creative commons

COMMONS DEED

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

dCollection

[UCI]I804:11061-200000173215

석사학위논문

남성의 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도 및 작품제작

2019년

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

헤어디자인전공

박 다 누 리

HANSUNG
UNIVERSITY

석 사 학 위 논 문
지도교수 어수연

남성의 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도 및 작품제작

The Fringe Hairstyle Preference according to Demographic Characteristics of Men and Producing Works Based on That Preference

HANSUNG UNIVERSITY

2018년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰 티 예 술 학 과

헤 어 디 자 인 전 공

박 다 누 리

석 사 학 위 논 문
지도교수 어수연

남성의 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도 및 작품제작

The Fringe Hairstyle Preference according to Demographic Characteristics of Men and Producing Works Based on That Preference

위 논문을 예술학 석사학위 논문으로 제출함

2018년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰 티 예 술 학 과

헤 어 디 자 인 전 공

박 다 누 리

HANSUNG UNIVERSITY

박다누리의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2018년 12월 일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

HANSUNG UNIVERSITY

국 문 초 록

남성의 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도 및 작품제작

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원
뷰 티 예 술 학 과
헤 어 디 자 인 전 공
박 다 누 리

본 연구는 남성의 인구통계학적 특성에 따른 프린지헤어스타일 선호도 및 작품제작에 관한 연구로, 남성의 프린지 헤어스타일의 분류, 남성의 프린지 헤어스타일 선호도 및 남성의 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도를 알아본 다음 선호하는 5가지 프린지 헤어스타일에 대하여 최신 유행컬러 및 염색기법을 활용하여 작품디자인을 제작해 보는데 목적이 있다.

본 연구는 실증조사를 위하여 서울, 경기지역에 거주하는 남성을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사대상자의 인구통계학적 특성, 헤어샵의 이용실태, 헤어관리행동은 빈도분석을 실시하였고, 조사대상자의 프린지 헤어스타일 선호도를 알아보기 위해 기술통계 분석을 실시하였으며, 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이를 알아보기 위해 $\chi2$-검증에 의한 교차분석을 실시하였다.

본 연구의 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 프린지 헤어스타일 선호도를 분석한 결과, 가장 선호

하는 5가지 프린지 헤어스타일로는 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long), 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long), 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)으로 나타났다.

둘째, 조사대상자의 연령에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이를 분석한 결과, 20대가 선호하는 프린지 헤어스타일은 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long), 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)으로 나타났다. 60대 이상은 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)을 선호하는 것으로 나타났다.

셋째, 조사대상자의 결혼 여부에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이를 분석한 결과, 기혼이 선호하는 프린지 헤어스타일은 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long), 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)으로 나타났다.

넷째, 선호도에 따라 5가지 프린지 헤어스타일에 대하여 최신 유행컬러 및 염색기법을 활용하여 작품을 제작하였다.

본 연구의 결과를 종합하여 보면, 20대는 프린지를 내리는 스타일을 선호하는 경향이 있으며, 60대 이상은 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)을 선호하는 경향이 있고, 기혼은 가르마 스타일을 선호하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 이 결과를 바탕으로 20대, 60대 이상 및 기혼이 선호하는 프린지 헤어스타일을 기초로 전체적인 헤어스타일, 헤어 컬러, 드라이, 펌 등 다양한 헤어스타일을 개발한다면 헤어샵 고객 만족도 및 충성도를 높일 수 있을 것으로 예상된다.

이처럼 본 연구는 성장하는 남성 뷰티산업의 기대에 부응하여 남성 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이를 분석하여 연령 및 결혼 여부에 따라 선호하는 프린지 헤어스타일을 확인했다는 점에서 의미를 찾을 수 있다. 따라서 남성들의 헤어스타일 및 남성 헤어샵 경영을 연구하는 분야에서 뷰티 정보, 경영 정보 및 마케팅 자료로 활용되기를 기대해 본다.

【주요어】 남성, 프린지, 앞머리, 헤어스타일, 선호도, 작품제작

목 차

I. 서 론 ····· 1

1.1 연구배경 및 목적 ····· 1

1.2 연구문제 ····· 3

II. 이론적 배경 ····· 4

2.1 남성 헤어스타일 ····· 4

2.1.1 남성 헤어스타일의 정의 ····· 4

2.1.2 남성 헤어스타일의 역사와 형태 ····· 6

2.2 남성의 프린지 헤어스타일 ····· 7

2.2.1 프린지 헤어스타일의 정의 ····· 7

2.2.2 남성의 프린지 헤어스타일 형태 ····· 9

2.2.2.1 내리는 프린지 헤어스타일 형태 ····· 9

2.2.2.2 올리는 프린지 헤어스타일 형태 ····· 11

2.2.2.3 가르마 타는 프린지 헤어스타일 형태 ····· 13

2.3 선호도 ····· 23

2.4 남성의 헤어관리행동 ····· 26

2.5 헤어컬러 디자인 유형 ····· 28

2.5.1 원톤컬러 ····· 28

2.5.2 투톤컬러 ····· 28

2.5.3 위빙 ····· 28

2.5.4 슬라이싱 ····· 29

III. 연구방법 및 절차 ····· 30

3.1 조상대상 및 자료수집 ····· 30

3.2 설문지의 구성 ····· 31

3.3 분석방법 및 절차 ····· 32

HANSUNG UNIVERSITY

IV. 연구결과 및 고찰 ····· 33

4.1 조사대상자의 인구통계학적 특성 ····· 33
4.2 조사대상자의 헤어샵 이용실태 ····· 35
4.3 조사대상자의 헤어관리행동 ····· 39
4.4 조사대상자의 프린지 헤어스타일 선호도 ····· 43
4.5 조사대상자의 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이 ····· 46
4.5.1 연령에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이 ····· 46
4.5.2 결혼 여부에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이 ····· 56

V. 선호도에 따른 프린지 헤어스타일의 작품제작 ····· 62

5.1 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long) ····· 62
5.1.1 작품설명 ····· 62
5.1.2 일러스트 및 작품 ····· 62
5.2 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short) ····· 64
5.2.1 작품설명 ····· 64
5.2.2 일러스트 및 작품 ····· 64
5.3 8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long) ····· 66
5.3.1 작품설명 ····· 66
5.3.2 일러스트 및 작품 ····· 66
5.4 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short) ····· 68
5.4.1 작품설명 ····· 68
5.4.2 일러스트 및 작품 ····· 68
5.5 옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long) ····· 70
5.5.1 작품설명 ····· 70
5.5.2 일러스트 및 작품 ····· 70

VI. 결론 및 제언 ····· 72

참 고 문 헌 ····· 77

부 록 ····· 82

ABSTRACT ····· 93

표 목 차

[표 2-1] 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 형태 ····· 01
[표 2-2] 옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 형태 ····· 11
[표 2-3] 위로 올리는 프린지 헤어스타일 형태 ····· 21
[표 2-4] 옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 형태 ····· 31
[표 2-5] 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 형태 ····· 41
[표 2-6] 9:1 가르마 Up 프린지 헤어스타일 형태 ····· 51
[표 2-7] 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 형태 ····· 61
[표 2-8] 8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 형태 ····· 61
[표 2-9] 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 형태 ····· 71
[표 2-10] 7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 형태 ····· 81
[표 2-11] 6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 형태 ····· 91
[표 2-12] 6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 형태 ····· 91
[표 2-13] 5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 형태 ····· 02
[표 2-14] 5:5 가르마 Up 프린지 헤어스타일 형태 ····· 12
[표 4-1] 인구통계학적 특성 ····· 33
[표 4-2] 헤어샵 이용실태 ····· 53
[표 4-3] 헤어관리행동 ····· 04
[표 4-4] 프린지 헤어스타일 선호도 ····· 34
[표 4-5] 연령에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이 ····· 84
[표 4-6] 결혼 여부에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이 ····· 75
[표 5-1] 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 일러스트 및 작품 ····· 16
[표 5-2] 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 작업과정 ····· 26
[표 5-3] 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)의 일러스트 및 작품 ····· 36
[표 5-4] 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)의 작업과정 ····· 46
[표 5-5] 8:2 가르마 Down (Long)의 일러스트 및 작품 ····· 56
[표 5-6] 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Long)의 작업과정 ····· 66
[표 5-7] 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)의 일러스트 및 작품 ····· 76
[표 5-8] 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)의 작업과정 ····· 86

[표 5-9] 옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 일러스트 및 작품9·· 6
[표 5-10] 옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 작업과정 ·····0·· 7

HANSUNG UNIVERSITY

Ⅰ. 서론

1.1 연구배경 및 목적

얼굴은 사람의 첫 인상과 이미지를 좌우하는 중요한 요소 중에 하나이며, 헤어는 얼굴과 가장 가까이 있기 때문에 커트 스타일이나, 모발의 길이, 컬러 및 볼륨 등의 작은 변화에도 개인의 개성과 전체적인 이미지를 바꿀 수 있는 영향력을 준다. 또한, 패션과 함께 헤어스타일은 자기표현, 집단 소속감의 표현, 소통의 중요한 형태로 개인적일뿐 아니라 사회적인 표현 수단으로 밀접한 연관성을 지니고 있다.

매년 1인당 소득이 증가하면서 미용, 건강 등에 관심이 증대되고 있으며, 다양한 미디어의 확산으로 외모에 대한 관심과 중요성은 과거에 비해 더욱 커지고 있다.[1] 최근에는 외모를 가꾸고 화장을 하는 남성들, 일명 '그루밍족'이라는 신조어가 생겼을 정도로 남성들 사이에서도 외모 가꾸기에 대한 관심과 투자가 늘고 있는 추세이다.[2] 이를 뒷받침 하듯 여성 위주의 미용실이 아닌 남성을 위한 전문 헤어샵인 '바버샵(Barbershop)'의 인기도 함께 높아지고, 새로운 유망직종으로 떠올라, 바버샵과 염색방의 창업을 위한 전문 이용학원이 탄생하고 있다.

과거 남성의 헤어스타일은 짧은 머리와 짙고 어두운 색상, 일관적이고 보수적인 헤어스타일을 남성스러움으로 여겼으나[3], 1990년 중반부터 시작한 메트로 섹슈얼리즘으로 인하여 자신의 외모와 스타일에 투자를 아끼지 않고 여성스럽고 부드러운 감각을 찾는 남성들에게 어필되면서 다양한 헤어 커트 디자인이 나타나게 되었다.[4] 이처럼 헤어스타일의 변화만으로도 인간은 자신의

1) 전지현. (2014). 젊음추구가 외모관심과 외모관리행동에 미치는 영향 - 중년여성을 중심으로-. 『한국의류학회지』, 38(5), pp.705-715.

2) 임인숙. (2005). 남성의 외모관리 허용 수위와 외모불안 지대. 『한국사회학』, 39(6), pp.87-118.

3) 공차숙. (2008). "남성의 헤어스타일과 메이크업에 나타난 성(性)성의 하이드리브 현상에 관한 연구: 1994년부터 2008년 까지 파리 남성복 컬렉션을 중심으로". 성균관대학교 일반대학원 박사학위논문. p.23.

4) 조은주. (2004). "대중문화에 나타난 메트로섹슈얼 현상과 패션 이미지 특성". 중앙대학교 일반대학원 박사학위논문. pp.25-26.

얼굴형과 체형의 단점을 보완하면서도 장점을 극대화할 수 있는 이미지 전략을 꾀할 수 있다.

프린지 헤어스타일은 손쉽고 빠르게 변화를 줄 수 있는 것으로 가르마의 위치와 방향만으로도 이미지 변화를 느낄 수 있다. 따라서 기존에 느꼈던 이미지와는 전혀 다른 이미지로의 변신이 가능하다. 특히, 남성은 여성에 비해 프린지에서 오는 이미지에 많은 차이를 보이기 때문에 중요하며, 각각의 연령대가 선호하는 프린지 헤어스타일을 알 수 있다면 지속적으로 성장하는 남성 뷰티시장의 가치를 창출하고 잡을 수 있는 중요한 계기가 될 것이다. 가령 헤어샵의 디자이너들은 방문하는 남성고객의 연령대 층을 확인하여 해당 연령대 층이 선호하는 프린지 헤어스타일을 추천하여 맞춤형 서비스를 제공이 가능할 것이며, 또한 개별 연령대를 타겟으로 하는 헤어제품을 광고할 경우, 광고모델의 프린지 헤어스타일을 타겟 연령대가 선호하는 프린지 헤어스타일로 만든다면 타겟 연령대의 구매 욕구를 자극시킬 수 있을 것이다.

지금까지의 선행 연구에서는 남성의 헤어스타일 변천에 관한 연구(이영미, 2004; 김미정·박숙현, 2005; 김주미, 2011; 이승환·박은준, 2016)가 있었고, 프린지 헤어스타일의 분류에 관한 연구(도주연, 1991, 박수진·박길순·김서연, 2005; 김은진, 2010; 고혜숙·류지숙, 2010; 김나정, 2016; 박종숙, 2018)가 있었으며, 여성의 프린지 헤어스타일 선호도에 관한 연구(김나정, 2016; 박종숙, 2018)가 있었으나, 남성의 프린지 헤어스타일과 선호도에 관한 연구는 미비한 실정이다. 그러므로 남성의 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도에 관한 연구가 절실히 필요한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 남성의 프린지 헤어스타일의 분류, 남성의 프린지 헤어스타일 선호도, 남성의 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도를 알아보고자 한다. 또한, 선호하는 5가지의 프린지 헤어스타일을 최신 유행컬러 및 염색기법을 활용하여 작품을 제작하였다.

이러한 결과를 바탕으로 남성 인구통계학적 특성에 따라 선호하는 프린지 헤어스타일을 확인하여 헤어샵의 헤어 디자이너 직관력과 남성 고객들을 위한 서비스 변화에 활용이 될 것이며, 헤어샵에 활용할 수 있는 남성 프린지 헤어스타일의 변화를 위한 기초자료로 제공함과 동시에 뷰티 산업 마케팅의

실증적 지침으로 활용될 것을 기대한다. 아울러 본 결과를 바탕으로 남성들의 헤어스타일 및 남성 헤어샵 경영을 연구하는 분야에서 뷰티 정보, 경영 정보 및 마케팅 자료로 활용되기를 기대해 본다.

1.2 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아본다.

둘째, 조사대상자의 헤어샵 이용실태를 알아본다.

셋째, 조사대상자의 헤어관리행동을 알아본다.

넷째, 조사대상자의 프린지 헤어스타일 선호도를 알아본다.

다섯째, 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도를 알아본다.

HANSUNG UNIVERSITY

Ⅱ. 이론적 배경

2.1 남성의 헤어스타일

2.1.1 남성의 헤어스타일 정의

최근에는 성별에 따른 역할의 개념이 무너지면서 남성들의 치장 행위가 자연스러워지고 있다.[5] 오늘날의 치장 행위는 단순하게 사회적인 신분을 표현하는 것이 아니라 신체를 장식하는 방법 중에 하나로 얼굴형에 따라 다양한 형태로 변화시킬 수 있다. 신체의 장점을 살리고 단점을 보완하여 자신에게 어울리는 이미지를 변화시키기 위한 수단으로 사용된다.[6] 치장 행위는 외모관리 행동으로도[7] 불리며, 특히 남성들의 외모관리행동은 심리적 내적동기 및 타인 중심의 동기를 통해 이루어진다. 대체로 의복과 헤어, 액세서리(귀걸이, 반지, 모자 등)를 중심으로 나타난 것으로 보인다.[8]

일반적으로 '헤어를 매만져 꾸민 형' 또는 '헤어의 꾸밈새'를 헤어스타일(Hair style)의 사전적 의미로 받아들여지고 있으며, 영어로는 헤어두(Hair do), 프랑스어로는 꼬아퓨르(Coiffure)라고 한다.[9] 일각에서는 헤어스타일을 두발의 선과 면, 비율, 균형들을 조화롭게 표현하고, 유행과 개인의 개성에 따라 아름다운 머리 모양을 창조하는 예술로 보고 있다.[10] 또한, 헤어는 얼굴과 가장 가까이 있기 때문에 작은 변화에도 전체 이미지를 바꿀 수 있는 영향력으로 인해 헤어스타일은 인간의 본능적 욕구인 신체를 가꾸어 남에게 보이려는

5) 유창조, 정혜은. (2002). 소비자의 아름다움추구에 관련된 탐색적 연구. 『한국소비자학회지』, 13(1), pp.211-232.

6) 하관수. (2012). "여성의 일반적 특성에 따른 헤어스타일 인식도 및 실태 연구". 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문. p.5.

7) 성영신, 박은아, 최광열, 한신. (2009). 남성의 외모가꾸기행동에 관한 탐색적 연구 : 동기, 성역할, 외모관심도를 중심으로. 『소비문화연구』, 12(4), pp.47-70.

8) 유창조, 정혜은. 전게서, pp.211-232.

9) 김가연. (2005). 헤어스타일에서 표현되는 이미지에 관한 연구. 『한국메이크업디자인학회지』, 1(2), pp.49-55.

10) 권정희, 김진숙. (2015). 국내 헤어스타일의 연구 동향에 대한 계량서지학적 분석. 『한국뷰티산업학회』, 9(2), p.24.

장식과 변화의 중요한 수단이 된다.[11] 그리고, 과거에는 헤어스타일의 모양으로 그 사람의 지위, 계급, 결혼여부 등을 알 수 있는 수단으로 사용하여, 헤어스타일이 신분에 따른 권력과 부를 상징하는 의미였다.[12] 오늘날 현대 남성은 화장보다 헤어스타일을 통해 직접적으로 신체적 변화를 주는 방법으로 이미지 변화를 추구하고 있다.[13]

HANSUNG UNIVERSITY

11) 김은영. (2005). "신체적 특성에 따른 헤어스타일". 한남대학교 사회문화대학원 석사학위논문. p.4.

12) 강경애. (2007). "헤어스타일에 따른 직업별 선호도 조사연구". 한남대학교 사회문화대학원 석사학위논문. p.6.

13) 김재숙, 류지원. (2004). 헤어길이와 헤어컬러가 남성의 패션 이미지에 미치는 상호 작용 효과. 『한국의류학회지』, 28(9/10), pp.1320-1328.

