상황을 인식하기 위해 상상력에 의존하며 암시와 추론의 견지에서 보길 선호.
	사고-감정	사고형(T)은 비인간 지향적인 경향. 감정형(F)은 사회규범이나 주변의 타인을 고려해서 의사 결정.
이현화, 박찬부(1998)	외향-내향	외향형(E)은 색상 조화 단서에 민감. 내향형(I)은 치마 색상 단서에 민감.
	감각-직관	감각형(S)은 치마 색상 단서에 민감. 직관형(N)은 색상 조화 단서에 민감.
	판단-인식	판단형(J)은 선호, 평가 요인에서 긍정적. 인식형(P)은 젊은 요인을 선호.
홍성태(1999)	외향-내향	외향형(E)은 판매원의 적극적인 접근을 선호. 내향형(I)은 구매 시점 흥정에 미숙하고, 물건값을 못 깎는 편.
	감각-직관	감각형(S)은 구매결정시 브랜드가 중요.
	사고-감정	사고형(T)은 정보수집을 더 많이 하며, 신제품에 대한 정보가 높았다. 종업원의 친절보다 상품 자체에 관심. 감정형(F)은 판매원의 예의 바른 태도, 인간성이 좋아 보이는 판매원을 선호했으며, 판매원의 기분을 배려.
	판단-인식	판단형(J)은 정보 수집, 쇼핑 행위, 실용성, 여러 상점 돌아다니기를 더 선호.

선호하고 있었으며, 신뢰적인 스타일과 인상이 좋아 보이는 스타일도 강인성이 높은 집단이 가장 선호하고 있었다. 섹시한 스타일은 허위성이 높은 집단이 가장 선호하고 있었다. 엘레강스한 스타일은 외내향성, 정서성, 허위성이 높은 집단이 선호하며, 강인성이 높은 집단은 선호하지 않는 것으로 나타났다. 로맨틱한 스타일은 외내향성이 높은 집단이 가장 선호하는 것으로 나타났다.

또한 헤어컬러 분석에서는 핑크계의 경우, 외내향성 유형이 가장 선호하고, 레드계는 강인성 유형이 가장 선호하며, 오렌지계와 퍼플계, 그린계도 강인성 유형이 가장 선호하고 있었다. 화이트계는 허위성 유형이 가장 선호하고 있었고, 블랙계는 정서성 유형이 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 강인성 유형은 선호하지 않았다. 따라서 여대생의 성격 유형별로 선호하고 있는 헤어 스타일과 헤어 컬러는 다르게 나타나고 있으며, 헤어 스타일과 헤어 컬러간의 관계도 다르게 나타났다. 이러한 결과는 여대생의 성격 유형이 헤어 스타일과 헤어컬러를 결정하는데 매우 중요한 요인이라고 볼 수 있는데, 유행에 민감한 여대생들의 의류 패션 이외에도 각종 매스컴의 발전으로 헤어 스타일과 헤어 컬러에도 영향을 받아 민감하게 반응하

〈표 3〉 성격 특성과 미용 행동에 관한 선행 연구

연구자	성격 유형	미용 행동
김양휴(1994)	강인성-허위성	성격이 좋아하고 싫어하는 헤어 스타일 선호도에 영향을 미친다.
김진숙(1999)	우울-스트레스	심리적 특성(우울 정도, 스트레스), 타인 평가, 질환 여부가 헤어 스타일 변화에 영향을 미친다.
정숙희(2001)	자기 효능감	헤어 스타일 선호도에서 컬러링을 한 직모 스타일의 경우 자기 효능감이 높았다.
박선희(2001)	외향-내향	외향형은 자기 과시형, 유행 지향형, 사회 활동형 간에 유의미함.
	감각-직관	감각형은 자기 과시형, 자기 만족형, 유행 지향형 간에 유의미함.
	사고-감정	사고형은 유행 지향에 유의미함.
	판단-인식	판단형은 자기 만족형에 유의미함.
송미라(2002)	외향-내향	외-내향성, 강인성, 정서성, 허위성이 모두 헤어 스타일과 유의한 관련 없음.
서윤경(2003)	강인성	세련된 스타일, 신뢰적인 스타일, 인상이 좋아 보이는 스타일 선호.
	내외향성	엘레강스 스타일, 로맨틱 스타일 선호.
	정서성	엘레강스 스타일 선호.
	허위성	섹시한 스타일 선호.

