

여대생의 성격에 따른 구두 스타일의 감성과 선호도

Sensibility and Preference of Shoes Style According to Personality of Female College Students

정소연 · 이인희 · 김지수 · 나영주*

Xiaoyan Zheng · Inhee Lee · Jisu Kim · Youngjoo Na*

인하대학교 의류학과

Department of Clothing & Textiles, Inha University

Abstract

The purpose of this study was to investigate the emotion and preference for shoes styles through empirical research, in accordance with personality type, age and fashion innovativeness of female students. This study was a survey research through convenience sampling of 224 college students. In order to select shoes style, a pre-classification through dictionary and online search was done to choose the representative eight styles of shoes to college students. Personality types was determined from the modified measures of the brief MBTI to fit this study, and the emotional scale of sensibility was revised from the previous studies. SPSS statistical analysis were executed as follows: First, preference and emotion on shoes styles were significantly different in accordance with the shoes type and the diagram from the results of correspondence analysis showed some relationship between the sensibility and shoes styles showing 4~5 clusters. Second, the sensibility and preference had significant difference in some type of shoes according to the personality types of college students. Third, there was a significant difference in the shoes preference and sensibility by accordance of the degree of fashion innovativeness. And there was a significant difference in preference of shoes according to the purchase frequency of consumers. We hope this data is useful to this current dynamic market of shoes to the both sides of producer and consumers.

Key words: personality type, fashion innovativeness, shoes style, emotion, preferences

요약

본 연구는 성격 유형과 연령별, 유행혁신성에 따른 구두 스타일 선호와 감성에 대해 연구한 것으로 실증적 연구를 통해 이를 규명하고자 하였다. 본 연구는 편의표본 추출방식의 설문조사를 통한 연구를 하였으며 여대생 224명을 대상으로 조사하였다. 구두 스타일을 선정하기 위하여 구두 종류를 사전적 분류와 인터넷 검색을 이용하여 현 여대생들에게 착용이 적합한 총 8개 구두를 선정하였다. 성격유형은 MBTI 간략척도를 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다. 감성척도는 선행연구를 통해 검증된 감성척도를 수정 보완하였으며 SPSS통계분석 결과는 다음과 같았다. 첫째, 구두 스타일에 따라 선호와 감성에는 유의한 차가 있었으며 대응분석 결과, 구두의 감성은 4~5가지로 묶일 수 있었다. 둘째, 여대생의 성격유형별로 몇 가지 구두에서 선호와 감성의 유의한 차가 있었다. 셋째, 유행 혁신성에 따른 구두의 선호와 감성의 유의한 차가 있었으며 구매횟수에 따른 구두의 선호도에 유의한 차가 있었다. 본 연구결과를 통하여 소비자의 특성 및 유행이 급격하게 변화하는 구두시장에서 생산자, 소비자 모두에게 유용한 효과적인 정보 자료로 사용 될 수 있을 것으로 기대한다.

주제어: 성격유형, 유행 혁신성, 구두 스타일, 감성, 선호도

* 교신저자 : 나영주 (인하대학교 의류학과)

E-mail : youngjoo@inha.ac.kr

TEL : 032-860-8136

FAX : 032-865-8130

1. 서론

Flugel(1971)은 “인간은 의복에 의해 첫인상이 결정되며 의복을 통해 성이나 직업, 사회적 지위 등을 전달한다. 때문에 의복은 인간에게 있어서 중요한 부분이다”라고 인간과 의복과의 관계를 설명하고 있다. 사람들이 입고 있는 의복에서 전달되는 전반적인 느낌은 다양할 수 있는데, 그 사람 속에 내재하는 정보 수집방법과 판단에 대한 개인의 태도가 의복 생활양식으로 드러난 현상이라 할 수 있다. 결국 사람들이 선호하는 의복이미지는 의복에 대한 개인의 취향이 반영된 결과라고 할 수 있다 (Oh, 2001). 최근 사람들은 의복에서 더 나아가 부속품으로 자신을 표현하며, 그것으로 다른 사람을 지각하고 평가한다. 개인의 취향은 타고난 개인의 성격과 후천적인 환경과의 상호작용에서 형성된다고 한다. 타고난 개인의 성격은 고유하며, 사람들은 근본적으로 다르고, 또 다른 것을 원한다(Myers & McCaulley, 1995).

개인의 의복행동은 용모를 아름답게 꾸미려고 하는 목적 이외에도 많은 심리적 의미를 함축하고 있으므로 인간행동을 연구하는데 있어서 의복이 하나의 변수로서 등장하게 되었다. 따라서 인간의 심리적 변수인 욕구, 성격, 흥미, 가치관, 자아 개념 등과 의복과의 관계, 그리고 개인의 사회적 측면인 경제적 지위, 직업 이념, 문화 양식등과 의복과의 관계를 규명하는 많은 연구가 점차 이루어지고 있다 (Lee, 2000). 소비자들은 성격상의 차이에 따라 다른 구매 의도와 구매행동을 보일 수 있는데 (Choi, 2007), 의존성이 강한 소비자는 구매의사 결정시에 판매원에 의해 상품 제시를 받고 도움을 받기를 원하는 경향이 있는 반면에, 독립성이 강한 소비자는 판매원에 의한 최소한의 제시와 보조를 원하는 것으로 나타났다 (Ma, 2000). 즉 개인적 성격 유형에 따라 소비자의 구매행동은 다르게 나타날 수 있으므로 이에 따라 다양화된 소비자의 욕구를 충족시키기 위해서는 심도 있는 연구가 필요하겠다.

