

지향적 삶의 질 유형에 따른 패션이미지 관계성 연구

박진영 · 이은숙^{†*}

울산대학교 의류학과 석사
울산대학교 의류학과 교수^{†*}

A Study on the Relation of Fashion Image to the Types of Orientated Quality of Life

Jin-Young Park · Eun-Suk Lee^{†*}

Master, Dept. of Clothing & Textiles, University of Ulsan
Prof., Dept. of Clothing & Textiles, University of Ulsan^{†*}
(2017. 5. 5 접수; 2017. 8. 11 수정; 2017. 8. 18 채택)

Abstract

This study aimed to investigate the relationship between oriented quality of life and fashion image with a focus on their futures. The results of this study are as follows. First, oriented quality of life was sampled as six factors such as information preference, job preference, self-preference, leisure preference, health preference, and self-defense preference, whereas an oriented fashion image was drawn as three factors such as urban image, individual image, and feminine image. Second, the self-defense preference had a significant effect on modern image and individual image as in Photo 1, while leisure preference and self-defense preference exerted a significant influence on feminine image in Photo 2. In Photo 3, leisure preference and self-defense preference affected urban image significantly, and health preference and self-defense preference respectively influenced individual image and feminine image. Third, as a result of investigating the difference between oriented quality of life and the sub-element of oriented fashion image according to the type of oriented quality of life, six groups of oriented quality of life (self-preference, job preference, self-defense preference, information preference, leisure preference, and health preference group) displayed significant differences only in individual image as presented in Photo 2. Fourth, in consequence of examining differences in the factor of an oriented fashion image according to the type oriented quality of life, six groups according to the type of oriented quality of life presented significant differences in the individual, splendor, elegant, refined, youthful, feminine, and modern image among the factor of oriented fashion image.

Key Words: New senior generation(뉴 시니어세대), Oriented quality of life(지향적 삶의 질), Oriented fashion image(지향 패션이미지), Factor of oriented fashion image(지향 패션이미지 요소)

[†]Corresponding author : Eun-Suk Lee
Tel.:+82-52-259-2843, Fax,+82-52-259-2843
E-mail : eunsook@ulsan.ac.kr

I. 서론

고도 개발 성장기를 지나 저성장이라는 뉴노멀 시대를 맞이하게 된 우리나라에서 가장 주목할 만한 사회 현상은 인구수의 변화이다(이현정, 2016). 특히 우리나라는 2017년 기준으로 65세 이상 인구의 비중이 14.0%를 차지하는 고령사회의 도래를 맞이하게 되면서 인구구조의 변화가 유발하는 삶의 질적인 문제에 많은 관심을 가지게 되었다. 국가마다 연령별 인구구성에서 출생아 수가 유난히 높은 특정 시기를 베이비붐(baby boom)이라고 하며, 출산율이 급상승하는 시기에 태어난 출생 코호트(birth cohort)를 베이비 부머(baby boomer)라고 한다(이현정, 2016). 우리나라의 베이비붐은 3차례 인구증가를 맞이하는 시기로 분류되는데 1차 베이비 부머(1955-1963년생), 2차 베이비부머(1968-1974년생), 1차 베이비 부머의 자녀세대인 에코부머(1979-1992년생)의 베이비 부머가 그 대표적 베이비붐 세대이다. 이들 3가지 베이비붐 세대의 수는 전체인구의 절반 가량(47.2%, 2,353만명)을, 근로인구의 2/3(64.6%)를 차지하여 우리나라 사회 경제구조의 중추적인 역할을 담당하고 있다(이현정, 2016). 베이비 부머가 중추가 되는 고령사회는 시장 수요측면에서도 영향을 미쳐 재화와 서비스 구매가 과거와는 다른 구매패턴의 변화를 야기했다(박문수와 3인, 2013). 우리나라에서 차지하는 베이비 부머 47.2%는 이전의 고령 세대와는 달리 여유있는 경제력을 기반으로 적극적인 소비활동을 하는 '뉴 시니어(New Senior)' 세대로 불리어지는 이들은 소비시장의 주역으로 주목받고 있다(삼성경제연구소, 2011). 그들은 현재 한국사회에서 단일 최대 소비 주도층으로 부상하고 있는 핵심 소비계층으로 '골든 실버', '골든 시니어', '뉴 히어로' 등의 다양한 타이틀로 불리는 1차 베이비 붐 세대(1957년-1963년생)에 해당된다. 그들의 라이프스타일은 정형화된 삶의 양식에 익숙한 부모 세대에 양육되어 부모들이 경험한 사회적 제도와 규범, 가치와 이데올로기 속에 스며있는 전통적 요소와 근대적 요소, 때로는 탈 근대적 요소 등의 혼용된 삶을 특징으로 하고 있다. 특히 현재 한국 사회는 새로운 사회계층의 등장, 개인취향적 소비패턴, 환경을 생각하는 재활용

문화, 건강과 여가를 중시하는 웰빙열풍, 영역간의 컨버전스 확산 등으로 고유 영역의 경계가 허물어지면서 기존의 고령 세대가 지향했던 삶의 방향이나 인생관은 예비 고령 세대의 지침서로서의 역할을 상쇄시키고 있다. 뉴 시니어 세대는 자신을 가꾸고 꾸미는데 투자하고 최신 스타일의 옷을 소비하는데도 매우 적극적인 모습을 보이는(이코노미플러스, 2011) 주체적인 삶을 영유하려는 자기중심적 사고와 더불어 아날로그 시대의 삶의 방식을 병행하는 이중적 성격을 보이는 것 또한 사실이다. 사회적 현상 중의 일환인 '동안 열풍'이 그들의 삶의 방식에 추가되면서 실제 연령과 일치되는 힘없고 나약한 이미지의 뉴 시니어 세대가 아닌 직업을 갖거나 자신의 정체성을 상실하지 않은 당당한 '액티브에이징(Active Aging)'의 뉴 시니어 세대이기를 바라는 요구를 등장시킴으로써, 패션, 화장품, 헬스, 성형, 건강식품, 문화상품 등의 분야에 적극적인 소비행동을 유도하였으며, 이에 따라 그들과 관련된 소비시장의 시너지 효과는 클 것으로 예측되고 있다. 통계청의 가계동향조사를 기반으로 연령별 소비구조의 특징을 12개 지출 품목별로 살펴보면 의류 및 신발의 가계소비지출 내 지출 비중은 1990년대와 2000년대 간에 큰 차이가 없었다. 다만 의류 및 신발은 연령대별로 차이를 보였는데, 30대까지 지속적으로 증가하다가 40대 가구의 교육비 부담으로 40대 들어 줄어들었다가 50대 가구주 가구에서 다시 증가하는 양상을 보였다(박문수와 3인, 2013). 이는 교육비 부담이 줄어들면서 어느 정도 자신에게 투자하는 경제적 여유와 건강한 삶의 질에 대한 욕구 등이 부합되면서 의류 및 신발의 소비지출이 증가되었다고 볼 수 있다. 특히 고령인구의 심리적 건강한 삶의 질 향상을 위한 여러 대안 수립이 필요한 시점에서 그들이 지향하는 삶의 질은 무엇이고 지향하고자 하는 패션이미지를 파악하는 것이 필요하며 이를 파악하고 예측해봄으로써 패션시장의 확장성을 위한 정보를 제공받을 수 있기 때문에 이 변수들 간의 관계성이 다뤄져야 한다. 따라서 본 연구는 1차 베이비 부머인 뉴 시니어 세대가 지향하는 삶의 질 유형을 밝히고 유형에 따라 지향하는 패션 이미지가 무엇인지를 밝히는 것을 목적으로 한다. 이와 관련된 선

행연구들(김유덕, 김미영, 2004; 심정희, 2007; 노영, 박재옥, 2008; 김점해, 이영주, 2010)은 30-40대 중상층 여성, 30대-60대의 중노년층 여성, 만 20세~만 50세 이상의 여성들, 40대~50대의 중년층과 60대 이상의 노년층 여성 등을 대상으로 의복추구이미지 분석에 초점을 둔 반면, 본 연구는 뉴 시니어 세대가 향후에 지향하기를 바라는 삶의 질 유형에 따라 지향할 패션이미지를 예측한다는 점에 차이가 있다. 이를 위하여 본 연구에서는 뉴 시니어 500명을 대상으로 설문지 조사가 실시되었으며 자료 분석은 SPSS 17.0 프로그램을 이용하여 요인분석, 신뢰도분석, 회귀분석, 군집분석, 분산분석, 다변량분산분석, 교차분석을 사용하였고, 사후검정인 Duncan-test, 기술통계분석을 실시하였다.

