

## 소비자의 성격유형별 의복평가의 차이

오현정

광주대학교 디자인학부 의상전공

### The Differences of Apparel Evaluation on Consumer's Personality Types

OH, Hyun-Jeong

Division of Design, Kwangju University  
(2000. 7. 27 접수)

#### Abstract

The purpose of this study was to determine if personality types affect apparel evaluation. Personality types was applied using Myers—Briggs Type Indicator(MBTI). The data were collected from 101 female using questionnaire to evaluate on apparel, and were analysed with factor analysis, Mann—Whitney test.

Results revealed several significant differences with apparel evaluation to personality type. Extroversion and introversion had significant difference in fashion concern. Extroversion types were significantly evaluated fashion concern more than introversion types. Sensing and intuition had significant difference in conformity. Sensing types were significantly evaluated conformity more than intuition types. Thinking and feeling had significant difference in symbolism. Thinking types were significantly evaluated symbolism more than feeling types. Judging and perceiving had significant difference in conformity. Judging types were significantly evaluated conformity more than perceiving types.

**Key words:** personality types, apparel evaluation, MBTI, fashion concern, conformity:

성격유형, 의복평가, MBTI, 유행관심, 동조성

#### I. 서 론

우리는 모두 서로 다른 옷을 입고 산다. 사람들은 의류제품에 대한 둑기, 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, 1999) 소비자가 의복을 선택하거나 구매할 때 나타나는 행동의 차이를 설명하기에 좋은 변수일 것이다(Schiffman & Kanuk, 1997). 소비자가 옷을 선

택하거나 구매할 때 영향을 미치는 요인 중 특히 개인의 성격 특성이 의복 행동에 미치는 영향을 밝히고자 노력해 왔다.

소비자 행동 연구에서 성격에 대한 이론적 접근 방법들과 측정 방식 등이 표준화되지 않아서 성격이 소비자행동에 미치는 영향에 대한 체계적이고 일관성이 있는 큰 성과를 거두지 못한 상태이다(홍성태, 1999). 성격이 소비자행동을 이해하기 위한 유용한 변수가 되려면 우선 다차원적 성격을 체계적으로 설명할 수 있고, 객관적으로 측정할 수 있는 도구가 필요할 것이다. 최근 개인의 성격을 이해하

기 위해 표준화된 검사인 MBTI(Myers-Briggs Type Indicator)가 개인의 성격 유형을 비교적 명확하게 구분 지을 수 있는 지표로서 널리 활용되고 있다(김정택, 1995).

MBTI 성격 검사는 용의 심리 유형론에 기초한 측정도구이다. 인간행동의 다양함은 개인들 간 정보 인식과 의사 결정이라는 판단의 차이에서 오는 체계적인 과정의 결과로 관찰되었다. 심리적으로 건강한 사람들의 다차원적 개성을 통합하려는 의도에서 시작된 MBTI는 개인의 인식과 판단 차이를 체계적으로 이해하는 용의 이론과 이 이론적 토대 위에서 개인의 차이를 평가하는 방법을 우리에게 제시하였다(Gould, 1991).

본 연구에서는 소비자의 성격유형이 소비자 행동에 영향을 미칠 것이라는 전제 하에 성격 유형별 의복 평가 행동의 차이를 밝히고자 한다. 이를 위하여 우선 용의 심리 유형 이론과 MBTI의 선호 지표를 고찰하였다. 다음은 의류학 분야에서 발표된 성격과 복식행동에 관한 선행 연구에서 사용했던 성격 특성을 본 연구의 관점에서 정리한 후 소비자의 성격 유형별 의복 평가 행동의 차이를 실증적으로 확인해 보고자 하였다.

## II. 심리학적 유형론

정신과 의사였던 용(C. G. Jung: 1875~1961)은 여러 해 동안의 임상 관찰을 통해 인간은 누구나 감각, 직관, 사고, 감정이라는 네 가지의 기본적인 정신적 기능(functions) 또는 과정(processes)을 사용한다는 것을 알았다(이부영, 1998). 용이 제시한 네 가지 과정은 일종의 지향 기능으로서 용은 이 기능을 다양한 조건 속에서도 동일한 원리로 반응케 하는 특정 정신활동의 형태라고 정의하였다. 용은 네 가지 정신 기능이 서로 관련되거나 하나로 합쳐질 수 없기 때문에 서로 구별하게 되었다(김정택 외, 1995).

용의 심리 유형론은 인간의 의식적인 정신활동이 아무리 다양해도 네 가지 정신 기능형 중 하나에서 나온다고 가정하였다. 그리고 이런 정신적 기능을 사용할 때 어떤 태도를 취하는가에 따라 나뉘어진

것이다. 용의 심리 유형 이론은 태도 유형과 정신 기능이라는 두 가지 차원으로 구성된다(이부영, 1998).

1) 태도 유형—태도 유형은 한 개체가 주체(subject)와 객체(object)에 대해 어떤 태도를 가지느냐에 따라서 구별된다.

외향형(E)은 외부 세계의 사람이나 사물이 관심의 중심이므로 주변 환경에 영향력을 행사하고 외부 세계의 중요성을 확인하고 영향력을 증대하고 싶어한다. 외향적 태도를 갖는 사람들은 부단히 외부 환경의 자극을 찾아 나서고, 행동 지향적, 때론 충동적으로 사람들을 만나며, 솔직하고, 말하기를 좋아하고, 사교성이 많은 편이다.

내향형(I)은 외부 세계에서 벗어나 자기 자신의 내부 세계에 대한 개념과 관념에 몰입하는 경향을 갖는다. 내향적 태도를 갖는 사람들은 일시적인 외부사건보다는 지속적인 개념을 더 신뢰하며, 사려 깊고 주위와 떨어져 명상에 잠기기를 좋아하고 고독과 사생활을 즐기는 경향이 있다.

