

노년기 여성의 라이프 스타일과 의복관여에 관한 연구

성신여자대학교 대학원 의류학과

이 은 실

성신여자대학교 생활과학대학 의류학과

교수 이 명 희

目 次

I. 서 론

II. 이론적 배경

III. 연구방법

IV. 결과 및 논의

V. 결 론

참고문헌

ABSTRACT

I. 서 론

현대사회의 경제성장은 풍요로운 생활을 하게 하였으며 고도로 발달된 과학, 의학기술은 질병의 치료와 예방을 가능하게 하였다. 이로 말미암아 인간의 수명은 더욱 더 증가하고 있다. 우리나라의 경우 1990년도에 와서 60세 이상 노인 인구는 전체인구 대비 7.4%에 불과하지만 10년 후인 2000년에는 390만명으로서 전체 인구대비 8.6%가 될 것이고, 2010년에는 13.0%, 2020년에는 18.5%가 됨으로써 인구 4명중 1명은 60세 이상이라는 초고령 사회를 맞이하게 된다.¹⁾

증가하는 노인 인구에 비해 발생하는 노인 문제를 해결하기 위한 노력들이 각계에서 활발히 진행되고 있으며 우리나라에서는 1970년에 노년층에 대한 연구가 시도되었다. 의류학분야에서도 1980년대에 들어서 노인 의복에 관한 연구가 진행되고 있으나 다른 연령층에 비해서 미비한 편이며 그 연구 영역도 노년의 체격 및 체형을 중심으로

한 실태 등에 치우쳐 있다. 이처럼 노인에 대한 연구가 미비한 것은 노인이 소비 의욕이 떨어지며 소비자로서의 가치를 낮게 본 데에 그 이유를 들 수가 있다. 그러나 오늘날 이러한 상황은 변하여 노인들도 정체되어 있는 이미지에서 벗어나 단체나 조직을 만들어 사회에 참여하는 보다 의욕적인 삶의 태도를 보이고 있다. 노령화되면 머리카락의 색이 은색으로 변한다 하여, 이때의 연령대를 실버세대라고 하는데 이들을 시장기회로 보고 전개하는 것을 실버산업이라고 한다.²⁾ 이러한 실버산업이 최근 새로운 시장기회로 떠오르고 있으므로 노인 소비자의 행동에 대한 포괄적인 연구의 필요성이 증가하고 있다.

소비자들을 보다 심층적으로 연구하기 위해 80년대초 소비자행동 연구자들은 소비자의 상품구입과 소비과정의 요소들을 설명하기 위하여 관여(involverment)의 개념을 도입하였다. 관여란 소비자들이 특정 상황에서 내적인 면에 의해 인지된 개인적 중요성 또는 흥미의 수준이다.³⁾ 동일한

상품이 있을 때 그것에 대한 소비자의 개인적인 중요성과 구매 상품에 대한 우선 순위가 다르므로 이러한 현상을 설명하는 데 있어 관여의 개념은 유용하다고 할 수 있다.

소비자행동의 연구에서 라이프 스타일은 영향력있는 특성으로 간주되어 왔다. 1963년 미국 마케팅학회에서 라이프 스타일의 개념을 소비자 행동 연구에 도입하여 그 개념이 정착, 보급되기에 이르렀다. 라이프 스타일이란 개인의 활동, 흥미, 의견 등에 의해 구체화되어지는 생활양식이며,⁴⁾ 사람들이 살아가고, 돈을 소비하는 모든 양식을 반영한다. 우리나라의 의류학분야에서도 1980년대 이후 여대생, 주부, 직장남성 등을 대상으로 한 라이프 스타일에 대한 연구가 진행되고 있다. 그러나 아직 노년기 소비자를 대상으로 한 라이프 스타일 연구는 부족한 편이다.

따라서 최근 새롭게 연구대상으로 부각되어지는 노년기 여성을 대상으로 의복 관여와 라이프 스타일을 조사하여 그 차원을 밝히고 두 변인간의 관계를 알아보고자 한다. 또한 이러한 연구결과를 기초로 최근 새롭게 부각되는 실버산업에 맞춰 노인 소비자의 다양해져 가는 욕구를 파악할 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

1. 노년기 여성의 의복관여의 차원을 밝힌다.
2. 노년기 여성의 라이프 스타일의 차원을 밝히고 이에 따라 대상을 유형화시켜 유형화시킨 집단들의 인구통계적 변인을 조사한다.
3. 라이프 스타일 유형과 의복관여와의 관계를 조사한다.
4. 라이프 스타일 유형과 의복구입특성과의 관계를 조사한다.

II. 이론적 배경

1. 노년기 여성과 의복

노년기는 가정과 사회에 정신적 문화적 유산물

전송시키고 개인적으로 성숙한 인생을 마무리 짓는 단계로서,⁵⁾ Birren과 Cunningham⁶⁾은 노인을 생물학적, 사회학적, 심리학적인 면의 복합적인 개념으로 정의하였다. 즉 생물학적으로 생명의 조직기능이 연령의 증가에 의해 자신의 조절이나 변화에 대한 적응력이 줄어들고, 사회적으로 사회의 한 구성으로서 그의 역할과 기질이 감소하며, 심리적인 면에서 정신적인 적응력과 정서적인 면이 변화되어 있는 사람으로 설명하였다.

노인에 대한 구분은 일정한 연령에 의해서 스스로 노인이 되었음을 자각하거나 사회적으로 노인으로 대우받는 경우가 있다. Brody⁷⁾는 60세 이상을 노인으로 보며 60~64세를 연소 노인(young-old), 65~74세를 중고령노인(middle-old), 75세 이상을 고령노인(old-old)으로 구분하고 있다. 우리나라의 경우 일반적으로 60세를 기준으로 노인을 규정하고 있다. 이와같은 이유는 우리나라는 전통적으로 60세에 회갑을 하며, 현재 60세 이상의 사람들 가운데 60세를 노령의 시작 연령으로 보는 사람이 제일 많다.⁸⁾ 그러므로 본 연구에서는 노인의 개념 규정에 있어 노인을 60세 이상으로 정의한다.

노년기에는 물질적인 면에서 만족하더라도, 심리적인 만족을 원하며 사회나 집단에 소속하고 싶은 심리적 특성을 갖게 된다. 여기서 의복은 심리적 만족을 위한 요소로서 중요한 부분을 차지하므로 노인 의복에 대한 연구가 더욱 요구된다.

노인 신체의 일반적인 특징은 신장이 줄어들고, 머리는 숙여지며 가슴, 배, 엉덩이 부위는 증가하는 반면, 하지부는 가늘어지며 잔동과 어깨가 두터워져 등이 굽는 형태를 나타내며 노년여성은 노년남성에 비해 체형의 변화가 더욱 다양하다.⁹⁾ 즉 들레는 확장되고 길이는 축소되는 것이다.

