

# 선호하는 감성어휘 분석을 통한 남녀대학생의 감성 유형화

한 경 미, 나 영 주, 조 길 수\*

인하대학교 의류학과, 연세대학교 의류환경학과\*

## Grouping and Visualization of Preferred Sensations among College students

Kyungmi Han, Youngjoo Na and Gilsoo Cho

Dept. of Clothing and Textiles, Inha University, Incheon,  
Dept. of Clothing and Textiles, Yonsei University, Seoul

### 요 약

98가지 감성 형용사를 수집하여 176명의 남녀대학생을 대상으로 SD법에 의해 선호도를 조사한 결과, 선호감성어휘는 ‘로맨틱, 센수얼, 캐주얼, 클래식, 캐릭터, 프렌즈, 심플, 복고풍, 모던, 수공예, 테크노’ 등으로 요약되었는데 이를 바탕으로 군집분석을 시행하여 선호 감성을 유형화시켰다. 남녀대학생의 선호감성은 크게 10가지 유형으로 나타났는데, 대부분의 대학생들이 ‘캐주얼파’였으나(32.4%), 이는 구체적으로 ‘비장식개성캐주얼파, 역동콜개성캐주얼파, 정성청결캐주얼파’로 세분화되고 있었다. 다음으로 많은 대학생들이 ‘로맨틱모던파’(21.4%)였으며, 다음으로는 ‘단순내추럴파’가 17.3%였다. 이후 ‘클래식파(9.2%-수공예로맨틱클래식파, 획일적클래식파)’, ‘비표현파’(8.7%), ‘호화개성복고파’(6.4%), ‘민족감성선호파’(4.6%) 등이 있었다. 대학생의 집단들은 크게 두개의 선호 감성축(정적-동적, 경량-중량)을 중심으로 가시적으로 그룹화 될 수 있었다.

*Keyword; SD method, Preferred sensations, Preference clustering, visualized clusters*

## 1. 서 론

소비자의 선호감성, 가치관, 태도 등 주관적 요소들은 연령, 소득, 성별 등 인구통계적 요소들과 더불어 상품개발, 시장세분화, 브랜드 포지셔닝, 광고메시지 표현전략, 매체기획 등 다양한 영역에서 중요한 요소로서 연구되고 있다. 과거 동질적인 사회에서는 인구통계적인 요소만으로도 충분히 개개인의 소비행동의 차이를 설명할 수 있었으나, 소비시장이 성숙되고 소비자의 소비패턴이 다원화, 개별화 되어가면서 소비자들의 선호감성의 내면적 기호도의 파악, 가치체계에 대한 심층적 이해는 점차 그 중요도가 높아지고 있으며, 지속적으로 감성어휘에 대한 연구에

관심을 가지고 연구되고 있다(1,2,3).

이제 소비자는 더 이상 제품의 사용기능에 매달리지 않으며 그들은 자신의 개성표현욕구와 인격실현 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 상품이라면 모든 시장을 뒤져서라도 구매하고 싶어한다. 따라서 인간개개인이 갖고 있는 감성 가치관, 즉 심리적인 ‘욕구’와 ‘기호’를 철저히 연구하여 생산과 유통에 반영시켜야 하는 것이다. 이를 위해서 소비자의 정보 수집과 과학적 분석 방법을 활용하여 인간이 갖고 있는 기호 감성을 계량화 수량화 하고, 그들의 잠재적 감성 욕구를 명확히 알아내는 것은 가장 먼저 해결되어야 하는 기본 문제라 할 수 있다(4).

따라서 본 연구에서는 남녀대학생을 대상으로 선호하는 감성어휘를 수집하고 그들의

선호감성 어휘의 내적 구조에 대한 모형을 개발하고 그들의 선호감성유형 및 분포를 파악하고자 하였다. 성별에 따른 선호 감성의 차이, 개인차, 감성풍부성, 감성식별력 등에 따른 차이 등을 조사하여 보았다.

## 2. 연구 방법

### 2.1. 연구문제

연구문제1: 대학생의 선호감성을 파악하고 그 유형을 분류한다.

연구문제2: 선호감성은 대학생의 감성수준에 따른 차이를 보이는지 조사한다.

연구문제3: 감성어휘를 도표로 표현하여 정량적 분석 및 가시적 이해도를 증진시킨다.

