

중년기 주부들이 추구하는 의복이미지에 관한 질적 연구*

A Qualitative Study on Middle Aged Housewives' Clothing Image

광주대학교 의상디자인학과
교수 오현정

Department of Fashion Design, Gwangju University
Professor : Hyun Jeong Oh

◀ 목 차 ▶

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| I. 서론 | V. 중년기에 변화된 의복이미지 |
| II. 관련 연구 경향 | VI. 결론 |
| III. 연구방법과 절차 | 참고문헌 |
| IV. 중년기 주부들이 선호하는 의복이미지 | |

<Abstract>

This qualitative case study examined what type of clothing image middle aged housewives strive for, and how to classify the preferred clothing style. Secondly, we examined how their clothing image corresponded to age and observed the meaning of such changes over time. The participants of this study were eight middle aged housewives. This study was conducted through in-depth interviews that were based on an unstructured questionnaire, and the data were collected from January to October 2010. The results were as follows: First, result related to preferred clothing image implicated fashion, esthetic sense, and clothing concerns. Preferred clothing image fell into 'intelligent-colorful' and 'urban-neat' categories. The preferred clothing style types of the participants were labeled as 'trendy', 'classic', 'conservative', and 'unique'. Second, the clothing image that participants thought to be of greater value in middle age included 'graceful' and 'elegant' allowing for the expression of age-appropriate style, high quality, and mind of plenty.

주제어(Key Words) : 중년기 주부(middle aged housewife), 의복스타일(clothing style), 의복이미지(clothing image), 질적 연구(qualitative study)

Corresponding Author : Hyun Jeong Oh, Department of Fashion Design, Gwangju University, 52 Hyodeokro, Jinwoeldong, Namgu, Gwangju, 502-703, Korea Tel: +82-62-670-2351(+82-10-2757-2351) Fax: +82-62-670-2195 E-mail: ohhj@gwangju.ac.kr

* 이 연구는 2011년도 광주대학교 대학 연구비의 지원을 받아 수행되었음

I. 서론

중년기는 젊음이 나가고 늙음에 입문하는 이질적인 구간으로서 인생 전체가 균형과 통합을 이루어서 가장 자기답게 사는 개별화 과정이 두드러지며, 자기실현이라는 최종목표에 이르게 되는 시기이다(김명자, 1998). 중년기의 어느 시기가 되면, 대부분의 여성들은 나이 살이 지고, 나이가 옷을 입으므로 나이에 맞는 옷을 입어야 하기 때문에 의복 사이즈와 디자인, 브랜드, 구매점포 등이 달라지는 변화를 경험하지만(오현정, 김선미, 2011) 실제로 이 시기에 경험하는 신체적 변화(김인화, 권수애, 2007; 손부현, 홍경희, 2005; 심정희, 함옥상, 2001)에 따른 선호 의복이미지나 추구 의복이미지에 관한 연구는 미미한 형편이다.

그 동안 발표된 중년기 여성의 외모변화나 선호이미지에 관한 연구들은 연구자가 정한 기준 내에서 연구자가 확인하고 싶은 변수들의 영향력을 확실하게 설명한다는 점에서 의의가 크다. 그러나 외모변화나 선호 의복이미지에 대해 중년기 주부들의 경험적이고 맥락적인 의미나 현장감 있는 기준을 제시하거나 어떻게 변화하는지 혹은 어떤 방법으로 대응하는지 등에 대한 총체적인 설명을 하기에 충분하다고 보이지 않는다. 이에 비해 질적 연구는 구체적인 연구변수를 미리 한정하지 않고, 연구주제에 대해 제보자가 진술하는 모든 변수를 최대한 포착하는 접근 방법이다(조용환, 2002). 제보자가 중요하게 여기고, 제보자가 이야기하고 싶어 하는 내용으로부터 일련의 질서와 체계를 발견하고, 의미를 부여하는 과정을 통해 제보자의 언어로 표현된다는 점(김영천, 2010)에서 양적 연구에 비해 개방적, 창의적, 상대적인 방법이다. 이런 점에서 중년기 주부들의 경험 이야기에서 그들의 언어로 그들이 추구하는 의복이미지를 관찰하고, 그 의미와 기준, 변화 내용과 과정 등을 알고, 이해하고자 하는 본 연구의 목적을 달성하기 위해 질적 연구가 보다 적절한 방법이라 하겠다.

본 연구는 중년기 주부들이 경험하는 외모변화 중에서 특히 의복이미지가 무엇이었는지에 관한 개별 사례를 통해 이들이 선호하는 의복이미지가 무엇인지 관찰하고, 어떤 의미를 부여하는지 또한 어떤 기준으로 어떻게 대응하는지를 알고 이해하고자 하는 질적 연구이다. 이를 위해 두 가지 연구문제를 선택했다. 첫째, 주부들이 중년기에 선호하는 의복이미지는 무엇이며, 어떻게 분류할 수 있는지 보게 될 것이다. 둘째, 중년기에 변화된 의복이미지는 무엇이며, 어떤 의미가 있는지 보게 될 것이다.

II. 관련 연구 경향

1. 중년기 주부의 특성

중년기는 성년기, 중년기, 노년기로 구분되는 성인기로서 레빈슨(1978)의 구분에 따르면 성인중기(40세-60세)에 해당하며, 다시 중년 전환기(40-45세), 중년 입문기(45-50세)와 50대 전환기(50-55세), 중년 절정기(55-60세)로 세분한다. 이 시기 주부들은 신체적 외모 변화 뿐 아니라 소홀했던 자기 탐색과 새로운 인생구조를 설계하는 등 새로운 경험을 하게 될 것이다.

중년기는 젊음이 사라져가고 있다는 느낌을 보편적으로 갖게 되는 시기이며(한경혜, 노영주, 2000), 개인의 삶의 스타일이나 일하는 양식에 서서히 변화가 일어나는 시기이다. 오현정과 김선미(2011)는 자기를 돌아보게 된 중년의 전업주부들은 그 동안 미뤄두었던 사회적 자기를 돌보기 시작했으며, 취업주부들은 그 동안 부족했던 삶의 여유와 깊이 그리고 풍요로운 내면가치에 주목함으로써 균형 잡힌 중년기의 삶을 모색하고 있다고 하였다. 강유진(2004)은 중년기에 젊음의 시대를 마무리해야 하는 것에서 오는 상실감과 함께 나이가 들어 얻게 되는 마음의 여유, 성숙이 공존한다고 하였다. Staudinger와 Bluck(2001)은 나이 들어감은 생물학적인 손실이지만 사회적 문화적인 지지가 필요하고 유지되는 시기로 자원의 할당이 바뀌는 시기라 하였다. 이렇게 중년기는 젊음의 상실이라는 위기의 시기로 보기도 하지만 진정한 자기인식을 통해 억압된 자기를 되찾고 개별화되어 보다 원숙한 성격으로 발달할 수 있는 시기이기도 하다(김애순, 2004).

2. 중년기 주부의 의복이미지

여성의 의복이미지는 개성화, 다양화된 여성의 요구와 욕구를 차별화할 수 있는 패션시장 세분화와 포지셔닝에 유용한 기준이기 때문에 의류업계와 학계에서 관심이 높은 연구변인이다. 정인희와 이은영(1992)은 의복이미지가 의복스타일을 분류하는 한 기준이 될 수 있고, 의류제품 포지셔닝 구성 시 가장 기본적이고 타당성 있는 기준 축으로 '남성적-여성적', '단순한-장식적인', '전원적-도회적' 이미지를 제시한 바 있다. 또한 최근 이미숙(2011)은 20대-60대 여성이 선호하는 의복이미지로 세분된 시장의 인구 통계적 특성을 설명한 바 있다. 그 중 지적이고 세련된 이미지를 선호하는 집단은 30-40대 고학력 전문직 여성이 많았고, 품위 있는 이미지를 선호하는 집단은 용돈이 많은 40대 이상의 기혼여성 비율이 높았다. 편안하고 자연스러운 이미지를 선호하는 집단은 용돈이 적은 50대 이상의 전업주부가 많았고, 단정하고 정숙한 이미지를 선호하는 집단은 학력이 비교적 낮은 40-50대 이상의 전업주부 비율이 높았다. 그리고 개성적이고 섹

시한 이미지나 여성적이고 귀여운 이미지를 선호하는 집단은 20대 미혼 여성의 비율이 높다고 설명하면서 나이에 따른 선호이미지의 차이를 강조하였다.

