

중·노년층 여성의 의복추구 이미지 연구

김유덕 · †김미영

경원대학교 생활과학대학 의상학과

A Study on Clothing Preference Images of the Middle-Aged and Elderly Women

Yu Deok Kim · †Mi Young Kim

Dept. of Clothing, Kyungwon University
(2003. 10. 14. 접수)

Abstract

This study was intended to analyze clothing preference images according to the age groups (30's, 40's, 50's and 60's) and to clarify the differences between present clothing preference images and that of the future after 60. The data was collected through a questionnaire and a total of 482 questionnaires on the age groups ranging from 30s through 60s were used in the analysis. As for the present clothing preference images in accordance with age groups, the younger age groups in the range of 30's and 40's presented higher scores in most of these images. But the older age groups in the 50's and 60's had lower scores in most of these images. On the contrary, the older age groups had higher scores than the younger age groups with respect to similar, mature, magnificent, innocent, plump and virtuous images. As for the future clothing preference images after 60 in the elegant, luxurious, graceful, intellectual, chic, urbane, slimy and sociable images, the age groups in the 30's and 40's presented higher scores than the age groups in the 50's and 60's did. However, with respect to the youth-oriented images such as fashionable, innocent, remarkable, cute and vigorous images, the age group in the 60's had a higher score than the age group in the 30's, 40's and 50's did. There were differences between the present clothing preference images and future clothing preference images after 60. The 30's and 40's presented distinctively different clothing preference images in the present and future after 60. Thus, distinct images were pursued in the older age group. The 50s showed closest images to that of the older age group, presenting more conservative inclination in clothing preferences.

Key words: Middle-aged woman, Elderly woman, Present clothing preference images, Future clothing preference images after 60; 중년여성, 노년여성, 현재의 의복추구이미지, 향후 노년의 의복추구이미지

I. 서 론

최근 세계적으로 진보하는 과학과 의학기술의 발달, 경제발전에 따른 생활수준의 향상으로 인해 인간의 평균 수명이 점차 길어지고 있다(통계청, 2002).

평균수명의 연장은 노인인구의 증가로 결부되는데,

장래 추계인구 조사에서도 65세 고령인구 구성비가 2010년 10.7%, 2030년 23.1%, 2050년 34.4%로 나타나 노년 타겟시장은 엄청난 규모가 될 것이라 예상되고 있다.

특히, 과거 우리나라 노인들은 대체로 어려운 시대에 태어나 땀흘려 일하며 오직 자식 부양에 희생해 온 전통적인 「희생형 부모」, 「자식 의존형 부모」였으나, 최근 이와 같은 현상은 차츰 바뀌어 가고 있다.

†Corresponding Author

Tel: 031-750-5946; e-mail: mikim@kyungwon.ac.kr

노인들의 자립의식이 증대하고 고학력 노인과 경제력이 있는 노인들이 증가하면서 노인도 사회의 한 활동적인 세대가 되어 즐거움과 보람을 찾아야 한다는 인식이 팽배하고 있다(김성순, 1995).

또한, 노년층의 의복에 대한 관심이 점차 높아지고 다양화되고 있으며, 의복이 자기 자신의 이미지 표출이며, 상징의 수단으로서 인식되고 있다. 이러한 의식과 가치관의 변화는 의복에 대한 관심과 의복추구 이미지에 반영되고 구매동기를 조직화시키는 데 영향을 주어 의복구매의 기준이 되고 있다. 그러므로 노년층의 의복추구 이미지와 의복 관심도는 노년층 소비자를 심층적으로 이해하기 위한 중요한 변수가 된다고 하겠다.

본 연구는 현재의 노년층뿐만 아니라, 10~20년 후에 노년층이 될 현재의 중년층 소비자들도 대상으로 하여 의복추구 이미지를 연구함으로써 향후 노년 의복시장에 대응하고자 한다.

그러므로, 본 연구(제1보)에서는 우선 중년과 노년의 여성을 대상으로 하여 연령집단에 따른 현재의 의복추구 이미지와 향후 노년의 의복추구 이미지를 조사하여 비교 분석하고, 연령집단별 현재와 향후 노년의 의복추구 이미지의 차이도 알아보고자 한다. 본 연구에서는 60세 이상이 되었을 때를 향후 노년의 기준으로 선정하였다. 후속 연구(제2보)에서는 의복관심도에 따라 집단을 유형화하여 이에 따른 현재와 노년의 의복추구 이미지와 신체특성에 따른 의복추구 이미지에 대하여 연구하고자 한다.

II. 이론적 연구

1. 노년기의 의복

1) 노년의 개념

노인의 개념은 이론적으로나 실제적으로나 특정한 사회의 경제적·문화적 배경에 따라 다르게 정의할 수 있으며, 학자에 따라 노인의 이론도 다양하기 때문에 이론적으로는 노인이 고령으로 인해 생리적, 심리적, 정서적, 행동적 측면에서 감퇴 현상이 일어나는 시기에 있는 개인이라고 규정한다고 해도 실제로 노인이 되는 시기 즉 '노령선'을 어디에 두는가 하는 문제는 여전히 남아있다고 할 수 있다. 즉 노인에 대한 개념은 노화에 대한 노인 자신의 주관적 의식과 객관적 상황에서 일치하지 않는 경우가 있다. 자신이 스

스로 노인이라고 자각하는 노성(老性)자각 연령은 실제로 사회적 계층이나 성별 혹은 동료집단 등에 따라 다양하다(김태현, 1998).

그러나 우리나라의 경우 일반적으로 60세를 기준으로 노인을 규정하고 있다. 이와 같은 이유는 우리나라는 전통적으로 60세에 회갑을 하며, 현재 노인들 또한 60세를 노인의 시작으로 보는 경우가 가장 많으며(한국개발조사연구소, 1984), 대체로 정부기관이나 사회의 각 기업에서는 55~60세 전후를 퇴직연령으로 규정하기 때문이다. 따라서 노인으로 간주하는 주관적 인지연령을 60세로 본 경우가 많아서 정향숙(1993), 이은희(1991), 이은실(1993) 등의 다수의 연구에서 60세 이상을 노인으로 규정하였으며, 본 논문의 노년기 연령 또한 60세를 기준으로 하고자 한다.

2) 노년기 의복

의류학 분야의 노년시장 연구는 주로 노년층의 체형변화에 따른 의복의 기능성 연구에 중점을 두고 인체계측을 통한 의복 구성학 분야가 많았으나, 최근 노년층의 의복 관심이 대두되면서 의복심리나 의류상품학 분야의 연구가 증가하고 있는 추세다.

