

[Original Article]

Fashion style and user response to interactive online dressing games - Analysis of Korean traditional attire -

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^{*}

온라인 스타일링 게임 콘텐츠의 패션과 사용자 반응 - 한국전통복식 분석 -

최영현 · 이규혜[†]

한양대학교 의류학과 박사수료, 한양대학교 의류학과 교수^{*}

Abstract

This study analyzed the expression of *hanbok* in online fashion styling games, and examined the main themes of and user reactions to *hanbok* fashion styling games through semantic network analysis and sentiment analysis. KrKwic, Textom, and NodeXL were used for data collection and analysis. The findings of the study are as follows: First, depending on the designer's expressive method, *hanbok* fashion styling games provide typical traditional *hanbok*, modern *hanbok*, and dress-like fusion *hanbok*, demonstrating contents with various themes for different sexes, classes, and situations. Second, as a result of analyzing the themes of *hanbok*-related styling game contents, it turned out that the main themes are tradition, color, historical drama, fusion *hanbok*, holiday, and love. Most of them produce modernized *hanbok* that reflect the situation and utility rather than strictly traditional ones. Third, as a result of analyzing user reviews of *hanbok* styling game contents, positive factors mostly turned out to be the satisfaction of the *hanbok* contents, with the users also showing positive intent to wear *hanbok*. Through this, it was found out that *hanboks* portrayed in game contents could potentially cause the user's positive intent to wear *hanbok*. Negative factors turned out to be the discordance between the intrinsic image of *hanbok* and the game character's image.

Received April 28, 2020

Revised June 07, 2020

Accepted June 08, 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>

Keywords: styling game(스타일링 게임), online game(온라인 게임), Korean traditional attire(한국전통복식), Hanbok(한복), semantic network analysis(의미연결망 분석)

I. Introduction

This work was supported by the research fund of Hanyang University (HY-201900000003503).

1990년대 후반 각 가정에 컴퓨터와 게임기가 보급되면서 온라인 게임 시장 또한 성장하게 되었다. 온라인 게임 속 캐릭터는 온라인상에서 사용자를 대변하고 표현

하는 것으로, 컴퓨터 그래픽스의 발전에 따라 점차 입체적이고 사실적인 형태로 발전해왔다. 온라인 캐릭터는 독특한 인물이나 동물의 모습을 디자인에 도입한 형태로(Jin & Seo, 2004). 사람들은 자신의 취향에 맞게 캐릭터에 헤어, 의상, 액세서리 등을 조합할 수 있다. 온라인 게임 캐릭터의 의상은 다양한 종류의 콘텐츠를 통해 표현되고 있으며, 실루엣, 디테일, 색상, 소재 등 현실에서 볼 수 있는 실제 의상의 요소를 반영한다(Seo & Kim, 2015). 또한, 가상공간이라는 장점을 이용하여 의상 디자인에 상상력을 가미하여 현실 세계에서 구현하지 못하는 다양한 형태로 표현되기도 한다.

온라인에 나타난 패션 관련 콘텐츠는 종류에 따라, 대규모 다중 사용자 온라인 롤플레이 게임에서 게임을 구성하는 스킨이나 캐릭터의 의상, 옷이나 액세서리를 조합해 주어진 캐릭터를 꾸미는 형태 등 다양하게 나타난다. 그 중에서도 한국 전통 복식인 한복은 국내 개발사에서 나타나는 고유한 의상 콘텐츠로, 명절이나 신년 행사마다 캐릭터의 테마 의상으로 출시되어 왔다. 스타일링 게임에서도 오피스웨어, 스포츠웨어, 파티웨어 외의 별도의 테마로 만들어졌을 만큼 독립적인 콘텐츠로 나타나고 있다.

온라인 콘텐츠에 나타난 패션에 대한 국내 연구는 대부분 게임 캐릭터의 주요 이미지와 의상의 조형성 분석에 대한 것으로 확인되었다(e.g., Lee, 2007; Seo & Kim, 2015). 온라인 콘텐츠 중에서도 한복으로 범위를 한정된 기존 연구를 참고하여(Choe & Lee, 2018), 온라인 콘텐츠 속 아바타 캐릭터 의상 중, 우리 고유의 의상인 한복에 초점을 맞추어 분석범위를 한정했다. Choe and Lee(2018)는 온라인 게임에서 한복이 출시되는 유형으로 한복과 관련된 콘텐츠가 신규로 등장하는 경우와 셀프 커스터마이징으로 나타나는 경우로 분류하였으나, 본 연구에서는 한복이 등장한 온라인 콘텐츠 중 패션 스타일링을 주요 연구대상으로 하여 분석하고자 한다.

