

헤어 태도와 헤어 관여

이혜원 · 김미영[†]

경원대학교 의상학과

A Study on Hairdo Attitude and Hairdo Involvement

Hye Won Lee · Mi Young Kim[†]

Dept. of Clothing, Kyungwon University
(2007. 2. 5. 접수)

Abstract

The purpose of this study was to investigate the factors of hairdo attitude and hairdo involvement, the differences in the hairdo involvement by hairdo attitude. The questionnaires were given to female residents in Seoul and Kyung-gi do during September to October 2006. 406 questionnaires were used for data analysis. The collected data were analyzed using SPSS 12.0 software such as factor analysis, Cronbach's alpha, ANOVA test and Duncan test.

The results of this study were as follows:

1. The hairdo attitude factors were found to be 'leader's fashion conformity', 'distinct individuality', 'constancy', and 'consciousness of others'. The hairdo involvement factors were found to be 'interests in hairdo', 'fashionableness', 'symbolic representation', 'risk awareness', and 'coordination of hairdo'.
2. As for the hairdo attitude, two groups were identified as the highly-oriented group and the lowly-oriented group. There were significant differences in all hairdo involvement factors depending on two groups. Highly-oriented groups of 'leader's fashion conformity' considered more about interests in hairdo, fashionableness, symbolic representation, and coordination of hairdo, except for risk awareness, signalling that the more people respond to leader's fashion, the higher they are involved with hairdo. Highly-oriented group of 'constancy' showed significant differences in fashionableness and risk awareness. Lower level of fashionableness but higher level of risk awareness than the lowly-oriented group. Highly-oriented group of 'consciousness of others' displayed high performance in all factors, implying that the more people respond to feedback and evaluation of others, the higher they are involved with hairdo.

Key words: Hairdo attitude, Hairdo involvement; 헤어 태도, 헤어 관여

I. 서 론

최근 사회 경제적 발전에 따른 소비패턴 변화와 미에 대한 관심 증대 등으로 사람들은 자신의 외모에 대한 다양한 욕구를 추구하게 되었다. 이에 따라 미용산업이 2000년을 전후하여 토탈 패션산업의 주요

영역으로 급속하게 성장하게 되었으며, 헤어는 의류, 화장과 함께 패션경향을 결정하는 주요 요소가 되고 있다(이의수, 1998). 이런 시대적 변화에 따라 의류 분야에서도 의복 뿐 아니라 헤어 관련 연구가 필요하다고 사료된다.

머리는 신체 중 가장 가시적인 부분이며 다양하게 표현될 수 있다. 따라서 사람들은 의복뿐만 아니라 헤어를 통해서도 자신을 나타내고 다른 사람을 지각

[†]Corresponding author

E-mail: mikim@kyungwon.ac.kr

하며 평가한다. 헤어는 신체를 보호할 뿐만 아니라 사람의 성격과 자아개념 등의 사회 심리적인 특성들이 반영되기 때문에 자기표현의 상징적인 수단이 되고 있는 것이다. 따라서 개인마다 자신이 추구하는 가치에 부합하는 태도를 형성하며, 이러한 태도에 따라 헤어에 관한 태도나 헤어에 관여하는 정도가 달라질 것으로 사료된다. 즉 헤어 관련 변인에 대한 연구가 중요시 된다고 하겠다.

지금까지의 헤어에 관한 연구들은 소비자의 태도나 성격, 신체적 특징에 따른 헤어 행동 연구(박주비, 정옥임, 2005; 서윤경, 2003; 신동금, 2004; 임희정, 이희현, 2002; 하주연 외, 2005 등)와 인구통계적 변인에 따른 헤어 행동 연구(김병미, 유미근, 2004; 박숙현 외, 2006; 신동금, 2004; 신동금, 남윤자, 2004; 신효정, 2002; 등), 헤어스타일(김경득, 2002; 안현경, 2005 등)이나 실태에 관한 연구들로 이루어져 왔다. 그러나 이런 연구들은 헤어에 관한 단편적인 연구나 헤어스타일, 실태들이 주를 이루고 있고 연구변인들의 내용이나 개념이 연구마다 달라 헤어 관련 연구를 축적하여 적용하거나 이론을 정립하는데 한계가 있다고 하겠다. 따라서 헤어 관련 변인들에 대한 개념이나 구성차원들에 대한 기초 연구가 선행되어야 할 것이며 이를 기초로 변인들 간의 관계에 대한 연구가 이루어져야 할 것이다. 또한 지금까지 의복 관여에 대한 연구는 많이 이루어져 왔으나 헤어 관여에 관한 연구나 헤어 태도에 대한 연구는 이루어진 것이 없었고, 헤어 태도와 헤어 관여와의 관련성에 대한 연구도 없었다.

따라서 본 연구에서는 앞으로의 헤어 연구의 기초가 될 수 있는 헤어 태도와 헤어 관여의 차원들을 밝혀 각각의 구성개념을 정립하고, 헤어 태도와 헤어 관여의 관계를 알아보고자 한다. 이론적 연구를 통해 헤어 태도와 헤어 관여에 관한 차원들을 추출한 후, 실증적 연구를 통해 차원들을 검증하고, 두 변인과의 관계를 분석하려고 한다.

II. 이론적 배경

1. 헤어 태도

송용섭(1994)은 태도란 소비자가 제품이나 그에 관련된 서비스에 대하여 생각하고, 느끼고, 행동하려는 것을 반영하는 것이라고 하였고, 김원수(1995)는 소

비자 행동에 영향을 미치는 소비자 태도는 장기적이고 지속적인 심리적 요인이라고 하였다. 오의재(1995)는 태도는 대상을 가지고 이에 반응할 준비가 되어 있는 마음의 상태라고 하였다. 따라서 헤어 태도는 헤어에 대하여 생각하고, 느끼고, 행동하려는 것, 헤어 관련 행동에 영향을 미치는 태도, 또는 헤어와 관련된 것에 반응할 준비가 되어 있는 마음의 상태라고 할 수 있다. 즉 헤어 태도는 이상의 태도에 대한 정의에 대상을 헤어에 한정시켜 볼 수 있다. 그러나 헤어 태도에 대한 연구는 아직 미비한 실정이며, 매우 드물었다. 따라서 헤어 행동에 관한 연구들을 살펴보면서 헤어 태도에 관련된 변인들을 살펴보고자 한다.

박주비, 정옥임(2005)은 신체적 특징에 따른 헤어 행동에 대한 연구에서 헤어 동조성, 헤어 개성성, 헤어 심미성, 헤어 의존성의 4개 차원으로 도출하였고, 하주연 외(2005)은 헤어스타일 태도를 헤어스타일 흥미도, 헤어스타일 개성추구, 헤어디자이너 의존성의 3가지 차원으로 도출하였다. 박숙현 외(2006)는 우리나라와 호주 여성의 헤어스타일 행동에 대한 연구에서 본 논문의 헤어 태도와 동일한 개념으로 헤어스타일 행동을 정의하였으며 유행성 추구, 개성 추구, 동조성 추구, 심미성 추구의 4가지 차원으로 분류하였다. 또한 백경진(2003)은 헤어와 관련이 깊은 화장태도 연구에서 화장태도를 유행 지향, 대인관계 지향, 관습지향, 자기만족 지향을 도출하였다. 정현숙(2006)은 미용서비스 소비자의 이원적 충성행동에 대한 연구에서 소비자 특성 중 다양성 추구 성향을 추출하여 미용서비스 소비자의 행동을 살펴보았다.