고 있다고 하였다. 반면 송미라[25]의 연구에서는 외-내향성, 강인성, 정서성, 허위성의 성격 유형이 모두 헤어 스타일과 유의한 관련이 없는 것으로 나타났다.

Ⅲ. 연구 방법 및 절차

1. 연구 대상

이 연구는 대구광역시에 소재한 계명대학교 학생생활연구소의 MBTI 성격 유형 program에 참가한 남녀 재학생 110명을 대상으로 편의 표집하였고, 이 중 설문지 작성이 불충분하였던 9명을 제외한 101명을 이 연구의 최종 분석 대상으로 하였다.

2. 자료 수집 방법

자료 조사는 2004년 12월 11일, 계명대학교 학생생활연구소의 제14차 MBTI 성격 유형검사의 1일 program중 점심 시간의 휴식 시간이 지난 후 실시하였다. 조사 방법은 연구자가 beam projector를 사용하여 연구 목적과 개념을 설명하고, 설문지 작성법을 충분하 설명한 후 설문지를 배부하여 자기 기입식 방법으로 작성하게 하였다. 또한 연구의 가장 중요한 문항인 현재 자신의 헤어 스타일(길이, 웨이브, 컬러)와 의복 이미지는 예시된 사진을 beam projector로 비추어 주어 자세한 설명을 한 후 자신의 해당 사항에 체크할 수 있도록 하였다.

설문지의 구성은 연령, 학년, 월평균 용돈 등의 일반적 특성과 현재 헤어 스타일의 헤어 길이, 웨이브 유무, 컬러링 유무와 헤어 스타일 결정요인, 모발상태, 얼굴형 등의 헤어 스타일 관련 특성, 그리고 의복 이미지를 알아보기 위한 7점 likert 평가 문항으로 구성하였다.

3. 자료 분석 방법

자료 분석은 SPSS WIN 10.0 program을 이용하였다.

성격 유형 분포와 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도와 백분율을 구하였고, 현재 헤어 스타일, 의복 이미지와 성격과의 관계를 알아보기 위하여 평균, 표

25) 송미라, "일부 미용 전공 학생의 헤어 스타일과 성격 차원과의 관련성" (조선대학교 대학원 석사학위논문, 2002), p. 51.

준편차, 일원변량 분석을 하였다.

Ⅳ. 연구 결과 및 고찰

1. 인구사회학적 특성

연구 대상자의 평균 연령은 평균 22.8세였고, 학년별 분포는 1학년 11.9%, 2학년 37.6%, 3학년 24.8%, 4학년이 25.7%였다. 남자가 38.6%, 여자가 61.4%였다(표 4).

2. 성격 유형

김정택 등[26]은 한국의 20대부터 50대까지 여성들의 유형 분포에서 내향형(61%), 감각형(82%), 사고형(64%), 판단형(80%)이 더 많은 비율을 차지한다고 보고한 바 있다. 본 연구 대상의 성격 유형별 사례는 〈표 5〉와 같다. 선호 지표별 성격 유형 중 내향형(56.4%), 감각형(69.3%), 사고형(59.4%), 판단형(51.5%)의 비율이 보다 높음으로써 일반적인 유형과 비슷한 경향을 보였다. 기존 연구에 비해 인식형(48.5%)의 비율이 상대적으로 높은 것은 김정택 등의 연구에서 연령층이 낮아질수록 인식형의 비율이 높았다는 보고를 참고할 때 본 연구의 조사 대상이 주로 20대 초반과 20대 중반이어서 인식형이 더 많은 분포를 차지한 것으로 사료된다.

