

TV·연예인관여에 따른 뷰티관여와 헤어태도 및 인지연령의 차이

최 지 혜 · 김 미 영⁺

가천대학교 뷰티산업학전공 · 가천대학교 의상학전공 교수⁺

The Difference in Beauty Involvement, Hair Attitude and Cognitive Age Based on People's Interest in Celebrities

Ji Hye Choe · Mi Young Kim⁺

Dept. of Clothing, Gachon University

Professor, Dept. of Clothing, Gachon University

(투고일: 2014. 6. 16, 심사(수정)일: 2014. 10. 2, 게재확정일: 2014. 10. 17)

ABSTRACT

This study was conducted to demonstrate the differences in people's beauty involvement, hair attitude and cognitive in accordance with their interest in celebrities and television. Also, the difference between cognitive age and real age was studied. Research subjects were females aged 20s to 50s living in Seoul and the surrounding metropolitan areas. The SPSS 19.0 was used for data analysis. The results were as follows: First, the involvement in TV entertainers' was categorized into "TV entertainer fashion fan group," "TV entertainer follower group," and "TV program interest group." Second, The involvement of beauty was divided into skin management and expression, body management, makeup and hair attitude. The factors for hair attitude come from the following four

actors: "hair creator fan group", "hair homeostasis-oriented," "hair differentiation factor," and "hair personnel-oriented group." Third, the analysis for the differences in the involvement of beauty based on the people's interest in TV appearances of entertainers was that there was a significant difference in skin care and expression, body management, makeup and hair attitude. The interest groups for the entertainers' TV appearances showed the highest in all of the above categories. Fourth, The analysis for the cognitive age for the "TV entertainer interest group" showed little difference in cognitive age, age of sensibility, age of physical appearance, behavior age, and age of interest. Fifth, The result for the difference in the actual age and cognitive age for different age groups showed that there was a little difference in average cognitive age including the age of sensibility, age of physical appearance, behavior age, and age of interest.

Key words: Beauty Involvement(뷰티관여), Cognitive Age(인지연령), Hair Attitude(헤어태도),
TV-Entertainers' Involvement(TV·연예인관여)

I. 서론

사람들이 대중매체에 노출되면서 대중매체에 등장하는 연예인들에게 관심을 갖게 되었고, 이들의 외모는 사람들의 뷰티행동에 영향을 주고 있다. 대중매체에 많은 연예인들이 등장함으로써 연예인들의 외모관리 행동과 그들의 동안 외모는 일반인들의 외모관리에 영향을 주고 있다. 특히 그들의 동안은 사회적으로 사람들이 자신의 실제 나이와 상관없이 어려워 보이는 외모를 지향하게 하였다. 즉 사람들은 외모에 대한 이상적 기준을 연예인을 통해 학습하고 있는 것이다. 오별¹⁾의 연구에서도 대중매체에 등장하는 연예인들을 통해 자신의 외모에 대한 많은 생각을 갖는다고 하였다. 또한 사회적 가치관의 변화와 경제적 수준의 향상 및 의학의 발달도 사람들이 아름다움과 젊음을 추구하게 하였다. 따라서 사람들은 자신의 연령을 젊어 보이게 하려고 하고, 자신을 실제 나이보다 더 젊게 인지하는 경향이 생기고 있다. 장휘숙²⁾의 연구에서도 생활과 사회적 경험을 통해 실제연령과 인지연령이 다를 것이라고 하였다. 이에 따라 최근에는 뷰티행동과 헤어에 대한 관심과 욕구도 꾸준히 높아지고 있는 실정이다. 즉 뷰티행동과 헤어태도 및 인지연령이 대중매체인 TV 나 연예인 관여도에 따라 차이가 나타날 것으로 예측되며, 또한 젊음을 지향하는 사회적 분위기는 사람들이 인지연령을 실제 연령과 다르게 생각하게 할 것으로 보인다. 따라서 본 연구에서는 TV 나 연예인관여에 따른 뷰티관여와 헤어태도의 차이 및 인지연령의 차이를 밝히고자 하며, 또한 사람들이 인지하는 실제연령과 인지연령의 차이가 연령에 따라 다른지도 알아보하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. TV · 연예인관여

TV는 강력하고 효과적인 전달매체로서 사회 상류층이나 연예인들의 유행을 단시간 내에 사회전체로 전파시킨다. TV 시청자들은 사회상류층과 연예인들이 의복이나 헤어, 메이크업 등을 통해 전파하는 유

행정보의 영향을 받게 된다. 조민희³⁾는 연구에서 정보원의 특성을 공신력, 매력성, 공권력 등으로 나누고, 연예인과 같은 유명인의 특성으로 공신력과 매력성을 언급하였다. 이러한 매력성에는 친밀성과 유사성, 육체적 매력성 등이 포함된다. 따라서 자기가 좋아하고 같아지기를 원하는 TV속 연예인들을 보면서 그들의 스타일을 모방하게 된다.⁴⁾ 대중매체에 출연한 연예인들은 이미지 변신과 항상 새로움을 추구하고, 신선함을 희망하고 있는 대중들을 이끌어 간다는 점에서, 연예인들은 대중들에게 많은 영향을 미친다.⁵⁾ 이경렬, 김상훈, 조민희⁶⁾의 연구에서도 연예인 관여도가 클수록 연예인을 통하여 전달된 제품정보에 대하여 기억을 잘하며, 가격이 비싸고, 품질이 좋으며 또한 유명할 것이라고 생각하는 것으로 나타났다. 제품도 친숙하게 느끼고 좋은 이미지와 호감을 형성하며 구매의향도 높은 것으로 나타났다. 연예인 관여도가 소비자의 태도에 영향을 미치는 가장 강력한 예측변인임을 밝히고 있다. 즉 사람들은 TV를 통해 나오는 정보들을 공유하고 있으며, 특히 뷰티 등 외모관련 정보는 대중매체에 등장한 연예인들의 영향을 많이 받을 것으로 예상된다.

