ISSN 2509-2817 KiDRS Korea Institute of Design Research Society 2023. Vol.8 No.1

LDA 토픽모델링을 활용한 패션에 나타난 과시적 현상 연구

A Study on the Flaunting Phenomena in Fashion Using LDA Topic Modeling

주 저 자 : 왕 흠 (Wang, Xin) 동명대학교 디자인학과 박사과정

교 신 저 자 : 성광숙 (Sung, Kwang Sook) 동명대학교 디자인학과 교수
kssungtit@naver.com

https://doi.org/10.46248/kidrs.2023.1.70

접수일 2023. 2. 25. / 심사완료일 2023. 3. 8. / 게재확정일 2023. 3. 11. / 게제일 2023. 3. 30.

Abstract

As the economy and ideology develop, the way people express themselves is also changing significantly. Fashion is used as a tool to express the needs of the wearer by reflecting all aspects of politics, economy, society, and culture of the era, and as a fashion, it shows off a specific class to which it belongs when distinguishing itself from others. This paper aims to identify the flaunting phenomena and characteristics of modern fashion by quantitatively exploring the changes and actual conditions of fashion flaunting with the development of the times through the big data research method. In order to achieve the research purpose, this study was conducted by reviewing previous studies and analyzing LDA topic modeling. Through the LDA topic modeling analysis, it showed off its fashion characteristics such as 'showoff and competence on social media platforms', 'Chanel's leading influence on fashion', 'star's leading role in fashion style', 'Korean luxury consumption', 'extreme growth of Asian fashion consumption and new expression'. In terms of the implications of the results, first, the way and place of modern social fashion flaunting have changed from offline to online. Second, luxury brands and stars lead the trend of showing off fashion consumption. Third, Asia has become the center of luxury goods consumption and fashion show-off. Fourth, not pursuing trends is becoming a new fashion show. Fifth, In the study of flaunting phenomena in fashion, it was confirmed that big data analysis can be used as a supplementary means for qualitative analysis, and the objectivity of the analysis results can be secured. It is expected that it can be used as useful empirical data for researching the trend of consumer's show-off psychology and show-off fashion in the future.

Keyword

Flaunting Phenomena(과시적 현상), Fashion Flaunting (패션 과시), LDA Topic Modeling(LDA 토픽 모델링), Big Data(빅데이터)

요약

경제와 이데올로기가 발전함에 따라 사람들의 과시적 표현 방식도 크게 변화하고 있다. 패션은 자신을 타인과 구분하고 자신이 속한 특정 계층을 보여주는 도구로 그 시대의 정치, 경제, 사회, 문화 등을 반영하면서도 착용자의 욕망을 과시한다. 본 논문은 빅데이터 연구 방법을 통해 시대의 발전에 따른 패션 과시의 변화와 실태를 정량적으로 모색함으로써 현대 패션에서 나타나는 과시 현상과 특성을 파악하고자 한다. 연구 목적을 달성하기 위하여 본 연구는 선행연구 고찰과 LDA 토픽모델링 분석 방법으로 진행하였다. LDA 토픽모델링 분석을 통해 '소셜 미디어 플랫폼에의 몸 과시와 유능성 자랑', '과시 패션에 대한 샤넬의 주도적 영향', ' 스타들의 과시 패션스타일의 리더적 역할', ' 세계 1위인 한국인의 명품 소비 추구', '아시아의 과시 패션 소비의 극성장과 한류의 세계적인 영향력', '과시 패션 개념의 확장과 새로운 과시적 표현' 등 패션에 나타난 과시적 현상과 특성을 유추하였다. 본 연구의 시사점은, 첫째, 현대 사회의 패션 과시의 방식과 장소가 오프라인에서 온라인으로 이동하였다. 둘째, 명품 브랜드와 스타들은 과시 패션 소비경향를 주도한다. 셋째, 아시아 지역은 명품 소비와 패션 과시의 중심이 되었다. 넷째, 트렌드를 추구하지 않는 것이 새로운 패션 과시의 방식이 되고 있다. 다섯째, 패션에 나타난 과시적 현상 연구에 있어, 빅데이터 분석은 정성적 분석의 보완수단으로 활용될 수 있으며, 분석 결과의 객관성을 확보할 수 있음을 확인하였다. 향후 소비자의 과시 심리와 과시 패션의 추세 연구에 유용한 실증자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

목차

1. 서론

2. 이론적 배경

2-1. 과시와 과시적 소비의 개념

2-2. 과시적 패션

2-3. LDA 토픽모델링

3. 연구 방법 및 절차

3-1. 데이터의 수집과 정제

3-2. 최적 토픽 수의 선정

4. 연구 결과

4-1. LDA 토픽모델링 분석

4-2. 비교 분석

5. 요약 및 결론

5-1. 연구 결과의 요약

5-2. 결과의 논의 및 시사점

5-3. 한계점 및 향후 연구

참고문헌

1. 서론

인간은 사회적 동물로서 다른 사회 구성원들에게 존경받고 주목받고 싶은 욕망이 있으며 이런 욕망은 사회계층을 만들어냈다. 계급이 생긴 후 사람들은 다양한 방법으로 몸을 꾸미기 시작해 자신을 과시하였다.[1)]

패션은 자신을 타인과 구분하고 자신이 속한 특정 계층을 보여주는 도구로 그 시대의 정치, 경제, 사회, 문화 등을 반영하면서도 착용자의 욕망을 과시한다.[2)] '제2의 피부'라고 불리는 패션은 다른 어떤 제품보다 인간의 내적·외적 특성을 더 섬세하게 과시할 수 있다.[3)] 또한, 사회적 대인관계에서도 타인의 긍정적인 평가와 반응을 얻기 위한 도구로 사용되며 상징적 특성을 부여받았다. 따라서, 패션 제품에서 강한 상징적 소비 성향을 나타내고 있다.[4)]

현대 물질주의와 루키즘 등의 영향으로 사람들의 가치관과 행동 방식이 변화하면서 패션, 메이크업 등 외적인 과시 소비를 중시하기 시작하였다.[5)] 즉, 경제와 이데올로기가 발전함에 따라 사람들의 과시적 표현 방식도 크게 변화하고 있다.

따라서 본 논문은 빅데이터 연구 방법을 통해 시대의 발전에 따른 패션 과시의 변화와 실태를 정량적으로 모색함으로써 현대 패션에서 나타나는 과시 현상과 특성을 파악하고자 한다.