이상에서 살펴본 기존 연구를 바탕으로 본 연구에서는 헤어 태도의 차원으로 동조 지향, 개성 지향, 대인 지향 태도를 추출하였다. 또 정현숙(2006)의 연구에서 언급된 미용소비자의 다양성 추구 성향 태도와 동일한 태도이나 반대 측면인 항상성 지향을 추출하였다. 각 헤어 관련 태도에 대한 내용을 살펴보면 다음과 같다.

I) 동조 지향

Aronson(1990)은 동조란 실제 또는 가상의 인물이나 집단으로부터 압력을 받아 자신의 행동과 의견을 바꾸는 것이라고 정의하였다. 즉, 동조 행동을 하는 사람은 자신이 가지고 있지 않은 정보를 다른 사람들이 가지고 있다고 믿기 때문에 주어진 행동에 대한 올바른 정보를 얻으려고 동조를 하게 된다는 것이다.

동조를 더하게 혹은 덜하게 하는데 영향을 미치는 중요한 요인으로 집단, 상황, 개인의 특성들이 포함되며 한 집단이 전문가로 구성된 집단일수록 개인은 그 집단의 의견을 신뢰하며 가치를 높게 평가하여 전문성이 높을 수록 더 많은 동조가 일어난다(Deutsch & Gerard, 1955). 헤어에서도 선도자의 영향을 받아 그들과 동조하는 헤어스타일을 하려는 태도를 가진다. 김명희(2000)는 20 대 남녀를 대상으로 헤어스타일 모방의도에 영향을 미치는 요인에 대해 연구한 결과, TV 시청량이 많을수록, 텔런트 관심도가 높을수록, 유행성에 민감하게 반응할수록 텔런트의 헤어스타일을 모방하려는 의도가 많고, 유명 연예인과 동일시하려는 행동이 많을수록 헤어스타일의 모방에 대한 만족이 높게 나타났다고 하였다. 또한 텔런트를 동조하는 행동은 헤어스타일을 모방한 행동에 대해 만족을 느낀 후, 추후 헤어스타일을 다시 모방하려는 행동에 영향을 미친다고 보고하였다.

2) 개성 지향

가치 표현적 태도는 개인이 자신의 가치를 표현하게끔 해주는데, 소비자들은 그들의 가치를 보다 구체적이고 보다 쉽게 나타낼 수 있는 무엇인가로 전환시키기 위한 태도를 지니게 된다(심용섭, 1998). 이러한 특징을 가진 태도를 헤어에서의 차별적 개성 지향적 태도와 관련지어 살펴볼 수 있다. 강혜원(1995)은 동조의 반대 개념을 개성이라 칭하고, 사람은 주어진 규범을 따름으로써 일치감과 소속감을 추구하는 동시에 남과 다른 '독특한 개인'으로서의 특징을 나타내기를 원한다고 하였다. 이러한 양면성은 헤어에도 반영되는 것으로 보인다. 개성적인 사람은 보다 강한 자기 확신과 심리적 안정감을 지니고 창조적이며 심미성, 독특성 및 자기 주장 등의 특성을 나타낸다. 박경애(1987)의 연구에서는 개성이 패션 혁신성 및 의견 선도력과 관련이 있다고 하였다. 또한, 박관순(1991)은 변화 지향성이 높고, 패션 행동에서 선도적 자아개념을 가질수록 개성이 높아진다고 밝혔다.

3) 대인 지향

인간은 태어나면서 그리고 생애 전반에 걸쳐서 다른 사람들과 관계를 맺으며 살아가는 존재이기 때문에 인간이 잘 적응해 나가는데 있어 대인관계가 차지하는 비중은 아주 크며, 삶에 있어서 매우 중요한 부분이다(권석만, 1995). 다른 사람에 대한 판단은 우리

가 항상 의식하지 못하지만 일반적으로 언어 이외의 더 민감한 많은 단서들의 총합에 의해서 이루어진다(강혜원, 1995). 대인지각에 사용되는 비언어적 단서는 동적단서와 정적단서로 이루어지며 정적단서는 신체적 특징과 치장 등이 포함되어 주로 즉각적 판단 단계의 자극으로 사용된다. 신체적 특징은 신장, 체형, 머리, 피부색, 얼굴모습 등이 포함되며, 외모를 치장하는 것은 대상자가 의도적으로 조절할 수 있는 것이므로 대상자가 지닌 특성 판단에 영향을 미친다(Schneider et al., 1979). 즉 외모가 타인에게 평가받는 큰 단서가 되므로, 타인의 동의를 받을 수 있는 헤어를 선택하여 대인관계에서 좋은 인상을 형성하고자 할 것이다.

4) 항상성 지향

Snyder and Fromkin(1980)은 적절한 수준의 유사성 또는 비유사성을 느끼도록 그들의 행동을 바꾼다고 하였다. 따라서 개별화를 추구하게 된다. 하지만 이는 개성 추구와의 개념과는 구별되는 독자적 특성으로 사람들마다 수준의 차이가 있는 개인적 특징이라 할 수 있고, 상황에 따라서 작용의 강도가 다르게 나타나기도 한다. 이러한 개별성으로 분류되는 개념들에는 자기 주장성, 성취 지향성, 자율, 독립 등이 가장 많이 포함되고 있는데 이러한 특성들의 공통점은 이들이 모두 자기 지향적인 개념이라는 것이다. 즉, 자신을 자율적이거나 독립적인 사람으로 지각한다는 것은 암묵적으로 타인과의 관계를 통해 자신을 별개의 존재로 규정함으로써 가능한 것이라 할 수 있다. 이것은 사회심리학에서 제시하는 동조성 모델의 '독립'을 의미하는 것으로 유행에 상관없이 독자적인 스타일의 선택행동으로 볼 수 있다. 즉 비동조이면서, 반동조인 개성과는 차별화되는 개념으로 규범적 기대를 행동의 지침으로 사용되지 않는 것을 의미한다(이은영, 1991).

이러한 독립적인 개별화는 헤어에서도 나타나는데, 자신의 개별성을 인식하여 자신에게만 어울리는 헤어스타일이 있다고 생각하고, 좋아하는 헤어스타일을 고수하여 해오던 대로의 헤어스타일을 하는 것이다. 이는 헤어의 비회복성, 즉 헤어 변형 시 잘못되거나 만족스럽지 않더라도 수정할 수 없기 때문에 헤어를 바꾸는 것에 위험성을 느끼고 항상 같은 헤어를 고수하는 태도를 갖게 되는 것이다. 정현숙(2006)의 연구에서는 이러한 태도의 반대 측면인 헤어스타일 다양성 추구 성향에 대하여 분석하였는데, 유행하는 헤어

스타일에 관심이 많고 유행을 따르며, 한 가지 헤어스타일만 하면 싫증을 느껴 자주 헤어스타일을 바꾸는 태도를 헤어스타일 다양성 추구 성향이라고 하였다.