중년 여성의 선호 의복이미지에 대해 심정희(2006)는 중년기 여성들이 체형변화와 체중증가로 체형을 드러내기를 원하지 않아서, 외출복으로 선호하는 스타일이 유행하는 스타일보다 클래식하고 보수적인 스타일 이라고 설명하였다. 또한 의복스타일에 대한 선호는 자기이미지 평가가 중요하게 영향을 미쳤기 때문에 자기이미지가 여성형인 중년 여성은 엘레강스, 로맨틱, 드레시한 의복스타일을 선호했으며, 자기이미지가 중성형인 중년 여성은 클래식, 보수적인 의복스타일을 선호했고, 자기이미지가 남성형인 중년 여성은 캐주얼, 스포티, 내추럴한 의복스타일을 선호하였다. 류숙희와 신수래(2008)는 중년여성들이 평상시에 평범하고 수수한 이미지의 의복이나 점잖고 품위 있는 의복을 즐겨 착용하고, 대담하고 특이한 의복은 가장 선호하지 않는 의복스타일 이라고 설명하였다. 김유덕과 김미영(2004)은 30대-60대의 중, 노년층 모든 여성들이 추구하는 의복이미지는 우아하고, 고급스럽고, 품위 있는 이미지였고, 연령이 30대-40대로 젊을수록 노년이 되더라도 우아한, 고급, 품위와 함께 지적, 세련, 도회적 분위기를 추구하고자 하는 욕구가 강한 것으로 보였다. 노영과 박재옥(2008)의 연구에서도 40대-60대의 중, 노년층의 의복이미지는 우아한, 품위 있는, 지적인의 중요도가 높았다. 그러나 중년기 여성들이 선호하는 세련된, 우아한, 날씬한 이미지의 중요도가 큰 것에 비해 만족도가 낮은 것은 중년기 여성들이 추구하는 의복이미지가 시판되는 의류제품 디자인에 반영되고 있지 않기 때문임을 지적한 바 있다. 이처럼 중년기 주부들이 평가한 최고의 이미지는 '품위와 우아' 였는데, 이와 같은 중년의 아름다운 외모를 간직하기위해서 타고난 미모보다 사회적 지위나 부가 보완 요소라고 이선옥(1999)은 지적하였다.

III. 연구방법과 절차

본 연구는 중년기 주부들의 외모변화 경험에서 의복이미지에 관한 개별 사례를 통해 중년기 주부들이 추구하는 의복 이미지와 변화내용을 관찰하기 위한 질적 연구로서 두 가지 연구문제로 구체적인 목적을 달성하고자 하였다. 첫째, 주부들이 중년기에 선호하는 의복이미지는 무엇이며, 어떤 의미가 내포되어 있는지 관찰하고자 하였다. 둘째, 중년기에 변화된 의복이미지의 내용과 그 의미가 무엇인지 관찰하고자 하였다.

이와 같은 연구문제를 해결하기위하여 심층면접을 사용

한 문화 기술적 사례연구방법을 사용하였다. 연구대상은 Spradley(1978)가 정보제공자를 선정하는 기준을 고려하여, 중년기의 외모변화를 경험하기 시작했거나 충분히 경험한 40대 후반에서 50대 초반의 나이이며, 옷과 외모에 관심이 높고, 이야기하기를 좋아하며, 연구를 위해 적합한 시간을 가진 주부들로 편의표집 하였다.

심층면접 자료 수집은 광주광역시 거주 여덟 명의 주부를 대상으로 2010년 1월에서 4월까지 1차로 수집하였고, 2010년 9월에서 10월까지 2차로 수집하였다. 또한 심층면접을 위한 친밀감 형성(rapport)을 목적으로 1차, 2차 면담자료 수집 이후 2011년 4월 현재까지 소풍, 식사, 공연 관람 등으로 장기적인 관계를 유지하면서 자연스럽게 일화적 관찰(anecdote observation) 방법으로 추가 자료를 수집하였다. 한 번 면담하는 평균 시간은 1시간 40분이었다. 1차 자료는 제보자의 응답 범위를 제한하지 않고 제보자가 생각하는 최대한의 정보를 얻기 위해 비구조적인 질문을 주로 활용하였다. 질문은 '나이가 들어가면서 어떤 외모변화를 경험하십니까 이야기 해 주세요.' 혹은 '평소 좋아하는 의복이미지나 스타일이 있으신가요?' 처럼 포괄적으로 시작하였다. 제보자들의 개방적이고 적극적인 대화과정에서 파생질문으로 내용을 구체화시켰으며, 애매한 내용에 대해서는 대조 혹은 반대질문을 활용하였다. 면담 중 제보자들의 특징적인 내용은 연구노트에 기록하고, 녹음한 심층면접 자료는 제보자 언어가 생생하게 전달되도록 전사되었다. 2차 자료는 1차 면접 시 빠진 내용과 분석 과정에서 추가된 내용을 보충하기 위해 반구조화 된 면담 가이드를 사용하였고, 기본적인 가계 환경 파악을 위해 나이, 학력, 직업, 월평균 가계 총수입, 월평균 자신의 외모관리비, 결혼연령 등을 묻는 질문지를 추가하였다. 제보자관련 정보 중 이름, 나이, 본인직업, 남편의 직업, 월평균가계총수입 등 최소한의 정보만 <표 1>에 제시했으며, 제보자 보호를 위하여 가명을 사용했고, 상세 직업 대신 직업분류군으로 표시하였다. 제보자들의 평균결혼연령은 24.4년이었고, 자녀수는 모두 2-3명으로 평균 자녀수는 2.25명이었으며, 결혼 기간은 모두 20년 이상으로 평균 23.1년이었다.

자료 분석을 위해 전사된 자료를 코딩하였다. 질적 연구에서 코딩은 전사된 자료 속에 내재된 주제를 찾아내는 과정으로서 자료의 의미에 기초하여 귀납적으로 이뤄지며, 자료 속에 함축된 의미에 맞는 주제를 찾거나 만드는 방법이다(김영천, 2010). 우선 적절한 원문의 단위로 전환(Creswell, 1998)하는 코딩단계에서 제보자 이름과 전사자료 면수를 표기하며 엑셀파일로 분류하였다. 다음으로 제보자의 생생한 경험을 범주화하기 위해 제보자 기준에 따른 에믹(emic)한 기준으로 주제를 표기하였고, 연구자의 기준에 따른 에틱(etic)한 기준으로 주제를 코딩함(조용환, 1999)으로써 전체

〈표 1〉 제보자의 특성 (금액: 만원)

이름	나이	직업	남편의 직업	월평균 가계총수입
황은영	47	서비스직	사무직	400
정선주	49	자영업	전문직	1,300
윤수현	50	관리직	관리직	900
최인선	53	전문직	전문직	800
김정화	45	주부	전문직	1,000
이지민	46	주부	전문직	1,000
박미숙	53	주부	전문직	550
이경희	54	주부	전문직	1,500

자료의 형식을 통일하였다. 핵심주제들을 목록(template)으로 만들고, 연구자 관점(etic perspective)에서 주제들 사이의 관계를 찾아 연구결과들을 이야기로 구성하였다. 자료의 코딩은 연구자가 하였으며, 코딩과정과 연구결과 구성은 질적 연구 전문가 한 명의 비평작업을 통해 완성되었다. 이렇게 자료 분석은 기술, 분석, 해석의 순환 과정을 거치며(조용환, 1999), 여러 차례 수정을 거쳐 주제별로 범주화, 목록 작성, 유형화함으로써 중년기 주부들이 추구하는 의복이미지에 관한 경험구조를 파악하고, 구조의 의미를 이해할 수 있었다.

질적 연구는 귀납적 방법이므로 통상 타당도 인증 방법으로 신뢰성 확보방법들을 인용하고 있다(김영천, 2010). 본 연구의 신뢰도와 타당도를 높이기 위해 연구 참여자에 의한 연구결과와 검토 작업, 장기 관찰, 동료와의 비평작업 등을 활용하였다. 면담 자료 제시할 때 제보자 보호를 위해 제보자 이름을 밝히지 않았지만 연구의 소주제별로 제시된 면담 자료는 가능한 한 중복되지 않도록 서로 다른 제보자의 사례를 사용함으로써 사적이거나 개인적인 관점이 아닌 보다 객관성을 확보하고자 하였다.

IV. 중년기 주부들이 선호하는 의복이미지

중년기 주부들이 선호하는 의복이미지에 대한 심층면담 내용에서 대부분 유행을 언급했으며, 의복의 유행성과 자신의 의복관심이나 심미성을 비교하였다. 제보자들이 선호하는 의복이미지를 구별할 수 있는 가장 중요한 기준은 유행인식, 심미성과 의복관심이었다.

1. 유행 인식과 심미성

제보자들은 옷과 외모에 대해 자신들이 생각하고 경험하는 치장방법, 어울리는 옷, 코드 방법, 미적안목, 센스 등에 관해 다양한 언어로 자기들 방법을 자유롭게 이야기 했다. 제보자들의 사례에서 선호의복 평가기준은 유행인식과 심미

성임을 관찰할 수 있었다.

