

# 의복관여에 따른 헤어관여와 헤어태도의 차이 및 헤어실태

이혜원·김미영\*

경원대학교 대학원 의상학과·경원대학교 의상학과 교수\*\*

## Hairdo Involvement · Hairdo Attitude Differences Depending on Clothing Involvement and Actual Conditions of Hairdo

Hye-Weon Lee · Mi-Young Kim\*\*

Dept. of Clothing, Kyungwon University

Prof., Dept. of Clothing, Kyungwon University\*\*

(2007. 7. 23. 접수, 2007. 8. 30. 채택)

### Abstract

The purpose of this study was to investigate the differences in the hairdo involvement and hairdo attitude influenced by clothing involvement. In addition, actual conditions of hairdo were investigated.

The questionnaires were given to female residents in Seoul and Gyeong-gi province during September to October 2006. Four hundred and six questionnaires were used for data analysis. The collected data were analyzed by using SPSS 12.0 software with various techniques such as factor analysis, Cronbach's alpha, cluster analysis, ANOVA test, Duncan test, frequency analysis and  $X^2$ -test.

The results of this study were as follows;

1. The factors for clothing involvement were found to be interests and pleasure in clothes, coordination of clothes, symbolic representation, fashionableness, and risk awareness. The hairdo involvement factors were found to be interests and pleasure in hairdo, fashionableness, symbolic representation, risk awareness, and coordination of hairdo. The factors for attitude toward hairdo were found to be orientations toward leader's fashion conformity, distinct individuality, constancy, and consciousness of others. 2. According to the level of clothing involvement, three types of group were defined. When difference in the hairdo involvement was analyzed, all factors showed significant differences. When difference in the hairdo attitude was analyzed, significant differences were found in orientations toward leader's fashion conformity, distinct individuality and consciousness of others. 3. Reason for choosing hair style is 'it's because they wanted the hair style', 'it's easy to groom', 'it's what they usually choose'. Average hair grooming time is less than 5 minute had higher rate, and then less than 10 minute came second. The money spend on buying consumption goods for hair treatment per month had the highest rate on spending 10,000 to 20,000won, and the source of information on hairdo had the highest rate on hairdresser. The reason for choosing hair saloon had the highest rate on hairdressing skill, which shows that people choose hair saloons which they can trust on hair saloon's hairdressing skill.

**Key Words:** Clothing involvement(의복관여), Hairdo involvement(헤어관여), Hairdo attitude(헤어태도), Actual conditions of hairdo(헤어실태)

---

\*Corresponding author ; Mi-Young Kim

Tel. +82-31-750-5954, Fax. +82-31-750-5954

E-mail : mikim@mail.kyungwon.ac.kr

## I. 서론

최근의 사회 경제적 변화와 생활수준의 향상으로 현대인은 기본적인 욕구 외에 건강과 아름다움 등의 다양한 욕구를 추구하게 되었다. 특히 외모에 대한 관심이 많아졌으며 외모를 헤어, 의복, 화장 등의 토탈 패션으로 표현하고자 한다(소영진, 2001). 20세기에 들어와 기성복이 일반화되면서 다양한 자기 연출이 가능한 헤어와 메이크업에 대한 관심이 점점 높아지고 있는 것이다(김희숙, 1993). 헤어스타일은 영향력 있는 여러 가지 신체적 외모 변인 중의 하나로서 사회의 개방화에 따라 젊은이들 사이에서 개성 표현의 수단이 되고, 매스미디어의 확산에 따른 급속한 유행 및 계속적인 변화 속에서 더욱 중요한 문화가 되어 가고 있다(Cash, 1985).

헤어는 모두 의복과 관련되어 발전해 왔으며(김양휴, 1996), 인체를 바탕으로 하는 표현이라는 점에서 의복과 중요한 공통점을 가지고 있다. 현대에는 외형적인 특징들이 더욱 중요시되면서 토탈 코디네이션이 부각되는 추세로, 소비자들은 의복과 헤어를 함께 조화시켜 연출하고자 한다. 따라서 의복과 헤어의 관련성을 파악하는 연구가 필요시 되고 있다.

헤어는 신체의 일부로서의 기본적 기능성 외에 자기표현 수단으로의 상징적 의미를 가지며 사회 심리적 특성에도 크게 관련된다. 그렇기 때문에 소비자들이 헤어에 관심을 갖거나 스타일을 채택하고, 또한 헤어관련 구매 결정을 하는데 있어 헤어에 대한 관여정도나 태도에 따라 다르게 반응할 것으로 사료된다. 지금까지 헤어에 관한 선행 연구들은 소비자의 성향과 특성 변인에 따른 헤어행동 연구(박주비, 정옥임, 2005; 서윤경, 김주덕, 2003; 신동금, 2004; 임희정, 이희현, 2002; 하주연, 고애란, 정미실, 2005 등)와 인구통계적 변인에 따른 헤어행동 연구(김병미, 유미근, 2004; 박숙현, 류은혜, 이순덕, 2006; 신동금, 남윤자, 2004; 신효정, 2002; 신동금, 2003 등)들이 2000년 이후부터 단편적으로 진행되어 왔다. 헤어 관여에 관한 연구나 헤어 태도에 대한 연구는 이루어진 것이 없었기 때문에 의복관여와 헤어변인과의 관계를 밝히기 위해서 우선 이들의 개념이나 구성 차원에 대한 고찰과 검증

이 선행되어야 할 것이다.

따라서 본 연구에서는 헤어관여와 헤어태도의 차원을 밝힌 후 의복관여에 따른 이들의 차이를 밝히고자 한다. 이와 더불어 최근 소비자들의 헤어실태 경향도 함께 살펴보도록 하겠다.

## II. 이론적 배경

### 1. 의복관여

의복관여란 의복에 대한 개인의 가치와 욕구, 자아개념과 함께 감정적 애착을 반영하는데, 과정적 관점에서는 특정한 상황의 자극에 의해 야기되는 개인에게 지각된 의류제품에 대한 중요성이나 관심의 수준으로 정의될 수 있으며, 행동적 관점에서는 의복과 관련된 행동을 수행하는데 드는 시간과 노력의 정도로 정의될 수 있다(이영선, 2000).

의복행동에 관여의 개념이 적용되기 시작한 것은 1970년대부터이며, 1980년대에 본격적인 연구가 이루어져 왔다. 이후 계속된 의복관여에 관한 연구는 유행이나 의복에 관련된 흥미, 역할 중요도, 의복에 대한 태도 등 연구에 필수적인 측정 변인들이 포함되어 왔다. 소비자 행동들에 영향을 미치는 관여의 작용들에 관한 연구는 유행선도력, 정보탐색, 의복구매 행동, 의복 쇼핑행동, 구매 후 평가가 주를 이룬다.