2. 뷰티관여

뷰티관여도는 헤어, 화장 및 피부 관리, 몸매관리 등의 수단을 활용하여 외모를 관리하는 행동과 관심의 정도를 의미한다. 사회적, 경제적, 문화적 환경의 변화는 의복뿐만 아니라 뷰티와 관련된 외모관리행동에도 많은 의식의 변화를 가져왔다.⁷⁾ 또한 현대인들은 자신의 외모에 대한 표현을 통하여 자신감을 고취시키고 삶에 활력을 주어 사회구성원들과의 대인관계를 원활하게 하려고 한다. 헤어스타일이나 화장 및 몸매관리는 자신에 대한 이미지를 표현하는 것으로 다른 사람들에게 나를 표현하는 방법이라고 할 수 있다. 특히 의복보다는 변화가 쉬우며 다양한 자기 연출이 가능한 메이크업이나 헤어스타일에 대한 관심이 점점 높아지고 있다.⁸⁾ 또한 사회적 외모관리의 개념은 시대에 따라 다르므로, 그 사회가 추구하는 미에 따라 아름다움의 기준은 개인의 외모관리에 영향을 미친다. 아름다운 외모를 가진 사람은

자신의 신체 만족도가 높아 사회에서도 자신감 있고, 능동적인 삶을 살아갈 수 있을 것이다. 반면 외모가 아름답지 못해 신체 만족도가 낮은 사람들은 자신감이 부족해 사회적으로 위축될 것이다. 김선희⁹⁾의 연구에서는 20대 여성들의 외모관리행동의 구체적 경향을 알아보고, 신체만족과 신체왜곡수준의 관계를 분석한 결과, 외모에 대한 사회 문화적 태도와 외모 관리행동은 관계가 있는 것으로 파악되었다. 연구 결과를 보면 외모에 대한 사회 문화적 태도가 긍정적인 집단이 외모에 관심이 많고 적극적인 외모관리행동을 하는 것으로 나타났다. 뷰티관여에 대한 기존 연구들을 볼 때, 최근 들어 사람들의 뷰티에 대한 관심과 관여가 높아지는 것을 알 수 있다. 또 이런 뷰티관여도는 대중매체에 노출이 많을수록 높을 것이라는 것도 추론할 수 있을 것이다.

3. 헤어태도

헤어태도란 내·외적 영향을 받아 헤어스타일에 대하여 나타낸 행동을 말하며, 헤어에 대하여 생각하고, 느끼고, 행동하려는 것을 말한다. 즉 헤어태도는 태도에 대한 정의에 대상을 헤어에 한정시킨 것이라고 할 수 있다.¹⁰⁾ 이런 헤어태도에 관한 이해원¹¹⁾의 연구를 보면 우선 헤어태도를 헤어 개성 지향, 헤어 유행동조지향, 헤어 대인지향, 헤어 항상성지향의 4개 요인으로 분류하였고, 이 헤어태도의 차원들 간의 중요도를 살펴보았다. 그 결과 헤어 항상성지향과 헤어 대인지향을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 즉, 헤어는 항상 자신이 하던 스타일을 고수하는 것을 알 수 있었다. 또한 우리나라 사람들은 매우 밀착된 가족관계 및 대인관계를 유지하기 때문에 남을 의식하는 헤어태도를 보이는 경향이 큰 것으로 보여진다. 김미선¹²⁾의 연구에서는 헤어태도를 유행성 추구, 동조성 추구, 개성 추구, 심미성 추구의 4개 차원으로 분류하였으며, 분석결과 동조성 추구하고 심미성 추구에서 상호작용효과가 있는 것으로 나타났다. 이해진¹³⁾의 연구에서는 4개의 헤어태도 요인으로 분류하였으며 헤어 의존성, 헤어 심미성, 헤어 개성성, 헤어 동조성의 순으로 높게 나타났다. 정희영¹⁴⁾은 헤어태도를 동조성, 심미성, 정숙성, 개성성의 4개 요인으

로 도출하였고, 분석결과 4개 요인 모두 적극적인 태도 집단에서 매우 높게 나타났다. 이상의 헤어태도에 대한 연구들을 분석하여 본 결과 헤어태도 요인 중 여러 연구에서 가장 많이 나타난 요인은 개성, 유행성, 동조성 이었다. 또 특이한 요인으로는 대인지향, 항상성지향 요인들이 있었다. 따라서 본 연구에서는 헤어태도를 비교적 연구 빈도가 높은 개성지향과 동조성지향 요인과 다양한 요인들을 포함시키기 위하여 대인지향과 항상성지향 요인을 포함시켜 헤어 선도자 동조지향, 헤어 차별적 개성지향, 헤어 항상성지향, 헤어 대인지향의 4가지 요인을 추출하여 실증적 연구에 활용하였다.

4. 인지연령

연령은 단순히 시간의 경과에 의해서만 이루어지는 것이 아니다. 때로는 시간과는 무관하게 이루어지는 측면도 있으며, 그 중 하나가 스스로 인지하는 나이 즉 '인지연령'이다.¹⁵⁾ 인지연령이란 자신이 실제 살아온 나이와 상관없이 외부노출에 의해 자신이 추구하는 태도나 행동이 영향을 받게 됨으로써 지각하게 되는 나이를 말한다. 연령에 대한 연구에서는 인지연령 이외에도 개인의 판단에 의해 스스로 지각하는 주관적 연령, 심리적으로 지각하는 지각연령, 실제 연령과 인지하는 연령의 차이에 의해 나타나는 차이연령 등 다양한 용어와 개념을 사용하고 있다. 그러나 최근 주관적 연령과 지각연령의 경우 인지연령과 유사한 개념으로 사용되기 때문에¹⁶⁾ 본 논문에서는 인지연령이라는 용어를 사용하고자 한다. 인지연령은 실제연령보다 낮을 수 있으며, 인지연령이 낮다는 것은 노화에 대한 저항이 크고 본인이 스스로 젊다고 인식하는 것을 의미한다.¹⁷⁾ 또한 인지연령은 사회적 역할과 지위의 상실에도 상당한 영향을 받는다. 연령의 개념은 흔히 실제적인 연령을 기준으로 하고 있으나 때때로 주관적으로 생각하는 연령에 따라 행동하는 경우가 있어 주목 할 필요가 있다고 본다. 연령대가 증가함에 따라 실제 연령과 주관적인 연령과의 불일치 정도가 커지는 것으로 나타났다.¹⁸⁾ 따라서 본 연구에서는 TV매체나 연예인에 관여하는 정도에 따라 인지연령에 차이가 있을 것으로 예상하여 그 차이

를 밝히고, 또한 실제연령과 인지연령에서도 차이가 나타날 것으로 보고 그 차이를 알아보고자 한다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

본 연구의 실증적 연구를 위하여 설정된 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제 1. TV·연예인관여, 뷰티관여, 헤어태도의 구성요인을 밝힌다.
- 연구문제 2. TV·연예인관여에 따른 뷰티관여, 헤어태도, 인지연령의 차이를 밝힌다.
- 2-1. TV·연예인관여의 요인에 따라 집단을 유형화시키고, 집단의 특성을 밝힌다.
- 2-2. TV·연예인관여 집단에 따른 뷰티관여의 차이를 밝힌다.
- 2-3. TV·연예인관여 집단에 따른 헤어태도의 차이를 밝힌다.
- 2-4. TV·연예인관여 집단에 따른 인지연령의 차이를 밝힌다.
- 연구문제 3. 연령대에 따른 실제연령과 인지연령의 차이(실제연령-인지연령)를 밝힌다.

