한국의류산업학회지
제18권 제6호, 2016
<연구논문>

pISSN 1229-2060
eISSN 2287-5743
Fashion & Text. Res. J.
Vol. 18, No. 6, pp.858-868(2016)
https://doi.org/10.5805/SFTI.2016.18.6.858

해외 소셜 미디어에 나타난 시니어 패션과 심리적 특성

최정희 · 이경희[1),†]
부산대학교 의류학과
[1)]부산대학교 의류학과/부산대학교 노인생활환경연구소

A Study on Seniors' Fashion and Psychological Characteristics Shown at Overseas Social Media

Jung-Hee Choi and Kyung-Hee Lee[1)†]
Dept. of Clothing & Textiles, Pusan National University; Busan, Korea
[1)]Dept. of Clothing & Textiles/Research Institute of Ecology for the Elderly, Pusan National University; Busan, Korea

Abstract: This study aims to examine the formative characteristics of seniors' fashion in overseas social media, and look into the psychological characteristics of seniors by analyzing the emotions and the characteristics of psychological mechanism in seniors' fashion. The study methods include statistical analysis and content analysis for literary study and data analysis. For data analysis, statistical and content analyses were conducted to analyze 992 data collected from Advanced style, Facebook, and Instagram for 4 years from 2013 to 2016. In formative features shown at overseas social media, circle and square silhouette, achromatic color and warm color, showy tone color, soft material, horizontal details, plain and natural patterns, cap and sunglasses production, and sophisticated elegance styles appeared high. The emotional characteristics in senior's fashion had a silhouette that expressed stability, color that expressed passion, love, happiness, joy, hope and comfort. Materials were expressed by the emotions of dependence and attachment, details were expressed by stable, maternal, calm, comfortable and harmonious emotions. Patterns were expressed by the images of beauty, love, fruit and psychological stability. Accessories were expressed by young and characterful images. Style expressed the emotions of trust, pride, longing, intoxication and ecstasy. The characteristics of psychological mechanism used such shapes and patterns as flower, heart and lips to symbolize the emotions of love, humor, and fun. Young and trendy fashion were expressed in compensation for aging. Kitsch and kidult style was expressed by regression. Elegance fashion was expressed by the sublimation of pride, trust and intoxication.

Key words : seniors' fashion (시니어 패션), social media (소셜 미디어), emotion (정서), psychological mechanism (심리기제)

1. 서 론

세계 곳곳의 교육수준이 높고 경제적으로 여유로운 베이비부머 세대들이 시니어 층에 진입하면서 이들이 새로운 세대로 부각되고 있다. 많은 선진국들은 전후 베이비붐 세대의 조기퇴직과 기대수명 연장, 그리고 저출산과 핵가족화로 인해 인구고령화라는 사회적 현상을 경험하고 있다. UN은 전체인구 65세 이상의 비율이 7% 이상을 고령화 사회, 14% 이상을 고령사회, 20% 이상을 초고령 사회로 정의하고 있으며, 일본, 이태리, 독일 등 유럽과의 대부분 국가가 이미 초고령 사회로 진입했다. 우리나라는 2010년부터 1955~63년 사이에 태어난 베이비붐 세대들이 '55세 정년퇴직의 연령'이 되어 약 712만 명의 거대 인구집단을 형성하고, 빠른 속도로 초고령 사회에 진입할 예정으로 밝혀진 바 있다. UN에 따르면 우리나라는 오는 2026년 65세 이상이 전체 인구의 20% 이상을 차지하는 초고령 사회로 진입, 시니어 시장의 비중이 크게 높아질 것이 확실시된다 ("Senior market", 2013).

시니어는 생물학적, 심리 사회학적인 요인으로 인한 자아상의 혼란과 상실감, 외로움, 불안 등의 심리 변화와 장애에 노출되어 있어 정서를 인식하고 조절하는 능력이 요구되는 시기이다. 최근에 변화하고 있는 시니어는 은퇴 후에도 사회활동이 활발해지고 인터넷이 일반적인 커뮤니케이션 수단이 됨에 따라 점차 디지털 문화에 적극적으로 적응하는 추세이다. 지금의 시니어 세대는 변화에 개방적이고 다른 세대와 소통을 원하며, 소셜 미디어 사용량도 급속도로 증가하고 있다. 소셜 미디어 이용의 긍정적인 효과는 개인에게 사회적 관계망을 확장시킴으로써 사회 자본을 구축하는데 도움이 되고 사회적 지지감을 높이

†Corresponding author; Kyung-Hee Lee
Tel. +82-51-510-2846, Fax. +82-51-583-5975
E-mail: leekh@pusan.ac.kr
© 2016 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

며 주관적 행복감과 정적인 상관관계가 있다는 연구들이 있다(Kim & Park, 2014; Yang et al., 2012). Katz's study(as cited in Bae & Park, 2015)는 소셜 미디어 이용자들의 내면적 동기를 지적 추구, 정서적 충족의 추구, 개인 및 사회 통합성의 추구, 현실 도피라고 하였다.

소셜 미디어에서 표현되는 패션이미지는 개인의 정서와 가치관이 포함된 것이라고 할 수 있다. 해외의 경우를 살펴보면 시니어 세대들 중 소셜 미디어를 통해 자신의 독자적인 패션이미지를 표현함으로써 새로운 패션아이콘으로 패션비즈니스에 영향을 준 사례들도 있다. 이는 소셜 미디어가 단순히 자기표현의 세계를 넘어 패션 마켓에까지 연결되고 있음을 알 수 있다. 장차 국내에서도 소셜 미디어를 통해 표현되는 시니어 패션은 패션업계에 영향을 미칠 것으로 전망된다. 그러므로 시니어 세대들의 소셜 미디어 활동이 활발한 해외 소셜 미디어에서 시니어 패션의 특성과 그에 표현된 심리적 특성을 살펴보는 것은 앞으로 급성장할 국내 시니어 패션업계에 주요한 자료를 제공한다는 점에서 이 연구의 의의를 찾아볼 수 있다. 따라서 이 연구에서는 해외 소셜 미디어에 나타난 시니어 패션의 조형적 특성을 살펴보고, 이에 나타난 시니어 패션의 정서와 심리기제의 특성을 분석함으로써 해외 소셜 미디어의 시니어 패션에 나타난 심리적 특징을 알아보고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 소셜 미디어의 특성