의복관여의 차원에 대하여 살펴보면, 이영선(1991)은 관여와 소비자의 외적 정보 탐색에 대하여 문헌 연구를 중심으로 연구하여 6가지 의복관여의 차원을 도출하고, 소비자의 외적 정보 탐색을 의복에 적용시킨 결과 이론적 연구의 6가지 차원을 상징성, 관심, 유행, 즐거움, 위험지각의 5가지 차원으로 분리하여 이를 통해 의복관여가 다차원적임을 증명하였다. 조은영(1993)은 의복관여에 따른 제품평가기준과 불만족 요인에 대한 연구에서 이영선의 의복관여척도를 수정·보완하여 측정하였는데, 요인분석결과 유행, 즐거움, 상징성, 위험지각의 4개 차원으로 분석되었다. 이 외에도 이은실(1994)은 의복즐거움, 의복상징성, 의복위험지각, 의복관심의 4개 차원을 추출해 내 의복관여가 다차원적인 것임

을 밝혔으며 4개 차원 상호간에도 정적인 상관관계가 있다고 하였다. 정미재 등(1997)은 의복관여 차원으로 관심, 유행, 위험지각, 상징성의 4개 차원을 추출하였고, 정영주(1993)는 관심, 즐거움, 상징성, 유행, 중요성, 위험지각 5요인, 안소현(1997)은 유행관심, 상징성, 즐거운 관심, 조화지향, 심미성표현, 위험지각의 6개 차원으로 추출하였으며, 임경복(2001)은 유행성, 즐거움, 의복 중요성, 상징성의 4개 차원으로 추출하였다. 김유덕(2002)은 의복관여 차원으로 상표지향, 유행추구, 의복연출, 사회적 즐거움, 실용성추구 등 5개의 차원을 추출하였고, 백경진(2003)은 흥미 및 즐거움, 유행성, 의복상징, 의복연출 차원을 추출하여 살펴보았다. 이상의 선행 연구에서 의복관여의 주요 차원으로 의복에 대한 즐거움이나 관심, 유행성, 의복 상징성, 위험지각이 구성되어 있다. 또한 최근 연출에 대한 중요성이 커지며 김유덕(2002)과 백경진(2003)의 연구에서처럼 의복연출 차원을 추출하는 경향을 알 수 있다.

본 연구에서는 이상에서 살펴 본 의복관여에 대한 선행 연구를 기초로 하여 의복 관심 및 즐거움, 의복 유행성, 의복 상징성, 의복 위험지각의 차원들과 최근 추가되고 있는 의복 연출성 차원을 중심으로 살펴보려고 한다.

## 2. 헤어관여와 헤어태도

### 1) 헤어관여

헤어관여에 대하여 언급하기 이전에, 헤어서비스만이 가지고 있는 몇 가지 독특한 특징들을 정리해볼 수 있다.

먼저 소비자가 헤어 관련 행동을 할 때 소비되는 대상은 소비자의 신체라는 점이다. 대부분의 경우에는 상품이나 서비스가 소비자의 신체 외부에 존재하므로 소비자가 그것을 느끼는 것으로 만족감을 얻어 평가를 하지만, 헤어에 있어서는 소비자가 자기 자신의 사회적인 특징형성의 일부를 헤어 디자이너 등에게 위임하게 되는 경향이 있다(정훈, 2002).

둘째로 헤어는 비회복성을 지닌다. 잘못되거나 만족되지 않더라도, 수정할 수 있는 가능성

이 적거나 원래의 상태로 회복이 불가능함을 말한다. 이 같은 이유들에 따라서 소비자의 위험지각이 크게 영향을 미치게 된다고 할 수 있다(정현숙, 2006).

셋째로 헤어에는 소비자의 심미적 욕구가 반영된다는 점이다. 이는 사회변화와 따른 필연적 결과로 생활양식이 다양화, 개성화, 고급화되면서 헤어 역시 의복과 마찬가지로 생활의 일부분으로 보다는 자신의 개성을 추구하는 자기표현의 수단으로 사용되고 있다는 것이다(박옥련, 정희진, 1998).

이처럼 헤어는 신체를 보호할 뿐만 아니라 사람의 성격과 자아개념 등의 사회 심리적 특성들이 반영된다. 헤어는 인체 그 자체이면서 동시에 자기표현의 수단이 되므로 소비자들은 헤어의 변화와 연출에 깊이 관여하게 된다. 따라서 '주어진 상황에서 특정대상에 대한 개인의 중요성 지각 정도, 혹은 관련성 지각 정도'를 의미하는 관여(이학식, 안광호, 1992)의 개념을 헤어에도 도입시켜 볼 수 있다. 소비자의 관여 정도에 따라 의사결정과정, 정보탐색활동, 상표선택, 구매의도, 광고 효과 등에 영향을 미치므로(Petty & Cacioppo, 1984) 헤어에 대한 관여 정도에 따라 소비자의 행동은 다르게 나타날 것이다. 따라서 소비자가 헤어에 기울이는 관여의 정도를 파악한다면, 보다 효율적으로 소비자의 행동을 예측하여 그에 따른 적절한 마케팅 전략을 수립할 수 있을 것이다.

본 연구에서는 헤어와 관계가 깊고 활발한 연구가 진행되어온 의복관여를 기초로 하여, 헤어관여의 차원을 헤어 관심과 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 위험지각, 헤어 연출성의 5가지로 설정하고, 이를 실증적으로 분석하여 헤어관여의 차원을 규명하고자 한다.

### 2) 헤어태도

헤어태도에 대한 연구는 아직 미비한 실정이며, 매우 드물었다. 따라서 헤어태도의 의미로 분석된 헤어행동에 관한 연구들도 함께 포함하여 살펴보았다.

박주비, 정옥임(2005)은 신체적 특징에 따른 헤어행동에 대한 연구에서 헤어 동조성, 헤어

개성성, 헤어 심미성, 헤어 의존성의 4개 차원으로 도출하였다. 하주연 외(2005)는 헤어스타일 태도를 헤어스타일 흥미도, 헤어스타일 개성추구, 헤어디자이너 의존성의 3가지 차원으로 도출하였으며, 박숙현 외(2006)는 우리나라와 호주의 여성의 헤어스타일 행동에 대한 연구에서 본 논문의 헤어태도를 헤어스타일 행동으로 정의하여 유행성 추구, 개성추구, 동조성 추구, 심미성 추구의 4가지 차원으로 도출하였다.