2. 이론적 배경

2-1. 과시와 과시적 소비의 개념

2-1-1. 과시의 개념

국어사전에 따르면, 과시란 '자랑해 보임'또는 '사실보다 크게 나타내어 보임'[6)]을 의미한다. 과시적 행위는 인간만의 행위가 아니라 일부 동식물에서도 나타난다. 동식물의 과시적 행위는 주로 번식과 자기 방어를 목적으로 하며, 자신의 신체적 특징을 과장함으로써 개체군의 인정을 받는다. 반면 인간의 과시적 행위는 더욱 복잡하고 다른 사람의 인정과 정체성을 얻으려는 욕망으로 나타난다.[7)] 또한, 과시적 행위의 동기에는 두려움, 불안, 자신감 부족 등의 열등감이 있다.[8)] 심리적

1) 임지영, '현대패션에 나타난 과시형복식에 관한 연구', 홍익대학교 대학원 석사학위논문, 2007, p.1.

2) 구자룡, '소비자-브랜드 관계 유형별 브랜드 인지, 지각된 품질 및 브랜드 이미지가 브랜드 태도 및 브랜드 로열티에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구'. 상명대학교 대학원 박사학위논문. 2003. p.3.

3) 구호영, '자아일치성, 효용적 일치성, 소비자 만족 그리고 브랜드 신뢰의 관계에 대한 연구 -실용적 제품과 쾌락적 제품 비교를 중심으로 -'. 연세대학교 대학원 석사학위논문. 2005. pp.3-4

4) 정명선. 체면 민감성, 과시 소비 성향, 펴션 명품 선호도가 패션 명품 복제품의 구매 행동에 미치는 영향. 복식문화연구. 2009. Vol.17 No.2. pp.200-202.

5) 김호정. '과장형 복식의 조형적 특성과 상징적 의미에 관한 연구'. 상명대학교 대학원 석사학위논문. 2005. p.2.

6) 네이버 국어 사전, 검색어: 과시,(검색일:2023.01.17) URL: http://krdic.naver.com

7) 바이두 사전. 검색어: 과시. (검색일:2023.01.17) URL: http://www.baidu.com

요구와 자아 자존심 부족을 보상하는 수단이며 행동을 과시함으로써 자존감을 높이고 상대방이 보여주는 긍정적인 반응을 통해 쾌감과 만족감을 얻는다.[9] 이처럼 인간은 자기과시를 통해 얻은 만족감을 통해 남보다 우수한 우월감을 갖게 되고, 이러한 심리적 반응을 통해 강함에 대한 욕구가 끊임없이 증대된다.[10]

2-1-2. 과시적 소비의 개념

베블런(Veblen)은 처음으로 과시적 소비의 개념을 제시하였으며 그는 과시적 소비란 자신의 신분, 지위나 부를 과시하기 위해서 생존에 필요한 본질적 수준 이상의 소비를 통해 남의 시선을 끄는 경제적 행동이며, 단순히 개인적인 명성을 얻기 위한 목적보다는 재력을 과시하려는 목적으로 소비하는 것으로 정의하였다.[11] 소비(consumption)라는 용어는 소비한다(consume)에서 유래[12]하였며, 경제학자들은 소비가 삶의 질과 개인의 만족감을 높일 목적으로 상품과 서비스를 구매하고 사용하는 모든 과정이라고 주장하였다.[13] 또 소비의 목적은 개인의 기본적 욕구를 충족시키는 것 외에도 사회관계에서 소비능력이 개인의 재력과 부유함을 나타내는 수단, 즉, 과시적 소비이다. 과시적 소비는 자신의 경제력을 과시하기 위한 것으로 사회적 지위를 표현하는 가장 간단하고 분명한 방식이다.[14]

2-2. 과시적 패션

2-2-1. 과시와 패션의 관계

베블런은 <유한계급론>에서 '패션은 지불 능력과 여가의 증거', '패션은 노동하지 않음의 증거', '패션은 금전 문화의 지표'라고[15] 과시와 패션의 관계를 제시하였다.

1) 패션은 지불 능력과 여가의 증거

값비싼 패션에 대한 욕구는 우리의 사고방식에 깊이 뿌리를 두고 있으며 우아하고 비싼 패션이 구매자의 재력과 여가를 의미한다.[16] 베블런을 의하면, 값비싼 패션은 소비자가 상당한 돈을 소비할 수 있고, 생산하지 않아도 구매할 수 있다는 계급과 부의 증거이자 상징임을 보여준다.[17]

2) 패션은 노동하지 않음의 증거

베블런의 주장에 따르면, 여성 패션은 남성 패션보다 착용자가 생산적 노동을 전혀 하지 않는 것을 더 강력하게 증거한다. 상류 여성이 신는 높은 하이힐, 크고 우아한 스타일의 모자, 또한, 장식이 화려하고 디자인이 복잡한 스커트와 드레스 등은 노동 면제의 가장 간단한 증거이다.[18] 이런 패션은 값비싸고 착용자의 행동을 불편하게 하여 생산적 노동을 불가능하게 만들며, 계급과 부에 대한 자신의 우월감을 과시하는 것이다.

3) 패션은 금전 문화의 지표

사회의 부와 문화가 발전하면서, 부유한 유한계급이 많아지고 있다. 그 결과 부를 과시하는 방식은 더 은밀하게 되었다.[19] 유한계급의 구성원들이 다른 계급 구성원들과 많이 접촉하게 되는 동시에 사회적 영향과 자신의 명예를 고려함으로써[20] 과시 방식이 은밀한 낭비적 과시로 혹은 물질적인 과시보다 정신적인 과시로 전환하게 되었다.[21] 이는 상류계급의 금전 문화에서 큰 힘을 발휘하는 중요한 요소이다.[22]

2-2-2. 과시적 패션의 특성

8) 앨런 시걸, 권명수 역, [하인즈 코헛과 자기 심리학 -온전한 치유에의 길-], 서울, p.108.

9) 진용걸, 류하오양, 보따. 대학생 사회배제 및 과시소비: 물질주의의 매개역할. 지메이대학 학보. 2017. Vol.18 No.3, p.24.

10) 최병상, [조형], 서울, 1990, p.34.

11) 소스타인 베블런, [유한계급론], 채수백역, 비즈니스인서관, 베이징, 2013 p.31.

12) 이상진, '한국 현대 소비문화에 대한 시적 대응 양상 연구', 대구대학교 대학원 박사학위 논문, 2005, p. 21.

13) 곽현주, '해외유명상품의 과시적 소비에 관한 사회학적 고찰'. 부산대학교 대학원 석사학위 논문, 2002, p. 14.

14) 소스타인 베블런. Op.cit., p.32.

15) Ibid. pp.35-41.

16) 이승신, 김시월, [소비자, 그리고 소비문화], 서울, 2004, p.103.

17) 소스타인 베블런, [유한계급론], 이종인 옮김. 현대지성, 2018. pp.167-169.

18) Ibid. p.170.