2.1.2 남성의 헤어스타일 역사와 형태

남성커트의 변천 오랜 기간 상투머리와 땋은 머리를 하던 전통적인 한국 남성의 헤어스타일은 1895년에 내려진 단발령 이후 서양식 헤어스타일이 도입되면서 국내 남성의 헤어스타일은 다양한 변화가 있었다. 1930년대부터 시작된 하이칼라 스타일(가르마를 하고 포마드를 발라 매끈하게 빗질한 형태)과 상고 커트 스타일, 1940년대부터 시작된 삭발 커트 스타일, 1950년대부터 시작된 긴 스포츠 커트 스타일(모판머리), 1960년대부터 시작된 맘보 커트 스타일, 1980년대부터 시작된 자존심 닭 벼슬 스타일, 1990년대부터 유행이 시작된 샤기 커트 스타일이 있었다.[14]

2000년의 남성 헤어스타일은 헤어의 길이가 짧은 스포츠형 커트스타일이 유행하였다. 2000년대 이후의 여성은 사회진출에 따른 권위가 높아지고 강한 여성상이 부각되었으나, 남성은 지위와 역할이 격하되어 내재적인 여성성을 드러내면서 부드럽고 자상한 남성상이 강조되기 시작했다. 2010년대에는 크로스 섹슈얼의 영향을 받아 남성들은 긴 머리 샤기스타일로 조금 더 여성적인 감성을 표출하였다.[15] 2010년 이후, 남성 헤어스타일은 강하고 반항적인 이미지의 헤어스타일을 위해 전체적으로 뾰족하게 손질하거나, 완벽한 비대칭과 더블커트라고 불리는 투블럭 커트가 유행하였다.[16] 그리고, 현재는 디스커넥션 커트 기법으로 투블럭 리젠트 커트 스타일, 하이칼라스타일과 접목되어 투블럭 포마드 커트 스타일로 표현되어 지속적으로 유행하고 있다.[17]

시대 여하를 불구하고 아름다워지려는 것은 인간의 본능이다. 신체에 직·간접적으로 연출되는 헤어스타일은 의복과 함께 미적 욕구를 표현하는 수단이기 때문에 계속하여 새로운 헤어스타일이 나타나고 있다.[18]

---

14) 이영미(2004). “한국 남성 헤어스타일 변천에 관한 연구: 단발령 이후를 중심으로”. 동덕여자대학교 패션전문대학원 석사학위논문. pp.76-103.

15) 김미정, 박숙현. (2005). 헤어디자인 요소별 남성 헤어스타일 변천에 관한 연구. 『한국인체미용예술학회지』, 13(4), pp.171-187.

16) 김주미. (2011). “한국 남성 아이돌 스타의 이미지 유형”. 서경대학교 대학원 석사학위논문. p.76.

17) 이승환, 박은준. (2016). 남성 투블럭 헤어스타일의 작품 제작에 의한 디자인 연구. 『뷰티산업연구』, 10(1), pp.85-106.

18) 나윤영. (2001). “한국여성의 변천에 관한 연구”. 호남대학교 정보산업대학원 석사학위논문. p.2.

2.2 남성의 프린지 헤어스타일

2.2.1 프린지 헤어스타일 정의

앞머리는 미용용어로 프론트라는 정수리 앞쪽부분의 머리카락을 말하며, 머리카락이 두상의 양쪽 프론트 사이드에서 탑 포인트 앞부분에 위치하는 것을 말한다. 앞머리 헤어스타일은 프린지 헤어스타일이라고 불린다. 얼굴형에 어울리며, 개개인들이 손질하는 습관을 고려하여 디자인해야 한다. 또한, 중력에 의한 흐름과 방향을 면밀히 관찰한 후에 모발의 길이와 형태를 결정해야 한다. 프린지는 얼굴형에 어울리도록 직선, 사선, 곡선으로 디자인하여야 한다. 또한, 무겁거나 가벼움, 불규칙적이거나 규칙적임 등 다양한 질감을 표현을 할 수 있으며, 프린지 모양에 따라 다양한 이미지로 변화가 가능하다. 가르마는 두발을 나누는 것으로 정의된다. 미용분야에서 사용하는 명칭으로는 파팅이라고 하고, 전두부 앞으로 모발이 갈라져 두피의 표면이 보이는 선으로 표현이 가능하다. 가르마는 헤어스타일의 형태를 결정하는데 영향을 미치며, 모발의 방향에 따라 변화된 형태를 갖는다. 가르마의 위치나 빗질에 따라 이마의 넓이와 얼굴크기가 다르게 보여 스타일이나 분위기가 달라지기도 한다. 사이드 파트는 얼굴정면에서 9:1, 8:2, 7:3, 6:4의 비율로 직선 파팅을 의미하며 왼쪽이나 오른쪽으로 파팅하여 머리카락을 나눈다. 센터파트는 얼굴 정면에서 5:5의 비율로 직선 파팅이며, 노파트는 가르마가 없는 스타일이다.[19]

따라서, 동일한 머리길이를 가진 헤어디자인 일지라도 프린지의 머리길이 및 스타일에 따라 개인의 개성에 맞는 새로운 이미지의 헤어스타일을 표현이 가능하기 때문에 프린지 헤어스타일은 전체 헤어스타일에 중요한 부분으로 작용된다.

프린지 헤어스타일에 관한 선행연구들을 살펴보면, 1991년에 프린지를 내린 스타일, 넘김 스타일, 가르마의 유무로 분류하였고,[20] 2005년에 프린지를

---

19) 김동미. (2015).“두발길이에 따른 앞머리와 가르마의 헤어스타일 이미지 연구”. 서울벤처대학원대학교 석사학위논문. pp.4-9.

20) 도주연. (1991). “Hairstyle 변화에 의한 얼굴이미지와 形態의 比較 考察 : computer graphic simulation을 이용하여”. 부산대학교 대학원 석사학위논문. pp.65-67.

뒤로 넘김, 세워서 앞으로 내림, 세우지 않고 앞으로 내림, 가르마 없음, 오른쪽, 왼쪽, 가운데로 나누어 분석하였다.[21] 그리고 2010년에 프린지를 뱅 스타일, 웨이브 프린지, 내추럴 프린지, 가르마를 센터, 오른쪽, 왼쪽으로 분류하였고,[22] 프린지 헤어스타일을 내림형, 부분내림형, 올림형으로 분류하였다.[23] 2016년에는 프린지의 종류를 일자 뱅, 시스루 뱅, 사이드 뱅으로 분류하였고, 남자들이 선호하는 여성의 프린지 형태에 대해 살펴본 결과는 사이드 뱅을 선호하였고, 30대 남성은 프린지가 없는 형태를 더 선호하였고, 50대 이상의 남성은 사이드 뱅을 더 선호하였으며, 연령에 따라 유의미한 차이를 보였다.[24] 2018년에는 여성 프린지 헤어스타일을 사선 뱅, 사이드 뱅, 일자 뱅, 시스루, 웨이브로 분류하였고, 10대, 20대, 30, 40대, 50대 전체가 가장 선호하는 프린지 헤어스타일은 사이드 뱅 스타일 이였다. 10대와 20대는 시스루가 가장 많았고, 30대와 40대는 사이드 뱅이 가장 많았고, 50대는 사선 뱅 스타일이 가장 많았으며, 통계적 유의한 차이도 있었다.[25]

HANSUNG UNIVERSITY

21) 박수진, 박길순, 김서연. (2005). 여대생 헤어스타일 분석. 『한국복식학회지』, 55(3), pp.59-68.

22) 김은진. (2010). "한국 여자연예인의 연도별 헤어스타일에 관한 연구". 영산대학교 대학원 석사학위논문. pp.43-45.

23) 고혜숙, 류지숙. (2010). 여성의 앞머리 헤어스타일과 지각자의 특성이 인상형성과 호감도에 미치는 영향. 『한국미용학회지』, 16(4), pp.1041-1050.

24) 김나정. (2016). "여성의 이미지에 대한 20~50대 남성의 선호도 차이에 관한 연구". 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문. pp.13-59.

25) 박종숙. (2018). "여성의 연령대별 헤어커트 형태 인식 및 스타일 이미지선호도 : 대중매체의 작품 중심으로". 한남대학교 사회문화·행정복지대학원 석사학위논문. p.46.

2.2.2 남성의 프린지 헤어스타일의 형태

2.2.2.1 내리는 프린지 헤어스타일 형태

앞 또는 옆으로 프린지를 내리는 것이며, 눈썹을 기준으로 위로 올라가면 Short, 눈썹을 기준으로 아래로 내려가면 Long이다. 긴 얼굴형, 턱이 사각형인 얼굴형, 마름모형에 어울린다.

아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Short)은 앞으로 프린지를 내리는 스타일로 전체적인 프린지 길이는 동일하며 눈썹을 기준으로 위로 올라간다.

아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 앞으로 프린지를 내리는 스타일로 전체적인 프린지의 길이는 동일하며 눈썹을 기준으로 아래로 내려간다.

[표 2-1] 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 형태

구분	아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Short)	아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)
프린지 헤어스타일 형태		

옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Short)은 옆으로 프린지를 내리는 스타일로 프린지의 길이는 비대칭이며 눈썹을 기준으로 위로 올라간다.

옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 옆으로 프린지를 내리는 스타일로 프린지의 길이는 비대칭이며 눈썹을 기준으로 아래로 내려간다.

[표 2-2] 옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 형태

구분	옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Short)	옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)
프린지 헤어스타일 형태		

HANSUNG UNIVERSITY

2.2.2.2 올리는 프린지 헤어스타일 형태

앞 또는 옆으로 프린지를 올리는 것이며, 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 위로 올라가면 Short, 눈썹을 기준으로 아래로 내려가면 Long이다. 긴 얼굴형, 턱이 사각형인 얼굴형, 마름모형에 어울린다. 손질 방법은 헤어 제품 또는 헤어 기구를 사용하여 프린지가 위로 향하는 형태로 손질한다.

위로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short)은 위로 프린지를 올리는 스타일로 프린지의 길이는 대칭이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 위로 올라간다.

위로 올리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 위로 프린지를 올리는 스타일로 프린지의 길이는 대칭이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 아래로 내려간다.

[표 2-3] 위로 올리는 프린지 헤어스타일 형태

구분	위로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short)	위로 올리는 프린지 헤어스타일 (Long)
프린지 헤어스타일 형태		

옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short)은 옆으로 프린지를 올리는 스타일로 프린지의 길이는 비대칭이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 위로 올라간다.

옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 옆으로 프린지를 올리는 스타일로 프린지의 길이는 비대칭이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 아래로 내려간다.

[표 2-4] 옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 형태

프린지 헤어스타일 형태		
구분	옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short)	옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Long)

HANSUNG UNIVERSITY

2.2.2.3 가르마 타는 프린지 헤어스타일 형태

1) 9:1 가르마

눈꼬리와 귀 사이에 선을 가르는 것이며, 상부에 머리가 없는 두피를 덮어주기 위해 긴 옆머리를 넘겨 빗는 것이다. 손질 방법은 헤어 제품 또는 헤어 기구를 사용하여 9:1 가르마 선이 나타나도록 손질한다.

9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 9:1비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 위로 올라간다.

9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Long)은 9:1비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 아래로 내려간다.

[표 2-5] 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 형태

프린지 헤어스타일 형태		
구분	9:1 가르마 Down 스타일 (Short)	9:1 가르마 Down 스타일 (Long)

9:1 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)은 9:1비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 대칭의 컨벡스(convex)형이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 위로 올라간다. 비율이 많은 부분의 프린지를 대각선 방향으로 올리는 스타일이다.

9:1 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)은 9:1비율의 가르마 탄 헤어스타일

로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 대칭의 컨벡스(convex)형이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 아래로 내려간다. 비율이 많은 부분의 프린지를 대각선 방향으로 올리는 스타일이다.

[표 2-6] 9:1 가르마 Up 프린지 헤어스타일 형태

구분	9:1 가르마 Up 스타일 (Short)	9:1 가르마 Up 스타일 (Long)
프린지 헤어스타일 형태		

2) 8:2 가르마

눈꼬리를 기준으로 선을 가르는 것이며, 이마가 넓게 보여 긴 얼굴형에 어울린다. 손질 방법은 헤어 제품 또는 헤어 기구를 사용하여 8:2 가르마 선이 나타나도록 손질한다.

8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 8:2비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 위로 올라간다.

8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Long)은 8:2비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 아래로 내려간다.

[표 2-7] 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 형태

프린지 헤어스타일 형태		
구분	8:2 가르마 Down 스타일 (Short)	8:2 가르마 Down 스타일 (Long)

8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)은 8:2비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 대칭의 컨벡스(convex)형이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 위로 올라간다. 비율이 많은 부분의 프린지를 대각선 방향으로 올리는 스타일이다.

8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)은 8:2비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 대칭의 컨벡스(convex)형이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 아래로 내려간다. 비율이 많은 부분의 프린지를 대각선 방향으로 올리는 스타일이다.

[표 2-8] 8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 형태

구분	8:2 가르마 Up 스타일 (Short)	8:2 가르마 Up 스타일 (Long)
프린지 헤어스타일 형태		

3) 7:3 가르마

눈 중심(눈동자)을 기준으로 선을 가르는 것이며, 평균적인 얼굴형과 계란형 얼굴에 어울린다. 손질 방법은 헤어 제품 또는 헤어 기구를 사용하여 7:3 가르마 선이 나타나도록 손질한다.

7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 7:3비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 위로 올라간다.

7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Long)은 7:3비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 아래로 내려간다.

[표 2-9] 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 형태

구분	7:3 가르마 Down 스타일 (Short)	7:3 가르마 Down 스타일 (Long)
프린지 헤어스타일 형태		

7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)은 7:3비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 대칭의 컨벡스(convex)형이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 위로 올라간다. 비율이 많은 부분의 프린지를 대각선 방향으로 올리는 스타일이다.

7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)은 7:3비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 대칭의 컨벡스(convex)형이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 아래로 내려간다. 비율이 많은 부분의 프린지를 대각선 방향으로 올리는 스타일이다.

[표 2-10] 7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 형태

구분	7:3 가르마 Up 스타일 (Short)	7:3 가르마 Up 스타일 (Long)
프린지 헤어스타일 형태		

4) 6:4 가르마

눈머리 시작점을 기준으로 선을 가르는 것이며, 모난 얼굴형에 어울린다. 손질 방법은 헤어 제품 또는 헤어 기구를 사용하여 6:4 가르마 선이 나타나도록 손질한다.

6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 6:4비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 위로 올라간다.

6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Long)은 6:4비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 아래로 내려간다.

[표 2-11] 6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 형태

구분	6:4 가르마 Down 스타일 (Short)	6:4 가르마 Down 스타일 (Long)
프린지 헤어스타일 형태		

6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)은 6:4비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 대칭의 컨벡스(convex)형이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 위로 올라간다. 비율이 많은 부분의 프린지를 대각선 방향으로 올리는 스타일이다.

6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)은 6:4비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 대칭의 컨벡스(convex)형이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 아래로 내려간다. 비율이 많은 부분의 프린지를 대각선 방향으로 올리는 스타일이다.

[표 2-12] 6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 형태

구분	6:4 가르마 Up 스타일 (Short)	6:4 가르마 Up 스타일 (Long)
프린지 헤어스타일 형태		

5) 5:5 가르마

센터포인트에서 정중선을 기준으로 선을 가르는 것이며, 얼굴이 길게 보이므로 둥근 얼굴형에 어울린다. 손질 방법은 헤어 제품 또는 헤어 기구를 사용하여 5:5 가르마 선이 나타나도록 손질한다.

5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 5:5비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 위로 올라간다.

5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Long)은 5:5비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 아래로 내려간다.

[표 2-13] 5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 형태

구분	5:5 가르마 Down 스타일 (Short)	5:5 가르마 Down 스타일 (Long)
프린지 헤어스타일 형태		

5:5 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)은 5:5비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 대칭의 컨벡스(convex)형이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 위로 올라간다. 비율이 많은 부분의 프린지를 대각선 방향으로 올리는 스타일이다.

5:5 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)은 5:5비율의 가르마 탄 헤어스타일로 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 대칭의 컨벡스(convex)형이며 프린지를 내렸을 때 눈썹을 기준으로 아래로 내려간다. 비율이 많은 부분의 프린지를 대각선 방향으로 올리는 스타일이다.

[표 2-14] 5:5 가르마 Up 프린지 헤어스타일 형태

프린지 헤어스타일 형태		
구분	5:5 가르마 Up 스타일 (Short)	5:5 가르마 Up 스타일 (Long)

HANSUNG UNIVERSITY

2.3 선호도

선호도는 구매여부를 결정하기 위하여 어떤 제품에 대하여 신념 또는 지각 등에 의한 태도를 형성하거나,[26] 소비자가 특정한 브랜드에 끌리는 정도로 볼 수 있다. 선호도는 어떠한 것을 싫어하거나 좋아하는 정도를 의미하며,[27] 다양한 요인이 다각적으로 개개인들에게 영향을 미친다는 것을 의미한다. 헤어스타일 선호도는 어떠한 헤어스타일에 대하여 좋거나 싫어하는 주관적인 취향이다. 어떠한 헤어스타일을 선호한다는 것은 유행하는 헤어스타일을 따라 가기 위해 선호하기도 하고, 자신의 신체적인 결점을 보정하기 위해 선호하기도 한다. 또한, 손질하기 쉽고 개성있는 헤어스타일을 갖기 위해서도 선호한다.[28]

헤어스타일에 대한 선호도에 관한 선행연구들을 살펴보면, 한국 여성에게 가장 잘 어울리는 헤어스타일은 긴 머리 헤어스타일이라고 하였다.[29] 또한, 여대생들은 직모인 경우 염색의 유무에 상관없이 중간 길이의 헤어스타일을 가장 선호하였으며, 웨이브가 있는 경우에는 긴 머리의 헤어스타일을 선호하는 것으로 나타났다.[30] 그리고, 남성의 스포츠 형태의 헤어스타일이 일반형 헤어스타일보다 품위, 활동성, 개성 및 사교성 분야에서 긍정적인 이미지로 인식되나 인식자의 성별에 따른 인상차이는 나타나지 않았다.[31] 또한, 상황에 따른 남성 헤어스타일 선호도에서 T, P, O 상황에 따라 선호하는 헤어스타일에 변화가 있었다. 예를 들어 규범에 따르거나 격식이 있는 상황에서는 깔끔

---

26) Fishbein, M. (1963). An investigation of the relationships between beliefs about an object and the attitude toward that object, *Human Relations,* 16, 233-240.

27) 이석원. (2002). 『음악심리학』. 서울 : 심설당. p.207.