노년기 여성이 선호하는 의복의 스타일은 전반적으로 평범하며 무난하고 안락감을 줄 수 있는 스타일이다.¹⁰⁾ 또한 셔츠 칼라와 브이네크라인, 바지보다는 스커트, 허리 구분이 없는 스타일이 편

하며 정숙한 디자인의 의복을 선호한다.¹¹⁾

Havighurst¹²⁾는 신체변화가 눈에 띄게 나타나는 노년기에는 젊은이보다 더욱 의복에 관심이 많아, 의복으로 긍정적인 신체적 자아개념을 형성할 수 있고 다른 사람에게도 인정받아 전체적으로 긍정적 자아개념의 발전을 도모할 수 있다고 하였다. 정희용¹³⁾은 노년기 여성의 자아지각과 의복관심과의 연구에서 자아를 긍정적으로 지각하는 집단은 외모에 대한 관심, 유행에 대한 관심과 의복의 심리적 의존성이 높으며 의복관심은 안락감에 대한 관심이 가장 높음을 밝혔다. 김재숙¹⁴⁾의 연구에서는 한국 여성노인들은 한복중심의 의생활을 하였으며 정숙성은 가장 중요한 측면이었으며, 클래식한 의복의 형태를 선호하며, 유행에 대해서는 보수적인 태도를 갖고 있었다. 이육희¹⁵⁾의 연구에서는 노년기 여성은 의복을 시장에서 구입하는 비율이 가장 많으며 본인이 직접 구입하는 편이며, 의복의 연간 구입은 2~3벌, 의복비는 자녀에게서 받는 경우가 가장 높았다.

임치경¹⁶⁾은 노년기 여성은 전반적으로 의복만족도가 높으며 의복의 선택, 착용시에 사회적 인정성보다는 심리적 의존성을 중요시한다고 하였다. 박인미¹⁷⁾는 노년기 여성이 대체로 생활에 만족하며, 의복의 역할에 대한 중요성을 인식하고 소유한 의복 및 의생활에 만족하는 정도가 높다고 하였다. 김영애¹⁸⁾는 노년기 여성은 대체로 기성복에 만족하고 있지 않으며 의복이 비싸다고 생각하며, 젊은층 위주의 색상에 불만이 많고 유행에 대한 관심은 낮다고 하였다.

즉 노년기 여성은 대체로 의복에 관심이 있으며 안락감, 심리적 의존성을 중시하고, 의복역할의 중요성을 인식하고 있었다. 따라서 노년기 여성에게서 의복은 정신적, 심리적으로 보완될 수 있는 역할이 되어야 할 것이다.

2. 의복관여

1) 관여의 개념 및 분류

관여는 사회심리학의 태도 연구로부터 시작되었으며, 최근들어 소비자행동 분야에서도 구매태도의 형성과 태도변화의 중요한 설명변수의 하나로써 그 중요성이 인식되고 있다. 관여의 개념과 측정방법은 연구자에 따라서 다르다.

Schiffman과 Kanuk¹⁹⁾는 관여가 소비자의 특별한 구매결정과 관련이 되고 소비자가 중요하게 생각하는 것이라고 정의하였으며, Bloch²⁰⁾와 Mitchell²¹⁾은 관여를 자극대상이나 상황에서 각성, 관심 또는 충동의 양을 나타내는 개인의 내적인 수준의 상태변수로 정의하였다. Stone²²⁾은 관여를 내적 상태 변수로만 정의하여 측정하는 것은 불가능하므로 마케터들에게 유용하지 못하다고 하였다. 그러므로 관여가 내적상태와 소비자가 무엇을 하는지의 행동에 관한 것으로 구성되어 있음을 강조하였다. 종합적으로 볼 때 관여는 어떤 상황이나 자극에 관련되어 나타나는 흥미와 관심 그리고 중요성의 수준이 반영되는 내적 상태라고 할 수 있다.

관여의 측정에 대해서는 단차원의 개념과 다차원의 개념으로 나누어져 일치점을 못하고 있으나 다차원적으로 구성하는 것이 바람직하며 실제적인 적용에 있어서도 보다 설득력이 있는 편이다.

Antil³⁾은 관여의 '중요성'을 측정하는 것이 문제시된다고 하면서 관여를 단차원의 구조로 보았으나 Laurent와 Kapftein²³⁾은 관심과 즐거움, 자기표현의 지각, 지각된 위협으로서 관여를 설정하였으며 단차원의 규모보다 상품에 대한 위협 지각과 중요성 지각처럼 다차원의 규모로 구성되어 있음을 시사하였다. Summers²⁴⁾와 Tigert, Ring, King²⁵⁾ 등은 여성들의 패션관여를 측정하기 위하여 소비자들이 선택한 수치를 합하여 관여의 척도로 사용하였다. 사용된 요인은 패션에 대한 흥미, 패션의 혁신성, 패션에 대한 인식, 패션지식, 타인으로부터

더 패션정보를 수용하는 정도²⁶⁾를 포함시켰다.

관여는 그 수준에 따라 고관여와 저관여로 나뉘지며, 지속성에 따라 지속적 관여, 상황적 관여로 분류된다. 아울러 구매동기의 유형이 심리적인가 또는 기능적인가에 따라 심리적 관여와 기능적 관여로 나눌 수 있다.

관여의 정도에 대한 접근법은 상품을 사는 소비자 개인의 관련 정도에 의한 관여 수준의 개념을 종합한 것으로, 고관여는 물건의 구입시 지각된 위험의 견지에서 소비자에게 매우 중요한 것이다. 그 예로는 자동차, 대형침대, 외출용 의류 등이 있다.^{19)·26)·27)} 저관여 구매는 지각된 위험이 거의 없고 소비자에게 중요성이 크지 않은 것으로 거의 제한된 정보를 야기시킨다.¹⁹⁾ 그 예로는 화장지, 볼펜, 비누 등이 있다. 따라서 고관여는 제품에 의해 야기된 각성, 흥미, 감정적 애착의 수준이 높은 내면의 상태이며, 저관여는 그 수준이 낮은 것을 말한다.²³⁾

지속적 관여는 개인의 중요한 가치, 욕구 또는 자신에 대한 개념에 의해 바탕이 된 제품에 대한 오랜 기간의 관심이며, 일시적 관여는 구매과정에서 나타난 높은 위험을 가진 제품에 대해 일시적인 관심으로 다뤄진다.²¹⁾ 그러므로 지속적 관여는 특정한 구매나 사용목표가 없을 때에도 존재한다.²⁸⁾

2) 의복에서의 관여

최근 관여이론에 대한 활발한 연구와 더불어 의류학 분야에서도 고관여 상품인 의복에 대한 많은 연구가 이뤄지고 있다. 의복의 관여는 의복에 대한 동기화, 각성 또는 관심의 상태로 특정한 자극과 상황에 의해서 야기되는 것으로 정의된다.²⁹⁾

이영경³⁰⁾은 관여를 소비자의 구매에 대한 관심도로 보고 연구한 결과 외출복이 다른 종류의 의복보다 관여수준이 높고 의복착용시 사회적 상호작용의 범위가 넓을수록, 가격이 비쌀수록 관여수준이 높고, 심리적 동기도 높았으며 관여의 지속성이 커졌다.

최은영³¹⁾은 의복관여의 유형을 심리적 고관여형, 구매상황 고관여형, 위험결과 관여형, 위험가능성 관여형의 4가지 집단으로 유형화시켰으며, 이영선²⁹⁾의 연구에서는 의복관여를 관심, 상징성, 즐거움, 유행, 위험지각으로 분류하였고, 주부들의 소득, 학력이 높고 직업을 가진 경우에는 의복의 상징성에 더욱 관여하였다.