본 연구는 한복 스타일링 게임의 콘텐츠에서 나타난 표현, 주요 테마 동향, 게임 사용자 리뷰에 나타난 주요 감성을 분석하는데 목적이 있다. 이를 위해, 패션 스타일링 게임에서 나타난 한복의 표현을 알아보고, 개별 콘텐츠 테마에 대한 의미연결망 분석을 통해 주요 주제를 도출하며, 감성분석과 의미연결망 분석을

통해 긍정과 부정 요인을 분석하여 이를 바탕으로 강화될 부분과 보완해야 될 부분을 도출해내고자 한다.

II. Theoretical Background

1. Avatar characters' costume in the online game

온라인 게임 콘텐츠에 나타난 한복 관련 연구는 Choe and Lee(2018)가 한복이 등장한 온라인, 모바일, 비디오 게임을 대상으로 한복 아이템의 출시 유형, 표현 방식, 구성 유형, 출시 시기별 특성을 분석한 사례가 있다. 그 결과, 한복 아이템의 출시 유형은 한복 콘텐츠의 신규 출시와 셀프 커스터마이징 형태인 두 가지로 분류되었으며, 추석이나 설날과 같은 명절 이벤트로 출시되는 경우가 많은 것으로 확인되었다.

실제로 ‘오**치’, ‘던***이터’, ‘마**기’, ‘리그***전드’, ‘검**막’ 등 온라인 PC게임의 경우, 게임의 특별 이벤트로 한복 관련 콘텐츠를 제공하고 있는 것으로 확인되었다. 대부분의 한복 의상은 게임 속에서 이벤트를 맞아 특별한 임무를 완료한 뒤 보상으로 받거나 돈을 주고 구입하는 방식으로 획득할 수 있었으며(Shim, 2020), 전통적인 형태부터 퓨전이 가미된 형태까지 다양한 디자인으로 표현되고 있었다(Choi, 2016; Kim, 2018). 특히 액션을 강조한 게임에서는 아바타 캐릭터의 역동적인 움직임을 잘 표현하기 위해 짧은 형태의 하의를 착용하고 있는 것을 확인할 수 있었다.

‘꽃***빛’, ‘황**꿈’, ‘조***진’, ‘후***칙’ 등 특정 시대를 배경으로 한 모바일 롤플레이 게임의 경우, 아바타의 신분별·상황별로 다양한 복식 아이템이 제공되고 있었으며, 대다수의 게임 콘텐츠에서 한복은 유(襦)·고(袴)·상(裳)·포(袍)를 중심으로 하는 삼국 시대의 복식, 조선시대 중·후기의 복식, 중국 당나라나 청나라 시기의 머리장식과 복식이 혼재, 혼합된 형태로 표현되고 있었다. 국내 게임 개발사들의 게임에서 나타난 캐릭터 의상들이 해외 개발사보다 더욱 디테일하게 한복을 표현하고 있었는데, 익선관, 곤룡포, 당의, 어여머리와 떨잠, 짧은 저고리 등의 아이템을 통해, 조선 중·후기의 한복 형태를 비교적 잘 재현하고 있는 것으로 확인되었다.

2. Fashion styling game

스타일링 게임은 일러스트레이션으로 구현된 각각

의 의상 및 악세사리, 헤어, 립스틱 등 다양한 아이템들을 사용자의 취향에 맞게 드래그 또는 클릭하여 스타일을 연출하는 게임이다. 일반적인 패션의 형태와 의식세계 및 테마를 이미지로 형상화한 패션 일러스트레이션을 통해 게임이 구현된다(Yoon, 2001). 컴퓨터 그래픽스와 일러스트레이션 구현 프로그램의 발전에 따라 캐릭터의 의상도 평면적이고 단순한 형태에서 점차 실루엣, 텍스처, 레이어드, 테마에 걸쳐 다양하고 사실적인 형태로 발전했다.

스타일링을 도입한 게임콘텐츠는 1999년부터 생겨난 것으로 보고되었으며(Lee, 2019) 이후, 국내 컴퓨터 유통업체가 홈페이지에 캐릭터에 옷을 입힐 수 있는 콘텐츠를 제공하였고, 콘텐츠가 좋은 반응을 얻자 2000년 9월부터 패션 스타일링 게임을 전문으로 하는 사이트를 개설했다. 2002년에 들어 다수의 유·무료 사이트들이 생겨나기 시작하였고, 이를 기점으로 기존 스타일링 게임의 주 사용자 층인 어린이와 10대 청소년에서 20대 초반까지 사용자가 확대되었다(Lim, 2002).

스타일링 게임의 대다수가 인수되거나 사라졌으나, 현존하는 패션 스타일링 게임 회사인 ‘로**드’의 경우, 미국의 미디어 기업에 인수되어 현재까지도 서비스를 제공하고 있다(Song, 2006). 최근에는 스타일링 게임 콘텐츠에 추천 시스템을 도입하여, 새로운 쇼핑 콘텐츠를 접목하거나(Kim, 2019), 패션 아이템에 물리엔진을 적용하여 사실적으로 구현하는 서비스를 제공하고 있다(Yang, 2019).