노년기의 의복의 중요성에 관해 Ryan(1966)은 타 연령층과 마찬가지로 노년기에도 외모가 심리상태에 주는 영향이 크며 매력적이고 단정한 외모를 유지하기 위해 노력한다고 하였다. 특히 신체적 활력이나 직업과 관련된 지위, 수입 같은 자아지지의 요소를 잃어 가고 있기 때문에 노인에게는 의복이 매우 중요한 심리적 역할을 하는 것이라고 했다.

이은실(1993)은 60~70대 여성을 대상으로 라이프스타일 유형과 의복관여도의 관계를 연구한 결과 외부활동형은 의복 즐거움, 의복상징성, 의복관심에서 의복관여도가 높게 나타났고 의복구입빈도가 많았으며, 가사관심 및 적극적 생활형도 의복관여도가 높았다.

정찬진, 박재옥(1996)은 노년여성의 인지연령에 따른 쇼핑성향 및 점포속성 중요도를 연구한 결과 인지적으로 젊게 생각하는 여성과 인지적으로 젊지 않게 생각하는 여성과는 쇼핑성향이나 점포속성 중요도간에 차이가 있으며, 이는 노년층 소비자도 동질적인 집단이라기보다는 성향이 다른 이질적인 집단으로서 분석 및 마케팅개발의 필요성을 제시하였다.

박정희(1996)는 라이프스타일 유형에 따른 의복구매관습을 분석한 결과 구매동기, 정보수집, 동반구매자, 구매장소, 구매 후 만족도 등의 평가에서 집단에

따라 결과가 다양하게 나타났으며, 이에 노인복 시장의 세분화의 필요성을 제시하였다.

배현숙(1999)은 노년층 여성의 자아이미지를 측정하고 이미지에 따른 의복 구매유형 및 선호 디자인을 연구하였다. 그 결과 노년층은 현실적 이미지를 낮게 평가하는 반면 이상적 이미지 높게 평가하는 경향을 나타냈고, 연령에 따라 이상적 자아이미지와 의복 선호 디자인도 다르게 나타나 노인층 소비자의 요구가 개성화 다양화되어 간다고 했다.

채진미(1997)는 50대~60대 여성을 대상으로 라이프스타일 유형에 따라 집단을 활동적 물질추구형, 과시적 소비지향형, 적극적 가정충실형, 독립적 자기중심형, 여가활동형, 소극적 가정지향형으로 분류하고 유형에 따른 의복구매행동을 연구한 결과 활동적 물질추구형과 과시적 소비지향형 집단이 외모관심과 의복비 지출이 높고 상징성을 위해 의복을 구입하는 경향이 높게 나타났다.

이상의 선행연구에서 보면 노년층 여성들도 다른 연령층과 마찬가지로 의복에 대한 관심이 높았으며 라이프스타일 유형에 따라 집단간의 의복관심이나 태도가 다양하게 나타났다. 이는 최근 소비적이고 활동적이며 적극적인 노인상의 증가에 따른 노년 소비자에 대한 깊이 있는 연구와 대응이 필요하다는 것을 시사한다고 하겠다.

2. 의복추구 이미지

1) 자아이미지와 의복추구이미지

자아이미지는 개인이 자기 자신을 보는 방법이며 동시에 남들이 자기에 대하여 갖고 있으리라고 생각하는 자화상으로서 자신의 배경과 경험의 소산이라 할 수 있다.

자기이미지의 다차원적 특성은 James(1980)에 의해 자기개념이 대두되었을 당시부터 의식경험의 주체가 되는 실존적이고 순간적이며 변화무쌍한 경험 그 자체인 행위의 주체와 의식경험의 대상으로서 구체적이며 지속성을 지닌 실체를 의미하는 관찰의 대상으로 구분한 점에서 드러난다. 더불어 자기를 구성하는 요소를 물질적 자기, 사회적 자기, 정신적 자기, 신체적 자기의 4가지로 분류하였고, 정원식(1985)는 신체적 자기, 도덕적 자기, 성격적 자기, 가정적 자기, 사회적자기로 구분한데 비하여, Ryan(1966)은 신체적 자기와 사회적 자기로 나누었다.

그리고 정인희, 이은영(1996)는 자아이미지의 구성의 분류에서 신체적 측면과 사회심리적 측면으로 구분하였는데. 신체적 자기 이미지는 자신의 몸이나 신체의 특성에 대한 지각을 의미하며, 사회심리적 자기 이미지는 심성이나 사회적 관계에 있어서의 지각으로 일컬고, 신체적 이미지에 대해 의복으로 어느 정도 조작 가능한 자기이미지의 중요한 측면으로 언급하였다.

정인희, 이은영(1996)은 자기이미지의 측정차원에서 현실적 자기이미지와 이상적 자기이미지를 가장 보편적인 자기이미지 분류차원으로 보았다. 현실적 자기이미지는 자기 자신에 대한 그대로의 이미지, 즉 자신이 어떤 사람인가에 대해 개인이 가지는 이미지로 보았으며, 이상적 자기이미지는 개인이 희망하는 자기이미지이며 동경하는 이미지라고 하였다. 의복은 제2의 피부로서 이상적인 자기이미지와 지각된 자기이미지 사이의 격차를 줄여주는데 흔히 사용된다고 한다. 보통 사람들은 실제적 자기 이미지보다 더욱 긍정적인 이상적 자기 이미지를 가지며, 따라서 의복은 자기개념을 보완해주는 역할을 한다. 즉, 시각적인 영향력을 발휘하여 일시적으로 원하는 모습을 연출해 줄 수 있으며, 또한 그러한 일련의 과정을 통해 돌아오는 타인으로부터의 긍정적인 보상에 힘입어 점차적으로 실제적 자기개념이 증진되리라는 것이다.

강혜원(1995)은 개인은 실제적 자기이미지와 이상적 자기이미지가 서로 일치할수록 더 행복하고 만족하며, 실제적 자기이미지와 이상적 자기이미지의 불일치가 클수록 불행하고 불만족하다고 느낀다.

이처럼 개인에게 있어 의복은 실제적 자기이미지를 이상적 자기이미지와 일치시키기 위한 가장 영향력 있는 수단이며, 구매행동과 연결되므로 마케팅 측면의 중요한 자아이미지의 유형은, 이상적 자아 이미지라고 볼 수 있다. 이것은 의복을 통해 자신의 이상적 이미지를 추구하고자 하는 욕구를 추구 자아이미지로 언급할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 의복을 통해 나타내고 싶은 자아이미지를 의복추구 이미지로 규정하고 현재의 의복추구 이미지와 향후 노년의 의복추구 이미지로 분리하여 연구하고자 한다.

2) 노년기 의복과 의복추구 이미지

자아이미지는 소비자 구매행동의 다양한 측면에

영향을 미치며 특히, 소비자의 가치, 욕구, 동기 등의 형성에 영향을 미치는 것으로 밝혀지고 있다.

