



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

장 민 정 교수지도
석사학위 청구논문

현대한복 착용의 국내외 반응에
대한 텍스트 마이닝 분석

2021

성신여자대학교 일반대학원
의류학과
유 지 연

현대한복 착용의 국내외 반응에
대한 텍스트 마이닝 분석

장 민 정 교수지도

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함


2021년 5월


성신여자대학교 일반대학원
의류학과
유 지 연


인 준 서

유지연의 석사학위 논문으로 인준함

2021년 5월

심사위원장 김 경 리 

심 사 위 원 김 외 영 

심 사 위 원 장 민 정 

성신여자대학교 대학원

논문 개요

한류 콘텐츠의 국내외 인기가 날이 갈수록 높아지면서 드라마와 영화, K-POP 무대에서 보이는 한복에 대한 관심도 높아지게 되었다. 최근 한류 문화에서 보이는 한복은 전통적인 모습에서 벗어나 현대적으로 해석한 디자인을 선보이고 있으며, 이러한 현대 한복은 한류를 통해 우리 민족 복식으로 소개되고 있다. 그러나 한류의 인기가 높은 것에 비해서 한류 문화에서 보여지는 현대 한복에 대한 국내외 반응에 관한 연구는 부족한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 이론적 고찰을 통해 현대 한복에 대해 살펴보고, 최근 일반인과 한류 문화에서 보여지는 한복 착용 사례를 살펴보았다. 또한 각 사례에 대한 국내외 반응을 수집한 후에 감성 분석을 진행하였는데 이는 한류 문화에서 보여지는 현대 한복 착용에 대한 국내외 반응을 텍스트 마이닝 기법을 활용하여 확인하는 것에 목적을 두고 있다.

본 연구에서는 일반인의 현대 한복 착용과 한류 문화에서 보여지는 한복 착용에 대한 반응을 국내와 해외로 나누어 살펴보았다. 첫째, 일상생활에서 일반인들이 착용한 현대 한복에 대한 국내 반응을 분석하였다. 둘째, 한류 문화에서 보여지는 현대 한복에 대한 국내 반응을 분석하였다. 셋째, 일상생활에서 일반인들이 착용한 현대 한복에 대한 해외 반응을 분석하였다. 넷째, 한류 문화에서 보여지는 현대 한복에 대한 해외 반응을 분석하였다. 본 연구에서는 위의 문제를 객관적 데이터로 확인하기 위해서 일반인의 현대 한복 착용 사례는 온라인 기사와 유튜브 영상의 댓글을 중심으로 수집하였으며, 한류 문화에서 보여지는 현대 한복 착용 사례는 드라마, 영화, K-POP에서 보여지는 한복에 대한 댓글을 2015년부터 2021년까지 업로드가 된 네이버(Naver) 뉴스기사와 영화리뷰, 그리고 유튜브(YouTube) 영상과 아이엠디비(IMDb)에서 수집하였다. 분석에 이용된 댓글과 리뷰는 일반인들이 착용

한 현대한복에 대한 국내반응으로 네이버 기사 5부와 영화 3편에서 13,827개의 댓글 중 현대한복과 관련된 내용 597개를 수집하였으며 한류에서 나타나는 현대한복에 대한 국내반응에서는 네이버 기사 6부의 댓글 511개 중 현대한복과 관련된 419개를 수집하였다. 일반인들이 착용한 현대한복에 대한 해외 반응은 유튜브에서 대역한복에 대한 반응 4편 중 2734개의 댓글 중 대역한복과 관련된 244개의 의견을 수집하였다. 마지막으로 한류에서 나타나는 현대한복에 대한 해외반응으로 유튜브에서 현대한복을 착용한 K-POP 무대 영상에 대한 댓글과 IMDb에서 드라마와 영화 4편의 리뷰 183,174 중 한복과 관련된 의견 4,153개를 수집하였다.

댓글의 반응은 핵심 단어를 빈도 순으로 나열하는 워드클라우드 통해서 긍정적, 부정적 반응을 살펴보는 방법과 반응별 실제 댓글의 내용을 읽고 분석하는 방법을 사용하였다. 해당 방법들을 통해 분석한 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 일반인의 현대 한복 착용에 대한 국내 반응으로는 부정적 반응이 과반수 이상을 차지하였다. 부정적 반응에서는 현대 한복을 새로운 시도로 보지 않고 변형과 파괴로 인식하였으며, 전통성을 훼손하였다고 보았다. 그러나 일부는 한복이 세계의 트렌드에 맞게 재탄생하는 것은 의미가 있는 시도이며 그 자체만으로도 한복을 지키려는 행동이라고 보았다.

둘째, 한류 문화에서 보여지는 현대 한복 착용에 대한 국내 반응은 위와 달리 긍정적인 반응이 부정적 의견보다 두 배 많은 비중을 차지하였다. 긍정적 반응에서는 한류 문화에서 현대 한복을 착용함으로써 한복에 대한 관심이 세계적으로 높아졌으며 이를 통해 한복의 아름다움이 널리 세계로 알려지기를 바랐다. 그러나 과하게 변형된 한복이 외국인에게 한국의 전통복으로 소개되는 것에는 부정적인 의견을 내었다.

셋째, 일반인의 현대 한복 착용에 대한 해외 반응은 긍정적 반응이 90%

이상을 차지하였다. 일부는 한류를 통해 한복을 알게 되어 관심이 생겼다고 밝히고 있다. 아름답고 멋진 한복을 직접 착용해보고 싶다는 의견이 대부분을 차지하였지만, 실제 착용하고 일상생활을 하기에는 불편해 보인다는 의견도 일부 있었다.

넷째, 한류 문화에서 보여지는 현대 한복 착용에 대한 해외 반응은 일반인의 한복 착용에 대한 해외 반응처럼 긍정적인 평가가 주를 이루었다. 한류 문화에서 보이는 현대 한복을 전통과 현대가 완벽한 조화를 이룬 옷이라고 평가하였으며, 아름다움과 멋이 담긴 민족 복식이라고 칭찬하였다. 다만 과한 디자인의 변형은 전통성의 훼손이라는 의견도 일부 있었다.

이러한 결과를 통하여, 한류 문화에서 보여지는 현대 한복에 대한 국내외 반응과 일반인의 현대 한복 착용에 대한 국내외 반응을 분석함으로써 한류가 한복의 세계화에 미치는 영향력과 그에 따른 반응을 살펴보고자 하였다. 또한 이를 통하여 한복의 세계화 방안에 대한 기초 자료를 제공하고 현대 한복이 세계적으로 주목받는 매력적인 복식으로 자리매김하는데 도움이 되고자 한다.

목 차

논문개요

I. 서론	1
II. 이론적 배경	4
1. 현대한복	4
2. 텍스트 마이닝	19
III. 연구방법	23
1. 연구문제	23
2. 연구대상 및 자료수집	23
3. 자료분석	25
IV. 결과 및 논의	27
1. 일반인의 현대한복 착용에 대한 국내반응	27
2. 한류문화에서 보여지는 현대한복 착용에 대한 국내반응	35
3. 일반인의 현대한복 착용에 대한 해외반응	43
4. 한류문화에서 보여지는 현대한복 착용에 대한 해외반응	50
V. 결론	57

참고문헌

ABSTRACT

그림 목 차

<그림 1> 키워드별 구글 트렌드 통계 결과	7
<그림 2> 자켓속의 철릭원피스	9
<그림 3> 셔츠 한복 원피스	9
<그림 4> 한복 교복	9
<그림 5> 한복 블라우스	9
<그림 6> ‘코리아 인 패션’의 공주 한복	9
<그림 7> 외국인의 대여한복 착용	9
<그림 8> 뉴욕 타임스퀘어에 걸린 넷플릭스 ‘킹덤’ 시즌2 광고	11
<그림 9> 드라마 ‘킹덤’ 좀비	11
<그림 10> 드라마 ‘미스터 션샤인’ I	11
<그림 11> 드라마 ‘미스터 션샤인’ II	11
<그림 12> 영화 ‘상의원’	15
<그림 13> 영화 ‘해어화’ I	15
<그림 14> 영화 ‘해어화’ II	15
<그림 15> 영화 ‘옥자’	15
<그림 16> 샤넬 크루즈 패션쇼, 2016	15
<그림 17> 블랙핑크 ‘How you like that’ 뮤직비디오 I	16
<그림 18> 블랙핑크 ‘How you like that’ 뮤직비디오 II	16
<그림 19> 블랙핑크 ‘How you like that’ 뮤직비디오 III	16
<그림 20> 방탄소년단 ‘IDOL’ 뮤직비디오 I	16
<그림 21> 방탄소년단 ‘IDOL’ 뮤직비디오 II	16
<그림 22> 방탄소년단 ‘IDOL’ 뮤직비디오 III	16
<그림 23> 감성분석 빈도 I	30

<그림 24> 감성분석 비율 I	30
<그림 25> ‘일반인의 현대한복 착용에 대한 긍정적 국내반응’ 워드클라우드	32
<그림 26> ‘일반인의 현대한복 착용에 대한 부정적 국내반응’ 워드클라우드	32
<그림 27> ‘일반인의 현대한복 착용에 대한 국내반응’ 감성단어 워드클라우드	33
<그림 28> ‘일반인의 현대한복 착용에 대한 국내반응’ 에고네트워크	34
<그림 29> 감성분석 빈도 II	38
<그림 30> 감성분석 비율 II	38
<그림 31> ‘한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 긍정적 국내반응’ 워드클라우드	40
<그림 32> ‘한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 부정적 국내반응’ 워드클라우드	40
<그림 33> ‘한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 국내반응’ 감성단어 워드클라우드	41
<그림 34> ‘한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 국내반응’ 에고네트워크	42
<그림 35> 감성분석 빈도 III	46
<그림 36> 감성분석 비율 III	46
<그림 37> ‘일반인의 현대한복 착용에 대한 긍정적 해외반응’ 워드클라우드	48
<그림 38> ‘일반인의 현대한복 착용에 대한 부정적 해외반응’ 워드클라우드	48
<그림 39> ‘일반인의 현대한복 착용에 대한 해외반응’ 에고네트워크	49

<그림 40> 감성분석 빈도 IV.....	53
<그림 41> 감성분석 비율 IV.....	53
<그림 42> ‘한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 긍정적 해외반응’ 워드클라우드	55
<그림 43> ‘한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 부정적 해외반응’ 워드클라우드	55
<그림 44> ‘한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 해외반응’ 에고네트워크	56

I. 서론

한류콘텐츠의 국내외 인기는 날이 갈수록 높아지고 있다. 한국은행의 ‘2020년 중 지식재산권 무역수지’ 자료에 따르면 상반기에 이어 하반기에도 저작권 무역수지는 18억 9000만 달러의 흑자를 기록했다(이데일리, 2021.03). 특히 사극 드라마와 영화가 해외에서 인기를 끌고 K-POP 아이돌이 한복 착용을 하고 해외무대에 서는 등 한류의 확산으로 인해 한복의 관심 또한 높아지게 되었다(KBS, 2021.02). 한류는 문화를 주도하는 한국의 대중문화로 최근 드라마, 영화, K-POP에서는 전통한복의 아름다움과 매력은 살리고 현대적으로 디자인된 현대한복을 잘 담아내고 있다. 그러나 한복의 세계화를 위해서 끊임없는 노력들이 있었음에도 불구하고 기모노나 치파오처럼 전 세계적인 고유명사로 자리매김하기에는 아직 해외의 인지도가 낮은 상황이다.

또한 최근 중국이 문화 콘텐츠를 통해서 한복이 중국 것이라는 동북공정 논란이 심화되고 있는 가운데(스포츠조선, 2021.02) 패션업계와 한류스타 그리고 민간단체의 행보가 눈길을 끌고 있다. 국내 패션 브랜드 ‘라카이코리아’는 3.1절 102주년을 맞아 뉴욕 타임스퀘어에 한복 옥외광고를 걸어 한복이 대한민국 고유의 전통 의상이라는 것을 알렸으며(한국경제, 2021.02), 국내 SPA 브랜드인 ‘스파오’는 국내 온라인 쇼핑몰 ‘리슬’과 협업하여 생활한복을 출시할 예정이다(이데일리, 2021.02). 게다가 세계적인 인기를 끌고 있는 K-POP 스타들이 한복을 입고 무대에서 춤을 추고 심지어 해외 토크쇼나 인터뷰에서도 한복은 한국의 전통 복식이라는 발언을 하면서 큰 화제가 되었다. 또한 미국 뉴저지 지역의 청소년 단체인 재미차세대협의회는 한복의 날을 제정할 것을 요청한 결과 매년 10월 21일 미국에서는 수천 년이 넘는 한국의 역사에서 발전해 지금의 모습으로 자리 잡은 한복을 기념할 수

있게 되었다. (KBS, 2021.04)

이처럼 한복이 한국의 문화임을 세계에 알리는 활동을 하는 이유는 한복이 오랜 역사를 가진 우리 민족의 복식이기 때문이다. 민족 복식은 언어와 같이 한 민족의 동질성과 귀속감을 드러내는 상징으로서 민족의 정체성을 나타내는 수단이다(손우승, 2007). 따라서 한복의 우수함을 알리기 위해서 뿐만 아니라 한복이 한국문화임을 견고하게 하기 위해서도 한복의 세계화는 매우 필요하다.

특히나 방탄소년단(BTS)과 블랙핑크(Black Pink)와 같은 한류 스타들의 한복 착용 사례가 증가하면서 한복에 대한 관심이 세계적으로 높아지자 문화체육관광부는 신한류 진흥 정책의 일환으로 한복진흥센터와 함께 ‘한류연계 협업 콘텐츠 기획개발’ 사업을 추진하였으며, ‘케이팝X한복’ 전시회를 열어 한류 연예인들이 뮤직비디오나 무대, 광고 등에서 입었던 한복을 전시하였다(매일경제, 2021.04). 이처럼 한류 스타들이 한복을 알리는데 크게 기여했음에도 이에 대한 국내외 반응 연구는 부족한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 한류 문화에서 현대 한복을 착용한 사례를 찾아보고 국내외 반응을 탐색·분석하는 것을 목적으로 한다. 현대 한복에 대한 국내 반응을 살펴보기 위해서 인터넷 기사의 댓글과 영화 및 드라마 리뷰를 수집하였으며, 기사 내용은 한류 문화에서 보여지는 현대 한복 착용과 그렇지 않은 경우로 나누어 텍스트 마이닝 기법 중 하나인 감성 분석을 진행하였다. 텍스트 마이닝은 비정형화된 텍스트 데이터를 분석하기 위해 사용되는 방법론으로 각 사용자들로부터 생성된 텍스트 데이터를 수집하여 분석하는데 필수적이다. 해외 반응을 확인하기 위해서는 현대 한복을 착용한 유명 한류 스타들의 유튜브 영상의 댓글과 IMDb의 리뷰를 바탕으로 감성 분석을 진행하였다. 뉴스와 영상의 댓글 분석을 통해서 한류 문화에서 보여지는 현대 한복에 대한 국내외 반응을 구체적인 수치로 접근함으로써 한류 스타

들의 한복 착용이 한복의 세계화에 기여하는 영향을 살펴보고, 이에 따라 한복의 세계화를 위한 기초자료를 제공하는 것에 연구의 의의가 있다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 현대한복

1) 현대한복의 개념 및 경향

전통한복은 크게 상의와 하의로 나뉘게 되는데 여자는 치마(상,裳)와 저고리(유,襦)에, 남자는 바지(고,袴)와 저고리에 두루마기(포,袍)를 입어 예부터 유고상포(襦袴裳袍)를 기본복으로 착용하였다(김소희·채금석, 2016). 직선적이고 평면적으로 재단된 한복은 고름을 이용하여 여미게 되는데 착용이 되어서야 비로소 입체적인 형태를 띄게 된다(김문자, 2015). 이는 착용자의 신체 실루엣과 여미는 위치에 따라 맵시가 달라지는 특징을 지니고 있으며 이는 가변적이면서 자연스러운 한복의 아름다움을 나타낸다(김소희, 2018).