3. 헤어 스타일 관련 일반적 특성

〈표 4〉 인구사회학적 특성

특성	유형	명(%)
학년	1학년	12 (11.9)
	2학년	38 (37.6)
	3학년	25 (24.8)
	4학년	26 (25.7)
성별	남자	39 (38.6)
	여자	62 (61.4)
계		101 (100.0)

〈표 5〉 MBTI 성격 유형

성격	유형	명(%)
외향-내향	외향형(E)	44 (43.6)
	내향형(I)	57 (56.4)
감각-직관	감각형(S)	70 (69.3)
	직관형(N)	31 (30.7)
사고-감정	사고형(T)	60 (59.4)
	감정형(F)	41 (40.6)
판단-인식	판단형(J)	52 (51.5)
	인식형(P)	49 (48.5)
계		101 (100.0)

미용실 이용 횟수는 1~2개월(60.4%)에 1번 방문하는 것이 가장 많았으며, 미용 관련 정보를 얻는 출처는 대학생의 특성상 인터넷(33.7%)이 가장 높았으며, 그 다음으로 TV, 드라마(29.7%)가 많았다(표 6).

헤어 스타일을 결정하는 이유로는 '본인 스스로 결정한다'(53.5%)가 가장 높았는데, 이러한 결과는 유행에 관심이 많고 자기 주장이 강한 집단인 대학생을 대상으로 한 송미라[27]의 연구의 결과를 지지한 반면, 노년층까지의 일반인을 대상으로 한 김진숙[28]의 결과와는 상반되는 결과이다.

현재 헤어 스타일을 유지하는 이유로는 '관리하기 쉽기 때문'(43.6%)이 가장 높았으며, 특정 미용실을 찾는 이유에서는 '기술'(21.8%)이 높았지만, 특정 미용실이 없는 경우(23.8%)가 더 높았다. 이상의 결과로 연구 대상자들은 관리하기 쉽도록 해주는 기술이 있는 미용실을 선호한다는 것을 알 수 있다.

4. 성격 유형에 따른 헤어 스타일

연구 대상자의 헤어 스타일은 길이가 길면서 웨이브와 염색을 하지 않은 헤어 스타일이 가장 많았다. 김양휴[29]의 연구에서도 대학생들에게 가장 인기 있는 스타일로는 길이가 길고 웨이브가 없는 생머리로

26) 김정택 등, *Op cit.*, p. 102.
27) 송미라, *Op cit.*, p. 54.
28) 김진숙, *Op cit.*, p. 68.
29) 김양휴, *Op cit.*, p. 42.

〈표 6〉 헤어 스타일 관련 일반적 특성

특성	유형	명 (%)
미용실 이용 횟수	2주	1 (1.0)
	1개월	30 (29.7)
	2개월	31 (30.7)
	3개월~5개월	24 (23.8)
	6~11개월	13 (12.9)
	1년 이상	2 (2.0)
미용 정보 수입원	TV, 드라마	30 (29.7)
	잡지, 신문	7 (6.9)
	인터넷	34 (33.7)
	친구	11 (10.9)
	매장내 디스플레이	19 (18.8)
헤어 스타일 결정 이유	스스로 결정	54 (53.5)
	미용사 권유	11 (10.9)
	주위 사람 권유	18 (17.8)
	유행스타일	18 (17.8)
현재 헤어 스타일을 유지하는 이유	디자인이 마음에 듦	16 (15.8)
	관리가 쉬움	44 (43.6)
	모발 상태 때문	12 (11.9)
	저렴한 가격	1 (1.0)
	스타일 유지 기간이 김	10 (9.9)
	얼굴형, 두상에 잘 어울림	18 (17.8)
특정 단골 미용실을 찾는 이유	탁월한 기술	22 (21.8)
	친절한 서비스	9 (8.9)
	미용사와 친분	11 (10.9)
	실내 인테리어	2 (2.0)
	유명도	1 (1.0)
	저렴한 가격	15 (14.9)
	거리상 가까움	14 (13.9)
	주위 권유	3 (3.0)
	특별히 찾는 미용실 없음	24 (23.8)
계		101 (100.0)

나타났다. 반면 송미라의 연구에서는 중간머리의 길이에 염색·탈색의 스타일이 많았다. 이러한 연구 결과의 차이는 송미라의 경우 전문대학의 미용 관련 학과 재학생을 연구 대상으로 함으로써 전공의 차이에 기인한 결과로 사료된다.