19) 이지현, 양숙희, 현대 패션에 나타난 과시적 소비 특성, 복식문화연구, 2010, Vol.18 No.1, p.178.

20) 김도희, '청소년 소비자의 이미테이션 패션상품 구매태도', 동덕여자대학교 대학원 석사학위 논문, 2001, p. 16.

21) 소스타인 베블런. Op.cit., pp.184-185.

22) 이금실, 한국사회의 과시적 소비성향과 영향요인, 사회과학연구, 2002, Vol.11 No.1, p.254.

본 연구는 과시적 패션의 특성을 도출하기 위해 아래와 같이 선행연구를 고찰하였다.

최선형(2003)은 패션에 대한 소비자들의 과시적 소비 특성을 유명상표지향, 고가격 지향, 체면 소비 지향, 품질 가치 지향 등 4가지로 도출하였으며[23] 정명선(2009)은 패션 명품 복제품의 구매 행동에 있어서 유명브랜드 추구와 고가 제품추구 등의 특성이 있다고 밝혔다.[24] 임지영(2007)은 힘과 위엄의 과시, 성적 특성의 과시, 미의 과시, 자아 정체성의 과시 등 과시적 패션의 표현 형식을 제시하였다.[25] 김현경(2014)은 과시적 키즈 패션의 고품질의 고급 취향과 부모와 자녀의 커플룩 특성을 제시하였으며[26] 김현경, 최현숙(2016)은 과시적 키즈 패션을 연구함으로써 상징적 소비, 취향과 생활양식의 자랑, 개성과 차별성 추구 등의 특성을 도출하였다.[27] 마지막으로 황보상민(2021)은 SNS에서 인플루언서의 과시적 자기표현의 자신을 드러냄, 타인의 관심을 끔, 정보를 게시함, 자신의 유능성을 자랑함 등의 행동 의도를 제시하였다.[28] 이를 정리하면 [표 1]과 같다.

[표 1] 과시적 패션에 대한 선행연구

연구자	제목	특성
최선형 (2003)	지각된 제품 특성과 과시적 소비성향이 패션 명품 관여도에 미치는 영향	유명 상표 지향 고가격 지향 체면 소비 지향 품질 가치 지향
정명선 (2009)	체면 민감성, 과시 소비 성향, 패션 명품 선호도가 패션 명품 복제품의 구매 행동에 미치는 영향	유명브랜드 추구 고가 제품추구
임지영 (2007)	현대 패션에 나타난 과시형 복식에 관한 연구	힘과 위엄의 과시 성적 특성의 과시 미의 과시 자아 정체성의 과시
김현경 (2014)	현대 소비사회의 과시적 키즈 패션에 관한 연구	고품질의 고급취향 부모와 자녀의 커플룩
김현경 최현숙 (2016)	과시적 키즈 패션의 특성과 내적 의미 연구	상징적 소비 취향과 생활양식의 과시 개성과 차별성의 과시
황보상민 (2021)	SNS에서 인플루언서의 과시적 자기표현 행동이 소비자 행동의도에 미친 영향 -패션제품을 중심으로-	자신을 드러냄 타인의 관심을 끔 정보를 게시함 자신의 유능성을 자랑함

[표 2] 선행연구를 통한 과시적 패션의 특성 도출

구분	특성
과시적 소비	유명 브랜드 지향 고가격과 고품질 지향 체면 소비 지향
표현 형식	힘과 위엄의 과시 성적 과시 미의 과시 자아 정체성의 과시 취향과 생활양식의 과시 개성과 차별성의 과시
과시적 심리	자신을 드러냄 타인의 관심을 끔 정보를 게시함 자신의 유능성을 자랑함

선행연구에 밝힌 바와 같이, 과시적 패션은 크게 과시적 소비, 표현 형식, 과시적 심리 등으로 파악할 수 있다. 과시적 소비에 있어서 과시적 패션은 주로 유명브랜드 지향, 고가격과 고품질 지향, 체면 소비 지향 등의 특성으로 유추할 수 있으며 표현 형식에 있어서 힘과 위엄의 과시, 성적 과시, 미의 과시, 자아 정체성의 과시, 취향과 생활양식의 과시, 개성과 차별성의 과시 등의 특성으로 도출할 수 있다. 마지막으로, 과시적 심리는 자신을 드러냄, 타인의 관심을 끔, 정보를 게시

23) 최선형. 지각된 제품 특성과 과시적 소비 성향이 패션명품관여에 미치는영향. 한국의류학회지, 2003. Vol.27 No.2, pp.216-218.

24) 정명선. Op.cit., pp.200-202.

25) 임지영. Op.cit., pp.23-31.

26) 김현경, 최현숙. 과시적 키즈 패션의 특성과 내적 의미 연구. 한국복식학회지. 2016. Vol. 66, No. 7. pp,4-6.

27) 김현경. '현대 소비사회의 과시적 키즈 패션에 관한 연구'. 동덕여자대학교 대학원 박사학위논문, 2014. pp.33-41.

28) 황보상민. 'SNS에서 인플루언서의 과시적 자기표현 행동이 소비자 행동의도에 미치는 영향 : 패션제품을 중심으로'. 중앙대학교 대학원 석사학위 논문, 2021. p.13.

함, 자신의 유능성을 자랑함 등의 특성이 포함된다.[표 2].

2-3. LDA 토픽모델링

토픽 모델링은 방대한 양의 데이터 중에 숨겨진 주제를 찾아내어 유사한 주제끼리 키워드와 문서를 묶어주는 텍스트 마이닝 방법 중의 하나이다[29]

토픽 모델링의 알고리즘은 '잠재 디리클레 할당(lantent dirichlet allocation)' 및 '잠재의미 분석(lantent semantic analysis)'등이 있다.[30] LSA는 주제의 유사성을 수학적으로 분석할 수 있으나 그 의미를 해석하는 데에 한계가 있으며.[31] LDA는 결과 해석이 가장 용이하고 과적합 문제가 없어 대중적으로 가장 많이 활용되고 있다.[32]

LDA 토픽 모델링은 확률 알고리즘을 활용해 대량의 디지털 데이터를 분석하는 데 뛰어나며[33] 데이터의 의미관계성을 찾는 기존의 정성적 텍스트 분석 방법보다 연구자의 주관적 의지에 의존하지 않고 뚜렷한 객관성 장점으로 사회과학 연구 분야에서 널리 활용되고 있다.[34]

3. 연구 방법 및 절차

빅데이터 분석은 LDA 토픽모델링 분석방법으로 진행하였다.

LDA 토픽모델링 분석 방법과 절차는 데이터의 수집과 정제, 최적 토픽 수의 선정, 토픽의 도출 및 분석 등으로 구성하였다.