현대한복은 1900년대 이후 개량한복, 생활한복이라는 명칭을 가지고 기존의 한복을 착용했을 때 불편했던 부분들을 보완하여 새로운 형태로 처음 등장하게 되었다. 개량한복과 생활한복이라고 불리는 한복은 기능성과 활동성을 고려하여 기존의 한복보다 편리한 형태로 제작되었다(심준영, 2017). 개량한복은 ‘더 좋게 고친다’는 개량과 한복의 합성어로 1900년대 초반에 등장하였는데 이때 한복은 근대화가 되어야 할 대상으로 간주되어 옷고름을 단추로 변경하거나 활동성이 편리하도록 치마에 조끼허리를 달고 발목이 보이는 통치마가 유행하게 되었다(김여경, 2010). 1980년대에는 민족의 고유성이 대두되면서 개량한복에서 생활한복으로 명칭이 변경되어 불려졌는데(박영선, 2003) 당시 컬러TV가 보급되면서 생활한복은 더욱 다채로운 색상을 사용하였고 기능·형태적 측면에서 변화를 주었을 뿐만 아니라 전통미와 전통

문양을 기본으로 하여 한국 패션계에서 하나의 분야로 인정받았다(이주원, 2002). 이 시기의 생활한복은 서구화된 모습이 아닌 전통적인 형태를 유지하면서도 활동의 편리성에 중점을 두어 일상에서도 착용하도록 하였다(김미진·김혜영·조우현, 2005).

다양한 시도와 정제기 등을 거치면서 최근에는 한복 모티브를 사용하여 디자인된 한복이 많이 등장하고 있다. 정확한 명칭으로 정의된 바는 없지만 신한복, 패션한복, 퓨전한복 등 다양한 명칭으로 불려지고 있으며 이는 모두 한복의 대중화를 위해 디자인이 고안되어 일상생활에서도 착용할 수 있도록 심미성뿐만 아니라 기능성을 높인 의복이라는 공통점을 가진다(이정은·장민정, 2020). 신한복은 2014년 한복진흥센터에서 처음으로 사용된 단어로 한복 및 한복적 요소를 활용하여 일상에서도 입을 수 있는 한복이라고 정의되었다. 한복진흥센터는 ‘입어야 하는 우리 옷’, ‘입고 싶은 옷’, ‘세계가 입는 옷’이라는 방향을 제시하면서 국민들에게 교육을 통해서 한복에 대한 사회적 인식을 개선시키고 한복산업계에서는 일상속에서도 편하게 입을 수 있는 한복이 개발되도록 고취하였다. 한복진흥센터는 출범 이후 한복의 특색을 바탕으로 현대인의 취향에 맞게 한복을 제시하는 신한복 프로젝트를 진행하고 있으며 그 외에도 공모전을 통해 신진 한복 디자이너를 발굴하고 한복문화를 고취시키기 위하여 행사와 교육 그리고 디자인 개발에 집중하여 전통적인 한복 이미지에서 벗어난 실용적인 한복 문화가 형성될 수 있도록 기획하였다(윤양노, 2019). 퓨전한복과 패션한복은 뚜렷한 구분 기준이 없이 혼용되어 사용하고 있지만 퓨전한복이 여러 양식을 폭 넓게 수용한다는 점에서 용어사용 범위가 더 넓다고 볼 수 있다(이재영, 2017).

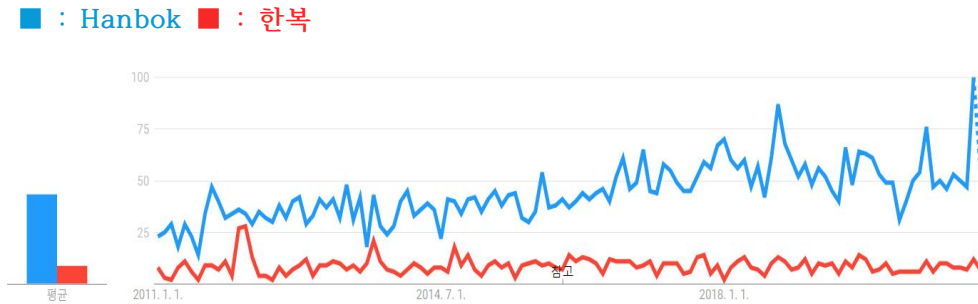
최근 한복 브랜드는 기존의 전통한복 디자인에서 젊은 세대를 타겟으로 하는 라인을 확장하고 있다. ‘차이킴’, ‘리슬’과 ‘꼬마크’와 같은 브랜드는 한복을 베이스로 하여 소재와 형태에 변화를 주었고, 고정적인 이미지에서 벗어

난 독창적인 디자인을 선보이고 있다. 또한 신진 한복 디자이너들은 인터넷의 발달로 인해 관리 비용이 별도로 들지 않는 카페나 블로그를 이용하는데 (이미숙, 강윤희, 2018) 인터넷 쇼핑몰과 더불어 이러한 한복 브랜드의 증가는 소비자들이 더욱 다양한 한복 디자인을 쉽게 접할 수 있게 하였다. 맞춤형으로만 입어왔던 한복은 팝업스토어와 온라인 쇼핑몰과 같은 다양한 유통 경로를 통해서 구입이 쉬워졌고, 인스타그램이나 페이스북과 같은 SNS의 발달은 한복을 착용한 사진과 영상을 공유할 수 있는 공간을 만들어 주었다. 최근 3년간 아이들이 명절이나 기념일이 아닌 날에도 한복을 착용하는 사례가 늘고 있는데 이는 국내뿐만 아니라 해외에 한복을 알리는데 큰 일조를 하고 있다. 한복은 그 특징을 살리고 소재, 디자인, 색상 등 기존에 시도해보지 않은 다양한 옷들의 등장으로 이전처럼 특별한 날에만 입는 것에 국한되지 않고 더욱 다채로워지고 있다.

2) 현대한복의 착용사례

키워드의 검색량을 통계적 수치로 제공하는 사이트인 구글트렌드(Google Trends)에서 ‘한복’과 ‘Hanbok’을 검색해보면 지난 10년 동안에 검색량에 큰 변화를 보이고 있진 않지만 예술, 엔터테인먼트로 분야를 설정하여 검색해보면 지난 10년간 영문으로 된 ‘Hanbok’은 꾸준히 증가하는 것을 확인할 수 있다(그림 1). 이는 예술, 엔터테인먼트를 통해서 한복의 관심이 늘어났다고 볼 수 있으며 아시아권을 중심으로 시작된 한류는 현재 아시아뿐만 아니라 유럽·미주권에서도 확산되는 추세를 보이고 있다. 한류는 드라마·영화·K-POP 등을 통해서 주로 나타나는데 이는 한국의 문화를 세계로 전파하는 통로이다. 따라서 한류의 열풍이 전 세계적으로 확산되고 있는 가운데 일반인의 현대한복 착용사례와 한류에서 연예인들의 현대한복 착용사례를

나누어 살펴보고자 한다.



<그림 1> 키워드별 구글 트렌드 통계 결과

(1) 일반인의 현대한복 착용사례

최근 현대한복의 인기가 높아지면서 일반인의 현대한복 착용사례가 늘고 있는데, <그림 2>에서는 자켓과 첼릭 원피스를 매치한 일반인의 모습으로 추가로 샤 원단의 스커트와 부츠를 매치하여 자신만의 코디를 완성하였다 (YTN, 2019.11). ‘하플리’라는 생활한복 브랜드에서 선보인 셔츠 한복원피스 (그림 3)는 한복과 셔츠의 만남으로 한복의 깃과 동정을 사용하였으며 무궁화 자수를 넣어 더욱 한국적인 느낌을 살린 한복이다. 하플리 대표의 인터뷰를 보면 고름을 지퍼형태로 디자인 하는 등 기성복의 장점을 한복에 적용 시켜서 기존에 한복의 불편했던 점을 개선함으로써 현대한복의 대중화를 기여하였다(국민일보, 2021.03). 또 다른 일반인의 현대한복 착용사례에는 정부가 추진한 ‘한복 교복 보급 시범사업’을 들 수 있는데 전남 강진의 작천중학교(그림 4)와 경북 예천의 대창중학교가 한복을 입고 등교를 하였다(세계일보, 2020.11). 이번 시범사업에서는 학생들과 학부모 그리고 교사가 원하는 디자인으로 한복교복이 만들어졌으며 색상과 재질도 의견을 수렴하여 제작되었다. <그림 5>는 매때랏살롱의 한복의 고름과 깃을 사용하여 묶는 디자

인의 한복 블라우스로 편한 활동성과 일상복과도 매치하기 쉬운 디자인을 선보이는 특징을 가지고 있다(국민일보, 2021.03). <그림 6>는 한복의 아름다움을 세계에 알리고자 하는 프로젝트인 ‘코리아 인 패션’에 나온 의상 중 하나로 김영진 디자이너가 만든 옷이다. 경복궁 근정전을 배경으로 한 공주 옷인 <그림 6>는 현대인에게 어울리도록 제작하였으며, 조선시대에는 없었던 티아라와 머리에 깃털장식을 사용하여 현대적인 한복으로 표현하였다(중앙SUNDAY, 2021.01). 경복궁은 한복을 입고 올 경우 내외국인 상관 없이 무료 입장이기 때문에 경복궁을 특별하게 기억하기 위하여 한복을 착용하고 입장하는 사람이 늘고 있다. <그림 7>은 대여한복을 착용하고 경복궁 체험을 하는 외국인의 유튜브 영상으로 금박무늬가 찍힌 저고리에 금실로 자수가 놓여지고 반짝이는 비즈가 달린 치마를 착용하였다.



<그림 2> 자켓속의 철릭원피스, YTN
(출처: <https://news.naver.com/>)



<그림 3> 셔츠 한복 원피스 (출처:
<https://smartstore.naver.com/happly/>)



<그림 4> 한복 교복
(출처: <https://news.naver.com/>)



<그림 5> 한복 블라우스
(출처: <https://teterot.kr/>)



<그림 6> '코리아 인 패션'의 공주 한복
(출처: <https://news.naver.com/>)



<그림 7> 외국인의 대여한복 착용
(출처: <https://www.youtube.com/>)

(2) 연예인의 현대한복 착용사례

넷플릭스 오리지널 드라마 ‘킹덤’은 마을에 역병이 돌면서 사람들이 괴물이 되어가는 좀비물로, 시대적 배경은 조선이다. 구체적 시점에서 고증하지 않은 조선시대이지만 출연한 배우들은 모두 한복을 입었으며 왕족이 사는 궁과 기와집, 그리고 초가집과 같은 조선시대의 건축물이 등장한다. 이런 것들은 한국의 전통적인 모습을 보여준다. 실제로 넷플릭스에서 상영된 킹덤 시즌1은 뉴욕타임즈에서 ‘2019년 최고시리즈’ 리스트에 올랐으며 세계의 관심이 높아지자 넷플릭스는 뉴욕의 타임스퀘어(그림 8)와 넷플릭스 할리우드 오피스 빌딩에 대형 광고를 게재하였다. 작품에서 남성들이 착용하는 다양한 갖의 형태는 외국인들의 궁금증을 불러일으켰고, 피로 물든 한복을 착용한 좀비(그림 9)의 등장은 전통적인 사극에서 벗어나 새로운 장르를 만들어냄으로써 우리 문화가 해외에 친숙해지는데 일조했다.

넷플릭스를 통해 190여개 국가에 동시 방영되었던 ‘미스터 션샤인’은 1871년 신미양요 때를 배경으로 한 드라마로, 한 소년이 군함에 승선하여 미국으로 건너간 후 미국 군인이 되어 다시 조선으로 오면서 벌어지는 일을 그렸다. 극중에 ‘고애신’ 역으로 나오는 여자 주인공은 외세의 침략에 맞서 싸우는 의병이지만 평상시에는 고운 사대부 여인의 모습으로 자신의 의병활동을 감춘채 살고 있다. 구한말 시대가 배경이 되는 ‘미스터 션샤인’에서는 전기가 보급되어 가로등 점등식이 열리고, 모던보이 또는 모던걸이라고 불리는 사람들은 가베를 즐겨 마시며, 양장점의 등장으로 다양한 의복과 문화가 섞여있는 모습을 볼 수 있다. 양장과 한복이 공존하는 시기에 ‘고애신’은 항상 한복만을 입고 등장하는데, 다양한 색감의 저고리와 치마를 매칭하여 화려하면서도 품위 있는 모습을 보여주었다. <그림 10>은 여성이 쓰개로 착용하였던 장옷(배리듬·김은정, 2018)으로 매화꽃이 프린트된 원단을 사용하

여 포인트를 주었다. <그림 11>은 노름은 하는 여성들의 모습으로 레이스 원단에 상반되는 바탕색을 댄 저고리를 착용하여 현대적이고 세련된 신여성의 모습을 보여주었다.



<그림 8> 뉴욕 타임스퀘어에 걸린 넷플릭스 '킹덤' 시즌2 광고
(출처: <https://www.netflix.com/>)



<그림 9> 드라마 '킹덤' 좀비
<그림 10> 드라마 '미스터 선샤인' I
<그림 11> 드라마 '미스터 선샤인' II
(<그림 8,9,10> 출처: <https://www.netflix.com/>)

‘상의원’은 조선시대 왕실의 의복을 짓는 공간인 상의원을 소재로 한 영화로 30년간 어침장으로서 왕과 왕비의 옷을 지어온 ‘조돌석’과 쫓겨 밖에서 기생의 옷을 짓던 천재적인 재능을 가진 ‘이공진’이 만나면서 생기는 이야기를 다룬다. 옷에는 예의와 법도, 계급이 있다고 생각하는 조돌석은 옷은 편하고 아름답게 디자인되어야 하며 입는 이를 행복하게 만들어야 한다는 이공진과 충돌하면서도 그가 가진 재능에 부러움과 회의감을 느끼기도 한다. 왕실복을 중심으로 영화전개가 이루어지는데 그중에서도 왕비와 후궁의 진연복을 앞두고 일어난 대결 구도는 한복의 아름다움을 극대화하여 보여주었다. 왕비의 진연복인 백색의 원삼(그림 12)은 15겹의 속옷을 착용하여 풍성하게 하였고, 40kg의 진주와 비즈를 사용하여 화려하고 빛나게 하였다(김경미·이상은, 2015). 이와 같이 상의원 영화에서는 전통한복뿐만 아니라 재해석된 한복을 착용함으로써 현대적인 감각과 접목된 우리 문화를 표현하였다.

해어화(解語花)는 기예가 뛰어나고 예술적 재주를 파는 기생, ‘말하는 꽃’을 뜻하는 단어로(이영주, 2015) 영화 ‘해어화’에는 가수가 되고싶은 ‘소울’과 ‘연희’가 등장한다. 기생을 예인으로 만드는 대성권번에서 함께 자란 둘은 단짝 친구였지만 한 남자를 두고 동시에 가수의 꿈을 꾸면서 파국으로 치닫게 된다. 영화의 시대적 배경은 일제강점기에 양장이 확산되는 시기로 기생들은 레이스 원단이 사용된 저고리(그림 13)나 <그림 14>와 같이 다양한 문양이 프린트된 원단의 저고리에 발목이 보이는 한복치마를 입고 나오고 서양식 헤어스타일에 서양식 장신구를 착용하여 전통 의상과 서양식 스타일을 조화롭게 매치하였다.

봉준호 감독의 영화 ‘옥자’의 마지막 장면에도 한복을 입은 모습이 등장하게 되는데 <그림 15>에서 보이는 것과 같이 저고리와 치마가 일체형인 원피스 형태이다. 해당 의상은 한복에서 영감을 받아 진행되었던 샤넬의 2016년 크루즈 패션쇼의 피날레 의상(그림 16)으로, 영화에서는 허리 리본의 색

상을 녹색으로 변경하여 착용하였다(패션엔, 2017.07). 한복을 착용한 장면뿐만 아니라 효자손과 소주와 같이 한국적인 소재가 등장한 장면은 해외 관객들에게 재미를 주는데 그치지 않고 한국의 문화까지 자연스럽게 알릴 수 있었다.

한류 K-POP 스타들의 세계적인 인기가 높아짐에 따라 그들의 스타일도 주목을 받고 있다. 특히 아이들이 해외 활동에서 한복을 착용하는 경우를 종종 확인할 수 있는데 대표적인 예로는 방탄소년단(BTS)과 블랙핑크(Black Pink)의 경우를 들 수 있다.