● 아름다움이란 것이 꼭 유행을 쫓아서 가는 사람이라고 말하고 싶지 않아요. 자기한테 맞으면서도 또 시대에 뒤 떨어지지 않게 행동하고, 자기한테서 풍기는 것이 아름다움이라고 생각하지. 그냥 외모를 막 난잡하게 꾸민 것을 아름답다고 표현하고 싶지 않더라고요.

1) 유행 인식

자신은 물론 가족의 의생활까지 책임지고 있는 중년기 주부 제보자들은 모두 유행의 중요성이나 필요성을 이미 알고 일상에서 유행을 적용하고 경험하고 있었다. 유행하는 옷에 대해 미적으로 발전한 옷, 젊은 스타일, 젊어 보이는 옷, 계절별 구매로 유행에 접목하는 등으로 표현했으며, 이를 통해 유행의 의미, 기능, 중요, 필요 같은 유행속성을 이해할 수 있었다. 다음은 유행리더, 어울림, 유행 소화능력, 유행정보 등에 대한 언급했으며, 이를 통해 유행을 채택하는 기준, 방법, 효과 등 유행선택을 이해할 수 있었다.

첫째, 유행은 다양한 속성으로 구성되며, 복합적인 의미가 내포되어 있음이 관찰되었다. 제보자들의 경험 사례에서 유행과 심미성은 분리하기 어려울 만큼 높은 상관성이 관찰되었다. 이는 유행이 시대적인 아름다움을 표현하므로 사회가 변화하고, 생활양식이 바뀌고, 사람들의 생각과 느낌이 바뀔 때 따라 유행하는 스타일도 계속 변화하게 되고, 아름답다는 기준도 계속 변화하기(이은영, 2003) 때문이다. 즉 유행의 시대성이 갖는 속성도 '변화' 이고, 아름답다는 기준도 '변화' 한다는 것이다. 유행성의 절대특성인 '변화' 는 심미적으로 완벽한 하나의 의복디자인으로 종결되지 않고, 보다 미적으로 완성하기 위해 지속적으로 개발, 보완, 발전하는 지속적인 과정을 추구하도록 유행특성을 강화시킨다는 것을 이해할 수 있었다. '미적완성과정'이라는 유행의 심미적 특성은 끊임없이 의복구매 욕구를 자극하는 근거가 된다는 점도 이해할 수 있겠다.

● 일단 최신 트렌드라는 것은 과거에 어떤 부분이 더 보수되고 확장되고 더 개발된다거나 미적으로는 더 발전된 상태의 디자인이라는 거. 그러기 때문에 유행되는 옷을 보면 '아, 더 예쁘다', 작년 것은 더 구닥다리 같고,

제보자 사례에서 유행과 젊음도 역시 높은 상관성이 관찰되었다. 한 제보자는 '젊어 보이는 외모에 특징이 있죠. 외모에도 발달하다거나 나이에 걸맞지 않게 캐주얼하게 한다거나 유행을 따라간다거나 그런 스타일이예요' 라며 유행스타일을 젊은 스타일로 인지하였다. 제보자들이 생각하는 '젊어 보이는 외모'란 생각이 젊으면 자제나 외모로 나타나는 거 같다고 했으며, 젊음이란 생활이나 생각이 활동적이고 활발하여, 변화 앞에 나태하거나 포기하지 않고, 열정을 가지고 도전하는 능력과 자신감이라고 하였다. 결국 젊음의 가장 큰

특성은 변화를 두려워하지 않고 적극적으로 시도하는 것 즉 '변화와 함께' 한다는 것이었다. 젊음에 내포된 '변화와 함께' 한다는 의미와 유행의 대표적인 속성 '변화' 라는 공통점 때문에 유행과 젊음은 높은 상관성을 보인 것으로 이해할 수 있었다.

● 변화에 발맞추는 거. 옛 것을 고집하거나 (새로운 것을) 놔버리는 거. 젊지 않은 사람은 사실 변화를 두려워하는 거 같아요.

둘째, 제보자들이 유행하는 의복을 선택하는 방법과 기준, 선택이유 등을 이해할 수 있었다. 평소 중년기 주부들의 생활에서 가장 흔하게 노출되는 텔레비전 드라마나 프로그램은 현재 유행의 흐름을 알려주는 가장 중요한 매체였다. 그 밖에 친구들 모임, 점포의 디스플레이나 판매원, 길거리 사람들의 옷차림을 통해서 유행의 흐름을 지각하고 있었다. 지역사회라는 공간과 일상적인 유행정보 환경 속에서 모든 제보자들이 유행의복을 선택할 때 가장 중요하게 그리고 공통적으로 사용하는 기준과 방법은 자신과의 어울림, 적합성으로 관찰되었다.

유행관심과 인식, 유행정보수준이 높은 제보자임에도 불구하고 '전 유행에 구애를 안 받아요. 내 스타일이 있기 때문에 그냥 막 유행하는 옷을 사 입지도 않고, 아무리 유행하는 옷이어도 나한테 안 어울리면 싫고' 라고 하였다. 또 다른 제보자는 선이 길고 가는 현재의 유행스타일은 '내가 소화해낼 자신이 없어, 그 유행을' 라며 면담 내내 유행에 독립적인 태도를 보였다. 유행하는 스타일이라도 자기에게 어울리게 재창조하거나 어울리는 요소만 부분적으로 선택하거나 때에 따라서는 최소한의 유행요소만 차용한다는 것을 관찰할 수 있었다.

유행이 자기스타일과 어울리지 않아도 어울리도록 변형시키거나 부분적으로 선택하면서까지 유행을 선택하는 이유는 유행의복이 젊어 보인다는 것이었다. 변화에 더디거나 변화를 거부할 때 나이 들어 보인다고 말했던 제보자들을 기억할 때, 변화가 핵심 속성인 유행을 따르는 의복은 긍정적이든 부정적이든 젊어 보이는 효과가 있다는 것이다. 하지만 자기의 신체적인 외모를 고려하지 않고 무조건 유행에 동조하거나 나이를 고려하지 않고 어려보이는 유행선택은 젊어 보인다고 하더라도 부정적으로 평가하였다.

● 생각이 젊다는 친구들을 보면 자기중심적인 면이 있더라고요. 위모도 발달하다거나 나이에 걸맞지 않게 케주얼하게 한다거나 유행을 따라간다거나 그런 스타일이예요.

유행스타일의 선택만으로도 젊어 보일 수 있다는 점은 유행의 최대 혜택이라고 말할 수 있다. 그렇기 때문에 보통의 주부들은 '계절 따라서 사기 때문에 유행에 있는 것을 접목

하죠. 가서 딱 보면 대충 요즘 유행 트렌드가 보이잖아요. 그러면 대충 거기에 맞는 거 한두 개는 사죠. 유행을 중요하게 생각하죠.' 라며, 정기적으로 백화점 쇼핑을 통해 유행정보도 얻고, 유행제품도 선택하려고 한다는 것을 알 수 있었다. 나아가 평소 유행보다는 전체적인 조화, 심미적인 옷차림을 더 중시했던 한 제보자의 사례에서 유행하는 의복스타일은 젊음뿐 아니라 힘과 권위, 자신감으로 확대된다는 것을 알 수 있었다. 젊은 외모 유지에 가장 적극적이었던 한 제보자가 '저는 그래요. 젊어 보인다면 자신감이, 앞으로도 내가 사회생활을 얼마든지 할 수 있겠구나. 그런 것에 대한 자신감 같아요.' 라고 하였다. 오현정과 김선미(2011)의 선행 연구에서도 젊음은 왕성한 활동력을 가지고 발전하고 성장하는 주체로서의 자신감이 내포된다고 했듯이 유행선택으로 얻게 되는 젊어 보임과 그 젊음에 내포된 자신감에서 중년기 주부들이 유행을 선택하는 이유와 효과를 더 잘 이해할 수 있게 되었다.

● 어제 유행을 따라야 된다는 거를 느꼈어. 우리 집 옛날 주인이 우리 애랑 같은 학년 엄마야. ... 딱 변신하고 왔더라고요. 머리를 생머리로 이렇게 풀리게 하고, 파워 솔더 재킷에다 입고 왔는데 분위기가 너무 틀린 거야. 괜히 풀리는 거야 머리랑 옷이랑. 하하하 역시 압권하려면 빨리 유행에 합류하는 게 방법이겠구나....