2) 정신 기능 유형—용은 정신의 기능을 사고, 감정, 감각, 직관으로 분류하였고, 사고와 감정은 합리적 기능, 감각과 직관은 비합리적 기능이라 구분하였다.

합리적 기능은 옳고(正), 그름(不正),쾌(快), 불쾌(不快)의 판단을 내리는 기능인데, 사고와 감정이라는 판단 방법은 일상에서의 사건들을 이성의 법칙에 따라 조화시키려고 한다. 아이디어를 논리적으로 연관시키는 판단을 선호하는 사고형(T)은 분석적이고 객관적이고 정의와 공정성의 원리에 관심을 기울이고 비판적이다. 상대적인 가치와 문제의 장점 등을 고려하여 의사를 결정하는 감정형(F)은 개인이나 집단의 가치를 중시하므로 보다 주관적, 개인적이며, 친화와 온정, 조화를 추구한다.

비합리적 기능은 이성적 사고를 거치지 않은 직접적인 인식 활동이다. 구체적으로 존재하는 것을 통해 관찰하는 감각형(S)은 직접적인 경험에 초점을 맞추며, 현재를 즐길 줄 알고 구체적, 실제적, 관찰 능력이 뛰어나고 상세한 것까지 기억을 잘한다. 통찰을 통해 가능성이나 의미, 관계의 인식을 선호하는 직관형(N)은 미래에 일어날 수 있는 사건을

포함하여 감각을 통해 보이지 않는 것들을 인식할 수 있고, 상상적, 이론적, 추상적, 미래지향적인 특징을 발달시키게 된다.

### III. MBTI의 선호 지표

MBTI는 용의 심리유형 이론을 경험적으로 검증하여, 실생활에 유용하게 활용할 수 있도록 개발된 측정 도구이다(김정택, 1995). 1900년대 Katharine C. Briggs에서부터 그의 딸 Isabel Briggs Myers와 손자 Peter Myers에 이르기까지 70여 년의 연구 기간을 거쳐 만들어졌다. 인식과 판단에 대한 용의 이론과 인식, 판단의 향방을 결정짓는 용의 태도이론을 바탕으로 하였다. 아울러 용이 표면화하지 않은 판단과 인식에 대한 태도 경향의 역할을 유형론에 첨가시켜서 MBTI가 제작되었다.

MBTI는 '외향-내향(EI)', '감각-직관(SN)', '사고-감정(TF)', '판단-인식(JP)'라는 네 가지 지표로 측정된다. '외향-내향' 지표는 관심의 초점이나 에너지를 얻는 곳이 외부세계인지 자신의 내부세계인지의 차이를 반영한다. '감각-직관' 지표는 사물, 사람, 사건 또는 아이디어를 깨닫게 되는 선호의 차이를 말한다. 정보를 수집하거나 감각이나 영감을 추구, 주목해야 할 자극을 선택할 때 서로 다른 선호 경향을 갖는다. '사고-감정' 지표는 정보나 자극을 인식한 후 평가나 선택 등의 의사결정을 내릴 때 선호하는 경향을 변별할 수 있다. '판단-인식' 지표는 외부 세계에 대처하는 태도와 행동이 어느 심리 기능에 바탕을 두고 있는 가로 구분하는 방식이다. 각 지표의 선호 경향과 주요 내용의 요약을 <표 1>에 제시하였다.

### IV. 선행 연구의 성격 특성과 MBTI 선호지표와의 상관

성격 특성과 복식행동에 관한 국내 연구는 1980년대 초반에 가장 활발하였다(성화경 외, 1994). 그러나 연구 결과 성격특성이 개인의 복식행동 차이를 개별적으로 기술할 뿐 일관된 결과를 유도할 만한 연계성과 체계성이 부족하였다. 80년대 이후, 복식사

<표 1> MBTI 선호지표와 특징적인 경향

지표	선호 경향	주요활동
외향-내향(EI)	에너지의 방향은 어느 쪽인가?	주의초점
감각-직관(SN)	무엇을 인식하는가?	인식기능
사고-감정(TF)	어떻게 결정하는가?	판단기능
판단-인식(JP)	채택하는 생활양식은 무엇인가?	생활양식

회심리 분야의 주된 관심 주제였던 개인 심리와 복식행동에 초점을 둔 자아개념, 가치관, 욕구에 관한 연구는 점차로 감소하고, 차츰 인간의 상징적 상호작용을 나타내는 인상형성, 동조성, 유행에 관한 연구가 증가하는 경향을 나타냈다(정찬진 외, 1991). 그 동안 개인의 심리적인 특성 중 성격 특성이나 성격 차원으로 복식행동을 설명하고자 했던 선행 연구 변수를 <표 2>에 제시하였다.

성격특성 변수는 표에 제시된 것 이외에도 엄청나게 다양하기 때문에 복식행동과 유의한 상관을 보이는 성격 변수를 변별하기도 벅찰 것이다. 이렇듯 다양한 성격 변수를 차원별로 분류할 수 있다면 보다 체계적인 연구 결과를 얻을 수 있을 것으로 기대된다. 이런 면에서 MBTI 선호 지표가 유용하리라 사료된다. 김정택(1995)은 MBTI 개발과 활용을 연구하는 과정에서 MBTI의 타당성을 확인하기 위해 MBTI 척도와 타 척도와 상관을 밝힌바 있다. <표 2>에 제시된 성격 특성 변수와 의미 있는 상관을 보인 MBTI 선호 지표를 <표 3>에 제시하였다.