또한 백경진(2004)은 헤어와 관련이 깊은 화장태도 연구에서 화장태도를 유행 지향, 대인관계 지향, 관습 지향, 자기만족 지향으로 도출하였다. 정현숙(2006)은 미용서비스 소비자의 이원적 충성행동에 대한 연구에서 소비자 특성 중 다양성 추구성향을 추출하여 미용서비스 소비자의 행동을 살펴보았다.

이상에서 살펴본 기존 연구를 바탕으로 본 연구에서는 헤어태도의 차원으로 동조 지향, 개성 지향, 대인 지향 태도를 추출하였다. 또 정현숙(2006)의 연구에서 언급된 미용서비스의 다양성 추구성향 태도와 동일한 태도이나 반대 측면인 항상성 지향을 추출하였다. 이를 실증적으로 분석하여 헤어관여의 차원을 규명하고자 한다.

### 3. 헤어실태

신효정(2002)의 연구에 따르면 20대 대학생이나 40대 이후 세대는 공통적으로 헤어에 따라 사람이 다르게 보일 수 있다고 평가하였고, 얼굴에 따라 헤어스타일을 정하는 것이 보기 좋다고 하였으며, 무엇보다도 개성적이면서도 자기에게 어울리는 스타일을 중요하게 평가하였다. 또한 20대는 대학교 동료나 친구들이 헤어스타일 선택에 영향을 미치는 것으로 나타났으나 40대 이후 세대는 스타일 선정에 있어 남편의 영향이 미치고 있는 것으로 세대 간 차이를 보였다. 강영숙(2002)의 인구 및 사회경제적 요인에 따른 헤어스타일 실태 연구 결과로, 전문직 중사자들의 미용실 이용 빈도가 높았으며 연령이 낮을수록 단발 및 생머리를 선호하고, 연령이 높을수록 짧은 머리를 선호하는 것으로 나타났다. 외모에 관심이 많은 사람일수록 헤어스타일 변화 후 더 많이 만족을 하는 것으로 나타났다.

김병미와 유미근(2004)은 대학생의 성별, 연령별, 지역별 차이에 따른 헤어행동을 살펴보았다. 미용실을 선택하는 이유는 남학생은 거리, 여학생은 기술의 비율이 높게 나타났으며 모발관리 정보는 여학생이 남학생보다 다양한 형태로 정보를 얻고 있었다. 샴푸는 대부분의 응답자가 사용하고 있었으며, 여학생이 남학생보다 많이 사용하고 있었다. 모발관리를 위해 여학생은 대부분 헤어클리닉을 사용하고 있었으나 남학생은 전혀 사용하지 않는 비율이 높았으며, 여학생이 남학생보다 모발관리를 잘하면 모발이 건강해지고 헤어스타일도 돋보인다고 생각하는 비율이 높은 것으로 나타났다.

이상의 선행 연구를 기초로 본 연구에서는 헤어 변형 주기와 비용, 헤어스타일 선택 계기, 하루 평균 헤어 손질 시간, 한 달 헤어 관련 소모품 비용, 헤어 정보원 등에 대한 헤어서비스 이용실태를 파악하고자 한다.

## III. 연구 방법 및 절차

### 1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 의복관여, 헤어관여, 헤어태도의 차원을 밝힌다.

둘째, 의복관여에 따른 헤어관여와 헤어태도의 차이를 밝힌다.

셋째, 헤어 실태를 조사한다.

### 2. 측정도구

본 연구에서는 설문지를 사용하여 연구 내용을 조사하였다.

사용된 설문지는 의복관여, 헤어관여, 헤어태도, 헤어실태, 인구 통계적 특성을 묻는 문항으로 구성되어 있다.

의복관여의 측정문항은 선행 연구인 이영선(1991), 류은정(1991), 조은영(1993), 김유덕(2002), 백경진(2003) 등이 사용한 문항을 연구자가 수정, 보완하여 총 21문항으로 구성하였다. 헤어관여를 알아보기 위해서 비슷한 속성을 가진 의복관

여와 의복 연출, 화장, 헤어 관련 문항들을 기초로 하여 헤어에 맞도록 연구자가 변형, 수정하여 총 21문항으로 구성하였다. 헤어태도를 알아보기 위해 박주비, 정옥임(2005), 하주연 외(2005), 백경진(2003), 정현숙(2006)의 사용한 문항을 연구자가 일부 수정, 보완하여 총 12문항으로 구성하였다. 헤어서비스 이용 실태를 알아보기 위해 안현경(2005)이 사용한 문항을 연구자가 수정, 보완하여 총 8문항으로 구성하였다.

### 3. 자료수집 및 분석방법

본 연구를 수행하기 위한 자료 수집은 2006년 7월 예비조사를 통하여 문항의 적합성을 판단한 뒤, 이를 기초로 자료 수집이 이루어졌다. 자료 수집은 설문지 응답방식으로 이루어졌으며, 2006년 9월 말 부터 10월 초 까지 서울·경기 지역에 거주하는 여성을 대상으로 하였다. 500부의 설문지 중 452부가 회수되었으며, 이 중 응답내용이 불성실한 것을 제외한 총 406부가 분석에 사용되었다. 응답자의 결혼여부는 미혼이 264명(65%), 기혼이 142명(35%)으로 나타났다. 학력은 고등학교 졸업이하가 81명(19.9%), 전문대재학 및 졸업이 28명(6.9%), 대학교 재학 및 졸업이 258명(63.5%), 대학원 재학 및 대학원 이상이 39명(9.6%)으로 나타났다. 직업은 학생이 216명(53.2%)으로 가장 많은 분포를 보였으며, 전문직, 일반전문직, 예술 방송 관련 전문직이 33명(8.1%), 사무직이 32명(7.9%), 기술직, 단순노무직이 3명(0.7%), 서비스직, 판매직이 37명(9.1%), 자영업자가 12명(3%), 주부가 62명(15.3%), 무직 및 기타가 11명(2.7%)이었다. 총수입은 100만원 미만이 26명(6.7%), 100-200만원 미만이 41명(10.6%), 200-300만원 미만이 75명(19.4%), 300-400만원 미만이 81명(20.9%), 400-500만원 미만이 81명(20.9%), 500만원 이상이 83명(21.4%)으로 나타났다. 분석방법은 SPSS 12.0을 사용하여 요인분석, Cronbach's  $\alpha$  신뢰도 검증, 군집분석, 분산분석, 딤컨테스트, 빈도분석과  $\chi^2$ -test를 실시하였다.

