

노년층여성의 의복 자아이미지와 선호 디자인과의 관계

배 현 숙 · 유 태 순*

대구효성가톨릭대학교 강사 · 대구효성가톨릭대학교 의류학과 교수*

The Relationships Between the Clothes Self-image and Clothes Design Preferences of elderly women

Hyun-Sook Bae · Tae-Soon Yoo*

Dept. of Textiles and Clothing, Catholic University of Taegu-Hyosung, Kyungsan, Korea
Prof. Dept. of Textiles and Clothing, Catholic University of Taegu-Hyosung, Kyungsan, Korea*

ABSTRACT

This study was to find out clothing design preferences, according to the clothing self-image of elderly women and to grasp the variety on clothing of elderly women and thereby to help in merchandise production planning and putting the brands into markets and to provide data for establishing a sales strategy and to itemize women with the goods which can satisfy the desire and taste of consumer groups in the quality market.

For this purpose, various researches as above were conducted. The object of this study was a total of 488 elderly women above full 55 from an elderly women and who lived in downtown Pusan..

The data were analysed by using MANOVA, ANOVA, factors analysis and frequency analysis, and the Cronbach α was also applied. The conclusions made based on the theoretical background and the result of questionnaire surveys are as follows:

1. The realistic self-image of clothing showed a similar pattern by age. 50's and 60's showed little difference by item but 70's was greater in variation between items compared to 60's. The response to each item was that most people answered "common" and they showed a pattern that responded low only in items of 'colorful', 'individualistic', 'susceptible to fashion'.

A similar pattern was shown by age band also in the ideal self-image and the response to each item appeared higher than in the realistic self-image, and also in items of 'colorful', 'individualistic', 'susceptible to fashion' the response appeared low and showed a unity.

2. The results of clothing design preferences examined on the self-image according to age are as follows:

1) For jacket in the realistic self-image, 50's and 60's preferred 'tailored collar', 'set-in sleeve', 'hips long' and 'plain jacket' and 70's agreed to the design preferences in the items except 'open collar' and also in the idealistic self-image, the degree of preference was same.

2) For skirt in the realistic self-image, 50's and 60's preferred 'tight skirt', 'normal length', 'plain skirt' and it was appeared that 70's preferred 'pleat skirt', 'medium length', 'plain skirt'.

Also in the idealistic self-image, the degree of preference was same.

3) For blouse in the realistic self-image, all of 50's, 60's, 70's preferred 'open collar', 'round neck line', 'long puff sleeve', 'plain blouse' and also in the idealistic self-image, the degree of preference was same.

4) For one-piece in the realistic self-image, 50's preferred 'open collar', 'round neck line', 'long set-in sleeve', 'plain separation belt', 'open front', 'zipper' and 60's agreed to the favorite designs with 50's except puff sleeve, and 70's appeared to prefer fastening buttons without belt. In the designs preferred in the idealistic self-image, 50's agreed with 50's of the realistic self-image and for 60's, the designs except puff sleeve type and no belt type agreed to 50', and 70's except puff sleeve agreed with 70's of the realistic self-image in their design preferences.

Key Word : clothes self-image(의복 자아이미지), actual self-image(현실적자아이미지), ideal self-image(이상적 자아이미지), clothes Preferences Design(의복 선호디자인)

I. 서론

1. 연구의 목적 및 의의

사회전반의 장수화, 고령화, 서비스화, 고학력화, 도시화 등으로 현저하게 변화하는 속에서 인간은 물질 욕구보다는 질적인 욕구, 즉 정신적, 문화적 욕구충족을 더 중요하게 생각하는 방향으로 바뀌고 있으며, 이러한 현상은 노년층에서도 두드러지게 나타난다.

21세기는 노인의 시대라고 한다(詠節子&松平光男, 1992). 따라서 노년층은 주위의 사람들에게도 좋은 이미지를 주는 의생활을 추구하고 젊은 사람들과 마찬가지로 자신의 의복에 대한 관심이 많아서 자신에게도 개성적으로 변화를 주어 풍부하고 활기찬 의생활을 추구하고 또한 노년층의 완숙미를 의복을 통해 표현하고자 한다.

소비자는 여러 가지 이미지를 만들려는 경향이

있으며 이러한 이미지들은 소비자 행동, 태도, 선입관 및 가치관에 영향을 미친다. 오늘날 마케팅 환경에서 이미지가 중요성을 가지게 되는 이유도 이미지가 행동을 일으키는 잠재적인 힘을 가지고 있기 때문이며 또한 이미지는 관념적인 것 같아 보이지만 실제로 있어서는 의복행동을 좌우하는 중요한 요인이 된다.

그러므로 노년층의 여성이 실제로 자신의 의복에 대하여 어떠한 이미지를 지니고 생활하고 있으며 자신의 이상적 의복이미지는 어떠한 것인지를 파악하여 그들이 원하는 의복디자인을 제시함으로써 그들에게 성취감, 행복감, 자아존중, 자제력 등을 증진시키는 심리 치료적 가치가 있을 뿐 만 아니라 노년층의 사회활동과 대인관계에도 영향을 미친다. 따라서 노년층을 위한 의복은 그들의 심리적, 신체적 특수성에 맞는 디자인으로 노인복지에 기여할 수 있어야할 뿐 만 아니라 미적인 측면이 강조되어야 하고, 단순히 '입는다'는 의식에서 벗어나 자신의

체형과 추구하는 이미지가 조화되어 편안하고 기능적이면서 자신만의 멋과 품위를 살릴 수 있는 의복에 대한 욕구를 만족시키기 위하여 다음과 같은 구체적인 목적을 설정하였다.

1. 노년층 여성의 의복에 따른 현실적 자아이미지와 이상적 자아이미지를 연령대별로 비교 분석해 본다.
2. 노년층 여성의 의복에 대한 현실적 자아이미지와 이상적 자아이미지 정도에 따른 의복 선호디자인을 비교 분석해 본다.

2. 용어정의

이 연구에 사용된 용어들은 선행연구를 바탕으로 연구자가 연구의 목적에 맞도록 다음과 같이 개념적으로 정의하여 사용하였다.

1) 의복 이미지(clothes image)

의복이 전달해 주는 전반적인 느낌으로 사람들이 어떤 형태의 의복을 접했을 때 개인이 자기자신을 보는 자아상으로서 평소 자신에 대해 지각하고 인식하는 이미지를 말하며, 의복에 대한 현실적 자아이미지와 이상적 자아이미지로 분류된다.

(1) 의복의 현실적 자아이미지(clothes actual self-image) : 어떤 형태의 의복을 접했을 때 개인이 실제로 자기자신에 대해 스스로 인식하고 있는 자아상을 말한다.

(2) 의복의 이상적 자아이미지(clothes ideal self-image) : 어떤 형태의 의복을 접했을 때 개인이 자신에 대해 자기 스스로 인식하고 싶어하거나 타인에게 보이고 싶어하는 이상적 이미지를 말한다.

II. 이론적 배경 및 선행 연구의 고찰

1. 노인의 개념

노인의 개념을 종합하여 국제 노년학회는 노인이

란 노령화의 결과로 심리적, 생리적, 정서적 및 행동적 측면에서 능력 감퇴현상이 일어나는 시기에 있는 사람으로 정의되고 있다(최신태, 1982). 많은 선행연구에서 지적했듯이 노화현상은 사람마다 다르고 개인의 경우에 있어서도 신체의 각 기관마다 노화의 시기가 다르게 나타나기 때문에 일률적으로 노화시기를 정하는 것이 매우 어렵다(한남제, 1980).