'외향-내향' 지표와 상관을 보인 성격특성은 지배성, 정서적 안정성, 사회성, 사교성, 자신감, 활동성, 내향성, 외향성, 정서적, 안정성이었다. 다양하게 표현된 대부분의 성격 특성이 MBTI 지표에서는 외향형(E)의 성격 특성과 상관 있음을 할 수 있다. 외향형은 자기존중, 자기수용, 자기확신, 자율성, 사회적응, 안정감 혹은 현실 직면 능력, 지배력, 자기주장, 진취성, 지위능력, 자발성, 표현의 자유로움, 사교성, 소속감, 친밀감 등의 여러 가지 방식으로 드러난다. 내향형(I)은 불안, 긴장, 우울성, 자율성, 냉담함, 자족적, 자기통제, 독립성 등의 방식으로 드러난다.

'감각-직관' 지표와 상관을 보인 성격 특성은 사교성, 자신감, 보수성이었다. 사교성, 보수성과 상관

〈표 2〉 성격 특성과 복식 행동에 관한 선행연구

연구자	성격특성 변수	복식행동 설명변수
유관순·신상옥(1984)	지배성, 책임성, 정서적 안정성, 사교성, 자신감	의복구성 및 제작, 디자인과 유행, 쇼핑
박광호·강혜원(1984)	지배성, 사회성, 정서적 안정성,	정숙성, 자기평가
정하신(1985)	지배성, 책임성, 정서적 안정성, 사회성, 자신감	개성표현, 실용성, 경제성, 정숙성, 동조성
나수임·한명숙(1986)	활동성, 안정성, 사회성	선호색, 협오색
이미혜·이인자(1990)	강인성, 외향성, 정서성, 허위성	선호이미지
박화순(1995)	내성적, 성취감, 공격성, 보수성	색상, 명도, 채도
유경숙(1996)	외향성	외모만족도, 색선호도
이명희·유경숙(1998)	외향성, 내향성	독특한 이미지, 고상한 이미지, 밝은 이미지, 명랑한 이미지

〈표 3〉 성격특성과 MBTI 선호지표와의 상관

성격특성	지배성	책임성	정서적 안정성	사회성	사교성	자신감	활동성	강인성*
MBTI 선호지표	외향(E)	판단(J)	외향(E)	외향(E)	외향(E) 감각(S)	외향(E) 직관(N)	외향(E)	—
성격특성	내향성	외향성	허위성*	정서성 (신경증)	성취감	공격성	보수성**	안정성
MBTI 선호지표	내향(I)	외향(E)	—	외향(E)	사고(T)	판단(J)	감각(S)	외향(E)

\*강인성(psychoticism dimension)은 성격의 정신병적 경향 차원을, 허위성(lie dimension)은 위장하려는 반응의 정도를 측정하여 정신 이상자를 변별하기 위한 척도이므로 정상인의 심리 성향을 측정하는 MBTI 지표와는 상관이 없는 것으로 나타났다고 해석하였다.

\*\*김정택(1995)이 제시한 상관에는 '보수성'을 측정한 척도가 없으나 '실험적인(급진주의)'을 측정하는 척도와 유의한 상관을 보인 지표는 직관(N)이었다. 급진과 보수를 반대 개념으로 보아 보수성은 감각지표와 상관이 있을 것으로 본 연구자가 해석하였다.

을 보인 감각형(S)은 실제적인 외관, 실제 활용, 경제성, 규칙준수, 성취, 질서, 자기통제, 복종 등의 특성을 대표한다. 자신감과 상관을 보인 직관형(N)은 가능성, 패턴, 상징적, 추상적, 융통성, 복잡성, 자율성, 예술적, 유연성, 창조성, 미적, 독립성, 실존성, 직감, 내적 지향성, 지위에의 능력 등의 특성으로 표현된다.

'판단-인식' 지표와 상관을 보인 성격 특성은 책임성과 공격성이었다. 판단형(J)은 빠른 결정, 결단성, 통제에의 욕구, 질서, 확실성, 성실성, 질서, 규칙, 강한 초자아, 인내, 자기통제, 성취, 지도력, 일, 성취적 성격으로 표현된다. 인식형(P)은 자발성, 적응력, 호기심, 개방성, 융통성, 자율성, 비난회피, 현실과 거리 유지, 변화를 도전으로 생각, 지적 특성, 상상력 풍부, 외부로 향한 충동성 등의 특성으로 나타난다.

복식 행동과 상관을 보인 성격 특성은 대부분이 행동이나 표현으로 드러나는 태도지표에 포함되어, 특히 '외향-내향' 지표에 치중되었음을 알 수 있다. 이는 사람들의 모든 성격 특성을 겉으로 드러나는 한 가지 차원으로 보고 있다고 말할 수 있겠다. 용의 심리유형 이론에서 현상적인 차이를 만드는 본질적인 정신 기능 차원으로 제시된 '감각-직관', '사고-감정' 같은 지표는 영향력 있는 연구변수로서의 역할이 미미한 수준이었음을 알 수 있다.

