

중국 소셜미디어 빅데이터 분석을 통한 NFT 가상패션의 담론과 디자인 표현 특성 연구

A Study on the Discourse and Characteristics of Design Expression
of NFT Virtual Fashion Design through China Social Media
Big date Analysis

└

주 저 자 : 왕 연 (Wang Juan) 동명대학교 디자인학과 박사과정

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

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2023.2.335>

접수일 2023. 5. 25. / 심사완료일 2023. 6. 5. / 게재확정일 2023. 6. 12. / 게재일 2023. 6. 30.

Abstract

This study aims to analyze the discourse and design characteristics of 'NFT virtual fashion' through social media big data analysis. Data was collected using the keyword 'NFT virtual fashion' from Textom China, and the discourse of NFT virtual fashion was analyzed using CONCOR analysis. Cluster analysis was employed to examine the design characteristics of NFT virtual fashion. Four discourse groups emerged from the CONCOR analysis: Group 1 discussed the trends in NFT virtual fashion brands and its development, Group 2 explored the experiences and creation of NFT virtual fashion, Group 3 examined the market and investment trends of NFT virtual fashion in the fashion industry, while Group 4 focused on the subscribers desires and the presence of the sportswear brand Nike in NFT virtual fashion. Furthermore, eight design clusters were identified through cluster analysis, namely: Cluster 1 - 'Boldness', Cluster 2 - 'Collaboration and High Quality', Cluster 3 - 'Artistry and Virtuality', Cluster 4 - 'Exaggeration and Technological Elements', Cluster 5 - 'Environmental Friendliness and Non-standardization', Cluster 6 - 'Aesthetics and Interactivity', Cluster 7 - 'Non-contact', and Cluster 8 - 'Boundarylessness'. Finally, insights were drawn from the analysis of the discourse and design characteristics of NFT virtual fashion.

Keyword

Virtual Fashion(NFT 가상패션), Discourse(담론), Characteristics of Design Expression (디자인 표현 특성)

요약

본 연구는 소셜미디어 빅데이터 분석을 통해 'NFT 가상패션'에 대해 형성된 담론 및 디자인의 표현 특성을 분석하였다. Textom China에서 'NFT 가상패션' 키워드로 데이터를 수집하였고, CONCOR분석을 통해 NFT 가상패션의 담론을 분석하고, 클러스터 분석을 통해 NFT 가상패션 디자인의 표현 특성 분석하였다. 먼저 CONCOR 분석을 통해 NFT 가상패션 담론과 관련된 4개의 그룹을 도출하였는데, 1그룹은 'NFT 가상패션 브랜드와 가상패션의 발전 추세', 2그룹은 'NFT 가상패션 체험과 가상패션 창작', 3그룹은 'NFT 가상패션의 시장 경제 성장과 패션 브랜드의 가상패션 투자 추세', 4그룹은 'NFT 가상패션에 대한 가입자의 욕구와 가상패션 스포츠 브랜드 나이키' 등이다. 다음으로 클러스터 분석을 통해서 NFT 가상패션의 디자인 표현 특성과 관련된 8개의 군집을 얻었으며, 각각 1군집 '대담성', 2군집 '콜라보레이션과 고품질성', 3군집 '예술성과 가상성', 4군집 '과장성과 테크놀로지성', 5군집 '친환경성과 무규격성', 6군집 '심미성과 상호작용성', 7군집 '비접촉성과', 8군집 '탈경계성' 등으로 명명하였다. 마지막으로 NFT 가상패션 담론 및 NFT 가상패션 디자인 표현 특성 분석을 통해 시사점을 도출하였다.

목차

1. 서론

2. 이론적 배경

2-1. NFT 가상패션

2-2. 소셜미디어 빅데이터

3. 연구 방법

3-1. 데이터 수집 시기와 범위

3-2. 분석 방법

4. 연구 결과

4-1. 담론 분석

4-1-1. 키워드 빈도분석

- 4-1-2. CONCOR 분석
- 4-1-3. 내용분석 및 논의
- 4-2. 표현 특성 분석
 - 4-2-1. 키워드 빈도분석
 - 4-2-2. Cluster 분석
 - 4-2-3. 내용분석 및 논의

1. 서론

코비드19의 영향으로 현대인들의 생활 양상에 거대한 변화가 일어났고 이에 더해 디지털 체험에 대한 연구도 더욱 가속화되었다. 메타버스와 디지털 실물 자산의 고유성, 소유권 증서와 NFT의 융합¹⁾ 등의 발전으로 인해 많은 브랜드와 아티스트들의 관심을 끌게 되었다.