II. 이론적 배경

1. 뉴 시니어(New Senior) 세대의 삶의 질

우리나라의 베이비붐은 1차 베이비 부머(1955-1963년생), 2차 베이비부머(1968-1974년생), 1차 베이비 부머의 자녀 세대인 에코부머(1979-1992년생)의 3차례 시기로 분류되는데, 1,2차 베이비 부머 세대는 총인구의 34%(1,650만명)를 차지하는 거대 인구집단으로(김용하, 임성은, 2011) 우리나라 사회 경제구조의 중추적인 역할을 담당하고 있다. 뉴 시니어(New Senior) 세대는 베이비붐 세대(1955년-1963년생) 사이에 출생한 세대로 과거의 시니어 세대와는 다른 특징을

보인다. 그들은 고령사회의 일원으로 합류됨에 따라 자신의 일생에 관한 행복 및 생활목표와 직결되는 부분에 관심이 많고 개인이 설정한 생활 목표에 대한 만족감과 직결되는 문제로 지향하는 삶의 질 방향에서는 차이를 보일 수 있다. 즉 삶의 질은 절대적 개념이 아닌 한 사회의 수준과 사회 구성원들의 가치관 및 규범 등에 따라 변화할 수 있는 상대적인 개념으로 삶의 질 구성 요소에는 인간의 삶에 대한 여러 측면이 내포되어 있어 개인에 따라 느끼는 정도는 다르게 나타난다.

삶의 질(Quality of life)은 '삶(Life)과 '질'(Quality)이란 단어가 합성된 용어로 포괄적이고 함축적인 의미를 지니고 있어 삶의 질이 무엇을 의미하는가에 대해서는 견해차를 보이기는 하나 기본적인 맥락은 동일하다. 삶의 질에 대한 개념을 통합적으로 살펴보면, Padilla(1990)는 삶의 질이란 정신적 건강, 신체적 건강, 신체상에 대한 관심, 사회적 관심 진단 및 치료에 대한 반응들을 평가하는 것으로 신체적, 정신적, 사회적, 경제적 영역에서 각 개인이 지각하는 주관적인 안녕이라고 말하고 있다. 이는 전반적인 삶에 관한 것이며 개인의 삶을 구성하는 영역은 매우 다양하기 때문에 삶의 질에 영향을 미치는 요인에 대해서는 소득, 건강, 결혼, 가족, 주거, 지역사회, 여가, 종교 등 사실상 삶의 모든 영역이 영향을 준다는 결론을 제시하고 있다(Andrew, Withey, 1976; Campbell A., 1976; 정병은, 2007). 노유자(1988)는 삶의 질이란 신체적, 정신적 및 사회·경제적 영역에서 각 개인이 지각하는 주관적인 안녕으로써, 이는 인간 삶의 정도와 가치를 다루는 것으로 개인의 사회적 배경 뿐 아니라 그들이 스스

〈표 1〉 지향적 삶의 질 구성요소

유형	세부항목
정보선호성	새로운 정보 교육, 적극적 교육활동, 평생교육프로그램참여, 컴퓨터교육, 지속적 공부
직업선호성	직종 구분 없는 취업, 재취업 프로그램 참여, 생산 활동을 통한 행복, 직업의 우선
자기선호성	옷차림, 성형, 피부, 미용 등 외모관리의 비용 투자, 외모관심
여가선호성	문화예술 공연관람, 문화센터 및 노래교실, 사교모임 참석 주기적인 영화 관람 등
건강선호성	운동 선호, 웰빙 제품 관심, 건강 체크, 건강 음식 선호
자기방어선호성	나약한 노인상에 대한 두려움, 자존심은 중요하지 않음, 모든 것을 내 탓으로 돌림

로를 또는 다른 사람에 의해 어떻게 판정되고 평가되는가 하는 문제라 하였다. 일반적으로 삶의 질이라고 할 때는 경제수준·복지·의료·교통·범죄율 등 사회의 객관적인 지표와 개인이 느끼는 삶에 대한 만족감과 긍정적 심리상태를 포괄하는 개념으로 사용할 수 있다(김승권외, 2008).

따라서 이전의 노인들과는 다른 생활양상을 보이는 뉴 시니어 세대의 특수성이 반영되는 삶의 질 지표 측정은 매우 중요하다. 또한 사람들은 각자 자신의 삶에 대해 다른 목표와 기준들을 가지고 있어 개인이 자신의 삶에 대해 어떻게 느끼고 생각하는지가 서로 다르기 때문에(박재국, 이미숙, 2001), 삶의 객관적인 측면과 삶에 대한 개인의 의견을 의미하는 주관적 측면이 통합적으로 측정되어야 하며 삶의 질을 구성하는 요소는 최수정(2000)의 조사연구를 토대로 정보선호성, 직업선호성, 자기선호성, 여가선호성, 건강선호성, 자기방어선호성 6유형으로 분류하였다(표 1).

2. 뉴 시니어 세대의 지향 패션이미지

사람들은 자신의 가치관이나 개성, 성격 등에 따라 추구하는 패션이미지가 다르며, 개인의 기호와 개성에 따른 패션을 선택하기 때문에 자신이 원하는 이미지에 도달할 수 있다. 뉴 시니어 세대는 건강한 심리적 삶의 질 향상에 관심이 많은 만큼 삶의 질 유형에 따라 패션이미지 지향성에서도 차이가 나타날 가능성이 높다. 정인희(2001)는 추구의복이미지를 '의복을 통하여 강조하거나 보완하고 싶은 자기 이미지'라 정의내리고 있다. 추구의복이미지는 내가 원하는 의복이미지로서 개인이 현실점에서 착용하는 의복이미지와 개념과는 차이가 있다. 본 연구에서는 지향 패션이미지는 현재 착용하고자 하는 패션에서 나타나는 이미지가 아니라 향후에 개인이 추구하고 싶은 패션이미지의 개념으로 사용된다.

김유덕, 김미영(2004)의 연구에서 30대~60대의 중·노년층 여성의 의복추구 이미지를 형용사를 독립적인 척도로 사용한 결과에서 모든 연령에서 공통적으로 향후 노년이 되었을 때의 의복추구 이미지는 우아하고 고급스러우며 품위 있는 의복이미지를 가장 높게 추구한다고 하였다. 특히, 40대~50대 집단에서 높은 비율이 나

타나 노년의 의복에서 고급스러움과 품위는 배제할 수 없는 이미지라 하였다. 또한 60대 집단에서는 화려하거나 귀여운 이미지를 추구하는 경향이 나타났는데 이는 노화에 따른 신체적인 변화를 의복을 통해 극복하고자 하는 성향의 결과라 하였다. 심정희(2007)는 만 20세~만 50세 이상의 여성들을 대상으로 개인주의와 집단주의 성향에 따라 의복 추구 이미지를 연구한 결과, 만 40세 이상의 집단은 여성스럽고 수수한 이미지를 선호한다고 하였다. 김검해, 이영주(2010)는 65세 이상의 노인여성의 패션 아이템별 선호이미지에 관한 연구를 한 결과, 60대·70대 노인들 모두 여성스럽거나 젊은 이미지를 가장 선호한다고 하였다. 이미숙(2011)은 성인 여성을 대상으로 세련된, 편안한, 개성적, 활동적, 여성적, 단정한 이미지 선호집단으로 분류하여 선호의복이미지를 연구하였다. 40대 이상의 집단에서는 품위 있는 이미지와 세련된 이미지, 단정한 이미지를 선호하였고, 50대 이상의 집단에서는 편안한 이미지와 단정한 이미지 선호 비율이 매우 높다고 하였다.