이와 관련하여, Jang(2012)의 연구에서는 패션 관련 애플리케이션의 현황을 조사하였는데, 패션 게임은 패션 관련 애플리케이션 중 두 번째로 많은 것으로 확인되었다. 모바일 패션 게임의 유형으로 원하는 의상을 직접 제작하여 꾸민 매장에서 직원을 고용하여 손님에게 판매하는 패션 매장 경영 시뮬레이션 게임, 디자인이나 스타일링을 시뮬레이션하여 콘테스트에 나가 다른 사용자들과 스타일링을 겨루어 보는 게임, 유저가 직접 아바타를 선정하고 그 아바타에게 옷을 디자인하여 입힌 뒤 SNS를 통해 공유하는 게임 등이 있는 것으로 나타났다.

III. Research Method

1. Data collection

현재 PC에서 제공되는 온라인 스타일링 게임 콘텐츠

는 ‘쁘***상’, ‘한복***결’, ‘한복***링’ 등이며, 모바일 패션 게임 애플리케이션들의 경우에도 한복과 관련된 게임들은 누적 다운로드 수가 평균 5만-10만 이상으로 이용되고 있는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 패션 스타일링 게임 콘텐츠 중, 한복을 다루는 개별 테마에 대한 설명과 사용자 리뷰가 존재하는 스타일링 게임 사이트 2개를 분석 대상으로 선정했다. 한복을 별도의 콘텐츠로 전문적으로 다루는 웹 사이트는 ‘쁘***상’과 ‘스**업’으로 나타났다. 각각 108개, 23개의 한복 관련 콘텐츠를 보유한 것으로 확인되어 두 사이트에서 한복 콘텐츠의 제목과 제작의도 131건을 수집했다. 콘텐츠별 사용자의 리뷰를 분석하기 위해, 리뷰를 제공하고 있는 사이트 ‘스**업’에서 사용자 리뷰 177건을 수집했다.

2. Data analysis

텍스트의 주요 단어의 출현빈도를 바탕으로 공출현 매트릭스를 생성하였으며, 이를 바탕으로 개별 단어들의 전체 네트워크 내의 연결중심성(degree centrality)을 측정했다. 수집된 텍스트의 단어 정제에는 KrKwic 프로그램을, 중심성 측정 및 시각화에는 NodeXL 프로그램을, 감성분석에는 Textom 프로그램을 사용했다. 사용자 리뷰 건수의 양이 많지 않아 감성분석의 결과가 부정확하게 나타날 수 있기 때문에 이를 고려하여 직접 사전 데이터를 구축하고 분석에 적용했다. ‘좋아요’, ‘예뵤요’, ‘최고이예요’ 등의 단어나 ‘^^’가 포함된 기호들을 긍정으로 학습시켰고, ‘싫어요’, ‘별로예요’, ‘이상해요’, ‘아쉬워요’, ‘짜증나요’, ‘화나요’와 같은 단어나 ‘ㅠ’가 포함된 기호는 부정으로 학습시켰다. 이를 제외한 나머지는 자동적으로 중립으로 학습시켰으며, 중립으로 분류된 댓글에서도 분류의 오류를 보이는 일부 데이터는 연구자가 직접 확인하여 제거 및 수정했다.

IV. Result

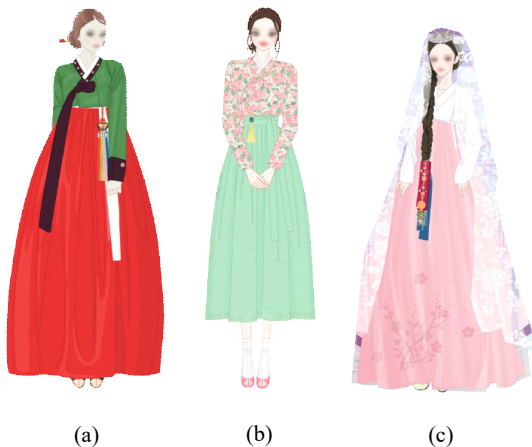
1. Expression of Hanbok styling in fashion game contents

스타일링 게임은 디자이너들이 테마를 정하고, 일러스트레이션 작업을 통해 해당 테마의 의상을 제작하는 방식으로 콘텐츠가 만들어진다. 디자이너의 표

현 방법에 따라 한복 스타일링 게임 내에서도 다양한 테마, 캐릭터, 의상의 표현으로 나타나고 있었다. 한복 스타일링 게임 콘텐츠에서 한복 의상의 형태는 주로 일반적인 한복의 형태, 현대적으로 재해석된 생활·모던 한복의 형태, 드레스 형태의 퓨전한복으로 나타났다(Fig. 1). 또한, 신분별·상황별로 분류되었는데, 신분별로는 주로 왕실 복식, 기생 복식이 많았으며, 궁녀, 의녀, 평민 등의 콘텐츠가 나타났으며, 상황별로는 명절, 결혼식, 사극 의상, 궁중 연회 등 다양한 상황별 의상이 존재했다.