2. 연구대상 및 연구기간

본 연구를 위한 설문지 조사는 서울 및 수도권지역에 거주하는 20대-50대 여성을 대상으로 2012년 3월부터 6월까지 약 4개월간 이루어졌다. 연구대상자의 연령은 20세-29세가 101명, 30세-39세가 106명, 40세-49세 106명, 50세 이상이 94명으로 나타났다. 연구대상자의 결혼여부는 미혼 165명, 기혼 236명, 기타 6명으로 기혼인 여성의 수가 가장 많은 것으로 나타났다.

3. 측정도구

본 연구는 설문지법을 사용하여 연구내용을 조사하였다. 측정도구로는 5점 Likert 척도로 측정하였다.

연구에 사용된 TV·연예인관여 측정문항은 홍혜은¹⁹⁾의 연구에서 사용한 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 총 13문항으로 구성하였다. 뷰티관여 문항은 박숙현, 박현주²⁰⁾ 연구에서 사용한 문항들을 변형, 수정하여 총 18문항으로 구성하였다. 헤어태도 문항들은 이혜원, 김미영²¹⁾ 연구에서 참고하여 총 12문항으로 구성하였다. 인지연령 문항은 Kastenbaum et al²²⁾가 제안한 개인적으로 생각하는 인지적 연령인 감정, 외모, 행동, 관심사의 네 가지 차원을 이용하여 자기기술형식 문항으로 측정하였다. 인구통계적 특성으로는 연령, 직업, 교육수준, 결혼여부, 거주지역 등을 측정하는 문항으로 구성하였다.

4. 자료분석

500부의 설문지 중에서 456부가 회수되었으며, 이중 응답내용이 불성실한 것을 제외한 총 407부가 분석에 사용되었다. 자료의 분석은 SPSS 19.0을 사용하여 분석하였으며, 요인분석(factor analysis), 군집분석(cluster analysis), 분산분석(ANOVA)과 던컨(Duncan)테스트를 실시하였다.

Ⅳ. 연구분석 및 결과

1) TV·연예인관여의 요인분석

TV·연예인관여의 요인을 분석하기 위하여 요인분석(factor analysis)을 실시하였다. 주성분 분석과 varimax 직교회전을 이용하였으며, 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's α 신뢰도 검증방법을 실시하였다. TV·연예인관여를 묻는 13문항을 요인분석 하여 고유치 1의 기준과 scree-test에 의해 3개의 요인이 추출되었으며, 그 결과는 <표 1>과 같다.

요인 1은 연예인의 스타일 및 연예인의 패션에 관심을 갖고 동조하는 내용에 관한 문항으로 구성되어 있으므로 'TV·연예인 패션동조'라고 명명하였다. 요인 2는 연예인 자체에 대한 관심과 관련된 문항으로 구성되어 있으므로 'TV·연예인 추종'으로 명명하였다. 요인 3은 TV 프로그램 시청과 프로그램 관심정도에 대한 문항으로 구성되어 있으므로 'TV 프로그램

〈표 1〉 TV·연예인관여 요인분석 결과

요인 1 : TV·연예인 패션동조	요인부하량
· 호감 있다고 생각하는 연예인의 의복스타일과 비슷하게 입으려고 한다.	.832
· 좋아하는 연예인에 의해 유행하는 액세서리를 따라한 적이 있다.	.811
· 내가 좋아하는 연예인이 입은 옷에 관심을 가진다.	.761
· TV출연자의 의상이 마음에 들면 같은 스타일을 구입하고 싶다.	.747
· 나는 좋아하는 연예인에 의해 유행되어진 헤어스타일을 따라해 본 적이 있다.	.735
고유치	3.234
전체변량(%)	24.875
누적변량(%)	24.875
Cronbach's α	.856
요인 2 : TV·연예인 추종	요인부하량
· 좋아하는 연예인이 좋아하는 것에 대해 알고 싶다.	.831
· 좋아하는 연예인의 성격, 습관등도 알고 싶다.	.810
· 좋아하는 연예인이 좋아하는 것은 나도 좋다.	.793
· 좋아하는 연예인이 TV에 나오면 하던 일을 멈추고 시청한다.	.734
고유치	2.873
전체변량(%)	22.103
누적변량(%)	46.978
Cronbach's α	.850
요인 3 : TV 프로그램 시청관심	요인부하량
· 나의 TV시청시간은 긴 편이다.	.889
· 나는 TV시청을 즐긴다.	.871
· 친구들과 TV프로그램에 대해 이야기하기를 좋아한다.	.697
· 새로 나온 TV프로그램은 더욱 관심 있게 본다.	.667
고유치	2.642
전체변량(%)	20.324
누적변량(%)	67.302
Cronbach's α	.828

램 시청관심'이라고 명명하였다. 3개 차원에 대한 전체분산의 설명력은 67.302%로 나타났다. 3개 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's α 신뢰도 검증 방법을 실시해 분석한 결과, 모든 차원의 α계수가 0.8 이상으로 높게 나타났다.

2) 뷰티관여의 요인

뷰티관여의 요인을 분석하기 위하여 요인분석(factor analysis)을 실시하였다. 주성분 분석과 varimax 직교회전을 이용하였으며, 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's α 신뢰도 검증방법을 실시

하였다. 뷰티관여요인은 뷰티관여를 묻는 12문항을 요인분석 하여 고유치 1의 기준과 scree-test에 의해 4개의 요인이 추출되었으며, 그 결과는 〈표 2〉와 같다. 요인 1은 피부 관리와 외출 시의 기본적인 피부 표현에 관한 문항으로 구성되어 있으므로 '피부 관리 및 표현'라고 명명하였다. 요인 2는 체형보정과 관련된 문항으로 구성되어 있으므로 '몸매관리'라고 명명하였다. 요인 3은 유행하는 화장패턴이나 다양한 색조화장에 대한 태도를 묻는 문항으로 구성되어 있으므로 '메이크업 연출'라고 명명하였다. 요인 4는 유행하는 헤어스타일을 고려해 머리모양을 연출하는 요