이상의 선행연구들에서 살펴본 바와 같이 개인은 태도나 성향에 따라 자신의 이미지 혹은 역할이나 상황에 일치하는 이미지의 패션을 지향한다는 결론에 따라 지향적 패션이미지는 성격, 가치관과 같은 내면적인 자아의 특성을 표현하는 상징적 수단이 될 수 있을 것으로 예상되므로, 연구대상인 뉴 시니어 세대가 새로운 노년층에 진입했을 때 그들이 지향하고자 하는 패션이미지 분석은 향후 실버패션의 이미지 스타일을 제시하는 변수로서의 활용이 가능할 것으로 사료된다.

이에 본 연구에서는 뉴 시니어 세대의 지향 패션이미지는 형용사 9항목(개성적 이미지(대담한, 독특함, 화려함), 여성적 이미지(부드러운, 우아한, 여성스러운), 도회적 이미지(세련된, 젊어 보이는, 현대적인)로 분류하였다.

이상의 삶의 질, 패션이미지의 관계에 대한 선행 연구들을 종합해 볼 때, 삶의 질 변수는 패션 이미지 변수와의 관계성을 보이고 패션이미지 변수 또한 삶의 질 변수에 의해 영향을 받는다는 예측이 가능하므로 1차 베이비 부머의 뉴 시니어 세대를 대상으로 이들 변수간의 영향력 및 관계성 분석에 초점을 둔다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

연구문제 1. 지향적 삶의 질, 지향 패션이미지 차원간의 유의적인 영향력 정도를 살펴본다.

연구문제 2. 지향적 삶의 질 유형에 따른 지향적 삶의 질, 지향 패션이미지 차원의 차이를 살펴본다.

연구문제 3. 지향적 삶의 질 유형에 따른 지향 패션이미지 요소의 차이를 살펴본다.

연구문제 4. 지향적 삶의 질 유형에 따른 외출 시 지향 패션이미지의 관계를 살펴본다.

2. 측정도구

본 연구에서는 뉴 시니어 세대, 지향적 삶의 질, 지향 패션이미지 차원과 요소에 대한 실증적 연구는 설문지를 시행하였다. 설문지 내용 중 지향적 삶의 질 측정문항은 최수정(2000), 김승권(2008), 양민희(2008)의 선행연구를 바탕으로 건강, 여가, 자아성취, 정보와 교육, 취업, 삶에 대한 태도를 포함하는 30문항으로 구성하였다. 김미혜, 신경림(2005)의 자기통제 1문항, 자기 효능감 2문항을 수정하여 개인 발전과 자아성취, 삶에 대한 태도 문항으로 변경하였고, 한혜원(2002)의 여가만족 2문항을 보완하여 여가활동과 건강 문항 척도로 선택하였다. 25문항은 연구자가 개발한 것으로 '매우 그렇다'에 5점, '전혀 그렇지 않다'에 1점을 주어 5점 Likert척도로 측정하였다. 지향 패션이미지 차원의 사진선정은 관능검사를 이용하려 '개성적 이미지', '여성적 이미지', '도회적 이미지'로 추출된 각 이미지의 대표사진을 선정하여 피험자가 느끼는 이미지의 정도를 '매우 그렇다'에 5점, '전혀 그렇지 않다'에 1점을 주어 5점 Likert척도로 측정하였다. 패션이미지 요소에 관한 평가척도는 화려한, 세련된, 부드러운 이미지 등을 포함하는 9개 항목으로 구성하고 '매우 그렇다'에 5점, '전혀 그렇지 않다'에 1점을 주어 5점 Likert척도로 측정하였다. 외출 시 지향하는 패션이미지는 전통 이미지, 서양 이미지, 퓨전 이미지에 대한 긍정적,

부정적 평가에 대해 '매우 그렇다'에 5점, '전혀 그렇지 않다'에 1점을 주어 5점 Likert척도로 측정하였다. 아울러 지향하는 패션이미지를 선택한 이유로 편안해 보여서, 세련되어 보여서, 단아해 보여서, 신체를 가려주어서 항목에 대해 '매우 그렇다'에 5점, '전혀 그렇지 않다'에 1점을 주어 5점 Likert척도로 측정하였다. 조사 대상자들의 일반적 특성은 연령, 거주지, 직업, 학력, 경제적 만족도 5문항으로 구성하였다.

본 연구에서 사용된 지향 패션이미지 차원의 사진 자료는 인터넷 자료와 정기간행물 등을 통하여 뉴 시니어 세대가 미래에 고령사회로 진입하였을 때 모델이 될 수 있는 대중스타와 일반인의 전신 정면 사진 125장을 1차로 수집하였다. 수집된 125장의 사진은 선행연구를 토대로 비슷한 이미지로 분류한 후 개성적 이미지(19장), 수수한 이미지(34장), 우아한 이미지(28장), 도회적 이미지(16장), 단정한 이미지(21장), 귀여운 이미지(7장) 등의 총 6그룹으로 2차 분류되었다. 패널 4인의 관능검사를 통하여 6그룹으로 분류된 사진에 대해 3인 이상 일치도를 보인 사진을 재분류(113장)한 후, 패션 이미지 6그룹 중에 뉴 시니어 세대가 지향할 가능성이 높은 이미지를 재추출한 결과 개성적 이미지, 여성적 이미지, 도회적 이미지로 축소되었으며, 각 이미지를 대표하는 사진 3장을 선정하였다. 본 연구를 위한 최종 대표 사진은 실제 연구대상자인 뉴 시니어 세대 50인에게 이미지를 대표하는 각각의 사진 중 1장씩을 선정하게 한 결과, 원피스를 착용한 사진이 공통적으로 선정되어 본 연구의 사진 자극물로 최종 채택되었다.

3. 자료수집 및 조사대상

본 연구는 뉴 시니어 세대, 지향적 삶의 질, 지향 패션이미지에 대한 이론적 배경은 문헌자료에 근거하여 조사되었다. 지향적 삶의 질 유형, 지향 패션이미지 차원 및 요소, 외출 시 지향 패션이미지간의 연구는 설문지를 이용한 실증적 연구로 진행되었다. 부산·울산에 거주하는 만 47세~55세 여성을 대상으로 부산지역 200부와 울산지역 300부의 총 500부 설문지가 배포되어 불성실하게 작성된 설문지를 제외한 부산지역 176

〈표 2〉 연구대상자의 일반적 특성

특성	범위	빈도 (명)	백분율(%)
연령	만 47세-49세	184	46.3
	만 50세-55세	213	53.7
	전 체	397	100
거주지역	울산	221	55.3
	부산	176	44.7
	전 체	397	100
직업	전업주부	244	61.5
	사무직	21	5.3
	자영업	93	23.4
	전문직	39	9.8
	전 체	397	100
학력	초졸 이하	2	0.5
	중졸 이하	18	4.5
	고졸 이하	178	44.8
	대졸 이하	189	47.6
	대학원 졸	10	2.5
	전 체	397	100
경제적 만족도	매우 부족한 편이다	3	0.8
	부족한 편이다	39	9.8
	보통이다	269	67.8
	풍족하다	83	20.9
	매우 풍족하다	3	0.8
	전 체	397	100

부와 울산지역 221부의 총 397부가 최종 분석에 사용되었다.

4. 자료분석

본 연구의 자료 분석은 SPSS 17.0 프로그램을 이용하여 요인분석, 신뢰도분석, 회귀분석, 군집분석, 분산분석, 다변량분산분석, 교차분석을 사용하였고, 사후검정인 Duncan-test, 기술통계분석을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 조사대상자의 일반적 특성

본 연구대상의 일반적 특성은 다음과 같이 나타났다(표 2). 설문 응답자 총 397명 중 40대는

46.3%, 50대는 53.7%이고, 거주지역은 울산이 55.3%, 부산이 44.7%의 비율로 나타났으며, 전업주부는 61.5%, 사무직은 5.3%, 자영업은 23.4%, 전문직은 9.8%의 분포를 보였다. 또한 초졸 이하는 0.5%, 중졸 이하는 4.5%, 고졸 이하는 44.8%, 대졸 이하는 47.6%, 대학원 졸업자는 2.5%로 나타났으며, 경제적 만족도는 '보통이다'가 67.8%, '풍족하다'가 20.9%의 비율로 나타났다.