Thomas, Cassill과 Forsythe³²⁾는 의복관여의 요인을 개성을 나타내기 위한 의복과 표시도구로서의 의복으로 구분하면서, 개성을 나타내기 위한 의복은 개인의 심리적 상태와 개성의 표현으로서 만족하기 위해 구매하고, 표시도구로서의 의복은 전달의 수단이거나 표시하는 도구로서 만족하기 위해 의복을 구매한다고 하였다.

류은정³³⁾은 소비자를 의복관여 수준에 따라 고관여집단, 중관여집단, 저관여집단으로 분류하였고, 의복관여 수준이 높은 집단은 의복 선택시 자아이미지의 고양, 디자인, 신체와의 적합성을 중요시하고 의복관여가 낮은 집단은 의복 선택시 신체와의 적합성, 품질, 가격을 중요시한다고 하였다.

따라서 의복은 고관여 상품으로서 다차원적인 구조로 이루어져 있으며, 의복의 선택시 사회적 상호작용의 범위가 넓고 가격이 비쌀수록 관여수준이 높고, 심리적 동기와 관여의 지속성도 큰 것을 알 수 있다.

3. 라이프 스타일과 의복 연구

현대사회에서 소비자의 개념은 단순한 구매자가 아니라 생활전반을 영위하는 생활자로 전환하였다. 그리하여 소비자에 관한 생활전반의 생각이나 관심, 태도, 가치관 등 소비자의 라이프 스타일에 관한 연구가 필요시되고 있다.

라이프 스타일은 경제학, 사회학이나 심리학 등에서 쓰이다가 1963년에 Lazar가 마케팅을 중심으로 한 소비자 행동의 연구에서 명백한 개념을

내렸다. 그는 라이프 스타일을 사회전체 또는 일부 계층의 고유하고 특징적인 생활양식(the mode of living)이라고 하였고 생활양식에 있어서 환경적인 영향 즉 사회계층, 생활주기 및 가족을 강조하였다.³⁴⁾ 또 Engel과 Blackwell²⁷⁾은 라이프 스타일을 사람이 생활하며 시간과 돈을 사용하는 패턴이라고 정의하였으며, 라이프 스타일은 구매행동에 영향을 주는 인적 특성이며, 문화, 사회계층, 준거집단과 가족 등에 의한 결과로서 개인에 의해서 습득되어진 것이지만 구체적으로 소비자 자신의 가치체계나 개성의 파생물이라고 하였다. 그러므로 이것은 특정사회나 특정집단의 생활양식으로서 다른 문화나 다른 집단과 구별할 수 있는 것이며³⁵⁾ 차별적이고 독특한 것이다.

라이프 스타일을 측정하는 방법은 일반적으로 크게는 미시적 분석과 거시적 분석으로 나누어 지는데,³⁶⁾ 거시적 차원의 분석은 사회전체나 사회계층의 전체적인 경향을 분석하는 것이다. 미시적 차원의 분석은 소비자의 라이프 스타일을 분석 파악하는 방법으로 기업의 시장조사를 위해서는 이 미시적 분석법을 사용한다. 미시적 차원의 분석에는 심리화적인 면과 인구통계학적인 면을 사용하여 분석하는 사이코그래픽스 분석과 활동(activities), 관심(interest), 의견(opinion)을 측정 분석하는 AIO분석법이 있다.³⁷⁾

라이프 스타일은 소비자 행동을 설명하는 데 중요한 개념으로 인식되어 의류분야에서도 많은 소비자를 대상으로 그 개념이 적용되어 발전되어 왔다.

일반적으로 라이프 스타일의 유형은 전통주의형, 현대주의형, 개성주의형, 성취동기형, 의견선도형, 유행선도형, 실용주의형, 경제추구형, 외모지향형 등으로 세분화되고 있다. 이 라이프 스타일 유형에 따른 의생활 특성을 선행연구에서 살펴 보면 자기개발형, 유행추구형이 미용이나 옷치장에 관심이 높고 소극심대형, 경제추구형, 보수알뜰형은 관심이 낮은 편이었다.³⁸⁾ 외모지향형,³⁹⁾ 개방혁신형, 미적낭만형^{40)·41)} 등은 의복과 유행에 관

심이 높았다. 보수알뜰형과 가정지향형은 의류 품질표시를 중요시하였고,⁴²⁾ 전통보수형이나⁴³⁾ 보수주의형은⁴⁴⁾ 의복브랜드에 관한 관심도가 높았다. 또한 보수절약형, 소극침체형은 실용성과 경제성을 중요시하였고 성취추구형과 물질추구형은 유행과 신분상징성을 중요시하였다.⁴⁵⁾

종합적으로 볼 때 의복과의 관계에서 자기개발형, 개방형, 유행추구형, 개성추구형, 유행선도형, 심미추구형, 물질추구형, 의견선도형은 의복과 유행에 관심이 있으며 의복의 심미성을 중요시하는 것으로 나타났다. 소극정체형이나 보수알뜰형, 전통주의형, 실용주의형은 의복이나 유행에 관심이 낮고 의류품질과 의복의 동조성에 관심이 있는 것으로 나타났다. 즉 라이프 스타일은 개인적인 행동, 관심, 의견에 의해 파생되는 개념이며 개인의 독특한 성향을 나타내어 소비자의 의생활태도에 영향을 미치는 특성이라 할 수 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 측정도구

본 연구에서는 설문지를 사용한 면접법을 이용하였으며 설문지는 의복관여 측정문항, 라이프 스타일 측정문항, 인구통계적 변인 측정문항으로 구성하였다.

라이프 스타일 측정은 손미영⁴⁶⁾과 김미영의⁴⁵⁾ 연구에서 각각 14문항과 5문항을 수정, 보완한 것과 본 연구를 위하여 새로 제작한 7문항을 합하여 총 26문항으로 정하였다. 그 내용 구성은 여가활용성, 자신감지향성, 공동체 의식, 가사관심, 외모관심으로 정하였으며 5단계 Likert척도법으로 측정하였다.

의복관여는 이영선²⁹⁾의 연구에서 사용한 문항을 조사대상에 맞게 수정, 보완한 14문항과 본 연구를 위하여 새로 제작한 4문항을 합하여 총 18문항으로 정하였다. 그 내용 구성은 4개 차원으로서 의복를

거움, 의복상징성, 의복관심, 의복위험지각으로 정하였으며 5단계 Likert척도법으로 측정하였다.

의복즐거움은 멋있는 옷과 다양한 의복착용, 옷차림에 대한 타인의 좋은 평가와 관련된 즐거움을 뜻하며, 의복상징성은 옷에 의해 착용자의 생활수준, 신분, 생활양식 등을 표현할 수 있다고 생각하는 것을 뜻한다. 의복관심은 옷에 대해 신경을 쓰거나 흥미를 느끼는 등, 의복에 대한 관심의 정도를 나타내는 것을 뜻하며, 의복위험지각은 의복구입시 유용성을 고려하거나 구입할 때 신중한 태도를 지니는 정도를 뜻한다.

의복구입특성은 표집대상의 의복구입 상황을 파악하기 위하여 의복비 출처, 외출복 구입빈도, 의복구입시 동반자의 3문항을 조사하였다.