따라서 노인을 단지 신체적 나이(physical age)로써 지칭하기는 어렵고, 생물학적 나이(biological age), 심리적 나이(psychological age), 사회적 나이(social age), 자각적 나이(self-awareing age)와 같은 다섯 가지 위에서 종합적인 평가가 이루어져야 하며(장인협과 최성재, 1987), 노년층의 연령기준은 각 사회마다 상이하며 동일한 사회에서도 그 사회가 변동함에 따라 그 기준이 변동된다. 그러므로 어느 사회의 연령구조에서나 노년층은 생활주기의 최종단계에 있는 연령집단을 말한다.

노인은 특정한 사회의 경제적, 사회적, 문화적 배경에 따라 다르게 정의 될 수 있다. 노년층을 대상으로 연구가 진행되고 있는 미국의 경우 대부분의 연구들에서 65세 이상(Suls & Mullen, 1983-1984; Hugge & Kang-Park, 1988; Chow-hary, 1989)으로 분류하고 있고, 50세 이상(Kaise & Chandler, 1984; Smitley, 1989), 55세 이상(Darden & Roper, 1987) 또는 60세 이상(Jackon, 1992)으로 분류한 연구도 있다.

그러나 생활주기와 소비자로서의 욕구 등이 변화하는 것을 기준으로 한 전환점을 Bartos(1980)는 49세로 보고 50세 이상의 노년층의 라이프 스타일을 분석했으며, Langer(1982)도 50세 이상의 개인이 은퇴 등으로 사회적 책임과 외부의 권위로부터 해방되어 자유를 가지고 자신의 꿈을 실현할 수 있는 기회를 가진다고 하였다.

그러므로 본 연구에서도 신체적 연령을 기준으로 한 노년층은 60세 이상으로 보는 것이 적절하다고 할 수 있으나 노년층 여성의 의복이미지에 따른 구

매유형과 선호 디자인 분석에서는 실버계층의 연령 기준을 55세 이후로 설정하였는데 이는 다가올 2000년대를 기점으로 했을 때 삶의 질적 향상으로 인하여 개인의 욕구가 다양화됨으로써 55세 이후의 연령집단에서도 안정된 가정과 사회적인 지위, 경제적인 능력이 뒷받침되어 의생활에 대한 욕구가 크게 증가할 것으로 판단했기 때문이다.

2. 노년층 여성의 의복에 대한 자아이미지

자아이미지란 개인이 대상, 객체로서의 자기 자신과 관련해서 가지고 있는 생각이나 느낌의 총체이다(Rosenberg, 1979). 이와 같은 자아이미지는 개인의 의사결정이나 행동 혹은 외부 자극에 대한 반응에 지속적으로 영향을 미친다(Bruns, 1979). Mead(1934)는 개인의 사회적 경험으로부터 생성되는 사회적 구조물로서 자기 인식이라고 하였으며, Ryan(1966)은 자신의 특성, 능력, 결점 및 외모에 대한 지각이며, 지각의 객체로서 자기는 특별한 인간의 행동방향을 결정하는 단위라고 하였다. 자아이미지는 보는 시각이나 상황에 따라서 여러 가지 차원을 갖는다. 즉, 자아이미지는 자기의 어떤 측면과 관련된 것인가 또는 자기의 실제적 상황과 관련되어 있는가, 이상적 상황과 관련되어 있는가에 따라서 구분 될 수 있다.

강혜원(1984)은 한 개인이 선호하는 의복은 그 의복이 갖는 이미지가 개인적 특성과 밀접하게 연관되어 그의 자아상과 부합된다고 하였으며 우리가 선호하지 않는 의복은 자기가 부합되지 않기 때문에 심리적 불안감을 주어 그 의복을 착용하지 않게 된다고 하였다. 따라서 소비자가 착용하는 의복은 그 자신이 지각하는 자기의 표현인 것이다.

Walters(1974)에 의하면 이미지는 소비자의 행동을 일으키는 잠재적인 힘을 가지는 것으로서, 추상적이며 관념적인 것 같아 보이지만 실제 행동을 좌우하는 큰 힘을 가지고 있다고 하여 소비자 구매

행동과 관련하여 이미지의 중요성을 강조하고 있다. 최근 들어 의류상품학 분야에서 이미지에 관련된 연구가 활발히 진행되고 있는데 이는 의복이 기능적 측면과 상징적 측면을 함께 갖고 있는 특성을 지니고 있다는데 기인한다. 그러나 소비자들의 의복선택 기준은 기능적 측면보다는 소비자의 생활방식이나 자아이미지, 성격 등을 표현하는 상징적 측면, 즉 이미지에 의해서 선택되어지는 경향이 크게 나타나고 있다(Sirgy, 1982; 남미우, 1987; Park, 1990; 김영인, 1992; 이호정, 1993).

그러나 이와 같은 연구는 노년층을 제외한 연령층에서 나타난 이미지 조사로서 일본의 詠節子와 松平光男(1992)의 연구결과 노년층이 자신의 복장에 대한 이미지 평가와 고교생이 노년층의 복장에 대한 이미지평가를 조사하여 요인분석한 결과 사회의 규제를 의식하는 '사회적 규범요인', 타인과의 차이를 인상 지우는 복장을 의식하는 '개성·다양성요인', 그리고 보건 위생적인 건강, 건전함을 의식하는 '보건위생요인'으로 나타났다. 따라서 의복은 착용자 자신의 심리상태에 영향을 미치는 것은 말할 것도 없지만 그 착용자와 우연히 마주친 사람들도 다양한 인상을 받는다. 일본 고령자의 인상은 일반적으로 수수하고 어두운 인상을 지닌 것이 많지만 이것은 모발의 변화와 피부색과 같은 생리적인 변화로부터 수용되는 것이 아니라 오히려 그 의복으로부터 받아들여지는 것이 강하다고 생각한다.

3. 노년층 여성의 의복 자아이미지에 따른 선호 디자인

오늘날과 같이 유행의 급격한 변화가 이루어지는 시대에서 55세 이후의 나이든 소비자들은 유행의 대표적인 상품인 의복을 대중 유행에 따라 만족스럽게 구매하기란 어려운 일이다. 왜냐하면 이들은 노년기로 들어가는 전환점에 놓여 있으므로 대부분 외부활동이 둔화되어 현대의 산업사회에서 쏠아지는 과다

한 정보 속에서 유행이나 기성복에 관한 정보 입수는 늦고 부정확하거나 지식이 부족하기 때문이다.