최근 의복 부속품의 하나로 급격하게 성장하고 있는 구두시장은 브랜드 간 경쟁이 치열해지면서 소비자들의 구매행동에 관한 관심이 고조되고 있다 (Lee, 2009). 신발은 인류 역사와 더불어 뗄 수 없는 복식의 하나로써 소비자들의 다양화, 개성화에 맞추어 여러

스타일로 변화하고 그 형태, 재료, 기능이 다양해졌는데, 착장에 따라 구두, 운동화 등으로 분화되고 또 형, 색, 소재, 장식의 변화를 보여 왔으며 문화적, 사회적, 경제적 영향을 받아 오고 있다. 구두는 의복과 관련된 대표적인 패션아이템 중 하나로써 의복만큼이나 패션 시장과 트렌드를 주도하는 품목으로 자리잡아가고 있다. 많은 현대 여성들이 사회에 진출함에 따라 대인행동과 함께 패션의식이 고조됨에 따라서 여성들이 우선 신발을 고른 다음에 그 신발에 어울리는 의상을 선택하는 것을 고려할 만큼 구두가 없어서는 안 될 중요한 패션 아이템으로 정착되었다. 지금까지의 구두 관련 연구를 살펴보면 주로 발 유형 및 치수, 굽높이와의 상관성 (Kim et al., 2004; Lee, 2012) 등 위생학적 연구가 주를 이루며, 가치관과의 구두 디자인 및 구매 행동(Choi, 2007; Kwan, 2002) 등의 연구가 다수 있을 뿐이다. 또 구두 디자인에 대한 연구로는 미술학이나 디자인관련 분야의 연구가 대부분이었다. 현재까지 성격유형에 따라서 구두 선호도가 다를 것을 조사하는 연구는 전무하므로 여대생들의 성격유형과 구두 스타일 선호도 및 감성의 상관성을 밝힐 필요가 있겠다. 유행에 민감하고 구두에 관심을 많이 갖고 있는 여대생들을 대상으로 그 성격유형을 조사하고자 하며 여대생의 성격에 따른 구두 스타일 선호도와 감성을 분석하고 또 연령이나 유행혁신성 등에 따라 서로 차이가 있는지 조사하고자 한다. 의류학과 심리분야에서 디자인 및 스타일을 연구하는 쪽으로 접근을 시도해보는 연구로서 그 의의가 있겠다.

2. 이론적 배경

2.1 성격 유형

성격(personality)은 개인의 환경에 대한 적응을 결정짓는 특징적인 행동방식과 사고양식으로, 유사한 상황에 걸친 개인의 특징적인 반응 경향성을 말한다. 이러한 성격은 총체성, 연결성, 독특성, 불변성의 속성을 지니는데, 총체성은 타인과 구별되는 특징적인 모든 품성들의 종합을 의미하며, 연결성은 모든 성격 특성이 상호 보완적으로 관련되어 있음을 의미한다. 독특

성은 성격이 개인마다 차이가 있다는 것을 의미하며, 불변성은 성격이 학습이나 환경에 의해 변화하기도 하지만 고정된 것으로 본다는 것이다 (Nam, 1999).

인간의 성격에 대해서는 예로부터 다양한 견해와 학설들이 있어왔다. 성격 심리학자 Allport(1961)에 의하면 인간의 성격이라는 것은 “환경에 대한 개인의 독특한 적응을 결정하는 심리적 체계들의 개인내의 역동적 조직”이라고 정의하였다. 또한 심리학자 Maddi는 인간의 성격을 “사람들의 심리적 행동(사고, 감정, 행동)에 있어서 시간적으로 연속성이 있으며, 그 순간의 사회적 및 생물학적 압력들만의 결과로 쉽게 이해될 수 없는 공통성 및 차이들을 결정하는 특징 및 경향들의 안정된 집합”이라고 말하였다 (Phares, 1984). Jung의 심리유형 이론의 핵심은 인간의 행동이 개인 내부에서는 일정한 일관성과 질서가 있다고 보는 관점을 취하고 있다 (Hull, 1969). 모든 사람은 각자 다른 성격을 지니고 있고, 이러한 성격유형에 따라 동일한 조건이라 하더라도 환경적 상황에 따라 서로 다른 반응을 보일 수 있다.

MBTI (Myers-Briggs Type Indicator)는 Jung의 성격이론을 근거로 Catharine C. Briggs와 Isabel Briggs Myers 모녀가 각 개인의 성격적 특성을 20여 년간 관찰하고 개발하여 타당성을 입증하여 제작한 성격유형검사이다 (Myers & McCaulley, 1995). 즉 Jung이 제시했던 일반적인 태도유형(EI) 차원과 다양한 조건 속에서도 동일한 원리로 반응하는 두 가지 정신 기능(SN, TF)의 차원에 바탕을 두었으며, Jung이 표면화 하지 않은 판단(Judgement)과 인식(Perceiving)에 대한 태도 경향이 첨가되어 외향-내향(EI), 감각-직관(SN), 사고-감정(TF), 판단-인식(JP)이라는 네 가지 선호 지표로 결정된다 (Kean et al., 1988). MBTI의 4가지 선호지표는 8가지의 선호성으로 구성되며, 그중에 4가지 지표를 누구나 택하게 되어 있다. 예를 들어 ESTJ는 외향성(E)이며, 감각기능(S)에 의해 정보를 얻고, 의사결정을 할 때에는 사고기능(T)을 이용하고, 외부세계에 대한 태도는 주로 판단적(J)인 사람을 말한다. ESTJ에 반대 선호를 가진 사람은 INFP이다. 이 사람은 내향성(I)이며, 직관기능(N)에 의존하여 정보를 얻고, 의사결정을 할 때에는 감정기능(F)을 이용하고, 외부세계에 대한 태도는 주로 인식적(P)인 사람을 의미한다 (Myers, 1990). 다음은 Allport (1961)와 Choi (2010)에서 참고한 성격유형에

대한 정의이다.

(1) 외향-내향(EI) 지표

외향성과 내향성의 지표는 개인의 주의집중과 에너지의 방향이 인간의 외부로 향하는지 내부로 향하는지를 나타내는 지표이다. 외향성의 사람들은 주로 외부세계를 지향하고 인식과 판단에 있어서도 외부의 사람이나 사물에 초점을 맞춘다. 또한 바깥에 나가 활동을 해야 활력을 얻는다. 이들은 행동 지향적이고, 때로는 충동적으로 사람들을 만나며, 솔직하고 사고성이 많고 대화를 즐긴다. 내향성의 사람들은 내적 세계를 지향하므로 바깥 세계보다는 자기 내부의 개념(concept)이나 생각 또는 이념(idea)에 더 관심을 둔다. 관념적 사고를 좋아하고, 자기 내면세계에서 일어나는 것에 의해 에너지를 얻으며 주로 생각을 하는 활동을 좋아한다.