2. 지향적 삶의 질, 지향 패션이미지의 차원

1) 지향적 삶의 질의 하위차원을 분석한 결과, 〈표 3〉과 같이 정보선호성, 직업선호성, 자기선호성, 여가선호성, 건강선호성, 자기방어선호성 6요인으로 추출되었으며, 6요인의 총 설명력은 62.32%로 나타났다. 요인 1은 새로운 정보에 대한 수용과 교육을 위한 활동이나 프로그램에 대해 적극적인 참여 의향을 나타내는 태도 등이 포함된 5문항은 '정보선호성'이라 명명하였고, 구성

〈표 3〉 지향적 삶의 질

(n=397)

	측정항목	요인 부하량	고유값	설명력 (%)	신뢰도 (α 값)
요인 1 정보선호성	나는 노년이 되었을 때 새로운 정보라면 교육을 받을 것이다	.84	5.75	14.08	.847
	나는 노년이 되었을 때 다른 일을 제쳐두고라도 교육을 위한 활동에 참가 하겠다	.78			
	나는 노년이 되었을 때 평생교육 프로그램에 참여할 것이다	.76			
	나는 노년이 되었을 때 컴퓨터 교육에 관심을 가지겠다	.68			
	나는 노년이 되었을 때 계속 공부할 것이다	.64			
요인 2 직업선호성	나는 노년이 되었을 때 일을 할 수만 있다면 어떤 직업 이라도 가질 것이다	.87	2.96	12.00	.835
	나는 노년이 되었을 때 자녀의 도움을 받지 않기 위해 노인을 위한 재취업 프로그램에 참여 하겠다	.83			
	나는 노년이 되었을 때 힘이 들더라도 일을 할 의향이 있다	.74			
	나는 노년이 되었을 때 힘든 일을 하더라도 마음은 행복 할 것이다	.72			
요인 3 자기선호성	나는 노년이 되었을 때 외모관리에 드는 비용은 아깝지 않을 것이다	.79	1.87	11.80	.792
	나는 노년이 되었을 때 옷차림이나 피부관리 등에 아낌없이 돈을 지출할 것이다	.78			
	나는 노년이 되었을 때 젊게 보인다면 성형을 할 것이다	.76			
	나는 노년이 되었을 때 외모관리나 미용에 관심을 가지겠다	.65			
요인 4 여가선호성	나는 노년이 되었을 때 문화예술 공연을 우선적으로 관람 하겠다	.82	1.36	10.93	.768
	나는 노년이 되었을 때 문화·예술 활동에 지불하는 비용이 아깝지 않을 것이다	.76			
	나는 노년이 되었을 때 문화센터나 노래교실, 사교모임 등에 참가할 것이다	.65			
	나는 노년이 되었을 때 주기적으로 영화를 볼 것이다	.59			
요인 5 건강선호성	나는 노년이 되었을 때 건강을 위해 운동을 할 것이다	.70	1.24	8.09	.603
	나는 노년이 되었을 때 건강에 좋다면 어떤 음식이든 가리지 않겠다	.64			
	나는 노년이 되었을 때 건강을 위해 자연식, 유기농 제품 등에 더 많은 관심을 가지겠다	.57			
	나는 노년이 되었을 때 조금만 아파도 병원에 갈 것이다	.47			
요인 6 자기방어 선호성	나는 노년이 되었을 때 자존심은 중요하지 않을 것이다	.78	1.17	5.43	.254
	나는 노년이 되었을 때 모든 것이 내 탓이라는 생각으로 생활할 것이다	.61			
총 설명력(%)		62.32			

문항에 대한 신뢰도는 .847이며, 설명력은 14.08%로 나타났다. 요인 2는 재취업 의향과 힘든 일을 하더라도 일을 한다면 행복할 것 등이 포함된 4문항은 ‘직업선호성’이라 명명하였고, 구

성문항에 대한 신뢰도는 .835이며, 설명력은 12%로 나타났다. 요인 3은 외모관리에 드는 비용이 아깝지 않을 것이다, 옷차림이나 피부관리 등에 아낌없는 투자를 할 것이다, 성형을 할 것이다

〈표 4〉 지향 패션이미지 차원

(n=397)

요인	항목	형용사	요인 부하량	고유값	설명력 (%)	신뢰도 (α 값)
사진 1  (출처 : http://sportsworld.seegeye.com/)	도회적 이미지	현대적인	.82	2.76	23.29	.692
		젊어 보이는	.75			
		세련된	.72			
	개성적 이미지	개성적	.83	1.88	21.70	.728
		독특한	.80			
		화려한	.77			
	여성적 이미지	부드러운	.84	1.09	18.73	.641
		우아한	.72			
		여성적	.58			
	총 설명력(%)			63.72		
사진 2  (출처 : http://blog.naver.com/mindy76)	개성적 이미지	개성적	.85	2.53	22.46	.749
		독특한	.81			
		화려한	.76			
	도회적 이미지	현대적인	.83	2.01	22.06	.675
		젊어 보이는	.79			
		세련된	.63			
	여성적 이미지	부드러운	.76	1.07	19.93	.612
		우아한	.74			
		여성적	.71			
	총 설명력(%)			62.45		
사진 3  (출처 : http://www.yonhapnews.co.kr/)	도회적 이미지	현대적인	.83	2.64	24.29	.760
		젊어 보이는	.81			
		세련된	.772			
	개성적 이미지	개성적	.80	1.78	20.20	.656
		독특한	.77			
		화려한	.73			
	여성적 이미지	부드러운	.86	1.28	18.49	.598
		우아한	.74			
		여성적	.55			
	총 설명력(%)			62.97		

등을 포함한 4문항은 ‘자기선호성’이라 명명하였고, 구성문화에 대한 신뢰도는 .792이며, 설명력은 11.79%로 나타났다. 요인 4는 문화예술 공연을 우선적으로 관람하겠다, 문화예술 활동에 지출하는 비용이 아깝지 않을 것이다, 문화센터나 노래교실, 사교모임 등에 참여할 것이다, 주기적인 영화관람을 할 것이다 등이 포함된 4문항은 ‘여가선호성’이라 명명하였고, 구성문화에 대한 신뢰도는 .768이며, 설명력은 10.93%로 나타났

다. 요인 5는 건강을 위해 운동을 할 것이다, 건강에 좋다면 어떤 음식이든 가리지 않겠다, 건강을 위해 자연식, 유기농 제품 등에 더 많은 관심을 가지겠다, 조금만 아파도 병원에 갈 것이다 등이 포함된 4문항은 ‘건강선호성’이라 명명하였고, 구성문화에 대한 신뢰도는 .603이며, 신뢰도는 5.39%로 나타났다. 요인 6은 노년이 되었을 때 자존심은 중요하지 않을 것이다. 모든 것이 내 탓이라는 생각으로 생활할 것이다 등이 포함

된 2문항은 '자기방어선호성'이라 명명하였고, 구성문항에 대한 신뢰도는 .254이며, 설명력은 5.43%로 나타났다. '자기방어선호성'요인은 낮은 신뢰도 값을 가지나 노년기에 접어드는 고령자가 가지는 불안감이나 나약한 심리를 설명해줄 수 있는 유의한 변인이라 판단되어 본 연구에서는 사용하고자 한다.

2) 지향 패션이미지 차원

지향 패션이미지 차원의 하위차원을 분석한 결과, 현대적인, 젊어 보이는, 세련된 3항목은 도회적 이미지로, 개성적, 독특한, 화려한 3항목은

개성적 이미지로, 부드러운, 우아한, 여성적 3항목은 여성적 이미지로 각각 명명하였으며 사진 1 사진 2, 사진 3의 지향 패션이미지의 신뢰도와 총 설명력은 <표 4>와 같다.