외향-내향, 감각-직관, 사고-감정, 판단-인식으로 분류한 성격 차원과 머리 길이, 웨이브, 컬러링의 헤어 스타일과의 관련성을 살펴본 결과 성격 차원은 거의 유의한 관련이 없는 것으로 나타났다. 유일하게 웨이브 유무에 있어서만 감각형과 직관형 사이에 통계적으로 유의한 차이가 있었다(표 7). 감각형에서 통계적으로 유의하게 웨이브가 있는 것으로 나타났다.

이외에는 거의 유의한 관련이 없었던 이러한 결과는 송미라와 정숙희[30]의 연구 결과와는 일치하였지만, 성격과 헤어 스타일 간에 상관성이 있다고 보고한 김양휴, 김진숙, 서윤경의 연구 결과와는 일치하지 않았다. 이러한 결과는 자신의 현재 헤어 스타일의 결정에 있어서 '본인 스스로 결정한다'가 53.5%로 가장 높다 하더라도 미용사(10.9%)나 주변 사람(17.8%, 친구, 부모), 또는 유행(17.8%)의 영향도 많이 받음으로써 성격과의 상관성이 적어졌으리라 사료된다. 또한 성격의 개념은 사람마다 가지는 비교적 지속성을 지니는 특성으로 크게 변화되지 않는 개념인 반면 헤어 스타일은 충동성의 요소를 많이 포함하고 있으므로[31] 이 둘의 상관성이 또한 낮아졌으리라 생각된다.

5. 성격 유형에 따른 의복 이미지

의복 이미지란 의복을 통해 나타나는 전체적인 느낌으로, 의복의 구성 요소에 따라 이미지가 달라 표현될 수 있으며 사회·문화적 요인이나 개인적 요인에 따라 선호하는 의복 이미지가 다양하게 나타날 수 있다. 의복 이미지의 측정은 다수의 선행 연구들이 의미미분 척도를 사용하여 의복 이미지를 측정하였다[32].

연구 대상자의 의복 이미지는 남성의 경우 자연스러운 이미지(natural)와 남성적(mannish)이고 강한 이미지를 선호하여 황진숙[33]의 연구에서와 비슷하였

30) 정숙희, *Op cit.*, p. 38.
31) 양숙희, "헤어 스타일에 대한 여성들의 의식행태와 관련 요인 분석" (경산대학교 대학원 석사학위논문, 2001), p. 41.
32) 김은애, 이명희, "가치관과 의복이미지 및 의복디자인 선호도에 관한 연구," *복식* 18권 (1992) p. 275.

〈표 7〉 성격 유형에 따른 헤어 스타일 명 (%)

성격	유형	Length				Wave			Color		
		Short	Medium	Long	χ^2	유	무	χ^2	유	무	χ^2
외향-내향	외향형 (E)	9 (20.5)	11 (25.0)	24 (54.5)	0.418	12 (27.3)	32 (72.7)	0.095	18 (40.9)	26 (59.1)	0.359
	내향형 (I)	9 (15.8)	14 (24.6)	34 (59.6)		14 (24.6)	43 (75.4)		20 (35.1)	37 (64.9)	
감각-직관	감각형 (S)	12 (17.1)	18 (25.7)	40 (57.1)	0.147	12 (17.1)	58 (82.9)	8.823**	23 (32.9)	47 (67.1)	0.104
	직관형 (N)	6 (19.4)	7 (22.6)	18 (58.1)		14 (45.2)	17 (54.8)		15 (48.4)	16 (51.6)	
사고-감정	사고형 (T)	12 (20.0)	10 (16.7)	38 (63.3)	5.196	12 (20.0)	48 (80.0)	2.550	23 (38.3)	37 (61.7)	0.032
	감정형 (F)	6 (14.6)	15 (36.6)	20 (48.8)		14 (34.1)	27 (65.9)		15 (36.6)	26 (63.4)	
판단-인식	판단형 (J)	11 (21.2)	9 (17.3)	32 (61.5)	3.383	11 (21.2)	41 (78.8)	1.181	19 (36.5)	33 (63.5)	0.054
	인식형 (P)	7 (14.3)	16 (32.7)	26 (53.1)		15 (30.6)	34 (69.4)		19 (38.8)	30 (61.2)	

