The Research Journal of
the Costume Culture

pISSN 1226-0401 eISSN 2383-6334
RJCC Vol.28, No.2, pp.265-284, April 2020
https://doi.org/10.29049/rjcc.2020.28.2.265

[Original Article]

Informatics analysis of consumer reviews for「Frozen 2」fashion collaboration products - Semantic networks and sentiment analysis -

Yeong-Hyeon Choi and Kyu-Hye Lee*†
Ph. D. Candidate, Dept. of Clothing and Textiles, Hanyang University, Korea
Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Hanyang University, Korea*

「겨울왕국2」의 콜라보레이션 패션제품에 대한 소비자 리뷰 - 의미 네트워크와 감성분석 -

최 영 현 · 이 규 혜*†
한양대학교 의류학과 박사수료, 한양대학교 의류학과 교수*

Abstract

This study aimed to analyze the performance of Disney-collaborated fashion lines based on online consumer reviews. To do so, the researchers employed text mining and network analysis to identify key words in the reviews of these products. Blogs, internet cafes, and web documents provided by Naver, Daum, and YoutTube were selected as subjects for the analysis. The analysis period was limited to one year after for the 2019. Data collection and analysis were conducted using Python 3.7, Textom, and NodeXL. The research terms in question were as follows: 'Disney fashion collaboration' and 'Frozen fashion collaboration'. Preliminary survey results indicated that 'Elsa's dress' was the most frequently mentioned term and that the domestic fashion brand Eland Retail was the most active in selling Disney branded clothing through its own brand. The writers of reviews for Disney-collaborated fashion products were primarily mothers with daughters. Their decision to purchase these products was based upon the following factors; price, size, stability of decoration, shipping, laundry, and retailer. The motives for purchasing the product were the positive response of the consumer's child and the satisfaction of the parents due to the child's response. The problems to be solved included insufficient quantity of supply, delay in delivery, expensive price considering the number of times children's clothes are worn, poor glitter decoration, faded color, contamination from laundry, and undesirable smells immediately after the purchase.

Keywords: Disney animation(디즈니 애니메이션), Frozen(겨울왕국), fashion collaboration (패션 콜라보레이션), semantic network analysis(의미연결망 분석), sentiment analysis(감성분석)

Received February 13, 2020
Revised March 16, 2020
Accepted March 19, 2020

†Corresponding author
(khlee@hanyang.ac.kr)

ORCID
Yeong-Hyeon Choi
https://orcid.org/0000-0002-3119-4325
Kyu-Hye Lee
https://orcid.org/0000-0002-7468-0681

I. Introduction

만화나 영화의 캐릭터는 과거 청소년들의 전유물이었으나, 스타워즈, 어벤져스

Copyright©2020, The Costume Culture Association. All rights reserved.

시리즈, 디즈니 프린세스 시리즈 등의 애니메이션 작품들이 아이뿐만 아니라, 성인들에게도 중요한 관심과 소비의 대상이다(Lee & Yang, 2018). 애니메이션 작품 속의 캐릭터는 소비자들에게 친숙한 존재로 성격, 목소리, 그리고 행동의 측면에서 실제적 요소와 차이가 없는 생생함을 통해서 소비자들의 관심을 유발하는 역할을 한다(Shin, 2008). 디즈니 사는 소비자들의 욕구와 요구에 맞는 캐릭터들을 중심으로 주제를 선정하고, 메시지를 전달하는 방식의 서사전략을 가장 잘 구사하는 기업으로 알려져 있다(Kang, 2016). 또한 앞으로도 디즈니의 인기는 디즈니가 OTT(over the top) 온라인 동영상 스트리밍 서비스인 디즈니플러스를 시작함에 따라, 더욱 확산될 것으로 예상된다.

2019년 '겨울왕국2'의 흥행으로 이랜드리테일은 9개의 자사 브랜드를 통해 '겨울왕국2' 아동복 콜라보레이션 컬렉션 61종을 선보여 마케팅을 전개하였으며, 주인공인 엘사의 드레스는 온라인 출시 하루 만에 매진되었다(J. S. Kang, 2019). 작품 속 엘사는 목선이 V라인으로 깊게 파인 짙은 빨간색 드레스를 입고 등장하는데, 몸에 달라붙는 형태와 목 부분에 레이스가 들어간 디자인이 흡사 빨간 내복을 연상시킨다는 여론이 형성되기도 하였다. 이에 국내 영화사 CGV와 속옷 브랜드 BYC가 '얼음여왕의 내복 이벤트' 콜라보레이션을 진행하기도 했다(E. Y. Kim, 2019).

겨울왕국 시리즈가 개봉할 때마다 주인공 엘사의 드레스는 아동들에게 선풍적인 인기를 끌고 있으며, 아동들이 평상복으로도 착용하는 사례도 쉽게 찾아볼 수 있다. 만 5세 유아의 디즈니 애니메이션 겨울왕국 선호 요인을 분석한 연구에서도 다수의 유아가 겨울왕국을 보았으며, 과반수 이상이 가정이나 유치원에서 여러 번 시청하고 있는 것으로 나타났다(Yoon, Lee, & Lee, 2014). 주인공 엘사의 스토리, 엘사 캐릭터, 엘사가 사는 성, 엘사가 부리는 마법, 엘사가 부르는 노래, 엘사 의상을 선호하는 요소로 응답한 것으로 나타났다. 한편, 디즈니 애니메이션 콜라보레이션 상품은 아동뿐 아니라, 실구매자인 부모들에게도 관심의 대상이다. 국내 인터넷 카페에서는 개봉 전부터 드레스의 구매 후기와 판매 사이트 정보가 활발하게 공유되고 있었으며, 가격이 부담되는 부모들은 직접 의상을 제작하여 입히고 있는 것으로 나타났다.

패션기업의 입장에서도 이미 잘 알려진 캐릭터와의 콜라보레이션을 통해, 비교적 적은 비용과 시간을 들여 시너지 효과를 일으킬 수 있기에 작품 속 캐릭터와의 콜라보레이션은 중요한 마케팅 전략이라고 생각된다. 콜라보레이션 아동복 상품은 구매자와 사용자가 불일치하기 때문에 판매가 성공적이었다고 하더라도 평가가 다양할 수 있다.

인터넷의 발달로 소비자들 사이에서 제품에 대한 정보를 공유할 수 있게 됨에 따라, 소비자들이 제품 및 서비스를 경험하고 느낀 리뷰 데이터가 시장을 이해하는 중요한 요소로 받아들여지고 있다. 온라인 소비자 리뷰는 온라인 구전(electronic word-of-mouth)의 형태로 정보 제공자 및 추천자의 기능을 수행하며, 잠재적 소비자의 구매결정이나 제품판매에도 영향을 미치는 요인이다(Park, Lee, & Han, 2007). 다른 소비자가 작성한 온라인 리뷰를 통해, 소비자들은 가격 및 제품에 대한 정보를 얻고, 이를 바탕으로 브랜드나 가격과 같은 다양한 요인들을 고려하여 제품을 구매하게 된다(Kim, OH, Hwang, & Mo, 2019). 그렇기 때문에 소비자 리뷰를 분석하는 것은 소비자들의 반응을 파악하고, 효과적인 마케팅 전략을 수립하는데 필수적인 작업이라고 할 수 있다.

소비자들이 만들어내는 방대한 데이터 중에는 제품, 회사, 서비스에 대한 소비자의 의견에 대한 정보들이 존재하는데, 텍스트 마이닝은 온라인 리뷰와 같은 비정형 데이터를 처리할 수 있는 기법이다. 온라인 소비자 리뷰에서 나타난 긍정 · 부정적 의미를 분석하면, 소비자가 중요시 하는 가치를 파악할 수 있고, 혁신적 제품 개발을 위한 아이디어 확보가 가능하며, 소비자를 만족 · 불만족시키는 상품 및 판매 요인을 발견하여 효율적인 상품 관리에 도움을 줄 수 있다(Kim & Park, 2019; Lee & Choi, 2019). 따라서 다양한 학문분야에서도 리뷰에 나타난 감정표현을 정량적으로 측정하는 접근법으로 감성을 분석하는 연구들이 진행되었다(e.g., Hyun, Ryu, & Lee, 2019; Lee, Choi, Kim, Yeo, & Kim, 2018). 본 연구에서는 온라인 소비자 리뷰에 대한 정보학적 기반 분석 접근을 하고자 한다. 텍스트 마이닝과 의미 네트워크 분석을 사용하여 디즈니 패션 콜라보레이션 상품에서 나타난 리뷰의 주요 키워드를 알아보고, 감성분석을 통해 여아의 디즈니 패션 콜라보레이션 상품에서 나타난 감성별 소비자 리뷰를 분석하고자 한다.

Ⅱ. Theoretical Background

1. Animation characters

캐릭터는 영화 속에서 말하고 행동하는 등장인물로, 사람 또는 의인화된 사물이나 동물까지를 포함하는 개념이다(Choi & Lim, 2011). 하나의 캐릭터가 실제 사람 모델보다 소비자들의 시선을 끌거나 친근감을 유발하는데 효과적으로 알려져 있어, 기업들은 자사의 브랜드 이미지를 높이기 위해 캐릭터를 활용하고 있다(Shyam, 2003). 특정 대상에 대해 친근감을 갖게 되면 따뜻한 느낌이나 소유감을 느끼게 되고, 이에 따라 호감으로 이어지는 경향이 있기 때문에(Zajonc, 1980), 기업들은 캐릭터를 이용한 마케팅은 소비자로 하여금 브랜드 및 상품에 대한 호감을 느끼도록 유도할 수 있다.

캐릭터가 갖는 이미지 속성은 친근감 외에도 신뢰성, 매력성, 역동성, 향수성, 일치성 등 다양하다(Kim, Lee, & Shin, 2007). 캐릭터의 매력성은 동일시와 관련이 깊은데, 관객은 매력적인 캐릭터를 통해 자기 자신과 캐릭터를 동일시하고 캐릭터의 매력적인 이미지를 경험을 통해 영화의 평가에 영향을 주는 감정반응을 경험하는 경향이 있기 때문이다(Choi & Lim, 2011). 애니메이션 캐릭터를 이용한 패션상품의 경우, 캐릭터 자체의 이미지가 주는 속성과 의상이 결합되어 보다 강력한 시각적 이미지를 나타낼 수 있으며, 이를 통해 캐릭터의 이미지와 패션이 가지는 장식적 이미지를 효과적으로 표현할 수 있다(Kim, 2010). 이러한 맥락에서 아동들이 겨울왕국 시리즈의 주인공 엘사와 자기 자신을 동일시함으로써 매력을 느끼기 때문으로 볼 수 있으며, 엘사가 착용했던 화려한 의상 또한 장식적 이미지가 강조되어 비춰짐으로써 영화 개봉과 동시에 세간의 관심을 받게 되었을 것으로 유추할 수 있다.