2) 심미성

심미성은 제보자들의 사례에서 예쁜, 멋진, 아름다움, 어울림, 미적인 등으로 표현되었고, 제보된 사례들에서 관찰할 수 있었던 심미성의 주된 내용은 관심이나 중요도, 만족도, 도달 방법, 자신의 능력이나 노력 등이었다. 모든 제보자들은 예쁘다는 의복평가를 가장 원했으며, 자신에게 어울리는 심미적인 옷차림을 주로 했고, 자신의 옷차림에 대체로 만족하는 편이었다.

● 저는 사실은 옷을 가격에 구분 없이 입거든요. 왜냐면 다 맞으니깐 웬만큼 맞는데다가 자랑 같은데, 약간 미적 감각이 있으니 입으면 사람들이 그 가격으로 산지 몰라요. 그냥 웬만큼 더 컸으리라고...

첫째로, 심미성에 대한 관심과 중요도, 만족도 등이 높은 제보자들은 낮은 제보자들에 비해 자신의 심미적 안목이나 감각이 타고난 남다른 능력이 있으며, 이들은 모두 친정엄마를 멋쟁이라고 생각한다는 것을 알 수 있었다. 그 중 한 제보자는 친정엄마가 '오천 원짜리 티 하나를 입어도 명품스럽게 입으시고 색 매치하는 감각이 끝내주신다' 고 말했으며, 또 다른 제보자는 친정엄마가 '굉장히 멋쟁이셨는데, 막 유난을 떠는 멋쟁이가 아니고 고상하고 고급스럽게 멋을 내셨다' 고 회상하였다. 이들은 머리끝에서 발끝까지의 전체적인 조화, 컬러감이나 소재의 느낌, 그에 따른 패션품목 코디 방법, 컬러매치 방법 등에 대한 구체적인 방법을 설명하였다.

● 정보라기보다는 제가 워낙 예쁘고 멋 내고, 조화롭고, 이런 거를 제가 천성적으로 좋아하는 거 같아요. 정보원이 따로 있는 게 아니라 그냥 제 느낌이에요.

둘째로, 심미성이 높은 제보자들은 자신의 외모를 아름답게 유지하고 연출하기 위해 다른 사람보다 노력하고 있었다. 한 제보자는 '저의 매일 (집안)일이 끝나면, 화장을 딱 해놔요. 항상 준비태세여' 라며 집에서 화장하고 스타킹 신고 치마 입고 금방 나가도 되도록 단장한다고 하였다. 또 다른 제보자는 '머리가 심란하면 옷이 안 어울려요. 그러다 보니 이틀에 한 번씩이라도 꼭 미용실에 가요' 라고 하였다. 심미성은 개인의 삶 전체에서 나타나는 기본적인 가치관으로서 형태와 조화에 가장 높은 가치를 두고 우아함, 균형, 적합성의 관점에서 모든 경험을 판단하는 개인의 독특한 특성이다 (강혜원, 1996). '라면을 끓여도 기왕이면 파가 파랄 때 먹는 게 예쁘잖아요.' 라고 하거나 '정신적인 아름다움이 중요해요.' 라고 말하듯이 아름다움 추구가 삶 전반의 기본적이 가치로 작용하고 있거나 또는 아름다운 의복이나 외모 추구행동이 전반적인 삶 속에서 기본적이고 중요한 활력이 되고 있음을 보여주었다. 이와 같이 아름다운 외모 유지와 관리에 대한 노력은 의복관심이 높은 행동과 다른 차원의 심미성 추구행동으로 구별할 수 있었다.

● 아름다워 지려고 노력을 해야 되요, 자꾸. 저는 실은 진짜 못났었어요. 지금도 예쁘지는 않지만 그래도 풍기는 이미지가 '인상은 좋다' 는 얘기는 들었습니다, 요즘은. 근데 그 이미지 만들려고 무척 노력했던 사람이예요.

2. 의복관심

옷에 대한 관심이 높았던 제보자들은 옷의 역할과 중요도, 옷과 관련된 습관, 평소 옷차림, 특별한 옷차림, 자신만의 장단점, 의복 만족 혹은 불만족에 이르기까지 다양하게 제공된 사례들은 의복 중요도와 의복선택으로 분류할 수 있었다.

첫째, 의복중요도가 높은 제보자들은 옷을 제 2의 피부 이상으로 인식하고 있었다. 사람들은 의복을 신체처럼 생각하는 경향이 있어서 일반 소유물과 다르게 의복은 그 사람의 일부가 되어 분리시킬 수 없기 때문에(Hurlock, 1929) 제 2의 피부라고도 한다. 사회심리학적 관점에서 의복은 무성의 언어라고 말하며, 다른 사람들에게 사회적 지위, 직업, 역할, 자신감, 지능, 동조성, 개성 그리고 기타 성격 특징에 대한 인상을 전달한다(Horn & Gurel, 1988). 제보자들도 의복은 말이나 행동처럼 자기를 표현하고, 자기의 성격이나 심리가 나타난다고 이야기 하였다. 그리고 사람들은 겉모습을 먼저 보게 되고, 내면까지 보지 않고 손쉽게 판단하기 때문에 의복이 자신의 이미지를 표현하는 도구로서 인상형성에 중요하다고 이야기 하였다.

● 요즘은 사람들이 뭐랄까 내면까지 안보고 첫인상을 많이 본다 하고 하잖아요. 첫인상을. 그것도 의상이 굉장히 중요하잖아요. 첫인상도. 그러니까 이제 함부로 안 입게 되고,

의복이 인상형성에 중요하게 영향을 미친다는 것을 알고 있는 제보자들은 거꾸로 자신들의 인상이나 이미지 관리를 위하여 의복을 사용하고 있었다. 어린 시절 가정교육에 의해 지금도 옷차림이 조심스럽다는 한 제보자는 동네에 한 발짝만 나가도 옷차림을 다시 보게 된다고 했으며, 또 다른 제보자는 집 근처에서 자영업을 하던 남편의 식사를 나를 때조차 외출복차림으로 다녔다고 한다. 개인적인 성향이 남들의 시선을 많이 의식하는 한 제보자는 어려서부터 '우리 엄마가 두부한모 사가지고 와라 그러면 나는 그때부터 세수하고 옷 갈아입기 시작했거든.' 라고 회상했으며, 겨울철에도 미니스커트와 부츠를 즐겨 입었고, 동네 시장이나 집 앞 마트 갈 때 도 완벽한 외출복 차림으로 나간다고 이야기 하였다. 그녀는 옷을 너무나 좋아하며, 옷과 관련해서는 할 이야기가 무궁무진하고, 옷 때문에 더욱 친해진 친구 이야기도 해주었다.

● 어렸을 때부터 우리 같은 경우는 광주에서는 누구 집 딸, 그러잖아요. 예를 들어 우리 아버지가 *시장이니까 *시장님 딸 그러니까 거기에서 벗어나지 않으려고, 남들 눈에 띄지 않으려는 내적인 그런 게 있지 않음 까 싶어

이처럼 의복은 개인적인 성향뿐 아니라 그 개인이 처한 환경까지 영향을 받아 옷차림으로 표현되기 때문에 인상형성과 인상관리를 위한 도구로 사용되는 사례를 관찰할 수 있었다. 나아가 사회적 관계를 형성하는 매개가 될 수 있음을 관찰함으로써 제보자 자신과 분리할 수 없는 피부로서의 의복 보다 확대된 의복관심을 확인할 수 있었다.

둘째, 중년기 제보자들은 상황, 때, 장소(T.P.O.)에 따라 적절한 옷차림을 선택하는 상황별 의복선택을 중요하게 생각하였다. 모든 제보자들은 상황에 적절한 의복 개념을 갖고 평소의 옷차림과 차려입는 옷차림을 구분하였으며, 한 제보자가 '때에 맞고 조화롭다는 느낌이 딱 드는 거, 그게 나이랑 상관없이 멋지게 보인다고 말했듯이 의복구별이나 예절에 대한 높은 안목을 표현하였다.

제보자들이 차려입는 옷차림 상황으로 가장 많이 언급한 모임은 학부모 총회, 자모회, 담임 면담, 방과 후 학습, 봉사활동 등 아이들 학교방문이었다. 자모회는 제보자들이 특별히 예민하게 반응한 공식모임이었다. 다음은 부부동반 모임, 결혼식, 장례식, 교회 갈 때라고 말했으며, 이는 의복의 규범적 형태가 가장 뚜렷하게 인지되고 격식의 정도가 강하게 요구되는 상황으로 뚜렷한 정장이라고 할 수 있겠다(박은주, 이은영, 1995). 이렇게 중년기 주부들의 대표적인 외출복은 정장이었고, 스커트와 힐이 있는 구두가 중요한 품목이었다.