소셜 미디어(social media)는 개방, 참여, 공유의 가치로 요약되는 웹 2.0시대의 도래에 따라 소셜 네트워크의 기반 위에서 개인의 생각이나 의견, 경험, 정보 등을 서로 공유하고 타인과의 관계를 생성 또는 확장시킬 수 있는 개방화된 온라인 플랫폼을 의미하며 소셜 네트워크 서비스(SNS), 블로그(blog), 위키(wiki), 손수제작물(UCC), 마이크로 블로그(micro-blog)의 5가지로 구분한다(Seo, 2015). 소셜 미디어 상에서 이용자들을 이어주는 강력한 매개체는 감정의 공유이며 흔희 '취향'이라는 말로 대변되는 감정적 공감대이다(Kim, 2012). 최근의 SNS를 대표하는 페이스 북이나 인스타그램 등은 텍스트 기반이 아닌 이미지를 기반으로 하며 게시된 이미지는 다른 사용자들이 작성한 댓글을 통해 공유되는 감정을 형성한다(Nam et al., 2014). 소셜 미디어를 통해 감정은 전파될 뿐만 아니라 전염되기도 하며 SNS를 통한 감정은 참여자들이 '시공간'을 공유한다는 강력한 느낌과 스마트 폰과 같은 하드웨어 기술에 의해 뒷받침된 실시간 접속의 '현재 지향성'의 특성을 가진다. 특히 그 소통과 전파의 과정이 '집단적 성격'을 지닐 때 감정의 파급력은 더욱 더 커진다. Keum(2011)은 소셜 미디어의 정서적 웰빙에 대한 영향력에 있어서 마이크로 블로그와 네트워킹 사이트 이용이 소셜 미디어 상의 결속형 사회 자본을 형성하고 시민참여를 촉진시켜 행복감까지 이어지는 매개현상을 발견할 수 있다고 하였다. 또 마이크로 블로그의 경우 인간적 신뢰를, 네트워킹 사이트의 경우 친교활동을 증가시켜 행복감으로 이어지는 간접효과를 발견할 수 있다고 하였다. Choi(2015)는 스마트기기를 사용하는 고령자는 미사용 고령자보다 우울 수준이 낮고, 자기효능감 수준이 높은 것으로 나타났다고 하였다. 특히 대화형 SNS의 사용정도에 따라 우울 수준과 자기효능감 수준에 차이가 있음이 나타났다고 하였다. 패션에서 소셜 미디어는 패션이미지가 표현되고 전달되는 중요한 매체로서 그 영향력이 확대되고 있다. 대표적인 소셜 미디어인 SNS와 패션 블로그는 자신의 진정한 스타일을 표현하는 공간으로 정립되고 있으며 블로거의 퍼스널 스타일이 패션계를 움직이는 새로운 트렌드 리더가 되었다(Suh, 2014). 최근 소셜 미디어의 시니어 패션에서도 많은 팔로워를 가진 영향력 있는 패셔니스타들이 주목 받고 있다. Iris. apfel(Fig. 1)은 대표적 SNS인 인스타그램에 팔로워가 40만 명에 이르는 95세의 최고령 스타일 아이콘이다. 그녀는 크고 동그란 안경에 꾸뛰르와 빈티지, SPA 아이템을 다양하게 믹스시키며 여러 개의 액세서리를 레이어드하는 그녀만의 독창적인 스타일을 고수하고 있다. 1931년생의 올해 85세의 최고령 패션모델인 Carmen Dell'Orefice(Fig. 2)는 철저한 자기관리로 현재까지 무대에 서고 있는 패션모델이다. Saramaijewels (Fig. 3)는 팔로워가 9만 5천여 명이며 아디다스 스타디움 점퍼를 색깔별로 즐겨 입는다. 61세인 그녀는 자신의 인터넷 사이트를 통해 앤티크와 빈티지 풍의 패션 주얼리와 소품을 판매하고 있는 패션 블로거이다. 이들은 자신만의 독특한 스타일로 유명인이 되었으며 이러한 개성 있는 스타일은 그녀들을 대변하는 이미지가 되었다. 이처럼 해외 소셜 미디어에서의 시니어들은 전 세계의 팔로워의 공감을 얻으며 그들의 패션스타일과 감정을 공유하고 있다.

Fig. 1. Iris. apfel.
https://www.instagram.com/iris.apfel/

Fig. 2. Carmen Dell'Orefice.
https://www.facebook.com/carmen.dell.orefice

Fig. 3. Saramaijewels.
https://www.instagram.com/saramaijewels/

Table 1. Psychological characteristics of senior represent in previous studies

Psychological	Characteristics	Researchers
Emotion	Exposed to stress owing to biological, psychological, social factors.	Ko & Seo(2011), Kim(2012)
	Psychological factors such as disorder of self-esteem and self image, sense of loss, loneliness, sense of guilt, sorrow, and fear etc. affect to character changes.	Jung(2006)
	Hides emotion and exposes negative emotion improperly.	Yun(2011)
	There are tendencies of using evading forms much more rather than positive ones in order to adjust negative emotion.	Kim & Min(2004)
	The elderly who do emotional adjustment well have higher satisfaction of life, and get social support further from others in interaction of personal relations.	Emmons & Coldy (1995)
	Personal relations through emotional expression could affect positive influences to subjective wellbeing.	Yu et al.(2014)
Psychological mechanism	An assertion such like being regressed to raw self-psychological mechanism such as projection, somatization, denial, withdrawal of reality etc.	Pfeiffer(1977)
	Using as regressive psychological mechanism which intends to escape from actuality through distortion and denial.	McCrae(1982)
	Mature protective mechanism like altruism, humor, suppression, and sublimation is strengthened.	Vaillant(1976)

2.2. 시니어의 심리적 특성

시니어 시장은 고령자를 대상으로 하는 산업시장으로 정부 통계나 노년학에서는 65세 이상의 인구를 고령자 대상으로 하지만, 소비자 집단이라는 관점에서 시니어는 50대 이상까지도 포함한다. 이들은 인생의 전환점을 맞아 새로운 삶의 패턴을 경험하면서도 통상적인 마케팅 활동의 타깃에서는 비켜난 계층이다. 그러나 시니어의 인구 증가로 인한 은퇴설계가 늘어나면서 시니어 층의 소비시장이 주목받게 되었다(“Senior market”, 2016). 시니어와 같은 노년기에는 병과 신체적 건강문제, 고독, 무위, 경제적 어려움, 가족 구조와 관계의 변화, 죽음, 사별 등에 의한 생물학적, 심리 사회학적인 요인으로 인한 스트레스에 노출되어 있다(Kim, 2012; Ko & Seo, 2011). 노년기는 자존감과 자아상의 혼란, 상실감, 외로움, 죄책감, 비애감, 불안 등으로 오는 심리적 요인이 성격변화에 영향을 끼치며, 심할 경우 심리적 장애를 일으키기도 한다. 그러므로 스트레스를 다루기 위해서는 정서를 인식하고 조절하는 능력이 요구된다(Lehr’s study as cited in Jung, 2005.) 정서는 사람의 마음에 일어나는 여러 가지 감정 또는 감정을 불러일으키는 기분이나 분위기이며 감정은 어떤 현상이나 일에 대하여 일어나는 마음이나 느끼는 기분을 말한다(“Emotion”, 2016). 영어로 Emotion을 한국심리학회는 정서(情緖)로, 대한의사협회는 감정으로 번역하며 같은 의미로 사용하기도 한다. 이 연구에서는 Emotion을 정서로 사용하였다. 노년기에는 주변 사람들과 불편한 관계를 만들지 않기 위해 정서를 숨기거나 본인의 의지와 상관없이 정서를 조절하지 못하여 부적절하게 부정적 정서를 표출하거나(Yun, 2011) 부정적인 정서를 조절하기 위해 능동적인 양식보다는 회피하는 양식을 훨씬 많이 사용하는 경향이 있다(Kim & Min, 2004). 인간은 불안이 지속되고 강하면 자아가 불안을 감소시키기 위해 내적, 외적 현실을 달리하려는 시도를 한다. 즉, 충동이나 주위 환경의 요구에 비현실적 방식으로 대처할 때 다양한 심리기제를 사용하는데 이것은 애정 대상의 상실이나 초자아의 비난과 같은 위험하고 불쾌한 정동으로부터 자신을 보호하기 위해 애쓰는 자아의 분투이다(American Psychoanalytic Association, 2002). 노년기의 심리기제의 특징을 살펴보면 Pfeiffer(1987)는 개인의 연령 증가에 따라 투사, 신체화, 부정, 현실철수 등을 주로 사용하는 경향을 보이며 이는 연령에 따른 심리기제의 퇴행성을 의미한다고 하였다. Gutamann(1982)는 연령의 증가에 따라 왜곡과 부정을 통하여 현실을 도피하려는 퇴행적 심리기제를 사용한다고 하였다. 반면 Vaillant(1976)는 성숙 심리기제의 사용에 관한 주장도 제기하고 있는데 연령이 증가함에 따라 이타주의, 유머, 억제, 승화와 같은 성숙한 심리기제가 강화된다고 하였다. 이처럼 노년기에는 정서 조절과 대처방식이 변화하는데, 그 목표는 긍정적 정서 경험을 최대화하고 부정적 정서 경험은 최소화하는 것으로, 과도한 부정적 정서 경험이나 정서적 동요를 회피하고 적절하게 정서를 조절하며 정서 최적화를 시도하는 것을 볼 수 있다(Yu et al., 2014). 즉 노년기에는 정서 조절에 취약하나 정서 조절을 적절히 잘하는 노인은 그렇지 않은 노인에 비해 삶의 만족감이 더 높고 대인관계의 상호 작용에서도 타인으로부터 사회적 지지를 더 많이 받는다(Emmons & Coldy, 1995) 노년기에는 인생의 다른 시기보다 친밀한 대인관계를 통한 정서적 안정성을 유지하는 것이 중요한 시기이며 적절하게 자신의 정서를 표현하고 다른 사람과의 관계를 조율하는 능력은 대인관계에서 안정성을 유지해주고 주관적 안녕감에 긍정적 영향을 줄 수 있다(Yu et al., 2014).