## IV. 연구 결과

### 1. 의복관여, 헤어관여, 헤어태도의 차원

의복관여, 헤어관여, 헤어태도의 차원을 밝히고자 한다. 설문지에 포함된 의복관여 관련 문항들(21), 헤어관여 관련 문항들(21), 헤어태도 관련 문항들(12)에 대하여 각각 요인분석을 실시하였다. 주성분 분석과 Varimax 직교회전을 이용하였으며, 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  신뢰도 검증방법을 실시하였다.

#### 1) 의복관여

의복관여의 차원은 의복관여를 묻는 21문항을 요인 분석하여 5개의 차원으로 추출되었으며 그 결과는 <표1>과 같다.

결과를 살펴보면, 요인 1은 의복에 대한 관심이나 흥미, 즐거움을 측정하는 문항으로 구성되어 있으므로 '의복 관심 및 즐거움'이라고 명명하였다. 요인 2는 의복을 연출하고 토탈코디네이션으로 조화시키는 문항으로 구성되어 '의복 연출성'이라고 명명하였다. 요인 3은 의복과 관련한 사회적 상징에 대한 관심에 대한 문항으로 구성되어 있으므로 '의복 상징성'이라고 명명하였다. 요인 4는 의복의 유행에 대한 관심과 수용 정도를 묻는 문항으로 구성되어 있으므로 '의복 유행성'이라고 명명하였다. 요인 5는 의복 구입 시의 위험지각에 관련된 문항으로 구성되어 있으므로 '의복 위험지각'이라고 명명하였다.

5개 차원에 대한 전체분산의 설명력은 66.873%로 나타났다. 요인별 고유치와 전체변량 중의 백분율을 살펴보면, 의복 관심 및 즐거움(고유치 : 3.410, 전체변량 : 16.239)이 가장 높게 나타났고, 다음은 의복 연출성(고유치 : 2.898, 전체변량 : 13.801), 의복 상징성(고유치 : 2.853, 전체변량 : 13.585), 의복 유행성(고유치 : 2.746, 전체변량 : 13.077), 의복 위험지각(고유치 : 2.136, 전체변량 : 10.171) 순으로 나타났다. 5개의 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  신뢰도 검증방법을 실시해 분석한 결과, 모든 차원이  $\alpha$  계수 0.6 이상으로 만족할만 하였다.

&lt;표1&gt; 의복관여 요인분석 결과

요인 1 : 의복 관심 및 즐거움			요인부하량
· 나는 옷에 관심이 많다.			.753
· 나는 옷에 관련된 여러 가지 일에 흥미를 느낀다.			.752
· 옷을 살 계획이 없어도 가끔 점포를 둘러본다.			.738
· 옷은 나에게 매우 중요하다.			.614
· 예쁘고 멋있는 옷은 나에게 기쁨을 준다.			.546
고유치 : 3.410	전체변량(%) : 16.239	누적변량(%) : 16.239	Cronbach's $\alpha$ : .848
요인 2 : 의복 연출성			요인부하량
· 옷에 맞춰 가방이나 구두, 액세서리를 착용한다.			.788
· 옷에 맞춰 헤어스타일이나 메이크업 등도 신경을 쓴다.			.758
· TPO(시간, 장소, 경우)에 맞추어 옷을 입는다는 것은 중요하다.			.591
· 옷차림을 연출해 볼 때 즐거움을 느낀다.			.537
고유치 : 2.898	전체변량(%) : 13.801	누적변량(%) : 30.041	Cronbach's $\alpha$ : .847
요인 3 : 의복 상징성			요인부하량
· 옷은 나의 신분을 나타낸다고 생각한다.			.804
· 옷은 그 사람의 생활수준을 나타낸다고 생각한다.			.779
· 옷은 나의 개성을 말해준다.			.615
· 다른 사람이 나를 평가할 때 옷차림을 중요시 한다고 생각한다.			.606
· 옷은 그 사람의 미적 감각을 나타낸다고 생각한다.			.600
고유치 : 2.853	전체변량(%) : 13.585	누적변량(%) : 43.625	Cronbach's $\alpha$ : .822
요인 4 : 의복 유행성			요인부하량
· 새로운 스타일의 옷이 유행하면 곧 사 입는 편이다.			.838
· 유행에 맞춰 옷을 입는다.			.827
· 유행은 변화하기 때문에 그 새로움이 나에게 기쁨을 준다.			.761
· 어떤 옷이 유행인지 늘 관심을 가진다.			.583
고유치 : 2.746	전체변량(%) : 13.077	누적변량(%) : 56.702	Cronbach's $\alpha$ : .743
요인 5 : 의복 위험지각			요인부하량
· 옷을 잘못 구입하면 정신적 스트레스를 느낀다.			.856
· 옷을 잘못 사면 경제적, 심리적 손실이 많다.			.828
· 옷을 살 때 값에 비해 얼마나 유용하게 입을 수 있는 것인가를 생각해본다.			.644
고유치 : 2.136	전체변량(%) : 10.171	누적변량(%) : 66.873	Cronbach's $\alpha$ : .846

<표2> 헤어관여 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 $\alpha$ : .790

  

요인 2 : 헤어 유행성			요인부하량
· 연예인이나 주위사람들이 많이 하는 머리스타일을 따라해 본다.			.815
· 새로운 헤어스타일이나 헤어시술이 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 $\alpha$ : .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 $\alpha$ : .758

  

요인 4 : 헤어 위험지각			요인부하량
· 헤어 변형 시 나에게 어울리지 않을까 걱정된다.			.778
· 헤어 변형 시 어떻게 변화를 주어야 할 지 결정하기가 어렵다.			.719
· 헤어손질을 잘못하면 정신적 스트레스를 느낀다.			.696
· 헤어손질을 잘못하면 경제적, 심리적 손실이 많다고 생각한다.			.665
고유치 : 2.284	전체변량(%) : 10.878	누적변량(%) : 49.768	Cronbach's $\alpha$ : .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 $\alpha$ : .734

## 2) 헤어관여

헤어관여 차원은 헤어관여를 묻는 21문항을 요인분석하여 5개의 차원으로 추출되었으며 그 결과는 <표2>와 같다.

결과를 살펴보면, 요인 1은 헤어에 대한 관심이나 흥미, 즐거움을 측정하는 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 관심 및 즐거움'이라고 명명하였다. 요인 2는 헤어 유행에 대한 관심과 수용 정도를 묻는 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 유행성'이라고 명명하였다. 요인 3은 헤어와 관련한 사회적 상징에 대한 관심에 대한 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어 상징성'이라고 명명하였다. 요인 4는 헤어 변형 시의 위험지각에 관련된 문항으로 구성되어 있으므로 '헤어

위험지각'이라고 명명하였다. 요인 5는 헤어를 연출하고 조화시키는 문항으로 구성되어 '헤어 연출성'이라고 명명하였다.