3. 지향적 삶의 질이 지향 패션이미지 차원에 미치는 영향

1) 지향적 삶의 질이 사진 1의 지향 패션이미지 차원에 미치는 영향

지향적 삶의 질이 사진 1의 지향 패션이미지

<표 5> 지향적 삶의 질과 사진 1의 지향 패션이미지 차원 회귀분석

(n=397)

독립변수 (지향적 삶의 질)	종속변수 (지향 패션이미지 차원)		회귀계수B	표준오차	β	t
정보선호성		도회적 이미지	-.00	.07	-.00	-.027
직업선호성			-.08	.05	-.09	-1.605
자기선호성			-.04	.06	-.04	-.668
여가선호성			-.11	.07	-.10	-1.680
건강선호성			.11	.07	.09	1.570
자기방어선호성			.12	.05	.13	2.467*
상수(Constant)			3.093	.299		10.347***
F=2.357* R=.187 R ² =.035						
정보선호성		개성적 이미지	.13	.07	.11	1.853
직업선호성			.03	.05	.03	.527
자기선호성			.02	.06	.03	.431
여가선호성			.03	.07	.03	.492
건강선호성			-.06	.07	-.05	-.836
자기방어선호성			-.19	.05	-.19	-3.846***
상수(Constant)			3.580	.298		11.997***
F=3.484** R=.226 R ² =.051						
정보선호성		여성적 이미지	-.03	.06	-.03	-.533
직업선호성			.07	.05	.08	1.503
자기선호성			.01	.05	.01	.247
여가선호성			.01	.06	.01	.087
건강선호성			.11	.06	.10	1.739
자기방어선호성			.02	.05	.03	.486
상수(Constant)			2.540	.273		9.295***
F=1.164 R=.133 R ² =.018						

***p<.001 **p<.01 *p<.05

〈표 6〉 지향적 삶의 질과 사진 2의 지향 패션이미지 차원 회귀분석

(n=397)

독립변수 (지향적 삶의 질)	종속변수 (지향 패션이미지 차원)		회귀계수B	표준오차	β	t
정보선호성		도회적 이미지	.00	.06	.00	.049
직업선호성			.01	.05	.01	.147
자기선호성			.02	.05	.03	.434
여가선호성			-.00	.06	-.00	-.06
건강선호성			.08	.07	.07	1.143
자기방어선호성			-.01	.05	-.01	-.178
상수(Constant)			2.585	.284		9.086***
						F=.434 R=.081 R ² =.007
정보선호성		개성적 이미지	.10	.08	.09	1.369
직업선호성			-.02	.06	-.02	-.407
자기선호성			-.05	.06	-.04	-.739
여가선호성			.05	.07	.04	.721
건강선호성			.09	.08	.06	1.097
자기방어선호성			-.01	.06	-.00	-.082
상수(Constant)			2.173	.334		6.514***
						F=1.142 R=.131 R ² =.017
정보선호성		여성적 이미지	-.03	.05	-.03	-.493
직업선호성			.04	.04	.06	1.044
자기선호성			-.00	.04	-.00	-.06
여가선호성			.12	.05	.14	2.324*
건강선호성			.11	.06	.11	1.927
자기방어선호성			-.11	.04	-.14	-2.747**
상수(Constant)			3.061	.234		13.110***
						F=3.940** R=.239 R ² =.057

***p<.001 **p<.01 *p<.05

차원에 미치는 영향을 살펴본 결과는 〈표 5〉와 같다.

사진 1에서는 도회적 이미지와 개성적 이미지에 대해 자기방어선호성이(t=2.467, p<.05), (t=-3.846, p<.001) 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 삶에 대해 수동적인 태도를 가지고 있는 사람들은 사진 1을 도회적 이미지로 평가한 반면, 개성적 이미지대해서는 부정적 평가를 보이고 있음을 알 수 있다.

2) 지향적 삶의 질이 사진 2의 지향 패션이미지 차원에 미치는 영향

지향적 삶의 질이 사진 2의 지향 패션이미지 차원에 미치는 영향을 살펴본 결과는 〈표 6〉과 같다.

사진 2에서는 여성적 이미지에 대해 여가선호성(t=2.324, p<.05)과 자기방어선호성(t=-2.747, p<.01)이 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 여가활동을 지향하고 활동적인 삶을 지향하는 여가선호성은 사진 2에 대해 여성적 이미

〈표 7〉 지향적 삶의 질과 사진 3의 지향 패션이미지 차원 회귀분석

(n=397)

독립변수 (지향적 삶의 질)	종속변수 (지향 패션이미지 차원)		회귀계수B	표준오차	β	t
정보선호성		도회적 이미지	-.05	.06	-.05	-.785
직업선호성			-.01	.04	-.01	-.101
자기선호성			.05	.05	.05	.947
여가선호성			.24	.06	.24	4.105***
건강선호성			.05	.06	.04	.779
자기방어선호성			-.14	.05	-.15	-3.121**
상수(Constant)			3.106	.267		11.642***
						F=6.631*** R=.304 R ² =.093
정보선호성		개성적 이미지	.07	.07	.06	1.021
직업선호성			-.04	.05	-.05	-.896
자기선호성			-.10	.06	-.10	-1.803
여가선호성			.11	.07	.10	1.664
건강선호성			.16	.07	.14	2.332*
자기방어선호성			.04	.05	.04	.797
상수(Constant)			2.117	.292		7.261***
						F=2.827* R=.204 R ² =.042
정보선호성		여성적 이밋	.03	.06	.04	.566
직업선호성			-.02	.04	-.03	-.456
자기선호성			.10	.05	.12	2.072*
여가선호성			.06	.06	.07	1.122
건강선호성			-.12	.06	-.11	-1.927
자기방어선호성			-.08	.04	-.10	-1.964
상수(Constant)			3.020	.254		11.886***
						F=2.136* R=.178 R ² =.032

***p<.001, **p<.01, *p<.05

지로 평가한 반면, 소심하고 모든 것을 내 탓이라고 생각하는 자기방어선호성은 사진 2에 대해 여성적 이미지로 느끼지 않는 것으로 나타나 서로 상반되는 결과로 나타났음을 알 수 있다.

3) 지향적 삶의 질이 사진 3의 지향 패션이미지 차원에 미치는 영향

지향적 삶의 질이 사진 3의 지향 패션이미지 차원에 미치는 영향을 살펴본 결과는 〈표 7〉과 같다.

사진 3에서는 도회적 이미지에 대해 여가선호성(t=4.105, p<.001)과 자기방어선호성(t=-3.121, p<.01)이, 개성적 이미지에 대해 건강선호성(t=2.331, p<.05)이, 여성적 이미지에 대해 자기선호성(t=2.072, p<.05)이 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 문화예술 활동에 관심이 있고 적극적인 여가시간을 보내려는 여가선호성은 사진 3에 대해 도회적 이미지로, 삶에 대한 수동적인 자기방어선호성은 도회적 이미지로 느끼지 않음을 알 수 있다. 자기의 외모관리나 성형미용에 경제적 투자를 지향하는 자기선호성은

〈표 8〉 지향적 삶의 질 유형에 따른 지향적 삶의 질 차이 분석

(n=397)

군집명 요인명	제1군집 자기선호그룹	제2군집 직업선호 그룹	제3군집 자기방어선호 그룹	제4군집 정보선호그룹	제5군집 여가선호그룹	제6군집건강 선호그룹	F
정보선호성	.338b	-.288c	.308b	.826a	-.668d	-.858d	36,719*
직업선호성	.287b	1.050a	-.206cd	-.337cd	-.529d	-.150c	21,538*
자기선호성	.733a	-.756d	.488ab	-1.255e	-.486c	.238b	78,110*
여가선호성	.130b	.539a	-.259c	-.733d	.587a	-.277c	17,783*
건강선호성	-.133c	.228b	-.183c	-.217c	-.743d	1.390a	47,802*
자기방어선호성	-.678d	.501b	1.074a	-.301c	-.110c	-.340c	55,389*
소속인원(명)	102	44	82	51	63	55	397

***p<.001, a, b, c, d, e는 Duncan-test 결과임. a)b)c)d)e

여성적 이미지로, 건강을 위해 운동에 관심이 있거나 웰빙 제품에 많은 관심을 가지는 건강선호성은 개성적인 이미지로 평가한 반면, 자기방어선호성은 여성적 이미지로 느끼지 않음을 알 수 있다.

이상의 두 변인간의 영향력 및 유의적인 영향력 정도를 살펴본 결과, 상관적인 영향력을 미치는 것으로 나타났으나, 유의적인 영향력 정도에서는 높은 설명력을 보여주지는 못하였다.