2. 헤어 관여

의복 관여에 대한 연구는 많이 진행되어 왔으나 헤어 관여의 차원을 밝힌 연구는 없었으므로 본 연구에서는 헤어와 관계가 깊은 의복 관여를 바탕으로(김유덕, 2003; 백경진, 2003; 안소현, 1996; 이영선, 1991; 이은실, 1994; 임경복, 2001; 정미재, 1996; 정영주, 1994; 조은영, 1993; 최은영, 1990) 헤어 관여의 차원을 헤어 관심과 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 위험지각, 헤어 연출성으로 추출하였다. 각 헤어 관여의 내용을 살펴보면 다음과 같다.

1) 헤어 관심과 즐거움

Ryan(1966)은 자기에게 특별히 관심이 있는 자극, 현상, 특질 등에만 선별적으로 노출을 하고, 판단하고, 해석하고, 이해하고, 기억하는 경향이 많고, 관심이 없는 것에 대해서는 무시하고 훌려버리는 경향이 많다고 설명하고 있다. 김원수(1995)는 관심도가 높을수록 소비자는 그 제품이 자신에게 중요한 결과를 미친다거나 중요한 개인적인 목표를 달성하는데 도움이 된다고 하였다. 즉 관심이란 인간행동의 방향과 강도를 결정하는 중요한 요인이라고 할 수 있다. 이 요인들은 그 대상에 대한 각별한 주의를 가지고 열중하게 되며, 이러한 주의와 태도가 자발적인 활동을 촉진하는 동기로서 작용하기 때문에 개인에게 집중적인 주의와 능동적인 태도를 좀 더 촉진시키는 것이 곧 관심의 기능이라고 볼 수 있다(이인자, 1989). Holbrook and Hirschman(1982)은 즐거움을 추구하는 가치는 실용적인 가치보다 더 주관적이고 개인적이며, 일을 완성하는데 목적이 있기보다는 재미와 즐거움을 얻는데 목적이 있다고 하였다.

헤어는 자신의 신체 일부이기 때문에 위에서 살펴본 관심과 즐거움의 정도에 따라 소비자들이 다양한 행동을 보일 것이다. 즉 자신에게 어울리는 헤어스타일이나, 점포, 정보 등에 대한 탐색활동과 평가에 드는 시간과 노력이 많아지게 될 것이다.

2) 헤어 유행성

유행은 하나의 사회적 현상이며, 넓은 의미로는 관

습과 마찬가지로 특정한 시기에 한 집단에 속한 사람들 사이에서 채택되고 허용된 의복, 음식, 동작, 언어 등을 말한다(Anspach, 1967). 따라서 유행은 한 사회 집단 내에서 상당수의 사람들이 그 행위가 시기와 여건에 적절하기 때문에 일시적으로 수용하는 행동 방향이며, 새로운 스타일이나 상품이 소비자에 의해 채택되어지는 사회적 전염 과정이라고 하겠다(Sproles, 1979). 신동금(2004)의 연구에서는 유행에 민감한 소비자일수록 보다 많이 미용실을 이용하고, 지출비용이 높으며, 유명한 미용실을 선호할 것이라는 결과가 나타났다.

3) 헤어 상징성

인간의 행동을 분석하는데 있어서 인간과 사회의 상호관련성을 중요시하는 이론이 상징성 상호작용이론이다. Mead(1934)는 인간의 상호작용에 있어서는 다른 사람을 대할 때에 자기 자신이 내리는 평가가 중요한 역할을 하며 이때에 의미 있는, 즉 무엇이 한 개인이나 집단의 상징이 되는가 하는 것이 인간 상호작용의 중요한 일면이라고 하였다. 이러한 개인이나 집단의 상징이 되는 것 중 하나를 헤어라고 볼 수 있다. 또한 다양한 예술의 표현의지가 인간의 사상과 감정, 정서, 욕망을 표현하는 도구로서 상징의 의미를 갖는다면 헤어스타일을 통해서도 상징의 의미를 유추할 수 있을 것이다(임인숙, 권대순, 2001). 김양휴(1996)는 헤어스타일이 시대, 민족, 개인에 따라서 다양하지만 모두 의복과 관련되어 발전하였으며 계급 차나 성별 등을 나타내는 중요한 상징이 되어 왔다고 하였다.

4) 헤어 위험지각

헤어 관련 행동에서 지각되는 위험으로는 성과적 위험, 신체적 위험, 경제적 위험, 심리적 위험 등이 있다. 성과적 위험은 기대한 서비스를 제공받지 못할 가능성에 대하여 지각하는 위험을 의미한다. 선행연구에서는 이를 성능위험, 성과위험, 기능적 위험 등으로 명명하여 주로 사용 중 기대되는 제품의 기능이나 품질의 유지에 대한 우려로 정의하였다(김찬주, 1992). 신체적 위험은 안전성 결여로 인해 신체가 해를 입거나 두피나 모발이 손상될 가능성에 대하여 지각하는 위험을 의미한다. 특히 헤어는 신체의 일부이므로 신체적 위험이 높게 지각될 가능성이 있다(송기옥, 1999). 경제적 위험은 헤어 디자이너 등의 서비스 제공자를 잘못 선택하여 발생하는 금전적 손실 가능성에 대한 위험지각을 의미한다(유은희, 2004). 심리적 위험은

새로운 헤어스타일이 소비자의 자아이미지와 부합되지 않거나 미적 감각에 합당치 않게 될 가능성에 대하여 지각하게 되는 위험을 의미한다. 선행연구에서는 심리적 위험을 주로 자아개념의 표현이라는 측면에서 강조하였으나, 헤어스타일은 고객의 미적 감각을 표현해 주는 기능이 있으므로 헤어스타일의 심리적 위험의 관점도 포함되어야 할 것이다(김선옥, 1997). 소비자들은 헤어와 관련하여 자신의 만족을 극대화시키고 위험을 최소화시키기 위해 노력한다. 즉 소비자가 헤어에 관련하여 인지하는 위험의 크기가 증가할수록 이에 대한 관여 수준도 증가하므로 위험지각을 헤어 관여의 차원으로 파악하고자 한다.

5) 헤어 연출성

헤어 연출은 개성과 가치를 부여하며 독특한 이미지 연출을 하는데 패션과 더불어 점차 그 중요성이 높아지고 있다(임인숙, 권대순, 2001). 이런 헤어 연출의 관점은 의복이나 화장 등과 함께 전체를 조화롭게 연출하기 위한 토탈 코디네이션의 관점과 헤어 소품 연출의 관점, 상황, 장소, 시간에 맞춰 연출하는 TPO의 관점으로 나눠볼 수 있다.