## V. MBTI 성격 유형별 소비자행동 및 의복평가

MBTI 성격 유형은 인간의 심리기능과 태도기능을 기준으로 유형별 성격 특성들을 설명하므로 기

〈표 4〉 MBTI 성격 유형별 소비자 행동연구

연구자	MBTI지표	유형별 소비자 행동
홍성태(1999)	외향-내향	외향형(E)은 판매원의 적극적이 접근을 선호 내향형(I)은 구매 시점 홍정에 미숙하고, 물건값을 못 깎는 편.
	감각-직관	감각형(S)은 구매결정 시 브랜드가 중요.
	사고-감정	사고형(T)은 정보수집을 더 많이 하며, 신제품에 대한 정보가 높았다. 종업원의 친절보다 상품 자체에 관심. 감정형(F)은 판매원의 예의바른 태도, 인간성이 좋아 보이는 판매원을 선호했으며, 판매원의 기분을 배려.
	판단-인식	판단형(J)은 정보수집, 쇼핑행위, 실용성, 여러 상점 돌아다니기를 더 선호
이현화 박찬부(1998)	외향-내향	외향형(E)은 색상 조화 단서에 민감/내향형(I)은 치마색상 단서에 민감
	감각-직관	감각형(S)은 치마색상 단서에 민감/ 직관형(N)은 색상 조화 단서에 민감
	판단-인식	판단형(J)은 선호·평가 요인에서 긍정적/인식형(P)은 젊음 요인을 선호
Gould(1991)	감각-직관	감각형(S)은 문자적인 이해를 선호, 구체적, 현실적, 감각적인 세상에 민감 직관형(N)은 총체적인 상황을 인식하기 위해 상상력에 의존하며 암시와 추론의 견지에서 보길 선호.
	사고-감정	사고형(T)은 비인간 지향적인 경향 감정형(F)은 사회규범이나 주변의 타인을 고려해서 의사 결정
Radeloff(1991)	외향-내향	감각적 외향형(ES)이 네 가지 계절색 범주에 대해 가장 구별을 잘하였다.
	감각-직관	
Sweat · Zentner(1985)	감각-직관	직관형(N)은 '내추럴', '클래식' 스타일이 일상적이고 접근성이 낮다고 평가. '드라마틱' 스타일을 '클래식' 보다 세련된 것으로 보았다.
	사고-감정	사고형(T)은 '내추럴' 스타일이 보다 지배적이고, '로맨틱' 스타일이 종속적이라고 평가.

존의 성격 측정 도구보다 체계적이라 사료된다. MBTI 성격 유형별 복식행동의 차이를 설명했던 기존연구를 <표 4>에 정리하였으며, 이를 근거로 하여, 본 연구의 관심인 성격유형별 의복 평가의 차이를 추론해 보았다.

외향-내향의 태도에서 외향형(E) 소비자는 내향형 소비자보다 보다 총체적으로 지각하는 편인 반면 내향형(I) 소비자는 작은 단서에 민감했다. 외부 세계와의 관계를 맺는 일에 보다 적극적인 외향형들은 판매원의 적극적인 접근을 선호했다. 다양한 정보의 사용에 빠르고 적극적인 이들은 수시로 변하는 패션 경향에 가장 민감한 성격유형일 것이다. 이들은 외부 세계의 모든 것이 관심의 중심이며 외부의 자극에 적극적으로 대응하는 사교성을 가지기 때문에 유행 채택도 빠를 것이다. 반면 내향형은 일시적인 외부 사건보다는 지속적인 개념을 더 신뢰하므로 늘 변하는 유행관심보다는 모든 의복이 가져야 하는 물리적 속성이나 기능, 상표나 가격 같은

본질적 수준의 의복 평가에 관심을 가질 것이다.

감각-직관의 인식 기능에서 감각형(S) 소비자는 정보인식이나 수용, 활용 등의 정보 처리 연구에서 변별력을 가질 수 있었고, 구매 결정 시에 브랜드가 중요하게 영향을 미쳤으며, 색의 온도감을 느끼고 계절 색을 구별하는 등의 구체적인 차이를 인식하는 기능에서도 뛰어났다. 반면 직관형(N) 소비자는 구체적인 정보보다 총체적인 상황을 인식하기 위해 상상력에 의존하길 선호하므로 전반적인 색채 조화 같은 총체적인 지각에 뛰어났다. 일상 생활의 대부분은 보고 만지는 직접적인 경험의 측적으로 얻은 감각적 지식들이다. 그러므로 패션, 의복, 경제성, 물리적 기능, 상점, 상표 등 대부분의 실제적인 정보나 지식의 평가에서 감각형이 탁월할 것이다. 반면 직관형은 대상의 의미나 미래의 가능성 등 추상적이고 비현실적인 특성을 가지므로 의복이나 유행, 구체적인 의류제품 특성 등에 무심할 것이므로 감각형의 사람들과 차이나는 외모를 가질 수 있다.

사고-감정의 인식 기능에서 사고형(T) 소비자는 사람을 고려하기 보다 사물 중심의 의사결정을 선호하므로 종업원의 친절보다 상품 자체에 관심이 높았다. 이들은 객관적인 판단을 선호하므로 정보수집을 많이 하는 편이었고, 신제품에 대한 정보가 가장 많은 유형이었다. 감정형(F) 소비자는 소속 사회나 집단, 사회 규범이나 다른 사람을 고려하므로 구매 의사 결정 시 판매원의 외모나 태도가 구매 행동에서 중요한 영향을 미쳤다. 객관적인 판단을 위해 늘 정보를 수집하고 분석하며, 논리적인 판단을 선호하는 사고형은 의복의 물리적 속성, 가격, 상표나 점포 등에 대한 객관적인 평가를 할 것이다. 그러나 언제나 상대방의 입장까지 고려하고, 친화와 조화를 추구하는 감정형은 남과 유사한 외모를 선택할 것이고, 대부분의 사람들이 갖는 만큼 의복과 패션에 관심을 가질 것이다.

판단-인식 태도에서 판단형(J)은 보다 실용성을 중요하게 생각했으며, 정보 수집을 선호했고, 쇼핑행위를 즐겼으며, 여러 점포를 방문한 후 의사 결정을 하는 편이었다. 판단형은 규범에 의한 통제를 선호하는 유형이므로 유행 질서와 사회 규범에 성실할 것이고, 유행이나 최근의 흐름에 긍정적인 태도를 보일 것이다. 또한 의복 구매 시 유명한 상표나 잘 알려진 점포를 선택함으로써 보다 계획적인 확실한 구매를 선호할 것이다. 반면 인식형은 유연하고 자율적이며, 개방적이고 충동적인 특성을 가지므로 새로운 방식을 시도하거나 남과 다른 행동에서 자유로우므로 충동적 구매를 즐길 것이며 일반인의 상상을 초월하는 특이한 옷차림을 표현할 수 있을 것이다.