4. 지향적 삶의 질 유형에 따른 지향적 삶의 질, 지향 패션이미지 차원 차이

1) 지향적 삶의 질 유형에 따른 지향적 삶의 질 차이

지향적 삶의 질에 속한 대상이 유사성을 갖게 하고 그룹간의 차이를 명확하게 알아보기 위해 K-평균 군집분석을 실시하였다. 적절한 그룹수를 결정하기 위하여 3~6 등으로 그룹수를 고정한 후 군집분석을 실시하였으며, 그룹 수를 6으로 고정하였을 때 그룹 간 차이가 분명하여 6그룹으로 유형화하였다. 또한 군집유형에 따라 지향적 삶의 질이 의미 있는 차이를 보이는지 살펴보기 위해 분산분석(ANOVA)과 사후검정인 Duncan-test를 실시한 결과는 〈표 8〉과 같다.

지향적 삶의 질에 따른 유형별 군집의 타당성을 검증하기 위하여 6개의 군집에 따라 지향적 삶의 질 6요인이 의미 있는 차이를 보이는지를 살펴본 결과, 제 1군집은 자기선호성 요인에서 가장 높게 나타나 자기선호그룹으로 102명을 차

지하는 가장 다수의 집단이다. 제 2군집은 직업선호성 요인에서 가장 높게 나타나 직업선호그룹으로 44명을 차지하여 가장 소수의 집단이다. 제 3군집은 자기방어선호성 요인에서 가장 높게 나타나 자기방어선호그룹으로 82명을 차지하여 두 번째로 많은 대상을 포함하는 집단이다. 제 4군집은 정보선호성 요인에서 가장 높게 나타나 정보추구그룹으로 51명을 차지하는 집단이다. 제 5군집은 여가선호성 요인에서 가장 높게 나타나 여가선호그룹으로 63명을 차지하는 집단으로 세 번째로 많은 대상을 포함하는 집단이며, 제 6군집은 건강선호성 요인에서 가장 높게 나타나 건강선호성그룹으로 55명을 차지하는 집단이다.

지향적 삶의 질 유형에 따른 지향적 삶의 질 6요인에 관한 분산분석을 실시한 결과, 정보선호성 요인(F=36,719, p<.001), 직업선호성 요인(F=21,538, p<.001), 자기선호성 요인(F=78,110, p<.001), 여가선호성 요인(F=17,783, p<.001), 건강선호성 요인(F=47,802, p<.001), 자기방어선호성 요인(F=55,389, p<.001)에서 유의한 차이가 나타났다. 사후검정인 Duncan-test를 실시한 결과, 정보선호성 요인은 제 4군집은 제 1, 3군집, 제 2군집, 제 5, 6군집에서, 직업선호성 요인은 제 2군집은 제 1군집, 제 6군집, 제 3, 4군집, 제 5군집에서, 자기선호성 요인은 제 1군집은 제 6군집, 제 5군집, 제 2군집, 제 4군집에서, 여가선호성 요인은 제 2, 5군집은 제 1군집, 제 3, 6군집, 제 4군집에서, 건강선호성 요인은 제 6군집은 제 2군집, 제 1, 3, 4군집, 제 5군집에서, 자기방어선호성 요인은 제 3군집은 제 2군집, 제 4, 5, 6군집, 제 1군집에서 유의적인 차이가 나타났다.

〈표 9〉 지향적 삶의 질 유형에 따른 지향 패션이미지 차원 차이 분석

(n=397)

지향 패션이미지 차원	지향적 삶의 질 유형	제1군집 자기선호 그룹		제2군집 직업선호 그룹		제3군집 자기방어선호 그룹		제4군집 정보선호 그룹		제5군집 여가선호 그룹		제6군집 건강선호그룹		F
		평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차	
사 진 1	도회적 이미지	2.95b	.72	2.86b	.77	3.11ab	.68	3.12ab	.74	3.13ab	.82	3.24a	.34	2.148
	여성적 이미지	3.24	.67	3.11	.78	3.10	.51	3.10	.80	3.13	.67	3.30	.37	1.155
	개성적 이미지	3.63	.69	3.53	.77	3.48	.71	3.51	.85	3.51	.76	3.52	.48	.522
사 진 2	도회적 이미지	2.95	.64	2.98	.66	2.88	.57	2.87	.81	2.98	.60	2.88	.46	.434
	여성적 이미지	2.99 ab	.61	3.16a	.59	2.89b	.53	3.00ab	.55	3.09ab	.62	2.89b	.42	1.996
	개성적 이미지	2.18ab	.66	2.20ab	.68	2.27a	.63	1.99bc	.68	2.07ab	.69	1.82c	.54	3.794**
사 진 3	도회적 이미지	2.90	.66	2.91	.84	3.02	.65	2.80	.62	3.03	.71	2.86	.47	.948
	여성적 이미지	3.69	.53	3.63	.75	3.54	.54	3.60	.60	3.61	.60	3.66	.31	.726
	개성적 이미지	2.83	.79	2.94	.84	2.66	.77	2.73	.88	2.81	.82	2.84	.54	.360

***p<.001, a, b, c, d, e는 Duncan-test 결과임. a)b>c)d>e

2) 지향적 삶의 질 유형에 따른 지향 패션이미지 차원 차이

지향적 삶의 질 유형에 따른 지향 패션이미지 차원에 대한 차이를 살펴보기 위하여 분산분석(ANOVA)과 사후검정인 Duncan-test를 실시한 결과는 〈표 9〉와 같다.

지향적 삶의 질 6그룹은 사진 2의 개성적 이미지(F=3.794, p<.01)에서 유의한 차이가 나타났다. 사후검정인 Duncan-test를 실시한 결과, 사진 1의 도회적 이미지 경우, 제 6군집은 제 1, 2군집에서, 사진 2의 여성적 이미지에서는 제 2군집은 제 1, 3, 6군집에서, 개성적 이미지 경우, 제 3군집은 제 1군집, 제 4군집, 제 6군집에서 유의적인 차이가 나타났다. 이를 통해 지향적 삶의 질의 주관적 변인은 지향 패션이미지 차원과는 유의적인 차이를 보이지는 않았으나, 현 패션시장의 개성화, 세분화 경향에 비추어 볼 때, 향후 노년

층에서도 개인중심적인 패션제품 선호성이 높게 나타날 가능성을 예측할 수 있어 삶의 질 유형에 따른 패션이미지 포지셔닝 기획이 필요할 것으로 사료된다.

4. 지향적 삶의 질 유형에 따른 지향 패션이미지 요소 차이

지향적 삶의 질 유형에 따른 지향 패션이미지 차원에 대한 차이를 살펴보기 위하여 분산분석(ANOVA)과 사후검정인 Duncan-test를 실시한 결과는 〈표 10〉과 같다.

지향적 삶의 질에 따른 6그룹은 개성적(F=3.165, p<.01), 화려한(F=6.503, p<.001), 우아한(F=11.493, p<.001), 세련된(F=10.496, p<.001), 젊어 보이는(F=5.623, p<.001), 여성적(F=5.922, p<.001), 현대적인(F=8.699, p<.001) 이미지에서 유의적인 차이가 나타났다. 사후검정인 Duncan-test를 실시

〈표 10〉 지향적 삶의 질 유형에 따른 지향 패션이미지 요소 차이 분석

(n=397)

지향 패션이미지 요소	지향적 삶의 질 유형	제1군집	제2군집	제3군집	제4군집	제5군집	제6군집	F
		자기선호 그룹	직업선호그 룹	자기방어 선호그룹	정보선호그 룹	여가선호그 룹	건강선호그 룹	
개성적 이미지	평균	2.65a	2.32ab	2.63a	2.20b	2.51ab	2.31ab	3.165**
	표준 편차	.89	1.03	.82	.78	.95	.66	
독특한 이미지	평균	2.99ab	3.14a	2.83ab	2.59b	2.84ab	2.95ab	1.728
	표준 편차	.95	1.07	1.06	1.19	1.05	.80	
부드러운 이미지	평균	3.76	3.84	3.68	3.71	3.70	3.69	.412
	표준 편차	.65	.83	.72	.78	.69	.61	
화려한 이미지	평균	3.12ab	2.82b	2.96b	2.45c	2.84b	3.31a	6.503***
	표준 편차	.78	.95	.97	.90	.85	.74	
우아한 이미지	평균	3.79b	3.75b	3.61b	3.76b	3.75b	4.56a	11.493***
	표준 편차	.72	.94	.83	.76	.72	.71	
세련된 이미지	평균	4.01b	4.09b	3.82bc	3.73c	3.86bc	4.58a	10.496***
	표준 편차	.70	.68	.76	.67	.72	.76	
젊어 보이는 이미지	평균	3.95b	3.77bc	3.59c	3.67bc	3.65bc	4.25a	5.623***
	표준 편차	.79	1.01	.87	.91	.85	.62	
여성적 이미지	평균	3.84b	3.86b	3.73bc	3.55c	3.76bc	4.25a	5.922***
	표준 편차	.69	.88	.63	.64	.78	.73	
현대적 이미지	평균	3.99b	3.98b	3.65c	3.78bc	3.90bc	4.47a	8.699***
	표준 편차	.68	.82	.88	.70	.67	.72	