(2) 감각-직관(SN) 지표

감각형과 직관형의 지표는 정보를 인식하는 방식에서의 경향성을 반영한다. 감각기능을 선호하는 사람들은 모든 정보를 자신의 오관에 의존하여 받아들이는 경향이 있다. 이들은 현재 이 상황에 주어지고 있는 것을 수용하고 처리하는 경향이 있으며 실제적이고 현실적이다. 또한 자신이 직접 경험하고 있는 일을 중시하며 관찰능력이 뛰어나고 세세한 것까지 기억을 잘하며 구체적이다. 감각형의 사람은 순서에 입각해서 차근차근 업무를 수행에 나가는 성실 근면형이나, 세부적이고 구체적인 사실을 중시하는 경향으로 인해 전체를 보지 못할 위험이 있다. 감각형의 사람은 사물, 사건, 사람을 눈에 보이는 그대로 시작하려는 경향이 있으며, 사실적 묘사에 뛰어나다. 직관기능을 선호하는 사람들은 오관보다는 통찰, 소위 말하는 육감이나 영감에 의존하여, 구체적인 사실이나 사건보다는 이면에 감추어져 있는 의미, 관계 가능성 또는 비전을 보고자 한다. 이들은 세부적이고 구체적인 사실보다는 전체를 파악하고 본질적인 패턴을 이해하려고 애쓰며 미래의 성취와 변화, 다양성을 즐긴다. 직관형의 사람은 상상력이 풍부하고, 이론적이고, 추상적이고, 미래지향적이며 창조적이다. 그러나 구체적인 것을 떠나 전체를 보려고 하기 때문에 세부적인 것은 간과하기 쉽고, 실제적인 면을 고려하지 않고 새로운

일 또는 복잡한 일에 뛰어들기도 한다.

(3) 사고-감정(TF) 지표

사고와 감정기능은 인식된 정보를 가지고 판단을 내릴 때 쓰는 기능이다. 사고형은 객관적인 기준을 바탕으로 정보를 비교 분석하고 논리적 결과를 바탕으로 판단을 한다. 사고형은 인정에 얽매이기보다 원칙에 입각하여 판단하며, 정의와 공정성, 무엇이 옳고 그른가에 따라 판단한다. 따라서 인간미가 적다는 얘기를 들을 수 있으며 객관적 기준을 중시하는 과정에서 타인의 마음이나 기분을 간과할 수 있다. 감정기능을 선호하는 사람은 친화적이고, 따뜻한 조화로운 인간관계를 중시한다. 객관적인 기준보다는 자기 자신과 다른 사람들이 부여하는 가치를 중시하여 판단을 한다. 즉, 논리 분석보다는 자기 자신이나 타인에게 어떤 영향을 줄 것인가 하는 점을 더 중시하며, 원리원칙보다는 사람의 마음을 다치지 않게 하는 데 더 신경을 쓴다. 이러한 성향으로 사람과 관계된 일을 결정해야 할 때 우유부단하게 되거나 어려움을 겪을 수 있다.

(4) 판단-인식(JP) 지표

판단과 인식은 외부세계에 대한 태도나 적응에 있어서 어떤 과정을 선호하는가를 말한다. 판단형은 의사를 결정하고 종결을 짓고 활동을 계획하고 어떤 일이든 조직적 체계적으로 진행시키기를 좋아한다. 판단형은 계획을 짜서 일을 추진하고 미리미리 준비하는 편이며, 정한 시간 내에 마무리해야 직성이 풀린다. 외부행동을 보아도 빈틈없고 단호하며 목적의식이 뚜렷하다. 반면, 인식형은 삶을 통제하고 조절하기보다는 상황에 맞추어 자율적으로 살아가기를 원한다. 또한 자발적이고 호기심이 많고 적응력이 높으며, 새로운 사건이나 변화를 추구한다.

2.2 구두 스타일의 선호도와 감성 척도

Kwan (2002)는 이론적, 경제적, 미적, 사회적, 정치적, 종교적 가치관에 따라서, 구두 구매시 선호도로서 디자인, 기능성, 상품성 등으로 나누어 그 상관성을 살펴본 있는데, 여성구두의 디자인, 기능성, 상품성은 성인의 미적 가치관과 관련이 깊게 나타난 반면에 정치적, 중

교적 가치관은 그 상관성이 적었다. 미적, 사회적 가치관이 높은 여성은 구두디자인의 색, 품질, 장식성에서 선호도 차이를 나타내었다. 경제적 가치관이 높은 여성은 흰색과 밝은 색을 선호하였으며 사회적 가치관의 여성은 갈색 구두를 선호하였다. 또 패션라이프스타일이 개성추구 유형일 경우 구두 구매 시 디자인을 가장 중요시하며, 하이힐 굽을 선호하였고, 실용추구 유형은 편안함을 가장 선호하며 중간 높이의 굽을 선호하였다. 특히 과시추구 유형은 9cm 이상의 구두에 대한 선호도 비율이 다른 유형에 비해 가장 높았다 (Lee, 2012).

소비자들은 실용적, 효율성 등의 물질적인 욕구를 충족시키고 동시에 심미성, 상징성 등 자신의 심리적인 욕구의 만족과 개성을 표현할 수 있는 것을 원하고 있다. 이미지는 자극물이 주는 전체적인 느낌으로, 개인의 특성에 따라 인지하는 감성과 선호도 등이 다양하게 나타날 수 있다. 그동안 이미지에 대한 연구는 이미지의 구성요인을 밝혀왔으며, 이미지를 평가하는 형용사로 제시되었다. 현대의 소비자 감성에 기초하여 디자인을 개발하기 위한 도구로서, 이미지 및 감성 척도를 개발하는 것은 매우 필요하다. Choi(2012)는 넥타이의 패션 이미지 연구를 통하여 감성척도 구성요인은 매력성, 품위성, 개성, 능력성, 활동성 등의 5개 요인을 도출하였다. Park 과 Na(2014)는 블라우스에 대한 감성평가의 형용사어휘로 널리 알려진 감성 8축을 사용하였으며 색채의 경우에는 색채 감성으로 적합한 ‘세련된, 깔끔한, 고상한, 익숙한, 생동적인, 은은한, 고급인, 깊이있는, 순수한, 발랄한’ 등 총 10개의 어휘를 사용하였다. 의류 광고사진에 대한 감성을 조사한 연구(Lim & Na, 2004)에 의하면, ‘화려하다, 우아하다, 비싸보인다, 멋있다, 예쁘다, 사고싶다’의 긍정적 설명어 6개 뿐만 아니라, ‘촌스럽다, 칙칙하다, 싸보인다, 끌리지 않는다, 어색하다, 거부감이 든다’ 등 부정적 설명어 6개를 균등하게 사용하기도 하였다.

