

# 남자 중학생 성격에 따른 티셔츠 단독무늬에 대한 선호도 및 감성

## Preference and sensibility on the Single patterns of T shirts according to Personality of Middle School Students

최승은, 나영주

인하대학교 교육대학원 가정교육과, 인하대학교 생활과학대학 의류디자인학과

### ABSTRACT

본 연구에서는 남자 중학생을 대상으로 1) 티셔츠 단독무늬에서 어떤 감성을 느끼는지 알아보고, 2) 선호하는 티셔츠가 무엇이며 그 특징은 무엇인지 알아보았다. 또, 3) 성격에 따라 티셔츠 단독무늬에서 느끼는 감성차이가 있는지에 대해 알아보았다. 본 연구의 연구문제를 실증적으로 조사하기 위하여 설문지법을 이용하였다. 설문지의 구성은 3부분으로 구성하여 1부에서는 MBTI를 이용한 성격유형에 관한 측정문항 2부에서는 의복행동에 관한 측정 문항 3부에서는 티셔츠 단독무늬에 대한 감성 측정 문항이 포함되었다. 본 연구는 인천 지역에 사는 중학생 380명을 대상으로 설문조사에 의해 진행 통계분석은 SPSS 10.0을 이용하여 t test와 분산분석, 대응분석 등으로 분석하였다. 이 중 무성의한 설문지를 제외한 총 331부를 자료 분석에 사용하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 남자 중학생들이 선호하는 단독무늬는 인공물을 소재로 한 사실적인 모티브로 주변에서 쉽게 접할 수 있는 친근한 소재를 활용한 무늬였다. 반대로 친근하지 않은 소재나 이해하기 어려운 단독무늬는 선호하지 않는 것으로 조사되었다. 둘째, 단독무늬에 대한 감성은 성격유형에 따라 다르게 나타났다. 외향형인 학생들은 감성에 대해 극적으로 대답하는 반면, 내향형인 학생들은 중간값에 가깝게 대답하는 성향이 강하게 나타났고, 감각형/직관형에서의 감성차이는 모든 단독무늬에서 직관형 학생들의 선호도가 높게 나타났다. 사고형/감성형에서 나타난 특징은 특정감성이 두 성격유형 모두에서 높게 나타난 경우 항상 사고형 학생집단에서 더 높게 평가하고 있다는 것이다. 판단형/인식형에서는 감성에 따라 의미있는 차이가 가장 많이 나타난 것이 특징이다. 이 결과는 단독무늬에서 느끼는 감성차이가 판단형과 인식형에서 가장 크다는 것을 의미한다.

*Keyword: sensibility and emotion, personality, preference, no repeat pattern on t shirt, adolescents*

## 1. 서론

남자 청소년들이 가장 많이 착용하는 의복으로 티셔츠를 꼽을 수 있는데, 티셔츠는 시대의 가치관, 관념, 사회, 문화적 양식 등을 반영하고 또한 장식적, 홍보적, 계몽적 역할 등을 한다. 인간의 정신적, 문화적 상황 등을 바탕으로 한 특유의 의

식을 문양으로 표현한 티셔츠는 한 시대의 흐름을 인지할 수도 있는 척도가 되기도 한다.

오늘날 티셔츠는 자아표현의 한 방법으로, 가격이 비교적 저렴하여 부담 없이 입을 수 있는 특징을 가지고 있어 젊은 층 특히 청소년에게 각광 받고 있는 아이템이다. 티셔츠 문양은 시각 메시

지에 의한 의사전달과 의미작용의 메커니즘을 형성하고 있으며, 다양한 사고와 해석으로의 가능성을 탐색할 수 있게 하는 요소 가운데 하나이다. 뿐만 아니라 시대적 미(美)감에 대한 정보 및 정치, 사회적 가치에 대한 중요한 단서를 제공하는 정신적 산물이기도 하다(최정화, 2005). 따라서 청소년의 티셔츠에서 주로 변화를 주어 개성을 나타내고 있는 단독무늬에 대하여 청소년들이 느끼는 감성과 선호도를 조사하는 것은 청소년 이해를 위하여 필요하겠다.