***p<.001, a, b, c, d, e는 Duncan-test 결과임. a)b)c)d)e

한 결과, 개성적 이미지에서는 제 1, 3군집은 제 4군집에서, 독특한 이미지에서는 제 2군집은 제 4군집에서, 화려한 이미지에서는 제 6군집은 제 3, 5, 2군집과 제 4군집에서, 우아한 이미지에서는 제 6군집은 제 1, 4, 2, 5, 3군집에서 세련된 이미지에서는 제 6군집은 제 1, 2군집, 제 3, 5군집, 제 4군집에서, 젊어 보이는 이미지에서는 제 6군집은 제 1군집, 제 2, 4, 5군집, 제 3군집에서, 여성적 이미지에서는 제 6군집은 제 2, 1군집, 제 3, 5군집, 제 4군집에서, 현대적인 이미지에서는 제 6군집은 제 1, 2군집, 제 4, 5군집, 제 3

군집에서 유의적인 차이가 나타났다. 평균으로 살펴본 결과, 개성적 이미지는 제 3군집에서, 화려한, 우아한, 세련된, 젊어 보이는, 여성적, 현대적인 이미지는 제 6군집에서 높게 나타났음을 알 수 있다.

이와 같은 결과를 통해 향후 뉴 시니어 세대의 여성은 세련되고 현대적인 도회적 이미지와 여성적 이미지, 개성적 이미지 등의 다양한 이미지를 착용 지향 패션이미지로 평가하고 있음을 알 수 있다. 이는 노인 여성들이 대체적으로 젊은 이미지의 패션아이템을 선호한다는 김점해·이영

〈표 11〉 지향적 삶의 질 유형과 외출 시 지향 패션이미지간의 관계 분석

(n=397)

외출시 지향 패션이미지	지향적 삶의 질 유형	제1군집 자기선호 그룹	제2군집 직업선호 그룹	제3군집 자기방어 선호그룹	제4군집 정보선호 그룹	제5군집 여가선호 그룹	제6군집 건강선호 그룹	계	X ² -value
		빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)		
긍정적	전통	4 (1.0)	4 (1.0)	7 (1.8)	7 (1.8)	4 (1.0)	6 (1.5)	32 (8.1)	21.857*
	서양	62 (15.6)	22 (5.5)	50 (12.6)	22 (5.5)	33 (8.3)	42 (10.6)	231 (58.2)	
	퓨전	36 (9.1)	18 (4.5)	25 (6.3)	22 (5.5)	26 (6.5)	7 (1.8)	134 (33.8)	
	계	102 (25.7)	44 (11.1)	82 (20.7)	51 (12.8)	63 (15.9)	55 (13.9)	397 (100)	
부정적	전통	80 (20.2)	30 (7.6)	58 (14.6)	28 (7.1)	49 (12.3)	42 (10.6)	287 (72.3)	15.619
	서양	8 (2.0)	9 (2.3)	10 (2.5)	10 (2.5)	7 (1.8)	4 (1.0)	48 (12.1)	
	퓨전	14 (3.5)	5 (1.3)	14 (3.5)	13 (3.3)	7 (1.8)	9 (2.3)	62 (15.6)	
	계	102 (25.7)	44 (11.1)	82 (20.7)	51 (12.8)	63 (15.9)	55 (13.9)	397 (100)	

***p<0.5

주(2010)의 연구결과와 노년기가 되면 이전에 생각했던 이미지와는 달리 좀 더 젊은 이미지를 원한다는 김유덕·김미영(2004)의 연구결과와는 차이를 보이며, 종전의 노인세대와는 다른 양상을 보이는 뉴 시니어 세대의 풍요롭고 진취적인 노후 준비는 단지 젊어보이게 하는 이미지에 대한 지향이 아니라 그들의 향후 사회적 활동 및 개인적 삶의 추구 등 다방면의 상황이 고려된 다면적 이미지를 지향할 가능성이 높음을 추측할 수 있다.

5. 지향적 삶의 질 유형, 외출 시 지향 패션 이미지간의 관계

지향적 삶의 질 유형과 외출 시 지향 패션이미지와 관계는 교차분석을 사용하였으며, 그 결과는 〈표 11〉과 같다.

지향적 삶의 질 6그룹은 외출 시 긍정적 지향 패션이미지에서는 유의적인 관계(X²=21.857, p<.05)를 보였으며 모든 그룹은 외출 시 서양 이미지를 긍정적 지향 패션이미지로 평가한 반면,

외출 시 부정적 지향 패션이미지에서는 유의적인 관계를 나타내지 않았지만 전통이미지는 부정적 지향 패션이미지로 평가하고 있음을 알 수 있다.

이상의 결과에서, 뉴 시니어 세대가 향후 노년이 되었을 때 전통이미지를 가진 한복의 착용에 대해 부정적인 평가를 하고 있음을 알 수 있어 노인의 신체적 특징과 서양식의 생활패턴에 적합한 디자인 개발이 필요할 것으로 사료된다.

6. 외출 시 지향 패션이미지에 따른 지향적 삶의 질 변화

외출 시 지향패션이미지에 따른 지향가치관, 지향적 삶의 질 변화는 다변량분산분석(MANOVA)과 사후검정인 Duncan-test를 실시하였으며, 그 결과는 〈표 12〉와 같다.

외출 시 지향 패션이미지에 따라 종속변수간의 평균 차가 존재하는지를 살펴본 결과, 자기선호성(F=3.712, p<.05)과 여가선호성(F=3.846,

〈표 12〉 외출 시 지향 패션이미지에 따른 지향적 삶의 질 변화

(n=397)

종속변수	독립변수	전통이미지	서양이미지	퓨전이미지	F	Wilk's Lamda
		평균	평균	평균		
지향적 삶의 질	정보선호성	3.12b	3.27ab	3.35a	1,830	.940*
	직업선호성	3.32a	3.02b	3.13ab	2,461	
	자기선호성	2.73b	3.05a	2.92ab	3.712*	
	여가선호성	3.27b	3.54a	3.62a	3.846*	
	건강선호성	3.54	3.69	3.61	1,521	
	자기방어선호성	2.72	2.61	2.65	1,521	
	빈도 (명)	32	231	134	397	

* $p < .05$, a, b는 Duncan-test 결과임. a>b

〈표 13〉 외출 시 긍정적 지향 패션이미지와 이유간의 관계 분석

(n=397)

이유	외출 시 지향 패션 이미지	전통이미지	서양이미지	퓨전이미지	계	X^2 -value
	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)			
편안해 보여서	5(1.3)	32(8.1)	42(10.6)	79(19.9)	95.397***	
세련되어 보여서	1(0.3)	139(35.0)	29(7.3)	169(42.6)		
단아해 보여서	21(5.3)	59(14.9)	57(14.4)	137(34.5)		
신체를 가려주어서	5(1.3)	1(0.3)	6(1.5)	12(3.0)		
계	32(8.1)	231(58.2)	134(33.8)	397(100)		

*** $p < .001$

$p < .05$ 에서 유의적인 변화 차이를 보였다. 사후 검정인 Duncan-test를 실시한 결과, 정보선호성의 경우, 퓨전이미지는 전통이미지와, 직업선호성의 경우, 전통이미지는 서양이미지와, 자기선호성의 경우, 서양이미지는 전통이미지와, 여가선호성의 경우, 서양이미지/퓨전이미지는 전통이미지와 차이를 나타내고 있음을 알 수 있다. 이를 통해 여가선호성은 여가활동의 종류나 소속 집단의 성향에 따라 적합한 패션이미지를 지향하고자 하는 성향이 높음을 알 수 있고, 개인 발전을 중요시 하는 자기선호성은 대중의 유행이나 트렌드를 추종하기 보다는 개인의 지향적 삶의 방식에 따른 패션이미지를 지향할 가능성이 높음을 추측할 수 있다.