왕실 복식으로는 적의와 대수머리를 통해 왕비의 대례복 연출이 가능했으며, 예복으로 원삼과 금박 스란단으로 장식된 스란치마, 어여머리 위에 띠구지를 얹은 거두미, 뒤틀이와 떨잠 장식을 통해 특별한 행사에서의 왕비 복식을 콘텐츠로 제공하고 있었다. 또한, 사용자로 하여금 왕비, 후궁, 공주의 신분에 맞는 의상을 조합할 수 있도록 당의의 형태(흉배, 문양), 첩지, 비녀 등과 같은 다양한 디테일을 제공하고 있었다. 왕실 복식 이외에도 상궁이나 궁녀의 의상을 연출할 수도 있으며, 풍성한 치마, 화려한 저고리, 전모를 머리에 쓴 기생의 복장을 연출할 수 있는 콘텐츠도 다수 발견되었다.

스타일링 게임은 대부분의 캐릭터도 여성 캐릭터



<Fig. 1> Traditional Hanbok in styling game
 (a) Adopted from Peri. (n.d.); (b) Adopted from It Girl. (n.d.); (c) Adopted from Deulrae. (n.d.).
<https://www.bbddi.com>
 Copyright 2020 by Bbddi Marchand.
 Reprinted with permission.

지만 남성 캐릭터 또한 다수 나타났다. Lee(2016)의 연구에서도 사극 드라마의 영향으로 남성 한복은 특히 디자인의 변화의 폭이 크게 나타나, 바지와 저고리 외에도 두루마기, 도포, 전복, 철릭, 쾌자, 답호가 다양한 형태로 나타난다고 했다. 게임 콘텐츠 상의 남성 캐릭터 또한 여성 캐릭터와 같이 왕과 사대부의 평상복, 공복, 군복 등 신분과 다양한 상황에 맞는 의상들을 제공하고 있는 것으로 나타났다. 곤룡포와 익선관을 착용한 왕세자복, 사모를 쓰고 단령을 착용한 내관복, 유건을 쓰고 철릭 위에 답호를 착용한 유생복, 흑립을 쓰고 철릭과 답호를 착용한 일반 사대부복 등이 나타났다. 또한, 삼국시대의 궁중 의상을 제공하기도 했다.

2. Topics and key words for Hanbok styling game contents

총 129개의 한복 관련 국내 스타일링 게임 콘텐츠에서 나타난 제목과 주제 설명을 수집하여 연결중심성(C_i)을 측정한 결과(Table 1), 전통(.73), 색깔(.54), 코디(.52), 저고리(.46), 퓨전한복(.46), 조선시대(.36), 설날(.34), 추석(.33), 액세서리(.32), 치마(.31), 멋(.31), 유행(.27), 생활한복(.26), 사극(.24), 기본(.24), 맵시(.24), 왕실(.23), 모던(.23) 등이 상위 키워드로 나타났다. 이를 바탕으로, 한복 스타일링 게임의 주요 테마는 전통적 한복 이미지, 배색 표현, 사극드라마 속 의상, 퓨전한복 스타일링, 명절 옷차림과 관련된 주제인 것으로 나타났다.

또한, 설날(.34), 추석(.33), 결혼(.12), 나들이(.10)와 같은 특별한 상황을 나타내는 키워드, 유행(.27), 개성(.10), 실용(.06)과 같은 한복의 속성을 나타내는 키워드, 퓨전한복(.36), 생활한복(.26), 모던한복(.23), 한복 드레스(.22), 개량한복(.18)과 같은 변형 한복과 관련된 키워드들이 각각 연결되는 것으로 나타났다. 이를 통해, 한복을 주제로 하는 게임 콘텐츠들이 대부분 전통 그대로의 형태보다는 상황과 효용을 반영한 현대화된 한복을 주제로 제작되고 있는 것을 알 수 있다.

한편, 사극 드라마와 관련하여 세종(.10), 장옥정(.06), 황진이(.06), 이산(.02)와 같은 키워드가 출연하였는데, 다수의 한복 스타일링 게임이 사극 드라마 속 주인공 의상을 모티브로 제작된 것으로 나타났다. 특히, 퓨전사극이 인기를 끌면서 무협장면, 멜로장면,

