



## 저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 인상형성과  
외모만족도에 미치는 영향

**Effects of Hair Color Applying Personal Color on Impression  
Formation and Satisfaction With Appearance**

건신대학원대학교

미용치료학과

유태희

2022학년도

퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 인상형성과  
외모만족도에 미치는 영향

**Effects of Hair Color Applying Personal Color on Impression  
Formation and Satisfaction With Appearance**

지도교수 정 인 심

이 논문을 석사학위(M.A.)  
청구논문으로 제출함

2022년 12월

건신대학원대학교

미용치료학과

유태희

유 태 회의 석사학위  
청구 논문을 인준함

위원장 주 개 행

위원 함 승 한

위원 정 인 성

건신대학원대학교

2022年 12月

## 국문초록

본 연구는 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 인상 형성과 외모만족도에 미치는 영향을 알아보기 위해 성인남녀 374명에게 수집한 자료를 SPSS 23.0 Package Program을 사용하여 분석하였다. 연구결과에 따른 결론은 다음과 같다.

첫째, 현재 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러에 대한 차이를 분석한 결과, 차가운 타입과 따뜻한 타입 모두에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 차가운 타입이 브라운과 오렌지 헤어컬러에서 평균이 가장 높았고, 따뜻한 타입이 오렌지, 와인, 에쉬 에서 평균이 가장 높았다. 이는 현재하고 있는 컬러는 차가운 타입은 대부분 퍼스널컬러 적용이 되고 있지 않았으며, 따뜻한 타입은 오렌지가 잘 어울리므로 어느 정도 적용이 되고 있음을 알 수 있었다.

둘째, 희망하는 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러의 차이를 분석한 결과, 차가운 타입과 따뜻한 타입은 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 차가운 타입은 브라운과 와인을 희망하였으며, 따뜻한 타입은 골드, 오렌지, 와인을 희망하였다. 이는 퍼스널컬러가 차가운 타입은 차가운 색상을 선호하지 않고 따뜻한 타입은 따뜻한 색상을 희망하였다.

셋째, 염색기준에 따른 퍼스널컬러의 차이를 분석한 결과, 차가운 타입과 따뜻한 타입 모두 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다.

넷째, 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 인상 형성에 미치는 영향을 알아보기 위해 눈동자 색을 고려한 염색이 인상 형성에 미치는 영향에 대해서 분석을 실시한 결과, 눈동자 색을 고려한 염색을 할수록 인상 형성의 친근성과 품위성이 높아졌다. 자신감을 높여주는 염색은 자신의 단점은 커버 되고 장점은 드러나게 하여 자신감을 높여준다. 화사한 이미지 염색은 역동성, 친근성, 품위성이 높아졌다. 의복 색을 고려한 헤어컬러를 할수록 인상 형성의 역동성, 친근성, 품위성이 높아진다고 볼 수 있다.

다섯째, 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 외모 만족에 미치는 영향을 알아보기 위해 눈동자 색을 고려한 염색을 할수록 외모 만족도도 높아지는 것으로 나타났다. 자신감을 높여주는 퍼스널컬러를 적용한 염색을 할수록 외모 만족도도 높아지는 것을 알 수 있었다. 화사한 이미지 염색을 할수록 외모 만족도도 높아지는 것으로 나타났다. 의복 색을 고려한 헤어컬러를 할수록 외모 만족도도 높아진 것을 알 수 있다.

여섯째, 퍼스널컬러가 인상형성에 미치는 영향을 분석한 결과, 차가운 컬러는 역동성에 영향을 미치고, 따뜻한 계열은 품위성에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

일곱째, 퍼스널컬러가 외모만족도에 미치는 영향을 분석한 결과, 따뜻한 컬러일수록 외모만족도가 높아진다는 것으로 볼 수 있다. 이는 퍼스널 컬러가 따뜻한 타입이 헤어 색상을 선택할 때 퍼스널컬러의 적용을 잘 하고 있는 것을 확인할 수 있어 외모만족도에 영향을 미치고 있음을 시사하고 있다.

주제어: 퍼스널컬러, 헤어컬러, 인상형성, 외모만족도

## 목 차

<b>I. 서론</b>	<b>1</b>
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구문제	4
3. 용어의 정의	5
<b>II. 이론적 배경</b>	<b>7</b>
1. 퍼스널컬러	6
2. 헤어컬러	17
3. 인상 형성	24
4. 외모 만족도	33
<b>III. 연구 방법</b>	<b>39</b>
1. 연구내용 및 방법	39
2. 연구가설	40
3. 연구모형	40
4. 측정 도구	41
5. 분석 방법	41
<b>IV. 연구결과</b>	<b>42</b>
1. 표본의 일반적 특성	42
2. 헤어컬러 및 염색 취향에 대한 분석	44
3. 측정도구에 대한 타당성 및 신뢰도 검증	45
4. 측정변수에 대한 기술통계 및 상관관계분석	49
5. 현재 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러 차이 분석	51

6. 희망하는 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러 차이 분석 .....	52
7. 염색기준에 따른 퍼스널컬러 차이 분석 .....	53
8. 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 인상형성에 미치는 영향 .....	54
9. 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 외모만족에 미치는 영향 .....	58
10. 퍼스널컬러가 인상형성에 미치는 영향 .....	61
11. 퍼스널컬러가 외모만족도에 미치는 영향 .....	62
 <b>V. 결론</b> .....	<b>63</b>
1. 요약 및 결론 .....	63
2. 연구의 의의 .....	66
 <b>참고문헌</b> .....	<b>68</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>77</b>



## <표 차례>

<표 1> 표본의 일반적 특성에 대한 분석 .....	43
<표 2> 헤어컬러 및 염색 취향에 대한 분석 .....	44
<표 3> 퍼스널컬러에 대한 요인분석 결과 .....	46
<표 4> 외모만족도에 대한 요인분석 결과 .....	47
<표 5> 인상형성에 대한 요인분석 결과 .....	48
<표 6> 측정변수에 대한 기술통계분석 .....	49
<표 7> 측정변수 간의 상관관계분석 .....	50
<표 8> 현재 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러 차이 분석 .....	51
<표 9> 희망하는 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러 차이 분석 .....	52
<표 10> 염색기준에 따른 퍼스널컬러 차이 분석 .....	53
<표 11> 눈동자색을 고려한 염색이 인상형성에 미치는 영향 .....	54
<표 12> 자신감을 높여주는 염색이 인상형성에 미치는 영향 .....	55
<표 13> 화사한 이미지 염색이 인상형성에 미치는 영향 .....	56
<표 14> 의복색을 고려한 헤어컬러가 인상형성에 미치는 영향 .....	57
<표 15> 눈동자색을 고려한 염색이 외모만족도에 미치는 영향 .....	58
<표 16> 자신감을 높여주는 염색이 외모만족도에 미치는 영향 .....	59
<표 17> 화사한 이미지 염색이 외모만족도에 미치는 영향 .....	59
<표 18> 의복색을 고려한 헤어컬러가 외모만족도에 미치는 영향 .....	60
<표 19> 퍼스널컬러가 인상형성에 미치는 영향 .....	61
<표 20> 퍼스널컬러가 인상형성에 미치는 영향 .....	62

## <그림 차례>

[그림 1] 연구 모형 .....	40
--------------------	----

# I. 서론

## 1. 연구의 필요성 및 목적

우리는 일상에서 자연과 더불어 주위의 많은 색과 함께 공존하고 있으나 이러한 색을 직접적으로 느끼지 못한다. 인간은 살면서 많은 색을 선택하면서 살아가고 직접적이거나 간접적으로 영향을 많이 받는다. 사람들은 만나는 사람에게 특정 인상이나 이미지를 만들어 가기 위해 관심 가는 첫인상과 원활한 관계 형성을 위해 이미지를 가꾸는데 금전적인 투자와 시간을 쓰고 있으며 이상적인 이미지를 만들어 가기 위해서 이미지 연출이 매우 중요하다. 그 중 퍼스널컬러는 본인에게 맞는 특별한 아름다움을 찾기 위해 알아야 할 필수적인 요소이다.

퍼스널컬러란 자신이 가지고 있는 신체의 색과 어울리는 색을 사용하면 생기가 돌고 활기차 보이며 아름답게 보이게 하는 색상이다. 따라서 이를 찾아 적용하는 것은 자신의 이미지와 스타일을 나타내는 외적인 면과 내적인 면의 색채 환경을 구성하기 위한 좋은 방법이다(노초롱, 2017 ; 장은경, 2021).

현대사회는 외모가 중요시되고, 외모는 그 사람의 인상과 전반적인 가치를 평가받는 중요한 요소이다. 대인관계에서 우리의 첫인상을 결정짓는 시간은 아주 짧다. 우리의 인상 형성에 중요한 머리카락은 얼굴과 인접한 곳에 있으므로 지대한 영향을 받는다. 외모는 타인이 시각적으로 지각하는 첫 번째 단서 중의 하나이며 내면적인 성격이나 이미지가 외적으로 나타나 대인관계 형성의 중요한 요소이다(박혜원, 2013). 외적으로 아름다운 사람은 능동적인 삶을 살며 스스로 만족하고 자신감을 발휘하며 사회생활을 한다. 반면 그렇지 못한 사람들은 사회생활에 위축되고 자신감이 없으며, 타인에게 좋은 대우를 받지 못한다(김성희, 2005).

퍼스널컬러 시스템은 색의 활용이 단순히 선호 색이나 유행에 그치는 것이 아닌 자신의 신체 색상과 이미지에 맞는 색을 선별하기 위해 체계적으로 분석하여 진단하고 적용하는 것이다. 자신만의 이미지와 스타일을 향상하는 중요 요소인 컬러에 대한 적용은 그 중요성의 인식뿐 아니라 이미지 연출 및 뷰티산업에서 활용도가 매우 높음을 알 수 있다(차호연, 2011 ; 김현미, 2019).

아름다운 외모를 마무리하는 많은 요소들 가운데 제일 중요한 것 중 하나가 헤어스타일이라고 할 수 있다. 헤어스타일은 신체의 전체에서 일부분에 해당하지만, 타인에 대한 인상을 형성할 때 있어서는 그 사람의 전체적인 인상을 크게 좌우할 수 있다(이근광, 송연숙, 2006 ; 장유영, 2013). 그리고 그 사람의 성격, 인격, 개성, 가치관과 삶 등을 나타내고 그 시대 문화를 반영하는 도구이기도 하다. 헤어컬러는 자주 쉽게 바꿀 수는 있지만, 피부색은 바꿀 수 없다. 예전에는 헤어컬러는 특수한 연예인이나 유행을 선도하는 개성 있는 사람들의 전유물이었지만 현대에는 헤어컬러를 하지 않은 사람이 드물 정도로 평준화되었다.

헤어컬러는 얼굴 이미지와 한 개인의 정체성을 잘 드러내는 중요한 부분이다. 개개인에게는 본인에게 잘 어울리는 컬러가 있다. 같은 인종이라 할지라도 사람마다 피부색, 모발 색, 눈동자 색이 조금씩 차이가 나며 자신에게 어울리는 색을 적용했을 때 어울리는 색을 개인의 신체 색이라고 한다(박정민, 2012). 퍼스널컬러는 코디네이션 수단에 적용되어 개인의 이미지와 전체적인 조화를 만들어 낸다(고아라, 2010).

퍼스널컬러의 효용성은 연령대가 높은 사람들에게 더욱 효과적이며, 노화로 인해 변화된 피부색과 주름들은 자신의 피부의 색, 눈동자 색, 머리카락 색과 어울리는 색채를 선택하여 적용할 때, 나이가 어려 보이고, 화사하고 아름다워 보이며 단점이 커버된다(한상윤, 2010).

인상 형성은 다른 사람의 정보를 종합하여 타인을 이해하는 과정으로 지각되는 대상자에 대해 추론된 특질에 따라 지각대상자의 전반적이며

조직화된 판단을 내리게 된다. 지각된 대상자로부터 나오는 다양한 추론적인 특질들을 의미 있는 일관된 통일체로 조직하게 된다(Kaiser, 1990). 대인지각은 타인의 성격, 감정, 태도, 정서, 신념, 가치추구, 태도 등의 인지를 말하며 이렇게 다른 사람에게서 얻은 모든 지각적 사실을 기반으로 형성된다. 대인지각에서 얻은 사실들을 바탕으로 형성된 추상적인 형상이 인상형성이다(강근영, 2011).

헤어미용의 퍼스널컬러를 살펴보면, 이승희(2018)는 퍼스널컬러 인식과 만족도가 헤어이미지에 미치는 영향에 관해서 알아본 결과, 퍼스널컬러 진단 관심과 경험을 많이 하고 전체적인 어울림에 비중을 들수록 퍼스널컬러가 헤어이미지에 귀중한 요인이라 하였다. 헤어컬러에 개인 맞춤형 색을 적용하면 좋은 인상 형성과 외모 만족도를 높일 수 있을 것으로 생각된다. 하지만 개인 맞춤형 색을 인식하고 있어야 적용할 수 있으므로 퍼스널컬러 인식의 정도를 파악하고 헤어컬러 적용 여부에 따라 인상 형성과 외모 만족도가 어떠한지 알아보고 미용산업의 마케팅 전략의 기초자료를 제시하고자 한다.

## 2. 연구문제

문제1. 현재 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러(차가운타입/ 따뜻한타입)는 차이가 있는가?

문제2. 희망하는 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러(차가운타입/ 따뜻한 타입)는 차이가 있는가?

문제3. 염색기준에 따른 퍼스널컬러(차가운타입/ 따뜻한타입)는 차이가 있는가?

문제4. 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 인상형성에 영향을 미치는가?

문제5. 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 외모만족에 영향을 미치는가?

문제6. 퍼스널컬러는 인상형성에 영향을 미치는가?

문제7. 퍼스널컬러는 외모만족도에 영향을 미치는가?

### 3. 용어의 정의

#### 1) 퍼스널컬러

퍼스널 컬러는 개인의 타고난 색상으로 피부색, 머리색, 눈동자 색을 기준으로 한다. 자신이 가지고 있는 신체색과 조화를 이룰 때 건강하고 활기차 보이고 신체색과 조화롭지 못한 컬러를 적용할 때에는 피부가 좋지 않아 보이고, 투명함이 없어져 피부의 단점만 드러난다. 따라서 본인의 색을 아는 것이 중요하고 4계절의 이미지에 비유하여 신체 색을 구분하는 방법을 사용하고 있다. 즉, 봄, 여름, 가을, 겨울의 이미지에서 보이는 색채를 이용하여 개인의 개성 있는 이미지를 연출한다(장유영, 2014).본 연구에서는 여름과 겨울을 차가운 타입으로 봄과 가을을 따뜻한 색으로 설정하여 분석하였다.

#### 2) 헤어컬러

모발염색은 흰머리를 감추거나, 본래의 모발 색을 더욱 아름답고, 매력적으로 보이게 하려고 모발에 색을 물들이는 것으로, 헤어스타일에 생명력 과 입체감을 불어 넣어주고, 미적 조화를 결정하는 중요한 요소로 인식되어 있다(권태신외, 2004). 모발염색이란 단지 모발 색을 밝게 변화시키는 탈색과는 달리 자연 모발, 염색 모발 그리고 탈색처리 된 모발에 다양한 색상을 착색시킬 수 있다는 것으로 정의할 수 있다(전제두, 2000).

#### 3) 인상 형성

첫 대면에서 어떤 데이터를 통해 그 사람에 대한 초보적인 지식을 획득하는 것으로서 사람들은 전혀 모르는 사람에 대해서도 최소한의 데이터를 갖고 일관성 있는 인상을 형성한다(윤소영 2001). 인상 형성은 여러 가지 요소에 의해 형성되지만 인간관계에서 첫인상이 중요하다.

첫인상을 형성하는 55%가 시각적 정보보다 청각적 정보 38%이며 말의 내용은 7%에 해당한다. 시각적 정보는 표정, 미소, 의복, 헤어 등이 있다. 인상 형성은 얼굴과 가장 가까이에 있는 헤어를 가운데로 헤어 컬러나 스타일을 통해 결정이 되므로, 헤어 컬러의 선택은 인상 형성에 있어서 중요한 요인이 아닐 수 없다. 따라서 낯선 사람을 처음 만날 때 외모, 태도, 분위기 등의 한정된 정보로 형성되는 상대방에 대한 느낌을 인상 형성이라고 한다.

#### 4) 외모 만족도

외모만족도란 본인의 신체의 각 부위에 대한 만족의 정도를 말하는 것으로 신체의 전체 또는 각 부분의 생김새와 쓰임에 대한 만족감의 규모, 개인의 감정을 측정하는 것을 의미한다(고애란, 양진 1996). 과거에는 외모란 타고나는 것이라 했지만 현시대에서는 꾸준한 관리로 변화될 수 있으며, 이런 문화적 관념을 가진 사회 속에서 매력 있는 외모를 가꾸며 살아가고 있다(신현옥, 2008).

## II. 이론적 배경

### 1. 퍼스널 컬러

#### 1) 퍼스널 컬러의 개념

사람은 태어나면서부터 각자의 피부색, 머리카락 색, 눈동자 색을 가지고 태어난다. 개인의 취향이나 환경, 심리상태, 기질에 따라 자신에게 어울리는 색이 다르고, 좋아하는 색 또한 다르다. 개인이 선호하는 색이면서 좋아하는 색과 퍼스널컬러진단 컬러와는 무관할 수 있다. 컬러진단이란, 개인이 가지고 있는 고유의 색을 토대로 하여 개개인의 피부색과 조화를 이루는 색들을 컬러테스트 천을 얼굴 가까이 드레이핑한 후 그 사람에게 맞는 색들을 찾아내어 개성에 맞게 조언하는 것이다. 헤어컬러의 경우에도 만족도를 높이기 위해서는 피부색과 눈동자색의 조화에 중점을 둘 필요가 있다. 퍼스널컬러의 이해는 헤어컬러를 하는 데 필수적이라 할 수 있다(2014, 장유영).

퍼스널컬러는 몸의 색과 조화를 이룰 때 건강하게 보이고 얼굴이 밝고 활기차 보이나, 맞지 않을 때는 피부 결이 까칠해 투명감이 사라져 피부의 단점만이 드러나게 된다. 따라서 자신의 몸의 색을 아는 것은 이미지를 관리하기 위해 효과적인 방법이 된다. 일본, 미국, 유럽 등에서 4계절의 이미지에 비유하여 신체 색을 나누는 방법을 활용하고 있다. 즉, 봄, 여름, 가을, 겨울의 이미지에서 보이는 색채를 사용하여 개인의 개성 있는 이미지를 연출한다.