인구통계적 문항은 연령, 학력, 월소득을 조사하였다.

2. 표집대상 및 자료수집

본 조사는 1993년 7월 중에 시행하였다. 표본으로는 서울 시내에 거주하는 60대와 70대의 노년기 여성 215명을 대상으로 하였다. 대상이 한 곳에 편중되는 것을 피하여 백화점이나 시장, 노인대학을 중심으로 한 임의표집과 제보자표집을 하였으며 설문지를 기초로 한 면접법을 실시하였다. 백화점 및 시장에서 표집한 비율은 44.7%이며 노인대학은 20.9%이고 제보자 표집은 34.4%였다.

표본의 분포를 보면 연령은 60대가 63.7%, 70대가 36.3%였다. 학력은 무학과 서당이 15.4%, 국민학교 중퇴 및 졸업이 40.9%, 중고등학교 졸업이 37.6%, 대학교 졸업이상인 6.1%로 국민학교 졸업이 가장 많고 다음이 중고등학교 졸업 순으로 나타났다. 월소득의 경우 40~60만원 미만인 21.4%, 60~100만원 미만인 28.4%, 100~150만원 미만인 22.8%, 150만원 이상이 27.4%로 집단별로 비슷한 분포를 보였다.

3. 자료분석

자료분석은 SPSS /PC+프로그램을 이용하여 전산처리하였으며 분석방법은 요인분석(factor analysis), 군집분석(cluster analysis), 일원변량분석(one-way ANOVA), Duncan의 다중범위검정(multiple range test), χ^2 검증을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 의복 관여의 차원

1) 의복관여의 요인분석

의복관여의 18개의 문항에 대해 주성분분석 및 주요인분석의 두 모형과 Varimax회전법을 사용하여 요인분석을 실시하였다. 그 결과 주성분분석에서의 모형이 본 연구에 부합하여 이를 택하였다. 요인수는 스크리 검사(scree test)를 실시하여 검토하였으며 고유치(eigenvalue)가 차이를 뚜렷이 나타낸 점과 비교적 동질적인 문항이 같은 요인에 있는가를 검토하여 정하였다. 그 결과 고유치 1.05 이상의 4개 요인이 선택되었고, 각 요인별 문항의 요인부하량이 0.51 이상으로서 17개 문항이 채택되었다. 요인별로 결정된 문항 내용 및 요인부하량은 <표 1>과 같다.

<표 1>을 살펴보면 요인 1은 모두 6개 문항으로 그 내용은 의복에 의해 느끼는 즐거움을 나타내고 있으므로 '의복즐거움'으로 명명하였고, 요인부하량은 0.51 이상이었다. 요인 2는 4개의 문항으로 그 내용은 의복의 상징성에 관련된 문항으로 '의복상징성'으로 명명하였고, 요인부하량은 0.54 이상이었다. 요인 3은 4개의 문항이 포함되었으며 그 내용은 의복에 대한 경제적인 면과 다양한 속성 고려, 그리고 의복구매의 신중성 등에 관한 내용이 포함되었으므로 '의복위험지각'이라 명명하였다. 요인부하량은 0.60 이상이었다. 요인 4는 의복에 대한 관심을 나타내는 문항으로 구성되어

<표 1> 의복관여의 요인분석

요인 1 의복즐거움		요인부하량
멋있는 옷은 나에게 기쁨을 줄 때가 많다.		.79
나는 옷을 이것 저것 입어 볼 때 즐거움을 느낀다.		.74
나는 좋은 옷을 입는것에서 즐거움을 느낀다.		.68
나는 옷에 대하여 자주 생각하는 편이다.		.65
옷이 사람을 달라 보이게 할 수 있기 때문에 옷에서 즐거움을 느낀다.		.57
남이 나의 옷차림에 대해 칭찬할 때 기쁨을 느낀다.		.51
전체변량(%)=37.7	누적변량(%)=37.7	고유치(eigenvalue)=6.67
요인 2 의복상징성		요인부하량
옷은 그 사람의 생활수준을 나타낸다고 생각한다.		.76
옷은 그 사람의 신분을 나타낸다고 생각한다.		.71
옷은 그 사람의 생활양식을 나타낸다고 생각한다.		.59
옷을 잘 입는 것이 중요하다고 생각한다.		.54
전체변량(%)=10.9	누적변량(%)=48.6	고유치(eigenvalue)=1.89
요인 3 의복위험지각		요인부하량
옷을 살 때 어떤 옷이 값에 비해 얼마나 유용하게 입을 수 있을 것인가를 생각하여 본다.		.83
옷은 가격, 스타일, 옷감 등의 속성들이 다양해서 구입할 때, 잘 생각해 보고 결정한다.		.75
옷을 살 때 그 옷을 오랫동안 입을 수 있는 것인지 생각해 본다.		.70
어떤 옷을 산다면 그 옷이 다른 옷과 잘 어울릴지 생각해 본다.		.60
전체변량(%)=6.2	누적변량(%)=54.8	고유치(eigenvalue)=1.16
요인 4 의복관심		요인부하량
나는 옷에 대하여 신경을 쓰지 않는다.		-.81
다른 사람이 나를 평가할 때 나의 옷차림을 중요시한다고 생각한다.		.66
옷에 관련된 많은 일에 흥미를 느낀다.		.57
전체변량(%)=6.0	누적변량(%)=60.8	고유치(eigenvalue)=1.05

‘의복관심’이라 하였고, 요인부하량은 0.57 이상이 었다.

요인별 고유치를 요인 1에서 요인 4까지 순서대로 보면 6.67, 1.89, 1.16, 1.16, 1.05로 나타났다.

본 연구에서 노년기 여성의 의복관여는 즐거움이 가장 중요한 요인으로 나타났는데, 이것은 선행연구에서도^{13)·16)} 나타났듯이 노년기에는 여성이 의생활에 있어 자신을 드러내어 인정받는 것보다는 의복에 의해 행복감이나 기분전환을 느끼는 심리적 의존성 성향이 높다는 내용을 지지하는 결과라고 볼 수 있다.

의복관여 요인으로 추출된 4개 차원의 신뢰도를

알아보기 위하여 Cronbach의 α 값을 조사하였는데 요인 1, 2, 3, 4의 신뢰도는 각각 0.86, 0.71, 0.74, 0.70이었으며, 모두 0.70 이상으로 만족할만한 수치를 나타내었다.

2. 라이프 스타일에 의한 노년기 여성의 유형화

1) 라이프 스타일의 요인분석

먼저 라이프 스타일 문항의 평균과 표준편차를 검토하여 평균이 치우친 한 문항을 제외하였다 (M=1.94). 25개 문항에 대해 주성분분석 및 주요

인분석의 두 모형과 Varimax회전법을 사용하여 요인분석을 실시하였다. 그 결과 주요인분석이 본 연구에 부합하여 이를 채택하였다. 요인의 수는 스크리 검사 결과 고유치가 차이를 뚜렷이 나타낸 점과 비교적 동질적인 문항이 같은 요인에 있는가

를 검토하여 정하였다. 그 결과 고유값 1.31 이상의 4개 요인이 선택되었고 각 요인별 문항의 요인 부하량이 0.40 이상인 것이 선택되었으며 19개 문항이 채택되었다. 요인별 문항내용 및 요인부하량은 <표 2>와 같다.