Oh(2017)는 여러 디즈니 애니메이션 작품 속에 등장하는 캐릭터는 동시대의 사회적 · 문화적 흐름 속에 나타나는 젠더 정체성의 변화 특성을 반영하고 있다고 하였다. 백설공주는 완전 순종형, 신데렐라는 부분 순종형, 잠자는 숲속의 미녀의 주인공 오로라는 불만 순종형, 인어공주의 주인공 에리얼은 반항 가출형, 미녀와 야수의 주인공 벨은 침착한 평강공주형, 알라딘의 주인공 자스민은 능동적 내조형의 성격을 띠다가 노틀담의 꼽추의 주인공인 에스메랄다부터 헌신적 집시여전사형, 뮬란은 잔다르크형, 공주와 개구리의 티아나는 현실적 자립형, 라푼젤은 자아탐구적 가출형, 겨울왕국의 안나는 긍정적 자립형, 겨울왕국의 엘사는 자아실현적 가출형으로 분석하였다. 이를 통해, 디즈니 여성 캐릭터들이 순종적, 객체적 성격에서 능동적, 주체적 성격으로 변화하였다고 하였다.

Kong(2014)은 겨울왕국 속 캐릭터들의 커뮤니케이션을 기호학적 접근을 통해 분석하였는데, 에니어그램을 통해 겨울왕국 캐릭터에 대한 분석을 진행한 결과, 엘사와 안나는 스스로 본인들의 삶을 개척해 나가고, 주위 사람들에게 영향을 주는 캐릭터로 나타났다. 엘사는 본인의 삶을 개척해가는 모습을 보여주고 있었으며, 안나는 본인의 생각을 거침없이 말하며 목표로 삼은 일을 스스로 이뤄냄으로써 기존 디즈니 캐릭터들과는 다른 모습을 보여주었다고 하였다. Kim (2016)은 애니메이션 캐릭터의 외모와 심성 매력 관련 형용사를 선정하여, 매력의 4가지 차원과 관련된 형용사의 연관성을 리커트 7점 척도를 통해 평가하게 하였다. 연구 결과, 겨울왕국의 엘사의 경우, 예쁜, 아름다운, 우아한, 매력적인, 매혹적인, 세련된, 반하게 만드는 등의 형용사에서 높은 평균값으로 나타났으며, 엘사는 전통적 여성의 아름다움을 상징했던 단어보다 현대적 여성상을 상징하는 세련되고 우아하며 매혹적인 특성을 가지고 있는 것으로 하였다.

이외의 다양한 선행연구를 종합해보면(e.g., Chao & Li, 2016; Seybold, 2020; Sung, 2016), 엘사와 안나는 수동적인 기존의 공주 캐릭터와는 달리 직접 모험을 떠나고 현실을 개척해나가는 모습을 보이며 차별화된 매력을 보이고 있음을 알 수 있다.

2. Disney's fashion collaboration

디즈니 애니메이션의 꾸준한 인기에 힘입어 여러 패션브랜드가 콜라보레이션 상품 기획을 진행하였다. 구찌는 디즈니의 원조 캐릭터인 미키마우스와 협업한 캡슐 컬렉션을 선보였으며, 미우미우는 이상한 나라의 앨리스, 밤비, 아리스토캣의 캐릭터를 모티프로 캡슐 컬렉션을 선보였다. 마크 제이콥스는 스누피 캐릭터와 콜레보레이션 한 '피너츠 캡슐 컬렉션(Peanuts capsule collection)'을 진행하였다. 아웃도어 브랜드 컬럼비아는 엘사 다운재킷과 안나 다운케이프, 크리

스토프 인터체인지 재킷을 출시하였으며, 샘소나이트와 탑텐은 디즈니의 마블 히어로즈 캐릭터를 모티프로 제품을 출시한 바 있다.

애니메이션 작품의 흥행과 관련 상품의 인기는 사회적 동물로써 자신과 유사한 특성이 있는 대상에게 호감을 느끼게 되는 사람들의 특성과 관련이 있다(Ford & Smith, 1987). 영화, 드라마, 애니메이션 캐릭터가 실제와 가깝게 묘사되거나, 캐릭터가 가진 특성이 다른 캐릭터와는 차별화되어 우월감을 드러낼 경우, 사람들은 캐릭터에 대해 더욱 매력을 느끼게 되는 경향이 있다(Choi & Lim, 2011). 흥행한 디즈니 애니메이션 시리즈의 주인공들은 또한 사람과 비슷한 이미지를 통해 관객들로 하여금 동질성을 느끼게 하며, 특수한 능력과 포기하지 않는 근성을 통해 목적을 달성함으로써 사람들로 하여금 매력을 느끼게 한다고 볼 수 있다. Kim et al.(2007)도 연구에서 브랜드 캐릭터와 자아이미지의 일치성은 캐릭터 호감과 광고 호감에 모두 유의한 영향을 미쳤다고 설명하였다.

Lee and Park(2019)의 연구에서는 콜라보레이션 제품에 대한 친근성을 높이기 위해서는 매력을 느끼게 하는 캐릭터를 선정하여 협력하는 것이 가장 효과적이고, 제품에 대한 선호도를 높이기 위해서는 제품의 친근성을 높이는 일이 중요하다고 하였다.

겨울왕국 시리즈에서는 다르게 따뜻한 자매간의 모험이야기로 가족애를 통해 자신과 세상을 구원한다는 메시지를 담고 있다(Kong, 2014). 또한 자연친화적이고 환경에 대한 관심이 영화 전반에 나타나, 젊은 관객들에게 소구하였다는 평가도 있다(J. W. Kim, 2019). 디즈니 패션 콜라보레이션 제품은 이러한 요소들로 인해 소비자의 성공적인 판매를 이끌어냈다고 할 수 있다. 디즈니 캐릭터 의상에 대한 선행연구는 주로 배색이미지 등 디자인 자체에 대한 분석(e.g., Sohn & Kim, 2007)이거나, 사례분석 연구(e.g., Chun, Youn, & Kim, 2018; Lee & Kang, 2017)정도로 구분될 수 있고, 소비자 반응에 대한 연구는 상대적으로 부족하였다.

3. Semantic networks and sentiment analysis

텍스트 마이닝(text-mining)이란 자연어처리 기술을 기반으로 대규모의 텍스트 데이터로부터 의미있는 정보와 지식을 추출하는 기술이다(Fan, Wallace, Rich, & Zhang, 2006). 대용량의 데이터에서 사용자가 관심을 가지는 정보를 문맥 수준에서 의미를 찾아내는 과정으로, 데이터 수집, 데이터 전처리, 단어추출, 정보분석의 단계로 진행된다. 텍스트 분석 방법에는 분류, 군집화, 정보추출, 네트워크 분석, 감성분석, 토픽분석, 개념분석 등이 있다(Bhargavi, Jyothi, Jyothi, & Sekar, 2008). 다양한 분야의 학문에서 빅데이터 분석의 방법론으로 사용되고 있으며, 의류학 연구에서도 텍스트 마이닝 기법을 적용한 다양한 연구들이 진행되고 있다(e.g., Choi & Lee, 2019; Seo, Choi, Oh, & Lee, 2019).

텍스트 분석 방법으로, 의미 네트워크 분석(semantic network analysis)은 텍스트 내 단어들의 사용빈도와 관계에 나타나는 강조성이나 규칙성을 찾아내어 연결망의 특징을 도출하는 방법이라고 할 수 있다(Park & Leydesdorff, 2004). 중심성은 네트워크 내에서 노드가 차지하는 위치를 설명해주는 지표로(Scott, 2012), 노드의 연결정도를 기반으로 하는 연결정도 중심성(degree centrality), 매개자나 중재자와 같이 브릿지 역할을 수행하는 정도를 나타내는 매개중심성(betweenness centrality), 간접적인 경로연결을 고려하여 네트워크 전체의 중심적 위치를 파악할 수 있는 근접중심성(closeness centrality), 인기 있는 노드와의 직접적인 연결을 측정하는 개념인 아이젠벡터중심성(eigenvector centrality)으로 표현된다(Kwak, 2014).

감성 분석(sentiment analysis)은 대용량의 텍스트 자료에서 사람들의 주요 의견, 감성, 태도, 성향 등을 추출하는 텍스트 마이닝의 한 분야로, 작성자의 감성을 추측하고 분류하는 방법이다(Lee, Jung, & Kim, 2016). 일반적으로 데이터를 긍정 혹은 부정으로 분류하며, 나아가 슬픔이나 분노, 행복과 같은 다범주 감성으로 분류가 가능하다. 본 연구에서 적용될 기계 학습을 통한 분류 방법은 주어진 문서의 내용이 긍정인지 부정인지 문서에 담긴 패턴을 통해 분류하는 방법으로, 훈련 단계에서는 수작업으로 긍정과 부정이 분류된 문서 중에서 훈련 데이터로 사용할 문서들을 추출해낸 다음 생성한 모델을 통해 해당 문서가 긍정인지 부정인지 학습시키는 과정을 거친다(Oh & Chae, 2015). 감성 분석은 대중들의 반응을 분석하는데 활용되며, 소비자들이 느끼는 바를 별도의 조사 없이 파악할 수 있다는 점에서 여러 기업들의 마케팅 도구로 활

용되고 있다.

의류학 분야에서 패션 콜라보레이션에 대한 연구는 대다수가 사례 분석적 접근을 하고 있었다. Heo and Lee(2019)는 정보학적 접근을 통해 패션 브랜드 구찌의 브랜드 평가 변화 추이를 분석한 연구를 발표하였다.

Ⅲ. Method

1. Data collection

디즈니와 콜라보레이션이 가장 활발하게 나타난 브랜드를 알아보기 위하여, '디즈니 패션 콜라보레이션'을 키워드로 2019년 11월부터 2020년 1월까지 약 3개월간의 네이버와 다음의 블로그, 인터넷 카페, 유튜브에 나타난 리뷰를 채널별로 웹 크롤링하였다. 해당 수집채널들은 정보성, 감정, 특정 주제에 대한 의견과 같이 다양한 주제에 대한 리뷰 데이터의 확보가 가능하다. 디즈니 패션 콜라보레이션에 대한 키워드를 분석한 결과, 공출현 빈도를 기준으로 겨울왕국(820), 미키마우스(738), 알라딘(315), 토이스토리(278), 디즈니프린세스(220) 순으로 높게 나타났음을 확인하였다. 이 중, 가장 높은 빈도의 키워드로 나타난 겨울왕국을 연구 대상으로 선정하였다.

