

# 성격 유형에 따른 여대생의 구두디자인 선호와 감성

## Preference and Emotion of Shoe Design according to Female College Students' Character

이 지 연, 나 영 주

인하대학교 생활과학대학 의류학과

*Key words: Shoes Design Preference, Emotion and Sensibility, Character Type*

### 1. 서론

개인의 성격을 이해하기 위해 표준화된 검사인 MBTI(Myers-Type Indicator)가 개인의 성격유형을 비교적 명확하게 구분 지을 수 있는 지표로서 널리 활용되고 있다 (김정택, 심혜숙, 제석봉, 1995). 인간행동의 다양함은 개인들 간 정보인식과의사결정이라는 판단의 차이에서 오는 체계적인 과정의 결과로 관찰되었다. 심리적으로 건강한 사람들의 다차원적 개성을 통합하려는 의도에서 시작된 MBTI는 개인의 인식과 판단 차이를 체계적으로 이해하는 용의 이론과 이론적 토대 위에서 개인의 차이를 평가하는 방법을 제시하였다(오현정, 2001). 최근 급격하게 성장하고 있는 구두시장은 브랜드 간 경쟁이 치열해지면서 소비자들의 구매행동에 관한 관심이 고조되고 있다(이수진 외, 2009). 특히 매체의 발달로 인해 다양한 패션정보에 민감한 여대생들이 늘면서 기존의 획일화된 아름다움에서 벗어나 자신만의 개성을 구두로 강하게 표현하며 나타내기를 원한다.

따라서 본 연구에서는 여대생의 성격이 구두 디자인 스타일의 선호와 감성에 영향을 미칠 것이라는 전제 하에 성격 유형에 따른 구두 스타일 선호도와 구두 감성 및 이미지 간의 상관관계를 알아보고자 한다. 유행에 민감한 여대생을 대상으로 그들의 성격에 따른 구두 디자인 선호도와 이에 따른 이미지가 어떻게 표출되는지 조사를 통해 알아보고, 기존 연구에서는 많이 시행되지 않았던 성격 유형에 관한 결과를 얻음으로써 기존의 선행연구들처럼 패션산업을 좀 더 활성화시키는 기초자료로 제공되는데 이 연구의 목적이 있다.

### 2. 연구 방법

성격유형의 측정은 선행연구(최승은, 2007)를 참고하여 MBTI 간략 척도를 수정, 이용했으며 디자인

선호와 구두에 대한 감성을 알아보기 위해 질문지를 사용하였다. MBTI 검사는 외향-내향(EI), 감각-직관(SN), 사고-감정(TF), 판단-인식(JP)에 대한 각각 5 문항씩으로 총 20 문항이 사용되었다. 구두 선정은 구두 종류를 사전적 분류를 이용하여 총 12 개 구두를 선정했으며(복식사전, 1991), 12 개 구두 각각의 특징을 가장 잘 살려주는 사진을 선별하였다. 구두 디자인은 총 12 개의 흑백 사진을 제시한 후 선호도를 조사했으며 각각의 사진에 현대적인-고전적인(젊음), 부드러운-딱딱한(온유성), 캐주얼한-포멀한(젊음), 세련된-촌스러운(매력성), 화려한-수수한(현시성), 귀여운-섹시한(품위성) 총 6 개의 감성척도를 이용하여 구두디자인에 따른 감성이 어떠한지를 측정하였다. 왼쪽 형용사가 1 점이고 중간이 3 점, 오른쪽 형용사가 5 점인 양방향 척도를 이용하였다.

### 3. 연구 결과

#### 3.1. 성격 유형에 따른 구두디자인 선호 및 감성

성격유형에 따라 구두디자인의 선호도 및 감성은 다른 경향이 있었으며 몇몇 유의한 차가 있는 결과가 있었다. 감성의 차이를 살펴보면, 구두 12 종 중에서 구두 2, 9, 12 에서는 성격에 따라 선호도가 다르게 나타났다. 감성은 구두 1, 6, 9 를 제외한 모든 구두에서 성격에 따라서 다르게 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 구두 2 에서 감각/직관형의 '감각형' 이 '세련된' 감성을, '직관형' 이 '촌스러운' 감성을 더 느꼈으며 '세련되다' 고 느낀 '감각형' 이 선호도도 더 높은 것으로 나타났다. 구두 3 에 대하여 '수수한' 감성을 느끼는 정도가 달랐는데, '외향형' 보다 '내향형' 이 더 '수수하다' 고 느끼고 있었다. 구두 4 의 '섹시한' 감성에 대하여 '판단형' 보다 '인식형' 이 더 '섹시하다' 고 느끼는 것으로 나타났다. 구두 5 의 '세련된' 감성이 차이가 났는데 '내향형' 보다 '외향형' 이 더 '세련되다' 고 느끼는 것으로 나타났다.