28) 김동곤. (2014). "여성의 앞머리 헤어스타일 중요성 인식과 이미지 선호도에 관한 연구". 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문. p.14.

29) 양숙희. (2002). "헤어스타일에 대한 여성들의 의식형태와 관련요인 분석". 경산대학교 대학원 석사학위논문. pp.12-24.

30) 정숙희, 심선녀. (2001). 컬러링 헤어스타일 선호와 자기효능감에 관한 연구. 『한국인체예술학회지』, 2(2), pp.169-180.

31) 임남영, 강승희. (2003). 의복유형과 헤어스타일이 남성의 인상형성에 미치는 영향. 『복식문화연구』, 11(3), pp.340-351.

하고 단정한 스타일을 선호하였고, 편안한 상황에서는 자신의 개성을 살릴 수 있는 다양한 스타일을 선호했다.[32]

남성의 프린지 헤어스타일 선호도는 남성이 특정한 프린지 형태를 좋아하거나 싫어하여 애착을 보이고, 최종적으로는 특정한 프린지 헤어스타일을 선택하는 주관적인 취향으로 볼 수 있다. 특정한 프린지 헤어스타일을 선호한다는 것은 사회문화 또는 유행이 자신이 스스로 좋다고 인식을 바꿀 수 도 있고, 타인에 의하여 바뀔 수도 있을 것이다. 또한, 특수한 환경이나 상황에 맞게 변하게 될 수도 있을 것이며, 자기 자신을 드러낼 수 있는 개성을 돋보이게 하기 위해 선호도가 바뀔 수도 있을 것이다.

남성의 프린지 헤어스타일에 대한 선호도에 관한 선행연구들을 살펴보면, 프린지선의 종류를 선형, 돌출 선형, 둥근형, 돌출 둥근형의 네 가지 형으로 분류하여 정상 성인 남자에서 선형이 가장 많은 것으로 나타났다.[33] 2001년~2003년에 남성연예인들의 헤어스타일로 하이 그래쥬에이션과 레이어의 혼합형으로 길고 차분한 스타일이며, 다른 하나는 2002년 월드컵의 개최 때 영국의 유명 축구선수 데이비드 베컴이 했던 짧은 머리형의 모히칸 헤어스타일이다.[34] 첫번째 프린지는 얼굴 전체를 덮을 만큼의 길이로 주로 5:5 가르마를 하였으며, 두 번째 프린지는 짧게 잘라서 위로 세우는 스타일이다. 2004년~2006년 남성의 프린지는 짧게 잘라 남성미를 표현하였고, 2007년~2009년에는 파격적인 헤어스타일이 많이 유행하여 남성의 프린지는 비대칭이 등장하였으며, 2010년~2012년 남성의 프린지는 유사하게 비대칭으로 자르거나 짧게 잘라 세웠다. 마지막으로 2013년~2014년 남성의 프린지는 올리고 옆, 뒷머리가 짧아져 개성이 돋보이게 하는 헤어스타일이 많아졌다.[35] 선행연구에서 남성들도 자신이 원하는 이미지를 만드는데 관심을 기울이고 있는 것으로 나타났으며, 시대에 따라 유행하는 프린지 헤어스타일이 달라짐에 따라 선호

32) 김미정. (2009). “상황에 따른 남성 헤어스타일 선호도”. 경성대학교 대학원 석사학위논문. p.44.

33) 김창식. (2015). “성인 남녀의 가마와 앞머리선의 형태에 관한 연구”. 건국대학교 대학원 석사학위논문. pp.3-5.

34) 권소정. (2008). “대중매체에 나타난 메트로 섹슈얼 현상에 관한 연구”. 대구대학교 디자인대학원 석사학위논문. p.38.

35) 조혜정, 정원지. (2015). 2001년 이후 남성연예인의 헤어스타일과 메이크업 분석. 『Kor. J. Aesthet. Cosmetol.』, 13(3), pp.385-391.

하는 프린지가 다를 수 있다는 예상도 해볼 수 있다. 다만, 현재 남성의 인구통계학적인 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 연구가 미비한 것으로 판단되어 본 논문을 선정하였다.

HANSUNG UNIVERSITY

2.4 남성의 헤어관리 행동

헤어스타일은 사람의 외모나 인상에 영향을 주고, 미디어의 발달과 더불어 연예인들을 모방하고자 하는 욕구가 커지면서[36] 헤어스타일이 자기표현의 중요한 수단으로 부각되고 있음을 주시하였다. 또한, 헤어스타일은 개인의 첫인상과 이미지를 좌우하며, 자신감과 외모만족도를 상승시킬 수 있다고 하였다.[37] 헤어스타일은 인간의 삶을 풍요롭게 하는 생활문화로 헤어스타일 관리는 인상 뿐 아니라 이미지를 변화시키고 보다 좋은 이미지를 연출하기 위한 중요한 요소라고 하였으며 자신의 경쟁력을 높이기 위한 수단이라는 중요한 기능을 갖고 있다.[38] 한편, 현대인들은 물리·화학적 방법들을 통하여 헤어스타일로 자신을 치장하는 수단으로 이용하고 있다. 그리고, 헤어를 스타일링 하기 전에 관리함으로써 손상을 줄이려는 경향이 높아지고 있다.[39]

헤어 관리는 두정부의 두피 및 모발을 관리하는 것을 말한다. 모발과 두피의 손상을 개선하고 예방하여 윤기있고 건강한 헤어로 가꾸어주는 과정으로 볼 수 있다.[40] 헤어관리행동에서의 헤어관리를 모발의 세정, 헤어 스타일링, 두피관리 및 염모로 구분하였다.[41] 그리고, 헤어관리행동은 세정, 스타일, 영양공급, 탈모관리, 비듬관리 및 염모로 6가지 영역으로 분류하였다.[42] 또한, 헤어관리행동을 펌, 염색, 드라이, 메니큐어, 두피관리, 모발크리닉 등으로 구분하였다.[43]

---

36) 정희진. (1997). “TV Show Program에 나타난 연예인의 의복 연출이 대학생의 구매 행동에 미치는 영향”. 경성대학교 교육대학원 석사학위논문. p.1.

37) 이명희. (2004). 지각자의 사회적 가치와 헤어스타일 변화에 따른 이미지 지각연구. 『복식문화학회』, 12(6), pp.971-983.

38) 이동효, 김명우. (2016). 라이프 스타일에 따른 헤어관리행동. 『한국디자인문화학회지』, 22(2), pp.431-441.

39) 류현혜. (2007). 노년여성의 자아의식과 외모관리행동과의 관계. 『한국의류학회지』, 57(9), pp.97-109.

40) 이지연. (2018). “20대 여성의 직업에 따른 미의식과 외모관리 행동에 관한 연구 : 헤어를 중심으로”. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문. p.33.

41) 김정희. (2001). “대학생들의 두피관리 행위와 모발특성 및 헤어스타일과의 관련성”. 조선대학교 대학원 석사학위논문. pp.1-2.

42) 김용숙, 이지영. (2002). 성인여성들의 모발관리행동과 모발화장품 만족도. 『한국복식학회』, 52(8), pp.99-107.

이상과 같은 문헌 고찰을 통해 남성의 인구통계학적 특성이 프린지 헤어 스타일 선호도에 영향을 미칠 것으로 가정하였으며, 이러한 하나의 독립변인과 종속변인들 간의 관계 등을 검증하고자 하였다.

HANSUNG UNIVERSITY

43) 김리라. (2003). "여대생의 모발미용관리 및 행동에 관한 연구". 숙명여자대학교 원격향장산업대학원 석사학위논문. pp.17-20.

2.5 헤어컬러 디자인 유형

2.5.1 원톤컬러

원톤컬러는 한 가지 컬러를 염색하는 방법으로, 희망하는 색을 표현하기 위해 바로 작업을 시행할 수 있고, 블리치를 통해서도 베이스를 밝게 하여 표현하는 더블 프로세스가 있다.

2.5.2 투톤컬러

투톤컬러는 두 가지 이상의 컬러를 염색하는 방법으로, 투톤헤어는 프랑스어로 그림자 또는 그라데이션을 뜻하는 '옹(Ombre)'라는 단어를 사용해 '옴브레 헤어'라고도 부른다.[44] 하이라이트(로우라이트)와 베이스의 대비가 작아 자연스러움을 표현하여 내추럴한 느낌으로 완성이 된다.[45] 이 기법은 하나의 헤어디자인에 여러 색을 사용할 수 있기 때문에, 생동감 있고 입체적인 헤어스타일의 표현이 가능하다.

2.5.3 위빙

위빙은 '짜다', '꿰매다'의 의미로써 모발에 입체감을 줄 때 사용한다. 꼬리빗의 꼬리 부분으로 지그재그 동작을 하여 섹션을 떠서 구분하는 것을 말한다. 간격과 칩의 깊이로 변화를 다양하게 줄 수 있고, 위빙된 섹션은 가는 위빙, 중간 위빙, 굵은 위빙이 있다. 자연모발 또는 염색 모발에 하이라이트 또는 로우라이트를 표현할 때 사용하며 헤어샵에서 가장 많이 사용되는 대표적

---

44) 최지원. (2013). "한국 여자연예인의 헤어컬러 트렌드 분석에 관한 연구". 한남대학교 대학원 석사학위논문. p.52.

45) 교육부. (2018). 『NCS 학습모듈 24 응용헤어컬러』. 서울: 한국직업능력개발원, p.22.

인 디자인 테크닉이다.

2.5.4 슬라이싱

슬라이스(slice)는 '얇은 조각'이라는 뜻으로, 모발을 얇게 면으로 들어 올려 색을 넣는 기술을 슬라이싱이라고 한다. 슬라이스의 두께나 각도의 변화로 다양하게 연출할 수 있고,[46] 슬라이싱의 섹션은 가는 슬라이싱, 중간 슬라이싱, 굵은 슬라이싱이 있다. 슬라이싱은 여러 가지 표현이 가능하며 선명도가 있는 디자인에서 자연스러운 칼라까지 특히 입체적인 헤어컬러링을 표현할 수 있다. 컬러 디자인은 두상에 맞게 설정되어야 하고, 슬라이싱에서는 너비와 높이에 따라 볼륨감이 다르다. 색상을 선택 할 때에도 디자인과 함께 고려한다.

HANSUNG UNIVERSITY

46) 교육부. 전게서, p.28.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

3.1 조사대상 및 자료수집

본 연구는 실증조사를 위하여 서울, 경기지역에 거주하는 남성을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

자료수집은 자기기입식 설문조사 방법을 실시하였고, 2018년 9월 1일부터 2018년 9월 15일까지 53명의 사전 데이터로 예비조사를 실시하였고, 그것을 바탕으로 설문문항을 수정·보완하였다.

본 조사는 2018년 10월 1일부터 2018년 10월 31일까지 이루어졌으며, 총 400부의 설문지를 배포하여 361부를 수거하였다. 그 중 자료로 사용하기에 부적합한 28부를 제외한 333부를 최종 데이터로 사용하였다.

HANSUNG UNIVERSITY

3.2 설문지의 구성

본 연구에 사용된 설문문항은 총 47문항으로서, 크게 인구통계학적 특성, 근무특성, 사회지능, 고객지향성, 업무성과이며 세부적인 구성은 다음과 같다.

첫째, 인구통계학적 특성은 연구자의 연구 의도대로 6문항으로 구성되었고 명목척도가 사용되었다.

둘째, 헤어샵 이용 실태는 연구자의 연구 의도대로 11문항으로 구성되었고 명목척도가 사용되었다.

셋째, 헤어관리행동은 측정을 위하여 선행연구[47][48][49][50] 및 연구자의 연구 의도대로 12문항으로 구성되었고 8문항은 명목척도, 4문항은 5점 등간척도가 사용되었다.

넷째, 남성 프린지 헤어스타일 선호도는 측정을 위하여 선행연구[51][52][53] 및 예비조사를 바탕으로 14문항으로 구성되었고 5점 등간척도가 사용되었다.

본 연구에 사용된 등간척도는 1번 매우 그렇지 않다에서 5번 매우 그렇다의 범주를 가진다.

HANSUNG UNIVERSITY

47) 이동효, 김명우. (2016). 라이프 스타일에 따른 헤어관리 행동. 『한국디자인문화학회지』, 22(2), pp.431-441.

48) 배인선, 고경숙. (2011). 성인 여성의 외모관리행동과 모발·두피관리 성향이 제품 구매활동에 미치는 영향. 『한국미용학회지』, 17(4), pp.17-20.

49) 김혜균. (2013). "20·30대 직장인 남성들의 외모관리 행동과 정보탐색에 관한 연구". 건국대학교 대학원 박사학위논문. pp.28-31.

50) 나혜주. (2014). "성인남성의 외모관리 행동에 관한 연구". 창원대학교 보건대학원 석사학위논문. pp.9-10.

51) 김동곤. 전게논문, pp.6-7.

52) 김동미. 전게논문, p.9.

53) 조혜정, 정원지. 전게서, pp.385-391.

3.3 분석방법 및 절차

본 연구는 남성의 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도 및 작품제작에 관한 연구로서 수집된 자료는 통계 처리프로그램인 SPSS (Statistical Package for Social Science) Ver. 24.0을 사용하였으며, 다음과 같이 순차적으로 분석이 이루어졌다.

첫째, 조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 조사대상자의 헤어샵의 이용실태를 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

셋째, 조사대상자의 헤어관리행동을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

넷째, 조사대상자의 프린지 헤어스타일 선호도를 알아보기 위해 기술통계분석을 실시하였다.

다섯째, 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이를 알아보기 위해 χ^2-검증에 의한 교차분석을 실시하였다.

HANSUNG UNIVERSITY

Ⅳ. 연구결과 및 고찰

4.1 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 [표 4-1]과 같다.

연령은 20대 40.8%, 30대 27.3%, 40대 15.0%, 50대 12.6%, 60대 이상 4.2% 순으로 나타났다.

최종학력은 고등학교 졸업 39.0%, 대학교 졸업 36.0%, 전문대학 졸업 13.8%, 대학원 재학 이상 11.1% 순으로 나타났다.

결혼 여부는 미혼 64.0%, 기혼 36.0% 순으로 나타났다.

한달 평균 소득은 200만원 이상에서 300만원 미만 30.9%, 100만원 미만 24.0%, 400만원 이상 19.8%, 100만원 이상에서 200만원 미만 13.5%, 300만원 이상에서 400만원 미만 11.7% 순으로 나타났다.

직업은 학생 23.7%, 서비스직 (미용사, 건물관리인, 요리사, 운전기사, 부동산/증권거래인 등) 20.7%, 사무직 (회사원, 일반공무원, 은행원, 사회단체원 등) 13.2%, 전문 기술직 (약사, 교사, 공학 기술자, 종교인, 연예인 등) 11.4%, 판매직 (소규모 가게주인, 판매원, 점원 등) 8.4%, 생산관리직 (생산감독자, 노무자, 제조공, 기계설비공, 수송장비 운전사 등) 7.2%, 경영 관리직 (고급공무원, 기업체 고위간부, 중소기업 경영자 등) 6.3%, 전문직 (의사, 법조인, 언론인, 교수, 회계사, 디자이너 등) 4.8%, 전업주부 4.2% 순으로 나타났다.

[표 4-1] 인구통계학적 특성

(N=333, %)

항목		빈도(N)	백분율(%)
연령	20대	136	40.8
	30대	91	27.3
	40대	50	15.0
	50대	42	12.6
	60대 이상	14	4.2
최종학력	고등학교 졸업	130	39.0
	전문대학 졸업	46	13.8
	대학교 졸업	120	36.0
	대학원 재학 이상	37	11.1
결혼 여부	미혼	213	64.0
	기혼	120	36.0
한 달 평균 소득	100만원 미만	80	24.0
	100만원 이상~200만원 미만	45	13.5
	200만원 이상~300만원 미만	103	30.9
	300만원 이상~400만원 미만	39	11.7
	400만원 이상	66	19.8
직업	경영 관리직 (고급공무원, 기업체 고위간부, 중소기업 경영자 등)	21	6.3
	전문직 (의사, 법조인, 언론인, 교수, 회계사, 디자이너 등)	16	4.8
	전문 기술직 (약사, 교사, 공학 기술자, 종교인, 연예인 등)	38	11.4
	서비스직 (미용사, 건물관리인, 요리사, 운전기사, 부동산/증권거래인 등)	69	20.7
	판매직 (소규모 가게주인, 판매원, 점원 등)	28	8.4
	사무직 (회사원, 일반공무원, 은행원, 사회단체원 등)	44	13.2
	생산관리직 (생산감독자, 노무자, 제조공, 기계설비공, 수송장비 운전사 등)	24	7.2
	전업주부	14	4.2
	학생	79	23.7
합계		333	100.0

4.2 조사대상자의 헤어샵 이용실태

조사대상자의 헤어샵 이용실태를 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 [표 4-2]와 같다.

헤어샵 방문 타입은 단골 헤어샵을 항상 이용 67.0%, 가끔 새로운 곳을 이용 25.5%, 매번 새로운 곳을 이용 7.5% 순으로 나타났다.

이용하는 헤어샵 형태는 일반헤어샵(집, 회사, 학교 근처) 63.1%, 프랜차이즈(체인점) 헤어샵 18.6%, 시내 중심가 헤어샵 18.3% 순으로 나타났다.

평균 헤어샵 방문 횟수는 월 1~2회 52.6%, 2개월에 1회 26.7%, 3개월에 1회 9.9%, 4개월에 1회 이상 7.8%, 주 1회 이상 3.0% 순으로 나타났다.

헤어샵 이용하는 가장 큰 이유는 정기적인 머리 손질을 위해 73.9%, 이미지나 분위기를 바꾸기 위해 11.1%, 기분 전환을 위해 9.9%, 머릿결 보호를 위해 2.7%, 특별 행사를 위해 2.4% 순으로 나타났다.

헤어샵에서 주로 받는 서비스 분야는 전체 커트 67.0%, 퍼머넌트 웨이브 15.6%, 염색 및 탈색 10.8%, 커트와 드라이가 각각 2.7%, 헤어클리닉 1.2% 순으로 나타났다.

유행에 따라 머리를 변화할 의향은 있다 50.8%, 없다 49.2% 순으로 나타났다.

헤어샵 방문 시 1회 지출 금액은 2만원 미만 4.0%, 2만원 이상에서 5만원 미만 28.8%, 5만원 이상에서 10만원 미만 18.9%, 10만원 이상에서 15만원 미만 7.5%, 15만원 이상에서 20만원 미만 2.7%, 20만원 이상 1.5% 순으로 나타났다.