우선 텍스톰을 통해 데이터 마이닝과 데이터 정제 등의 작업을 하였으며, 그 다음으로 텍스톰에 지원하고 있는 토픽 분석 기능을 통해 토픽과 키워드를 도출하였다. 도출된 키워드를 기반으로 원문 데이터에 주요 기사와 보도를 확인함으로써 토픽을 명명하였다. 연구의 객관성과 타당성을 확보하기 위해 관련 원문 내용을 제시하는 것은 가능하면 많도록 좋으나 논문의 폭을 고려하여 각각 토픽의 내용을 요약해서 제시하였다.

다음으로 선행연구에서 정성적으로 도출된 과시적 패션의 특성과 LDA 토픽모델링 분석을 통해 정량적으로 유추된 특성을 비교 연구를 실시하였다. 또한, 양자간의 상호 비교를 통해 유사적 결과와 이질적 결과를 제시하였다.

상세적인 데이터의 수집과 정제, 최적 토픽 수의 선정 과정은 다음과 같다.

3-1. 데이터의 수집과 정제

본 연구는 텍스톰(TEXTOM)-v5.5 프로그램을 활용하여 '과시 패션'이란 키워드로 2018년 2월 1일부터 2023년 1월 31일까지 최근 5년간의 관련 인터넷 게시글을 수집하였다. 수집 사이트는 네이버(naver), 다음(daum), 구글(google), 유튜브(youtube) 등이다. 수집된 데어터의 용량은 3.69MB이며 수집된 데어터의 건수는 네이버 4506건, 다음 2827건, 구글 582건, 유튜브 550건으로 총 8465건이다[그림 1]. 다음으로 토픽 분석을 위하여 텍스트를 명사, 형용사에 중심으로 설정하고 의미 없는 단어를 삭제하고, 유사한 단어를 통일시켰다. 데이터 정제 과정은 연구자 외에 패션 관련 전공자 4명(지도 교수, 박사 3명)과 함께 검토하였으며 연구 결과의 타당성과 객관성을 확보하였다.

3-2. 최적 토픽 수의 선정

Python를 활용하여 수집된 데이터에 대해 Perplexity Score와 Cohrerence Score를 계산하였으며 결과는 [그림 2]와 같다. [그림 2]를 보면, Cohrerence Score 0.387로 나타난 '8'이 가장 적절한 것으로 판단되었다. 따라서, 최적 토픽 수는 8개로 선정하였다.

---

29) 김효정. '패션 산업 뉴스가 의류기업의 주가에 미치는 영향.' 이화여자대학교 대학원 박사학위논문, 2022. p.33.

30) 정혜리, '대학 온라인 교육에 대한 온라인 커뮤니티 토픽 분석-LDA기반 토픽모델링을 활용하여', 성균관대학교 대학원 석사학위논문, 2021, pp.20-21.

31) 이하나, 토픽 모델링을 이용한 지속가능패션 연구 동향 분석, The Research Journal of the Costume Culture, 2021, Vol.29, No.4, pp.539-542.

32) 김선욱, 'LDA와 BERTopic 기법을 이용한 토픽모델링의 증강과 확장: 국외 문헌정보학분야 학술지 논문을 중심으로 대한 사례연구', 경북대학교 대학원 박사학위논문, 2022, p.10.

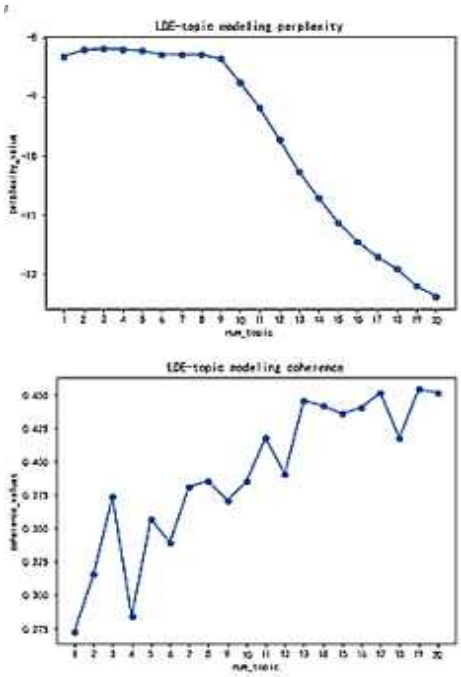
33) 정혜리, Op.cit., p.21.

34) 김효정, Op.cit., p.33.

▸ 과시 패션
2018-02-01 ~ 2023-01-31

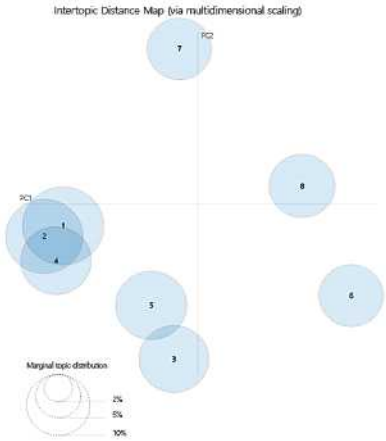
채널	섹션	수집량(건)	용량
네이버 NAVER list	웹문서	1,000	580.09 KB
	블로그	920	303.19 KB
	뉴스	972	407.72 KB
	카페	1,000	575.89 KB
	지식인	583	427.3 KB
	학술정보전체	31	10.89 KB
다음 Daum list	웹문서	388	158.38 KB
	블로그	715	220.76 KB
	뉴스	1,000	463.78 KB
	카페	724	256.4 KB
구글 Google list	웹문서	100	36 KB
	뉴스	311	104.82 KB
	페이스북	171	68.36 KB
트위터 twitter list	트위터	0	0 B
유튜브 YouTube list	유튜브	550	165 KB

[그림 1] 수집 데이터의 용량과 건수



[그림 2] 혼잡도 및 일관성 점수

Python에서 도출된 최적 토픽 수를 바탕으로 8개의 토픽을 도출하였으며 다차원 스케일링(multidimensional scaling)을 통한 토픽 간 거리 분포도(intertopic distance map)를 [그림 3]과 같이 제시하였다. 분포도를 통해 각 토픽 간의 접근성을 파악할 수 있다.



[그림 3] 토픽 간 거리 분포도

4. 연구 결과

4-1. LDA 토픽모델링 분석

4-1-1. 토픽의 도출

Perplexity Score와 Cohrerence Score를 기반으로 텍스톰 토픽 분석 시스템을 통해 토픽을 도출하였으며 원문 데이터를 확인하고, 각각 토픽의 특성을 도출하여 토픽 명을 명명하였다.