## VI 성격 유형별 의복 평가에 관한 실증적 연구 절차

1) 의복평가 변인선정--개인의 성격특성과 복식 행동의 관계를 밝힌 선행 연구는 크게 두 가지 경향으로 분류할 수 있겠다. 첫째, 성격 특성별 의복 디자인이나 의복 이미지 선호를 밝힌 연구이다. 이는 선호하는 색이나 스타일, 의복 이미지를 성격 특성 변수로 설명한 것이다. 둘째, 성격 특성별 개성, 동

조성, 유행성, 실용성, 정숙성, 경제성에 대한 의복 평가의 차이를 설명한 연구이다. 본 연구는 이 중 후자의 연구 경향에 속한다.

의복 평가 기준 차원을 밝힌 김미영(1989)은 유행성, 신분상징성, 실용성, 경제성을 제시한 바 있다. 소비자의 의복 평가를 의복의 구매와 사용을 통해 소비자가 얻고자 기대하는 특성 즉 의복품질에 대한 평가로 간주한 오현정(1997)은 소비자가 지각하는 의복품질 차원으로 물리적 속성, 물리적 기능성, 경제성, 실용성, 관리, 상징성, 유행성, 심미성, 심리적 편안함을 제시한 바 있다. 이들 차원 중 본 연구에서 사용된 평가 차원은 유행성, 상징성, 심미성, 경제성, 관리와 실용성과 물리적 속성을 한 요인으로 한 물리적 기능성의 5 가지 변인을 사용하였다.

의복 평가 기준 이외에 개인의 성격 특성과 복식 행동 연구에서 자주 사용되었던 개성, 동조성 변인과 성격 유형별 구매행동에 영향 미칠 것으로 기대되는 쇼핑지향성 변인을 추가하였다. 의복 동조와 비동조에 대한 유형과 관계를 제시했던 박혜선(1991)의 연구 결과, 동일시적 의복 동조나 규범적 의복 동조를 많이 하는 사람은 동조성이 강했고, 반동조적이거나 독립적인 복식 행동을 많이 하는 사람은 동조성이 약했다고 밝힌 바 있다. 본 연구의 동조성 측정 문항은 의복동조 문항에서 선택되었고, 개성 측정 문항은 의복 반동조와 독립 문항에서 선택되었다.

2) 측정도구와 자료 수집 및 분석방법—성격 유형 측정은 MBTI 검사를 활용하였다. 소비자의 의복 평가 문항은 총 24개로 구성되었다. 의복 평가의 하위 개념인 유행성, 심미성, 상징성, 경제성, 물리적 기능성, 쇼핑지향성을 측정하기 위해 김미영(1989), 오현정(1998), 이규혜(1995)가 사용했던 문항 중 변수별 3 문항씩을 선정하였다. 동조성과 개성 개념을 측정하기 위해 박혜선(1991)이 사용했던 문항 중 변수별 3 문항씩을 선택하였다.

자료 수집은 광주와 부산 지역에 거주하는 20~30대 여성 대상을 대상으로 편의 표집되었다. MBTI 성격 검사를 실시한 후 다시 본 연구의 질문지를 사용하여 응답을 얻었다. 최종 분석에 사용된 자료는 총 101부이었고, 통계 패키지는 윈도우용 SPSS 9.0을

사용하였다.

분석 방법으로는 자료의 특성을 기술하기 위해 빈도분석을, 연구 변수를 요약하기 위해 요인분석을 실시하였다. 성격 유형별 집단 간 사례수의 차이가 컸기 때문에 성격 유형별 의복 평가의 차이를 검증하기 위해 비모수 통계 방법인 Mann-Whitney Test를 사용하였다.

3) 자료의 특성과 연구 변수 선정 - 김정택 등 (1995)은 한국의 20대부터 50대까지 여성들의 유형 분포가 내향형(61%), 감각형(82%), 사고형(64%), 판단형(80%)이 더 많은 비율을 차지한다고 보고한 바 있다. 이는 한국인들의 일반적인 경향을 반영한 것이고, 한국 여성을 서구 문화권 여성과 비교할 때 내향형과 사고형이 더 많은 것은 문화권에 따라서 성격 유형의 분포 비율이 다르리라는 용의 가설을 입증한다고 주장하였다. 본 연구 대상의 성격 유형별 사례는 <표 5>와 같다. 선호 지표별 성격 유형 중 내향형(64.4%), 감각형(64.4%), 감정형(51.5%), 인식형(52.5%)의 비율이 보다 높았다. 내향형과 감각형의 비율이 높은 것은 한국 여성의 일반적인 비율과 유사한 경향을 보였으나 근소한 차이지만 감정형과 인식형의 비율이 높았다. 이는 김정택 등 (1995)의 연구에서 연령층이 낮아질수록 인식형의 비율이 높았다는 보고를 참고할 때 본 연구의 조사 대상이 주로 20대와 30대 초반이어서 인식형과 감정형이 더 많은 분포를 차지한 것으로 볼 수 있겠다.

분석을 위한 변수를 선정하기 위해 의복 평가 문항을 요인 분석하였으며, 6개 요인이 추출되었다. 의복평가의 하위 개념으로 설계되었던 심미성, 쇼핑성

향, 유행성은 분석 결과 한가지 요인으로 묶였으며, 그 요인을 유행관심이라 명명하였다. 본 연구의 설명 변수로 선정된 6개 요인과 고유값, 누적분산을 <표 6>에 제시하였다.