현재 이용 중인 헤어샵의 선택 동기는 가까운 거리 43.8%, 주위의 권유 25.2%, 우연하게 13.2%, 헤어샵 유명도 12.3%, 광고, 홍보물 5.4% 순으로 나타났다.

헤어샵 선택 시 가장 중요하게 고려하는 사항은 기술력 56.8%, 친절한 서비스 19.8%, 저렴한 시술 가격 9.3%, 좋은 시설 5.4%, 언어소통 3.3%, 유명세 3.0%, 편리한 교통편 2.4% 순으로 나타났다.

평소 헤어샵의 정보를 얻는 곳은 주위 사람들 61.6%, 인터넷(블로그, 카

페 등) 11.7%, 눈(페이스북, 트위터, 인스타그램 등) 11.1%, 지역 정보지 및 홍보물 8.1%, 대중매체(TV, 라디오, 잡지 등) 7.5% 순으로 나타났다.

헤어샵 방문 시 동행자는 혼자 76.0%, 가족 10.8%, 친구 10.5%, 애인 2.7% 순으로 나타났다.

[표 4-2] 헤어샵 이용실태

(N=333, %)

항목		빈도(N)	백분율(%)
헤어샵 방문 타입	단골 헤어샵을 항상 이용	223	67.0
	가끔 새로운 곳을 이용	85	25.5
	매번 새로운 곳을 이용	25	7.5
이용하는 헤어샵 형태	프랜차이즈(체인점) 헤어샵	62	18.6
	시내중심가 헤어샵	61	18.3
	일반 헤어샵(집, 회사, 학교근처)	210	63.1
평균 헤어샵 방문 횟수	주1회 이상	10	3.0
	월1~2회	175	52.6
	2개월 1회	89	26.7
	3개월 1회	33	9.9
	4개월 1회 이상	26	7.8
헤어샵 이용하는 가장 큰 이유	정기적인 머리손질을 위해	246	73.9
	기분 전환을 위해	33	9.9
	특별 행사를 위해	8	2.4
	머릿결 보호를 위해	9	2.7
	이미지나 분위기를 바꾸기 위해	37	11.1
헤어샵에서 주로 받는 서비스 분야	앞머리커트	9	2.7
	전체커트	223	67.0
	퍼머넌트웨이브	52	15.6
	염색 및 탈색	36	10.8
	드라이	9	2.7
	헤어클리닉	4	1.2
유행에 따라 머리를 변화 할 의향	있다	169	50.8
	없다	164	49.2
헤어샵 방문 시 1회 지출금액	2만원 미만	135	40.5
	2만원 이상~5만원 미만	96	28.8
	5만원 이상~10만원 미만	63	18.9
	10만원 이상~15만원 미만	25	7.5
	15만원 이상~20만원 미만	9	2.7
	20만원 이상	5	1.5
현재 이용중인 헤어샵의 선택 동기	헤어샵 유명도	41	12.3
	주위의 권유	84	25.2
	가까운 거리	146	43.8

	광고, 홍보물	18	5.4
	우연하게	44	13.2
헤어샵 선택 시, 가장 중요하게 고려하는 사항	기술력	189	56.8
	좋은 시설	18	5.4
	친절한 서비스	66	19.8
	유명세	10	3.0
	언어소통	11	3.3
	저렴한 시술 가격	31	9.3
	편리한 교통편	8	2.4
평소 헤어샵의 정보를 얻는 곳	대중매체(TV, 라디오, 잡지 등)	25	7.5
	인터넷(블로그, 카페 등)	39	11.7
	주위 사람들	205	61.6
	지역정보지 및 홍보물	27	8.1
	SNS(페이스북, 트위터, 인스타그램 등)	37	11.1
헤어샵 방문 시 동행자	혼자	253	76.0
	가족	36	10.8
	친구	35	10.5
	애인	9	2.7
합계		333	100.0

선행연구[54]에서 남성과 여성 488명을 대상으로 설문조사를 수행하였고, 설문결과를 통해 일반적 특성에 따른 헤어샵 이용 현황 및 특성을 나타내어 남성과 여성에 따라 헤어샵 이용 현황을 확인할 수 있었다.

헤어샵 선택 이유로 선행연구에서 남성과 여성 모두 기술을 가장 많이 응답하였고 본 연구에서 남성은 동일한 결과로 나타나 헤어샵에서 고객을 확보하는 방법은 헤어 디자이너의 기술력을 향상시키는 것에 집중해야 될 것으로 보인다.

헤어샵 이용 이유로 선행연구에서 남성은 아름다움을 위해서, 여성은 이미지나 분위기를 바꾸기 위해서를 가장 많이 응답하였고. 본 연구에서 남성은 정기적인 머리 손질을 위해가 가장 많이 응답한 항목이였다. 이와 같은 결과가 나온 이유는 선행연구에서 응답 가능한 설문 문항에 정기적인 머리 손질이 없었기 때문이며, 만약 이와 같은 설문 문항이 있었다면 선행연구의 결과와 다른 결과가 나타났을 것으로 예상된다.

헤어샵 이용 형태로 선행연구에서 남성은 시내 중심가 헤어샵, 여성은 주

54) 김진. (2018). "헤어샵의 다양한 예약제 시스템에 관한 실태 및 고객 만족도". 건국대학교 산업대학원 석사학위논문. pp.10-46.

택가(직장) 근처 헤어샵을 가장 많이 응답하였고. 본 연구에서 남성은 일반 헤어샵(집, 회사, 학교근처)가 가장 많이 응답한 항목으로 다른 결과가 나타났다. 따라서, 헤어샵 이용 형태가 남성이라는 변수에 영향을 미치는 것이 아니라 인구통계학적 특성, 성격, 라이프스타일 등 다양한 변수에도 영향을 미칠 수 있기 때문에 향후 추가적인 연구가 필요해 보인다.

HANSUNG UNIVERSITY

4.3 조사대상자의 헤어관리행동

조사대상자의 헤어관리행동을 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 [표 4-3]과 같다.

샴푸 후 헤어를 말릴 때 어떻게 말리는지는 손으로 막 털어서 49.2%, 손으로 헤어를 한쪽으로 쓸어 넘기며 21.3%, 가르마를 타 놓고 좌우로 썰어 넘기며 17.1%, 손으로 앞머리를 뒤로 넘기며 12.3% 순으로 나타났다.

어떠한 스타일링 제품을 사용하는지는 사용하지 않음 35.4%, 에센스 32.1%, 왁스 8.4%, 왁스+스프레이 7.8%, 컬링에센스 7.2%, 스프레이 4.8%, 젤 3.3%, 포마드 0.9% 순으로 나타났다.

샴푸를 하고나서 머리를 말린 뒤 도구 손질법은 아무것도 하지 않음 45.9%, 롤이나 빗으로 드라이를 하여 머릿결을 정돈 43.2%, 아이론 웨이브를 연출 10.8% 순으로 나타났다.

볼륨을 원하는 위치는 부분적 볼륨 50.2%, 원하지 않음 27.6%, 전체적 볼륨 22.2% 순으로 나타났다.

머리를 말린 후 헤어 셋팅은 어떻게 하는지는 아무것도 하지 않음 46.5%, 드라이기의 뜨거운 바람으로 머리 윗부분을 말린 뒤 손으로 움켜쥐면서 구김 17.4%, 머리카락에만 제품을 바르고 쓸어 넘김 14.7%, 뿌리 부분부터 제품을 바르고 세움 10.5%, 가르마를 한 후 제품을 바르고 위로 올림과 가르마를 한 후 제품을 바르고 아래로 내림이 각각 5.4% 순으로 나타났다.

모질상태와 헤어샵 방문 시 어떤 디자인을 의뢰하는지는 모질- 반곱슬, 디자인- 커트 26.4%, 모질- 직모, 디자인- 커트 19.2%, 모질- 직모, 디자인- 커트+펌 15.9%, 모질- 반곱슬, 디자인- 펌 8.1%, 모질- 직모, 디자인- 펌 7.5%, 모질- 반곱슬, 디자인- 커트+ 펌 6.6%, 모질- 반곱슬, 디자인- 스트레이트 6.3%, 모질- 곱슬, 디자인- 커트 5.1%, 모질- 곱슬, 디자인- 커트 + 펌 2.4%, 모질- 곱슬, 디자인- 펌 1.5% 순으로 나타났다.

헤어샵 방문 시 커트 길이가 어느 정도가 적당하다고 생각하는지는 눈썹의 위치 51.7%, 눈썹 위 26.4%, 눈썹 아래 21.9% 순으로 나타났다.

이마의 상태에 따라 어떠한 앞머리 형태로 관리하는지는 이마보통/ 앞머

리내림 22.8%, 이마넓음/ 앞머리내림 19.5%, 이마보통/ 앞머리올림 19.2%, 이마보통/ 앞머리가르마 10.8%, 이마넓음/ 앞머리올림 8.7%, 이마넓음/ 앞머리가르마 7.5%, 이마좁음/ 앞머리내림 4.5%, 이마좁음/ 앞머리올림 4.2%, 이마좁음/ 앞머리가르마 2.7% 순으로 나타났다.

헤어스타일 연출 시 머리를 손질하는 숙련도가 높은 편인지는 보통이다 40.5%, 매우 그렇지 않다 20.4%, 그렇지 않다 19.8%, 그렇다 19.2% 순으로 나타났다.

마음에 드는 헤어스타일을 발견하였을 때 그대로 연출해보려고 시도 또는 노력을 해보는 편인지는 보통이다 38.1%, 그렇다 24.3%, 매우 그렇지 않다 18.9%, 그렇지 않다 18.6% 순으로 나타났다.

머리를 말리실 때 연출하고자 하는 헤어스타일을 위해 핸드드라이(모발에 열을 주고 손으로 구겨서 파마를 한 것 같은 느낌을 주는 것)를 하시면서 말리는지는 보통이다 32.1%, 그렇지 않다 23.7%, 그렇다 22.8%, 매우 그렇지 않다 21.3% 순으로 나타났다.

눈에 띄는 독특한 헤어스타일을 하는 편인지는 그렇지 않다 36.0%, 보통이다 34.2%, 매우 그렇지 않다 23.4%, 그렇다 6.3% 순으로 나타났다.

전체적으로 남성은 여성과 같이 다양한 방법의 스타일링을 구사하는 것이 아니라 막 털거나, 빗으로 드라이를 하여 머릿결을 정돈하는 정도로 스타일링을 마치는 것으로 조사되었으며, 헤어샵 1회 이용시 지출하는 비용은 2만원 미만인 결과는 최근 미용에 관심이 있는 남성들이 증가하고 있는 추세라고 하지만, 아직까지 스타일링을 중요시 여기는 남성들이 미미하다는 결과로 도출될 수 있는 흥미로운 점이다. 따라서, 현재 남성 고객만을 위한 헤어샵을 운영하기 위해서는 손질이 간단하면서 스타일을 낼 수 있는 헤어스타일을 위한 일반 남성을 타겟으로 저렴한 가격의 헤어샵을 운영하거나, 자신의 개성을 드러내기를 원하거나 특수한 방법의 스타일링을 구사하는 남성들을 타켓으로 하는 고급스럽운 헤어샵을 운영하는 것 중 어떠한 방법이 더욱 효과적인지 경영적인 분야로의 연구가 가능해 보인다.

[표 4-3] 헤어관리행동

(N=333, %)

항목		빈도(N)	백분율(%)
샴푸 후 헤어를 말릴 때 어떻게 말리는지	손으로 막 털어서	164	49.2
	손으로 헤어를 한쪽으로 쓸어 넘기며	71	21.3
	손으로 앞머리를 뒤로 넘기며	41	12.3
	가르마를 타놓고 좌우로 쓸어 넘기며	57	17.1
어떠한 스타일링 제품을 사용하는지	사용하지 않음	118	35.4
	에센스	107	32.1
	컬링에센스	24	7.2
	왁스	28	8.4
	스프레이	16	4.8
	왁스+스프레이	26	7.8
	젤	11	3.3
	포마드	3	.9
샴푸를 하고 나서 머리를 말린 뒤 도구 손질법	아무것도하지 않음	153	45.9
	롤이나 빗으로 드라이를 하여 머릿결을 정돈	144	43.2
	아이론 웨이브를 연출	36	10.8
볼륨을 원하는 위치	원하지 않음	92	27.6
	부분적 볼륨	167	50.2
	전체적 볼륨	74	22.2
머리를 말린 후 헤어 세팅은 어떻게 하는지	아무것도 하지 않음	155	46.5
	뿌리부분부터 제품을 바르고 세움	35	10.5
	머리카락에만 제품을 바르고 쓸어 넘김	49	14.7
	드라이기의 뜨거운 바람으로 머리 윗부분을 말린 뒤 손으로 움켜쥐면서 구김	58	17.4
	가르마를 한 후 제품을 바르고 위로 올림	18	5.4
	가르마를 한 후 제품을 바르고 아래로 내림	18	5.4
모질 상태와 헤어숍 방문 시 어떤 디자인을 의뢰하는지	모질- 직모, 디자인- 커트	64	19.2
	모질- 직모, 디자인- 펌	25	7.5
	모질- 직모, 디자인- 커트+펌	53	15.9
	모질- 반곱슬, 디자인- 스트레이트	21	6.3
	모질- 반곱슬, 디자인- 커트	88	26.4
	모질- 반곱슬, 디자인- 펌	27	8.1

	모질- 반곱슬, 디자인- 커트+ 펌	22	6.6
	모질- 곱슬, 디자인- 스트레이트	3	.9
	모질- 곱슬, 디자인- 커트	17	5.1
	모질- 곱슬, 디자인- 펌	5	1.5
	모질- 곱슬, 디자인- 커트+ 펌	8	2.4
헤어숍 방문 시 커트 길이가 어느 정도가 적당하다고 생각하는지	눈썹 아래	73	21.9
	눈썹의 위치	172	51.7
	눈썹 위	88	26.4
이마의 상태에 따라 어떠한 앞머리 형태로 관리하는지	이마 넓음/ 앞머리내림	65	19.5
	이마 넓음/ 앞머리올림	29	8.7
	이마 넓음/ 앞머리가르마	25	7.5
	이마 보통/ 앞머리내림	76	22.8
	이마 보통/ 앞머리올림	64	19.2
	이마 보통/ 앞머리가르마	36	10.8
	이마 좁음/ 앞머리내림	15	4.5
	이마 좁음/ 앞머리올림	14	4.2
	이마 좁음/ 앞머리가르마	9	2.7
헤어스타일 연출 시 머리를 손질하는 숙련도가 높은 편인지	매우 그렇지 않다	68	20.4
	그렇지 않다.	66	19.8
	보통이다.	135	40.5
	그렇다	64	19.2
마음에 드는 헤어스타일을 발견하였을 때 그대로 연출해보려고 시도 또는 노력을 해보는 편인지	매우 그렇지 않다	63	18.9
	그렇지 않다.	62	18.6
	보통이다.	127	38.1
	그렇다	81	24.3
머리를 말리실 때 연출하고자 하는 헤어스타일을 위해 핸드 드라이(모발에 열을 주고 손으로 구겨서 파마를 한 것 같은 느낌을 주는 것)를 하시면서 말리는지	매우 그렇지 않다	71	21.3
	그렇지 않다.	79	23.7
	보통이다.	107	32.1
	그렇다	76	22.8
눈에 띄는 독특한 헤어스타일을 하는 편인지	매우 그렇지 않다	78	23.4
	그렇지 않다.	120	36.0
	보통이다.	114	34.2
	그렇다	21	6.3
합계		333	100.0

4.4 조사대상자의 프린지 헤어스타일 선호도

조사대상자의 프린지 헤어스타일 선호도를 알아보기 위해 기술통계분석을 실시한 결과는 [표 4-4]와 같다.

첫째, 옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short), 9:1 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short), 6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short), 앞으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Long), 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 5:5 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long), 5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)는 그렇지 않다에 가까운 응답을 보였다.

둘째, 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long), 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long), 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 옆으로 내리는 스타일 (Long), 6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)는 보통이다에 가까운 응답을 보였다.

흥미로운 점은 여성이긴 하나, 선행연구에서 모든 연령에서 내추럴, 모던 스타일을 가장 선호하는 것으로 나타났다는 결과와[55] 가장 선호도가 높은 프린지 헤어스타일인 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)이 남성이 가장 손질을 편하게 할 수 있는 내추럴 스타일과 관련이 있을 것으로 예상되는 점이다. 이는 향후 프린지 헤어스타일과 내추럴 또는 모던 스타일간의 상관관계 분석을 통해 확인할 수 있는 결과로 보여진다.

선행연구[56]에서 울산지역 남성 335명을 대상으로 설문조사를 수행하였고, 설문내용으로 본 논문과 달리 프린지를 모두 내림, 모두 올림, 자연스럽게 옆으로 넘김으로 구분하였고, 다른 항목으로 가르마를 가르마 없는 상태, 가운데, 왼쪽, 오른쪽으로 구분하였다. 프린지에 대한 설문 결과로는 자연스럽게 옆으로 넘기는 스타일을 57.3%로 가장 선호하였다. 다만, 본 연구에서는 프린지를 옆으로 넘기는 경우라도 내리는 스타일 (Long)이 올리는 스타일

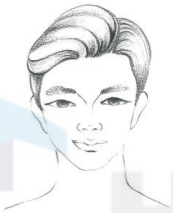
55) 하관수. (2012). “여성의 일반적 특성에 따른 헤어스타일 인식도 및 실태 연구”. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문. p.5.

56) 박정미. (2013). “남성의 연령과 성격유형에 따른 헤어스타일 선호도 연구-울산지역을 중심으로”. 영산대학교 미용예술대학원 석사학위논문. pp.21-22.

(Short)보다 선호하는 것으로 나타났다. 이는 자연스럽게 옆으로 넘기더라도 프린지의 길이에 따라 프린지를 내리고 올리는 것에 따라 남성의 프린지 헤어스타일 선호도가 달라질 수 있기 때문에 구체적인 선호도 차이를 파악할 수 있을 것으로 예상된다. 또한, 가르마에 대한 설문 결과로는 왼쪽 가르마 스타일을 34.3%로 가장 선호하였다. 다만, 본 연구에서는 가르마의 분배비율에 관한 항목이 있기 때문에 가르마 분배비율에 따라, 프린지 길이에 따라 남성이 선호하는 프린지 헤어스타일이 달랐다. 이는 왼쪽 가르마 스타일에서도 가르마 분배비율에 따라, 프린지 길이에 따라 남성의 프린지 헤어스타일 선호도가 달라질 수 있기 때문에 구체적인 선호도 차이를 파악할 수 있을 것으로 예상된다. 따라서, 향후 본 논문과 선행문헌을 참고로 “남성의 성격유형에 따른 프린지 헤어스타일 선호도”의 연구가 가능할 것으로 예상된다.