### 2.2. 측정도구와 자료분석

선호 감성을 질문하는 문항은 선행연구[5,6]를 참고하고 이를 수정, 가감하여 98개의 항목사로 구성하였으며 5점척도로 질문하였다. 해당 감성을 선호하면 5점을 부여하도록 하여 높은 점수는 선호도가 높음을 의미한다. 대상자는 일반전공의 남녀 대학생 176명(남성-85명, 여성-91명)이었다. 대상자의 특성으로는 성별 뿐만 아니라, 오른손/왼손잡이, 선호감성을 조사하였으며 감성풍부성, 감성식별력 등을 조사하였다. 자료수집은 2000년 10월에 시행되었으며 수집된 자료는 SAS package를 이용하여 T-test, 요인분석, 분산분석, 다중비교, 대응분석 등으로 분석되었다.

## 3. 결과

### 3.1. 대학생의 선호감성

대학생의 선호 감성을 조사한 결과, 각 감성어휘에 대하여 평균과 표준편차, 성별에 따른 평균값과 그 차이여부를 분석하였다. 감성어휘 98가지의 평균을 보면 대학생들이 가장 선호하는 감성은 ‘편안한(3.96), 맑은(3.93), 깨끗한(3.91), 캐주얼한(3.90), 젊은(3.81)’ 등 이었으며, 가장 선호하지 않는 감

성은 ‘기계적인(1.93), 폭발적인(1.93), 어린이다운(2.05), 획일적인(2.07), 민속적인(2.16), 인공적인(2.19)’ 등이었다. ‘민속적인’ 뿐만 아니라, 대학생들은 ‘전통적인(2.24), 운치있는(2.94), 고전적인(2.65)’ 등의 감성에 대해 비선호도를 나타내는 반면에 ‘서양풍의(3.15), 로맨틱한(3.31), 텐디한(3.10)’ 등의 서양적인 감성에 대한 선호도가 높아서 우리의 독특한 감성은 큰 위기감에 빠졌다고 할 수 있다.

표준편차로서 감성 기호도에서 개인차의 크기를 볼 수 있는데, 개인차가 가장 큰 감성은 ‘매니쉬한(표준편차-1.25), 수공예적인(1.21), 귀족적인(1.16), 섹시한(1.19)’ 등임을 알 수 있었으며 중간정도의 선호도를 나타내는 어휘였다. 반면에 표준편차가 적어 개인차가 적다고 볼 수 있는 선호감성어휘는 크게 선호방향과 비선호방향의 두 가지로 나뉘었는데, ‘멋스런(표준편차-0.83), 유연한(0.83)’로서 대부분의 학생들이 선호하는 감성어휘와, ‘건조한(0.84), 인공적인(0.85)’ 등으로서 대부분의 학생들이 선호하지 않는 감성으로 나뉘어 있다. 표준편차가 1.00 이하로서 개인차가 적은 감성어휘는 61가지나 되었으며 대학생들간에 변별력이 있는 감성어휘는 37개의 감성어휘로 축약된다고 볼 수 있었다. 개인차가 적은 어휘에는 ‘담백한, 젊은’이 있는데 이는 평균이 각각 3.60, 3.81이고 표준편차는 0.90, 0.88 이므로 거의 대부분의 대학생들이 모두 선호하는 감성이라고 볼 수 있다. 성별에 따라서 선호하는 감성이 달랐는데, 남성이 여성보다 선호하는 감성으로는 ‘역동적인, 매니쉬한, 와일드한, 긴장한’(p<0.0001) 이었고, 또한 ‘섹시한, 기계적, 가정적인, 액티브한, 유머의, 중후한, 자극적인, 모험적인, 복고풍의, 대담한, 민속적인, 수공예적인’(p<0.001)였으며, 여성이 남성보다 더 선호하는 감성은 ‘우아한, 청순한, 장식적인’(p<0.001)이었다.

왼손잡이는 13명으로서 7.3%에 불과하였으며 160명(92.5%)이 오른손잡이였다. 감성풍부성은 ‘높은 편이다’가 피험자의 43.7%로서 가장 많으나 감성식별력은 ‘중간이다’가 41.6 %로서 가장 많았다. 감성풍부성과 감성

식별능력이 서로 상관이 깊었다( $r=0.56$ ,  $p<0.0001$ ).