## VII 성격 유형별 의복 평가에 관한 실증적 연구 결과

성격유형별 의복 평가의 차이를 검증하기 위해 Mann-Whitney Test를 실시하였으며, 결과를 <표 7>에 제시하였다.

성격 유형별 평균 순위 값이 유의한 차이를 보인 의복 평가 요인은 유형별로 한 개 씩 이었다. '외향-내향' 성격 유형에서 외향형이 내향형보다 유행관심이 유의하게 높았다. 나머지 의복 평가 요인에 대해 통계적으로 유의하지는 않았지만 평균 순위의 차이를 통해 외향형과 내향형의 의복 평가 성향은 살펴볼 수 있었다. 내향형은 상징성, 경제성, 물리적 기능성, 동조성 요인에 보다 높은 평가를 하였다. 일반적으로 사교적이고 현실적인 외향형은 유행관심이 높고 동조적이라고 설명하고, 주관적인 판단과 자신의 느낌을 중시하는 내향형은 개성적이라고 말한다(강해원, 1996). 그러나 본 연구의 의복 평가 결과는 개성 요인에서 외향형이 내향형보다 평균 순위 값이 컸으며, 동조 요인에서 내향형이 외향형보다 큰 값을 보였다. 물론 통계적으로 유의한 차이를 보인 결과가 아니므로 조심스럽지만 유행현상을 의복 동조 행위의 부분으로 해석하던 그간의 입장과 차이나는 경향을 보인 점은 주목할 만하다고

<표 5> 조사 대상자의 성격 유형별 사례수와 백분율 N(%)

외향-내향		감각-직관		사고-감정		판단-인식	
외향형(E)	내향형(I)	감각형(S)	직관형(N)	사고형(T)	감정형(F)	판단형(J)	인식형(P)
36(35.6)	65(64.4)	65(64.4)	35(35.6)	49(48.5)	52(51.5)	48(47.5)	53(52.5)

<표 6> 의복평가 문항의 요인분석 결과

요인	요인 1 유행관심	요인 2 상징성	요인 3 경제성	요인 4 물리적기능성	요인 5 개성	요인 6 동조성
고유값	4.686	2.436	2.110	1.990	1.764	1.673
누적분산	20.4%	30.9%	40.1%	48.8%	56.5%	63.7%

〈표 7〉 성격유형별 의복평가 요인에 대한 Mann-Whitney Test 결과표

성격 유형	의복평가 요인	유행관심			상징성			경제성			물리적기능성			개성			동조성			
		평균 순위	Z	sig.	평균 순위	Z	sig.	평균 순위	Z	sig.	평균 순위	Z	sig.	평균 순위	Z	sig.	평균 순위	Z	sig.	
외향	36	64.00	-3.324*	.001	50.68	-.082	.934	49.31	-.439	.660	50.50	-.129	.897	53.31	-.607	.544	50.86	.036	.971	
내향	65	43.80	51.18			51.94			51.28			49.72			51.08					
감각	65	54.34	-1.541	.123	51.95	-.444	.657	52.52	-.709	.478	53.19	-1.024	.306	49.91	-.519	.604	56.87	2.779*	.005	
직관	36	44.97	49.28			48.26			47.04			52.97			40.40					
사고	49	50.30	-2.235	.814	57.67	-.245*	.025	49.97	-.348	.727	50.08	-.310	.757	54.17	-1.090	.276	50.05	.323	.746	
감정	52	51.66	44.71			51.97			51.87			48.01			51.89					
판단	48	53.54	-1.831	.406	56.84	-.927	.054	48.76	-.742	.458	55.42	-1.461	.144	47.72	-1.105	.269	57.43	2.155*	.031	
인식	53	48.70	45.71			53.03			47.00			53.97			45.18					

\*p&lt;.05

사료된다.

'감각-직관' 성격 유형 간 유의한 차이를 보인 의복 평가 요인은 동조성이었고, 감각형이 직관형보다 동조 성향이 높았다. 현실적이고 구체적인 특성을 갖는 감각형은 유행관심, 상징성, 경제성, 물리적 기능성 평가에서 직관형보다 더 높게 평가하는 경향을 보였으며, 개성 요인은 현상 그 자체보다 현상이 갖는 의미나 가능성에 관심을 갖는 직관형에게 더 중요한 평가 요인이었음을 알 수 있었다.

'사고-감정' 성격 유형 간 유의한 차이를 보인 의복 평가 요인은 상징성이었고, 사고형이 감정형보다 상징적, 과시적인 소비를 선호한다는 결과를 얻었다. 의사결정 시 남들을 고려하는 감정형은 역시 동조성과 유행에 관심이 높은 편이었다. 개성, 경제성, 물리적 기능성은 객관적, 분석적, 논리적인 사고형이 보다 더 높게 평가하리라고 예측했으나 경제성, 물리적 기능성은 오히려 감정형이 더 중요하게 생각하는 경향을 보였다.

'판단-인식' 성격 유형 간 유의한 차이를 보인 의복 평가 요인은 동조성이었고, 판단형이 인식형보다 동조 성향이 높았다. 사회의 질서나 규범에 성실한 판단형은 유행관심, 상징성, 경제성, 물리적 기능성을 보다 중요하게 생각할 것으로 예측했으나 경제성은 인식형이 더 중요하게 평가하였다. 개방적이고 자율적인 인식형은 역시 개성 요인을 높게 평가하였다.