사람들은 의류제품에 대한 동기, 목적, 가치, 욕구, 흥미, 관심 등이 서로 다를 뿐 아니라 개인마다 인식하고 판단하는 방식도 다르기 때문에 서로 다른 상품을 원한다. 성격은 행동이나 표현방식을 지배하므로(김정택 심혜숙 임승환, 1999) 소비자가 의복을 선택하거나 구매할 때 나타나는 행동의 차이를 설명하기에 좋은 변수일 것이다(Schiffman & Kanuk, 1997). 특히 의복은 착용자의 성격이나 자기개념 등 사회, 심리적 제 특성들과 관련되고, 높은 가시성을 통해서 자기표현의 수단이 되므로 소비자로 하여금 구매와 사용에 깊이 관여하게 하는 상품이다(이영선, 1991). 이런 측면에서 소비자의 성격 차이는 의복 관심, 흥미, 유형 및 정보탐색 등 의복행동의 차이로 가시화될 것이다. 만일 소비자가 옷을 선택하거나 구매할 때 개인의 성격 특성에 따라 차이가 있다는 점을 밝힐 수 있다면, 성격유형별 소비자가 선호할 의복을 예측하여 적절하게 제시함으로써 고객을 더욱 만족시킬 수 있을 것이다(오현정, 2002). 이렇듯 소비자의 이해나 판매전략 등의 상황에서 활용 가능성이 지대함에도 불구하고 성격에 따른 감성차이에 대한 연구나 활용은 극히 미미한 실정이다.

라이프 스타일과 선호감성, 디자인과 선호감성, 소재와 감성, repeat 무늬와 감성 연구는 있으나, 단독무늬와 감성연구, 특히 남자 청소년의 성격유형에 따른 선호도나 감성에 대한 연구는 전무하다.

본 연구에서는 소비자의 성격유형이 티셔츠 단독무늬에서 느끼는 감성에 영향을 미칠 것으로 보고, 성격 유형별 감성 차이를 밝히고, 남자 중학생들이 선호하는 단독무늬를 파악하는 것을 목적으로 하고 있다. 이는 청소년 성격유형에 맞추어 시장에 감성제품을 제공하는데 도움을 주고, 청소년의 선호요구에 적합한 티셔츠를 생산하는데 도움을 줄 것이다.

## 2. 연구방법

### 2.1. 단독무늬 수집

남성용 티셔츠로서 다양한 단독무늬를 수집하였다. 티셔츠의 단독무늬는 2007년 9월부터 11월 중 네이버에서 검색어 '남자티셔츠'로 검색하여 운영되고 있는 인터넷쇼핑몰 100여 곳에서 240개를 추출하였다. 무늬 소재에 따른 분류는 자연물, 기하무늬, 인공물, 상상무늬의 4종으로 하였으며, 전체 표집 240개 중에서 그 비율이 87: 21: 72: 60이었으므로 소재는 자연물, 인공물, 상상무늬가 비슷한 비율로 존재하고 기하무늬는 비교적 적은 편이었다. 감성조사를 위한 표본의 수는 이 비율대로 표본을 선택하였는데, 각각 4: 1: 4: 3 개씩으로서 총 12가지 단독무늬를 선택하였다.

표현 및 해석방법에 따른 분류는 양식적 표현, 추상적 표현, 기하학적 표현, 사실적 표현 등으로 분류하였고, 그 비율은 178:3:9:50이었으므로 위의 12가지 단독무늬는 표현방법에서 6:1:1:4가 되도록 하였다. '양식화'가 월등하게 많았고, '기하학'나 '추상적'은 거의 찾아보기 힘들었다. 또, 표현 및 해석방법은 한 가지 방법의 '순수'와 두 가지 방법이 섞인 '복합'으로 나눌 때 그 비중이 유사하였다. 또, 단독무늬만으로 구성되어 있으면 '순수'로, 단독무늬에 문자적 표현이 혼합되어 있으면 '복합'으로 분류하였으며 이는 1:1 비율이 되도록 선정하였다.

단독무늬와 배경의 명도차에 따른 분류에 의하면 '고/중/저'가 거의 비슷한 비율이었다. 따라서 12종 표본의 명도 차이를 '고, 중, 저'가 1:1:1의 비율을 갖도록 선택하였다. 또, 단독무늬의 단순/복잡성 역시

단순하면 ‘저’, 보통이면 ‘중’, 복잡하면 ‘고’의 3 단계로 분류하여 표본의 수를 4 개씩 동일하게 선택하여 1:1:1의 비율을 유지하였다.

## 2.2. 설문문항 작성, 측정도구 및 척도

### 1) 감성

선행연구(김미지, 2002; 서미라, 2006; 나영주, 조길수, 2002) 등의 연구를 참고로 하여 감성어휘를 수집하였으며, 이는 다시 대상이 청소년인 경우와 자극물이 티셔츠의 단독무늬라는 점을 고려하고 수정하여 총 10 문항의 감성어휘 쌍으로 문항을 구성하였다. '컨트리(country)-소피스티케이티드(sophisticated)' 감성은 '복고풍의↔세련된'으로, '엘레강스(elegance)-스포티(sporty)' 감성은 '우아한↔스포티한'으로, '로맨틱(romantic)-매니쉬(manish)' 감성은 '로맨틱한↔남성적인'으로, '컨저버티브(conservative)-컨템포러리(contemporary)' 감성은 '보수적인↔개방적인'으로 표기하였고, '따뜻한↔시원한', '평범한↔개성적인', '어려보이는↔어른스런', '익숙한↔새로운', '실용적인↔고급스런'의 감성을 추가하였다. 또한 선호도로써 '좋아한다↔싫어한다'의 항목을 추가하였다. 척도는 의미분척도를 사용하여 5 점 척도를 사용하였다. '1'점 일수록 '왼쪽 감성에 가까운 것이고', '5'점 일수록 '오른쪽 감성에 가까이 느끼는 것이다'.