3. 연구 방법 및 절차

3.1. 연구문제 및 연구대상

성격유형에 따른 구두스타일 선호와 감성에 미치는

영향을 조사하고자 하며 본 연구에서 조사하고자 한 연구문제는 다음과 같았다. 구두스타일에 따라 여대생은 어떤 감성과 선호도를 갖는지, 여대생의 성격 유형에 따라 구두스타일 선호와 감성은 어떻게 다른지, 마지막으로 여대생의 유행혁신성, 연령, 구매횟수 등에 따라 구두스타일의 선호와 감성은 다르게 나타나는지 알아보려고 한다.

본 연구를 위한 대상자는 서울, 인천, 기타 지역 대학교에 재학 중인 여대생들을 조사대상으로 하였으며 조사 기간은 2014년 5월 12일부터 2014년 5월 31일까지 20일 간에 걸쳐 조사를 실시하였다. 자료수집 방법은 여대생 250명을 대상으로 설문지를 배포하였고 배포한 250부의 설문지 중 답변에 불성실하게 대답하거나 질문 의도와는 상관없는 답변을 한 설문지를 제외한 총 224부가 최종분석에 사용되었다.

표본의 연령의 분포는 평균 23세를 기준으로 23세 이하가 129명 (57.6%), 24세 이상이 95명 (42.4%)인 것으로 나타났으며 거주지역/활동지역은 서울 96명 (42.9%), 인천 88명 (39.2%), 기타지역 40명 (17.9%)로 나타났다. 성격유형은 MBTI 간략척도를 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였으며 MBTI검사는 외향(E)-내향(I), 감각(S)-직관(N), 사고(T)-감정(F), 판단(J)-인식(P)을 가장 대표적인 문항으로서 각 3문항씩 총 12문항이 사용되었으며 두 개의 보기 중에서 자신에게 가까운 성격에 표시하도록 하였다. 그 결과 표집된 대상의 성격유형은 총 224명중 E-외향형 140명 (62.5%), I-내향형 84명 (37.5%), S-

감각형 144명 (64.3%), N-직관형 79명 (35.3%), T-사고형 79명 (35.3%), F-감정형 145명 (64.7%), J-판단형 61명 (27.2%), P-인식형 163명 (72.8%)인 것으로 나타났다.

3.2. 설문지 구성

설문지에는 성격유형을 측정하는 문항 12개 이외에 구두스타일에 따른 선호도, 유행혁신성을 조사하였다. 유행혁신성을 알아보기 위한 문항은 총 3문항으로 본인이 스스로 얼마나 유행에 관심이 있는가를 묻는 것으로서, ‘최신 유행의 옷을 입는 것은 나에게 중요하다, 새로 유행하는 스타일의 패션아이템을 많이 구매하는 편이다, 특정 연예인의 패션스타일을 따라하는 편이다’ 등에 대하여 질문하였다. 1점은 ‘전혀 그렇지 않다’, 3점은 ‘보통이다’, 5점은 ‘매우 그렇다’로 하여 5점 리커트 척도로 측정되었다.

구두스타일을 선정하기 위하여 본 연구에서는 구두 종류를 사전적 분류를 이용하여 약 30여종의 신발과 구두 스타일을 찾았으며, 그 중에서 현 여대생들이 많이 신고 있는 대표적인 스타일들로 절반을 추렸으며, 이후 유사한 것들은 배제하여 총 8개 구두를 선정했으며 (Kim, 1991), 이에 대해 8개의 구두 각각의 특징을 가장 잘 살려주는 사진을 선별하여 흑백 사진을 제시하였다 <Table 1>. 감성 척도는 선행연구(Choi, 2012)의 현대적인-고전적인, 부드러운-딱딱한, 캐주얼한-포멀한, 세련된-촌스러운, 화려한-수수한, 귀여운-

Table 1. Stimulus pictures of 8 shoes styles used in this study

Shoes 1 Loafers	Shoes 2 Ankle boots	Shoes 3 Moccasin	Shoes 4 Lace pumps
			
Shoes 5 MaryJane	Shoes 6 Walker	Shoes 7 Oxford	Shoes 8 High heel
			

섹시한’ 등으로 제시된 6가지 형용사 쌍을 참고하고 감성 8축 (Park & Na, 2014)의 촌스러운-세련된, 남성적인-여성적인, 활동적인-정적인, 클래식-동시대적인’ 등을 기본으로 작성하였는데, 여기서 ‘활동적인-정적인’ 감성을 최근 여성들에게 유행 트렌드이면서도 ‘귀여운-섹시’의 구두의 감성으로 적합한 것으로 수정하였으며 선호도 문항을 추가하여 총 5쌍으로 사용하였다 (왼쪽 형용사가 1점, 중간이 3점, 오른쪽 형용사가 5점). 이 외에도 구두 구매 횟수와 월 쇼핑 지출비를 포함시켰으며 총 59개의 문항으로 구성하였다.

3.3. 자료처리방법

자료 분석 방법으로는 SPSS statistics 21.0 프로그램을 사용하여 빈도분석, 요인분석, 분산분석, 신뢰도분석, 독립표본 t 검정, 대응분석 등을 실시하였다.

4. 연구 결과 및 고찰

4.1 구두스타일에 따른 선호도 및 감성 분석

구두스타일에 따른 선호도와 감성을 알아보기 위해 분산분석을 실시하고 Scheffe 사후검증을 실시한 결과, 구두 유형에 따라 여대생이 느끼는 감성이 다른 것으로 나타났고 그 선호도도 다른 것으로 나타났다 ($p < .001$). 여대생들이 가장 선호하는 스타일은 구두7

과 구두8이었으며 가장 선호하지 않는 스타일은 구두 1 이었으며 다음으로 구두5, 구두3의 순서였다. 그 결과는 아래의 <Table 2>와 같았다.