자아이미지와 의복 스타일이미지와의 유사성에 대한 조사를 한 나영은(1992)의 연구결과에서는 자아이미지와 의복 스타일이미지가 유사할수록 그 의복의 스타일이 선호되는 것으로 나타났다. 전반적인 경향은 실제 자아이미지보다 이상적 자아이미지와 유사성이 스타일 선호에 더 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자아이미지와 의복 선호도와와의 관계를 연령대별로 비교해보면 20대, 30대의 경우는 현실적 자아이미지보다 이상적 자아이미지와 일치도가 의복선호도에 더 높은 상관관계를 보이고 있으나 40대, 50대는 현실적 자아이미지의 일치도가 의복선호도와 더 상관이 높게 나타났다. 60대를 포함하는 브랜드로 부인들의 체형변화를 중심으로 마담사이즈를 위한 '마담 포라', '마담 봉줄', '마담 엘레강스', '미세스 로라', '솔레리노', '쉐르담', '앙스모드', '주현패션' 등의 디자이너 브랜드를 들 수 있다. 이들 브랜드의 특징은 고가격·고품질의 보수적이고 우아하며 품위 있는 의복을 지향하는 것이다(동아일보사, 1991). 이어서 '리본', '하나에', '루이쌍뜨' 등의 중가 전문 브랜드가 등장하여 활성화되었으며(정향숙, 1993), 지금은 '리본', '리베도', '폭스레이디', '퀸비' 등이 실버 존을 포진하며 50대 이상의 각기 다양하고 불균형한 사이즈에 맞춰 보기 좋은 '고유한 선'을 제시하고 있다(Tex Journal, 1998).

한국 패션 시장의 실버 브랜드는 소프트(soft)하고 포멀(formal)한 엘레강스(elegance) 분위기에 대부분 위치해 있는 것으로 보인다. 디자이너 브랜드는 여성스럽고 우아한 선을 기본으로 하여 디테일한 부분에 액센트를 주는 페미닌(feminine), 엘레강스(elegance)한 화려한 아름다움을 추구하는 정장스타일이며, 중저가 브랜드는 클래식한 분위기의 단순하고 직선적인 디자인으로 부드럽고 우아한 분위기를 연출한다. 재래시장 제품은 활동성, 기능성을 고려하여 디테일이 없는 단순한 스타일로 단품

위주의 제품구성을 한다.

실버계층에도 이제는 정장 브랜드보다는 활동적이고 실용성이 강화된 편안한 스타일로 고급스러우면서도 세련된 분위기의 개성 연출이 강조되어 가는 추세이다.

미래 사회는 노년층 증가추세와 더불어 여유 있는 행복한 생활을 추구하고 윤택한 생활을 갈구할 것으로 전망되며, 여기에 노년층 여성들도 사회활동을 통해 자기 성취 욕구를 실현하고자 할 것으로 보인다. 안정된 가정과 사회적 지위, 경제적인 능력이 뒷받침됨으로써 의생활에 대한 욕구가 크게 증가할 것이며, 이에 대비하여 노년층의 의복 디자인 분야에 방향을 제시함으로써 미래 지향적인 의생활과 시장 세분화에 도움이 되고자 한다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구대상

이 연구는 1998년 9월 1일부터 1998년 9월 30일까지 부산지역에 거주하는 만 55세 이상의 노년층 여성을 대상으로 자료를 수집하였다. 연구의 목적을 이해하고 설문에 응해준 700명을 대상으로 설문을 배포하였으며 회수된 531부 중 응답내용이 미비한 설문지를 제외한 488부를 최종 연구대상으로 하였다.

연령별 구분은 55~59세, 60~64세, 65~69세, 70세 이상의 4그룹으로 분류하였으나 65~69세의 응답자 회수율이 낮아서 60대로 묶어서 처리하였다. 응답자의 분포는 55세-59세가 전체의 47%를 차지하였고 60대가 32%, 70대가 21%였다.

2. 측정도구

본 연구에 포함된 측정도구는 의복에 대한 자아이미지, 선호디자인에 관한 문항으로 구성하였다.

1) 의복에 대한 자아이미지(Clothes Self Image)

의복의 자아이미지에 관한 선행연구와 예비조사를 통해서 선택한 형용사를 바탕으로 형용사 25쌍을 그림1과 같이 선정하여 좌측에 정적의미, 우측에 부적의미를 배치하여 SD법에 의한 5단계 평가로써 이미지 측정도구를 만든 후, 이를 이용하여 자신의 의복에 대한 현실적 자아이미지와 이상적 자아이미지를 측정하였다.

2) 의복선호디자인(Clothes Preference Design)

의복을 구성하고 있는 디자인의 선호도를 측정하기 위하여 선행연구와 예비조사를 실시한 결과 연구목적에 맞게 수정 보완하여 자켓, 스커트, 원피스, 블라우스에 관한 각 부분별 디자인 19항목을 작성하였다.

3. 자료수집

1) 의복에 대한 자아이미지 측정도구

노년층 여성의 의복에 대한 자아이미지의 형용어를 추출하기 위해 실제 그들이 착용하고 있는 다양한 옷차림을 장소별로 분류하여 백화점 소비자의 고급스런 차림, 외출복의 깔끔한 차림, 잔치나 축제의 화려한 차림, 재래시장이나 도매시장의 일상복 차림의 4유형으로 분류하여 1997년 4월 15일부터 4월 27일까지 사진 촬영을 실시하였다.

사진 촬영한 자료는 얼굴 인상에 따른 평가를 배제하기 위하여 얼굴을 제외한 인체 사진만을 사용하되 인체가 정면을 향한 직립상태로 의복이미지를 전달하는데 문제가 없다고 판단되는 것으로 의복 이외의 장식물이 강조된 경우는 제외시켰다.

촬영된 의복사진은 우리 나라 20-30대 여성의 의복이미지에 대한 정인희·이은영(1992)의 의복 자극사진에서 추출되어진 의복 평가용어에 대한 주성분 분석결과 품위, 현대성, 촌스러움, 활동성, 드레시함, 젊음의 6개 요인과 동일하게 노년층 여성의 의복 자극 사진을 6개의 집단으로 분류하였다. 6개

집단으로 분류되어진 의복 자극사진을 슬라이드로 제작하여 대학생 232명에게 제시하여 각 슬라이드에 대해 연상되는 이미지를 적도록 했으며, 노년층 여성 103명에게는 직접 의복 자극 사진을 제시하여 피험자가 가능한 경우는 스스로 연상되는 이미지를 적도록 했으며, 그렇지 못한 경우에는 설문에 관한 내용을 직접 여러차례 교육을 받은 조사자가 직접 사진을 제시하고 피험자의 연상되는 이미지를 받아 적는 방법으로 자유 언어 연상법에 의한 형용어를 추출한 결과 46개의 의복 평가용어를 추출하였다.

그 결과를 노년층의 복장에 대한 인상 분석(詠詠子 & 松平光男, 1992)과 의복의 형태 및 스타일로서 의복에 대한 이미지 평가(Ryan, 1953; Johnson, Nagaswa & Peters, 1973; 中野眞子, 錢谷入榮子, 岡部和代 & 山名信子, 1986; 石塚純子, 加藤雪枝 & 昌藤子, 1987; 藤井一枝, 1988; 이경희, 1991; 안유인, 1991; 정인희와 이은영, 1992; 김현주, 1996; 김혜리, 1998)와 실제 자극물을 보고 평가하는 시·지각적 개념으로 이미지를 의복 및 외모를 통한 인상형상(Lipsky & Smith, 1981; Francis & Evans, 1987; 이주현, 1990; 문영보, 1991; 이은미, 1992; 장은영, 1993) 등을 참고로 수정, 보완하여 25의 형용사 쌍을 선정하였다.