퍼스널컬러는 봄, 여름, 가을, 겨울의 사계절을 나타내는 자연의 색과 이미지에 빗대어 어우러지는데 이를 ‘사계절 분류법’이라 한다. 사계절 중 봄, 가을 색인 봄 유형의 색과 가을 유형의 색은 베이스가 따뜻한 것이 특징이며 겨울, 여름 색인 여름 유형의 색과 겨울 유형의 색은 차가운 색들의 그룹이다. 구체적으로 따뜻한 베이스 그룹 중 가볍고 맑으



며, 봄의 꽃들처럼 화사한‘톤’이 봄의 색에 해당하며, 차분하거나 깊이 있는 짙은 톤이 가을 색에 해당한다. 차가운 베이스 그룹 중 우아하고 부드러운 톤이 여름 색이며 눈처럼 깨끗하거나 화려한 톤이 겨울로 분류된다(이소은, 2021 ;장은경 2022)). 이렇게 사계절을 기반으로 분류된 이 유형 중 개개인의 피부색, 모발 색, 눈동자 색 등의 신체 고유의 색을 진단하여 개인 맞춤형 색을 결정한다(김용숙, 2009 ; 장은경 2022). 우선 고객의 화장하지 않은 얼굴의 색과 톤 눈동자의 동공 머리카락 안쪽의 피부색을 고려하여 웜톤, 즉 따뜻한 계열의 색인 노랑이 베이스가 되는 색과 쿨톤인 파랑색이 베이스가 되는 색을 찾는 것이 하고자 하는 모발의 색을 결정하는 데 중요한 요소가 된다.

봄 유형(Spring type)의 특징은 피부색이 희거나 아이보리 빛의 노란 빛으로 혈색이 좋아 환해 보이며 안색이 밝다. 햇볕에 노출되면 피부에 기미 같은 잡티가 생기기 쉬우며 실제보다 나이가 어려 보이는 동안의 이미지를 가지고 있다. 봄 유형의 컬러는 노란빛을 띠는 색이 많아 대부분 따스한 분위기가 느껴진다(김희선, 2009). 아울러 봄 유형의 팔레트는 신선한 야채와 과일의 그린, 오렌지, 팬지꽃의 보라 등이 있으며 새싹과 같은 젊음과 활동 감이 느껴진다(김내은, 2011).

봄 유형의 사람은 밝으면서 선명한 원색의 느낌이 느껴진다. 또한 생동감 넘치고, 귀엽고, 발랄한 젊은 이미지를 지닌다. 봄 유형의 신체 색을 살펴보면, 피부색은 노랑 베이스로 따뜻한 유형(Warm Type)이다. 이에 노란 피부를 바탕으로 하고 있으며 다른 타입에 비해 상대적으로 피부색이 밝고 투명한 피치(peach) 빛 또는 아이보리(ivory)빛의 혈색을 띠는 편이다. 모발 색은 황갈색(gold brown), 노랑 브룬디(yellow brundy), 밝은 황색 빛이 도는 색이 많다. 눈동자 색은 열거나 파스텔 컬러가 많고, 골드 빛을 지니고 있어 동양인의 경우 라이트 골든 브라운(light goldenbrown), 골든 브라운(gold brown) 계열로 상대적으로 밝은 컬러가 주를 이룬다(박규림, 2019 ; 장은경, 2022). 봄 유형은 열

굴에 혈색을 넣어주는 색조을 입을 경우 젊고 생기 있어 보인다. 이에 밝기는 어둡지 않은 색을 중심으로 활용하는 것이 좋다. 또한 비비드(vivid), 라이트(light), 페일(pale), 화이트(whitish) 같은 맑은 톤의 색조가 봄 유형에 잘 어울린다(이소은, 2021). 봄의 톤은 따뜻하고 귀여운 이미지이며 살짝 노란빛이 도는 복숭아가 생각나는 발랄하면서도 생동감 넘치는 느낌이다. 봄의 톤을 가지고 있는 사람들의 특징은 밝은 브라운 색의 눈동자와 갈색이나 주황빛이 도는 갈색 헤어를 가지고 있다. 봄 타입의 연예인은 수지, 아이유, 한지민, 소녀시대 윤아, 송혜교 등이 있다.

여름 유형(Summer type)의 특징은 전체적으로 피부톤이 고르지 않은 피부색으로 얼룩져 보이기도 하며 핑크빛이나 피치 빛이 살짝 돌고 불투명한 편이다. 피부가 햇볕에 노출될 때 쉽게 붉어지며 잘 타지 않는다. 여름 유형의 사람은 좋은 인상을 지닌 타입으로 강하지 않고 선명하지 않은 컬러 톤이 잘 어울린다. 여름 유형은 부드러운 페일(pale), 라이트(light), 브라이트(brite), 소프트(soft), 라이트 그레이시(light grayish), 그레이시(grayish), 덜(dull) 톤이 대부분이다(김희선, 2009).

여름 유형의 팔레트는 구름 낀 하늘의 그레이시한 컬러들과 이슬에 젖은 듯한 그린, 라벤다의 옅은 청보라, 물망초의 소프트한 블루, 난초의 화사한 핑크 등이 있으며 여름 아침의 시원하면서도 온화함이 느껴진다(김내은, 2011 ; 장은경, 2022). 여름 유형의 사람은 부드러우면서도 가장 여성스러운 이미지를 지닌다. 여름 유형의 색과 어울리는 신체 색은 블루 베이스의 차가운 유형(CoolType)이다. 여름 유형의 사람은 피부색이 황색과 붉은 색소가 혼합된 핑크 베이지(pink beige) 계열 또는 로즈 베이지(rose beige)가 많다.

여름 유형의 사람은 모발 색이 보통 어두운색보다 고명도에서 중명도의 색이 많으며 그레이 브라운(gray brown)이 대부분이다. 눈동자 색은 상대적으로 밝은 편이며, 소프트한 브라운과 그레이 브라운(gray

brown) 또는 붉은빛을 보이는 로즈브라운(rose brown) 색을 지닌다(박규림, 2019 ). 여름 유형은 봄처럼 얼굴에 혈색을 많이 주는 색을 사용하면 오히려 칙칙하고 번들거려 보일 수 있다. 이에 색으로 피부를 투명하게 하고 얼굴의 톤을 깨끗하게 만들어 주면 편안하고 부드러운 느낌을 줄 수 있다. 밝기는 어둡지 않게 중명도에서 고명도의 색을 중심으로 사용한다. 특히 중채도에서 저채도의 부드러운 색을 사용하면 우아하고 세련된 느낌을 줄 수 있다(이소은, 2021). 여름타입의 연예인으로 손예진, 문채원 등이 있다. 이런 타입의 사람들은 블랙헤어와 블랙의상은 얼굴이 동동 떠보이고, 창백하게 느껴지는 반면에 짙은 브라운컬러의 헤어와 화이트 컬러 의상에서는 청순하고 얼굴 전체가 화사해 보인다.

가을 유형(Autumn type)의 사람은 자연스럽고 차분하면서도 깊이감이 느껴지는 고급스러운 이미지를 지니고 있다. 가을 유형 신체 색의 특징을 살펴보면 피부색은 옐로우 베이스의 따뜻한 유형(Warm Type)으로 황색을 지닌다. 따라서 봄 유형의 색상보다 상대적으로 농도가 짙다. 또한 중명도에서 저명도 톤의 골드베이지(gold beige), 피치 베이지(pitch beige), 골든 브라운(golden brown), 내추럴 베이지(natural beige)의 피부를 가진다. 이 유형의 모발 색은 어두운색이 대부분이며 붉은빛 또는 골드 빛을 띠는 적갈색이나 흑갈색이 많다. 눈동자 색은 짙은 황갈색 계열이며, 색상으로는 다크 브라운(dark brown), 골든 브라운(golden brown)으로 어두운 톤을 지니고 있다(박규림, 2019 ; 장은경, 2022).

가을 유형의 특징은 볼에 붉은빛이 거의 없으며 따뜻한 분위기가 느껴진다. 햇볕에 노출이 되면 금방 잘 타는 편이기 때문에 쉽게 어두워질 수 있다. 메이크업 시 사용되는 컬러는 황색이 가미된 색으로 브라운 계열이나 라이트 그레이시(light grayish), 그레이시(grayish), 소프트(soft), 덜(dull), 다크(dair), 스트롱(strong), 딥(deep) 톤이 대부분이

다(김희선, 2009 ; 장은경, 2022). 아울러 가을 유형의 팔레트는 차분한 느낌의 곡물 색, 내추럴한 대지의 색, 현란하고 입체감 있는 낙엽의 빨강과 노랑, 이끼의 그린이나 포도의 퍼플 등으로 풍성한 수확의 계절인 가을의 성숙하면서 고급스러움이 느껴진다(김내은, 2011).

가을 유형은 봄처럼 혈색을 주는 색을 주로 활용하지만 봄보다 더 깊이 있게 사용해주는 것이 좋다. 또한 밝은색도 있기는 하지만 중간에 어두운색들을 함께 활용했을 때보다 더 깊이 있는 고급스러움이 느껴질 수 있다. 특히 가을이라는 계절의 자연색처럼 따뜻하고 안정감이 느껴지는 색을 많이 활용하면 좋다(이소은, 2021). 대표적인 연예인으로 는 이효리, 한예슬, 제니 등이 있다. 블랙핑크의 제니의 경우 가을 특유의 고혹적인 분위기를 가지고 있는 덕분인지 명품 브랜드 샤넬의 앰버서더로 활동중이기도 하다.

겨울 유형(Winter type)의 특징은 피부색이 창백하며 푸른 기가 돌고 얇으면서도 투명하며 노란 기가 돈다는 것이다. 겨울 유형의 컬러 톤은 페일(pale), 비비드(vivid), 다크(dark), 다크 그레이시(dark grayish) 톤이 대부분이다(김희선, 2009 ). 아울러 겨울 유형의 팔레트는 블루계열과 블랙이 섞여 차가운 색을 베이스로 도회적이고 샤프한 색들이다. 무채색, 강렬한 원색, 와인레드의 빨강, 에메랄드그린이나 원색의 블루, 흰 눈 같은 아이 시한 컬러 등으로 화려하고 지적이면서 쿨한 무드의 컬러들을 가진다(김내은, 2011 ; 장은경, 2022).

겨울 유형의 사람이 잘 어울리는 색은 심플하고 점잖은 이미지를 가져 세련된 분위기가 느껴진다. 겨울 유형의 신체 색 특징을 보면 블루 베이스의 차가운 유형(Cool Type)으로 흰 푸른빛의 피부에 붉은 홍조를 띠지 않아 창백해 보이며, 피부가 투명하고 얇은 편이다. 겨울 유형의 피부색은 페일 베이지(pale beige), 올리브(olive) 계열이며, 겨울 유형의 사람의 대부분은 색의 대비가 강하며 핑크 색조의 흰 피부에 블랙(black)과 다크 브라운(dark brown)의 모발 색을 지니고 있다. 모발

색은 대표적으로 블루 블랙(blue black)이며 그 외에도 그레이 브라운(gray brown)이나 푸른빛을 지닌 어두운색이 주를 이룬다(박규림, 2019 ; 장은경, 2022).

겨울 유형은 여름 유형과 다르게 윤곽을 또렷하게 해주는 색, 피부를 투명하고 깨끗하게 만드는 색을 활용하면 좋다. 명도는 사계절 중 가장 다양하게 사용하며 채도는 아예 열어 흰 눈처럼 순수하고 깨끗한 느낌을 주거나 아주 화려하고 선명한 색을 사용한다. 특히 어둡고 블랙에 가까운 색을 사용하면 도시적인 느낌을 줄 수 있다(이소은, 2021 ; 장은경, 2022). 겨울타입의 연예인으로는 선미, 김혜수 등이 있다. 겨울타입은 흑발(또는 차가운 컬러의 색) 이나 고채도의 색조를 더해야 섹시한 매력을 어필할 수 있다.

컬러진단은 개인이 가지고 있는 고유의 색을 토대로 개개인의 피부색과 조화를 이루는 색들을 컬러테스트 천을 이용하여 얼굴 가까이 드레이핑 한 후 그 사람에게 맞는 색을 찾아내서 개성에 맞게 조언하는 것이다. 진단방법은 첫째 맨 얼굴로 화장을 하지 않은 상태에서 진단하며 둘째 햇빛이 들어오는 자연채광이나 비슷한 조건의 조명아래에서 실시한다. 셋째 진단을 받을 사람 앞에 거울을 놓고 흰 천으로 머리와 의상 색을 모두 가려 얼굴만 보이게 한다. 넷째 드레이프 천을 이용하여 진단을 하여 얼굴의 변화를 관찰하여 본다(장유영, 2014). 퍼스널 컬러 진단의 기본요소는 개인의 타고난 피부색, 모발 색, 눈동자 색으로 구성된다. 모든 색채가 그렇듯 우리의 신체 색 또한 색상, 온도감, 명도, 채도와 같은 색의 특성이 있다(Carla Mason Mathis, Helen Villa Connor, 1994 ; 장은경, 2021). 세계에는 민족, 문화, 언어, 피부색 이 다양한 사람들이 살고 있으며. 피부색은 인종에 따라 크게 백색, 황색, 흑색으로 구별하며 연령, 성별 및 개인에 따라 다르다. 동일인에 있어서도 부위나 계절별로 다르고 건강 상태나 스트레스에 의해서도 바뀐다. 피부의 색은 헤모글로빈, 카로틴, 멜라닌이라는 세 개의 색소로 이

루어져 있으며. 진피층의 모세혈관 내의 혈액의 빛깔과 표피 및 진피 내의 색소에 의해서 결정된다(장유영, 2014).

모발의 색소는 피부의 색과 거의 일치하며 멜라닌 색소는 모모 세포 위쪽에 존재하는 색소형성 세포에 의해 형성되고 아미노산의 일종인 티로신 (Tyro sin)으로부터 산화중합반응을 거치면서 형태가 이루어진다. 이렇게 형성된 멜라닌 과립은 타원 형태로 모발의 피질 세포 내에 존재하였다가 모발의 성장과 함께 차츰 상부로 이동하게 된다(장유영, 2014). 몸의 변화에 있어서 가장 확실한 변화를 줄 수 있는 모발 색상은 각자의 환경과 유전적인 요인과 인종, 모발 성장에 따라 다양하다.

멜라닌 색소는 우리 몸의 각 부분에서 빛깔의 차이를 갖게 하는 원인이 되고 이처럼 눈동자의 홍채에서도 발견하게 된다. 이는 눈으로 들어오는 빛의 양을 조절하므로, 강한 자외선 차단에 중요한 역할을 한다(홍미숙, 2005 ; 장유영, 2013). 컬러 진단에서 눈동자 색 중에서 홍채색을 말한다. 눈동자 색은 안구와 시신경으로 만들어져 있는데 안구 벽은 3층으로 되어있으며 가장 외각 층은 각 막과 강 막으로 구조되어 있다. 각막은 안구의 전반부의 1/6~1/5을 차지하고 투명하며 검은자위라 하는 부분이다. 홍채는 중막의 전단부로서 가운데에 동그랗게 동공이 있고 원반과 같이 얇은 막으로 한국인은 대다수 흑갈색으로 보여지는 부분이다. 눈동자 색은 홍채 안에 있는 멜라닌 색소로 결정되고 동양인의 경우는 검은색에서 갈색까지로 분류된다(장유영, 2014).

태어난 몸의 색상과의 '부조화 혹은 조화' 즉 '어울리지 않는 색과 어울리는 색'을 알아보기 위해서는 피부 톤이 밝고 건강하며, 혈액이 투명하면서 혈액이 좋아야 한다. 그러나 어울리지 않는 색을 가졌을 때는 피부색이 창백하거나 아파보이고, 때로는 검은 듯 칙칙해 보일 수 있다. 색상은 한 가지로만 보여지는 것이 아니라 그 주변 색과 더불어 어울림으로 인해 재해석되며 피부색도 주변의 환경 색에 따라 다르게 보이므로 본인의 피부색을 가장 예쁘게 하는 색을 찾아보는 것이 중요

하다. 모발염색이란 모발의 색상을 변동시키는 것을 말한다. 자연 모발을 염색약을 사용하여 더 예쁜 색을 만드는 모발염색은 사람의 아름다움을 추구하는 또 다른 모습의 예술 활동이다. 본 연구자는 선행연구를 바탕으로 퍼스널컬러의 하위변수를 여름 타입과 겨울 타입을 차가운 타입으로 설정하고 봄 타입과 가을 타입을 따뜻한 타입으로 설정하였다.

## 2) 퍼스널컬러 선행연구

신향선(2002)은 옷을 포괄한 패션과 관련된 부분에서 컬러 이미지의 연출에 필요한 퍼스널컬러 자료를 연구하고 분석하여 사용을 제안하고, 소비자의 퍼스널컬러 유형을 세부적으로 연구하면서 시장경쟁에 이바지하고자 하였다. 또한 컬러 이미지 연출에 있어서 각자의 사람에 따른 퍼스널컬러의 가치와 필요성 강조하고 있다. 정해정(2005)은 옷을 포함한 패션에 관련된 것을 구매하면서 색상과 관련 있는 것을 찾아보기 위해 인자 특성을 연구하였다. 이를 통해 퍼스널컬러 진단체제에 관련해서 신체색상과, 혈액형, 사주 등의 개인별 관련인자의 영향력을 평가하였다. 김미현(2007)은 기존의 퍼스널컬러 진단 프로세스에 7가지 얼굴 유형에 어울리는 컬러 톤을 계절 유형별로 세분화 하였다.

김수정(2005)은 퍼스널컬러진단 결과에 따른 메이크업 색채 연출을 보여줌으로써 퍼스널컬러진단의 중요성과 필요성을 인식시키고 국내 색조화장품 마케팅에 접목하는 데 이바지하고자 하였다. 한명숙(2002)은 메이크업 컬러 제품 선택과 머리 염색 때 컬러 선택에서 큰 영향을 미치는 퍼스널컬러에 대한 인지도와 연령에 따라 컬러 선택 요인과 만족도에 어떤 차이를 보이는지 분석하였다.

박규림(2019)은 자신의 퍼스널컬러 진단 결과를 본인의 화장에 이용했을 때 자신만의 개성 있는 이미지 연출이 가능하여 외적인 이미지가 합해지고 또한 신체적 만족감이 심리적 만족감으로 이어진다고 하였

다. 한명숙(2002)은 메이크업 컬러 제품 선택과 머리 염색 때 컬러 선택에서 큰 영향을 미치는 퍼스널컬러에 대한 인지도와 나이에 따라 컬러 선택하여 만족의 차이를 보이는지 분석하였다. 신향선(2002)의 연구는 퍼스널컬러 시스템에 따른 한국 사람의 컬러의 이미지가 차가운 유형이 따뜻한 유형보다 많이 나타났고 차가운 유형 안에서도 여름이 가장 많았다. 반면에 따뜻한 유형 안에서도 봄은 많이 적게 나왔다.

이혜정, 조진아(2007)는 개인 색채 유형 구분함에 있어서 피부 색상과 헤어 염색 이미지와의 연관성에 관한 연구로 인해 색채를 판단과 선택하는 가운데에 피부색과 어울림을 기준으로 삼는다는 것을 알 수 있었고, 피부 색상 유형에 따라 어울리지 않는 색과 어울리는 색의 활용에 따라 이미지 변신을 할 수 있음을 알아냈다. 또한 헤어컬러 사용함에도 나이와 상관없이 개개인의 색채 유형과의 어울림에 의한 색을 선택 할때의 만족도가 가장 좋음을 알 수 있어 헤어컬러는 본인의 피부색과 근접한 연결성이 있음을 알게 해주었다.