평균으로 살펴본 결과, 사회지향성과 개인지향성은 퓨전이미지를, 의존지향성과 가족지향성은 전통이미지를 가장 지향하고 싶은 이미지로 평가하고 있음을 알 수 있다. 즉, 노인들은 전통적이고 보수적인 가치관을 지향할수록 전통이미지에 대해서는 부정적인 인식이 낮으며, 자의적

이든 타의적이든 특수한 상황에서는 전통이미지의 한복을 착용해야한다는 사회적 고정관념이 영향을 미친 것으로 해석할 수 있다.

부수적으로 외출 시 긍정적 지향 패션이미지와 이유에 대해 교차분석을 실시한 결과는 〈표 13〉과 같다.

외출 시 긍정적 지향 패션이미지와 이유 간에는 유의적인 차이($X^2=95.397$, $p < .001$)가 나타났으며, 서양이미지는 세련되어 보이는 이유와 관계가 있는 것으로, 뉴 시니어 세대는 세련되고 현대적인 이미지를 지향할 성향이 높음을 알 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구의 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 지향적 삶의 질, 지향 패션이미지 차원간의 영향력 및 유의적인 영향력 정도를 살펴본 결과, 사진 1의 경우, 자기방어선호성은 도회적

이미지로 나타난 반면, 개성적 이미지로는 인식하지 않는 것으로 나타났다. 사진 2의 경우, 여가선호성은 여성적 이미지로 나타난 반면, 자기방어선호성은 여성적 이미지로 평가하지 않음을 알 수 있었다. 사진 3의 경우, 여가선호성은 도회적 이미지로, 건강선호성은 개성적인 이미지로, 자기선호성은 여성적 이미지에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 두 변인간의 유의적인 영향력 정도를 살펴본 결과, 유의적인 영향력은 나타났으나 영향력 정도에서는 낮은 설명력을 보여주었다. 이를 통하여 뉴 시니어 세대 역시 그들의 취향, 개성, 삶의 질 방향, 가치관에 따라 소비행동을 보이는 특징을 가지고 있어 본 연구에서 사용된 변인들은 그들의 패션제품 이미지 추구에 영향을 미칠 수 있음을 알 수 있었다. 따라서 그들의 주관적인 삶의 질 변인을 배제한 디자인 기획은 지양되어야 할 것으로 판단되며, 주관적인 변인과 관련된 디자인 기획을 제한할 수 있다. 둘째, 지향적 삶의 질에 따른 지향 패션이미지 차원 차이를 살펴본 결과, 지향적 삶의 질 유형에 따른 6그룹(자기선호그룹, 직업선호그룹, 자기방어선호그룹, 정보선호그룹, 여가선호그룹, 건강선호그룹)과 지향 패션이미지 차원간의 차이를 살펴본 결과, 사진 2의 개성적 이미지에서만 유의한 차이가 나타났다. 셋째, 지향적 삶의 질 유형에 따른 지향 패션이미지 요소 차이를 살펴본 결과, 지향적 삶의 질 유형에 따른 6그룹은 지향 패션이미지 요소 차이에서 개성적, 화려한, 우아한, 세련된, 젊어 보이는, 여성적, 현대적인 이미지에서 유의적인 차이를 나타냈다. 이와 같은 결과를 통해 향후 뉴 시니어 여성은 세련되고 현대적인 도회적 이미지와 여성적 이미지, 개성적 이미지 등의 다양한 이미지를 추구할 가능성을 짐작할 수 있었다.

이상과 같이 본 연구의 결과는 예비 노년층을 위한 예측 가능한 패션디자인 기획 수립을 위한 기초자료를 제공하는데 의의가 있으며, 관련업체에게는 노년층을 겨냥한 디자인 평가 자료로 제공될 수 있다. 본 연구는 부산과 울산에 거주하는 뉴 시니어 세대 여성만을 대상으로 하였고, 그들의 미래에 지향할 패션이미지 예측에 초점을 두고 진행되었기 때문에 향후 이들이 실제 노년기에 접어들었을 때와는 다른 결과가 도출될

가능성이 있다. 그러므로 본 연구의 결과는 일반화시키기에는 어려움이 있어 보다 지역을 확대한 연구가 필요할 것으로 판단된다.

참고문헌

- 김미혜, 신경림. (2005). 한국 노인의 '성공적 노후 척도'개발에 관한 연구. *한국노년학회지*, 25(2), 35-52.
- 김승권, 장영식, 조홍식, 차명숙. (2008). 한국인의 행복 결정요인과 행복지수에 관한 연구. *한국보건사회연구원 연구보고서*, 2008-13, 1-18.
- 김용하·임성은. (2011). 베이비붐 세대의 규모, 노동시장 충격, 세대간 이전에 대한 고찰. *보건사회연구*, 31(2), 36-59.
- 김유덕, 김미영. (2004). 중·노년층 여성의 의복추구 이미지 연구. *한국의류학회지*, 28(6), 746-757.
- 김집해, 이영주. (2010). 노인 여성의 패션아이템별 구매실태 및 선호이미지에 관한 연구. *한국의류산업학회지*, 12(3), 279-290.
- 노영, 박재옥. (2008). 추구의복이미지에 따른 의류제품 디자인 설계품질에 관한 연구-QFD를 이용한 중·노년층 여성 정장을 중심으로. *한국의류학회지*, 32(10), 1522-1533.
- 노유자. (1998). *서울지역 중년기 성인의 삶의 질에 관한 분석 연구*. 연세대학교 대학원 박사학위논문.
- 박문수의 3인. (2013). 인구구조 변화가 서비스 수요에 미치는 영향. *산업연구원 연구보고서*, 668, 1-229.
- 박재국, 이미숙. (2001). 장애인 삶의 질의 연구동향. *특수교육재활과학연구*, 40(2), 1-25.
- 사진 1. 자료검색일 2011.08.05. 자료출처 <http://sportsworldi.segye.com/>
- 사진 2. 자료검색일 2011.08.14. 자료출처 <http://blog.naver.com/mindy76>
- 사진 3. 자료검색일 2011.08.10. <http://www.yonhapnews.co.kr/>
- 삼성경제연구소. (2011). 뉴 시니어 세대의 3대 키워드. *SERI 경영 노트*, 96, 서울.
- 심정희. (2007). 개인주의-집단주의 성향에 따른 의복 행동, 의복 추구 이미지의 차이에 관한 연구.

- 한국의류학회지, 31(11), 1574-1585.
- 양민희. (2009). *한국 노인의 사회활동과 주관적 삶의 질*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이현정. (2016). 1·2차 베이비부머 및 에코부머의 세대간 주택자산효과 차이 비교. *도시행정학보*, 29(2), 105-130.
- 정병은. (2007). *중장년층과 노년층의 주관적 삶의 질 비교: 경제 및 건강, 생활만족을 중심으로*. 성균관대학교 서베이리서치센터 & 삼성경제연구소 심포지움.
- 정인희. (2001). 여자 대학생의 의복 추구 이미지와 소재 선호에 대한 연구. *복식문화연구*, 9(4), 629-638.
- 최수정. (2000). *도구개발을 통한 한국노인의 삶의 질에 관한 조사연구*. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 한혜원. (2000). 노인의 사회체육 참여와 여가 만족에 관한 연구. *한국특수체육학회지*, 8(2), 155-167.
- '골드마켓' 뉴 시니어 시장 입체분석. (2011, 5.24). 이코노미플러스. 자료검색일 2017, 05. 02, 자료 출처 <http://economyplus.chosun.com>, 105-130.
- Andrews, F. M. & S. B. Withey. (1976). *Social indicators of well-being*. New York: Plenum Press.
- Campbell, A. (1976). Subjective measurement of well-being. *American Journal of Psychology*, 3(-), 117-124.
- Padilla, G. V., B. Ferrell, M. M. Grant, and M. Rhiner. (1990). Defining the content domain of quality of life for cancer patients with pain. *Cancer Nursing*, 13(2), 108-115.