韓國心理學會誌: 産業 및 組織
Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology
1994. Vol. 7, No. 1.

기업이미지를 나타내는 특성용어들의 요인구조 탐색·

유 태 용
광운대학교 산업심리학과

본 연구의 목적은 일상생활에서 사람이나 대상을 기술할 때 흔히 사용되는 특성용어들 중에서 기업의 이미지를 나타내기에 적절한 특성용어들을 찾아내고, 이러한 특성용어들에 내재되어 있는 요인구조를 밝히는 데 있다. 이를 위해 세 가지 연구를 수행하였다. 연구 1에서는 총 926명의 대학생들이 기업이미지를 나타내기 위한 770개의 특성용어들 각각이 얼마나 적절한지를 평정하였다. 연구 2에서는 총 755명의 대학생들이 연구 1에서 기업이미지를 나타내기에 적절하다고 평정된 332개의 특성용어들이 얼마나 좋거나 또는 나쁜 이미지를 나타내는지를 평정하였다. 연구 3에서는 연구 1에서 기업이미지를 나타내기에 적절하다고 밝혀진 332개의 특성용어들 중에서 적절성이 상대적으로 더 높은 157개의 특성용어들을 사용하여 총 764명의 대학생들이 5대 그룹(현대, 대우, 삼성, 럭키금성, 선경)의 이미지를 평정하였다. 이 자료를 요인분석하여 기업이미지를 나타내는 다섯 가지 요인을 발견하였다. 다섯 가지 요인들은 知性(31%), 生動性(27%), 非人間性(20%), 野性(12%), 堅實性(10%) 요인이었다. 이러한 요인에 기초하여 부수적으로 5대 그룹들 간의 이미지를 중다비교하였고, 다섯개 요인을 동시에 고려할 때 그룹이미지의 유사성을 알아보기 위해 군집분석을 실시하였다. 중다비교 결과, 삼성이 다섯개 차원에서 전반적으로 가장 좋은 이미지를 지니고 있는 반면 대우와 럭키금성은 다섯개 차원에서 상대적으로 낮은 평가를 받았다. 현대는 다른 기업에 비해 상대적으로 가장 비인간적으로 평가되었다. 군집분석을 한 결과, 대우와 럭키금성의 이미지와 삼성과 선경의 이미지가 전반적으로 유사하였다. 마지막으로 앞으로의 추가적인 연구과제와 연구의 시사점 및 제한점을 논의하였다.

Osgood(Osgood, 1952; Osgood & Susi, 1955)은 의미미분법을 통하여 대상이나 개념이 지니는 의미표상을 평가요인, 능력요인, 활동요인으로 나타낼 수 있다고 주장하였다. 장동환(1968)은 100개의 다른 대상이나 개념에 대한 평정에서 언어의 차이에도 불구하고 Osgood의 결과와 유사한 네 차원이 발견된다는 것을 보여주었다. 그의 연구에서 평가요인이 전체변량의 30%를 설명하여 가장 설명력이 큰 요인이었고, 능력요인은 13%, 활동요인은 7%, 정신적 요인은 전체변량의 6.9%를 설명하였다. 대상을 좁혀서 특성이론가들은 인간의 성격을 기술하기 위한 특성용어들을 사용하여 특성용어들에 내재되어 있는 요인구조를 밝혔다(예, Cattell, 1965; Eysenck, 1970; Norman, 1963). 사람의 성격을 나타낼 때 사용되는 특성용어들도 평가, 활동, 능력의 세차원으로 해석될 수 있다(한덕웅, 1993; Rosenberg, Nelson, & Vivekananthan, 1968). 한덕웅(1993)은 성격을 나타내는 78개의 특성용어들을 요인분석하여 장동환(1968)의 결과와 일치되게 세 차원 중에서 평가적 요인의 설명변량이 가장 크다는 것을 보고했다.

인간과 마찬가지로 조직은 하나의 역동적인

* 이 논문의 초고는 한국심리학회 1994년도 연차학술대회에서 발표되었음.
보다 개선된 논문이 되도록 조언을 해주신 세분의 심사위원들과 편집위원장께 감사드립니다.

체계로 간주된다(Morgan, 1986). Albert와 Whetten(1985)은 조직의 정체성을 정의하기 위한 세 가지 준거를 들었다. 그들에 의하면 조직이 하나의 독립된 존재로서의 정체성을 지니기 위해서는 핵심적인 성격을 지녀야 하고, 비교되는 다른 조직과 구별되는 독특성이 있어야 하고, 시간적으로 계속 존재하는 영속성을 지녀야 한다. 우리에게 친숙한 기업조직들도 핵심적인 성격을 지니고 독특성과 영속성이 있기 때문에 독자적인 정체성을 가지고 있다. 따라서 우리는 사람들에 대하여 이미지(예를 들어, 보수적이다, 이지적이다, 박력있다 등)를 형성하듯이, 정체성을 지닌 기업조직들에 대해서도 이미지를 지닐 수 있다. 즉, 각 기업들은 기업이념, 경영정책, 주력분야, 인사정책, 최고경영자의 이미지, 기업이미지 광고 등에서 서로 다르기 때문에 기업 외부의 사람들은 특정 기업에 대해 독특한 이미지를 형성하게 된다.

조직의 정체성과 조직의 이미지는 동전의 양면과 같이 매우 밀접하게 관련되어 있다. 조직이 정체성을 가지고 있으면 조직밖에 있는 사람들은 그 조직에 대해 자연스럽게 이미지를 형성하게 된다. 이미지(image)를 한마디로 정의하기란 쉽지 않다. Alvesson(1990)은 이미지를 '개인이 특정대상에 대하여 가지고 있는 내적 영상' 혹은 '대상에 대하여 타인으로부터 전달된 속성'이라고 정의하고, 이러한 정의를 기업이라는 대상에 적용하여 기업이미지는 '기업에 대한 개인의 정보처리 결과 또는 타인들로부터 전달된 속성에 의해 형성된 전체적이고 생생한 인상'이라고 정의하였다. Dutton과 Dukerich(1991)는 조직 외부의 사람들이 조직에 대하여 지니고 있는 특징적, 핵심적, 지속적인 속성이 무엇인지를 언급할 때 조직이미지라는 용어를 사용하였다.

Dutton, Dukerich 및 Harquail(1994)은 조직이미지라는 용어가 가지고 있는 두 가지 의미를 구분하였다. 한가지는 조직 외부의 사람들이 지니고 있는 신념에 초점을 두고 있고 다른 하나는 조직 내부의 사람들이 지니고 있는 신념에 초점을 두고 있다. 조직이미지의 첫 번째 의미는 한 조직을 다른 조직과 구별하는 것이 무엇인지에 대해 조직 외부의 사람들이 지니고 있는 신념을 뜻한다. 따라서 조직이미지의 첫 번째 의미는 조직의 이름과 관련된 조직명성(Fombrun & Shanley, 1990)이라는 개념과 유사하다. 두 번째 의미는 조직 외부의 사람들이 지니고 있는 이러한 신념에 대한 조직 내부 사람들의 자체 평가를 뜻한다. Dutton 등(1994)은 조직이미지의 두 번째 의미를 '추론된 외적 이미지(construed external image)'라고 언급하였다. 조직이미지의 이러한 두 가지 의미를 구분해서 다룰 필요가 있다. 왜냐하면 조직 내부의 사람들과 외부의 사람들이 조직에 관하여 서로 다른 정보들을 가질 수 있고 이러한 정보들을 해석할 때 서로 다른 가치와 목적을 가지고 있기 때문이다.

오늘날 기업들 간의 경쟁이 날로 치열해지기 때문에 기업들은 잠재적인 고객들에게 좋은 이미지를 유지하기 위해 많은 노력을 한다. 기업에 대한 좋은 이미지는 기업에 여러모로 도움을 준다. 예를 들어, 어떤 기업의 이미지가 좋으면 그 기업이 만든 상품에 대한 잠재적인 소비자들에게 좋은 인상을 주어서 다른 기업과의 경쟁에서 이길 수 있고 또한 우수한 인력들을 유치하여 조직의 효율성을 높일 수 있다. 잠재적인 지원자들이 직무를 선택할 때 조직의 이미지가 영향을 미친다(Belt & Paolillo, 1982; Gatewood, Gowan, & Lautenschlager, 1993). 특히 지원자들이 직무를 선택하는 과정에서 적은 정보만을 가지고 있을 때는 조직에 대한 전반적인 인상이 매우 강한 영향을 미친다(Rynes, 1991). 기업 외부의 일반인들에게 기업에 대한 좋은 이미지를 심어주기 위하여 기업들이 많은 투자를 하고 있는 현시점에서 기업의 속성에 대해 일반인들이 지각하고 있는 기업이미지는 중요한 연구주제로 여겨진다.

앞서 언급한 연구들(예, Cattell, 1965; Osgood, 1952)이 대상 및 개념의 특성이나 사람의 성격을 나타내는 특성용어들에 내재되어 있는 몇 가지 요인들을 밝힌 것처럼, 기업도 정체성을 지닌 하나의 지각대상으로 간주할 수 있기 때문에 기업이미지를 나타내는 특성용어들에 내재되어 있는 요인들을 밝힐 수 있는 것이다. 본 연구에서는 일상생활에서 타인의 성격을 지각할 때와 마찬가지로, 기업 외부의 사람들이 기업을 지각함에 있어, 하나의 생동하는 조직으로 독특한 이미지를 형성할 수 있다고 가정하

여, 기업이미지를 측정하기 위해 사용할 수 있는 특성용어들을 찾아내고, 이러한 특성용어들에 내재되어 있는 요인구조를 탐색적으로 밝혀보고자 한다.

전문적인 조사기관이나 기업 자체의 조사기관에서 일반인들이 지각하는 기업에 대한 이미지를 조사할 때, 특정 기업이 실시하고 있는 복지후생정책, 인사정책, 임금 등 기업의 구체적이고 사실적인 측면에 대한 그들의 의견을 조사하는 경우가 있다(리쿠르트, 1993). 이러한 경우에 조사에 응하는 사람들의 대부분은 기업의 구체적인 정책이나 실제 내용에 관한 정보를 가지고 있지 않아서 부적절한 응답을 하게 된다. 그러나 많은 사람들이 기업에 대하여 세부적인 정보를 가지고 있지는 않더라도 기업이미지 광고나 기타 대중매체를 통하여 나름대로 기업에 대한 전반적인 이미지를 형성할 수 있다. 따라서 기업이미지를 측정하기 위해서는 구체적인 사실에 대하여 묻기보다는 기업을 전체적으로 묘사하는 다양한 특성용어들를 사용하는 것이 바람직하다고 판단하였다. 이러한 근거로부터 본 연구에서는 기업이미지 측정을 위해서 특성용어들을 사용하였다.

본 연구의 최종목적은 기업이미지를 나타내는 특성용어들의 요인구조를 탐색적으로 파악(연구 3)하는 것이지만, 최종목적을 위해 먼저 기업의 이미지를 적절하게 나타내는 특성용어들을 선정하기 위한 조사(연구 1)를 실시하였고 연구 1로부터 적절하다고 판단된 특성용어들만을 사용하여 그러한 용어들이 기업의 얼마나 좋은 혹은 나쁜 이미지를 나타내는지를 알아내기 위한 조사(연구 2)를 실시하였다. 기업이미지를 나타내는 특성용어들의 요인구조를 파악하기 위한 자료를 얻기 위해서는 실제 기업에 대해 특성용어들을 사용하여 평정하도록 하거나 아니면 내현성격이론 연구(예, Rosenberg, Nelson, & Vivekananthan, 1968)에서처럼 특성용어들을 두개씩 짝지워서 일상생활에서 특성용어들의 의미가 얼마나 유사한지(공발생 구조)를 평정시켜서 자료를 수집할 수도 있다. 본 연구에서는 포함된 특성용어의 수가 많기 때문에 연구의 편의를 위해 평정자들에게 친숙한 실제 기업들을 사용하여 얻은 평정자료에 의해 기업이미지를 나타내는 특성용어들의 요인구조를 파악하였다.

연구 1: 적절성 평정 연구

연구 1은 기업이미지 측정에 사용될 수 있는 특성용어들을 가려내기 위하여 실시하였다. 기존의 많은 특성용어들이 인간의 성격을 나타내기 위해 주로 사용된 것이기 때문에 우선적으로 그러한 특성용어들 중에서 기업이미지 측정을 위해서 적절하게 사용할 수 있는 용어들을 가려낼 필요가 있다. 또한 연구 1을 위하여 기업이미지만을 나타내기 위해 사용할 수 있는 독특한 특성용어들도 예비조사를 통하여 수집하였다. 연구 1은 연구 2와 연구 3을 위한 기초자료를 제공하는 데 의의가 있다.

방법 및 절차

기업이미지에 관한 특성용어의 수집과정

기업도 개념적으로 의인화할 수 있는 대상이기 때문에 원래 사람의 성격을 나타내기 위해 사용된 특성용어의 대다수가 기업이미지에도 사용가능하리라고 판단하였다. 따라서 기업이미지를 나타낼 때 사용가능한 모든 특성용어들을 수집하기 위하여 다음과 같은 절차를 거쳤다. 먼저 한덕웅(1992)의 연구로부터 인물의 성격을 기술하는 785개의 특성용어들을 얻었다. 그는 이희승(1967)의 우리말 사전과 문교부가 편찬한 최현배(1956)의 우리말 말수 사용 잦기 조사로부터 성격을 나타내는 용어들을 가려내고 이에 덧붙여 자유반응방식으로 직접 수집한 자료(한덕웅, 1978)를 포괄하여 최종적으로 785개의 용어들을 얻었다. 그러나 한덕웅(1992)의 연구는 사람의 성격특성을 나타내는 대표적 용어들을 가려내어 그것들의 사용빈도, 호오도 및 사회적 바람직성을 조사하는 것이 목적이었다. 따라서 785개의 특성용어 목록에 포함되어 있지는 않지만 기업이미지를 나타내는 데 독특하게 사용될 수 있는 특성용어들이 있을 수 있고, 또 785개의 특성용어들 중에는 기업의 이미지를 나타내기에 부적합한 것이 있을 수 있다. 기업이미지를 나타낼 때 독특하게 사용될 수 있는 특성용어들을 수집하기 위하여 필자는 97명의 대학생들로부터 자유반응형식으로 특성용어들을 추가로 얻었다. 이들의 반응 중 한덕

웅(1992)의 785개 특성용어들과 중복되는 것은 빼고 기업이미지를 나타내는 것으로 추가로 수집된 특성용어들을 포함하여 931개의 특성용어들을 얻었다. 필자와 두명의 연구보조자는 931개의 특성용어들 중에서 사람의 성격을 나타내기에는 적절하지만 기업이미지를 나타내는 데는 부적합하다고 판단된 특성용어들을 제외시켜서 최종적으로 적절성 평정 설문지에 포함할 770개의 특성용어들을 가려냈다.

