

의복의 자아근접도에 따른 퍼스널 스페이스에 관한 연구

조 기 여* · 유 태 순

*거창전문대학 피부비용과, 대구효성가톨릭대학교 가정대학 의류학과

A Study on the Personal Space by Proximity of Clothing to Self.

Jo, Ki Yeu* · Yoo, Tai Soon

*Dept. of Beauty and Skincare, Keochang Provincial College
Dept. of Textiles and Clothing, Catholic University of Taegu-Hyosung
(1998. 12. 15 접수)

Abstract

The purpose of this study was to examine the personal space by proximity of clothing to self.

The scales used in this study include the scale of Nakaen(1973) for personal space, the scale arranged on the basis of Sontag(1978)'s study for proximity of clothing to self.

The subjects of this study were 885 adult women in Taegu. The data were analyzed by using frequency analysis, χ^2 test and the Cronbach α was also applied.

The results of this study were summarized as follows:

It was shown that there was a high tendency that all those whose proximity of clothing to self is high or low sit opposite to the other persons or in a place where they can be seen well when they are well dressed with good make-up, but that all those whose proximity of clothing to self is high or low sit behind the other persons or in a corner seat or place where they can not be seen well when they are not well dressed with no make-up.

Key words : proximity of clothing to self, personal space, make-up :

의복의 자아근접도, 퍼스널 스페이스, 메이크업

I. 서론

1. 연구문제

의복이나 화장은 지각자 혹은 관찰자에게 착용자에 관한 단서를 제공하며, 개인의 외모와 의복 등의 지각단서는 다른 사람에게 퍼스널 스페이스를 허용하는 형태로 반영된다(Caplan, 1981 : Fortenberry, 1978 : Powell, 1976 : Dabbs Stokes, 1975 : Knowles,

1973).

퍼스널 스페이스는 다른 사람과 다양한 상호작용을 가질 때 중요한 역할을 한다. 대부분의 사람들은 퍼스널 스페이스의 존재를 명확히 의식하고는 있지만 실제로 대인관계를 영위할 때 퍼스널 스페이스가 작용한다(澁谷, 1985 : Hayduk, 1983). 따라서 퍼스널 스페이스는 다른 사람이 불안함을 일으키지 않고는 침입할 수 없는 눈에 보이지 않는 영역으로 규정할 수 있다(Little, 1965).

인간은 낮은 사람이나 친밀하지 않은 사람이 가까이 오는 것을 싫어하며, 동물에게서 사용되는 영토보호 행동처럼 인간에게도 자기의 퍼스널 스페이스를 가지려고 하는 욕구가 있다. 따라서 퍼스널 스페이스가 다른 사람에 의해서 침범을 받거나 제약을 받게 되면 그것은 단순한 지리적 제한의 문제를 넘어서 개인에게 심리적인 갈등을 일으키게 한다(澁谷, 1988, 1985; 이진환, 1985).

다른 사람과의 상호작용 속에서 형성되는 물리적인 거리인 퍼스널 스페이스는 자아의 연장으로 볼 수 있으며(澁谷, 1988; 田中, 1973), 또한 상대방과 자기자신 사이에 적당한 거리를 유지하는 것은 자기표현의 중요한 요소라고 할 수 있다(김인자, 1996). 따라서 퍼스널 스페이스는 의복행동이나 화장행동에 의해 많은 영향을 받는다고 할 수 있다(松井, 1990a, 1990b, 1990c). 인간에게 있어서 커뮤니케이션은 언어 뿐만 아니라 표정, 의복 등의 비언어적 행동을 매체로 하여 행해지는데(大平, 1996; 中村, 1996; 米谷, 1996; 大坊, 1992), 퍼스널 스페이스 사용양식은 이러한 비언어적 의사전달의 수단이 되며 지각단서가 되기도 한다.

大坊과 神山(1996)에 의하면 옷차림은 퍼스널 스페이스의 크기에 영향을 미친다고 하였으며, 메이크업 화장을 하면 퍼스널 스페이스가 좁아지며 또한 대인적 적극성을 높여 주기도 한다. 그러나 너무 매력적인 여성에게는 좀 더 큰 퍼스널 스페이스를 허용하여서, 가까이 가기를 주저하는 경우도 있다. 정장은 하는 일의 이미지나 직업이미지를 강하게 전달하고, 캐주얼한 의복에 비해서 접근하기가 어려워 퍼스널 스페이스의 크기가 커진다. 또한 유행하는 의복을 착용한 사람이 그렇지 않은 사람보다 대인 거리가 좁아지는 경향이 있다. 퍼스널 스페이스 이론과 관계된 연구는 사회학이나 심리학 분야에서는 연구(Neighbors, 1996; Ruberd, 1996; Secrest, 1996; Glick Demorest, 1988; 이진환, 1985; 홍청청, 1985)가 이루어지고 있으나, 의류학 분야에서는 이러한 이론과 접목시킨 연구는 거의 수행되어 있지 않은 실정이다.

본 연구에서 성인여성을 대상으로 의복의 자아근접도와 퍼스널 스페이스의 관계를 알아봄으로써, 다

른 사람과 상호작용 속에서 나타나는 대인행동이나 대인거리, 대인지각과 같은 사회심리학적 이론을 의복행동과 관련시켜 연구하고자 하는 이들에게도 유의한 자료가 될 것으로 생각된다. 더불어 의복이나 화장행동으로 자신의 이미지를 향상시킬 수 있으며, 퍼스널 스페이스를 이용하여 의류상품과 화장품의 광고소구형태를 변화시켜 판매촉진전략을 펼칠 수 있을 것이다. 따라서 이 연구에서는 사회적 평가나 사회적 지위의 기본단서를 제공하는 의복과 관련된 행동과 퍼스널 스페이스와의 관계를 구체적으로 알아보고자 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

가설 1. 옷차림에 신경을 쓰고 화장을 했을 경우에 의복의 자아근접도 각 하위요인에 따라 퍼스널 스페이스 지각에 차이가 있을 것이다.

가설 2. 옷차림에 신경을 쓰지도 못하고 화장을 하지 않았을 경우에 의복의 자아근접도 각 하위요인에 따라 퍼스널 스페이스 지각에 차이가 있을 것이다.

2. 용어정의

이 연구에 사용된 용어들은 선행연구를 바탕으로 연구자가 연구의 목적에 맞도록 다음과 같이 개념적-조작적으로 정의하여 사용하였다.

1) 퍼스널 스페이스(personal space): 개인의 신체를 둘러싸고 있는 공간으로 침입자가 들어 올 수 없도록 그 사람의 신체를 둘러싸고 있는 눈으로 볼 수 없는 공간영역을 말하는데, 본 연구에서는 심리적으로 불안함을 일으키지 않고 자연스럽게 가서 앉고 싶은 의자의 위치를 말한다.