** $p<0.01$.

다. 여성의 경우는 정인희[34]의 연구에서와 같이 깔끔한 이미지와 우아하고 여성적인 이미지를 추구하는 경향을 보이며 남성적 이미지는 기피하는 경향을 보인 결과로 유사하게 나타났다. 또한 활동적인 이미지의 의복 스타일 또한 선호하였는데, 이는 연구 대상이 여대생으로 모두 미혼 여성이었던 것으로[35] 사료된다(표 8).

외향-내향, 감각-직관, 사고-감정, 판단-인식으로 분류한 성격 차원과 의복 이미지의 관련성을 살펴본 결과 활동적인 이미지(active), 우아한 이미지(elegance), 이국적이고 신비로운 이미지(exotic), 전위적이고 혁신적인 이미지(avantgarde)에서 집단간 유의한 차이가 있었다(표 9).

외향-내향 태도에서 외향형(E)은 다양한 새로운 정보에 빠르고 적극적이므로[36] 이들은 내향형에 비해 전위적이고 혁신적인 이미지(avantgarde)를 더 선호하였으며, 수시로 변하는 패션 경향에 가장 민감한 성격 유형이었다.

감각-직관 태도에서 직관형(N)은 추상적이고 비현실적인 특성을 가지므로[37], 감각형에 비해 이국적이고 신비로운 이미지(exotic), 전위적이고 혁신적인 이미지(avantgarde)를 더 선호하였으며, 남들과 차이나는 특별한 외모를 가질 수 있다.

사고-감정 태도에서 감정형(F)은 사고형에 비해 활동적인 이미지(active)를 더 선호하였다. 사고형이 정보 수집을 많이 하는 활동적인 유형[38]임에도 불구하고 상반된 결과였다.

판단-인식 태도에서 판단형은 인식형에 비해 우아

33) 황진숙, 나영주, "남자대학생의 신체만족도와 의복이미지 선호의 관계 연구," *복식* 49권 (1999) p. 70.
34) 정인희, "여자 대학생의 의복 추구 이미지와 소재 선호에 대한 연구," *복식문화연구* 9권 4호 (2001), pp. 629-638.
35) 이명희, 김현주, "와복스타일 이미지 선호와 자기이미지와의 관계 연구," *복식* 33호 (1997) p. 51.
36) 홍성태, *Op cit.*, p. 26.
37) 이현화, 박찬부, *Op cit.*, p. 343.
38) 홍성태, *Op cit.*, p. 27.

〈표 8〉 선호하는 남녀 의복 이미지

의복 이미지	명(%)	
	남성	여성
활동적인 이미지(active)	4 (10.3)	13 (21.0)
우아하고 여성스러운 이미지(elegance)	0(0.0)	20 (32.3)
이국적이고 신비로운 이미지(exotic)	1 (2.3)	1 (1.6)
전위적이고 혁신적인 이미지(avantgarde)	2 (5.1)	1 (1.6)
현대적이고 세련된 이미지(modern)	1 (2.3)	1 (1.6)
남성적인 이미지(mannish)	12 (30.8)	9 (14.5)
낭만적인 이미지(romantic)	0 (0.0)	12 (19.4)
자연스러운 이미지(natural)	19 (48.7)	4 (6.5)
보수적인 이미지(classic)	1 (2.3)	1 (1.6)
계	39 (100.0)	62 (100.0)

한 이미지(elegance)를 더 선호하였다. 인식형(P)이 유연하고 자율적이며, 개방적이고, 충동적인 특성을 가지므로 일반인의 상상을 초월하는 특이한 옷차림을 할 수 있는 반면, 판단형은 실용성을 중요시하고, 성취적 성격으로 우아한 이미지를 선호하였다[39].

