

패션비즈니스 제27권 5호

ISSN 1229-3350(Print)
ISSN 2288-1867(Online)

J. fash. bus. Vol. 27,
No. 5:78-92, Nov. 2023
[https://doi.org/
10.12940/jfb.2023.27.5.78](https://doi.org/10.12940/jfb.2023.27.5.78)

Corresponding author

Minjung Im
Tel : +82-43-299-8752
Fax : +82-43-299-8750
E-mail : mim@seowon.ac.kr

텍스트 마이닝(text mining) 기법을 활용한 서브버시브 베이식(subversive basics) 패션의 특성

임민정*†

서원대학교, 패션의류학과, 조교수

Evaluating the Characteristics of Subversive Basic Fashion Utilizing Text Mining Techniques

Minjung Im*†

Assistant Professor, Dept. of Fashion & Clothing, Seowon University, Korea

Keywords

subversive basics,
social media, video contents,
fashion trends, text mining
서브버시브 베이식, 소셜미디어,
동영상 콘텐츠, 패션 트렌드,
텍스트 마이닝

Abstract

Fashion trends are actively disseminated through social media, which influences both their propagation and consumption. This study explored how users perceive subversive basic fashion in social media videos, by examining the associated concepts and characteristics. In addition, the factors contributing to the style's social media dissemination were identified and its distinctive features were analyzed. Through text mining analysis, 80 keywords were selected for semantic network and CONCOR analysis. TF-IDF and N-gram results indicate that subversive basic fashion involves transformative design techniques such as cutting or layering garments, emphasizing the body with thin fabrics, and creating bold visual effects. Topic modeling suggests that this fashion forms a subculture that resists mainstream norms, seeking individuality by creatively transforming the existing garments. CONCOR analysis categorized the style into six groups: forward-thinking unconventional fashion, bold and unique style, creative reworking, item utilization and combination, pursuit of easy and convenient fashion, and contemporary sensibility. Consumer actions, linked to social media, were shown to involve easily transforming and pursuing personalized styles. Furthermore, creating new styles through the existing clothing is seen as an economic and creative activity that fosters network formation and interaction. This study is significant as it addresses language expression limitations and subjectivity issues in fashion image analysis, revealing factors contributing to content reproduction through user-perceived design concepts and social media-conveyed fashion characteristics.

I. 서론

소셜미디어(social media)의 발달로 제품 및 서비스 사용 경험을 온라인에서 공유하는 것이 일상화되고 있다. 특히 소셜 미디어 동영상 플랫폼(platform)에서는 사용자가 쉽게 동영상 콘텐츠(content)를 제작하고 공유할 수 있는 기능을 제공해 전문가와 디자이너뿐 아니라 일반 사용자들의 의견과 관점이 결합한 다양한 패션 정보와 콘텐츠가 생산되고 있다. 사용자들은 소셜미디어를 통해 관심사, 취향, 일상 등을 공유하며 정신적·심리적 만족, 정체성의 표현, 경험의 획득, 즐거움 등의 다양한 욕구를 충족시키고 있다. 개인의 콘텐츠 창작 활동이나 사용자 중심의 콘텐츠 생성 활동은 패션과 동영상 콘텐츠의 변화와 차별화를 이끄는 중요한 요인이다.

소셜미디어 콘텐츠 중 기본 의류를 자르고 올을 풀어 변형해 독특하고 독창적인 개인의 패션 스타일을 연출하는 소셜미디어 동영상 콘텐츠가 빠르게 확산하였다. 패션 콘텐츠 크리에이터(content creator) 어거스티나 판조니(Agustina Panzoni)는 이러한 동영상을 자신의 틱톡(TikTok)에서 서브버시브 베이식(subversive basics) 패션이라 명명하였다(Poggi, 2022). 서브버시브 베이식 패션은 보그(Vogue), 로피시엘(L'officiel) 등의 패션 전문 매체에서도 주목받았으며(Ho, 2022; Lee, 2022) 역으로 패션 산업과 브랜드에도 영향을 미치고 있다.

소셜미디어에 의한 패션의 전파 및 변화와 관련해 다양한 연구가 이루어졌다. Cho and Kim(2020)은 인터넷 밈으로 전파된 패션디자인의 특성을 분석하였고, Chung and Yim(2020)은 소셜미디어에 의한 미적 기준의 변화로 패션의 해체 현상을 고찰하였다. Shim, Choi, and Lee(2018)는 소셜미디어로 전달되는 시각 정보가 패션 스타일 선호에 미치는 영향을 분석하였다. 선행연구들에서는 소셜미디어에 의한 패션의 변화가 이루어지고 패션이 소셜미디어에서 커뮤니티 및 네트워크 형성의 주요 매개체로 작용하고 있음을 확인할 수 있다. 그러나 패션과 소셜미디어의 결합에서 나타나는 특성에 대한 분석은 이루어지지 않았다. 소셜 미디어 동영상 콘텐츠는 텍스트, 이미지, 음향 등 다양한 요소가 결합한 형태로 패션 정보를 전달하고 있어 이에 따라 나타나는 특성을 분석할 필요가 있다. 한편, 포털 사이트에서 제공하는 뉴스나 커뮤니티의 글은 단순히 정보를 전달하는 것을 넘어서 작성자의 생각과 의견이 함께 담겨있어 신조어와 같은 새로운 표현의 개념부터 영상에 대한 감각적인 느낌까지 다양한 의미를 파악하는 데 도움이 된다. 이에 본 연구는 다양한 온라인 환경에서 의류 구매 및 착용 경험, 가치,

요구 등을 글로 표현하고 공유하는 행동에 착안해 사용자들이 직접 사용하는 단어와 표현에서 특성을 도출하고자 하였다. 전문가 관점에서의 접근이 아닌 사용자의 인식을 반영한 텍스트 데이터를 분석하여 사용자 관점에서의 서브버시브 베이식 패션의 개념과 특징, 그리고 소셜미디어를 통한 확산 요인을 탐색하였다. 이를 위해 텍스트 마이닝(text mining) 기법을 이용해 서브버시브 베이식 패션에 대한 비정형 데이터(unstructured data)를 수집하고 키워드 분석과 의미연결망 분석을 수행하였다. 이러한 방법은 전문가 분석과 사용자 설문 등의 전통적인 분석 방법만으로는 충족되지 않는 양적, 질적인 측면을 보완할 수 있다. 특히, 소비자의 경험과 요구에 대한 표현을 탐색하고 소셜미디어와 패션의 결합으로 나타나는 사용자의 패션 인식, 콘텐츠의 재생산 요인, 패션 트렌드 확산에 대한 인사이트를 얻을 수 있다. 이런 접근법은 학문적으로는 소셜미디어와 패션의 결합에 대한 새로운 이해를 제공하며, 실무적으로는 사용자 인식에 따라 변화하는 패션 트렌드를 빠르게 파악하여 상호작용을 유도할 수 있는 제품개발과 마케팅 전략에 중요한 통찰을 제공한다. 또한, 사회적으로는 개인의 창의적인 패션 표현과 그것이 어떻게 커뮤니티를 만들고 패션 산업에 영향을 미치는지에 대한 이해를 넓히는 데 기여할 수 있다. 이 연구의 결과는 소셜미디어에서 활발하게 활용되는 표현과 요소를 패션디자인에 적용하고, 사용자 인식에 따라 변화하는 패션 트렌드를 빠르게 파악하여 제품개발과 사용자 중심의 표현을 활용한 소셜미디어 마케팅 전략에 활용할 수 있다.