2.3. 패션의 심리적 특성

의복은 자아의 한 구성 요소이고 자아가 형성되고 확인되는

외모의 한 측면이며 자기에 대한 정체감 · 기분 · 태도를 전달하는 의미 있는 상징이다. 또 자기가치, 자존심의 표현으로서 지각되며, 자기 평가의 감정적인 한 요소로서 인정된다(Gang et al., 2012). Chung and Chung(2014)은 시각적인 이미지는 감정을 담아내며 색, 질감, 형태, 이미지 작업은 감정을 표현하고 감정과 시각적 요인과의 관계는 이미지 접근의 두 가지 관

Table 2. Emotional characteristics of the formative elements represent in previous studies

Formative factors \ Emotion			Emotional characteristics of the formative elements
Silhouette		Triangle	Feminine, passive, stability
		Rectangle	Self-display, strength, comfortable, stability, compensation
		Circular	Eternity, integrity, aggressiveness reduce, concentration, reduce depression
		X-shape	Femininity emphasis
Color	Hue	R	Passion, love, warmth, happy, energy, vitality, anger, despair, anxiety, desire, stimulus, dynamism
		YR	Warmth, fun, soft, loneliness, joy, verve, satisfaction, mild, health, vitality, affinity, cheerful
		Y	Warmth, happy, fun, soft, cheerful, delight, hope, jolly, active, jealousy, loneliness, feeble
		B	Fresh, coolness, tranquil, stability, peace, trust, depressed, coolness, devastated, youth
		PB	Fresh, coolness, anxiety, depressed
		G	Comfort, hope, stable, safety, peace, sabbatical, equanimity, selfishness, jealousy, depressed
		P	Depressed, loneliness, creation, elegance, solitude, noble, mystery, complaints, jealousy, madness, horror, dignity
		RP	Soft, aggro, dread, despair, depressed
		W	Pure, chastity, divine, honest, rustic, comfort, loneliness, the coolness, simplicity, impractical
		G	Comfort, loneliness
		BK	Comfort, will, dread, despair, anxiety, depressed, loneliness, fear, horror, sadness, depressed, rue, apathy
	Tone	Colorful	Passion, love, warmth, happy, coolness, aggro, dread
		Bright	Love, warmth, happy, soft, comfort, refreshing, coolness
		Modest	Despair, anxiety, depressed, loneliness
		Dark	Aggro, dead, despair, anxiety, loneliness
Fabric		Soft	Dependent, attachment
		Hard	Self fanfare, tension, defense
		Sheenful	Prominent, splendid, pleasure
		See-through	Shame, arousal, pleasure
Line		Vertical	Straight, rigid, divine
		Horizontal	Stability, maternal, quiet, comfort, harmony
		Diagonal	Energy, rising, falling, dynamic power
		Wave	Motility, sensuous, sensitivity
		Tangled	Intemperateness, excitement, anxiety, frustration
		Heated	Anger, violent, violence inclination
Pattern		Flowers	Beauty, love, fruition
		Tree	Ego, growth, reproduction
		Butterfly	Love, beauty, fantasy
		Bird	Free, getaways, growth
		Scenery	Escapism, unrestrictedness, idea
		Star	Hope, presence, complacency
		Heart	Love, the desire for affection
		Character	Infantile, double, hide
Item		Sunglasses	Hide, stylish
		Hat	Self-defence
		Jewelry	Luxury-oriented, conspicuous desire

점인 이미지가 지니는 형태, 색상, 질감 등의 내용 기반의 요소와 상징 등의 개념 기반의 요소가 복합적으로 논의될 때 효과적인 이미지의 감정 기반 색인으로 이어질 수 있다고 하였다. 패션디자인 또한 색, 무늬, 재질감이 있는 소재를 사용하여 의복의 형태를 만듦으로써 의복의 시각적 정보에 의한 내용과 상징을 통한 개념기반의 요소로써 감정을 색인할 수 있다. 패션은 옷을 입는 이의 감정에 기초하여 시각적, 상징적으로 표현되므로 패션을 탐색하면 입는 사람의 목적, 욕구 또는 욕망에 대한 추측이 가능하다. 패션과 감정(정서)에 관한 연구로는 의류구매 시의 감정에 관한 연구와 정서와 의복색에 관한 연구(Choi et al., 2013), 패션 감성과 감정의 관계 연구(Kim & Lee, 2004), 패션에 나타난 감성과 감정의 조형적 특성(Kim & Lee, 2004) 등이 있다. 선행연구에 나타난 조형에 따른 심리적 특성은 Table 2와 같다. 이러한 패션을 통한 감정(정서)표현의 연구는 최근 주목받고 있는 심리 치유디자인을 패션디자인에서도 실현할 수 있는 중요한 요인이 될 수 있다. '치유디자인'이란 인간이 영적, 정신적(심리적), 육체적, 사회적으로 온전하고 조화로운 상태에 도달하도록 돕는 디자인(Shin et al., 2013)으로 Kim and Im(2013)은 패션은 단순한 치장의 측면을 넘어 심리적 · 정신적 치료에 보조적 수단으로 활용되고 있으며, 대체의학의 한 부분으로서 패션요법이 분류되어지기도 한다고 하였다. 또 패션요법은 패션요소(의복, 화장품, 액세서리 등 패션 관련 소품)를 도구로 사용하여 손상된 자기 존중감과 개인의 부정적인 정서를 회복시켜 질병의 치료 효과를 증진시키는 보조적인 심리치료 방법의 하나로서 외모를 개선시킴과 동시에 정신적, 육체적 안정감을 증진하여 심리적인 치료를 유도하는 힐링의 접근 방법이라 할 수 있다(Suk, 2014). Yoh(2015)는 패션 테라피 프로그램을 적용한 연구에서 우울감과 부정적 감정 등 부정적 정서를 감소시키고 긍정적 감정을 고양시키는 데에는 대상의 특성과 관계없이 일관되게 유의한 효과가 있다고 하였다. An et al.(2014)는 패션 연출을 통한 시니어 모델 교육 프로그램이 자기효능감과 자아존중감에 유의미한 결과가 있다고 하였다. Lee and Sin(2000)은 정신장애자를 대상으로 한 의상치료에서 외모 개선을 통한 긍정적인 외모 이미지가 자기존중감 향상과 부정적 정서 요인을 감소시킨다고 하였다. 이처럼 패션의 심리치유에 관한 국내 연구는 패션 프로그램을 적용하고 외모를 개선하여 심리치유 효과를 검증하는 연구가 주를 이루며 이를 통해 패션은 불안이나 우울과 같은 부정적 정서를 감소시키고 자존감과 긍정적 정서를 향상시킴으로써 심리적 · 정신적 치료에 보조적 수단으로 활용되고 있는 것을 알 수 있다. 그러므로 자존감 향상과 부정적인 정서를 인식하고 조절하는 능력이 요구되는 시니어에게 패션을 이용한 외모의 개선은 심리적 보완기제로서의 역할을 할 수 있을 것이다.