[표 4-4] 프린지 헤어스타일 선호도

항목		M	SD	항목		M	SD
아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)		2.70	1.13	옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)		2.54	1.07
앞으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Long)		2.32	1.09	옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short)		2.50	1.16

9:1 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)		2.42	1.07	9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)		2.19	1.04
8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)		2.66	1.08	8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)		2.68	1.09
7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)		2.52	1.05	7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)		2.63	1.16
6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)		2.41	1.05	6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)		2.53	1.06
5:5 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)		2.15	1.03	5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)		1.97	0.93

HANSUNG UNIVERSITY

4.5 조사대상자의 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이

4.5.1 연령에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이

조사대상자의 연령에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이를 알아보기 위해 교차분석을 실시한 결과는 [표 4-5]와 같다.

아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 20대, 그렇지 않다는 60대 이상, 보통이다는 30대, 그렇다는 20대, 매우 그렇다는 30대가 가장 높게 나타났다.

옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 연령에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

앞으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 연령에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short)은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 20대, 그렇지 않다는 40대, 보통이다는 60대 이상, 그렇다는 30대, 매우 그렇다는 30대가 가장 높게 나타났다.

9:1 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)은 연령에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 20대, 그렇지 않다는 60대 이상, 보통이다는 50대, 그렇다는 20대, 매우 그렇다는 60대 이상이 가장 높게 나타났다.

8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)은 연령에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 연령에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)은 연령에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 통계적으로 유의미한 차

이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 20대, 그렇지 않다는 50대, 보통이다는 30대, 그렇다는 20대, 매우 그렇다는 30대가 가장 높게 나타났다.

6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 20대, 그렇지 않다는 40대, 보통이다는 60대 이상, 그렇다는 30대가 가장 높게 나타났다.

6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 연령에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

5:5 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)은 연령에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 연령에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

연령에 따른 프린지 헤어스타일 선호도에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였던 연령은 20대, 30대, 60대 이상이다.

20대가 선호하는 프린지 헤어스타일은 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long), 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)으로 전체적으로 프린지를 내리는 스타일을 선호하는 결과가 나타난 것이 흥미롭다. 다만, 선행연구[57]에서는 20대는 가르마가 없는 상태와 자연스럽게 옆으로 넘기는 프린지 헤어스타일을 선호하여 다른 결과를 보여준다. 이는 자연스럽게 옆으로 넘기는 프린지 헤어스타일에 가르마 형태가 포함되지 않았기 때문으로 보여진다. 또한, 헤어스타일은 시대를 반영하고 있으며, 모집된 표본의 지리적 위치에 따라서 다른 결과가 나타날 수 있기 때문에 향후 이를 반영하는 추가적인 연구가 가능할 것으로 예상된다.

30대가 선호하는 프린지 헤어스타일은 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long), 옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short), 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)으로 명확하게 선호하는 스타일이 있는 경향이 나타나지 않는다. 30대는 미취업자가 많은 20대와 가정이 있는 40대 이상의 연령에 비해 자신을 가꾸는데 소비를 할 수 있는 잉여소득이 있는 연령대로 볼 수 있다. 따라서, 30대의 남성을 남성의

57) 박정미. 전게논문, pp.21-22.

뷰티산업을 견인할 수 있는 촉진자로써 추측할 수 있고, 30대에 한정하여 다양한 연구들을 해본다면 30대의 특수한 요인들에 따라 선호하는 프린지 헤어스타일이 달라지는 이유를 확인할 수 있을 것으로 보아 해당 연구결과는 흥미롭게 다가온다.

60대 이상은 유일하게 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)을 선호하는 것으로 나타난 점이 흥미롭다. 선행연구[58]에서 50대 이상은 가르마 헤어스타일에서 가르마가 없는 헤어스타일보다 왼쪽 가르마 헤어스타일을 가장 선호하는 것으로 나타났기 때문에 본 연구결과와 유사한 결과로 보여질 수 있다. 다만, 선행연구는 조사대상이 50대가 섞여 있고, 가르마 배분비율에 따라 구분이 되어 있지 않아 명확하게 비교할 수 없는 것이 아쉬운 점으로 보여진다.

HANSUNG UNIVERSITY

58) 박정미. 전게논문, pp.21-22.

[표 4-5] 연령에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이

구분		아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)					옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)				전체
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	
연령	20대	38	10	35	53	0	36	25	44	31	136
		27.9%	7.4%	25.7%	39.0%	0.0%	26.5%	18.4%	32.4%	22.8%	100.0%
		53.5%	15.9%	36.8%	51.5%	0.0%	46.2%	36.2%	38.6%	43.1%	40.8%
	30대	13	13	30	34	1	17	17	37	20	91
		14.3%	14.3%	33.0%	37.4%	1.1%	18.7%	18.7%	40.7%	22.0%	100.0%
		18.3%	20.6%	31.6%	33.0%	100.0%	21.8%	24.6%	32.5%	27.8%	27.3%
	40대	10	17	15	8	0	9	16	15	10	50
		20.0%	34.0%	30.0%	16.0%	0.0%	18.0%	32.0%	30.0%	20.0%	100.0%
		14.1%	27.0%	15.8%	7.8%	0.0%	11.5%	23.2%	13.2%	13.9%	15.0%
	50대	7	17	11	7	0	11	9	13	9	42
		16.7%	40.5%	26.2%	16.7%	0.0%	26.2%	21.4%	31.0%	21.4%	100.0%
		9.9%	27.0%	11.6%	6.8%	0.0%	14.1%	13.0%	11.4%	12.5%	12.6%
	60대 이상	3	6	4	1	0	5	2	5	2	14
		21.4%	42.9%	28.6%	7.1%	0.0%	35.7%	14.3%	35.7%	14.3%	100.0%
		4.2%	9.5%	4.2%	1.0%	0.0%	6.4%	2.9%	4.4%	2.8%	4.2%
전체		71	63	95	103	1	78	69	114	72	333
		21.3%	18.9%	28.5%	30.9%	.3%	23.4%	20.7%	34.2%	21.6%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		53.358***(16)					9.125(12)				

***p<0.001

<표 계속>

구분		앞으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Long)				옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short)					전체
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
연령	20대	44	27	38	27	51	31	35	19	0	136
		32.4%	19.9%	27.9%	19.9%	37.5%	22.8%	25.7%	14.0%	0.0%	100.0%
		44.0%	31.8%	43.2%	45.0%	56.7%	41.9%	39.8%	25.0%	0.0%	40.8%
	30대	25	25	22	19	21	16	23	26	5	91
		27.5%	27.5%	24.2%	20.9%	23.1%	17.6%	25.3%	28.6%	5.5%	100.0%
		25.0%	29.4%	25.0%	31.7%	23.3%	21.6%	26.1%	34.2%	100.0%	27.3%
	40대	10	20	14	6	9	16	7	18	0	50
		20.0%	40.0%	28.0%	12.0%	18.0%	32.0%	14.0%	36.0%	0.0%	100.0%
		10.0%	23.5%	15.9%	10.0%	10.0%	21.6%	8.0%	23.7%	0.0%	15.0%
	50대	16	9	10	7	6	8	16	12	0	42
		38.1%	21.4%	23.8%	16.7%	14.3%	19.0%	38.1%	28.6%	0.0%	100.0%
		16.0%	10.6%	11.4%	11.7%	6.7%	10.8%	18.2%	15.8%	0.0%	12.6%
	60대 이상	5	4	4	1	3	3	7	1	0	14
		35.7%	28.6%	28.6%	7.1%	21.4%	21.4%	50.0%	7.1%	0.0%	100.0%
		5.0%	4.7%	4.5%	1.7%	3.3%	4.1%	8.0%	1.3%	0.0%	4.2%
전체		100	85	88	60	90	74	88	76	5	333
		30.0%	25.5%	26.4%	18.0%	27.0%	22.2%	26.4%	22.8%	1.5%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		12.565(12)				46.789***(16)					100.0%

*p<0.05

<표 계속>

구분		9:1 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)				9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)				전체
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	
연령	20대	45	26	43	22	68	30	27	11	136
		33.1%	19.1%	31.6%	16.2%	50.0%	22.1%	19.9%	8.1%	100.0%
		51.1%	34.2%	39.4%	36.7%	61.3%	33.3%	30.3%	25.6%	40.8%
	30대	23	20	32	16	25	26	27	13	91
		25.3%	22.0%	35.2%	17.6%	27.5%	28.6%	29.7%	14.3%	100.0%
		26.1%	26.3%	29.4%	26.7%	22.5%	28.9%	30.3%	30.2%	27.3%
	40대	11	10	16	13	11	16	13	10	50
		22.0%	20.0%	32.0%	26.0%	22.0%	32.0%	26.0%	20.0%	100.0%
		12.5%	13.2%	14.7%	21.7%	9.9%	17.8%	14.6%	23.3%	15.0%
	50대	7	15	13	7	6	13	17	6	42
		16.7%	35.7%	31.0%	16.7%	14.3%	31.0%	40.5%	14.3%	100.0%
		8.0%	19.7%	11.9%	11.7%	5.4%	14.4%	19.1%	14.0%	12.6%
	60대 이상	2	5	5	2	1	5	5	3	14
		14.3%	35.7%	35.7%	14.3%	7.1%	35.7%	35.7%	21.4%	100.0%
		2.3%	6.6%	4.6%	3.3%	.9%	5.6%	5.6%	7.0%	4.2%
전체		88	76	109	60	111	90	89	43	333
		26.4%	22.8%	32.7%	18.0%	33.3%	27.0%	26.7%	12.9%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		12.581(12)				35.540***(12)				

<표 계속>

구분											전체
		8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)					8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)				
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	
연령	20대	34	13	53	36	0	38	17	42	39	0
		25.0%	9.6%	39.0%	26.5%	0.0%	27.9%	12.5%	30.9%	28.7%	0.0%
		49.3%	20.6%	46.1%	42.4%	0.0%	56.7%	25.8%	38.5%	43.3%	0.0%
	30대	18	19	31	22	1	16	21	32	21	1
		19.8%	20.9%	34.1%	24.2%	1.1%	17.6%	23.1%	35.2%	23.1%	1.1%
		26.1%	30.2%	27.0%	25.9%	100.0%	23.9%	31.8%	29.4%	23.3%	100.0%
	40대	9	15	14	12	0	6	13	16	15	0
		18.0%	30.0%	28.0%	24.0%	0.0%	12.0%	26.0%	32.0%	30.0%	0.0%
		13.0%	23.8%	12.2%	14.1%	0.0%	9.0%	19.7%	14.7%	16.7%	0.0%
	50대	6	12	12	12	0	6	10	14	12	0
		14.3%	28.6%	28.6%	28.6%	0.0%	14.3%	23.8%	33.3%	28.6%	0.0%
		8.7%	19.0%	10.4%	14.1%	0.0%	9.0%	15.2%	12.8%	13.3%	0.0%
	60대 이상	2	4	5	3	0	1	5	5	3	0
		14.3%	28.6%	35.7%	21.4%	0.0%	7.1%	35.7%	35.7%	21.4%	0.0%
		2.9%	6.3%	4.3%	3.5%	0.0%	1.5%	7.6%	4.6%	3.3%	0.0%
전체		69	63	115	85	1	67	66	109	90	1
		20.7%	18.9%	34.5%	25.5%	.3%	20.1%	19.8%	32.7%	27.0%	.3%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		19.924(16)					19.238(16)				

*p<0.05

<표 계속>

구분												전체
		7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)					7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)					
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
연령	20대	39	18	48	31	0	41	15	31	49	0	136
		28.7%	13.2%	35.3%	22.8%	0.0%	30.1%	11.0%	22.8%	36.0%	0.0%	100.0%
		50.6%	25.0%	40.0%	49.2%	0.0%	48.8%	26.8%	33.3%	49.5%	0.0%	40.8%
	30대	21	21	32	16	1	18	13	35	24	1	91
		23.1%	23.1%	35.2%	17.6%	1.1%	19.8%	14.3%	38.5%	26.4%	1.1%	100.0%
		27.3%	29.2%	26.7%	25.4%	100.0%	21.4%	23.2%	37.6%	24.2%	100.0%	27.3%
	40대	8	18	14	10	0	14	10	12	14	0	50
		16.0%	36.0%	28.0%	20.0%	0.0%	28.0%	20.0%	24.0%	28.0%	0.0%	100.0%
		10.4%	25.0%	11.7%	15.9%	0.0%	16.7%	17.9%	12.9%	14.1%	0.0%	15.0%
	50대	9	11	19	3	0	10	14	11	7	0	42
		21.4%	26.2%	45.2%	7.1%	0.0%	23.8%	33.3%	26.2%	16.7%	0.0%	100.0%
		11.7%	15.3%	15.8%	4.8%	0.0%	11.9%	25.0%	11.8%	7.1%	0.0%	12.6%
	60대 이상	0	4	7	3	0	1	4	4	5	0	14
		0.0%	28.6%	50.0%	21.4%	0.0%	7.1%	28.6%	28.6%	35.7%	0.0%	100.0%
		0.0%	5.6%	5.8%	4.8%	0.0%	1.2%	7.1%	4.3%	5.1%	0.0%	4.2%
전체		77	72	120	63	1	84	56	93	99	1	333
		23.1%	21.6%	36.0%	18.9%	.3%	25.2%	16.8%	27.9%	29.7%	.3%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		25.874(16)					28.368*(16)					

*p<0.05

<표 계속>

구분										전체
		6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)				6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)				
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	
연령	20대	45	29	41	21	35	23	42	36	136
		33.1%	21.3%	30.1%	15.4%	25.7%	16.9%	30.9%	26.5%	100.0%
		54.2%	32.6%	40.2%	35.6%	48.6%	26.4%	41.6%	49.3%	40.8%
	30대	17	22	30	22	16	30	27	18	91
		18.7%	24.2%	33.0%	24.2%	17.6%	33.0%	29.7%	19.8%	100.0%
		20.5%	24.7%	29.4%	37.3%	22.2%	34.5%	26.7%	24.7%	27.3%
	40대	12	19	10	9	10	14	15	11	50
		24.0%	38.0%	20.0%	18.0%	20.0%	28.0%	30.0%	22.0%	100.0%
		14.5%	21.3%	9.8%	15.3%	13.9%	16.1%	14.9%	15.1%	15.0%
	50대	8	14	13	7	10	13	12	7	42
		19.0%	33.3%	31.0%	16.7%	23.8%	31.0%	28.6%	16.7%	100.0%
		9.6%	15.7%	12.7%	11.9%	13.9%	14.9%	11.9%	9.6%	12.6%
	60대 이상	1	5	8	0	1	7	5	1	14
		7.1%	35.7%	57.1%	0.0%	7.1%	50.0%	35.7%	7.1%	100.0%
		1.2%	5.6%	7.8%	0.0%	1.4%	8.0%	5.0%	1.4%	4.2%
전체		83	89	102	59	72	87	101	73	333
		24.9%	26.7%	30.6%	17.7%	21.6%	26.1%	30.3%	21.9%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		22.909*(12)				16.411(12)				

*$p<0.05$

<표 계속>

구분										전체
		5:5 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)				5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)				
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	
연령	20대	54	34	28	20	61	41	24	10	136
		39.7%	25.0%	20.6%	14.7%	44.9%	30.1%	17.6%	7.4%	100.0%
		49.1%	31.8%	38.9%	45.5%	48.8%	35.0%	35.3%	43.5%	40.8%
	30대	31	26	21	13	39	27	19	6	91
		34.1%	28.6%	23.1%	14.3%	42.9%	29.7%	20.9%	6.6%	100.0%
		28.2%	24.3%	29.2%	29.5%	31.2%	23.1%	27.9%	26.1%	27.3%
	40대	13	23	9	5	15	22	11	2	50
		26.0%	46.0%	18.0%	10.0%	30.0%	44.0%	22.0%	4.0%	100.0%
		11.8%	21.5%	12.5%	11.4%	12.0%	18.8%	16.2%	8.7%	15.0%
	50대	10	16	10	6	9	18	11	4	42
		23.8%	38.1%	23.8%	14.3%	21.4%	42.9%	26.2%	9.5%	100.0%
		9.1%	15.0%	13.9%	13.6%	7.2%	15.4%	16.2%	17.4%	12.6%
	60대 이상	2	8	4	0	1	9	3	1	14
		14.3%	57.1%	28.6%	0.0%	7.1%	64.3%	21.4%	7.1%	100.0%
		1.8%	7.5%	5.6%	0.0%	.8%	7.7%	4.4%	4.3%	4.2%
전체		110	107	72	44	125	117	68	23	333
		33.0%	32.1%	21.6%	13.2%	37.5%	35.1%	20.4%	6.9%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		17.328(12)				19.040(12)				

4.5.2 결혼 여부에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이

조사대상자의 결혼 여부에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이를 알아보기 위해 교차분석을 실시한 결과는 [표 4-6]과 같다.

아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 미혼, 그렇지 않다는 기혼, 보통이다는 미혼, 그렇다는 미혼, 매우 그렇다는 미혼이 가장 높게 나타났다.

옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 결혼 여부에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

앞으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 결혼 여부에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short)은 결혼 여부에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

9:1 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)은 결혼 여부에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 미혼, 그렇지 않다는 기혼, 보통이다는 기혼, 그렇다는 기혼이 가장 높게 나타났다.

8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 미혼, 그렇지 않다는 기혼, 보통이다는 미혼, 그렇다는 기혼, 매우 그렇다는 기혼이 가장 높게 나타났다.

8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 결혼 여부에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 미혼, 그렇지 않다는 기혼, 보통이다는 기혼, 그렇다는 미혼, 매우 그렇다는 미혼이 가장 높게 나타났다.

7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 미혼, 그렇지 않다는 기혼, 보통이다는 미혼, 그렇다는 기혼이 가장 높게 나타났다.

6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 미혼, 그렇지 않다는 기혼, 보통이다는 미혼, 그렇다는 미혼이 가장 높게 나타났다.