II. 이론적 배경

1. 서브버시브 베이식 패션과 소셜미디어 패션 동영상 콘텐츠

서브버시브 베이식 패션이란 서브버전(subversion), 베이식(basics) 그리고 패션 세 단어가 조합된 표현이다. ‘서브버전’은 전복, 파괴로 번역되며(Subversion, n.d.) 기존의 사회적 규범이나 체제를 전복하거나 도전하는 것을 의미한다. ‘베이식’은 기본적인 것, 일반적인 것을 가리키는 말이다. 패션은 의복 스타일이나 트렌드를 지칭한다. 이 세 단어가 결합된 ‘서브버시브 베이식 패션’은 기본적인 패션 스타일에 도전하거나 반전하는 패션 스타일을 나타내는 것으로 해석될 수 있다.

서브버시브 베이식 패션 동영상은 DIY(Do It Yourself)를 바탕으로 스스로 제작하고 변형하는 창조성과 개인화를 강

조하는 소비문화를 반영한다. 사용자들은 기본 의류를 변형한 자신만의 독특한 스타일링 방법을 공유하고, 다른 사람으로부터 영감을 얻으면서 상호작용하며 나아가 의류 구매와 같은 소비활동과도 연계하고 있다.

소셜미디어 동영상 콘텐츠는 텍스트, 이미지, 음향 등 다양한 요소가 결합하여 시청의 몰입과 참여를 유도한다. 이와 관련한 연구로 Rafaeli(1988)은 사용자, 메시지, 콘텐츠, 매개체 간 조화로운 작용에 따라 커뮤니케이션은 더욱 효과적으로 이루어질 수 있다고 하였으며, Heeter(1989)는 사용자 중심의 접근과 개인화된 미디어 경험이 정보의 흐름을 주도하는 사용자의 만족감을 증가시키고 참여와 상호작용을 강화한다고 주장하였다. 또한, Dholakia, Zhao, Dholakia, and Fortin(2000)은 사용자가 선택할 수 있는 요소들인 메시지, 시간, 그리고 커뮤니케이션의 순서 등을 조절함으로써 상호작용성을 증가시킬 수 있음을 밝혔다.

소셜미디어 동영상 플랫폼은 동영상 편집과 알고리즘 기반의 영상 자동 노출 기능 그리고 구독에 의한 수익 창출을 제공함으로써 콘텐츠 소비 주체를 단순 '수용자'에서 '사용자'로 전환하는 변화를 불러왔다. 이러한 변화는 유튜브(YouTube)가 스트리밍 플랫폼에서 정보 검색을 매개하는 역할로 발전하면서 가속화되었다. 여기에 디지털 환경에 익숙하고 새로운 트렌드에 대한 수용성이 높은 MZ세대가 동영상 콘텐츠 소비의 주류가 되면서 간결하고 신속한 정보 전달이 필수적인 요소가 되었다(Lee, 2021). 온라인에서 검색과 링크를 통한 접근방식이 주를 이루기 때문에, 썸네일(thumbnail)과 영상 제목 등 링크(link)와 검색의 태그(tag)도 동영상 검색의 중요한 요소로 작용한다. 이러한 콘텐츠 소비 방식의 변화와 특성은 '서브서비스 베이스 패션'이라는 용어의 등장과 맞물려 있다.

모바일 중심의 미디어 소비 환경이 되면서 별개의 독립적 콘텐츠로서 롱폼(long-form) 콘텐츠와 같이 숏폼(short-form) 콘텐츠가 주요 콘텐츠 형식으로 자리 잡고 있다(Lee, 2020). 숏폼 영상은 예고나 쿠키 영상(post-credits scene) 같이 호기심을 유발하기 위해 본 영상의 일부분을 보여주는 프롤로그(prologue)와 에필로그(epilogue) 형태였다. 숏폼 동영상은 신속한 정보 전달을 위해 짧게 편집된 형태로 하나의 완결된 내용을 담고 있으면서도 다른 숏폼 영상들과 연결될 수 있는 유닛(unit) 구조를 가진다(Lee, Yun, & Yun, 2022). 또한, 롱폼과 비교하여 숏폼은 연속적이고 선행적인 구조보다는 캐릭터를 강조하고 유닛 구조를 가지며 상호관련성 및 역동성을 특징으로 한다(Lee et al., 2022). 유튜브 패션 채널의 경우 롱폼 콘텐츠 형식이 제품

사용 소개, 사용 후기, 분석형으로 재현된 이미지를 통해 시청을 유도한다면, 숏폼 콘텐츠 형식은 스크린의 이미지, 자막, 음향이 중첩된 형식으로 공감각적 상호작용을 통해 현존감(presence)과 현재성을 강조하며 몰입을 유도한다. 서브서비스 베이스의 숏폼 콘텐츠는 캐릭터를 강조한 유닛 형태로 다양한 패션 스타일을 보여주고 있으며, 롱폼 콘텐츠는 패션 스타일에 대한 자세한 설명과 제작 방법을 전달한다.

2. 텍스트 마이닝과 의미연결망 분석

텍스트 마이닝 분석은 기계학습과 자연어 처리 방법을 활용하여 대량의 언어 텍스트로부터 유용한 정보를 추출하는 분석 방법이다(Text mining, n.d.). 텍스트 마이닝은 형태소 분석, 연결 중심성 분석, 동시발생 빈도 분석 등 다양한 기법을 사용해서 유사한 주제나 개념을 가진 단어를 그룹화하거나 상호작용의 패턴을 탐색해 데이터로부터 의미를 찾아내고 유용한 정보를 찾아낸다. 이를 통해 이미지 분석과 같이 질적연구만 가능했던 분야에서도 객관적 분석이 가능해졌다(Zhang & Sung, 2022).