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  $\alpha$  신뢰도 검증방법을 실시해 분석한 결과, 모든 요인이  $\alpha$  계수 0.6 이상으로 만족할만 하였다.

&lt;표3&gt; 헤어태도 요인분석 결과

요인 1 : 헤어 선도자 동조 지향			요인부하량
· 인기 있는 연예인의 헤어스타일을 보면 나도 그렇게 해본다.			.864
· TV광고나 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 $\alpha$ : .773
요인 2 : 헤어 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 $\alpha$ : .733
요인 3 : 헤어 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 $\alpha$ : .710
요인 4 : 헤어 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 $\alpha$ : .628



3) 헤어태도

헤어태도 차원은 헤어태도를 묻는 12문항을 요인분석하여 4개의 차원으로 추출되었으며 그 결과는 <표3>과 같다.

결과를 살펴보면, 요인 1은 모방에 관련한 헤어태도에 관한 문항으로 구성되어 있다. 곧 연예인이나 주변사람들을 동조하는 것인데 이러한 연예인이나 TV, 광고 모델들은 대부분 그 시대에 유행하는 스타일을 하므로 이 요인을 ‘헤어 선도자 동조 지향’이라고 명명하였다. 요인 2는 헤어태도에 있어서 개성을 추구하는 문항으로 구성되어 있으므로 ‘헤어 차별적 개성 지향’이라고 명명하였다. 요인 3은 헤어태도에 있어 자신만이 갖는 습관적 태도에 관련된 문항으로 구성되어 있으므로 ‘헤어 항상성 지향’이라고 명명하였다. 요인 4는 헤어태도에 있어 다른 사람의 반응과 평가를 중시하는 태도의 문항으로 구성되어 있으므로 ‘헤어 대인 지향’이라고 명명하였다.

4개 차원에 대한 전체분산의 설명력은 66.086%로 나타났다. 요인별 고유치와 전체변량 중의 백분율을 살펴보면, 헤어 선도자 동조 지향(고유치 : 2.121, 전체변량 : 17.671)이 가장 높게 나타

났고, 다음은 헤어 차별적 개성 지향(고유치 : 2.099, 전체변량 : 17.490), 헤어 항상성 지향(고유치 : 1.927, 전체변량 : 16.085), 헤어 대인 지향(고유치 : 1.784, 전체변량 : 14.867) 순으로 나타났다. 4개의 요인별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  신뢰도 검증방법을 실시해 분석한 결과, 모든 요인의  $\alpha$  계수 0.6 이상으로 만족할 만 하였다.

2. 의복관여의 집단에 따른 헤어관여와 헤어태도의 차이

의복관여 집단에 따른 헤어관여와 헤어태도의 차이를 밝히고자 한다. 우선 의복관여 차원에 따라 집단을 유형화시키기 위하여 요인분석 결과에서 얻어낸 5개의 의복관여 차원을 가지고 군집분석을 하였다. 군집분석 결과에 따라 유형화시킬 집단을 3개로 결정하고, 3개 집단에 따른 의복관여의 특성을 살펴보고 명칭을 부여하기 위하여 각 집단별로 의복관여의 평균점수와 분산분석 및 던컨테스트한 결과를 살펴보았다. 세 집단이 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다으며, ‘의복 고관여 집단’, ‘의복 중관여 집단’, ‘의복 저관여 집단’이라고 명명하였다. 다음

<표4> 의복관여 집단에 따른 헤어관여 차이 분석 결과

헤어관여		의복관여집단	집단 1 의복고관여집단 [N=139]	집단2 의복중관여집단 [N=197]	집단3 의복저관여집단 [N=70]	F-value
		평균				
헤어 관심 및 즐거움	평균		4.08	3.67	3.26	75.486***
	Duncan test		A	B	C	
헤어 유행성	평균		3.02	2.71	2.51	15.134***
	Duncan test		A	B	C	
헤어 상징성	평균		3.90	3.68	3.14	42.668***
	Duncan test		A	B	C	
헤어 위험지각	평균		3.76	3.69	3.32	10.796***
	Duncan test		A	A	B	
헤어 연출성	평균		3.90	3.49	2.99	51.294***
	Duncan test		A	B	C	
	Duncan test		A	B	C	

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

N은 각 집단에 속한 대상의 수를 표시함

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

으로 의복관여 집단에 따른 헤어관여와 헤어태도의 차이를 알아보았다.

1) 의복관여 집단에 따른 헤어관여의 차이

의복관여 집단에 따른 헤어관여의 차이를 분석한 결과, 모든 요인에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 그 결과는 다음 <표4>와 같다.

평균점수로 비교해 볼 때, 헤어 관심 및 즐거움 차원은 모든 집단의 점수가 3점 이상으로 나타나, 소비자들이 기본적으로 헤어에 대한 관심이 많고, 즐거움을 추구하려는 경향이 높은 것을 알 수 있다. 헤어 유행성 차원은 의복 고관여 집단의 점수가 3.02점으로 보통정도로 인지하는 것으로 나타났으며, 의복 중관여 집단과 의복 저관여 집단은 중간 점수인 3점 이하로 대체적으로 헤어에서는 유행성을 크게 고려하지 않는 것으로 나타났다. 헤어 상징성 차원은 모든 집단의 평균점수가 3점 이상으로 대부분의 사람들이 헤어의 상징성을 중요하게 여기는 것으로 나타났다. 헤어 위험지각 차원 역시 모든 집단의 평균점수가 3점 이상으로 대부분의 사람들이 헤어 변형 시 위험지각을 크게 하는 것으로 나타났다. 헤어 연출성 차원은 의복 고관여 집단과 의복 중관여 집단은 두 집단의 평균 점수가 3점 이상으로 헤어의 연출을 중요하게 고려하는 것

으로 나타났다. 의복 저관여 집단은 2.99점으로 보통 정도의 관여를 하는 것으로 나타났다.