3. 연구방법

이 연구의 연구방법은 관련 서적 및 선행연구를 통한 문헌연구와 해외 소셜 미디어에서 수집한 시니어 패션의 사진자료에 대한 통계분석과 내용분석으로 이루어졌다. 해외 소셜 미디어의 시니어 패션 사진 수집은 유명 시니어 패션 블로그인 advanced style과 대표적인 SNS인 Facebook과 Instagram에서 이루어졌다. 패션 블로그 'advanced style'은 노년층의 독특한 거리 패션을 선보이는 패션 블로그로서 매달 30만 이상, 총 1000만 이상이 넘는 블로거가 다녀간 시니어를 대상으로 한 대표적인 패션 블로그이다. Facebook, Instagram에서 검색어는 'advanced style'에 사진이 업로드 된 시니어의 이름과 'senior fashion', 'elderly fashion', 'aged fashion'으로 하였으며 검색된 SNS 중 팔로워가 10,000명 이상인 개인 SNS을 통해 자료를 수집하였다. 수집된 자료의 기간은 2013년 1월에서 2016년 8월까지 4년간이고, 수집된 자료의 수는 992개이다. 해외 소셜 미디어에 나타난 시니어 패션의 조형적 특성에 대한 분석 기준은 선행연구를 분석하여 실루엣, 색채, 재질, 디테일, 무늬, 액세서리, 스타일 특성으로 구분하여 빈도분석하였다. 조형에 따른 정서적 특성과 심리기제의 특성에 관한 내용분석은 의상심리, 미술심리에 관한 서적 및 논문(Capacchione, 2008; Choi & Lee, 2014; Choi et al., 2013; Jee, 2012; Oh & Yu, 2014; Rubin, 2012; Schmeer, 2004)을 근거로 한 내용분석의 기준(Table 2)에 따라 분석하였다. 분석내용은 박사 학위를 소지한 의류학전문가 3인의 검증을 통해 분석결과의 타당성을 검증하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 시니어 패션에 나타난 조형적 특성

해외 소셜 미디어에 나타난 시니어 패션의 조형적 특성은 실루엣, 색채, 재질, 디테일, 무늬, 액세서리와 패션스타일 특성으로 구분하여 알아보았다. 실루엣은 원형, 사각형, 삼각형, X-형으로, 색채는 색상과 톤으로, 재질은 부드러운, 딱딱한, 광택이 있는, 비치는, 복합으로 구분하여 분석하였다. 디테일은 수직선, 수평선, 사선, 물결선, 헝클어진 선, 격렬한 선으로 무늬는 자연, 인공, 기하학, 추상, 없음으로 액세서리는 모자, 가방, 선글라스로 나누어 분석하였다. 패션스타일은 로맨틱, 엘레강스, 클래식, 소피스티케이티드, 매니시, 액티브, 아방가르드, 에스닉으로 구분하여 분석하였다(Table 3). 실루엣은 원형(37.0%)과 사각형(30.7%) 순으로 높게 나타났으며 X자형(13.2%)이 가장 낮게 나타났다. 원형 실루엣은 어깨가 둥글고 여유가 있는 아이템과 여러 겹을 겹쳐 레이어드하는 착장 방식, 모피와 패딩과 같은 볼륨감 있는 소재에 의해 표현되었다. 사각 실루엣은 재킷과 길이가 긴 코트 등에서 나타났다. 색채는 무채색(34.8%)과 난색(34.3%) 순으로 높게 나타났으며 한색(11.7%)이 가장 낮게 나타났다. 구체적인 색으로는 무채색은 검정(254)과 흰색(109) 순으로 높게 나타났으며 회색(43)이 가장 낮게 나타났다. 유채색은 빨강(159)이 가장 높게 나타났고 다음이 노랑(128), 주황(113)의 순으로 높게 나타났다. 톤은 화려한 톤(65.8%)과

Table 3. Formative characteristics represent in senior fashion (Unit: m(%))

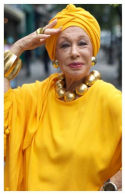
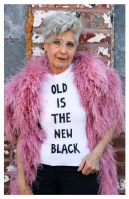
Formative factors		Year	2013		2014		2015		2016		Total	
Silhouette		Triangle	12	(13.5)	10	(15.9)	10	(21.7)	17	(22.7)	49	(19.1)
		Rectangle	25	(28.1)	22	(34.9)	11	(23.9)	21	(28.0)	79	(30.7)
		Circular	36	(40.4)	21	(33.3)	17	(37.0)	21	(28.0)	95	(37.0)
		X -Shape	16	(18.0)	10	(15.9)	8	(17.4)	16	(21.3)	34	(13.2)
		Total	89		63		46		75		257	
Color	Hue	Warm color	99	(27.9)	126	(42.0)	82	(31.7)	93	(36.9)	400	(34.3)
		Cool color	54	(15.2)	31	(10.3)	20	(7.7)	31	(12.3)	136	(11.7)
		Neutral color	67	(18.9)	67	(22.3)	37	(14.3)	53	(21.0)	224	(19.2)
		Achromatic	135	(38.1)	76	(25.4)	120	(46.3)	75	(29.7)	406	(34.8)
		Total	355		300		259		252		1,166	
	Tone	Colorful	11	(17.7)	70	(64.2)	48	(60.0)	68	(65.4)	197	(65.8)
		Bright	16	(25.8)	13	(11.9)	15	(18.8)	10	(9.6)	54	(11.7)
		Modest	15	(24.2)	9	(8.3)	10	(12.5)	17	(16.3)	51	(11.0)
		Dark	20	(32.3)	17	(15.6)	7	(8.8)	9	(8.7)	53	(11.5)
		Total	62		109		80		104		355	
Fabric		Soft	36	(39.1)	22	(40.0)	37	(52.9)	40	(55.6)	135	(46.7)
		Hard	21	(22.8)	16	(29.1)	13	(18.6)	8	(11.1)	58	(20.1)
		Sheenful	15	(16.3)	9	(16.4)	8	(11.4)	10	(13.9)	42	(14.5)
		See-through	9	(9.8)	3	(5.5)	6	(8.6)	5	(6.9)	23	(8.0)
		Composite	11	(12.0)	5	(9.1)	6	(8.6)	9	(12.5)	31	(10.7)
		Total	92		55		70		72		289	
Detail		Vertical	13	(18.6)	7	(19.4)	5	(18.5)	16	(38.1)	41	(23.4)
		Horizontal	19	(27.1)	11	(30.6)	3	(11.1)	10	(23.8)	43	(24.6)
		Diagonal	10	(14.3)	4	(11.1)	5	(18.5)	4	(9.5)	23	(13.1)
		Wave	17	(24.3)	7	(19.4)	9	(33.3)	5	(11.9)	38	(21.7)
		Tangled	7	(10.0)	5	(13.9)	3	(11.1)	3	(7.1)	18	(10.3)
		Heated	4	(5.7)	2	(5.6)	2	(7.4)	4	(9.5)	12	(6.9)
		Total	70		36		27		42		175	
Pattern		Natural	50	(27.6)	52	(25.7)	54	(32.7)	34	(28.1)	190	(28.4)
		Artifact	7	(3.9)	5	(2.5)	5	(3.0)	10	(8.3)	27	(4.0)
		Geometric	23	(12.7)	48	(23.8)	35	(21.2)	25	(20.7)	131	(19.6)
		Abstract	17	(9.4)	21	(10.4)	15	(9.1)	24	(19.8)	77	(11.5)
		None	84	(46.4)	76	(37.6)	56	(33.9)	28	(23.1)	244	(36.5)
		Total	181		202		165		121		669	
Accessory		Hat	134	(37.7)	130	(36.9)	91	(40.8)	82	(47.1)	437	(47.3)
		Bag	79	(22.3)	101	(28.7)	51	(22.9)	35	(20.1)	86	(9.3)
		Sunglasses	142	(40.0)	121	(34.4)	81	(36.3)	57	(32.8)	401	(43.4)
		Total	355		352		223		174		924	
Style		Romantic	16	(17.4)	17	(14.3)	12	(10.4)	8	(6.3)	53	(11.0)
		Elegance	13	(14.1)	26	(21.8)	18	(15.7)	27	(21.1)	84	(17.4)
		Classic	17	(18.5)	18	(15.1)	16	(13.9)	20	(15.6)	71	(14.7)
		Sophisticated	36	(39.1)	21	(17.6)	31	(27.0)	31	(24.2)	119	(24.6)
		Mannish	4	(4.3)	6	(5.0)	3	(2.6)	3	(2.3)	16	(3.3)
		Active	5	(5.4)	6	(5.0)	13	(11.3)	13	(10.2)	37	(7.7)
		Avant-garde	17	(18.5)	7	(5.9)	10	(8.7)	5	(3.9)	39	(8.1)
		Ethnic	13	(14.1)	18	(15.1)	12	(10.4)	21	(16.4)	64	(13.3)
		Total	121		119		115		128		483	