2) 의복 선호디자인 척도

노년층 여성의 의복에 대한 선호디자인은 실제 그들이 착용하고 있는 다양한 디자인을 알아보기 위하여 1997년 4월 15일부터 4월 27일까지 부산의 대형백화점, 부산역, 재래시장과 도매시장, 예식장, 버스터미널 등의 장소에서 사진 촬영을 실시했다. 그리고 1998년 3월 부산의 대형 백화점에 입점해 있는 마담 사이즈(리본, 리베도, 폭스레이디, 퀸비, 마담 포라, 마담 앙스, 지미원 부띠끄, 마담 엘레강스, 로라, 안혜영)등의 봄 의상을 사진 촬영하고 辻啓子和 伊藤きよ子(1987) 조은희(1987), 신도자(1987), 정삼호(1989), 문지애(1989), 정향숙(1993),

최성주(1995) 등의 연구를 수정 보완하여 자켓, 스커트, 원피스, 블라우스에 대한 디자인을 제시했다.

4. 자료분석

의복의 자아이미지와 선호디자인 분석을 알아보기 위해 자료의 통계처리는 SPSS PC+를 사용하였다.

1) 연령에 따른 의복의 현실적 자아이미지와 이상적 자아이미지의 프로파일을 분석하기 위해 의복 이미지척도 25개 항목(형용사쌍)에 대해 연령별(50대, 60대, 70대 이상)로 평균 반응점수를 계산한 다음 연령별/항목별 프로파일 그래프를 작성한 다음 반응경향을 분석하였다. 그리고 연령별로 의복의 현실적 자아이미지와 이상적 자아이미지의 프로파일이 어떻게 다른지를 분석하기 위해 25개 항목별 평균반응점수를 비교 분석하였다.

2) 연령별로 의복의 자아이미지에 따라 선호하는 디자인이 다른지를 알아보기 위해 현실적 자아이미지와 이상적 자아이미지 척도별로 각각 평균점수를 중심으로 높은 집단과 낮은 집단으로 분류한 다음 19개 디자인 요소(자켓의 디자인, 소매, 길이, 자켓의 무늬, 스커트 디자인, 스커트의 길이, 스커트의 무늬, 블라우스 및 원피스의 칼라, 블라우스 및 원피스의 넥라인, 블라우스 및 원피스의 소매, 소매 길이, 소매의 끝모양, 벨트유형, 무늬, 옷의 여밈을 위한 트임, 여밈의 재료별로 선호하는 디자인의 형태에 대한 빈도를 분석하였다.

IV. 결 과

1. 노년층 여성의 연령에 따른 의복 자아이미지에 대한 비교분석

연령별로 자기 자신의 의복에 대한 자아이미지가 다른가를 확인하기 위해 각 항목에 대해 프로파일

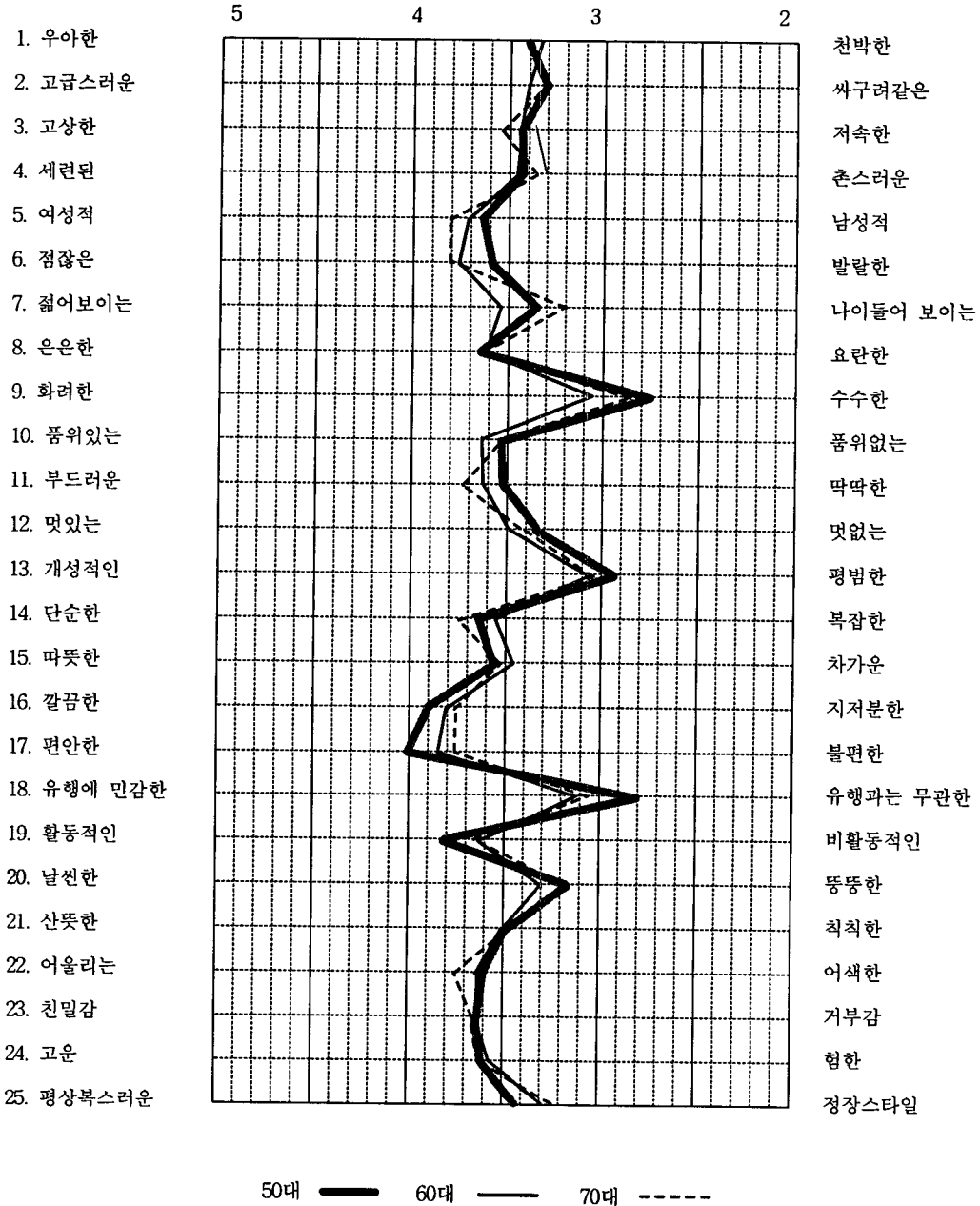
을 작성하였다. 연령별로 현실적 자아이미지 항목을 분석한 결과가 <그림 1>과 같다. 50대의 응답자들은 각 항목에 '보통이다'로 답하는 경우가 많았으며, '여성적이다', '은은하다', '폼위있다', '단순하다', '따뜻하다', '활동적이다'라는 항목에 좀 더 긍정적인 반응을 보였고, 특히 '깔끔하다'와 '편안하다'라는 항목에 그렇다라고 반응하였다. 반면에 '화려하다', '개성적이다', '유행에 민감하다' 등의 항목에 대해서는 다른 항목에 비해 낮게 반응하는 경향을 보였다.

60대의 응답자들은 다른 연령의 응답자에 비해 항목별 반응은 변화가 없었으나 반응의 경향은 50대와 유사하였다. '여성적이다', '점잖다', '깔끔하다', '편안하다'라는 항목에서 다른 항목에 비해 긍정적인 반응을 보였고, '화려하다', '개성적이다', '유행에 민감하다' 등의 항목에 대해서는 50대처럼 다른 항목에 비해 상대적으로 낮게 반응하였다. 70대의 응답자들도 다른 연령대와 유사한 경향을 보였으며, 60대 응답자들에 비해 항목간 반응의 변이가 더욱 컸다.