블랙핑크의 ‘How you like that’ 뮤직비디오(2020년)와 무대에서 착용된 현대한복은 춤동작과 퍼포먼스를 소화하기 좋게 짧은 기장으로 변형되었으나 기본적으로 한복의 디테일을 모티브로 하여 제작되었다. <그림 17>과 같이 조선시대의 속옷이었던 가슴가리개에 끈을 달아서 크롭탑 형태로 변형하였고, 그 위에 조선시대의 무관들이 착용했던 철릭을 착용하였으며, 도포의 기장을 줄이고 배자와 레이어드하여 현대적으로 재해석하였다(그림 18). 또한 한국적인 이미지를 극대화하기 위해서 궁중 봉황보가 프린트된 원단을 사용(그림 18)하였는데 이는 봉황문인문보가 새겨진 조선시대 유물이다. 뿐만 아니라 <그림 19>에서 보이는 것과 같이 겹섶과 흉배에는 보를 부착하였고 노리개를 사용하여 세세한 부분에도 한복의 요소를 사용하였다.

방탄소년단은 2018년 ‘IDOL’ 뮤직비디오(2018년)와 멜론뮤직어워즈(MMA)에서 한복을 입고 무대 퍼포먼스를 보여 큰 화제가 되었다. 한국적인 색채가 짙게 나타나는 무대였는데 이는 한복을 착용해서뿐만 아니라 영상 배경, 가사, 악기 등 한국적 요소가 더해졌기 때문이었다. <그림 20>과 같이 전통 팔각지붕 아래에서 춤을 추고 한국 전통 민요의 추임새와 부채춤, 한글 등은 오리엔탈적이 아닌 한국적인 느낌을 들게 하였다. 그 중 <그림 21>과 같은 멤버들이 착용한 한복코트는 넉넉한 실루엣과 길이때문에

춤 동작에 따라 휘날려서 단연 눈에 띄었는데 이는 조선시대에 남성들이 입었던 포를 현대적으로 변형한 옷이다. 뿐만 아니라 조선시대의 사폭바지에 슬렉스를 결합하여 만든 사폭 슬렉스는 앞서 언급한 주어진 동작의 구애 없이 안무를 소화하도록 했다(그림 22). 특히 뮤직비디오에서는 블랙과 골드컬러의 한복코트에 갓, 부채 등의 한복 아이템과 라운드 티셔츠, 셔츠, 와이드 팬츠, 트랙 팬츠, 하이탑 운동화 등의 현대의상으로 포인트를 주었는데(정환희, 2020) 이와 같이 방탄소년단은 한복과 현대복을 자연스럽게 믹스매치하여 외국인들에게 한복에 대한 관심을 불러일으킬 뿐만 아니라 한국문화에 대한 자부심과 정체성까지도 드러내었다.

블랙핑크와 방탄소년단 외에도 오마이걸, 빅스, 모모랜드, 청하, 지코 등 무대에서 한복을 착용하는 아이돌이 늘고 있는데 이는 한국의 정체성을 나타낼 수 있는 수단이 되는 것과 동시에 한국문화를 알리고 긍정적인 반응을 일으키는데 중요한 역할을 할 수 있다.



<그림 12>
영화 '상의원'
(<그림 11,12,13>출처: <https://www.netflix.com/>)



<그림 13>
영화 '해어화' I



<그림 14>
영화 '해어화' II



<그림 15> 영화 '옥자'
(출처: <https://www.fashionn.com/>)



<그림 16> 샤넬 크루즈 패션쇼, 2016
(출처: <https://www.elle.fr/>)



<그림 17> 블랙핑크 'How you like that' 뮤직비디오 I
(출처: <https://www.youtube.com/>)



<그림 18> 블랙핑크 'How you like that' 뮤직비디오 II
(출처: <https://www.youtube.com/>)



<그림 19> 블랙핑크 'How you like that' 뮤직비디오 III
(출처: <https://www.youtube.com/>)



<그림 20> 방탄소년단 'IDOL' 뮤직비디오 I
(출처: <https://www.youtube.com/>)



<그림 21> 방탄소년단 'IDOL' 뮤직비디오 II
(출처: <https://www.youtube.com/>)



<그림 22> 방탄소년단 'IDOL' 뮤직비디오 III
(출처: <https://www.youtube.com/>)

3) 현대한복에 대한 선행연구

현대한복에 대한 선행연구는 김경희(2017)의 “한국복식에 관한 국내 학술 연구 동향 분석 -2005~2015년까지 학술지를 중심으로-”과 한민재·이연희(2020)의 “한국복식 디자인의 연구동향에 관한 고찰 -<복식>과 <한복문화> 학술지를 중심으로-”의 논문을 참고하여 역사, 디자인 및 미학, 마케팅 및 정책, 직물 및 염색, 구성으로 나누어 살펴보았다.

먼저 현대한복에 대한 역사 분야의 선행연구로는 조우현·박민재(2020)의 “1950년대 동아일보 기사를 통해 본 한복 양상 연구”에서 신문 기사를 통해 당시 한복에 대한 인식을 살펴볼 수 있으며, 정혜란·이은진(2018)의 “2010년 이후 한복의 새 패러다임 사례”에서는 놀이문화와 문화예술 분야에서 나타난 21세기 초 한복의 특성을 고찰하였다.

현대한복의 디자인 및 미학 분야에서는 관광객을 대상으로 생활한복을 상품화하여 차별화된 디자인을 제시한 이미란·김혜경·송혜련(2016)의 “생활한복의 문화관광 상품화를 위한 패션디자인 개발 연구”와 김인자·김효숙(2020)의 “한국 전통복식 더그레의 현대화 연구”와 배리듬·김은정(2018) “장옷의 특성을 적용한 현대적 외투 디자인 개발에 관한 연구”와 같이 더그레와 장옷의 특성을 이용하여 현대한복 디자인을 개발한 연구가 있다.

현대한복에 대한 마케팅 및 정책 분야에서 김은정(2020)의 “한국 전통복식 분야의 문화재적 가치와 활용에 관한 연구”는 전통 복식분야의 문화재적 가치가 어떻게 유지되고 있는지 확인 후 기술계승 및 보존과 관리를 위한 방안을 제시하였다. 이상례·김미현(2021)의 “국가 정책의 관점에서 한복 문화정책 방안 제시 연구”에서는 국가정책의 관점에서 한복 문화정책 방안을 살펴보고 전통문화를 발전시키기 위한 방안과 시사점을 제시하였으며, 이인화·손미영(2021)의 “중고한복시장 및 한복리폼시장의 활성화 방안 연구”에서

는 한복전문가의 심층면접을 통해 중고한복시장의 활성화 및 한복리폼시장의 활성화 방안을 제시하였다.

직물 및 염색에는 박성희·홍나영(2018)의 “일제강점기 합성염료 염색 강습에 관한 연구”는 일제강점기에 발행된 인쇄매체를 통해 합성염료의 사용법이 민간으로 소개되는 과정을 살펴보았으며, 정상은·이소영(2018)의 “현대에 착용되는 여성한복의 색채 특성에 관한 연구”에서는 한복에 사용된 색채를 분석하여 연도별 색상트렌드를 제시하였다. 또한 심연옥(2016)의 “전통 사저교직포의 전승과 현대적 활용” 연구에서는 다양한 조건과 사양으로 사저교직포를 제작하였으며, 이는 자카드직기를 이용하여 모시제작이 가능하다는 것을 보여주었다.

현대한복의 구성에 대한 연구에서 유현·이신영(2020)의 “제로웨이스트 패션한복 개발에 관한 연구”는 제로웨이스트를 패턴메이킹 기법을 적용하여 폐기물이 발생하지 않는 한복 패턴을 개발하였다.

2. 텍스트 마이닝

1) 텍스트 마이닝의 과정 및 기반기술

Sagayam et al. (2012)에 따르면 텍스트 마이닝은 인간이 일상생활에서 사용하는 언어를 분석하는 방법으로 비정형화된 단어나 문구를 정형화된 수치 데이터로 변형한 후 데이터 마이닝 기법을 이용하여 의미있는 패턴을 찾아내는 방법이라고 정의하였다. 이러한 텍스트 마이닝 과정을 Dang & Ahmad (2014)는 다섯 단계로 정리하였다. 먼저 정형화되어 있지 않은 텍스트 데이터로부터 정보를 수집한다. 둘째, 이후 수집된 정보를 정형화된 데이터로 변환하는 과정을 거친다. 셋째, 정형화된 데이터에 기존 분석 방법론을 적용함으로써 데이터의 특징을 발견한다. 넷째, 발견된 특징을 분석하여 의미 있는 것과 그렇지 않은 것을 분리한다. 다섯째, 의미있는 텍스트 데이터를 별도로 분리한 후 저장한다.

한편 Kaushik & Naithani (2016)는 텍스트 마이닝에 사용되는 기술적 기반으로 정보 추출(information extraction), 토픽 추적(topic tracking), 요약화(summarization), 범주화(categorization), 군집화(clustering), 정보 시각화(information visualization), 질문 응답(question answering), 감정 분석(sentiment analysis)을 꼽았다. Mooney & Bunescu (2005)는 정보 추출이란 정형화되어 있지 않은 텍스트로부터 정형화된 데이터다 지식을 얻는 과정이라 하였고, 특정 인물이나 회사, 위치의 명칭이 언급됨을 인지하는 개체 인식과 그 개체 간 관계를 밝혀내는 과정으로 나뉜다고 하였다. 토픽 추적은 사용자가 전에 검색하였거나 읽었던 주제에 기반하여 사용자가 관심이 있을 다른 주제를 예측하는 방법으로 Iwata et al. (2009)에 따르면 소비자의 관심과 주제별 트렌드를 순차적으로 추론하는 데 사용될 수 있다. 요약

화는 주어진 텍스트에서 중요한 정보를 간략한 형태로 압축하여 표현하되 전체적인 의미는 유지하는 기술로 인간이 처리할 수 없는 방대한 양의 텍스트를 요약하는 데 쓰인다. Gupta & Lehal (2010)에 따르면 이는 발췌적 요약(extractive summarization)과 추상적 요약(abstractive summarization)으로 나뉘는데, 발췌적 요약은 문장의 통계학이나 언어학적 특징에 따라 원래의 문서에서 중요한 문장 또는 문단을 선택하여 짧게 만드는 방법이고 추상적 요약은 원래의 문서를 이해한 후 새로운 짧은 텍스트로 새로 설명하는 방법이다. 범주화는 여러 문서를 미리 정해진 범주로 분류하는 방법으로 각 문서는 하나 혹은 그 이상의 범주에 속하게 되는데, 지도학습(supervised learning)을 통해 학습된 분류기(classifier)는 새로운 문서를 접하더라도 자동으로 해당되는 범주로 분류를 할 수 있게 된다. (Namburu et al., 2005) 군집화는 주어진 문서들을 미리 정해져 있지는 않지만 유사하다고 판단되는 군집으로 나누는 비지도학습(unsupervised learning) 방법론 중 하나로, 각 군집 내 문서에서는 주제의 동질성이 크고 서로 다른 군집의 문서는 주제의 동질성이 작게 만든다. (Shehata et al., 2009) 한편 정보 시각화는 Patel & Soni (2012)에 따르면 이를 이용함으로써 추상적인 데이터를 시각적으로 표현하여 지식 사용이나 습득을 늘리는 데 사용될 수 있고, 질문 응답은 Kaushik & Naithani (2016)에 따르면 사용자의 질문에 더 적합한 응답을 찾는 데 사용되는 기술로 구글 검색 결과가 데이터베이스 내에서 질문에 가장 적합한 링크를 제공하는 것과 유사하다고 볼 수 있다.

마지막으로 감성분석은 텍스트로부터 작성자 의견의 긍·부정과 그 강도를 판단하는 방법이다(Osimo & Mureddu, 2012). Kaushik & Naithani (2015)에 따르면 감성분석은 세 단계로 이루어지는데 이는 의견이 블로그, 리뷰, 댓글 등으로부터 수집되는 과정(의견 검색, opinion retrieval), 긍정적 의견과 부정적 의견을 분류하는 과정(의견 분류, opinion classification), 분석 대

상에 대한 의견이 요약되는 과정(의견 요약, opinion summarization)이다.

2) 선행연구 분석

텍스트 마이닝의 기법 중 하나인 감성분석의 선행연구는 이정훈(2018)의 “감성분석 연구 동향”을 참고하여 감성분석의 적용분야를 SNS, 상품 후기, 영화 또는 드라마, 뉴스로 나누어 살펴보았다.

텍스트 마이닝의 기법 중 하나인 감성분석의 선행연구는 이정훈(2018)의 “감성분석 연구 동향”을 참고하여 감성분석의 적용분야를 SNS, 상품 후기, 영화 또는 드라마, 뉴스로 나누어 살펴보았다.

먼저 SNS 상의 텍스트에 대한 감성분석으로 이해진·최자영(2019)의 “텍스트 마이닝 기법을 활용한 편의점 이용 고객의 트위터 리뷰에 대한 감성 분석”에서 트위터에 업로드 된 편의점 관련 트윗을 웹크롤링 하여 얻은 비정형데이터의 감성을 분석하였고, 엄성원(2020)의 “텍스트 마이닝을 활용한 Youtube 광고에 대한 소비자 인식 분석”에서는 삼성 갤럭시 광고에 대한 유튜브 반응을 추출하여 빈도분석, 감성분석, 구조적 등위성분석에 기반한 군집화를 연구하였고, 이윤주 외 2인(2014)의 “SNS 텍스트 콘텐츠를 활용한 오피니언마이닝 기반의 패션 트렌드 마케팅 예측 분석”은 의류 마케팅을 위해 여러 패션 스타일에 대한 트위터 사용자의 감성을 고유의 감성단어 사전에 기반하여 그 트렌드를 분석하였다.

상품 후기에 대한 감성분석으로 정지훈 외 2인(2021)의 “텍스트마이닝 기법과 ARIMA 모형을 활용한 배달의 민족 앱 리뷰 분석”은 모바일 음식 배달 어플리케이션인 ‘배달의 민족’의 리뷰에 대하여 토픽 모델링을 통해 다섯 가지의 토픽을 얻어냈고, 이상치 탐지된 일자에 대하여 감성분석을 진행하였다. 강호준·박병화(2018)의 “텍스트 마이닝을 활용한 미국내 한국식품에 대한 소비자

인식 분석”은 아마존의 한식 관련 리뷰에 대하여 빈도분석과 감성분석을 함으로써 미국 소비자의 한식에 대한 인식을 분석하였고, 서은영(2017)의 “의류 상품평 텍스트에 나타난 감성표현 연구-의미 특성, 극성, 속성에 따른 분류를 중심으로-”에서는 의류 상품평에 대한 감성표현을 어문론적 관점에서 분류하고 그 분포와 특성을 연구하였다.

영화, 드라마 리뷰와 관련하여서는 현지연 외 2인(2019)의 “평점과 리뷰 텍스트 감성분석을 결합한 추천시스템 향상 방안 연구”에서는 영화 리뷰를 대상으로 진행한 감성 분석 결과를 수치화 한 후 이를 추천 시스템에 적용하여 비정형 데이터에 기반한 추천 시스템 구축을 시도하였고, 이상훈 외 2인(2016)의 “영역별 맞춤형 감성사전 구축을 통한 영화리뷰 감성분석”은 SO-PMI (Semantic Orientation from Point-wise Mutual Information) 기법을 활용하여 데이터의 특성에 맞는 맞춤형 감성 사전 구축을 통한 IMDb 영화 리뷰 감성 분석을 하였다. 황보현우·김종혁(2016)의 “감성분석을 통한 한국 드라마 수출 성과 요인에 관한 연구”는

마지막으로 뉴스 반응과 관련한 연구로는 이윤 외 2인(2020) “텍스트 빅데이터 분석을 통한 환경문제와 시민교육: 수질오염과 녹조를 중심으로”는 신문기사 빅데이터에 대하여 감성분석과 연관성 분석을 하였고, 조혜진 외 2인(2015)의 “주식 뉴스 콘텐츠를 활용한 오피니언마이닝 기반의 OAR 감성사전 알고리즘 기법”은 한국어 특성을 반영한 반의법 규칙(OAR) 알고리즘을 제안함으로써 보다 정확한 감성사전을 도출하였고, 이재문(2018)의 “소셜 빅데이터를 활용한 올림픽 태권도 감성분석”은 ‘올림픽’, ‘태권도’를 주제어로 검색 포털 네이버와 다음의 블로그, 카페, 뉴스 등의 문서로부터 얻어진 텍스트에 감성 분석을 진행하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

본 연구에서는 한류 문화에서 현대한복을 착용한 사례를 찾아보고 국내외 반응을 탐색·분석하는 것을 목적으로 하며 이를 위해 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

첫째, 일상생활에서 일반인들이 착용한 현대한복에 대한 국내 반응을 분석한다.