밝은 톤(11.7%)이 높게 나타났으며 수수한 톤(11.0%)이 가장 낮게 나타났다. 시니어는 무채색을 비롯하여 다양한 컬러를 즐겨 사용하였으며 특히 빨강, 노랑, 주황 등의 난색 계열을 선호하며 스트롱과 비비드 톤의 화려한 톤과 브라이트와 페일 톤의 밝은 컬러 톤을 선호하는 것을 알 수 있다. 헤어컬러는 자연스러운 은발이 많았으며 염색을 할 경우 화려한 톤의 주황과 파랑 계열의 인위적인 컬러가 나타났다. 재질은 부드러운(46.7%) 소재와 딱딱한(20.1%) 소재 순으로 높게 나타났으며 비치는(8.0%) 소재가 가장 낮게 나타났다. 부드러운 소재는 모피 소재가 많이 이용되었으며 실크 등의 소재가 많이 나타났고 딱딱한 소재는 재킷과 코트에 사용된 모직 소재와 가죽 소재가 많이 나타났다. 디테일에 나타난 선은 수평(24.6%)과 수직선(23.4%) 순으로 높게 나타났으며 격렬한 선(6.9%)이 가장 낮게 나타났다. 수평선은 벨트와 가로 절개선으로 나타났으며 수직선은 단추와 지퍼선 등으로 표현되었다. 무늬는 없음(36.5%)이 가장 높게 나타나고 다음으로는 자연무늬(28.4%)가 높게 나타났으며 인공무늬(4.0%)가 가장 낮게 나타났다. 자연무늬는 크고 작은 크기의 꽃무늬와 식물무늬가 주로 나타났다. 액세서리는 모자(47.3%)와 선글라스(43.4%) 순으로 높게 나타났으며 가방(9.3%)이 가장 낮게 나타났다. 독특한 디자인의 모자, 선글라스, 가방 등의 액세서리를 착용하여 자신만의 독창적인 패션스타일을 연출하였는데 특히, 모자와 선글라스는 각자의 개성을 잘 표현하는 예술적이고 조형적인 스타일로 표현되었다. 스타일은 소피스트케이티드(24.6%)와 엘레강스(17.4%)가 높게 나타났으며 매니시(3.3%)가 가장 낮게 나타났다. 소피스트케이티드는 트렌드를 반영한 스트리트 패션으로 솔리드, 레오퍼드, 타이포그라피, 팝아트 무늬와 가죽, 트위드, 모피, 데님 소재를 사용하고 데님팬츠, 티셔츠, 트렌디한 가방, 스니커즈 등의 패션아이템으로 젊은 이미지를 연출하였다. 엘레강스는 검정, 빨강, 보라, 골드 등의 컬러를 사용하고 시스루, 레이스, 모직, 모피 소재와 명품 액세서리를 사용하여 품위 있고 고급스러운 이미지를 부각시켰다. 클래식은 20, 40, 60년대의 재현, 모노, 페일, 다크 톤의 컬러, 스트라이프, 레오퍼드 무늬, 레이스, 모직, 모피 소재와 레트로 이미지의 모자, 가방, 부채, 코사지, 네크리스 등의 액세서리로 연출하였다. 특히, 로맨틱, 아방가르드, 액티브, 키덜트, 키치 스타일은 출연한 수는 적으나 흔히 예상하는 시니어 패션에서 볼 수 없는 패션이미지가 표현되었다. 로맨틱 스타일은 귀엽고 사랑스러움을 강조한 스타일로 소녀시절로 돌아간 듯한 이미지로 발레리나 원피스나 개더, 러플, 퍼프, 레이스, 플라운스 등의 장식적인 요소가 많이 가미되어 표현되었다. 또한 여성적인 레이스나 꽃과 리본, 새의 깃털과 같은 과장된 디테일을 사용한 화려한 모자와 머리모양 등이 나타났다. 아방가르드는 여러 가지 아이템을 레이어드하여 연출하고 예술적이고 과감한 디자인의 모자와 네크리스 등의 액세서리를 사용하였다. 액티브는 패딩소재와 점퍼, 트레이닝 슈트, 러닝슈즈, baseball cap의 착용으로 젊은 이미지 연출하였다. 그 외에 유년기 시절로 돌아간 듯한 키덜트와 유머러스한 키치 스타일도 다수 나타났는데 어린 아이와 같은 패션이미지에 하트, 입술, 꽃, 열쇠, 캐릭터 등을 패턴과 액세서리의 모티브로 사용하였다.