이윤주(1999)는 이미지에에는 시각적 이미지와 언어적 이미지로 결성되며 커뮤니케이션을 능률적으로 하기 위하여 서로 바꾸어서 사용될 수 있다고 하였다. 또한 색채를 계획할 때 커뮤니케이션 도구를 만들어 나가기 위해서는 색조와 색상을 목적에 맞게 분리하는 것이 적격이며 언어 이미지와 시각의 이미지에의 두 가지 부분을 모두 생각하는 것이 이미지를 알리는데 효과적인 방법으로 검토된다고 하였다. 현대사회에서 이미지는 서로의 생각과 느낌이 중요하며 패션 산업에서도 감각적 요인으로 이미지의 중요성이 부각 된다. 색채는 제품 선택에 굉장히 큰 부분에 영향을 주는 요소로 제품의 마케팅과 경쟁력 측면에서 굉장히 중요한 요인으로 제품의 부가 가치를 올리고 새로움을 주기 위해 전략적으로 이용된다.

김미란, 이귀영(2007)은 실용 한국 섬유 표준색 모음집을 퍼스널컬러 진단 도구로 활용한 연구를 통해 퍼스널컬러 진단 도구의 색상의 코드



를 체계화하여 우리나라 자체적으로 퍼스널 진단 천을 만들었다. 김민경(2016)은 기존의 퍼스널컬러 진단 프로세스에 일곱 가지 얼굴 유형을 추가하여 얼굴 유형에 조화로운 톤을 계절별로 나누었다. 홍수남(2013). 연구에서는 퍼스널컬러 진단경험이 있는 사람들은 메이크업 행동, 헤어관리행동이 높게 측정되는 결과를 제시하였다.

김내은(2011)의 연구에 의하면 자신에게 어울리는 머리카락 염색 색을 선택하는 기준은 피부색과의 어울림을 가장 중요하게 생각한다고 하였다. 헤어디자인에서도 패션의 목적으로 헤어 색상을 선택하여 본 인간의 개성을 즐기는 사람들이 급증했다. 헤어컬러는 그 사람의 사회적, 개성적인 이미지를 보여주는 신체적인 변인의 일부분인데, 머리카락은 머리 부위에 있어 많은 부분 차지하고, 얼굴의 인상에도 영향을 많이 줌으로써 모발의 색의 균형과 조화에 관심이 높아지게 됐다.

헤어를 디자인함에 있어 성공적인 연출을 하기에 앞서 자신의 신체 조건에 맞는 색을 알아야 한다. 여기에 개성을 부각 시키는 염색을 하기 위해서는 현재의 피부색, 모발 색, 눈동자 색, 신체와의 관계, 얼굴형, 원하는 헤어스타일, 원하는 염색 스타일 등을 퍼스널컬러와 어울리는 것이 중요하다. 이승희(2018)는 퍼스널 컬러 만족도와 인식이 미용 교과과정 만족도에 미치는 영향을 연구 하였다. 이를 통해 퍼스널컬러는 교과 전공 별로 적용성이 네일미용, 메이크업, 분장 순으로 필요성은 네일미용, 헤어미용 순으로 높게 나타났다. 특히 퍼스널컬러 중요성과 퍼스널컬러 교육 만족도에서 네일 미용이 가장 높다는 결과를 도출했다. 자신의 장점을 돋보이게 하기 위해 헤어를 본격적으로 이용하고 있다. 박정민(2012)은 미용 서비스 소비자는 자신의 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러 시술 시 그렇지 않은 경우보다 만족도가 높다고 하였다. 지금 하고있는 모발의 색을 다른 염색으로 바꾸려면 기본색을 토대로 한 색상환에 대한 이해가 선행되어야 한다.

## 2. 헤어컬러

### 1) 헤어컬러의 개념

염색의 기원은 약 4,600여 년 전 이집트 고대 3왕조 때 테타왕의 어머니 세스 여왕이 천연 식물인 해나를 이용해 염색한 기록이 있다(김효진, 2015 ; 양유원, 2019). 당시는 광물질과 동식물 등의 자연계에서 얻어온 색소를 이용해서 염색을 한 것이다. 이후 고대 이집트인들은 새치를 감추기 위해 해나, 검은 암소의 피, 거북의 등껍질, 쪽, 꼭두서니, 자줏빛 물감, 등을 사용하여 파란색, 금색, 붉은색 등으로 염색했다는 기록이 있다. 또한 미라에도 수염이나 모발에 식물의 잎을 이용해 물들인 흔적을 찾아볼 수 있다(신화남, 2014 ; 장유영, 2013).

현대 모발염색이 미용의 한 부분으로 사용하게 된 시기는 19세기에 들어서 부터이다. 호프만 (Hofmann)이 파라-페닐렌디아민산의 산화에 의해 머리가 탈색된다는 사실이 발견되면서 1883년 파리의 모네사가 염모제로 사용할 허가를 받아 사용하게 된 것이 본격적인 화학적 모발염색의 기초가 되었다(김효진, 2015).

헤어컬러와 눈동자도 밀접한 관계가 있다. 본인에게 가장 잘 어울리는 헤어 염색 컬러는 홍채 색보다 2~3단계가 어둡거나 밝은 것으로, 헤어 염색 컬러를 시술 시 밝기를 정할 때 이 부분을 생각하여 시술하면 어울리는 헤어컬러를 연출할 수 있다. 특히 눈동자의 밝기와 헤어컬러는 전반적인 이미지 연출과 관계가 있다. 눈동자의 밝기와 헤어컬러의 밝기가 같거나 비슷하게 할 경우 그 사람의 본래의 개성 및 장점이 가장 잘 드러나며 자연스럽게 보이고 모발이 눈에 띄는 것이 아니라 헤어컬러를 통해 표정이 밝아 보이고 눈동자가 빛이 나며 얼굴이 작아 보이고 그 사람 본래의 매력을 더욱 돋보이게 해준다. 그러나 모발 색이 눈동자 색보다 2~3단계 이상 어두운 경우 명암대비로 피부의 단점이 눈에 보이고 얼굴 윤곽이 더 두드러지는 것을 볼 수 있다. 반대로

모발 색이 눈동자 색보다 2~3단계 이상 밝게 되면 전체적인 이미지나 인상은 화려하고 부드러워 보이지만 오히려 윤곽이 확대되어 또렷한 느낌이 없어 보이고 힘도 없어 보이게 된다. 그러므로 눈동자 색의 밝기는 헤어컬러 시술 시 밝기와 밀접한 관계가 있으며, 이에 따라 헤어컬러를 염색할 때 염모제의 밝기를 생각하여 시술하는 것이 좋다.

헤어컬러의 변화를 위해서는 그 사람의 개인적 특성, 활동성, 얼굴의 생김새, 좋아하는 컬러, 나이, 모발의 상태, 현재의 헤어컬러 등 다각적인 파악과 관찰이 필요하다(고경숙2005). 이 같은 요소들을 종합적으로 검토한 후 컬러를 선택하여야 한다.

## 2) 헤어컬러 방법

염색이란 모발에 인공색소를 착색시키는 것으로서 모발의 색을 변화시키는 것을 의미한다. 자연 모발의 색보다 어둡게 물들이거나 바탕색의 밝기와 같은 것으로 물들이거나 자연 모발의 색보다 더 밝게 물들이는 것을 말한다. “헤어 염색”이라는 방법이 우리에게 들어오면서 우리나라 모발염색의 역사가 시작되었다. 우리나라에 염색 역사 초기에는 새치를 커버하기 위한 염색기법이 전부였으나 매스컴과 인터넷, 잡지 등 여러 방법으로 소비자들이 많은 정보를 고유했던 1990년대 후반부터 다양한 헤어 염색이 선보이기 시작했다. 21세기에 들어서면서 좀 더 체계적인 자기 관리 측면에서 본인의 이미지를 형성하는데 헤어염색을 활용하고 있다(고영주, 2003). 염색의 원리는 제 1제와 제 2제를 혼합하여 사용하며 탈색과 착색 작용이 일시에 이루어진다. 2제의 알카리가 모표피를 팽윤 연화하여 염모제 분자가 모피질로 들어가 산화제에 들어있는 산소를 작용시켜 멜라닌 색소를 분해하고 산화중합 발색시켜 산소와 염모제를 결합하여 모발의 색이 만들어진다. 산화에 의해 발색과 착색을 동시에 한다. 처음에는 색소가 수용성이지만 나중엔 불용성으로 되어 샴푸를 해도 디아민계의 물질은 산화되면 분자가 중

합하여 큰 분자로 만들어져 큐티클 층으로 빠져나오지 못하고 모발 속에 남아있어 영구 염색이 된다(2022, 구태완).

헤어 염모제는 크게 천연 염모제와 합성염모제로 구분한다.

식물성 염모제(Vegetable dye)는 식물의 뿌리, 꽃, 뿌리에서 검출하여 만들어진 염모제이다. 헤나, 인디고 염모제, 오디 염모제, 카모마일 염모제, 블루베리 염모제로 우리나라에서는 헤나만 중점적으로 사용한다. 천연 허브들은 그 자체에 두피보호와 모발 영양 공급, 세척제의 모발용 제품용으로 따로 나와 사용되기도 한다. 헤나는 5,000년 전부터 피부병의 예방, 지혈, 부스럼, 화상, 타박상, 피부염으로 널리 사용되고 헤나의 잎과 씨에는 무색의 ‘로소니’ 식물성 세포가 매우 작아서 머리카락의 케라틴 세포를 파괴하지 않고 결합하여 염색, 광택 및 항균, 살균작용으로 두피의 노폐물을 밖으로 배출시켜 체온을 내려주는 효과도 있다고 알려진다(양유원, 2019).

합성 염모제는 화학적으로 만들어진 염료이다. 사용 원료에 따라 식물성, 광물성 및 합성 염모제의 세 가지로 나뉜다. 일시적 염모제는 헤어 튜트, 컬러 스프레이, 컬러 왁스 등을 모발에 발랐다가 한 번의 샴푸로 제거되는 것을 말하고 화학반응은 일으키지 않는다. 반영구적 염모제는 헤어 매니큐어와 같은 산성 칼라를 말하는 것으로 모발의 멜라닌 색소에는 작용하지 않으면서 모발 외층에 막을 씌워 반사 빛만을 표현하는 것으로 샴푸 시마다 제거되어 약 3~4주 정도 되면 제거된다(양유원, 2019). 영구적 염모제는 1회의 사용으로 확실한 염색되고 샴푸를 사용해도 탈색되지 않는다. 색은 2~3개월 유지되며 흑색의 머리카락을 밝은색으로 염색할 수도 있고 새치 커버 효과 역시 좋다. 그러나 모발 손상이 심하고 색도 빠르게 퇴색된다.

탈색은 블리치라고도 하고 모발 내부에 있는 멜라닌 색소를 분해하여 모발이 밝게 되는 것을 말하며 탈색 정도에 따라 머리카락 색이 결정된다. 갈색에서 금색까지 여러 가지 색의 톤을 자유롭게 조정할 수

있다(양유원, 2019). 금속성 염모제는 모발에 빗질을 함으로써 모발에 막을 이루고 침투됨에 의해 며칠 후에 점차적으로 모발의 색이 바뀌게 된다. 이 염모제는 어둡고 광택이 없는 부자연스러운 색을 만들고 모발의 능김은 뻣뻣하고 건조하다. 은(silver)이 포함된 금속성은 푸르스름한 빛을 띠게 되고 구리성분(copper)은 붉은 색조를 띠며, 납성분(lead)은 보랏빛을 띤다(류은주, 2001). 금속성 염모제로 시술한 모발은 퍼머넌트 웨이빙을 비롯한 화학제를 사용할 경우 금속성분과 화학제가 반응하여 열을 발생시키며 모발 손상을 가져오므로 지금은 사용하지 않는다.

현장에서의 염색은 헤어디자이너의 감각에 의존되는 것이 대부분이었다. 그러다보니 단순히 기호나 유행에 따라 정형화된 테크닉만으로 염색을 하는 것이 관행이 되는 것이고 이로 인해 주관적으로 결과색이 매번 다르게 나타났다. 이를 보완하고 성공적인 염색을 위해서는 개개인이 지니고 있는 한국인 고유의 모발색과 바탕색에 대한 이해와 염모제에 대한 체계적인 분석과 검증이 우선시 되어야 한다.

### 3) 헤어컬러 색채이미지

헤어컬러는 자신을 표현하는 효과적인 수단으로 원하는 인상 창출하는데 도움을 주며 헤어에 조화롭게 배치되어 아름다움을 표현함으로써 이미지 형성에 중요한 역할을 하며, 헤어컬러에 따른 외모 이미지는 개성이나 지위, 가치관, 직업 등 내, 외적인 것을 전달하는 비언어적 메시지라고 하였다(이명희, 송원영 2006). 헤어 컬러 이미지는 컬러 톤에 따라 다르기 때문에 톤에 따른 이미지를 숙지하고 있어야 한다. 톤에 따른 컬러이미지는 일반적으로 디자인에서 어떤 색을 쓰는가에 따라 그 대상의 이미지가 달라진다(고유미, 2005). 각 각의 컬러는 색상, 명도, 채도로 표현 할 수 있는데 그 수치로부터 구체적인 색을 떠올리기

어렵기 때문에 이것을 일반적으로 알기 쉽게 이미지 감각으로 이해 할 수 있는 방법이 톤(Tone)이다(박상호, 1997).

컬러이미지는 색에 따라 가지고 있는 상징성과 이미지가 있다. 빨간색은 시각적으로 가장 일찍 느낄 수 있는 색상이다. 역동적이고 외향적인 성격을 지닌 따뜻한색으로 따뜻함, 강인함, 진취적인 이미지를 가지고 있다. 열정적이고 센 이미지를 표현할 때 활용하기 좋다. 주황색은 따뜻함과 생명력을 지닌 색으로 자유분방함과 즐거움을 주고 색이다. 이미지로는 밝음, 활기, 친근함 신선함, 젊음 등이 있다.

노란색은 긍정적인 힘을 가지고 있고 따뜻한 봄과 순수한 이미지를 가지고 있고 이미지는 아동, 어린 새로움, 가벼움, 밝음, 소망 등이 있다. 따뜻한 봄과 어린아이 같은 순수한 이미지를 가지고 있다. 헤어 색에 적용되었을 때의 이미지는 활동적이고 명랑한 느낌을 줄 수 있다. 녹색은 편안한 느낌의 중성색으로 희망, 행복, 신선함, 삶의 번영 등을 의미하고 이미지로는 편안함, 안정, 생명, 신뢰, 번영, 친근함 이 있다.

파란색은 산뜻한, 차가운 이미지이고 이지적인 분위기 연출에 좋고 밝은 파란색은 미래, 개방, 신뢰감을 느끼게 한다. 이미지로는 편안함, 자연, 신선함, 진화, 성장, 번영, 친근함 등이 있다. 보라색은 한색인 파란색과 난색인 빨간색을 섞은 색으로 양면을 가진 신비롭고 절묘한 색으로 화려함, 우아함, 풍부함 등을 느끼게 한다. 이미지로는 신비로움, 고급, 예술적 감각, 불안, 귀함, 우울감 등이 있다. 갈색은 가을, 대지, 비옥함, 낙엽, 대지, 여유, 빨강과 노랑 중간에 있는 색으로 색감이 넘치고 심오한 색으로 따뜻한 갈색은 따뜻함과 생명을 표현하는 땅을 상징한다. 모성적인 힘과 생산력, 자연과의 일치를 의미, 주위 상황에 동화시키기엔 건강한 색, 정신과 신체 기관을 강화한다.

흰색은 모든 빛을 가지고 있으면서 어떠한 색도 지니고 있지 않은 색으로 순수하고 명백한 색이며 긍정적인 이미지를 이룬다. 성스러움, 순수함 순결, 결백 등의 의미가 있으며 이미지로는 겨울, 청초, 진실,

병원 보수적, 결혼, 물 등이 있다. 회색은 겸손, 신중, 성숙, 회상, 단념, 회개를 나타내고 부정적인 이미지는 중화, 의기소침, 이기심, 무력, 무관심, 불임, 겨울, 비통, 후회를 나타낸다. 검정은 모든 빛을 흡수하여 깊고 복합적인 색으로 무겁고 우울한 느낌, 죽음과 두려움을 나타내고 다른 색을 뚜렷하게 만드는 효과를 주어 유채색과 사용하면 강한 인상을 준다. 이미지로는 공포, 죽음, 지옥, 긴장, 고뇌, 반항 등이 있다.

헤어 컬러의 속성을 살펴보면, 일반적으로 사람들의 자연모발 색상은 동일해 보이지만 그 속에 있는 블리치 레벨은 모두가 다른 색상을 가지고 있다. 그래서 헤어 염색 전에 자연모발에 대한 정확한 진단이 필요하다. 또한 염색에서의 색상에 대한 발색은 모발내의 잔류 색상이나 멜라닌 색소의 종류에 따라 다르게 표현되므로 헤어 컬러 시술 전에 내제되어 있는 헤어색상을 정확히 진단하여 배합했을 때 희망하는 결과 색상을 얻을 수 있다(김정임 2017). 헤어 염색은 인공적인 색으로 모발 본래 색을 변화시켜 아름다움을 수정하여 표현하는 것으로(김계순 외 2007). 미적 조화를 결정하는 중요한 역할을 한다. 헤어스타일에 생명력과 입체감을 넣어주고, 무한한 예술성과 창조성을 제공하기 위해 자신의 개성을 중요시 하는 현대인들의 이미지메이킹에 매우 중요한 요소로 제안되어지고 있다(권태신 2004).

#### 4) 헤어컬러 선행연구

임경애(2002)는 국가 간 감성 색채 비교 연구를 통해, 한국은 개성보다는 보편적이고 일반적인 색채가 전반적으로 사용되었다. 전반적인 선호색채는 차가운 한색 계열이며 현대적이며 진취적이고 현대적인 감성 어휘를 연상하게 하며 또한 보색대비를 적극적으로 사용한 역동적이고 경쾌하게 의미공간을 가지기도 한다. 이세희(2003)는 “헤어컬러체 인식에 따른 컬러 치료 효과가 스트레스에 미치는 영향” 톤은 이미지를 인식하기 편하게 하였고 흰색은 깨끗함의 상징이며 포멀함과 현대

적임을 나타낼 수가 있는 이미지가 있으며, 검정색은 무겁고 완고한 색이지만 포멀함과 풍성함을 주장한다.

(김내은, 2011)의 연구에 의하면 자신에게 어울리는 헤어컬러 판단하는 기준은 피부색과의 조화가 가장 우선시한다. 헤어디자인에서도 패션의 목적으로 헤어컬러를 선택하여 본인만의 개성을 즐기는 사람들이 급증했다. 헤어컬러를 하는 것은 그 사람의 사회적, 개성적인 이미지를 보여주는 신체적인 변인의 하나인데, 모발은 머리 부분을 차지하는 면적이 많고, 얼굴의 인상에도 영향을 많이 줌으로써 모발의 색 균형과 조화에 관심이 높아지게 됐다. 고영주(2003)는 개성을 중시하고 감성을 원하는 현대인들에겐 자신의 이미지와 맞고 자신에게 어울리는 헤어컬러를 찾고 싶은 욕구가 커져가며 헤어컬러에 대한 관심이 급증하였다고 하였다.