둘째, 한류 문화에서 나타나는 현대한복에 대한 국내 반응을 분석한다.

셋째, 일상생활에서 일반인들이 착용한 현대한복에 대한 해외 반응을 분석한다.

넷째, 한류 문화에서 나타나는 현대한복에 대한 해외 반응을 분석한다.

2. 연구대상 및 자료수집

본 연구에서는 현대한복에 대한 국내외 반응을 분석하기 위해 Python 프로그래밍을 이용하여 네이버(Naver) 뉴스기사와 영화리뷰, 그리고 유튜브(YouTube) 영상과 아이엠디비(IMDb)에서 댓글을 수집하였다.

먼저 현대한복 착용에 대한 국내반응을 살펴보기 위해서 2015년부터 2021년까지 업로드된 네이버에서 뉴스 기사와 영화에서의 댓글과 리뷰를 수집(Scraping)하였다. 현대한복을 검색하여 나타난 네이버 기사들 중 댓글과 공감순을 많이 받은 기사들순으로 나열 후 최소 30개 이상의 댓글을 가진 기

사들로 선정하였다. 네이버 영화리뷰는 현대한복이 착용되었던 영화의 리뷰에서 의복과 관련된 의견만 한정하여 내용을 분석하였다.

또한 현대한복 착용에 대한 해외반응을 살펴보기 위해서 2015년부터 2021년까지 업로드된 유튜브와 IMDb의 댓글과 리뷰를 수집하였다. 유튜브에서는 현대한복을 착용한 K-POP 무대와 대여한복을 착용한 외국인들의 댓글을 수집하였으며 해외반응을 확인하기 위하여 영문으로만 한정하였다. 이때 Python의 Selenium 라이브러리가 제공하는 웹드라이버를 활용하여 해당 댓글을 수집하였다.

최종 선정 분석 대상은 일반인들이 착용한 현대한복에 대한 국내반응으로 네이버 기사 5편에서 총 875개의 댓글 중 현대한복과 관련된 의견 436개, 영화는 총 3편으로 네이버 영화리뷰에서 전체 12,952개의 댓글 중 현대한복과 관련된 의견 161개를 수집하였다. 한류에서 나타나는 현대한복에 대한 국내반응에서는 네이버 기사 6편에서 총 511개의 댓글 중 현대한복과 관련된 의견 419개를 수집하였다. 일반인들이 착용한 현대한복에 대한 해외반응으로는 유튜브에서 대여한복 착용에 대한 반응 4편에서 총 2734개의 댓글 중 대여한복과 관련된 의견 224개를 수집하였다. 마지막으로 한류에서 나타나는 현대한복에 대한 해외반응으로는 K-POP 무대 2편에 대한 유튜브 댓글 총 143,893개 중 3892개, IMDb의 드라마와 영화 4편의 리뷰에서 총 39,281개 중 한복과 관련된 의견 261개를 수집하였다.

특히 YouTube 영상의 댓글을 수집하기 위해서는 Google에서 제공하는 YouTube Data API를 이용하였는데, 구체적으로는 Python 프로그램에서 YouTube Data API 중 Comment Threads를 이용하였고, 대댓글을 제외한 최상위 레벨의 댓글만 수집하였다. 한편 해외 반응을 살펴보기 위해서 영문으로 작성된 댓글만 수집하였으며 분석이 어려운 이모티콘과 영문 외의 언어는 분석대상에서 제외하였다. 또한 한복과 관련된 반응을 집중적으로 분

석하기 위해서 영어로 작성된 댓글 중에서도 한복과 관련이 있을 것으로 판단되는 키워드를 포함한 댓글만 별도로 분류하여 분석을 용이하게 하였다. 해당 키워드는 장민정(2019)과 최영현·천태이·이규혜(2020)의 연구를 참고하였으며 hanbok, outfit, clothes, fashion, costume, dress, traditional, coat, outer, skirt와 같은 단어가 한복을 대체하여 사용될 수 있다고 보았다.

3. 자료분석

본 연구에서는 Python 프로그래밍을 통해 수집된 현대 한복에 대한 국내외 반응 자료를 TEXTOM에 업로드한 후 이를 정제, 분석, 시각화 하였다. TEXTOM은 텍스트 자료의 수집, 정제, 분석, 시각화를 제공하는 분석 솔루션이다.

우선 정제 단계에서는 댓글 내용을 품사별로 나누었다. 특히 한국어로 이루어진 국내 반응은 고유명사나 복합명사를 여러 단어로 구분하지 않고 한 단위로 보았다.

댓글을 정제한 후에는 감성분석을 이용하여 긍정적, 중립적, 부정적 반응으로 분류하였다. 감성분석이란 어떤 물체, 개인, 이슈, 사건, 주제에 대한 사람들의 의견, 평가, 태도, 감정을 분석하는 computational study이다. 특히 처리해야 할 자료가 방대할 경우 연구자는 본인의 주관과 정신적, 육체적 한계에 영향을 받기 쉬운데, 객관적이며 자동화된 방법론인 감성분석은 이 영향을 극복하고 자료에 내포된 정보와 의견을 밝혀내는 데 용이하다. 본 연구에서는 TEXTOM이 제공하는 감성분석 중에서도 감성 분류 분석을 이용하였는데 이는 베이지안 분류기(Bayesian classifier)에 기반하고 있다.

마지막으로 감성분석을 통해 얻어진 분석결과는 워드클라우드를 통해 긍정적 반응과 부정적 반응의 핵심 키워드를 확인하고 전체 반응에 사용된

감성단어를 워드클라우드로 확인하여 댓글 반응을 해석하는데 참고하였다. 워드클라우드는 사용된 단어의 빈도를 바탕으로 댓글의 핵심 단어를 시각화하여 중요 키워드를 직관적으로 파악하도록 하는 자료이다. 이는 댓글의 갯수가 많을 경우 빠르고 효율적이게 전반적인 내용을 확인할 수 있도록 하는 방법으로 댓글의 반응을 핵심 키워드와 감성단어를 통해 반응을 살펴볼 수 있다. 또한 워드클라우드를 통해 해석한 내용을 정리하기 위하여 에고네트워크를 이용하였는데 이는 글자 크기와 굵기에 차이를 두어 시각화한 워드클라우드와 다르게 문서의 단어의 빈도에 따라 원의 크기에 차이를 두어 시각화 하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 일반인의 현대한복 착용에 대한 국내반응

1) 분석 대상 댓글의 내용

앞선 연구에서는 워드클라우드를 통해 일반인의 현대한복 착용에 대한 국내 반응을 키워드를 통해 확인하였다. 이어서 실제 댓글을 살펴보았으며 긍정적 반응은 대표적으로 다음과 같다.

“이런식으로 한복을 개량해서 입는거 자체가 새로운 시도이고, 한복을 새로이 받아들일 수 있는 좋은 기회라고 생각되네요^^ 이빠요!” (긍정)

“전통을 지키려는 분들도 한복을 현대화하려는 분들도 모두 한복을 사랑하는 분이라고 생각돼요. 너무 많이 바뀌는 것도 어색할지 모르지만 이것도 좋은 노력이라고 생각돼요. 새로운 시도 멋지고 감사해요.” (긍정)

“한복의 세계화를 위해서는 전통의 옛것도 중요하지만 세계 트렌드에 맞는 현대판 한복도 중요합니다. 응원할게요!!” (긍정)

“뭐든 시대에 따라 변하듯 원래와는 다르지만 이렇게라도 한복에 관심이 생겨서 많이들 입으셨음 좋겠어요:)” (긍정)

“개량한복으로 칭하던 뭘로 칭하던 한복이던 한복 비슷한거든 젊은 세대한테 한복스러움이 더 친숙하게 다가온다면 그 자체로 의미가 있다고 생각합니다.” (긍정)

“아이디어가 좋다 문화는 발전을 해야지. 전통도 중요하지만 대중과 함께 발전 하는 것도 좋다.” (긍정)

“말을 줄이고 신조어를 만들어도 한글이 훼손 되지 않는 것 처럼 한복도

즐겁게 변형할 수 있다면 더 친근하고 오래도록 함께 할 수 있을 거라 생각 합니다.” (긍정)

긍정적인 댓글을 종합해보면 세계의 트렌드에 맞추어 한복을 재해석하고 착용하는 것은 멋진 시도이며 그 자체만으로도 한복을 지키고 기억하려는 의미가 있다고 해석된다.

중립적인 댓글은 다음과 같이 한복이란 무엇인지, 어디까지 한복이라고 정의할수 있는지에 대해 고민해보는 댓글이 많았다.

“이상할 수도 있고...멋질 수도 있고...” (중립)

“이런 저런 해석이 있을수도 있는건데 왜냐 부정적인지? 패션쇼처럼 디자 이너가 강 시도해 본건데” (중립)

“한복과 개량한복은 다르지. 한복이라고 전통 그대로 손대면 안된다는 생 각은 아니라서, 이것저것 입기 편하게 개선할 수 있다고 생각함. 그런데 필 요 이상으로 개량하고, 한복에서 영감만 받은게 한복은 아니지. 솔직히 개량 한복인지, 기모노나 중국의상 개선한건지 구별도 안되는걸 가지고 한복이라 고 하는 건 문제가 있다.” (중립)

“한복이라고 꼭 규정지를 필요는 없고 그냥 영향을 받았다 정도..” (중립)

“한국사람이 입는 옷이 한복인가요? 한국사람이 만든 옷이 한복인가요?” (중립)

“한국사람들이 입는 복장으로 잘못 이해하는 건가?” (중립)

중립으로 분류된 댓글은 일반인이 착용하는 현대한복에 대해 긍정적 또는 부정적인 의견을 뚜렷하게 내지 않았으며, 한복을 재해석하여 새롭게 디자 인하는 것에 거부감은 없으나 전통한복과 거리감이 생기는 것에 대해서는 문제가 있다고 지적하고 있다.

일반인의 현대한복 착용에 대한 댓글의 반응 중에 부정적인 의견은 가장 많은 비중을 차지하고 있으며 실제 반응은 다음과 같다.

“전통을 변화시키는것보다 보존하고 유지가 돼야지.. 무슨 빨깃거리냐.”

(부정)

“뭔가,,우리것을 살린 느낌이 아니라 아예 다른 나라 옷 같은데차라리 그냥 한복이나 옛날 한복이 단아함이나 기품이나 우리의 선이 살아 있는거 같음.” (부정)

“우리나라 한복은 단아하고 우아한게 장점인데...” (부정)

“아무리 시대가 변한다지만 한복과 한복아닌건 선 좀긋자” (부정)

“한복은 한복 고유한 멋으로 가치가있는거다 뭐하는것이니? 1년에 한번을 입더라도 제대로입어라” (부정)

“보통 저런 옷들 기계로 자수 박아놓고 너무 비싸게 팔아먹음.. 대중화를 시키고 싶으면 적정가에 팔아야지” (부정)

“한복은 우아함인데 조잡스럽고 천박해서 봐줄수가 없다.” (부정)

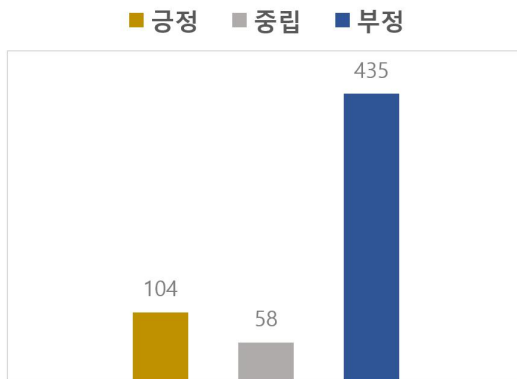
“정도껏해라 한복은 그자체만으로 아름답다.” (부정)

“어느나라 옷인지...한복 고유의 아름다운 미는 없고 과장된 분위기만 가득.” (부정)

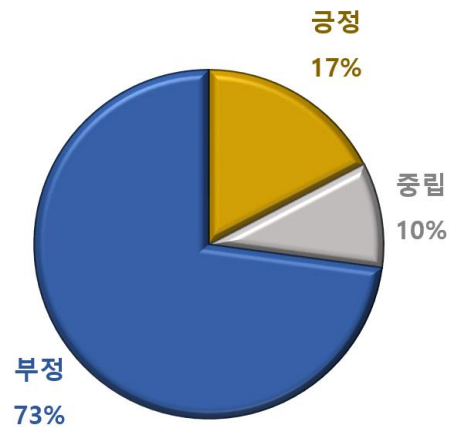
먼저 한복의 전통성을 훼손했다는 의견이 주를 이루었으며 한복의 우아함과 품위는 보존되고 지켜져야 할 것으로 보았다. 긍정적 반응과는 대조적으로 현대한복 디자인을 새로운 시도라고 보지 않았으며 변형과 파괴로 인식하고 과한 디자인 변경에 대한 거부감을 드러내었다. 마지막으로 비싼 가격에 대한 불만과 이 때문에 대중화되기 어렵다는 의견도 있었다.

2) 전체 댓글에 대한 감성분석 결과

일반인의 현대한복 착용에 대한 국내 반응을 감성분석 후 댓글의 반응별 빈도(그림 23)를 살펴보면 총 597개의 댓글 중 부정적 의미의 댓글은 435개이고 긍정은 104개, 중립은 58개인 것으로 나타났다. <그림 24>와 같이 감성분석 비율은 부정이 73%로 압도적으로 높은 비율을 차지하였으며 그 다음으로는 긍정 17%, 중립 10% 순으로 차지하였다. 이러한 수치를 바탕으로 일반인의 현대한복 착용에 대해 국내에서는 부정적인 반응이 주를 이룬 것을 알 수 있다.



<그림 23> 감성분석 빈도



<그림 24> 감성분석 비율

감성분석 반응을 살펴보기 위해 워드클라우드를 사용하였는데, 이는 단어 빈도 결과값을 바탕으로 댓글의 핵심 단어를 시각화하여 키워드를 직관적으로 파악할 수 있게 하고, 단어의 빈도에 따라서 글자 크기와 진하기 그리고 색상을 조절하여 시각적으로 극대화 하였다. 이를 통해 긍정과 부정적 반응을 직관적으로 살펴보기 위해 <그림 25>와 <그림 26>과 같이 각 반응별로

나누어 워드클라우드로 시각화 하였다.

먼저 <그림 25>를 보면 긍정적 반응에서는 대표적으로 ‘현대’, ‘예쁘’, ‘시대’, ‘멋지’, ‘변하’, ‘요즘’ 같은 단어의 빈도수가 높게 나왔으며 다음으로는 ‘이렇게’, ‘문화’, ‘응원’, ‘새롭’, ‘변형’ 등의 단어가 높았고 마지막으로 ‘필요’, ‘시도’, ‘발전’, ‘바뀌’, ‘세계’, ‘과거’ 등의 단어가 사용되었다. 사용된 키워드를 종합해보면 일반인의 현대한복 착용에 대한 뉴스를 보고 긍정적 반응으로는 한복이 현대시대에 맞게 예쁘고 멋지게 변화하였으며 일상복으로 자리매김하기 위해서 한복을 새롭게 디자인하려는 시도는 필요하다고 보는 내용이 주를 이룬다고 볼 수 있다.

부정적 반응의 워드클라우드 <그림 26>에서 보이는 키워드를 빈도순으로 확인해보면 ‘전통’, ‘중국’, ‘우기다’, ‘기모노’, ‘고유’, ‘느낌’ 등이 있으며, 다음으로는 ‘진짜’, ‘개량한복’, ‘생활한복’, ‘모티브’, ‘문양’, 마지막으로 ‘정체’, ‘파괴’, ‘비싸’, ‘불편’, ‘이상’, ‘억지’ 등을 확인할 수 있다. 이를 통해 일반인의 현대한복 착용에 대해서 이는 우리 고유의 전통한복이 아닐뿐더러 중국과 일본의 의상같이 보이는 옷을 착용하여 한복의 정체성을 잃었을 뿐만아니라 한복은 비싸고 불편하다라는 부정적 의견을 유추할 수 있다.