이와 관련해 의미연결망 분석(semantic network analysis)은 사회연결망 분석(social network analysis)의 원리를 언어 분석에 적용한 것으로, 단어 간의 의미 관계를 네트워크 형태의 그래프로 표현한다(Kim, 2017; Lee, Lee, & Jang, 2017; Wasserman & Faust, 1994). 이때 단어는 노드(node)로, 단어와 단어 사이의 연결은 에지(edge)로 표현되며, 노드 간의 연결 정도는 수치로 표현된다. 의미연결망 분석은 텍스트 마이닝의 빈도분석과 달리 단어와 단어 사이의 관계를 분석함으로써 구조적인 관계와 단어의 상호작용을 파악하는 데 유용하다(Wasserman & Faust, 1994).

의미연결망 분석은 단어와 단어 간의 상호작용을 기반으로 네트워크를 모형화한다. 이렇게 만들어진 네트워크를 분석하여 어떤 단어나 개념이 전체 구조에서 얼마나 중요한 역할을 하는지 평가할 수 있다. 이때 사용되는 '중심성'은 네트워크 내에서 의미 전달에 주요한 역할을 하는 노드를 식별하는 척도이다(Kim, Na, & Song, 2018). 생성된 네트워크에 대해 중심성을 분석해 텍스트 내에서 중요한 단어나 개념의 중요성을 평가하고 그들이 어떻게 서로 연결되어 있는지를 이해할 수 있다.

네트워크 구조를 파악하기 위한 중심성에는 연결 중심성, 근접 중심성, 매개 중심성 등이 있다. 연결 중심성(degree centrality, DC)은 하나의 단어가 네트워크에서 다른 단어와 얼마나 많은 연결 정도를 가지고 있는가를 나타내는 지표이

다. 연결 중심성이 높은 단어는 네트워크에서 큰 영향력을 가지므로 전체 텍스트에서 해당 단어의 역할을 세부적으로 파악할 수 있다(Park & Chung, 2013). 근접 중심성(closeness centrality, CC)은 네트워크 내에서 한 단어가 다른 모든 단어와 얼마나 가까운 위치에 있는지 측정하는 지표이다(Kim & Kim, 2016). 근접 중심성은 직접 적으로 연결된 단어뿐만 아니라 간접적으로 연결된 모든 단어 간의 거리를 고려한다. 따라서 근접 중심성이 높다는 것은 해당 단어가 네트워크 내에서 중앙에 가깝게 위치하고, 다른 단어들에 대한 접근성이 좋은 핵심 단어라는 것을 의미한다. 매개 중심성(betweenness centrality, BC)은 직접 연결되어 있지 않은 단어 간의 관계를 중개하는 정도를 나타내며 매개 중심성이 높을수록 해당 단어가 전체 텍스트에서 다양한 의미 생성에 주요 역할을 하는 것으로 볼 수 있다(Kim et al., 2018).

중심성 지수는 CONCOR 분석으로 시각화될 수 있으며, 의미연결망 분석을 통해 얻은 네트워크 구조를 다양한 측면에서 이해하고 특정 주제나 패턴을 파악할 수 있다. CONCOR 분석은 동시 출현(co-occurrence) 단어 간의 연관성을 기반으로 데이터를 그룹으로 나눈다. 상관관계가 높은 단어들이 한 그룹으로 분류되므로, 이를 통해 데이터 구조의 맥락을 보다 명확히 파악할 수 있다(Kim, 2020).

III. 연구방법

1. 연구대상 및 범위

본 연구는 소셜미디어 채널 중 해외 문서 검색이 상대적으로 편리한 구글 크롬(Google Chrome)을 활용하여 2023년 6월 1일부터 6월 30일 기간에 ‘subversive basics

fashion’을 검색 키워드로 사용하였다. 자료 수집 범위는 구글 트렌드(Google Trends)에서 서브서비스 베이식 패션의 검색이 증가하기 시작한 2021년 6월부터 2023년 5월까지로 한정하였다(Figure 1). 검색 결과, 전쟁이나 정치와 관련한 내용과 쇼핑사이트, 제품 이미지 등을 제외한 서브서비스 베이식 패션과 관련한 웹페이지는 총 216개로 확인되었고, 이 중 텍스트 형태의 문서는 총 161건이었다. 수집 데이터의 양과 품질에 따른 분석 결과의 차이가 발생할 수 있어 액세서리, 신발 등을 주제로 한 사이트, 언어 불일치 사이트, 유료 사이트, 크롤링(crawling) 불가 정책 사이트를 제외하였고 최종 52개의 문서를 수집 대상으로 선정하였다.

2. 분석도구 및 방법

텍스트 분석은 오렌지(Orange)를 활용하여 문서 불러오기(import document), 데이터 전처리(preprocess text), 워드클라우드(word cloud) 단계로 진행하였다. 오렌지 프로그램은 슬로베니아(Slovenia) 류블랴나 대학교(University of Ljubljana)에서 개발한 오픈 소스 소프트웨어(open source software)로 데이터 시각화, 기계학습, 데이터 마이닝 도구상자(toolkit)이며 빠른 양적 데이터 분석과 상호작용적 데이터 시각화 기능을 제공한다(Orange, n.d.). 데이터 전처리는 오렌지 프로그램의 정규표현식(regular expression: regexp)을 사용하여 토큰화(tokenization), 필터링(filtering)하였고 불용어(stop words)는 영어의 표준 자연어 처리 패키지 NLTK(Natural Language Toolkit)를 사용하였다. 품사 태그는 명사, 동사, 형용사로 설정했다.

정제 데이터의 TF(term frequency)를 기반으로 상위 80개 키워드를 추출하였다. TF-IDF(term frequency inverse

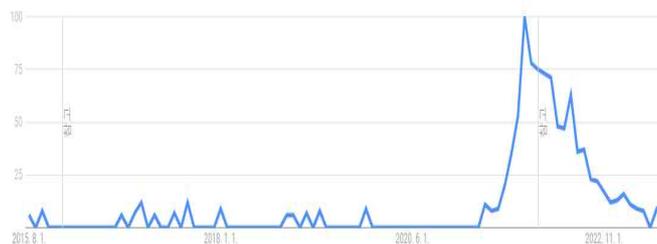


Figure 1. Trends Keyword Search for Subversive Basics (drawn by the author)

토픽 일관성 값인 응집도(coherence)를 최대로 하거나 문서 집합을 설명하는 혼잡도(perplexity)가 최소화되는 토픽 수를 결정한다(Yang & Cho, 2022). 토픽 개수 10개를 임의로 설정하여 토픽을 추출하였으며 텍스트 분량이 많지 않아 토픽을 3개로 진행했을 때 Table 2와 같이 혼잡도가 254.87918로 낮고 응집도가 0.50074가 가장 높게 나왔다. 토픽별 키워드 도출 결과 Table 3을 MDS (Multidimensional Scaling)을 활용해 시각화한 결과는 Figure 3과 같다.