6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 미혼, 그렇지 않다는 기혼, 보통이다는 미혼, 그렇다는 미혼이 가장 높게 나타났다.

5:5 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)은 결혼 여부에 의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 매우 그렇지 않다는 미혼, 그렇지 않다는 기혼, 보통이다는 기혼, 그렇다는 미혼이 가장 높게 나타났다.

결혼 여부에 따른 프린지 헤어스타일 선호도에서 미혼과 기혼 모두 통계적으로 유의미한 차이를 보였다.

미혼이 선호하는 프린지 헤어스타일은 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long), 7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short), 6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short), 6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)으로 30대가 선호하는 프린지 헤어스타일 결과와 마찬가지로 명확하게 선호하는 스타일이 있는 경향이 나타나지 않는다. 이는 30대와 마찬가지로 기혼에 비해 미혼이 자신을 가꾸는데 소비를 할 수 있는 잉여소득이 있는 연령대로 볼 수 있다. 따라서, 미혼의 남성을 남성의 뷰티산업을 견인할 수 있는 촉진자로써 추측할 수 있고, 미혼에 한정하여 다양한 연구들을 해본다면 미혼의 특수한 요인들에 따라 선호하는 프린지 헤어스타일이 달라지는 이유를 확인할 수 있을 것으로 보아 해당 연구결과는 흥미롭게 다가온다.

기혼이 선호하는 프린지 헤어스타일은 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long), 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)으로 일반적인 기혼은 가르마 스타일을 선호하는 것으로 나타난 것은 흥미로운 결과로 보여진다. 이 결과를 바탕으로 기혼을 대상으로 다양한 가르마 스타일을 개발하여 프로모션 한다면 성장하는 남성

의 뷰티산업에서의 가치 창출을 올릴 수 있을 것으로 예상된다.

[표 4-6] 결혼 여부에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이

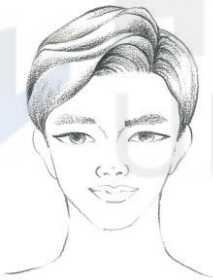
구분		아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)					옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)				전체
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	
결혼 여부	미혼	48	20	62	82	1	49	43	76	45	213
		22.5%	9.4%	29.1%	38.5%	.5%	23.0%	20.2%	35.7%	21.1%	100.0%
		67.6%	31.7%	65.3%	79.6%	100.0%	62.8%	62.3%	66.7%	62.5%	64.0%
	기혼	23	43	33	21	0	29	26	38	27	120
		19.2%	35.8%	27.5%	17.5%	0.0%	24.2%	21.7%	31.7%	22.5%	100.0%
		32.4%	68.3%	34.7%	20.4%	0.0%	37.2%	37.7%	33.3%	37.5%	36.0%
전체		71	63	95	103	1	78	69	114	72	333
		21.3%	18.9%	28.5%	30.9%	.3%	23.4%	20.7%	34.2%	21.6%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		40.353***(4)					0.553(3)				

구분		앞으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Long)					옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short)				전체
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
결혼 여부	미혼	65	48	60	40	66	48	50	44	5	213
		30.5%	22.5%	28.2%	18.8%	31.0%	22.5%	23.5%	20.7%	2.3%	100.0%
		65.0%	56.5%	68.2%	66.7%	73.3%	64.9%	56.8%	57.9%	100.0%	64.0%
	기혼	35	37	28	20	24	26	38	32	0	120
		29.2%	30.8%	23.3%	16.7%	20.0%	21.7%	31.7%	26.7%	0.0%	100.0%
		35.0%	43.5%	31.8%	33.3%	26.7%	35.1%	43.2%	42.1%	0.0%	36.0%
전체		100	85	88	60	90	74	88	76	5	333
		30.0%	25.5%	26.4%	18.0%	27.0%	22.2%	26.4%	22.8%	1.5%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		2.987(3)					9.435(4)				

***p<0.001

<표 계속>

구분		9:1 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)				9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)				전체
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	
결혼 여부	미혼	59	44	71	39	84	57	50	22	213
		27.7%	20.7%	33.3%	18.3%	39.4%	26.8%	23.5%	10.3%	100.0%
		67.0%	57.9%	65.1%	65.0%	75.7%	63.3%	56.2%	51.2%	64.0%
	기혼	29	32	38	21	27	33	39	21	120
		24.2%	26.7%	31.7%	17.5%	22.5%	27.5%	32.5%	17.5%	100.0%
		33.0%	42.1%	34.9%	35.0%	24.3%	36.7%	43.8%	48.8%	36.0%
전체		88	76	109	60	111	90	89	43	333
		26.4%	22.8%	32.7%	18.0%	33.3%	27.0%	26.7%	12.9%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		1.670(3)				12.017**(3)				

구분		 8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)				8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)					전체
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
결혼 여부	미혼	48	29	82	54	51	37	68	57	0	213
		22.5%	13.6%	38.5%	25.4%	23.9%	17.4%	31.9%	26.8%	0.0%	100.0%
		69.6%	46.0%	71.3%	63.5%	76.1%	56.1%	62.4%	63.3%	0.0%	64.0%
	기혼	21	34	33	31	16	29	41	33	1	120
		17.5%	28.3%	27.5%	25.8%	13.3%	24.2%	34.2%	27.5%	.8%	100.0%
		30.4%	54.0%	28.7%	36.5%	23.9%	43.9%	37.6%	36.7%	100.0%	36.0%
전체		69	63	115	85	67	66	109	90	1	333
		20.7%	18.9%	34.5%	25.5%	20.1%	19.8%	32.7%	27.0%	.3%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		14.198**(4)				7.992(4)					

*p<0.05, **p<0.01

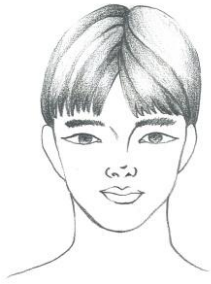
<표 계속>

구분		7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)					7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)					전체
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
결혼 여부	미혼	54	35	75	48	1	56	24	61	71	1	213
		25.4%	16.4%	35.2%	22.5%	.5%	26.3%	11.3%	28.6%	33.3%	.5%	100.0%
		70.1%	48.6%	62.5%	76.2%	100.0%	66.7%	42.9%	65.6%	71.7%	100.0%	64.0%
	기혼	23	37	45	15	0	28	32	32	28	0	120
		19.2%	30.8%	37.5%	12.5%	0.0%	23.3%	26.7%	26.7%	23.3%	0.0%	100.0%
		29.9%	51.4%	37.5%	23.8%	0.0%	33.3%	57.1%	34.4%	28.3%	0.0%	36.0%
전체		77	72	120	63	1	84	56	93	99	1	333
		23.1%	21.6%	36.0%	18.9%	.3%	25.2%	16.8%	27.9%	29.7%	.3%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		13.393*(4)					14.342**(4)					

구분		6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)				6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)				전체
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	
결혼 여부	미혼	60	45	67	41	52	41	70	50	213
		28.2%	21.1%	31.5%	19.2%	24.4%	19.2%	32.9%	23.5%	100.0%
		72.3%	50.6%	65.7%	69.5%	72.2%	47.1%	69.3%	68.5%	64.0%
	기혼	23	44	35	18	20	46	31	23	120
		19.2%	36.7%	29.2%	15.0%	16.7%	38.3%	25.8%	19.2%	100.0%
		27.7%	49.4%	34.3%	30.5%	27.8%	52.9%	30.7%	31.5%	36.0%
전체		83	89	102	59	72	87	101	73	333
		24.9%	26.7%	30.6%	17.7%	21.6%	26.1%	30.3%	21.9%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		10.344*(3)				14.731**(3)				

*p<0.05, **p<0.01

<표 계속>

구분										전체
		5:5 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)				5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)				
		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	
결혼 여부	미혼	77	61	44	31	96	63	37	17	213
		36.2%	28.6%	20.7%	14.6%	45.1%	29.6%	17.4%	8.0%	100.0%
		70.0%	57.0%	61.1%	70.5%	76.8%	53.8%	54.4%	73.9%	64.0%
	기혼	33	46	28	13	29	54	31	6	120
		27.5%	38.3%	23.3%	10.8%	24.2%	45.0%	25.8%	5.0%	100.0%
		30.0%	43.0%	38.9%	29.5%	23.2%	46.2%	45.6%	26.1%	36.0%
전체		110	107	72	44	125	117	68	23	333
		33.0%	32.1%	21.6%	13.2%	37.5%	35.1%	20.4%	6.9%	100.0%
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
χ^2(df)		5.042(3)				17.811***(3)				

$^{**}p<0.01$, $^{***}p<0.001$

HANSUNG UNIVERSITY

Ⅴ. 선호도에 따른 프린지 헤어스타일의 작품제작

5.1 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)

5.1.1 작품설명

아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 앞으로 프린지를 내리고, 전체적인 프린지 길이는 동일하며, 눈썹을 기준으로 프린지 길이가 아래로 내려가는 스타일이다. 또한, 헤어의 색상은 2018년도 팬톤 컬러인 '울트라 바이올렛'을 원톤 기법을 이용하여 적용하였다.

5.1.2 일러스트 및 작품

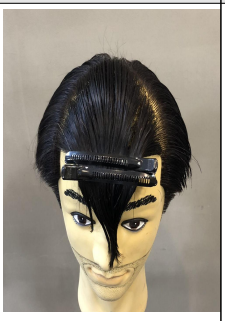
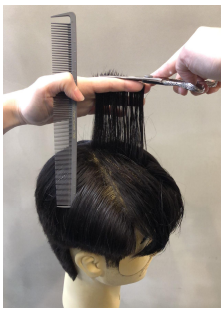
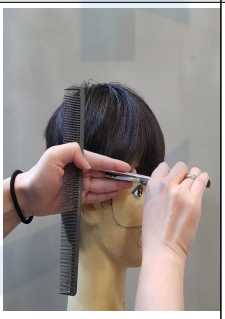
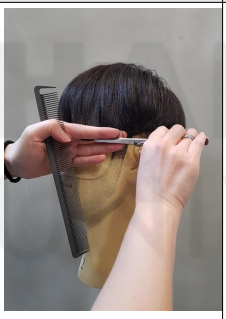
아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 일러스트와 완성작품 사진은 [표 5-1]과 같다.

[표 5-1] 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 일러스트 및 작품

일러스트	완성작품 사진		
	정면도	우면도	좌면도

아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 작업과정은 [표 5-2]와 같다.

[표 5-2] 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 작업과정

1	2	3	4
			
섹션은 양쪽 F.S.P와 T.P를 연결하여 삼각 섹션으로 나눈다.	C.P를 기준으로 폭 1cm는 버티컬 섹션을 하여, 8cm로 가이드라인을 커트한다.	가이드라인을 기준으로 고정디자인 커트한다.	피봇파팅을 이용하여 위로 똑바로 방향분배를 한다.
5	**6**	**7**	**8**
			
오른쪽 사이드는 수평커트 한다.	왼쪽 사이드는 수평커트 한다.	무겁지 않게 끝머리만 질감처리 한다.	완성

작업과정	
섹션 (Section)	Horseshoe 말발굽 모양 (Interior/ Exterior)에서 프린지 섹션: 양쪽 F.S.P와 T.P를 삼각 섹션
머리위치 (Head Position)	똑바로
파팅 (Parting)	컨케이브
분배 (Distribution)	자연분배
시술각 (Project)	자연시술각 0°
핑거포지션 (Finger Position)	베이스 파팅과 평행
디자인 라인 (Design Line)	고정 디자인 라인

5.2 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)

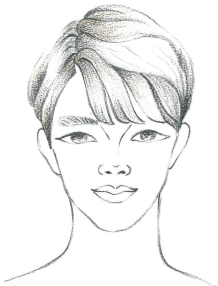
5.2.1 작품설명

8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 눈꼬리를 기준으로 선을 가르는 것이며, 이마가 넓게 보여 긴 얼굴형에 어울린다. 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 위로 올라가는 스타일이다. 또한, 헤어의 색상은 최근 몇 년간 유행하고 있는 트랜드 컬러로 '애쉬브라운'과 '애쉬그레이'를 시크릿 투톤기법으로 안쪽 애쉬그레이 컬러는 슬라이싱패턴을 적용하였다.

5.2.2 일러스트 및 작품

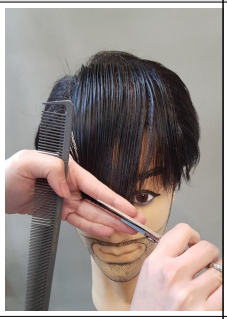
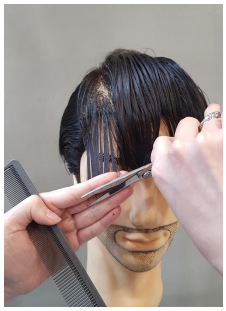
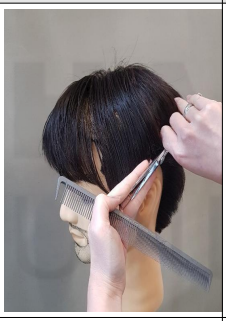
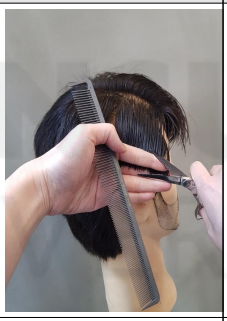
8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)의 일러스트와 완성작품 사진은 [표 5-3]과 같다.

[표 5-3] 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)의 일러스트 및 작품

일러스트	완성작품 사진		
	정면도	우면도	좌면도
			

8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)의 작업과정은 [표 5-4]와 같다.

[표 5-4] 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)의 작업과정

1	2	3	4
			
섹션은 양쪽 F.S.P와 T.P를 연결하여 스퀘어 섹션을 나눈다.	가르마에 위치한 가이드라인을 자연분배하여 7cm로 커트한다.	가이드라인 7cm를 기준으로 양쪽 F.S.P의 길이를 컨케이브 형태로 비평행 커트한다.	가이드라인 7cm를 기준으로 양쪽 F.S.P의 길이를 컨케이브 형태로 비평행 커트한다.
5	6	7	8
			
가르마위치에 중간시술각으로 고정디자인하여 커트한다.	왼쪽 사이드는 프린지 길이에 맞춰 전대각 커트한다.	오른쪽 사이드는 프린지 길이에 맞춰 전대각 커트한다.	완성

작업과정	
섹션 (Section)	Horseshoe 말발굽 모양 (Interior/ Exterior)에서 프린지 섹션: 양쪽 F.S.P와 T.P를 스퀘어 섹션
머리위치 (Head Position)	똑바로
파팅 (Parting)	수평, 수직
분배 (Distribution)	직각분배
시술각 (Project)	90° 수평 커트
핑거포지션 (Finger Position)	베이스 파팅과 평행
디자인 라인 (Design Line)	이동 디자인 라인

5.3 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Long)

5.3.1 작품설명

8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Long)은 눈꼬리를 기준으로 선을 가르는 것이며, 이마가 넓게 보여 긴 얼굴형에 어울린다. 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 아래로 내려간다. 또한, 헤어의 색상은 '브라운' 컬러를 옴브레 컬러 기법으로 적용하였다.

5.3.2 일러스트 및 작품

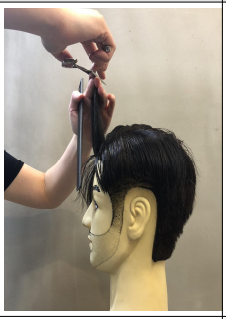
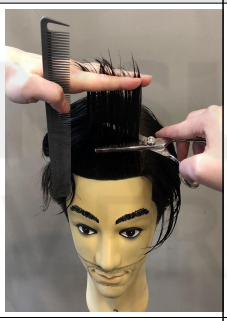
8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Long)의 일러스트와 완성작품 사진은 [표 5-5]와 같다.

[표 5-5] 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Long)의 일러스트 및 작품

일러스트	완성작품 사진		
	정면도	우면도	좌면도

8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Long)의 작업과정은 [표 5-6]과 같다.

[표 5-6] 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Long)의 작업과정

1	2	3	4
			
섹션은 양쪽 F.S.P와 T.P를 연결하여 스퀘어 섹션을 나눈다.	C.P는 수평파팅하여 90도로 들어서 커트한다.	페이스라인 프린지를 가이드라인으로 하여 T.P까지 이동디자인 커트한다.	커트한 프린지 부분을 스퀘어 레이어가 되어 있는지 크로스 체크한다.
5	6	7	8
			
오른쪽 사이드는 전대각 섹션으로 커트 한다.	섹션과 비평행으로 커트 하여 프린지를 길게 마무리 한다.	뿌리에서 5cm에서 틴닝을 하여 띄우기 쉽게 한다.	넘어가는 방향으로 질감처리를 한다.

작업과정	
섹션 (Section)	Horseshoe 말발굽 모양 (Interior/ Exterior)에서 프린지 섹션: 양쪽 F.S.P와 T.P를 스퀘어 섹션
머리위치 (Head Position)	똑바로
파팅 (Parting)	수평, 수직
분배 (Distribution)	직각분배
시술각 (Project)	90° 수평 커트
핑거포지션 (Finger Position)	베이스 파팅과 평행
디자인 라인 (Design Line)	이동 디자인 라인

5.4 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)

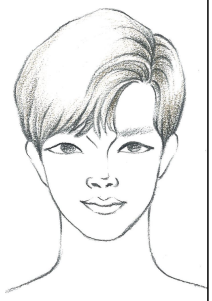
5.4.1 작품설명

7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 눈 중심(눈동자)을 기준으로 선을 가르는 것이며, 평균적인 얼굴형과 계란형 얼굴에 어울린다. 프린지의 길이는 가르마 선을 기준으로 비대칭의 컨케이브(concave)형이며 프린지를 내렸을 때 눈을 기준으로 위로 올라가는 스타일이다. 또한, 헤어의 색상은 101마리 달마시안에서 나오는 '크루엘라'를 모티브로 '블랙 & 화이트' 컬러를 투톤기법으로 적용하였다.