설문지 구성 및 적절성 평정방법

한 사람의 응답자가 770개의 특성용어들의 적절성을 전부 평정하는 것은 시간이 너무 많이 걸리고 전체에 대해 평정하더라도 지루함 때문에 불성실한 응답이 나올 가능성이 크다고 판단하여 770개의 특성용어들을 무선적으로 대략 3등분하여 세개의 설문지(A, B, C형)를 만들었다. A형은 261개의 특성용어들로 구성되었고 각 특성용어가 기업이미지를 나타내기 위해 얼마나 적절한지를 310명이 평정하였다. B형에는 260개의 특성용어가 포함되었고 각 특성용어의 적절성에 대해 309명이 평정하였다. 마지막으로 C형에는 249개의 특성용어가 있었고 307명이 각 특성용어의 적절성을 평정하였다. 설문지에서 특성용어들의 적절성 평정은 "매우 부적절"에서부터 "매우 적절"까지 7점 척도를 사용하여 이루어졌다. 적절성 평정은 1993년 10월에 대학 내 강의실에서 집단적으로 실시되었다. 적절성 평정에 소요된 시간은 지시를 포함하여 평균적으로 약 20분이었다.

피조사자

광운대학교와 성균관대학교에 재학중인 학생 총 926명이 기업이미지를 나타내는 특성용어의 적절성을 평정하는 설문지에 응답하였다. 이들은 각 대학에서 1993년도 2학기에 심리학 개론과 심리학 전공과목을 수강하는 학생들이었다. 이 중 남자는 572명이고 여자는 354명이었다. 이들의 평균연령은 만으로 약 22.4세였다.

결 과

총 770개의 특성용어들 중에서 기업이미지를 나타내기에 적절하다고 평정된(평균 4.0이상) 특성용어는 332개였다. 평정에 사용되었던 770개의 특성용어들의 목록과 적절성 평정결과는 이 논문의 마지막 부분의 **부록 I**에 제시하였다. 770개의 특성용어들 중에서 적절성이 가장 높게 평정된(평균 5.50이상) 26개의 특성용어들만의 평균 및 표준편차를 **표 1**에 제시하였다.

표 1. 기업이미지를 나타내는 적절성이 높게 평정된 특성용어들

순위	특성용어	평균	표준편차
1	이윤추구적이다	6.04	1.31
2	미래지향적이다	6.03	1.30
3	생산적이다	6.01	1.17
4	조직적이다	6.00	1.13
5	실리적이다	5.86	1.21
6	현실적이다	5.80	1.31
7	전망이 밝다	5.74	1.37
8	합리적이다	5.72	1.17
9	경쟁적이다	5.68	1.36
10	혁신적이다	5.66	1.36
11	진취적이다	5.65	1.48
12	건설적이다	5.64	1.31
13	능률적이다	5.63	1.33
14	발전적이다	5.62	1.31
15	계산적이다	5.61	1.44
16	실질적이다	5.61	1.16
17	체계적이다	5.60	1.28
18	창의적이다	5.60	1.47
19	탄탄하다	5.59	1.46
20	도약적이다	5.57	1.27
21	잠재력있다	5.57	1.35
22	전략적이다	5.57	1.36
23	야심적이다	5.56	1.39
24	건실하다	5.56	1.45
25	창조적이다	5.55	1.63
26	능동적이다	5.51	1.41

주. 평균에서 5.00은 적절한 편, 6.00은 상당히 적절, 7.00은 매우 적절함을 나타냄. 평균이 같더라도 소수점 세자리에서 반올림했기 때문에 순위가 다름.

표 1에서 보듯이 이윤추구적이다(M=6.04, SD=1.31), 미래지향적이다(M=6.03, SD=1.30), 생산적이다(M=6.01, SD=1.17), 조직적이다(M=6.00,

SD=1.13), 실리적이다(M=5.86, SD=1.21) 등의 특성용어들이 기업이미지를 나타내는 적절성에서 가장 높게 평정되었다.

연구 2: 호오도 평정 연구

연구 1의 결과로부터 기업이미지를 나타내기에 적절한 332개의 특성용어들을 가려낸 후, 이러한 332개의 특성용어가 기업에 대해 얼마나 좋은 이미지를 나타내는 것인지 아니면 나쁜 이미지를 나타내는 것인지를 평정하였다. 연구 2는 앞으로의 기업이미지 연구에서 각 특성용어들의 호오도에 관한 기초자료를 제공하는 데 의의가 있다.

방법 및 절차

설문지 구성 및 호오도 평정방법

연구 2에서도 연구 1과 마찬가지로 각 응답자가 332개의 특성용어들의 호오도를 전부 평정하기에는 시간이 많이 걸리고 전부에 대해 평정하더라도 지루함 때문에 불성실한 응답이 나올 가능성이 크다고 판단하여 332개의 특성용어들을 무선적으로 대략 2등분하여 두개의 설문지(A, B형)를 만들었다. A형에는 166개의 특성용어가 포함되었고 각 특성용어가 얼마나 좋거나 혹은 나쁜 기업이미지를 나타내는지를 370명이 평정하였다. B형에는 166개의 특성용어가 포함되었고 각 특성용어의 호오도에 대해 385명이 평정하였다. 설문지에서 특성용어들의 호오도 평정은 "매우 나쁜"에서부터 "매우 좋은"까지 7점 척도를 사용하여 이루어졌다. 호오도 평정은 1994년 4월에 대학 내 강의실에서 집단적으로 실시되었다. 호오도 평정에 소요된 시간은 지시를 포함하여 평균적으로 약 15분이었다.

피조사자

광운대학교와 성균관대학교에 재학중인 총 755명의 학생들이 연구 1의 결과 기업이미지를 적절하게 나타낸다고 판단된 332개의 특성용어들의 호오도 평정에 참가하였다. 이들은 각 대학에서 1994년도 1학기에 심리학 개론과 심리학 전공과목을 수강하는 학생들이었다. 이 중 남자는 575명이고 여자는 180명이었다. 이들의 평균연령은 만으로 약 20.2세였다.

결 과

기업이미지를 나타내기에 적절하다고 판단된 332개 특성용어들의 목록과 그러한 용어들에 대한 호오도 평정결과를 부록 II에 제시하였다. 332개의 특성용어들 중에서 "상당히 나쁜" 이미지를 나타내는 것에서부터 "상당히 좋은" 이미지를 나타내는 것으로 평정된 30개 특성용어들만의 평균과 표준편차를 7점 척도에서의 호오도 범주에 따라 표 2에 제시하였다.

표 2. 7점 척도에서 좋거나 나쁜 기업이미지를 나타내는 대표적 특성용어들

호오도 (척도치)	특성용어	평균	표준편차
상당히 좋은 (6.00)	미래지향적이다	6.00	1.10
	전망이 밝다	5.91	1.14
	세계적이다	5.83	1.31
	창조적이다	5.81	1.36
	근면하다	5.72	1.14
	국제적이다	5.72	1.21
좋은 편 (5.00)	지구력이 있다	5.01	1.15
	매력적이다	5.01	1.24
	풍부하다	5.00	1.11
	든든하다	5.00	1.01
	꿋꿋하다	5.00	1.00
	산뜻하다	4.99	.98
중립적 (4.00)	서구적이다	4.06	1.05
	저돌적이다	4.05	1.29
	엄하다	4.03	1.04
	돌격적이다	3.97	1.24
	직선적이다	3.96	1.02
	고집스럽다	3.94	1.05
나쁜 편 (3.00)	완고하다	3.06	1.16
	냉혹하다	3.05	1.41
	전근대적이다	2.98	1.42
	자독하다	2.95	1.56
	권위적이다	2.95	1.38
	구태의연하다	2.95	1.12
상당히 나쁜 (2.00)	착취적이다	2.23	1.59
	신뢰롭지 못하다	2.12	1.39
	부도덕하다	2.03	1.45
	야비하다	2.02	1.43
	악랄하다	2.00	1.48
	썩었다	2.00	1.51

표 2에서 보듯이, 평정에 있어서 양극단에 있는 범주를 사용하지 않는 중앙집중 경향성 때문에 매우 좋거나(척도치 7.00) 매우 나쁜(척도치 1.00) 범주에 속하는 특성용어들은 없었다. 332개의 특성용어들 중에서 기업의 가장 좋은(호의적인) 이미지를 나타내는 특성용어는 미래지향적이다(M=6.00, SD=1.10), 전망이 밝다(M=5.91, SD=1.14), 세계적이다(M=5.83, SD=1.31) 등이었고, 중립적인 기업이미지를 나타내는 특성용어는 서구적이다(M=4.06, SD=1.05), 저돌적이다(M=4.05, SD=1.29), 엄하다(M=4.03, SD=1.04) 등이었다. 332개의 특성용어들 중에서 가장 나쁜(비호의적인) 이미지를 나타내는 특성용어는 썩었다(M=2.00, SD=1.51), 악랄하다(M=2.00, SD=1.48), 야비하다(M=2.02, SD=1.43) 등이었다.

연구 3: 특성용어들의 요인구조 및 5대그룹 이미지 비교 연구

연구 3의 주요목적은 기업이미지를 나타내기에 적절한 특성용어들에 내재되어 있는 요인구조를 탐색적으로 알아내는 것이었다. 부수적으로, 밝혀진 요인구조의 유용성과 적합성을 검토해보기 위한 한가지 예로서 국내 5대그룹(현대, 대우, 삼성, 럭키금성, 선경)의 이미지를 각 요인별로 중다비교해 보고, 5대그룹에 대한 군집분석을 통하여 그룹들 간의 이미지의 유사성을 알아보았다.

방법 및 절차

설문지 구성 및 평정방법

연구 3에서는 연구 1로부터 기업이미지를 나타내기에 "적절한 편" 이상(평균이 5.00이상)으로 평정된 92개의 특성용어에다 "반반"과 "적절한 편" 사이로 평정된(평균이 4.00이상이고 5.00미만) 241개의 특성용어들 중에서 65개를 추가하여 총 157개의 특성용어를 포함하는 설문지를 구성하였다. 다음의 두 가지 이유 때문에 241개 특성용어들 중에서 65개만을 추가하였다. 첫째, 필자가 "반반"과 "적절한 편" 사이로 평정된 241개 특성용어들을 면밀히 검토해보았을 때 65개만이 일상적으로 사용되는 용어의 의미가 기업이미지를 나타내기에 적절하다고 판단되었다. 물론 특성용어들에 대한 평정치만을 고려한다면 241개 모두를 추가해야겠지만 이것들은 적절-부적절에 대한 7점 척도의 중간점(4.00)에서 평균적으로 약간 위쪽에 평정된 것이므로 필자가 판단하기에는 그다지 적절하지 않은 것들도 포함되어 있었다. 따라서 중간점에 가깝게 평정된 특성용어들에 대해서는 전적으로 통계적으로 계산된 평정치에 의존하기보다는 이성적 판단에 의해 적절한 것들을 가려낼 필요가 있다고 생각하여서 필자의 판단에 의해 65개만을 추가하였다. 둘째, 자료수집에 관련된 현실적인 문제들도 고려하였다. 만일 241개 특성용어들을 모두 포함하여 한사람이 특정기업에 대한 333개의 특성용어들을 평정하는 설문지를 구성할 경우 평정의 지루함 때문에 불성실한 응답이 예상되었다. 따라서 가급적이면 특성용어들의 수를 줄이고자 했다.

이러한 과정을 거쳐 157개의 특성용어들을 포함하는 설문지를 구성한 후, 요인분석뿐만 아니라 기업 간의 이미지 비교가 동시에 가능하도록 하기 위하여 국내 5대그룹인 현대, 대우, 삼성, 럭키금성, 선경을 평정대상으로 하여 157개 특성용어들이 각 기업의 이미지를 얼마나 잘 나타내는지를 평정하였다. 즉, 설문지에 포함된 157개의 특성용어들은 동일하지만 설문지 표지에 응답자들이 평정할 그룹의 이름을 다르게 하여 다섯 가지 설문지를 만들었다. 본 연구에서는 1994년 공정거래위 발표 자산기준(경향신문, 1994a)에 따라 자산이 큰 순서대로 현대, 대우, 삼성, 럭키금성, 선경그룹만을 선정하였다. 다섯개 그룹 각각에 대하여 서로 다른 사람들이 평정하였는데, 현대의 평정에 155명, 대우의 평정에 158명, 삼성의 평정에 152명, 럭키금성의 평정에 149명, 선경의 평정에 150명이 참가하였다. 설문지에서의 평정은 특성용어들이 각 그룹을 나타내는 데 얼마나 적절한지에 따라 "매우 부적절"에서부터 "매우 적절"까지 7점 척도를 사용하여 이루어졌다. 이러한 기업이미지 평정은 1994년 6월 대학 내 강의실에서 집단적으로 실시되었다. 각 그룹의 이미지 평정에 소요된 시간은 지시를 포함하여 평균적으로 약 15분이었다.

피조사자

광운대학교와 성균관대학교에 재학중인 학생 총 764명이 5대그룹 이미지 평정에 참가하였다. 이들은 각 대학에서 1994년도 2학기에 심리학 개론과 심리학 전공과목을 수강하는 학생들이었다. 이 중 남자는 545명이고 여자는 219명이었다. 이들의 평균연령은 만으로 약 20.4세였다. 이들이 평정한 기업은 규모로 볼 때 국내에서 손꼽히는 5대 그룹이었기 때문에 피조사자들은 그룹의 이미지광고, 상품구매 경험, 신문기사 등 다양한 경로나 매체를 통하여 5대 그룹에 대한 전반적 이미지를 가지고 있다고 가정하였다. 또한 5대 그룹의 현저성에 근거하여 그들이 평정한 그룹에 대한 사전 인지도에도 큰 차이가 없다고 가정하였다.