겨울왕국과 패션 콜라보레이션이 진행된 상품을 알아보기 위해, '겨울왕국'과 '패션 콜라보레이션' 키워드로 다시 리뷰를 수집하였고, 그 결과, 엘사가 입었던 여아용 드레스가 가장 많이 언급되는 아이템으로 확인되었다. 다음 단계로 2019년 11월부터 2020년 1월까지의 데이터 중에서 '엘사 드레스'만을 키워드로 포함하는 3,112개의 리뷰를 수집하였고, 전체 3,112개의 댓글 중, 개인거래를 목적으로 하는 내용, 키워드는 포함하지만 분석에 불필요한 댓글들을 제외한 총 2,682개의 댓글을 분석 대상으로 하였다.

2. Data analysis and research question

정확한 리뷰의 수집을 위해 수집단계에서는 Python 3.7을 사용하여 직접 채널을 지정하였고, 형태소 분석, 빈도 및 TF-IDF 추출, 감성분석에는 Textom 프로그램을 사용하였다. 명사, 동사, 형용사만을 형태소 분석 과정에서 추출하였으며, 광고성 단어나 무의미한 단어, 불용어(stopwords)를 직접 정제하였다. 감성분석은 감성 사전을 구축하여 데이터에 적용하는 방식과 기계학습을 통한 딥러닝 방식으로 분류된다. 본 연구에서는 베이지안 분류기(Bayes classifier)를 통한 머신러닝을 사용하였다. 머신러닝 방식을 통한 감성분석은 리뷰를 기준으로 부정은 1-2점, 중립은 3점, 긍정은 4-5점과 같은 방식으로 감성별로 점수를 부여해 계산하는 방식으로 진행된다. 전체 데이터를 분류하기 위한 기준이 되는 학습데이터를 직접 만들고, 학습데이터는 긍정/중립/부정의 감성의 양을 동일하게 학습시켰다. 사용될 데이터의 양이 많지 않기 때문에 정확도가 떨어질 수 있으므로, 실제 학습데이터의 비중을 30%로 늘려 학습시켜 이를 보완하였다. 추출된 키워드의 중심성 값 측정과 시각화에는 NodeXL 1.0.1 프로그램을 사용하였다. 연구 방법론을 바탕으로 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

첫째, 작품 속 캐릭터의 의상과 패션 콜라보레이션 상품의 특성을 알아본다.

둘째, 의미 네트워크 분석을 통해 여아의 디즈니 패션 콜라보레이션 상품에서 나타난 리뷰의 주요 키워드를 알아본다.

셋째, 감성분석을 통해 여아의 디즈니 패션 콜라보레이션 상품에서 나타난 감성별 소비자 리뷰를 분석한다.

Ⅳ. Result

1. Analysis of「Frozen 2」fashion collaborated products

예비조사로 국내 포털 사이트 블로그 및 카페를 대상으로 분석을 진행한 결과, '겨울왕국2'의 패션 콜라보레이션 상품 중, 가장 많이 언급되는 키워드는 엘사의 드레스로 나타났다. 국내 패션 브랜드 중에서는 이랜드리테일(www.elandretail.com)이 '로엠걸즈', '코코리따', '슈펜키즈', '치크', '신디키즈' 등 9개의 자체 브랜드를 통해 61종의 제품을 선보인 것으로 확인되었다(Han, 2019). 네이버 쇼핑(http://shopping.naver.com)에서 엘사와 관련된 굿즈를 검색한 결과, 총 198,040개로 나타났는데, 겨울왕국2의 엘사 패션 아이템으로는 드레스(9,240), 크로스백(6,491), 구두(4,038), 왕관(3,445), 망토(2,534), 운동화(514)로 드레스가 패

션 아이템 중 가장 많은 수를 차지하고 있는 것으로 확인되었다.

‘겨울왕국2’의 주인공 엘사는 발목 위로 올라오는 짧아진 기장의 망토에 레깅스를 받쳐 입었다(Fig. 1). 바지는 기존의 디즈니 공주들의 의상에서 보기 어려웠던 아이템으로, 알라딘의 자스민 공주가 아랍풍 판탈롱을 착용했었고, 전장에 나섰던 뮬란이 남장여자인 상태에서 바지를 착용한 바 있었다(H. R. Kang, 2019). 그러나, 자스민 공주의 경우 문화적인 표현이 적용된 예이고, 뮬란의 경우에도 남장을 위하여 바지가 표현된 것으로 의도상의 차이가 있다. 엘사는 주어진 업무를 수행하기 위해 활동적인 바지를 입은 유일한 공주 캐릭터로, 기존의 디즈니 프린세스라면 하지 않았을 하이킹, 클라이밍, 승마를 모두 해내는 캐릭터이다. 크리스 벅 감독도 엘사의 레깅스 패션에 대해 극 중 엘사 일행은 위험이 도사리고 있는 마법의 숲으로 가야 하는데 자신을 방어하기에 수월한 옷차림이 요구되었기 때문이라고 설명하였다(J. W. Kim, 2019). 엘사의 레깅스는 능동적이고 주체적인 엘사의 특성을 보여주는 패션 아이템으로 볼 수 있다.

각종 온라인 커뮤니티와 소셜 미디어 상에서 엘사의 신발도 큰 관심의 대상이 되었다. 일부 관객들은 ‘겨울왕국2’의 엘사가 맨발로 등장했다고 생각했지만, 자세히 살펴보면 스트랩이 달린 샌들을 신고 있었다는 입장이다(Hwang, 2019). 맨발인 듯 보이지만, 엘사의 샌들은 엘사의 마법 능력인 얼음을 상징하는 반짝이는 큐빅 장식과 얇은 스트랩으로 구성되어 있다(Fig. 2).

전편에서는 엘사의 대관식용 드레스와 ‘Let it go’를 부르면서 착용한 화려한 하늘색 드레스가 주목을 받았다. 후편인 ‘겨울왕국2’에서는 〈Fig. 3〉과 같이 퍼 장식 케이프가 달린 방한용 드레스가 〈Fig. 5〉와 같은 퍼 칼라 형태의 드레스로 재현되었다. 〈Fig. 4〉와 같이 모험을 떠났을 때 입었던 활동성이 강조된 하늘색 드레스는 브랜드마다 칼라 모양, 소재, 장식에 차이를 보이며 제작된 것으로 나타났다(Fig. 6, 7, and 8).

전편에서 나타난 엘사의 드레스는 개인 쇼핑몰이나 해외직구 사이트에서 주로 판매되고 있는 것으로 확인되었다. 반면, ‘겨울왕국2’의 엘사 드레스는 패션기업 이랜드리테일의 콜라보레이션으로 인해 자사의 브랜드 로엠걸즈, 코코리타, 치크가 가장 많은 드레스 및 악세사리 상품을 보유하고 있었다.

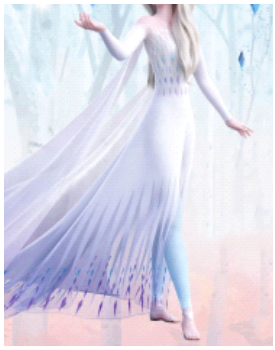
2. Network analysis of「Frozen 2」fashion collaborated products

리뷰 분석을 위해 수집된 데이터 중 광고성 키워드 또는 불필요한 키워드를 제외하고 공출현빈도 기준 상위 85개 단어를 선정하였다. 작성자의 대부분은 딸의 엄마들로 리뷰의 주요 내용은 ‘겨울왕국2’의 엘사와 안나의 드레스, 헤어스타일에 대한 정보, 드레스 착용 후기, 선물 받은 아이들의 반응, 직접 제작한 드레스와 제작 과정, 판매처에 대한 문의, 엘사 베이비돌의 의상 제작으로 나타났다.

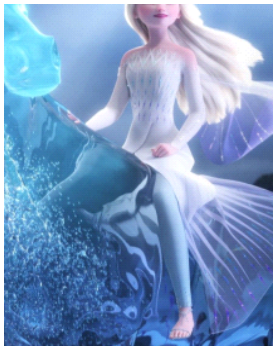
네트워크 분석 결과, 총 1,430개의 단어 간 연결(edge)이 나타났고, 네트워크 전체의 평균 최단거리(average geodesic distance)는 1.94로 비교적 좁은 세상 네트워크가 형성되었다. 빈도와 TF-IDF, 중심성 순위가 거의 유사하게 나타났는데, 빈도가 높은 키워드가 TF-IDF값과 다른 중심성 값도 높은 것으로 나타났다. 노드의 연결정도를 나타나내는 연결정도 중심성 값을 기준으로 보았을 때, 〈Table 1〉과 같이 ‘딸(.58)’, ‘가격(.58)’, ‘선물(.49)’, ‘사이즈(.46)’, ‘영화(.37)’, ‘원피스(.37)’, ‘왕관(.36)’, ‘크리스마스(.36)’, ‘구매(.36)’, ‘개봉(.35)’ 등이 ‘주요 소비자 키워드’로 나타났다.

패션 콜라보레이션 제품 구매 시 가장 고려되는 요소를 연결중심성을 통하여 알아본 결과, ‘가격(.58)’, ‘사이즈(.46)’, ‘글리터 장식(.33)’의 안정성, ‘배송(.26)’, ‘세탁(.17)’, ‘판매처(.15)’ 순으로 나타났다. ‘해외배송(.18)’, ‘해외직구(.15)’도 구매 경로와 관련하여 출현하였으며, 이를 통해 국내뿐 아니라, 해외 직구를 통해서도 제품 구매가 이루어지고 있음을 알 수 있었다. ‘반짝이’는 가격과 사이즈 다음으로 구매 고려요인으로 나타났다. 이에 대한 리뷰를 분석한 결과, 작품 속 드레스의 재현을 위해 드레스에 반짝이 장식을 더하다 보니 반짝이가 쉽게 떨어지는 문제가 나타난 것으로 확인되었다.