5.4.2 일러스트 및 작품

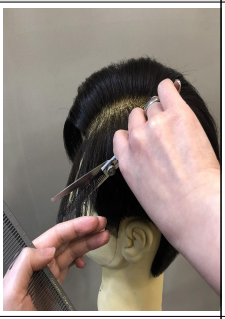
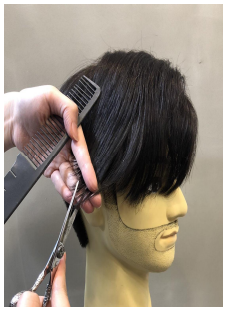
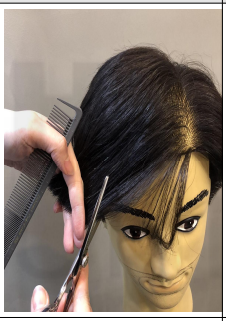
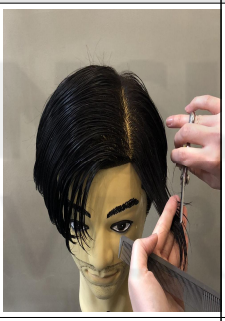
7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)의 일러스트와 완성작품 사진은 [표 5-7]과 같다.

[표 5-7] 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)의 일러스트 및 작품

일러스트	완성작품 사진		
	정면도	우면도	좌면도
			

7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)의 작업과정은 [표 5-8]과 같다.

[표 5-8] 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)의 작업과정

1	2	3	4
			
섹션은 양쪽 F.S.P와 T.P를 연결하여 스퀘어 섹션을 나눈다.	가르마 시작점을 가이드라인 8cm로 설정하여 커트하고, 컨벡스 파팅으로 커트한다.	가이드라인 8cm를 기준으로 컨벡스 파팅하여 커트한다.	커트한 프린지 부분과 오른쪽 사이드를 연결시켜준다.
5	6	7	8
			
커트한 프린지와 왼쪽 사이드를 사선으로 연결시켜 준다.	손질하기 용이하도록 틴닝을 대각선으로 넣어 질감처리 해준다.	손질하기 용이하도록 틴닝을 대각선으로 넣어 질감처리 해준다.	완성

작업과정	
섹션 (Section)	Horseshoe 말발굽 모양 (Interior/ Exterior)에서 프린지 섹션: 양쪽 F.S.P와 T.P를 스퀘어 섹션
머리위치 (Head Position)	똑바로
파팅 (Parting)	컨벡스
분배 (Distribution)	변이분배
시술각 (Project)	중간 시술각
핑거포지션 (Finger Position)	베이스 파팅에서 손가락 비평행
디자인 라인 (Design Line)	이동 디자인 라인

5.5 옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)

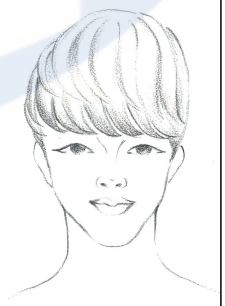
5.5.1 작품설명

옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 옆으로 프린지를 내리고, 프린지 길이는 비대칭이며, 눈썹을 기준으로 프린지 길이가 아래로 내려가는 스타일이다. 또한, 헤어의 색상은 2016년도 팬톤 컬러이지만 남녀를 불문하고 꾸준히 유행하고 있는 '로즈쿼츠'를 위빙기법을 이용하여 적용하였다.

5.5.2 일러스트 및 작품

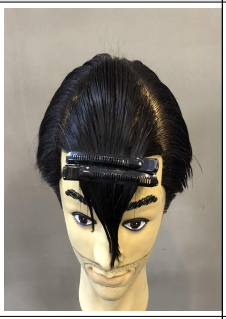
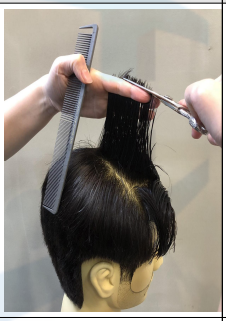
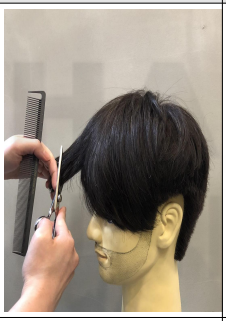
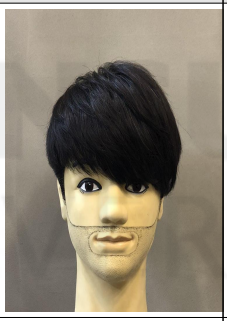
옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 일러스트와 완성작품 사진은 [표 5-9]와 같다.

[표 5-9] 옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 일러스트 및 작품

일러스트	완성작품 사진		
	정면도	우면도	좌면도
			

옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 작업과정은 [표 5-10]과 같다.

[표 5-10] 옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 작업과정

1	2	3	4
			
섹션은 양쪽 F.S.P와 T.P를 연결하여 삼각 섹션을 나눈다.	파팅에 직각 분배하여 시술각 없이 수평라인으로 커트한다.	고정디자인으로 커트한다.	고정디자인으로 커트한다.
5	**6**	**7**	**8**
			
나머지 삼각섹션의 파팅에 고정디자인으로 당겨서 커트한다.	비대칭의 사선이 흐르는 방향으로 대각파팅하여 모발의 끝만 틴닝커트 해준다.	완성(정면)	완성(측면)

작업과정	
섹션 (Section)	Horseshoe 말발굽 모양 (Interior/ Exterior)에서 프린지 섹션: 양쪽 F.S.P와 T.P를 삼각 섹션
머리위치 (Head Position)	똑바로
파팅 (Parting)	수평, 수직
분배 (Distribution)	직각분배
시술각 (Project)	90° 수평 커트
핑거포지션 (Finger Position)	베이스 파팅과 평행
디자인 라인 (Design Line)	고정 디자인 라인

Ⅵ. 결론 및 제언

본 연구는 남성의 인구통계학적 특성에 따른 프린지헤어스타일 선호도 및 작품제작에 관한 연구로, 남성의 프린지 헤어스타일의 분류, 남성의 프린지 헤어스타일 선호도, 남성의 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도를 알아본 다음 선호하는 5가지 프린지 헤어스타일을 최신 유행컬러 및 염색기법을 통한 작품디자인을 제작해 보는데 목적이 있다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 헤어관리행동을 분석한 결과, 전체적으로 남성은 여성과 같이 다양한 방법의 스타일링을 구사하는 것이 아니라 막 털거나, 빗으로 드라이를 하여 머릿결을 정돈하는 정도로 스타일링을 마치는 것으로 조사되었으며, 헤어샵 1회 이용시 지출하는 비용은 2만원 미만으로 나타났다. 이와 같은 결과는 최근 미용에 관심이 있는 남성들이 증가하고 있는 추세라고 하지만, 아직까지 스타일링을 중요시 여기는 남성들이 미미하다는 결과로 도출될 수 있는 흥미로운 점이다. 따라서, 현재 남성 고객만을 위한 헤어샵을 운영하기 위해서는 손질이 간단하면서 스타일을 낼 수 있는 헤어스타일을 위한 일반 남성을 타겟으로 저렴한 가격의 헤어샵을 운영하거나, 자신의 개성을 드러내기를 원하거나 특수한 방법의 스타일링을 구사하는 남성들을 타켓으로 하는 고급스럽운 헤어샵을 운영하는 것 중 어떠한 방법이 더욱 효과적인지 경영적인 분야로의 연구가 가능해 보인다.

둘째, 조사대상자의 헤어샵 이용실태를 분석한 결과, 헤어 디자이너의 기술력이 헤어샵 선택에 가장 큰 영향을 주는 것으로 나타났으며, 선행연구에서도 동일한 결과가 나타났다. 이 결과를 비추어 볼 때, 헤어샵에서 고객을 확보하는 방법은 헤어 디자이너의 기술력을 향상시키는 것에 집중해야 될 것으로 보인다. 또한, 헤어샵의 이용형태는 일반 헤어샵(집, 회사, 학교근처)을 가장 많이 응답하였으나, 선행연구와 다른 결과가 나타났으며, 이는 헤어샵 이용 형태가 남성이라는 변수에 영향을 미치는 것이 아니라 인구통계학적 특성, 성격, 라이프스타일 등 다양한 변수에도 영향을 미칠 수 있기 때문에 향후 추가적인 연구가 필요해 보인다.

셋째, 조사대상자의 프린지 헤어스타일 선호도를 분석한 결과, 선행연구에서 모든 연령에서 내추럴, 모던 스타일을 가장 선호하는 것으로 나타났다는 결과와 가장 선호도가 높은 프린지 헤어스타일인 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 남성이 가장 손질을 편하게 할 수 있는 내추럴 스타일과 연관이 있을 것으로 예상된다는 점이다. 또한, 선행연구에서 자연스럽게 옆으로 넘기는 프린지 헤어스타일을 선호한 반면에 본 연구에서는 프린지를 옆으로 넘기는 경우라도 내리는 스타일 (Long)이 올리는 스타일 (Short)보다 선호하는 것으로 나타났다. 이는 자연스럽게 옆으로 넘기더라도 프린지의 길이에 따라 프린지를 내리고 올리는 것에 따라 남성의 프린지 헤어스타일 선호도가 달라질 수 있기 때문에 구체적인 선호도 차이를 파악할 수 있을 것으로 예상된다. 또한, 선행연구에서 왼쪽 가르마 스타일을 선호하였으나, 본 연구에서는 가르마의 분배비율에 관한 항목이 있기 때문에 가르마 분배비율에 따라 프린지 길이에 따라 남성이 선호하는 프린지 헤어스타일이 달랐다. 이는 왼쪽 가르마 스타일에서도 가르마 분배비율에 따라 프린지 길이에 따라 남성의 프린지 헤어스타일 선호도가 달라질 수 있기 때문에 구체적인 선호도 차이를 파악할 수 있을 것으로 예상된다. 따라서, 향후 본 논문과 선행문헌을 참고로 "남성의 성격유형에 따른 프린지 헤어스타일 선호도"의 연구가 가능할 것으로 예상된다.

넷째, 조사대상자의 연령에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이를 분석한 결과, 연령에 따른 프린지 헤어스타일 선호도에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였던 연령은 20대, 30대, 60대 이상이다. 20대가 선호하는 프린지 헤어스타일은 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long), 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)으로 전체적으로 프린지를 내리는 스타일을 선호하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 다만, 선행연구에서는 가르마가 없는 상태와 자연스럽게 옆으로 넘기는 프린지 헤어스타일을 선호하여 다른 결과를 보여준다. 이는 자연스럽게 옆으로 넘기는 프린지 헤어스타일에 가르마 형태가 포함되지 않았기 때문으로 보여진다. 또한, 헤어스타일은 시대를 반영하고 있으며, 모집된 표본의 지리적 위치에 따라서 다른 결과가 나타날 수 있기 때문에 향후 이를 반영하는 추가

적인 연구가 가능할 것으로 예상된다. 30대가 선호하는 프린지 헤어스타일은 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long), 옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short), 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)으로 명확하게 선호하는 스타일이 있는 경향이 나타나지 않는다. 60대 이상은 유일하게 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)을 선호하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 선행연구에서 50대 이상은 가르마 헤어스타일에서 가르마가 없는 헤어스타일보다 왼쪽 가르마 헤어스타일을 가장 선호하는 것으로 나타났기 때문에 본 연구결과와 유사한 결과로 보여질 수 있다. 다만, 선행연구는 조사대상이 50대가 섞여 있고, 가르마 배분비율에 따라 구분이 되어 있지 않아 명확하게 비교할 수 없는 것이 아쉬운 점으로 보여진다.

다섯째, 조사대상자의 결혼 여부에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이를 분석한 결과, 결혼 여부에 따른 프린지 헤어스타일 선호도에서 미혼과 기혼 모두 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 미혼이 선호하는 프린지 헤어스타일은 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long), 7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short), 6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short), 6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)으로 30대가 선호하는 프린지 헤어스타일 결과와 마찬가지로 명확하게 선호하는 스타일이 있는 경향이 나타나지 않는다. 기혼이 선호하는 프린지 헤어스타일은 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long), 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)으로 일반적인 기혼은 가르마 스타일을 선호하는 경향이 있는 것으로 나타났다.

여섯째, 선호도에 따라 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long), 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long), 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short), 옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)의 5가지 프린지 헤어스타일 작품제작을 수행하였다. 아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 2018년도 팬톤 컬러인 '울트라 바이올렛'컬러로 원톤기법, 8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 '애쉬그레이 & 애쉬브라운'컬러로 시크릿 투톤기법, 8:2 가르마 Up 프린지 헤어

스타일 (Long)은 '갈색+베이지'컬러로 옴브레 컬러기법, 7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)은 '블랙 & 화이트'컬러로 투톤기법, 옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)은 '로즈쿼츠'컬러로 위빙기법을 이용하여 제작하였다. 설문의 결과로 나타난 남성이 선호하는 프린지 헤어스타일은 자칫 단조로워 보일 수 있기 때문에 최신 유행컬러 및 헤어트렌드에 나타난 염색기법들을 통해 프린지 헤어스타일에 포인트를 주어 입체적인 작품들을 제작하게 되었다. 이러한 염색과 커트를 접목한 다양한 작품디자인들은 남성헤어스타일의 선호도에 많은 영향을 줄 수 있으며, 남성 미용산업의 활성화와 남성 뷰티샵의 고객만족 향상에 시너지 효과를 유도하는 계기가 되기를 기대해본다.

본 연구의 결과를 종합하여 보면, 20대는 프린지를 내리는 스타일을 선호하는 경향이 있으며, 30대와 미혼은 뚜렷한 선호하는 경향이 나타나지 않으며, 60대 이상은 유일하게 9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)을 선호하는 경향이 있고, 기혼은 가르마 스타일을 선호하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 이 결과를 바탕으로 20대와 60대가 선호하는 프린지 헤어스타일을 기초로 전체적인 헤어스타일, 헤어 컬러, 드라이, 펌 등 다양한 헤어스타일을 개발한다면 헤어샵 고객 만족도 및 충성도를 높일 수 있을 것으로 예상된다.

이처럼 본 연구는 성장하는 남성 뷰티산업의 기대에 부응하여 남성 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도의 차이를 분석하여 연령 및 결혼 여부에 따라 선호하는 프린지 헤어스타일을 확인했다는 점에서 의미를 찾을 수 있다. 따라서 남성들의 헤어스타일 및 남성 헤어샵 경영을 연구하는 분야에서 뷰티 정보, 경영 정보 및 마케팅 자료로 활용되기를 기대해 본다.

마지막으로 본 연구의 한계점으로 프린지 헤어스타일의 선호도에 있어 인구통계학적 특성에 대한 요소들로만 분석되었는데, 헤어관리행동이나 전체적인 헤어스타일에 따라 프린지 헤어스타일의 선호도에 대한 차이도 있을 가능성이 크다. 또한, 선호도는 사회, 문화 및 시대를 반영하기 때문에 언제든지 결과가 바뀔 가능성이 있다. 따라서, 향후 연구에서는 인구통계학적 특성뿐만 아니라 헤어샵 이용실태, 헤어관리행동, 성격, 라이프스타일 등 다양한 요소들에 대해서 다양하고 폭넓은 연구가 이루어지기를 기대해 본다. 또한, 30대 남

성과 미혼인 남성은 뚜렷하게 선호하는 프린지 헤어스타일이 나타나지 않았기 때문에 프린지 헤어스타일을 선호하는 변수를 찾는 탐색적인 연구도 가능할 것으로 예상된다. 아울러 본 결과를 바탕으로 남성을 위한 헤어샵 전략에 대해서 연구가 진행되기를 바란다.

HANSUNG UNIVERSITY

참 고 문 헌

1. 국내문헌

강경애. (2007). “헤어스타일에 따른 직업별 선호도 조사연구”. 한남대학교 사회문화대학원 석사학위논문.

고혜숙, 류지숙. (2010). 여성의 앞머리 헤어스타일과 지각자의 특성이 인상형성과 호감도에 미치는 영향. 『한국미용학회지』, 16(4), 1041-1050.

공차숙. (2008). “남성의 헤어스타일과 메이크업에 나타난 성(性)성의 하이브리드 현상에 관한 연구: 1994년부터 2008년 까지 파리 남성복 컬렉션을 중심으로”. 성균관대학교 일반대학원 박사학위논문.

교육부. (2018). 『NCS 학습모듈 24 응용헤어컬러』,(22-28), 서울: 한국직업능력개발원.

권소정. (2008). “대중매체에 나타난 메트로 섹슈얼 현상에 관한 연구”. 대구대학교 디자인대학원 석사학위논문.

권정희, 김진숙. (2015). 국내 헤어스타일의 연구 동향에 대한 계량서지학적 분석. 『한국뷰티산업학회』, 9(2), 24.

김가연. (2005). 헤어스타일에서 표현되는 이미지에 관한 연구. 『한국메이크업디자인학회지』, 1(2), 49-55.

김나정. (2016). “여성의 이미지에 대한 20~50대 남성의 선호도 차이에 관한 연구”. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.

김동곤. (2014). “여성의 앞머리 헤어스타일 중요성 인식과 이미지 선호도에 관한 연구”. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.

김동미. (2015). “두발길이에 따른 앞머리와 가르마의 헤어스타일 이미지 연구”. 서울벤처대학원대학교 석사학위논문.

김리라. (2003). “여대생의 모발미용관리 및 행동에 관한 연구”. 숙명여자대학

교 원격향장산업대학원 석사학위논문.

김미정, 박숙현. (2005). 헤어디자인 요소별 남성 헤어스타일 변천에 관한 연구. 『한국인체미용예술학회지』, 13(4), 171-187.

김미정. (2009). “상황에 따른 남성 헤어스타일 선호도”. 경성대학교 대학원 석사학위논문.

김성철. (2016). 『여성 탈모증에 대한 합리적 접근법』,(1), 팜리뷰 : 약학정보원.

김용숙, 이지영. (2002). 성인여성들의 모발관리행동과 모발화장품 만족도. 『한국복식학회』, 52(8), 99-107.

김은영. (2005). “신체적 특성에 따른 헤어스타일”. 한남대학교 사회문화대학원 석사학위논문.

김은진. (2010). “한국 여자연예인의 연도별 헤어스타일에 관한 연구”. 영산대학교 대학원 석사학위논문.

김재숙, 류지원. (2004). 헤어길이와 헤어컬러가 남성의 패션 이미지에 미치는 상호 작용 효과. 『한국의류학회지』, 28(9/10), 1320-1328.

김정희. (2001). “대학생들의 두피관리 행위와 모발특성 및 헤어스타일과의 관련성”. 조선대학교 대학원 석사학위논문.

김주미. (2011). “한국 남성 아이돌 스타의 이미지 유형”. 서경대학교 대학원 석사학위논문.

김진. (2018). “헤어샵의 다양한 예약제 시스템에 관한 실태 및 고객 만족도”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.