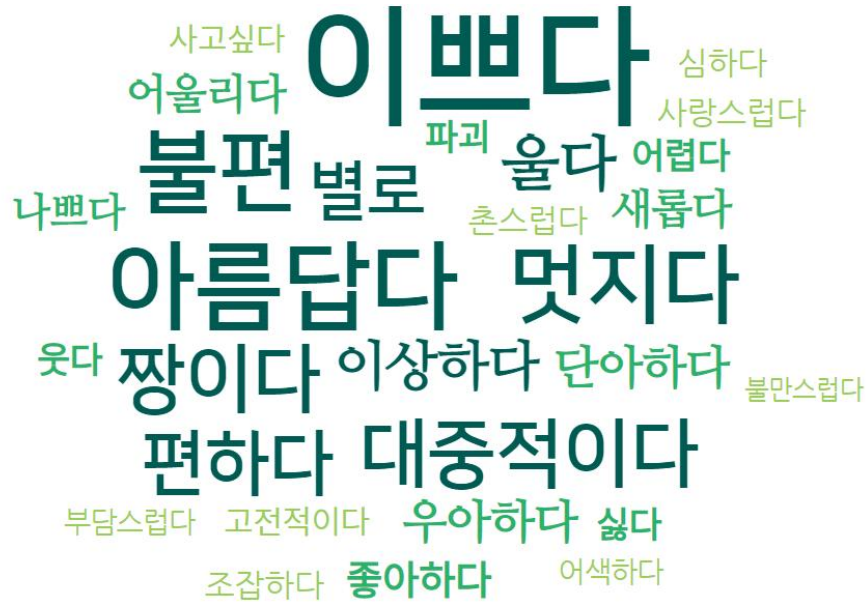
감성단어 워드클라우드는 감성 키워드의 결과값을 사용하여 빈도순으로 글자 크기와 진하기 그리고 색상에 변화를 주어 나열한 것이다. <그림 27>은 일반인의 현대한복 착용에 대한 반응을 감성단어만 워드클라우드한 것으로 댓글이 전반적으로 부정적인 반응임을 고려했을 때 일반인이 한복을 착용한 모습이 별로 예쁘지 않고 이상하며 현대한복의 착용은 전통적인 한복을 파괴하는 것이고 나쁜 것으로 인식하고 있다. 게다가 한복은 착용하기 불편할뿐더러 평상시에 착용하기에는 부담스럽고 어색하다는 반응을 확인할 수 있다.



<그림 25> ‘일반인의 현대한복 착용에 대한 긍정적 국내반응’
워드클라우드



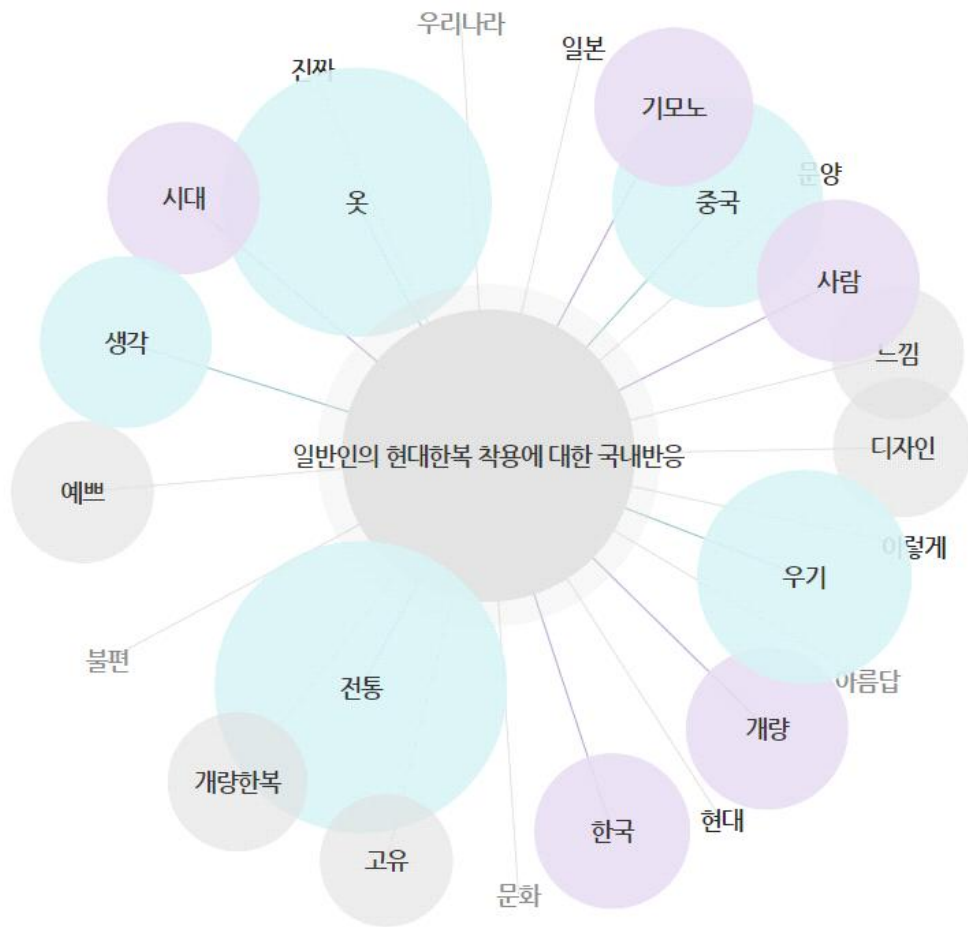
<그림 26> ‘일반인의 현대한복 착용에 대한 부정적 국내반응’
워드클라우드



<그림 27> '일반인의 현대한복 착용에 대한 국내반응'
 감성단어 워드클라우드

에고네트워크는 문서의 단어를 사용 빈도에 비례하는 크기의 원으로 나타낸 자료로 <그림 28>을 보면 일반인의 한복 착용에 대한 반응에서 사용된 단어의 빈도에 따라 원의 크기에 차이를 두어 시각화 하였다.

지금까지의 일반인의 한복 착용에 대한 국내 반응을 다각면으로 살펴봤는데 <그림 28>을 참고하여 모든 의견을 종합해보면 한복의 대중화를 위해서 디자인을 변형하고 새로운 시도를 하는 것에 대해 한복의 고유적 특성과 전통성의 훼손의 우려가 크다는 의견이 주를 이루지만 반면에 이를 긍정적인 시도로 보고 시대에 맞게 변형 및 발전해야 한복을 보존할 수 있다는 시각도 있다.



<그림 28> ‘일반인의 현대한복 착용에 대한 국내반응’ 에고네트워크

2. 한류문화에서 보여지는 현대한복 착용에 대한 국내반응

1) 분석 대상 댓글의 내용

한류문화에서 보여지는 현대한복 착용에 대한 댓글을 반응별로 살펴보면 다음과 같다.

“우리나라 전통의상인 한복 정말 알록달록 예뻐요. 우리나라 한복이 전세계적으로 널리 퍼져 세계인들이 많이 입었으면 좋겠어요. 우리나라 대한민국의 자긍심이 생겨요.” (긍정)

“얼마 전에 유튜브에서 경복궁 근정전을 배경으로 공연을 하는 아이들그룹을 보면서 경복궁의 아름다움과 한복이 잘 어울린다고 느꼈습니다. 현대적으로 해석했지만, 한복 특유의 선은 유지한 복장이라 멋있고 곱듯 대용으로 만들어도 괜찮겠다고 생각했습니다.” (긍정)

“우리나라 고유의 의상인 한복을 점점 더 전세계에 알리는 것이 대단하고 앞으로도 널리 알려주셨으면 좋겠습니다.” (긍정)

“방탄소년단과 블랙핑크가 한복을 입어서 해외에서 한복에 대한 관심이 높아진 것을 알 수 있습니다. 연예인들의 선한 영향이 고맙고 자랑스럽습니다.” (긍정)

“복식은 시대의 흐름에 따라 바뀌어 왔다. 전통을 중요시 하는 것도 좋겠지만 그 전통을 발전시켜 우리 일상생활에서 거부감 없이 스스로 즐겨 입는 옷으로 발전시킨다면 이는 전통의 파괴가 아닌 발전인 것이다. 시대의 흐름에 변화하는 것은 기술뿐 아니라 복식도 마찬가지라고 본다. 전통은 남기고 지키되 우리 생활에서 편하게 한복의 디자인을 살려 더욱 입고 싶은 옷으로 발전시켜 나가길 바란다.” (긍정)

“우리 고유의 한복이 그리 예뻐줄은 몰랐네요.” (긍정)

한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 반응 중에 긍정적이 반응이 가장 많은 비중을 차지하는데, 내용을 살펴보면 드라마나 영화 그리고 K-POP과 같은 한류문화 덕분에 해외에서 한복에 대한 관심이 높아졌고, 이를 통해 우리 고유 복식인 한복의 아름다움을 전 세계적으로 널리 알려지기를 바라고 있다.

“우리 한복은 단아하고 고고한 맛이 있는데 요새 재해석하는 한복들보면 기생들이 입을법한 싸구려 저질스런 디자인이 많이 보이네요. 이게 한국의 위상을 높이는건가 싶기도 합니다.” (중립)

“퓨전한복이긴 한데 왠지 낯설다. 그냥 한복을 소재로 디자인한 원피스.” (중립)

“전통한복과 현대한복은 구분되어야 할 듯 싶은데..” (중립)

“디자인 한복 또는 개량 한복이라고 소개 다시 하세요.” (중립)

“다 좋은데요 진짜 기본은 제발 지킵시다.” (중립)

“평상복으로 입기엔 힘들겠네.” (중립)

“옷이 멋있긴 한데 저걸 한복이라고 불러도 되나 모르겠네, 한복에서 영감을 얻은 정도라고 해야 맞을듯, 우리야 다 알지만 저걸 한복이라고 자꾸 부르면 외국 애들 혼동될까봐 하는 소리.”

“그렇다면 치마도 좀 어떻게 해보지 위에 저고리만 달랑 입고 한복이라 하니깐 뭔가 부족해보여.” (중립)

중립적인 댓글에는 한류문화에서 보여지는 현대한복에 뚜렷한 반응을 내지 않았으나, 퓨전한복 또는 생활한복과 같이 뚜렷한 명칭 없이 ‘한복’이라고 불리는 것에는 부정적인 반응을 보였다. 또한 한복 디자인이 다양해지면서 외국인들에게 소개되는 한복에 혼동이 없도록 전통한복과 현대한복을 구분을 짓는 필요성을 제기하였다.

일반인의 현대한복 착용에 대한 댓글의 반응 중에 부정적인 의견은 다음

과 같다.

“한복은 그냥 한복일 때 한복이라고 할 수 있습니다. 개량하는 순간, 그건 한복이 아니고 또 다른 패션이라고 할 수 있을 겁니다. 우리 전통의 한복이 개량화 되면서 원래 고유의 한복이 우리 곁에서 더 멀어질까 걱정입니다.”
(부정)

“한복을 아무리 재해석한다고는 하지만 저건 예뻐 보이지 않고 저림해 보인다. 시대의 흐름과 트렌드에 맞게 디자인되었다고 해도 지켜야 하는 고유 문화가 있는데 저건 아닌 듯.” (부정)

“세계로 향하는건 좋은데 한복의 기본은 지켜야지...기분을 너무 훼손해서 한복인지 뭔지 전혀 알 수 없는 옷....” (부정)

“한복을 욕되게 하는 느낌이다.” (부정)

“한복 느낌은 아니고 기모노 느낌이 더 많이 난다.” (부정)

“이게 한복인가요? 그냥 옷인 것 같은데.. 한국적 문양이 들어갔다고 우리의 전통한복은 아닌 것 같네요. 아무리 세월이 흘러도 전통은 지켜야하고 전통적인 그대로가 멋진게 아닌가해요.” (부정)

“한복이라는 고정적인 틀에서 너무 많이 벗어난 것들을 과연 한복이라 칭할 수 있는지 의문이네요” (부정)

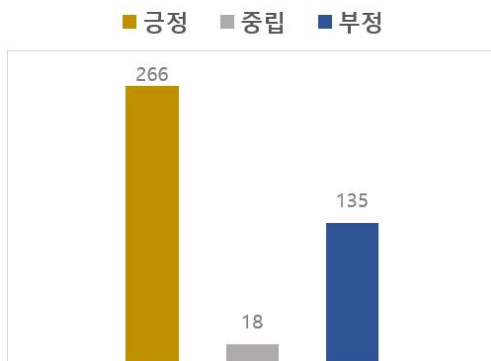
“한복을 서양식으로 개조한 느낌이었다.” (부정)

“트렌드같은 소리하네. 저건 한복이라 할 수 없다. 먹칠하지 말고 다른 이름 지어라.” (부정)

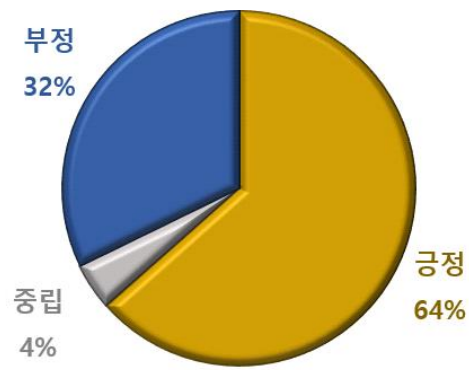
한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 부정적인 반응으로는 한복을 세계적으로 알리는 것은 찬성하지만, 일본의 기모노나 중국의 치파오와 같은 느낌이 나는 한복과 서구적으로 디자인된 한복과 같이 전통적인 한복에서 벗어난 한복이 해외에 소개되는 것에는 거부감을 표현했다.

2) 전체 댓글에 대한 감성분석 결과

한류문화에서 보여지는 현대한복 착용에 대한 국내반응을 감성분석 후 댓글의 반응별 빈도(그림 29)를 살펴보면 총 419개의 댓글 중 긍정적인 의미의 댓글은 266개이고 부정 135개, 중립은 18개인 것으로 나타났다. <그림 30>과 같이 감성분석 비율은 긍정이 64%로 과반수 이상의 비중을 차지하였으며 그 다음으로는 부정은 32%, 중립은 4% 순서대로 차지하였다. 이러한 결과를 통해서 국내에서는 한류문화에서 보여지는 현대한복 착용이 일반인들의 현대한복 착용보다 더욱 긍정적인 반응을 이끌어내는 것을 확인할 수 있다.



<그림 29> 감성분석 빈도



<그림 30> 감성분석 비율

마찬가지로 감성분석 반응을 살펴보기 위하여 단어 빈도 결과값을 바탕으로 핵심 단어를 시각화하는 워드클라우드를 사용하였다. 따라서 <그림 31>과 <그림 32>과 같이 긍정적 댓글과 부정적 댓글을 나누어 반응을 살펴보았다.

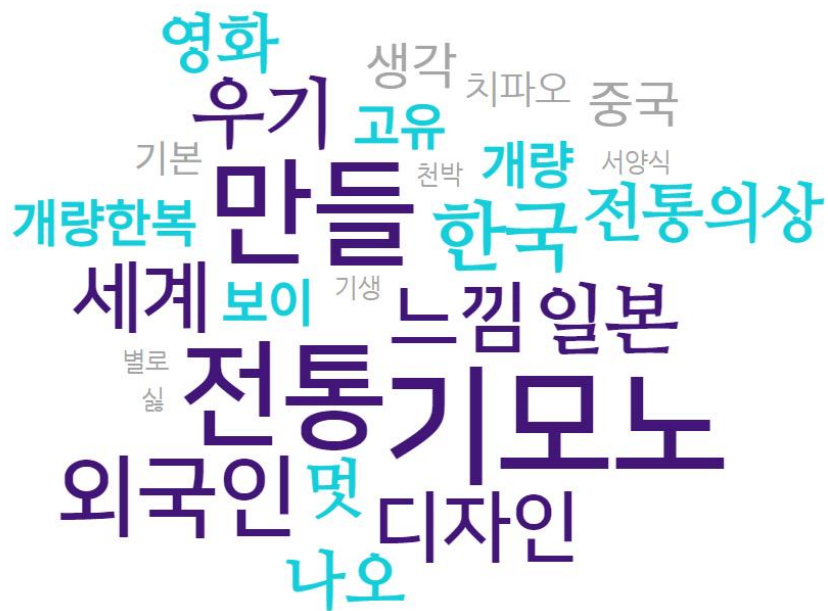
<그림 31>에서는 ‘좋다’ ‘전통’, ‘세계’, ‘한국’, ‘알리다’ 같은 단어의 빈도수가 높게 나왔으며 그 다음으로는 ‘시대’, ‘외국인’, ‘문화’, ‘발전’, ‘멋지다’ 등의 단어가 많이 사용되었으며, ‘현대’, ‘다양’, ‘응원’, ‘자랑’, ‘감사’ 등의 단어가 그 다음으로 빈도를 차지하였다. 사용된 키워드를 종합해보면 영화, 드라마, K-POP에서 현대한복 착용에 대한 국내의 긍정적인 반응으로는 한류문화에서 현대한복을 착용함으로써 우리의 전통 한국 문화인 한복을 세계에 널리 알릴 수 있어 감사하며 현대인의 취향에 맞게 한복이 다양하게 재해석되어 발전하는 모습을 응원한다고 해석할 수 있다.