황정원(2002)은 헤어컬러는 개인이 가지고 있는 자연 모발 색상에 과학기술을 응용하여 다양한 컬러변화를 줌으로써 아름다움을 추구하는 인간의 예술적 행위라 할 수 있다고 하였다. 송하나(2008)는 헤어컬러의 선택이 매우 중요하고 단순한 염색 차원이 아닌 현대에 와서 한 패션트렌드의 개념으로 부각되고 있다고 하였다.

헤어디자인에서 만족스러운 모습을 만들기 위해서는 먼저 본인의 신체조건에 맞는 색을 알아야 한다. 여기에 개성을 부각하여 염색을 하기 위해서는 현재의 피부색, 모발 색, 눈동자 색, 신체와의 관계, 얼굴형, 원하는 헤어스타일, 원하는 염색 스타일 등을 퍼스널컬러와 어울리는 것이 중요하다.



### 3. 인상형성

#### 1) 인상형성의 개념

사람은 생활 속에서 매일 타인과 접촉을 하며 상호작용하고 그 사람이 어떤 얼굴을 하고 있었는지 기억하거나 떠올리면서 살피게 된다. 첫 대면에서 어떤 정보들을 통해 그 사람에 대한 초보적인 지식을 획득하는 것으로 사람들은 전혀 모르는 사람에 대해서도 최소한의 정보를 갖고 일관성 있는 인상을 형성한다(Sears 등 1985). 사람을 만나면서 이야기를 나누어보거나, 태도나 외모 혹은 그 사람의 분위기 등의 다양한 데이터를 통해 형성되는 타인에 대한 느낌 또는 기대를 말한다.

골턴 알포트는 처음 만나서 30초 안에 그 사람의 이미지가 결정된다고 했으며, 처음 만나 짧은 시간 안에 얼굴표정, 태도, 목소리 등으로 상대방을 살필 수 있어야 한다고 하였다.

인간관계에서 상대방을 처음 만나서 말을 이야기하거나, 태도, 외모 또는 그 사람의 분위기 등의 다양한 데이터로 인하여 만들어지는 타인에 대한 기대나 느낌을 말한다. 이러한 과정을 사회심리학 분야에서 인상형성이론으로 설명되고 있다. 타인과의 상호작용과정에서 얼굴 모양, 표정 등은 대화의 내용이나 행동 이상의 의미를 전송하므로, 메이크업은 비언어적인 생각을 전달하는 수단의 하나로 개인의 특별한 분위기를 만드는 역할 뿐만이 아니라 개인의 외모와 내적 자존감을 높여 좋은 인상 형성에 영향을 미친다.

대인지각 시 인상형성에 사용되는 단서들을 통합하는 방식은 크게 행동주의적 접근이론이나 형태주의적 접근이론이 제기된다. 먼저, 행동주의적 접근은 행동주의 심리학의 입장에 따른 이론으로서 인상형성과정에서 주어지는 여러 개의 정보의 의미가 기계적으로 합산되어 최종 인상으로 형성된다고 보는 견해이다(류지원, 2005).

형태적 주의적 이론은 지각대상자가 지닌 각각의 특성이 인상을 형

성할 때 분리된 것이 아니고 서로 관계가 있는 전체로서 지각되는 것이다(오세진, 2010). 또한 한 특성의 의미는 개인의 다른 데이터의 관계로 연결되어 있을 것으로 가정하여 같은 특성이라도 지각대상자의 다른 내용으로 해석되어 인상의 차이를 보인다. 이런 의미에서 인지적 접근 또는 형태적 접근이라고도 한다(송원영, 2009 ; 공지현 2013). 이 접근의 연구로는 순서효과 배경효과 중심특질에 관한 이론들이 있다.

형태적 접근에서의 순서효과는 데이터가 주어지는 차례에 따라 효과가 다르다는 이론을 말하며 부정적 또는 긍정적 정보 중에 어떤 것을 먼저 이거나 나중에 지시하는 것에 따라 인상이 전혀 다른 인상을 준다. 그 중 대표적인 이론이 초두효과(primary effect)이며 초두효과는 먼저 제시된 정보가 나중에 제시된 정보보다 더 큰 영향력을 행사하는 것을 말한다(송선옥, 1999). 또한 사람들은 상대의 사람들에 관해 소수의 제한된 데이터만으로 상대를 결론짓게 되는데 이때 상대를 만났던 배경과 장소 즉 관계에 영향을 줄 수 있다. 똑같은 상황에서도 그것이 어떤 것과 관계되어있느냐에 따라서 인상이 매우 다를 수 있는데 이를 배경효과라 한다(강대영, 2012). 그리고 중심특질의 특성들이 각각의 의미가 고정된 것이 아니라 그 특성이 부여되는 배경 혹은 상황에 따라 의미가 달라진다고 보는 것이다(김영룡, 2007 ; 공지현 2013).

제1단계의 자극은 맥락, 행동, 외모이며 대인 지각 결과는 획득 되어진 데이터의 단서에 대한 선택과 유목화이다. 제2단계의 자극은 1단계에서 선택, 행동, 유목화된 외모이며 결과는 즉각적 정서 반응 (거부감, 매력, 호감) 또는 고정된 관념에 따른 결론이다. 제3단계의 자극은 지각대상자에 대한 행동이며 결과는 지각대상자의 특성, 성격, 능력, 의도에 대한 원인 귀속이다. 제 4단계의 자극은 성격특성에 의한 원인 귀속이며 피지각자가 가졌을거라 생각하는 기타 특성들을 미루어보게 된다. 제5단계는 인상 형성 단계에서 자극으로 이용되며 지각자는 피지각자의 전체적인 조직화된 판단과 평가를 내린다. 제6단계는 제5단계

의 대인 지각 결과가 모두 자극되어 지각대상자가 어떤 상황에서 행동을 어떻게 할지 예측된다(남미우, 1992; 오순숙, 2012).

프리드먼(Freedman, 1981)은 형태주의적 접근이론에서 지각자는 선택적으로 정보를 선택하고 그것들을 전체적으로 유의미한 형태 게슈탈트(gestalt)로 조직화한다고 하였다. 그러므로 개별적인 부분이 전체의 합친 것 보다 영향력이 크다는 것을 의미하며 각각의 데이터들은 전반적으로 평균 되는 분리된 특성이 아니라 하나의 조직적인 모두에서 한 부분으로 간주(송민정, 2008 ; 공지현 2013) 되는 것이다. 따라서, 얼굴 지각이란 개인이 전체적으로 다른 사람에 대한 일관성 있는 인상을 형성하기 위하여 그 사람에 대한 정보를 지각하고 조직화하여 최종적으로 통합하는 과정(Bruce & Young, 2012)이다. 또한 지각자는 지각대상자에 대해 추론된 특징에 따라 전반적이며 조직화된 판단을 내리게 된다(Kaiser, 1990). 대인 지각 시 인상 형성에 이용되는 단서들을 종합하는 방법에는 형태주의적 접근이론과 행동주의적 접근이론이 있다.

인상형성 과정에서 주어지는 여러 개의 정보의 의미가 기계적으로 합산되어 최종인상으로 형성된다고 보는 견해를 행동주의적 접근이론이라고 한다(류지원, 2005). 형태주의적 접근이론은 인상을 형성할 때 한 정보의 의미는 그 사람의 다른 정보와의 연관성에 따라 의미가 변한다고 보며, 같은 특성이라도 지각자에 따라 다른 의미로 해석되어 인상의 차이를 보일 수 있다(송선옥, 1999). 곧 인상 형성과정에서 각기 다른 개인이 타의 독립적으로 주어진 데이터를 조직화시켜 하나의 의미 있는 전체로 깨닫는 것이 중요하다. 그러므로 인상형성이란 상대의 여러 전반적인 특질들을 이해하여 의미 있는 한 부분의 인상을 얻는 과정이라 할 수 있다.

인상형성이란 사람과의 관계 속에서 타인을 처음 만나 말을 몇마디 나누어 보거나, 태도나 외모 또는 발산되는 분위기 등의 다양한 데이터를 통해서 만들어지는 타인에 대한 기대나 느낌을 가르키는 말이다. 처

음 보는 사람을 낯선 곳에서 만날 때 느낌이 만들어지는 것을 설명하는 이론으로, 처음 본 사람에 대한 인상 형성은 매우 제한된 지식만으로 넓은 인상을 형성한다. 곧 어떤 사람을 순간적으로 보거나 사진만 보고서도 사람들은 그에 대한 특성의 많은 부분을 한 번에 평가하는 편이다. 이렇게 형성된 인상에는 더 많은 데이터에 따라 변경될 수 있지만 첫인상은 쉽게 잊혀지지 않는 특징이 있다. 또한 인간 관계에서 형성되는 인상은 정확하지 않을 수도 있고 정확할 수도 있다. 그렇지만 이러한 인상은 이후의 대인행동 결정을 하는 중요한 요인이 된다.

인간이 환경 속에서 주어진 자극들을 받아들여 조직화하고 해석하는 과정을 ‘지각’이라 말하며, 지각 대상이 사람인 경우를 대인 지각이라 한다(Hilgard, 1979 ; 문혜림, 2019). 지각자는 보편적으로 처음 본 사람이나 사진을 본 후에 즉각적으로 그 사람에 대한 인상을 형성하기 시작하며, 주어진 데이터가 한정되어 있음에도 체격, 피부색과 같은 가시적 특성에 대해서 뿐 아니라 태도, 성격, 특성, 정서 등과 같은 내부 상태까지 판단하는 경향이 있다. 그리고 타인에 대한 인상은 그 사람의 행동, 외모, 상황 또는 사건의 맥락을 통해 형성되어 다른 사람과의 초기 접촉 상황에서 외모는 대인 지각에 영향을 주는 중요한 변인이다(Kaiser, 1990). 본 연구자는 선행연구를 바탕으로 인상형성의 하위변수로 역동성, 친근성, 품위성을 설정하였다.

## 2) 인상형성의 선행연구

애쉬(Asch, 1946)는 중심특질에 관한 연구에서 두 그룹의 피험자들에게 일곱 개의 특질을 나열하고 이러한 특질을 모두 다 있는 사람의 ‘전체적인 인상’을 감정하도록 하였는데 이때 일곱 개의 특질 중 ‘온화하다(warm)’라는 특질만을 이와 반대되는 ‘냉정하다(cold)’라는 특질로 바꾸었을 때 이 두 경우의 인상형성에 뚜렷하게 나타났다. ‘온화하다’인

경우 그 사람을 온화하고 인간적인 성격을 가진 인상을 평가하지만 ‘냉정하다’라고 바꾸어 제시하면 정반대로 인상을 평가하였다. ‘냉정하다 - 온화하다’라는 형용사가 중심특질로 부각 되어 이것을 가운데로 대상 인물에 대한 전체적인 인상이 형성되고 그 밖의 형용사는 주변 특질이 되어 중심특질과 같은 방향으로 그 의미가 변화되어 최종인상이 만들어지는 것으로 나타났다. 인상 형성과정에서 사진이 정보로 제공되면 지각자는 사진으로 본 사람의 이미지를 형성하게 될 것이다. 그래서 사진으로 보여지는 남성 지각대상자의 화장에 의한 외모 변인은 한 부분의 이미지의 데이터로써 개별적인 이미지가 전체적인 이미지의 부분의 합보다 더 영향력이 크다.

고영주(2003)의 연구에서 20~40대 여성으로 학력, 결혼유무, 연령 등의 변인으로 좋아하는 남성 이미지를 고찰한 바 어린 여성일수록 청순하고 순수한 이미지를 좋아하고, 나이가 많아질수록 내추럴하고 안정적인 이미지 그리고 지적이고 우아한 이미지를 좋아하는 것으로 나타났다. 결혼 여부에서는 미혼일수록 젊고 발랄하며 귀여운 이미지를 좋아하고 기혼일수록 내추럴하고 안정적인 그리고 우아한 이미지를 좋아하는 것으로 나타났다. 또한 나이에 따른 헤어 색상 선호도에서 20대 여성일수록 어중간한 톤보다 흑색처럼 아주 어둡거나 밝은 느낌의 금빛, 금 구릿빛 색상을 좋아하는 반면 30대에서는 어중간한 톤인 구릿빛 색상을 30대 후반에서 40대의 나이를 먹어갈수록 어두우면서도 선명한 붉은 톤을 볼 수 있는 적 자줏빛 색상을 선호하는 것으로 연구하였다.

김영룡(2007)의 20대 여성의 헤어스타일과, 웨딩(wedding) 메이크업과 드레스 네크라인(dress neckline) 변화에 따른 인상 형성과 호감도에 관한 연구에서 지각자의 나이에 따라 호감도에 영향을 주는 것이 다르다고 하였다. 40세 이상보다 30대와 20대에서 호감도를 더 평가를 높게 하였는데 착용자와 나이가 비슷한 사람들이 더 호감을 하였다. 고혜숙과 류지원(2010)은 여성의 앞머리 스타일에 있어서 호감도에 관한

연구에서는 호감도에서 부분 내림 형, 내림 형, 올림형의 세가지 앞머리 스타일 중 내림 형이 호감도가 가장 높게 나타났고 그다음이 부분 내림 형, 올림형의 순으로 나타났다. 지각자의 전공, 성별, 외모 관심이 지각대상자의 호감도에 영향을 주었는데 여성이 남성보다 26세 이상의 나이보다 25세 이하가 높은 호감도를 보이고 있었다. 일반계열이 패션 계열보다 더 높은 호감도를 보였다고 하였다. 고로 헤어스타일 앞머리의 변화는 이미지 연출에 있어서 호감에 있어 큰 영향을 미치고 있다고 하였다.

오순숙(2012)의 연구에서 미용인들의 헤어스타일, 얼굴, 체형과 옷을 예쁘게 입을수록 고객은 호감을 일으켜 인상이 좋은 방향으로 지각되어 서비스와 사람에 대한 신뢰가 높아져서 비재무적 경영성과에 영향을 준다고 하였다. 그래서 신체적 매력 수준은 호감도와 밀접한 관계가 있다고 하였으며 헤어 미용 종사자에 대한 호감이 좋아지면서 기술적으로나 친절도가 좋게 지각되어 서비스와 정서적 만족도가 높아진다고 하였다. Delong(1968)은 신체의 부위 중 얼굴은 상대방이 바라보는 첫 번째 신체적 특성으로 다른 사람과의 대면 상황에서 자연스럽게 흥미의 초점이 된다. 그리고 그 형태적 특성에 따라 인상을 다르게 전달하게 된다.

코너(Conner, 1975)는 첫인상 형성에 영향을 미치는 사람과 옷의 효과에 관해 연구하였다. 세 가지 인상(사회적 인상, 지적 인상, 지적 인상, 활동적 인상)의 사람과 통제를 위한 마네킹에게 통제복과 세 가지 인상의 의복을 서로 바꾸어가며 입힌 후 그 사진에 대한 인상을 측정하였을 때 활동적 첫인상 지각에 영향을 주는 것은 옷과 사람이었다. 그리고 의복이 사회적 인상보다 효과가 크고 지적인 첫인상 지각에는 옷이 조금의 영향을 미쳤으나 그다지 크지 않았다고 하였다. 그러나 통제 복을 입은 상태에서는 지적 인상의 사람이 제일 사회적 인상으로, 사회적 인상이 가장 지적 인상을 주는 것으로 나타났고 사람에 따른

인상 차이가 미미한 것을 알 수 있다.

버거(Burger, 1981)는 피험자가 남자를 논평할 때는 얼굴이 전체인상의 약 50%를 설명하였고 체형이 약 10%를 설명했으나, 여성을 평가할 때는 체형이 전체인상의 50%를 설명하고 얼굴이 10%를 설명하여 여성은 신체적 매력이 가장 중요하게 나타났다. 얼굴 특징, 균형, 체형 및 체중을 포함한 전반적인 신체적 매력은 직장 지원자의 경우 호의적인 평가에 영향을 주었고 고용 결정에까지 영향을 주었으며 정상 체형의 착용자가 더 호의적인 평가적 차원의 인상을 주었으며 더 호의적인 외모적 차원의 인상을 주었다.

문영보(1992)는 옷과 얼굴 변인이 인상 형성에 미치는 영향에 관한 연구에서 활발한 인상 형성에는 옷 스타일과 옷 무늬가 영향을 미쳤고 그 중 사회적 의복 스타일과 줄무늬, 점무늬가 활동적 인상을 형성한다고 하였다. 이영미(2002)는 헤어스타일의 경우 헤어미용종사자의 헤어스타일에 의해서 고객의 헤어디자인을 결정에 영향을 미치며 헤어미용종사자의 헤어스타일에 대해 고객이 세련됐다고 지각할수록 미용기술력이 좋아보인다고 하였다.

그레이엄과 펀햄(Graham and Furnham, 1981)은 메이크업과 헤어를 조작하여 20대 여성에 대해서 28세에서 41세의 남녀에게 평가를 구했다. 평가지에 의하면, 용모의 화장조건은 여자다움이 강하며 신체적으로 매력적이고 성숙하다고 보이며 더구나 사교적이고 성실하며, 자신감이 있는 사람 인지되고 있다. 이런 긍정적인 인지 경향은 용마 머리형 머리의 손질 효과를 상승하는 것이다. 다만 여성스러움과 신체적 매력도에 관해서는 화장은 하고 머리는 손질을 안한 경우가 더 효과가 크다는 결과가 나와 있다. 딜롱(1968)은 신체에서 얼굴은 타인이 바라보는 첫 번째 신체적 특성으로 타인 사람들과의 만남에서 자연스럽게 흥미가 생긴다고 하였다. 문영보(1992)는 의복이나 의복 변인이 인상 형성에 미치는 영향에 관한 연구에서 의복 스타일, 헤어스타일, 얼굴, 의

복 무늬가 개인의 사회적, 활동적, 지적인 인상 형성에 영향을 미친다고 하였다. 남달리 사회적 인상에 있어서 얼굴의 영향이 크다 하였다.

힐가드(Hilgard, 1979)는 지각(Perception)이란 인간이 여러 가지 조건에서 주어지는 자극들을 받아들여 조직화하고 해석하는 과정'이라 하였다 (류지원, 2005). 그리고 지각과정에서 지각 대상이 타인이나 자신과 같은 인간일 경우에 대인 지각(person perception) 또는 사회적 지각(social cognition) 이라고 하며, 자신을 포함한 사회적 환경을 이해하는 방식과 과정을 사회적인지로 부르기도 한다(신명순, 2008). 즉 대인 지각은 자기와 만나는 상대의 감정 기질 또는 성격 의도 등을 알아보기 위해 상대를 지각하는 과정을 의미한다.

김향휴(1996)는 패션헤어스타일의 선호와 성격간의 상관성 연구에서 성격과 헤어스타일간에는 상관성이 있다는 결과를 얻었다. 여기서 그는 20대 여성들이 가장 마음에 들어 하는 스타일은 긴 직모로서 부분 염색한 스타일이고, 가장 싫어하는 스타일은 커트 직모의 전체 염색한 스타일이라고 하였다. 성격이 헤어스타일 선호도에 미치는 영향에 대해서는 허위성, 강인성 모두 마음에 드는 헤어스타일과 싫어하는 헤어스타일에는 영향을 미치는 것으로 나타났다.