의복에 대한 관심이나 중요성은 개인에 따라 다르지만 대개의 경우 외모나 의복에 대한 만족, 불만족이 기분이나 행동에 있어 자신감이나 적극성 또는 심리적 위축감으로 나타나 착용자의 심리적 변인에 영향을 줄 수 있다. 따라서 정도의 차이는 있겠지만 자기가치의 보강, 자기전시의 촉진하는 도구로써 의복을 사용할 것이다. 그러므로 의복은 자신의 독특한 개성을 표현하는 동시에 타인을 바라보는 수단이 되므로 자기이미지와 구매행동을 연관시켜 연구할 수 있는 적합한 제품영역에 해당한다고 볼 수 있다(김혜라, 1998). 이처럼 의복은 그 자체가 자기이미지의 구성요소가 되는 동시에 또한 자기이미지를 변화시킬 수 있는 도구로서 가능하다

자아이미지와 의복의 이미지와의 유사성에 대한 조사를 한 나영은(1992)의 연구 결과는 자아이미지와 의복스타일의 이미지가 유사할수록 그 의복의 스타일을 선호하는 것으로 나타났다. 전반적인 경향은 실제 자아이미지보다는 이상적 자아이미지와 유사한 스타일의 의복을 더 선호하는 것으로 나타났다.

배현숙(1999)은 노년층 여성의 자아이미지 연구에서 노년층은 현실적 이미지를 낮게 평가하는 반면 이상적 자아이미지는 높게 평가하는 경향을 나타냈고, 연령에 따라 이상적 자아이미지와 의복 선호 디자인도 다르게 나타나 노년층 소비자의 요구가 개성화 다양화되어 간다고 했다.

따라서 노년층 소비자들도 자신의 이미지를 가장 효과적으로 표현할 수 있는 수단으로 의복을 중요시한다고 할 수 있으며, 자신의 이미지가 잘 반영된 의복을 찾고자 한다고 할 수 있으므로 노년층 여성의 의복추구 이미지의 연구는 노년 시장의 중요한 변수라고 할 수 있다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 중·노년층의 연령집단에 따른 의복추구 이미지의 차이를 분석하기 위해 다음과 같이 선정하였다.

연구문제1. 연령에 따른 현재의 의복추구 이미지의 차이를 분석한다.

연구문제2. 연령에 따른 향후 노년이 되었을 때의 의복추구 이미지의 차이를 분석한다.

연구문제3. 연령 집단별 현재와 향후 노년이 되었을 때의 의복추구 이미지의 차이를 분석한다.

2. 자료수집과 분석방법

연구대상은 노년기를 준비하는 중년여성을 연구대상으로 포함하기 위하여 30세 이상의 중년 여성부터 60대의 노년 여성까지 선정하였다. 자료수집은 설문지 응답방식으로 이루어졌으며, 2002년 1월부터 4월까지 서울시와 수도권 신도시에 배부된 설문지 중에서 521부가 회수되었다. 이 중 응답내용이 불성실한 것을 제외하고 30대 114명, 40대 131명, 50대 101명, 60대 이상 105명의 자료인 총 482부가 분석에 사용되었다.

분석방법은 SPSS 10.0 통계 프로그램을 이용하였으며, 빈도분석, ANOVA와 Duncan Test, paired t-test를 이용하였다.

3. 측정도구

본 연구의 측정도구로는 설문지를 사용하였다. 의복추구 이미지의 측정문항은 이미지 관련 연구와 노년층을 대상으로 한 선행 연구에서 사용된 이미지 중 중요한 이미지들로 언급되었던 이미지들을 선정하였다. 따라서 배현숙(1999), 석유경(1997), 김양진(1996), 김은숙(2000), 이은숙(1996)의 선행연구들에 사용한 26문항과 이 문항에는 빠져 있었으나 연구자가 필요하다고 판단한 '남과 비슷한'의 1문항을 보완하여 총 27문항으로 구성하였다. 설문지는 현재의 의복추구 이미지와 향후 노년이 되었을 때의 의복추구 이미지의 문항으로 분류하여 측정하였다. 측정문항은 '전혀 나타내고 싶지 않다'에서 '아주 나타내고 싶다'의 5점 평정척도로 측정하였고 자료 분석시 1점~5점의 등간 점수로 사용하였다.

IV. 분석 결과 및 논의

1. 연령에 따른 현재의 의복추구 이미지의 차이

연령 집단에 따른 의복추구 이미지의 차이를 보기

위해, 의복추구 이미지를 요인분석하였으나 각 요인들의 하위 이미지들이 다양하여 이런 이미지들을 하나의 요인으로 묶는 것은 적합하지 않은 것으로 판단되었다. 따라서 의복추구 이미지들을 각각 분석하였다. 먼저 연령 집단에 따라 현재의 의복추구 이미지를 비교하고자 ANOVA와 Duncan Test를 실시하였다(표 1).

<표 1>의 연령에 따른 현재 의복추구 이미지의 결과를 보면 27개의 의복추구 이미지 문항 중 우아한, 고급스러운, 도시적인, 세련된, 실용적인, 개성적인, 발랄한, 지적인, 날씬한, 단정깔끔한, 매력있는, 귀여운

운, 남과 비슷한, 성숙한, 화려한, 청순한, 품만한, 정숙한 등의 18개의 이미지 문항에서 연령별로 유의한 차이가 있었고, 나머지 유행을 따르는, 사교적인, 젊어보이는, 활동적인, 수수한, 눈에 띄는, 섹시한, 품위있는, 여성스러운 등의 9개 이미지 문항에서는 연령간의 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

위의 결과로 볼 때, 유의한 차이를 보인 18개의 이미지 문항 중 일반적으로 우아한, 고급스러운, 도시적인, 세련된, 실용적인, 개성적인, 발랄한, 지적인, 날씬한, 단정깔끔한, 매력있는, 귀여운 이미지는 30대 집단에서 높은 점수를 보였고, 40대도 30대와 비슷한