<Table 1> Top 60 keywords (by degree centrality) for Hanbok styling game content

No.	Word	Degree centrality	No.	Word	Degree centrality	No.	Word	Degree centrality
1	Tradition	.73	21	National holiday	.20	41	Elegance	.12
2	Color	.54	22	Pattern	.20	42	<i>Seolbim</i>	.11
3	Coordination	.52	23	Simple	.19	43	<i>Kisaeng</i>	.10
4	<i>Jeogori</i>	.46	24	<i>Goryeo</i>	.18	44	King <i>Sejong</i>	.10
5	Fushion	.36	25	Change	.18	45	Beauty	.10
6	<i>Joseon</i> Dynasty	.35	26	Modified Hanbok	.18	46	Picnic	.10
7	Seollal	.34	27	Flower	.18	47	Individuality	.10
8	<i>Chuseok</i>	.33	28	Inconvenient	.18	48	Embroidery	.09
9	Accessory	.32	29	Luxury	.16	49	Queen	.08
10	Skirt	.31	30	Burdensome	.16	50	Classic	.08
11	<i>Meot</i>	.31	31	Ancient palace	.15	51	<i>Daenggi</i>	.08
12	Trend	.27	32	<i>Goreum</i>	.14	52	Sentiment	.07
13	<i>Saenghwal</i> Hanbok	.26	33	Mix and match	.14	53	<i>Norigae</i>	.07
14	Historical drama	.24	34	Attractiveness	.14	54	<i>Jang Okjeong</i>	.06
15	Basic	.24	35	Wedding dress	.13	55	<i>Hwang Jinyi</i>	.06
16	<i>Mapsi</i>	.24	36	Bride	.13	56	Royal concubine	.06
17	Royal court	.23	37	Princess	.13	57	Practical	.06
18	Modern	.23	38	Harmony	.13	58	<i>Seonbi</i>	.04
19	Dress	.22	39	Wedding ceremony	.12	59	Pastel tone	.03
20	Dignity	.21	40	Stylish	.12	60	<i>Lee San</i>	.02

판타지장면을 극대화하기 위하여 한복의 소재, 색상, 제작방법에도 시청자의 기호에 맞게 현대적인 감성과 트렌드를 반영하게 되었다(Lee, 2016). 이러한 변화는 사극 의상에 반영되고 난 뒤, 온라인 게임 콘텐츠의 아바타 의상에서도 그대로 반영되고 있었다. ‘장옥정 사랑에 살다’, ‘이산’, ‘동이’, ‘황진이’ 등과 같은 인기 사극 속 등장인물의 당의, 치마, 옷고름의 색, 자수 문양, 머리 장식이 게임 콘텐츠의 모티브로 제작되고 있는 것으로 나타났다.

3. User review analysis

사용자 리뷰는 스타일업의 한복 콘텐츠에서만 지원되는 기능으로, 한복 스타일링 게임 콘텐츠에 나타

난 리뷰를 모두 수집했다. 1차적으로 사전을 통해 감성을 분류하였고, 중립으로 분류된 리뷰 중에서 한국어의 특성으로 인해, 분류가 모호한 리뷰들을 따로 추출했다. 한국어의 특성상, 앞부분이 긍정이어도 문장의 마무리가 부정이면, 부정적인 감성을 의미한다고 볼 수 있기 때문에, 사용자 리뷰에서도 문장의 마지막 동사에서 ‘아쉬워요’, ‘부족해요’, ‘싫어요’, ‘별로예요’와 같은 표현이 사용된 리뷰는 부정으로 재분류했다.

수집 결과, 소비자 리뷰에서 나타난 감성은 긍정이 71.91%로 압도적으로 많았고, 중립 6.74%, 부정 21.34%로 나타났다. 중립 리뷰의 경우, 사용자의 취향에 따른 콘텐츠의 제작에 대한 요구, 새로운 콘텐츠나 아이템 개발에 대한 요구로 나타났다. 웨딩드레스나 퓨전

한복 스타일의 콘텐츠를 요구하는 사용자가 있는 반면, 개인의 취향에 따라 변형되지 않은 원래의 전통 한복 위주의 제작을 요구하는 사용자들도 나타났다. 또한, 사극 드라마의 영향으로 사극 드라마 속 주인공의 의상을 요청하는 다수의 리뷰를 확인할 수 있었다. 이를 통해, 스타일링 게임 콘텐츠가 사극 드라마 속 주인공 의상을 모티브로 제작되기도 하지만, 사용자들도 이를 요구하고 있는 것을 알 수 있다. 실제로, ‘장옥정 사랑에 살다’, ‘이산’, ‘해를 품은 달’, ‘구르미 그린 달빛’, ‘기황후’ 등 흥행 사극 드라마의 주인공 의상을 소재로 하는 콘텐츠를 확인할 수 있었다.