이상의 이론적 연구를 통해 추출된 헤어 관여의 차원들을 실증적 연구를 통해 확인하고자 한다. 헤어 태도와 헤어 관여는 밀접한 관련이 있을 것으로 추론되나 기존 연구가 없어 문헌적 연구가 어려웠다. 일반적으로 의복 태도와 의복 관여의 관계가 기존 연구들(금혜령, 2000; 이부련, 조은영, 1998)에서 검증이 되었으므로, 이를 기초로 헤어 태도와 헤어 관여의 관계를 추론할 수 있겠다. 따라서 헤어 태도와 헤어 관여의 관계를 살펴보고자 한다.

III. 연구 방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

1. 헤어 태도, 헤어 관여의 차원을 밝힌다.
 - 1-1. 헤어 태도의 차원을 밝힌다.
 - 1-2. 헤어 관여의 차원을 밝힌다.
2. 헤어 태도 집단에 따른 헤어 관여의 차이를 밝힌다.
 - 2-1. 헤어 태도 차원별로 집단을 군집화 한다.
 - 2-2. 군집화 된 집단에 따른 헤어 관여의 차이를 밝힌다.

2. 측정도구

본 연구에서는 설문지를 사용하여 연구내용을 조사하였다. 설문지는 헤어 태도, 헤어 관여, 인구통계적 특성을 묻는 문항으로 구성되었다. 헤어 태도 문항들은 선행연구(박주비, 2004; 정현숙, 2006; 하주연, 2002 등)를 바탕으로 헤어 태도에 맞게 수정하여 총 12문항으로 구성하였다. 헤어 관여 문항들은 비슷한 속성을 가진 의복 관여와 의복 연출, 화장 관여 등의 선행연구(김유덕, 2003; 류은정, 1991; 백경진, 2003; 이영선, 1991 등)의 문항들을 기초로 하여 헤어 관여에 맞도록 연구자가 변형, 수정하여 총 21문항으로 구성하였다.

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구를 수행하기 위해 2006년 7월 대학생을 대상으로 40부의 예비조사를 통하여 문항의 적합성과 문제점 등을 판단한 뒤 문항을 수정하였고, 이를 기초로 자료수집이 이루어졌다. 자료수집은 설문지 응답방식으로 이루어졌으며, 2006년 9월 말부터 10월 초 까지 서울, 경기지역에 거주하는 여성을 대상으로 편의 추출하였다. 500부의 설문지 중 응답내용이 불성실한 것을 제외한 총 406부가 분석에 사용되었다. 분석방법은 SPSS 12.0을 사용하여 요인분석, Cronbach's α 신뢰도 검증, 군집분석, T-test를 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 헤어 태도와 헤어 관여의 차원

우선 헤어에 관한 태도와, 헤어 관여의 차원을 밝히기 위하여 헤어 태도 관련 문항들(21), 헤어 관여 관련 문항들(12)에 대하여 각각 요인분석을 실시하였다. 주성분 분석과 Varimax 직교회전을 이용하였으며, 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's α 신뢰도 검증방법을 실시하였다.

I) 헤어 태도

헤어 태도 차원은 헤어 태도를 묻는 12문항을 요인 분석하여 4개의 차원으로 추출되었으며 그 결과는 <표 1>과 같다.

결과를 살펴보면, 요인 1은 동조에 관련한 헤어 태

<표 1> 헤어 태도 요인분석 결과

요인 1 : 선도자 동조 지향			요인부하량
· 인기 있는 연예인의 헤어스타일을 보면 나도 그렇게 해본다.			.864
· TV 광고나 잡지에 나오는 모델의 헤어를 해본다.			.824
· 다른 사람의 헤어스타일이 멋져 보이면 나도 그렇게 해본다.			.778
고유치 : 2.121	전체변량(%) : 17.671	누적변량(%) : 17.671	Cronbach's α : .773
요인 2 : 차별적 개성 지향			요인부하량
· 평범해 보이고 싶지 않아 독특한 헤어스타일을 한다.			.864
· 남들과 같은 헤어스타일은 너무 지겹고 싫다.			.824
· 헤어를 변화시킬 때 남을 의식하지 않고 내가 원하는 대로 과감히 하는 게 좋다.			.778
고유치 : 2.099	전체변량(%) : 17.490	누적변량(%) : 35.161	Cronbach's α : .733
요인 3 : 항상성 지향			요인부하량
· 나는 나에게 어울리는 헤어스타일이 있다고 생각한다.			.826
· 내가 좋아하는 헤어스타일을 고수한다.			.817
· 유행에 따르기보다 늘 하던 대로 머리를 한다.			.695
고유치 : 1.927	전체변량(%) : 16.058	누적변량(%) : 51.219	Cronbach's α : .710
요인 4 : 대인 지향			요인부하량
· 헤어 손질을 하는 것은 상대방에 대한 예의라고 생각한다.			.810
· 외출 시에는 헤어스타일에 더 신경을 쓰는 편이다.			.758
· 주위사람의 반응을 고려해 과감한 헤어스타일을 하지 못한다.			.662
고유치 : 1.784	전체변량(%) : 14.867	누적변량(%) : 66.086	Cronbach's α : .628

도에 관한 문항으로 구성되어 있다. 곧 연예인이나 주변사람들을 동조하는 것인데 이러한 연예인이나 TV, 광고 모델들은 대부분 패션의 선도자들이므로 이 요인을 ‘선도자 동조 지향’이라고 명명하였다. 요인 2는 헤어 태도에 있어서 다른 사람과 차별되는 개성을 추구하는 문항으로 구성되어 있으므로 ‘차별적 개성 지향’라고 명명하였다. 요인 3은 헤어 태도에 있어 자신만의 스타일을 고수하는 습관적 태도에 관련된 문항으로 구성되어 있으므로 ‘항상성 지향’이라고 명명하였다. 요인 4는 헤어 태도에 있어 다른 사람의 반응과 평가를 중시하는 태도의 문항으로 구성되어 있으므로 ‘대인 지향’이라고 명명하였다.

따라서 본 연구에서는 선도자 동조 지향을 ‘연예인이나 모델 등의 헤어 선도자나, 멋진 머리를 한 주변 사람 등의 영향을 받아 그들과 유사한 헤어스타일을 선택하려는 태도’로, 차별적 개성 지향은 ‘자신의 개성을 표현하고자 남들과 다르고 독특한 헤어스타일을 선택하려는 태도’, 대인 지향을 ‘다른 사람의 평가

와 반응을 중요시하여 타인 의식적인 헤어스타일을 선택하는 태도’, 항상성 지향은 ‘자신의 개별성을 인식하여 자신만의 헤어스타일을 고수하는 습관적 태도’로 각각 정의하고자 한다.