<표 2> 라이프 스타일의 요인분석

요인 1 여가활용성	요인부하량
나는 여행을 많이 하는 편이다.	.70
나는 지역봉사 활동에 적극적이다.	.57
외출을 잘 안하는 편이다.	-.52
옷을 멋있게 입는 것은 나의 생활과 활동 중 중요한 부분이다.	.51
나는 친구들의 모임에 빠지지 않고 가는 편이다.	.49
나는 정기적으로 운동을 한다.	.47
나는 영화나 전시회 보는 것을 즐긴다.	.45
나는 나의 친구들보다 내가 멋장이라고 생각한다.	.44
전체변량(%)=28.6	누적변량(%)=28.6
고유치(eigenvalue)=6.90	
요인 2 자신감지향성	요인부하량
나는 다른사람보다 더욱 자신감이 있다고 생각한다.	.72
나는 나의 친구들보다 개인적인 능력이 많다고 생각한다.	.71
나는 다른사람보다 독립적이다.	.62
나는 계속 무언가 성취하려는 욕구를 갖는다.	.40
전체변량(%)=9.6	누적변량(%)=38.2
고유치(eigenvalue)=2.30	
요인 3 외모관심	요인부하량
나이가 들어도 여성은 몸치장에 신경을 써야 한다고 생각한다.	.82
나이가 들어도 여성은 화장을 하는 것이 좋다.	.78
전체변량(%)=6.0	누적변량(%)=44.2
고유치(eigenvalue)=1.44	
요인 4 가사관심 및 공동체의식	요인부하량
나는 폐품을 모았다가 그것을 돈으로 바꾸곤 한다.	.55
나는 집안의 소품을 손수 만드는 편이다.	.55
나는 반상회 모임에 적극적인 편이다.	.53
나는 어려운 사람이나 불우이웃 돕기에 적극적이다.	.52
나는 바느질을 좋아하며 또한 자주한다.	.45
전체변량(%)=5.5	누적변량(%)=49.7
고유치(eigenvalue)=1.31	

<표 2>를 살펴보면 요인 1의 문항은 여행, 활동, 문화생활 등의 여가시간 활용에 관한 문항이 포함되었으므로 '여가활용성'이라 하였고, 요인 2는 개인적인 능력, 자신감, 성취욕구 등에 관한 문항이 포함되어 '자신감지향성'이라고 칭하였다. 요인 3

은 여성의 몸치장, 화장에 대한 관심을 나타낸 문항으로서 '외모관심'이라고 칭하였다. 요인 4는 반상회 모임, 불우이웃 돕기, 가사일을 손수하는 것과 관련된 문항으로 '가사관심 및 공동체의식'이라 하였다. 그 결과 처음에 가사관심과 공동체의

식은 2개 차원으로 설정되었으나 본 연구의 요인 분석 후 1개 요인으로 통합되었다.

요인별 고유치를 요인 1에서 요인 4까지 순서대로 보면, 6.90, 2.30, 1.44, 1.31로 나타났다. 전체적인 값을 보았을 때 요인 1의 값이 가장 크게 나타나 본 연구에서 여가활용성은 노년기 여성의 라이프 스타일의 개념을 구성하는 가장 중요한 요인으로 나타났다.

라이프 스타일의 요인으로 추출된 4개 차원의 신뢰도를 알아보기 위하여 Cronbach의 α 값을 계산하였는데, 요인 1, 2, 3, 4의 신뢰도는 각각 0.81, 0.80, 0.87, 0.65였으며 비교적 만족할만한 수치를 보였다.

2) 라이프 스타일 차원에 따른 집단의 유형화

노년기 여성의 일반적인 라이프 스타일에 따라 집단을 분류하기 위하여 요인분석 결과에서 얻어진 요인별 문항의 점수를 합하여 4개 차원에 대한 군집분석을 실시하였다. 군집분석 결과에 따라 유형화시키는 집단의 수를 결정하기 위하여 기존의 연구 결과에서 나온 집단수와 연구자의 예측 집단수를 고려하여 3, 4개 집단으로 유형화시켜 각 집단을 살펴 본 결과 3개의 집단을 선정하는 것이 각 집단내의 특성을 가장 잘 표현하는 것으로 나타났다. 이때 선정된 3개의 집단이 라이프 스타일의 어떤 특성을 지니고 있는 것인지 알아보고, 그 명칭을 부여하기 위하여 요인별 문항점수와 분산분석 및 Duncan의 다중범위검증 결과를 검토하였으며, 그 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3> 군집분석에 따른 라이프 스타일 차원의 평균점수와 집단간의 순위

라이프 스타일	집단 1 (n=64)	집단 2 (n=119)	집단 3 (n=32)	F	P
여가활용성	28.31 ^a	19.30 ^b	29.56 ^a	199.48	0.00
자신감지향성	15.14 ^a	11.04 ^b	14.19 ^a	52.35	0.00
외모관심	8.86 ^a	6.83 ^b	8.94 ^a	48.67	0.00
가사관심 및 공동체의식	17.44 ^a	13.30 ^b	10.84 ^c	67.37	0.00

문자 a, b, c는 Duncan의 다중범위검증($P < .05$)

집단간의 순위를 보면 집단 1은 다른 집단에 비해 여가활용성, 자신감지향성, 가사관심 및 공동체의식, 외모관심이 전체적으로 높은 것으로 나타나 이 집단을 '가사관심 및 적극적 생활형'이라고 하였다. 집단 2는 전체적인 요인이 낮게 나타나 이 집단은 모든 요인에 관심이 낮았으므로 '소극정체형'이라고 하였다. 집단 3은 여가활용성, 자신감지향성, 외모관심은 다른 집단에 비해서 높게 나타났으나 반면 가사관심 및 공동체의식이 특히 세 집단 중에서 가장 낮게 나타났다. 따라서 이 집단은 '외부활동형'이라고 하였다.

집단간의 거리를 살펴본 결과 집단 1과 2는 10.

92, 1과 3은 6.78, 2와 3은 11.21로 집단 2와 집단 3의 거리차가 가장 컸다.

각 라이프 스타일 집단별 구성비율을 보면 가사관심 및 적극적 생활형이 64명으로 29.87%이었고, 소극정체형이 119명으로 55.4%, 외부활동형이 32명으로 14.9%로 나타나 소극정체형의 비율이 가장 많고 외부활동형이 가장 적게 나타났다.

라이프 스타일 유형과 인구통계학적 변인과의 관계를 χ^2 검증으로 조사하였다. 그 결과 라이프 스타일 유형은 연령, 월소득과 유의한 관계가 없었으나, 학력과는 $P < .01$ 수준에서 유의한 관계가 있었으며 그 결과는 <표 4>와 같다.