구두1은 여성적이며 클래식한 감성이 나는데 여대생들이 가장 촌스럽다고 하고, 가장 선호하지 않는다고 답한 스타일이었다. 구두2는 중간적인 답이 많았는데 섹시하다는 응답이 높은 편이었다. 구두3은 중간적인 답이 많았는데 가장 클래식한 감성이 난다고 답하였다. 구두4는 가장 여성적이고 가장 섹시하고 가장 세련되었으며 가장 현대적이라고 답한 스타일이었는데 이는 최근의 트렌드로서 레이스가 등장하기 때문에 이 스타일이 현대적으로 느끼게 되는 것이라고 생각된다. 구두5는 귀엽고 여성적이지만 촌스럽고 선호하지 않는다고 응답하였다. 구두6은 가장 남성적이라고 답하였다. 구두7은 세련되고 남성적이며 가장 선호한다고 답하였는데, 이는 구두8과 동일하게 가장 선호되는 스타일인 것으로 나타났다. 구두8은 세련되고 여성적이고 섹시하며 구두7과 함께 가장 선호되는 스타일인 것으로 나타났다.

또한, 구두스타일이 감성에 따라 새로운 집단으로 묶이는 것을 확인할 수 있었다. ‘촌스러운-세련된’은 4집단으로 묶였다. 대체적으로 구두 1, 구두 3, 구두 5는 촌스러운 감성으로 묶이는 경향이 있었고 구두 8, 구두 7, 구두 4는 약간 세련된 감성으로 묶이는 경향이 있었다. 즉 여대생들은 로퍼스, 모카신, 메리제인 등은 촌스럽다고 느끼고 있었으며 반면에 하이힐, 광 옥스포드, 레이스 하이힐 등은 ‘세련되다’고 느끼고 있었다.

Table 2. Consumer sensibility and preferences according to shoes style

Shoes style	Country - Sophisticated	Masculine - Feminine	Cute-Sexy	Classic - Contemporary	Dislike - Like
1	2.30 D	4.36 AB	2.27 F	2.06 D	2.29 D
2	3.21 C	3.23 C	3.76 C	3.31 B	2.73 BC
3	2.33 D	3.42 C	2.09 F	2.04 D	2.64 BCD
4	3.69 A	4.64 A	4.58 A	3.79 A	3.01 AB
5	2.67 D	4.09 B	2.61 E	3.08 B	2.45 CD
6	3.22 BC	1.86 D	3.16 D	2.98 B	3.00 AB
7	3.60 AB	2.11 D	3.17 D	2.53 D	3.20 A
8	3.41 ABC	4.38 AB	4.21 B	3.01 B	3.20 A
d.f. = 7	F = 58.67 .000***	F = 281.99 .000***	F = 229.74 .000***	F = 71.76 .000***	F = 19.14 .000***

Scheffe_{a,b,c,d,e,f} (***) $p < .001$

‘남성적인-여성적인’은 4집단으로 묶였다. 구두 6, 구두 7은 남성적 감성으로 묶이는 경향이 있었으며 구두 1, 구두 8, 구두 4는 여성적 감성으로 묶이는 경향이 있었다. ‘귀여운-섹시한’은 6집단으로 묶였다. 구두 3, 구두 1은 귀여운 감성으로 묶이는 경향이 있었으며 구두 4는 섹시한 감성으로 묶이는 경향이 있었다. ‘클래식한-현대적인’은 4집단으로 묶였다. 구두 3, 구두 1은 클래식한 감성으로 묶이는 경향이 있었으며 구두 4는 현대적인 감성으로 묶이는 경향이 있었다. 선호도의 경우 4집단으로 묶였다. 구두 1, 구두 5, 구두 3은 낮은 선호경향이 있었으며 구두 6, 구두 4, 구두 8, 구두 7은 상대적으로 높은 선호경향이 있었다.

Figure 1은 구두스타일과 감성의 거리 및 유사성 관계를 구두8종과 감성 및 선호도 5종(오른쪽 감성)에 대하여 대응일치분석을 행하여 도출된 결과이다. 차원1과 차원2의 관성비율이 0.756, 0.162로서 누적 0.927로서 92.7%가 설명되어, 2개의 좌표축 (그림의 차원 수)으로도 행과 열, 두 차원의 대응관계를 충분히 보여줄 수 있음을 의미한다. 구두 1, 5는 여성적이며 촌스럽고, 구두 6, 7은 세련된 감성과 가까우며 선호되고 있었고, 구두 3은 비선호이며 귀여운 감성이었고 구두 2, 4은 섹시하고 동시대적인 감성으로 모이고 있었는데 구두 8은 가운데 위치하여 중립적인 감성을

나타내고 있었다.

4.2 성격유형에 따른 구두스타일 선호도 및 감성 분석

(1) 외향형(E) / 내향형(I)

구두마다 t-test를 통해 성격유형별 구두의 감성 및 선호도분석을 한 결과, 외향형(E) / 내향형(I)에서는 총 3가지의 구두에서 느끼는 감성의 크기가 다르게 나타났으나 ($p < .05$) 선호도는 유의한 차이가 없었다 <Table 3>.

구두3 모카신의 경우 내향형 성격을 가진 사람들이 더 여성적이고 더 클래식하다고 느끼고 있었다 ($p < .05$). 반면에 외향형 성격을 가진 사람들이 구두5 메리제인을 더 귀엽다고 느꼈으며 ($p < .05$) 구두7 옥스포드를 더 클래식하다고 느꼈는데 ($p < .05$), 이는 총동적이고 외부활동을 즐기는 외향형 성격유형(Choi, 2010)들이 구두스타일에 대하여 자세하게 관찰하기 보다는 외관 평가를 주로 하기 때문에 이러한 결과가 나타나지 않았나 생각된다. 반면에 내향형 성격유형들은 자신의 내면과 성찰에 집중하기 때문에 구두도 섬세하게 살펴보는 것으로 사료된다.