V. 결론 및 제언

이 연구의 목적은 대학생의 성격과 헤어 스타일 및 의복 이미지 선호와의 관계를 알아보기 위한 것으로, 대구광역시에 소재한 계명대학교의 재학생 101명을 대상으로 연구를 실시하였다. 자료 조사는 2004년 12월 11일, 1일 MBTI 성격 유형 검사 program 중간인 점심 휴식시간에 실시되었으며 일반적 특성, 헤어 스타일 관련 특성, 의복 이미지 선호 특성을 묻는 문항으로 구성된 자기 기입식 설문지를 이용하여 조사하였다. 자료 분석은 SPSS WIN 10.0 program을 이용하였으며, 연구 조사 문항과 관련하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차, 일원변량분산분석을 적용시켰다. 본 연구 결과를 통해 다음과 같은 결론을 얻었다.

1. 성격 유형은 내향형(56.4%), 감각형(69.3%), 사고형(59.4%), 판단형(51.5%)의 비율이 각각 외향형(43.6%), 직관형(30.7%), 감정형(40.6%), 인식형(48.5%)보다 높음으로써 기존 연구의 일반적인 유형과 비슷한 경향을 보였다. 다만 인식형의 비율이 기존 연구에 비해 상대적으로 높게 나타난 것은 조사 대상이 20대 초반과 20대 중반이었기 때문으로 사료된다.
2. 헤어 스타일 관련 일반적인 특성으로 미용실 이용횟수의 경우, 1~2개월(60.4%)에 1번 방문하는 것이 가장 많았으며, 미용 관련 정보를 얻는 출처는 대학생의 특성상 인터넷(33.7%)이 가장 높았으며, 그 다음으로 TV, 드라마(29.7%)가 많았다.
3. 헤어 스타일을 결정하는 이유로는 '본인 스스로 결정한다'(53.5%)가 가장 높았다. 유행에 관심이 많고 자기 주장이 강한 집단인 대학생을 대상으로 한 결과로 사료된다.
4. 현재 헤어 스타일을 유지하는 이유로는 '관리하기 쉽기 때문'(43.6%)이 가장 높았으며, 특정 미용실을 찾는 이유에서는 '기술'(21.8)이 높았지만, 특정 미용실이 없는 경우(23.8%)가 더 높았다. 대학생들은 관리하기 쉽도록 해주는 기술이 있는 미용실을 선호하며, 특정 미용실을 정해두기 보다는 거리상 가깝거나 저렴한 가격의 미용실로 쉽게 결정하는 것으로 나타났다.
5. 현재 헤어 스타일은 길이가 길면서 웨이브와 염색을 하지 않은 스타일이 가장 많았다.
6. 외향-내향, 감각-직관, 사고-감정, 판단-인식으로 분류한 성격 차원과 머리 길이, 웨이브, 컬러링의 헤어 스타일과의 관련성을 살펴본 결과 거의 유의한 관련이 없는 것으로 나타났으며, 웨이브 유무에 있어서만 감각형이 직관형에 비해 통계적으로 유의하게 웨이브가 있는 것으로 나타났다.
7. 외향-내향, 감각-직관, 사고-감정, 판단-인식으로 분류한 성격 차원과 의복 이미지의 관련성을 살

39) 이부영, *Op cit.*, p. 80.