2) 의복의 자아근접도(proximity of clothing to self): 의복과 관련된 행동을 할 때, 자기자신에 대해서 어떻게 느끼고 생각하고 있는가에 대한 정도를 나타내는 것으로 자기자신과 의복행동 사이의 심리적으로 친밀한 정도를 말한다.

(1) 변화의 즐거움(joy of change): 마음에 드는 옷을 입었을 때나 잘 어울리는 옷을 입었을 때 자신감 있게 행동하거나 옷을 입는 변화에 의해 스스로 즐거워지는 것을 말한다.

(2) 자기가치 표현(expression of self-value):

옷으로 자기의 신분이나 특성을 나타내 준다고 생각하는 것을 말한다.

(3) 새로움(novelty) : 새옷이나 유행하는 스타일의 옷을 입었을 때 자신의 이미지가 달라지거나 새로워진다고 생각하는 것을 말한다.

(4) 자기에 대한 의식(self-consciousness) : 입은 옷이 마음에 들지 않거나 어울리지 않으면 신경이 쓰이는 등 옷을 자신의 일부라고 생각하는 것을 말한다.

(5) 타인에 대한 의식(consciousness to others) : 다른 사람을 의식하면서 옷을 입는 행동이나 옷을 보고 다른 사람을 평가하는 것을 말한다.

(6) 신체만족(physical satisfaction) : 자기 자신의 신체 각 부위와 신체적 외모에 대한 만족의 정도로 옷으로 신체의 불만족스러운 곳을 감추는 등 옷을 신체의 일부라고 생각하는 것을 말한다.

II. 이론적 배경 및 선행연구의 고찰

1. 퍼스널 스페이스 이론

퍼스널 스페이스는 개인공간 또는 사유공간으로 번역할 수 있으며 사람의 몸을 둘러싸고 있는 보이지 않는 경계와 같은 것이다. 퍼스널 스페이스는 복잡한 지하철이나 버스 안에서 쉽게 알 수 있는데 지하철이나 버스가 비어 있을 때는 거의 느끼지 못하지만, 차 안이 복잡해지면 승객의 행동이 달라짐을 볼 수 있다. 가까이 있던 사람이 자신의 쪽으로 접근하면, 생각없이 반사적으로 몸을 반대쪽으로 돌려 버린다. 더욱 더 차 안이 복잡해져서 승객끼리 어쩔 수 없이 몸을 접촉하는 상태가 되면, 많은 사람들은 팔짱을 끼기도 하고, 차 안의 광고나 차 밖의 경치를 열심히 보기도 한다. 차 안이 복잡해져 다른 승객의 행동이 신경쓰이는 것은 자기의 퍼스널 스페이스에 다른 사람이 침입하려고 하는 상태에 있기 때문이다. 몸이 다른 사람으로부터 멀어질수록 자기의 퍼스널 스페이스를 지킬 수 있지만, 만원 버스나 지하철 안에서는 그 여유가 없으므로 팔짱을 끼기도 하고 다른 사람에게 애써 무관심한 척 함으로써 자기의 퍼스널 스페이스에 다른 사람이 침입해 있는 불쾌감을 참고 있는 것이다(小川, 1994). 이와 같

이 다른 사람의 침입이 너무 가까워져서 불쾌감을 느끼기 시작하는 거리가 퍼스널 스페이스의 경계이다. 퍼스널 스페이스의 지각은 상호작용하는 사람 사이에 형성되는 물리적 거리를 지각하는 것을 의미하며, 개인차가 있어서 만나는 상대나 그 때의 상황에 따라 달라진다(松井, 1986). 동물의 개체나 집단생활 속에서의 영역이나 퍼스널 스페이스가 다른 사람에 의해서 침입받았을 때의 심리적·행동적 반응, 커뮤니케이션을 할 때에 취해지는 대인거리나 좌석의 배치, 또는 매우 혼잡한 상황에서의 심리적 반응 등의 연구를 총칭하여 근접학이라고 부르기도 한다(小西, 1990). 또한 인간에게 있어서 근접패턴이 일단 습득되면 대부분 무의식 중에 공간을 사용한다고 주장하고 있다.

커뮤니케이션의 목적을 위한 공간사용은 비공식적 공간에 의해 4가지 범주를 이용한다(Hall, 1966). 그 4가지는 첫째, 포옹하거나 속삭이기 위한 친밀한 거리(0~45cm)로 다른 사람의 신체와 밀접하게 관계되어 타인의 존재가 확연하게 느껴지는 거리이며, 둘째, 좋은 친구 사이에 대화를 하기 위한 개인적 거리(45~120cm)로 유기체가 자신과 다른 존재들 사이에 유지하는 조그만 보호영역이다. 셋째, 조금 아는 사이에 대화를 위한 사회적 거리(120~360cm)로 상대 얼굴의 세부적인 모습은 보이지 않게 되고, 상대의 몸이 닿기 어려운 지배의 한계를 나타내며, 그리고 넷째로 공식적으로 말하기 위해 사용하는 공식적 거리(360cm나 그 이상)로 상대방과 관련이 되지 않아도 되며 달아나거나 방어할 수 있는 거리이다. 따라서 퍼스널 스페이스는 언제나 같은 크기라고 할 수 없으며, 같은 사람이라도 어렸을 때와 어른이 되었을 때는 크기가 바뀌며, 또한 상황이나 말하는 상대가 동성인가 이성인가, 손위인가 손아래인가에 따라서도 변한다(澁谷, 1988; Hendric 외, 1974; Hartnett 외, 1970).

퍼스널 스페이스의 사용방법에는 그 상황에 대응하는 개인의 성격특성이나 그 때의 심리상태가 반영된다. 가령, 다른 사람과 커뮤니케이션을 할 때에 가까운 퍼스널 스페이스를 유지하지 않으려고 애쓰는 사람도 있다. 퍼스널 스페이스의 성격은 아주 명확하지는 않지만, 친화성이 높은 사람이 낮은 사람

에 비해 얘기하는 상대방에게 보다 접근하는 경향이 있고, 권위주의적 성향이 강하고 자기평가가 낮은 사람의 퍼스널 스페이스가 더 크다(田中, 1973).

Little(1968)은 그의 연구에서 여자는 남자보다 더 가까운 대인거리를 유지한다는 것을 밝혔고, Jones(1971)는 문화간의 차이에도 불구하고 여자들이 남자보다 더 가까운 대인거리를 유지한다고 하였다. Hayduk(1978)은 나이, 육체적 상황 또는 심리적 상황, 비난하는 조건, 그리고 심리적 혼돈이 퍼스널 스페이스를 만드는 요소이며, 신체적 외모는 한 사람이 다른 사람을 어떻게 평가하는가를 결정하는데 있어서 중요한 것이기 때문에 신체적 외모 역시 공간에 영향을 미칠 수 있다고 주장하였다.