자료분석 방법

요인분석, 중다비교, 군집분석을 위하여 SAS를 이용하였다. 기업이미지를 적절하게 나타내는 특성용어들에 내재되어 있는 요인구조를 알아내기 위하여 공통요인분석을 하였다. 요인분석을 주성분 분석으로 할 것인지 아니면 공통요인 분석으로 할 것인지는 분석자가 요인분석을 하는 목적과 변수들의 변량에 대하여 사전에 알고 있는 지식의 정도에 따라 결정한다(Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1992). 주성분 분석이 적합한 경우는 변수들의 변량을 최대한 설명하는 최소의 요인을 추출하고자 하는 목적을 지니고 있고 총변량 중에서 특수변량이나 오차변량이 적다는 사전 지식이 있을 때이다. 하지만 본 연구의 목적은 기업이미지를 나타내는 특성용어들 속에 내재되어 있는 요인구조를 알아내는 것이고 특수변량이나 오차변량의 정도에 대한 사전 지식이 없으므로 공통요인분석이 더 적합할 것이다. 공통요인분석에서 공통변량의 초기치는 중다상관자승(SMC)으로 하였고, 요인의 추출은 주축요인법으로 하였고, 회전은 Varimax법으로 하였다.

결 과

요인분석 결과

기업이미지를 나타내는 157개의 특성용어들에 대한 평정을 요인분석한 결과, Scree검사와 요인의 해석가능성을 고려하여 기업이미지를 나타내는 특성용어들에 내재되어 있는 요인의 수를 최종적으로 5개로 할 때 요인들의 해석이 가장 적절하다고 판단하였다. 따라서 157개의 특성용어들 중에서 5개 요인들과의 요인부하량이 모두 .30미만인 3개의 특성용어(원칙적이다, 대중적이다, 일률적이다)를 제외한 154개의 특성용어들에 대한 평정을 요인수를 5개로 고정하여 최종적인 요인분석을 하였다. **표 3**에는 각 요인에 대한 특성용어들의 요인부하량, 특성용어의 공통변량(h^2), 요인의 고유치, 요인의 설명비율, 요인들의 누적설명비율이 제시되어 있다.

표 3에서 보듯이 기업이미지를 나타내는 154개의 특성용어들 모두의 요인부하량이 .30이상이었다. 또한 특성용어들의 공통변량 역시 대부분이 .40이상이었다. 이러한 결과는 5개요인이 특성용어들을 상당히 잘 나타내고 있음을 시사한다.

총공통변량(74.79)의 31%를 설명하는 첫 번째 요인에는 55개의 특성용어들이 포함되어 있는데, 가장 높은 요인부하량을 나타내는 특성용어들은 꼼꼼하다(.67), 슬기롭다(.64), 정확하다(.63), 논리적이다(.63), 틀림없다(.63) 등으로 정확하고 이지적인 이미지를 나타내고 있다. 따라서 첫 번째 요인을 '知性' 요인으로 명명하였다.

총공통변량의 27%를 설명하는 두 번째 요인에는 45개의 특성용어들이 포함되어 있는데, 발전적이다(.68), 도전적이다(.66), 창조적이다(.65), 혁신적이다(.65), 진취적이다(.65) 등의 특성용어가 가장 높은 부하량을 나타내었다. 이러한 특성용어들은 기업의 생동감, 활기, 발전가능성, 미래지향성 등을 나타내고 있어서 두 번째 요인을 '生動性' 요인으로 명명하였다.

총공통변량의 20%를 설명하는 세 번째 요인에는 31개의 특성용어들이 포함되어 있는데, 가장 높은 부하량을 나타내는 특성용어들은 몰인정하다(.75), 위선적이다(.74), 돈밖에 모른다(.74), 비인간적이다(.74), 이기적이다(.74) 등으로 기업의 비인간성, 몰인정, 비정함, 야박함을 나타내고 있다. 따라서 세 번째 요인을 '非人間性' 요인이라고 명명하였다.

총공통변량의 12%를 설명하는 네 번째 요인에는 11개의 특성용어들이 포함되어 있는데, 박력

표 3. 기업이미지를 나타내는 특성용어들의 요인구조

요인 I: 知性요인 (α=.98)			요인 II: 生動性요인 (α=.98)			요인 III: 非人間性요인 (α=.95)			요인 IV: 野性요인 (α=.91)			요인 V: 堅實性요인 (α=.83)		
특성용어	요인부하	h2	특성용어	요인부하	h2	특성용어	요인부하	h2	특성용어	요인부하	h2	특성용어	요인부하	h2
꼼꼼하다	.67	.53	발전적이다	.68	.64	몰인정하다	.75	.64	박력있다	.55	.53	튼튼하다	.54	.48
슬기롭다	.64	.58	도전적이다	.66	.54	위선적이다	.74	.67	남성적이다	.55	.40	탄탄하다	.52	.47
정확하다	.63	.57	창조적이다	.65	.63	돈밖에모른다	.74	.65	대담하다	.54	.58	견실하다	.44	.45
논리적이다	.63	.49	혁신적이다	.65	.58	비인간적이다	.74	.62	저돌적이다	.54	.44	강하다	.44	.43
틀림없다	.63	.49	진취적이다	.65	.57	이기적이다	.74	.59	화끈하다	.54	.56	크다	.43	.42
지성적이다	.60	.47	창의적이다	.64	.67	인간미없다	.71	.59	대범하다	.54	.55	조직적이다	.42	.34
산뜻하다	.60	.49	도약적이다	.63	.56	약삭빠르다	.70	.54	집념이강하다	.50	.54	경제적이다	.42	.38
모범적이다	.60	.64	동적이다	.62	.51	기회주의적이다	.69	.54	당당하다	.48	.55	빈틈없다	.41	.45
깔끔하다	.60	.48	독창적이다	.61	.56	차갑다	.68	.49	웅대하다	.45	.45	실질적이다	.37	.27
세련미있다	.59	.47	생동감있다	.61	.52	계산적이다	.67	.51	근성있다	.45	.46	생산적이다	.36	.39
야무지다	.59	.53	생동적이다	.60	.61	인색하다	.66	.48	강력하다	.41	.54	계획적이다	.34	.26
현명하다	.59	.54	활기있다	.58	.65	소비조장적이다	.66	.47				부실하다	-.45	.41
사리판단이밝다	.59	.42	참신하다	.58	.57	이윤추구적이다	.64	.50						
도덕적이다	.59	.59	의욕적이다	.58	.50	기만적이다	.63	.49						
날카롭다	.58	.48	열의있다	.57	.54	물질적이다	.63	.47						
신빙성있다	.58	.57	실천적이다	.57	.50	냉정하다	.62	.42						
체계적이다	.57	.55	역동적이다	.56	.60	타산적이다	.57	.39						
매력적이다	.57	.52	패기있다	.56	.64	개인주의적이다	.57	.34						
학구적이다	.57	.43	과감하다	.56	.54	이해타산적이다	.56	.40						
양심적이다	.57	.58	적극적이다	.56	.63	관료적이다	.55	.38						
곧다	.56	.57	열성적이다	.56	.49	정치적이다	.54	.32						
근면하다	.55	.58	행동적이다	.54	.62	공격적이다	.51	.34						
완벽하다	.55	.45	활동적이다	.54	.60	실리적이다	.50	.41						
세밀하다	.55	.52	개성있다	.54	.45	완고하다	.50	.29						
예리하다	.54	.42	건설적이다	.54	.59	깐깐하다	.48	.27						
애국적이다	.54	.47	새롭다	.53	.55	사무적이다	.47	.33						
친근하다	.53	.49	미래지향적이다	.53	.59	수단좋다	.46	.27						
외유내강이다	.53	.40	힘차다	.53	.47	보수적이다	.45	.32						
성실하다	.53	.56	진보적이다	.52	.47	현실적이다	.40	.28						
호감이간다	.52	.50	아심적이다	.51	.42	표리부동하다	.35	.13						
전도양양하다	.52	.43	알차다	.51	.59	직선적이다	.31	.21						
끈기있다	.51	.48	능동적이다	.50	.53									
이지적이다	.51	.32	부지런하다	.48	.44									
사회봉사적이다	.50	.46	자율적이다	.47	.44									
신뢰롭다	.50	.52	짐제력있다	.47	.44									
인간적이다	.50	.58	개방적이다	.46	.42									
유능하다	.50	.58	자신감이넘친다	.46	.60									
일관성있다	.50	.38	능률적이다	.45	.52									
질서가있다	.50	.48	결단성있다	.45	.52									
치밀하다	.48	.49	신속하다	.44	.39									
풍요롭다	.48	.40	주도적이다	.43	.48									
합리적이다	.47	.50	세계적이다	.41	.58									
풍부하다	.47	.54	과학적이다	.40	.39									
효율적이다	.47	.48	단결력있다	.39	.37									
능력있다	.45	.64	경쟁적이다	.37	.35									
책임감있다	.45	.53												
건실하다	.44	.50												
전망이밝다	.43	.54												
지도력있다	.42	.49												
철저하다	.40	.44												
국제적이다	.39	.50												
서구적이다	.39	.23												
전략적이다	.39	.43												
협동적이다	.39	.41												
자립적이다	.36	.37												
고유치	23.15			20.44			15.14			8.57			7.49	
설명비율	.31			.27			.20			.12			.10	
누적설명비율	.31			.58			.78			.90			1.00	

있다(.55), 남성적이다(.55), 대담하다(.54), 저돌적이다(.54), 화끈하다(.54) 등의 특성용어가 가장 높은 부하량을 보였다. 이러한 특성용어들은 기업의 저돌성, 박력, 남성다움을 나타내고 있어서 네 번째 요인을 '野性' 요인으로 명명하였다.

마지막으로 총공통변량의 10%를 설명하고 있는 다섯 번째 요인에는 12개의 특성용어들이 포함되어 있는데, 튼튼하다(.54), 탄탄하다(.52), 부실하다(-.45), 견실하다(.44), 강하다(.44), 등의 특성용어들이 높은 요인부하량을 나타내었다. 이러한 특성용어들은 기업의 견고성, 안정성을 나타내기 때문에 다섯 번째 요인을 '堅實性' 요인으로 명명하였다.

다섯개 요인들의 신뢰도 계수(Cronbach Alpha)를 계산한 결과, 각각 .98(知性요인), .98(生動性요인), .95(非人間性요인), .91(野性요인), .83(堅實性요인)으로 모두 높게 나왔다.

5대 그룹의 이미지 종다비교 결과

국내 5대그룹에 대한 이미지를 앞에서 밝혀진 5개요인에 따라 종다비교하기 위하여, 평정자마다 각 요인에 포함되는 특성용어들에 대한 평정의 평균을 구하여 각 요인에 대한 척도점수로 하였다. 다섯개 요인별로 5대그룹에 대한 척도점수의 평균과 표준편차를 나타낸 것이 **표 4**이고, 5대그룹에 대한 요인별 이미지를 보다 쉽게 파악하기 위하여 **표 4**를 도식적으로 나타낸 것이 **그림 1**이다.

표 4. 5대그룹의 5개 요인별 척도점수 평균과 표준편차

	지성요인	생동성요인	비인간성요인	야성요인	견실성요인
현 대	4.32(.79)	4.55(.90)	4.47(.90)	4.64(.84)	4.81(.67)
대 우	4.14(.79)	4.45(.83)	4.17(.74)	4.32(.88)	4.40(.67)
삼 성	4.70(.79)	5.01(.85)	4.22(.80)	4.66(.85)	5.00(.67)
럭키금성	4.29(.73)	4.41(.81)	4.15(.70)	4.23(.81)	4.53(.66)
선 경	4.61(.67)	4.79(.70)	3.65(.69)	4.33(.77)	4.63(.56)

주. 괄호 안은 표준편차를 나타냄.

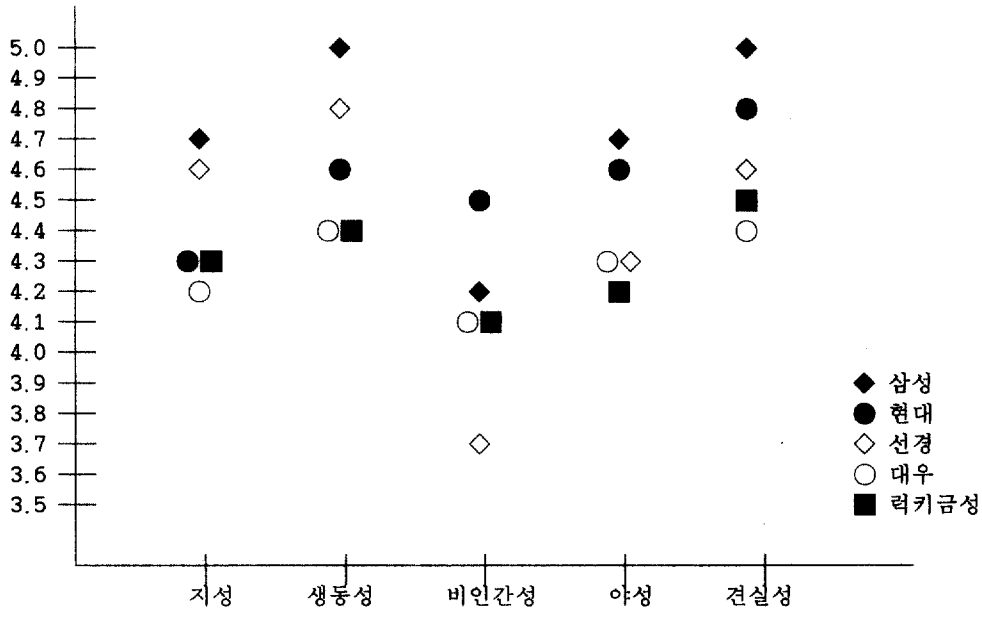


그림 1. 다섯개 요인에 의한 5대그룹의 이미지 비교 도표

지성요인에서 가장 높게 평정된 기업은 삼성(4.70)이고, 가장 낮게 평정된 기업은 대우(4.14)였다. 생동성요인에서는 가장 높게 평정된 기업은 역시 삼성(5.01)이었고, 가장 낮게 평정된 기업은 럭키금성(4.41)이었다. 5대그룹 중에서 네 기업이 비인간적이라고 평정되었는데 그 중에서 가장 비인간적이라고 평정된 기업은 현대(4.47)이었고, 유일하게 선경(3.65)만이 비교적 인간적이라고 평정되었다. 야성요인에서 가장 높게 평정된 기업은 삼성(4.66)이었지만 현대(4.64)도 거의 비슷한 평균을 나타내었고, 야성적 측면에서 가장 낮게 평정된 기업은 럭키금성(4.23)이었다. 견실성요인에서 가장 높게 평정된 기업은 삼성(5.00)이었고, 가장 낮게 평정된 기업은 대우(4.40)였다.