8개 토픽을 도출하고 명명한 결과, 토픽 1은 '섹슈얼하고 유혹적인 패션과 몸 과시', 토픽 2는 '과시 패션 표현 플랫폼으로써의 소셜 미디어', 토픽 3은 '과시 패션에 대한 샤넬의 주도적 영향', 토픽 4는 '패션 소화력을 앞세운 소비자의 내적 과시', 토픽 5는 스타들의 과시 패션스타일의 리더적 역할', 토픽 6은 '세계 1위인 한국인의 명품 소비 추구', 토픽 7은 '아시아의 과시 패션 소비의 극성장과 한류의 세계적인 영향력', 토픽 8은 '과시 패션 개념의 확장과 새로운 과시적 표현'으로 명명하였다. 상세한 내용은 [표 3]과 같다.

[표 3] 토픽모델링 도출 결과

토픽		내용
1 (16.5%)	토픽명	섹슈얼하고 유혹적인 패션과 몸 과시
	키워드	패션, 과시, 사진, 몸, 노출, 섹시, 남다른, 시선, 패션센스, 로우라이즈
2 (14.9%)	토픽명	과시 패션 표현 플랫폼으로써의 소셜 미디어
	키워드	과시, 패션, 사진, 시선, 몸, 방송, 인스타그램, 패션쇼, 잡지, 모델
3 (12.1%)	토픽명	과시 패션에 대한 샤넬의 주도적 영향
	키워드	과시, 패션, 브랜드, 사진, 파리, 고급, 명품, 샤넬, 패션쇼, 인기
4 (12.4%)	토픽명	패션 소화력을 앞세운 소비자의 내적 과시
	키워드	과시, 사진, 패션, 인스타그램, 매력, 소화력, 자신감, 남다른, 패션센스, 개성
5 (12.6%)	토픽명	스타들의 과시 패션스타일의 리더적 역할
	키워드	패션, 과시, 사진, 매력, 스타일, 배우, 걸그룹, 선보이, 스타, 방송
6 (10.3%)	토픽명	세계 1위인 한국인의 명품 소비 추구
	키워드	패션, 과시, 시선, 모델, 명품, 한국, 브랜드, 소비, 관심, 인기
7 (10.3%)	토픽명	아시아의 과시 패션 소비의 극성장과 한류의 세계적인 영향력
	키워드	패션, 과시, 한류, 명품, 한국, 소비, 패션쇼, 중국, 몸, 아시아
8 (10.8%)	토픽명	과시 패션 개념의 확장과 새로운 과시적 표현
	키워드	과시, 패션, 꾸안꾸룩, 존재감, 모델, 소비, 깔끔, 캐주얼, 심플, 패션쇼

4-1-2. LDA 토픽모델링 분석

토픽 1: '섹슈얼하고 유혹적인 패션과 몸 과시'

토픽 1은 전체 데이터 중 16.5%를 차지하여 패션, 과시, 사진, 몸, 노출, 섹시, 남다른, 시선, 패션센스, 로우라이즈 등의 키워드를 포함하였다. 관련 텍스트를 살펴보면, 사람들은 유혹적인 패션을 입은 사진이나 신체 부위를 노출하는 것을 통해 몸과 섹시미를 과시한다는 관련 게시글이 집중적으로 나타났다. 예를 들면, 시원한 패션[35], 언더붑 패션[36], 과하게 노출된 유혹적인 패션[37]으로 남들의 시선을 끌어 자신의 섹시한 매력을 과시하는 내용등이 있다. 노출은 성적 과시의 가장 직접적인 수단이며 이성을 끌어들이기 위한 사람들의 가장 본능적인 요구이기도 한다.

토픽 2: '과시 패션 표현 플랫폼으로써의 소셜 미디어'

토픽 2는 전체 데이터 중 14.9%를 차지하여 과시, 패션, 사진, 시선, 몸, 방송, 인스타그램, 패션쇼, 잡지, 모델 등의 키워드를 포함하였다. 관련 게시글을 살펴보면, 사람들은 소셜 미디어에 개인 사진을 올려서 패션을 과시하며, 소셜 미디어는 이미 과시적 행위를 하는 주요 플랫폼이 되었다는 내용이 나타났다. 특히, 인스타그램[38]은 과시 패션의 대표적인 공유 플랫폼이며 원문 데이터에서 가장 많이 언급되었다.

토픽 3: '과시 패션에 대한 샤넬의 주도적 영향'

토픽 3은 전체 데이터 중 12.1%를 차지하여 과시, 패션, 브랜드, 사진, 파리, 고급, 명품, 샤넬, 패션쇼, 인기 등과 같은 키워드를 포함하였다. 원문 데이터를 보면, 패션 과시를 반영하는 명품 브랜드 중에 샤넬이 가장 많이 언급되고 있으며, 샤넬의 패션쇼도 소비자들 관심의 초점이 되는 것을 알 수 있다. 예를 들면, 상류, 부유층들은 샤넬을 가장 선호하고[39] 일종의 투자 대상이 될 정도로 패션 과시를 주도한다[40] 등 내용이 있다.

토픽 4: '패션 소화력을 앞세운 소비자의 내적 과시'

토픽 4는 전체 데이터 중 12.4%를 차지하여 과시, 사진, 패션, 인스타그램, 매력, 소화력, 자신감, 남다른, 패션센스, 개성 등의 키워드를 포함하였다. 관련 원문 데이터를 통해, 사람들은 SNS에 자신의 옷차림 사진을 올려서 자신의 완벽한 패션 소화력을 과시[41]하는 것을 알 수 있다. 패션 소화력은 인터넷 유행어로써 국어사전에 명확한 의미는 없으나 여론을 통해 한 사람의 패션센스와 합리적인 패션 매치 능력으

35) naver news, "시원한 패션으로 섹시美 자랑", 하유비, 2018.02.01. (접속일: 2023.2.15.) URL: http://www.wowtv.co.kr

36) 중앙일보. "밑가슴 드러냈다‥아찔한 '언더붑 패션' 화제", 유지영, 2018.02.01. (접속일: 2023.2.15.) URL: https://www.joongang.co.kr

37) 스포츠조선. "다이아 출신 솜이...너무 과한 노출 패션", 조지명, 2018.02.01. (접속일: 2023.2.15.) URL: http://sports.chosun.com

38) daum web. "명품 가방+원피스 입고 ..시크 패션 과시", 김나영, 2018.02.01. (접속일: 2023.2.15.) URL: https://m.news.zum.com

39) daum blog. "샤넬이 잘 팔리..은 이유 베블런 효과", 하루발전, 2018.02.01.(접속일: 2023.2.15.) URL: http://hogisimking.tistory.com

40) 한경경제. "샤넬 가격 또 올려도 오픈런 하는 이유", 유승호, , 2023. 1.31. (접속일: 2023.2.15.) URL: https://www.hankyung.com

41) daum news. "남다른 패션 소화력+센스 과시..'시선 강탈'", 유빈, 2021.09.21. (접속일: 2023.2.15.) URL: https://www.sportalkorea.com

로 이해할 수 있으며 자신에 대한 내적 과시 수단을 나타난다.