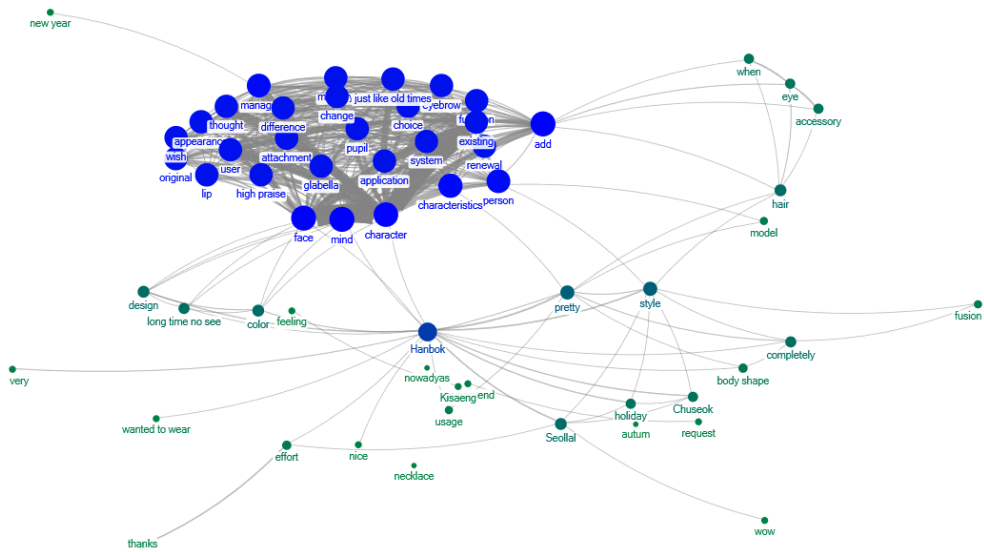
긍정과 부정 리뷰를 중심으로 네트워크 분석을 진행한 결과, 긍정 리뷰에서는 추가(.52), 얼굴(.52), 캐릭터(.50), 특성(.49), 운영(.47), 애착(.45), 추억(.45), 개편(.45), 기능(.45), 차이(.45), 극찬(.45), 변화(.45), 색깔(.10), 디자인(.10), 액세서리(.06) 등이 주요 키워드로 나타났다(Fig. 2). 이를 바탕으로, 콘텐츠의 추가(.52)와 개편(.45), 운영(.47), 기능(.45)과 같은 콘텐츠의 관리가 사용자들에게 긍정적으로 받아들여지고 있는 주요 만족 요인임을 확인할 수 있었다. 또한, 얼굴(.52)은 연결중심성이 높은 키워드일 뿐만 아니라, 외모(.45), 눈썹(.45), 미간(.45), 눈동자(.45), 입술(.45), 머리(.10), 몸매(.05)와 모두 연결을 보이며 긍정 리뷰의 주된 요소로 나타나, 캐릭터의 외모에 대한 사용자

들의 만족이 긍정 리뷰를 구성하는 주요 요인임을 확인할 수 있었다. 이 외에도 긍정 리뷰에서는 한복 스타일링 게임을 하면서 자신도 한복을 입어보고 싶다는 내용의 리뷰가 상당수 발견되어, 패션 스타일링 게임 콘텐츠가 사용자로 하여금 한복을 착용하고 만드는 동기 유발 기능을 하고 있음을 알 수 있었다.

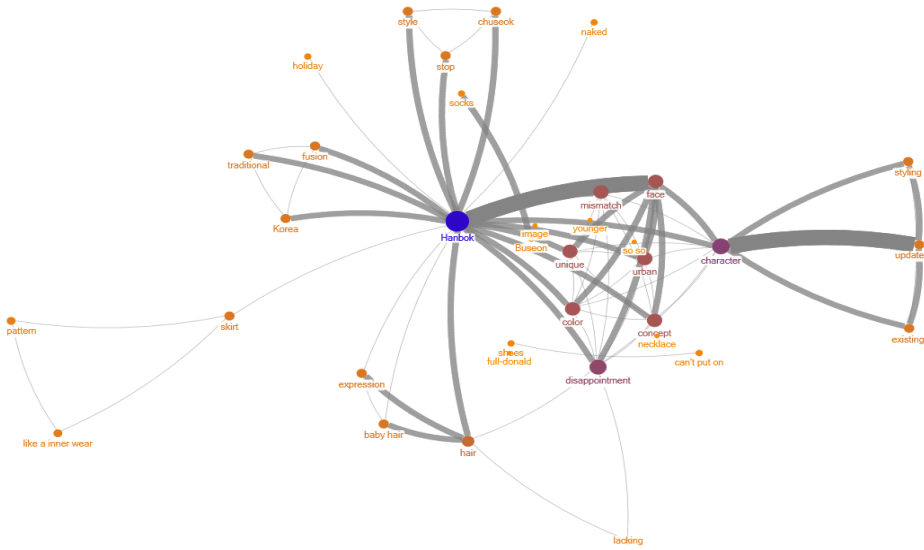
부정 리뷰를 분석한 결과, 캐릭터(.31), 부조화(.22), 도시적인(.22), 컨셉(.22), 얼굴(.22), 머리(.14), 치마(.08), 스타일링(.08), 잔머리(.08), 전통(.08), 퓨전(.08) 등이 주요 키워드로 나타났다. 특히, 연결중심성이 높게 나타난 키워드인 ‘얼굴’, ‘캐릭터’, ‘부조화’, ‘도시적’이 네트워크에서 서로 연결을 보여, 캐릭터의 외모와 전통 의상인 한복의 부조화가 부정적인 요인으로 확인되었다. 또한 캐릭터(.31)와 업데이트(.08)이 강한 연결을 보여, 새로운 콘텐츠의 부족이 주요 불만족 요소로 나타났다. 실제 부정 리뷰의 대부분은 한복 스타일링 게임 속 대상이 되는 캐릭터가 한복이 가진 이미지와 어울리지 않는다는 내용이었으며, 그 다음으로 는 의상의 가지수, 테마의 변화를 통한 새로운 콘텐츠 개발에 대한 요구와 관련된 것으로 확인되었다.