〈표 9〉 성격 유형에 따른 의복 이미지

성격	유형	Modern		Mannish		Romantic		Active		Natural	
		M±S	t	M±S	t	M±S	t	M±S	t	M±S	t
외향-내향	외향형(E)	4.00±0.68	-0.231	2.93±1.19	0.239	3.16±0.91	-0.772	4.16±0.75	0.727	4.07±0.70	1.130
	내향형(I)	4.04±0.84		2.88±1.10		3.30±0.89		4.05±0.72		3.88±1.00	
감각-직관	감각형(S)	4.00±0.83	-0.428	2.80±1.14	-1.357	3.26±0.85	0.327	4.04±0.73	-1.176	3.89±0.94	-1.422
	직관형(N)	4.06±0.63		3.13±1.12		3.19±1.01		4.23±0.72		4.13±0.72	
사고-감정	사고형(T)	4.13±0.77	1.807	3.02±1.07	1.242	3.33±0.86	1.303	3.98±0.68	-1.989*	3.87±0.95	-1.348
	감정형(F)	3.85±0.76		2.73±1.23		3.10±0.94		4.27±0.78		4.10±0.77	
판단-인식	판단형(J)	4.10±0.66	1.021	2.71±1.05	-1.744	3.27±0.91	0.364	4.08±0.71	-0.313	3.87±0.89	-1.117
	인식형(P)	3.94±0.88		3.10±1.19		3.20±0.89		4.12±0.75		4.06±0.88	

성격	유형	성격		유형		Elegance		Exotic	
		M±S	t	M±S	t	M±S	t	M±S	t
외향-내향	외향형(E)	3.02±1.17	-0.617	2.89±1.04	-0.193	2.77±1.19	2.172*	2.32±0.93	-1.701
	내향형(I)	3.18±1.31		2.93±1.22		1.98±1.09		2.67±1.12	
감각-직관	감각형(S)	3.10±1.22	-0.107	2.74±1.15	-2.362*	1.91±1.06	-3.558**	2.46±1.05	-0.825
	직관형(N)	3.13±1.34		3.29±1.04		2.74±1.15		2.65±1.08	
사고-감정	사고형(T)	3.20±1.23	0.886	2.75±1.13	-1.731	2.03±1.06	-1.435	2.55±1.08	0.407
	감정형(F)	2.98±1.27		3.15±1.13		2.37±1.26		2.46±1.03	
판단-인식	판단형(J)	3.35±1.03	1.997*	2.92±1.04	0.110	2.06±1.00	-0.996	2.46±1.00	-0.521
	인식형(P)	2.86±1.41		2.90±1.25		2.29±1.29		2.57±1.12	

* $p<0.05$.
** $p<0.01$.

펴본 결과 활동적인 이미지(active), 우아한 이미지(elegance), 이국적이고 신비로운 이미지(exotic), 전위적이고 혁신적인 이미지(avantgarde)에서 집단간 유의한 차이가 있었다.

외향형은 내향형에 비해 전위적이고 혁신적인 이미지(avantgarde), 직관형은 감각형에 비해 이국적이고 신비로운 이미지(exotic), 전위적이고 혁신적인 이미지(avantgarde)를 통계적으로 더 선호하였다. 감정형은 사고형에 비해 활동적인 이미지(active)를 더 선호하였으며, 판단형은 인식형에 비해 우아한 이미지(elegance)를 더 선호하였다.

8. 헤어 스타일과 의복 이미지의 관계를 살펴본 결과, 감각-직관 태도에서 직관형은 추상적이고 비현실적인 특성을 가지므로, 감각형에 비해 이국적이고 신비로운 이미지(exotic), 전위적이고 혁신적인 이미지(avantgarde)를 더 선호하였으며, 남들과 차이나는 특이한 외모를 가질 수 있으며, 이들은 헤어 스타일의 웨이브 유무에 있어서는 웨이브가 없이 개성적인 연출을 더 선호하였다.

이 연구는 대학생들이 선호하는 헤어 스타일 유형과 의복 이미지를 파악하여 현장에서 적용할 수 있는 기초 자료로써 제시할 수 있고, 헤어 스타일과 의복 이미지를 성격과 관련시켜 그 차이를 분석하였다는데 의의가 있다.