<표 2> 뷰티관여 요인분석 결과

요인 1 : 피부 관리 및 표현	요인부하량
· 피부 관리를 위해 화장품(수분, 주름, 미백, 아이크림 등)을 즐겨 바른다.	.805
· 피부 관리를 위해 각질제거제나 팩 제품을 주기적으로 사용한다.	.781
· 피부 관리를 위해 주기적으로 마사지를 한다.	.714
· 피부 관리를 위해 피부과 또는 피부 관리실을 이용한다.	.610
· 출근이나 외출 전에 항상 피부화장(메이크업베이스, 비비크림 등)을 한다.	.568
· 나는 내가 추구하는 스타일(이미지)에 맞춰 화장을 한다.	.557
고유치	3.308
전체변량(%)	19.456
누적변량(%)	19.456
Cronbach's α	.850
요인 2 : 몸매관리	요인부하량
· 나는 내가 아무리 좋아하는 음식이라도 살이 찌는 식품은 안 먹는다.	.782
· 체중을 줄이기 위해 저 칼로리 식품을 골라 먹는다.	.747
· 나는 날씬한 몸매를 유지하기 위해 정기적으로 운동(수영, 헬스 등)을 한다.	.716
· 몸매를 가꾸기 위해 체형 보정용 속옷(브래지어, 코르셋)을 입고 다닌다.	.613
고유치	2.732
전체변량(%)	16.068
누적변량(%)	35.524
Cronbach's α	.766
요인 3 : 메이크업 연출	요인부하량
· 최신 유행패턴이나 색상으로 화장을 한다.	.835
· 유행하는 색조화장품을 주기적으로 구입하는 편이다.	.816
· 아이섀도, 볼터치 등 다양한 색조화장을 즐겨한다.	.722
고유치	2.731
전체변량(%)	16.063
누적변량(%)	51.587
Cronbach's α	.867
요인 4 : 헤어연출	요인부하량
· 나는 머리염색, 모발관리 등으로 머리모양에 특별히 신경을 쓰는 편이다.	.760
· 평상시 헤어 드라이기 나 매직기로 헤어스타일을 연출한다.	.738
· 왁스, 무스, 헤어 젤을 이용해서 헤어스타일을 연출한다.	.595
· 헤어스타일을 변화시킬 때 유행하는 헤어스타일을 고려한다.	.505
고유치	2.122
전체변량(%)	12.485
누적변량(%)	64.072
Cronbach's α	.746

인으로 '헤어연출'이라고 명명하였다. 4개 차원에 대한 전체분산의 설명력은 64.072%로 나타났다. 4개 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's α 신뢰

도 검증방법을 실시해 분석한 결과, 모든 차원의 α 계수가 0.7 이상으로 만족할만하였다.

3) 헤어태도의 요인

헤어태도의 요인을 분석하기 위하여 요인분석(factor analysis)을 실시하였다. 주성분 분석과 varimax 직교회전을 이용하였으며, 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's α 신뢰도 검증방법을 실시하였다. 헤어태도 요인은 헤어태도를 묻는 11문항을 요인분석 하여 고유치 1의 기준과 scree-test에 의해 4개의 요인으로 지정하여 추출되었으며, 그 결과는 <표 3>과 같다.

요인 1은 TV광고나 잡지에 나오는 연예인이나 주변인을 동조함으로써 그 유행을 따르는 것과 관련된 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 선도자 동조지향'이라고 명명하였다. 요인 2는 자신이 갖고 있는 헤어스타일에 대한 생각을 고수하는 태도에 관한 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 항상성 지향'이라고 명명하였다. 요인 3은 남들과 다른 자신만의 개성을 추구하는 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 개성지향'이라고 명명하였다. 요인 4는 다른 사람의 반응과 평

<표 3> 헤어태도 요인분석 결과

요인 1 : 헤어 선도자 동조지향	요인부하량
· TV광고나 잡지에 나오는 모델의 헤어를 해 본다.	.893
· 인기 있는 연예인의 헤어스타일을 보면 나도 그렇게 해 본다.	.852
· 다른 사람의 헤어스타일이 멋져 보이면 나도 그렇게 해 본다.	.836
고유치	2.764
전체변량(%)	23.037
누적변량(%)	23.037
Cronbach's α	.862
요인 2 : 헤어 항상성지향	요인부하량
· 내가 좋아하는 헤어스타일을 고수한다.	.846
· 유행에 따르기보다 늘 하던 대로 머리를 한다.	.788
· 나는 나에게 어울리는 헤어스타일이 있다고 생각한다.	.752
고유치	2.071
전체변량(%)	17.260
누적변량(%)	40.298
Cronbach's α	.745
요인 3 : 헤어 개성지향	요인부하량
· 헤어를 변화시킬 때 남을 의식하지 않고 내가 원하는 대로 과감히 하는 게 좋다.	.792
· 남들과 같은 헤어스타일은 너무 지겹고 싫다.	.758
· 평범해 보이고 싶지 않아 독특한 헤어스타일을 한다.	.735
고유치	1.846
전체변량(%)	15.379
누적변량(%)	55.677
Cronbach's α	.707
요인 4 : 헤어 대인지향	요인부하량
· 외출 시에는 헤어스타일에 더 신경을 쓰는 편이다.	.855
· 헤어 손질을 하는 것은 상대방에 대한 예의라고 생각한다.	.821
고유치	1.661
전체변량(%)	13.839
누적변량(%)	69.516
Cronbach's α	.685

가를 증시하는 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 대 인지향'이라고 명명하였다. 4개차원에 대한 전체분산의 설명력은 69.516%로 나타났다. 4개 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's α 신뢰도 검증방법을 실시해 분석한 결과, 모든 차원의 α 계수가 0.6이상으로 만족할만하였다. 이상의 4개 요인이 추출된 결과는 이해원의 연구에서와 동일한 결과를 보이는 것이었다.

2. TV·연예인관여에 따른 인지연령, 뷰티관여, 헤어태도의 차이

TV·연예인관여 요인에 따라 집단을 유형화시키기 위하여 요인분석 결과에서 얻어낸 3개의 요인을 가지고 군집분석한 결과, 3개의 집단이 적합한 것으로 판단되었다. 결정된 3개의 집단이 TV·연예인관여요인에 차이가 있는 집단으로 분류가 되었는지를 검증하기 위하여 TV·연예인관여의 각 요인별 점수를 사용하여 분산분석(ANOVA)과 던컨테스트(Duncan test)를 실시하였으며, 그 결과는 다음의 <표 4>와 같다.