V. Conclusion

한국의 온라인 게임 콘텐츠와 유명 게이머들이 전



<Fig. 2> Positive review network for styling game contents



<Fig. 3> Negative review network for styling game contents

세계적으로 활약하고 있다. 한복 관련 콘텐츠의 확산은 홍보 수단으로서 전 세계적으로 한복을 널리 알리는데 기여할 수 있을 것으로 생각된다. Lee(2016)의 연구에서는 2006년 방영되었던 드라마 ‘황진이(Kim, 2006)’의 주인공 의상이 주목받으면서 침체되었던 한복시장이 활성화되는 계기가 되었으며, 소비자들이 한복의 이미지를 긍정적으로 변화시켰다고 설명했다. 국내 사극 드라마의 해외수출로 인해 한복에 대한 해외 소비자들의 관심이 증가하는 현시점에서, 한복 패션 스타일링 게임과 같은 콘텐츠들은 사극드라마의 흥행과 함께 우리 전통 복식인 한복의 아름다움을 알리는데 도움이 될 수 있을 것이다.

이에 본 연구에서는 온라인 스타일링 게임에서 표현된 한복을 분석하고, 의미연결망 분석과 감성분석을 통해 콘텐츠의 주요 테마와 사용자 반응을 확인했다. 연구 결과 한복 패션 스타일링 게임에서는 디자이너의 표현 방법에 따라 일반적인 한복의 형태, 현대적으로 재해석된 생활·모던 한복의 형태, 드레스 형태의 퓨전한복 등의 한복 스타일링 게임 콘텐츠가 제공되고 있었다. 또한, 성별·신분별·상황별 다양한 테마의 콘텐츠가 확인되었다.

또한 게임 콘텐츠의 테마를 분석한 결과, 전통, 색감, 사극드라마, 퓨전한복, 명절, 사랑을 주요 테마로 하고 있는 것을 알 수 있었다. 특별한 상황을 나타내

는 키워드, 한복의 속성을 나타내는 키워드, 변형 한복과 관련된 키워드의 연결성 확인을 통해, 한복을 주제로 하는 게임 콘텐츠들이 대부분 전통 그대로의 형태보다는 상황과 효용을 반영한 현대화된 한복을 주제로 제작하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 다수의 한복 스타일링 게임이 사극 드라마 속 주인공 의상을 모티브로 제작된 것으로 나타났다.

사용자 리뷰 분석 결과, 주요 긍정 요인은 주로 한복 콘텐츠의 운영 방식과 캐릭터의 외모로 나타났으며, 이 외에도 사용자들은 게임을 통해 한복 착용에 긍정적 의도를 보이는 것으로 나타났다. 이를 통해, 게임 콘텐츠 속에 나타난 한복 의상이 사용자들로 하여금 긍정적인 착용 의도를 유발할 가능성이 있음을 확인했다. 주요 부정적 요인으로는 한복이 가진 고유 이미지와 캐릭터 이미지의 불일치성, 콘텐츠의 다양성 부족으로 나타났다. 그러므로 스타일링 게임 콘텐츠를 개발할 때, 전통, 퓨전, 생활한복 등 다양한 콘텐츠를 통해 사용자의 취향을 만족시킬 필요가 있으며, 소비자가 인지하는 한복의 이미지와 캐릭터의 이미지를 일치시키도록 조정할 필요성이 요구된다.

한복은 보존되고 계승되어야 할 우리 고유의 문화유산으로, 온라인을 통한 한복 콘텐츠의 개발은 한복의 국제 경쟁력 강화와 동시에 보존과 계승을 위한 효과적인 방법이 될 수 있을 것이라고 생각된다. 본 연

구는 의미연결망 분석과 감성분석을 사용하여 온라인에 나타난 사용자 비정형 데이터를 통해 소비자들의 인식을 알아보고 개발과 보완 방향을 제시했으며, 온라인 콘텐츠에서 나타난 한국 전통 복식의 고증과 표현을 분석했다는데 의류학 연구로서 의의가 있다. 이를 바탕으로 본 연구가 한복 콘텐츠 개발 전략을 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것이라 기대한다.