연령별로 이상적 자아이미지 항목을 분석한 결과는 <그림2>와 같다. 현실적 자아이미지 결과와 비교해보면 '우아하다', '고급스럽다', '고상하다', '세련되다', '은은하다', '폼위있다', '부드럽다', '어울린다', '곱다' 등의 항목에 대해 강한 요구를 지니고 있어서 인생의 후반기에는 여성다움과 고풍스러운 품위가 어울린다고 생각하는 것으로 나타났다.

詠節子과 松平光男(1992)의 연구에서도 의복이미지에 대한 60대 70대의 경향은 유사하게 나타났지만 항목간 변이는 전체적으로 몇몇 항목에서 유의차를 보였으므로 본 연구결과와 서로 일치한다. 노년층과 고교생과의 노년층에 대한 의복이미지는 항목간 유의차가 크게 나타났으며, 노년층의 여가 활동에 따른 유의차도 나타내고 있었다.

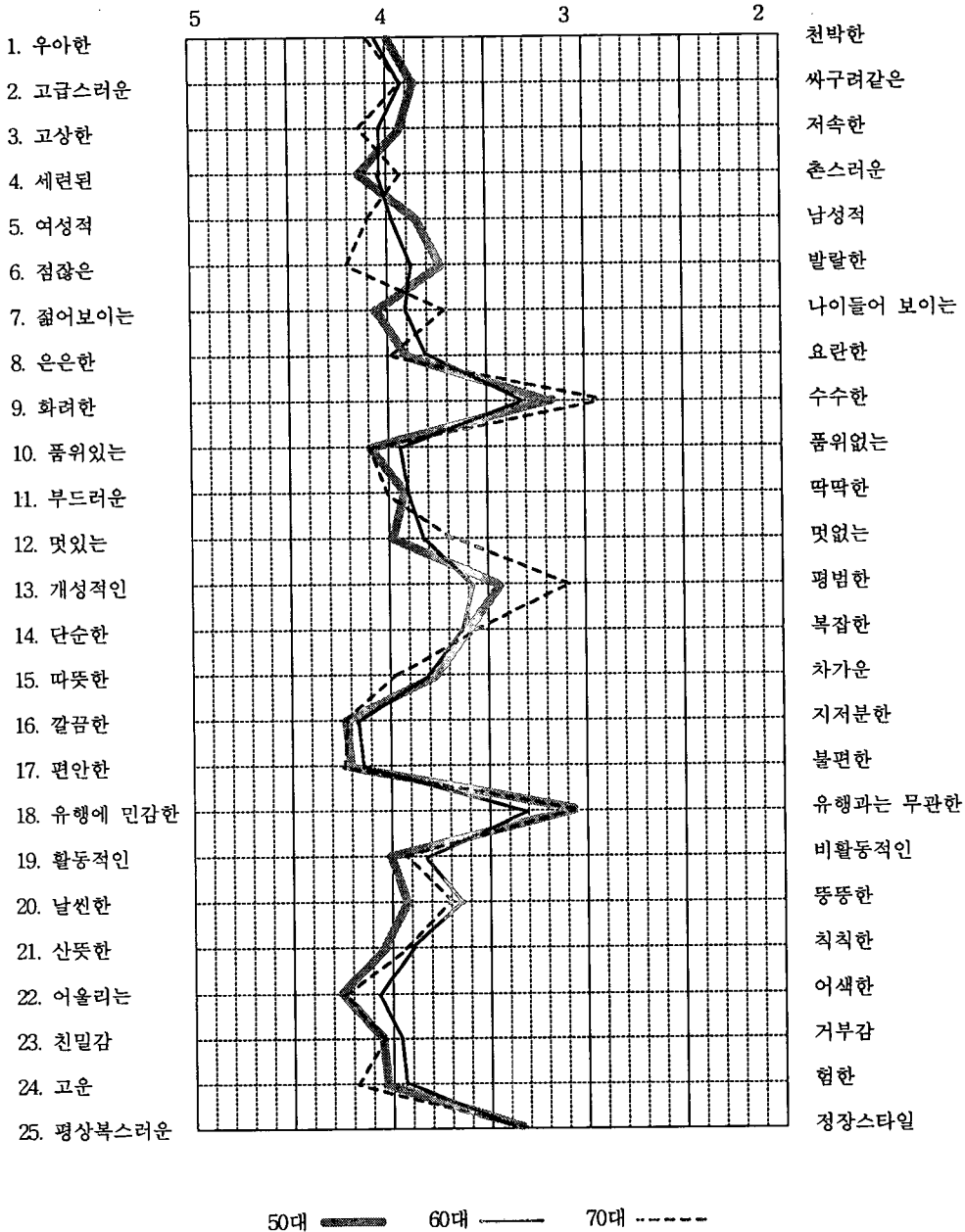
그리고 본 연구에서 현실적 자아이미지가 각 항목에 대하여 이상적 자아이미지 보다 낮게 나타났



<그림 1> 노년층 여성의 연령에 따른 의복의 현실적 자아이미지 프로파일

것과 김현주(1996)의 자기이미지와 의복스타일 이미지선호도에서도 이상적 자기이미지와 현실적 자아이미지간 유의차를 보인 것은 결과가 서로 일치한다고 볼 수 있으며 김혜라(1998)의 이상적 자기

이미지와 실제적 자기이미지간 프로파일에서도 서로 유의차를 보여주고 있어 본 연구와도 일치한다. 위와 같이 연령에 따른 의복에 대한 자아 이미지의 비교 분석 결과 연령별 유의차는 작았지만 현실



<그림 2> 노년층 여성의 연령에 따른 의복의 이상적 자아이미지 프로파일

적 자아이미지와 이상적 자아이미지간의 유의차는 크게 나타났다. 이상과 같이 자신의 현실적 이미지는 대체로 낮게 평가하는 반면 이상적 이미지는 높게 평가하는 경향을 나타내었다.

2. 노년층 여성의 연령에 따른 의복의 자아 이미지에 대한 선호디자인

의복의 자아이미지가 의복 선호디자인에 미치는

영향을 알아보기 위해 의복의 이미지를 현실적 자아이미지와 이상적 자아이미지로 구분하고 각 의복의 자아이미지 척도의 평균점수를 기준으로 두 집단을 구분하였다. 의복의 현실적 자아이미지와 이상적 자아이미지 척도의 평균점수를 기준으로 각각의 자아이미지가 높은 집단과 낮은 집단으로 구분하여, 연령대별로 선호하는 디자인이 다른 가를 살펴보기 위해 디자인별 선호 빈도를 계산하였다.

의복의 현실적 자아이미지와 이상적 자아이미지가 높은 집단은 척도점수가 전체 인원의 상위 50% 수준에 이르는 사람들로 85점 이상의 사람들이 해당되고, 의복의 자아이미지가 낮은 집단은 전체 인원의 하위 50%수준에 이르는 사람들로 84점 이하의 사람들이 해당된다.

<표 1>과 <표 2>는 노년층 여성의 현실적 자아이미지와 이상적 자아이미지에 따른 선호디자인이다. 각 디자인에 따른 세부적인 표 작성이 많기 때문에 선호도가 가장 높은 항목만 제시하였다.