5대그룹의 척도점수를 일원변량분석한 결과, 다섯개 요인 모두에서 5대그룹에 대한 척도점수의 평균은 .001수준에서 통계적으로 유의하게 달랐다. 각 요인별로 결과를 살펴보면, 지성요인에서 $F_{4,759}$=14.46, p<.001, ω^2=.07이었고, 생동성요인에서 $F_{4,759}$=14.38, p<.001, ω^2=.07이었고, 비인간성요인에서 $F_{4,759}$=22.61, p<.001, ω^2=.10이었고, 야성요인에서 $F_{4,759}$=8.79, p<.001, ω^2=.04이었고, 견실성요인에서 $F_{4,759}$=20.34, p<.001, ω^2=.09이었다.

각 요인에서 5대그룹에 대한 척도점수의 평균들 간의 차이를 세부적으로 살펴보기 위하여 가장 보수적인 방법인 Scheffe검증에 의해 중다비교를 하였다. 그 결과, 지성요인에서 가장 높게 평정된 삼성(4.70)은 현대(4.32), 럭키금성(4.29), 대우(4.14)와 .05수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 또한 지성요인에서 두 번째로 높게 평정된 선경(4.61)도 현대, 럭키금성, 대우와 .05수준에서 유의한 차이가 있었다. 지성요인에서 가장 높게 평정된 두 기업인 삼성과 선경의 평균간에는 .05수준에서 유의한 차이가 없었고, 현대, 럭키금성, 대우의 평균들 간에도 .05수준에서 유의한 차이가 없었다. 이러한 중다비교 결과를 종합해 보면, 지성요인에서는 삼성과 선경의 이미지가 유사하게 높게 평정되었고 현대, 럭키금성, 대우의 이미지가 유사하며 삼성과 선경에 비해 이러한 세 기업의 지성적 이미지가 상대적으로 낮게 평정되었음을 알 수 있다.

생동성요인에서 가장 높게 평정된 삼성(5.01)은 지성요인에서와 마찬가지로 현대(4.55), 대우(4.45), 럭키금성(4.41)과 .05수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 또한 생동성요인에서 두 번째로 높게 평정된 선경(4.79)은 대우, 럭키금성과 .05수준에서 유의한 차이가 있었다. 생동성요인에서 삼성과 선경, 선경과 현대의 평균간에는 .05수준에서 유의한 차이가 없었고, 현대, 대우, 럭키금성의 평균들 간에도 .05수준에서 유의한 차이가 없었다. 이러한 중다비교 결과를 종합해 보면, 생동성요인에서 선경과 현대의 이미지가 .05수준에서 유의하게 다르지는 않지만 전반적으로는 지성요인의 결과와 비슷하게 여전히 삼성과 선경의 이미지가 유사하게 높게 평정되었고 현대, 대우, 럭키금성의 이미지가 생동적인 면에서 삼성과 선경에 비해 상대적으로 낮게 평정되었음을 알 수 있다.

비인간성요인에서 가장 높게 평정된 현대(4.47)는 대우(4.17), 럭키금성(4.15), 선경(3.65)과 .05수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 또한 비인간적인 면에서 가장 낮게 평정된 선경(3.65)은 삼성(4.22), 대우(4.17), 럭키금성(4.15)과 .05수준에서 유의한 차이가 있었다. 비인간성요인에서 가장 높게 평정된 두 기업인 현대와 삼성의 평균간에는 .05수준에서 유의한 차이가 없었다. 삼성과 대우, 삼성과 럭키금성, 대우와 럭키금성의 평균간에도 .05수준에서 유의한 차이가 없었다.

야성요인에서 가장 높게 평정된 삼성(4.66)은 선경(4.33), 대우(4.32), 럭키금성(4.23)과 .05수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 또한 야성요인에서 두 번째로 높게 평정된 현대(4.64)도 선경, 대우, 럭키금성과 .05수준에서 유의한 차이가 있었다. 야성요인에서 가장 높게 평정된 두 기업인 삼성과 현대의 평균간에는 .05수준에서 유의한 차이가 없었고, 선경, 대우, 럭키금성의 평균들 간에도 .05수준에서 유의한 차이가 없었다. 이러한 중다비교 결과를 종합해 보면, 야성요인에서는 삼성과 현대

의 이미지가 유사하게 높게 평정되었고 선경, 대우, 럭키금성의 이미지가 유사하며 삼성과 현대에 비해 이들 세 기업의 야성적 이미지는 상대적으로 낮음을 알 수 있다.

견실성요인에서 가장 높게 평정된 삼성(5.00)은 야성요인과 유사하게 선경(4.63), 럭키금성(4.53), 대우(4.40)와 .05수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 또한 견실성요인에서 두 번째로 높게 평정된 현대(4.81)는 럭키금성, 대우와 .05수준에서 유의한 차이가 있었다. 견실성요인에서 삼성과 현대, 현대와 선경의 평균 간에는 .05수준에서 유의한 차이가 없었고, 선경, 럭키금성, 대우의 평균들 간에도 .05수준에서 유의한 차이가 없었다. 이러한 중다비교 결과를 종합해 보면, 견실성요인에서 현대와 선경의 이미지가 .05수준에서 유의하게 다르지는 않지만 전반적으로는 야성요인의 결과와 비슷하게 여전히 삼성과 현대의 이미지가 유사하게 높게 평정되었고 선경, 럭키금성, 대우의 이미지가 견실성요인에서 삼성과 현대에 비해 상대적으로 낮게 평정되었음을 알 수 있다.

5대 그룹의 이미지 군집분석 결과

기업의 이미지를 나타내는 5개요인으로 밝혀진 지성요인, 생동성요인, 비인간성요인, 야성요인, 견실성요인을 동시에 고려하여 국내 5대 그룹 이미지간의 유사성을 포괄적으로 알아보기 위한 목적으로 군집분석을 하였다. 대상들을 묶기 위한 여러 가지 방법들 중에서 가장 최상으로 여겨지는 방법은 없으며 어떤 방법을 사용하느냐에 따라 서로 다른 군집결과가 산출된다(Manly, 1986). 따라서 본 연구에서는 다양한 군집방법들을 사용하여 분석해 보았다. 이러한 분석결과들은 비교적 유사하였지만 평균연결법에 의한 결과가 해석하기에 가장 용이하고 일반인들이 5대 그룹에 대하여 지니고 있는 종합적 이미지를 가장 잘 반영하고 있다고 판단하여 평균연결법에 의해 얻어진 Dendrogram을 **그림 2**에 제시하였다.

그림 2에서 보듯이, 기업이미지를 나타내는 5개요인을 함께 고려해 볼 때 가장 먼저 유사하게 묶이는 기업이 대우와 럭키금성이고, 이 두 기업은 현대와 함께 묶여서 하나의 군집을 이루고, 다음으로 삼성과 선경이 함께 유사하게 묶이고, 마지막으로 삼성과 선경이 이루는 군집이 현대, 대우, 럭키금성이 이루는 군집과 묶여지는 것을 알 수 있다.

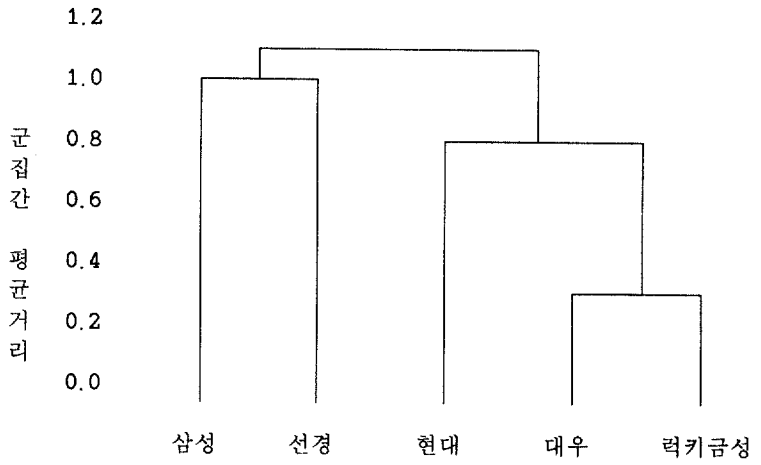


그림 2. 다섯가지 요인에 의한 5대그룹의 군집분석 결과 (Dendrogram)

종합 논의

본 연구의 주요목적은 기업이미지를 나타내는 특성용어들에 내재되어 있는 요인구조를 발견하는 것이었다. 이러한 목적으로 먼저 많은 수의 특성용어들을 수집하여 그러한 용어들이 기업이미지를 나타내기 위해 얼마나 적절한지를 평정하여 적절한 특성용어들을 가려내었다. 또한 기업이미지를 나타내기에 적절하다고 평정된 특성용어들이 기업의 얼마나 좋은 또는 나쁜 이미지를 나타내는 것인지를 알기 위하여 각 특성용어에 대한 호오도 평정치도 얻었다. 마지막으로 기업이미지를 나타내기에 적절하다고 평정된 154개의 특성용어들에 내재되어 있는 다섯개 요인을 발견하였다. 이러한 다섯개 요인들은 知性(31%), 生動性(27%), 非人間性(20%), 野性(12%), 堅實性(10%) 요인이었다. 이러한 요인들에 따라 부가적으로 5대그룹들 간의 이미지를 중다비교하였고, 다섯개 요인에 따른 전반적 그룹이미지의 유사성을 알아보기 위해 군집분석을 실시하였다.

본 연구에서 공통요인분석 결과로 발견된 5개 요인은 기업이미지를 나타내는 데 있어서 서로 독립적인 차원으로서 5대 그룹간의 이미지를 비교한 예에서 보듯이 어느 정도 설득력을 지니고 있는 것으로 판단된다. 하지만 아직까지 기업이미지 측정을 특성용어들을 사용하여 포괄적으로 다루거나 기업이미지를 나타내는 특성용어들이 이루는 요인구조를 밝힌 선행연구가 없기 때문에, 본 연구에서 발견한 요인구조가 타당성을 지니기 위해서는 이러한 특성용어들에 대한 확증적 요인분석을 포함하는 추가적인 연구가 요구된다. 만일 이러한 5개요인들의 타당성이 확인되면, 특성용어들을 사용하여 기업이미지를 측정하는 타당화된 척도의 개발이 가능할 것이다. 또한 5개요인의 타당성이 확인되면, 대기업들의 이미지에 대한 지각을 공간적으로 알아볼 수 있는 다차원척도법(MDS)을 이용한 기업이미지 비교연구에서 공간적 차원을 해석하기 위한 대표적 속성으로 활용될 수도 있을 것이다.

본 연구에서는 기업이미지를 나타내는 특성용어들의 요인구조를 탐색적으로 밝히는 것이 목적이었지만, 본 연구에서 특성용어들을 사용하여 수행된 방법과 절차는 우리에게 친숙한 다른 대상에 대한 이미지 연구에도 그대로 적용될 수 있을 것이다. 예로서, 대학의 이미지를 나타내는 특성용어들의 요인구조를 밝히는 연구를 들 수 있다. 대학은 대기업과 마찬가지로 우리에게 친숙한 대상이기 때문에 사람들은 규모가 비교적 큰 대학들에 대하여 서로 다른 이미지를 가질 수 있으며 이러한 이미지도 특성용어를 사용하여 측정할 수 있을 것이다. 오늘날 기업 간의 경쟁 못지않게 우수한 교수 및 학생들을 유치하기 위한 대학 간 경쟁도 치열해지고 있다. 또한 교육개방과 같은 교육환경의 변화에 따라 많은 대학들이 자기대학의 이미지 고양을 위하여 힘쓰고 있는 요즘, 대학의 이미지 측정을 위한 측정도구의 개발을 위하여 대학의 이미지를 나타내는 특성용어들에 내재되어 있는 요인구조를 탐색적으로 밝히고 요인구조의 타당성을 확인하는 연구들이 필요하다. 특성용어들을 이용하여 타당화된 도구가 개발된다면 기업과 마찬가지로 실제로 대학들 간의 이미지 비교도 가능해질 것이다.

본 연구에서는 기업이미지를 나타내는 특성용어들의 요인구조를 밝히고, 밝혀진 요인구조의 유용성과 적합성을 검토해보기 위하여 부수적으로 국내 5대그룹의 이미지를 비교하였다. 탐색적으로 밝혀진 다섯개의 요인들이 아직까지 확증적 요인분석을 통해 타당화되지 않았고 또한 최종적인 척도로서 개발된 것이 아니기 때문에, 이러한 결과들은 대기업들 간의 이미지 비교를 위한 앞으로의 체계적인 연구에 대한 탐색적 연구의 성격을 띤다. 또한 본 연구에서는 피조사자로서 대학생 집단만을 사용했기 때문에 국내 5대그룹의 이미지에 관한 연구결과의 해석에 제한이 따른다. 기업이미지 측정도구가 개발된 후에 본격적으로 이루어지는 기업이미지 비교연구에서는 대학생들뿐만 아니라 다양한 집단의 사람들이 피조사자로서 포함되어야 할 것이다.

본 연구에서 얻어진 국내 5대그룹 간의 이미지 비교 결과는 이러한 제한점을 지니지만, 조심스럽게 탐색적으로 해석해 볼 수는 있겠다. 5개요인에 대하여 전반적으로 대학생들이 기업이미지를 가장 좋게 평가한 기업은 삼성이었고, 두 번째는 선경이었다. 이러한 결과는 2,400여명의 대학 신입생을 대상으로 기업이미

지를 조사한 리쿠르트(1993)의 결과와 일치한다. 이 조사에서는 기업이미지 측정을 위해 정부투자기관을 포함한 국내 50대 그룹 중에서 '이미지가 가장 좋은 기업'을 하나 선택하도록 했는데, 가장 많은 학생들이 삼성(응답자의 21.7%)을 선택했고 두번째로는 선경(8.1%)을 선택했다. 리쿠르트(1993)의 조사에서 '지속적 성장가능성이 높은 곳'과 '가장 안정성이 있는 곳'도 물었는데, 이 두 문항에 대한 결과는 내용상 본 연구의 생동성요인과 견실성요인에 대한 결과와 비교가능하다. 리쿠르트(1993)의 결과에 따르면, 5대그룹 중에서 성장가능성이 가장 높은 곳이 삼성이었고, 두번째가 선경이었다. 이러한 결과는 본 연구의 생동성요인에 대한 결과와 일치한다. 또한 가장 안정성이 있는 곳은 삼성, 현대 순이었는데, 본 연구의 견실성요인에 대한 평가결과와 일치한다.