토픽을 3개로 진행했을 때 Table 2와 같이 혼잡도가 254.87918로 낮고 응집도가 0.50074가 가장 높게 나왔다. 토픽별 키워드 도출 결과 Table 3을 MDS (Multidimensional Scaling)을 활용해 시각화한 결과는 Figure 3과 같다.

Table 1. Results of Frequency Analysis and TF-IDF

Word	TF	Word	TF-IDF	Word	RAKE
fashion	510	design	0.024	fashion	0.615
subvers	379	bodi	0.022	trend	0.558
basic	325	y2k	0.022	style	0.538
trend	278	amsterdam	0.021	well	0.462
design	231	garment	0.021	look	0.442
style	227	trend	0.020	way	0.423
look	150	cut	0.019	body	0.385
cloth	142	people	0.019	see	0.385
top	125	fabric	0.019	tiktok	0.365
piec	104	say	0.018	one	0.365
new	100	dystopia	0.018	also	0.365
cut	97	unique	0.018	point	0.346
make	96	sheer	0.017	basics	0.327
dress	96	tiktok	0.017	want	0.308
take	93	out	0.017	cut	0.308
tiktok	85	crochet	0.017	rise	0.308
brand	84	layer	0.017	make	0.308
year	82	basic	0.017	like	0.308
people	81	convent	0.016	clothes	0.288
one	81	top	0.016	take	0.288
wear	77	normal	0.016	need	0.288
bodi	75	tank	0.015	time	0.269
creat	70	cutout	0.015	world	0.269
way	69	express	0.015	seen	0.269
cultur	68	style	0.015	pair	0.269
use	65	need	0.015	pieces	0.250
aesthet	64	social	0.015	people	0.250
garment	62	silhouette	0.015	back	0.250
collect	61	reveal	0.015	year	0.250
fabric	60	year	0.015	cutouts	0.250
layer	59	aesthet	0.015	layering	0.250
become	58	challeng	0.015	rebel	0.250
say	58	show	0.015	utility	0.250
mani	57	tight	0.015	outs	0.250
show	57	new	0.014	used	0.250
often	54	ottolinger	0.014	past	0.231
inspir	54	2022	0.014	wear	0.231
y2k	52	subcultur	0.014	runway	0.231
work	52	dress	0.014	create	0.231
time	51	feel	0.014	become	0.231
movement	51	avant	0.014	know	0.231
want	51	inspir	0.014	wardrobe	0.212
cutout	51	high	0.014	lot	0.212
social	50	wear	0.014	even	0.212
express	50	cultur	0.014	mugler	0.212

Table 2. Results of Topic Modeling

No	Perplexity	Coherence
10	273.24502	0.39557
9	269.60558	0.41179
8	268.57040	0.41407
7	263.58714	0.43002
6	265.66807	0.48947
5	262.98609	0.47683
4	257.67989	0.44001
3	254.87918	0.50074
2	256.81256	0.33888
1	254.15074	0.41630

Table 3. Results of Latent Dirichlet Allocation

	Topic1	Weights	Topic2	Weights	Topic3	Weights
1	fashion	0.02260310	fashion	0.03183550	fashion	0.01279650
2	subvers	0.02126870	design	0.01518420	design	0.01124980
3	basic	0.01793820	amsterdam	0.01296360	basic	0.01022810
4	trend	0.01447170	subvers	0.00668473	subvers	0.01022810
5	style	0.01387190	week	0.00597562	trend	0.01009110
6	look	0.00698352	sustain	0.00471610	top	0.00664038
7	cloth	0.00671334	cloth	0.00466643	look	0.00627183
8	design	0.00541156	citi	0.00417361	style	0.00535995
9	new	0.00537251	van	0.00390281	one	0.00488214
10	cut	0.00506396	dutch	0.00366583	dress	0.00481059
11	tiktok	0.00480625	movement	0.00346114	cloth	0.00461109
12	top	0.00476044	cultur	0.00345880	make	0.00444542
13	piec	0.00472795	scene	0.00338659	year	0.00431762
14	take	0.00414399	brand	0.00281613	piec	0.00425887
15	make	0.00399102	tradi	0.00273147	wear	0.00425725
16	express	0.00383350	time	0.00271882	brand	0.00381861
17	layer	0.00380900	often	0.00265912	say	0.00377352
18	peopl	0.00381700	new	0.00259959	take	0.00358077
19	dress	0.00380900	style	0.00250489	work	0.00356376
20	body	0.00355097	show	0.00242563	people	0.00353629
21	creat	0.00344806	take	0.00239969	cut	0.00350258
22	y2k	0.00337258	der	0.00226840	show	0.00322637
23	use	0.00313585	lantink	0.00225685	aesthet	0.00321452
24	social	0.00308687	work	0.00220940	collect	0.00320666
25	subcultur	0.00306002	90	0.00216440	garment	0.00315719

토픽을 대표하는 원문을 보며 토픽 내용을 분석한 결과 토픽 1은 주류문화에 대항하는 하위문화로서의 서브서브 베이식 패션, 토픽 2는 암스테르담(Amsterdam) 패션 컬렉션에 등장한 기존 의류를 변형해 새로운 디자인으로 재탄생시키는 서브서브 패션디자이너에 대한 소개, 토픽 3은 새

롭고 흥미로운 디자인으로 다양하게 표현되는 기본 의류를 주제로 하고 있다. 이를 통해 토픽은 하위문화 표현으로서의 패션, 재창조된 패션 스타일, 기본 의류의 다양화로 정리하였다(Table 4).

3) N-gram 분석 결과

의미연결망 분석은 텍스트 데이터의 단어, 문서, 또는 개체 간의 관계를 표현하고 분석하는 기법이다. 단어의 동시 출현 (co-occurrence)은 행렬을 만들어 네트워크를 형성한 빈도는 두 단어 간의 관계를 나타내는 네트워크를 생성할 수 있다. 공기 행렬에서 얻은 빈도 정보를 이용하여 단어 간의 중요도와 관련성을 파악할 수 있다. 네트워크 시각화한 결과는 Figure 4와 같다.

N-gram 네트워크는 N개의 연속된 단어들을 확률적으로 나타내며 텍스트 내 주요 단어들이 동시에 얼마나 자주 등장하는지와 그 밀집 정도를 분석해 특정 패턴을 찾고 정보를 도출하는 데 활용할 수 있다(Kim, 2022). N-gram 분석 결과는 Table 5와 같다.