4개 차원에 대한 전체분산의 설명력은 66.086%로 나타났다. 요인별 고유치와 전체변량 중의 백분율을 살펴보면, 선도자 동조 지향(고유치: 2.121, 전체변량: 17.671)이 가장 높게 나타났고, 다음은 차별적 개성 지향(고유치: 2.099, 전체변량: 17.490), 항상성 지향(고유치: 1.927, 전체변량: 16.085), 대인 지향(고유치: 1.784, 전체변량: 14.867) 순으로 나타났다. 4개의 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's α 신뢰도 검증방법을 실시해 분석한 결과, 모든 요인이 α 계수 0.6 이상으로 만족할 만 하였다. 이상의 결과로 이론적 연구를 통해 추출된 차원을 실증적으로 확인 할 수 있었으며, 또 각 차원의 이름은 이론적 연구에서 추출된 차원명과 달리, 요인내용에 따라 약간 수정되었다.

2) 헤어 관여

헤어 관여 차원은 헤어 관여를 묻는 21문항을 요인 분석하여 5개의 차원으로 추출되었으며 그 결과는 <표 2>와 같다.

결과를 살펴보면, 요인 1은 헤어에 대한 관심이나 흥미, 즐거움을 측정하는 문항으로 구성되어 있으므로 '헤

어 관심 및 즐거움'이라고 명명하였다. 요인 2는 헤어 유행에 대한 관심과 수용 정도를 묻는 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 유행성'이라고 명명하였다. 요인 3은 헤어의 사회적 상징에 대한 인식을 묻는 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 상징성'이라고 명명하였다. 요인 4는 헤어 변형 시의 위험지각에 관련된 문항으로 구성

<표 2> 헤어 관여 요인분석 결과

요인 1 : 헤어 관심 및 즐거움		요인부하량
· 헤어의 변화로 나의 이미지가 바뀔 수 있다는 사실이 즐겁다.		.750
· 미용실에 가는 것은 곧 변화를 위한 즐거움이다.		.736
· 머리를 멋있게 했을 때 기분이 좋다.		.692
· 나는 헤어에 신경을 쓰는 편이다.		.666
· 헤어 관련 잡지나 방송 등을 흥미롭게 살펴본다.		.576
· 헤어를 연출해 스타일을 만들 때 즐거움을 느낀다.		.512
고유치 : 3.315	전체변량(%) : 15.785	누적변량(%) : 15.785
		Cronbach's α : .790

요인 2 : 헤어 유행성		요인부하량
· 연예인이나 주워 사람들이 많이 하는 머리스타일을 따라해 본다.		.815
· 새로운 헤어스타일이나 헤어 시술이 유행하면 시도해본다.		.773
· 헤어스타일을 변화시킬 때 유행하는 헤어스타일을 고려한다.		.761
· 유행하는 헤어스타일을 꼭 한번 해 보고 싶을 때가 있다.		.637
고유치 : 2.568	전체변량(%) : 12.227	누적변량(%) : 28.011
		Cronbach's α : .781

요인 3 : 헤어 상징성		요인부하량
· 헤어로 나의 사회적 지위가 나타날 수 있다고 생각한다.		.769
· 헤어로 나의 미적 감각을 나타낼 수 있다고 생각한다.		.749
· 사람들이 나를 평가할 때 헤어가 영향을 줄 수 있다고 생각한다.		.645
· 헤어로 나의 개성을 나타낼 수 있다고 생각한다.		.623
고유치 : 2.284	전체변량(%) : 10.878	누적변량(%) : 38.890
		Cronbach's α : .758

요인 4 : 헤어 위험지각		요인부하량
· 헤어 변형 시 나에게 어울리지 않을까 걱정된다.		.778
· 헤어 변형 시 어떻게 변화를 주어야 할지 결정하기가 어렵다.		.719
· 헤어 손질을 잘못하면 정신적 스트레스를 느낀다.		.696
· 헤어 손질을 잘못하면 경제적, 심리적 손실이 많다고 생각한다.		.665
고유치 : 2.284	전체변량(%) : 10.878	누적변량(%) : 49.768
		Cronbach's α : .711

요인 5 : 헤어 연출성		요인부하량
· 의복, 메이크업, 액세서리 등과 조화되는 헤어스타일을 고려한다.		.784
· 나에게 어울리는 헤어 액세서리를 착용한다.		.728
· TPO(시간, 장소, 경우)에 따라 헤어를 연출해야 한다고 생각한다.		.605
고유치 : 2.096	전체변량(%) : 9.982	누적변량(%) : 59.750
		Cronbach's α : .734

되어 있으므로 ‘헤어 위험지각’이라고 명명하였다. 요인 5는 헤어를 연출하고 조화시키는 문항으로 구성되어 ‘헤어 연출성’이라고 명명하였다.

따라서 본 연구에서는 헤어 관심 및 즐거움을 ‘헤어 스타일 변화의 즐거움, 평소 헤어에 신경 쓰는 정도와 관심’으로 정의하고자 한다. 헤어 유행성은 ‘헤어의 유행에 관심을 가지며 유행하는 스타일을 좋아하고 자신의 헤어스타일에 유행을 수용하는 정도’, 헤어 상징성은 ‘헤어로 상징되는 사회적 지위, 미적 감각, 개성 및 다른 사람의 평가기준 수단 등’, 헤어 위험지각은 ‘헤어 손질을 잘못 받게 되었을 때의 정신적 스트레스와 경제적, 심리적 손실문제 및 헤어 변화의 어려움’, 헤어 연출성은 의복, 화장, 액세서리 등을 고려한 헤어스타일 연출, 헤어 액세서리 착용 등의 소품 연출, TPO에 적절한 헤어 연출 등으로 하고자 한다.

5개 차원에 대한 전체분산의 설명력은 59.750%로 나타났다. 요인별 고유치와 전체변량 중의 백분율을 살펴보면, 헤어 관심 및 즐거움(고유치: 3.315, 전체변량: 15.785)이 가장 높게 나타났고, 다음은 헤어 유행성(고유치: 2.568, 전체변량: 12.227), 헤어 상징성(고유치: 2.284, 전체변량: 10.878), 헤어 위험지각(고유치: 2.284, 전체변량: 10.878), 헤어 연출성(고유치: 2.096, 전체변량: 9.982) 순으로 나타났다. 5개의 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's α 신뢰도 검증방법을 실시해 분석한 결과, 모든 요인이 α 계수 0.6 이상으로 만족할 만 하였다. 이상의 결과로 이론적 연구를 통해 추출된 차원을 실증적으로 확인할 수 있었으며, 각 차원의 이름과 요인내용은 이론적 연구에서 추출된 차원과 일치되었다.

2. 헤어 태도 집단에 따른 헤어 관여의 차이

우선 헤어 태도 차원에 따른 집단을 유형화하여 해

어 태도 집단에 따른 헤어 관여의 차이를 알아보았다. 헤어 태도 차원별로 각 차원의 점수가 높은 고집단과 낮은 저집단으로 유형화하기 위하여 2개의 집단으로 군집분석을 하였다. 군집분석 결과 유형화된 두 집단이 유의한 차이가 있는 집단으로 분류되었는가를 검증하기 위하여 각 차원별로 T-test를 하였다. 그 결과 모든 차원에서 유의하게 나타났다. 각 차원별로 점수가 높게 나타난 집단을 고집단, 낮게 나타난 집단을 저집단으로 명명하였다.