김창식. (2015). “성인 남녀의 가마와 앞머리선의 형태에 관한 연구”. 건국대학교 대학원 석사학위논문.

김혜균. (2013). “20·30대 직장인 남성들의 외모관리 행동과 정보탐색에 관한 연구”. 건국대학교 대학원 박사학위논문.

나윤영. (2001). “한국여성의 변천에 관한 연구”. 호남대학교 정보산업대학원 석사학위논문.

나혜주. (2014). “성인남성의 외모관리 행동에 관한 연구”. 창원대학교 보건대학원 석사학위논문.

도주연. (1991). “Hairstyle 변화에 의한 얼굴이미지와 形態의 比較 考察 : computer graphic simulation을 이용하여”. 부산대학교 대학원 석사학위논문.

류현혜. (2007). 노년여성의 자아의식과 외모관리행동과의 관계. 『한국의류학회지』, 57(9), 97-109.

박수진, 박길순, 김서연. (2005). 여대생 헤어스타일 분석. 『한국복식학회지』, 55(3), 59-68.

배인선, 고경숙. (2011). 성인 여성의 외모관리행동과 모발·두피관리 성향이 제품 구매활동에 미치는 영향. 『한국미용학회지』, 17(4), 17-20.

박종숙. (2018). “여성의 연령대별 헤어커트 형태 인식 및 스타일 이미지선호도 : 대중매체의 작품 중심으로”. 한남대학교 사회문화·행정복지대학원 석사학위논문.

성영신, 박은아, 최광열, 한신. (2009). 남성의 외모가꾸기행동에 관한 탐색적 연구 : 동기, 성역할, 외모관심도를 중심으로. 『소비문화연구』, 12(4), 47-70.

양숙희. (2002). “헤어스타일에 대한 여성들의 의식형태와 관련요인 분석”. 경산대학교 대학원 석사학위논문.

유창조, 정혜은. (2002). 소비자의 아름다움추구에 관련된 탐색적 연구. 『한국소비자학회지』, 13(1), 211-232.

이동효, 김명우. (2016). 라이프 스타일에 따른 헤어관리행동. 『한국디자인문화학회지』, 22(2), 431-441.

이명희. (2004). 지각자의 사회적 가치와 헤어스타일 변화에 따른 이미지 지각연구. 『복식문화학회』, 12(6), 971-983.

이석원. (2002). 『음악심리학』,(207), 서울 : 심설당.

이승환, 박은준. (2016). 남성 투블럭 헤어스타일의 작품 제작에 의한 디자인

연구. 『뷰티산업연구』, 10(1), 85-106.

이영미(2004). “한국 남성 헤어스타일 변천에 관한 연구: 단발령 이후를 중심으로”. 동덕여자대학교 패션전문대학원 석사학위논문.

이지연. (2018). “20대 여성의 직업에 따른 미의식과 외모관리 행동에 관한 연구 : 헤어를 중심으로”. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문.

임남영, 강승희. (2003). 의복유형과 헤어스타일이 남성의 인상형성에 미치는 영향. 『복식문화연구』, 11(3), 340-351.

임인숙. (2005). 남성의 외모관리 허용 수위와 외모불안 지대. 『한국사회학』, 39(6), 87-118.

전지현. (2014). 젊음추구가 외모관심과 외모관리행동에 미치는 영향 - 중년여성을 중심으로-. 『한국의류학회지』, 38(5), 705-715.

정숙희, 심선녀. (2001). 컬러링 헤어스타일 선호와 자기효능감에 관한 연구. 『한국인체예술학회지』, 2(2), 169-180.

정희진. (1997). “TV Show Program에 나타난 연예인의 의복 연출이 대학생의 구매 행동에 미치는 영향”. 경성대학교 교육대학원 석사학위논문.

조은주. (2004). “대중문화에 나타난 메트로 섹슈얼 현상과 패션 이미지 특성”. 중앙대학교 일반대학원 박사학위논문.

조혜정, 정원지. (2015). 2001년 이후 남성연예인의 헤어스타일과 메이크업 분석. 『Kor. J. Aesthet. Cosmetol.』, 13(3), 385-391.

최지원. (2013). “한국 여자연예인의 헤어컬러 트렌드 분석에 관한 연구”. 한남대학교 대학원 석사학위논문.

하관수. (2012). “여성의 일반적 특성에 따른 헤어스타일 인식도 및 실태 연구”. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.

2. 국외문헌

Fishbein, M. (1963). An investigation of the relationships between beliefs about an object and the attitude toward that object, *Human Relations*, 16, 233-240.

HANSUNG UNIVERSITY

설 문 지

안녕하십니까?
본 설문지는 **'남성의 인구통계학적 특성에 따른 프린지 헤어스타일 선호도 및 작품제작'**에 대해 알아보기 위해 작성되었습니다.
본 조사의 결과는 연구목적 이 외에 다른 목적으로 절대 이용되지 않을 것이며, 질문에 대한 응답은 평소 귀하의 생각을 솔직하게 기입해주시길 바라며, 오직 학문연구를 위해 사용될 것임을 약속드립니다.
바쁘신 와중에도 본 연구에 협조해주셔서 진심으로 감사드립니다.

2018년 10월
한성대학교 예술대학원 뷰티예술학과
지도교수 : 어수연
연구자 : 박다누리

Ⅰ. 다음은 귀하의 **인구통계학적 특성**에 관한 질문입니다. 각 질문마다 귀하의 생각과 가까운 번호에 표시해 주십시오.

1. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?
① 20대
② 30대
③ 40대
④ 50대
⑤ 60대 이상

2. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?
① 고등학교 졸업
② 전문대학 졸업
③ 대학교 졸업
④ 대학원 재학 이상

3. 귀하의 결혼 여부는 어떻게 되십니까?
① 미혼
② 기혼

4. 귀하의 한 달 평균 소득은 어떻게 되십니까?
(단, 전업주부는 배우자의 소득을, 학생은 월평균 용돈을 선택하세요.)
① 100만원 미만
② 100만원 이상 ~ 200만원 미만
③ 200만원 이상 ~ 300만원 미만
④ 300만원 이상 ~ 400만원 미만
⑤ 400만원 이상

5. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?
① 경영 관리직 (고급공무원, 기업체 고위간부, 중소기업 경영자 등)
② 전문직 (의사, 법조인, 언론인, 교수, 회계사, 디자이너 등)
③ 전문 기술직 (약사, 교사, 공학 기술자, 종교인, 연예인 등)
④ 서비스직 (미용사, 건물관리인, 요리사, 운전기사, 부동산/증권거래인 등)
⑤ 판매직 (소규모 가게주인, 판매원, 점원 등)
⑥ 사무직 (회사원, 일반공무원, 은행원, 사회단체원 등)
⑦ 생산관리직 (생산감독자, 노무자, 제조공, 기계설비공, 수송장비 운전사 등)
⑧ 전업주부
⑨ 학생

HANSUNG UNIVERSITY

Ⅱ. 다음은 귀하의 **헤어샵 이용 실태**에 관한 질문입니다. 각 질문마다 귀하의 생각과 가까운 번호에 표시해 주십시오.

1. 귀하의 헤어샵 방문타입은 어떻습니까?
① 단골 헤어샵을 항상 이용한다.
② 가끔 새로운 곳을 이용한다.
③ 매번 새로운 곳을 이용한다.

2. 귀하가 주로 이용하고 있는 헤어샵의 형태는 어떻습니까?
① 프랜차이즈(체인점) 헤어샵
② 시내 중심가 헤어샵
③ 일반 헤어샵(집, 회사, 학교 근처)

3. 귀하의 평균 헤어샵 방문 횟수는 어떻게 되십니까?
① 주1회 이상
② 월1 ~ 2회
③ 2개월 1회
④ 3개월 1회
⑤ 4개월 1회 이상

4. 귀하가 헤어샵을 이용하는 가장 큰 이유는 무엇입니까?
① 정기적인 머리손질을 위해
② 기분전환을 위해
③ 특별 행사를 위해
④ 머릿결 보호를 위해
⑤ 이미지나 분위기를 바꾸기 위해

5. 귀하가 헤어샵에서 주로 받는 서비스 분야는 무엇입니까?
① 커트
② 전체 커트
③ 퍼머넌트 웨이브
④ 염색 및 탈색

HANSUNG UNIVERSITY

⑤ 드라이
⑥ 헤어클리닉

6. 유행에 따라 머리를 변화할 의향이 있습니까?
① 있다
② 없다

7. 귀하의 헤어샵 방문 시 1회 지출 금액은 얼마 정도 입니까?
① 2만원 미만
② 2만원이상~5만원 미만
③ 5만원이상~10만원 미만
④ 10만원이상~15만원 미만
⑤ 15만원이상~20만원 미만
⑥ 20만원이상

8. 귀하가 현재 이용 중인 헤어샵의 선택 동기는 무엇입니까?
① 헤어샵 유명도
② 주위의 권유
③ 가까운 거리
④ 광고, 홍보물
⑤ 우연하게

9. 귀하의 헤어샵 선택 시, 가장 중요하게 고려하는 사항은 무엇입니까?
① 기술력
② 좋은 시설
③ 친절한 서비스
④ 유명세
⑤ 언어소통
⑥ 저렴한 시술가격
⑦ 편리한 교통편

HANSUNG UNIVERSITY

10. 귀하가 평소 헤어샵의 정보를 얻는 곳은 어느 곳 입니까?

① 대중매체(TV, 라디오, 잡지 등)

② 인터넷(블로그, 카페 등)

③ 주위 사람들

④ 지역정보지 및 홍보물

⑤ SNS(페이스북, 트위터, 인스타그램 등)

11. 귀하는 헤어샵 방문 시 누구랑 함께 동행 하십니까?

① 혼자

② 가족

③ 친구

④ 애인

HANSUNG UNIVERSITY

Ⅲ. 다음은 귀하의 **헤어관리행동** 관한 질문입니다. 각 질문마다 귀하의 생각과 가까운 번호에 표시해 주십시오.

1. 샴푸 후 헤어를 말릴 때 어떻게 말리십니까?
① 손으로 막 털어서 말리기만 한다.
② 손으로 헤어를 한쪽으로 쓸어 넘기며 말린다.
③ 손으로 앞머리를 뒤로 넘기며 말린다.
④ 가르마를 타놓고 좌우로 쓸어 넘기며 말린다.

2. 어떠한 스타일링제품을 사용하십니까?
① 사용하지 않는다.
② 에센스
③ 컬링에센스
④ 왁스
⑤ 스프레이
⑥ 왁스+스프레이
⑦ 젤
⑧ 포마드

3. 샴푸를 하고나서 머리를 말린 뒤 도구 손질법은 어떻게 되십니까?
① 아무것도 하지 않는다.
② 롤이나 빗으로 드라이를 하여 머릿결을 정돈 시킨다.
③ 아이론 웨이브를 연출한다.

4. 볼륨을 원하는 위치는 어떻게 되십니까?
① 원하지 않는다.
② 부분적 볼륨
③ 전체적 볼륨

5. 머리를 말린 후 헤어셋팅은 어떻게 하십니까?
① 아무것도 하지 않는다.
② 뿌리부분부터 제품을 바르고 세운다. (왁스를 손바닥 전체와 손가락 사이사이에 골고루 비벼 바른 후 모근 부위를 살짝 쥐어 잡아 모양을 낸다)

③ 머리카락에만 제품을 바르고 쓸어 넘긴다. (새끼손가락 손톱만큼 왁스를 덜어낸 드라이했던 방향과 동일하게 머리 겉면을 가볍게 쓸어 넘긴다)
④ 드라이기의 뜨거운 바람으로 머리 윗부분을 말린 뒤 손으로 움켜쥐면서 구긴다는 느낌으로 스타일링 한다.
⑤ 가르마를 한 후 제품을 바르고 위로 올린다.
⑥ 가르마를 한 후 제품을 바르고 아래로 내린다.

6. 귀하의 모질상태와 헤어샵 방문 시 어떤 디자인을 의뢰하십니까?
① 모질- 직모, 디자인- 커트
② 모질- 직모, 디자인- 펌
③ 모질- 직모, 디자인- 커트+펌
④ 모질- 반곱슬, 디자인- 스트레이트
⑤ 모질- 반곱슬, 디자인- 커트
⑥ 모질- 반곱슬, 디자인- 펌
⑦ 모질- 반곱슬, 디자인- 커트 + 펌
⑧ 모질- 곱슬, 디자인- 스트레이트
⑨ 모질- 곱슬, 디자인- 커트
⑩ 모질- 곱슬, 디자인- 펌
⑪ 모질- 곱슬, 디자인- 커트 + 펌

7. 귀하는 헤어샵 방문 시 커트 길이가 어느 정도가 적당하다고 생각하십니까?
① 길다. (눈썹 아래로 내려온다)
② 중간이다. (눈썹의 위치와 비슷하다)
③ 짧다. (눈썹 위로 올라온다)

8. 귀하는 이마의 상태에 따라 어떠한 앞머리 형태로 관리하십니까?
① 이마 넓음/ 앞머리 내림
② 이마 넓음/ 앞머리 올림
③ 이마 넓음/ 앞머리 가르마
④ 이마 보통/ 앞머리 내림
⑤ 이마 보통/ 앞머리 올림
⑥ 이마 보통/ 앞머리 가르마
⑦ 이마 좁음/ 앞머리 내림

⑧ 이마 좁음/ 앞머리 올림
⑨ 이마 좁음/ 앞머리 가르마

9. 귀하는 헤어스타일 연출 시 머리를 손질하는 숙련도가 높은 편이십니까?
① 매우 그렇지 않다.
② 그렇지 않다.
③ 보통이다.
④ 그렇다.
⑤ 매우 그렇다.

10. 귀하는 마음에 드는 헤어스타일을 발견하였을 때 그대로 연출해보려고 시도 또는 노력을 해보는 편이십니까?
① 매우 그렇지 않다.
② 그렇지 않다.
③ 보통이다.
④ 그렇다.
⑤ 매우 그렇다.

11. 귀하는 머리를 말리실 때 연출하고자 하는 헤어스타일을 위해 핸드드라이 (모발에 열을주고 손으로 구겨서 파마를 한 것 같은 느낌을 주는 것)를 하시면서 말리십니까?
① 매우 그렇지 않다.
② 그렇지 않다.
③ 보통이다.
④ 그렇다.
⑤ 매우 그렇다.

12. 귀하는 눈에 띄는 독특한 헤어스타일을 하는 편입니까?
① 매우 그렇지 않다.
② 그렇지 않다.
③ 보통이다.
④ 그렇다.
⑤ 매우 그렇다.

Ⅳ. 다음은 귀하의 **프린지 헤어스타일 선호도** 관한 질문입니다. 각 질문마다 귀하의 생각과 가까운 번호에 표시해 주십시오.

앞머리종류			응답내용				
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
내리는 스타일	아래로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)		①	②	③	④	⑤
	옆으로 내리는 프린지 헤어스타일 (Long)		①	②	③	④	⑤
올리는 스타일	앞으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Long)		①	②	③	④	⑤
	옆으로 올리는 프린지 헤어스타일 (Short)		①	②	③	④	⑤

HANSUNG UNIVERSITY

가르마 타는 스타일	9:1 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)		①	②	③	④	⑤
	9:1 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)		①	②	③	④	⑤
	8:2 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)		①	②	③	④	⑤
	8:2 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)		①	②	③	④	⑤
	7:3 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)		①	②	③	④	⑤

HANSUNG UNIVERSITY

	7:3 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)		①	②	③	④	⑤
	6:4 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Short)		①	②	③	④	⑤
	6:4 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)		①	②	③	④	⑤
	5:5 가르마 Up 프린지 헤어스타일 (Long)		①	②	③	④	⑤
	5:5 가르마 Down 프린지 헤어스타일 (Short)		①	②	③	④	⑤

HANSUNG UNIVERSITY

ABSTRACT

Fringe hairstyle preference according to demographic characteristics of men. And to produce works based on that preference

Park, Da-Nu-Ri

Major in Hair Design

Dept. of Beauty Art & Design

The Graduate School of Art

Hansung University

The purpose of this study was to analyze the difference in fringe hairstyle preference according to demographic characteristics of men. And then use the latest trend colors and dyeing techniques to create works about the five favorite fringe hairstyles.

For the empirical study of this study, we surveyed male residents living in Seoul and Gyeonggi area frequency analysis was conducted to investigate the demographic characteristics, utilization status of hair shops, and hair management behaviors of the survey subjects. Technical statistical analysis was performed to examine the fringe hairstyle preference of the subjects, In order to investigate the difference in preference of fringe hairstyle according to statistical characteristics, we conducted crossover analysis using $\chi 2$-test.

The results of this study are summarized as follows.

First, we analyzed the fringe hairstyle preference of the survey subjects. As a result, the five favorite fringe hairstyles include a banging fringe hairstyle (Long), a 8:2 part Down fringe hairstyle (Short), a 8:2 part Up fringe hairstyle (Long), a 7:3 part Down fringe hairstyle (Short),

a side-Down fringe hairstyle (Long).

Second, The fringe hairstyle preferred by the twenties showed a tendency to prefer a banging fringe hairstyle (Long), a 9:1 part Down fringe hairstyle (Short), and a 7:3 part Down fringe hairstyle (Short). More than 60s preferred a 9:1 part Down fringe hairstyle (Short).

Third, As a result of analyzing the difference of fringe hairstyle preference according to marriage status of survey subjects, The fringe hairstyle preferred by Married men is a 9:1 part Down fringe hairstyle (Short), a 8:2 part Up fringe hairstyle (Long), a 7:3 part Down fringe hairstyle (Short) appear.

Fourth, According to the preference, the works were made using the latest fashion colors and dyeing techniques for the five fringe hairstyles.

The results of this study show that the 20s tend to prefer banging fringe hairstyle, while More than 60s are the only ones with a 9:1 part Down fringe hairstyle (Short). Based on these results, it is expected that if you develop various hairstyles such as hairstyle, hair color, dry, and firm based on the fringe hairstyle that you prefer in your 20s and more than 60s, you can increase your hair shop customer satisfaction and loyalty.

In this study, we analyzed the difference of fringe hairstyle preference according to male demographic characteristics in response to the expectation of growing male beauty industry, and found meaning that they preferred fringe hairstyle according to age and marital status have. Therefore, we hope to be used as beauty information, management information and marketing materials in the field of studying men 's hair style and men' s hair shop management.