유형화된 3개 집단에 따른 TV·연예인관여의 특성을 살펴보고 명칭을 부여하기 위하여 각 집단별로 TV·연예인관여의 평균점수와 분산분석 및 던컨테스트(Duncan test) 결과를 살펴보면, 집단 1은 다른 집단과 비교해 볼 때, 모든 요인이 높게 나타난 집단으로 'TV·연예인 다 관심 집단'이라 명명하였다. 집단 2는 집단 간 순위를 보면 다른 집단과 비교해 볼

때 TV·연예인 패션동조 요인이 특히 높게 나타난 집단으로 'TV·연예인 패션동조 집단'이라 명명하였다. 집단 3은 집단 간 순위를 보면 다른 집단과 비교해 볼 때, 모든 요인이 낮게 나타난 집단으로 'TV·연예인 무관심 집단'이라 명명하였다.

2) TV·연예인관여에 따른 뷰티관여의 차이

TV·연예인관여 집단에 따른 뷰티관여의 차이를 밝히기 위하여 분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 사후검증을 위해 던컨테스트(Duncan test)를 실시하였다. TV·연예인관여 집단에 따라 뷰티관여에 차이가 있는지 검증한 결과, 피부 관리 및 표현, 몸매관리, 메이크업 연출, 헤어연출 요인에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 그 결과는 다음의 <표 5>와 같다.

<표 5>의 결과를 살펴보면, 피부 관리 및 표현 요인은 TV·연예인 다 관심 집단과 TV·연예인 패션동조 집단에서 가장 높게 나타났다. 두 집단에서 평균 점수가 5점 척도 중 3점 이상으로 피부 관리와 피부를 표현을 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 몸매관리 요인은 TV·연예인 다 관심 집단, TV·연예인 패션동조 집단, TV·연예인 무관심 집단의 순으로 높게 나타났으나 평균 점수가 3점 이하로 나타나 대체적으로 몸매관리를 위해 식이요법이나 운동 등은 잘 하지 않는 것으로 해석할 수 있다. 메이크업 연출 요인은 TV·연예인 다 관심 집단과 TV·연예인 패션동조 집단에서 가장 중요시 하는 것

<표 4> 유형화집단에 따른 TV·연예인관여 요인의 차이 분석 결과

TV·연예인관여		집단	집단1 (n=132)	집단2 (n=154)	집단3 (n=121)	F-value
TV·연예인 패션동조	평균		3.31	3.32	1.85	291.191***
	Duncan test		A	A	B	
TV·연예인 추종	평균		3.39	2.16	1.81	275.169***
	Duncan test		A	B	C	
TV프로그램 시청관심	평균		3.57	2.74	2.45	103.535***
	Duncan test		A	B	C	

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

알파벳은 Duncan test 결과 유의한 차이가 나타난 집단들을 서로 다른 문자로 표시함.

〈표 5〉 TV·연예인관여 집단에 따른 뷰티관여의 차이 분석 결과

TV·연예인관여 집단		TV·연예인 다관심 집단 (n=136)	TV·연예인 패션동조 집단 (n=148)	TV·연예인 무관심 집단 (n=123)	F-value
피부 관리 및 표현	평균	3.34	3.26	2.82	16.419***
	Duncan test	A	A	B	
몸매관리	평균	2.68	2.39	2.17	13.017***
	Duncan test	A	B	C	
메이크업 연출	평균	2.74	2.55	2.09	17.521***
	Duncan test	A	A	B	
헤어연출	평균	3.20	3.01	2.40	40.811***
	Duncan test	A	B	C	

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

알파벳은 Duncan test 결과 유의한 차이가 나타난 집단들을 서로 다른 문자로 표시함.

으로 나타났다. 그러나 메이크업 연출 요인은 몸매관리 요인과 같이 평균 점수가 3점 이하로 나타나 유행하는 메이크업이나 다양한 메이크업 연출을 잘 하지 않는 것으로 나타났다. 헤어연출 요인은 TV·연예인 다 관심 집단, TV·연예인 패션동조 집단, TV·연예인 무관심 집단의 순서로 세 집단 간의 차이가 유의하게 나타났다. 헤어연출 요인은 TV·연예인 다 관심 집단과 TV·연예인 패션동조 집단에서 평균점수가 3점 이상으로 나타나 헤어연출을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 반면 TV·연예인 무관심 집단은 2.40점으로 나타나 헤어연출을 중요하게 생각하지 않는 것을 알 수 있었다.

이상의 결과로 TV·연예인 다 관심 집단은 피부관리 및 표현, 몸매관리, 메이크업 연출, 헤어연출 모두에서 가장 높게 나타난 것을 알 수 있다. TV·연예인 패션동조 집단은 몸매관리, 헤어연출에서, TV·연예인 다 관심 집단보다는 낮고 TV·연예인 무관심 집단보다는 높게 나타났다. 피부 관리 및 표현요인과 메이크업 연출 요인은 TV·연예인 다 관심 집단과 마찬가지로 매우 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. TV·연예인 무관심 집단은 모든 요인에서 가장 낮게 나타났다. 즉 TV·연예인관여가 높은 사람이 뷰티관여도 높다는 것을 알 수 있었다. 이상의 결과로 TV·연예인관여에 따른 뷰티관여는 유

의한 차이가 있음을 알 수 있었다. 이러한 결과는 TV를 많이 시청하고 좋아하는 연예인에 대한 관심이 클수록 그들과 같아지기를 원하며 매체를 통해 피부 관리 및 몸매관리의 정보를 받아들이게 된다. 또한 유행하는 메이크업과 헤어연출을 따라함으로써 자신의 이미지변신에 영향을 준다고 해석할 수 있다.

3) TV·연예인관여에 따른 헤어태도의 차이

TV·연예인관여 집단에 따른 헤어태도의 차이의 차이를 밝히기 위하여 분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 사후검증을 위해 던컨테스트(Duncan test)를 실시하였다.

TV·연예인관여에 집단에 따라 헤어태도에 차이가 있는지 검증한 결과, 헤어 선도자 동조지향, 헤어 개성지향, 헤어 대인지향 차원에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 그 결과는 다음의 〈표 6〉과 같다.