<표 1> 연령에 따른 현재의 의복추구 이미지의 차이

현재이미지 \ 연령	30대	40대	50대	60대	F 값
우아한	3.578 A	3.727 A	3.703 A	3.327 B	7.37***
고급스러운	3.770 A	3.725 A	3.613 A	3.253 B	11.33***
도시적인	3.548 A	3.515 A	3.383 A	3.057 B	9.88***
세련된	4.034 A	4.000 A	3.851 A	3.567 B	9.49***
실용적인	3.805 A	3.923 A	3.570 B	3.776 A	3.84**
개성적인	3.437 A	3.515 A	3.168 B	3.407 A	3.08*
발랄한	3.335 A	3.174 A	2.810 B	3.156 A	7.77***
지적인	4.013 A	3.984 A	3.737 B	3.466 C	14.74***
날씬한	3.979 A	3.909 A	3.584 B	3.451 B	11.71***
단정깔끔한	4.180 A	4.076 AB	3.767 C	3.930 BC	6.75***
매력있는	3.767 A	3.636 AB	3.535 AB	3.425 B	3.39*
귀여운	3.119 A	2.801 BC	2.650 C	2.911 AB	5.94***
남과 비슷한	2.279 B	2.378 B	2.680 A	2.844 A	11.80***
성숙한	3.090 B	3.244 AB	3.333 A	3.361 A	3.51**
화려한	2.659 B	2.727 AB	2.960 A	2.893 AB	2.99*
청순한	3.208 B	3.060 B	2.989 B	3.436 A	5.81***
품만한	2.312 C	2.515 BC	2.544 B	2.800 A	7.00***
정숙한	3.426 C	3.636 AB	3.445 BC	3.656 A	3.19*
유행을 따르는	2.895	2.877	2.940	2.980	0.34
사교적인	3.097	3.083	3.183	3.153	0.47
젊어보이는	3.715	3.818	3.640	3.761	1.15
활동적인	3.580	3.727	3.613	3.539	1.45
수수한(무난한)	3.148	3.198	3.148	3.238	0.39
눈에 띄는	2.828	2.840	2.643	2.951	2.28
섹시한	2.805	2.679	2.703	2.564	1.52
품위있는	3.762	3.890	3.830	3.740	1.11
여성스러운	3.611	3.681	3.604	3.711	0.60

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ A, B, C는 던컨 테스트 결과를 표시함.

수준으로 나타나, 전체적으로 낮은 연령집단이 높은 연령집단에 비해 높은 점수를 보였다고 할 수 있다. 이와 달리 남과 비슷한, 성숙한, 화려한, 청순한, 풍만한, 정숙한 이미지에서는 60대와 50대의 높은 연령집단이 30, 40대의 낮은 연령집단보다 높은 점수를 나타냈다. 이는 현재 연령을 감안할 때 젊은 층일수록 우아하고 고급스러운 경향과 도시적이고 세련된, 지적인 경향을 추구하는 것으로 보이며, 노년으로 갈수록 남과 비슷한, 성숙한, 정숙한, 풍만한 등과 같이 사회적 연령에 맞는 이미지를 추구하는 것으로 보인다. 반면 화려한, 귀여운, 청순한 등의 이미지에서는 30·40대의 젊은 층보다 높은 점수를 나타내 노화에 따른 신체적인 변화를 의복을 통해 극복하고자 하는 것을 알 수 있다. 기존에는 이런 이미지들은 60대 노년의 여성들이 추구하는 이미지가 아니었으나 최근 들어 이런 결과가 나타난 것은 노년 여성들의 의복에 대한 태도가 바뀌고 있다는 것으로 해석할 수 있다.

이상의 결과들을 보기 쉽게 그래프로 나타내면 <그림 1>과 같다. <그림 1>에서는 연령에 따라 유의한 차이가 나온 이미지만을 그래프로 나타냈다.

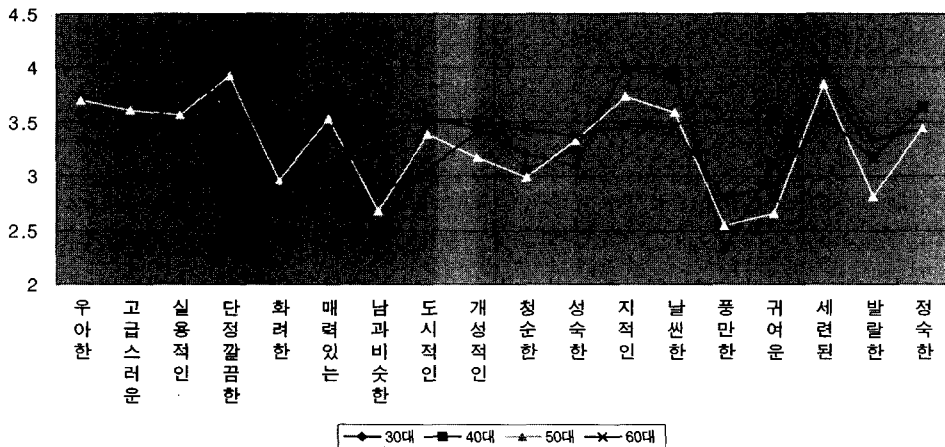
2. 연령에 따른 향후 노년의 의복추구 이미지의 차이

연령 집단에 따라 자신이 향후 노년이 되었을 때 추구하는 의복 자아이미지를 비교하고자 ANOVA와 Duncan Test를 실시하였는데 <표 2>의 연령별 향후 노년의 의복추구 이미지의 결과를 보면 다음과 같다.

단 60대의 경우는 예비조사 결과 현재의 의복추구 이미지가 동시에 노년의 의복추구 이미지로 나타났으므로 <표 2>에서는 60대의 현재의 의복추구 이미지를 노년의 의복추구 이미지로 비교하였다.

연령별로 유의한 차이를 보인 이미지는 우아한, 고급스러운, 품위있는, 지적인, 세련된, 도시적인, 날씬한, 정숙한, 개성적인, 젊어보이는, 사교적인, 남과 비슷한, 풍만한, 유행을 따르는, 청순한, 눈에 띄는, 귀여운, 발랄한 등의 18개 문항이다. 반면에 성숙한, 활동적인, 수수한, 실용적인, 단정깔끔한, 색시한, 화려한, 매력있는, 여성스러운 등의 9개 문항은 유의한 차이를 나타내지 않았는데, 이것은 노년에 추구하고자 하는 이미지가 세대간에 차이가 없이 비슷한 수준을 나타내는 이미지라고 할 수 있다. 우아한, 고급스러운, 품위있는, 젊어보이는, 지적인, 날씬한, 세련된 이미지는 높은 점수를 나타내고 있어 일반적으로 소비자들이 향후 노년의 의복추구 이미지로 선호한다고 할 수 있다.