문맥을 이해하고 주제에 대한 특성을 파악하기 위해 바이그램(bigram) 분석을 하였다. 두 개의 연속된 바이그램에 대해 매개변수를 threshold: 3, window size: 12, frequency threshold: 15를 설정하여 네트워크 내의 패턴 및 연결 관계를 시각화하였다(Figure 5). 그 결과, 총 17개의 노드와 32개의 에지가 생성되었으며 subvers basic을 중심으로 subverse style, fashion trend, basic trend, y2k fashion, fashion design, tank top, cut out, high fashion, sheer fabric, point lose, statu quo, point lose가 연결된 것을 확인할 수 있다. 바이그램 네트워크 노드 간 연결 정도를 조정하여 좀 더 다양한 어휘를 도출하였다. 매개변수 threshold: 3, window size: 15, frequency threshold: 10을 설정한 결과 총 31개의 노드와 75개의 에지가 Figure 6과

Table 5. Results of Subversive Basic Fashion Trend N-gram Network Analysis

Label	Proj-x	Proj-y	Weight
subvers basic	0.111673	0.0560562	211
earli 2000	0.0154676	-0.0418536	11
dystopian fashion	0.344469	0.128532	10
cut out	0.178551	0.0694605	37
sheer fabric	0.251599	0.10551	16
social media	0.152816	0.248193	18
rick owen	-0.0133394	-0.138165	14
avant gard	0.0226732	0.165736	11
tank top	0.221175	0.0422296	30
fashion industri	-0.0872465	-0.0560592	14
high fashion	0.0475798	-0.124734	22
fashion trend	0.135108	0.111273	33
fashion scene	-0.244961	0.219744	14
basic trend	0.092913	0.11564	31
new york	-0.23985	-0.0236284	15
fashion design	-0.0677186	0.239589	15
subvers fashion	-0.0599496	0.10646	28
fashion week	-0.21005	0.125023	25
antifashion design	-0.0597054	-0.304419	10
fashion forecast	0.234212	-0.072328	12
basic rebel	0.0978656	-0.0132413	14
rebel point	0.220627	-0.014045	13
point lose	0.164029	-0.0107353	15
lose util	0.138399	-0.0503483	14
little black	0.138795	-0.137593	11
black dress	0.19864	-0.129183	11
basic piec	0.241474	0.21679	10
statu quo	-0.039412	0.0230445	15
y2k fashion	0.0534781	0.282474	17
subvers style	0.0427249	0.0624411	59
amsterdam fashion	-0.268809	0.142793	26

같이 생성되었다. 이 결과에서 basic trend와 subversive basic의 연결 정도(45)가 가장 높고 cut out(11), basic piece(10), fashion forecast(10), tank top(9), high fashion(8), avant garde(6), dystopian fashion(5) 순으로 연결 정도가 높게 나타났다. 또한, lose utility를 중심으로 subversive basic, tank top, point lose, basic rebel, rebel point, fashion forecast, basic trend와 연결되어 있음을 확인할 수 있다. 'subversive basic'과 'basic trend'와의 연결은 서브버시브 베이식 패션이 베이식 패션의 변화를 의미하는 것으로 해석할 수 있다. 또한 'lose utility'와 'tank top', 그리고 'cut out'과의 연결은 탱크 톱과 같은 베이식 의류의 기능 또는 유용성이 컷 아웃 방식으로 상실되어 아방가르드 스타일로 전환된 것으로 해석할 수 있다.

2. 서브버시브 베이식 패션의 확산 요인

서브버시브 베이식 패션 키워드를 군집화하고 동시출현 노드 간의 형성된 관계를 파악하기 위해 키워드를 선정하고 UCINET의 NetDraw 기능을 이용해 의미연결망 분석과 CONCOR 분석을 수행하였다. CONCOR 분석 결과를 시각화한 결과는 다음 Figure 7과 같다.

수렴 수준을 3으로 설정하여 네트워크를 그룹화한 결과 서브버시브와 관련된 키워드는 위세 중심성 크기에 따라

'subversive', 'cut', 'fashion', 'clothes', 'make', 'y2k'를 중심으로 하는 6개의 군집으로 나누어졌다. 그룹 1은 'subversive', 'dystopian', 'unconventional', 'high', 'future', 'movement', 'protest', 'approach', 'basic', 'political', 'society', 'culture', 'antifashion', 'sustainable' 등 23개의 키워드가 포함되어 있다. 이 키워드들은 서브버시브 베이식의 특성을 표현하는 요소들의 조합이라 할 수 있다. 이 군집을 이루는 키워드 간의 상관을 분석해 보면 'subversive'는 'basic', 'trend', 'antifashion' 등 여러 키워드와 높은 상관을 이루고 있으며, 'dystopian'은 'future', 'unconventional'은 'fashion'과 'movement', 'sustainable'과 'approach', 'antifashion'과 'culture'가 높은 상관관계를 이룬다. 서브버시브 베이식 패션은 변칙적이고 미래지향적 패션으로, 디스토피아적 미학, 독창성, 그리고 지속 가능성을 내세우며, 전통적인 규범에서 벗어나 차별화된 스타일을 지향하는 것을 나타낸다. 따라서 그룹 1은 '미래지향적 변칙 패션'으로 명명하였다. 그룹 2는 'avant', 'punk', 'cutouts', 'sheer', 'layering', 'bold', 'diy', 'fashion', 'style', 'design', 'designer' 등의 20개의 키워드가 포함되어 있다. 이 군집에서 'avant'는 'fashion'과 'design', 'punk'는 'fashion'과 'style', 'sheer'와 'fabric', 'cutouts'와 'clothing', 'diy'와 'design'이 높은 상관을 이루고 있다. 이 키워드들은 서브버시브 베이식 패션의 스타일과 디자인을 나타낸다. 얇고 비치

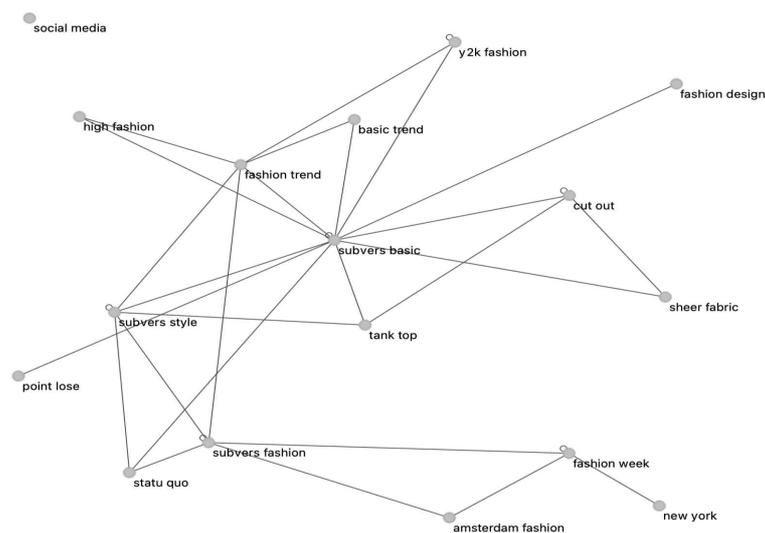


Figure 5. N-Gram Network Analysis Node 17 & Edge 32 (taken by the author)