이학종(1989)은 국내기업들의 기업문화를 논의하면서 본 연구에 포함된 5대 그룹들의 각기 다른 기업문화를 경영이념과 가치관을 중심으로 비교하였다. 그에 따르면, 삼성그룹은 고객본위의 철저한 상인정신과 완전한 업무처리를 강조하고, 현대그룹은 유에서 무를 창조하는 행동주의를 강조하고, 럭키금성그룹은 구성원들 간의 인화와 포용을 강조하고, 대우그룹은 창조와 희생정신을 강조하고, 선경그룹은 인간위주의 경영과 패기를 강조한다. 본 연구에서 얻어진 5대 그룹간의 이미지 비교 결과와 기업문화들 간의 비교에는 많은 유사점이 있다. 이러한 이유는 각 그룹이 독특한 기업문화를 가지고 있고 일반인들이 기업문화를 지각하는 과정에서 기업문화로부터 연상되는 기업이미지를 갖게 되는 것 같다.

최근 기업을 둘러싼 경영환경이 급변하고 있으며 기업 간의 경쟁이 날로 치열해지고 있다. 각 기업은 21세기에 살아남기 위하여 제각기 경영혁신 운동을 추진하고 있다. 현대는 '기술경영'을, 대우는 '세계경영'을, 삼성은 '질 경영'을, 럭키금성은 '고객만족경영'을, 선경은 '글로벌리제이션'을 21세기를 대비한 신경영관으로 내세우고 있다(경향신문, 1994b). 이들의 공통점은 21세기의 초일류기업을 목표로 하고 있다는 점이다. 이러한 기업의 경영혁신 운동과 기업이미지 광고는 기업밖에 있는 일반인들의 각 기업에 대한 이미지 형성에 영향을 미칠 수 있다. 이러한 맥락에서 본 연구의 결과를 해석해 보면 삼성이 전반적으로 좋은 이미지를 지니고 있고, 특히 생동성요인에서 가장 높게 평가된 것은 최고경영자의 의지와 신경영에 의한 세계 초일류기업을 목표로 내세우는 경영정책의 결실로 부분적으로 해석해 볼 수 있을 것이다.

본 연구에 참가했던 대학생들이 선경만을 인간적인 기업으로 평가하고 다른 기업들은 비인간적으로 평가한 결과와 다른 기업들에 비해 럭키금성을 상대적으로 더 보수적이고 안정추구적이라고 평가한 결과가 흥미롭다. 그러나 이러한 결과를 일반화시키기 위해서는 기업이미지 평정에 대학생뿐만 아니라 보다 다양한 평정집단들을 포함시키는 추후연구가 필요하다.

특성용어들을 이용하여 개인의 성격을 측정하는 도구들은 오래 전부터 있어왔다(예, Cattell, 1965; Eysenck, 1970). 하지만 특성용어들을 이용하여 기업의 이미지를 측정하는 표준화된 척도는 아직까지 개발되어 있지 않은 실정이다. 또한 기업풍토나 기업문화에 관한 연구가 활발히 이루어져왔고, 최근에는 조직의 성격을 측정하려는 시도(유태용, 1992; Bridges, 1992)도 있었지만 이는 모두 조직 내에 있는 사람들이 자신들의 조직에 대하여 지니고 있는 지각을 주로 다룬 것이었다. 반면에 기업이미지는 주로 기업 외부의 일반인들이 기업의 속성에 대하여 지각하고 있는 기업에 대한 인상이다(Dutton et al., 1994). 따라서 기업문화나 조직의 성격에 대한 연구와 상호보완적으로 기업의 이미지에 대한 연구가 이루어질 필요가 있다.

날로 심각해지는 기업간 경쟁에서 기업 외부의 일반인들이 특정기업에 대하여 지니고 있는 이미지는 거시적으로 볼 때 기업의 생존과 장기적 발전에 영향을 미칠 수 있다. 이러한 이유에서 기업은 일반인들이 기업에 대하여 어떤 이미지를 가지고 있는지를 측정해야 하고 기업이미지의 측정을 위해서는 표준화된 척도의 개발이 절실히 요구된다. 기업이미지 측정 척도를 개발하기 위한 첫 출발점으로서 본 연구의 의의가 있다. 타당성과 신뢰성을 지닌 척도를 이용하여 실제로 기업이미지를 측정한다면 기업이 추구하고 있는 이미지와 실제로 기업 외부의 사람들이 지니고 있는 이미지가 유사한지

를 파악할 수 있을 것이며, 기업에서는 이러한 결과에 기초하여 앞으로의 기업이미지 관리를 위한 정책을 세워나갈 수 있을 것이다.

연구의 제한점

본 연구의 주목적은 기업이미지를 나타내는 특성용어들의 요인구조를 탐색적으로 밝히는 것이었고, 밝혀진 요인구조에 기초하여 5대 그룹들 간의 이미지를 실제로 비교한 것은 부수적인 관심사였다. 이러한 목적과 관련하여 본 연구는 몇 가지 제한점을 지니고 있다.[1)]

첫째, 기업이미지를 나타내는 특성용어들을 수집하는 과정에서 적절한 용어들의 전집을 모두 포함시키지 않았기 때문에 빠진 것들이 있다는 점이다. 본 연구에서는 기업을 하나의 생동하는 조직으로 간주할 수 있기 때문에 인간의 성격을 기술하는 많은 특성용어들이 기업의 특성을 나타낼 때도 사용될 수 있다고 가정하였다. 따라서 수집한 특성용어들의 대부분은 한덕웅(1992)의 연구에 수록된 인간의 성격을 나타내는 용어들이었다. 이러한 제한점을 극복하기 위하여 기업의 특성만을 고유하게 나타낼 수 있는 특성용어들을 조사를 통하여 따로 수집하였다. 그러나 이러한 과정을 거쳤어도 여전히 빠진 특성용어들이 있을 수 있다. 예를 들어, 요즘 기업광고에서 많이 언급되고 있는 고객지향적이다, 환경보존적이다 등의 용어들이 빠져있다. 따라서 추후연구에서는 본 연구에서 사용한 특성용어들뿐만 아니라 빠진 용어들을 더 찾아내어 보다 포괄적인 특성용어들의 목록을 사용할 필요가 있다.

둘째, 기업이미지를 나타내는 특성용어들의 호오도 평정에서 동일한 특성용어라 하더라도 어떤 부류의 집단이 평정하느냐에 따라 서로 다른 호오도 값이 나올 수 있다. 본 연구에서는 대학생들만을 평정집단으로 사용하였으므로 **부록 II**에 제시된 호오도 평정 결과의 해석에 제한이 따른다. 따라서 기업이미지를 나타내는 특성용어들에 대해 보다 일반화시킬 수 있는 호오도 값을 얻기 위해서는 다양한 부류의 평정집단을 사용할 필요가 있다.

세째, 밝혀진 요인구조에 기초하여 대학생들이 5대 그룹들에 대하여 지니고 있는 이미지를 서로 비교한 것은 본 연구에서 부수적인 관심사였다. 그러나 이는 대학생 집단이 평정한 결과이기 때문에 결과를 일반화시키는 데 제한이 있다. 각 그룹에 대하여 다양한 부류의 집단 혹은 다양한 연령층이 지니고 있는 이미지가 서로 다를 수 있으며 같은 대학생 집단이라 하더라도 대학에 갓 들어온 신입생과 취업을 눈앞에 둔 4학년 학생들이 갖고 있는 그룹에 대한 이미지가 다를 수 있다. 따라서 5대 그룹간의 이미지를 서로 비교한 본 연구의 결과는 대학교 저학년들로 제한하여 해석할 필요가 있다. 또한 추후연구에서는 다양한 부류의 집단들을 평정집단으로 하여 그들이 갖고 있는 그룹에 대한 이미지가 어떻게 다른지를 밝힐 필요가 있다. 이러한 연구결과는 기업이 집단에 따라 차별화된 이미지 관리전략을 세우는 데 많은 도움을 줄 것이다.

참 고 문 헌

경향신문 (1994a). 화요 경제현장: 한국재벌의 부침사. **경향신문 1994년 6월 7일자.**

경향신문 (1994b). 화요 경제현장: 5대그룹 경영혁신 운동. **경향신문 1994년 6월 7일자.**

리쿠르트 (1993). 제 1회 대학신입생 기업이미지, 직업관 조사. **월간 리쿠르트 93년 7월호,** 36-41.

문교부 (1956). **우리말 말수 사용의 잦기조사** (한국어 어휘사용의 빈도조사). 문교부.

유태용 (1992). 조직의 성격과 변화에 대한 적응. **한국심리학회지: 산업 및 조직, 5**(1), 43-58.

이학종 (1989). **기업문화론**. 법문사.

이희승 (1967). **우리말 사전**. 민중서관.

장동환 (1968). 한국어의 의미론적 구조. **한국심리학회지, 1**(1), 28-29.

한덕웅 (1978). **성격특성의 귀속체계와 대인관계가 대력에 미치는 영향.** 성균관대학교 대학원, 문학박사학위 청구논문, 1978, 8.

한덕웅 (1992). 성격특성 용어의 사용빈도, 호오도 및 사회적 바람직성. **한국심리학회지: 일반, 11,** 147-171.

1) 이 점을 지적해 주신 심사위원들께 감사드립니다.

한덕웅 (1993). 성격특성의 지각차원. **한국심리학회지 : 사회, 7**(1), 198-211.

Alvesson, M. (1990). Organization: From substance to image? *Organization Studies, 11,* 373-394.

Albert, S., & Whetten, D. A. (1985). Organizational identity. *Research in Organizational Behavior, 7,* 263-295.

Belt, J. A., & Paolillo, J. G. P. (1982). The influence of corporate image and specificity of candidate qualifications on response to recruitment advertisements. *Journal of Management, 8,* 105-112.

Bridges, W. (1992). *The character of organizations.* Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press, Inc.

Cattell, R. B. (1965). *The scientific analysis of personality.* Baltimore: Penguin.

Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly, 39,* 239-263.

Dutton, J. E., & Dukerich, J. M. (1991). Keeping an eye on the mirror: The role of image and identity in organizational adaptation. *Academy of Management Journal, 34,* 517-554.

Eysenck, H. J. (1970). *The structure of human personality*(3rd ed.). London: Methuen.

Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal, 33,* 233-258.

Gatewood, R. D., Gowan, M. A., & Lautenschlager, G. J. (1993). Corporate image, recruitment image, and initial job choice decisions. *Academy of management Journal, 36,* 414-427.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Thatham, R. L., & Black, W. C. (1992). *Multivariate data analysis*(3rd ed.). New York: Macmillan Publishing Co.

Manly, B. F. J. (1986). *Multivariate statistical methods.* London: Chapman and Hall.

Morgan, G. (1986). *Images of organization.* Sage Publications.

Norman, W. T. (1963). Toward an adequate taxonomy of personality attributes: Replicated factor structure in peer nomination personality ratings. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 66,* 574-583.

Osgood, C. E. (1952). The nature and measurement of meaning. *Psychological Bulletin,* 49, 197-237.

Osgood, C. E., & Suci, G. J. (1955). Factor analysis of meaning. *Journal of Experimental Psychology, 50*(5), 325-338.

Rosenberg, S., Nelson, C., & Vivekananthan, P. S. (1968). A multidimensional approach to the structure of personality impressions. *Journal of Personality and Social Psychology, 9*(4), 283-294.

1차 접수 : 1994년 11월 18일
수정본 접수: 1995년 2월 24일

韓國心理學會誌: 産業 및 組織
Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology
1994. Vol. 7, No. 1.

Exploratory Study on Factor Structure of Trait Adjectives Describing Corporate Image

Tae-Yong Yoo

Kwangwoon University

The purpose of this study was to select appropriate trait adjectives describing corporate image and identify the latent factor structure represented in those trait adjectives. For this purpose, three studies were conducted. In study 1, total 926 college students rated each of 770 trait adjectives on appropriateness in describing corporate image. Among 770 trait adjectives, 332 trait adjectives were judged as appropriate in representing the corporate image. In study 2, total 755 college students rated each of 332 trait adjectives on favorableness in describing corporate image. In study 3, total 764 college students rated image of Korean five largest corporations(Hyundai, Daewoo, Samsung, Lucky-Goldstar, Sunkyong) using 157 trait adjectives. Ratings were analyzed by common factor analysis. It was found that there are five latent dimensions in represented in those trait adjectives: Intellect(31%), Vitality(27%), Dehumanization(20%), Propulsion(12%), and Stability(10%). Based on these five dimensions, the five largest corporations were compared each other. Results from multiple comparison indicated that Samsung had generally good image in all of the five dimensions. The images of Daewoo and Lucky-Goldstar were relatively less favorable than those of other three companies. Results from cluster analysis indicated the image of Daewoo and Lucky-Goldstar and the image of Samsung and Sunkyong were similar each other. Lastly the limitation of this study and additional research tasks were discussed.