일반적으로 남과 비슷한, 눈에 띄는, 청순한, 풍만한, 유행을 따르는, 귀여운 이미지는 낮은 점수를 나타내고 있다. 그러나, 연령간의 차이를 보면, 남과 비슷한, 풍만한, 유행을 따르는 이미지는 60대와 50대가 높은 점수를 보였고, 30대와 40대에서는 낮게 나타났다. 또한 청순한, 눈에 띄는, 귀여운, 발랄한 이미지는 60대에서 가장 높게 나타나고 50대, 40대, 30대가 비슷한 수준으로 나타났다. 이것은 현재의 노년층이 타 연령층에 비해 의복을 통해 젊음 지향적인 이미지를 나타내



유의한 차이가 나온 이미지만 표시 하였음

<그림 1> 연령에 따른 현재의 의복추구 이미지의 차이

<표 2> 연령에 따른 향후 노년의 의복추구 이미지의 차이

노년이미지	연령	30대	40대	50대	60대	F 값
우아한		4.256 A	4.166 A	3.871 B	3.326 C	40.59***
고급스러운		4.229 A	4.083 A	3.802 B	3.254 C	38.78 ***
품위있는		4.402 A	4.272 A	4.101 B	3.759 C	23.28***
지적인		4.006 A	4.030 A	3.663 B	3.466 C	15.18 ***
세련된		4.062 A	3.939 A	3.660 B	3.557 B	9.95***
도시적인		3.321 A	3.369 A	3.173 AB	3.057 B	3.59*
날씬한		3.506 AB	3.674 A	3.267 C	3.432 BC	4.26**
정숙한		3.734 A	3.725. A	3.440 B	3.666 A	3.36*
개성적인		3.204 AB	3.290 A	3.009 B	3.388 A	2.88*
짧어보이는		3.916 A	3.793 AB	3.590 B	3.733 AB	3.07 *
사교적인		3.458 A	3.229 B	3.272 AB	3.134 B	3.64*
남과 비슷한		2.475 B	2.507 B	2.734 A	2.835 A	4.87 **
풍만한		2.437 B	2.592 B	2.630 AB	2.819 A	4.63**
유행을 따르는		2.645 B	2.719 B	2.821 AB	2.970 A	3.21*
청순한		2.618 B	2.740 B	2.790 B	3.407 A	17.04***
눈에 띄는		2.666 B	2.687 B	2.613 B	2.951 A	3.43*
귀여운		2.361 B	2.447 B	2.464 B	2.882 A	7.05***
발랄한		2.562 B	2.681 B	2.683 B	3.118 A	8.31***
성숙한		3.370	3.427	3.346	3.361	0.22
활동적인		3.430	3.496	3.440	3.519	0.39
수수한(무난한)		3.222	3.145	3.108	3.247	0.75
실용적인		3.692	3.795	3.640	3.757	1.00
단정깔끔한		4.077	4.076	3.950	3.907	1.88
섹시한		2.430	2.267	2.435	2.564	2.38
화려한		2.722	2.765	2.950	2.912	1.72
매력있는		3.500	3.366	3.434	3.415	0.55
여성스러운		3.673	3.689	3.540	3.721	1.06

*** $p \leq .001$, ** $p \leq .01$, * $p \leq .05$, A, B, C, D는 던컨 테스트 결과를 표시함.

려는 경향이 있다는 것이다. 즉, 현재의 노년층인 60대에 비해 30대, 40대, 50대에는 이런 이미지를 낮게 추구하고 있으나, 막상 노년기가 된 60대에서는 오히려 이런 이미지를 높게 추구하게 된다고 할 수 있다. 이것은 실제로 노년기가 되면 노년기 이전에 생각했던 이미지와는 달리 좀 더 젊음 지향적 이미지를 원한다는 것으로 해석할 수 있다.

40대, 50대 중간 연령층에서는 좀 더 노년과 가까워진 연령으로 60대와 30대의 중간에 해당되는 특징을 보인다. 전체적으로 연령이 높아지면서 60대의 결과와 비슷한 양상으로 나타나고 있다.

위의 결과에서 연령별로 향후 노년의 의복추구 이미지에 차이가 나타난 것은 현재의 자신의 연령에서 미래에 대한 추구 이미지를 예상한 점수이기 때문에 실제로 노년이 되어 추구하고자 하는 이미지가 다르게 나타날 수도 있는 문제점은 있으나, 연령에 따라 의복의 추구 성향이 변화되어 가고 또한, 노년기를 보는 가치관이 달라지고 있다는 것으로 해석할 수 있다. 노년기의 의복추구 이미지는 실제로 노년기가 되었을 때 달라질지라도 현재의 30대, 40대, 50대 층이 60세 이후의 노년이 되었을 때 추구하는 의복추구 이미지는 기존의 노년층과는 다른 것으로 미래 노년층

의 의복태도를 보여주는 것이라 할 수 있다. 또한 연구결과에서 연령에 따라 향후 노년이 되었을 때의 의복추구 이미지에서 유의한 차이가 나타난 것은 변화하는 패션의 흐름과 가치관의 변화가 잘 반영된 결과라고 할 수 있다.

이상의 결과들을 보기 쉽게 그래프로 나타내면 <그림 2>와 같다. <그림 2>에서는 연령에 따라 유의한 차이가 나온 이미지만을 그래프로 나타냈다.

3. 연령 집단별 현재와 향후 노년의 의복추구 이미지의 차이

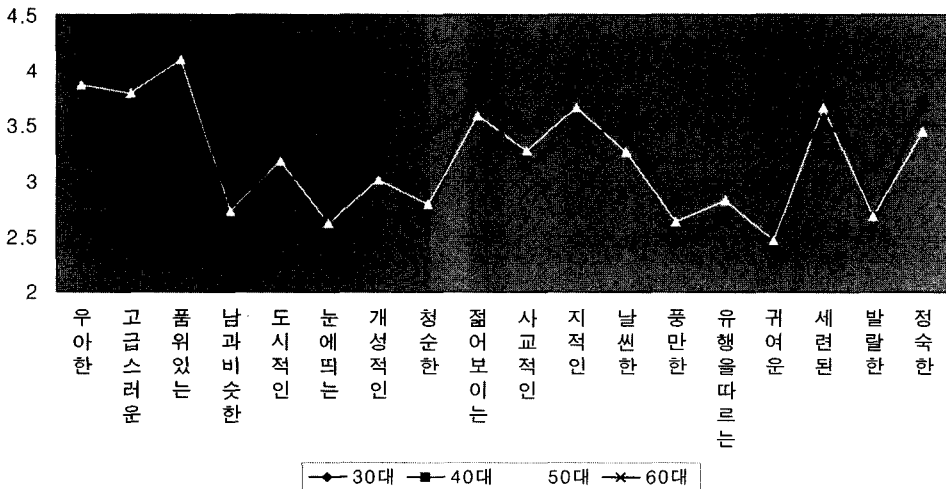
연령 집단별 현재와 향후 노년이 되었을 때의 의복추구 이미지의 차이를 분석하기 위하여 연령별로 paired t-test를 실시한 결과는 <표 3>과 같다. <표 3>의 경우 60대는 현재의 이미지가 본 연구에서 선정한 60세 이후의 노년의 이미지이므로 비교할 수 없어서 제외하였다.