가상공간에서 NFT는 암호예술, 게임플랫폼, 금융 등의 영역에서 응용되고 있다. NFT의 인지도가 높아짐에 따라 패션 브랜드들 역시 앞다투어 디지털 자산으로서의 NFT를 활용한 가상패션을 선보이고 있다. 디지털화의 급속한 발전 속에서 나이키, 돌체앤가바나(Dolce & Gabbana), 구찌(Gucci), 발렌시아가(Balenciaga) 등의 브랜드들은 게임플랫폼, NFT 패션 거래 플랫폼, 동영상 등의 방식을 통해 가상패션을 출시하고 있다. 가상패션은 실제 패션에서는 구현 불가능한 아이디어를 실현함과 동시에 패션 브랜드와 사용자 간의 거리 또한 좁히고 있다. 이렇듯 NFT 가상패션의 인기가 날이 갈수록 높아짐에 따라 패션계의 지대한 관심을 받게 되었으며, 가상패션에 대한 사용자들의 수요 역시 점차적으로 확대되고 있는 추세이다. 이러한 추세에 힘입어 미국 메타버스 플랫폼 ‘디센트럴랜드(Decentraland)’가 세계 최초로 ‘메타버스 패션위크(MVFW)’를 개최한²⁾ 이래 지난 2023년 3월 제2회가 개최되었다. 국내에서도 최초로 2022년 3월 ‘NFT 연계형 패션디자인 공모전’이 개최되었다.

NFT 가상패션 제품은 모두 메타버스 세계에서 블록

5. 결론

- 5-1. 연구의 요약
- 5-2. 연구의 시사점
- 5-3. 연구의 한계점 및 기대효과

참고문헌

체인을 통해 암호화되어 출시되어 근원이 추적 가능한 특징을 가지고 있다. 반면, 일반적인 컴퓨터 소프트웨어만을 통해 만들어진 가상패션 제품은 모두 가상패션이라고 할 수 있지만, 근원이 추적 가능한 특징이 없다.

한편, 가상패션과 관련된 문헌을 보면 수량이 많지 않는데, 더욱이 가상패션보다 늦게 시작한 NFT 가상패션과 관련된 선행연구는 거의 부재한 상황이며 참고할 만한 문헌 또한 적은 실정이다. 이에 본 연구는 NFT 가상패션의 개념을 정리하고, NFT 가상패션에 대해 체계적으로 연구하고자 하였다. NFT 가상패션이 메타버스에서 행해지는 것이므로 연구 방법 역시 온라인상의 데이터 수집을 통해 수행하는 것이 합리적이라는 판단으로 빅데이터 분석 방법을 사용하였다. 소셜미디어 데이터베이스에는 다양한 수집 플랫폼을 통해 높은 가치를 지닌 데이터를 빠르게 수집할 수 있다는 장점이 있다.

본 연구는 먼저 NFT 가상패션에 대한 전반적인 내용을 파악하고자 소셜미디어 빅데이터상에 형성된 NFT 가상패션에 대한 담론을 파악하고자 하였다. ‘담론’의 사전적 의미는 담화하고 논의함으로 어떤 주제에 대해 이야기를 나누고 토론한다는 뜻으로³⁾ 현실에 관한 설명을 산출하는 언표(statement)와 규칙의 자기지시적인 집합체를 말한다. 담론 분석은 쓰이거나 말해진 언어에 들어 있는 단위들의 관계에 관한 연구이다.⁴⁾ 또한, 파악된 담론을 토대로 하여 NFT 가상패션의 디자인 표현 특성을 분석하여, NFT 가상패션을 전체적으로 규명하고자 하였다.

1) 윤상하, 이지현, 센트럴랜드(Decentraland) 메타버스 패션위크의 기술적 콜라보레이션 특성분석, 한국패션디자인학회 춘계학술대회 논문집, 2022, Vol.72, No.6. p.1-21.

2) 녹색경제신문. (2023.02.19). URL:https://http://www.greened.kr/news/articleView.html?idxno=294760.

3) 시사상식사전. (2023.02.19). URL:https://terms.naver.com/entry.naver?docId=67156&cid=43667&categoryId=43667.

4) 두산백과. (2023.02.19). URL:https://terms.naver.com/entry.naver?docId=67156&cid=43667&categoryId=43667.