〈표 4〉 라이프 스타일 유형과 학력과의 관계

()=Col.%

학 력	가사관심 및 적극적 생활형	소극정체형	외부활동형	계	χ^2
무학, 한문서당	3(4.7)	28(23.5)	2(6.3)	33(15.3)	$\chi^2=23.23^{**}$ df=6
국민학교	27(42.2)	51(42.9)	10(31.3)	88(40.9)	
중고등학교	29(45.3)	37(31.1)	15(46.9)	81(37.7)	
대학교 이상	5(7.8)	3(2.5)	5(15.6)	13(6.0)	
	64(100)	119(100)	32(100)	215(100)	

**P<.01

〈표 4〉에서 라이프 스타일과 학력과의 관계를 column %로 비교하여 보면, 무학 및 한문서당 학력자는 다른 집단보다 소극정체형 집단에 해당되는 사람이 가장 많으며, 국민학교 학력자는 외부활동형에 해당되는 사람이 적었다. 그리고 중고등학교, 대학졸업 이상의 학력자는 다른 집단보다 소극정체형이 적은 편이었으며 대학 이상의 학력자는 외부활동형이 가장 많았다. 그러므로 라이프 스타일과 학력과의 관계에서는 노년기 여성은 고학력일수록 여가활용이나 자신감 및 외모에 관심이 많으며 저학력일수록 생활 전반에 걸쳐 소극적인 활동의 성향을 가진 생활자임을 알 수 있다. 이

것은 학력이 인구통계적 변인 중에서 라이프 스타일에 영향을 주는 것으로 보고된 선행연구와⁴⁷⁾ 일치하며, 선행연구에서도 기혼여성이 고학력일수록 생활전반에 적극적인 여권주의자에 속하는 것으로 나타났다.

3. 라이프 스타일 유형에 따른 의복관여의 차이

라이프 스타일에 따른 의복관여의 차이를 분산분석과 Duncan의 다중범위검정으로 조사한 결과를 보면 〈표 5〉와 같다.

〈표 5〉 라이프 스타일 유형에 따른 의복관여 요인의 차이

의복관여	가사관심 및 적극적 생활형 (N=64)	소극정체형 (N=119)	외부활동형 (N=32)	F
의복즐거움	22.66 ^b	19.63 ^c	24.72 ^a	27.79 ^{**}
의복상징성	15.21 ^a	13.54 ^b	16.16 ^a	20.75 ^{**}
의복위협지각	16.06	15.11	15.75	2.93
의복관심	10.72 ^a	8.80 ^b	10.66 ^a	21.11 ^{**}
총관여	64.64 ^a	57.08 ^b	67.64 ^a	29.12 ^{**}

**P<.01 문자 a, b, c는 Duncan의 다중범위검정(P<.05)

〈표 5〉에서 보는 바와 같이 라이프 스타일 유형에 따라 의복관여는 의복위협지각을 제외한 모든 요인에서 P<.01수준에서 유의한 차이를 나타내었다.

의복즐거움은 외부활동형이 가장 점수가 높게

나타났고 두번째가 가사관심 및 적극적 생활형이며, 소극정체형은 가장 낮게 나타났다. 의복상징성과 의복관심의 경우 외부활동형과 가사관심 및 적극적 생활형이 높게 나타났으며 두 집단간에는 유의한 차이가 없었고, 소극정체형 집단은 낮게

나타났다. 의복위험지각은 집단간의 차이가 나타나지 않았다. 외부활동형과 가사관심 및 적극적 생활형은 의복의 총관여가 비교적 높았으나 소극정체형은 낮게 나타났다. 따라서 가사관심 및 적극적 생활형은 의복상징성, 의복관심에 높게 관여하는 것으로 나타났다. 외부활동형 집단은 전체적으로 모든 관여에서 높게 나타났으며, 이것은 다른 연령층도 활동적이고 적극적인 생활자는 의복과 유행에 관심이 많은 것으로 나타난 선행연구와^{42)·45)·48)} 대체로 일치하였다. 한편 남성을 대상으로

한 연구에서는^{39)·49)} 적극적인 사회활동을 하는 사람은 의복이나 물질에 무관심하다고 하였으므로 노년기 여성의 의복관여는 남성과 차이를 보였다.

4. 라이프 스타일 유형과 의복구입특성

라이프 스타일 유형과 의복비 출처, 의출복 구입빈도, 의복구매시 동반자와의 관계를 알아보기 위하여 χ^2 검증을 실시하였으며 그 결과는 <표 6>과 같다.

<표 6> 라이프 스타일 유형과 의복구입특성과의 관계 ()=Col.%

구 분	내 용	가사관심 및 적극적 생활형	소극정체형	외부활동형	계	χ^2
의복비 출 처	남 편	9(14.3)	20(17.1)	2(6.3)	31(14.6)	$\chi^2=13.87^{**}$ df=4
	자 녀	25(39.7)	70(59.8)	15(46.9)	110(51.9)	
	자 신	29(46.0)	27(23.1)	15(46.9)	71(33.5)	
	계	63(100)	117(100)	32(100)	212(100)	
구 입 빈 도	거의 구입 않음	1(1.6)	16(13.4)	0(0.0)	17(7.9)	$\chi^2=24.29^{**}$ df=6
	년 1~2회	22(34.4)	40(33.7)	4(12.5)	66(30.7)	
	계절별로 1회 정도	23(35.9)	47(39.5)	16(50.0)	86(40.0)	
	계절별로 2회 이상	18(28.1)	16(13.4)	12(37.5)	46(21.4)	
	계	64(100)	119(100)	32(100)	215(100)	
동반자	친 구	19(31.1)	16(15.2)	11(37.9)	46(23.6)	$\chi^2=18.18^{**}$ df=6
	혼 자	23(37.7)	26(24.8)	8(27.6)	57(29.2)	
	딸	14(23.0)	39(37.1)	7(24.1)	60(30.8)	
	며느리	5(8.2)	24(22.9)	3(10.3)	32(16.4)	
	계	61(100)	105(100)	29(100)	195(100)	

**P<.01

라이프 스타일 유형과 의복비 출처는 유의한 관계가 있었다. 60, 70대 노년기 여성은 의복비를 자녀에게서 받는 경우가 51.9%로서 절반 이상이 자녀에게 의복비를 의존한다는 것을 알 수 있다. 원래 이 문항은 남편, 자녀, 자신, 친척, 기타의 5가지 항목이었으나, 친척과 기타는 그 빈도수가 적어(친척=3명) 분석대상에서 제외시켰다.

column %로 비교하여 보면 소극정체형은 남편이나 자녀의 의복비를 마련하는 경우가 많았고 가

사관심 및 적극적생활형과 외부활동형은 자신이 직접 의복비를 마련하는 경우가 많았다. 이것은 소극정체형이 비교적 학력이 낮아 높은 학력의 집단보다 경제력이 낮을 것이며 따라서 타인에게 의존하는 비율이 높다고 해석된다. 이 소극정체형 집단은 세 집단중 가장 많은 사람이 해당되어 노년기 여성이 차츰 감소되는 경제력으로 인하여 자녀에게 의존한다는 선행연구^{12)·15)·18)} 결과를 지지하였다.

라이프 스타일 유형과 외출복 구입빈도는 유의한 관계가 있었다.

노년기 여성은 의복을 계절별로 1회 구입하는 경우가 40%, 년 1~2회 구입하는 경우가 30.7%였다. column %로 비교하여 보면 구입을 거의 하지 않는 경우는 소극정체형에 해당되는 사람이 가장 많았고, 계절별로 1회 정도와 2회 이상 구입하는 경우는 외부활동형에 해당되는 사람이 많았다. 이것은 생활전반에 걸쳐 소극적인 사람은 의복에 관심이 적어 의복을 덜 구입하며 외부활동의 성향을 지닌 사람은 보다 많이 의복을 구입하는 것으로 해석할 수 있다.