Table 3. Consumer sensibility and preferences according to Extrovert(E) / Introvert(I) and shoes style

		Country - Sophisticated	Masculine - Feminine	Cute-Sexy	Classic - Contemporary	Dislike - Like
shoes3	E	2.42	3.31	2.14	2.15	2.64
	I	2.19	3.62	2.00	1.86	2.63
	p-value	N.S	0.037*	N.S	0.018*	N.S
shoes5	E	2.65	4.01	2.46	3.02	2.45
	I	2.70	4.23	2.86	3.17	2.45
	p-value	N.S	N.S	0.012*	N.S	N.S
shoes7	E	3.54	2.09	3.17	2.38	3.12
	I	3.70	2.15	3.17	2.79	3.33
	p-value	N.S	N.S	N.S	0.013*	N.S

(* $p < .05$, N.S. : not significant)

(2) 감각형(S) / 직관형(N)

감각형(S) / 직관형(N)에 따라서는 구두의 감성과 선호도가 다르지 않았다. 구두 한 종류에서 감성과 선호

도가 유의하지는 않았지만 다른 경향이 있었다($p < .1$). 즉 감각형 성격을 가진 사람들보다 직관형 성격을 가진 사람들이 구두3을 볼 때 보다 여성적이라고 느끼는 경

향이 있었으며, 선호도도 높은 경향이 있었다 <Table 4>. 이는 오감에 의지하는 감각형보다 육감에 의지하고

상상력이 풍부한 직관형(Choi, 2010)이 모카신의 착용자에 대한 상상을 더 하기 때문이라고 생각된다.

Table 4. Consumer sensibility and preferences according to Sensing(S) / Intuition(N) and shoes style

		Country - Sophisticated	Masculine - Feminine	Cute-Sexy	Classic - Contemporary	Dislike - Like
shoes3	S	2.31	3.34	2.10	2.06	2.54
	N	2.38	3.59	2.05	2.01	2.82
	p-value	N.S	0.093	N.S	N.S	0.09

(*p < .05, N.S. : not significant)

(3) 사고형(T)/ 감정형(F)

사고형(T) / 감정형(F) 에서는 총 3가지의 구두에서 감성과 선호도가 다르게 나타났다(p < .05). 구두 2의 경우 사고형 성격을 가진 사람들이 감정형 성격을 가진 사람들보다 덜 ‘섹시하다’고 느끼는 경향이 있었으며, 이 스타일을 더 선호하지 않는 것으로 나타났다(p < .05). 이는 분석적 비판적 사고형 성격유형이 구두 종류에 상관없이 선호도가 비교적 낮은 편이며 특히 중간적인 감성이 많은 구두2의 선호도가 낮게 나타난

것이라고 생각된다. 또 사고형 성격을 가진 사람들이 구두 3의 경우에 대하여 감정형 성격을 가진 사람들보다 더 ‘클래식하다’고 느끼고 있었으며(p < .05) 구두 7의 경우에도 덜 ‘세련되다’고 느꼈다(p < .05) <Table 5>. 이는 감정형들은 광택 옥스포드이므로 평범한 옥스포드와 다르게 세련된 느낌을 받는다고 답하는데 비해서, 사고형 (Choi, 2010)들은 고정된 기준, 형태만으로 느낌을 분석하기 때문이라고 생각한다.

Table 5. Consumer sensibility and preferences according to Thinking(T) / Feeling(F) and shoes style

		Country - Sophisticated	Masculine - Feminine	Cute-Sexy	Classic - Contemporary	Dislike - Like
shoes2	T	3.08	3.38	3.62	3.30	2.51
	F	3.28	3.15	3.84	3.31	2.85
	p-value	N.S	N.S	0.089	N.S	0.043*
shoes3	T	2.24	3.32	2.05	1.87	2.53
	F	2.39	3.48	2.11	2.13	2.70
	p-value	N.S	N.S	N.S	0.04*	N.S
shoes7	T	3.38	2.05	3.20	2.52	3.05
	F	3.72	2.14	3.15	2.54	3.28
	p-value	0.02*	N.S	N.S	N.S	N.S

(*p < .05, N.S. : not significant)

(4) 판단형(J)/ 인식형(P)

판단형(J) / 인식형(P) 에서는 총 3가지의 구두에서 감성과 선호도가 다르게 나타났다. 구두1 (p < .05)과 구두4 (p < .01)의 경우에서 모두 공통적으로 판단형 성격 유형보다 인식형 성격 유형들이 더 ‘클래식하다’ 쪽으로 느끼고 있었는데, 이는 인식형 성격유형들이 판단형 보다 구두의 복합적인 스타일 요소 중에서도 클래식한 부분을 잘 찾아내는 특성이 있는 것이 아닌

가 사료된다.

구두 8의 경우 판단형 성격 유형의 선호도가 높게 나타났는데, 이는 빈틈없는 계획과 정해진 틀을 선호하는 판단형 (Choi, 2010)이, 자유로움을 즐기고 상황에 따라 변화함을 선호하는 인식형보다 확정된 형태이면서 깔끔한 스타일인 펌스나 하이힐을 선호하는 것이라고 생각한다 <Table 6>.

Table 6. Consumer sensibility and preferences according to Judging(J)/ Perceiving(P) and shoes style

		Country - Sophisticated	Masculine - Feminine	Cute-Sexy	Classic - Contemporary	Dislike - Like
shoes1	J	2.30	4.31	2.30	2.33	2.48
	P	2.30	4.37	2.26	1.96	2.23
	p-value	N.S	N.S	N.S	0.045*	N.S
shoes4	J	3.92	4.62	4.59	4.08	3.21
	P	3.60	4.64	4.57	3.69	2.94
	p-value	0.055	N.S	N.S	0.007**	N.S
shoes8	J	3.61	4.46	4.34	3.15	3.54
	P	3.33	4.35	4.15	2.96	3.07
	p-value	N.S	N.S	N.S	N.S	0.007**

(*p < .05, **p < .01, N.S. : not significant)

4.3 유행혁신성에 따른 구두스타일 선호도 및 감성 분석

유행혁신성에 따른 전체구두의 감성 및 선호도 분석을 알기위해 우선, 요인분석을 통해 유행혁신성의 3 문항을 요인분석하고 신뢰도분석을 실시한 결과, 3문항이 하나의 성분임이 증명되었는데, Cronbach's α 가 0.741 으로서 0.60 이상이었으므로 신뢰할만한 수준임을 나타낸다. 유행혁신성의 3문항을 변수변환을 통하여 '총유행혁신성'의 새로운 문항으로 만든 뒤, 평균값

을 기준으로 유행혁신성 고저집단으로 분리하였다. 총 유행혁신성은 3~14의 범위를 가졌고 평균은 8.41±2.20 이었다. 이후 t-test를 통해 총유행혁신성 고저집단에 따른 전체 구두유형에 대하여 감성 및 선호도 분석을 한 결과, 전체 구두유형에서 총유행혁신성 고집단이 저집단 보다 모든 구두 스타일에 대하여 '세련되다'라고 느꼈으며 ($p < .01$), 선호도도 더 높은 것으로 나타났다 ($p < .001$). 저집단이 유행에 관심이 적으므로 구두 선호도가 낮게 나타난 것으로 사료된다.