이 연구의 제한점으로는 대구 지역의 일부 대학생만을 편의 표집하였으며, 표본의 수가 적어 일반화하기에는 어렵다는 점과 MBTI 성격 유형의 장점은 선호 지표 간 역동적인 상호작용 효과를 해석하는데 있

으나 이 연구에서는 MBTI 성격 유형이 헤어 스타일과 의복 이미지를 설명할 수 있는지에 대한 가능성을 확인하고 싶었기 때문에 연구 변수를 4가지 선호 지표로 단순하게 설계했다는 한계점을 갖고 있다. 따라서 후속 연구로써 성격 유형의 심리 기능이나 기질별 패션 소비자 행동의 차이를 밝힘으로써 보다 구체적으로 융의 심리 유형론에 접근할 필요성이 있으리라 생각한다.

앞으로의 연구에서는 지역과 대상을 확대시켜 광범위한 조사가 이루어져야 할 필요가 있으며 아울러 성별, 연령별, 직업별 비교 분석이 이루어진다면 보다 흥미로운 결과를 도출할 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

김양휴 (1994). "패션 헤어 스타일의 선호와 성격간의 상관성 연구." 건국대학교 대학원 석사학위논문.

김정택 등 (1995). *MBTI 개발과 활용*. 서울: 한국심리검사연구소.

김은예, 이명희 (1992). "가치관과 의복 이미지 및 의복디자인 선호도에 관한 연구." *복식* 8권.

김진숙 (1999). "여성들의 헤어 스타일의 변화와 심리적 특성과의 관계." 조선대학교 대학원 석사학위논문.

김희숙 (2000). *화장문화사*. 서울: 청구문화사.

박선희 (2001). "현대여성의 화장행위와 성격 유형과의 관계성 연구." 세종대학교 대학원 석사학위논문.

서윤경 (2003). "여대생의 성격 유형에 따른 헤어 스타일과 헤어컬러와의 관계." 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.

송미라 (2002). "일부 미용 전공 학생의 헤어 스타일과 성격 차원과의 관련성." 조선대학교 대학원 석사학위논문.

양숙희 (2001). "헤어 스타일에 대한 여성들의 의식행태와 관련 요인 분석." 경산대학교 대학원 석사학위논문.

이명희, 김현주 (1997) "의복스타일 이미지 선호와 자기이미지와의 관계 연구." *복식* 33권.

이부영 (2000). *분석심리학*. 서울: 일조각.

이인자 (2000). *의상심리*. 서울: 고문사.

이현화, 박찬부 (1998). "지각자의 성격 변인에 따른 의복 단서의 인상 효과에 관한 연구." *한국의류학회지* 22권 3호.

정숙희 (2001). "여대생의 헤어 스타일 선호도와 자기효능감." 고신대학교 대학원 석사학위논문.

정인희 (2001). "여자 대학생의 의복 추구 이미지와 소재 선호에 대한 연구." *복식문화연구* 9권 4호.

홍성태 (1999). "소비자의 심리유형별 구매행동의 차이에 관한 실증적 연구." *소비자학연구* 10권 4호.

황진숙, 나영주, "남자대학생의 신체만족도와 의복이미지 선호의 관계 연구." *복식* 49권.

Allport, G. W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. NY: Rinehart & Winston.

Gould, S. J. (1991). "Jungian Analysis and Psychological Types: an interpretive approach to consumer choice behavior." *Advances in Consumer Research*. Vol. 18 No. 2.

Kean, R. C., C. Mehlhoff and R. Sorenson (1988). "Using the Myers-Briggs Type Indicator to Assess Student Needs." *Clothing and Textile Research Journal*. Vol. 6 No. 2.

Radeloff, D. J. (1991). "Psychological Types, Color Attribution and Color Preference of Clothing, Textiles and Design Students." *Clothing and Textile Research Journal*. Vol. 9 No. 3.

Schiffman, L. G. and L. L. Kanuk (2004). *Consumer Behavior. 8th ed.*, NJ: Pearson Prentice Hall.

Sweat, S. J. and M. A. Zentner (1985). *Attributions toward Female Appearance Styles and the Psychology of Fashion*. MA: Lexington Books.