라이프 스타일 유형과 의복구입시 동반자와의 관계는 유의한 관계가 있었다. 원래 이 항목에서 남편, 아들, 여자형제, 기타는 그 빈도수(2, 2, 7, 9명)가 적어 분석대상에서 제외시켰다.

의복구입시의 동반자와의 관계를 살펴보면 노년기 여성은 의복구입시 딸과 함께 가거나 혼자 가는 사람이 30.8%, 29.2%로 많은 편이었고 그 다음에는 친구, 며느리의 순이었다. 딸과 같이 가는 사람이 며느리와 같이 가는 경우보다 약 2배의 비율로 많다는 것은 흥미로운 결과였다. 친구와 함께 가는 사람은 외부활동형에 많이 해당되었고 혼자가는 사람은 가사관심 및 적극적 생활형에 많이 해당되었다. 딸이나 며느리와 함께 가는 사람은 소극정체형에 해당되는 사람이 많았다.

외부활동형이나 가사관심 및 적극적 생활형은 생활전반에 걸쳐 활동적이고 적극적이므로 친구를 동반하거나 자기 스스로 의복을 구입하는 능력이 보다 많으며, 소극정체형 집단은 대체로 모든 면에서 소극적이므로 딸이나 며느리에게 의존하는 경우가 많은 것으로 풀이된다.

이상의 결과로 볼 때 노년기 여성은 외부활동형이 다른 집단에 비하여 고학력이며 의복을 자주 구입하는 편이었다. 또한 의복구입시 친구와 함께 가고 의복비는 자신이 마련하는 경향이 있었다. 가사관심 및 적극적 생활형은 국민학교 및 중고등학교의 학력이 많았고 의복구입시 혼자가는 경우

가 많으며 자신이 의복비를 마련하는 경향이 있었다. 소극정체형은 비교적 저학력이며 의복을 적게 구입하고 의복구입시 딸이나 며느리와 함께 가며, 의복비에 있어서도 자녀에게 의존하는 경우가 많았다.

V. 결 론

본 연구는 노년기 여성을 대상으로 의복관여와 라이프 스타일 차원을 분류하고, 라이프 스타일을 유형화시켜 의복관여와 라이프 스타일과의 관계를 규명하는 데 그 목적이 있었다. 연구대상은 서울에 거주하는 60대와 70대 여성 215명이었고 질문지에 의한 면접법을 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

1. 의복관여는 의복즐거움, 의복상징성, 의복위험지각, 의복관심의 4개 요인으로 나타났다.
2. 라이프 스타일은 4개의 요인으로 분류되어 여가활용성, 자신감지향성, 외모관심, 가사관심 및 공동체의식의 4개 차원으로 나타났다. 이 4개 차원을 기초로 군집분석을 실시하여 라이프 스타일 유형을 3개의 집단, 즉 가사관심 및 적극적 생활형, 소극정체형, 외부활동형으로 분류하였다.
3. 의복관여는 의복위험지각을 제외한 3가지 차원에서 라이프 스타일에 따라 유의한 차이를 나타냈다. 외부활동형은 의복즐거움, 의복상징성, 의복관심의 차원에서 의복관여도가 높았고, 소극정체형은 이 세가지 차원에서 모두 의복관여도가 낮았다.
4. 라이프 스타일은 학력과 유의한 관계가 있었다. 학력이 높을수록 외부활동형이 많고 학력이 낮을수록 생활전반에 소극적인 성향을 지닌 소극정체형이 많았다. 라이프 스타일과 연령, 월소득은 유의적인 관계가 없었다.
5. 라이프 스타일과 의복비 출처, 외출복 구입빈도, 의복구입시 동반자와는 유의한 관계가 있었다. 외부활동형은 다른 집단에 비해 외출복 구입빈도가 높은 편이었다. 의복비 출처에서 소극정체형

은 남편 및 자녀가 마련하는 비율이 높았고, 가사 관심 및 적극적 생활형과 외부활동형은 자신이 마련하는 비율이 높았다. 의복구매시 동반자로는 외부활동형은 친구와 가고, 가사관심 및 적극적 생활형은 혼자 가며, 소극정체형은 자녀와 함께 가는 경향이 있었다.

본 연구에서 조사대상자를 서울에 거주하는 노년기 여성에게 국한시켰으나, 앞으로 대상을 노년기 남성으로 확대하여 조사하는 것이 필요시된다. 또한 노년을 위한 체계화된 라이프 스타일과 의복태도의 측정문항이 개발되어 보다 더 신뢰성 있는 연구가 이루어져 그러한 결과가 노년기 소비자의 의복행동과 생활을 이해하고 예측하는 데 기여할 수 있기를 바란다.

참고문헌

- 1) 보건사회부, 「보건사회통계연보」, 서울:보건사회부, 1992, p.257.
- 2) 양갑모, 「소비자 행동과 소매 마케팅」, 서울: 도서출판 스톤 비즈니즈, 1990, p.21.
- 3) Antil, J. N., "Conceptualization and Operationalization of involvement," *Advances in Consumer Research*, 11(1984), pp.203~209.
- 4) Assael, H., *Consumer Behavior and Marketing Orientation*, 2nd. ed, Boston: Kent Publishing Co., 1984, pp.252~256, 203~209.
- 5) 이선자, "각 연령별로 본 노인에 대한 태도의 심리학적 고찰," 「한국노년학」, 9(1989), pp. 79~90.
- 6) Birren, J. E. and Cunningham, W. R., "Research on Psychology of Aging," *In Handbook of the Psychology of Aging*, New York: Van Nostrand Reinhold Co., 1989, pp.3~34.
- 7) 장인협, 최성제, 「노인복지학」, 서울: 서울대학교 출판부, 1987, p.46.
- 8) 한국갤럽조사 연구소, 「한국 노인의 생활과 의식구조」, 서울: 한국갤럽조사연구소, 1984, pp.146~147.
- 9) 김혜경, "노년기 여성의 체형분석에 따른 의복설계," 연세대학교 「생활과학논집」, 7(1993), pp.135~145.
- 10) 유경숙, "노년층 여성의 의복행동에 관한 연구," 석사학위논문, 연세대학교 대학원, 1984.
- 11) Richard, M. L., "The Clothing Preference and Problems of Elderly Female Consumer," *The Gerontologist*, 21, 3(1981), pp. 263~267.
- 12) Havighurst, R. J., "Understanding the Elderly and the Aging Processes," *Journal of Home Economics*, 66(1974), pp.17~20.
- 13) 정희용, "노년기 여성의 자아지각과 의복관심과의 상관연구," 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원, 1987.
- 14) 김재숙, "의복범주, 유행성 및 착용자 연령의 인상효과에 대한 연구: 여성노인의 의생활 양식과 관련지어," 박사학위논문, 연세대학교 대학원, 1991.
- 15) 이옥희, "노년기 여성의 의복선호도와 의생활 실태에 관한 연구," 석사학위논문, 원광대학교 대학원, 1985.
- 16) 임치경, "라이프 스타일에 따른 의복행동에 관한 연구: 여대생의 소비시간 유형을 중심으로," 석사학위논문, 이화여자대학교, 대학원, 1991.
- 17) 박인미, "노년여성의 신체적자아 및 생활만족도와 의복태도와의 관계: 서울시내 노인학교를 중심으로," 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원, 1987.
- 18) 김영애, "노년기 여성의 의생활 실태에 관한 연구," 석사학위논문, 건국대학교 대학원, 1991.
- 19) Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L., *Consumer Behavior* 4th ed. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice hall, 1991, pp.215~