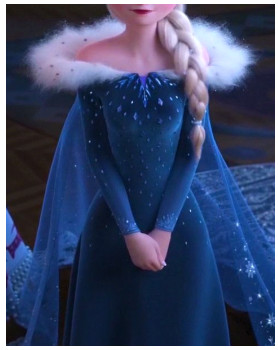
한편, 겨울왕국의 주인공인 엘사가 여성 캐릭터인 관계로, ‘딸(.58)’, ‘조카(.27)’, ‘걸(.17)’이 실사용자로 높은 연결정도 중심성을 가지고 출현하였다. 실 구매자로 직접적인 구매 정보 수집 및 구매 결정을 거치는 ‘엄마(.25)’가 높은 매개중심성을 가진 소비자 키워드로 출현하였다. 이들과 연결성을 보인 키워드는 ‘선물(.49)’, ‘크리스마스(.36)’, ‘개봉(.35)’, ‘생일파티(.18)’, ‘유치원(.18)’, ‘어린이집(얼집, .17)’으로 나타났다. 이



<Fig. 1> Elsa's white dress in「Frozen 2」 Captured by author from Del Vecho, Howard, Buck, & Lee. (2019). https://serieson.naver.com



<Fig. 2> Elsa's shoes in「Frozen 2」 Captured by author from Del Vecho, Buck, & Lee. (2013). https://serieson.naver.com



<Fig. 3> Winter dress in「Frozen 2」 Captured by author from Del Vecho et al. (2019). https://serieson.naver.com

<Fig. 4> Original dress in「Frozen 2」 Captured by author from Del Vecho et al. (2019). https://serieson.naver.com

<Fig. 5> Costume dress Captured by author from Naver shopping. (n.d.) https://shopping.naver.com

<Fig. 6> Costume dress Captured by author from Roem girls. (n.d.) http://www.elandmall.com

<Fig. 7> Costume dress Captured by author from Cocorita. (n.d.) http://www.elandmall.com

<Fig. 8> Costume dress Captured by author from Cheek. (n.d.) http://www.elandmall.com

를 통해, 대부분 해당 상품은 주로 엄마가 딸에게, 또는 조카를 위한 기념일 선물로 구매하고 있는 것을 알 수 있었다. 실제 리뷰과 중심성 지표, 연결성을 비교하여 확인한 결과, 해당 콜라보레이션 상품을 선물 받은 유아들은 주로 유치원과 어린이집에 착용하고 가거나, 영화관에 방문할 때 착용하고 관람하는 것으로 확인되었다.

브랜드 중에서는 아동복 브랜드 '로엠걸즈(.13)'가 연결중심성이 가장 높게 나타나, '겨울왕국2' 콜라보레이션 상품인 엘사 드레스와 관련하여 소비자들에게 가장 많이 언급되고 있는 브랜드로 확인되었다. 패션 아이템으로는 원피스 외에도 '왕관(.36)', '망토(.21)', '레깅스(.20)', '요술봉(.19)', '코트(.17)', '헤어밴드(.13)', '주얼리(.11)' 등 다양한 상품이 추가로 상위권에 나타나, 하나의 룩(look)을 형성하고 있는 것을 확인하였다. 레깅스는 전편에서는 없었지만, 후속편인 '겨울왕국2'에서 엘사가 입고 나오게 되면서 패션 콜라보레이션 상품으로도 그대로 반영되어 판매되고 있는 것으로 나타났다. '베이비돌(.33/203.70)'이 빈도 및 연결중심성 대비 높은 매개중심성을 가진 키워드로 나타났다. 소비자 리뷰를 확인한 결과, 일부 소비자들은 패션 제품 구매와 함께 베이비돌 인형도 함께 구매하고 있었으며, 나아가 엄마들이 아동 드레스와 함께 엘사 베이비돌의 드레스도 제작하면서 제작 과정이나 후기 등을 공유하고 있는 것으로 확인되었다.

감정을 나타내는 형용사로는 '재미있는(.27)', '예쁜(.23)', '귀여운(.17)', '아름다운(.14)', '어려운(.14)', '싫은(.13)', '흥분되는(.12)', '기대되는(.12)', '파워풀

<Table 1> Top 60 key words centrality

No.	Word	Degree	Betweenness	Eigen-vector	No.	Word	Degree	Betweenness	Eigen-vector
1	Daughter	.58	191.99	.03	31	Olaf	.18	13.90	.01
2	Price	.58	179.77	.03	32	Birthday party	.18	18.84	.01
3	Gift	.49	244.11	.03	33	Kindergarten	.18	10.11	.01
4	Size	.46	132.48	.03	34	Overseas delivery	.18	9.39	.01
5	Movie	.37	52.14	.02	35	Recommend	.18	5.41	.01
6	One piece	.37	64.77	.02	36	Online	.18	5.08	.01
7	Crown	.36	81.66	.02	37	Accessory	.17	15.85	.01
8	Christmas	.36	58.35	.02	38	Preschool	.17	8.74	.01
9	Buy	.36	49.06	.02	39	Quality	.17	7.89	.01
10	Premiere	.35	62.91	.02	40	Coat	.17	13.58	.01
11	Baby doll	.33	203.70	.02	41	Cute	.17	16.49	.01
12	Glitter	.33	54.93	.02	42	Washing	.17	7.01	.01
13	Story	.29	32.63	.02	43	Girl	.17	4.95	.01
14	Niece	.27	26.95	.02	44	Appreciation	.15	13.77	.01
15	Joyful	.27	44.83	.01	45	Fashion game	.15	12.79	.01
16	Shipping	.26	59.70	.02	46	Costume	.15	18.22	.01
17	Design	.26	37.23	.02	47	Overseas direct purchase	.15	4.50	.01
18	Mom	.25	155.70	.01	48	Ariel	.15	7.91	.01
19	Waiting	.25	70.93	.02	49	Popular	.15	4.53	.01
20	Order	.25	56.1	.02	50	Distributor	.15	5.92	.01
21	Love	.24	27.55	.01	51	Matching	.14	8.18	.01
22	Off-line	.23	14.33	.01	52	Genuine product	.14	2.59	.01
23	Pretty	.23	12.17	.02	53	Cinderella	.14	5.69	.01
24	Cape	.21	12.75	.01	54	Difficult	.14	13.40	.01
25	Rapunzel	.21	16.72	.01	55	Beauty	.13	7.63	.01
26	Leggings	.20	8.42	.01	56	Hate	.13	7.47	.01
27	Magic stick	.19	14.49	.01	57	Sold out	.13	7.03	.01
28	Information	.19	11.20	.01	58	Roem girls	.13	4.04	.01
29	Fuss	.18	93.03	.01	59	Hair band	.13	2.39	.01
30	Doll clothes	.18	15.98	.01	60	Pink	.13	.88	.01

한(.04)', '매력적인(.04)', '냄새나는(.03)' 등이 나타났다. 시각화 프로그램인 NodeXL에서 제공하는 군집화 방법 중 본 연구에서는 Clauset-Newman-Moore 알고리즘을 사용하였다(Clauset, Moore, & Newman, 2008). CNM 알고리즘을 사용하여 시각화를 표현하게 되면 구조적으로 유사한 계층을 가진 노드들이 하나의 군집에 표현된다(Clauet et al., 2008). 군집화 결과, '파워풀한', '매력적인', '기대', '성장', '흥분되는'이 하

나의 클러스터로 형성되었다(Fig. 9). 이러한 키워드들은 작품 속 엘사의 특성이 그대로 반영된 키워드로, 캐릭터의 특성이 소비자들이 콜라보레이션 제품을 살 때에도 투영되고 있는 것으로 볼 수 있다.

‘예쁜’, ‘아름다운’, ‘재미있는’, ‘귀여운’은 모두 ‘딸’, ‘조카’와 연결성을 보여, 실사용자인 여아들이 콜라보레이션 제품을 구매하였을 때 느끼는 긍정적인 감정이라고 설명할 수 있다. 반면, ‘어려운’, ‘싫은’, ‘냄새나는’은 ‘엄마’, ‘구매’, ‘배송’, ‘가격’, ‘세탁’과 연결성을 보였다. 이는 실사용자인 아이의 평가와 반대로, 실구매자인 몇몇의 엄마들이 겪는 구매 및 배송의 어려움, 세탁 문제, 가격적 부담, 내키지 않는 구매 등의 감정을 반영하는 것이라고 보인다.

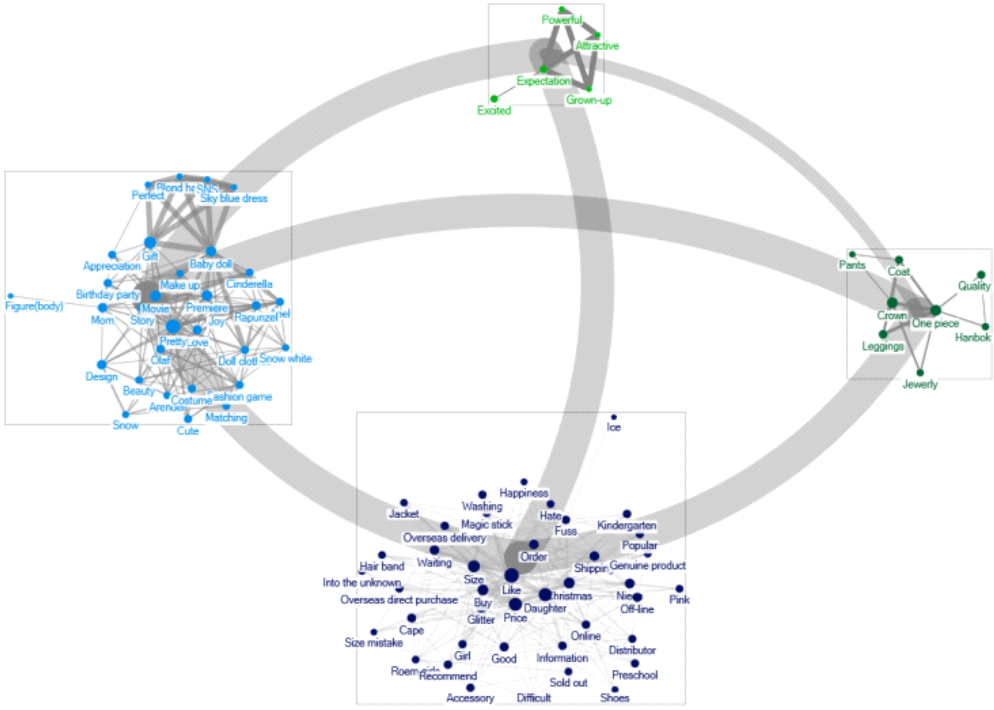
3. Sentiment analysis of 「Frozen 2」 fashion collaborated products

1) Neutral

2,682개의 리뷰에 나타난 소비자 감성을 분석한 결과, 중립이 1,776개(62.05%), 긍정이 609개(21.28%), 부정이 297개(10.38%)로 나타났다. 중립 리뷰의 대다수가 착용 후기, 정보 전달, 판매처 및 사이즈 문의, 드레스 제작 후기 등으로 나타났다. 세탁 및 관리와 관련된 후기에서는 장식으로 사용되는 글리터 장식이 자주 떨어진다는 내용과 비교적 덜 떨어지는 제품에 대한 정보 탐색과 관련된 리뷰들을 확인할 수 있었다.