부 록 I. 적절성 평정 결과

특성용어	평균	표준편차	N	특성용어	평균	표준편차	N	특성용어	평균	표준편차	N
가날프다	2.45	1.24	307	결백하다	3.05	1.42	309	관대하다	3.62	1.41	307
가볍다	3.04	1.48	309	겸손하다	3.48	1.63	309	관료적이다	5.20	1.68	307
가식이없다	3.28	1.58	309	겸허하다	3.01	1.47	310	관용적이다	3.39	1.46	310
가식적이다	3.89	1.76	309	경망하다	2.47	1.23	309	괄괄하다	2.94	1.36	307
가족적이다	4.80	1.61	310	경박하다	2.81	1.46	309	괴상하다	2.93	1.44	309
가증스럽다	2.86	1.59	310	경솔하다	3.09	1.51	309	괴팍스럽다	2.77	1.44	310
가혹하다	4.35	1.78	310	경쟁적이다	5.68	1.36	310	교만하다	3.41	1.63	309
간교하다	3.76	1.70	307	경제적이다	5.31	1.38	310	교활하다	3.53	1.77	310
간사하다	3.50	1.71	309	계산적이다	5.61	1.44	309	구두쇠같다	3.86	1.78	306
감정적이다	2.88	1.43	310	계획적이다	5.27	1.29	310	구수하다	2.61	1.46	309
갑갑하다	3.29	1.49	307	고결하다	2.80	1.49	307	구질구질하다	2.96	1.47	310
강건하다	4.66	1.42	307	고고하다	3.36	1.40	307	구차하다	3.21	1.45	310
강경하다	4.67	1.35	307	고독하다	2.88	1.64	307	구태의연하다	4.10	1.78	310
강력하다	5.19	1.19	307	고루하다	4.08	1.54	307	국제적이다	5.15	1.52	307
강렬하다	4.46	1.36	307	고리타분하다	3.76	1.56	309	굳건하다	4.59	1.39	307
강압적이다	4.75	1.61	309	고매하다	2.55	1.38	309	굳굳하다	4.32	1.46	307
강하다	5.16	1.34	310	고분고분하다	2.50	1.25	309	굳세다	4.45	1.63	309
개방적이다	5.11	1.46	309	고상하다	2.74	1.45	309	굼뜨다	3.03	1.40	306
개성없다	3.92	1.78	309	고약하다	3.70	1.72	309	굽신거린다	3.28	1.74	309
개성있다	5.16	1.41	309	고요하다	2.53	1.19	310	궁색하다	3.10	1.44	309
개인주의적이다	4.15	1.71	310	고전적이다	3.54	1.52	310	권위적이다	4.65	1.66	310
객기있다	3.08	1.45	307	고지식하다	3.62	1.46	310	극단적이다	3.94	1.66	307
거만하다	3.94	1.64	309	고집스럽다	4.45	1.55	310	극성스럽다	3.64	1.58	309
거세다	3.96	1.53	309	고차원적이다	4.44	1.49	310	근면하다	4.93	1.27	309
거칠다	3.66	1.51	310	곧다	4.62	1.49	307	근성있다	4.76	1.53	309
거침없다	4.42	1.44	310	공격적이다	4.03	1.57	307	근엄하다	3.17	1.43	309
건강하다	4.33	1.59	307	공리적이다	4.90	1.65	309	금욕적이다	3.23	1.66	310
건방지다	3.31	1.58	309	공상적이다	2.93	1.53	309	급진적이다	4.75	1.55	310
건설적이다	5.64	1.32	309	공손하다	3.43	1.51	309	급하다	3.46	1.71	310
건실하다	5.56	1.45	309	공정하다	4.48	1.58	310	긍정적이다	4.48	1.48	310
건전하다	4.88	1.59	310	공평하다	4.31	1.56	310	기계적이다	4.86	1.48	307
걸걸하다	2.79	1.35	307	과감하다	5.15	1.51	307	기교만장이다	3.39	1.66	307
검소하다	4.02	1.49	309	과격하다	3.03	1.41	310	기만적이다	4.04	1.74	309
게으르다	2.95	1.52	310	과묵하다	3.18	1.48	309	기발하다	4.90	1.45	309
견고하다	4.78	1.37	307	과민하다	3.68	1.63	309	기분파다	2.67	1.39	309
견실하다	5.03	1.55	309	과시적이다	4.38	1.56	309	기상이높다	4.68	1.57	309
결단성없다	4.07	1.78	307	과학적이다	5.02	1.46	310	기운차다	4.73	1.36	310
결단성있다	5.15	1.33	307	관념적이다	3.23	1.54	307	기탄없다	3.55	1.47	310

특성용어	평균	표준편차	N	특성용어	평균	표준편차	N	특성용어	평균	표준편차	N
기회주의적이다	4.69	1.72	310	느긋하다	3.36	1.40	307	돈밖에모른다	5.09	1.77	309
까다롭다	4.35	1.49	307	느리다	3.13	1.67	307	돌격적이다	4.15	1.56	307
깐깐하다	4.33	1.47	307	느슨하다	3.20	1.60	309	동적이다	5.43	1.29	310
깔끔하다	4.28	1.57	307	능름하다	3.50	1.52	307	동정적이다	2.72	1.37	310
깜찍하다	2.74	1.47	310	능글맞다	2.68	1.52	307	되바라지다	2.80	1.39	309
깨끗하다	4.67	1.60	307	능동적이다	5.51	1.41	307	둔감하다	3.44	1.58	307
꼬장꼬장하다	2.89	1.41	310	능력있다	5.30	1.45	307	둔하다	2.65	1.32	310
꼼꼼하다	4.38	1.39	307	능률적이다	5.63	1.33	307	드세다	3.67	1.59	309
꼿꼿하다	4.02	1.37	307	능청스럽다	3.02	1.63	310	든든하다	4.73	1.49	306
꽁하다	2.45	1.33	310	다부지다	4.53	1.54	309	듬직하다	4.12	1.52	310
꾸밈이없다	2.98	1.55	309	다정다감하다	3.11	1.59	310	따뜻하다	3.86	1.57	306
꾸준하다	4.81	1.33	310	다정하다	3.33	1.58	310	딱딱하다	4.45	1.57	306
꾿꾿하다	4.28	1.33	307	다혈질이다	2.78	1.50	310	똑똑하다	3.76	1.70	306
끈기있다	4.76	1.39	307	단결력있다	5.46	1.39	310	똘똘하다	3.37	1.58	306
끈질기다	4.59	1.42	310	단단하다	4.42	1.54	307	뚜렷하다	4.80	1.46	307
나긋나긋하다	2.75	1.41	307	단세포적이다	3.01	1.60	309	뜨겁다	3.10	1.64	307
나약하다	3.10	1.58	309	단순하다	3.50	1.64	309	만만하다	3.14	1.31	309
나태하다	3.57	1.73	310	단조롭다	3.81	1.53	310	말끔하다	4.12	1.57	307
낙천적이다	3.38	1.46	307	담백하다	2.84	1.44	309	말쑥하다	3.21	1.49	309
낙후됐다	4.32	1.87	310	답답하다	3.46	1.56	307	맑다	3.55	1.57	307
난잡하다	2.67	1.31	310	당당하다	4.85	1.42	307	매끈하다	3.82	1.46	307
난폭하다	2.91	1.40	310	당돌하다	3.63	1.45	307	매력적이다	4.30	1.58	307
날렵하다	3.71	1.57	307	대담하다	4.73	1.40	307	매몰차다	4.27	1.66	309
날카롭다	4.28	1.56	310	대범하다	4.26	1.59	309	매섭다	3.86	1.68	309
남성적이다	4.28	1.60	309	대중적이다	5.19	1.28	310	매정하다	4.06	1.88	310
낭만적이다	2.11	1.30	309	더럽다	3.44	1.77	307	맹렬하다	4.18	1.45	307
낯두껍다	3.64	1.75	307	덜렁거린다	2.60	1.32	307	멋있다	3.83	1.49	310
내성적이다	2.60	1.24	309	덜렁댄다	2.55	1.27	307	멍청하다	2.45	1.31	310
내향적이다	2.66	1.41	310	덤벙댄다	2.18	1.16	309	멍하다	2.15	1.15	310
냉냉하다	3.41	1.54	307	도덕적이다	4.30	1.73	307	메마르다	3.96	1.81	309
냉담하다	4.12	1.56	307	도도하다	3.64	1.51	307	면밀하다	4.61	1.51	309
냉엄하다	4.07	1.79	309	도약적이다	5.57	1.27	309	명랑하다	3.69	1.47	307
냉정하다	4.51	1.81	310	도전적이다	5.45	1.42	310	명령적이다	4.58	1.70	307
냉혹하다	4.86	1.72	310	독단적이다	4.49	1.77	307	명쾌하다	3.78	1.57	310
너그럽다	3.55	1.36	307	독살스럽다	2.66	1.52	309	모나다	3.13	1.42	307
넉살스럽다	2.96	1.51	309	독선적이다	4.40	1.69	309	모범적이다	4.67	1.60	309
노골적이다	3.31	1.53	307	독실하다	3.46	1.54	308	모자란다	2.69	1.36	310
노련하다	4.67	1.35	307	독재적이다	4.63	1.71	310	모질다	3.83	1.59	310
논리적이다	4.59	1.52	309	독창적이다	5.46	1.66	310	모험적이다	4.80	1.53	310

특성용어	평균	표준편차	N
몰인정하다	4.34	1.81	310
무기력하다	3.70	1.71	307
무능하다	3.93	1.75	307
무던하다	3.34	1.31	307
무디다	3.30	1.41	306
무뚝뚝하다	3.03	1.49	306
무례하다	2.95	1.49	307
무모하다	3.68	1.61	309
무미건조하다	3.28	1.64	309
무분별하다	3.45	1.62	309
무섭다	3.43	1.70	309
무식하다	2.51	1.37	309
무심하다	3.58	1.57	309
무절제하다	3.32	1.50	310
무정하다	3.90	1.81	310
무책임하다	4.28	1.93	310
묵직하다	3.91	1.40	310
물질적이다	5.09	1.53	310
미덥다	4.18	1.42	307
미래지향적이다	6.03	1.30	307
미련하다	2.94	1.39	307
미숙하다	3.40	1.70	309
민감하다	4.63	1.57	307
믿음직하다	4.80	1.52	310
밉살맞다	2.98	1.66	309
바르다	4.43	1.60	307
박력있다	4.32	1.46	307
박애주의적이다	3.46	1.64	309
반사회적이다	4.06	1.80	309
반죽좋다	2.80	1.57	310
발랄하다	3.33	1.34	306
발전적이다	5.62	1.31	310
발칙하다	2.42	1.42	310
방자하다	2.57	1.23	310
방정맞다	2.26	1.27	310
배짱있다	4.64	1.40	310
배타적이다	4.35	1.66	310
버릇없다	2.45	1.58	307
변덕스럽다	3.31	1.48	307
보수적이다	5.01	1.59	309
북잡하다	4.25	1.50	310
복종적이다	3.89	1.75	310
본능적이다	2.81	1.36	307
봉건적이다	4.15	1.59	307
봉사적이다	4.64	1.56	309
부도덕하다	4.43	1.81	307
부드럽다	3.70	1.51	306
부산하다	3.46	1.53	309
부실하다	5.02	1.90	309
부정적이다	3.62	1.67	310
부주의하다	3.45	1.51	310
부지런하다	5.10	1.34	310
분명하다	4.96	1.29	309
분별력있다	4.65	1.42	309
분석적이다	4.92	1.51	309
분주하다	4.59	1.43	310
불같다	3.46	1.50	307
불건전하다	3.84	1.75	307
불공정하다	4.53	1.74	307
불량하다	3.21	1.56	307
불성실하다	3.95	1.78	309
불손하다	3.13	1.49	309
불순하다	3.06	1.51	309
불쌍하다	2.60	1.38	309
불안하다	3.94	1.76	309
불쾌하다	3.04	1.65	310
붙임성있다	3.25	1.60	310
비겁하다	3.41	1.62	307
비굴하다	3.57	1.73	307
비범하다	3.86	1.63	309
비약적이다	4.79	1.61	309
비열하다	3.95	1.80	310
비인간적이다	4.44	1.80	310
비정하다	4.29	1.93	310
비천하다	2.42	1.36	310
비판적이다	4.03	1.50	310
빈틈없다	5.33	1.26	310
빠르다	4.67	1.46	307
빵빵하다	4.20	1.70	309
빼긴다	3.20	1.58	307
뻔뻔스럽다	3.80	1.58	309
뽐낸다	3.27	1.62	307
사교적이다	3.91	1.56	307
사납다	3.12	1.50	307
사내답다	3.48	1.73	307
사려깊다	4.15	1.53	307
사리판단이밝다	4.70	1.55	309
사무적이다	5.48	1.43	309
사색적이다	2.42	1.30	309
사악하다	2.99	1.71	309
사치하다	3.48	1.53	310
사회봉사적이다	4.90	1.70	310
산뜻하다	4.59	1.54	306
산만하다	3.18	1.40	309
살벌하다	4.05	1.69	309
상냥하다	3.45	1.54	307
상스럽다	2.41	1.30	309
상쾌하다	3.43	1.62	310
새롭다	5.17	1.45	307
새침하다	2.36	1.35	310
샘이많다	3.18	1.70	310
생기있다	4.96	1.39	307
생동감있다	5.33	1.38	310
생동적이다	5.26	1.24	307
생산적이다	6.01	1.17	309
서구적이다	4.58	1.46	307
서글서글하다	2.98	1.41	307
서두른다	3.82	1.60	306
서릿발같다	3.22	1.72	309
서민적이다	3.50	1.57	309
서정적이다	2.33	1.28	309
서정적이다	2.47	1.38	310
선동적이다	4.15	1.46	307
선량하다	3.32	1.50	307
선명하다	4.07	1.57	309
선이굵다	4.07	1.53	307
선정적이다	3.31	1.62	310