1) 자켓

자켓의 칼라는 없는 것, 테일러드, 스탠드, 오픈, 쇼울, 스탱, 셔츠 칼라를 제시하였고 소매는 셀인, 드롭트, 퍼프, 요크, 래글런, 돌먼 소매를, 길이는 허리선, 엉덩이선, 하프 길이를, 무늬는 없는 것, 줄무늬, 체크, 물방울, 기하학, 기타를 제시하였다.

자켓은 현실적 자아이미지에서 50대와 60대는 테일러드 칼라, 셀인 소매, 엉덩이 길이, 무지의 자켓을 선호하며, 70대는 오픈 칼라, 셀인 소매, 엉덩이 길이, 무지의 자켓을 선호하는 것으로 나타났다.

이상적 자아이미지에서도 현실적 자아이미지와 같은 결과를 보였는데 이것은 노년층 여성들이 무난한 스타일의 자켓을 선호하는 것으로 보이며(조은희, 1987; 최성주, 1995), 자켓에서 칼라의 모양만 달리 나타난 것은 50대, 60대의 경우 테일러드 칼라가 오픈 칼라보다 많이 파여서 뚱뚱한 체형의 결점을 가려주는 역할로 보인다.

2) 스커트

스커트의 종류는 타이트, 플리츠, 플레어, 펠로트, 점프, 개더 스커트를 제시하였고 길이는 미니, 노말, 미디, 맥시를 무늬는 없는 것, 줄무늬, 체크, 물방울, 기하학, 기타를 제시하였다.

스커트는 현실적 자아이미지에서 50대와 60대는 타이트 스커트, 노말 길이, 무지의 스커트를 선호하며 70대는 플리츠 스커트, 미디길이, 무늬가 없는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 이상적 자아이미지에서도 선호하는 스커트 디자인은 현실적 자아이미지와 같은 결과를 보였는데 50대, 60대의 선호스커트 디자인은 최성주(1995)의 연구와 일치하지만 조은주(1988), 문지애(1989)의 연구에서는 스커트의 경우 넓은 통치마나 주름치마 등 편안한 차림을 원했고 스커트의 길이는 무릎아래 15-20cm 정도인 종아리까지가 적당하다고 한 것은 70대의 연령층과 일치하는 것으로 보여 80년대와 90년대의 디자인 선호 경향이 다른 것을 보여 주며 연령층이 높을수록 편안한 스타일을 선호하는 것으로 나타났다.

3) 블라우스

블라우스의 칼라는 없는 것, 스탱, 오픈, 타이, 셔츠, 스탠드, wing, 기타를 제시하였고 네크라인은 라운드, 스퀘어, 보트, 유자, 브이 네크라인을, 소매는 셀인, 퍼프, 솔더, 래글런, 돌먼, 요크, 기모노 슬리브를 제시하였다. 그리고 블라우스와 원피스에서 공통 항목으로 사용한 소매길이는 3부, 반소매, 7부, 긴소매를 소매끝 모양은 스트레이트, 퍼프, 셔츠벨트는 달린 벨트, 분리 벨트, 끈 벨트, 없는 것으로 분류하였고, 무늬는 없는 것, 줄무늬, 체크, 물방울, 기하학, 레이스, 기타로, 트임은 앞, 옆, 뒤, 무관하다고 제시하였으며 여밈 재료로는 단추, 지퍼, 후크, 벨크로어를 제시하였다.

블라우스는 현실적 자아이미지에서 50대, 60대 모두 오픈 칼라, 라운드 네크라인, 긴 길이, 퍼프 소매, 무지의 블라우스를 선호하며, 이상적 자아이미

<표 1> 노인층 여성의 현실적 자아이미지에 따른 선호디자인

구분	50대		60대		70대		
	낮은집단	높은집단	낮은집단	높은집단	낮은집단	높은집단	
자켓	칼라	테일러드 48(40.0)	테일러드 30(27.5)	테일러드 29(37.7)	테일러드 24(30.4)	오픈 23(46.0)	오픈 19(35.8)
	소매	셀인 62(51.7)	셀인 54(49.5)	셀인 38(49.4)	셀인 33(41.8)	퍼프 16(32.0)	셀인 27(50.9)
	길이	영덩이선 58(48.3)	영덩이선 56(51.4)	영덩이선 43(55.8)	영덩이선 38(48.1)	영덩이선 24(48.0)	영덩이선 30(56.6)
	무늬	없는데 85(70.8)	없는데 82(75.2)	없는데 43(55.8)	없는데 37(46.8)	없는데 27(54.0)	없는데 20(37.7)
스커트	디자인	타이트 39(32.5)	타이트 46(42.2)	타이트 21(27.3)	타이트 29(36.7)	플리츠 26(52.0)	플리츠 18(34.0)
	길이	노말 82(68.3)	노말 55(50.5)	노말 40(51.9)	노말 35(44.3)	미디 30(60.0)	미디 29(54.7)
	무늬	없는데 76(63.3)	없는데 76(69.7)	없는데 46(59.7)	없는데 46(58.2)	없는데 26(52.0)	없는데 28(52.8)
블라우스	칼라	오픈 51(42.5)	오픈 35(32.1)	오픈 25(32.5)	오픈 29(36.7)	오픈 29(58.0)	오픈 23(43.4)
	넥라인	라운드 58(48.3)	라운드 50(45.9)	라운드 50(64.9)	라운드 35(44.3)	라운드 33(66.0)	라운드 27(50.9)
	소매	퍼프 48(40.0)	퍼프 47(43.1)	퍼프 33(42.9)	퍼프 42(53.2)	퍼프 25(50.0)	퍼프 25(47.2)
원피스	칼라	오픈 42(35.0)	오픈 37(33.9)	오픈 25(32.5)	오픈 37(46.8)	오픈 29(58.0)	오픈 30(56.6)
	넥라인	라운드 48(40.0)	라운드 44(40.4)	라운드 38(49.4)	라운드 30(38.0)	라운드 28(56.0)	라운드 22(41.5)
	소매	셀인 44(36.7)	셀인 38(34.9)	퍼프 23(29.9)	퍼프 25(31.6)	셀인 19(38.0)	퍼프 17(32.1)
	소매길이	긴소매 58(48.3)	긴소매 66(60.6)	긴소매 43(55.8)	긴소매 46(58.2)	긴소매 25(50.0)	긴소매 34(64.2)
	소매 끝모양	스트레이트 56(46.7)	스트레이트 47(43.2)	스트레이트 26(33.8)	스트레이트 27(34.2)	서츠 30(60.0)	퍼프 18(34.0)
블라우스/ 원피스	벨트	분리 48(40.0)	분리 44(40.0)	분리 25(32.5)	분리 34(43.0)	없음 25(50.0)	없음 22(41.5)
	무늬	없음 49(40.8)	없음 59(54.1)	없음 37(48.1)	없음 27(34.2)	없음 16(32.0)	없음 15(28.3)
	트임	앞 38(31.7)	앞 37(33.9)	앞 30(39.0)	앞 28(35.4)	앞 24(48.0)	앞 26(49.1)
	여밌재료	지퍼 60(50.0)	단추 47(43.1)	단추 33(42.9)	지퍼 38(48.1)	단추 24(48.0)	단추 29(54.7)