2. 의복의 자아근접도

우리는 의복을 우리 자신의 몸과 같이 생각하기도 하고, 우리 자신을 더욱 더 나아 보이게 만드는 하나의 수단으로 생각하기도 한다. 역할수용 과정에서 외모는 사회적 계약 즉 서로에 대한 판단의 첫 단계이며, 옷차림이나 몸짓과 같은 무언의 상징에 의해 의사가 전달된다. 또한 의복은 우리가 누구인지에 대한 개념을 발전, 유지, 수정시키기도 한다(김순심 외, 1991).

Stone(1962)은 그의 저서 'Appearance and the Self'에서 사회적 자아에 대한 어린이의 자아발달 단계와 의복과의 관계를 서술하였다. 그는 상징적 상호작용론자의 입장, 즉 자아는 커뮤니케이션을 통해서 설립되고 유지되며, 변한다는 견지에서 외모를 의사전달의 한 중요한 차원으로 포함시켰다. 외모는 자아의 개념을 명확하게 하는 결정적인 요인으로서 초기 발달의 모든 단계에서 보다 중요성을 갖으며, 자기 자신의 성, 연령에 관련된 사회적 역할을 타인에게 투사함으로써 정체감 형성에 기여한다고 본 것이다.

Sontag(1978, 1982)은 의복과 자아의 다차원적인 관계를 '자아에 대한 의복의 근접성(proximity of clothing to the self)'이라는 개념으로 정립하였으며, 의복이 자아의 한 부분으로써 지각되는 범위를 확장시켜서 자아에 대한 의복의 심리적인 근접성을 측정하였다. 즉 의복은 자아의 한 구성요소이고, 자

아가 형성되고 확인되는 외모의 한 측면이며, 그리고 자기에 대한 정체감, 기분, 태도를 전달하는 의미 있는 상징이며, 또한 자기가치, 자존심의 표현으로서 지각되며, 자기평가 그리고 신체적 만족에 대한 감정적인 반응의 한 요소로써 옷이 표현되는 범위를 확장시켰다. 자아 개념은 의복이나 외모로부터 어느 정도 영향을 받기 쉬운 가이고 이것을 나타내는 지표의 하나가 의복의 자아근접도이다.

즉 의복의 자아근접도는 자기 자신과 의복 사이의 심리적인 친밀감을 가리키고, "옷은 나의 표시이다" "옷에 따라 기분이 변한다" "옷에 항상 신경이 쓰인다" "옷으로 나를 나타낸다" 등은 의복의 자아근접도가 높은 표시라고 할 수 있다(神山, 1990).

의복의 자아근접도는 개인차가 있으며, 남성보다 여성이, 나이 많은 사람보다는 젊은 사람이 의복의 자아근접도가 높게 나타났다(神山 小島, 1985).神山 小島(1986)는 의복의 자아근접도가 높은 사람은 색, 무늬, 스타일 등의 의복의 디자인요소를 중요하게 생각하고, 적극적으로 자기현시를 피한다고 하였다. 동시에 이와 같은 사람은 의복을 이용하여 자기의 불확실함이나 불안정함을 보완하려고 하는 경향도 있다(神山, 1987). 즉 의복은 자기현시와 자기의 불확실함의 보상이라는 두 가지 역할을 하고 있으며, 특히 의복의 자아근접도가 높은 사람의 옷에서는 이러한 두 가지 현상이 나타나기 쉽다고 하였다.

3. 화장의 심리적 효용

다른 사람과 상호작용을 할 때에 그 사람의 외모나 얼굴모양, 표정은 대화의 내용이나 몸짓, 행위 이상으로 그 사람을 상대방에게 전달하는 도구가 될 것이다(김인자, 1996;神山, 1996;大防, 1995, 1993). 화장을 하는 것은 이러한 커뮤니케이션을 원활하게 그리고 효과적으로 행하기 위한 하나의 수단이라고 볼 수 있다(Theberge Kernalguen, 1979). 따라서 화장은 자신을 보다 자기답게 나타내주는 얼굴을 중심으로 행해지는 인상관리 방법, 즉 의도적인 표출법이라고 할 수 있다.

화장을 하는 여성은 맨 얼굴의 자신과는 다른 자기를 표현함으로써, 자기를 적극적으로 주장하고 보다 활발한 대인행동을 할 것이다. 또한 이러한 활발

한 대인행동이 그 여성에게 자신감이나 자기충족감을 부여하는 파급적 효과도 생각할 수 있다(余語, 1995; 松井 외, 1983). 따라서 화장을 하면 자신의 결점을 커버하고 자신감을 얻을 수 있으며, 다른 사람에 대해서는 그 관계에 따른 역할로서 작용하여 관계의 강화와 사회적 승인을 얻고 만족해한다. 화장에 대한 적극성은 자신의 강한 정도나 대인적 관계에 있어서 안정성을 나타내며, 화장을 하면 덜 긴장하며, 적극적인 화장은 개성을 중시하는 경향을 반영하는 것이다(大坊, 1991).

Cash 등(1985)은 화장을 자주 사용하는 사람은 비교적 유연하게 사회적인 의미에서의 여성적 역할을 가지고 있으며, 평등한 관점을 가지며, 안정성을 지닌다고 생각할 수 있다. 이것은 인과관계적으로는 특정지울 수 없지만, 적극적으로 화장을 하는 것은 반드시 고정적으로 「보이는」것만에 비중을 두는 것이 아니라 어쩌면 안정성 있는 자신이 되어서, 타인과의 관계에서도 유연하게 대처할 수 있는 여유가 생기는 것이라고 생각해도 무방할 것이다.

자기에 대한 확신이 강한 사람은 불일치하는 정보가 들어와도 자기개념에 영향을 주지 않는다. 그러므로 자기개념에 대한 확신도가 강한 사람은 보통의 화장을 유지하면서도 자기개념을 보강해서 증강하는 화장에 적극적으로 도전할 것이다. 자기개념에 대한 확신도가 낮으면 자기개념을 변경하지 않으면 안된다. 이 경우 긍정적이든 부정적이든 타인에게서 받은 정보에 의해 자기개념을 바꿀 수 밖에 없고 그것에 의해 화장법이나 옷차림도 크게 변화할 것이다. 자기개념에의 확신도가 보통인 사람은 비교적 자기확인 작업을 많이 반복하기 때문에 그것에 수반되어 화장에 관한 정보에 민감하며, 다양한 화장을 시험해 보기 때문에 소유하는 화장품 수가 많으며 화장법도 비교적 다양할 것이다(大坊·神山, 1996).