2. 이론적 배경

2-1. NFT 가상패션

가상패션은 게임에서 최초로 응용되며 게임 캐릭터가 착용하는 복장을 가리킨다. 디지털 가상기술의 발달로 가상 세계와 현실 세계의 경계가 모호해지면서 가상패션은 게임 속에서 현실로 다가오기 시작하였다. 패션 분야에서 가상패션이란 가상현실(VR), 증강현실(AR), CG 특수효과 등 디지털 가상기술을 패션산업에 적용하면서 새롭게 생겨난 가상개념을 말하며 예로서 가상 의류, 가상 패션쇼장(場), 가상 아이돌 등이 있다.⁵⁾ 그중에서 가상 의류란 컴퓨터 기술을 이용하고 원단을 시뮬레이션하여 제작된 디지털 의류이며, 의류의 기본, 원단의 특성, 형태, 착용 시의 형태와 사람의 움직임에 따라 그의 변화 등을 종합적으로 고려하고 컴퓨터로 시뮬레이션하여 제작된 것이다. 컴퓨터 그래픽 처리, 온라인 게임 제작, 의류 디자인, 의류 교육 및 전자 상거래 분야에서 주로 사용된다.⁶⁾

NFT(Non-Fungible Token)는 대체 불가능한 토큰을 말하며, 원본을 다른 것으로 바꿀 수 없고, 누군가가 임의로 데이터를 복사하거나 늘릴 수 없으며, 데이터를 수정하거나 편집할 수 없기 때문에 정보는 변경되지 않고 삭제 및 소멸될 수 없다. 그것은 처음에 생성된 콘텐츠에 따라 블록체인에 영구적인 존재가 된다.⁷⁾

먼저, NFT의 '대체불가능성'과 '토큰' 두 표현의 의미를 살펴보면, 대체불가능성은 개별적으로 어떤 고유성을 지니고 있어 대체할 수 없음을 의미한다.⁸⁾ NFT 중에서 토큰은 블록체인상에 저장된 디지털 파일로, 특정 자산을 나타낸다.⁹⁾ 블록체인은 기본적으로 탈중앙화에서 시작되었으며 네트워크상의 모든 사용자가 서로를 신뢰하지 않고도 합의에 도달할 수 있게 만드는 네트워크 공유기술이다.¹⁰⁾

5) 황어천, 루천천, 가상패션의 발전 현황 연구, 방직과학기술발전학회, 2021, Vol.26, No.7, p.30.

6) 이혜민, 가상 의류 전시가 소비자의 구매 의향에 미치는 영향, 동화대학교, 석사학위논문, 2022, p.8.

7) 김일동, [NFT는 처음입니다:메타버스 시대, 누구나 NFT로 투자하고 창작하는 법], 세종서적, 2022, p.26.

8) 상소라, [레블루션: 현실과 메타버스를 넘나드는 새로운 경제 생태계의 탄생], 세종서적, 2021, p.26.

9) Ibid., p.27.

10) 김정수, NFT(Non-Fungible Token)에 대한 빅데이터 분석 토크 모델링을 중심으로, 한양대학교, 석사학위논문, 2022, p.6.

NFT의 개념은 2017년에 CryptoKitties 게임 설립자가 공식적으로 제시하였으며, 이 게임에 모든 디지털 고양이 유일하고 매우 희소하다. CryptoKitties는 희소한 가치에서 혁신을 이뤄지고 소비자에게 빠르게 인기를 끌고 있으며, 이에 NFT의 개념도 빠르게 사람들의 시야에 들어왔다.¹¹⁾ 이어서 디지털 아티스트 비플(beeples)의 NFT 작품 '매일: 전 5000일'이 세계 최대 경매사인 크리스천에서 6930만 달러에 거래가 성립되면서 디지털 아트의 거래 중에 최고가로 올라서고 NFT의 급속한 폭발을 촉진시켰다.¹²⁾

NFT 개념의 대중화로 패션 브랜드들은 가상패션을 출시하였으며, NFT 가상패션의 종류는 머리장식, 점프슈트, 예복, 액세서리, 가방 등 다양한 형태와 영역에 걸쳐 광범위하게 퍼져 있다. 그리고 NFT 가상패션의 스타일 역시 동식물 모방 스타일, 초현실주의 스타일, 사이버펑크 스타일, 가상-실재 공생 스타일, 모션그래픽 스타일 등 다양한 영역에 걸쳐있으며¹³⁾, 이러한 풍부하고 다채로운 스타일들은 대중들의 주목을 끌었다. NFT 가상패션의 등장은 적잖은 파장을 일으켰고 패션업계에 NFT를 전문적으로 생산·판매하는 패션 디지털 회사들과 일부 럭셔리 브랜드들도 잇따라 NFT 웨어러블 라인을 출시했다. 예로서 디지털 패션 회사인 더 패브리칸트(The Fabricant)는 2019년에 세계 최초의 NFT 가상패션을 선보였다.¹⁴⁾ 이어서 디지털 아티스트 피보셔스(Fevocious)와 가상 컬렉션 회사인 RTFKT가 협업하여 300만 달러 이상의 수익을 올리며 NFT와 패션 브랜드의 협력에 희망을 주었다.¹⁵⁾ 다음으로 럭셔리 브랜드인 프라다(PRADA)는 2019년 NFT 컬렉션 타임캡슐 시리즈를 선보이고¹⁶⁾ 구찌는 2020년 가상 신발을 출시하여

11) a15a, [Web3.0 블록체인 NFT 메타버스와 DAO], 전자공업출판사, 2022, p.142.