류지원(2005)은 대인 지각에 영향을 미치는 이러한 각각의 단서들이 섞여지면서 관계에 따라 결국 한가지의 이미지로 지각된다. 그리고 외적으로 나타나는 단서들은 개인 내면의 여러 가지 다양한 내현적인 성질 특질까지도 추론할 수 있게 한다.

송선옥(1999)은 두 번째로 형태주의적 접근이론이란 인상을 형성할 때 한가지의 데이터의 내용이 그 사람의 다른 데이터와의 연결성에 따라 의미가 변한다고 보며, 특성이 같더라도 지각자에 의해 다른 의미로 해석되어 인상이 차이를 보인다. 김경원, 탁혜경 등(2004)은 옷 스타일에 대한 인상 형성하는 과정에서 옷 착용자에 대한 인상을 정적특성, 지적 특성, 활동성, 예의 정숙성, 능력, 예민성, 과민성으로 분류하였다.



이러한 인상 형성은 얼굴에 가장 가까이 있는 헤어가 헤어 염색과 스타일을 통해 결정될 수 있고, 헤어컬러의 선택은 인상 형성에 있어 중요한 요인이다. 그러므로 본인의 모발 색과 피부색 그리고 눈동자 색과 어울리는 헤어컬러를 하고 화장과 옷을 선택한다면 피부색이 맑아 보이는 등의 시각적으로 보여 지는 이미지를 바꾸어 주고 자신만의 세련된 인상과 개성을 형성하여 좋은 이미지를 줄 수 있다. 그러므로 본 연구에서는 퍼스널컬러의 변화를 헤어 컬러를 사용했을 때 나타나는 인상 형성의 다른 점을 알아보려고 한다.

## 4. 외모 만족도

### 1) 외모 만족도의 개념

외모 만족도란 자기 자신의 신체 각 부위에 대한 만족도를 말하는 것으로 신체의 전체 혹은 각 부분의 생김새와 기능에 대한 만족감의 정도, 개인의 감정을 측정한 것을 의미한다(고애란, 양진, 1996 ; 고민정, 2017). 또는 자신의 외모에 대한 주관적인 평가를 일컫는다(이현진, 2014). 캐쉬(Cash, 1994)는 외모 만족도의 범주에 대해 외형이라는 자신의 현재의 신체의 외형적 모습에 대한 만족 정도라고 말하고 있다. 즉 겉모습에 대한 만족감의 정도를 의미한다(최민호, 2006).

현대인들은 끊임없이 계속 변화하고 있는 미의 기준 속에서 본인의 외모에 대한 현실과 태도를 지각하고 정신적, 물리적, 신체적으로 시간과 비용을 투자하여 외모에 대한 단점을 감내하고 다양한 외모 관리 행동을 지향하고 있다. 그러므로 신체는 내적인 면 보다 외적인 면에 치우쳐져 끊임없이 관리해야 하는 대상으로 여겨진다(정주원, 2006). (바트키 Bartky, 1998 ; 서은혜 2011)는 여성들이 자신의 외모를 관리하고 통제하기에 스트레스를 받지만, 성취감도 얻을 수 있으며, 목표 의식을 갖게 하는 등의 긍정적인 심리적인 성과도 얻을 수 있다고 하였다(서은혜, 2011). 즉, 외모 관리 행동은 주관적인 자신의 평가로 이루어진 외모 만족도가 색상과 머리형태 그리고 화장의 방법, 몸매관리 등의 전체적인 외형의 만족도를 채우기 위한 행동이다.

외모는 타인과의 상호작용이 일어나지 않는다는 전제하에 인상을 형성하는 중요한 요소이다. 상대방을 즉각적으로 판단하는데 사용되는 첫 번째 단서가 신체적 외모이다(이현옥, 박경애, 2000). 여성들의 외모에 관한 관심은 쉽게 변화가 가능한 얼굴이나 피부에 집중된다. 따라서 더욱 매력적인 얼굴을 연출하는 데 관심을 가지며 여성의 얼굴형은 신체적 매력 측정에 영향을 주는 매우 중요한 요소라고 할 수 있다(임정

미, 2011). 김해정(2004)은 얼굴 생김새와 눈, 코, 입 등을 포함하여 얼굴 부위를 중요하게 생각한다고 하였고, 외모 중에서 얼굴은 타인에게 가장 먼저 보여지는 신체 부위이다(김해선, 한선주, 2016). 현대의 여성들은 외모에 관한 관심이 높아지고, 쉽게 변화가 가능한 얼굴에 관심을 집중하며 매력적인 얼굴을 연출하는 데 노력을 기울인다(권혜숙, 1990 ; 정우정, 2020).

외모의 사전적 의미는 ‘겉에 나타난 모습이나 용모, 즉, 겉모습’이다(민중서림, 2003 ; 이정민, 2013). 현대의 여성들은 외모에 대한 관심이 높아지고, 쉽게 변화가 가능한 얼굴에 관심이 집중하며 매력적인 얼굴을 연출하는데 노력을 기울인다(권혜숙, 1990). 외모는 계속 변화하려는 속성을 가지고 있으며 행동양식에도 영향을 준다. 그리고 이는 원하지 않는 부분을 감추고 보충하는 동기를 유발 시킨다. 나이가 사람들과 상호관계에 있어서 사회적인 자기 확신에 영향을 미친다(김은경, 2004). 즉, 외모는 얼굴은 물론 풍기는 분위기까지 포함한 겉모습으로 드러나 보이는 모든 모습이라고 할 수 있다(조미라, 2011).

외모 만족도는 Secord Jourard(1953)에 의해 최초로 도입된 개념으로 자신의 신체 이미지가 외부로 표출되어 타인으로부터 긍정적인 느낌을 받고 있다는 자신의 지각에 따른 것이며 타인과의 비교 때문에 자신이 느끼는 만족도이나 자신이 지각 정도에 따라 긍정 또는 부정으로 나타날 수 있고 타인의 객관적인 판단기준에 따라 인지되기도 한다(임지혜, 2011). 또한 외모 만족은 개인이 사는 시대의 사회현상과 문화적 관점에서 다양하게 변화하게 되며 개인의 행동과 성격에 영향을 줄 뿐만 아니라 자기 확신과 사람들과의 대인관계, 상호관계에서 사회적인 관계에 영향을 미친다(김은경, 2004). 또한 외모 만족은 사회활동과 대인관계에서 중요한 역할을 한다.

외모 만족도가 높을수록 세상을 적극적으로 살고 긍정적인 마음가짐이 된다. 사회생활에서도 자신감도 탄탄해지는 것이고, 반대로 외모 만

족도가 낮은 사람들은 저절로 위축되면서 대인관계에서도 불이익을 당하는 경우가 깊어진다(조미라, 2011). 이렇게 외모 만족도는 외적 부분에 대해 갖는 자기 자신의 만족도와 불만족도의 차이와 내적인 자신의 효율성, 경쟁력 등에 대해 인지하고 있는 정도를 말한다(최민호, 2006). 객관적인 평가 기준이 없는 상황에서 사람들은 타인과 비교함으로써 자신의 외모에 대해 인지한다(김경아, 2003). 외모는 자신을 돋보이게 하거나 타인과의 만남에서 자기 자신의 정체성을 표현하는데 큰영향을 미친다. 이는 타인과의 관계에서 처음 만나는 사람일수록 외적으로 보이는 모습이 중요한 역할을 하는 것으로 볼 수 있다(김은경, 2004). 현재 아름다움의 기준은 예전의 미의 기준보다 더욱 외모적인 아름다움을 가치 높게 평가하며 외모 만족도에 영향을 크게 준다는 것을 알 수 있다.

현대 여성들이 외적인 아름다움을 많이 높이기 위해 외모를 관리하는 데 큰 노력과 시간을 쏟는다는 의미이다. 특히 자기의 외모가 좀 더 나아지도록 유행에 관심을 두고 그 시대의 유행하는 스타일을 따라가면서 외적인 미의 만족을 높인다(박소애, 2016). 자신이 주관적으로 생각하는 외모와 다른 사람이 자신을 어떻게 생각하는지에 대한 이미지로 각각의 신체 부위에 대한 만족이 아닌 전반적인 만족도이며, 대부분 타인과의 비교를 통한 판단의 결과이다(유배봉, 2019). 외모 만족은 자신의 신체 이미지가 외적으로 표현되어 상대방으로부터 매력적인 모습으로 인정받아 좋은 인상을 주고, 보다 긍정적으로 인정받는 지각의 긍정적 태도라 할 수 있다(Secord & Jourard, 1953). 외모 만족도는 주관적으로 자신의 외모에 대하여 만족 혹은 불만족한 느낌 정도를 말한다. 즉 얼굴과 걸모습에 대해 스스로 만족하는 정도이다(채지연, 2014). 외모 만족도는 신체 이미지와 매우 밀접하게 관련된 개념으로서 신체 이미지는 변화하고 있고 예를 들어 TV 광고는 몸무게나 외모의 매력 정도, 머리 땀이나 의복에 대해 더 인식하게 하는 역할을 하고, 특히

신체를 꾸며주는 기능을 하는 의복이나 향수, 화장, 보석 등의 자신의 미적인 관리 행동에 따라 우리의 신체 이미지 감정을 향상하게 시킬 수 있다는 것이다. 또한 신체 이미지는 행동에도 영향을 미치는데, 불만족스러운 신체 부분이나 체형을 감추고 보충하려는 노력을 동기화시키고, 나아가 사람들과의 상호관계에 있어 사회적인 자기 확신과 기술에 영향을 미치기도 한다(Cash, 1990). 조미라(2011)는 외모에 대한 전반적인 이미지와 타인이 본인을 어떻게 생각하는지에 대한 자의적 생각으로서 ‘겉모습과 얼굴에 대한 만족감의 정도’로 보았다. 따라서 외모 만족도란 자기 자신의 신체 각 부위에 대한 만족도를 말하는 것으로 신체의 전체 혹은 각 부분의 생김새와 기능에 대한 만족감의 정도, 개인의 감정을 측정된 것을 의미하며, 또는 자신의 외모에 대한 주관적인 평가이다(이현진, 2014).

외모에 관한 관심은 쉽게 변화가 가능한 얼굴이나 피부에 집중된다. 따라서 더욱 매력적인 얼굴을 연출하는 데 관심을 가지며 여성의 얼굴 형은 신체적 매력 측정에 영향을 주는 매우 중요한 요소이다(임정미, 2011). 외모는 타인과의 상호작용이 일어나지 않는다는 전제하에 인상을 형성하는 중요한 요소이고 상대방을 즉각적으로 판단하는데 사용되는 첫 번째 단서가 신체적 외모이다(이현옥, 박경애, 2000).

얼굴을 통해서 상대방에 대한 정보와 연령, 직업 및 생활수준을 판단하고 이미지를 결정하게 된다(Hassin & Trope, 2000). 윤은영(2012)은 외모 만족도가 대인관계에 영향을 미치고 있다는 것을 보여주는 것으로 대학생들의 대인관계와 성취동기를 높아지게 하는 방안으로서 본인의 외모에 대한 긍정적인 인식과 주관적인 만족감을 높이는 것이 중요하다고 시사하였다.

## 2) 외모 만족도의 선행연구

고애란(1996)은 외모 만족도란 자기 본인의 신체 각 부분에 대한 만족도를 이야기 하는 것으로 신체의 각 부분의 신체나 전체의 생김과 기능에 대한 만족의 정도, 자신의 감정을 아는 것을 의미한다고 하였다. 이현진(2014)은 외모만족도에 범위에 대해 외형이라는 본인의 지금의 신체의 외현적인 모습에 대한 만족의 정도라고 말하고 있다. 박경애와 이현옥(2000)은 외모는 남들과의 상호작용이 일어나지 않는다는 전체에 인상을 형성하는 귀중한 요소이다. 상대와 즉각적으로 생각하는데 사용하는 첫 번째 시초가 신체적 외모이다. 김해정(2004)은 얼굴의 모습에서 눈, 코, 입 등을 내포하여 얼굴 부분을 중요하게 생각한다고 하였고, 외모 중 얼굴은 다른 사람에게 가장 먼저 보여지는 신체 부위이다.

권혜숙(1990)은 얼굴을 통해 상대에 대한 연령, 정보, 직업이나 생활 수준을 판단하고 이미지를 결단되며 지금의 여성들은 외모에 관심이 많아지고 쉽게 변화가 가능한 얼굴에 관심을 가지며 매력적인 얼굴을 연출하는 데 노력을 기울인다고 하였다. 하병조(2002)는 눈이 얼굴에서 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 이목구비의 균형과 비율을 좌우하는데 큰 영향을 준다고 하였다. 얼굴에서 가장 중앙에 있는 양쪽 눈은 메이크업 할 때 가장 많이 신경을 써야 한다. 이상영(2009)은 인간은 원래 외모가 아름다워지기를 원하고 다른 사람에게 예쁘게 보이고 싶어하는 욕구를 가지고 있다. 그래서 다른 사람에게 자신의 외모를 보여주므로 인해 긍정적인 반응을 얻어 만족감을 느낀다고 할 수 있다.

김은경(2004)은 외모는 살아가는데 있어서 인간관계와 사회생활에 영향을 미치는데 특히 첫인상이 인상 형성에 지대한 영향을 준다고 하였다. 그리고 외모는 트렌드와 사람의 감각에 의해 때때로 변화하는 속성을 지니고 있으며 본인의 신체 일부분에 불만족스러운 부분을 감추고 보충하려는 동기를 유발시킬 뿐 아니라 타인과 상호관계도 중요한 영

향을 미친다.

김성희(2005)는 아름답지 않은 외모를 가진 사람은 부정적으로 위축되고 사회생활에서도 타인에게 좋은 평가를 받지 못한다.

하경연(2006)은 머리 스타일에서 색상을 사용한 디자인은 얼굴의 두상의 상태와 개성을 파악하고 색조나 하이라이트를 어느 곳에 위치하느냐에 따라 강한 이미지를 나타낼 수 있다. 모발의 끝부분이 가벼운 내추럴한 형태를 연출할 때는 주로 명도가 밝은 파스텔 계열이나 중간 명도를 사용하는데 이는 헤어 이미지를 더욱 부드럽고 자연스럽게 만든다. 이미선 외 2인(2011)은 헤어컬러는 개인 각자의 피부색, 눈동자, 입술 색 등 유일한 자신만의 색과 조화를 이루기 위해 본인의 모든 신체조건 들과 어울리는 퍼스널컬러를 선택하게 되는데, 이때 컬러를 선택하기 위해서는 자연광이 실내조명보다 진단하기에 정확하다.

### Ⅲ. 연구 방법

#### 1. 연구내용 및 방법

연구대상자는 대전 지역의 일반인을 대상으로 2022년 9월 14일부터 9월 25일까지 SNS를 통해 설문지를 배부하고 수집하였다. 수집한 설문지는 380부중 불성실한 자료를 제외하고 374부를 통계 자료로 활용하였다. SPSS 23.0 Package Program을 사용하여 다음과 같은 가설을 통해 분석하였다.

#### 2. 연구가설

본 연구는 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 인상형성과 외모만족도에 미치는 영향을 분석하기 위해 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H1. 현재 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러(차가운타입/ 따뜻한타입)는 차이가 있을 것이다.

H2. 희망하는 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러(차가운타입/ 따뜻한 타입)는 차이가 있을 것이다.

H3. 염색기준에 따른 퍼스널컬러(차가운타입/ 따뜻한타입)는 차이가 있을 것이다.

H4. 퍼스널 컬러를 적용한 헤어컬러는 인상형성에 영향을 미칠 것이다.

H4-1. 눈동자색을 고려한 염색은 인상형성에 영향을 미칠 것이다.

H4-2. 자신감을 높여주는 염색은 인상형성에 영향을 미칠 것이다.

H4-3. 화사한 이미지의 염색은 인상형성에 영향을 미칠 것이다.

H4-4. 의복색을 고려한 헤어컬러는 인상형성에 영향을 미칠 것이다.



H5. 퍼스널 컬러를 적용한 헤어컬러는 외모만족에 영향을 미칠 것이다.

H5-1. 눈동자색을 고려한 염색은 외모만족에 영향을 미칠 것이다.

H5-2. 자신감을 높여주는 염색은 외모만족도에 영향을 미칠 것이다.

H5-3. 화사한 이미지의 염색은 외모만족에 영향을 미칠 것이다.

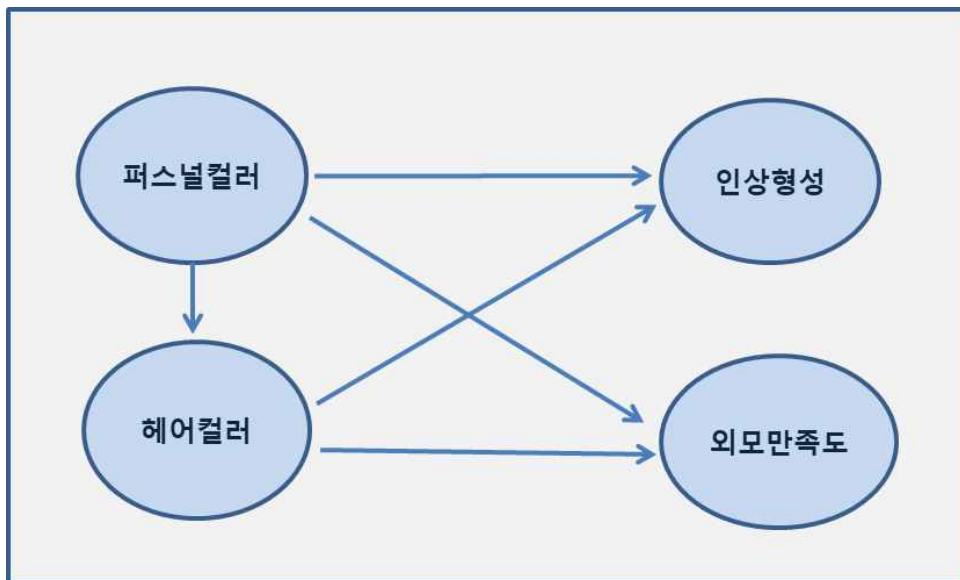
H5-4. 의복색을 고려한 헤어컬러는 외모만족에 영향을 미칠 것이다.

H9. 퍼스널 컬러는 인상형성에 영향을 미칠 것이다.

H10. 퍼스널 컬러는 외모만족도에 영향을 미칠 것이다.

### 3. 연구모형

본 연구는 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 인상형성과 외모만족도에 미치는 영향을 분석하기 위해 다음과 같은 연구모형을 설정하였다. 또한 퍼스널 컬러의 정확한 진단을 위해 퍼스널컬러와 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러를 나누어 인상형성과 외모만족도를 확인하였다.