● T.P.O. 개념에 안 맞는 옷이라는 거지. 학교에 담임선생님 만나러 올 때는 부적절한 옷이라고 생각해요. 학부모 총회라는 걸 하면 엄마가 단정하고 바른 모습으로 가야되겠다는 것은 기본 상식이라고 생각해요. 그건 공식적인 모임이니까 반드시 나는 정장을 많이 입었어요.

평소의 옷차림이란 전업주부에게는 차려입지 않는 대부분의 상황에서 입는 옷이었고, 취업주부의 경우 직장에 갈 때 입는 출근복을 제외한 집에서 입는 차림으로 통일하였다. 박은주와 이은영(1995)이 제시했던 의복착용상황에 따라 정리하면 평소의 옷차림은 집에 있을 때와 집근처 쇼핑갈 때와 같이 착용의복의 규범적 형태가 뚜렷하게 인지되고 격식의 정도가 약하게 요구되는 상황으로 뚜렷한 평상복이라고 할 수 있겠다. 제보자들은 집에서 입는 평소의 옷차림에 대해 대체로 집에서도 단정하게 갖춰 입는 편이고, 추리닝은 입지 않으며, 예쁘고 화사하게 입으려고 하였다

평소 옷차림에 대해 전업주부들이 취업주부들보다 예민하고 풍부한 사례를 제공했는데, 이는 전업주부들이 다양한 상황에 노출될 시간과 기회가 많기 때문인 것으로 해석할 수 있겠다. 만날 사람이 많은 변화한 동네에 산다면 집 앞이어도 좀 더 신경 쓰이게 된다며 주거지역상황의 중요성을 언급한 제보자, 집에서만 있더라도 머리 손질이 안 된 부스스한 모습이 싫어서 집안일이 끝나면 단정하고 있다는 제보자, 그리고 하루에도 날씨변화에 따라, 만나는 사람이 달라질 때, 만나는 장소가 차이 날 때 또는 기분이 변할 때에 따라 여러 번 옷을 갈아입는다는 제보자는 모두 전업주부였다.

3. 선호하는 의복이미지

중년기 제보자들은 성년기를 지내며 축적된 다양하고 풍부한 구체적인 의복 경험을 가지고 자기의 단점을 보완하고 장점을 드러낼 수 있는 자기만의 스타일을 갖고 있었다. 물론 특별한 상황에서 가끔은 평소와 조금 다른 스타일, 대립되는 이미지를 시도하지만 결국 자기스타일에서 크게 벗어나지 못하거나 아예 시도도 하지 못한다는 것도 알 수 있었다.

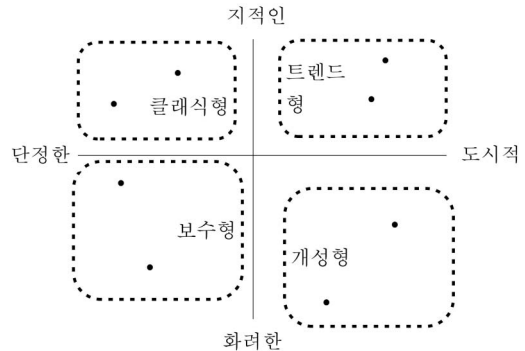
나이가 들어서도 포기하고 싶지 않은 의복은 치마와 헐이 있는 구두로 집약할 수 있었는데, 이는 대부분의 제보자들이 선호하는 의복스타일이 여성적인 이미지의 정장스타일이었는 점에서도 알 수 있었다. 각각의 제보자들이 생각하는 여성적인 이미지는 조금씩 차이가 났으며, '장식적인, 귀여운, 사랑스러운, 성숙한, 화려한, 섹시한, 단정한, 정숙한' 등이 포함되었다. 제보자들이 사용한 이미지 평가 어는 비체계적, 일반적, 포괄적이기 때문에 이미지범주화를 위해 일반적이고 기본적인 분류 기준을 참고하였고, 상대적으로 대립되는 이미지로 표현하기 위하여 편의상 좌표축을 사용하여 이미지 기준을 제시하였다.

정인희와 이은영(1992)은 가장 기본적이고 타당도 높은

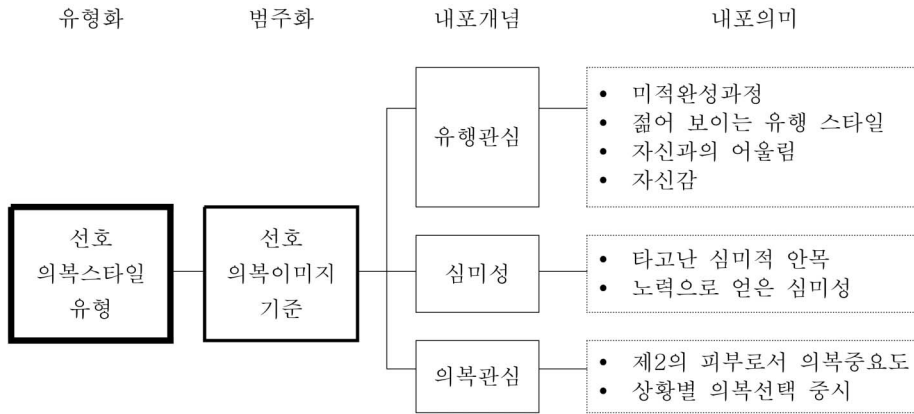
이미지분류 기준으로 '남성적 이미지-여성적 이미지'를 제시한 바 있지만, 연구에 참여한 제보자들이 공통적으로 선호하는 이미지가 여성적이므로 상대적으로 '단순한 이미지-장식적인 이미지'를 표현할 수 있는 '지적인-화려한' 이미지 기준을 추출하여 수직축으로 사용하였다. 의류상품 특성에 따른 분류 시 이호정(1999), 이유리(2004) 등에 의해 가장 보편적으로 사용하는 '패셔너블-베이직' 기준을 고려한 '도시적인-단정한' 이미지 기준을 추출하여 수평축으로 사용하였다. 이와 같이 제보자들이 선호하는 의복이미지 분류 기준으로 '지적인-화려한', '도시적인-단정한' 이미지 범주를 사용하였고, 각 제보자들을 포지셔닝해 보았다.

선호 의복이미지 설명에서 가장 많이 언급되었던 유행과 심미성은 의류상품 분류를 위한 '패셔너블-베이직'과 유사한 내용으로 관찰되었다. 유행하는 옷은 '트렌드, 스타일리스, 세련된, 도시적'이라고 표현되었고, 이런 '도시적' 이미지에는 취업주부 정선주, 윤수현, 황은영 씨와 전업주부 김정화 씨가 포함되며, 이들은 상대적으로 유행성을 중시하였다. 베이직한 옷은 '단정한, 보수적인, 정숙한, 깔끔한, 자연스러운'이라고 표현되었다. '단순한' 이미지는 전업주부 이경희, 이지민, 박미숙 씨와 취업주부 최인선 씨가 포함되었고 상대적으로 베이직한 심미성을 중시하였다. 취업주부는 전업주부에 비해 패셔너블한 유행성을 중시한 도시적이고 스타일을 선호했으며, 전업주부는 취업주부에 비해 베이직한 심미성을 중시한 단정한 스타일을 선호하는 것으로 관찰되었다.

'화려한' 이미지는 '섹시한, 여성적인, 귀여운, 사랑스러운' 등이 포함되었다. 의복스타일도 컬러감이 있고, '러플, 퍼프, 몸에 맞도록 라인이 있는, 둥근 스텐 칼라, 치마 정장' 등과 같은 표현이 포함되어 일반적인 여성적 이미지, 장식적 이미지와 관련이 높았다. '지적인' 이미지는 '현대적, 캐주얼한, 선이 중요한, 은근한 색, 눈에 띄지 않는' 스타일이 포함되어, 상대적으로 단순하고 남성적 이미지와 보다 관련이 높았다.



(그림 1) 선호 의복이미지 기준에 따른 의복스타일 유형



〈그림 2〉 중년기 주부의 추구 의복이미지 분석도

제보자들은 ‘지적인-화려한’, ‘도시적인-단정한’ 이미지 범주에 따라 네 가지 영역으로 포지셔닝 되었다. 각 영역의 제보자들이 서로 다른 의복스타일을 선호하는 것으로 관찰됨으로써 선호스타일 유형이 제시되었고, 집단 내의 공통점과 집단 간의 차이에 따라 유형의 이름이 명명되었고, 〈그림 1〉에 제시되었다.

‘도시적-지적인’ 영역의 제보자는 유행인식과 유행중요도가 높았고, 유행 스타일 선택 경향이 제보자들 중 가장 높았고, 다른 집단과 차이 나게 ‘캐주얼한, 현대적인, 세련된, 스타일리시한, 고급스러운, 우아한’ 스타일을 가장 선호했기 때문에 트렌드 스타일 선호유형이란 의미에서 ‘트렌드 형’으로 명명하였다. 취업주부 정선주(49세), 윤수현(50세) 씨가 포함되었다.