12) 이규원, [NFT 미술과 아트테크 : 메타버스 세상의 첫 번째 도전], 파주:북스토리지, 2022, p.21.

13) IXDC 사이트, (2023.1.25). URL:https://mp.weixin.qq.com/s/?_biz=MjM5MTg2NDA3MQ==&mid=2651980552&idx=2&sn=cb4e19b536057288f60a9cb416c657cc&chksm=bd49a7608a3e2e7682d524ac4d73e2c0267dd6cc187136d77a0252ab6f7ddfa36023b03e496b&scene=27.

14) 도연결, 메타버스의 디지털 패션 트렌드, 지식경제, 2022, Vol.20, No.1, p.51.

15) NFT-중국, (2023.06.05). URL:https://zhuanlan.zhihu.com/p/390036690.

16) 시나 패션, (2023.06.05). URL:http://fashion.sina.com.cn/2022-09-04/2037/doc-imizmscv8788198.shtml

영국 럭셔리 브랜드 버버리(Burberry)는 게임 회사와 협업하여 NFT 액세서리와 NFT 가상 신발을 출시하였다. 돌체앤가바나는 UNXD 패션 플랫폼과 함께 Collezione Genesi라는 NFT 시리즈를 출시하고 나이키는 RTFKT를 인수하여 NFT 가상패션을 출시하였다. 그중에, 돌체앤가바나에서 발행한 NFT 가상패션 9점이 수백만 달러(17)에 낙찰된 것이나 나이키(Nike)의 RTFKT 디지털 스튜디오 인수(18)가 적지 않은 관심을 끌었다. 이러한 사례들은 모두 브랜드의 메타버스 디지털 패션의 진입 준비를 촉진시켰다.

2-2. 소셜미디어 빅데이터

소셜미디어는 사람들로 하여금 글쓰기, 평가, 토론, 상호소통, 교류경험, 의견이나 관점을 온라인상에서 공유 가능하도록 하는 도구 또는 플랫폼이다. 소셜미디어는 기존의 전통매체가 지닌 발표의 폭이 넓고 영향력이 크다는 특징은 물론이고 전통매체가 가지지 못한 특징들도 가지고 있다. 소셜미디어 마이닝은 이러한 소셜미디어 사용자의 활동을 분석함으로써 전통적인 미디어 환경에서 분석되지 않고 세상에 알려지지 않은 의견, 관심, 선호, 기호, 이슈 등을 분석할 수 있다.(18)

빅데이터(Big Data)는 데이터가 생성되는 형식, 주기, 양 등 방대한 양의 데이터를 말하며 기존 자료로 분석, 저장, 수집이 어려운 데이터를 말한다.(19) 빅데이터 환경은 이전의 데이터와 비교했을 때 데이터 양의 규모가 훨씬 거대해졌을 뿐만 아니라 생성 주기도 짧아졌으며, 형태적으로도 전통적인 데이터뿐만 아니라 영상 데이터나 문자까지 포함하고 있어 대규모 데이터 분석을 통해 가치나 분석 결과를 추출하는 내재적 기술 개념을 가리킨다.(20)

3. 연구 방법

3-1. 데이터 수집 시기와 범위

17) 경제 신문망. (2023.2.16). URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1738491512456498719&wfr=spider&for=pc>.

18) 성광숙, Z세대 패션에 대한 소셜미디어의 빅데이터 분석, 한국복장디자인학회지, 2020, Vol.22, No.3, p.51.

19) 노효몽, 중국의 스마트 웨어러블 헬스케어 제품의 디자인 개발 요소에 관한 연구, 동명대학교 대학원, 박사학위논문, 2021, p.128.

20) 이주용, 공간빅데이터로서 소셜미디어 자료를 활용한 공간정보 추출 및 표현 시스템 개발, 서울시립대학교 대학원, 석사학위논문, 2013, p.9.