토픽 5: '스타들의 과시 패션스타일의 리더적 역할'

토픽 5는 전체 데이터 중 12.6%를 차지하여 패션, 과시, 사진, 매력, 스타일, 배우, 걸그룹, 선보이, 스타, 방송 등과 같은 키워드를 포함하였다. 원문 데이터에서 스타, 특히 배우, 걸그룹 등의 과시 패션에 관련된 기사가 가장 많았다. 스타들의 주목적 특성이 소비자들이 과시 패션스타일에 대한 추구의 큰 영향을 주고 있다. 기자 중에 가장 많이 언급하는 스타는 블랙핑크[42], 클라라[43], 선미[44]등이다.

토픽 6: '세계 1위인 한국인의 명품 소비 추구'

토픽 6은 전체 데이터 중 10.3%를 차지하여 패션, 과시, 시선, 모델, 명품, 한국, 브랜드, 소비, 관심, 인기 등의 키워드를 포함하였다. 관련 텍스트를 살펴보면, 2022년 한국은 명품 소비 세계 1위이며[45], 또한, 한국인들은 유행이 지난 옷을 안입고, 차나 시계, 가방이나 구두 등 명품으로 자신을 과시한다[46]는 내용이 나타났다. 이는 한국인의 강한 패션 과시 욕구와 패션 민감도를 반영할 수 있다.

토픽 7: '아시아의 과시 패션 소비의 극성장과 한류의 세계적인 영향력'

토픽 7은 전체 데이터 중 10.3%를 차지하여 패션, 과시, 한류, 명품, 한국, 소비, 패션쇼, 중국, 몸, 아시아 등과 같은 키워드를 포함하였다. 원문 데이터를 보면, 일본, 한국 외에도 베트남등 아시아 발전 도상국 국민들이 샤넬, 디올 등 명품이나 골프를 많이 선호하고 있으며 자기 경제역을 과시[47]하는 기사가 나타났다. 아시아 경제가 발전하면서 과시적 패션에 대한 사람들의 소비 욕구가 급속하게 커지고 있으며 아시아의 과시 패션 소비가 극성장 되었다. 또한, K-문화를 대표하는 한류스타들은 세계 패션 시장에 대해 큰 영향을 주고 있으며 한국은 주요한 세계적인 과시 패션센텀이 되고 있다.[48]

토픽 8: '과시 패션 개념의 확장과 새로운 과시적 표현'

토픽 8은 전체 데이터 중 10.8%를 차지하여 과시, 패션, 꾸안꾸룩, 존재감, 모델, 소비, 깔끔, 캐주얼, 심플, 패션쇼 등의 키워드를 포함하였다. 원문 데이터를 확인한 결과, 화려한 패션, 포멀 룩과는 대척점에 있는 심플하고 단순한 스타일이 주를 이루는 '꾸안꾸룩'이 가장 많이 언급되었다. '꾸안꾸'는 '꾸민 듯 안 꾸민 듯'의 줄임말이며 2019년 후반부터 인터넷 유행어로 쓰이기 시작하였다.[49] 과도한 장식으로 자신을 과시하기보다 소비자들이 새로운 패션 과시 표현을 추구하고 있음을 알 수 있다. 예를 들어, 배우 이시영의 수수해보이는 명품 '꾸안꾸' 패션으로 과시한다는 보도가 있다.[50]

이러한 분석을 통해 도출된 8개의 토픽 중에 토픽 1. 토픽 2, 토픽 4는 서로 유사한 토픽으로 판단되며 '소셜 미디어 플랫폼에의 몸 과시와 유능성 자랑'으로 총괄하였다. 이와 같이 LDA 토픽모델링 분석을 통한 과시 패션의 최종적 특성을 [표 4]로 제시하였다.

42) naver blog. "파리 패션위크 빛낸 인플루언서 1위 '글로벌 패션 아이콘'", 리사, 2022.10.12.(접속일: 2023.2.15) URL: https://blog.naver.com

43) naver blog. "클라라, 청청패션! 아찔한 볼륨감 + 탄탄한 11자 명품 복근!", 스타패션, 2022.03.03. (접속일: 2023.2.15)URL: https://blog.naver.com

44) naver blog. "그라치아 선미 화보 패션 옷! 써스데이아일랜드 원피스, 여름...", 쭈, 2019.05.21.(접속일: 2023.2.15.) URL: https://blog.naver.com.

45) naver blog. "한국이 세계 1위를 한 명품 소비", 핑크팬더, 2023.1.31. (접속일: 2023.2.16.) URL: https://blog.naver.com

46) naver kin. "우리나라는 왜이렇게까지 해외반응에궁금하나요?", 은하신, 2018.02.27. (접속일: 2023.2.16)URL: https://kin.naver.com

47) 이데일리. "베트남 '핫플' 롯데쇼핑, '프리미엄·현지화'로 승부수", 윤정훈, 2022.11.09. (접속일: 2023.2.16)URL: https://www.edaily.co.kr

48) 스타패션. "지수, 역시 한류 여신! 디올 패션쇼 프론트-로우 시선 한몸에!", 김금희, 2022.09.28., (접속일: 2023.2.16.) URL: https://www.fashionn.com

49) 나무위키. 검색어: 꾸안꾸. (검색일: 2023.2.17.) URL: https://namu.wiki

50) 일간스포츠. "리조트 단지서 '꾸안꾸' 패션...멜빵바지가 200만원?", 이성재, 2022.08.09. (접속일: 2023.2.16.) URL: https://isplus.com

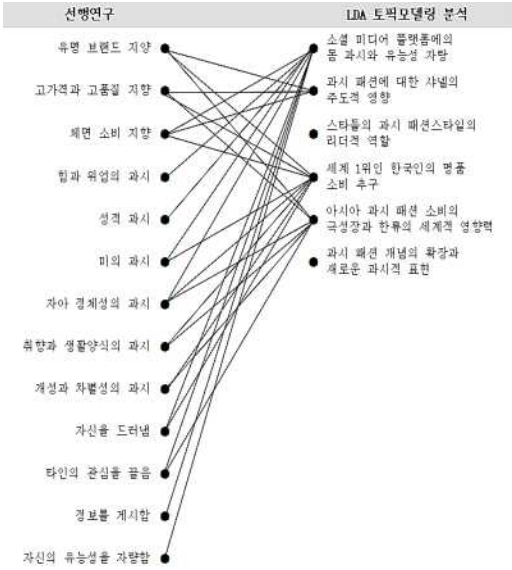
[표 4] LDA 토픽모델링 분석을 통한 과시 패션의 특성

과시 패션의 특성	
섹슈얼하고 유혹적인 패션과 몸 과시	소셜 미디어 플랫폼에의 몸 과시와 유능성 자랑
과시 패션 표현 플랫폼으로써의 소셜 미디어	
패션 소화력을 앞세운 소비자의 내적 과시	
과시 패션에 대한 샤넬의 주도적 영향	
스타들의 과시 패션스타일의 리더적 역할	
세계 1위인 한국인의 명품 소비 추구	
아시아의 과시 패션 소비의 극성장과 한류의 세계적인 영향력	
과시 패션 개념의 확장과 새로운 과시적 표현	