“겨울왕국2 엘사 드레스 오프라인 매장 있을까요?”
“엘사 드레스 반짝이 안 떨어지는 걸로 알려주세요~”
“엘사 드레스 세탁 어떻게 하셨어요?”
“엘사 드레스 어디서 사셨나요? 해외제품 괜찮을까요?”
“7세 여아 아직도 엘사 드레스 입나요?”

다수의 리뷰에서 7세 이상의 아동이 엘사 드레스를 입고자 하는데, 사회적 시선에서 괜찮은지에 대한 내용이 나타났다. 이는 7세 이상의 어린이들도 유아동과 같이 캐릭터 패션 콜라보레이션 제품을 입고 싶어하지만, 부모의 입장에서는 적합하지 않다고 생각하는 경향이 내포되어 있다고 설명할 수 있을 것이다.



<Fig. 9> Result of network clustering using CNM algorithm

일부 리뷰에서는 남아가 드레스를 사달라고 한다는 내용도 나타나, 여아가 대다수이기는 하지만 성별을 넘어 애니메이션 작품 자체가 아동들에게 큰 인기를 끌고 있는 것으로 해석해 볼 수 있다.

2) Positive

긍정 리뷰의 분석에서 '예쁜', '괜찮은', '행복한', '매력적인', '귀여운', '재미있는', '신나는', '^^', '♡'와 같은 형용사와 이모티콘이 포함된 리뷰는 학습데이터에서 긍정으로 분류하여 분석하였다. 긍정 리뷰를 분석한 결과, 대부분 선물 받은 후 좋아하는 아이의 반응, 아이의 반응에 따른 부모의 만족, 빠른 배송에 대한 만족, 품질에 대한 만족과 관련된 내용으로 나타났다. 대부분 엄마들은 상품 자체에 만족하기보다는 좋아하는 아이의 반응에 긍정적인 리뷰를 작성한 것으로 나타났다.

"오자마자 입혀주니 너무 좋아하네요. 진짜 내꺼야? 내꺼 맞아? 연발하며 대박~~ 이러네요. 표정이 아주 행복해 하며 낼 입고 어린이집 간대요."

"조카 선물했는데 넘 예쁘다고 카톡 왔어요~"

"예쁘긴 정말 예쁘네요. 팔 부위 재질도 망사인데, 스판이고 부드럽고 보석도 풀 붙임이 아니고 실로 한 땀 한 땀 수작업 되어 있네요. 디즈니 옷 잘 만드네요."

"엘사 드레스 샀네요. 너무 예쁘네요. 값어치 하네요. 재질이 좋네요. 닳아지도록 많이 입혀야겠네요."

분홍색과 파란색의 드레스 타입 중, 분홍색을 선택할 줄 알았던 부모들의 기대와 달리 여아들의 파란색 선호 경향도 나타났다. 패션 콜라보레이션 상품은 여아의 기호에 맞게 분홍색과 파란색, 두 가지 타입이 있지만, 리뷰의 대부분은 파란색 드레스를 구매한 것으로 나타났다. 전통적으로 여아들은 분홍색을 선호하지만, 파란 드레스를 입은 겨울왕국 속 엘사와 자신을 동일시하고자 하는 마음이 더 크게 작용했다고 보인다.

실제로 겨울왕국의 주인공 엘사는 여타의 디즈니 공주들과 다르게 능동적이고, 모험심이 강하며, 남자 주인공을 기다리지 않는 캐릭터로, 고정된 젠더 정체성을 깨뜨린 캐릭터로 평가받고 있다(Oh, 2017). 엘사의 드레스 컬러 또한 전통적으로 여아들이 선택해 왔던 분홍색이 아닌, 파란색 선택지를 제안하고, 이에 대한 긍정적 평가를 얻었다는데 새로운 의미를 제공했다고 보인다.

긍정 리뷰의 내용을 종합해 보면, 겨울왕국2의 패션 콜라보레이션 제품에서 긍정적인 반응을 이끌어내는 소구 포인트는 아이의 긍정적 반응과 아이의 반응으로 인한 부모의 만족감이 가장 크게 작용했으며, 배송에 대한 만족도, 품질에 대한 만족도로 나타났다. 반면, 배송이나 품질과 같은 경우는 중립적 리뷰나 부정적 리뷰에서도 모두 나타난 부분으로, 브랜드나 배송처의 상황에 따라 상대적으로 다른 평가가 나타날 수 있어 긍정적 소구 포인트로 보기에 어려움이 따를 것으로 생각된다.

3) Negative

부정 리뷰의 분석에서 'ㅠㅠ', 'ㅜㅜ', '싫은', '비싼', '어려운', '찝찝한' 등의 형용사와 이모티콘은 학습데이터에서 부정으로 분류하여 분석하였다. 부정 리뷰의 분석 결과, 대부분 제품을 구하는데 어려움 토로, 배송 지연 문제, 부담스러운 비용, 안정적이지 못한 글리터 장식, 세탁 문제가 주된 내용으로 나타났다. 제품 품귀현상이 나타나면서 제품을 구하지 못하는 부모들은 리뷰를 통해 속상한 심경을 토로하였으며, 배송이 지연되어 크리스마스나 아이의 생일과 같은 기념일에 선물로 전해주지 못하는 것에 대한 내용도 다수 나타났다.

가격에 대한 부담 또한 부정적인 리뷰에서 나타난 주된 내용으로, 일부 소비자들은 비싼 가격에 비해 이벤트 성으로 한 철만 입고 더는 입지 않을 것 같아 아깝다는 의견을 보였으며, 의상을 대여할 수 있는 곳을 문의하는 댓글들이 함께 나타났다. 또한, 전편의 흥행으로 이미 관련 패션제품을 구매한 몇몇 부모들은 후속편의 개봉과 동시에 새로운 엘사 드레스에 대한 부담을 가지고 있는 것으로 나타났다. 옷의 착・탈의와 관련하여, 드레스의 구조상 단추나 지퍼와 같은 여밈 장치가 없어 불편함을 호소하는 내용도 찾아볼 수 있었다.

"엘사는 결국 드레스가 바뀌었네요... 벌써 새 드레스가 판을 치네요. 아이고"

"가격이 사악하네요."
"이런 옷 완전 싫어해서 안 사주고 싶은데 너무 보채네요. 이거는 분명 몇 번 안 입을텐데 돈 아까워서 새것 못 사주겠어요."
"옷에 단추나 지퍼 없어서 입기 힘들어요. 우리 아이 머리가 큰 건가요? 입히다 옷 터질 것 같아요."

애니메이션 작품 속 주인공 의상을 재현한 형태로 콜라보레이션 상품이 제작되었기 때문에, 글리터 장식이 빠질 수 없는 디테일이었는데, 이는 중립, 긍정, 부정의 리뷰 모두에서 언급되었다. 부정으로 분류된 리뷰에서는 글리터 장식이 떨어짐으로 인한 불편함, 세탁 시 발생한 문제, 우려 등의 내용이 나타났다. 새 옷에서 나는 화학적인 냄새에 대한 불만도 부정적인 리뷰에서 출현하였다. 한편, 몇몇 리뷰에서 아들만 있는 부모들이 딸을 가진 부모들의 드레스 구입을 부러워하며, 아쉬움을 토로하는 것도 발견할 수 있었다.

"선물로 엘사 드레스 샀는데 냄새가 너무 심해요..."
"저는 정말 싫은데, 엘사 드레스를 사달라고 난리에요. 반짝이 테러당한다는 말이 많던데..."
"세탁기에 엘사 드레스 돌린 제 잘못입니다. 무슨 생각으로 세탁기에 돌린 건지.. 같이 돌린 이불이 햇빛에 반짝이다 못해 번쩍거리네요."
"세탁 안 하고 입히자니 애기가 집에서 맨살에 입을 것 같아서 찝찝하네요."
"진짜 이럴 때 너무 속상해요. 나도 엘사 드레스 사주고 싶어요. 현실은 아들 하나... 둘째를 가져야 하나"

부정 리뷰의 내용을 종합해 보면, '겨울왕국2'의 패션 콜라보레이션 제품이 해결해야 될 문제는 충분하지 않은 물량 공급, 배송 지연에 대한 문제, 착용 횟수에 비해 비싼 비용 문제, 잘 떨어지는 글리터 장식 문제, 세탁 시 물 빠짐 현상 및 장식으로 인한 오염, 구매 즉시의 냄새로 정리할 수 있다. 특히, 판매 상품 부족 및 배송지연과 같은 제품 수급에 대한 문제, 글리터 장식과 관련된 문제가 부정적 리뷰에서 가장 많이 나타났기 때문에 우선적으로 해결되어야 할 부분인 것으로 나타났다. 이를 해소하기 위하여, 보다 더 많은 판매처를 확보하고, 제품 공급 물량을 늘리는 방안을 고려해볼 수 있을 것이다.

장식을 수놓아 제작한 제품들은 긍정 리뷰에서 나타난 반면, 글리터 장식과 관련된 논문은 부정 리뷰에서 많이 나타났다. 기존의 글리터를 부착하는 방식에 있어, 안정성을 부여할 수 있는 방법을 모색할 필요가 있을 것으로 생각된다. 또한, 착용 횟수에 비해 비싼 비용 문제에 대한 대안으로 대여에 대한 정보를 탐색하는 내용의 리뷰가 나타났기 때문에, 대여에 대한 서비스도 부정적 리뷰에 대한 해결방안으로 고려해 볼 수 있을 것이다.

Ⅴ. Conclusion

본 연구에서는 디즈니 애니메이션 '겨울왕국2'의 주인공 엘사의 의상을 재현한 국내 패션브랜드 콜라보레이션 상품에 대해 분석하였다. 먼저 작품 속 캐릭터의 의상과 패션 콜라보레이션 상품의 특성을 알아보았고, 패션 콜라보레이션 상품에서 나타난 리뷰에서 의미 네트워크 분석을 통해 주요 키워드를 도출하였다. 마지막으로, 감성분석을 통해 패션 콜라보레이션 상품에서 나타난 리뷰 별 소비자의 감성을 알아보았다.

겨울왕국2와 패션브랜드의 콜라보레이션에서 가장 많이 언급된 상품은 엘사의 드레스로, 대표적으로 국내 패션브랜드 이랜드리테일이 '로엠걸즈', '코코리따', '치크' 등 자체 브랜드를 통해 판매하고 있음을 확인하였다. 패션 아이템으로는 드레스가 가장 많은 수를 차지하고 있었으나, 다양한 액세서리를 바탕으로 하나의 룩을 형성하고 있는 것으로 나타났다. 전편과는 다르게 '겨울왕국2'에서는 보다 활동성이 강조된 의상으로 레깅스가 출현하였고, 아동복에도 그대로 반영된 것으로 나타났다. 엘사의 드레스는 브랜드별로 상이했으며, 칼라 모양, 소재, 장식에 차이를 보였다.