집단 간의 차이를 살펴보면, 헤어 관심 및 즐거움 차원은 의복 고관여 집단(M=4.08), 의복 중관여 집단(M=3.67), 의복 저관여 집단(M=3.26)의 순서로 집단 간 차이가 유의하게 나타났다. 헤어 유행성 차원은 의복 고관여 집단(M=3.02), 의복 중관여 집단(M=2.71), 의복 저관여 집단(M=2.51)의 순서로 유의하게 나타났다. 헤어 상징성 차원 역시 의복 고관여 집단(M=3.90)에서 가장 중요하게 여기는 것으로 나타났으며, 의복 중관여 집단(M=3.68), 의복 저관여 집단(M=3.14) 순으로 유의하게 나타났다. 헤어 위험지각 차원은 의복 고관여 집단(M=3.76)과 의복 중관여 집단(M=3.69)에서 가장 중요하게 나타났으며 의복 저관여 집단(M=3.32)은 의복 고관여 집단과 의복 중관여 집단에 비해 중요도가 낮게 나타났다. 헤어 연출성 차원은 의복 고관여 집단(M=3.90), 의복 중관여 집단(M=3.49), 의복 저관여 집단(M=2.99)의 순서로 세 집단 간의 차이가 유의하게 나타났다.

의복 고관여 집단은 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 위험지각, 헤어 연출성 모두에서 가장 높게 나타난 것을 알 수 있다. 의복 중관여 집단은 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 연출성에서 고관여 집단보다는 낮고 저관여 집단보다는 높게 나타

<표5> 의복관여 집단에 따른 헤어태도 차이 분석 결과

헤어태도		의복관여집단	집단 1 의복고관여집단 [N=139]	집단2 의복중관여집단 [N=197]	집단3 의복저관여집단 [N=70]	F-value
헤어 선도자 동조 지향	평균		3.73	3.24	2.87	38.194***
	Duncan test		A	B	C	
헤어 차별적 개성 지향	평균		3.04	2.78	2.57	11.903***
	Duncan test		A	B	C	
헤어 향상성 지향	평균		3.54	3.66	3.61	1.516
헤어 대인 지향	평균		3.73	3.62	3.33	12.218***
	Duncan test		A	A	B	

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

N은 각 집단에 속한 대상의 수를 표시함

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

나고 있으며, 헤어 위험지각 차원은 의복 고관여 집단과 마찬가지로 매우 높게 지각하고 있었다. 의복 저관여 집단은 모두 가장 낮게 나타났다. 즉 의복에 관여가 높은 사람이 헤어에서도 높은 관여를 보인다는 것을 알 수 있다.

의복관여에 따른 헤어관여에 정적인 상관관계를 가지며 유의한 차이가 있음을 알 수 있으며 따라서 의복과 헤어는 밀접한 관계가 있다고 할 수 있다. 이러한 결과는 현재의 의생활 문화가 전체적 이미지를 나타내는 것을 중요시 하게 되면서 의복과 헤어를 함께 표현하고자 하기 때문이라고 생각된다. 의복과 더불어 헤어도 자기 표현의 수단인 동시에 상징적 의미가 높고 심리적 효용 가치가 높다고 하겠다.

## 2) 의복관여 집단에 따른 헤어태도의 차이

의복관여에 따라 헤어태도에 차이가 있는지 검증한 결과, 동조지향, 헤어 차별적 개성 지향, 헤어 대인 지향 차원에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 그 결과는 다음의 <표5>와 같다.

헤어 선도자 동조 지향 차원을 살펴보면 의복 고관여 집단(M=3.73), 의복 중관여 집단(M=3.24), 의복 저관여 집단(M=2.87)의 순서로 나타났다. 헤어 차별적 개성 지향 차원은 의복 고관여 집단(M=3.04)에서 가장 중요하게 여기는 것으로 나타났으며, 의복 중관여 집단(M=2.78)과 의복 저관여 집단(M=2.57)은 별로 중요하게 여기고 있지 않은 것으로 나타났다. 헤어 항상성 지향 차원은 의복 고관여 집단(M=3.54), 의복 중관여 집단(M=3.66), 의복 저관여 집단(M=3.61) 간의 차이는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 그러나 헤어 항상성 지향의 평균점수를 보면 모든 집단에서 중간점수인 3점 이상으로 나타나 모든 집단이 헤어태도에 있어 어느 정도 자신의 항상성을 고려한다는 것을 알 수 있다. 헤어 대인 지향 차원은 의복 고관여 집단(M=3.73)과 의복 중관여 집단(M=3.62)에서 가장 중요하게 나타났으며 의복 저관여 집단(M=3.33)은 의복 고관여 집단과 의복 중관여 집단에 비해 낮게 생각하고 있었다. 헤어 대인 지향 차원에서 집단 간 차이는 유의한 것으로 나타났지만 모든 집단에서 평균점수가 중간점수인 3점 이상으로 나타났다. 즉

헤어태도에 있어서 다른 사람을 많이 의식한다는 것을 알 수 있다.

이상의 결과로 보아 의복 고관여 집단은 다른 집단에 비해 헤어 선도자 동조 지향, 헤어 차별적 개성 지향, 헤어 대인 지향 차원을 중요하게 여기고 있는 것으로 나타났는데, 이는 이 집단이 의복에도 관여가 높으며, 유행하는 선도자의 헤어스타일을 쉽게 수용하고, 자신의 개성을 나타낼 수 있는 헤어스타일을 선택하며, 다른 사람의 시선도 크게 고려하는 등 헤어태도에서도 고관여의 특성을 나타내는 것을 알 수 있다. 의복 중관여 집단은 헤어 대인 지향 차원에서 의복 고관여 집단과 마찬가지로 매우 중요하게 여기는 것으로 나타났다. 하지만 다른 집단과 비교해 볼 때 헤어 선도자 동조 지향, 헤어 차별적 개성 지향 차원에서 중요도가 중간정도로 나타나 의복에서와 마찬가지로 헤어태도에서도 중간정도의 관여집단이라고 할 수 있다. 의복 저관여 집단은 다른 집단과 비교해 볼 때 헤어 선도자 동조 지향, 헤어 차별적 개성 지향, 헤어 대인 지향 차원에서 중요도가 낮게 나타났으며 특히, 헤어 선도자 동조 지향과 헤어 차별적 개성 지향 차원을 중요하게 생각하지 않는 것으로 나타났다. 또한 이 결과에서 주목할 점은 헤어 항상성 지향 차원에 관한 특징인데, 의복에 관여가 높고 낮음과는 상관없이, 헤어태도에 있어서는 자신의 스타일을 고수하고, 해왔던 대로의 헤어스타일을 지향하는 경향이 어느 정도 있으며, 이것은 집단 간 차이가 없는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 헤어 그 자체가 신체의 일부이고, 두상이나 얼굴형 등에 따라 개인의 만족감이 다르며, 머리카락이 자라는 시간이 오래 걸리는 편이어서, 스타일을 빠르고 쉽게 변화시키는 데 무리가 있기 때문일 것으로 추측할 수 있다.