〈표 6〉의 결과를 살펴보면 헤어 선도자 동조지향 요인, 헤어 개성지향 요인, 헤어 대인지향 요인에서 TV·연예인 다 관심 집단과 TV·연예인 패션동조 집단이 TV·연예인 무관심 집단보다 높게 나타났다. 헤어 항상성지향 요인은 집단 간의 차이가 유의하지 않은 것으로 나타났다. 그러나 헤어 항상성지향의 경우 평균점수가 5점 척도 중 중간 점수인 3점 이상으로 나타나 모든 집단이 헤어스타일을 결정할 때 어

〈표 6〉 TV·연예인관여 집단에 따른 헤어태도의 차이 분석 결과

TV·연예인관여 집단		TV·연예인 다 관심 집단 (n=136)	TV·연예인 패션동조 집단 (n=148)	TV·연예인 무관심 집단 (n=123)	F-value
헤어 선도자 동조지향	평균	2.92	2.89	1.89	79.818***
	Duncan test	A	A	B	
헤어 항상성 지향	평균	3.66	3.61	3.58	.428
헤어 개성 지향	평균	2.83	2.71	2.25	21.869***
	Duncan test	A	A	B	
헤어 대인 지향	평균	3.77	3.68	3.40	8.329***
	Duncan test	A	A	B	

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

알파벳은 Duncan test 결과 유의한 차이가 나타난 집단들을 서로 다른 문자로 표시함.

는 정도 자신이 늘 하던 스타일을 고수하는 경향이 있다는 것을 알 수 있었다. 헤어 대인지향 요인도 집단 간 차이는 있었지만 평균점수가 중간 점수인 3점 이상으로 나타나 헤어관리 시 다른 사람을 많이 의식하고 있다는 것을 알 수 있었다.

이상의 결과로 보아 TV·연예인 무관심 집단에 비해 TV·연예인 다 관심 집단과 TV·연예인 패션동조 집단이 TV·연예인에 관심이 많으며 연예인의 패션동조 경향이 높아 연예인과 같은 선도자의 헤어 스타일을 쉽게 수용하고, 자신을 남과 다르게 표현할 수 있는 자신의 개성을 나타내는 헤어스타일을 선택하는 것을 알 수 있었다. 또한 다른 사람의 시선도 중요하게 고려하는 것을 알 수 있었다. 이상의 결과 중 헤어 항상성지향 요인이 3집단 모두에서 높게 나타난 결과가 특징적 이었는데 이러한 결과는 헤어 그 자체가 신체의 일부이고, 한번 잘라버린 머리는 되돌릴 수 없고 원래 형태로 돌아오기까지 기간이 긴 편이어서, 스타일 변화의 위험성이 높기 때문인 것으로 추측된다.

4) TV·연예인관여에 따른 인지연령의 차이

TV·연예인관여 집단에 따른 인지연령의 차이를 밝히기 위하여 분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 사후검증을 위해 던컨테스트(Duncan test)를 실시하

였다.

TV·연예인관여 집단에 따라 인지연령에 차이가 있는지 검증한 결과, 인지연령, 감성연령, 외모연령, 행동연령, 관심사연령에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 그 결과는 다음의 〈표 7〉과 같다.

〈표 7〉의 결과를 살펴보면 감성연령, 외모연령, 행동연령, 관심사연령을 평균한 전체 평균 인지연령의 차이를 살펴보면 TV·연예인 무관심 집단이 가장 높게 나타났으며, 그 외에도 TV·연예인 무관심 집단의 인지연령, 감성연령, 외모연령, 행동연령, 관심사연령이 TV·연예인 다 관심 집단과 TV·연예인 패션동조 집단에 비해 모두 높게 나타났다. 이러한 결과는 TV·연예인에 관심이 있거나 TV·연예인의 패션을 따라 하는 집단들에 비해 무관심한 집단들이 자신의 연령을 더 높게 인지하고 있었다. 즉 TV에 관심을 가지고 연예인을 좋아하며 연예인의 패션을 따라하는 집단들은 자신의 실제 연령에 비해 주관적으로 생각하는 인지연령을 더 어리게 인지하고 있다고 할 수 있다. 감성연령과 외모연령은 TV·연예인 무관심 집단, TV·연예인 다 관심 집단, TV·연예인 패션동조 집단의 순서로 높게 나타났다. 행동연령과 관심사연령은 TV·연예인 무관심 집단이 가장 높게 나타났으며, TV·연예인 다 관심 집단과 TV·연예인 패션동조 집단은 TV·연예인 무관심 집

〈표 7〉 TV·연예인관여의 집단에 따른 인지연령의 차이 분석 결과

TV·연예인관여 집단		TV·연예인 다 관심 집단 (n=123)	TV·연예인 패션동조 집단 (n=148)	TV·연예인 무관심 집단 (n=136)	F-value
a.전체 평균 인지연령	평균	32.06	30.20	36.86	20.766***
	Duncan test	B	B	A	
감성연령	평균	31.63	29.36	35.94	17.803***
	Duncan test	B	C	A	
외모연령	평균	33.33	30.84	37.43	16.017***
	Duncan test	B	C	A	
행동연령	평균	32.14	30.43	37.21	19.021***
	Duncan test	B	B	A	
관심사연령	평균	31.15	30.16	36.84	23.309***
	Duncan test	B	B	A	

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

알파벳은 Duncan test 결과 유의한 차이가 나타난 집단들을 서로 다른 문자로 표시함.

a. = 감성연령, 외모연령, 행동연령, 관심사연령을 평균한 전체 평균 인지연령임.

단에 비해 낮게 나타났다.

이상의 결과 중 TV·연예인 패션동조 집단은 감성연령과 외모연령을 다른 집단보다 더 낮게 인지하고 있었는데 이것은 이 집단의 경우 외모와 감성연령이 다른 집단들 보다 더 낮다고 인지하기 때문에 연예인의 패션도 동조하는 것으로 해석 할 수 있을 것이다. 혹은 반대로 연예인의 패션을 동조함으로써 자신이 더 어려보일 것이라고 생각하고 그에 따른 감성도 더 어리다고 생각하는 때문일 수도 있을 것이다.

3. 연령대에 따른 차이연령(실제연령-인지연령)의 차이

감성연령, 외모연령, 행동연령, 관심사 연령별로 실제 연령대에 따라 차이연령이 다른가를 검증하였다. 여기에서 차이연령이란 실제 연령과 인지 연령의 차이를 말하는 것이다. 또한 감성연령, 외모연령, 행동연령, 관심사연령의 평균인 전체 평균 인지연령도 실제연령에 따라 유의한 차이가 있는지도 검증하였다. 그 결과는 다음의 〈표 8〉과 같다.