<표 2> 노년층 여성의 이상적 자아이미지 따른 선호디자인

구분	50대		60대		70대		
	낮은집단	높은집단	낮은집단	높은집단	낮은집단	높은집단	
자켓	칼라	테일러드	테일러드	테일러드	테일러드	오픈	오픈
		40(36.0)	38(32.2)	33(37.1)	21(31.3)	21(40.4)	21(41.2)
	소매	셀인	셀인	셀인	셀인	퍼프	셀인
		50(45.0)	66(55.9)	32(36.0)	39(58.2)	15(28.8)	27(52.9)
	길이	영덩이선	영덩이선	영덩이선	영덩이선	영덩이선	영덩이선
		59(53.2)	55(46.6)	47(52.8)	34(50.7)	25(48.1)	29(56.9)
무늬	없는것	없는것	없는것	없는것	없는것	없는것	
	80(72.1)	87(73.7)	46(51.7)	34(50.7)	31(59.6)	16(31.4)	
스커트	디자인	타이트	타이트	타이트	타이트	플리츠	플리츠
		44(39.6)	41(34.7)	26(29.2)	27(40.3)	17(36.5)	25(49.0)
	길이	노말	노말	노말	노말	미디	미디
		68(61.3)	69(58.5)	48(53.7)	27(40.3)	32(61.5)	27(52.9)
	무늬	없는것	없는것	없는것	없는것	없는것	없는것
		78(70.3)	74(62.7)	55(61.8)	37(55.2)	29(55.8)	25(49.0)
블라우스	칼라	오픈	오픈	오픈	오픈	오픈	오픈
		49(44.1)	37(31.4)	32(36.0)	23(34.3)	24(46.2)	28(54.9)
	넥라인	라운드	라운드	라운드	라운드	라운드	라운드
		60(54.1)	48(40.7)	52(58.4)	33(49.3)	30(57.7)	30(58.8)
	소매	퍼프	퍼프	퍼프	퍼프	퍼프	퍼프
		49(44.1)	60(50.8)	43(48.3)	32(47.8)	23(44.2)	27(52.9)
원피스	칼라	오픈	오픈	오픈	오픈	오픈	오픈
		42(37.8)	37(31.4)	35(39.3)	27(40.3)	29(55.8)	30(58.8)
	넥라인	라운드	라운드	라운드	라운드	라운드	라운드
		48(43.2)	44(37.3)	39(43.8)	29(43.3)	29(55.8)	21(41.2)
	소매	셀인	셀인	퍼프	퍼프	셀인	퍼프
		39(35.1)	43(36.4)	32(36.0)	16(23.9)	18(34.6)	15(29.4)
블라우스/ 원피스	소매길이	긴소매	긴소매	긴소매	긴소매	긴소매	긴소매
		59(53.2)	65(55.1)	52(58.4)	37(55.2)	27(51.9)	32(62.9)
	소매 끝모양	스트레이트	스트레이트	스트레이트	스트레이트	셔츠	퍼프
		44(39.6)	59(50.0)	33(37.1)	29(43.3)	26(50.0)	21(41.2)
	벨트	분리	분리	분리	분리	없음	없음
		43(38.7)	53(44.9)	38(42.7)	28(41.8)	28(53.8)	15(29.4)
무늬	없음	없음	없음	없음	없음	없음	
	49(44.1)	59(50.0)	36(40.4)	28(41.8)	19(36.5)	12(23.5)	
트임	앞	앞	앞	앞	앞	앞	
	42(37.8)	38(32.2)	40(44.9)	21(31.3)	26(50.0)	24(47.1)	
여밌재료	지퍼	단추	단추	지퍼	단추	단추	
	39(44.1)	67(56.8)	44(49.4)	39(58.2)	28(53.8)	25(49.0)	

지에서도 현실적 자아이미지와 같은 디자인의 블라우스를 선호하는 것으로 나타났다. 블라우스 선호 디자인은 네크라인에서 조은주(1988), 최성주(1995)의 연구에서 살펴보면 라운드 네크라인이나 브이 네크라인 등의 낮은 목선의 셸인과 래글런 소매를 좋아하며 소매 끝모양은 커프스가 없는 스트레이트를 선호하는 것으로 나타났으며, 최성주(1995)의 연구에서도 일치하는 것으로 나타났다.

4) 원피스

원피스의 칼라는 없는 것, 스탱, 오픈, 타이, 셔츠, 스탠드, 윙, 기타를 제시하였고 네크라인은 라운드, 스퀘어, 보트, 유자, 브이 네크라인을 소매는 셸인, 퍼프, 솔더, 래글런, 들면, 요크, 기모노를 제시하였으며 다른 세부항목은 블라우스와 원피스의 공통항목과 동일하게 사용하였다.

원피스의 선호디자인은 현실적 자아이미지에서 50대는 오픈 칼라, 라운드 네크라인, 셸인 소매, 긴 길이, 무지의 분리벨트, 앞트임, 지퍼를 선호하고, 60대는 퍼프 소매를 제외하고는 50대와 선호 디자인이 일치하며, 70대는 벨트가 없고 여밈의 재료로 단추를 선호하는 것으로 나타났다.

이상적 자아이미지가 선호하는 디자인은 50대는 오픈 칼라, 라운드 네크라인, 셸인 소매, 긴 길이, 무지의 분리벨트, 앞트임, 지퍼를 선호하며, 60대는 퍼프 소매, 벨트가 없는 형을 제외한 디자인이 50대와 일치하며 70대는 퍼프 소매를 제외하면 현실적 자아이미지의 70대와 일치하는 것으로 나타났다.

따라서 노년층 여성은 나이가 많아질수록 편안한 스타일을 선호하는 것으로 보이며 50대, 60대는 디자인의 미적 감각과 실용성을 고려하는 것으로 보여진다. 이는 Gumpert(1974)의 연구에 의하면 노인에게 있어서 하루의 일과 중 가장 힘든 일 중 하나가 옷을 입고 벗는 일이라고 했으며, Phipps(1977)는 노인은 기능적이고 모양이 좋아야 하며 신체의 변화를 감안한 옷이어야 한다는 내용과 일

치를 보이고 있다.

이상의 결과로 노년층 여성은 분리벨트를 이용한 편안한 디자인을 선호하는 것은 최성주(1995)의 연구와 일치하며 조은주(1988)의 연구에서 벨트 매는 스타일을 좋아한다고 한 연구와는 일치하지 않았다. 여밈의 재료 사용은 문지애(1989)의 연구 결과와 일치한다.

VI. 결 론

본 연구는 노년층 여성의 의복에 대한 현실적 자아이미지와 이상적 자아이미지를 알아보고 각 이미지에 따른 의복 선호디자인을 분석하기 위하여 이론적 배경과 설문조사 결과를 토대로 내린 연구의 결론은 다음과 같다.

1. 의복에 대한 현실적 자아이미지는 연령별로 유사한 경향을 보였으며, 50대와 60대는 항목별 차이가 비교적 작았으나 70대는 60대에 비해 항목간 변이가 컸다. 각 항목에 대한 반응은 '보통이다'라고 대답한 경우가 대부분으로 '화려한', '개성적인', '유행에 민감한' 등의 항목에서만 낮게 반응하는 경향을 보였다.

이상적 자아이미지에서도 연령대별로 유사한 경향을 보였고, 각 항목에 대한 반응은 현실적 자아이미지보다 높게 나타났으며 '화려한', '개성적인', '유행에 민감한' 등의 항목에서는 역시 낮게 나타나서 일치성을 보여주고 있다.

2. 연령에 따른 자아이미지에 대한 선호디자인을 살펴본 결과 다음과 같다.