Table 7. Shoes sensibility & preferences according to the consumer group of fashion innovativeness

Fashion innovativeness of consumers	Country - Sophisticated	Masculine - Feminine	Cute-Sexy	Classic - Contemporary	Dislike - Like
Low n = 109	2.96	3.51	3.24	2.80	2.70
High n = 115	3.14	3.51	3.22	2.89	2.92
p-value	0.002**	N.S	N.S	N.S	0.000***

(**p < .01, ***p < .001, N.S. : not significant)

4.4 연령에 따른 구두스타일의 선호도 및 감성 분석

연령 또한 마찬가지로 연령에 따른 전체구두의 감성 및 선호도를 알기위해 우선, 연령의 평균값을 구하고 이를 기준으로 연령 고저집단으로 분리하였다. 연

령은 19~31세의 범위였으며 평균연령은 23.1±2.1세 이었다. t-test를 통해 연령고저집단에 따른 구두의 감성 및 선호도 분석을 한 결과 전체 구두유형에서 연령 저집단보다 고집단이 더 세련됐다고 느끼는 경향이 있었으나 유의한 차이는 없음을 확인하였다. 또 연령에 따른 선호도는 유의한 차이가 없었다 <Table 8>.

Table 8. Shoes sensibility & preferences according to the age group of consumers

Age of consumers	Country - Sophisticated	Masculine - Feminine	Cute-Sexy	Classic - Contemporary	Dislike - Like
Younger n = 129	3.01	3.55	3.22	2.82	2.81
Older n = 95	3.11	3.46	3.24	2.89	2.82
p-value	0.08	N.S	N.S	N.S	N.S

(N.S. : not significant)

4.5 구두 구매횟수에 따른 구두스타일 선호도 및 감성 분석

여대생의 구두 구매횟수의 범위는 연 1~20회이었으며 평균 3.7±2.6회 이었다. 구매횟수에 따른 전체구두의 감성 및 선호도 분석을 알기위해 마찬가지로 구매횟수 고저집단으로 분리하여 t-test를 통해 구매횟수 고저집단(저집단 = 132명(58.9%), 고집단 = 92명(41.1%))

에 따른 구두의 감성 및 선호도 분석을 한 결과 구매횟수에 관련해서는 감성 및 선호도의 유의차는 전혀 나타나지 않았다. 따라서 이원분산분석을 통해 구매횟수 고저집단과 각각의 구두유형의 감성 및 선호도 분석을 해보았더니 선호도에서 유의확률이 높게 나왔다 (**p < .01) <Table 9>. 이를 통해 구매횟수 저집단의 사람들보다 구매횟수 고집단의 사람들이 각각의 구두유형에 대하여는 선호도가 더 높은 것을 알 수 있었다.

Table 9. Preferences of shoes styles according to the purchase frequency of shoes

Purchase frequency * Shoes styles		Type III sum of squared	df	F	p-value
Sensibility & Preference	Country - Sophisticated	8.16	7	1.012	0.42
	Masculine - Feminine	3.07	7	0.492	0.84
	Cute-Sexy	4.08	7	0.738	0.63
	Classic - Contemporary	4.59	7	0.571	0.78
	Dislike - Like	24.99	7	2.647	0.01**

Purchase frequency of shoes	Preference on Shoes styles							
	shoes1	shoes2	shoes3	shoes4	shoes5	shoes6	shoes7	shoes8
Low n = 132	2.30	2.68	2.60	2.92	2.41	3.08	3.34	3.00
High n = 92	2.29	2.79	2.58	3.15	2.51	2.89	3.00	3.40
p-value	N.S	N.S	N.S	**	N.S	**	**	**

(**p < .01)

각각의 결과를 자세히 살펴보면, 구매횟수 저집단의 경우 구두6 워커와 구두7 옥스포드를 많이 선호하였고 구매횟수 고집단의 경우 구두4 레이스 펌프스와 구두8 하이힐을 많이 선호하는 것으로 나타났다.

5. 결론

본 연구는 여대생의 성격유형과 유행혁신성에 따른

구두스타일 선호와 감성에 대해 연구한 것으로 본 연구는 실증적 연구를 통해 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 구두에 따라 선호와 감성의 유의한 차가 있었으며 선호와 감성에 따라 구두종류가 묶일 수 있었다. 구두 1의 경우 촌스러운, 여성적인, 귀여운, 클래식한 감성이 높게 나타났으며 선호도는 매우 낮게 나타났다. 구두 2의 경우 섹시한 감성이 높게 나타났으며 선호도는 중간 정도로 나타났다. 구두 3의 경우 촌스러

운, 여성적인, 귀여운, 클래식한 감성이 높게 나타났으며 선호도는 중간이하로 나타났다. 구두 4의 경우 세련된 여성적인 세시한 현대적인 감성이 높게 나타났으며 선호도는 중간정도로 나타났다. 구두 5의 경우 촌스러운 여성적인 귀여운 감성이 높게 나타났으며 선호도는 낮게 나타났다. 구두 6의 경우 세련된, 남성적인 감성이 높게 나타났으며 선호도는 중간정도로 나타났다. 구두 7의 경우 세련된, 남성적인 클래식한 감성이 높게 나타났으며 선호도는 공동으로 가장 높게 나타났다. 구두 8의 경우 세련된 여성적인 세시한 감성이 높게 나타났으며 선호도가 공동으로 가장 높게 나타났다. 대응분석을 통하여 구두와 감성 및 선호도의 유사성 거리를 도표화시켜 보았으며 크게 5개의 그룹으로 분류가 되는 것으로 나타났다.