화장이나 옷차림은 자기자신을 확인하며 강화시켜 주는 역할을 하는데, 이러한 방법을 이용하여 환자를 치료하는 방법으로 화장요법(cosmetics therapy)이나 패션요법이 있는데, 이것은 적절한 화장품의 사용을 통해 얼굴을 변화시키거나 유행하는 옷을 입음으로써 개념의 변화, 특히 자아개념의 개

선을 피하고자 하는 것이다(神山, 1990; Seraji, 1986).

4. 의복행동과 퍼스널 스페이스

사람들 사이의 관계는 얼마만큼의 거리로 대화하는 가로 나타나는 경향이 있는데, 개인의 특성도 하나의 요인이라고 할 수 있다. Hayduk(1978)은 신체적 외모가 한 사람이 다른 사람을 어떻게 평가하는가를 결정하는데 있어서 중요한 것이기 때문에 신체적 외모 역시 공간에 영향을 미칠 수 있다고 하였다. Powell과 Dabbs(1976)은 퍼스널 스페이스에 따른 육체적 매력의 영향을 알아보기 위해 실험실과 사람들이 지나 다니는 인도에서 실험을 실시한 결과, 실험실에서는 실험대상자들이 매력적이지 않은 사람들보다는 매력적인 목표인물에 더 가깝게 접근하지만 거리에서는 매력의 효과에 대한 반응은 나타나지 않았다. Dabbs와 Stokes(1975)는 매력있는 사람은 잠깐 지나치는 인도에서와 같은 일반적인 사회접촉에서 더 많은 공간을 소유한다고 보고하였으며, 사회적 힘의 개념 즉 공간적으로 혹은 다른 방법으로 상대방을 움직이는 능력으로 설명하고 더 강력하다고 지각되는 사람에게 더 많은 공간을 허용한다고 하였다.

Fortenberry 등(1978)은 의복의 유형이 행동을 이끌어 가는 단서로서 제공된다는 것을 발견했다. 대화하는 사람사이의 개인적인 공간을 침입하는 사람은 낮은 지위로 보이는 의복을 입은 사람보다 높은 지위로 보이는 의복을 입은 사람일 때보다 존중하는 태도를 보이며 거리를 두는 것으로 나타났다. 캠퍼스에서 행해진 실험에서 통행인들은 캐주얼한 차림(청바지에 티셔츠, 테니스슈즈를 착용)을 했을 때보다 정장차림(남성은 비지니스슈트에 셔츠, 넥타이, 구두를 착용, 여성은 투피스슈트에 하이힐 구두를 착용)을 했을 때 통행인들은 더욱 존중하는 태도를 보였는데, 이 연구결과는 의복유형이 지위에 대한 지각의 단서로서 제공되고 있음을 보여주었다.

Young과 Guile(1987)은 지위와 성에 따른 퍼스널 스페이스 침입효과를 시험하였는데 높은 지위의 의복(사업가다운 의복), 종교적인 지위의 의복(가톨릭 성직자복), 낮은 지위의 의복(대학생을 나타내는 의

복)을 입을 침입자들에 의해 침입당했을 때 남성보다 여성들이 더 빨리 자리를 떠난다고 밝히고 있다. 이 결과는 여성이 남성보다 높은 지위나 종교적 지위조건의 실험보조자를 만났을 때는 느끼지 못했던 것을 낮은 지위의 실험보조자들을 만났을 때는 두려움을 느꼈거나 그것에 의해 더 불안해졌기 때문이다.

Knowles(1973)는 집단의 크기와 그 구성원들의 지위가 대인지각에 미치는 영향을 연구한 결과, 낮은 지위의 옷을 입은 집단보다 높은 지위의 옷을 입은 집단에서 통과하는 사람이 더욱 적게 나타났고, 2명의 집단보다 4명의 집단에서 통과하는 사람이 더욱 적게 나타나 집단의 크기와 그 구성원들의 지위가 대인거리 지각에 영향력이 있음을 밝혔다.

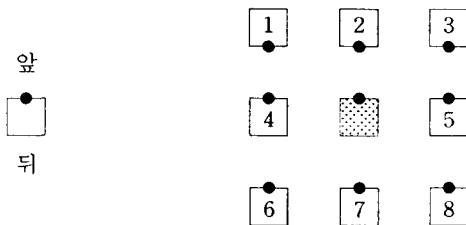
박성순(1993)은 의복이 대인거리 지각에 어떠한 영향을 미치는가를 알아보기 위하여 두 사람간의 거리를 설정하고 그 주위를 돌아가는 통행인들의 비통과율을 근거하여 분석한 결과, 두 사람간의 의복거리는 정장을 입고 있을 때 가장 크게 나타났으므로, 대인간의 거리를 멀리하고 싶을 때는 캐주얼한 의복보다는 정장을 입는 것이 효과적이라고 하였다.

III. 연구방법

1. 측정도구

1) 퍼스널 스페이스 측정도구(Personal Space Scale : PSS)

퍼스널 스페이스 측정은 1, 2차 예비조사 결과를 가지고 질문을 수정·보완하여서 본 연구를 수행하는데 가장 적합하다고 생각되는 中園(1973)의 공간 배치법을 이용한 지필검사로 측정하였다. 이 도구는 9개의 의자를 같은 간격으로 좌, 우 3열씩 배치해



놓고 중간 의자에 어떤 사람이 앉아 있다고 가정했을 때 상황에 따라 앉고 싶은 자리에 체크하도록 되어 있다(조기여, 1997).

2) 의복의 자아근접도 측정도구(Proximity of Clothing to the Self Scale : PCSS)

1995년 9월에 "평소 의복착용이나 의복과 관련된 행동을 할 때, 어떻게 느끼고 생각하고 있습니까?"라는 질문에 자유 기술식으로 자신의 생각을 모두 답하게 하여, 여기에서 나온 문장과 Sontag(1978)과 神山(1987)의 연구를 번안한 것을 토대로, 너무 어렵다고 생각되는 문장이나 반복되는 문장들을 제외하고 90문항을 만들었다. 이 90문항을 정리하여 다시 1996년 3월에 여자대학생 200명에게 배부하여 너무 어렵다고 생각하는 단어나, 그리고 반복되는 내용이라고 생각되는 문장은 수정하도록 지시하였다. 여기에서 나온 문항을 가지고 다시 연구목적에 맞게 추출하여 전공자들과 같이 수정·보완하여 1차 예비조사를 위한 설문지를 제작하였다.

1차 예비조사는 200명을 연구대상으로 하여 1996년 9월 1일부터 1996년 9월 6일 사이에 이루어졌으며, 1차 예비조사를 실시하여 적합하지 않다고 생각되는 문항과 요인 부하량이 낮은 문항은 제외시킨 30문항으로 2차 예비조사를 위한 설문지를 작성하였다. 2차 예비조사는 1996년 11월 5일에서 1996년 11월 12일 사이에 연구대상 250명을 대상으로 실시하여 요인분석한 결과 6개의 하위요인이 추출되었다(조기여·유태순, 1997). 2차 예비조사에서 나온 설문지를 수정·보완하여 이 연구에 쓰인 최종 설문지로 개발하였다.