4-2. 비교 분석

선행연구에서 도출된 결과와 LDA 토픽모델링 분석을 통해 유추된 결과를 상호 비교하면, 토픽 '소셜 미디어 플랫폼에의 몸 과시와 유능성 자랑'은 '체면 소비 지향', '힘과 위엄의 과시', '성적 과시', '미의 과시', '자아 정체성의 과시', '자신을 드러냄', '타인의 관심을 끔', '정보를 게시함', '자신의 유능성을 자랑함' 등의 특성을 포함하며 토픽 '과시 패션에 대한 샤넬의 주도적 영향'은 '유명 브랜드 지향', '고가격과 고품질 지향', '체면 소비 지향' 등의 특성을 반영할 수 있다. 또한, 토픽 '세계 1위인 한국인의 명품 소비 추구'는 '유명 브랜드 지향', '고가격과 고품질 지향', '체면 소비 지향', '미의 과시', '자아 정체성의 과시', '취향과 생활양식의 과시', '개성과 차별성의 과시', '자신을 드러냄' 등의 특성을 포함하며 토픽 '아시아의 과시 패션 소비의 극성장과 한류의 세계적인 영향력'은 '유명 브랜드 지향', '고가격과 고품질 지향', '자아 정체성의 과시', '취향과 생활양식의 과시', '개성과 차별성의 과시', '타인의 관심을 끔' 등의 특성을 반영할 수 있다. 이는 양자 간 서로 유사한 결과로 볼 수 있으며 토픽 '스타들의 과시 패션스타일의 리더적 역할'과 토픽 '과시 패션 개념의 확장과 새로운 과시적 표현'은 LDA 토픽모델링 분석의 특유한 서로 이질적인 결과로 나타났다. [그림 4].

이처럼, 빅데이터 분석은 방대한 양의 데이터 자료에 의해 과거를 기반으로 한 선행연구 방법이 반영하지 못한 현재 또는 최근의 상황을 파악하는 데 도움이 될 수 있을 것으로 판단된다. 따라서, 빅데이터 분석은 선행연구 방법의 보완으로서 큰 응용 가치가 있다.



[그림 4] 선행연구 결과와 LDA 토픽모델링 결과의 비교

5. 요약 및 결론

5-1. 연구 결과의 요약

패션에 나타난 과시적 현상을 파악하기 위해 아래와 같은 연구 과정을 수행하였다.

먼저, 선행연구를 통해 과시적 패션의 특성을 크게 과시적 소비, 표현 형식, 과시적 심리 등으로 총괄하였다. 과시적 소비에 있어서 과시적 패션은 주로 유명 브랜드 지향, 고가격과 고품질 지향, 체면 소비 지향 등의 특성을 포함된다. 유추할 수 있다. 그리고 표현 형식에 있어서 힘과 위엄의 과시, 성적 과시, 미의 과시, 자아 정체성의 과시, 취향과 생활양식의 과시, 개성과 차별성의 과시 등이 있으며 과시적 심리는 자신을 드러냄, 타인의 관심을 끔, 정보를 게시함, 자신의 유능성을 자랑함 등의 특성을 포함된다.

둘째, 텍스톰을 활용하여 '과시 패션'의 키워드로 2018년 2월 1일부터 2023년 1월 31일까지 최근의 5년간 누적된 인터넷 빅데이터를 수집하였으며 데이터 건수는 네이버 4506건, 다음 2827건, 구글 582건, 유튜브 550건으로 총 8465건이다. 또한, LDA 토픽모델링 분석을 위해 Python를 활용하여 수집된 데이터에 대해 Perplexity Score와 Cohrerence Score를 계산하였으며 최적 토픽 수는 8개로 선정하였다.

셋째, 8개 토픽을 유추하고 명명한 결과, 토픽 1은

'섹슈얼하고 유혹적인 패션과 몸 과시', 토픽 2는 '과시 패션 표현 플랫폼으로써의 소셜 미디어', 토픽 3은 '과시 패션에 대한 샤넬의 주도적 영향', 토픽 4는 '패션 소화력을 앞세운 소비자의 내적 과시', 토픽 5는'스타들의 과시 패션스타일의 리더적 역할', 토픽 6은 '세계 1위인 한국인의 명품 소비 추구', 토픽 7은 '아시아의 과시 패션 소비의 극성장과 한류의 세계적인 영향력', 토픽 8은 '과시 패션 개념의 확장과 새로운 과시적 표현'으로 명명하였다. 유사한 토픽을 서로 묶어 최종적으로 '소셜 미디어 플랫폼에의 몸 과시와 유능성 자랑', '과시 패션에 대한 샤넬의 주도적 영향', ' 스타들의 과시 패션스타일의 리더적 역할', '세계 1위인 한국인의 명품 소비 추구', '아시아의 과시 패션 소비의 극성장과 한류의 세계적인 영향력', '과시 패션 개념의 확장과 새로운 과시적 표현' 등 패션에 나타난 과시적 현상과 특성을 유추하였다.

넷째, 선행연구 결과와 LDA 토픽모델링 분석결과를 서로 비교하여 '스타들의 과시 패션스타일의 리더적 역할'과 '과시 패션 개념의 확장과 새로운 과시적 표현'은 LDA 토픽모델링 분석의 특유한 결과로 나타났다.

5-2. 결과의 논의 및 시사점

LDA 토픽모델링 분석결과의 논의와 시사점은 다음과 같다.

첫째, 현대 사회의 패션 과시의 방식과 장소가 오프라인에서 온라인으로 이동하였다.

인터넷과 모바일 소셜 미디어의 발달로 사람들의 사교 행동이 오프라인에서 온라인으로 이동하고 소셜 미디어 개인 정보를 통해 상대방을 평가하게 된다. 이에 따라 사람들은 인터넷에서 자신의 능력이나 성적 과시를 통해 온라인 가상 이미지를 만들고 자아 만족감과 자존감을 얻는다.