[그림 2] 연구 모형

#### 4. 측정 도구

퍼스널 컬러의 측정도구 퍼스널 컬러는 김현미(2019)의 설문지 척도를 수정 보완하여 14개의 문항을 사용하였다. 외모만족도의 측정도구는 양정임(2019)의 설문지 척도를 수정 보완하여 10개의 문항을 사용하였다. 인상 형성의 측정도구는 윤소영(2001)의 설문지 척도를 수정 보완하여 14개의 문항을 사용하였다. 본 척도는 5점 리커트 척도로 구성하였으며 ‘전혀 그렇지 않다’를 1점으로 하였고 ‘매우 그렇다’를 5점으로 하였다. 이는 점수가 높을수록 퍼스널컬러, 인상형성, 외모만족도가 높은 것을 의미한다.

#### 5. 분석 방법

본 연구에서는 설문지의 데이터 코딩을 거쳐 SPSS ver 23.0을 사용해 통계적 자료처리를 실시하였으며, 유의수준은  $p < 0.05$ 로 설정하여 다음과 같이 분석을 실시하였다. 첫째, 표본의 개인적 특성과 헤어컬러 및 염색 취향을 분석하기 위해 빈도수와 백분율을 산출하는 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 측정변수에 대한 타당도 분석을 위하여 요인 분석을 실시하였고, 신뢰도 검증을 위해 내적일관성을 분석할 수 있는 Cronbach's Alpha값을 사용하였다. 셋째, 측정변수의 분포를 분석하기 위해 기술통계 분석을 실시하였다. 넷째, 측정변수간의 상관을 분석하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 다섯째, 가설의 검증을 위하여 분산분석, 단순 및 다중회귀분석을 실시하였다.

## IV. 연구결과

### 1. 표본의 일반적 특성

표본의 개인적 특성에 대해서 분석한 결과, <표 1>과 같이, 성별에서는 여성이 289(77.3%)명, 남성이 85(22.7%)명으로 나타났고, 연령에서는 40대가 32.4%로 가장 많았으며, 50대, 30대, 60대, 20대의 순으로 나타났다. 학력에서는 대졸이 48.9%로 가장 많았으며, 대학원 이상, 고졸, 중졸의 순으로 나타났고, 결혼에서는 기혼이 71.9%로 가장 많았으며, 미혼, 돌싱의 순으로 나타났다. 직업에서는 서비스업이 35.8%로 가장 많았으며, 전문직, 전업주부, 사무직, 판매직, 학생의 순으로 나타났으며, 월소득에서는 600만원 이상이 23.3%로 가장 많았으며, 300-400만원 미만, 200-300만원 미만, 500-600만원 미만, 200만원 미만, 400-500만원 미만의 순으로 나타났다. 거주지역에서는 대전/충남이 70.9%로 가장 많았으며, 기타, 서울/경기, 부산/경남의 순으로 나타났다.

<표 1> 표본의 일반적 특성에 대한 분석

		빈도	퍼센트
성별	남성	85	22.7
	여성	289	77.3
연령	20대	33	8.8
	30대	60	16.0
	40대	121	32.4
	50대	107	28.6
	60대	53	14.2
학력	중졸	9	2.4
	고졸	84	22.5
	대졸	183	48.9
	대학원 이상	98	26.2
결혼	미혼	85	22.7
	기혼	269	71.9
	돌싱	20	5.3
직업	서비스업	134	35.8
	판매직	21	5.6
	전문직	91	24.3
	사무직	58	15.5
	학생	8	2.1
	전업주부	62	16.6
월소득	200만원 미만	48	12.8
	200-300만원 미만	64	17.1
	300-400만원 미만	75	20.1
	400-500만원 미만	46	12.3
	500-600만원 미만	54	14.4
	600만원 이상	87	23.3
거주지역	서울/경기	40	10.7
	대전/충남	265	70.9
	부산/경남	20	5.3
	기타	49	13.1
전체		374	100.0

## 2. 헤어컬러 및 염색 취향에 대한 분석

헤어컬러 및 염색 취향에 대해서 분석한 결과, <표 2>와 같이, 현재 헤어컬러에서는 브라운이 49.7%로 가장 많았으며, 블랙, 애쉬, 와인, 오렌지, 골드의 순으로 나타났고, 희망하는 헤어컬러에서는 브라운이 53.2%로 가장 많았으며, 블랙, 애쉬, 와인, 오렌지, 골드의 순으로 나타났다. 염색 기준에서는 흰머리 커버가 55.3%로 가장 많았으며, 기분전환, 피부색과 조화, 미관상, 스트레스 해소의 순으로 나타났다.

<표 2> 헤어컬러 및 염색 취향에 대한 분석

		빈도	퍼센트
현재 헤어컬러	블랙	134	35.8
	브라운	186	49.7
	골드	7	1.9
	오렌지	8	2.1
	와인	10	2.7
	애쉬	29	7.8
희망하는 헤어컬러	블랙	85	22.7
	브라운	199	53.2
	골드	10	2.7
	오렌지	12	3.2
	와인	21	5.6
	애쉬	47	12.6
염색 기준	흰머리 커버	207	55.3
	피부색과 조화	56	15.0
	기분전환	89	23.8
	미관상	16	4.3
	스트레스 해소	6	1.6
전체		374	100.0

### 3. 측정도구에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

측정변수의 타당성을 분석하기 위하여 요인분석을 실시하였고, 요인 분석의 방법은 주성분분석을 실시하였다. 그리고 요인의 회전은 베리 맥스 로테이션을 실시하였으며, 요인수의 결정은 고유값 1.0을 기준으로 분석하였다. 그리고 요인적재치가 0.4이하인 경우에는 분석에서 제외하였다. 측정변수에 대한 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's Alpha값을 사용하였다. 퍼스널컬러에서는 0.648-0.697로 나타났고, 외모만족도는 0.872, 인상형성은 0.670-0.859로 나타났다. 모든 측정변수의 신뢰도가 0.6이상으로 신뢰도가 있는 것으로 나타났다.

#### 3-1. 퍼스널컬러 요인분석

퍼스널컬러에 대한 요인분석 결과, 2개의 요인으로 추출되었으며, <표 3>과 같이, 추출된 요인의 KMO=0.728, Bartlett의 구형성은 555.385로서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 그리고 요인적재치가 0.4이하인 문항들은 분석에서 제외하였으며, 이 후의 분석에서는 차가운, 따뜻한 이라는 요인명을 사용하였다.

<표 3> 퍼스널컬러에 대한 요인분석 결과

	요인명		Cronbach's Alpha
	차가운 타입	따뜻한 타입	
퍼스널10	.738	.149	.697
퍼스널11	.706	-.281	
퍼스널12	.668	.265	
퍼스널2	.413	.014	
퍼스널7	-.160	.634	.648
퍼스널9	-.128	.614	
퍼스널4	.251	.498	
퍼스널3	.280	.455	
퍼스널5	.140	.436	
퍼스널6	.030	.415	
퍼스널13	.382	.414	
고유값	2.011	1.940	
변량	38.280	27.632	
누적변량	38.280	65.912	

KMO=.728, Bartlett의 구형성  $\chi^2=555.385^{***}$ , df=55, p=.000

\*\*\*p<.001

### 3-2. 외모만족도 요인분석

외모만족도에 대한 요인분석 결과, <표 4>와 같이, 1개의 요인으로 추출되었으며, 추출된 요인의 KMO=0.888, Bartlett의 구형성은 1358.228로서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 그리고 요인적재치가 0.4이하인 문항들은 분석에서 제외하였으며, 이 후의 분석에서는 외모만족도라는 요인명을 사용하였다.

<표 4> 외모만족도에 대한 요인분석 결과

	요인명	Cronbach's Alpha
	외모만족도	
외모만족6	.863	.872
외모만족3	.855	
외모만족2	.848	
외모만족7	.819	
외모만족10	.770	
외모만족1	.660	
외모만족4	.483	
고유값	4.127	
변량	58.962	
누적변량	58.962	
KMO=.888, Bartlett의 구형성 $\chi^2=1358.228^{***}$ , df=21, p=.000		

\*\*\*p<.001



### 3-3. 인상형성 요인분석

인상형성에 대한 요인분석 결과, <표 5>와 같이, 3개의 요인으로 추출되었으며, 추출된 요인의 KMO=0.882, Bartlett의 구형성은 2006.616로서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 그리고 요인적재치가 0.4이하인 문항들은 분석에서 제외하였으며, 이 후의 분석에서는 역동성, 친근성, 품위성이라는 요인명을 사용하였다.

<표 5> 인상형성에 대한 요인분석 결과

	성분			Cronbach's Alpha
	역동성	친근성	품위성	
인상형성13	.811	.096	.218	.859
인상형성6	.788	.150	.130	
인상형성5	.776	.122	-.094	
인상형성14	.738	.148	.340	
인상형성11	.646	.248	.383	
인상형성7	.527	.302	.109	
인상형성3	.320	.787	.156	.789
인상형성2	.065	.780	.149	
인상형성4	.184	.760	.250	
인상형성12	.355	-.045	.692	.670
인상형성9	.105	.247	.687	
인상형성8	.060	.358	.645	
인상형성1	.124	.358	.459	
고유값	3.498	2.499	2.034	
변량	26.908	19.221	15.643	
누적변량	26.908	46.129	61.772	
KMO=.882, Bartlett의 구형성 $\chi^2=2006.616^{***}$ , df=78, p=.000				

\*\*\*p<.001

## 4. 측정변수에 대한 기술통계 및 상관관계분석

### 4-1. 측정변수에 대한 기술통계

측정변수에 대한 기술통계분석 결과, <표 6>과 같이, 컬러취향에서는 화사한 이미지가 4.01로 가장 높게 나타나고 있었으며, 눈동자 색이 2.19로 가장 낮게 나타나고 있었다. 퍼스널컬러에서는 차가운이 3.14로 따뜻한 2.44보다 높게 나타났다. 외모만족도에서는 3.00으로 보통 수준으로 나타났고, 인상형성에서는 친근성이 3.97로 가장 높았고, 품위성이 3.40으로 가장 낮게 나타났다. 그리고 왜도는  $\pm 3.0$ , 첨도는  $\pm 10.0$  사이에 있어 측정변수의 정규성이 확보되었다고 볼 수 있다.

<표 6> 측정변수에 대한 기술통계분석

		N	평균	표준편차	왜도	첨도
컬러취향	눈동자 색	374	2.19	1.19	.67	-.72
	자신감	374	3.72	.99	-.96	.87
	화사한 이미지	374	4.01	.83	-1.14	2.18
	외복색 고려	374	2.93	1.14	-.08	-.84
	노랑계열 의복	374	2.58	1.05	.10	-.80
	파랑계열 의복	374	3.14	1.01	-.35	-.46
	무채색계열 의복	374	3.53	.93	-.52	.25
퍼스널컬러	차가운	374	3.14	.70	-.32	.13
	따뜻한	374	2.44	.52	.02	.45
	외모만족도	374	3.00	.68	-.11	.60
인상형성	역동성	374	3.44	.67	.15	.00
	친근성	374	3.97	.62	-.33	.32
	품위성	374	3.40	.59	.09	.78

#### 4-2. 측정변수에 대한 상관관계

측정변수 간의 상관관계를 분석한 결과, <표 7>과 같이, 퍼스널컬러, 외모만족도, 인상형성 간에는 대부분의 정(+)의 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다. 이는 본 연구자가 설정한 연구의 방향성과 일치하고 있었다.

<표 7> 측정변수 간의 상관관계분석

	차가운	따뜻한	외모만 족	역동성	친근성	품위성
차가운	1					
따뜻한	.224***	1				
외모만족	.061	.130*	1			
역동성	.137**	.119*	.464***	1		
친근성	.100	.047	.366***	.469***	1	
품위성	.040	.118*	.441***	.538***	.556***	1

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

## 5. 현재 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러 차이 분석

현재 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러에 대한 차이를 분석한 결과, <표 8>과 같이, 차가운 타입에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였으며 ( $F=5.550$ ,  $p<0.001$ ), 브라운과 오렌지 헤어컬러에서 차가운 타입이 가장 높았고, 블랙과 골드에서 차가운 타입이 가장 낮게 나타났다. 따뜻한 타입에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였으며 ( $F=2.995$ ,  $p<0.05$ ), 현재 헤어컬러가 오렌지, 와인, 애쉬에서 가장 높았고, 블랙과 골드에서 가장 낮게 나타났다.

<표 8> 현재 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러 차이 분석

		N	평균	표준편차	F, p
차가운 타입	블랙a	134	2.90	.73	5.550*** .000
	브라운b	186	3.30	.66	
	골드a	7	3.04	.60	
	오렌지b	8	3.34	.33	
	와인ab	10	3.20	.57	
	애쉬ab	29	3.20	.65	
	전체	374	3.14	.70	
따뜻한 타입	블랙a	134	2.33	.52	2.995*
	브라운ab	186	2.48	.49	
	골드a	7	2.35	.37	
	오렌지b	8	2.66	.40	
	와인b	10	2.66	.48	
	애쉬b	29	2.62	.63	
	전체	374	2.44	.52	

Duncan test : a<b

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

## 6. 희망하는 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러 차이 분석

희망하는 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러의 차이를 분석한 결과, <표 9>와 같이, 차가운 타입에서는 통계적으로 유의미한 차이를 보였으며 ( $F=5.701$ ,  $p<0.001$ ), 희망하는 헤어컬러가 브라운과 와인일 때 차가운 타입이 가장 높았고, 블랙일 때 가장 낮게 나타났다. 따뜻한 타입에서는 통계적으로 유의미한 차이를 보였으며 ( $F=3.827$ ,  $p<0.001$ ), 희망하는 헤어컬러가 골드, 오렌지, 와인일 때 가장 높았으며, 블랙일 때 가장 낮게 나타났다.

<표 9> 희망하는 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러 차이 분석

		N	평균	표준편차	F, p
차가운 타입	블랙a	85	2.82	.73	5.701*** .000
	브라운b	199	3.27	.68	
	골드ab	10	3.20	.45	
	오렌지ab	12	3.15	.45	
	와인b	21	3.32	.59	
	애쉬ab	47	3.07	.67	
	전체	374	3.14	.70	
따뜻한 타입	블랙a	85	2.26	.47	3.827** .002
	브라운ab	199	2.46	.53	
	골드b	10	2.70	.41	
	오렌지b	12	2.60	.38	
	와인b	21	2.59	.40	
	애쉬ab	47	2.54	.57	
	전체	374	2.44	.52	

Duncan test : a<b

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

## 7. 염색기준에 따른 퍼스널컬러 차이 분석

염색기준에 따른 퍼스널컬러의 차이를 분석한 결과, <표 10>과 같이, 차가운 타입( $F=0.565$ ,  $p>0.05$ ), 따뜻한 타입( $F=1.626$ ,  $p>0.05$ )에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다. 즉 염색기준에 따라서는 퍼스널컬러의 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 10> 염색기준에 따른 퍼스널컬러 차이 분석

	N	평균	표준편차	F, p
차가운 타입	흰머리 커버	207	3.15	.68
	피부색과 조화	56	3.03	.74
	기분전화	89	3.19	.71
	미관상	16	3.06	.61
	스트레스 해소	6	3.25	.89
	전체	374	3.14	.70
따뜻한 타입	흰머리 커버	207	2.43	.50
	피부색과 조화	56	2.41	.52
	기분전화	89	2.47	.50
	미관상	16	2.34	.51
	스트레스 해소	6	2.93	1.01
	전체	374	2.44	.52

## 8. 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 인상형성에 미치는 영향

### 8-1. 눈동자색을 고려한 염색이 인상형성에 미치는 영향

눈동자 색을 고려한 염색이 인상형성에 미치는 영향에 대해서 분석을 실시한 결과, <표 11>과 같이, 눈동자 색을 고려한 염색은 역동성( $t=1.610$ ,  $p>0.05$ )에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 그러나, 눈동자 색을 고려한 염색은 친근성( $t=2.047$ ,  $p<0.05$ ), 품위성( $t=4.399$ ,  $p<0.001$ )에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 눈동자 색을 고려한 염색을 할수록 인상형성의 친근성과 품위성이 높아진다고 볼 수 있다.

<표 11> 눈동자색을 고려한 염색이 인상형성에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준 오차	베타		
역동성	(상수)	3.334	.073		45.734	.000
	눈동자색	.047	.029	.083	1.610	.108
$R^2=.007$ , Adj $R^2=.004$ , $F=2.592$						
친근성	(상수)	3.854	.067		57.885	.000
	눈동자색	.055	.027	.106	2.047*	.041
$R^2=.011$ , Adj $R^2=.008$ , $F=4.189^*$						
품위성	(상수)	3.162	.063		50.457	.000
	눈동자색	.111	.025	.222	4.399***	.000
$R^2=.049$ , Adj $R^2=.0417$ , $F=19.351^{***}$						

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

## 8-2. 자신감을 높여주는 염색이 인상형성에 미치는 영향

자신감을 높여주는 염색이 인상형성에 미치는 영향에 대해서 분석을 실시한 결과, <표 12>와 같이, 자신감을 높여주는 염색은 역동성( $t=3.224$ ,  $p<0.01$ ), 친근성( $t=4.033$ ,  $p<0.001$ ), 품위성( $t=3.393$ ,  $p<0.01$ )에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 자신감을 높여주는 염색을 할수록 인상형성의 역동성, 친근성, 품위성이 높아진다고 볼 수 있다.

<표 12> 자신감을 높여주는 염색이 인상형성에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준 오차	베타		
역동성	(상수)	3.021	.134		22.598	.000
	자신감	.112	.035	.165	3.224**	.001
$R^2=.027$ , Adj $R^2=.025$ , $F=10.394^{**}$						
친근성	(상수)	3.501	.121		28.832	.000
	자신감	.127	.032	.205	4.033***	.000
$R^2=.042$ , Adj $R^2=.039$ , $F=16.262^{***}$						
품위성	(상수)	3.020	.117		25.748	.000
	자신감	.103	.030	.173	3.393**	.001
$R^2=.030$ , Adj $R^2=.027$ , $F=11.514^{***}$						

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



### 8-3. 화사한 이미지 염색이 인상형성에 미치는 영향

화사한 이미지 염색이 인상형성에 미치는 영향에 대해서 분석을 실시한 결과, <표 13>과 같이, 화사한 이미지 염색은 역동성( $t=2.477$ ,  $p<0.05$ ), 친근성( $t=3.990$ ,  $p<0.001$ ), 품위성( $t=3.379$ ,  $p<0.01$ )에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 화사한 이미지 염색을 할수록 인상형성의 역동성, 친근성, 품위성이 높아진다고 볼 수 있다.

<표 13> 화사한 이미지 염색이 인상형성에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준 오차	베타		
역동성	(상수)	3.024	.170		17.757	.000
	화사한 이미지	.103	.042	.127	2.477*	.014
$R^2=.016$ , Adj $R^2=.014$ , $F=6.134^*$						
친근성	(상수)	3.373	.154		21.914	.000
	화사한 이미지	.150	.038	.203	3.990***	.000
$R^2=.041$ , Adj $R^2=.038$ , $F=15.920^{***}$						
품위성	(상수)	2.913	.149		19.599	.000
	화사한 이미지	.123	.036	.173	3.379**	.001
$R^2=.030$ , Adj $R^2=.027$ , $F=11.421^{**}$						

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

#### 8-4. 의복색을 고려한 헤어컬러가 인상형성에 미치는 영향

의복색을 고려한 헤어컬러가 인상형성에 미치는 영향에 대해서 분석을 실시한 결과, <표 14>와 같이, 의복색을 고려한 헤어컬러는 역동성( $t=3.062$ ,  $p<0.01$ ), 친근성( $t=2.804$ ,  $p<0.01$ ), 품위성( $t=4.365$ ,  $p<0.001$ )에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 의복색을 고려한 헤어컬러를 할수록 인상형성의 역동성, 친근성, 품위성이 높아진다고 볼 수 있다.