I) 선도자 동조 지향 고저집단에 따른 헤어 관여의 차이

선도자 동조 지향 집단에 따라 헤어 관여에 차이가 있는지 알아보기 위해 T-test를 실시한 결과, 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 위험지각, 헤어 연출성에서 모두 유의한 차이가 나타났다. 그 결과는 <표 3>과 같다.

헤어 태도를 볼 때 선도자에 동조하는 경향이 큰 집단이 헤어 관여에 있어서도 관심 및 즐거움이 크고, 유행성, 상징성을 중요하게 여기며, 연출에 더 많은 신경을 쓴다는 것을 알 수 있다. 반면 헤어 변화에 있어서는 위험지각이 크다는 것도 알 수 있다. 선도자 동조 지향 고집단은 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 상징성, 헤어 위험지각, 헤어 연출성 차원에서의 평균점수가 3.5점 이상으로 높게 나타나 이를 차원을 매우 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 헤어 유행성 차원의 점수는 중간점수인 3점에 가까운 2.95점으로 나타나 선도자 동조 지향 고집단이 선도자 동조 지향 저집단보다 유행성을 더 고려하기는 하지만, 보통 정도로 중요하게 인지하는 것으로 나타났다. 주변사람이나 연예인들의 헤어스타일을 동조하려는 경향이 큰 사람이어도 헤어 유행성에 대체로 낮은 수준으로 관여한다는 것을 알 수 있다. 이것은 헤어 선도자를 동조하려는 경향이 높다 해도 이것을 자신의 스타일로

<표 3> 선도자 동조 지향 고저집단에 따른 헤어 관여의 차이

선도자 동조 지향 집단 헤어 관여	선도자 동조 지향 고집단	선도자 동조 지향 저집단	T-test
헤어 관심 및 즐거움	3.82	3.47	5.824***
헤어 유행성	2.95	2.25	9.239***
헤어 상징성	3.73	3.45	3.883***
헤어 위험지각	3.70	3.48	2.828**
헤어 연출성	3.66	3.18	6.047***

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

완화하여 적용하기 때문인 것으로 해석된다. 이는 의복에서 의견 선도자와 혁신자가 일치하지 않을 수도 있다는 이론과 일치하는 결과라고 하겠다. 선도자 동조 지향 저집단은 평균점수를 보면 특히 유행성 차원에서 낮게 나타났다. 이것은 헤어 선도자들이 주로 유행하는 스타일을 하는 경향이 있으므로, 이들에 대한 동조 지향성이 낮다는 것은 유행을 쉽게 채택하지 못하기 때문이라고 할 수 있다. 모든 차원에서 선도자 동조 지향 고집단보다는 유의하게 낮은 것으로 나타났다.

2) 차별적 개성 지향 고저집단에 따른 헤어 관여의 차이
차별적 개성 지향 집단에 따라 헤어 관여에 차이가 있는지 알아보기 위해 T-test를 실시한 결과, 역시 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 위험지각, 헤어 연출성에서 모두 유의한 차이가 나타났다. 그 결과는 <표 4>와 같다.

차별적 개성 지향 고집단은 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 상징성, 헤어 유행성, 헤어 연출성 차원에서 유의하게 높은 것으로 나타나 개성을 지향하는 태도를 가질수록 헤어에 대한 관심이 많고, 헤어를 통한 즐거움을 추구하려고 하는 것으로 나타났다. 또한 유행성을 더 많이 고려하고, 헤어의 연출에 더 많은 신경을 쓰는 것을 알 수 있다. 반면 헤어 위험지각 차원에

서는 차별적 개성 지향 고집단보다 낮은 점수로 유의하게 나타나 차별적 개성 지향 고집단이 헤어 관여에 있어 위험을 덜 지각한다는 것을 알 수 있다. 이런 결과는 차별적 개성 지향성이 높은 고집단은 헤어에 변화를 줄 경우 수반되는 위험성, 즉 신체의 일부이며 비회복성을 갖는 점 등을 덜 지각하기 때문이라고 하겠다. 차별적 개성 지향 저집단은 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 연출성 차원에서 차별적 개성 지향 고집단보다 낮은 것으로 나타났다. 헤어 위험지각 차원은 차별적 개성 지향 고집단보다 높은 점수로 유의하게 나타났다. 이것으로 차별적 개성을 지향하는 경향이 낮을수록 헤어 변화에 대한 위험성을 크게 지각하는 것이라는 일반적인 인식을 검증할 수 있었다.

3) 항상성 지향 고저집단에 따른 헤어 관여의 차이

항상성 지향 집단에 따라 헤어 관여에 차이가 있는지 알아보기 위해 T-test를 실시한 결과, 헤어 유행성, 헤어 위험지각 차원에서 유의한 차이가 나타났다. T-test 결과는 <표 5>와 같다.

<표 5>의 결과를 살펴보면, 헤어 유행성과 헤어 위험지각에서는 고집단과 저집단간에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으나, 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 상징성, 헤어 연출성 차원에서는 차이가 없는 것으로

<표 4> 차별적 개성 지향 고저집단에 따른 헤어 관여의 차이

차별적 개성 지향 집단 헤어 관여	차별적 개성 지향 고집단	차별적 개성 지향 저집단	T-test
헤어 관심 및 즐거움	3.85	3.64	3.940***
헤어 유행성	2.89	2.69	2.733**
헤어 상징성	3.79	3.56	3.802***
헤어 위험지각	3.55	3.74	-2.744**
헤어 연출성	3.67	3.43	3.442***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<표 5> 항상성 지향 고저집단에 따른 헤어 관여의 차이

항상성 지향 집단 헤어 관여	항상성 지향 고집단	항상성 지향 저집단	T-test
헤어 관심 및 즐거움	3.73	3.76	.381
헤어 유행성	2.74	2.93	2.366*
헤어 상징성	3.68	3.60	-1.152
헤어 위험지각	3.69	3.50	-2.325*
헤어 연출성	3.54	3.56	.257

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

나타났다.

즉, 항상성을 지향하는 경향이 큰 고집단은 헤어 관여에 있어서 유행성을 덜 고려하고 위험지각을 많이 하는 것으로 나타났다. 이런 결과는 이 집단이 헤어에 대해 늘 하던 스타일을 고수하는 습관적인 태도가 높은 집단이기 때문에 새로운 유행을 자신의 헤어에 적용시키기에는 두려움과 거부감이 크며, 헤어스타일에 변화를 주는 것은 위험부담이 크다고 생각하는 것으로 해석된다. 그러나 다른 차원들은 저집단과 유의한 차이가 나타나지 않았다. 이것은 항상 자신의 스타일을 유지하는 사람도 헤어에 대한 관심과 즐거움, 연출, 헤어를 통한 신분 상징성에서는 항상성 지향 저집단과 차이가 없다는 것이다. 즉 우리가 일반적으로 항상 같은 헤어스타일과 자신이 늘 하던 헤어스타일을 고수하는 사람은 헤어에 대한 관여가 낮을 것이라고 인식해 왔으나 이번 연구의 결과로 이런 인식과는 차이가 있다는 것을 알 수 있었다. 항상성 지향 저집단은 헤어 유행성을 더 고려하고 헤어 위험지각을 덜 하는 것을 알 수 있다. 즉 이 집단은 자신이 해왔던 헤어스타일을 고수하거나, 자신에게 어울리는 스타일만을 고집하려는 경향이 적기 때문에 항상성 지향 고집단보다 새로운 유행의 수용력의 높고, 다른 헤어스타일로의 변화에 거부감이 적은 것으로 해석할 수 있다.