4.2. 시니어 패션에 나타난 정서적 특성

해외 소셜 미디어에 나타난 시니어 패션의 조형적 특성을 통해 시니어의 정서적 특성을 살펴보았다(Table 4). 형태적 특성인 원형(Image 1)과 사각형(Image 2) 실루엣은 연령에 따른 둥근 체형과 모피 소재, 길이가 긴 코트와 재킷에 의해 표현되었다. 바디라인을 드러내기보다는 신체와 의복에 공간감을 주어 패브릭에서 표현되는 자연스러운 실루엣을 연출하는 경향이 나타났다. 이러한 이미지는 편안함과 안정감을 주며 원형과 사각형의 정서인 공격성과 우울의 감소, 안정감의 정서(Oh & Yu, 2014)를 느낄 수 있다. 시니어의 색채에 나타난 정서를 살펴보면 무채색(Image 3)과 난색(Image 4)이 가장 높게 나타났으며 그 중 검정과 빨강이 가장 높게 나타났다. 시니어 패션에서의 검정은 모던하고 세련된 이미지의 소피스트케이티드와 우아하고 여성스러운 이미지의 엘레강스 스타일에 주로 사용되었는데 이는 검정의 부정적 정서인 불안, 우울, 공포, 두려움의 정서가 아닌 신뢰와 자부심의 정서로 표현된 것으로 보인다. 빨강은 화려하고 밝은 톤을 사용하여 열정과 사랑, 따뜻함, 행복의 긍정적 정서로 표현되었다. 노랑과 주황 또한 화려한 톤을 사용하여 행복, 재미, 유쾌, 희망, 따뜻함, 기쁨, 즐거움의 정서(Oh & Yu, 2014)를 표현하였다. 컬러 톤에 나타난 정서는 화려한 톤(Image 5)의 열정, 사랑, 따뜻함, 행복, 시원한 정서와 밝은 톤(Image 6)의 사랑, 따뜻함, 행복, 부드러움, 편안한 정서로 나타났다. 절망, 불안, 우울, 외로운 정서의 수수한 톤(Choi et al., 2013)은 가장 낮게 나타났다. 재질은 부드러운 소재(Image 7)가 높게 나타났는데 모피 소재와 같은 부드러운 소재는 의존과 애착 정서(Choi & Lee, 2014)를 표현한다. 디테일에서는 안정감, 고요, 편안함, 조화의 정서를 표현하는 수평선(Image 9)이 높게 나타났으며 분노, 난폭, 폭력 성향의 격렬한 선(Oh & Yu, 2014)이 가장 낮게 나타났다. 무늬는 심리적, 신체적 스트레스를 감소시키는 효과(Shin et al., 2013)가 있는 자연무늬(Image 11)가 높게 나타났다. 모자(Image 13), 선글라스(Image 14) 등의 액세서리를 착용하는 것은 자신을 감추고자 하는 심리가 표현된 것(Choi & Lee, 2014)으로 독특한 액세서리를 착용하여 노화한 얼굴과 헤어를 감추고 더 아름답고 개성있는 이미지로 표현하였다. 소셜 미디어에 나타난 도시적이고 트렌디한 소피스트케이티드 스타일(Image 15)의 시니어 패션은 나이보다 젊은 감각으로 자부심을 느끼게 한다. 우아하고 고급스러우며 성숙한 이미지의 엘레강스 스타일(Image 16)은 신뢰, 동경, 도취와 황홀감의 감정을 주며 클래식 스타일은 전통적인 스타일로 친근감을 준다. 아방가르드 스타일의 예술적이고 과감한 디자인의 액세서리 연출과 액티브 스타일의 젊은 이미지 연출은 경탄과 놀라움의 감정을 일으킨다. 하트, 입술, 꽃, 열쇠 등을 모티브로 한 과장된 액세서리 연출과 브라이트 톤의 컬러의 키덜트와 키치 스타일은 행복과 재미, 즐거운 감정을 준

Table 4. Emotional characteristics represent in senior fashion

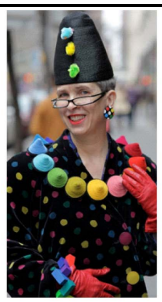
	Silhouette		Color				Fabric	
			Hue		Tone			
Photo								
	Image 1. Circular. *http://www.advanced.style*	Image 2. Rectangle. *http://www.advanced.style*	Image 3. Achromatic. *http://www.advanced.style*	Image 4. Warm. *https://www.instagram.com/advancedstyle/*	Image 5. Colorful. *https://www.instagram.com/advancedstyle*	Image 6. Bright. *https://www.instagram.com/advancedstyle*	Image 7. Soft. *http://www.advanced.style*	Image 8. Hard. *https://www.instagram.com/advancedstyle*
Fashion	Barrel, balloon	Boxy, straight	Black, white	Red, yellow, orange	Vivid, strong	Pale, very pale	Fur, silk	Leather, wool
Emotion	Eternity, reduce aggression, depression	Stability, compensation for anxiety	Trust, refined, fear	Passion, love, warmth, happiness	Passion, love, happiness, cool	Love, happiness, warmth, comfortable	Dependent, attachment, stability	Self fanfare, tension, defense
	Detail		Pattern		Accessory		Style	
Photo								
	Image 9. Horizontal. *https://www.instagram.com/advancedstyle*	Image 10. Vertical. *http://www.advanced.style*	Image 11. Natural. *https://www.instagram.com/lindaandwinks*	Image 12. Geometric. *https://www.instagram.com/carolmarkel*	Image 13. Hat. *http://www.advanced.style*	Image 14. Sunglasses. *https://www.instagram.com/advancedstyle*	Image 15. Sophisticated. *http://www.advanced.style*	Image 16. Elegance. *https://www.instagram.com/advancedstyle*
Fashion	Emphasize waist line, horizontal detail	Vertical line, emphasis of the button	Flower print, plant	Large shape, stripe	Individual, creative design		Urban, chic sensibility	Elegant, feminine advanced preferences
Emotion	Comfort, stability, comfort	Tension	Love, stability	Fun, joy	Conceal, spruce up vacations, guard, gaze, outstanding		Pride, satisfaction	Satisfaction, euphoria, hanker

다. 이러한 결과를 통해 해외 소셜 미디어에 나타난 시니어 패션을 통해 시니어는 소피스트케이티드와 액티브 스타일을 통한 젊음 추구, 엘레강스 이미지를 통한 고급추구, 클래식, 레트로, 키덜트 스타일을 통한 추억과 과거 회상, 아방가르드하고 과장된 액세서리와 패션스타일을 통한 과감한 실험성, 키덜트와 키치이미지의 유머와 재미를 추구하는 것으로 나타났다.

4.3. 시니어 패션에 나타난 심리기제의 특성

해외 소셜 미디어에 나타난 시니어 패션의 조형과 연출 특성에 나타난 심리기제를 살펴보면 상징화, 보상, 유머, 퇴행, 승화가 나타났다(Table 5). 상징화(Image 17)는 꽃, 하트, 입술 모양 등의 형상으로 디자인된 모자, 가방, 목걸이 등의 액세서리를 착용하거나 자연물이나 인공물의 이미지를 패턴으로 사용하여 아름다움과 여성스러움, 사랑과 유머, 재미의 정서를 상징적으로 표현하였다. 보상(Image 18)은 젊은 시절에 비해 변함이 없거나 그보다 더 건강해 보이는 바디이미지와 트렌디하고 스포티한 패션스타일로 노화하는 외모의 부족한 부분을 젊은 이미지로 보상받고 싶은 심리를 표현하였다. 유머(Image 19)는 화려한 컬러 콤비네이션과 독창적인 패션연출로 키덜트와 키치 스타일로 표현되었는데 예상하지 못한 의외성으로 웃음과 재미, 즐거움의 유희적인 정서를 표현하였다. 퇴행(Image 20)은 키덜트와 로맨틱, 레트로 패션으로 표현되었다. 어린 아이와 같은 이미지로 유년기로 돌아간 듯한 키덜트 패션, 어린 소녀 감성의 로맨틱 스타일, 50년대와 60년대의 레트로 패션을 통해

Table 5. Characteristics of psychological mechanism represent in senior fashion

Photo					
	Image 17. Symbolization. *https://www.instagram.com/advancedstyle/*	Image 18. Compensation. *https://facebook.com/Carmen.Dell.Orefice*	Image 19. Humor. *http://www.advanced.style*	Image 20. Regression. *http://www.advanced.style*	Image 21. Sublimation. *https://facebook.com/Carmen.Dell.Orefice*
Fashion characteri-stics	Design using shape and pattern of flowers, hearts, lips	Young body image, fashion director of trendy and active style	The use of vivid, bright colors, Fashion director of unexpectedness	Childhood(kidult), romantic and retro style	Elegance style of the luxury tastes
Psycho-logical mechanism	Emotion such as beauty, ladyishness, love was expressed through images of objects.	Psychological rewards on aging appearance was expressed to youth.	Emotion of smile and fun were expressed through fashion.	The psychology of hoping return to past happy memories was expressed.	As fashion receiving recognition socially, pleasure such as pride and confidence were expressed together with feelings of love.