디즈니 애니메이션 '겨울왕국2'와 패션브랜드의 콜라보레이션 상품에 대한 리뷰에서 작성자의 대부분은 딸을 가진 엄마들로, 겨울왕국2의 엘사와 안나의 드레스, 헤어스타일에 대한 정보, 드레스 착용 후기, 선물 받은 아이들의 반응, 직접 제작한 드레스와 제작 과정, 판매처에 대한 문의, 직접 제작한 드레스와 제작 과정, 베이비돌의 의상 제작 등에 대한 내용에 대

해 언급하고 있었다. 제품 구매 시 가장 고려되는 요소는 가격, 사이즈, 글리터 장식(반짝이)의 안정성, 배송, 세탁, 판매처 순으로 나타났다. 해당 상품은 주로 엄마가 딸에게, 또는 조카를 위한 기념일 선물로 구매하고 있는 경우가 가장 많았으며, 유아들은 주로 유치원과 어린이집에 착용하고 가거나, 영화관에 방문할 때 착용하는 것으로 나타났다. 또한, 실사용자인 아이의 긍정적 평가와 반대로, 실구매자인 몇몇의 엄마들이 겪는 구매 및 배송의 어려움, 세탁 문제, 가격적 부담, 내키지 않는 구매 등 부정적 반응을 나타내는 경향을 보인 것으로 확인되었다.

리뷰에 나타난 감성을 분류한 결과, 여아의 '겨울왕국2'의 패션 콜라보레이션 제품에서 긍정적인 반응을 이끌어내는 소구 포인트는 아이의 긍정적 반응과 아이의 반응으로 인한 부모의 만족감이 가장 크게 작용한 것으로 나타났다. 반면, 겨울왕국2의 패션 콜라보레이션 제품이 해결해야 될 문제는 충분하지 않은 물량 공급, 배송 지연에 대한 문제, 아동복의 특성상 착용 횟수에 비해 비싼 비용 문제, 잘 떨어지는 글리터 장식 문제, 세탁 시 물 빠짐 현상 및 장식으로 인한 오염, 구매 즉시의 냄새로 나타났다. 부정적 리뷰로 가장 많이 나타났던 판매 상품 부족 및 배송지연과 같은 제품 수급에 대한 문제, 글리터 장식과 관련된 문제가 우선적으로 해결되어야 할 부분으로, 보다 더 많은 판매처를 확보하고, 제품 공급 물량을 늘리는 방안을 고려할 필요가 있다고 보인다. 제품 안정성 역시 고려되어야 할 것이다. 고비용 문제에 대한 대안으로 대여에 대한 서비스도 부정적 리뷰에 대한 해결방안으로 고려해 볼 수 있을 것이다.

본 연구에서는 단계적인 빅데이터 분석 방법론을 적용하여, 디즈니 애니메이션 중 흥행작을 선정하고, 결과로 선정된 '겨울왕국2'의 패션 콜라보레이션 상품 중 가장 인기 있는 상품이 여주인공 엘사의 드레스를 재현한 여아용 드레스임을 확인하였다. 이러한 과정을 통해 객관적인 연구 프로세스를 설계하고자 하였다. 또한, 인포매틱스 기법인 텍스트 마이닝, 의미 네트워크 분석, 감성분석을 토대로 소비자 리뷰에서 나타난 주요 소비 경향을 확인하고, 소비자들의 소구 포인트와 상품에서 개선이 필요한 부분을 확인하였다.

본 연구의 결과로 패션 기업 및 브랜드에서의 패션 콜라보레이션 상품기획과 유통에 대한 시사점을 알 수 있으며, 전반적인 소비자 경향을 파악하는데 도움을 줄 수 있을 것으로 생각된다. 광범위한 실제 소비자 리뷰 데이터를 사용하였다는 점에서 방법론적 의의가 있다. 그러나 본 연구에 포함된 리뷰의 양이 기계학습을 시킬 정도로 많지 않았기에 학습데이터의 비중을 늘려 처리하였으나, 후속 연구에서는 리뷰 양을 충분히 확보하여 연구의 적합도를 높여야 할 것이다. 또한 제품의 유형이나 작품의 성공 여부에 있어서 다양한 비교연구가 이루어져야 할 것이다.

References

Bhargavi, P., Jyothi, B., Jyothi, S., & Sekar, K. (2008). Knowledge extraction using rule based decision tree approach. *International Journal of Computer Science and Network, 8*(7), 296-301. doi:10.1080/01431160903154374

Chao, Y., & Li, Z. (2016). An analysis on the changes of the female identity in the Disney princess series animation film. *Korea-China Economic & Cultural Review, 7*, 53-65.

Cheek. (n.d.). Eland mall. Retrieved February 7, 2020, from http://www.elandmall.com/dispctg/initBrandShop.action?brand_no=1690000362

Choi, N. H., & Lim, A. Y. (2011). The roles of characters functionality and characters attractiveness on emotional response of spectators. *Journal of Industrial Economics and Business, 24*(1), 539-574.

Choi, Y. H., & Lee, K. H. (2019). Diffusion of veganism fashion and beauty: A semantic network analysis. *Journal of the Korean Society Costume, 69*(6), 75-94. doi:10.7233/jksc.2019.69.6.075

Chun, S. C., Youn, J. Y., & Kim, H. J. (2018). Analysis of consumer's consciousness by fashion collaboration type. *Bulletin of Korean Society of Basic Design & Art, 19*(6), 669-692.

Clauset, A., Moore, C., & Newman, M. E. (2008). Hierarchical structure and the prediction of missing links in networks. *Nature, 453*(7191), 98-101. doi:10.1038/nature06830

Cocorita. (n.d.). Eland mall. Retrieved February 7, 2020, from http://www.elandmall.com/dispctg/initBrandShop.action?brand_no=1690000342

Del Vecho, P. (Producer), Buck, C., & Lee, J. (Director). (2013). *Frozen* [Motion picture]. Burbank, CA: Walt Disney Studios.

Del Vecho, P., Howard, B. (Producer), Buck, C., & Lee, J. (Director). (2019). *Frozen 2* [Motion picture]. Burbank, CA: Walt Disney Studios.

Fan, W., Wallace, L., Rich, S., & Zhang, Z. (2006). Tapping the power of text mining. *Communications of the ACM, 49*(9), 77-82. doi:10.1145/1151030.1151032

Ford, G. T., & Smith, R. A. (1987). Inferential beliefs in consumer evaluations: An assessment of alternative processing strategies. *Journal of Consumer Research, 14*(3), 363-371. doi:10.1086/209119

Han, Y. J. (2019, November 21). "렛잇고~!" 유통가 사로잡은 '겨울왕국'열풍"특수 잡아라" ["Let it go~!" the 'Frozen' craze for distribution "Get a special hold of"]. *BizFACT*, Retrieved February 7, 2020, from http://news.tf.co.kr/read/economy/1769000.htm

Heo, J. S., & Lee, E. J. (2019). Trend analysis of fashion brand evaluation using big data: Focusing on Gucci brand. *Journal of the Korean Society of Costume, 69*(9), 38-51. doi:10.7233/jksc.2019.69.6.038

Hwang, B. (2019, December 19). 알고 보니 맨발 아니고 엄청 예쁜 신발 신고 있었던 '겨울왕국2' 엘사 [Frozen 2' Elsa was wearing barely beautiful shoes]. *Insight*, Retrieved February 7, 2020, from https://www.insight.co.kr/news/259727

Hyun, J. Y., Ryu, S. Y., & Lee, S. Y. T. (2019). How to improve the accuracy of recommendation systmes: Combining ratings and review texts sentiment scores. *Journal of Intelligence and Information Systems, 25*(1), 219-239. doi:10.13088/jiis.2019.25.1.219

Kang, H. R. (2019, November 30). 여왕은 왜 드레스를 벗어던졌나… 레깅스 입은 겨울왕국 엘사 [Why the queen threw off her dress… Elsa is wearing leggings]. *Chungangilbo*, Retrieved February 7, 2020, from https://news.joins.com/article/23645554

Kang, J. S. (2016). The strategy of entertainment in Disney animation. *International Journal of Global Culture, 5*(2), 86-98.

Kang, J. S. (2019, November 18). 이랜드리테일 아동복, 겨울왕국 코스튬 승부 [E-Land retail kid's clothes, a competition in the costume of the Frozen]. *Fashionbiz*, Retrieved February 7, 2020, from http://www.fashionbiz.co.kr/TN/?cate=2&recom=2&idx=175260

Kim, E. Y. (2019, December 5). 어, 이거 엄마건데? 엘사 덕에 뜬 '빨간 내복' [Uh, this looks like mom's clothes? A 'red underwear' gained popularity thanks to Elsa]. *Chosun Biz*, Retrieved February 7, 2020, from https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2019/12/05/2019120502257.html?utm_source=naver&utm_medium=original&utm_campaign=biz

Kim, H. M., & Park, K. B. (2019). Sentiment analysis of online food product review using ensemble technique. *Journal of Digital Convergence, 17*(4), 115-122. doi:10.14400/JDC.2019.17.4.115

Kim, J. W. (2019, November 26). '겨울왕국2' 크리스 벅 "엘사의 '레깅스 패션', 의도한 것 아냐" ['Frozen 2' Chris Buck "Elsa's leggings fashion was not respected"]. *Hankyung*, Retrieved February 7, 2020, from http://tenasia.hankyung.com/archives/1863258

Kim, S. J. (2016). A review of character characteristics of characters shown in animations: Focusing on Shurek 2(2004), and Howls moving castle(2004), Kung Fu Panda 2(2008), Frozen(2013), Inside out(2015), Big hero(2015). *The Korean Journal of Animation, 12*(3), 24-36.

Kim, W. H., Lee, K. Y., & Shin, H. H. (2007). A study on the effects of the source characteristics of brand character and congruence factors. *Korean Journal of Consumption Studies, 15*(3), 105-133.

Kim, Y. J., Oh, S. H., Hwang, S. B., & Mo, J. H.

(2019). Mining contextual information from online from online consumer review: The relationship between information gain and product sales. *Journal of the Korean Institute of Industrial Engineers, 45*(1), 1-10. doi:10.7232/JKIIE.2019.45.1.001

Kong, H. H. (2014). A semiotic analysis on the narrative structure of <Frozen>. *The Korean Society of Illustration Research, 38*, 77-86.