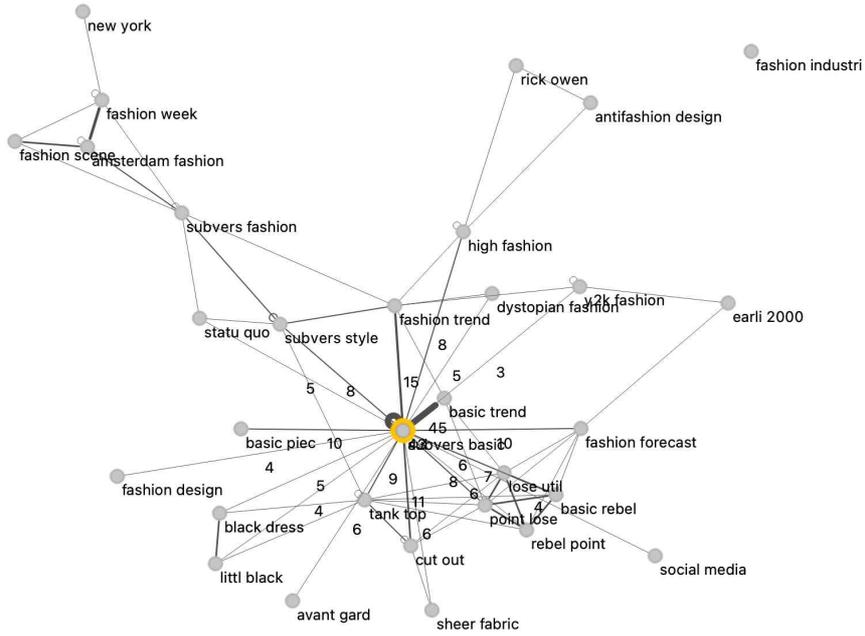


Figure 6. N-Gram Network Analysis Node 31 & Edge 75 (taken by the author)

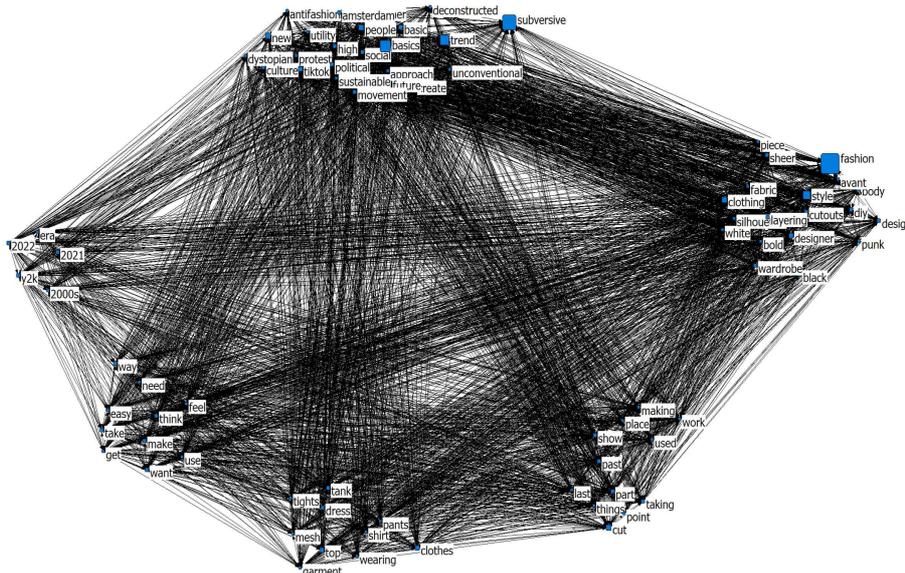


Figure 7. CONCOR analysis of keywords related to subversive basics (taken by the author)

는 소재, 레이어링을 활용해 대담한 패션디자인과 스타일을 독자적으로 만들어 내는 것으로 해석되어 이 군집은 ‘대담하고 독특한 패션 스타일’로 명명하였다. 그룹 3은 ‘making’, ‘work’, ‘taking’, ‘cut’, ‘part’, ‘used’, ‘past’, ‘place’ 등의 12개의 키워드로 구성되어 있다. 이 군집에서는 ‘making’은 ‘look’과 ‘used’, ‘cut’은 ‘part’와 ‘work’, ‘things’와 ‘last’가 높은 상관을 이루고 있다. 이 키워드들은 기존의 것을 새롭게 만드는 작업 활동으로 해석할 수 있다. 이러한 특성을 강조해 ‘창조적인 재작업’이라 명명하였다. 그룹 4는 ‘wearing’, ‘garment’, ‘tank’, ‘shirts’, ‘pants’, ‘top’, ‘dress’, ‘tights’, ‘mesh’, ‘clothes’의 10개 키워드를 포함하고 있다. 이 군집에서는 ‘tank’는 ‘top’와 ‘tight’, ‘tight’는 ‘dress’와 ‘mesh’와 높은 상관을 이루고 있다. 이 키워드들은 서브서브 베이식 패션의 아이템을 나타내며 아이템의 활용과 조합을 표현하는 것으로 해석된다. 이 그룹은 ‘아이템의 활용과 조합’으로 명명하였다. 그룹 5는 ‘easy’, ‘way’, ‘make’, ‘want’, ‘use’, ‘get’, ‘take’, ‘need’, ‘think’, ‘feel’의 10개 키워드를 포함하고 있다. 이 키워드들은 패션과 동영상을 소비하는 사람들의 소비 행동을 나타낸다. ‘make’, ‘easy’, ‘use’는 쉽고 편리성을 중시하는 행동, ‘look’, ‘want’, ‘way’는 자신만의 감성과 표현을 중요시하는 경향을

나타낸다. 이 그룹은 자신만의 개성을 쉬운 방식으로 표현하는 패션으로 해석되어 ‘쉽고 편리한 패션 추구’라 명명하였다. 그룹 6은 ‘2022’, ‘2021’, ‘2000’, ‘y2k’, ‘era’의 5개의 키워드를 포함한다. 이 키워드들은 유행 시기와 특정 시대적 감성과 트렌드를 나타낸다. ‘Y2K’는 2000년대의 패션과 문화를 떠올리게 하며 이 시기의 문화적, 사회적 변화를 반영한 패션임을 나타낸다. 이 그룹은 ‘시대적 감성’이라 명명하였다.

V. 결론

본 연구는 소셜미디어 동영상 콘텐츠에서 사용자가 인식하는 서브서브 베이식 패션의 개념과 특성을 사용자가 주로 사용하는 텍스트들의 수집과 텍스트들 간의 상호 의미 분석을 통해 알아보고자 하였다. 이를 통해 소셜미디어에서 서브서브 베이식 패션이 확산되는 요인을 도출하고 소셜 미디어에 의해 전파되는 패션의 특성을 군집화하였다.