<표 14> 의복색을 고려한 헤어컬러가 인상형성에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준 오차	베타		
역동성	(상수)	3.166	.095		33.274	.000
	의복색 고려	.093	.030	.157	3.062**	.002
$R^2=.025$ , Adj $R^2=.022$ , $F=9.375^{**}$						
친근성	(상수)	3.746	.087		42.931	.000
	의복색 고려	.078	.028	.144	2.804**	.005
$R^2=.021$ , Adj $R^2=.018$ , $F=7.864^{**}$						
품위성	(상수)	3.069	.083		37.169	.000
	의복색 고려	.115	.026	.221	4.365***	.000
$R^2=.049$ , Adj $R^2=.046$ , $F=19.049^{***}$						

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

## 9. 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 외모만족에 미치는 영향

### 9-1. 눈동자 색을 고려한 염색이 외모만족에 미치는 영향

눈동자 색을 고려한 염색이 외모만족에 미치는 영향을 분석한 결과, <표 15>와 같이, 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다( $t=4.976$ ,  $p<0.001$ ). 즉 눈동자 색을 고려한 염색을 할수록 외모만족도도 높아지는 것으로 나타났다.

<표 15> 눈동자색을 고려한 염색이 외모만족에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준 오차	베타		
외모만족도	(상수)	2.691	.071		37.861	.000
	눈동자색	.142	.028	.250	4.976***	.000
$R^2=.062$ , $Adj R^2=.060$ , $F=24.761$ ***						

\*\*\* $p<.001$

### 9-2. 자신감을 높여주는 염색이 외모만족도에 미치는 영향

자신감을 높여주는 염색이 외모만족에 미치는 영향을 분석한 결과, <표 16>과 같이, 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다( $t=3.480$ ,  $p<0.01$ ). 즉 자신감을 높여주는 염색을 할수록 외모만족도도 높아지는 것으로 나타났다.

<표 16> 자신감을 높여주는 염색이 외모만족도에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준 오차	베타		
외모만족도	(상수)	2.552	.134		19.068	.000
	자신감	.121	.035	.178	3.480**	.001
R <sup>2</sup> =.032, Adj R <sup>2</sup> =.029, F=12.108**						

\*\*p<.01

### 9-3. 화사한 이미지 염색이 외모만족도에 미치는 영향

화사한 이미지 염색이 외모만족에 미치는 영향을 분석한 결과, <표 17>과 같이, 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(t=3.924, p<0.001). 즉 화사한 이미지 염색을 할수록 외모만족도도 높아지는 것으로 나타났다.

<표 17> 화사한 이미지 염색이 외모만족도에 미치는 영향

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준 오차	베타		
외모만족도	(상수)	2.353	.169		13.938	.000
	화사한 이미지	.162	.041	.199	3.924***	.000
R <sup>2</sup> =.040, Adj R <sup>2</sup> =.037, F=15.399***						

\*\*\*p<.001

#### 9-4. 의복색을 고려한 헤어컬러가 외모만족도에 미치는 영향

의복색을 고려한 헤어컬러가 외모만족도에 미치는 영향을 분석한 결과, <표 18>과 같이, 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다( $t=2.641$ ,  $p<0.01$ ). 즉 의복색을 고려한 헤어컬러를 할수록 외모만족도도 높아지는 것으로 나타났다.

<표 18> 의복색을 고려한 헤어컬러가 외모만족도에 미치는 영향

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	표준 오차	베타		
(상수)	2.766	.096		28.885	.000
외모만족도 의복색 고려	.081	.030	.136	2.641**	.009
$R^2=.018$ , Adj $R^2=.016$ , $F=6.976^{**}$					

\*\* $p<.01$

## 10. 퍼스널컬러가 인상형성에 미치는 영향

퍼스널 컬러가 인상형성에 미치는 영향을 분석한 결과, <표 19>와 같이, 역동성에서는 차가운( $t=2.215$ ,  $p<0.05$ )가 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 품위성에는 따뜻한( $t=2.177$ ,  $p<0.05$ )가 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 차가운 컬러는 역동성에 영향을 미치고, 따뜻한 계열은 품위성에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 19> 퍼스널 컬러가 인상형성에 미치는 영향

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	공선성 통계량	
	B	표준 오차	베타			공차	VIF
역동성	(상수)	2.789	.207	13.500	.000		
	차가운	.113	.051	.116	2.215*	.027	.950 1.053
	따뜻한	.120	.068	.092	1.758	.079	.950 1.053
$R^2=.027$ , Adj $R^2=.022$ , $F=5.131^{**}$ , $D-W=1.935$							
친근성	(상수)	3.637	.191	19.070	.000		
	차가운	.084	.047	.095	1.785	.075	.950 1.053
	따뜻한	.030	.063	.026	.482	.630	.950 1.053
$R^2=.011$ , Adj $R^2=.005$ , $F=2.003$ $D-W=1.846$							
품위성	(상수)	3.044	.183	16.657	.000		
	차가운	.012	.045	.015	.274	.784	.950 1.053
	따뜻한	.132	.061	.115	2.177*	.030	.950 1.053
$R^2=.014$ , Adj $R^2=.009$ , $F=2.677$ $D-W=1.664$							

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

## 11. 퍼스널컬러가 외모만족도에 미치는 영향

퍼스널 컬러가 외모만족도에 미치는 영향을 분석한 결과, <표 20>과 같이, 따뜻한 타입( $t=2.317$ ,  $p<0.05$ )이 외모만족도에 정(+)의 영향을 미치고 있었다. 이는 따뜻한 컬러일수록 외모만족도가 높아진다는 것으로 볼 수 있다.

<표 20> 퍼스널 컬러가 인상형성에 미치는 영향

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	공선성 통계량	
	B	표준 오차	베타			공차	VIF
(상수)	2.510	.208		12.052	.000		
외모만족도							
차가운	.032	.051	.033	.630	.529	.950	1.053
따뜻한	.160	.069	.122	2.317*	.021	.950	1.053
$R^2=.018$ , Adj $R^2=.013$ , $F=3.379^*$ , $D-W=1.987$							

\* $p<.05$

## V. 결론

### 1. 요약 및 결론

퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 인상형성과 외모만족도에 미치는 영향을 알아보기 위한 목적으로 SNS로 설문지를 배부하고 수집한 자료 374부를 SPSS ver 23.0을 사용해 통계 분석하였다.

첫째, 헤어컬러 및 염색 취향에 대한 분석결과, 현재 하고 있는 헤어컬러는 브라운(49.7%)으로 가장 많았다. 희망하는 헤어컬러도 브라운(53.2%)이 가장 많은 것을 확인하였다. 염색을 하는 기준은 흰머리 커버(55.3%)가 가장 많았고 기분전환, 피부색과 조화는 3위에 해당되었다.

둘째, 측정도구에 대한 타당성 및 신뢰도를 검증한 결과, Cronbach's Alpha값이 퍼스널컬러의 하위변수인 차가운 타입은 .697이었으며 따뜻한 타입은 .648로 나타났다. 외모만족도는 .872, 인상형성의 하위변수인 역동성은 .859, 친근성은 .789, 품위성은 .670로 나타나 모든 측정변수의 신뢰도가 0.6이상으로 신뢰도가 있는 것을 확인하였다.

셋째, 측정변수에 대한 상관관계를 분석한 결과, 퍼스널컬러, 외모만족도, 인상형성 간에는 대부분의 정(+)의 상관관계가 있음을 알 수 있었다. 가설을 검증한 결과를 바탕으로 내린 결론은 다음과 같다.

첫째, 현재 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러에 대한 차이를 분석한 결과, 차가운 타입에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 차가운 타입이 현재헤어컬러가 브라운과 오렌지 헤어컬러에서 평균이 가장 높았고 블랙과 골드에서 차가운 타입이 가장 낮게 나타났다. 따뜻한 타입에서는 통계적으로 유의미한 차이를 보였으며, 따뜻한 타입이 현재 헤어컬러가 오렌지, 와인, 애쉬에서 평균이 가장 높았고, 블랙과 골드에서 가장 낮게 나타났다. 이는 현재하고 있는 컬러는 대부분 퍼스널컬러 적용이 되



고 있지 않음을 알 수 있었다.

둘째, 희망하는 헤어컬러에 따른 퍼스널컬러의 차이를 분석한 결과, 차가운 타입에서는 통계적으로 유의미한 차이를 보였으며, 희망하는 헤어컬러가 브라운과 와인일 때 차가운 타입이 가장 높았고, 블랙일 때 가장 낮게 나타났다. 따뜻한 타입에서는 통계적으로 유의미한 차이를 보였으며, 희망하는 헤어컬러가 골드, 오렌지, 와인일 때 가장 높았으며, 블랙일 때 가장 낮게 나타났다. 이는 퍼스널컬러가 차가운 타입이 차가운 타입에 어울리는 색상을 선호하고 따뜻한 타입이 따뜻한 타입에게 어울리는 색상을 선호하고 있음을 알 수 있었다. 하지만 무채색인 블랙은 차가운 타입에 어울리는 색상이지만 선호하지 않음을 알 수 있다.

셋째, 염색기준에 따른 퍼스널컬러의 차이를 분석한 결과, 차가운 타입과 따뜻한 타입 모두 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다. 즉 대상자의 염색기준은 흰머리 커버 염색이 많았으므로 퍼스널컬러에 차이를 보이지 않은 것으로 보인다.

넷째, 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 인상형성에 미치는 영향을 알아보기 위해 눈동자 색을 고려한 염색이 인상형성에 미치는 영향에 대해서 분석을 실시한 결과, 퍼스널컬러를 측정하는 기준중 하나인 눈동자 색을 고려한 염색은 친근성, 품위성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 눈동자 색을 고려한 염색을 할수록 인상형성의 친근성과 품위성이 높아진다고 볼 수 있다. 자신감을 높여주는 염색이 인상형성에 미치는 영향에 대해서 분석을 실시한 결과, 자신감을 높여주는 염색은 역동성, 친근성, 품위성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 퍼스널컬러를 적용했을 때, 자신의 단점은 커버되고 장점은 드러나게 하여 자신감을 높여준다. 퍼스널 컬러를 적용한 염색을 할수록 인상형성의 역동성, 친근성, 품위성이 높아진다는 것을 알 수 있었다. 화사한 이미지 염색이 인상형성에 미치는 영향에 대해서 분석을 실시한 결과, 화사한 이미지 염색은 역동성, 친근성, 품위성에 정(+)의 영

향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 화사한 이미지는 퍼스널컬러를 적용했을 때 나타난다. 퍼스널컬러의 적용인 화사한 이미지 염색을 할수록 인상형성의 역동성, 친근성, 품위성이 높아져서 좋은 인상을 줄 수 있을 것이다. 의복색을 고려한 헤어컬러가 인상형성에 미치는 영향에 대해서 분석을 실시한 결과, 의복색을 고려한 헤어컬러는 역동성, 친근성, 품위성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 의복 색을 고려한 헤어컬러를 할수록 인상형성의 역동성, 친근성, 품위성이 높아진다고 볼 수 있다.

다섯째, 퍼스널 컬러를 적용한 헤어컬러가 외모만족에 미치는 영향을 알아보기 위해 눈동자 색을 고려한 염색이 외모만족에 미치는 영향을 분석한 결과, 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 퍼스널 컬러의 측정기준의 하나인 눈동자 색을 고려한 염색을 할수록 외모만족도도 높아지는 것으로 나타났다. 또한 자신감을 높여주는 염색이 외모만족에 미치는 영향을 분석한 결과, 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 자신감을 높여주는 퍼스널 컬러를 적용한 염색을 할수록 외모만족도도 높아지는 것을 알 수 있었다.

화사한 이미지 염색이 외모만족에 미치는 영향을 분석한 결과, 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 화사한 이미지 염색을 할수록 외모만족도도 높아지는 것으로 나타났다. 또한 의복색을 고려한 헤어컬러가 외모만족에 미치는 영향을 분석한 결과, 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 의복 색을 고려한 헤어컬러를 할수록 외모만족도도 높아지는 것으로 나타났다.

여섯째, 퍼스널 컬러가 인상형성에 미치는 영향을 분석한 결과, 역동성에서는 차가운 타입이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 품위성에는 따뜻한 타입이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉

차가운 컬러는 역동성에 영향을 미치고, 따뜻한 계열은 품위성에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

일곱째, 퍼스널 컬러가 외모만족도에 미치는 영향을 분석한 결과, 따뜻한 타입이 외모만족도에 정(+)의 영향을 미치고 있었다. 이는 따뜻한 컬러일수록 외모만족도가 높아진다는 것으로 볼 수 있다.

## 2. 연구의 의의

본 연구는 퍼스널컬러의 진단을 관능평가를 하지 않고 객관화 할 수 있는 측정도구를 사용하여 진단했다는 데 의의가 있다. 퍼스널컬러가 매우 중요한 변수임에도 객관성이 부족하다는 이유로 퍼스널컬러 연구에 있어서 문제 재기가 있었다. 하지만 본 연구는 측정도구를 활용하여 객관성을 확보하였기에 의미 있는 연구라고 생각한다. 미용 산업의 영역이 확대되고 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러가 인상형성과 외모만족도에 중요한 변수로 작용하고 있어서 퍼스널컬러 적용은 마케팅 전략의 기초자료가 될 것이다. 퍼스널컬러를 적용한 헤어컬러를 인상형성과 외모만족에 미치는 영향을 알아본 연구는 학문적 의의가 크다고 할 수 있다. 또한 고객의 외모만족도는 고객의 미용실 재방문과 미용실에 대한 충성고객으로 확보할 수 있을 것이다.

## 3. 제한점 및 제언

본 연구의 한계점과 제언은 다음과 같다. 첫째, 본 연구대상자의 연령대를 보면 40대 50대가 60%를 차지하고 있어서 퍼스널 컬러를 진단하는데 있어 한계점이 있었다. 퍼스널 컬러의 장점이 되는 화사하고 자신감이 되는 염색을 선호하였지만 구체적인 퍼스널컬러를 알고 헤어컬러 체인지를 하고 있지는 않은 것을 알 수 있다. 아쉬운 부분은 연구대상자를 선정하여 실험군과 대조군으로 나누어 퍼스널컬러를 적용한 헤어

컬러체인지와 퍼스널컬러를 적용하지 않는 헤어컬러체인지를 통해 검증하지 못한 점이 아쉬움으로 남는다. 추후 연구에서는 이점을 감안하여 퍼스널컬러를 적용한 연구들이 많이 이루어지길 기대한다.

## 참고문헌

### 국내문헌

- 강근연(2011). 여성의 메이크업과 얼굴의 부분별 형태가 인상형성에 미치는 영향. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 강대영(2012).수염유형에 따른 남성 인상형성에 관한 연구 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위논문.
- 고경숙(2005). 헤어컬러디자인, 훈민사.
- 고민정(2017). 메이크업이 자아존중감과 외모만족도 및 외모관리인식에 미치는 영향. 광주여자대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 고아라(2010). 퍼스널컬러가 유행인식, 자기이미지에 미치는 영향 : 의류와 색조화장품의 구매행동을 중심으로. 한양대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 고애란, 양진(1996). 청소년의 의복행동에 대한 자아준심성, 자의식, 신체 만족도의 영향연구. **한국의류학회지**. 20(4). p.667.
- 고영주(2003).헤어칼라 이미지 변화에 미치는 영향 및 인구 통계적 변수에 따른 헤어칼라 선호도와 의 관계. 조선대학교 산업대학원 석사논문.
- 고유미(2005). 컬러 톤과 배색에 따른 헤어스타일 이미지 변화에 관한 연구. 용인대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 고혜숙, 류지원(2010). 여성의 앞머리 헤어스타일과 지각자의 특성이 인상형성과 호감도에 미치는 영향. **한국미용학회지**. 16(4).923-931.
- 공지현(2013). 남성의 메이크업에 따른 인상형성에 관한 연구. 성신여자대학교 융합디자인예술대학원 석사학위논문.
- 구태완(2022). 모발염색이 인체에 미치는 영향에 따른 신체, 심리, 성과적 만족도. 초당대학교 산업대학원 석사논문.

- 권태신(2004). **헤어컬러링**, 서울: 청구문화사.
- 권혜숙(1990). 인상형성에 미치는 의복의 영향. **상명대학교논문집** 25(1):431-442.
- 김경아(2003). 아동과 청소년의 외모 및 신체만족과 심리적 특성간의 관계 성신여자대학교 대학원 석사논문.
- 김경원, 탁혜령, 고애란(2004). 의복스타일에 따른 인상형성에서의 순서 효과, **한국의류학지**, 28(7),995-1006).
- 김내은(2011). 헤어컬러스타일링을 위한 퍼스널컬러 진단시스템 활용. 경희대학교 아트퓨전디자인대학원 패션아트 학과 석사논문.
- 김미란, 이귀영(2007). 실용한국섬유표준색(KOSCOTE)을 활용한 퍼스널컬러 진단방법제안, **한국미용학회지**, 13(3), 907-914.
- 김미현(2007). 퍼스널컬러 시스템의 기초 비교 연구, **한국미용학회지** 제13(2),663-669.
- 김민경(2016). 퍼스널 컬러 진단 가이드 요인간 상관관계와 뇌파분석. 한국피부과학연구원. 14(4), 407-416.
- 김성희(2005). 고등학생의 외모만족도와 대인관계, 자기주장성 및 학업성취도와의 관계 분석. 강원대학교 석사학위논문.
- 김수정(2005). 퍼스널컬러 진단에 따른 메이크업 색채에 관한연구. 대구대학교 디자인대학원. 석사학위논문.
- 김양휴(1996). 패션헤어스타일의 선호와 성격간의 상관성 연구. 건국대학교대학원 석사학위논문.
- 김영룡(2007). 여성의 웨딩 메이크업과 헤어스타일, 드레스 네크라인 변화가 대인 지각에 미치는 영향 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 김용숙(2009). 컬러 심리 커뮤니케이션. 서울: 일진사.
- 김은경(2004). 아동의 외모만족도, 신체만족도와 자아존중감, 학교생활 부적응간의관계. 춘천교육대학교대학원 석사학위논문.
- 김정임(2017). 헤어 직무 종사자들의 퍼스널컬러 헤어 적용에 대한 연

- 구. 한남대학교 사회문화. 행정복지대학원 석사학위논문.
- 김해선, 한선주(2016). 사회문화적 태도가 개인의 외모만족도 및 외모 관리행동을 통해 삶의 질에 미치는 영향. **한국디자인트렌드학회**. 53, 235-249.
- 김해정(2004). 외모관리: 자기에적 성격성향과 신체. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 김현미(2019). 퍼스널컬러 자가진단 측정도구(PCSDI) 개발연구. 서울벤처대학원대학교 박사학위논문..
- 김효진(2015). 한국인 모발색표준과 헤어 컬러링에 관한 연구. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 김희선(2009). **색채디자인**. 파주: 광문각.
- 남미우(1992). 상황, 의복단서 및 관찰자변인이 남자착용자의 인상에 미치는 영향. 한성대학교예술대학원 석사학위논문.
- 류은주(2001) **Hair Coloring**. 서울: 청구문화사.
- 류지원(2005). 남성 착용자의 의복 격식차림, 메이크업, 헤어스타일의 인상효과. 충남대학교대학원 석사학위논문.
- 문영보(1992). 의복 및 얼굴변인이 인상형성에 미치는 영향에 관한 연구. 중앙대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 문혜림(2019). 퍼스널컬러의 변화를 헤어컬러 중심으로 적용한 남녀의 인상형성의 차이. 한남대학교 석사학위논문.
- 민중서림(2003). **옛센스국어사전** (제5판 전면개정판). 서울: 민중서림
- 박규림(2019). 퍼스널컬러가 심리적·신체적 자아존중감에 미치는 영향. 홍익대학교 석사학위논문.
- 박명학 (2006). 헤어컬러별 특성과 염색기술의 정보조사. 동명대학교 대학원 석사학위논문.
- 박소애(2016). 외모관리행동이 외모만족도와 자아존중감에 미치는 영향. 호남대학교 교육대학원 석사학위논문.