Kwak, K. Y. (2014). *Social network analysis*. Seoul: Chungram.

Lee, H. J., & Choi, J. Y. (2019). Sentiment analysis of Twitter reviews toward convenience stores customer in Korea. *Global Business Administration Review, 16*(4), 143-164.

Lee, J. E., & Yang, E. Y. (2018). A study on development of Disney animation's box-office prediction AI model based on brain service. *Journal of Digital Convergence, 16*(9), 405-412. doi:10.14400/JDC.2018.16.9.405

Lee, S. B., & Park, C. (2019). The effects of character collaboration on product preference. *Korean Management Consulting Review, 19*(2), 121-129.

Lee, S. H., Jung, C., & Kim, J. W. (2016). Sentiment analysis on movie review through building modified sentiment dictionary by movie genre. *Korea Intelligent Information System Society, 22*(2), 97-113. doi:10.13088/jiis.2016.22.2.097

Lee, S. W., Choi, C. W., Kim, D. S., Yeo, W. Y., & Kim, J. W. (2018). Multi-category sentiment analysis for social opinion related to artificial on social media. *Journal of Intelligence and Information Systems, 24*(4), 51-66. doi:10.13088/jiis.2018.24.4.051

Lee, S. Y., & Kang, E. M. (2017). Trends analysis of collaboration type on fashion industry with cases study: Focusing on cases of mentioned in the journal articles and thesis. *Journal of the Korean Society Design Culture, 23*(3), 591-604. doi:10.18208.ksdc.2017.23.3.591

Naver shopping. (n.d.). Naver. Retrieved February 7, 2020, from https://search.shopping.naver.com/search/all.nhn?query=%EA%B2%A8%EC%9A%B8%EC%99%95%EA%B5%AD2+%EB%B2%A8%EB%B2%B3%EB%93%9C%EB%A0%88%EC%8A%A4&cat_id=&frm=NVSHATC

Oh, D. I. (2017). A study on the masculinity of male characters represented in the Disney feature animation Frozen. *Journal of Digital Contents Society, 18*(7), 1217-1226. doi:10.9728/dcs.2017.18.7.1217

Oh, Y. J., & Chae, S. H. (2015). Movie rating inference by construction of movie sentiment sentence using movie comments and ratings. *Journal of Internet Computing and Services, 16*(2), 41-48. doi:10.7472/jksii.2015.16.2.41

Park, D. H., Lee, J. M., & Han, I. G. (2007). The effect of on-line consumer reviews on consumer purchasing intention: The moderating role of involvement. *International Journal of Electronic Commerce, 11*(4), 125-148. doi:10.2753/JEC1086-4415110405

Park, H. W., & Leydesdorff, L. (2004). Understanding the KrKwic: A computer program for the analysis of Korean text. *Journal of the Korean Data Analysis Society, 6*(5), 1377-1387.

Roem Girls. (n.d.). Eland mall. Retrieved February 7, 2020, from http://www.elandmall.com/dispctg/initBrandShop.action?brand_no=1690000157

Scott, J. (2012). *Social network analysis: A handbook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Seo, H. J., Choi, Y. H., Oh, S. T., & Lee, K. H. (2019). Keywords networks in RJCC research: A co-word analysis and clustering. *The Research Journal of the Costume Culture, 27*(3), 193-205. doi:10.29049/rjcc.2019.27.3.193

Seybold, S. L. (2020). "It's called a hustle, sweetheart": Zootopia, Moana, and Disney's (Dis) empowered postfeminist heroines. *International Journal of Politics, Culture, and Society*. doi:10.1007/s10767-019-09347-2

Shin, J. W. (2008). *What's up character design*. Paju: BM Books.

Shyam, R. (2003). *Children and television advertising: Effectiveness of spokes characters*. Unpublished

master's thesis, San Jose State University, California, USA.

Sohn, E. H., & Kim, J. H. (2007). Design of a tool for color combination image effects on animated characters' clothes. *Journal of Korea Multimedia Society, 10*(10), 1319-1327.

Sung, R. (2016). Comparative analysis on the Snow queen and Frozen: Focusing on A. J. Greimas semiology. *Journal of the Korea Contents Association, 16*(2), 211-220. doi:10.5392/JKCA.2016.16.02.211

Yoon, H. M., Lee, S. H., & Lee, S. A. (2014). Study on 5-year-old children's preference attributes and parent's and teachers' perception for animation, 'Frozen'. *Korean Journal of Children's Media, 13*(2), 113-143.

Zajonc, R. (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American Psychologist, 35*, 151-175. doi:10.1037/0003-066X.35.2.151

Appendix 1. Examples of consumer review

1-1. Examples of neutral review

No.	Text
1	Elsa's dress..is the velvet dress from Frozen 2??
2	Is there an offline retailer for Elsa's dress in Frozen 2?
3	Could you tell me about the glitter not coming off of the Elsa dress?
4	How did you wash the Elsa dress?
5	My five year old boy is asking me to buy him the Elsa Dress...
6	Where did you buy the Elsa dress? Is it fine even if its an overseas product?
7	My daughter just got into Elsa too.
8	Where could I buy a high quality Elsa dress from Frozen 2?
9	Do 7 year old girls still wear Elsa dresses?
10	What is the new model for Elsa dresses?
11	It seems that only Elsa makes clothes.
12	I hadn't bought my child the Elsa dress because I didn't think she would wear it much, but I discovered it while searching for traditional Korean dresses before New Years! It was perfect, so I bought it.
13	My daughter wants to wear an Elsa dress. Can anyone who bought one recommend one that is affordable and good?
14	My cute 34 month old daughter who doesn't go to daycare is an excitable baby that speaks well. She's into princess Elsa these days, so she wears the Elsa dress and keeps asking, "How is it? Do I look like Elsa"?
15	When the Santa from daycare asked my daughter what she wanted as a present, she said she wanted a princess dress, so I decided to buy her the popular Elsa dress and began searching...
16	Why am I thinking over the Elsa dress at this hour...I never buy clothes for myself, but I can't help think more about my daughter's clothes, She already has the Sofia and Snow White dresses...
17	I wanted to buy her nice clothes, so as the seller suggested I bought just the right size. My daughter has already become crazy about Elsa, constantly singing her songs...we're going to see the real Elsa wearing the Elsa dress sometime soon.
18	My 6 year old daughter has an Elsa dress for each occasion. Ah...she even has the hair for both Elsa and Anna. The Frozen 2 dress came by mail today, so why is it this dress at night...
19	We watched Frozen 2 last week as soon as it was out~I thought watching would be the end of it, but they kept begging for the Elsa dress all day so I kept searching online after putting them to sleep!
20	From what I've heard there is a dress code, so going without wearing it will get you a crybaby. What's the atmosphere like? Just for reference we when with the dress on for the Frozen musical, and the only kids not wearing it were boys...how are things at the theater these days?

1-2. Examples of positive review

No.	Text
1	An Elsa dress for a Christmas present!!! :)
2	An Frozen 2 Elsa dress handmade by mom~:)
3	The price for the Elsa dress seems okay!
4	There are a lot of princesses wearing Elsa dresses under their padded jumpers. It's so cute.
5	I kept fretting over whether to choose pink or blue, and decided with blue since it's Elsa. I wonder how pretty it will be~~~
6	She loved it when I put it on her as soon as it came. She kept going "It's really mine? Really mine?", and said "Awesome~~~"She looked so happy and said she'll wear it to daycare tomorrow.
7	Even though there's pink, she kept asking for blue so I thought about it and searched for several days and bought it for her..hahaha. She was so excited as soon as she saw it.
8	I bought the Elsa dress and it's so pretty. It's worth the price. The material is great, I'll have her wear it till it wears out.
9	I bought it for my niece, and got a text saying it's so beautiful~:)
10	It really is pretty. The sleeves are mesh, made of spandex and the jewels aren't glued on but hand stitched on one by one. Disney makes good clothes.
11	I bought it for my niece as an early Christmas present, and they say she's going nuts, hahaha. I heard she kept begging for an Elsa dress, so I searched and bought one that she can go around in, and my sister says its so pretty and loves it.;)
12	It's the opening day for Frozen, there's going to be a lot of princesses in dresses, right? I wonder why I'm so excited with them?
13	The Elsa dress came today. I bought it for my daughter that watched Frozen four times, and she loves it so much. Daughter "Mom I love this so much" is what she says.
14	Frozen is really popular these days, isn't it? I wonder if you have all seen it~I had my eldest put on the Elsa dress and my youngest came near and started acting cute~ I can't sleep after seeing such heartwarming pictures.
15	She's been possessed by Elsa for two hours, haha. She keeps spinning around and waving the wand. She's a four year old that says she won't wear anything other than pink, yellow and brown, but she seems to like this.
16	My daughter has an invitational concert today in preschool, and was told to come in her best clothes... so I unpacked the Elsa 2 dress I'd bought... she loves it so much and says she wants to go to preschool as soon as possible.
17	I bought her the Elsa dress, and it fits so well, hahaha. The material is warm and different from cheap models.
18	The Elsa dress on the internet was so pretty, had good reviews and was affordable... I bought my daughter one... it was delivered today and was pretty when she put it on.
19	I bought the Elsa dress. I loved it and wanted to show off, so I'm commenting.
20	The Elsa dress it so perfect.

1-3. Examples of negative review

No.	Text
1	Elsa is so expensive.
2	The Elsa dress was so hard to find.
3	Elsa hell.
4	I want to write a review on the Elsa dress but there's still no news of it..
5	The glitter on the Elsa dress is coming off...
6	I bought the Elsa dress as a present but it smells too much...
7	I really don't like it, but she kept begging me to buy one. I'm hearing a lot that the glitter is a pain to deal with...
8	It's my fault for putting the Elsa dress in the washing machine. I don't know why I put it in... the blankets I put it in with aren't just sparkling, they're shining.
9	The Frozen 2 Elsa changed dresses in the end...the new dress is popular. Oh my...
10	The price is evil...
11	I don't like how my child has to wear it on bare skin if she wears it without it being washed.
12	Is there a place that sells Elsa dresses other than department stores? Department stores are too expensive.
13	I hate these kinds of clothes and don't want to buy them for her, but she's begging so much. She won't be wearing it often and I can't buy her one since it's a waste of money. Is there anyone that would sell the Elsa dress in this picture at a lower price?
14	It's hard to wear because there aren't any buttons or zippers. Is my child's head too big? I'm worried the dress will burst while putting it on.
15	It's been about two weeks since I ordered the Elsa dress. It's not arriving and there are no answers to my inquiries...it's a relief that I didn't tell my daughter so that it would be a surprise...I am so angry. I'm going to cancel and buy it offline.
16	I bought it thinking that the accessories would obviously be included, but my daughter is sad because only the Elsa dress arrived. The birthday party is this Friday but the rocket delivery items are all sold out.
17	Is there a place in Seogwipo that sells Elsa dresses? I called Jejudo *** and they're sold out. Things like this makes living in Jeju inconvenient.
18	This is when I get sad. I want to buy the Elsa dress for my child too..but I only have one boy. Maybe I should have another child...
19	Most parents with daughters hoped that the Elsa dress wouldn't change when Frozen 2 opened but it ended up changing...my nieces all need a new one already...
20	I'm another person that bought the Elsa dress recently and had a tough time with the glitter. It doesn't just fall out, but sticks to hands and clothes.