### 2) 성격유형

MBTI 표준설문 중에서 청소년용으로 적합한 문항을 각 8 문항씩 선정하여, 어느 쪽에 해당되는지 표시가 많은 쪽으로 유형을 분류하였다. 코딩 및 분석시에는 중앙 성향은 배제하였다.

## 2.3. 설문조사

설문조사는 인천지역에 거주하는 남자 중학생(1학년과 3학년)을 대상으로 2007년 12월 13일부터 31일 사이에 실시하였다. 총 380 부를 배부하였으나 미회수분, 불성실한 응답자를 제외한 331 부를 자료 분석에 사용하였다.

## 3. 결 과

### 3.1. 티셔츠 종류에 따른 감성

〈표 3〉 티셔츠의 단독무늬에 따른 감성평가의 평균

	복고 ↔ 세련	보수 ↔ 개방	남성적 ↔ 로맨틱	스포티 ↔ 우아	따뜻 ↔ 시원	평범한 ↔ 개성 적인	어려 보이 ↔ 어른 스런	익숙한 ↔ 새로운	실용 적인 ↔ 고급 스런
T1	3.20	<b>3.61</b>	2.70	<b>2.36</b>	<b>3.68</b>	3.11	2.71	2.93	<b>2.45</b>
T2	2.92	3.15	3.03	2.93	3.37	3.33	3.10	3.45	2.88
T3	3.04	3.36	2.54	<b>2.43</b>	3.44	3.06	2.76	2.76	2.62
T4	3.54	<b>3.66</b>	3.26	3.00	3.44	<b>3.88</b>	2.65	<b>3.57</b>	2.86
T5	3.09	3.18	3.35	3.06	3.18	2.92	2.73	2.75	2.78
T6	2.83	3.30	3.24	2.83	3.09	2.82	2.03	2.20	<b>2.46</b>
T7	2.96	3.24	2.96	2.84	3.31	3.29	2.99	<b>3.63</b>	2.81
T8	2.81	2.96	3.31	3.05	2.86	2.80	3.06	2.67	2.90
T9	3.21	3.24	2.67	2.58	3.24	3.28	3.10	3.16	2.88
T10	<b>3.50</b>	3.39	2.98	2.84	3.38	3.37	3.00	3.21	2.89
T11	<b>3.59</b>	3.49	2.84	2.75	3.42	3.42	2.86	3.04	3.07
T12	3.46	3.51	2.76	2.84	3.35	3.44	3.16	3.23	3.10

### 3.2. TI 지표(외향형-내향형)에 따른 감성 및 선호도

단독무늬 12 개에 대하여 내향/외향 성격에 따라 감성을 다르게 느끼고 있는지 t-test 하였다. 전체 학생 중 외향성 193 명, 내향성 67 명이고 중간성향을 나타내는 학생 72 명은 제외하였다. 전체적으로 보면, 단독무늬 1 번, 3 번, 5 번, 6 번, 12 번에서는 내향/외향성에 따라 차이가 있었고, 기타 무늬에서는 차이가 나타나지 않았다. 내향/외향성에 따라 나타난 차이의 특징은 내향형은 거의 모든 무늬에서 외향형보다 중간 값으로 대답하는 성향이 강하게 나타났다.

단독무늬 1 에서 내향/외향 성격에 따라 다르게 나타난 감성은 '어른스러운' 감성이다. 이는 코끼리 양식화 무늬였는데, 외향적인 학생들은 '어려보인다'고 대답하였으나, 내향적인 학생들은 '덜 어려보인다' 또는 중간 값으로 표시한 경우가 많았다. 선호도는

외향형에서 약간 더 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

단독무늬 3 은 내향/외향형에 따라서 선호도 즉, '좋아한다-싫어한다' 감성에서 의미있는 차이를 보였다. 외향형인 학생들이 더 좋아하는 것으로 나타났는데 이는 '자동차'라는 소재적 특성 때문인 것으로 보인다. 또는 내향형 학생들이 중간에 응답을 많이 하기 때문인 것으로도 볼 수 있겠다.