부정적 반응을 <그림 32>를 통해 사용된 단어의 빈도순으로 확인해보면 ‘기모노’, ‘일본’, ‘느낌’, ‘우기다’, ‘외국인’ 등이 있으며 다음으로는 ‘고유’, ‘전통의상’, ‘개량’ 등이 있으며 마지막으로 ‘중국’, ‘치파오’, ‘기생’, ‘별로’, ‘천박’ 등을 확인할 수 있다. 이를 통해 한류문화에서 현대한복 착용에 대한 국내의 부정적 반응으로는 일본의 기모노나 중국의 치파오같이 보이는 의상을 외국인에게 한복이라고 우기고 있으며 한복의 기본도 지키지 못하는 의상이라는 부정적 의견을 유추할 수 있다.

감성단어만 워드클라우드한 <그림 33>를 참고하여 종합적으로 해석하자면 한류문화에서 현대적이고 멋진 한복을 착용함으로써 세계에 한복의 아름다움을 널리 알릴 수 있어 감사하다는 의견이 지배적이지만 지나치게 디자인을 변형한 한복은 보기 불편하고 싫다는 의견도 확인할 수 있다.



<그림 31> ‘한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 긍정적 국내반응’ 워드클라우드

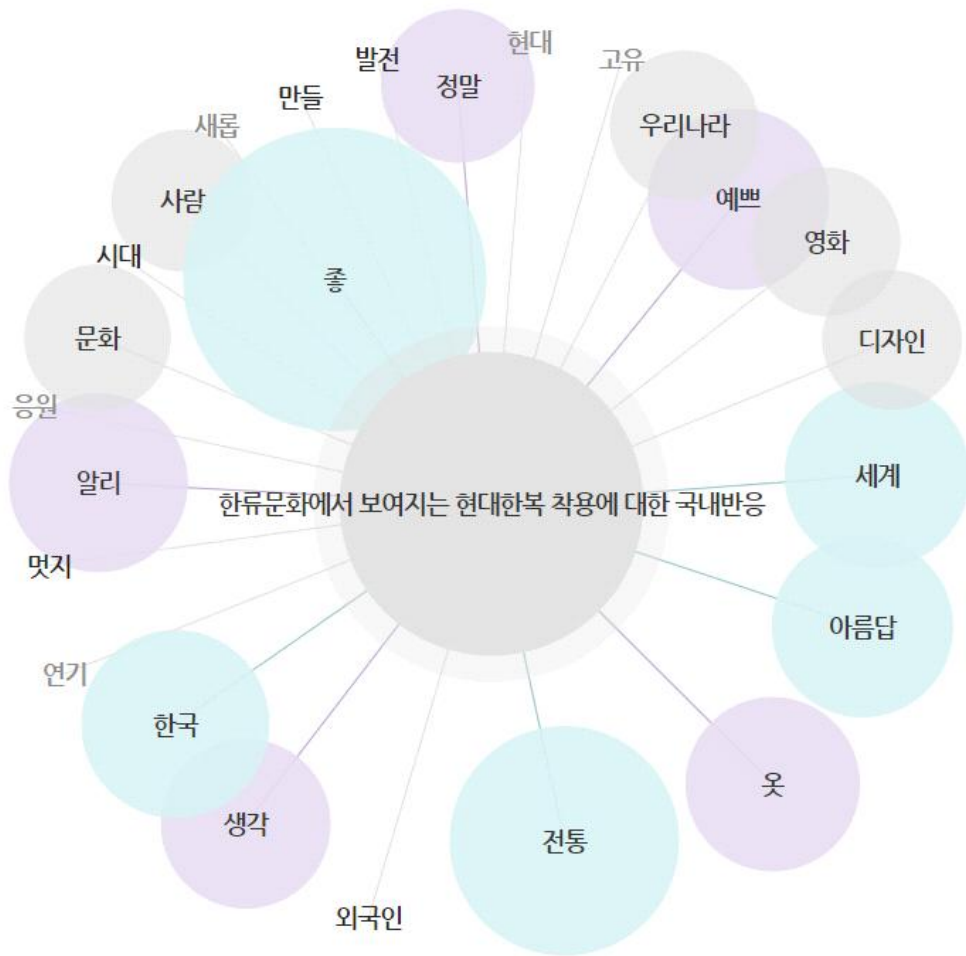


<그림 32> ‘한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 부정적 국내반응’ 워드클라우드



<그림 33> ‘한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 국내반응’
 감성단어 워드클라우드

문서의 단어를 빈도에 비례하는 크기의 원으로 나타낸 에고네트워크(그림 34)를 참고하여 종합적으로 살펴보면 한류문화를 통해 한복의 아름다움을 세계에 알리고, 새로운 디자인의 한복이 만들어지는 것을 응원하는 반응이 주를 이루었으나 일부는 외국인들에게 소개되는 한복에 한류문화의 영향력이 크기 때문에 전통한복과 현대한복의 구분은 필요하며 과도한 한복의 변형은 혼란을 불러올 수 있다고 보았다.



<그림 34> ‘한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 국내반응’ 에고네트워크

3. 일반인의 현대한복 착용에 대한 해외반응

1) 분석 대상 댓글의 내용

일반인의 현대한복 착용에 대한 긍정적 반응을 실제 댓글을 통해 확인해보면 대표적으로 다음과 같다.

“I have never seen prettier dresses in my life!” (긍정)

“Lovely mixing traditional and modern styles.” (긍정)

“it’s so cool to see korean culture spreading! especially now that BTS is a thing, it’s easier to be confident as an asian.” (긍정)

“Hanbok is so gorgeous!! I’ve been in love with it since the first historical Kdrama I watched lol. Gyeongbokgung is definitely going to be on my bucketlist of places to go to South Korea!!” (긍정)

“Talking about drama Kingdom on Netflix..Hanbok Good!! I’m madly waiting for the next episode.” (긍정)

“Hanbok reminds me of Blackpink. It’s beautiful” (긍정)

“The women in Hanbok were magnificent, I’m a fan of historical Korean drama.” (긍정)

“Fell in love with Korea, after watching Kdrama, Kpop, Variety shows. Kingdom is one of the best show ever! Love everything about Korea right now.” (긍정)

“You look like a princess in your Hanbok dress, So pretty!” (긍정)

위와 같은 긍정적인 댓글은 정리해보면 전통과 현대 스타일이 잘 어우러진 한복이며 아름답고 예쁜 복식이라는 의견이 주를 이루었다. 또한 일부 댓글에서는 넷플릭스의 킹덤과 같은 한국역사 드라마와 방탄소년단과 블랙

핑크와 같은 K-POP 등을 통해 한복을 알게 되었고 관심이 생겼다는 내용을 보였다. 이러한 내용은 많은 외국인들이 한류문화를 통해 한복이 한국의 전통의상이라는 것을 알게 되었으며, 한복에 대한 관심의 증가로 인해 한복을 검색하고 일반인의 한복착용 사례까지 찾아 보았다는 것을 확인하였다.

중립으로 분류된 댓글은 일반인의 현대한복 착용에 대해 긍정적이거나 부정적인 의견을 표출하지 않았지만 한복 착용 시 궁금한 점을 댓글에 남겼다.

“What do you think of non Koreans wearing hanbok?” (중립)

“Do most koreans feel proud that foreigners wear hanbok? I feel like a lot of western countries would say they are appropriating the culture and it shouldn't be worn by tourists.” (중립)

“Is it a common reaction of Koreans to see it as appreciating traditional Korean culture?” (중립)

“is it all right for foreigners to dress up in a hanbok or is it considered rude? I was planning on visiting Korea with my best friend and we really want to do this but we want to make sure we aren't being rude to the culture and to the people lol.” (중립)

“If I were to styled that “hanbok”, I would add some thigh high boots with heels and a crop shirt.” (중립)

중립적인 댓글은 위와 같이 외국인이 한복을 착용해도 되는지 혹은 무례한 행동인지에 대해 우려하는 의견이 대다수를 차지하였다. 이는 상대의 문화와 예절을 존중하고 문화적 차이를 이해하려는 반응으로 해석된다.

“I would wear one but uh, heard they're very uncomfortable for bigger busts.” (부정)

“I prefer the original hanbok.” (부정)

“modern hanbok can be ok but some of them aren't good. those like the ones that dont look like hanbok at all.” (부정)

“But these are not traditional hanbok. These are fusion 'hanbok' that are of inferior quality and are quite different from the traditional hanbok.” (부정)

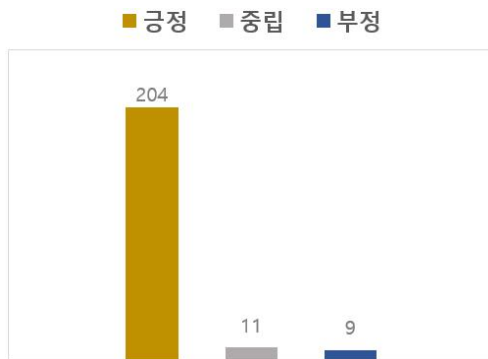
“it seemed kinda weird the concept of wearing these costumes.” (부정)

부정적인 반응에서는 영상에 보여지는 현대한복이 전통한복에 비해 디자인이 별로고 품질이 떨어지며 전통한복이 현대한복보다 더 아름답다고 하였다. 또한 체형에 따라 한복 착용이 불편하다는 의견을 보였다.

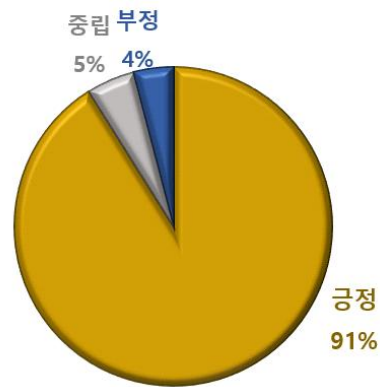
2) 전체 댓글에 대한 감성분석 결과

한국인의 현대한복 착용에 대한 해외반응은 자료가 매우 부족하여 한국 관광 중인 외국인들의 한복 대여 및 한복 착용에 대해 남긴 후기와 그에 따른 반응을 중심으로 수집하여 분석하였다.

일반인의 현대한복 착용에 대한 해외 반응을 감성분석 후 댓글의 반응별 빈도(그림 35)를 살펴보면 총 224개의 댓글 중 긍정적 의미의 댓글은 204개이고 중립은 11개, 부정은 9개인 것으로 나타났다. <그림 36>과 같이 감성분석 비율은 긍정이 91%로 압도적으로 높은 비율을 차지하였으며 그 다음으로는 중립 5%, 부정 4% 순으로 차지하였다. 이를 바탕으로 보아 일반인이 현대한복 착용했을 경우 해외에서는 대다수 긍정적인 반응을 보였다.



<그림 35> 감성분석 빈도



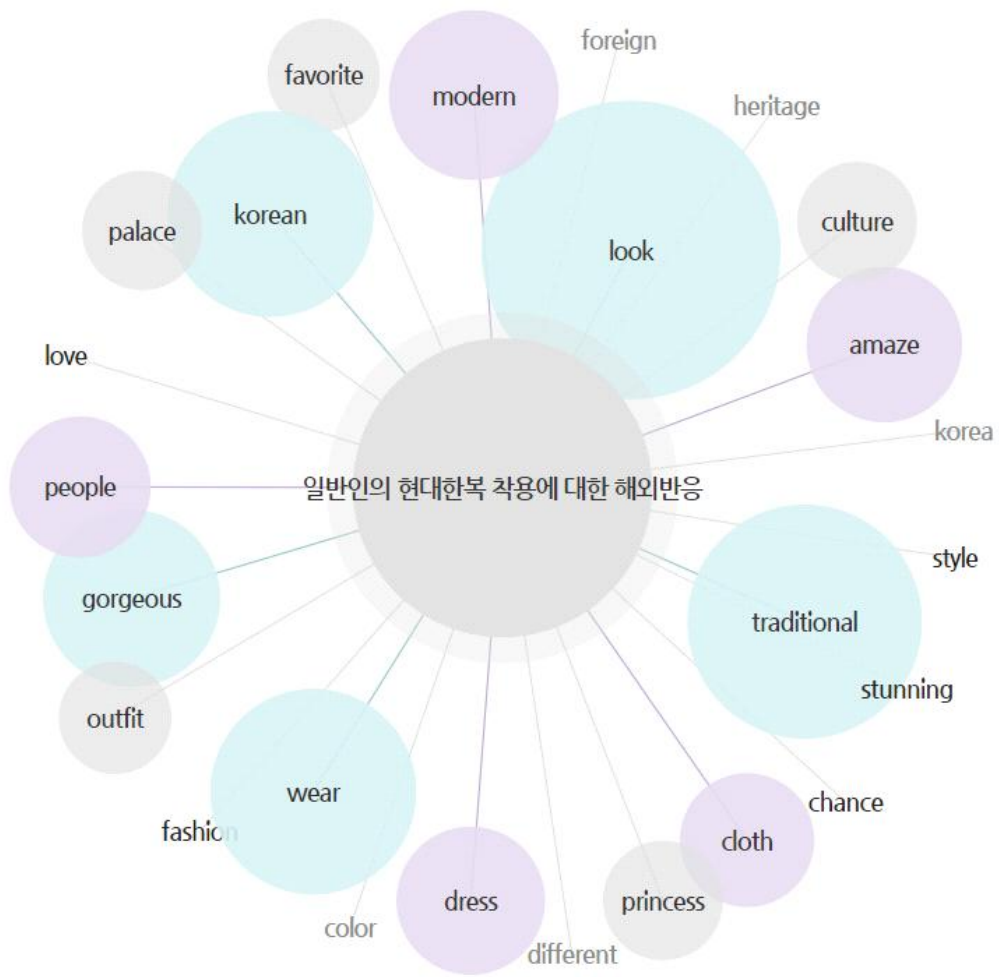
<그림 36> 감성분석 비율

일반인의 현대한복 착용에 대한 긍정적 해외반응(그림 37)과 부정적 해외 반응(그림 38)을 핵심 키워드의 빈도순대로 글자 크기와 진하기에 차이를 두어 시각화한 워드클라우드를 활용하여 살펴보면 다음과 같다.

긍정적 반응으로는 ‘beautiful’, ‘look’, ‘gorgeous’, ‘amaze’, ‘dress’ 등의 단어의 빈도수가 높게 나왔으며 ‘awesome’, ‘stunning’, ‘princess’, ‘palace’, ‘color’ 등의 단어가 그 다음을 차지하며 마지막으로 ‘K-drama’, ‘Kingdom’, ‘culture’, ‘heritage’, ‘gyeongbokgung’ 등의 단어를 확인할 수 있다(그림 37). 사용된 키워드를 종합해보면 한복은 아름답고 멋지며 경복궁에서 한복을 입으니 공주 같은 느낌이 든다고 볼 수 있으며, ‘k-drama’나 드라마 ‘Kingdom’ 키워드가 사용된 것으로 보아 해당 한류문화를 통해 한복을 알게 되었고 관심이 생겼다는 것을 유추해 볼 수 있다.

부정적 댓글이 많지는 않지만 <그림 38>을 통해 일반인의 한복착용에 대한 해외반응을 살펴보면 ‘does not’, ‘inferior’, ‘original’, ‘fusion’, ‘modern’, ‘comfortable’ 등의 키워드가 사용된 것으로 보아 현대한복은 전통한복보다 못하며 불편하다고 보았다.