<표 3>의 결과를 살펴보면 30대에서는 단정깔끔한, 화려한, 수수한, 지적인, 세련된을 제외하고 모든 이미지에서 유의한 차이를 나타냈다. 우아한, 고급스러운, 품위있는, 남과 비슷한, 정숙한, 젊어보이는, 성숙한, 사교적인, 풍만한 이미지는 현재보다 향후 노년이 되었을 때에 높은 점수를 보여 노년이 되어감에 따라 추구하고 싶은 이미지의 방향이 현재보다는 품위와 성숙함을 원하는 욕구가 강하다고 볼 수 있다. 반면에

현재보다 향후 노년이 되었을 때에 낮게 나타난 이미지는 섹시한, 활동적인, 실용적인, 도시적인, 매력있는, 눈에 띄는, 개성적인, 청순한, 날씬한, 유행을 따르는, 귀여운, 발랄한 등으로 젊은 층과 연관되는 이미지는 노년에는 자제하고자 하는 추세로 보인다. 40대는 30대와 유의수준에서 차이가 약간 있을 뿐, 유의한 차이를 보인 이미지가 30대와 거의 비슷하였다.

50대의 현재와 향후 노년이 되었을 때의 의복추구 이미지의 차이를 보면, 30대, 40대와는 달리 유의한 차이가 있는 이미지의 수가 적게 나타났다. 이는 노년에 가까운 나이일수록 현재와 노년의 이미지 차이가 적어지기 때문이라고 할 수 있다. 특히 세련된 이미지의 경우 30대와 40대에는 현재와 향후 노년의 의복추구 이미지에 유의한 차이가 나타나지 않고 50대에서만 유의한 차이가 나타난 것으로 보아 30대와 40대의 경우는 세련된 이미지가 현재나 향후 노년이 되었을 때나 모두 중요시 한다는 것을 알 수 있다. 이것은 현재의 30·40대와 50대의 연령 집단간의 의복태도에 대한 차이 때문이라고도 해석할 수 있다.

단정깔끔한, 지적인, 여성스러운 이미지 문항은 평균이 3.5~4.2로 전체 연령 모두 현재와 향후 노년이 되었을 때의 이미지간에 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이것은 깔끔하고 지적인, 여성스러운 이미지는 연령과 상관없이 현재의 추구이미지 연령만큼 노년에도 원한다는 것으로 해석할 수 있다. 그리고 화려한, 수수한 이미지도 평균 점수가 높은 편은 아



유의한 차이가 나온 이미지만 표시 하였음

<그림 2> 연령에 따른 향후 노년의 의복추구 이미지의 차이

<표 3> 연령 집단별 현재와 향후 노년의 의복추구 이미지의 차이

이미지	연령	30대		40대		50대	
		평균	paired t-test	평균	paired t-test	평균	paired t-test
우아한	현재 3.576 노년 ^a 4.257	-11.107***	현재 3.727 노년 4.167	-7.194***	현재 3.703 노년 3.871	-2.546*	
고급스러운	현재 3.770 노년 4.229	-7.659***	현재 3.725 노년 4.092	-6.872***	현재 3.614 노년 3.802	-2.745**	
품위있는	현재 3.762 노년 4.399	-10.755***	현재 3.891 노년 4.258	-6.508***	현재 3.838 노년 4.101	-3.849***	
남과 비슷한	현재 2.289 노년 2.472	-2.911**	현재 2.377 노년 2.508	-2.652**	현재 2.684 노년 2.735	-0.575	
정숙한	현재 3.427 노년 3.734	-4.290***	현재 3.634 노년 3.725	-1.440	현재 3.440 노년 3.440	0.000	
짧어보이는	현재 3.706 노년 3.916	-3.156**	현재 3.824 노년 3.794	0.470	현재 3.640 노년 3.590	0.600	
성숙한	현재 3.091 노년 3.370	-3.657***	현재 3.246 노년 3.423	-2.119*	현재 3.320 노년 3.351	-0.467	
사교적인	현재 3.097 노년 3.458	-6.517***	현재 3.084 노년 3.229	-2.227*	현재 3.186 노년 3.278	-1.217	
풍만한	현재 2.313 노년 2.437	-2.321*	현재 2.523 노년 2.592	-1.216	현재 2.550 노년 2.630	-1.421	
색시한	현재 2.806 노년 2.431	5.880***	현재 2.679 노년 2.267	5.743***	현재 2.703 노년 2.436	4.060***	
활동적인	현재 3.580 노년 3.434	2.137*	현재 3.748 노년 3.496	4.220***	현재 3.620 노년 3.440	2.739**	
실용적인	현재 3.818 노년 3.692	2.034*	현재 3.924 노년 3.802	1.992*	현재 3.576 노년 3.647	-1.222	
도시적인	현재 3.546 노년 3.322	3.175**	현재 3.515 노년 3.369	2.480*	현재 3.388 노년 3.174	3.283**	
매력있는	현재 3.736 노년 3.500	3.533***	현재 3.634 노년 3.366	3.528***	현재 3.520 노년 3.418	1.274	
눈에 띄는	현재 2.826 노년 2.667	2.425*	현재 2.847 노년 2.687	2.544*	현재 2.644 노년 2.614	0.418	
개성적인	현재 3.436 노년 3.204	3.519***	현재 3.515 노년 3.292	3.106**	현재 3.168 노년 3.010	1.883	
청순한	현재 3.208 노년 2.618	7.706***	현재 3.061 노년 2.741	4.605***	현재 3.990 노년 2.788	2.935**	
날씬한	현재 3.979 노년 3.507	6.524***	현재 3.909 노년 3.674	3.699***	현재 3.584 노년 3.267	4.048***	
유행을 따르는	현재 2.896 노년 2.646	3.468***	현재 2.878 노년 2.718	2.544*	현재 2.941 노년 2.822	1.421	
귀여운	현재 3.120 노년 2.373	10.623***	현재 2.802 노년 2.450	5.262***	현재 2.667 노년 2.465	3.001***	
세련된	현재 4.035 노년 4.063	-0.491	현재 4.000 노년 3.939	1.000	현재 3.840 노년 3.660	2.420*	
발랄한	현재 3.336 노년 2.552	9.560***	현재 3.174 노년 2.682	7.286***	현재 2.827 노년 2.684	2.054*	