## 3. 헤어실태

조사 대상자들의 헤어스타일 선택 계기, 하루 평균 헤어 손질 시간, 한 달 헤어 관련 소모품 비용, 헤어 정보원, 미용실 선택 요인 등을 측정하기 위하여 빈도분석과  $\chi^2$ -test를 실시하였다. 그 결과는 다음의 <표6>과 같다.

&lt;표6&gt; 헤어실태 분석 결과

변 인		빈 도	비 율(%)	$\chi^2$ -test
헤어 스타일 선택 계기	주위사람들이 추천해서	13	3.2	244.246***
	손질하기 편해서	89	21.9	
	늘 해오던 스타일이어서	82	20.2	
	미용사가 추천해서	26	6.4	
	유행하는 스타일이어서	9	2.2	
	예전머리가 지겨워서	68	16.7	
	하고 싶던 스타일이어서	113	27.8	
	기타	6	1.5	
합계		406	100.0	
하루 평균 헤어 손질 시간	5분	125	30.8	188.473***
	10분	124	30.5	
	15분	73	18.0	
	20분	60	14.8	
	25분	10	2.5	
	30분 이상	14	3.4	
	합계		406	
한 달 헤어 관련 소모품 비용	5천원 미만	66	16.3	235.517***
	5천-1만원 미만	104	25.6	
	1-2만원 미만	127	31.3	
	2-3만원 미만	73	18.0	
	3-5만원 미만	21	5.2	
	5-10만원 미만	11	2.7	
	10만원 이상	4	1.0	
	합계		406	
헤어 정보원	잡지나 신문	75	18.5	136.483***
	TV	40	9.9	
	인터넷	72	17.7	
	친구	55	13.5	
	가족	15	3.7	
	헤어 전문가	123	30.3	
	기타	26	6.4	
	합계		406	
미용실 선택 요인	미용기술	297	73.2	1163.414***
	점포시설	29	7.1	
	직원	27	6.7	
	점포운영	7	1.7	
	가격	33	8.1	
	거리	10	2.5	
	기타	3	.7	
	합계		406	

헤어스타일 선택 계기로는 자신이 하고 싶던 스타일이어서라는 응답이 113명(27.8%)로 가장 높았고, 손질하기 편해서 89명(21.9%), 늘 해오던 스타일이어서 82명(20.2%), 예전 머리가 지겨워서 68명(16.7%), 미용사가 추천해서 26명(6.4%), 주위사람들이 추천해서 13명(3.2%), 유행하는 스타일이어서 9명(2.2%) 등으로 나타났다. 하루 평균 헤어 손질 시간은 5분 미만 125명(30.8%), 10분 미만 124명(30.5%), 15분 미만 73명(18.0%), 20분 미만 60명(14.8%), 25분 미만 10명(2.5%), 30분 이상이 14명(3.4%)로 60% 이상이 하루 평균 10분 미만의 헤어 손질을 하는 것으로 나타났다. 한 달 동안 헤어 관련 소모품에 사용되는 비용은 1-2만원 미만으로 응답한 사람이 127명(31.3%)으로 가장 많았고 5천원-1만원 미만이 104명(25.6%), 2-3만원 미만이 73명(18.0%), 5천원 미만이 66명(16.3%), 3-5만원 미만이 21명(5.2%), 5-10만원 미만이 11명(2.7%), 10만원 이상이 4명(1.0%)로 나타났다. 헤어에 관한 정보를 얻는 곳으로 헤어전문가가 123명(30.3%)으로 가장 많았다. 잡지나 신문이 75명(18.5%), 인터넷 72명(17.7%), 친구가 55명(13.5%), TV는 40명(9.9%), 기타 26명(6.4%), 가족이 15명(3.7%)로 나타났다. 헤어 손질시 미용실을 선택하는 가장 큰 요인은 미용기술이 297명(73.2%)으로 가장 크게 나타나 대부분의 사람들이 미용기술을 신뢰 할 만한 미용실을 선택한다는 것을 알 수 있다. 그 외에 가격을 중시한다는 사람이 33명(8.1%), 점포시설을 중시하는 사람이 29명(7.1%), 직원 27명(6.7%), 거리 10명(2.5%) 등으로 나타났다.

이상의 결과로 볼 때 헤어변형의 이유로 실용성과 습관성에 의한 이유가 높았다. 또 헤어정보원으로 헤어전문가가 높게 나타났고, 미용실 선택 시에도 미용기술이 가장 높게 나타났다. 이것으로 보아 우리나라 여성들은 헤어전문가에 대한 의존도가 높다고 해석할 수 있다. 즉 헤어전문가에 의한 헤어정보의 전달이 매우 효과적일 것으로 예상된다. 따라서 헤어전문가에 대한 헤어관련 정보의 교육을 강화시키고, 정보의 즉각적인 전달이 가능한 기반을 구축해야 할 것이다.

## V. 결론 및 제언

이상과 같이 본 연구에서는 의복관여에 따른 헤어태도와 헤어관여의 차이를 밝히고, 이와 함께 소비자들의 헤어실태 경향을 살펴보았다.

의복관여 차원은 의복 관심과 즐거움, 의복 연출성, 의복 상징성, 의복 유행성, 의복 위험지각으로 밝혀졌다. 헤어관여 차원은 헤어 관심과 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 위험지각, 헤어 연출성으로 밝혀졌다. 헤어태도 차원은 헤어 선도자 동조 지향, 헤어 차별적 개성 지향, 헤어 항상성 지향, 헤어 대인 지향으로 밝혀졌다.

의복관여 집단에 따른 헤어관여의 차이를 분석한 결과, 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 위험지각, 헤어 연출성의 모든 차원에서 유의한 차이가 나타났다. 의복 고관여 집단은 모든 차원에서 가장 높게 나타났다. 의복 중관여 집단은 헤어 관심 및 즐거움, 헤어 유행성, 헤어 상징성, 헤어 연출성에서 고관여 집단보다는 낮고 저관여 집단보다는 높게 나타났다. 헤어 위험지각 요인은 의복 고관여 집단과 마찬가지로 매우 중요하게 나타났다. 의복 저관여 집단은 모든 차원에서 가장 낮게 나타났다. 이런 결과로 의복관여와 헤어관여에는 정적인 상관관계로 밀접한 관련이 있는 것을 검증할 수 있었다. 이것은 현재의 의복문화가 전체적인 이미지를 나타내는데 중요한 요소인 헤어를 함께 표현하고자 하기 때문이라고 추측된다.