실제 댓글과 키워드의 빈도에 따라 원의 크기에 차이를 두어 시각화한 에고네트워크(그림 39)를 참고하여 일반인의 현대한복 착용에 대한 해외반응을 종합적으로 살펴보면 다음과 같이 정리할 수 있다. 일반인의 한복착용에 대한 반응이지만 외국인들이 드라마, 영화, K-POP과 같은 한류의 영향으로 한복을 알게 되었다고 밝히고 있으며, 이를 통해 한복에 관심을 갖게 된 것을 확인할 수 있다. 특히 한국에 관광할 때 한복을 착용해보기를 원했고 이를 위해 한복을 대여하는 법이나 한복을 만드는 법을 문의하는 댓글도 있었다. 그러나 몇몇 외국인은 한복을 착용하면 결례가 되는 행동인지를 걱정하였고, 댓글을 수집한 영상이 대여한복을 착용하는 외국인의 후기영상인 만큼 영상에 나온 현대한복보다는 전통한복이 더 아름답다는 의견도 보였다.



<그림 39> '일반인의 현대한복 착용에 대한 해외반응' 에고네트워크

4. 한류문화에서 보여지는 현대한복 착용에 대한 해외반응

1) 분석 대상 댓글의 내용

한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 긍정적 댓글은 다음과 같다.

“Wow, that is not only modern but also traditional outfits.” (긍정)

“Their clothes and style are awesome!” (긍정)

“I love that their outfits are modernised hanbok.. that’s cultural reset”
(긍정)

“I like their modified hanbok. Their outfits reminds me of korean hanbok modernized version.” (긍정)

“The most beautiful mix of traditional and modern that I’ve seen.”
(긍정)

“when traditional meets modern.... something that BTS amazingly made possible...” (긍정)

“Always little bit odd when you start to watch something that is oldschool asian style combined with modern touch. Love the combination, puts a smile to everything.” (긍정)

“ Some may say it is soap opera, but this is a masterpiece of historical costume drama with the most eloquent balance between all aspects of making a film work.” (긍정)

“The scenery and sets look luxurious and the costumes are brought to life in glorious colours.” (긍정)

현대한복에 대해 모던함과 전통의 환상적인 조화를 이루었고 현대적으로 재해석된 한복은 우아함과 아름다움이 갖추어져 있다고 평가했다. 특히 전

통복식인 한복을 현대화된 디자인으로 표현함으로써 더욱 멋있다는 의견을 보였다.

한국의 전통복식인 한복은 기모노나 치파오와 같은 타국의 전통복식과 다른 한국의 전통복식임을 설명하는 댓글이 중립적인 반응에 주를 이루었다. 또한 기모노인줄 알았지만 K-POP 아이돌이 착용한 의상임을 생각해보고 한복이라는 것을 알게 되었다는 댓글도 보였으며 이는 해외에서 아직까지 한복의 인지도가 낮은 점을 알 수 있는 부분이었다.

“That outfit is a Korean traditional costume ‘Hanbok’, not Japanese clothes.” (중립)

“That outfit is Hanbok, a traditional Korean costume. It’s not kimono, a traditional Japanese costume.” (중립)

“No japanese style, It is Korean traditional outfit style.” (중립)

“Hanbok is not a kind of Kimono, it’s also another kind of traditional clothes around the world, Kimono is just the name of Japan traditional clothes.” (중립)

“At first, I thought their costumes are inspired by Japanese culture, but I remember this is kpop, so I guess these clothes feature Korean culture.” (중립)

“It’s HANBOK!, not kimono. Hanbok is Korea traditional look. Don’t say their clothes look like kimono. kimono is Japan.” (중립)

한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 부정적 반응으로는 치마가 짧아 불편해 보이며 전통한복에서 과하게 디자인을 변경하여 한복이 아닌 다른 복식으로 보인다는 의견을 보였다.

“Why does the dance looks so awkward and their skirts look uncomfortable.” (부정)

“skirts are too short.. that has to be uncomfortable” (부정)

“It looks very uncomfortable to wear.” (부정)

*“I’m sorry but they are terrible. they aren’t on sync, their outfits.”
(부정)*

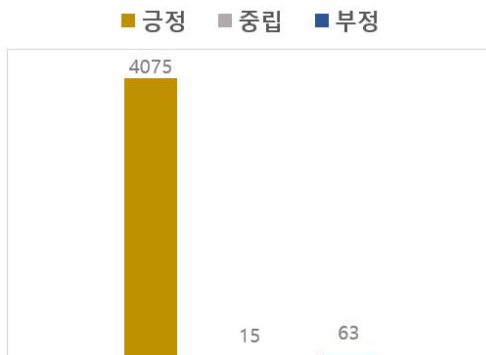
“Not really hating but i dont see the relevance of wearing hanboks making it seem like the whole mv was promoting culture or what...it just doesn’t seat right, i tried to look at their lyrics and made me think whats with wearing their traditional clothes.” (부정)

“I get the idea of hanbok .. but this is not how you use hanbok. This is more of kimono.. Is it just me feeling like that? They literally ruined hanbok. So messy and it looks just funny.. ” (부정)

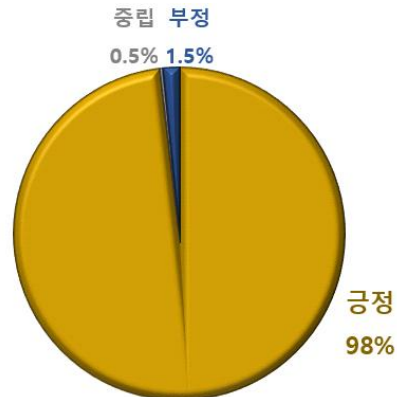
“No hate but I kinda don’t like their fashion styles.” (부정)

2) 전체 댓글에 대한 감성분석 결과

한류문화에서 보여지는 현대한복 착용에 대한 해외반응을 긍정, 중립, 부정으로 나누어 감성분석 후 <그림 40>과 같이 댓글의 반응별 빈도를 살펴보면 총 4,153개의 댓글 중 긍정적 의미의 댓글은 4,075개이고 부정 63개, 중립은 15개인 것으로 나타났다. 감성분석 비율은 <그림 41>을 보면 98%로 대다수 긍정적인 반응을 보였다. 부정과 중립은 각각 1.5%, 0.5% 순서대로 차지하였다. 다음과 같은 결과를 통해 한류문화에서 보여지는 현대한복 착용에 대한 해외반응은 일반인들의 현대한복 착용사례에서 보이는 해외반응과 비교했을 때 수집된 댓글의 수가 훨씬 많지만 결과는 마찬가지로 대다수 긍정적인 반응을 보였다.



<그림 40> 감성분석 빈도



<그림 41> 감성분석 비율

감성분석 후에 긍정 및 부정적 반응을 핵심단어를 중심으로 해당 반응을 효율적으로 확인하기 위하여 키워드의 빈도값에 따라 글씨 크기를 조절하여 시각화한 워드클라우드를 사용하였다.

<그림 42>를 통해 한류문화에서 보여지는 한복착용에 대한 긍정적 해외 반응을 살펴보면 ‘traditional’, ‘modern’, ‘costume’, ‘beautiful’, ‘gorgeous’, ‘amaze’ 등의 단어가 가장 많은 비중을 차지하였고 ‘modernize’, ‘awesome’, ‘stunning’, ‘perfect’, ‘culture’ 등이 다음으로 많이 사용되었으며 마지막으로 ‘unique’, ‘love’, ‘favorite’, ‘better’, ‘stylish’ 등이 사용된 것으로 보아 전통한복을 현대화한 현대한복은 굉장히 아름답고 놀랍도록 멋지다고 표현하였다. 또한 한복은 세계 어디에도 없는 유일무이한 한국의 문화로서 현대식으로 잘 나타내었다고 극찬하였다.

부정적인 반응의 워드클라우드(그림 43)를 살펴보면 빈도순대로 ‘outfit’, ‘performance’, ‘look’, ‘cloth’, ‘sounds’ 등의 빈도가 가장 높았으며 다음으로는 ‘did not’, ‘do not’, ‘comfortable’, ‘short’, ‘feel’, ‘traditional’ 등이 높았고 마지막으로 ‘does not’, ‘want’, ‘modern’, ‘expect’, ‘ignore’ 등이 사용되었다. 이는 과하게 변형한 한복은 불편해보이고 심지어 한복이라고 볼 수 없다는 의견으로 해석할 수 있다.

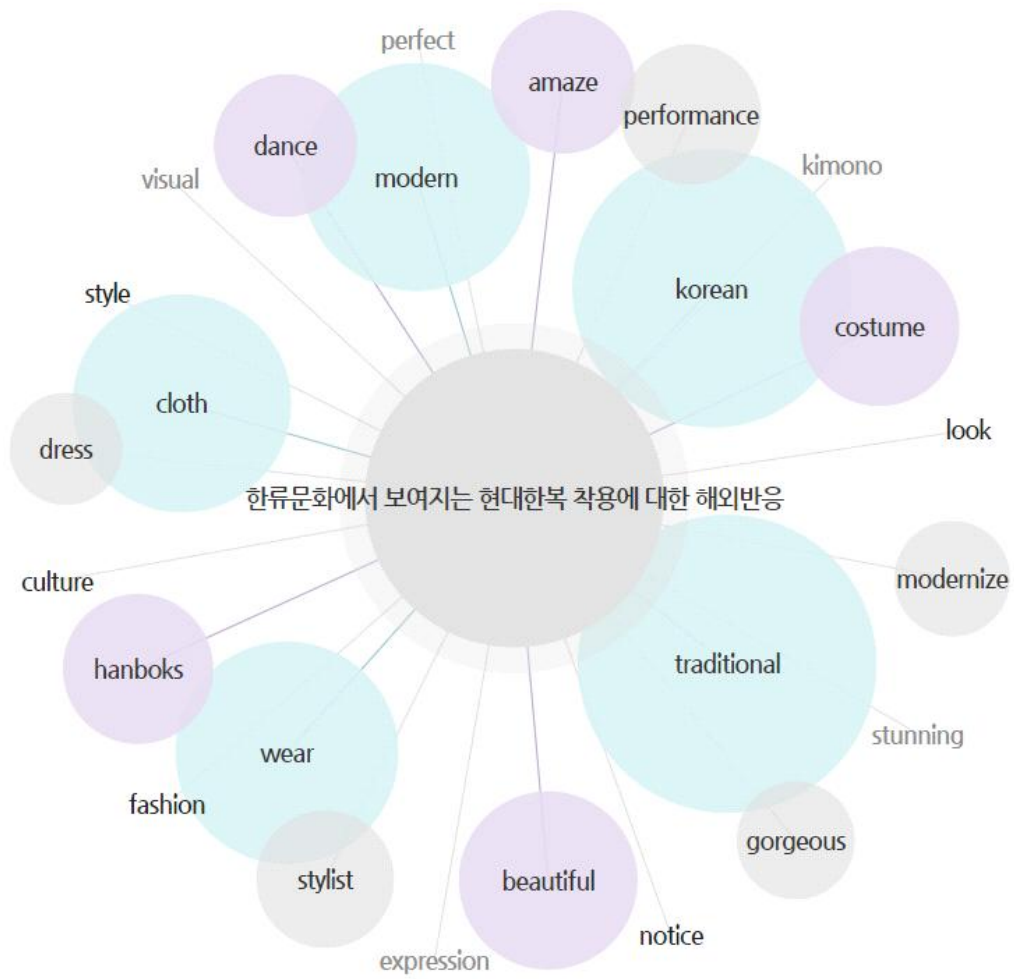
한류문화에서 보이는 현대한복 착용에 대한 해외 반응을 <그림 44>을 참고하여 종합적으로 정리해보면 현대한복은 한국의 전통 복식인 한복을 현대적으로 해석한 옷으로 굉장히 아름다운 옷이라고 평가하고 있다. 더구나 한복에서 전통과 현대의 콜라보는 한국문화를 돋보이게 해주나 과하게 변경된 디자인은 불편하다는 의견도 있었다.



<그림 42> '한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 긍정적 해외반응'
워드클라우드



<그림 43> '한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 부정적 해외반응'
워드클라우드



<그림 44> '한류문화에서 보여지는 현대한복에 대한 해외반응' 에고네트워크

V. 결론

본 연구에서는 한류문화에서 보여지는 현대한복 착용에 대한 국내외 반응을 확인하는 것에 목적을 두고 일반인의 현대한복 착용과 한류문화에서 보여지는 한복 착용에 대한 반응을 국내와 해외로 나누어 살펴보았다. 일반인의 현대한복 착용 사례는 온라인 기사와 유튜브 영상의 댓글을 중심으로 수집하였으며, 한류문화에서 보여지는 현대한복 착용사례는 드라마, 영화, K-POP에서 보여지는 한복에 대한 댓글을 수집하였다. 2015년부터 2021년까지 업로드된 네이버 뉴스 11개에서 총 1,386개의 댓글 중 현대한복과 관련이 있는 의견 855개, 네이버 영화 3편의 리뷰 12,952개의 댓글 중 한복과 연관이 있는 댓글 161개, 유튜브 영상 6개의 146,627개의 댓글 중 영상에서 착용한 한복과 관련 있는 내용이 4,116개, IMDb에서 드라마와 영화 4편에서 39,281개의 리뷰 중 한복에 대한 내용 261개를 수집하였다.

댓글의 반응은 두가지 방법으로 나누어 분석하였다. 먼저 핵심 키워드를 빈도순으로 나열한 워드클라우드를 활용하였는데 이는 각각 긍정, 중립, 부정의 반응별로 분류하여 주된 내용을 확인하였다. 다음으로는 추천수를 많이 받은 실제 댓글을 추출하여 내용을 읽고 분석하였다. 해당 방법들을 통해 분석한 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 일반인의 현대한복 착용에 대한 국내반응으로는 부정적 반응이 73%로 과반수 이상을 차지하고 있으며 긍정적 반응은 17%를 차지하였다. 먼저 가장 많은 비중을 차지하는 부정적 의견으로는 현대한복이 전통성을 훼손하였고 현대화된 한복을 새로운 시도가 아닌 변형과 파괴로 인식하였다. 또한 한복의 우아함과 품위는 보존되고 지켜져야 할 것으로 보았다. 그러나 일부는 한복이 세계의 트렌드에 맞게 재탄생하는 것은 의미가 있는 시도이며 그 자체만으로도 한복을 지키려는 행동이라고 보았다.

둘째, 한류문화에서 보여지는 현대한복 착용에 대한 국내반응은 위와 달리 긍정적인 반응이 64%로 부정적 의견보다 두 배 많은 비중을 차지하였다. 긍정적 반응으로는 현대한복을 영화, 드라마, K-POP에서 착용함으로써 해외의 한복에 대한 관심이 높아지고, 한복을 현대인의 취향에 맞게 재해석하여 한복의 아름다움이 세계 널리 알려지기를 희망했다. 하지만 과한 변형은 한복의 전통성을 잃을 수 있으며, 이와 같은 옷이 한류를 통해 전세계에 한국 전통복으로 소개되는 것에는 부정적인 의견을 내었다.

셋째, 일반인의 현대한복 착용에 대한 해외반응은 긍정적 반응이 91%로 압도적인 비중을 차지했다. 반응의 대다수는 외국인이 경북궁에서 대여한복을 착용한 영상으로부터 댓글을 수집한 것으로 그들 중 일부는 한류를 통해 한복을 알게 되었고 한복에 대한 관심의 증가로 일반인의 한복 착용 사례까지 찾아보았다고 밝히고 있다. 아름답고 멋진 한복을 직접 착용해보고 싶다는 의견이 대부분을 차지하였지만, 영상에 보여지는 대여한복의 품질이 떨어져 보이고 착용한 채로 일상생활을 하기에는 불편해 보인다는 의견도 일부 보였다.

넷째, 한류문화에서 보여지는 현대한복 착용에 대한 해외 반응은 98%의 비율로 일반인의 한복 착용에 대한 해외 반응처럼 긍정적인 평가가 주를 이루었다. 먼저 한류문화에서 착용된 한복을 현대와 전통의 조합이 완벽한 한복이라고 평가하였으며 아름다움과 한국 고유의 문화가 담긴 전통 복식이라고 하였다. 다만 과한 디자인의 변형은 전통성의 훼손이라는 의견도 일부 있었다.