References





- Choe, Y. R., & Lee, E. J. (2018). A study on the costume of Hanbok in games. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 24(4), 479-492.
- Choi, S. J. (2016, September 15). ‘설레는 추석’ 게임 속 이색 한복 찾아라 [Find a unique Hanbok in the game of ‘exciting Chuseok’]. *Bizfact*, Retrieved April 21, 2020, from <http://news.tf.co.kr/read/economy/1655933.htm>
- Deulrae. (n.d.). Development of Hanbok [Online game]. *Bbdi Marchand*, Retrieved 2020, June 10, from https://www.bbdi.com/fashion/content.asp?fashion_idx=1907
- It Girl. (n.d.). Young and pretty Hanbok [Online game]. *Bbdi Marchand*, Retrieved 2020, June 10, from https://www.bbdi.com/fashion/content.asp?fashion_idx=4263
- Jang, N. K. (2012). The use of application as a mobile fashion tool. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 12(4), 29-43.
- Jin, K. O., & Seo, J. L. (2004). The analysis of body-image on the on-line game lineage II character fashion. *Journal of Fashion Business*, 8(5), 144-154.
- Kim, C. K. (Executive Producer). (2006). *Hwang Jinyi* [TV series]. Korea: Korean Broadcasting System.
- Kim, D. J. (2018, February 5). ‘갑옷 대신 한복’ 입은 게임캐릭터들 [Game characters wearing ‘Hanbok instead of armor’]. *Gameinsight*, Retrieved April 28, 2020, from <http://www.gameinsight.co.kr/news/articleView.html?idxno=15177>
- Kim, G. B. (2019, September 11). 모바일 게임, 이젠 앱 다운 필요없다 [Mobile game, no more App downloads]. *Appstory*, Retrieved April 21, 2020, from <https://news.appstory.co.kr/appchoice12188>
- Lee, B. H. (2016). The influence of historical drama costume on Hanbok fashion. *Journal of Asian Ethno-Forms*, 17, 5-20.
- Lee, M. S. (2007). Application of fashion design to mobile-phone game character’s dress design. *Journal of the Korean Society of Costume*, 57(3), 63-77.
- Lee, Y. S. (2019, December 6). 주니어 네이버 게임랜드 복원사이트 등장 누리꾼들 “추억 돌네” [Junior Naver Game Land restoration site appeared, internet users said “It reminds me of old memories”]. *Kookje*, Retrieved April 21, 2020, from <http://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0800&key=20191206.99099003066>
- Lim, C. S. (2002, October 5). 옷입히기 잇따라 유료화 [Styling game one after another, pay for it]. *Digital Times*, Retrieved April 21, 2020, from <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=105&oid=029&aid=0000002138>
- Peri. (n.d.). 한가위 이야기 [Hangawi story] [Online game]. *Bbdi Marchand*, Retrieved 2020, June 10, from https://www.bbdi.com/fashion/content.asp?fashion_idx=3220
- Seo, M. R., & Kim, A. K. (2015). Fashion styles and characteristics of game characters. *Journal of Digital Convergence*, 13(2), 343-349. doi:10.14400/JDC.2015.13.2.343
- Shim, J. S. (2020, January 21). 검은사막 모바일, 설 이벤트 ‘복주머니 만들기’ 진행 [Black Desert mobile, Lunar New Year’s Day event ‘create a lucky bag’]. *Daily Hankook*, Retrieved April 21, 2020, from <http://daily.hankooki.com/lpage/itech/202001/dh20200121183914138280.htm>
- Song, H. S. (2006, February 6). “무조건 꺼” 호통의 잔소리밖에 안돼요 [“Turn it off unconditionally” is a rant]. *Kyunghyang*, Retrieved April 21, 2020, from http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=200602061507291&code=900305
- Yang, Y. S. (2019, April 16). 패션인들을 위한 놀이터를 꿈꾸는 게임, ‘스타일링’ [A game that dreams

of a playground for fashion people, ‘styling’]. *Inven*, Retrieved April 21, 2020, from <http://www.inven.co.kr/webzine/news/?news=218582>

Yoon, J. (2001). Study of fashion illustration utilizing 3D computer graphics. *Journal of The Korean Society of Fashion Design*, 1(1), 147-172.





Appendix 1. Examples of Hanbok expression in fashion styling game

1-1. Women Hanbok fashion style

			
(1) Queen's costume	(2) Queen's costume	(3) Court lady's costume	(4) Kisaeng's costume

*Note. Adopted by author from Bbdi. (n.d.). <https://www.bbdi.com>
Copyright 2020 by Bbdi Marchand. Reprinted with permission.

1-2. Mens Hanbok fashion style

			
(1) King's costume	(2) Student's costume	(3) Nobleman's costume	(4) Silla period costume

*Note. Adopted by author from Bbdi. (n.d.). <https://www.bbdi.com>
Copyright 2020 by Bbdi Marchand. Reprinted with permission.