‘지적인-단정한’ 영역의 제보자는 유행인식과 유행중요성을 충분히 알지만 조화와 균형의 심미성을 보다 중요한 가치라고 생각하였다. 이들은 ‘지적인, 정숙한, 단정한, 오래된, 클래식 스타일’을 선호했으므로 클래식 스타일 선호유형이란 의미에서 ‘클래식 형’으로 명명되었다. 부정기적이지만 시간강사 경력에 있는 전업주부 이지민(46세) 씨와 아이들 키워 놓고 기간제 교사로 일한 경력에 있는 전업주부 이경희(54세) 씨가 포함되었다.

‘단정한-화려한’ 영역의 제보자 역시 유행보다 심미성을 중시했으며 유행을 가장 나중에 선택하는 특성을 보였다. 이들은 ‘깔끔한, 고전적, 자연주의, 단정한, 정숙한, 보수적인, 교사 같은’ 스타일을 선호하기에 보수적 스타일 선호유형이란 의미에서 ‘보수 형’으로 명명되었다. 전업주부 박미숙(53세) 씨와 1년 전 은퇴한 취업주부 최인선(53세) 씨가 포함되었다.

‘화려한-도시적’ 영역의 제보자들은 의복관심이 가장 높았고, 가장 많은 의복을 소비하며 옷을 즐기기 때문에, ‘트렌드 형’ 처럼 유행을 추구하지 않아도 유행스타일을 소유하는

경향을 보였다. 이들은 유행경향과 상관없이 ‘화려한, 과감한, 섹시한, 매력 있는, 여성적인, 특이한, 눈에 띄는’ 스타일을 선호하기에 개성적 스타일 선호유형이란 의미에서 ‘개성형’으로 명명하였다. 전업주부 김정화(45세) 씨와 취업주부 황은영(47세) 씨가 포함되었다.

이와 같이 제보자들이 제공한 풍부한 경험사례들로부터 내포의미가 관찰되었고, 유행관심, 심미성, 의복관심 등의 내포개념이 추출되어, 선호 의복이미지 범주화의 중요한 기준이 되었다. ‘지적인-화려한’, ‘도시적인-단정한’ 의복이미지 범주를 사용하여, ‘트렌드 형’, ‘클래식 형’, ‘보수 형’, ‘개성 형’이라는 구체적인 선호 의복스타일 유형이 관찰되었으며, 〈그림 2〉와 같다.

V. 중년기에 변화된 의복이미지

중년기 주부들은 중년에 적절한 옷차림과 외모로 변화해야 할 것 같은 심리적 압력을 경험했지만(오현정, 김선미, 2011) 옷을 선택하는 개인의 선호스타일이 크게 변화되지는 않았다. 즉 추구하는 의복이미지는 젊을 때와 거의 같았고, 나이가 들면서 ‘품위와 우아’ 이미지가 추가되었다. 품위 있고 우아한 이미지 유지를 위해 ‘나이에 적절한 스타일, 명품, 인상관리’가 필요하다고 이야기 했으며, 이런 필요의 내포개념은 ‘적합성, 심미안과 경제력, 성숙한 내면’으로 관찰되었다.

1. 추가된 의복이미지: ‘품위와 우아’

중년기 주부들이 선호하는 의복이미지에 내포된 유행과 심미성, 의복관심을 통해서 서로 다른 의복스타일 선호유형이 네 가지로 구분되었다. 모든 유형의 제보자들이 선호하는 의복이미지는 미혼 시기부터 지금까지 비슷했지만 보다 구체적인 의복 스타일 선택 시에는 가계형편, 자녀양육, 소속

집단, 직업, 나이, 유행 등의 상황에 따라 약간씩 변화 조정되었다. 대부분의 제보자들은 외모 치장을 위주로 하는 유행의 중요도보다 외적인 내적인 아름다움을 추구하려는 심미성을 더욱 중요하게 여겼으며, 경제적으로 안정되고 가사와 양육의 책임에서 벗어나게 되는 여유롭고 풍요로운 중년기에 의복관심이 더욱 높아진 것으로 보였다.

평소 ‘트렌드 형’의 한 제보자가 ‘제 생각은 나이가 들면 그냥 뭐랄까 편하고 우아하고 좀 인자한 그런 모습이 되기를 원하지 계속 세련, 세련 그런 모습보다는’ 이라고 하였다. 다른 제보자 역시 젊은 미혼 여성들이 선택하는 유행 상품과는 다른 ‘제가 좋아하는 스타일은 눈에는 잘 안 띄지만 자세히 보면 굉장히 품위 있으면서 은은한 멋이 있으면서 스타일리시한 거’ 라고 하였다. 이들은 젊은 시절부터 의복에서 유행성을 중시했던 집단이지만 중년기에는 ‘품위와 우아’를 더욱 추구하는 것으로 변하고 있음이 관찰되었다. 젊어서부터 유행보다 심미성을 선택했던 ‘클래식’ 형’이나 ‘보수 형’ 제보자들 역시 중년기의 외모 이미지로 ‘품위와 우아, 고급스러움, 귀티’ 등의 중요성이 새롭게 부각 된다고 한다. 나이가 들어가면서 의복관심에는 변화가 없었지만 젊은 미혼 여성을 중심으로 변하는 유행을 쫓기 보다는 심미적인 아름다움을 더욱 중요하게 여기는 것이 관찰됨으로써 유행 중요도가 상대적으로 작아지고 있음을 알 수 있었다. 그러나 ‘개성형’ 제보자들은 중년기의 변화에 대한 경험이 상대적으로 빈약했고, 실제로 가장 젊은 나이였다. 이들은 과감하고 적극적인 성향으로 젊은 외모를 지향했으며, 할머니가 돼서도 지금의 스타일을 유지하고 싶다고 했다. 이렇게 대부분의 제보자들은 젊어서부터 늘 선호하던 이미지와 스타일을 유지하면서 중년기에 들어 여태까지와는 다르게 품위, 우아, 귀티, 고급스러운, 여유, 풍요로움 등의 추구이미지를 새롭게 추가하거나 조금 더 중요하게 여긴다는 점이 관찰됨으로써 중년기에 새롭게 추구하게 되는 의복이미지는 ‘품위와 우아’라고 하였다.

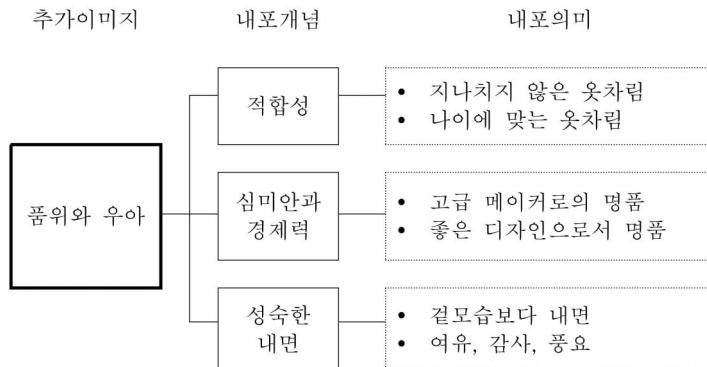
● 나이가 들어가니까 말 그대로 품위유지가 필요한 거예요. 우리 나이 되서 모임 같은데 가서 보면 차이나요. 일단 옷가지고도 고급스러운지 아닌지.

2. ‘품위와 우아한’ 이미지의 내포의미

중년기에 중요도가 부각되는 품위 있고 우아한 의복이미지를 유지하려는 경험 사례 속에서 내포개념과 내포의미를 관찰할 수 있었다. 외적으로 옷차림이 나이에 맞도록 지나침이 없어야한다는 경험사례에서 적합성을 관찰할 수 있었고, 고급스럽거나 값비싼 명품이 필요하다는 경험사례에서 심미안과 경제력의 필요를 관찰할 수 있었다. 좋은 인상을 갖고 싶다는 경험사례에서 수용적이고 이타적인 내면의 성숙을 요구하고 있음을 알 수 있었다. 이렇게 중년기에 추가되는 의복 이미지의 내포개념과 내포의미를 <그림 3>에 제시하였다.