이러한 결과를 종합해봤을 때 한류문화에서 보여지는 현대한복은 국내외 모두 긍정적인 반응을 이끌어냈다. 해외에서의 현대한복에 대한 반응은 일반인의 현대한복 착용사례의 경우와 한류문화에서 현대한복 착용사례의 경우 모두 긍정적인 반응이 대다수를 차지하였다. 다만 한류문화에서 보여지

는 현대한복에 대한 해외 반응이 일반인이 착용하는 현대한복에 대한 해외 반응보다 압도적으로 많은 것으로 보아 대다수 외국인이 한류문화를 통해서 현대한복의 아름다움을 알게 되었다고 볼 수 있다. 또한 일반인의 현대한복 착용에 대한 해외 댓글을 살펴본 바에 따르면 본래 이들은 한류문화를 통해 한복을 알게 되었고 한복에 대한 관심이 증가하자 검색을 통해 일반인의 착용 사례까지 찾아본 것으로 볼 수 있다. 이처럼 한류문화는 한복의 세계화에 도움이 되지만 원래 한국문화에 관심이 있는 외국인이 영상을 찾아보고 긍정적인 댓글만을 달았을 가능성이 큰 만큼 표본의 신뢰도가 떨어지는 한계가 있으므로 다양한 경로를 통해 현대한복에 대한 반응을 살펴볼 필요가 있다. 본 연구는 한류를 통해서 한복의 아름다움을 알리고 한복의 세계화를 위한 기초자료로 활용되기를 기대한다.

참고문헌

국내문헌

- 강호준·박병화(2018). 텍스트 마이닝을 활용한 미국내 한국식품에 대한 소비자 인식 분석. 로고스경영연구, 16(4), pp. 155-168.
- 김경미·이상은(2015). 영화 "상의원(尙衣院)"의 복식에 대한 고찰 -왕비복식을 중심으로-. 한국동양예술학회, 27, pp. 28-54.
- 김경희(2017). 한국복식에 관한 국내 학술연구 동향 분석 - 2005~2015년까지 학술지를 중심으로 -. 韓服文化, 20(1), pp. 5-16.
- 김문자(2015). 『한국복식사 개론』. 서울: 교문사.
- 김미진, 김혜영, 조우현(2005). 근대이후 여성 생활한복의 특징 및 변천. 한국의상디자인학회지, 7(2), pp. 137-158.
- 김소희(2018). 한국 전통복식 여밈의 변화와 미적 특성. 한국의류학회지, 42(6), pp. 924-942.
- 김소희, 채금석(2016). 한국 전통복식 조형에 나타난 프랙탈적 현상. 한국의상디자인학회, 18(3), pp. 165-181.
- 김여경(2010). 2000년 이후 인쇄매체에 나타난 한복의 조형미 연구. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 김은정(2020). 한국 전통복식분야의 문화재적 가치와 활용에 관한 연구. 韓服文化, 23(4), pp. 21-32.
- 김인자·김효숙(2020). 한국 전통복식 더그레의 현대화 연구. 한국복식학회, 70(4), pp. 152-165.
- 박성희·홍나영(2018). 일제강점기 합성염료 염색 강습에 관한 연구.

- 韓服文化, 21(2), pp. 5-16.
- 박영선(2003). 생활한복 디자인 개발을 위한 소비자 인지도 조사 연구. 韓服文化, 6(3), pp. 19-25.
- 배리듬·김은정(2018). 장옷의 특성을 적용한 현대적 외투 디자인 개발에 관한 연구 -조선시대부터 20세기까지의 장옷을 중심으로-. 韓服文化, 21(1), pp. 101-114.
- 서은영(2017). 의류 상품평 텍스트에 나타난 감성표현 연구-의미 특성, 극성, 속성에 따른 분류를 중심으로-. 어문론총, 71, pp. 9-31.
- 손우승(2007). 한중일의 전통의복을 통해 본 민족정체성. 비교민속학, 34, pp. 301-336.
- 심연옥(2016). 전통 사저교직포의 전승과 현대적 활용. 韓服文化, 19(4), pp. 23-38.
- 심준영(2017). 대여한복에 대한 연구. 服飾文化研究, 25(3), pp. 405-418.
- 엄성원(2020). 텍스트 마이닝을 활용한 Youtube 광고에 대한 소비자 인식 분석. 경영과 정보연구, 39(2), 181-193.
- 유현·이신영(2020). 제로웨이스트 패션한복 개발에 관한 연구 -버추얼 피팅 시뮬레이션을 중심으로-. 한국디자인문화학회지, 26(4). pp. 361-372.
- 이미란·김혜경·송혜련(2016). 생활한복의 문화관광 상품화를 위한 패션디자인 개발 연구. 한국패션디자인학회지, 16(3), pp. 15-27.
- 이미숙, 강유희(2018) 한복 브랜드의 디지털 미디어 활용 및 온라인 쇼핑물 현황 연구. 한국디자인문화학회, 24(3), pp. 425-441.
- 이상례·김미현(2021). 국가 정책의 관점에서 한복 문화정책 방안 제시 연구. 일러스트레이션 포럼, 66, pp. 49-62.
- 이상훈·최정·김중우(2016). 영역별 맞춤형 감성사전 구축을 통한 영화리뷰 감성분석. 지능정보연구, 22(2), pp. 97-113.

- 이영주(2015). 개화기 기생의 직업 문식성이 자기의식에 미친 영향. 수사학, 23, pp. 291-326.
- 이윤·윤태연·우준모(2020). 텍스트 빅데이터 분석을 통한 환경문제와 시민교육: 수질오염과 녹조를 중심으로. 글로벌교육연구, 12(1), pp. 3-28.
- 이윤주·서지훈·최진탁(2014). SNS 텍스트 콘텐츠를 활용한 오피니언마이닝 기반의 패션 트렌드 마케팅 예측 분석. 한국정보기술학회논문지, 12(12), 163-170.
- 이인화·손미영(2021). 중고한복시장 및 한복리폼시장의 활성화 방안 연구. Family and Environment Research, 59(1), pp. 59-69.
- 이재문(2018). 소셜 빅데이터를 활용한 올림픽 태권도 감성분석. 국기원태권도연구, 9(1), pp. 161-175.
- 이재영(2017). 대여용 패션한복의 스타일 특성 분석. 기초조형학연구, 18(5), pp. 437-448.
- 이정은·장민정(2020). 현대 신한복 온라인 쇼핑몰의 상품 분류 고찰. 韓服文化, 23(3), pp. 79-93.
- 이정훈(2018). 감성분석 연구 동향. 한국정보처리학회 학술대회논문집, 25(1), pp. 358-361.
- 이주원(2002). 생활한복의 문화상품화를 위한 방안. 韓服文化, 5(4), pp. 87-95.
- 이혜진·최자영(2019). 텍스트 마이닝 기법을 활용한 편의점 이용 고객의 트위터 리뷰에 대한 감성 분석. 글로벌경영학회지, 16(4), pp. 143-164.
- 장민정(2019). 한국 전통복식의 유튜브(YouTube) 콘텐츠 현황 분석. 韓服文化, 22(4), pp. 115-123.
- 정상은·이소영(2018). 현대에 착용되는 여성한복의 색채 특성에 관한 연구.

- 韓服文化, 21(3), pp. 23-36.
- 정지훈·정혜인·이준기(2021). 텍스트마이닝 기법과 ARIMA 모형을 활용한 배달의 민족 앱 리뷰 분석. 한국디지털학회논문지, 22(2), pp. 291-299.
- 정혜란·이은진(2018). 2010년 이후 한복의 새 패러다임 사례. 韓服文化, 21(4), pp. 97-108.
- 정환희(2020). 방탄소년단(BTS)의 패션 스타일 전략에 관한 연구. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 조우현·박민재(2020). 1950년대 동아일보 기사를 통해 본 한복 양상 연구. 한국의상디자인학회지, 22(1), pp. 45-59.
- 조혜진·서지훈·최진탁(2015). 주식 뉴스 콘텐츠를 활용한 오피니언마이닝 기반의 OAR 감성사전 알고리즘 기법. 한국정보기술학회논문지, 13(3), pp. 111-119.
- 최영현·천텐이·이규혜(2020). K-POP 아이돌 그룹 신한복 스타일에 대한 글로벌 반응 : 블랙핑크 패션 사례. 디지털융복합연구, 18(12), pp. 533-541.
- 한민재·이연희(2020). 한국복식 디자인의 연구동향에 관한 고찰 -<복식>과 <한복문화> 학술지를 중심으로-. 服飾文化研究, 28(5), pp. 677-691.
- 현지연·유상이·이상용(2019). 평점과 리뷰 텍스트 감성분석을 결합한 추천시스템 향상 방안 연구. 지능정보연구, 25(1), pp. 219-239
- 황보현우·김종혁(2016). 감성분석을 통한 한국 드라마의 수출 성과 요인에 관한 연구. e-비즈니스 연구, 17(6), pp. 87-99.

해외문헌

- Dang, S., & Ahmad, P. H. (2014). Text mining: Techniques and its application. *International Journal of Engineering & Technology Innovations*, 1(4), pp. 866-2348.
- Gupta, V., & Lehal, G. S. (2010). A survey of text summarization extractive techniques. *Journal of emerging technologies in web intelligence*, 2(3), pp. 258-268.
- Iwata, T., Watanabe, S., Yamada, T., & Ueda, N. (2009). Topic tracking model for analyzing consumer purchase behavior. In *Twenty-First International Joint Conference on Artificial Intelligence*.
- Kaushik, A., & Naithani, S. (2015). A study on sentiment analysis: methods and tools. *Int. J. Sci. Res.(IJSR)*, 4(12), pp. 287-292.
- Kaushik, A., & Naithani, S. (2016). A comprehensive study of text mining approach. *International Journal of Computer Science and Network Security (IJCSNS)*, 16(2), pp. 69-76.
- Mooney, R. J., & Bunescu, R. (2005). Mining knowledge from text using information extraction. *ACM SIGKDD explorations newsletter*, 7(1), pp. 3-10.
- Osimo, D., & Mureddu, F. (2012). Research challenge on opinion mining and sentiment analysis. Universite de Paris-Sud, Laboratoire LIMSI-CNRS, Bâtiment, 508.

- Patel, F. N., & Soni, N. R. (2012). Text mining: A Brief survey. *International Journal of Advanced Computer Research*, 2(4), pp. 243-248.
- Ramanathan, V., & Meyyappan, T. (2013). Survey of text mining. In *International conference on technology and business management* pp. 508-514.
- Sagayam, R., Srinivasan, S., & Roshni, S. (2012). A survey of text mining: Retrieval, extraction and indexing techniques. *International Journal of Computational Engineering Research*, 2(5), pp. 1443-1446.
- Shehata, S., Karray, F., & Kamel, M. (2009). An efficient concept-based mining model for enhancing text clustering. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, 22(10), pp. 1360-1371.

기타자료

KBS(2021. 2. 25). BTS, 한복 입고 경복궁에...한국 '전통 힙'의 멋.

자료검색일 2021. 3. 11 자료출처

<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=056&aid=0010995751>

KBS(2021. 4. 5). 中 역지에 분노한 한인 고교생들...美 도시 설득 '한복의 날' 제정. 자료검색일 2021. 4. 5 자료출처

<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=104&oid=056&aid=0011019329>

YTN(2019. 11. 5). 청바지, 운동화와 입어도 어울려요...新한복의 매력.

자료검색일 2021. 1. 16 자료출처

<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=103&oid=052&aid=0001361904>

국민일보(2021. 3. 6). “후드티? 이거 한복 맞습니다” 2030 매료된 한복룩.

자료검색일 2021. 1. 14 자료출처

<https://n.news.naver.com/article/005/0001417632>

매일경제(2021. 4. 8). 방탄소년단(BTS) 한복 전시·한복 입으면 영화 공짜!.

자료검색일 2021. 3. 11 자료출처

<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=103&oid=009&aid=0004776328>

세계일보(2020. 11. 21). 맵시 살려주는 '한복 교복' 입고 등교.

자료검색일 2021. 1. 16 자료출처

<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=103&oid=022&aid=0003525444>

스포츠조선(2021. 2. 10). 중국거라고? 한복의 역사를 알려주마!

자료검색일 2021. 1. 10 자료출처

<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=144&aid=0000716847>

이데일리(2021. 3. 17). 스파오, 생활한복 출시…BTS한복으로 유명한

'리슬'과 협업. 자료검색일 2021. 3. 12 자료출처

<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=018&aid=0004878050>

이데일리(2021. 3. 23). 작년 문화예술저작권 무역수지 첫 흑자

1.6억달러..”BTS 등 한류의 힘”. 자료검색일 2021. 1. 16 자료출처

<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=018&aid=0004882437>

패션엔(2017. 7. 3). 킬다 스윈턴-안서현, 피기 핑크드레스는 한복과 샤넬의

합작품(?). 자료검색일 2021. 2. 12 자료출처

https://www.fashionn.com/board/read_new.php?table=1009&number=21041

한국경제(2021. 2. 26). 뉴욕 타임스퀘어 점령한 태극기와 한복, 해외매체도

‘화들짝’. 자료검색일 2021. 2. 12 자료출처

<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=015&aid=0004505395>

ABSTRACT

Analysis of Domestic and International Reactions to Modern Hanbok in Korean Wave : Use of Textmining Methods

Yoo, Ji Yeon

Dept. of Clothing

Graduate School of

Sungshin Women's University

As the domestic and global popularity of Korean Wave contents has increased, it is also possible to observe the increase of the interest in Hanbok on Korean dramas, movies, and K-pop stages. Recently, Hanbok has been introduced as a Korean national costume through the Korean Wave. However, compared to the high popularity of the Korean Wave, there is a lack of research on domestic and international responses to modern clothing shown in the Korean Wave culture. Therefore, in this thesis, we study the Korean Wave culture and modern Hanbok through theoretical examination, and looked at the recent cases of wearing Hanbok in Korean Wave culture. After collecting domestic and international responses to each case, sentiment analysis is carried out, which aims to identify domestic and international responses to the

wearing of modern Hanbok in the Korean Wave culture.

In this thesis, we divide the responses to the wearing of modern Hanbok into domestic and international ones. First, the domestic responses to modern Hanbok worn by the public in their daily lives is analyzed. Second, we analyze the domestic responses to modern Hanbok shown in the Korean Wave culture. Third, we investigate overseas responses to modern Hanbok worn by the public in their daily lives. Fourth, we analyze the international reactions to modern Hanbok shown in the Korean Wave culture. In order to verify the above issue with objective data, the general public's wearing of modern Hanbok was collected mainly from online articles and YouTube videos, while the wearing of modern Hanbok in Korean Wave culture was collected from Korean dramas, movies, and K-pop.

The responses through the comments were analyzed in two ways. We observe positive and negative responses through word cloud, which lists keywords in frequency order, and we also read each of the comments to analyze them qualitatively. The results of the research analyzed through these methods are summarized as follows.

First, more than half of the domestic responses were negative to the wearing of modern Hanbok by the public. In the negative responses, modern Korean Hanbok is perceived as transformation and destruction, which undermines the Korean tradition. On the other hand, in the positive responses, it is regarded as a meaningful attempt to recreate Hanbok along the global trend and to protect Hanbok itself.

Second, there are twice as much positive opinions as the negative ones

in the domestic responses to the wearing of modern Hanbok in Korean Wave culture. In the positive responses, they considered that wearing of modern Hanbok in Korean Wave culture has increased the interest in Hanbok worldwide, and hoped that the beauty of Hanbok to be widely known further around the world. However, there were negative opinions which concern about the over-modified Hanbok to be misunderstood as Korean traditional clothing by the foreigners.

Third, more than 90% of the international respondents reacted positively to the wearing of modern Hanbok by the public. Some say that they became interested in learning Korean traditional clothing through the Korean Wave, and most of the respondents said they wanted to wear beautiful and gorgeous Hanbok. However, the others said it looked uncomfortable to wear Hanbok in their daily lives.

Fourth, the international responses to the wearing of modern clothes shown in the Korean Wave culture was mainly positive. The modern clothing seen in the Korean Wave culture was evaluated as a perfect harmony between tradition and modernity, and praised as a national costume with beauty and style. However, there were some opinions that excessive design variations were a damage to Korean tradition.

In this thesis, we compare and analyze the domestic and global responses to modern Hanbok shown in Korean Wave culture and study the responses to the wearing of modern Hanbok by the public. Through this research, we hope to provide basic data on how to globalize Hanbok and help modern Hanbok to establish itself as a clothing which attracts global attention.