분석에 사용된 문서는 총 52건이며 추출된 단어는 총 5,584개로 나타났다. TF-IDF 분석 결과 서브서브 베이식 패션은 2000년대 초기 트렌드의 영향을 받은 컷 아웃 디테일과 얇고 비치는 소재를 활용해 신체를 강조하는 독창적인

Table 6. Semantic Network Analysis Results

No	Keywords	Group name
1	antifashion, approach, amsterdam, basics, create, culture deconstructed, different, dystopian, future, trend, high, movement, people, political, protest, social, statement, subversive, sustainable, tiktok, unconventional, utility, culture (23)	Future-oriented anomalous fashion
2	avant, body, black, bold, clothing, diy, design, designer, fabric, fashion, layering, cutouts, piece, punk, silhouettes, style, shapes, sheer, white, wardrobe (20)	Bold and unique fashion style
3	making, work, taking, cut, part, used, past, place, show, things, point, last (12)	Creative reconstruction
4	clothes, dress, garment, pants, shirts, tank, tights, top, mesh, wearing (10)	Utilization and combination of items
5	easy, get, look, make, take, use, want, way, think, feel (10)	Pursuit of easy and convenient fashion
6	2000, 2021, 2022, era, y2k (5)	Sensibility of the times

스타일로 표현되고 있다. N-gram 분석 결과 서브서브 베이식 패션은 베이식 패션의 변화를 의미하며 탱크 톱과 같은 베이식 의류의 기능 또는 유용성이 자르기와 컷 아웃 디테일로 상실되어 아방가르드 스타일로 전환되고 있음을 알 수 있다. 이것을 종합하면, 서브서브 베이식 패션의 개념은 의류를 자르거나 겹쳐 입는 방식으로 디자인을 변형하고 얇고 비치는 소재로 신체를 강조하는, 대담하고 독특한 시각적 효과를 표현하는 패션으로 해석할 수 있다.

토픽 모델링 분석 결과 서브서브 베이식 패션은 주류문화에 대항하는 하위문화를 형성하며 독창적인 개성을 추구한다. 암스테르담 패션디자이너 컬렉션에서 기존의 완성된 의류를 변형해 새로운 디자인으로 만드는 방식이 등장하였고 서브서브 베이식 패션은 이러한 방식을 적용하고 있다. 서브서브 베이식 패션은 기존의 규범화되어 있는 기본 의류를 자르기와 재배치, 레이어링 방식으로 새롭고 흥미 있는 디자인으로 다양하게 한다.

CONCOR 분석 결과 도출된 6개 그룹의 내용은 다음과 같다. 그룹 1의 '미래지향적 변칙 패션'은 기존 의복 착용의 관행에서 벗어나 대중들이 기대하지 못한 방법을 보여줌으로써 소셜미디어 사용자들의 관심을 불러일으킨다. 또한, 지속가능성과 같은 사회 환경적 메시지를 전달해 상호작용을 촉진한다. 그룹 2의 '대담하고 독특한 패션 스타일'은 서브서브 베이식 패션의 스타일과 디자인 특성을 나타낸다. 전위적이고 핑크스타일을 DIY로 연출하는 방법을 보여주어 시청자에게 신선한 아이디어를 제공하며 시청자를 유입한다. 그룹 3의 '창조적인 재작업'은 기존 아이템을 변형해 재활용하는 것으로 경제적 비용 절감이나 새로운 경험과 성취를 제공한다. 그룹 4의 '아이템의 활용과 조합'은 기존의 아이템을 새롭게 연출하는 방법을 제시함으로써 사용자들의 참여를 유도한다. 그룹 5의 '쉽고 편리한 패션 추구'는 개성과 편리성을 중요하게 생각하는 소비자 요구를 반영한 것으로 해석할 수 있다. 그룹 6의 '시대적 감성'은 트렌드가 확산된 시기를 나타내고 시대적 감성을 전달한다.

분석 결과를 종합하면, 서브서브 베이식 패션은 소셜미디어와 패션의 결합으로 주류패션과는 다른 하위문화를 형성하고 있다. 소비자들이 의류를 구매하고 착용하는 행동은 소셜미디어의 특성과 결합해 쉽게 변형하는 방법을 이용한 개성적이고 과감한 스타일을 추구하는 활동과 연계된다. 또한, 기존 의류의 조합해 새로운 스타일을 창출하는 것은 경제적이며, 경제적 활동이 창의적인 활동으로 연계되고 재미 있는 활동으로도 전환된다. 이러한 특성이 네트워크 형성과 상호작용을 촉진하는 것으로 해석된다.

본 연구는 패션디자인 분석연구에서 제기되는 언어 표현의 한계와 분석 과정에서의 주관성의 문제를 보완하고자 하였으며 소셜미디어와 패션의 결합으로 나타나는 소셜미디어 콘텐츠 및 텍스트의 특성을 분석했다는 점에 연구의 의의가 있다. 이 연구를 통해 텍스트 마이닝이 패션의 특성과 이미지와 관련한 키워드를 도출에는 효과적인 도구로 확인되었다. 패션 분야에서는 주로 감성 어휘에 관한 연구가 이루어졌지만, 소셜미디어를 통한 사용자 참여와 패션의 본질을 간결하게 표현하는 키워드가 사용되고 있어 사용자의 디자인 개념 인식과 소비 행동을 표현하는 어휘 분석에 대한 깊이 있는 연구가 필요한 것으로 사료된다.

소셜미디어 동영상 콘텐츠와 패션의 결합은 다양한 패션 스타일에 적용되고 있고 미디어는 급속도로 변화하고 있어 시기별 분석을 진행함으로써 빠르게 변화하는 사용자의 인식 변화와 소셜미디어 활동에 대한 표현 변화를 파악할 수 있다. 본 연구의 결과를 토대로 패션디자인 개발과 마케팅을 위한 다음과 같은 구체적 전략을 제시할 수 있다. 첫째, 소셜미디어를 활용하여 서브서브 베이식 패션과 같이 사용자 중심의 표현을 활용하여 상호작용을 촉진하는 쉽고 실용적인 콘텐츠를 적극적으로 활용하고, 이를 반영한 제품을 개발한다. 둘째, 사용자 참여를 유도하고 지속 가능한 패션을 추구하는 사회적 메시지를 포함하여 기존의 베이식 아이템을 재배치하거나 변형하는 방식을 사용해 개성과 편리성 그리고 창조성을 강조한다. 마지막으로, 소셜미디어 활동에 대한 표현을 분석해 디자인 개념 인식과 소비 행동의 변화를 신속히 파악하고 이를 제품개발 및 마케팅 전략에 반영한다. 이 연구의 결과가 패션 트렌드를 빠르게 파악하고 소비 변화를 반영한 제품개발 및 사용자 중심의 표현을 활용하여 상호작용을 촉진하는 소셜미디어 마케팅 전략에 활용되기를 기대한다.