연령에 따른 차이연령의 차이를 분석한 결과, 감성연령, 외모연령, 행동연령, 관심사연령, 인지연령에서 유의한 차이가 나타났다. 다음으로 집단 간의 차이를 살펴본 결과, 모든 차이연령에서 50대 집단, 40대 집단, 30대 집단, 20대 집단의 순서로 차이연령이 크게 나타났다. 특히 20대 집단은 다른 집단과 달리 실제 연령에 비해 자신의 연령을 높게 인지하는 것으로 나타났다. 30대 집단은 실제 연령에 비해 인지하는 연령을 평균 2-3세 정도로 낮게 인지하고 있으며, 40대 집단의 차이연령은 평균 5-7세 정도로 30대 집단에 비해 자신의 연령을 더 낮게 인지하는 것으로 나타났다. 50대 집단의 차이연령은 평균 7-10세 정도로 실제 연령과 인지연령의 차이가 가장 큰 것으로 나타났다. 젊은 20대 집단의 경우 자신들이 인지하는 연령을 실제 연령과 비슷하거나 실제 연령에 비해 더 높게 지각하고 있었다. 이러한 결과는 연령이 어릴수록 성인이 되려는 욕구가 높기 때문이라고 할 수 있으며, 또한 자신을 독립적이고 성숙한 개체로 생각하는 경향이 높기 때문이라고 해석할 수도 있다. 반면 30대 이상 집단의 경우는 실제 자신의 연령에 비해 더 젊게 인지하는 것으로 나타났다. 즉 실제 연령이 높아짐에 따라 인지연령은 낮아지므로 차

<표 8> 연령대에 따른 차이연령(실제연령-인지연령)의 차이

차이연령	실제연령대	20대 (n= 101)	30대 (n=106)	40대 (n=106)	50대 (n=94)	F-value
실제-감성연령	평균	0.22	3.99	6.99	10.54	74.398***
	Duncan test	D	C	B	A	
실제-외모연령	평균	-0.50	3.23	5.45	7.20	66.377***
	Duncan test	D	C	B	A	
실제-행동연령	평균	-0.51	2.69	6.07	9.65	66.942***
	Duncan test	D	C	B	A	
실제-관심사연령	평균	-0.87	3.31	7.15	10.36	103.324***
	Duncan test	D	C	B	A	
실제-인지연령 (평균)	평균	-0.42	3.30	6.42	9.44	123.118***
	Duncan test	D	C	B	A	

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

알파벳은 Duncan test 결과 유의한 차이가 나타난 집단들을 서로 다른 문자로 표시함.

이연령이 점점 커지는 것을 알 수 있었다. 이것은 30대 이상의 연령에서는 연령이 들어감에 따라 실제연령에 비해 젊게 살아가고자 하는 경향이 높기 때문이라고 해석 할 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 TV·연예인관여 집단에 따른 뷰티관여와 헤어태도 및 인지연령의 차이를 밝혔다. 또한 연령에 따른 차이연령(실제연령과 인지연령의 차이)의 차이를 밝혔다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, TV·연예인관여의 요인은 TV·연예인 패션동조, TV·연예인 추종, TV프로그램 시청관심의 3개 요인으로 밝혀졌다. 뷰티관여의 요인은 피부 관리 및 표현, 몸매관리, 메이크업 연출, 헤어연출의 4개 요인으로 밝혀졌다. 헤어태도의 요인은 헤어 선도자 동조지향, 헤어 항상성지향, 헤어 개성지향, 헤어 대인지향의 4개 요인으로 밝혀졌다. 둘째, TV·연예인관여 요인에 따른 집단의 유형은 'TV·연예인 다관심 집단', 'TV·연예인 패션동조 집단', 'TV·연예인 무관심 집단'의 3개 집단으로 분류되었다. 셋째, TV·연예인관여의 집단에 따른 뷰티관여의 차이를 분석한 결과, 피부 관리 및 표현, 몸매관리, 메이크업

연출, 헤어연출의 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났다. TV·연예인 다관심 집단은 모든 요인에서 가장 높게 나타났다. TV·연예인 패션동조 집단은 몸매관리, 헤어연출에서 TV·연예인 다관심 집단보다는 낮고 TV·연예인 무관심 집단보다는 높게 나타났다. TV·연예인 무관심 집단은 모든 요인에서 가장 낮게 나타났다. 이런 결과로 TV·연예인관여와 뷰티관여가 서로 관련이 있다는 것을 알 수 있었다. 즉 TV·연예인관여가 높은 사람이 뷰티관여에서도 높은 관여를 보인다는 것을 알 수 있었다. 이러한 결과는 TV 연예인을 통한 관심이 뷰티관여인 외모관리행동에 다양한 자극을 주게 되어 자신의 외모를 비교하고 되돌아보게 한다고 할 수 있다. TV·연예인관여의 집단에 따른 헤어태도의 차이를 분석한 결과, 헤어 선도자 동조지향과 헤어 개성지향 및 헤어 대인지향에서 유의한 차이가 나타났다. TV·연예인 다관심 집단과 TV·연예인 패션동조 집단은 TV·연예인 무관심 집단에 비해 헤어 선도자 동조지향, 헤어 개성지향, 헤어 대인지향 요인을 중요하게 여기고 있는 것으로 나타났다. 또한 헤어 항상성지향 요인은 집단 간 유의한 차이가 없었고 모든 집단에서 평균 3점 이상으로 나타났다. 즉 TV·연예인관여에 상관없이 개인의 이미지에 따라 개인이 추구하는 헤

어스타일을 고수하며, 항상 하던 헤어스타일을 변화시키지 않고 습관적으로 하는 헤어태도가 있음을 알 수 있었다. 이러한 결과로 TV·연예인관여가 헤어태도에 영향을 미친다는 것을 검증할 수 있었다. TV·연예인관여의 집단에 따른 인지연령의 차이를 분석한 결과, 평균점수로 비교해 볼 때, 인지연령과 감성연령, 외모연령, 행동연령, 관심사연령에서 유의한 차이가 나타났다. TV·연예인 무관심 집단은 다른 집단에 비해 전체 인지연령뿐만 아니라 모든 연령에서 인지연령이 높게 나타났다. TV·연예인 다 관심 집단은 TV·연예인 무관심 집단보다 인지연령이 낮고, TV·연예인 패션동조 집단보다는 인지연령이 높게 나타났다. TV·연예인 패션동조 집단은 다른 집단에 비해 모든 인지연령에서 낮게 나타났다. 즉 TV를 많이 시청할수록 매체에 나오는 연예인에 대해 관여하게 되고 연예인의 패션을 동조하는 경향이 커지므로 연예인과 비슷해지려는 행동도 커진다고 할 수 있다. 따라서 TV·연예인 다 관심 집단과 TV·연예인 패션동조 집단은 연예인과 같이 젊어지려는 외모관리 행동을 하려는 노력이 나타난다고 볼 수 있다. 또한 TV·연예인 무관심 집단은 TV의 시청정도가 낮으며 연예인 관여나 연예인 패션동조도 낮기 때문에 연예인보다 주위에 자신의 비슷한 연령의 일반인과 비교하게 되므로 인지연령, 감성연령, 외모연령, 행동연령, 관심사연령의 모든 평균이 높게 나타난 것이라 할 수 있다. 넷째, 연령대에 따른 차이연령(실제연령-인지연령)의 차이를 밝힌 결과, 감성연령, 외모연령, 행동연령, 관심사연령에서 유의한 차이가 나타났다. 모든 차이 연령에서 50대 집단, 40대 집단, 30대 집단, 20대 집단의 순서로 차이연령이 높게 나타났다. 즉 실제 연령이 높아짐에 따라 인지연령은 낮아지므로 차이연령이 높게 나타남을 알 수 있었다.