유의한 차이가 나는 이미지만을 제시하였음

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, ^a노년은 향후 노년기가 되었을 때를 나타냄

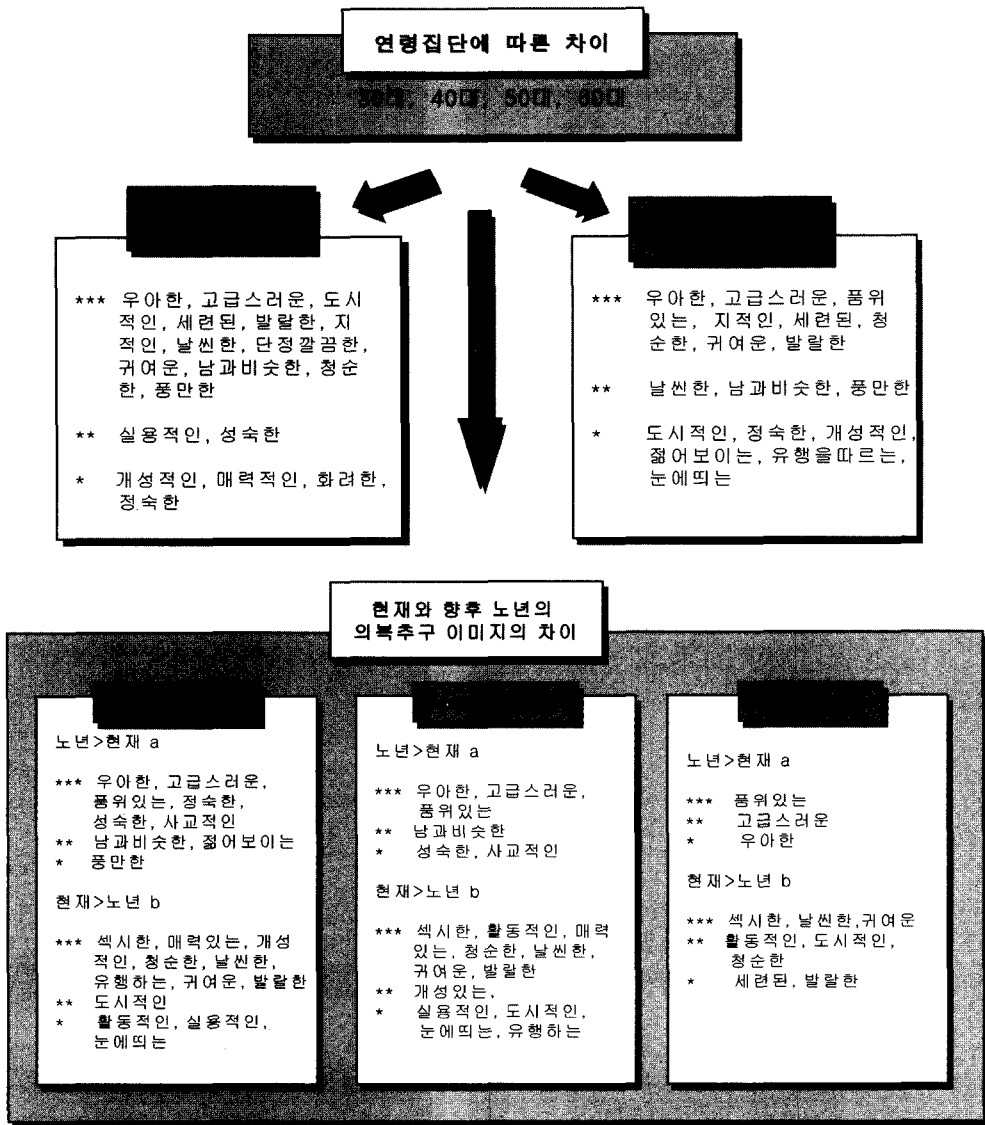
나나 전체 연령에서 현재와 향후 노년의 추구이미지
간에 유의한 차이가 나타나지 않았다. 이런 이미지들

은 연령에 따라 변화가 없는 이미지로 우리나라 여성
들의 특징으로 보여진다.

이상의 결과에서 현재보다 향후 노년이 되었을 때에 더 높게 나타난 의복추구 이미지들을 연령별로 정리하면, 30대는 우아한, 고급스러운, 품위있는, 남과 비슷한, 젊어보이는, 성숙한, 사교적인, 정숙한 이미지로 나타났으며, 40대는 우아한, 고급스러운, 품위있는, 남과 비슷한, 성숙한, 사교적인 이미지이며, 50대는 우아한, 고급스러운, 품위있는 이미지로 나타났다.

모든 연령층에서 우아한, 고급스러운, 품위있는 이미지가 공통적으로 현재보다 향후 노년이 되었을 때에 더 높게 추구하는 이미지로 나타나 노년의 의복에서 고급스러움과 품위는 배제할 수 없는 이미지임을 알 수 있다.

전체적으로 30대와 40대는 현재 이미지와 노년의 이미지에서 확실한 차이를 보여 노년에는 현재와 차



a. 노년>현재 - 현재보다 향후 노년이 높은 이미지
 b. 현재>노년 - 향후 노년보다 현재가 높은 이미지 *** p<0.001 ** p<0.01 * p<0.05

<그림 3> 연령에 따른 의복추구 이미지의 차이

별된 이미지를 추구하고자 하는 것으로 나타났으며, 50대는 노년과 가장 근접한 상태로 현재와 노년의 차이가 젊은 층보다는 훨씬 적어지고 좀 더 보수적인 경향이 보인다고 볼 수 있다.

이상의 연령에 따른 의복추구 이미지의 연구 결과들을 정리하여 흐름 그림으로 제시하면 <그림 3>과 같다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 노년기를 준비하는 30대~60대의 중·노년층 여성을 대상으로 하여 연령에 따른 현재의 의복추구 이미지와 향후 60세 이후의 노년이 되었을 때의 의복추구 이미지의 차이를 밝힘으로써 향후 노년 의복시장에 대처하고자 하였다.

본 논문의 연구결과를 살펴보면 다음과 같다.

1. 연령집단에 따라 현재 의복추구 이미지에서 유의한 차이를 보인 18개의 이미지 중 우아한, 고급스러운, 도시적인, 세련된, 실용적인, 개성적인, 발랄한, 지적인, 날씬한, 단정깔끔한, 매력있는, 귀여운 이미지는 30대 연령집단에서 높은 점수를 보였고, 40대도 30대와 비슷한 수준으로 나타나, 전체적으로 낮은 연령집단이 높은 연령집단에 비해 높은 점수를 보였다. 이와 달리 남과 비슷한, 성숙한, 화려한, 청순한, 풍만한, 정숙한 이미지에서는 60대와 50대 높은 연령집단이 30, 40대의 낮은 연령집단보다 높은 점수를 나타냈다.