### VIII 결 론

본 연구의 목적은 소비자의 성격 유형별 의복 평가의 차이를 밝히는 것이었다. 이론 연구에서 MBTI 성격 유형별 의복 평가의 차이를 예측했으며, 실증 연구로 검증하였다. 연구 결과, 성격 유형별 의복 평가의 차이는 부분적으로 지지되었으며, 결론은 다음의 세 가지로 정리해 보았다.

첫째, 성격 유형별 평균 순위 값이 유의한 차이를 보인 의복 평가는 유형별로 한 개 요인 씩 이었다. '외향-내향' 지표에서 외향형이 유행관심 평가에서 유의하게 높았다. 이는 외향형이 외부에 있는 타인과의 유대를 중시하고, 외부 환경에 대한 빠른 반응이나 의존성, 적극적인 표현력과 같은 특성을 갖기 때문일 것이다. '감각-직관' 지표에서 감각형이 동조성에서 유의하게 높게 평가하였다. 이는 감각형이 현실주의, 상식적, 인습적, 구체적인 것을 선호하여 현실을 받아들이고 현실에 순응하는 성향을 가졌기 때문일 것이다. '사고-감정' 지표에서 사고형이 상징성을 유의하게 높게 평가하였다. 유명한 점포나 유명상표를 이용하는 등의 상징성에 대한 사고형의 평가는 자신의 이론적이고 지배적, 성취적, 공격적인 성향을 반영한 것으로 볼 수 있다. '판단-인식' 지표에서 판단형이 통계적으로 유의하게 동조적인 성향을 갖았다. 이는 판단형이 갖는 통제

에의 욕구나 질서의식 같은 특성의 반영으로 해석할 수 있다.

둘째, 통계적으로 유의한 차이를 보이지는 않았지만 평균 순위에서 성격 유형별로 예측했던 의복 평가와 동일한 경향성을 확인할 수 있었다. 내향형은 순간적이기보다 지속적이고 개인적인 것을 선호하므로 경제성, 물리적 기능성, 상징성을 높게 평가하였다. 감각형은 실제적, 현실적, 경제적인 특성을 가지므로 유행관심, 경제성, 상징성, 물리적 기능성 평가를 보다 중요하게 생각하였으며, 실험적, 융통적, 독립적, 자유로운 특성을 가는 직관형은 개성 평가를 높게 하였다. 감정형은 사람에 대한 배려와 관심이 많고, 친화와 조화를 추구하므로 유행관심도 많고, 동조적인 성향을 보였다. 인식형은 자율적, 심미적, 충동적인 특성을 가지므로 개성적인 웃차림을 선호하는 경향이 있었다. 판단형은 통제욕구, 질서에 성실하므로 유행, 상징성, 물리적 기능성을 높게 평가한 것으로 볼 수 있다.

셋째, 통계적으로 유의한 차이를 보이지는 않았지만 평균 순위에서 성격 유형별로 예측했던 내용과 반대 경향을 보인 평가 요인이 있었다. 먼저 유행, 개성, 동조성에 대한 평가는 일반적으로 알려진 결과와 차이나는 경향을 보였다. 즉 개성은 주관적인 내향형의 특성이고 동조는 객관적인 외향형의 특성으로 설명되는 기준의 입장과 다르게 외향형이 개성 추구의 경향을 보였고 내향형이 동조적 성향을 보였다는 점이다. 그 동안의 연구에서 유행을 그 시대에 통용되는 의복 규범으로 간주하였기 때문에 유행과 동조가 유사 개념으로 설명되었고, 개성추구는 유행이나 동조와 반대 행동으로 설명되었다. 실제로 본 연구에서도 '감각-직관', '사고-감정', '판단-인식' 지표는 각각 유행과 동조성이 유사경향을 보였고 개성은 반대 경향의 성격 유형이 보다 선호함을 알 수 있었다.

이와 같은 기존 연구와 본 연구의 경향 차이에 대해 먼저 본 연구자는 두 가지로 의견을 제시해 보았다. 첫째, '외향-내향' 지표 하나로 유행관심, 동조, 개성이라는 의복 평가 요인을 변별하기 위해 적절하지 않았다고 생각하였다. 본 연구 결과에서도 유행관심은 '외향-내향' 지표가, 동조와 개성 요인은

'감각-직관', '판단-인식' 이 변별력 있는 지표로 나타났기 때문이다. 둘째, 개성 개념에 대한 새로운 해석적 접근이 필요하다고 사료되었다. 의복에 대한 개성추구가 유행이나 심미성과 동떨어진 단지 특이한 웃차림이라고 규정될 수도 있고, 심미적 범주 내에서 유행과 별개의 독특한 외모로 설명될 수도 있으며, 또는 유행 범주 내에서 대중 유행보다 앞선 웃차림으로 남과 구별되는 적극적인 외모 표현으로 설명될 수도 있다. 이처럼 개성을 새로운 관점에서 해석한다면, 외부세계에 대한 관심과 정보가 부족한 내향형은 의복 평가 시 정보적 동조를 할 것이며, 외부 정보에 민감하고, 표현적이고 적극적인 외향형이 개성적인 차림을 선호할 수 있을 것이다.

다음은 이론적 연구에서 예측했던 소비자 평가 경향과 실증적 연구에서 보여지는 소비자 평가 경향이 차이나는 결과를 확인하였다. 감정형은 경제성과 물리적 기능성 요인에, 인식형은 경제성 요인에 보다 의존적인 경향을 보였다. 이처럼 기준의 연구 결과와 차이나거나 본 연구의 예측과 다른 경향을 정확히 설명하려면 보다 체계적이고 구체적인 많은 후속 연구가 뒤따라야 할 것이다.