References

- Blei, D. M., Ng, A. Y., & Jordan, M. I. (2003). Latent dirichlet allocation. *Journal of Machine Learning Research*, 3, 993-1022.
- Cho, H. A., & Kim, Y. I. (2020). Characteristics of internet-meme worthy fashion design. *Journal of Fashion Design*, 20(2), 87-102. doi:10.18652/2020.20.2.6
- Chung, S. J., & Yim, E. H. (2020). Fashion activism in social media: Deconstructing the ideal beauty.

- Journal of Fashion Design*, 20(2), 55-72. doi:10.18652/2020.20.2.4
- Dholakia, R. R., Zhao, M., Dholakia, N., & Fortin, D. R. (2000). Interactivity and revisits to websites: A theoretical framework. *RITIM Working Paper*. Retrieved from https://www.academia.edu/15042791/Interactivity_and_revisits_to_websites_a_theoretical_framework
- Heeter, C. (1989). *Implications of new interactive technologies for conceptualizing communication*. In J. L. Salvaggio & J. Bryant (Eds.), *Media use in the information age: Emerging patterns of adoption and consumer use*, 217-235. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ho, B. (2022, December 28). Subversive basics: Flaunt wardrobe staples with a rebellious twist. *Vogue*. Retrieved July 29, 2023, from <https://vogue.sg/subversive-basics-style/>
- Kim, G. A., & Kim, C. K. (2017). Sentimental analysis to product design using big-data: Focused on smartphone. *The Korean Society of Science & Art*, 27, 31-48. doi:10.17548/ksaf.2017.01.27.31
- Kim, G. H. (2022). A Study on the characteristics of Amekaji fashion trends using big data text mining analysis. *Journal of Fashion Business*, 26(3), 138-154. doi:10.12940/jfb.2022.26.3.138
- Kim, H. S. (2017). An exploratory study on the semantic network analysis of food tourism through the big data. *Culinary Science & Hospitality Research*, 23(4), 22-32. doi:10.20878/cshr.2017.23.4.003
- Kim, J. H., Na, J. Y., & Song, J. W. (2018). Features of science classes in science core schools identified through semantic network analysis. *Journal of the Korean Association for Research in Science Education*, 38(4), 565-574. doi:10.14697/jkase.2018.38.4.565
- Kim, Y. (2020). 소셜네트워크분석 기법의 이해와 적용: 네트워크 구조와 클러스터링 그리고 QAP [Understanding and application of social network analysis techniques: Network structure, clustering, and QAP]. *Korea Institute of Public Administration*, 34, 58-68.
- Kim, Y. H., & Kim, Y. J. (2016). *사회연결망 분석 (제4판) [Social network analysis (vol. 4)]* Seoul: Pakyounsa.
- Lee, J. (2020). A study on types of short-form video contents. *Humanities Contents*, (58), 121-139. doi:10.18658/humancon.2020.09.121
- Lee, J. H., Lee, J. M., & Jang, Y. S. (2017). Analysis of 2018 Pyeongchang olympic keywords using social network big data analysis. *Korean Journal of Sport Management*, 22(6), 73-89. doi:10.31308/KSSM.22.6.5
- Lee, J., Yun, H. J., & Yun, H. Y. (2022). A study on the characteristics of re-organized shortform contents. *Journal of the Korea Contents Association*, 22(5), 67-80. doi:10.5392/JKCA.2022.22.05.067
- Lee, S. (2012). *네트워크 분석 방법론 [Network analysis method]*. Seoul: Nonhyeong.
- Lee, S. (August 21, 2022). The subversive basics trend is about rebellion. *L'officiel*. Retrieved July 29, 2023, from <https://www.lofficielusa.com/fashion/what-is-subversive-basics-trend-tiktok-runway-y2k-cutouts>
- Lee, S. J., & Kim, H. J. (2009). Keyword extraction from news corpus using modified TF-IDF. *The Journal of Society for E-business Studies*, 14(4), 59-73.
- Lee, W. S. (2021, August 2). '짧고, 강한' 콘텐츠가 통한다 ['Short, strong' content works]. *Insight Korea*. Retrieved July 27, 2023, from <http://www.insightkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=90641>
- Nahm, C. H. (2016). An illustrative application of topic modeling method to a farmer's diary. *Cross-Cultural Studies*, 22(1), 89-135.
- Orange. (n.d.). *Orange*. Retrieved Jun 18, 2023, from <https://orangedatamining.com/>
- Park, C. S. & Chung, C. W. (2013). Text network analysis: Detecting shared meaning through socio-cognitive networks of policy stakeholders. *Journal of Governmental Studies*, 19(2), 73-108.
- Park, J. H., & Oh, H. J. (2017). Comparison of topic modeling methods for analyzing research trends of archives management in Korea: Focused on LDA and HDP. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 48(4), 235-258. doi:10.16981/kliiss.48.4.201712.235
- Poggi, M. (2022, March 2). How subversive basics

- became TikTok's favorite fashion hack. *Paper*. Retrieved June 29, 2023, from <https://www.papermag.com/subversive-basics-tiktok-trend-2656824276.html>
- Rafaeli, S. (1988). *Interactivity from new media to communication*. In R. P. Hawkins, J. M. Wiemann, & S. Pingree (Eds.), *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes*, 110-134. Beverly Hills, CA: Sage.
- Shim, H. R., Choi, M. Y., & Lee, Y. J. (2018). Influence of perceived social distance of SNS visual information on consumers' fashion style preferences. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 42(2), 327-341. doi:10.5850/JKSCT.2018.42.2.327
- Subversion. (n.d.). *Cambridge Dictionary*. Retrieved from July 10, 2023, from <https://dictionary.cambridge.org/ko/%EC%82%AC%EC%A0%84/%EC%98%81%EC%96%B4/subversion?q=Subversion>
- Text mining. (n.d.). *IBM*. Retrieved August 15, 2023, from <https://www.ibm.com/topics/text-mining>
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Yang, H. C., & Cho, H. Y. (2022). Topic modeling analysis of HMR research trends using LDA. *Korea Logistics Review*, 32(1), 81-92. doi:10.17825/klr.2022.32.1.81
- Zhang, X. F., & Sung, K. S. (2022). An analysis of retro futurism fashion images using social media big data analysis. *Design Research*, 7(3), 213-223. doi:10.46248/kidrs.2022.3.213
- Received (October 20, 2023)
 Revised (November 7, 2023; November 21, 2023)
 Accepted (November 23, 2023)
- 저자 임민정은 현 편집위원으로 재임 중이나 이 논문의 게재를 결정하는 데 어떠한 역할도 하지 않았으며 관련된 잠재적인 이해상충도 보고되지 않았음