① 적합성

중년기의 제보자들이 머무르고 싶은 가장 아름다운 나이는 40대였으며, 의복을 통해 10살을 넘지 않는 선에서 대략 5살 정도 젊어 보이고 싶다고 하였다. 모든 제보자가 젊어 보이는 옷차림을 원했지만 나이 변화나 신체 변화를 고려하지 않고, 유행하는 스타일을 무조건 따라 하는 애들 같은 옷차림이나 나이와 균형이 맞지 않는 옷차림은 피하고 싶어 했다. 나이에 맞지 않는 보기 싫은 옷차림이라고 지적한 스타일은 모두 바디 라인이 너무 드러나게 꼭 끼는, 길이가 너무 짧은, 노출이 너무 지나친 디자인으로서 너무 심하거나 지나치다는 공통점을 발견할 수 있었다. 다음으로 중년기 제보자들은 감쪽하고 발랄한 의복스타일, 펑키(punky)하거나 락커(rocker) 같은 스타일, 유행과 상관없이 치렁치렁하거나 펄퍼짐한 아줌마 스타일을 모두 기피하고 있었다. 이처럼 나이에 적절하지 않은 옷차림은 중년기의 품위 있고 우아한 외모 이미지를 표현하기에도 적절하지 못한 옷차림이라는 선입견, 고정관념, 사회적 시선이 되어 다시 중년기의 외모를 감시하는 규범이 되는 것을 알 수 있었다(오현정, 김선미, 2011).



<그림 3> 중년기에 추가된 의복이미지와 내포개념 분석도

● 20대라면 좀 발랄한 스타일, 캄캄한 스타일이 참 예쁘더라고요. 근데, 40대 50대 되면서 유달리 캄캄스럽게 옷을 입는 사람이 있잖아요. 그런 것을 보면 '아이고 안 맞게 보이다' 하는 생각이 들어요.

② 심미안과 경제력

중년기가 되면서 제보자들은 의생활에서 경험한 구체적인 변화로 백화점 구매, 명품이나 밉크, 비싼 옷, 메이커, 고급스러운, 품질이 높은 의류제품에 대한 관심이 높아졌다고 이야기 하였다. 일반적으로 명품은 백화점에서 구매하는 고급 메이커로서 비싸고 품질이 좋은 상품이란 공통점을 갖는다는 면에서 중년기 제보자들이 추구하는 '품위와 우아' 한 의복이미지를 유지하기 위해 필요한 대표적인 상품이라는 의미로 사용되었다.

● 옥옥십 대에 비싼 옷 입고, 명품하나 입어주고 그것에 대한 만족감과 자신감으로 무장해야 되지 않나 그래요. 일반 어머니들이나 우리 오십 대에는

명품에 대한 제보자들의 사례에서 이중적인 반응과 복합적인 감정 상태를 볼 수 있었다. '명품은 자기 만족인거 같아. 비싼 거 좋은 거 가지고 다니면 남들이 봐주겠지 하는. 사실 과시죠. 나는 그것을 크게 중요시 하지 않아요. 내가 살려면 충분히 살 수 있지.' 라고 말했던 '개성 형'의 한 제보자는 코디가 용이한 명품 복제품을 홍콩 사이트에서 한꺼번에 이백 만원어치를 구매했다고 하였다. 또한 명품에 대해 '할 수 있지만 안 한다. 이런 게 깔려 있나봐. 특별히 막 너무 갖고 싶다. 라든가 뭐 그런 게 없어. 보석이라든가... 기능적으로 되면 되지 그걸로 뭘 포장하거나 내가 더 돋보이고 싶다 이런 사고방식이 아예 없는 거 같아' 라고 말했던 '클래식 형'의 제보자는 유명한 디자이너의 비싼 옷이 오래도록 입을 다며 20여년 된 옷들을 보여주었다. 또한 '보수 형'의 한 제보자는 '명품 가방? 내가 사는 일은 없어. 그렇게까지 할 필요는 없어. 명품을 비싼 돈을 들여서 살 만큼 필요하지 않아. 있으면 들고 없으면 안 들고.' 라고 말했지만 바라는 것은 아니어도 누가(머느리) 사줬으면 하는 생각은 한다고 하였다. '트렌드 형'의 한 제보자는 '저는 명품은 별로 안 밝혀요. 명품 안 명품을 떠나서 품위 있고 귀티 나는 거. 우아하든지 어쨌든 품위는 있어야 될 것 같아요 품위 있게 튀는 거' 라고 하였다.

각 유형별 제보자들은 명품이 자신감과 만족감을 얻기 위한 무장도구로써 과시적 소비품이란 사회적인 시선을 의식하고 있었다. 명품에 대한 곱지 않은 사회적 시선에도 불구하고 두루두루 코디가 쉬운 명품 가방, 오래도록 입을 수 있는 유명 디자이너 옷, 품위와 우아함을 줄 수 있는 제품, 선물 받고 싶은 가방이라는 경험을 이야기하였다. 이는 명품이 잘 된 디자인(good design)으로서 클래식하고, 선망하는 품

목이라는 명품의 구체적인 속성과 혜택을 제보자들은 막연하지만 알고 있다는 것을 암시하는 결과라 하겠다. 즉 명품은 디자인 변화가 거의 없는 클래식 상품으로서 제품가치가 오랫동안 유지된다는 점과 변한다 하더라도 그 속도가 느리기 때문에 변화에 둔해진 중년기 이후 소비자들과 호흡을 같이 할 수 있다는 점에서 명품의 진정성을 찾을 수 있겠다. 제보자들은 끊임없이 변하는 유행의 속성과 유리되는 경험과 함께 젊음으로부터 멀어진다는 이중소외감으로부터 구원해 줄 수 있는 방안으로 명품을 선택한 것으로 해석되었다.

③ 성숙한 내면

중년기 제보자들은 새롭고 다양한 내면 가치의 중요성을 인식하고 있었다. 젊은 시절에 간과했던 여유, 수용, 배려, 성숙 등과 같은 내면가치가 새롭게 추가됨으로써 지금까지 집중했던 눈에 보이는 외모중요도가 상대적으로 감소되었다는 점에서 나이에 따른 변화를 경험하고 있었다. 즉 제보자들은 앞선 유행 감각으로 스타일리시한 세련된 의복이미지보다는 품위 있고 우아하면서 편하고 인자한 모습으로 보이길 원했고, 나이 들어서 품위한 근사하게 차려입은 걸모습보다는 내면에서 풍겨나는 이미지라고 생각했다.

● 나이 들어서 품위는 내면에서 나와야 되지 아닐까요? 남 신경 써주고 배려해주고 자기 욕심도 잡고 그러면 품위가 나오지 않을까 싶어요. 아무리 근사하게 입어...

제보자들이 말하는 내적인 아름다움은 중년기 이후 경험하게 되는 마음의 변화로서 안정과 긍정에서 오는 마음의 여유, 욕심을 잡고 자기를 낮춤에서 얻는 감사하는 마음, 다름을 인정함으로써 다양함을 수용할 수 있는 정신적인 풍요로 정리할 수 있다. 내적 심미성에 대한 사례는 중년 입문기의 가장 젊었던 '개성 형' 제보자들한테서는 발견할 수 없었다. 내면의 아름다움에 대한 중요성을 언급했던 '클래식 형', '보수 형', '트렌드 형' 제보자들은 나이 들의 혜택을 여유, 감사, 풍요라고 이야기 했다. 이들은 덕이 있고, 베푸는, 편안하고, 자연스러운, 멋진 노후를 그리고 있었다.

● 난 나이가 들면 삶의 흔적이 묻어나야 된다고 생각해. 그게 더 예뻐. 막 인위적으로 고쳐서 젊어진 거 보다는 살아 온 흔적이 그대로 묻어난...

VI. 결론

질적 연구의 시작은 중년의 주부들이 경험하는 외모변화와 의생활 변화가 무엇인지 알고 싶었기 때문이었다. 우선 중년 전환기의 제보자들을 심층면담 하면서, 외모변화 경험

이 보다 뚜렷하게 차이나는 50대 전환기 주부의 비교 면접을 추가하여 완성하였다. 본 연구는 중년기 주부들이 나이를 인식하면서 변하게 되는 외모경험에 대한 질적 연구로 시작되었으며, 중년기 주부들이 추구하는 의복이미지의 변화를 중심으로 연구문제가 도출되었다. 첫째, 중년 시기의 주부들이 선호하는 의복이미지가 무엇인지 그 의미와 기준에 따라 어떻게 분류되는지 관찰하고자 하였다. 둘째, 중년기에 변화된 의복이미지가 무엇인지 그 의미를 관찰하고자 하였다.