이상의 연구에서 성격 유형별로 소비자 행동이 차이날 것이라는 탐색적 입장은 확인되었다. 그러나 통계적으로 유의한 차이를 보인 결과가 적었다. 이는 본 연구 설계가 보다 구체적인 변수 설정 면에서 미흡했으며, 보다 체계적인 표집이 필요했다는 점을 반영하는 것이라고 생각한다. 이외에도 MBTI 성격 유형의 장점은 선호지표 간 역동적인 상호작용 효과를 해석하는데 있으나 본 연구에서는 MBTI 성격 유형이 의복 평가 행동을 설명할 수 있는지에 대한 가능성을 확인하고 싶었기 때문에 연구 변수를 4가지 선호지표로 단순하게 설계했다는 한계를 갖고 있다. 후속 연구로 성격 유형의 심리 기능이나 기질별 패션 소비자 행동의 차이를 밝힘으로써 보다 본격적인 용의 심리 유형론에 접근할 수 있으리라 생각된다.

지금까지 성격은 체계화하기 어려운 개별적인 반응으로 여겨졌으나 분명히 개인의 성격은 개별 소비자의 구매선택에 영향을 미쳐왔다. 성격은 사람의 내부에서 행동을 지시하고 이끌어 가는 중심체이다

(강혜원, 1998, p. 200). 따라서 성격 유형의 차이는 서로 다른 라이프 스타일을 형성할 것이며 기업의 시장세분화 전략에 아주 유용할 것이다(Schiffman & Kanuk, 1997). 나아가 세분 시장별로 소비자가 원하는 디자인, 색, 유행성, 상징성, 가격 등의 의류 제품 특성도 보다 뚜렷이 차이날 것이므로, 성격과 복식행동 연구 결과는 의류 브랜드 컨셉 전개 및 설정 등의 제품 전략에 유용한 자료가 될 것이다. 또 한 소비자 성격 유형별, 의류 가격의 중요도가 다를 것으로 가격 전략에 중요한 정보를 제공할 뿐 아니라 성격 유형별 의류 정보 수집과 정보 처리 방법이 다르므로 보다 효과적인 광고 제작이나 판매원 교육 등 판매 촉진 전략에 유용한 결과로 사용될 것이다.

## 참 고 문 헌

- 강혜원(1996). 의상사회심리학. 교문사, 198-223.
- 김미영(1989). 생활양식 유형과 의복 평가 기준에 관한 연구. 서울대학교 박사학위논문.
- 김정택 · 심혜숙 · 임승환(1999). 나의 모습, 나의 얼굴. 한국심리검사연구소. Keisey, D. and Bates, M. 저.
- 김정택 · 심혜숙 · 제석봉(1995). MBTI개발과 활용. 한국심리검사연구소.
- 김정훈(1998). 성격유형에 따른 재정 관련 태도 및 행동에 대한 이해. 소비자학연구, 9(2), 21-35.
- 나수임 · 한명숙(1986). 여고생의 복색 선호와 성격 특성과의 상관 연구. 한국의류학회지, 10(1), 37-45.
- 박광희 · 강혜원(1984). 여고생의 의복행동과 성격특성과의 상관 연구. 한국의류학회지, 8(1), 13-19.
- 박혜선(1991). 의복 동조에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 박화순(1995). 성격특성에 따른 색채의 속성별 의복색 선호도. 복식, 26, 87-100.
- 성화경 · 이옥희 · 유혜경(1994). 한국의류학회지에 게재된 논문 및 인용된 참고문헌 분석. 한국의류학회지, 18(5), 692-703.
- 오현정(1997). 의복품질의 개념구조와 평가경로. 서울대학교 박사학위논문.
- 유경숙(1996). 티셔츠 색 선호 외모 만족도와 외향성과의 관계. 복식, 28, 75-86.
- 유관순 · 신상옥(1984). 성격특성과 의상 홍미간의 상관관계 연구. 한국의류학회지, 8(4), 1-9.
- 이규해(1995). 의복가격의 다차원적 지각과 구매행동. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이명희 · 유경숙(1998). 외향성-내향성, 성별 및 연령과 의복 이미지 선호에 관한 연구. 대한가정학회지, 36(12), 105-114.
- 이미혜 · 이인자(1990). 성격차원이 선호 의복 상표 이미지에 미치는 영향 관계 연구. 대한가정학회지, 28(3), 13-24.
- 이부영(1998). 분석심리학. 일조각.
- 이현화 · 박찬부(1998). 지각자의 성격 변인에 따른 의복 단서의 인상효과에 관한 연구. 한국의류학회지, 22(3), 341-352.
- 정찬진 · 박신정 · 황선진(1991). 한국 의류활 연구의 현황과 재조명: 1959-1990. 한국의류학회지, 15(1), 28-37.
- 정하신(1985). 여고생의 성격특색과 의복선택 요인과의 상관관계 연구. 대한가정학회지, 23(4), 1-7.
- 홍성태(1999). 소비자의 심리유형별 구매행동의 차이에 관한 실증적 연구. 소비자학연구, 10(4), 1-22.
- Gould, Stephen J.(1991). Jungian analysis and psychological types: an interpretive approach to consumer choice behavior. *Advances in Consumer Research*, 18, 743-748.
- Kean, R. C., Mehlhoff, C., and Sorenson, R.(1988). Using the Myers-Briggs Type Indicator to assess student needs. *Clothing and Textile Research Journal*, 6(2), 37-42.
- Radeloff, D. J.(1991). Psychological types, color attribution, and color preference of clothing, textiles, and design students. *Clothing and Textile Research Journal*, 9(3), 59-67.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie L.(1997). Consumer Behavior. Prentice Hall, 6th Ed, 114-122.
- Sweat, S. J., Zentner M. A.(1985). Attributions toward female Appearance Styles, The psychology of fashion. MA: Heath, Lexington Books, 321-335.