특성용어	평균	표준편차	N
설친다	3.43	1.60	310
섬세하다	3.93	1.57	309
성급하다	3.70	1.48	307
성실하다	4.86	1.47	309
세계적이다	5.23	1.48	307
세련되다	4.68	1.37	307
세련미있다	4.62	1.30	307
세밀하다	5.10	1.37	309
세심하다	4.17	1.53	309
소극적이다	4.07	1.75	307
소모적이다	4.17	1.63	309
소박하다	2.88	1.48	309
소비조장적이다	5.41	1.59	309
소심하다	3.28	1.45	309
소탈하다	2.91	1.48	310
속도감있다	4.56	1.42	307
속없다	3.07	1.65	310
속이깊다	3.27	1.46	307
솔직하다	3.59	1.72	310
솔직하지못하다	4.13	1.78	310
수단좋다	4.91	1.57	307
수더분하다	2.84	1.22	307
수동적이다	4.48	1.72	307
수선스럽다	2.88	1.34	309
수수하다	3.00	1.49	309
수준높다	4.78	1.53	310
수줍다	2.02	1.11	310
순결하다	2.58	1.52	307
순박하다	2.50	1.33	309
순수하다	3.33	1.71	309
순진하다	2.21	1.32	310
순하다	2.68	1.29	310
숨김이없다	3.61	1.71	307
숫기있다	2.98	1.55	307
스스럼없다	2.74	1.45	309
슬기롭다	4.49	1.48	307
시기심많다	3.39	1.67	307
시끄럽다	3.29	1.47	307
시시하다	2.93	1.47	309
시원시원하다	3.94	1.42	310
신경질적이다	2.82	1.58	307
신뢰롭다	5.10	1.61	307
신뢰롭지못하다	4.76	1.84	307
신빙성있다	4.63	1.55	309
신선하다	4.98	1.71	309
신속하다	5.34	1.36	309
신중하다	4.91	1.28	310
실리적이다	5.86	1.22	309
실속없다	4.05	1.85	309
실질적이다	5.61	1.16	310
실천적이다	5.19	1.37	310
심술궂다	2.83	1.48	309
심지가곧다	4.09	1.64	310
싱겁다	2.61	1.31	307
쌀쌀거린다	3.19	1.66	309
썩었다	4.26	1.99	310
씩씩하다	3.37	1.41	309
아기자기하다	3.39	1.54	307
아는체한다	2.77	1.51	307
아량이넓다	3.05	1.42	307
아름답다	3.16	1.60	307
아부적이다	4.09	1.75	309
아수라장이다	2.93	1.62	309
악독하다	3.92	1.79	307
악랄하다	4.14	1.95	307
악의없다	3.33	1.42	310
악착같다	4.31	1.47	310
악하다	3.41	1.61	310
안일하다	4.05	1.67	310
안전하다	4.85	1.51	310
안정감이있다	4.99	1.44	310
알뜰하다	4.24	1.44	306
알랑거린다	2.83	1.50	307
알차다	5.27	1.53	310
암담하다	3.34	1.61	307
암팡스럽다	2.81	1.52	310
앙칼지다	2.73	1.53	310
애교스럽다	2.73	1.40	307
애국적이다	4.42	1.44	307
애띠다	2.39	1.32	306
야단스럽다	3.22	1.49	307
야멸차다	3.30	1.69	309
야무지다	4.47	1.49	309
야박하다	3.48	1.70	309
야비하다	4.17	1.66	309
야성적이다	3.49	1.69	309
야심적이다	5.56	1.39	309
야하다	2.31	1.46	310
약다	4.03	1.60	307
약삭빠르다	4.79	1.68	309
약탈적이다	4.18	1.76	310
약하다	3.55	1.67	310
얇밉다	3.42	1.65	309
얄팍하다	4.05	1.79	310
얌전하다	2.41	1.25	310
얌체스럽다	3.47	1.73	310
얌통머리없다	2.74	1.49	310
얍삽하다	3.84	1.79	309
양면적이다	4.91	1.70	309
양보심많다	3.02	1.33	309
양순하다	2.32	1.19	309
양심적이다	4.72	1.79	309
어둡다	3.43	1.55	306
어렵다	3.26	1.63	307
어른스럽다	2.89	1.49	307
어리석다	2.85	1.36	309
어리숙하다	2.54	1.28	309
어벙하다	2.47	1.26	309
어수선하다	3.57	1.50	309
어정쩡하다	2.76	1.31	310
어질다	2.89	1.46	310
억세다	3.59	1.34	309
억척같다	4.62	1.42	310
얼렁뚱땅한다	3.35	1.66	307
엄격하다	4.59	1.49	307
엄밀하다	4.33	1.50	309
업벙덤벙하다	2.33	1.18	309

특성용어	평균	표준편차	N	특성용어	평균	표준편차	N	특성용어	평균	표준편차	N
엄숙하다	3.64	1.53	309	용맹스럽다	3.17	1.48	309	의리있다	3.53	1.65	309
엄하다	4.05	1.53	310	우둔하다	2.66	1.27	306	의심많다	3.85	1.73	309
엉뚱하다	3.11	1.51	306	우매하다	2.62	1.19	309	의욕적이다	5.36	1.29	310
엉성하다	3.81	1.61	309	우아하다	2.42	1.45	309	의젓하다	3.53	1.39	310
여리다	2.40	1.30	307	우악스럽다	2.59	1.42	309	의존적이다	3.89	1.48	310
여성적이다	3.06	1.51	309	우유부단하다	3.14	1.48	310	의지력있다	4.69	1.29	310
여유있다	4.12	1.48	310	우직하다	3.87	1.53	310	이기적이다	4.37	1.80	307
역동적이다	5.18	1.28	307	우폴댄다	3.40	1.59	310	이상적이다	4.38	1.75	309
연약하다	2.60	1.40	309	우호적이다	4.14	1.43	310	이색적이다	3.98	1.62	309
열성적이다	5.23	1.35	309	웅대하다	4.24	1.55	307	이성적이다	4.45	1.70	309
열의있다	5.27	1.36	310	원만하다	3.86	1.32	309	이윤추구적이다	6.04	1.31	310
염세적이다	2.71	1.51	309	원색적이다	2.81	1.53	309	이중성격이다	4.11	1.86	310
염치없다	3.51	1.76	310	원숙하다	3.84	1.50	309	이지적이다	4.01	1.56	310
영리하다	3.91	1.56	309	원칙적이다	5.27	1.31	310	이타적이다	4.17	1.72	310
영특하다	3.31	1.59	310	위선적이다	4.25	1.71	309	이해성있다	3.52	1.39	310
예리하다	4.08	1.56	309	위엄스럽다	3.45	1.50	309	이해타산적이다	5.29	1.86	310
예민하다	3.61	1.57	309	위태하다	4.28	1.90	310	익살스럽다	2.57	1.40	309
예의바르다	3.45	1.45	310	위험하다	3.43	1.65	310	인간미없다	4.35	1.80	307
오만하다	3.74	1.51	309	유난스럽다	3.41	1.40	307	인간적이다	4.39	1.80	307
온건하다	3.61	1.34	307	유능하다	5.04	1.35	307	인내성있다	4.08	1.48	307
온순하다	2.43	1.22	309	유동적이다	4.87	1.16	307	인도적이다	4.29	1.54	307
온유하다	3.12	1.31	310	유들유들하다	3.10	1.50	306	인색하다	4.24	1.63	309
온화하다	3.45	1.48	310	유머러스하다	2.78	1.37	309	인심이후하다	3.43	1.56	309
올바르다	4.23	1.56	309	유별나다	4.15	1.47	309	인정있다	3.37	1.62	310
옹고집이다	3.27	1.53	307	유순하다	2.50	1.23	309	일관성있다	5.11	1.47	307
옹골차다	3.47	1.45	307	유아독존적이다	3.71	1.72	309	일률적이다	5.17	1.46	307
옹색하다	3.64	1.57	309	유연하다	3.77	1.42	310	자기중심적이다	3.83	1.70	307
옹졸하다	2.97	1.56	310	유유자적하다	2.47	1.35	310	자립적이다	5.01	1.41	309
완강하다	4.43	1.39	307	유치하다	3.14	1.57	310	자비스럽다	2.66	1.30	309
완고하다	4.12	1.44	307	유하다	3.27	1.30	310	자상하다	2.56	1.32	309
완벽하다	4.86	1.62	309	육중하다	3.71	1.52	310	자신감이넘친다	4.84	1.46	309
완숙하다	3.74	1.49	309	융통성있다	4.96	1.30	310	자신있다	4.76	1.40	309
완전하다	4.33	1.61	310	융화적이다	4.45	1.31	310	자애롭다	2.61	1.31	309
외골수다	3.62	1.58	307	은근하다	3.34	1.33	307	자유분방하다	3.66	1.43	310
외유내강이다	4.24	1.55	310	음침하다	2.60	1.60	310	자율적이다	5.16	1.47	310
외향적이다	4.28	1.62	310	음탕하다	2.28	1.41	310	자존심이강하다	4.05	1.54	310
요란스럽다	3.42	1.33	306	음흉하다	2.83	1.71	310	자주적이다	4.97	1.60	310
욕심많다	4.85	1.61	309	응큼하다	2.85	1.66	310	자질구레하다	2.80	1.42	310
용감하다	4.02	1.41	307	의롭다	3.59	1.43	307	잔망스럽다	2.71	1.25	309

특성응어	평균	표준편차	N	특성응어	평균	표준편차	N	특성응어	평균	표준편차	N
잔악하다	3.24	1.69	309	주책없다	2.59	1.46	310	창의적이다	5.60	1.47	310
잔인하다	3.67	1.80	310	주체성이있다	4.97	1.57	310	창조적이다	5.55	1.63	310
잔혹하다	4.02	1.82	310	지각없다	2.92	1.57	307	책임감있다	5.02	1.51	310
잠재력있다	5.57	1.35	310	지구력이있다	4.18	1.51	307	처량하다	2.45	1.35	307
잡스럽다	2.62	1.47	309	지기싫어한다	4.46	1.65	307	천박하다	2.71	1.36	309
재미없다	3.10	1.55	309	지도력있다	5.03	1.48	307	천연덕스럽다	2.75	1.48	310
재빠르다	4.49	1.54	309	지독하다	4.13	1.66	307	천진난만하다	2.07	1.24	310
재치있다	3.84	1.53	310	지랄같다	2.73	1.59	306	천진무구하다	2.21	1.31	310
저돌적이다	4.83	1.57	307	지배적이다	4.64	1.67	309	천하태평이다	2.60	1.51	310
저속하다	3.29	1.58	309	지성적이다	4.21	1.52	309	철없다	1.98	1.32	310
적극적이다	5.23	1.38	307	지저분하다	2.91	1.52	310	철저하다	5.35	1.28	310
전근대적이다	4.23	1.75	307	지적이다	3.93	1.51	310	청결하다	3.66	1.85	307
전도가양양하다	4.45	1.64	310	지조없다	3.28	1.53	310	청렴하다	3.87	1.67	307
전략적이다	5.57	1.36	307	지혜롭다	3.90	1.56	310	청승맞다	2.00	1.06	309
전망이밝다	5.74	1.37	307	직선적이다	4.17	1.65	309	청아하다	2.36	1.37	309
절도있다	4.31	1.45	307	진보적이다	5.48	1.48	309	체계적이다	5.60	1.28	307
점잖다	3.06	1.24	310	진실하다	3.98	1.67	309	체념적이다	2.77	1.39	307
정결하다	3.47	1.58	307	진중하다	3.65	1.40	310	체면차린다	3.96	1.57	309
정답다	3.61	1.56	307	진지하다	4.70	1.40	310	체신머리없다	2.33	1.34	309
정성스럽다	3.98	1.64	309	진취적이다	5.65	1.48	310	초라하다	3.43	1.59	306
정숙하다	2.90	1.47	309	질서가있다	5.16	1.26	309	촌스럽다	2.55	1.44	309
정열적이다	4.24	1.57	310	질투심많다	2.74	1.67	310	촐랑거린다	2.36	1.32	307
정이없다	3.89	1.61	310	집념이강하다	4.96	1.34	307	촐싹거린다	2.08	1.16	309
정중하다	3.85	1.47	310	집요하다	4.25	1.43	310	총명하다	3.51	1.53	309
정직하다	4.59	1.84	310	짓궂다	2.82	1.32	307	추악하다	3.30	1.70	309
정치적이다	5.05	1.53	310	짜다	3.84	1.70	307	추잡스럽다	2.57	1.42	310
정확하다	4.52	1.54	310	짜증스럽다	2.80	1.62	310	추하다	2.95	1.54	310
조급하다	3.52	1.46	307	째째하다	3.46	1.66	310	충동적이다	3.14	1.40	307
조심성없다	3.27	1.52	309	쫀쫀하다	3.35	1.61	310	충실하다	4.70	1.53	309
조용하다	2.94	1.21	310	찌들다	2.95	1.57	306	치밀하다	5.17	1.30	309
조잡하다	2.84	1.39	310	차갑다	3.89	1.67	307	치사하다	3.83	1.73	309
조직적이다	6.00	1.13	310	차다(冷)	4.01	1.62	307	치졸하다	3.40	1.69	310
존경스럽다	3.58	1.70	307	차분하다	3.28	1.53	309	칙칙하다	3.15	1.58	310
좀스럽다	2.70	1.53	309	착실하다	4.69	1.53	309	친근하다	4.25	1.58	307
주관이없다	3.98	1.75	307	착취적이다	4.80	1.90	310	친숙하다	4.38	1.59	309
주관있다	4.97	1.38	307	착하다	2.38	1.37	310	친절하다	4.38	1.61	310
주도적이다	5.06	1.37	307	찬란하다	3.32	1.34	306	칠칠맞다	2.18	1.19	310
주접스럽다	2.51	1.24	310	참신하다	5.09	1.45	309	침울하다	2.94	1.46	310
주제넘다	2.92	1.40	310	참을성있다	3.63	1.48	310	침착하다	3.70	1.42	310

특성용어	평균	표준편차	N
침체되다	4.38	1.93	310
칼날같다	4.10	1.60	307
쾌락적이다	3.11	1.53	306
크다	5.04	1.61	307
타산적이다	5.27	1.67	309
타협적이다	4.58	1.45	310
탄탄하다	5.59	1.46	310
탐구적이다	4.90	1.55	307
탐욕스럽다	3.92	1.80	310
태만하다	3.61	1.67	309
퇴폐적이다	3.16	1.68	310
퇴행적이다	3.31	1.77	310
투박하다	3.16	1.41	309
퉁명스럽다	2.94	1.47	309
특이하다	4.40	1.46	310
튼튼하다	5.41	1.69	310
틀림없다	4.45	1.55	309
티없다	2.23	1.32	309
파격적이다	4.03	1.62	307
파괴적이다	3.27	1.55	307
패기있다	5.32	1.33	307
편협하다	3.76	1.60	310
평범하다	4.11	1.41	309
폐쇄적이다	4.61	1.92	309
포악하다	3.19	1.68	309
포용력있다	3.93	1.57	310
표독스럽다	2.97	1.62	307
표리부동하다	4.11	1.65	309
푸근하다	3.59	1.51	307
품위있다	4.20	1.36	310
풍부하다	4.30	1.59	309
풍요롭다	4.26	1.37	310
학구적이다	4.23	1.57	307
한결같다	4.42	1.70	309
한심하다	3.61	1.86	309
합리적이다	5.72	1.17	309
행동적이다	5.32	1.28	307
향락주의적이다	3.57	1.56	306
허례적이다	3.52	1.63	307
허술하다	3.93	1.86	309
허심탄회하다	2.73	1.45	309
허약하다	3.08	1.57	309
허풍이세다	3.39	1.78	310
헌신적이다	3.90	1.53	309
험악하다	2.89	1.54	309
혁명적이다	4.55	1.63	309
혁신적이다	5.66	1.36	309
현명하다	4.57	1.40	309
현실적이다	5.80	1.31	309
협동적이다	5.44	1.34	307
호감이간다	4.75	1.55	307
호돌갑스럽다	2.59	1.44	306
호탕하다	3.27	1.44	310
화끈하다	4.24	1.43	307
화통하다	3.22	1.51	310
활기있다	5.39	1.31	307
활달하다	4.21	1.41	307
활동적이다	5.39	1.22	307
활발하다	4.75	1.48	309
활성적이다	4.96	1.50	309
회피적이다	3.38	1.61	310
획일적이다	4.79	1.72	310
효율적이다	5.36	1.32	310
후하다	3.27	1.33	310
훈훈하다	3.57	1.48	310
훌륭하다	4.94	1.51	307
흉악하다	2.51	1.44	309
흐리멍텅하다	2.48	1.38	307
희망차다	4.82	1.48	309
희생적이다	3.86	1.54	309
힘차다	5.16	1.42	310