본 연구는 기술, 분석, 해석의 순환과정을 거치면서 진행되었다. 먼저 중년기 주부들이 경험한 의복이미지에 관한 개별사례들로부터 공통되는 주제와 범주를 찾고, 유형을 관찰하고자 하였다. 다음은 추구하는 의복이미지의 의미와 기준 그리고 중년기에 변화된 내용과 의미 등을 분석함으로써 제보자들을 이해하고자 하였다. 중년기 주부들이 추구하는 의복이미지 경험 사례들로부터 얻은 첫 번째 연구결과는 우선 선호 의복이미지와 선호 의복스타일에 내포된 개념이 유행, 심미성, 의복관심이었음을 관찰할 수 있었다. 다음으로 선호 의복이미지는 '지적인-화려한', '도시적인-단정함' 이미지로 범주화함으로써 제보자들이 선호하는 의복스타일 유형을 '트렌드 형', '클래식 형', '보수 형', '개성 형' 의 네 가지로 제시할 수 있었다. 두 번째 연구결과는 중년기에 새롭게 추가되거나 중요도가 커진 의복이미지는 '폼위'와 '우아' 이었다. 폼위 있고 우아한 의복이미지란 나이에 적절한 스타일, 고급 브랜드의 좋은 디자인 제품, 풍요로운 내면이 드러나는 등과 같은 내포의미가 관찰됨으로써 내포개념을 적합성, 심미안과 경제력, 성숙한 내면으로 제시하였다.

본 연구의 모든 제보자들이 의복관심과 중요성이 컸던 만큼 의복착용 상황을 잘 구분하였고, 자신에게 적합한 의복의 중요도가 컸지만 심미성과 유행관심에 따라 다른 모습을 보였다. 첫째 심미성이나 유행을 중요하게 인식하는 '트렌드 형', '클래식 형', '보수 형' 제보자들은 젊어 보이는 옷차림이란 면에서 유행이 중요한 평가요인이었지만 경험적 지식이 축적되면서 심미적 안목이 높아진 중년기에는 보다 중요한 선택요인으로 물질적, 정신적 풍요로움과 함께 현재의 나이에 적합한 어울림을 추구하였다. 이는 최근 중년 여성의 패션과 라이프스타일을 세련되고 모던함을 지향하고, 제 나이보다 5세-10세 정도 젊어 보이는 패션을 즐기며, 나이에 맞지 않게 어려 보이려는 품목보다는 젊은 감각이 묻어나는 의복스타일로 멋스러움을 추구하려는 루비(RUBY)족에서도 확인할 수 있겠다(네이버 용어사전, 2011). 둘째, 심미성이나 유행을 상대적으로 덜 중요하게 인식하는 '개성 형' 제보자들은 화려하고 과감한 현재 모습에 만족하고, 유행보다 자기만의 개성을 계속 유지하고자 하여 다른 제보자들의 변화를 공감하지 못했다. 최근 '개성 형' 제보자와의 만남에서 '작

년까지 잘 입었던 원피스가 올해는 너무 짧은 거 같아서 길이를 수선했다'며, 변화를 우려하는 소리를 들었다. 이것이 '폼위와 우아'를 향한 변화의 전조인지 아니면 지속적인 젊은 의복태도의 강화 예고인지 본 연구에서 이해할 수 없음을 분명한 한계점이라 하겠다. 그러므로 전형적이지 않은 외모를 추구하는 주부들의 의복이미지에 관한 후속연구가 필요하다.

본 연구를 통해 중년기는 더 이상 젊음의 상실로 인한 위기의 시기가 아니라 젊은 날 가질 수 없었던 폼위 있고 우아한 의복이미지와 가장 잘 어울리는 원숙한 인격으로 성장하는 시기임을 알 수 있었다. 또한 중년기 주부들을 위한 패션 마케팅 전략으로 중년기 여성복의 이미지 기준은 '지적인-화려한', '도시적인-단정함' 범주라고 할 수 있겠다. 다음으로 중년기 주부들은 어덜트(adult), 미씨(missy) 연령기에 선호하던 의복스타일을 유지하면서 한층 고급스러워진 스타일을 원하므로 폼위와 우아함이 드러나는 디자인기획, 특히 색채와 소재 기획으로 나이를 의식한 젊은 감각의 의복스타일이 필요하다. 마지막으로 경험이 충분한 중년기의 높은 심미성과 의복관심을 충족시켜줄 확고한 의류세분시장 즉 최고급 명품디자인 개발에 대한 필요성을 제안할 수 있겠다.

■ 참고문헌

강유진(2004). 중년후기 한국 여성의 노년기 전환기 경험. **대한가정학회지**, 42(7), 145-164.

강혜원(1996). **의상사회심리학**. 서울: 교문사.

김명자(1998). **중년기의 발달**. 서울: 교문사.

김애순(2004). **성인발달과 생애설계**. 서울: 시그마프레스.

김영천(2010). **질적연구방법론1**. 서울: 문음사.

김유덕, 김미영(2004). 중 노년층 여성의 의복추구이미지 연구. **한국의류학회지**, 28(6), 746-757.

김인화, 권수애(2007). 중년 여성용 재킷 패턴의 외관과 기능성 평가. **한국의류학회지**, 31(11), 1621-1633.

김정실, 이선재(2008). 뉴 실버 여성소비자의 지각연령과 라이프스타일에 따른 의복구매행동연구. **한국의류학회지**, 32(10), 1407-1417.

네이버 용어사전(2011). 루비족. 자료출처 <http://terms.naver.com/>에서 2011년 2월 28일 인출.

노영, 박재옥(2008). 추구의복이미지에 따른 의류제품 디자인 설계 품질에 관한 연구. **한국의류학회지**, 32(10), 1522-1534.

류숙희, 신수래(2008). 중년여성의 가치관과 의복이미지의 관계 연구. **대한가정학회지**, 46(5), 111-121.

- 박은주, 이은영(1995). 의복착용상황의 유형에 관한 연구. **한국의류학회지**, 19(5), 713-722.
- 손부현, 홍경희(2005). 중년 비만 여성의 기존 재킷 패턴 특성에 따른 착시효과 및 공극량 분석. **한국의류학회지**, 29(8), 1114-1124.
- 심정희(2006). 중년 여성의 자기이미지 유형화에 따른 의복 이미지 평가와 선호. **한국의류학회지**, 30(11), 1608-1617.
- 심정희, 함옥상(2001). 중년 여성의 체형분류 및 연령별 특징 연구. **한국의류학회지**, 25(4), 795-806.
- 오현정, 김선미(2011). 중년기 주부들의 나이인식에 따른 외모변화의 내면에 관한 질적 연구. **한국가족자원경영학회지**, 15(1), 71-91.
- 이미숙(2011). 선호의복이미지에 의한 여성 세분시장의 구매 행동 연구. **대한가정학회지**, 49(1), 93-106.
- 이선옥(1999). 아름다운 몸과 일하는 몸의 이분법을 넘어서. 169-200. 여성을 위한 모임 지음. **제3의 성-중년여성 바로보기**. 서울: 현암사.
- 이유리(2004). 의류 상품화 과정에서 패션 제품과 베이직 제품의 차이 (제1보) -패션과 베이직 제품의 개념. **한국 의류학회지**, 28(2), 280-291.
- 이은영(2003). **복식디자인론**. 서울: 교문사.
- 이호정(2005). **패션머천다이징**. 서울: 교학연구사.
- 정인희, 이은영(1992). 의복 이미지의 구성요인과 평가차원에 대한 연구. **한국의류학회지**, 16(4), 379-391.
- 조용환(1999). 질적 기술, 분석, 해석. **교육인류학연구**, 2(2), 27-63.
- 조용환(2002). **질적연구-방법과 사례**. 서울: 교육과학사.
- 한경혜, 노영주(2000). 중년 여성의 40대 전환기 변화 경험과 대응에 대한 질적 연구. **가족과 문화**. 12(1), 67-91.
- Creswell, J. W.(2005). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five tradition*. CA: Sage. **질적연구방법론: 다섯가지 전통**. 조홍식, 정선옥, 김진숙, 권지성(공역). 서울: 학지사. (1998년 원저발간)
- Horn, M. J., & Gurel, L. M.(1988). *The second skin: an interdisciplinary study of clothing*. Houghton: Mifflin Company. **의복: 제2의 피부**. 이화연, 민동원, 손미영(공역). 서울: 까치. (1981년 원저발간)
- Hurlock, E. B.(1976). *The psychology of dress*. New York; Arno Press Inc.
- Levinson, D.(1978). *The seasons of a man's life*. New York; Alfred A. Knopf, Inc.
- Spradley, J. P.(2003). *The ethnographic interview*. NY; Holt, Rinehart & Winston. **문화기술적 면접법**. 박종흡(역). 서울: 시그마프레스. (1979년 원저발간)
- Staudinger, U. M., & Bluck, S.(2001). A view on mid-life development from life-span theory. in Lachman, M. E.(2001). *Handbook of mid-life development*. New York: John Wiley & Sons.

접 수 일 : 2011년 4월 24일
 심사시작일 : 2011년 5월 11일
 게재확정일 : 2011년 7월 5일