Appendix 2. Examples of consumer review in original data

2-1. Examples of neutral review

No.	Text
1	엘사 드레스.. 벨벳 드레스 겨울왕국2 옷인가요??
2	겨울왕국2 엘사 드레스 오프라인 매장 있을까요?
3	엘사 드레스 반짝이 안떨어지는거 알려주세요~
4	엘사 드레스세탁 어떻게 하셨어요?
5	5살 남아가 엘사 드레스 사달라는데...
6	엘사 드레스 어디서 사셨나요? 해외제품 괜찮을까요?
7	저희 집 딸도 엘사 입문입니다.
8	퀄리티 좋은 겨울왕국2 엘사 드레스 어디서 살 수 있나요?
9	7세 여아 아직도 엘사 드레스 입나요?
10	엘사 드레스 신상이 뭐에요?
11	옷은 엘사만 만드는 거 같네요.
12	아이가 엘사 드레스 사달라고 해도 얼마나 입겠어하고 안 사줬거든요~~ 근데 설전에 한복 사려고 보다가 엘사한복 발견! 딱 이거다 싶어서 이걸로 샀어요.
13	딸래미가 엘사 드레스를 입고 싶어 하는데 구입하신 분들 중 저렴하고 괜찮으셨던 거 추천해주세요~~
14	34개월 어린이집 안다니는 귀여운 딸램 말도 조잘조잘 엄청 잘하고 흥이 많은 아가에요. 요즘 엘사 공주에 빠져서 엘사 원피스 입고 나 어때? 엘사같아? 연발하네요.
15	아이가 어린이집에서 산타 할아버지에게 선물 뭐 받고 싶냐는 질문에 공주드레스 받고 싶다고 해서 요즘 핫한 엘사 드레스 사주기로 하고 폭풍 검색했는데...
16	대체 난 왜 이 시간에 엘사 드레스를 두고 고민을 하고 있는지... 내 옷은 1도 안 사는데 딸램 옷은 무지 고민되네요~ 이미 소피아, 백설공주 드레스가 있긴 한데...
17	예쁘게 입히자 싶어 판매자님 조언대로 사이즈 딱 맞게 구입했어요. 이미 딸아이는 광란의 엘사 폭풍노래 부르는 엘사가 되었습니다만... 조만간 엘사 드레스 입고 진짜 엘사 보러갈 거에요.
18	상황별 엘사 드레스를 다 가지고 있는 6세 언니입니다. 아... 머리도 엘사 안나 다 있어요. 오늘 겨울왕국 2 드레스 택배가 와서 이 밤에 굳이 이 드레스를...
19	저번 주에 겨울왕국2 개봉하자마자 보고 왔어요~ 보고 와서 끝일 줄 알았는데 웬걸 엘사 드레스 사달라고 하루종일 징징거려서 결국 그날 애들 재우고 열심히 폭풍 검색을!
20	듣는 얘기론 드레스 코드가 있다고 안 입고 갔다간 징징이를 접할 수 있다던데 분위기 어떤가요? 참고로 겨울왕국 뮤지컬 때 엘사 드레스 입고 갔었는데 안 입고 온 애는 남자애들뿐... 요즘 극장 분위기 어떠한가요???

2-2. Examples of positive review

No.	Text
1	크리스마스 선물로 엘사 드레스!!!^^
2	겨울왕국2 엄마표 엘사 드레스~^^
3	엘사 드레스 가격 괜찮은 것 같아요!
4	여기저기 패딩점퍼 아래로 엘사 드레스 입은 공주들이 많이 보여요. 넘 귀엽네요.
5	첨에 핑크로 할까 블루로 할까 엄청 고민하다가 엘사는 블루지하면서 블루로 했는데 얼마나 예쁠지 기대됩니다~~~
6	오자마자 입혀주니 너무 좋아하네요. 진짜 내꺼야? 내꺼 맞아? 연발하며 대박~~~ 이러네요ㅎㅎㅎ 표정이 아주 아주 행복해 하며 낼 입고 어린이집 간대요.
7	엘사 원피스 분홍색이 있는데도 블루블루~ 노래를 불러서 몇날며칠 고민하고 찾아보다가 사줬어요..ㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋ보자마자 아주 신나서
8	엘사 드레스 샀네요 너무 예쁘네요. 값어치 하네요. 재질이 좋네요. 닳아지도록 많이 입혀야겠네요.
9	조카 선물했는데 넘 예쁘다고 카톡왔어요~^^
10	예쁘긴 정말 예쁘네요. 팔 부위 재질도 망사인데 스판이고 부드럽고 보석도 풀 붙임이 아니고 실로 한 땀 한 땀 수작업 되어있네요 디즈니 옷 잘 만드네요.
11	조카 크리스마스 선물로 미리 사줬는데 난리라네요ㅎㅎㅎ 엘사 드레스 노래 부른다고 해서 검색해서 입고 다닐 수 있는 걸로 샀는데 언니도 너무 이쁘다고 좋아하는^^
12	오늘 겨울왕국 개봉일 두둥 엘사 드레스 입은 공주님들 엄청 많겠죠? 제가 같이 설레이는건 왜죠?ㅎㅎ
13	엘사 드레스가 왔어요~^^ 하루에 겨울왕국 4번씩 보는 딸래미 엘사 드레스 사줬는데 너무 좋아하네요~~^^ 딸: 엄마 이거 너무 마음에 들어 라고 하네요~
14	요즘 겨울왕국 넘 핫하죠? 다들 보셨는지 모르겠어요~ 첫째 공주 엘사 드레스 입었는데 막내가 다가와 애교를~~ 요런 훈훈한 사진들 보며 잠 못 들고 있네요~^^
15	엘사 빙의 두 시간 째에요ㅋㅋ빙그르 돌고 봉 휘두르고 난리네요^^;; 핑크, 노랑, 보라색 아니면 입지 않겠다는 4살인데 요건 맘에 드나봐요ㅋㅋ
16	저희 딸 오늘 유치원에서 초청 음악회를 한다며 가장 예쁜 옷을 입고 보내라길래...엘사2 드레스 사놨던 걸 풀었네요... 어찌나 좋아하든지 빨리 유치원에 가고 싶다며 난리입니다 ㅎㅎ
17	엘사 드레스 사줬는데 어찌나 이리도 잘 맞는지ㅋㅋㅋ 옷 재질도 넘 따시고 싸구려들과는 다르네요.
18	인터넷에서 엘사 드레스 너무 이쁘고 상품평도 좋고 가격이 저렴해서... 딸램이 하나 사줘서... 어제 택배로 와서 입혀봤는데 이쁘더라고요.
19	엘사 드레스 구입했어요. 맘에 쏙 들어서 자랑하고픈 맘에 글 써요ㅎㅎ
20	엘사 드레스 넘 찰떡^^

2-3. Examples of negative review

No.	Text
1	돈 먹는 엘사 같으니라고
2	엘사 드레스 구하기 너무 힘들어요ㅠㅠ
3	엘사 지옥ㅠㅠ
4	엘사 드레스 후기를 쓰고 싶지만 아직도 감감 무소식..ㅠㅠ
5	엘사 드레스 반짝이가 우수수....ㅎㄷㄷㅠㅠ
6	선물로 엘사 드레스 샀는데 냄새가 넘 심해요...
7	저는 정말 싫은데ㅜㅜ 드레스를 사달라고 난리에요. 반짝이 테러 당한다는 말이 많던데...
8	세탁기에 엘사 드레스 돌린 제 잘못입니다ㅠㅠㅠ 무슨 생각으로 세탁기에 돌린거지.. 같이 돌린 이불이 햇빛에 반짝이다 못해 번쩍 거리네요.
9	겨울왕국2 엘사는 결국 드레스가 바뀌었네요... 벌써 새 드레스가 판을 치네요. 아이고 ㅠㅠ
10	가격이 사악하네요ㅠㅠ
11	세탁안하고 입히자니 애기가 집에서 맨살에 입을 것 같아서 찝찝하네요ㅠㅠ
12	백화점 말고 엘사 드레스 파는 곳 있나요? 백화점은 너무 비싸요ㅠㅠ
13	이런 옷 완전 싫어해서 안사주고 싶은데 너무 보채네요. 이거는 분명 몇 번 안 입을텐데 돈 아까워서 새 거 못 사주겠어요. 혹시 사진이랑 똑같은 엘사 드레스 저렴하게 파실 분?
14	옷에 단추나 지퍼 없어서 입기 힘들어요. 우리 아이 머리가 큰 건가요?ㅠㅠ 입히다 옷 터질 것 같아요.
15	엘사 드레스 주문했는데 이주 됐나? 올 생각도 안하고 문의글 답변도 없고... 놀래주려고 딸아이한테 말 안 한게 다행이지.. 열불나 죽겠네요. 취소하고 오프라인으로 사려구요.
16	액세사리가 당연히 같이 오는 줄 알고 시켰는데 엘사 드레스만 와서 딸램이 속상해 하네요. 금욜이 생파인데 로켓배송되는 건 다들 품절이네요.
17	서귀포에는 엘사 드레스 살만한 곳 없을까요? 제주도 ***에 전화해보니 품절이래요~ㅜㅜ제주도는 이런게 불편하네요~ㅜㅜ
18	진짜 이럴 때 너무 속상해요ㅠ 나도 엘사 드레스 사주고 싶어요ㅠㅠㅠㅠㅠ 현실은 아들램 하나...둘째를 가져야 하나ㅠㅠ
19	딸 가진 부모님들의 대부분 바람이 겨울왕국2 개봉하면서 엘사 드레스가 안 바뀌길 바랐다는데 결국 바뀌었어요ㅠㅠㅠㅠ 제 주위 조카들만 봐도 벌써 하나둘 새로 사야 한다고...
20	최근에 엘사 드레스 샀다가 반짝이로 낭패본 1인입니다. 그냥 떨어지는 게 아니라 손에 묻고 옷에 묻고ㅠ