이상의 연구결과들을 통해 TV·연예인관여의 소비자 집단에 따라 뷰티행동과 헤어태도가 달라짐을 알 수 있었다. 소비자는 대중매체에 많이 접할수록 특정인의 모습이나 유행을 따라가려는 행동이 커짐을 밝혔다. 따라서 뷰티와 헤어 관련 산업체에서도 TV나 다른 대중매체와 연예인들의 영향을 분석하고 이에 따른 다양한 마케팅이 이루어져야 할 것이다.

실제연령과 인지연령의 차이를 연령대별로 밝힘에 따라 실제연령보다 인지연령에 따른 효과적인 커뮤니케이션 전략을 수립해야 할 것이다. 앞으로의 후속 연구에서는 사회적으로 인간의 수명이 늘어남에 따라 연구대상자의 연령을 50대 이상의 연령까지 확대한 연구가 필요하다고 생각된다. 또한 대중매체의 종류에 따른 뷰티나 헤어태도의 차이도 조사한다면 대중매체별 영향력의 차이를 활용한 마케팅 전략이 가능할 것이며, 또한 대중매체의 프로그램에 따른 뷰티나 헤어태도의 차이를 연구한다면 좀 더 구체적인 영향력의 차이를 마케팅 전략에 활용할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 1) 오별 (2012), 중·고등학생의 뷰티관심도와 정보탐색이 뷰티관리행동에 미치는 영향, 서경대학교 대학원 석사학위논문, pp. 8-9.
- 2) 장휘숙 (2010), 주관적 연령이 노인의 자기존중감과 주관적 건강, 죽음 공포 및 우울에 미치는 영향, *한국심리학회지 발달*, 23(4), pp. 1-15.
- 3) 조민희 (2001), TV 의상협찬의 광고효과에 관한 연구 : 소비자 및 마케터의 인식차이를 중심으로, 동아대학교 석사학위논문, pp. 28-31.
- 4) 김수영 (2004), 트윈세대 아동의 의복 관심도, 연예인 동조성, 매스미디어에 관한 연구, 건국대학교 석사학위논문, pp. 18-20.
- 5) 김명희 (2001), 헤어스타일 모방의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 : TV드라마텔런트중심으로, 조선대학교 교육대학원 석사학위논문, pp. 4-14.
- 6) 이경렬, 김상훈, 조민희 (2002), 텔레비전 의상협찬의 광고효과에 관한 소비자 및 마케터간의 인식차이에 관한 연구, *광고학연구*, 56, pp. 161-185.
- 7) 박현주 (2012), 과소비성향이 패션 및 뷰티관여도와 자기만족도에 미치는 영향, 경성대학교 일반대학원 박사학위논문, p. 15.
- 8) 박주비 (2004), 여대생의 신체적 특징 및 신체만족도에 따른 의복행동 및 헤어스타일링 행동에 관한 연구, 조선대학교 대학원 석사학위논문, pp. 9-11.
- 9) 김선희 (2003), 외모에 대한 사회문화적 태도와 외모관리행동에 대한 연구 : 20대 여성을 중심으로, *대한가정학회지*, 41(5), pp. 99-108.
- 10) 최숙희 (2008), 여성의 라이프스타일에 따른 헤어관여 및 헤어태도에 대한 연구, 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문, pp. 12-14.
- 11) 이해원 (2007), 의복관여와 헤어태도 및 헤어관여, 경원대학교 대학원 석사학위논문, pp. 13-20.
- 12) 김미선 (2010), 헤어스타일 결정에 영향을 미치는 개인적 요인과 헤어 태도에 관한 연구, 조선대학교 대

- 학원 박사학위논문, pp. 41-47.
- 13) 이해진 (2011), 여대생의 유행 선도력에 따른 헤어태도에 관한 연구, 서경대학교 대학원 석사학위논문, pp. 29-54.
 - 14) 정희영 (2011), 20대여성의 헤어태도집단에 따른 헤어관여의 차이 연구, *한국미용학회지*, 17(2), pp. 355-362.
 - 15) 정지미 (2008), 인지연령과 브랜드 연령에 대한 조절적 적합이 소비자: 브랜드관계에 미치는 영향, 세종대학교 대학원 박사학위논문, pp. 8-10.
 - 16) 최정원 (2010), 성인 여성의 주관적 연령과 의복쇼핑성향에 관한 연구, *복식*, 60(6), pp. 74-88.
 - 17) 장은주, 유화숙 (2011), 40, 50대 성인의 인지연령과 신체이미지평가, *한국의류산업학회지*, 13(5), pp. 769-777.
 - 18) 이은아, 김미숙, (2000), 주관적 연령에 따른 의복구매행동에 관한 연구, *한국의류학회지*, 24(8), pp. 1254-1265.
 - 19) 홍혜은 (1999), 청소년의 TV미디어스타에 대한 의복동조성에 영향을 미치는 요인, 상명대학교 디자인대학원 석사학위논문, pp. 41-42.
 - 20) 박숙현, 박현주 (2011), 과소소비성향에 따른 뷰티관여도의 연령별 차이 비교, *한국인체미용예술학회지*, 12(4), pp. 67-81.
 - 21) 이해원, 김미영 (2007), 헤어태도 · 헤어 관여의 중요도와 연령에 따른 차이, *복식문화연구*, 15(6), pp. 917-928.
 - 22) Kastenbaum, R., et. al. (1972), The age of me identification, *Journal of Gerontology*, 17, pp. 437-439.