2. 연령집단에 따른 향후 노년의 의복추구 이미지에서 유의한 차이를 보인 우아한, 고급스러운, 품위있는, 지적인, 세련된, 도시적인 이미지는 30대, 40대 연령층이 50대, 60대의 연령층보다 높은 점수를 보였다. 이는 연령이 젊을수록 노년이 되더라도 의복을 통해 우아하고, 고급스럽고, 품위있고 지적이며, 세련되고, 도회적인 분위기를 추구하고자 하는 욕구가 강한 것으로 보인다. 일반적으로 남과 비슷한, 눈에 띄는, 청순한, 풍만한, 유행을 따르는, 귀여운 이미지는 낮은 점수를 나타내고 있다. 그러나, 연령간의 차이를 보면, 남과 비슷한, 풍만한, 유행을 따르는 이미지는 60대와 50대가 높은 점수를 보였고, 30대와 40대에서 낮게 나타났다. 또한 청순한, 눈에 띄는, 귀여운, 발랄한 이미지는 60대에서 가장 높게 나타나고 50대, 40대, 30대가 비슷한 수준으로 나타났다. 이것은 현재의 노년층이 타 연령층에 비해 의복을 통해 젊음 지향적인 이미

지를 나타내려는 경향이 있는 것이다. 즉, 현재의 노년층인 60대에 비해 30대, 40대, 50대에는 이런 이미지를 낮게 추구하고 있으나, 막상 노년기가 된 60대에서는 오히려 이런 이미지를 높게 추구하게 된다고 할 수도 있다. 이것은 실제로 노년기가 되면 노년기 이전에 생각했던 이미지와는 달리 좀 더 젊음 지향적 이미지를 원한다는 것으로 해석할 수 있다.

3. 연령집단별 현재와 향후 노년의 의복추구 이미지 차이 분석에서 모든 연령층이 우아한, 고급스러운, 품위있는 이미지를 공통적으로 현재보다 향후 노년이 되었을 때 높게 추구하는 이미지로 나타나 노년 의복에서 고급스럽음과 품위는 배제할 수 없는 이미지임을 알 수 있다. 전체적으로 30대와 40대는 현재 이미지와 향후 노년이 되었을 때의 이미지에서 확실한 차이를 보여 노년에는 현재와 차별된 이미지를 추구하고자 하는 것으로 나타났으며, 50대는 노년과 가장 근접한 상태로 현재와 노년의 차이가 젊은 층보다는 훨씬 적어지고 좀 더 보수적인 경향이 보인다고 볼 수 있다. 연령별로 살펴보면 30대에서는 단정깔끔한, 화려한, 수수한, 지적인, 세련된을 제외하고 모든 이미지에서 유의한 차이를 나타내었다. 반면에 현재보다 향후 노년이 되었을 때에 낮게 나타난 이미지는 색시한, 활동적인, 실용적인, 도시적인, 매력있는, 눈에 띄는, 개성적인, 청순한, 날씬한, 유행을 따르는, 귀여운, 발랄한 등으로 젊은 층과 연관되는 이미지는 노년에 자제하고자 하는 추세로 보인다. 50대의 현재와 향후 노년이 되었을 때의 이미지 차이를 보면, 30대, 40대와는 달리 유의한 차이가 있는 이미지의 수가 많이 줄어들고, 유의한 차이를 보인 이미지의 유의수준도 30대, 40대보다 다소 낮게 나타났다. 이는 노년에 가까운 나이일수록 현재와 향후 노년이 되었을 때의 이미지 차이가 적어지기 때문이라고 할 수 있다. 또한, 현재의 30대, 40대와 50대 연령집단간의 의복태도에 대한 차이 때문이라고 할 수도 있다.

모든 연령에서 공통적으로 향후 노년이 되었을 때의 의복추구 이미지는 우아하고 고급스럽고 품위있는 의복이미지를 가장 높게 추구하고 있다. 또 연령이 낮을수록 현재와 향후 노년이 되었을 때의 의복추구 이미지의 차이가 높게 나타났다. 또한 전반적으로 도시적인, 개성적인, 청순한, 젊어보이는, 사교적인, 지적인, 날씬한, 세련된, 정숙한 등의 대다수의 이미지들이 중간점수인 3점보다 높게 나타나, 다양한 의복이미지에 대한 관심이 높은 것을 알 수 있다. 특히,

도시적인, 개성적인, 청순한, 젊어보이는 등의 이미지가 향후 노년이 되었을 때도 추구하는 이미지로 나타난 것은 기존의 노년층과는 다른 특성이라고 하겠다. 남과 비슷한, 눈에 띄는, 풍만한, 유행을 따르는, 귀여운, 발랄한 등은 전체적으로 평균점수가 중간점수인 3점보다 낮게 나타났으나, 현재 노년인 60대에서는 30대~50대 연령층보다 높게 나타났다. 즉 실제로 노년이 되었을 때는 이런 이미지도 중요시한다고 해석할 수 있다. 따라서 노년 여성이 의복에 대한 관심이 높다는 점과 다양한 의복이미지를 추구하고 있다는 점을 인지하여 다양한 의복이미지로 노년 의복 시장을 세분화해야 할 것이다.

참고문헌

강혜원. (1995). *의상사회 심리학*. 교문사
 김성순. (1995). *생활노년학*. 도서출판 운산문화.
 김양진. (1996). *유행의복이미지가 개인의 자아개념과 의복 태도에 미치는 영향*. 연세대학교 대학원 박사학위 논문.
 김은숙. (2000). *자기이미지와 의복태도에 따른 의류제품평가 속명여자대학교 대학원 석사학위 논문*.
 김태현. (1998). *노년학*. 교문사.
 김혜라. (1998). *의복소비자의 자기이미지 특성에 따른 제품 속성 중요도와 추구행태*. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
 나영은. (1992). *의복스타일 선호에 영향을 미치는 요인-유*

사성과 친숙성을 중심으로. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
 박정희. (1996). *노인소비자의 라이프스타일 유형에 관한 연구-의복구매관습을 중심으로*. 경북대학교 대학원 석사학위 논문.
 배현숙. (1999). *노년층 여성의 의복 자아이미지와 의복구매 유형 및 선호디자인과의 관계*. 대구효성카톨릭대학교 대학원 박사학위 논문.
 석유경. (1997). *자기이미지와 지각된 위험 및 브랜드평가에 대한 상황의 영향*. 연세대학교 대학원 박사학위 논문.
 이은숙. (1996). *소비자의 자아조정 수준에 따른 상황별 자아이미지, 의복선택요인, 상표 선호성에 관한 연구*. 한양대학교 대학원 박사학위 논문.
 이은실. (1993). *노년기여성의 의복관여와 라이프스타일에 관한 연구*. 성신여자대학교 대학원 석사학위 논문.
 정인희, 이은영. (1996). *의복과 자기이미지*. *한국의류학회지*, 20(1), 207-217.
 정찬진, 박재욱. (1996). *노년층 소비자의 인지연령에 따른 쇼 핑성향과 의류점포 속성 중요도*. *한국의류학회지*, 20(1), 28-42.
 정향숙. (1993). *실버계층 여성의류 상품시장 세분화에 관한 연구*. 홍익대학교 대학원 석사학위 논문.
 채진미. (1997). *50-60대 여성들의 라이프스타일에 다양성과 의복구매행동*. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
 통계청. (2002). *2000 인구주택 총조사*.
 Ryan, M. S. (1966). *Clothing, A Study in Human Behavior*. New York: Hoyt, Rinehart and Winston, Inc.