### 3.2 선호감성어휘의 요인분석과 군집분석 결과

선호감성 형용사 98가지를 대상으로 요인분석을 실시한 결과, 총 11개의 요인이 추출되었으며, '로맨틱, 센수얼, 캐주얼, 클래식, 캐릭터, 프린스/세스, 심플, 복고풍, 모던, 수공예, 테크노' 등이라 명명하였고 총 55.9%의 변량이 설명되었다. 각 요인을 대표하는 항목들의 평균값으로 요인값을 대체하여 군집분석을 실시한 결과, 가장 많은 빈도 21.4%를 나타내는 집단 5는 '모던 심플, 로맨틱'을 선호하는 부류로서 세련되면서도 단순하고 도회적인 스타일을 선호하는 '로맨틱모던파'이다. 이 집단 5와 비슷한 특성을 지니면서도 약간 특색을 보이는 집단 4가 있는데, 이는 '로맨틱' 선호는 유사하면서도 '심플, 모던' 보다는 '클래식, 수공예'를 선호하는 부류로서 5.2%를 나타내고 있었으며 '완벽한 로맨틱클래식파'이며, 집단 6도 클래식파이나 '획일적 클래식파'이며 4.0%를 차지하고 있어 클래식파도 전체적으로 9.2%를 차지하는 것으로 나타났다. 두번째로 많은 집단은 집단10으로서 19.7%를 차지하며 '캐주얼'을 선호하고 '프린스/세스'를 싫어하지만 '캐릭터'성은 강한 '비장식적개성캐주얼파'라고 명명하였다. 또한 집단7은 '캐주얼'을 선호하면서도 '센수얼, 캐릭터, 테크노'를 선호하는 부류로서 전체 대학생의 9.2%를 차지하고 있으며 '역동클개성캐주얼'이라고 명명하였다. 또한 다른 캐주얼인 집단 1은 '심플, 수

공예'를 선호하고 '센수얼, 복고풍'은 선호하지 않는 캐주얼파로서 '정성청결캐주얼파'라고 명명하였으며 3.5%를 차지하여 캐주얼은 전체적으로 32.4%를 차지한다고 볼 수 있다.

그 다음으로 많은 부류는 집단 8로서 '심플'을 선호하며, '복고풍'을 싫어하는 부류로서 17.3%였으며 '단순내추럴파'라고 명명하였다.

집단2는 '캐릭터, 프린스/세스, 복고풍'를 선호하는 부류로서 6.4%를 차지하여 '호화개성복고파'라고 명명하였다. 반면에 집단3은 '비캐주얼, 비클래식, 비단순성, 비모던성' 등이 강하여 너무 중후하거나 너무 가벼운 감성은 선호하지 않으며 민속/복고풍을 가장 선호하는 '민족감성선호파'가 있는데 4.6%를 차지하고 있었다. 마지막으로 집단 9는 거의 모든 감성을 선호하지 않는, 특히 다른 집단보다 '센수얼, 수공예'의 감성을 선호하지 않았으므로 '비표현파'라고 명명하였으며 8.7%에 해당하고 있었다.

#### 인용문헌

1. Cho, H.O., Sobijahakyeongu, 1996, 223
2. Lee, K.H., Kim, Y.J., *Korean J. of the Science of Emotion and Sensibility*, 2001, 4(1), 33
3. Park, S, Chung, C., *Korean J. of the Science of Emotion and Sensibility*, 1998, 2(1) 77
4. Lee, H.S., *Gamseong Marketing*, Greenbee, 1999
5. Lee, S., "Futuristic Ergonomics", p380, Yangyoung-Kak, Seoul, 1992
6. Ha, J., Nagamichi, M., *Ergonomic Product Design*, p86, Sangjosa, Seoul, 1997