단독무늬 5 는 외향형과 내향형 모두 '고급스런-실용적인'의 감성에서 3 점 이하로서 '실용적'으로 느끼고 있는데, 내향형의 학생들이 좀 더 실용적인 감성을 느끼는 것으로 나타났다. 이는 '자연물'을 소재로 하고 표현방법도 '양식화-복합'이며 명도차도 작고, 단순/복잡성도 '중'으로서 무난한 무늬이기 때문이라고 사료된다.

단독무늬 6 은 '세련된-복고풍의' 감성에서 의미있는 차이가 있는데, 내향형인 학생들은 미키마우스 무늬를 고전적인 만화 캐릭터로만 보고 '복고적'이라는 답변을 많이 했고, 외향형인 학생들은 재유행하고 있는 것을 알고 있는 듯 '세련된'에 가깝게 대답한 것이 특징이다. 또한 내향성 학생들은 외향형 학생들 보다 미키마우스 무늬를 더 '어려보인다'고 하였다. 이 무늬는 외향형 학생들이 더 선호하는 것으로 나타났다.

단독무늬 12 의 '좋아한다-싫어한다' 감성에서 의미있는 차이를 보이는데, 외향형에서 선호도가 높게 나타난다. 그 이유는 소재 특성에서 찾을 수 있는데, 자동차의 뒷모습과 거리 풍경이 외향적인 성격의 학생들에게 더 선호될 만하기 때문이라고 사료된다.

#### 4. 결 론

첫째, 남자 중학생들이 가장 선호하는 티셔츠 단독무늬는 인공물을 소재로 한 사실적 모티브로 명도차가 크고 단순/복잡성 '고'인 '캔버스화'무늬였다. 다음으로는 인공물을 소재로 한 사실적 모티브로 명도차는 '중'이고 단순/복잡성 '고'인 '자동차와 거리풍경'사진을 무늬로 활용한 티셔츠, 인공물을 소재로한 사실적 모티브로 명도차는 '저', 단순/복잡

정도는 '고'인 유리병에 동전 담아 놓은 무늬 순으로 선호도가 높았다. 이는 남자 중학생이 주변에서 쉽게 접할 수 있는 친근한 소재를 활용하고 있다는 소재적 특성이 있고, 단순/복잡성이 모두 '고'인 것으로 보아 단순/복잡성이 낮은 무늬는 선호하지 않는 것으로 조사되었다. 선호도가 높은 단독무늬에서 '세련된', '개방적인', '시원한', '개성적인' 감성이 높게 평가되었다.

반대로 선호도가 낮은 단독무늬들을 살펴보면, 자연물을 소재로 한 양식화된 모티브로 명도차는 '고', 단순/복잡성 '저'인 '거울이 비친 산수화'를 무늬로 한 것과 상상무늬를 소재로 한 추상적인 모티브로 명도차 '저', 단순/복잡성 '중'인 '커피전문점의 로고문양'이다. 이 무늬들의 특징은 명도차가 '저'와 '고', 단순/복잡성은 '저'와 '중'이고, '새로운', '어른스런'의 감성이 높게 나타났다. 남자 중학생들에게는 친근하지 않은 소재들로 이해하기 어렵게 느껴져 선호하지 않는 것으로 보인다.

둘째, 단독무늬에 대한 감성은 성격에 따라서도 다르게 나타났다. 외향형인 학생들은 감성에 대해 극적으로 대답하는 반면, 내향형인 학생들은 중간값에 가깝게 대답하는 성향이 강하게 나타났고, 감각형/직관형에서의 감성차이는 모든 단독무늬에서 직관형 학생들의 선호도가 높게 나타났다. 사고형/감성형에서 나타난 특징은 특정감성이 두 성격유형 모두에서 높게 나타난 경우 항상 사고형 학생집단에서 더 높게 평가하고 있다는 것이다. 판단형/인식형에서는 감성에 따라 의미있는 차이가 가장 많이 나타난 것이 특징이다. 이 결과는 단독무늬에서 느끼는 감성차이가 판단형과 인식형에서 가장 크다는 것을 의미한다.

#### 참고문헌

- [1] 조현승 . 이주현 (1998). 소비자 감성분석을 기반으로 한 꽃문양 스카프 디자인의 레이아웃 기법 제안. 한국감성과학회지. vol.1, No.2, 22-33
- [2] 최정화 (2005). 티셔츠 디자인에 대한 분석. 한국의류학회지. 29(11), 1410-1420.

- [3] Brunerl, C. (2002). The T-shirt book. New York: Assoluline.
- [4] Gould, Stephen J. (1991). Jungian analysis and psychological types: an interpretive approach to consumer choice behavior. *Advances in Consumer Research*, 18, 743-748.