둘째, 명품 브랜드와 스타들은 과시 패션 소비경향를 주도한다.

소비자들은 스타를 통해 패션 정보를 얻고 감지하며 스타의 스타일을 따르는 명품 소비는 현재 가장 주류인 패션의 과시 방식이다. 명품은 자신의 높은 가치를 통해 소비자의 과시 심리를 충족시키고 트렌드의 발전을 주도한다.

셋째, 아시아 지역은 명품 소비와 패션 과시의 중심이 되었다.

아시아 개발도상국의 급속한 경제 성장과 함께 패션 과시에 대한 소비자들의 욕구가 점차 커지고 있으며 세계 패션의 중심 중 하나인 한국은 세계 1위의 명품 소비국가가 되었다.

넷째, 트렌드를 추구하지 않는 것이 새로운 패션 과시의 방식이 되고 있다.

명품 소비 추구가 패션 과시의 주류가 되면서, 그에 반해 패션을 추구하지 않는 것이 최고의 과시가 된다. 이것은 개성과 차별성에 대한 사람들의 과시적 심리 표현이며 부와 자신의 우월감을 표현하는 새로운 형태이다.

다섯째, 패션에 나타난 과시적 현상 연구에 있어, 빅데이터 분석은 정성적 분석의 보완수단으로 활용될 수 있으며, 분석 결과의 객관성을 확보할 수 있음을 확인하였다.

정성적으로 패션의 특성과 현상을 파악하는 것보다, 빅데이터는 방대한 데이터 양과 정량적 분석 방법으로 연구의 객관성을 유지할 수 있다. 또한, 특정 현상과 발전 추세를 파악하는 데 대체할 수 없는 실시간적 우위가 있다.

5-3. 한계점 및 향후 연구

본 연구의 데이터 수집 기간이 비교적 짧고 한국의 빅데이터 정보만 반영할 수 있어 결과의 확대 해석에 한계가 있다. 또한, 방대한 양의 데이터를 정리하고 확인하는 과정에서 엄청난 시간과 노력을 투입해야 하므로 연구 효율을 높이는 데 한계가 있다. 향후 소비자의 과시 심리와 과시 패션의 추세 연구에 유용한 실증자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

참고문헌

1. 소스타인 베블런, [유한계급론], 이종인 옮김. 현대지성, 2018
2. 소스타인 베블런, [유한계급론], 채수백역, 비즈니스인서관, 베이징, 2013
3. 앨런 시걸, 권명수 역, [하인즈 코헛과 자기 심리학 -온전한 치유에의 길-], 서울
4. 이승신, 김시월, [소비자, 그리고 소비문화], 서울,

2004

5. 최병상, [조형], 서울, 1990

6. 김현경, 최현숙. 과시적 키즈 패션의 특성과 내적 의미 연구. 한국복식학회지. 2016. Vol. 66, No. 7

7. 이지현, 양숙희, 현대 패션에 나타난 과시적 소비 특성, 복식문화연구, 2010, Vol.18 No.1

8. 이금실, 한국사회의 과시적 소비성향과 영향요인, 사회과학연구, 2002, Vol.11, No.1

9. 이하나, 토픽 모델링을 이용한 지속가능패션 연구 동향 분석, The Research Journal of the Costume Culture, 2021, Vol.29, No.4

10. 정명선. 체면 민감성, 과시 소비 성향, 펴션 명품 선호도가 패션 명품 복제품의 구매 행동에 미치는 영향. 복식문화연구. 2009. Vol.17 No.2

11. 진용걸, 류하오양, 보따. 대학생 사회배제 및 과시소비: 물질주의의 매개역할. 지메이대학 학보. 2017. Vol.18 No.3

12. 최선형. 지각된 제품 특성과 과시적 소비 성향이 패션명품관여에 미치는영향. 한국의류학회지, 2003. Vol.27 No.2

13. 구자룡, '소비자-브랜드 관계 유형별 브랜드 인지, 지각된 품질 및 브랜드 이미지가 브랜드 태도 및 브랜드 로열티에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구'. 상명대학교 대학원 박사학위논문. 2003

14. 구호영, '자아일치성, 효용적 일치성, 소비자 만족 그리고 브랜드 신뢰의 관계에 대한 연구: 실용적 제품과 쾌락적 제품 비교를 중심으로'. 연세대학교 대학원 석사학위논문. 2005

15. 김호정. '과장형 복식의 조형적 특성과 상징적 의미에 관한 연구'. 상명대학교 대학원 석사학위논문. 2005

16. 김도희, '청소년 소비자의 이미테이션 패션상품 구매태도', 동덕여자대학교 대학원 석사학위 논문, 2001

17. 곽현주, '해외유명상품의 과시적 소비에 관한 사회학적 고찰'. 부산대학교 대학원 석사학위 논문, 2002

18. 김현경. '현대 소비사회의 과시적 키즈 패션에 관한 연구'. 동덕여자대학교 대학원 박사학위논문, 2014

19. 김선욱, 'LDA와 BERTopic 기법을 이용한 토픽모델링의 증강과 확장: 국외 문헌정보학분야 학술지 논문을 중심으로 대한 사례연구', 경북대학교 대학원 박사학위논문, 2022

20. 김효정, '패션 산업 뉴스가 의류기업의 주가에 미치는 영향-LDA토픽 모델링과 ARIMAX 시계열 분석을 활용하여', 이화여자대학교 대학원 박사학위논문, 2022

21. 이상진, '한국 현대 소비문화에 대한 시적 대응 양상 연구', 대구대학교 대학원 박사학위 논문, 2005

22. 임지영. '현대 패션에 나타난 과시형 복식에 관한 연구. 홍익대학교 대학원 석사학위논문'. 2007

23. 정혜리, '대학 온라인 교육에 대한 온라인 커뮤니티 토픽 분석-LDA기반 토픽모델링을 활용하여', 성균관대학교 대학원 석사학위논문, 2021

24. 황보상민. 'SNS에서 인플루언서의 과시적 자기표현 행동이 소비자 행동의도에 미치는 영향 : 패션제품을 중심으로'. 중앙대학교 대학원 석사학위 논문, 2021

25. https://www.wordreference.com

26. http://www.wowtv.co.kr

27. https://www.joongang.co.kr

28. http://sports.chosun.com

29. https://m.news.zum.com

30. http://hogisimking.tistory.com

31. https://www.hankyung.com

32. https://www.sportalkorea.com

33. https://blog.naver.com

34. https://kin.naver.com

35. https://www.edaily.co.kr

36. https://www.fashionn.com

37. https://namu.wiki

38. https://isplus.com

39. http://krdic.naver.com

40. http://www.baidu.com