부 록 II. 호오도 평정 결과

특성용어	평균	표준편차	N	특성용어	평균	표준편차	N	특성용어	평균	표준편차	N
가족적이다	5.12	1.19	370	국제적이다	5.72	1.21	385	단결력있다	5.51	1.10	370
가혹하다	2.42	1.49	369	굳건하다	4.96	1.03	384	단단하다	4.79	1.06	385
강건하다	4.80	1.06	385	굳굳하다	4.71	0.98	383	당당하다	5.25	1.07	385
강경하다	3.81	1.15	383	굳세다	4.84	1.01	366	대담하다	5.07	1.05	384
강력하다	4.89	1.15	383	권위적이다	2.95	1.38	370	대범하다	5.04	1.32	383
강렬하다	4.74	1.05	385	근면하다	5.72	1.14	384	대중적이다	4.71	1.21	370
강압적이다	2.74	1.20	367	근성있다	5.09	1.09	365	도덕적이다	5.19	1.41	384
강하다	4.93	1.14	369	급진적이다	4.25	1.12	368	도약적이다	5.21	1.01	369
개방적이다	5.33	1.18	384	긍정적이다	4.94	1.07	369	도전적이다	5.11	1.17	369
개성있다	5.12	1.27	366	기계적이다	3.23	1.33	383	독단적이다	2.89	1.39	382
개인주의적이다	2.93	1.30	369	기만적이다	2.32	1.24	381	독선적이다	2.46	1.31	363
거침없다	4.23	1.14	370	기발하다	5.74	1.25	383	독재적이다	2.62	1.53	369
건강하다	5.22	1.30	383	기상이높다	5.12	1.18	365	독창적이다	5.57	1.46	369
건설적이다	5.27	1.07	366	기운차다	5.38	1.18	370	돈밖에모른다	2.28	1.46	384
건실하다	5.23	1.19	367	기회주의적이다	2.92	1.47	368	돌격적이다	3.97	1.24	381
건전하다	5.18	1.31	370	까다롭다	3.61	1.27	383	동적이다	5.10	1.07	370
검소하다	4.61	1.13	366	깐깐하다	3.57	1.28	378	든든하다	5.00	1.01	384
견고하다	4.81	1.00	383	깔끔하다	4.92	1.11	380	듬직하다	4.82	1.21	370
견실하다	5.20	1.22	366	깨끗하다	5.19	1.21	381	딱딱하다	3.20	1.02	383
결단성없다	2.58	1.16	384	꼼꼼하다	4.69	1.05	380	뚜렷하다	5.06	1.05	385
결단성있다	5.34	1.00	385	꼿꼿하다	4.45	1.16	380	말끔하다	4.96	1.05	381
경쟁적이다	4.81	1.10	369	꾸준하다	5.17	1.11	368	매력적이다	5.01	1.24	384
경제적이다	5.26	1.09	370	꿋꿋하다	5.00	1.01	379	매몰차다	3.43	1.42	383
계산적이다	3.64	1.40	383	끈기있다	5.24	1.01	381	매정하다	2.89	1.32	370
계획적이다	4.70	1.26	370	끈질기다	4.86	1.06	368	명랑하다	4.44	1.14	385
고루하다	2.86	1.19	384	낙후됐다	2.45	1.30	369	면밀하다	4.97	1.06	383
고집스럽다	3.94	1.05	368	날카롭다	4.09	1.14	370	명령적이다	2.84	1.38	385
고차원적이다	4.76	1.28	369	남성적이다	4.48	1.12	365	모범적이다	5.30	1.44	382
곧다	5.23	1.22	382	냉담하다	3.17	1.20	384	모험적이다	4.70	1.15	368
공격적이다	3.58	1.33	383	냉엄하다	3.16	1.29	369	몰인정하다	2.45	1.41	368
공리적이다	4.85	1.16	367	냉정하다	3.44	1.33	368	무책임하다	2.24	1.47	365
공정하다	5.27	1.47	369	냉혹하다	3.05	1.41	370	물질적이다	3.77	1.15	370
공평하다	4.85	1.53	370	노련하다	4.92	1.00	385	미덥다	4.44	1.29	385
과감하다	5.20	1.16	384	논리적이다	5.21	1.13	384	미래지향적이다	5.99	1.10	382
과시적이다	3.15	1.17	367	능동적이다	5.61	1.15	383	민감하다	4.67	1.09	383
과학적이다	5.28	1.28	369	능력있다	5.68	1.05	383	믿음직하다	5.28	1.31	369
관료적이다	2.87	1.41	385	능률적이다	5.49	1.01	384	바르다	5.41	1.47	383
구태의연하다	2.95	1.13	368	다부지다	5.30	1.24	384	박력있다	4.84	1.13	385

특성용어	평균	표준편차	N	특성용어	평균	표준편차	N	특성용어	평균	표준편차	N
반사회적이다	2.42	1.32	382	세계적이다	5.83	1.31	383	약삭빠르다	2.93	1.47	384
발전적이다	5.66	1.12	370	세련되다	5.12	1.06	384	약탈적이다	2.26	1.53	369
배짱있다	4.70	0.99	370	세련미있다	5.11	1.05	385	얄팍하다	2.52	1.47	369
배타적이다	2.94	1.13	370	세밀하다	5.09	1.06	383	양면적이다	3.22	1.45	383
보수적이다	3.08	1.21	366	세심하다	4.56	1.05	366	양심적이다	5.17	1.51	367
복잡하다	3.58	1.14	370	소극적이다	2.58	1.15	381	억척같다	4.54	1.10	368
봉건적이다	2.59	1.23	385	소모적이다	2.84	1.14	383	엄격하다	3.92	1.15	383
봉사적이다	5.43	1.50	381	소비조장적이다	2.71	1.51	384	엄밀하다	4.73	1.05	383
부도덕하다	2.03	1.45	384	속도감있다	4.84	1.01	385	엄하다	4.04	1.04	370
부실하다	2.59	1.36	366	솔직하지못하다	2.57	1.36	369	여유있다	4.48	1.02	369
부지런하다	5.68	1.18	369	수단좋다	4.42	1.26	384	역동적이다	5.21	1.10	384
분명하다	5.12	1.06	383	수동적이다	2.72	1.19	383	열성적이다	5.23	1.09	366
분별력있다	5.46	1.18	384	수준높다	5.04	1.23	368	열의있다	5.51	1.09	367
분석적이다	4.74	1.00	365	술기롭다	5.32	1.14	380	예리하다	4.47	1.04	367
분주하다	4.44	1.11	370	신뢰롭다	5.63	1.40	385	올바르다	5.24	1.30	384
불공정하다	2.37	1.44	382	신뢰롭지못하다	2.12	1.40	384	완강하다	4.12	1.08	379
비약적이다	4.34	1.37	369	신빙성있다	5.38	1.47	383	완고하다	3.07	1.16	382
비인간적이다	2.34	1.48	367	신선하다	5.34	1.23	365	완벽하다	5.10	1.43	382
비정하다	2.75	1.47	368	신속하다	4.94	1.12	367	완전하다	4.60	1.52	369
비판적이다	4.18	1.27	369	신중하다	5.27	1.14	368	외유내강이다	4.82	1.36	368
빈틈없다	4.85	1.18	370	실리적이다	4.81	1.16	383	외향적이다	4.29	1.30	370
빠르다	4.84	1.12	385	실속없다	2.39	1.40	369	욕심많다	3.59	1.41	367
빵빵하다	4.62	1.21	383	실천적이다	5.29	1.18	368	용감하다	4.84	1.08	383
사려깊다	5.43	1.38	385	실질적이다	4.91	0.94	370	우호적이다	4.60	1.23	370
사리판단이밝다	5.43	1.24	384	심지가곧다	5.24	1.38	370	웅대하다	4.94	1.06	385
사무적이다	4.15	1.08	383	썩었다	2.01	1.51	366	원칙적이다	4.18	1.08	370
사회봉사적이다	5.23	1.65	369	아부적이다	2.44	1.32	384	위선적이다	2.45	1.36	366
산뜻하다	4.99	0.98	384	악랄하다	1.96	1.45	383	위태하다	2.47	1.36	370
살벌하다	2.76	1.38	383	악착같다	4.17	1.34	370	유능하다	5.57	1.09	384
새롭다	5.33	1.15	383	안일하다	2.68	1.29	368	유동적이다	4.45	1.18	384
생기있다	5.25	1.06	379	안전하다	5.18	1.32	370	유별나다	4.34	1.11	382
생동감있다	5.63	1.19	370	안정감이있다	5.26	1.17	370	융통성있다	5.13	1.28	367
생동적이다	5.24	0.96	384	알뜰하다	4.94	0.99	383	융화적이다	4.72	1.34	370
생산적이다	5.32	1.05	369	알차다	5.49	1.28	370	의욕적이다	5.42	1.06	368
서구적이다	4.06	1.05	383	애국적이다	5.11	1.38	382	의지력있다	5.33	1.19	369
선동적이다	3.67	1.20	384	야무지다	5.14	1.02	384	이기적이다	2.61	1.53	379
선명하다	5.14	1.15	383	야비하다	2.02	1.43	382	이상적이다	4.89	1.36	366
선이굵다	4.81	1.13	383	야심적이다	4.94	1.03	367	이성적이다	4.84	1.15	366
성실하다	5.31	1.20	367	약다	3.06	1.33	383	이윤추구적이다	4.39	1.32	369

특성용어	평균	표준편차	N
이중성격이다	2.49	1.49	369
이지적이다	4.71	1.19	369
이타적이다	4.16	1.49	370
이해타산적이다	3.73	1.53	369
인간미없다	2.29	1.46	384
인간적이다	5.26	1.41	383
인내성있다	5.34	1.03	381
인도적이다	5.09	1.35	382
인색하다	2.79	1.27	365
일관성있다	5.27	1.28	382
일률적이다	4.16	1.29	384
자립적이다	5.37	1.37	383
자신감이넘친다	5.40	1.33	366
자신있다	5.44	1.17	367
자율적이다	5.31	1.38	369
자존심이강하다	4.48	1.05	370
자주적이다	5.40	1.49	370
잔혹하다	2.42	1.51	369
잠재력있다	5.52	1.11	370
재빠르다	4.75	1.26	382
저돌적이다	4.05	1.29	383
적극적이다	5.58	1.08	381
전근대적이다	2.98	1.42	381
전도양양하다	4.78	1.28	366
전략적이다	4.85	1.25	384
전망이밝다	5.91	1.14	384
절도있다	4.77	1.12	384
정열적이다	5.15	1.18	370
정직하다	5.37	1.57	369
정치적이다	3.18	1.45	368
정확하다	4.95	1.25	370
조직적이다	5.22	1.07	370
주관있다	5.45	1.31	383
주도적이다	4.94	1.13	384
주체성이있다	5.51	1.44	370
지구력이있다	5.01	1.15	383
지기싫어한다	4.88	1.22	381
지도력있다	5.33	1.13	383
지독하다	2.95	1.57	382
지배적이다	2.79	1.41	382
지성적이다	4.97	1.15	366
직선적이다	3.96	1.02	364
진보적이다	5.60	1.38	384
진지하다	5.15	1.16	369
진취적이다	5.66	1.26	368
질서가있다	5.07	1.13	365
집념이강하다	5.31	1.04	381
집요하다	4.11	1.23	369
차다(冷)	3.15	1.27	383
착실하다	5.20	1.21	367
착취적이다	2.23	1.59	368
참신하다	5.35	1.25	367
창의적이다	5.52	1.26	368
창조적이다	5.81	1.36	370
책임감있다	5.43	1.25	369
철저하다	4.77	1.15	369
체계적이다	5.29	1.00	382
충실하다	5.20	1.24	367
치밀하다	5.14	1.13	384
친근하다	5.19	1.29	379
친숙하다	4.78	1.21	365
친절하다	5.22	1.42	370
침체되다	2.63	1.28	367
칼날같다	4.29	1.22	380
크다	4.87	1.13	384
타산적이다	3.51	1.33	366
타협적이다	4.26	1.25	370
탄탄하다	5.26	1.22	367
탐구적이다	5.39	1.22	381
톡이하다	4.48	0.93	369
톤톤하다	5.32	1.36	370
틀림없다	5.20	1.32	383
파격적이다	4.13	1.36	383
패기있다	5.54	1.03	381
평범하다	3.86	1.02	383
폐쇄적이다	2.39	1.32	366
표리부동하다	3.31	1.43	365
품위있다	4.71	1.23	369
풍부하다	5.00	1.11	383
풍요롭다	4.79	1.16	368
학구적이다	4.96	1.25	382
한결같다	4.15	1.31	367
합리적이다	5.16	1.08	365
행동적이다	4.97	0.96	383
혁명적이다	4.86	1.33	383
혁신적이다	5.39	1.25	365
현명하다	5.48	1.17	384
현실적이다	4.72	1.04	367
협동적이다	5.52	1.12	383
호감이간다	5.19	1.21	381
화끈하다	4.72	1.08	380
활기있다	5.38	1.05	380
활달하다	5.03	0.90	384
활동적이다	5.29	0.91	384
활발하다	5.58	1.09	384
활성적이다	5.02	1.09	366
획일적이다	2.73	1.28	369
효율적이다	5.40	1.19	369
훌륭하다	5.12	1.21	385
희망차다	5.62	1.20	384
힘차다	5.36	1.15	370