하위요인으로는 변화의 즐거움 요인 5문항 자기 가치 표현 요인 6문항, 자기에 대한 의식 요인 4문항, 타인에 대한 의식 요인 6문항, 새로움 요인 4문항, 신체만족 요인 4문항 등 총 29문항으로 구성되어 있다.

각 문항은 5점 척도로 측정하였고 점수가 높을수록 의복의 자아근접도가 높은 것을 의미한다. 각 하위요인별로 Cronbach α 를 추정한 결과, 변화의 즐거움 .92, 자기가치 표현 .89, 자기에 대한 의식 .86, 타인에 대한 의식 .88, 새로움 .84, 신체만족 .89이었다.

또한 의복의 자아근접도 측정도구의 전체 신뢰도는 Cronbach $\alpha=.88$ 로 높게 나타났다.

2. 연구대상

본 연구는 1997년 2월 25일에서 1997년 3월 5일 사이에 대구시내에 거주하는 만 18세에서 만 49세까지의 여성을 대상으로 자료를 수집하였다.

연구의 목적을 이해하고 설문조사에 응하여 준 1050명을 대상으로 설문지를 배부하여, 970부가 회수되었으며 회수된 자료 중에서 잘못이 있거나 한 문항이라도 누락된 자료를 제외한 885명을 최종 연구 대상으로 하였다.

3. 자료분석

자료의 통계처리는 SPSS PC⁺를 사용하여서, 요인분석, 빈도분석, χ^2 검정을 실시하였고, 의복의 자

아근접도가 높거나 낮은 그룹의 중간에 위치한 중성적경향을 띤 그룹들은 통계에서 제외시켰다.

IV. 결과 및 고찰

1. 옷차림에 신경을 쓰고 화장을 했을 경우

옷차림에 신경을 쓰고 화장을 했을 경우에 의복근접도의 각 하위요인에 따라 퍼스널 스페이스가 다를 것인지를 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 <표 1-1>과 같다.

<표 1-1>에 나타나 있는 바와 같이 퍼스널 스페이스의 위치는 변화의 즐거움이 낮은 집단은 8개의 위치 중에서 2번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고(21.4%), 다음으로 5번 위치순으로 나타났다(15.0%). 변화의 즐거움이 높은 집단도 2번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고(28.9%), 두번째가 4번 위

<표 1-1> 의복의 자아근접도 각 하위요인에 따른 퍼스널 스페이스의 위치 빈도표
(옷차림에 신경을 쓰고 화장을 했을 경우)

위치	의복의 자아근접도											
	변화의 즐거움		자기가치 표현		새로움		자기에 대한 의식		타인에 대한 의식		신체만족	
	저	고	저	고	저	고	저	고	저	고	저	고
1	15 (10.7)	52 (12.4)	43 (12.3)	47 (10.9)	41 (13.9)	40 (9.8)	41 (12.9)	40 (9.2)	46 (12.5)	52 (10.1)	45 (11.5)	53 (10.8)
2	30 (21.4)	121 (28.9)	77 (22.1)	115 (26.7)	58 (19.7)	117 (28.7)	68 (21.3)	124 (28.5)	84 (22.8)	138 (26.7)	105 (26.9)	117 (23.7)
3	15 (10.7)	32 (14.8)	40 (11.5)	66 (15.3)	36 (12.2)	65 (15.9)	34 (10.7)	67 (15.4)	41 (11.1)	82 (15.9)	55 (14.1)	67 (13.6)
4	17 (12.1)	63 (15.0)	48 (13.8)	66 (15.3)	40 (13.6)	67 (16.4)	48 (15.0)	55 (12.6)	48 (13.0)	82 (15.9)	58 (14.9)	72 (14.6)
5	21 (15.0)	60 (14.3)	59 (16.9)	70 (16.3)	55 (18.7)	56 (13.7)	63 (19.7)	70 (16.1)	65 (17.7)	79 (15.3)	59 (15.1)	84 (17.0)
6	10 (7.1)	13 (3.1)	22 (6.3)	18 (4.2)	20 (6.8)	15 (3.7)	16 (5.0)	21 (4.8)	24 (6.5)	23 (4.4)	22 (5.6)	25 (5.1)
7	12 (8.6)	26 (6.2)	23 (6.6)	21 (4.9)	20 (6.8)	27 (6.6)	20 (6.3)	29 (6.7)	29 (7.9)	25 (4.8)	22 (5.6)	32 (6.5)
8	20 (14.3)	22 (5.3)	37 (10.6)	27 (6.3)	24 (8.2)	21 (5.1)	29 (9.1)	29 (6.7)	31 (8.4)	36 (7.0)	24 (6.2)	43 (8.7)
합계	140 (100.0)	419 (100.0)	349 (100.0)	430 (100.0)	294 (100.0)	408 (100.0)	319 (100.0)	435 (100.0)	368 (100.0)	517 (100.0)	390 (100.0)	493 (100.0)
	$\chi^2=20$ df=7 *p<.05		$\chi^2=11.67$ df=7 p>.05		$\chi^2=18.99$ df=7 *p<.05		$\chi^2=12.75$ df=7 p>.05		$\chi^2=13.40$ df=7 p>.05		$\chi^2=3.83$ df=7 p>.05	

()안은 백분율

치로 나타났다(15.0%). 자기가치 표현이 낮은 집단은 2번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고(22.1%), 다음으로 5번 위치순으로 나타났다(16.9%).

자기가치 표현이 높은 집단도 2번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고(26.7%), 두번째가 5번 위치로 나타났다(16.3%). 새로움을 느끼는 정도가 낮은 집단은 2번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고(19.7%), 다음으로 5번 위치순으로 나타났다(18.7%). 새로움을 느끼는 정도가 높은 집단도 2번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고(28.7%), 두번째가 4번 위치로 나타났다(16.4%). 자기에 대한 의식이 낮은 집단은 2번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고(21.3%), 다음으로 5번 위치순으로 나타났다(19.7%). 자기에 대한 의식이 높은 집단도 2번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고(28.5%), 두번째가 5번 위치로 나타났다(16.1%). 타인에 대한 의식이 낮은 집단은 2번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고(22.8%), 다음으로 5번 위치순으로 나타났다(17.7%). 타인에 대한 의식이 높은 집단도 2번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고(26.7%), 다음으로 5번과 4번 위치에 앉는 순으로 나타났다(15.9%). 신체만족의 정도가 낮은 집단은 2번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고(26.9%), 다음으로 5번 위치순으로 나타났다(15.1%). 신체만족이 높은 집단도 2번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고(23.7%), 다음으로 5번 위치(17.0%), 4번 위치(14.6%), 3번 위치(13.6%)에 앉는 순으로 나타났다.