4) 대인 지향 고저집단에 따른 헤어 관여의 차이

대인 지향 집단에 따라 헤어 관여에 차이가 있는지 알아보기 위해 T-test를 실시한 결과, 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 위험지각, 헤어 연출성 차원에서 모두 유의한 차이가 나타났다. 그 결과는 <표 6>과 같다.

이상의 결과로 볼 때, 대인 지향이 높은 고집단이 헤어 관여에 있어서도 관심 및 즐거움이 크고, 유행

성과 상징성 및 연출성을 중요시 여기며 헤어를 변화 시키는 데 위험지각이 높은 것으로 나타났다.

대인 지향 고집단은 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 상징성, 헤어 위험지각, 헤어 연출성 차원에서의 평균점수가 3.5점 이상으로 높게 나타나 이를 차원을 매우 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 이런 결과는 다른 사람의 반응과 평가를 중요시하고 신경 쓰는 태도를 가질수록 자신의 외모 관리에 더 적극적으로 관여하기 때문이라고 하겠다. 대인 지향 저집단은 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 연출성 차원에서 대인 지향 고집단보다 낮은 것으로 나타났다.

이상의 결과들에서 보면 특히 헤어 관여 중 특히 유행성 차원은 모든 고집단들에서도 중간점수인 3점 보다 낮게 나타나 일반적으로 우리나라의 헤어 소비자들은 헤어의 유행성에 낮게 관여하고 있음을 알 수 있었다.

V. 결 론

본 연구에서는 최근 들어 관심이 높아지고 있는 헤어 관련 변인에 대한 연구로 헤어 태도와 헤어 관여의 차원들을 밝혀 각각의 구성개념을 정립하고, 헤어 태도 집단에 따른 헤어 관여의 차이를 밝히고자 하였다. 연구방법은 이론적 연구를 통해 헤어 태도와 헤어 관여에 관한 차원들을 추출한 후 실증적 연구를 통해 차원들을 검증하고 두 변인간의 관계를 밝혔다.

연구결과, 헤어 태도 차원은 선도자 동조 지향, 차별적 개성 지향, 항상성 지향, 대인 지향으로 밝혀졌다. 헤어 관여 차원은 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 위험지각, 헤어 연출성으로 밝혀졌다.

다음은 헤어 태도의 선도자 동조 지향, 차별적 개

<표 6> 대인 지향 고저집단에 따른 헤어 관여의 차이

헤어 관여	대인 지향 집단	대인 지향 고집단	대인 지향 저집단	T-test
헤어 관심 및 즐거움	3.83	3.60	-4.179***	
헤어 유행성	2.87	2.64	-3.284**	
헤어 상징성	3.79	3.47	-5.110***	
헤어 위험지각	3.80	3.41	-5.864***	
헤어 연출성	3.65	3.38	-3.770***	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

성 지향, 항상성 지향, 대인 지향 각 차원별로 점수가 높게 나타난 집단을 고집단, 낮게 나타난 집단을 저집단으로 군집화 한 후 각 집단에 따른 헤어 관여의 차이를 알아보았다. 구체적인 결과는 다음과 같다.

첫째, 선도자 동조 지향 고집단은 저집단보다 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 위험지각, 헤어 연출성의 모든 차원에서 더 높게 나타났다. 즉 선도자를 동조하는 경향이 큰 집단일수록 헤어 관여가 더 높은 것을 알 수 있다. 그러나 헤어 위험지각 차원도 높게 나타나 선도자를 동조하는 경향은 있지만 위험지각도 높기 때문에 실제로 선도자의 스타일을 그대로 따라하지는 않을 수도 있을 것이다. 즉 선도자들의 스타일을 자신의 헤어스타일에 맞춰 응용하는 정도나 부분적으로 따라하는 정도일 수도 있을 것이다. 둘째, 차별적 개성 지향 고집단은 저집단보다 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 연출성의 차원에서 더 높게 나타났고, 헤어 위험성 차원에서는 더 낮게 나타났다. 즉 차별적 개성 지향성이 높은 사람일수록 헤어 변화로 생기는 위험성을 덜 지각하여 다양한 변화를 시도할 가능성이 있음을 시사한다고 할 수 있다. 셋째, 항상성 지향 고저 집단에 따른 헤어 관여의 차이는 헤어 유행성과 헤어 위험지각 차원에서만 나타났다. 즉 항상성 지향 고집단은 저집단보다 헤어 유행성을 더 낮게 인식하고, 위험성은 더 크게 인식하는 것으로 나타났다. 이런 결과로 항상성 지향성이 높을수록 새로운 유행을 받아들이는데 두려움과 거부감이 크며, 헤어스타일에 변화를 주는 위험부담을 크다고 느끼는 것을 알 수 있다. 넷째, 대인 지향 고집단은 저집단보다 모든 차원에서 높게 나타나, 다른 사람의 반응과 평가를 중요시하는 대인 지향적인 태도를 가질수록 헤어 관여가 높다는 것이 검증되었다. 그러나 전반적으로 모든 고집단들에서도 헤어 관여 중 유행성 차원에서는 중간점수인 3점보다 낮게 나타나 일반적으로 우리나라의 헤어 소비자들은 헤어의 유행성에 낮게 관여하고 있음을 알 수 있었다. 이는 우리나라 헤어 소비자들이 보수적인 경향이 있다는 것을 시사하는 것으로 앞으로 헤어 시장의 다양화를 위해서는 헤어 유행에 대한 전환적이고 자극적인 마케팅도 필요하리라 생각된다. 또한 헤어 위험지각을 낮추기 위한 다양한 방법, 즉 컴퓨터를 활용하여 헤어스타일을 바꿔보는 이미지 사진 활용의 일반화 등도 필요할 것이다.

본 연구를 통해 헤어에 관한 기존의 일반적인 인식

들을 검증할 수 있었고, 반대로 일부 일반적 인식들과 차이가 있는 결과를 통해 헤어에 관한 새로운 지식을 밝힐 수 있었다. 또한 헤어 태도와 헤어 관여의 차원을 밝힘으로써 헤어 연구의 기초를 마련할 수 있었다.