과거의 행복한 기억으로 되돌아가려하는 심리이다. 승화(Image 21)는 우아함과 고급스러움을 강조한 엘레강스 패션에서 표현되었다. 사회적으로 인정받는 패션으로 자부심, 신뢰, 도취 등의 기쁨과 사랑의 감정을 표현하였다. 이처럼 심리기제의 성숙도는 미성숙한 방어인 퇴행, 신경증적 방어인 상징화가 나타났으며 유머, 승화와 같은 성숙한 방어기제가 가장 큰 특징으로 나타났다. 이는 연령이 증가함에 따라 왜곡과 부정을 통하여 현실을 도피하려는 퇴행적 방어기제를 사용한다는 Gutmansn의 연구와 일치하였다. 또 연령이 증가함에 따라 유머, 승화와 같은 성숙한 심리기제가 강화된다는 Vaillant(1976)의 성숙 방어기제의 사용에 관한 주장과도 일치하였다. 해외 소셜 미디어에 나타난 시니어의 패션은 노년기에 나타나는 생물학적, 사회 심리학적인 요인으로 인한 자존감과 자아상의 혼란, 상실감, 외로움, 불안 등의 부정적인 감정을 패션이라는 매개체를 통해 과

Table 6. Seniors' fashion and psychological characteristics in overseas social media

Formative		Emotion		Psychological mechanism
Silhouette	Circular, rectangle	Eternity, reduce aggression, depression, stability, compensation for anxiety	• Expression of positive emotion • Pursuit of youth • Pursuit of humor and fun • Memories and past recollection • Pursuit of elegance and advanced styles	• Symbolization • Compensation • Humor • Regression • Sublimation
Color	Achromatic, warm	Trust, refined, fear passion, love, warmth, happiness		
	Colorful, bright	Passion, love, happiness, cool love, happiness, warmth, comfortable		
Fabric	Soft, hard	Dependent, attachment, stability self fanfare, tension, defense		
Detail	Horizontal, vertical	Comfort, stability, comfort tension		
Pattern	Natural, geometric	Love, stability, fun, joy		
Accessory	Hat, sunglasses	Conceal, spruce up, vacations, guard, gaze, outstanding		
Style	Sophisticated	Pride, satisfaction		
	Elegance	Satisfaction, euphoria, hanker		

거의 행복한 기억을 회상하고 유머와 승화의 긍정적인 정서로 표현되었다. 해외 소셜 미디어에 나타난 시니어 패션과 심리적 특성은 Table 6에 제시하였다. 이러한 긍정적인 감정은 소셜 미디어를 통해 공유되면서 세계 곳곳의 SNS 사용자와 블로거들의 공감을 일으키며 과거 시니어에 대한 이미지를 변화시키고 행복감을 공유하고 있다.

5. 결 론

이 연구는 해외 소셜 미디어에 나타난 시니어 패션의 조형적 특성을 알아보고 시니어 패션에 나타난 정서적 특성과 심리기제의 특성을 알아보는데 그 목적이 있다. 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 해외 소셜 미디어에 나타난 시니어 패션의 조형적 특성은 실루엣, 색채, 재질, 디테일, 무늬, 액세서리와 패션연출 특성으로 구분하여 알아보았다. 실루엣은 원형이 가장 높게 나타났으며 다음으로는 사각형이, X자형이 가장 낮게 나타났다. 색채는 무채색과 난색, 화려한 톤이 가장 높게 나타났으며 한색과 수수한 톤이 낮게 나타났다. 재질은 부드러운 재질이 디테일에 나타난 선은 수평이 가장 높게 나타났으며 무늬는 없음과 자연무늬, 액세서리는 모자와 선글라스, 스타일은 소피스트케이티드와 엘레강스가 가장 높게 나타났다. 둘째, 시니어 패션에 나타난 정서적 특성은 실루엣의 특성인 원형과 사각형은 안정감, 공격성과 우울의 감소의 의미가 있다. 색채 특성인 빨강은 열정과 사랑, 따뜻함, 행복, 기쁨, 즐거움의 정서를, 노랑은 행복, 재미, 유쾌, 희망을 의미한다. 톤의 특성인 화려한 톤은 열정, 사랑, 따뜻함, 행복, 시원한 정서가, 밝은 톤은 사랑, 따뜻함, 행복, 부드러움, 편안한 정서로 나타났다. 부드러운 소재의 재질은 의존적, 애착심리가 표현되었다. 디테일에서는 안정감, 모성적, 고요, 편안함, 조화의 정서의 수평선이 높게 나타났으며 무늬는 자연무늬가 높게 나타났는데 꽃은 아름다움, 사랑, 결실을 의미하며 자연무늬는 심리적 안정감을 준다. 모자, 선글라스 등의 독특한 액세서리를 착용하여 노화한 얼굴과 헤어를 숨기고 아름답고 개성 있는 이미지로 표현하였다. 소피스트케이티드 스타일을 통해 나이보다 젊은 감각으로 자부심을, 우아하고 고급스러우며 성숙한 이미지의 엘레강스 스타일은 신뢰, 동경, 도취와 황홀감의 감정을, 클래식 스타일은 전통적인 스타일로 친근감이 표현되었다. 이러한 결과를 통해 안정감, 사랑, 따뜻함, 행복, 기쁨, 즐거움, 재미, 편안한, 애착심리, 자부심, 신뢰, 친근감 등 긍정적인 정서가 표현되고 부정적인 정서는 나타난 것을 알 수 있었다. 셋째, 시니어 패션에 나타난 심리기제의 특성은 상징화, 보상, 유머, 퇴행, 승화가 나타났다. 상징화는 꽃, 하트, 입술 모양 등의 형상과 패턴을 사용하여 사랑과 유머, 재미의 정서를 상징적으로 표현하였다. 보상은 젊은 바디이미지와 트렌디한 패션으로 노화에 대한 보상 심리로, 유머는 키치와 키덜트 스타일의 패션으로 웃음과 재미의 유희적인 정서를 표현하였다. 퇴행은 로맨틱과 레트로, 키덜트 스타일을 통해 과거의 행복한 기억으로 되돌아가려 하는 심리로, 승화는 우아함과 고급스러움을 강조한 엘레강스 패션에서 사회적으로 인정받는 패션으로 자부심, 신뢰, 도취 등의 감정으로 표현되었다.