옷차림에 신경을 쓰고 화장을 했을 경우에 의복의 자아근접도 각 하위요인에 따라 퍼스널 스페이스는 변화의 즐거움, 자기가치 표현, 새로움, 자기에 대한 의식, 타인에 대한 의식, 신체만족 등 모든 하위요인에서 낮은 집단과 높은 집단 모두 2번 위치에 앉는 비율이 높았고, 다음은 5번과 4번 위치순으로 각각 나타났다. 즉 옷차림에 매우 신경을 써서 멋있는 옷차림을 하고 그에 어울리는 화장을 했을 경우, 변화의 즐거움, 자기가치 표현, 새로움, 자기에 대한 의식, 타인에 대한 의식 그리고, 신체에 대한 만족의 정도가 높은 사람과 낮은 사람 모두 상대방의 마주보는 자리에 가장 많이 앉는 경향이 있고, 다음으로 좌, 우 옆좌석에 앉는 것으로 나타났는데, 이것은 신경 써서 옷을 입고 화장을 하였으므로 다른 사람에

게로 다가갈 때 자신감 있게 다가서고 상대방의 눈에 띄는 곳에 위치하는 것이라고 할 수 있다. 또한 변화의 즐거움, 새로움에서는 낮은 사람과 높은 사람 사이에 퍼스널 스페이스 지각에 차이가 있는 것으로 나타났고, 자기가치 표현, 자기에 대한 의식, 타인에 대한 의식, 신체만족에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

의복의 자아근접도가 높은 사람이 낮은 사람보다 변화의 즐거움, 자기가치 표현, 새로움, 자기에 대한 의식, 타인에 대한 의식에서는 좌, 우 옆쪽과 앞쪽으로 앉는 비율이 더 높게 나타났고, 신체만족에서는 의복의 자아근접도가 낮은 사람이 높은 사람보다 좌, 우 옆쪽과 앞쪽으로 앉는 비율이 더 높게 나타났다. 이것은 변화의 즐거움, 자기가치 표현, 새로움, 자기에 대한 의식, 타인에 대한 의식의 정도가 높은 사람이 낮은 사람에 비해 옷차림에 신경을 쓰고 화장을 했을 때 상대방의 눈에 띄는 위치에 더 자신감 있게 앉을 수 있는 것이라고 할 수 있으며, 신체의 부분에 대해서 지니는 만족의 정도가 낮고 옷을 신체의 일부라고 생각하고 있는 정도가 낮은 사람이 높은 사람보다 자신의 상대방의 보이는 위치에 앉는 비율이 높다고 할 수 있다.

2. 옷차림에 신경을 쓰지도 못하고 화장을 하지 않았을 경우

옷차림에 신경을 쓰지 못하고 미처 화장을 하지 않았을 경우에 의복의 자아근접도 각 하위요인에 따라 퍼스널 스페이스가 다를 것인지를 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 <표 1-2>와 같다.

<표 1-2>에 나타나 있는 바와 같이 퍼스널 스페이스의 위치는 변화의 즐거움(31.4%, 32.7%), 자기가치 표현(29.8%, 33.7%), 새로움(27.9%, 34.1%), 자기에 대한 의식(28.8%, 34.7%), 타인에 대한 의식(27.2%, 33.8%), 신체만족(34.4%, 28.2%) 등 모든 요인에 있어서 낮은 집단과 높은 집단 모두 8번 위치에 앉는 비율이 가장 높았고, 그 다음이 7번, 6번 위치순으로 나타났다.

옷차림에 신경을 쓰지 않고 화장을 하지 않았을 경우에 의복의 자아근접도 각 하위요인에 따른 퍼

〈표 1-2〉 의복의 자아근접도 각 하위요인에 따른 퍼스널 스페이스의 위치 빈도표
(옷차림에 신경을 쓰지 못하고 화장도 하지 않았을 경우)

위치	의복의 자아근접도											
	변화의 즐거움		자기가치 표현		새로움		자기에 대한 의식		타인에 대한 의식		신체만족	
	저	고	저	고	저	고	저	고	저	고	저	고
1	6 (4.3)	13 (3.1)	15 (4.3)	11 (2.6)	12 (4.1)	11 (2.7)	14 (4.4)	10 (2.3)	16 (4.3)	13 (2.5)	11 (2.8)	18 (3.7)
2	11 (7.9)	16 (3.8)	26 (7.4)	17 (4.0)	26 (8.8)	12 (2.9)	26 (8.2)	16 (3.7)	26 (7.1)	23 (4.4)	14 (3.6)	35 (7.1)
3	6 (4.3)	22 (5.3)	13 (3.7)	20 (4.7)	16 (5.4)	19 (4.7)	13 (4.1)	24 (5.5)	20 (5.4)	23 (4.4)	14 (3.6)	29 (5.9)
4	9 (6.4)	23 (5.5)	19 (5.4)	21 (4.9)	13 (4.4)	22 (5.4)	22 (6.9)	17 (3.9)	17 (4.6)	30 (5.8)	19 (4.9)	28 (5.7)
5	13 (9.3)	22 (5.3)	33 (9.5)	27 (6.3)	29 (9.9)	20 (4.9)	33 (10.3)	23 (5.3)	37 (10.1)	28 (5.4)	22 (5.6)	43 (8.7)
6	20 (14.3)	86 (20.5)	61 (17.5)	82 (19.1)	54 (18.4)	83 (20.3)	44 (13.8)	83 (22.6)	69 (18.8)	100 (19.3)	74 (19.0)	95 (19.3)
7	31 (22.1)	100 (23.9)	78 (22.3)	107 (24.9)	62 (21.1)	102 (25.0)	75 (23.5)	111 (25.5)	83 (22.6)	125 (24.2)	102 (26.2)	106 (21.5)
8	44 (31.4)	137 (32.7)	104 (29.8)	145 (33.7)	82 (27.9)	139 (34.1)	92 (28.8)	151 (34.7)	100 (27.2)	175 (33.8)	134 (34.4)	139 (28.2)
합계	140 (100.0)	419 (100.0)	349 (100.0)	430 (100.0)	294 (100.0)	408 (100.0)	319 (100.0)	435 (100.0)	368 (100.0)	517 (100.0)	390 (100.0)	493 (100.0)
	$\chi^2=9.40$ df=7 p>.05		$\chi^2=10.76$ df=7 p>.05		$\chi^2=20.09$ df=7 *p<.05		$\chi^2=24.75$ df=7 *p<.05		$\chi^2=15.52$ df=7 *p<.05		$\chi^2=15.40$ df=7 *p<.05	