1) 자켓은 현실적 자아이미지에서 50대, 60대는 '테일러드 칼라', '셸인 소매', '엉덩이 길이' 그리고 '무지의 자켓'을 선호하며 70대는 '오픈 칼라'만을 제외한 모든 항목에서 선호디자인이 일치했으며, 이상적 자아이미지에서 선호도가 일치하였다.

2) 스커트는 현실적 자아이미지에서 50대, 60대는 '타이트 스커트', '노말길이', '무지의 스커트'를

선호하며 70대는 '플리츠 스커트', '미디길이', '무지의 스커트'를 선호하는 것으로 나타났다. 이상적 자아이미지에서도 선호도는 일치하였다.

3) 블라우스는 현실적 자아이미지에서 50대, 60대, 70대 모두 '오픈 칼라', '라운드 넥라인', '긴 길이의 퍼프 소매', '무지의 블라우스'를 선호하며, 이상적 자아이미지에서도 선호도가 일치했다.

4) 원피스는 현실적 자아이미지에서 50대는 '오픈 칼라', '라운드 넥라인', '긴 길이의 셀인 소매', '무지의 분리벨트', '앞트임', '지퍼'를 선호하고 60대는 '퍼프 소매'를 제외하고는 50대와 선호디자인이 일치하며, 70대는 '벨트가 없는 형'으로 여미의 재료로 '단추'를 선호하는 것으로 나타났다. 이상적 자아이미지가 선호하는 디자인에서 50대는 현실적 자아이미지의 50대와 일치하며, 60대는 '퍼프 소매', '벨트가 없는 형'을 제외한 디자인이 50대와 일치하고, 70대는 '퍼프 소매'를 제외하면 현실적 자아이미지의 70대와 선호디자인이 일치했다.

참고문헌

- 강혜원, 의상사회 심리학, 서울, 박영사, 1984.
- 김순구, 성인 및 노인집단의 인구통계적·심리적 변인과 의복행동과의 관계, 부산대학교 대학원 박사학위 논문, 1993.
- 김영인, 선호디자인 감각에 따른 의복구매자 유형과 관련된 생활양식 특성에 관한 연구(1), 연세대학교 생활과학논집 제2집, 17-29, 1988.
- 김일본, 노년층 여성의 의생활 의식에 관한 연구, 계명대학교 대학원 석사학위 논문, 1985
- 김진구·이유경, 노년기 여성의 의복행동연구, 복식문화연구 3권(2), 1995.
- 남미우, 여대생의 자아 이미지와 선호상표 이미지와의 일치도가 구매의사 결정에 미치는 영향, 연세대학교 대학원 석사학위 논문, 1987.
- 문지에, 2000년대의 60대 여성복식 디자인에 관한 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위 논문, 1989.
- 박재옥·정찬진, 노년기 여성의 의복구매행동에 관한 연구, 복식문화연구 3권(2), 1995.
- 배현숙·유태순, 노년층 여성들의 의복구매유형에 따른 의복구매불안, 대한가정학회지, 35(1), 1997.

- 서미아·이선희, 노년기 여성의 의복디자인 선호도 및 의복만족도에 대한 연구, 복식문화연구 3권(1), 1995.
- 오창호, 자아개념이 소비자행동에 미치는 영향에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1984.
- 이경희, 의복형태 이미지의 시각적 평가에 관한 연구, 부산대학교 대학원 박사학위논문, 1991.
- 이인자, 여대생의 의복 「디자인」 기호와 흥미간의 상관 연구, -color, line, texture를 중심으로-, 대한가정학회지, 12, 663-677, 1974.
- 이호정, 패션머천다이징 시스템개발에 관한 실증적 연구, 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 1993.
- 임치경, 노년기 여성의 사회적 불안감과 의복행동과의 관계, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문, 1985.
- 장인협·최성재, 노인복지학, 서울, 서울대 출판부, 1987.
- 정삼호, 부산시 여대생의 의복관심과 패션디자인 선호도 조사 연구, 대한 가정학회지, 22, 43-52, 1983.
- 정향숙, 실버계층 여성의류 상품시장 세분화에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, 1993.
- 정희용, 노년기 여성의 자아지각과 의복관심과의 상관 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1987.
- 조은주, 노년기 여성의 의복스타일 선호에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, 1987.
- 추태귀, 노년층 여성들의 라이프스타일 유형에 따른 의복행동, 경북대학교 대학원 박사학위 논문, 1995.
- 최성주, 실버의류산업개발을 위한 시장세분화연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1995.
- 최신덕, 평생교육 일환으로서의 노인교육 「창립15주년 기념 학술 발표」 이화여자대학교 교육대학원, 1982.
- 텍스저널, 불황에 거뜨한 스테디마켓(실버존), 3 1998.
- Bartos, R., Over 49 : The Invisible Consumer Market, Harvard Business Review, Jan-Fab, 140-148.
- Bruns, R. B, The self concept, Longman Inc., New York, 35, 1979.
- Hugge, V. E. & Kang-Park, J., Clothing for Elderly and Non-Elderly Men : A Comparison of Preference, perceived availability and fitting problems, Clothing and Textiles Research Journal, 6(4), 1988.
- Jackson, H. O., Aging and Expenditures on Apparel, Clothing and Textiles Research Journal, 10(2), 24-28, 1992.
- Kaiser, S. B. & Chandler, J. L., Fashion Alienation : Older Adults and the Mass Media, Int'l, J Aging and Human Development, 19(3), 203-221, 1984.
- Langer, J., Consumers in Transition New York : AMA Publications Division.
- Mead G.H, Mind, Self and Society, Chicago University of Chicago Press, 1934.

- ・ Park, J. O, Clothing Style Preference of Working Related in Self image /Clothing Image Congruity and Public Self Conciousness. Unpublished Doctoral Dissertation. State University of Verginia, 1990.
- ・ Ryan, M. S, Psychological Effects of Clothing, Cornell University Experi m -entals Station Bulletin, 898, 1953.
- ・ Ryan, M. S, Clothing : A Study in Human Behavior N. Y : Holt, Rhineh a -rt & Winston, Inc, 1966.
- ・ Sirgy, M. J, Self-concept in Consumer Behavior: A Critical Review, Jour -nal of Consumer Research, 9, 287-300, 1982.
- ・ Smitley, R. G., Clothing Preferences of Women over Fifty Years of Age inRelation to their Lifestyles, Unpublished doctoral dissertation, Texas Women's Univ, 1989.
- ・ Suls, J. & Mullen, B., Social and Temporal Bases of Self-evaluation in the Elderly : Theory and Evidence, Int'l. J. Aging and Human Development, 18(2), 1983-84.
- ・ 藤井一枝, 「服飾デザインにおける視覚反応の測定(2), 寫真と線畫における嗜好とスタイルメゾー」, 島根女子短期大學記要 26, 71-80, 1988.
- ・ 石塚純子・加藤雪枝・昌山藤子, 各種デザイン着裝イメージ, 日本家政學會誌, 38(4) , 321-332, 1987.
- ・ 辻啓子, 高齢子に着用されている外依のデザイン, 日本纖維消費科學誌, 32(6), 32-37, 1991.
- ・ 中野眞子・錢谷入榮子・岡部和代 & 山名信子, 寫真とデザイン畫によるイメージの相違, 日本家政學會誌, 30(1), 6-12, 1986.
- ・ 詠節子・松平光男, 高齢子の服裝に對する印象の分析, 日本纖維消費科學誌, 33(1), 41- 46, 1992.