본 연구의 제한점으로는 헤어에 관한 기초 연구가 부족하여 문헌고찰이 어려웠다는 점이다. 앞으로의 후속 연구에서는 헤어에 관한 다양한 변인들에 대한 연구가 이루어져야 할 것이며, 의복과 관련된 연구도 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 강혜원. (1995). *의상사회심리학*. 서울: 교문사.
- 권석만. (1995). 대학생의 대인관계 부적응에 대한 인지행동 적 설명 모형. *서울대학생 연구*, 30(1), 38-63.
- 금혜령. (2000). 노년기 여성의 의복 관여와 의복 구매행동에 관한 연구. 고려대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김경득. (2002). 서양 현대 연기자의 헤어스타일에 관한 연구. 대구가톨릭대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김명희. (2000). 헤어스타일 모방의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구-TV 드라마 텔런트 중심으로-. 조선대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 김병미, 유미근. (2004). 대학생의 헤어 패션 행동에 관한 조사연구. *한국의상디자인학회지*, 6(1), 1-12.
- 김선옥. (1997). 미용서비스 품질인식에 관한 실증적 연구. 배재대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김양휴. (1996). 패션 헤어스타일의 선호와 성격간의 상관성 연구. 건국대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김원수. (1995). 경영윤리론. 서울: 서울대학교출판부.
- 김유덕. (2003). 중·노년층 여성의 의복 추구 이미지와 의복 관심과의 관계. 경원대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김찬주. (1992). 의복 구매에 관련된 위험지각과 위험감소행동에 관한 연구. 동국대학교 대학원 박사학위 논문.
- 류은정. (1991). 의복 관여도에 따른 의복 구매행동에 관한 연구. 서울시내 여대생을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박경애. (1987). 패션 확산 전략에 개성개념의 적용에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박관순. (1991). 패션에 대한自我概念과 性格特性이 依履行動에 미치는影響. 계명대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박주현, 류은혜, 이순덕. (2006). 한국과 호주 여성의 헤어스타일 행동 및 선호도 비교. *한국생활과학회지*, 15(1), 129-139.
- 박주비. (2004). 여대생의 신체적 특징 및 신체만족도에 따른 의복 행동 및 헤어스타일 행동에 관한 연구. 조선대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박주비, 정옥임. (2005). 여대생의 신체적 특징에 따른 의복

- 행동 및 헤어스타일 행동에 관한 연구. *대한가정학회지*, 43(6), 97-112.
- 백경진. (2003). *화장행동과 화장품 구매행동 및 영향 변인—의복 관여, 연령, 얼굴만족도 변인을 중심으로*. 경원대학교 대학원 석사학위 논문.
- 서윤경. (2003). 여대생의 성격 유형에 따른 헤어스타일과 헤어 컬러와의 관계. 숙명여자대학교 원격학장산업대학원 석사학위 논문.
- 송기우. (1999). 서비스 조직에 있어서의 내부 마케팅 전략 연구—미용업을 중심으로. 숙명여자대학교 경영대학원 석사학위 논문.
- 송용섭. (1994). *현대마아케팅론*. 서울: 법문사.
- 신동금. (2004). 인구통계적 특성과 유행태도에 따른 헤어 미용실 소비행태. 경희대학교 대학원 석사학위 논문.
- 신동금, 남윤자. (2004). 소득과 소비지출에 따른 미용실에서의 구매행동 차이연구. *한국미용학회지*, 10(2), 117-122.
- 신효정. (2002). 현대 여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구. 건국대학교 대학원 박사학위 논문.
- 심용섭. (1998). 구매만족도가 소비자 태도에 미치는 영향에 관한 연구: 인터넷 쇼핑몰과 현실시장의 비교를 중심으로. 동국대학교 대학원 석사학위 논문.
- 안소현. (1996). *외국상표 의류에 대한 소비자 쇼핑성향 연구: 의복관여, 자민족중심주의, 원산지 효과와의 관련을 중심으로*. 부산대학교 대학원 석사학위 논문.
- 안현경. (2005). *헤어스타일 演出에 關한 研究: 首都圈 20代 女性的 얼굴形과 헤어 패션 感覺을 中心으로*. 이화여자대학교 대학원 박사학위 논문.
- 애런슨, 엘리어트. (1972). *사회적 심리학: 사회적 동물*. 윤진, 최상진 옮김 (1990). 서울: 탐구당.
- 오의재. (1995). 구매 후 의복평가기준에 관한 연구—만족도, 상표태도 재구매의도와의 관계를 중심으로. 충남대학교 대학원 석사학위 논문.
- 유은희. (2004). 헤어 미용 상품별 서비스의 위험지각과 만족에 관한 연구. 용인대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이부련, 조은영. (1998). 남, 여대학생의 의복 태도 연구—의복 관여, 정보원천사용, 상표충성도를 중심으로. *사회과학 연구*, 5(5), 169-186.
- 이영선. (1991). 소비자의 의복 관여와 외적 정보탐색. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이은실. (1994). 노년기 여성의 의복 관여와 라이프스타일에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이은영. (1991). *패션마케팅*. 서울: 교문사.
- 이의수. (1998). *모발과학*. 서울: 현문사.
- 이인자. (1989). 의상 흥미의 국제간 비교연구 I: 일본과 대만 여대생을 중심으로. *건국대학교 연구보고*, 12(9), 55-68.
- 임경복. (2001). 지각된 위험과 의복 관여가 정보탐색 활동에 미치는 영향—대학생을 중심으로. *한국의류학회지*, 25(2), 206-216.
- 임인숙, 권대순. (2001). 헤어 연출의 창의적 방법연구(헤어 피스 제작을 중심으로). *한국미용학회지*, 7(1), 41-63.
- 임희정, 이희현. (2002). 대학생들의 개인적 特性과 性格에 따른 헤어스타일 形態에 관한 연구: 영동지역 여대생을 중심으로. *한국의상디자인학회지*, 4(1), 35-59.
- 정미재. (1996). 의복 관여와 상표확장과의 상관성 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 정영주. (1994). 의복 관여와 준거집단 영향력과의 상관성 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 정현숙. (2006). 미용서비스 소비자의 인적충성과 점포충성에 관한 이원적 충성행동 연구. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 조은영. (1993). 의복관여에 따른 제품평가기준과 불만족 요인에 관한 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위 논문.
- 최은영. (1990). 의복에 대한 소비자 관여 연구. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 하주연. (2002). 여고생의 감각추구성향과 신체이미지에 따른 의복행동 및 헤어스타일 선호. 연세대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 하주연, 고애란, 정미실. (2005). 여고생의 감각 추구 성향과 신체이미지에 따른 의복 행동 및 헤어스타일 태도. *복식*, 29(5), 715-726.
- Anspach, K. (1967). *The why of fashion*. Ames: Iowa State University Press.
- Deutsch, M. & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgement. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, 629-636.
- Holbrook, M. B. & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ryan, M. S. (1966). *Clothing: A study in human behavior*. N.Y.: Holt, Rinehart and Winston.
- Schneider, D. J., Hastorf, A. H., & Ellsworth, P. C. (1979). *Person perception*. Reading, Mass: Addison-Wesley.
- Snyder, C. R. & Fromkin, H. L. (1980). *Uniqueness: The human pursuit of difference*. New York: Plenum.
- Sproles, G. B. (1979). *Fashion: Consumer behavior toward dress*. Minneapolis: Burgess Publishing Company.