의복관여 집단에 따른 헤어태도의 차이를 분석한 결과, 헤어 선도자 동조 지향과 헤어 차별적 개성 지향 및 헤어 대인 지향에서 유의한 차이가 나타났다. 의복 고관여 집단은 다른 집단에 비해 헤어 선도자 동조 지향, 헤어 차별적 개성 지향, 헤어 대인 지향 차원을 중요시 여기고 있는 것으로 나타났다. 의복 중관여 집단은 헤어 대인 지향 차원에서 의복 고관여 집단과 차이가 없이 중요하게 여기는 것으로 나타났다. 헤어 선도자 동조 지향, 헤어 차별적 개성 지향 차원은 고관여 집단보다는 낮고 저관여 집단보다는 높게 나타났다. 의복 저관여 집단은 다른 집단에 비해 모든 차원에서 낮게 나타났다. 즉 의복관여가 헤어태도에 영향을 미친다는 것을 검증할 수 있었다. 헤어 항상성 지향 차원은 집

단 간 유의한 차이가 없이 모든 집단에서 높게 나타났다. 이러한 결과로 의복관여에 상관없이 기본적으로 자신에게 어울린다고 생각하며 늘 하던 헤어를 선택하는 습관적 태도를 갖고 있다는 것을 알 수 있었다.

헤어실태를 살펴본 결과, 헤어스타일 선택 계기로는 자신이 하고 싶던 스타일이어서, 손질하기 편해서, 늘 해오던 스타일이어서 등의 순으로 나타났다. 하루 평균 헤어 손질시간은 주로 5분 미만, 10분 미만 등의 순으로 나타나 주로 10분 이내였다. 한 달 미용 재료비는 1-2만원 미만의 비율이 가장 높았고, 헤어 정보원으로 헤어 전문가의 비율이 가장 높게 나타났다. 미용실 선택 요인은 미용기술의 비율이 가장 높게 나타나 대부분의 사람들이 미용기술을 신뢰할만한 미용실을 선택한다는 것을 알 수 있다. 이런 결과로 우리나라 여성들의 헤어에 대한 태도가 실용적이고 습관적이며, 헤어 전문가에 의한 의존도가 높다는 것을 알 수 있다.

이상의 결과들을 통해서 본 연구는 학문적 관점과 마케팅적 관점에서 다음과 같은 의미를 갖는다고 하겠다. 첫째, 의상·의류 분야와 함께 미용과 헤어에 대한 관심이 높아지고 있는 시점에서 헤어관여와 헤어태도의 차원을 규명하였다. 둘째, 의복과 헤어의 관계를 실증적으로 밝혀 헤어시장의 발전 방안을 마련하였다. 즉, 의복과 헤어 시장에 유사성이 공존하는 것을 밝혀 의복 시장을 기준으로 한 헤어 시장의 세분화를 꾀할 수 있는 계기를 만들었다.

본 연구의 제한점으로는 헤어에 관한 기초 연구가 부족하여 문헌 고찰이 어려웠다는 점이다. 앞으로의 후속 연구에서는 첫째, 헤어에 큰 영향을 주며 밀접한 관련을 가지는 의복 관련 변인들을 적용시킨 연구가 계속적으로 이루어져야 할 것이다. 둘째, 헤어관여와 헤어태도에 대한 보다 다양하고 깊이 있는 연구를 위하여 타당도와 신뢰도의 다각적인 검토가 이루어져야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

- 1) 김병미, 유미근 (2004). 대학생의 헤어패션행동에 관한 조사연구. *한국의상디자인학회지* 6(1), pp.1-12.
- 2) 김양휴 (1996). 패션헤어스타일의 선호와 성격간의 상관성 연구. 건국대학교 대학원 석사학위논문, p.4.
- 3) 김유덕 (2002). 중·노년층 여성의 의복추구 이미지와 의복관심과의 관계. 경원대학교 대학원 석사학위논문.
- 4) 김희숙 (1993). 20세기 서양여성 Hair Style 변천에 관한 연구. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 5) 박옥련, 정희진 (1998). TV Show Program에 나타난 연예인의 의복연출이 대학생의 구매행동에 미치는 영향. *경성대학교 학술지* 19(1), pp.341-357.
- 6) 박숙현, 류은혜, 이순덕 (2006). 한국과 호주 여성의 헤어스타일 행동 및 선호도 비교. *한국생활과학회지* 15(1), pp.129-139.
- 7) 박주비, 정옥임 (2005). 여대생의 신체적 특징에 따른 의복행동 및 헤어스타일 행동에 관한 연구. *대한가정학회지* 43(6), pp.97-112.
- 8) 백경진 (2003). 화장행동과 화장품 구매행동 및 영향 변인-의복관여, 연령, 얼굴만족도 변인을 중심으로-. 경원대학교 대학원 석사학위논문.
- 9) 소영진 (2001). 여성의 체형에 따른 조형적 헤어스타일. *한국인체예술학회지* 2(1).
- 10) 신동금 (2004). 인구통계적 특성과 유행태도에 따른 헤어미용실 소비행태. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 11) 신동금, 남윤자 (2004). 소득과 소비지출에 따른 미용실에서의 구매행동 차이연구. *한국미용학회지* 10(2), pp.117-122.
- 12) 신효정 (2002). 현대 여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 13) 안소현 (1997). 외국상표 의류에 대한 소비자 쇼핑성향 -의복관여, 자민족 중심주의, 원산지 효과와의 관련을 중심으로-. *한국의류학회지* 21(4), pp.699-709.
- 14) 이영선 (1991). 소비자의 의복관여와 외적정보

- 탐색. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 15) 이은실 (1994). 노년기 여성의 의복관여와 라이프 스타일에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
  - 16) 정미재 (1996). 의복관여와 상표확장과의 상관성 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
  - 17) 정영주 (1994). 의복관여와 준거집단 영향력과의 상관성 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
  - 18) 정현숙 (2006). 미용서비스 소비자의 인적 충성과 점포충성에 관한 이원적 충성행동 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
  - 19) 정훈 (2002). *미용과 경영*. 서울: 예림.
  - 20) 하주연, 고애란, 정미실 (2005) 여고생의 감각 추구성향과 신체이미지에 따른 의복행동 및 헤어스타일 태도. *한국복식학회지* 29(5), pp.715-726.
  - 21) Cash T.F. (1986). *The Impact of Grooming Style in the Evolution of Women in Management*. In M. R. Solomon(Ed.), *The Psychology of Fashion*, Lexington Books, MA : Lexington.
  - 22) Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1984). The Effects of Involvement on Responses to Argument Quantity and Quality: Central and Peripheral Routes to Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology* 46, pp.69-81.