구두 7 에서는 ‘외향형’ 이 ‘외향형’ 이 ‘현대적인’ 감성을, ‘내향형’ 이 ‘고전적인’ 감성을 더 크게 느끼는 것으로 나타났다. 구두 8 의 ‘캐주얼한’ 감성을 느끼는 정도에서 차이를 보였는데, ‘감정형’ 보다 ‘사고형’ 이 더 ‘캐주얼하다’ 고 느끼는 것으로 나타났다. 구두 10 의 경우, ‘내향형’ 이 ‘외향형’ 보다 ‘부드러운’ 감성을 더 크게 느꼈다. 외향/내향형에서는 ‘내향형’ 이 더 ‘귀여운’ 감성이라고 느꼈고, 사고/감정형에서는 ‘사고형’ 이 더 ‘귀여운’ 감성이라고 느끼는 것으로 나타났다. 또 감각/직관형에서는 ‘직관형’ 이 ‘감각형’ 보다 더 ‘화려하다’ 고 느끼는 것으로 나타났다.

지면상 구두 12 의 경우를 그래프 1 와 표 1 로 실었다. 구두 12 가 가장 성격유형에 따라서 차이가 많이 나타난 종류였기 때문이다. 구두 12 는 감성평균에서 부드럽고 캐주얼하다고 느끼는 점이 가장 높았다. 성격유형에 따른 감성평균에서는 외향/내향형에서 외향형보다 내향형이 그리고 사고/감정형에서는 감정정보다 사고형이 더 섹시하다고 느끼는 유의차가 있었다. 또 감각/직관형에서는 감각정보다 직관형이 이 구두를 더 수수하다고 느꼈다. 선호도는 대체로 낮은 편이다.

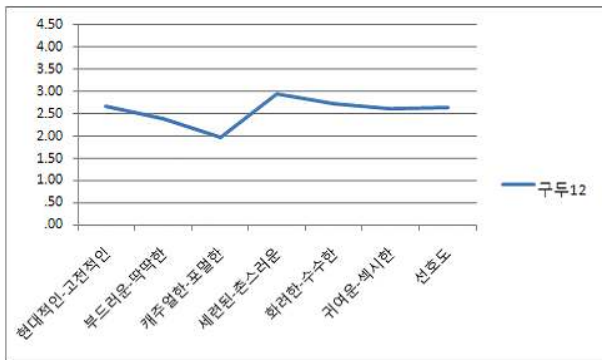


그림 1. 구두12의 선호도 및 감성평가 결과

표 1. 성격유형에 따른 선호도 및 감성평가 결과 (구두 12)

성격 유형	현대적인	부드러운	캐주얼한	세련된	화려한	귀여운	선호도
외향(E)	2.61	2.45	2.02	2.92	2.69	<b>2.74*</b>	2.74
내향(I)	2.77	2.25	1.90	3.04	2.79	<b>2.38*</b>	2.45
	현대적인 고전적인	부드러운 딱딱한	캐주얼한 포멀한	세련된 촌스러운	화려한 수수한	귀여운 섹시한	선호도

사고(T)	2.77	2.19	1.77	2.84	2.51	<b>2.40*</b>	2.61
감정(F)	2.62	2.47	2.07	3.01	2.81	<b>2.71*</b>	2.66
	현대적인 고전적인	부드러운 딱딱한	캐주얼한 포멀한	세련된 촌스러운	화려한 수수한	귀여운 섹시한	선호도
감각(S)	2.64	2.45	1.99	3.05	<b>2.93*</b>	2.58	2.46
직관(N)	2.69	2.32	1.97	2.87	<b>2.52*</b>	2.66	2.85

(\*p<.05)

#### 4. 결론

성격유형에 따라 구두디자인의 선호도와 감성은 다른 경향이 있었으며 외향-내향 성격유형에서 5 종류 구두에서 선호도 및 감성의 차이가 많이 출현하였다. 그 다음으로는 사고-감정 성격 유형이었으며, 3 종류의 구두에서 유의한 차이가 나타났다. 또 감각-직관 성격유형에서는 2 종류의 구두에서 유의한 차이가 나타났으며, 판단-인식 성격유형에서는 단 1 종류의 구두에서만 유의한 차이가 나타났다. 즉 구두 12 중 중 25%인 3 종류 구두에서 성격에 따른 선호도 차이가 나타났고, 총 감성의 1/6 에서 유의한 차이가 나타났다. 이 결과는 소비자의 특성 및 유행이 급격하게 변화하는 구두시장과 생산자, 소비자 모두에게 유용한 효과적인 정보 자료로 사용될 수 있을 것으로 기대한다.

#### 참고문헌

- 이수진 (2009). 구두 구매 소비자의 구매행동 연구. 한국외국어학회 추계학술대회, 175~175.
- 이금실 (1992). 사회계층변인에 따른 여성의 의복태도와 구매행동에 관한 연구. 연세대학교 대학원 박사 학위.
- 오현정 (2001). 성격 유형별 선호하는 의복이미지와 의복구매 행동. *한국의류학회지*, 25, 606~616.
- 최승은 (2007). 청소년 성격유형에 따른 T-셔츠 무늬에 대한 선호도 및 감성. 인하대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김정택, 심혜숙, 제석봉 (1995). *MBTI 개발과 활용*. 서울: 한국심리검사연구소.
- 복식사전(1991). 구두 종류, 라사라 출판사. 295-299.