- 박정민(2012). 퍼스널컬러 진단에 따른 헤어컬러 기술 시 만족도에 관한 연구. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 박혜원(2013). 자기표현, 외모관리행동 및 외모만족이 심리적 안녕감에 미치는 영향. 전남대학교 박사학위논문.
- 서은혜(2011). 자기애성향, 신체의식과 외모관리행동 및 화장의 심리적 효용의 관계 연구. 성신여자대학원 의류대학원 박사학위논문.
- 송민정(2008). 토틸 패션 코디네이션 유형 및 의복색이 착용자 인상에 미치는 영향. 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 송선옥(1999). 남자의 인상에 미치는 의복유형, 얼굴형 및 체형의 영향. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 송원영(2009). 남자의 액세서리 착용과 헤어스타일에 따른 인상형성 연구. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 송하나(2008). 헤어블리치 기법을 활용한 헤어컬러 작품 연구. 용인대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 송혜인(2002). 20대 여성의 의복쇼핑성향에 따른 화장품 구매행동에 관한 연구. 순천대학교대학원 석사학위논문.
- 신명순(2008). 서비스 산업 종사자의 외형이 서비스품질지각과 고객만족에 미치는 영향. 경기대학교관광전문대학원 박사학위논문.
- 신향선(2002). 퍼스널 컬러시스템에 따른 유형의 분포도와 색채진단 변인에 관한 연구 : 메이크업, 헤어, 의상 색채중심으로. 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 안초의(2019). 모발염색이 외모만조도와 심리적 행복감에 미치는 영향. 한남대학교 사회문화 행정복지대학원 석사논문.
- 양유원(2019). 일반 헤어컬러 기술과 퍼스널컬러를 활용한 헤어컬러 기술이 고객만족도에 미치는 영향. 동덕여자대학교 보건과학대학원 석사논문.
- 양정임(2019). 외모만족도가 메이크업 서비스와 심리적 안녕감에 미치는



- 는 영향. 광주여자대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 오세진(2010). **인간행동과 심리학**. 학지사.
- 오순숙(2012). 헤어미용종사자의 신체적 매력성에 따른 인상형성이 비재무적 경영성과에 미치는 영향 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 유배봉(2019). 중국 여성들의 라이프스타일에 따른 피부뷰티행동 및 외모만족도에 대한연구. 원광대학교 일반대학원 석사논문.
- 윤소영(2001). 메이크업과 헤어스타일이 인상형성에 미치는 영향. 한남대학교 석사학위논문.
- 윤은영(2012). 대학생의 외모만족도에 따른 성취동기와 대인관계의 차이. 충남대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이명희, 송원영(2006). 여성의 헤어스타일과 헤어컬러가 인상에 미치는 영향. 복식문화연구. **복식문화학회**. 14(6), 945-955.
- 이미선, 정지선, 이진희(2011). 헤어컬러 디자인에 퍼스널 컬러가 미치는 영향. 수원여자대학 미용예술과 **한국퍼스널컬러협회**. 9(1): 107-120.
- 이상영(2009). 중년 여성의 외모관심도 및 화장품 구매 행동에 관한 연구. 동명대학교대학원 석사학위논문.
- 이세희(2003). 한국전통 조각보를 응용한 침구 디자인 연구. 색채 이미지 중심으로. 동덕여자대학교 석사학위논문.
- 이소은(2021). **퍼스널컬러 이미지마케팅**. 서울: 이코노미북스.
- 이승희(2018). 퍼스널컬러에 대한 인식 및 만족도가 미용 교과과정 만족도에 미치는 영향. 건국대학교 교육대학원 석사논문.
- 이영미(2002). 미용사의 헤어스타일이 고객의 헤어디자인 결정에 미치는 영향. **한국미용학회지**, 15(1).35-41.
- 이윤주(1999). 색채이미지에 기반 한 패션 색채계획도구의 개발. 연세대학교 대학원. 박사학위논문.
- 이정민(2013). 미용전공 여자고등학생의 미용관심도에 따른 외모만족도

- 및 자아존중감에 관한 연구. 영산대학교 미용예술대학원 석사학위 논문.
- 이현옥, 박경애(2000). 여성소비자의 외모만족도 외모유형과 외모의식과의 관계 **대한가정학회**. 38(7), 93-102.
- 이현진(2014). 한국 청소년의 외모관련 사회적압박과 외모만족도 및 자아존중감. 연세대학교 보건대학원 석사학위논문.
- 이혜정, 조진아(2007). 개인색채 유형 분포에 있어서 피부색 유형과 헤어컬러 이미지와의 관련성 고찰. **한국미용학회지**. 13(3) 1061.
- 임경애(2002). 웹사이트에 나타난 국가간 감성색채 비교에 관한 연구. 이화여자대학교 정보과학대학원 석사학위논문.
- 임정미(2011). 노년기 여성의 외모관심도와 미용요법 프로그램 개발. 및 적용효과. 서경대학교 박사학위논문.
- 임지혜(2011). 여자청소년의 외모만족도가 자아존중감 및 학교생활 적응에 미치는 영향. 명지대학교 사회교육대학원 석사학위논문.
- 장역문(2022). 중국 20대 여성의 외모만족도가 뷰티행동에 미치는 영향. 광주여자대학교 박사학위논문.
- 장유영(2014). 퍼스널컬러가 여성의 헤어이미지에 미치는 영향. 한남대학교사회문화대학원 석사학위논문.
- 장은경(2022). 퍼스널컬러 컨설팅 경험이 외모인식과 외모관리행동에 미치는 영향. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 전제두(2000). 유행변화에 따른 모발 염색 제 포장디자인 개발연구. 한양대 석사논문.
- 정우정(2020). 여성 소비자의 외모만족도, 아이 메이크업 관심도에 따른 메이크업 관리행동. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 정해정(2005). 퍼스널컬러 시스템에 영향을 미치는 인자특성에 대한 연구. 경성대학교대학원 석사학위논문.
- 조미라(2011). 초등학생 남녀의 외모만족도 따른 또래관계, 자아존중감

- 의 차이 분석. 경희대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 채지연(2014). 초등학교 고학년 학생의 외모만족도와 학교생활적응의 관계에서 사회적 지지의 매개효과. 한국교원대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 최민호(2006). 대학생이 지각한 부모의 양육태도, 비합리적 신념 및 외모만족도와의 관계분석. 건국대학교 석사학위논문.
- 하경연(2006). 색채와 질감의 따른 남성헤어스타일 이미지 연구. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 하병조(2002). **화장품 화학**. 서울: 수문사.
- 한명숙(2002). 퍼스널 컬러에 대한 컬러 선택요인 및 만족도 연구. 헤어, 메이크업 컬러를 중심으로. **한국의류산업학회지**. 4(4),369-375.
- 한상윤(2010). 60세 이상 여성의 피부색과 퍼스널컬러에 대한연구. 홍익대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 홍미숙(2005). 한국인의 퍼스널컬러에 관한 연구 20대를 중심으로. 홍익대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 홍수남(2013). 20-30대 미혼여성의 퍼스널컬러 인지도에 따른 외모관리 행동 차이. **대한피부미용학회지**. 11(5). 915.
- 황정원(2002). **헤어컬러 디자인**. 고문사.

## 국외문헌

- Asch(1946). Forming impression of personality. *Journal of Abnormal and social Psychology*. 41(30), 258-290.
- Bruce, V. & Young, A. (2012). Face Perception: Psychology Press. pp.254-261.
- Burger(1981). H. I., Dimensions of Physical Attractiveness : How Others See Us, Unpublished Doctoral Dissertation, University of Utah.
- Carla Mason Mathis, Helen Villa Connor(1994). *The triumph of individual style*. New York: Fairchild Pub.
- Cash, T.F. (1990). *The psychology of physical appearance: Aesthetics, attributes, and images*. New York, U.S. :Guilford Press. pp. 51-79.
- Conner(1975). B. H., Peters, K . & Nagasawa, R . H., Person and costume : Effects on the formation of first impressions, *Home Economics Research Journal*, 4(1), 32~41.
- Delong(1968). Analysis of costume visual form, *Journal of Home Economics*, 60(10), 784~788.
- Freedman(1981). J. L., Sears, D.P. & Calsmith, J. M, *Social Psychology*. 2nd., N. Y : Prentice-Hall Inc.
- Graham and Furnham(1981). A., Sexual differences in attractiveness ratings of day/ night cosmetic use, *Cosmetic Technology*, 3, 36~42.
- Hilgard(1979). *Introduction to Psychology* (7th ed). New York: Harcourt, Brace, Jovanovich.
- Kaiser, S. B.(1990). *The Social Psychology of Clothing: Symbolic*

*Appearances in Context*(2nd ed.). New York: Macmillan Publishing Co.

Kalick(1988). S. M., Physical attractiveness as a status cue, *Journal of Experimental Social Psychology*, 24, 469~489.

Sears, D. O., Freedman, J. L. & Peplau, L. A.(1985), *Social Psychology*. (5<sup>th</sup> ed)., New Jersey : Prentice - Hall.

Secord Jourard(1953). The Appraisal of Body Cathexis: Body Cathexis: Body Cathexis and Self. *Journal Consulting Psychology*, 17(5), 343~347.

## ABSTRACT

# **Effects of Hair Color Applying Personal Color on Impression Formation and Satisfaction With Appearance**

*you, tae hee*

*Department of Beauty Therapy  
Asia LIFE University*

This study examined the effects of hair color applying personal color on impression formation and satisfaction with appearance by analyzing data collected from 374 male and female adults using the SPSS 23.0 Package Program. Conclusions drawn from the study results are as follows.

First, as a result of analyzing differences in personal color according to current hair color, statistically significant differences were shown by cold type and warm type. For cold type, brown and orange hair colors showed the highest means. For warm type, orange, wine, and ash colors showed the highest means. This result implies that cold type hair color mostly does not apply personal color, whereas warm type hair color applies personal color because orange is well suited.

Second, as a result of analyzing differences in personal color

according to desired hair color, statistically significant differences were shown by cold type and warm type. Cold type desired brown and wine colors, and warm type desired gold, orange, and wine colors. Persons with cold personal colors did not prefer cold colors, and persons with warm personal colors preferred warm colors.

Third, as a result of analyzing differences in personal color according to dyeing, both cold type and warm type did not show statistically significant differences.

Fourth, the effects of dyeing based on pupil color on impression formation were analyzed to examine the effects of hair color applying personal color on impression formation. Hair dyeing based on pupil color increases the familiarity and elegance of impression formation. Dyeing that improves confidence does so by covering up one's weaknesses and revealing strengths. Gorgeous image dyeing shows high dynamicity, familiarity, and elegance. Hair colors that consider clothing color increase the dynamicity, familiarity, and elegance of impression formation.

Fifth, for the effects of hair color applying personal color on satisfaction with appearance, hair dyeing based on pupil color was found to increase satisfaction with appearance. Persons who dye their hair with personal colors that boost confidence showed greater satisfaction with appearance. Gorgeous image dyeing increased satisfaction with appearance. Hair color considering clothing color increased satisfaction with appearance.

Sixth, as a result of analyzing the effects of personal color on impression formation, cold colors affected dynamicity, and warm colors affected elegance.

Seventh, as a result of analyzing the effects of personal color on satisfaction with appearance, warm colors increased satisfaction with appearance. This result implies that persons with warm personal colors apply their personal color when selecting hair color, thus affecting satisfaction with appearance.

Keywords: Personal color, hair color, impression formation, satisfaction with appearance



## 부 록

### 설 문 지

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 본 설문을 위해 귀중한 시간을 내주셔서 진심으로 감사드립니다.

본 설문조사는 “헤어컬러가 인상형성과 외모만족도에 미치는 영향”-퍼스널컬러를 중심으로-에 대하여 작성된 설문조사입니다.

응답해주신 자료는 본 연구의 통계 자료로만 사용될 것이며, 설문자료를 분석하는 연구원 이외에는 타인에게 제공되거나 외부로 유출되지 않을 것입니다.

귀하가 응답하신 내용은 ⑤『통계법』 제33조 (비밀의 보호) 제 』 ①, ②항에 의거하여 철저히 비밀이 보장되며, 조사결과는 연구 목적 외에 어떠한 용도로도 이용하지 않을 것을 약속드립니다.

귀하의 의견은 본 연구에 귀중한 자료가 되오니 솔직하고 성의 있는 답변 부탁드립니다. 설문에 응해 주신 귀하의 협조에 다시한 번 깊이 감사드립니다.

설문지를 참여해주시는 선생님께서는 연구에 동의해 주시는 것으로 간주합니다. 귀중한 시간을 내주셔서 진심으로 감사드립니다.

.

2022년      월      일

건신대학원대학교 미용치료학과

지도교수 : 정 인 심

연 구 자 : 유 태 희

이메일 : [yuteahee@naver.com](mailto:yuteahee@naver.com)

I. 다음은 귀하의 헤어컬러 취향에 관한 질문입니다. 귀하의 생각에 가장 가까운 항목에 표(✓) 해주십시오.

1. 귀하께서 하고 계신 헤어컬러는 다음 중 어느 것인지 선택해주세요.

- ① 블랙 ② 브라운 ③ 골드 ④ 오렌지 ⑤ 와인 ⑥ 에쉬

2. 귀하께서 어울린다고 생각하는 컬러(희망하는 컬러)를 선택해주세요.

- ① 블랙 ② 브라운 ③ 골드 ④ 오렌지 ⑤ 와인 ⑥ 에쉬

3. 귀하께서 염색하는 기준을 선택해주세요.

- ① 흰머리 등 커버하기 위해  
② 피부색과의 조화를 위해  
③ 기분전환을 위해  
④ 신생모와 염색모의 경계가 미관상 보기 싫어서  
⑤ 스트레스 해소를 위해

4. 나는 염색 시 나의 눈동자 색을 고려한다.

- ① 전혀그렇지 않다.  
② 그렇지 않다.  
③ 보통이다.  
④ 그렇다  
⑤ 매우그렇다.

5. 나는 염색이 자신감 및 자존감을 높여준다고 생각한다.

- ① 전혀그렇지 않다.  
② 그렇지 않다.  
③ 보통이다.  
④ 그렇다  
⑤ 매우그렇다.

6. 나는 염색이 화사한 이미지를 준다고 생각한다.

- ① 전혀그렇지 않다.  
② 그렇지 않다.  
③ 보통이다.  
④ 그렇다  
⑤ 매우그렇다.

7. 나는 헤어컬러 시 의복색을 고려한다.

- ① 전혀그렇지 않다.
- ② 그렇지 않다.
- ③ 보통이다.
- ④ 그렇다
- ⑤ 매우그렇다.

Ⅱ. 다음은 귀하의 퍼스널 컬러에 대한 질문입니다. 귀하의 생각에 가장 가까운 항목에 표(✓) 해주십시오.

	설 문 항 목	전 혀 그 렇 지 않 다	그 렇 지 않 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
		①	②	③	④	⑤
1	나는 블랙(검정)계열이 잘 어울린다					
2	나는 브라운(밤색)계열이 잘 어울린다					
3	나는 골드계열(노랑)이 잘 어울린다					
4	나는 오렌지계열(주홍)이 잘 어울린다					
5	나는 와인계열(어두운 빨강)이 잘 어울린다					
6	나는 노란기가 도는 흰피부를 가지고 있다					
7	나는 투명한 흰피부를 가지고 있다					
8	나는 진한 노란색피부를 가지고 있다					
9	나는 푸르고 창백한 피부를 가지고 있다					
10	나는 갈색의 눈동자를 가지고 있다					
11	나는 코트라스트(대비)가 선명한 진한 흑색의 눈동자를 가지고 있다					
12	나는 부드럽고 깊은 갈색의 눈동자를 가지고 있다.					
13	나는 원래 머리카락색이 붉은기가 도는 갈색이다					
14	나는 원래 명도가 낮은 흑갈색이다					

Ⅲ. 다음은 귀하의            외모만족도에 대한 질문입니다. 귀하의 생각에 가장 가까운 항목에 표(✓) 해주십시오.

	설 문 항 목	전 혀 그 렇 지 않 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
		①	③	④	⑤
1	나는 사진 찍은 내 모습을 좋아한다.				
2	나는 내가 보여 지는 모습이 마음에 든다.				
3	나는 거울에 비춰 지는 내 모습이 좋다.				
4	나는 몸무게를 재고 나면 기분이 좋다.				
5	나는 멋진 외모를 가지기 위해 노력한다				
6	나는 나의 외모가 매력있다고 생각한다.				
7	나는 외모가 일상생활에서 중요하다고 생각한다.				
8	나는 더 예뻐지면 좋겠다.				
9	나는 내 외모에 관심이 있다.				
10	나는 내가 원하는 만큼 멋있게(예쁘게) 보인다.				

IV. 다음은 귀하의 인상형성에 대한 질문입니다. 귀하의 생각에 가장 가까운 항목에 표(✓) 해주십시오.

	설 문 항 목	전 혀 그 렇 지 않 다	그 렇 지 않 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
		①	②	③	④	⑤
1	나는 지적이다					
2	나는 소극적이다					
3	나는 신뢰감을 주는 타입이다					
4	나는 정직하다고 생각한다.					
5	나는 성실하다고 생각한다.					
6	나는 활동적이라고 생각한다					
7	나는 따뜻한 성품을 가졌다고 생각한다					
8	나는 객관적인 사람이다					
9	나는 겸손하다고 생각한다.					
10	나는 세련되었다고 생각한다.					
11	나는 적극적인 사람이라고 생각한다.					
12	나는 개방적인 사람이라고 생각한다.					
13	나는 사교적인 사람이라고 생각한다.					
14	나는 친사회적인 사람이라고 생각한다.					

♡ ~