둘째, 성격유형별로 몇 가지 구두에서 선호와 감성의 유의한 차가 있었다. 성격에 따라 감성과 선호도가 일부가 다른 것으로 나타났다. 내향형 성격유형은 비교적 여성적인 것과 클래식한 것들을 더 잘 파악하였으며 외향형 성격유형은 한 두가지 단서에 의해서만 신속히 평가하는 것으로 보이며 구두에 대해서 더 '귀엽다'라고 판단하였다. 분석적 비판적인 사고형 성격유형은 구두에 대해 비교적 선호도가 낮은 편이었으며 또 감성평가에 있어서, 클래식하다-현대적이다, 촌스러운-세련된 등의 평가에 있어서 감정적 성격유형보다 더 논리적으로 행하고 있었다. 또 정확 신속한 판단정보보다는 상상력이 유연한 인식형 성격유형들이 '클래식하다-현대적이다'와 같은 고차원의 감성에 대해 다양한 요소들이 섞여있음에도 불구하고 감성의 차이를 잘 인식하고 있었으며 반면에 판단형이 구두의 외관이나 형태에 대하여 평가를 비교적 단순하게 내리고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 유행혁신성에 따른 구두의 선호와 감성의 유의한 차가 있었다. 유행 저집단보다 유행 고집단이 전체 구두감성을 더 세련됐다고 느꼈으며, 선호도 또한 높게 나타났다. 연령에 따른 구두의 감성과 선호도는 유의한 차가 없었다.

넷째, 구매횟수에 따라서 구두별 감성은 다르지 않았지만 선호도는 다른 것으로 나타났다. 구두를 별로 사지 않는 사람은 최근 젊은이들이 많이 신는 스타일인 단화 구두6, 구두7을 선호하였지만, 빈번히 구두를

구매하는 사람은 하이힐 펌프스 구두4, 구두8을 가장 선호하였다.

이와 같이 성격유형과 유행혁신성에 따라 선호하는 구두스타일과 느끼는 감성이 다른 것으로 나타났으며, 이 결과는 소비자의 특성 및 유행이 급격하게 변화하는 구두시장에서 생산자, 소비자 모두에게 유용한 효과적인 정보 자료로 사용될 수 있을 것으로 기대한다. 즉 성격과 구두스타일이 밀접함을 밝힘으로써 생산자는 고객의 착용 구두를 통하여 성격을 추측하여 제품을 개발할 수 있을 것이며 착용자도 구두스타일로 동료 성격을 가늠할 수 있을 것이다. 끝으로 본 연구의 한계점은 서울 및 수도권 거주 대상의 여대생으로 한정하여 편의 표본 추출방식으로 설문조사를 실시하였기에 연구결과를 일반화 하는 점에 한계가 있을 수 있다. 또 후속 연구에서는 확대한 구두 종류에 대한 연구를 진행할 필요가 있을 것이다.

References

- Allport, G. W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. NY: Rinehart & Winston.
- Choi, S. K. (2012). The consumer sensibility evaluation according to the arrangement and area-ratio of the stripe, and the necktie width. *Science of Emotion & Sensibility*, 15(2), 193-200.
- Choi, J. Y. (2010). *Psychological Testing*. Seoul: Sigmappress.
- Choi, S. K. (2007). Comparison of cosmetic impulse buying, personality characteristic and self-image of college women based on lifestyle. *Science of Emotion & Sensibility*, 10(3), 419-431.
- Kim, C. J. (1991). *Fashion Dictionary*. Seoul: Rasara academy Inc.
- Hull, R. F. C. (1969). *The Collected Works of C. G. Jung. Bollingec series*. Princeton NJ: Princeton Univ. Press.
- Kean, R. C., Mehlhoff, C., & Sorenson, R. (1988). Using the Myers-Briggs type indicator to assess student needs. *Clothing and Textile Research Journal*, 6(2), 37-42.
- Kim, J. S., Choi, J. M., & Kwan, S. A. (2004). A study on the purchasing practices, wearing state and overall satisfaction with shoes for high school students. *Journal*

- of *Korean Society of Clothing & Textiles*, 28(2), 312-319.
- Kwan, M. Y. (2002). *Adult women's value & preference of dress shoes design*. Unpublished master's thesis, Kunkuk University, Seoul.
- Lee, I. J. (2000). *Costume Social Psychology*. Seoul: Suhaksa.
- Lee, S. J. (2009). A study on the shoes buying behavior of consumers. *Journal of Korean Society of Clothing & Textiles*, 33(1), 175-175.
- Lee, Y. J. (2012). Comparison of preferences for shoes according to 20s and 40s women's fashion lifestyles and age. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, 14(2), 171-183.
- Lim, J. Y., & Na, Y. J. (2004). Preference tendency to western images through advertising pictures. *Science of Emotion & Sensibility*, 7(4), 1-6.
- Ma, Y. J. (2000). *A study on evaluation of salesperson's service and purchase behavior related to customer's personality type*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Myers, I. B. (1990). *A Study of Korean standardization of Myers-Briggs type indicator (MBTI)*. Seoul: Korean Psychological Testing Institute. (J. T. Kim & H. S. Sim, Trans. 성격유형검사의 한국표준화에 관한 일 연구. 서울: 한국심리검사연구소).
- Myers, I. B. & McCaulley, M. H. (1995). *Theory, psychometrics application*. Seoul: Korean Psychological Testing Institute. (J. T. Kim, H. S. Sim & S. B. Je, Trans. MBTI 개발과 활용. 서울: 한국심리검사연구소).
- Nam, S. G. (1999). *Consumer Psychology*. Seoul: Hakjijisa.
- Oh, H. J. (2001). The preferred clothing images and clothing behaviors on personality types. *Fashion & Textile Research Journal*, 25(3), 606-616.
- Park, K. J., & Na, Y. J. (2014). Sensibility according to blouse type and their best-fit color tone. *Science of Emotion & Sensibility*, 17(2), 123-134.
- Phares, E. J. (1984). *Introduction to Personality*. Seoul: Pakyoungsa. p.7 (S. K. Hong, Trans. "성격심리학", 서울: 박영사).

원고접수: 2015.07.30

수정접수: 2015.09.15

게재확정: 2015.09.24