()안은 백분율

스널 스페이스는 변화의 즐거움, 자기가치 표현, 새로움, 자기에 대한 의식, 타인에 대한 의식, 신체만족 등 모든 하위요인에서 낮은 집단과 높은 집단 모두 8번 위치에 앉는 비율이 높았고, 다음은 7번과 6번 위치순으로 각각 나타났다. 즉 옷차림에 신경을 쓰지도 못하고 미처 화장도 하지 못한 모습일 때는 의복의 자아근접도 모든 요인에 있어서 낮은 사람과 높은 사람 모두 뒷구석 자리나 주로 뒤쪽의 상대방의 눈에 띄지 않는 위치에 가서 앉는 비율이 높은 것으로 나타났다. 이것은 옷차림에 신경을 쓰지 못하고 화장을 하지 않았을 때는 외모에 자신이 없어 적서 다른 사람 앞에 자신 있게 나서기가 망설여져서 주로 상대방의 눈에 띄지 않는 쪽으로 숨어 버리고 싶은 심리가 작용한 것이라고 생각된다. 따라서 후퇴조건에서는 후방 의자의 선호도가 높고(이환희, 1991), 긴장이나 불안을 느낄 때 학생은 뒤쪽 옆에

앉아서 타인과의 접촉을 적게 한다는 Kohl(1967)의 연구와 일치된다. 또한 초라한 의복이 행동에 미치는 영향으로 집에 돌아가고 싶거나, 심리적으로 위축감을 느끼며, 다른 사람의 시야에서 벗어나 구석진 자리에 앉으려 하고, 또는 말이 없어지고 사회활동에 참여하려고 하지 않는다는 Ryan(1966)의 주장을 잘 뒷받침하는 결과라고 할 수 있다. 그리고 새로움, 자기에 대한 의식, 타인에 대한 의식, 신체만족에서는 낮은 사람과 높은 사람 사이에 퍼스널 스페이스 지각에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 변화의 즐거움, 자기가치 표현에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

의복의 자아근접도가 높은 사람이 낮은 사람보다 변화의 즐거움, 자기가치 표현, 새로움, 자기에 대한 의식, 타인에 대한 의식에서는 좌, 우 옆쪽과 앞쪽으로 앉는 비율이 더 낮은 경향이 있고, 신체만족에서

는 의복의 자아근접도가 높은 사람이 낮은 사람보다 좌, 우 옆쪽과 앞쪽으로 앉는 비율이 더 높은 경향이 있는 것으로 나타났다. 이것은 변화의 즐거움, 자기가치 표현, 새로움, 자기에 대한 의식, 타인에 대한 의식의 정도가 높은 사람이 낮은 사람에 비해 옷차림에 신경을 쓰지 못하고 화장을 하지 않았을 경우, 즉 외모가 초라하고 자신이 없을 때에는 상대방의 눈에 띄지 않는 위치로 숨어 버리고 싶은 심리에 의해 이러한 경향이 나타났다고 할 수 있으며, 반면에 자신의 신체의 부분에 대해서 지니는 만족의 정도가 높은 사람이 낮은 사람에 비해 화장이나 외모단장을 하지 않아도 더 자신감 있게 상대방의 보이는 위치에 앉는 경향이 있음을 알 수 있다.

VI. 결론 및 제언

본 연구결과의 고찰을 통해 내린 결론은 다음과 같다.

첫째, 옷차림에 신경을 쓰고 신경을 써서 화장을 했을 경우에는, 의복근접도가 높은 사람이 낮은 사람보다 하위요인 중 변화의 즐거움, 자기가치 표현, 새로움, 자기에 대한 의식, 타인에 대한 의식에서는 좌, 우 옆쪽과 앞쪽으로 앉는 비율이 더 높게 나타났고, 신체만족에서는 의복의 자아근접도가 낮은 사람이 높은 사람보다 좌, 우 옆쪽과 앞쪽으로 앉는 비율이 더 높게 나타났다.

둘째, 옷차림에 신경을 쓰지도 못하고 화장을 하지 않았을 경우에는, 의복의 자아근접도가 높은 사람이 낮은 사람보다 변화의 즐거움, 자기가치 표현, 새로움, 자기에 대한 의식, 타인에 대한 의식에서는 좌, 우 옆쪽과 앞쪽으로 앉는 비율이 더 낮은 경향이 있고, 신체만족에서는 의복의 자아근접도가 높은 사람이 낮은 사람보다 좌, 우 옆쪽과 앞쪽으로 앉는 비율이 더 높다.

위의 논의와 결론을 바탕으로 연구의 제한점과 후속 연구를 위한 제언을 하면 다음과 같다. 첫째, 연구의 표본집단을 성인여성으로 하였기 때문에 이 연구의 결과를 청소년기에 있는 여성이나 노년기의 여성에게까지 적용하여 일반화시키기에는 신중해야 할 것이며, 퍼스널 스페이스의 측정은 심리적으로

상황적 변화 가능성을 제한시킨 상태, 즉 고정된 거리에 놓여진 의자에 앉아야 하는 강제선택 상황에서 지필검사로 측정하였으므로 퍼스널 스페이스의 사용양식 지각은 설명할 수 있으나, 퍼스널 스페이스의 형이나 크기를 설명할 수는 없다. 둘째, 개인의 성격특성이나 문화에 따라 퍼스널 스페이스의 지각 양상이 다르므로(松井, 1986; 이환희, 김정태, 1991; Little, 1968) 성격특성이나 문화간의 차이를 고려하여 비교·분석하여 연구할 필요가 있다고 생각된다.

참고 문헌

- 김순심·유은희·이유경·이은숙 역(Kaiser S.B.), 복식 사회심리학, 서울 경춘사, 1991.
- 김인자 역(Alder R.B), 인간관계와 자기표현, 중앙적성출판부, 1996.
- 박성순, 의복의 거리감이 대인지각에 미치는 영향, 부산대학교 대학원 석사학위논문, 1993.
- 이진환, 개인 공간의 사용양식, 부산대학교 인문과학 대학 논문집, 제19집, 497-510, 1985.
- 이환희·김정태 역, 개인의 공간, 지문당, 1991
- 조기여·유태순, 자기효능감, 화장근접도, 의복근접도와 의 관계, 한국복식학회지, 32, 183-200, 1997.
- 조기여, 자기효능감, 퍼스널 스페이스, 의복근접도, 화장근접도와 의 관계, 대구효성가톨릭대학교 대학원 박사학위논문, 1997.
- 홍정청, 한국 및 중국대학생의 대인지각양상에 관한 비교문화적 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1985.
- Caplan, M. E. & Goldman, M., Personal Space Violations as a Function of Height, *Journal of Social Psychology*, 114, 167-171, 1981.
- Cash, T, Rissi, J. & Chapman, R. Not Just Another Pretty Face: Sex Roles, Locus of Control, and Cosmetic Use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11, 246-257, 1985.
- Dabbs, J. M., & Stokes, N. A., Beauty is Power: The Use of Space on the Sidewalk, *Sociometry*, 38(4), 551-557, 1975.
- Fortenberry, J. H., MacLean, J., Morris, P. & O