이와 같은 결과를 통해 해외 소셜 미디어에 나타난 시니어 패션은 노년기에 나타나는 자존감과 자아상의 혼란, 상실감, 외로움, 불안 등의 부정적인 정서를 패션이라는 매개체를 통해 과거의 행복한 기억을 회상하고 기쁨과 사랑, 유머와 승화의 긍정적인 정서로 표현된 것을 알 수 있었다. 이들은 자신만의 독특한 스타일로 전 세계의 공감을 얻으며 그들의 패션스타일과 긍정적인 감정을 공유하고 있다. 이러한 사회적 지지는 시니어에게 삶의 만족감을 더 높이는 작용을 할 수 있다. 또한 해외 소셜 미디어에 표현된 시니어의 정서는 긍정적인 자기이미지 표현과 소셜 미디어에서의 소통과 공감으로 심리 치유적인 의미가 있을 것으로 사료된다.

감사의 글

이 논문은 부산대학교 기본연구지원사업(2년)에 의하여 연구되었음.

References

An, M. S., Chung, S. J., & Kim, D. G. (2014). A comparative study on characteristics between participants and non-participants in senior model program: A focus on lifestyles, body satisfaction, self-esteem, physical self efficacy, and self-confidence in fashion coordination. *Journal of Fashion Business, 18*(1), 66-79. doi:10.12940/jfb.2014.18.1.66

American Psychoanalytic Association. (2002). *Psychoanalytic terms and concepts.* Seoul: Korea Institute of Psychotherapy.

Bae, J. W., & Park, C. Y. (2015). Influence of user-motivation on user-commitment in social media: Moderating effects of social pressure. *The Journal of the Korea Contents Association, 15*(1), 462-474. doi:10.5392/JKCA.2015.15.01.462

Capacchione, L. (2008). *(The) Art of emotional healing.* Seoul: Project 409.

Choi, Y. H. (2015). *The effects of interactive SNS usage of smart devices on depression in the elderly: The mediating effect of self efficacy and social support.* Unpublished master's thesis, Seongshin Women's University, Seoul.

Choi, J. H., & Lee, K. H. (2014). The effect of collage fashion illustration program on improving self-image. *Fashion & Textile Research Journal, 16*(2), 218-227. doi:10.5805/SFTI.2014.16.2.218

Choi, J. Y., Kim, Y. K., & Lee, K. H. (2013). Study of clothes colors according to emotion. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 37*(7), 984-999. doi:10.5850/JKSCT.2013.37.7.984

Chung, S. Y., & Chung, E. K. (2014). An exploratory investigation on visual cues for emotional indexing of image. *Journal of the Korean Library and Information Science Society, 48*(1), 53-73. doi:10.4275/KSLIS.2014.48.1.053

Emmons, R. A., & Colby, P. (1995). Emotional conflict and well-

being: Relation to perceived availability, daily utilization and observer reports of social support. *Journal of Personality and Social Psychology, 68*(5), 947-959. doi:10.1037/0022-3514.68.5.947

'Emotion'. (2016, March 08). *Guglibgug-eowon.* Retrieved March 08, 2016, from http://stdweb2.korean.go.kr/search/List_dic.jsp.

Gang, H. W., Lee, G. S., Go, A. L., Jeong, M. S., Nam, M. U., & Kim, Y. J. (2012). *The social psychology of clothing*. Paju: Gyomunsa.

Jee, G. Y. (2012). *(A) costume therapy program construction using an exploratory research : Aiming at married women with depression and wo5en with mental disease*. Unpublished doctoral dissertation, Pusan National University, Busan.

Jung, Y. J. (2005). The basic study for the program development of art therapy with elderly. *Journal of the Korea Gerontological Society, 25*(1), 73-86.

Keum, H. J. (2011). The influences of social media use on social capital and psychological wellbeing. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies, 25*(5), 7-48.

Kim, B. S., & Park, S. H. (2014). A study on the factors influencing facebook user's loneliness. *Korean Journal of Communication Studies, 22*(1), 117-143.

Kim, J. D., & Im, H. J. (2013). *Make-up therapy.* Paju: Gwangmunsa.

Kim, M. H., & Min, K. H. (2004). Emotional experience and emotion regulation in old age. *Korean Journal of Psychology General, 23*(2), 1-21.

Kim, S. H. (2012). Mediated emotion: SNS and structure of emotion in our age. *Semiotic Inquiry, 31*, 9-35.

Kim, Y. J., & Lee, K. H. (2004). Formative properties of sensibility and emotion in fashion. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 28*(1), 34-44.

Ko, M. S., & Seo, I. K. (2011). Influences of the elderly's health status upon their stress and depression and moderating effects of social supports. *Korean Public Health Research, 37*(1), 1-14.

Lee, I. J., & Sin, H. Y. (2000). Effect of the fashion therapy for the psychiatric patients. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 24*(7), 1088-1099.

McCrae, R. R. (1982). Age differences in the use of coping mechanisms. *Journal of Gerontology, 37*(4), 454-460. doi:10.1093/geronj/37.4.454

Nam, M. J., Kim, J. G., & Shin, J. H. (2014). A user emotion information measurement using image and text on instagram-based. *Journal of Korea Multimedia Society, 17*(9), 1125-1133. doi:10.9717/kmms.2014.17.9.1125

Oh, S. J., & Yu, J. M. (2014). *Diagnostic test of art psychology.* Seoul: Dongmunsa.

Pfeiffer, E. (1977). *Psychopathology and social pathology.* In J. E. Birren & K. W. Schaie (Eds.), Handbook of the psychology of aging. pp. 650-671. New York: Van Nostrand Reinhold.

Rubin, J. A. (2012). *Approaches to art therapy: Theory and technique* (2nd ed.). New York: Routledge.

Schmeer, G. (2004). *(Das) Ich im bild* [The ego in the picture]. Eeibeck: Klett-Cotta Verlag.

'Senior market'. (2013, January 04). *Samsung design net.* Retrieved August 20, 2016, from http://www.samsungdesign.net/Report

'Senior market'. (2016, March 08). *Maeilgyeongje.* Retrieved March 08, 2016, from http://dic.mk.co.kr/cp/pop/desc.php

Seo, G. W. (2015). *Social media and SNS marketing.* Seoul: Communication Books.

Shin, Y. J., Hyoung, S. E., & Hong, J. P. (2013). Basic study on extraction of healing design elements for silver generation. *Journal of Digital Interaction Design, 12*(4), 9-20.

Suk, E. K. (2014). A study on healing aspect reflected on female adornment culture - Focused on world's famous designer fashion -. *Journal of the Korean Society of Fashion Design, 14*(4), 65-81.

Suh, S. E. (2014). Representation forms of personal style on the fashion blogs. *Fashion & Textile Research Journal, 16*(5), 689-697. doi:10.5805/SFTI.2014.16.5.689

Vaillant, G. E. (1976). Natural history of male psychological health. *Archives General Psychiatry, 33*, 535-545.

Yang, H. S., Kim, J. H., & Seo, M. H. (2012). Does facebook enrich our social relations?: Examining the relationship among social psychological motivation, facebook use behavior, and perceived social support. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 56*(5), 270-297.

Yoh, E. A. (2015). Application of the fashion therapy to reduce negative emotions of female patients. *The Research Journal of the Costume Culture, 23*(1), 85-101. doi:10.7741/rjcc.2015.23.1.085

Yu, G., Yu, G. H., Gang, Y. U., Lee, J. I., & Kim, J. H. (2014). *Aging and psychology.* Seoul: Hakjisa.

Yun, E. G. (2011). Potential mediating effects of different response types on coping of old people's difficulties in emotional regulation with their quality of life. *International Journal of Gerontological Social Welfare*, *54*, 335-360.

(Received 1 November 2016; 1st Revised 6 December 2016; 2nd Revised 11 December 2016; Accepted 26 December 2016)