Table 1. 남녀 대학생이 선호하는 감성

	Mean	S.D.	Male	Female	Adjectives	Mean	S.D.	Male	Female
청순한 **	3.49	1.07	3.22	<b>3.72</b>	행동적인	3.47	0.97	3.54	3.43
우아한 **	3.27	1.00	3.02	<b>3.44</b>	품위있는	3.45	1.02	3.41	3.52
가정적인**	3.26	1.07	<b>3.48</b>	3.12	은화한	3.41	0.96	3.42	3.42
액티브한 **	3.12	1.09	<b>3.51</b>	2.83	귀여운	3.40	1.12	3.28	3.51
유머의 **	2.94	1.19	<b>3.25</b>	2.67	순한	3.40	0.97	3.36	3.43
수공예적인**	2.85	1.21	<b>3.10</b>	2.60	개성적	3.38	0.98	3.50	3.28
건강한 ***	2.81	1.11	<b>3.32</b>	2.46	고운	3.36	0.95	3.22	3.48
중후한 **	2.81	1.09	<b>3.06</b>	2.61	도회적인	3.36	0.95	3.14	3.60
매니쉬한 ***	2.75	1.25	<b>3.59</b>	2.10	참신한	3.34	0.9	3.48	3.23
다이나믹한 **	2.74	0.99	<b>3.01</b>	2.51	로맨틱한	3.31	<b>0.97</b>	3.27	3.32
섹시한**	2.70	1.19	<b>2.96</b>	2.52	가볍다	3.29	1.02	3.31	3.29
역동적인 ***	2.65	1.11	<b>3.03</b>	2.35	점잖은	3.29	0.96	3.38	3.27
모험적인 **	2.63	1.12	<b>2.92</b>	2.38	대중적인	3.28	0.89	3.33	3.25
복고풍의 **	2.55	1.11	<b>2.84</b>	2.31	가련한	3.27	1.07	2.18	2.50
대담한 **	2.54	1.07	<b>2.79</b>	2.36	감미로운	3.25	1.00	3.18	3.30
장식적인 **	2.54	1.02	2.34	<b>2.72</b>	수수한	3.24	0.9	3.12	3.31
와일드한 ***	2.24	1.01	<b>2.65</b>	1.90	유연한	3.24	0.83	3.40	3.11
자극적인 **	2.21	1.03	<b>2.42</b>	2.06	개방적인	3.21	0.98	3.44	3.05
민속적인 **	2.16	1.02	<b>2.35</b>	1.99	고상한	3.20	0.94	2.85	3.47
기계적인 **	1.93	<b>1.00</b>	<b>2.15</b>	1.74	포멀한	3.20	1.00	3.21	3.23
편안한	3.96	0.93	3.93	4.02	소박한	3.19	0.88	3.24	3.14
맑은	3.93	0.97	3.80	4.06	섬세한	3.18	0.9	3.11	3.25
깨끗한	3.91	0.99	3.76	4.10	정숙한	3.17	0.91	3.18	3.18
캐주얼한	3.90	1.00	3.97	3.87	성숙한	3.17	0.9	3.32	3.06
밝은	3.84	1.01	3.91	3.80	서양풍의	3.15	0.9	3.33	3.03
젊은	3.81	0.88	3.81	3.85	댄디한	3.10	0.95	3.27	2.98
무난한	3.79	0.94	3.75	3.85	촉촉한	3.10	0.99	2.93	3.26
유쾌한	3.77	0.96	3.86	3.71	그속한	3.09	0.95	3.22	2.98
내추럴한	3.75	0.99	3.55	3.91	윤기있는	3.00	<b>1.01</b>	2.96	3.07
실용적인	3.75	0.87	3.77	3.75	완전한	2.98	0.91	3.09	2.94
순수한	3.74	0.94	3.68	3.82	윤치있는	2.94	0.98	3.17	2.76
합리적인	3.71	<b>1.00</b>	3.79	3.67	원숙한	2.90	0.92	3.02	2.87
세련된	3.70	1.06	3.56	3.83	귀족적인	2.78	1.16	2.62	2.91
은은한	3.70	0.94	3.58	3.79	동화적인	2.68	1.05	2.74	2.65
부드러운	3.68	0.90	3.66	3.68	교전적인	2.65	0.92	2.72	2.61
진숙한	3.68	0.90	3.63	3.73	차가운	2.60	0.97	2.67	2.54
안정된	3.67	0.87	3.61	3.76	정밀한	2.53	0.94	2.88	2.26
아름다운	3.64	0.98	3.44	3.85	호화로운	2.52	1.03	2.46	2.61
차분한	3.64	0.94	3.57	3.76	강렬한	2.48	0.94	2.75	2.21
산뜻한	3.60	0.96	3.61	3.64	엄숙한	2.47	0.87	2.63	2.34
담백한	3.60	0.90	3.55	3.62	대조적인	2.35	0.91	2.61	2.13
이지적인	3.60	0.97	3.58	3.65	전통적인	2.24	0.9	2.46	2.04
멋스런	3.58	0.83	3.50	3.66	건조한	2.22	0.84	2.33	2.14
모던한	3.56	0.90	3.49	3.64	권위있는	2.22	0.96	2.57	1.91
정성이 든	3.53	1.02	3.61	3.50	딱딱한	2.22	0.91	2.42	2.04
단순한	3.51	0.91	3.44	3.55	인공적인	2.19	0.85	2.55	1.92
발랄한	3.51	1.11	3.53	3.53	획일적인	2.07	0.91	2.24	1.93
당당한	3.50	0.95	3.57	3.46	어린이다운	2.05	1.02	2.13	1.96
스포티한	3.47	1.08	3.63	3.35	폭발적인	1.93	<b>1.05</b>	2.19	1.7