- Connell, M., Mode of Dresses a Perceptual Cue to Deference, *Journal of Social Psychology*, **104**, 139-140, 1978.
- Glick, D. & Demorest J. A., Keeping Your Distance: Group Membership, Personal Space, and Request for Small Favors, *Journal of Applied Social Psychology*, **18**(4), 315-330, 1988.
- Hall, E. T., *The Hidden Dimension*, New York: Doubleday, 1966.
- Hartnett, J. J., Bailey, K. G. & Gibson, F. W. Jr., Personal Space as Influenced by Sex and Type of Movement, *Journal of Psychology*, **76**, 139-144, 1970.
- Hayduk, L. A., Personal Space: Where We Now Stand, *Psychological Bulletin*, **94**(2), 293-335, 1983.
- _____, Personal Space: An Evaluation and Orienting Overview, *Psychological Bulletin*, **85**(1), 117-134, 1978.
- Hendric, C., Giesen, M. & McClaren, J., The Social Ecology of Free Seating Arrangements in a Small Group Interaction Context, *Sociometry*, **37**(2), 262-274, 1974.
- Jones, S. E., A Comparative Proximics Analysis of Dyadic Interaction in Selected Subcultures of New York, *Journal of Social Psychology*, **84**, 35-44, 1971.
- Knowles, E. S., Boundaries Around Group Interaction: The Effect of Group Size and Member Status on Boundary Permeability, *Journal of Personality and Social Psychology*, **26**(3), 327-331, 1973.
- Kohl, H., *Children*, New York: The New American Library, Inc., **36**, 13, 1967.
- Little, K. B., Cultural Variations in Social Schemata, *Journal of Personality and Social Psychology*, **10**, 71-76, 1968.
- _____, Personal Space, *Journal of Experimental Social Psychology*, **1**, 237, 1965.
- Neighbors, C.T., Exploring the Relationship Between Personal Space and Public Self-Consciousness Unpublished Master's Thesis, University of Lamar, 1996.
- Powell, P.H. & Dabbs, J.M., Physical Attractiveness and Personal Space, *Journal of Social Psychology*, **100**, 59-64, 1976.
- Ruberd, M.D., Factors Related to Females Traditional Career Choice Among A Group of Puerto Rican Female University Students, Unpublished Doctoral Dissertation, Seton Hall University, 1996.
- Ryan, M.S., *Clothing: A Study in Human Behavior*, New York: Holt, Rinehart and Winston, 269-301, 1966.
- Secrest, W.M., Interpersonal Distance and Self-Disclosure, Unpublished Doctoral Dissertation, University of Oregon, 1996.
- Seraji, M.D., "Psychocosmetic" Treatment of Depression: A Comparative Study, Unpublished Doctoral Dissertation, Union Graduate School Cincinnati, 1986.
- Sontag, M.S., & Schlater J.D., Proximity of Clothing to the Self: Evaluation of a Concept, *Clothing and Textiles Research Journal*, **1**(1), 1-8, 1982.
- _____, Clothing as an Indicator of Perceived Quality of Life, Unpublished Doctoral Dissertation, University of Michigan, 1978.
- Stone, G.P., Appearance and the Self, In A. Rose(Ed.) *Human Behavior and Social Process*, Boston: Houghton - Mifflin Company, 1962.
- Theberge, L. & Kernaleguen, A., Importance of Cosmetics Related to Aspects of the Self, Perceptual and Motor Skills, **48**, 827-830, 1979.
- Young, A.E. & Guile, M.N., Departure Latency to Invasion Personal Space: Effects of Status and Sex, *Perceptual and Motor Skills*, **64**, 700-702, 1987.
- 大坊郁夫, 神山進, 被服と化粧の社會心理學, 北大路書房, 1996.
- _____, 顔と魅力, 日本纖維製品消費科學誌, **36**(1), 661-666, 1995.

- _____, 魅力の心理學—化粧, 美のコミュニケーション(2), 化粧文化, 28, 114~128, 1993.
- _____, 魅力の心理學—化粧, 美のコミュニケーション(1), 化粧文化, 27, 57~66, 1992.
- _____, 外見印象管理と社會的 スキル, 日本グループダイナミクス學會 第39回大會 發表論文集, 115~116, 1991.
- 大平英樹, 表情の認知的情報處理, 日本纖維製品消費科學誌, 37(5), 207~213, 1996.
- 小川 樹, 椎名健, 心理學パッケージ, プレーン出版, 42~51, 1994.
- 小西啓史, 對人行動學研究會(編), 對人行動學 ガイドマップ, プレーン出版, 1990.
- 米谷淳, 表情の表出・認識スキル, 日本纖維製品消費科學誌, 37(3), 1996.
- 松井豊, 化粧の心理學①, 日本衣生活研究, 17(1), 38-41, 1990a.
- _____, 化粧の心理學②, 日本衣生活研究, 17(2), 34-37, 1990b.
- _____, 化粧の心理學③, 日本衣生活研究, 17(3), 31-35, 1990c.
- _____, パッケージ性格の心理, 化粧と性格, プレーン出版, 55-66, 1986.
- _____, 山本美理子, 岩男壽美子, 化粧の心理的效用, マーケティング・リサーチ, 21號, 30-41, 1983.
- 神山進, 苗村久惠馬, 杉一重, 装いの情報傳達内容に関する研究, 日本纖維製品消費科學誌, 37(4), 184-194, 1996.
- _____, 衣服と装身の心理學, 關西衣生活研究會, 1990.
- _____, 牛田聰子, 木升田庸, 自己と被服との關係, (第1報), 日本纖維製品消費科學誌, 28(2), 78-84, 1987.
- _____, 小島洋司, 衣料品の美的/實用的特性にかかわる態度と行動の検討, 日本纖維 製品消費科學誌, 27(11), 478-484, 1986.
- _____, 小島洋司, テクスタイルおよびアパレル製品の二次元モデルと消費者満足・不満足, 日本纖維製品消費科學誌, 26(4), 163-169, 1985.
- 澁谷昌三, なわばりの深層心理, 創拓社, 1988.
- _____, パーソナルスペースの形態に関する考察, 山梨 大紀要, 2, 14~49, 1985.
- 余語莫夫, 感情の傳染現象ならびに化粧の心理的效用をめぐって, 日本纖維製品消費科學誌, 36(9), 561-566, 1995.
- 田中政子, Personal Spaceの異方的構造について, 日本教育心理學研究, 21(4), 223-231, 1973.
- 中園正身, 女子學生 Personal Space, 日本教育心理學會 第12回 發表論文集, 254, 1973.
- 中村眞, 表情とコミュニケーション, 日本纖維製品消費科學誌, 37(1), 4-9, 1996.