- 216, 213.
- 20) Bloch, P. H., "An Exploration into Scaling of Consumer Involvement with a Product Class," *Advances in Consumer Research*, 81 (1981), pp.61~65.
- 21) Mitchell, A., "Involvement : A Potentially Important Mediator of Consumer Behavior," *Advances in Consumer Research*, 6(1979), 191~196.
- 22) Ston, R. N., "The Marketing Characteristics of Involvement," *Advances in Consumer Research*, 11(1984), pp.210~215.
- 23) Laurent, G. and Kapftein, J. N., "Measuring Consumer Involvement Profiles," *Journal of Marketing Research*, 22(1985), pp.41~53.
- 24) Summer, J. O., "The Identity of Women's Clothing Fashion Opinion Leaders," *Journal of Marketing Research*, 7(1970), pp.178~185.
- 25) Tigert, D., Ring, L., and King, C., "Fashion Involvement and Buying Behavior," *Advances in Consumer Research*, 3(1976), pp.46~52.
- 26) 이종주, "제품관여의 관여수준에 따른 준거 집단의 영향에 관한 연구," 석사학위논문, 연세대학교 대학원, 1986, p.17.
- 27) Engel, J. F, and Blackwell, R. D., *Consumer Behavior*, 4th ed. Hinsdale, illinois : The Dryden Press, 1982, p.21.
- 28) Bloch, P. H., and Bruce, G. D., "Product Involvement as a Leisure Behaviour," *Advances in Consumer Research*, 11(1985), pp. 197~202.
- 29) 이영선, "소비자의 의복관여와 외적정보탐색," 박사학위논문, 서울대학교 대학원, 1991.
- 30) 이영경, "의복품목에 따른 제품관여의 수준과 유형 및 정보탐색 활동에 관한 연구," 석사학위논문, 서울대학교 대학원, 1987.
- 31) 최은영, "의복에 대한 소비자 관여의 연구," 석사학위논문, 서울대학교 대학원, 1990.
- 32) Thomas, J. B., Cassill, N. L., and Forsythe, S. M., "Underlying Dimensions of Apparel Involvement in Consumers' Purchase Decisions," *Clothing and Textile Research Journal*, 9, 3(1991), pp.45~48.
- 33) 류은정, "의복관여도에 따른 의복구매행동에 관한 연구 : 서울시내 여대생을 중심으로," 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원, 1991.
- 34) 김동기, 이용학, 「소비자행동분석 : 마아케팅 전략으로서의 적용」, 서울 : 박영사, 1992, p. 284.
- 35) 김동기, 「현대마아케팅원론」, 서울 : 박영사, 1982, pp.383~440.
- 36) 김원수, 「마아케팅정보시스템론」, 서울 : 박영사, 1983, pp.389~440.
- 37) Plumer, J. T., "The Concept and Application of Life style Segmentation," *Journal of Marketing*, 38(1974), pp.33~37.
- 38) 이차옥, "우리나라 도시거주 가정주부의 라이프 스타일에 관한 실증적 연구 : 특히 서울시내 거주 가정주부를 중심으로," 박사학위논문, 고려대학교 대학원, 1983.
- 39) 권순기, "남성 유행혁신자의 의복행동과 라이프 스타일 특성 연구," 석사학위논문, 연세대학교 대학원, 1990.
- 40) 이성주, "의복시장의 life style세분화에 대한 연구 : 서울시내 여대생을 중심으로," 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원, 1984.
- 41) 이혜주, "라이프 스타일에 따른 의복시장 세분화에 관한 연구 : 서울시 직업여성을 중심으로," 석사학위논문, 서울대학교 대학원, 1987.
- 42) 임경복, "라이프 스타일에 따른 의복행동에 관한 연구 : 여대생의 소비시간 유형을 중심으로," 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원, 1991.
- 43) 방혜자, "라이프 스타일과 디자인 선호도의 관련성 연구 : 남성캐주얼웨어를 중심으로," 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학원,

- 1987.
- 44) 김인순, "라이프 스타일 특성에 따른 신사복 선호도에 관한 연구: 서울시 거주 직장남성을 대상으로," 석사학위논문, 고려대학교 대학원, 1989.
- 45) 김미영, "생활양식 유형과 의복평가기준에 관한 연구," 박사학위논문, 서울대학교 대학원, 1989.
- 46) 손미영, "여성기성복 구매행동에 영향을 미치는 라이프 스타일 변수 연구," 석사학위논문, 서울대학교 대학원, 1988.
- 47) 이연재, "기혼여성의 라이프 스타일유형과 의복가치관의 상관연구," 석사학위논문, 중앙대학교 대학원, 1986.
- 48) 원 선, "의복변인에 의한 시장세분화 및 라이프 스타일변인과의 관련 연구," 석사학위논문, 연세대학교 대학원, 1987.
- 49) 정정은, "중년 남성의 라이프 스타일에 따른 기성복 상표 선호도에 관한 연구," 석사학위논문, 중앙대학교 대학원, 1989.

ABSTRACT

A study on Life Style and Clothing Involvement of Elderly Women

The objectives of this study were to classify the contents of clothing involvement, to group elderly women into life style types, and to examine the differences in clothing involvement according to the life style types.

A method of this study was face to face research and questionnaire.

Questionnaire was comprised of four sections : 18 Likert type items of clothing involvement measure : 26 Likert type items of life style measure : 3 items of clothing purchase measure

; and 3 demographic variables.

Samples were 215 elderly women(60~79 years of age) in Seoul, Korea.

The data were analyzed using factor analysis, cluster analysis, one-way ANOVA, Duncan's multiple range test, χ^2 test.

The results of the study were the followings.

1. Four factors of clothing involvement derived by factor analysis : F.1 'clothing pleasure'; F.2 'clothing symbolism'; F.3 'perceived risk in clothing purchase'; F.4 'clothing interest'.

2. Four factors of life style derived by factor analysis : F.1 'active-leisure'; F.2 'confidence oriented'; F.3 'appearance interest'; F.4 'housework interest and community consciousness'. Three types of life style were defined by the cluster analysis of the 4 factors : T.1 'housework and positive living'; T.2 'passive stagnation'; T.3 'outside activity'.

3. There were significant differences in clothing involvement factors according to life style types. Outside activity type perceived 'clothing pleasure' highest level among 3 life style types. Outside activity type and housework and positive living type perceived 'clothing symbolism' and 'clothing interest' higher level than did passive stagnation types.

4. Elderly women high in educational level were more distributed in outside activity type and the low in educational level in passive stagnation types.

5. There were significant relationships between life style types and source of a clothing allowance, clothing purchase frequency, and a companion of dress store.