2019년 11월 26일부터 2022년 11월 28일까지 최근 3년간 'NFT 가상패션(중국어 虚拟时尚) 관련 데이터를 수집하였다. 데이터 수집은 중국 빅데이터 분석 솔루션인 텍스톰 차이나(Textom China) 플랫폼을 이용해 중국지망(中国知网), 완팡교육(万方教育), 시나웨이보(新浪微博), 구글과 바이두(百度), 인민망(人民网) 등의 블로그, 커뮤니티, 뉴스 등의 웹사이트에서 관련된 데이터 정보를 수집했다.

3-2. 분석 방법

텍스톰 차이나를 운용하여 각종 웹사이트에서 수집된 데이터들은 일련의 정제 과정을 거쳐 최종적으로 정제 완료된 데이터를 획득하였다.

본 연구의 수행과제는 크게 'NFT 가상패션에 대한 담론'과 'NFT 가상패션의 디자인 표현 특성 표현'으로 분석과정에서 전공자 3인의 검수를 받아 진행하였으며, 각각의 분석방법은 다음과 같다.

첫째, NFT 가상패션의 담론 분석은 0.3 비율을 기준으로 NFT 가상패션 담론과 관련된 7개의 키워드를 선정한 후, 이들을 워드클라우드(word cloud)로 시각화하여 한 눈에 인식 가능하도록 하였다. 다음으로, 선택된 담론 관련 키워드와 네트워크 생성에 사용되는 텍스트 매트릭스(일원 모드 대칭형 매트릭스)를 계산한 다음, 그 결과를 Ucinet에 도입하여 NetDraw를 통해 키워드들 간의 네트워크 관계를 명확하게 시각화하고, CONCOR 분석을 진행하였다. CONCOR(Convergence of Iterated Correlations) 분석은 서로 다른 모형에 따라 구축된 텍스트 어휘들이 지니고 있는 구조적 등위성(Structural Equation)의 연관성을 설정하고 그룹화하는 알고리즘으로, 상관관계가 높은 어휘들을 포지셔닝하고 그룹화(Textom Solution)하는 것이다.(21) 이 분석을 통해 주요 키워드의 의미연결망을 도출하고 NFT 가상패션 담론에 관한 내용을 심층 분석하였다.

둘째, NFT 가상패션의 디자인 표현 특성에 대한 분석은 관련된 53개의 키워드(이들 중 일부는 앞선 담론 분석의 키워드들과 중복)를 선정하였다. 다음으로 UCINET을 활용하여 Cluster분석(군집 분석)을 진행하였으며 클러스터의 내용을 상세하게 분석하기 위해 레벨3을 분석 수준으로 설정하여 8개의 군집을 도출하여, NFT 가상패션의 디자인 표현 특

21) 최재석, 빅데이터 분석을 활용한 스포츠산업 서비스화 방안에 관한 연구, 충남대학교 대학원, 박사학위논문, 2020, p.79.

성을 분석하였다.

4. 연구 결과

4-1. 담론 분석

4-1-1. 키워드 빈도분석

'NFT 가상패션'에 수집된 데이터는 총 6,383건이며, 중국지망이 7건, 시나웨이보 16건, 구글 1,482건, 바이두 1,848건, 인민망 3,030건이었다. 경제 과정을 거쳐 추출된 키워드는 '패션'이 22,316회로 가장 많았고, 선별된 'NFT 가상패션' 관련 키워드는 71개로 선정하였다[표 1].

[표 1] 담론 분석의 주요 키워드

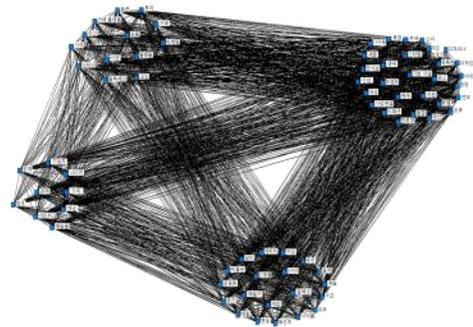
순위	단어	빈도	순위	단어	빈도
1	패션	22316	37	투자	1032
2	코인	10516	38	추세	890
3	디지털	8986	39	시대	876
4	산업	5094	40	토큰	858
5	브랜드	4386	41	매체	810
6	자산	4154	42	환경	808
7	플랫폼	3840	43	조류	790
8	우주	3688	44	생태	780
9	유행복	3290	45	인터넷	754
10	의류	3140	46	예술가	740
11	거래	2852	47	독특한	714
12	게임	2798	48	예술품	704
13	디자인	2694	49	박물관	674
14	예술	2688	50	자원	672
15	소비	2398	51	캐릭터	666
16	가상현실	2346	52	거래 플랫폼	628
17	체험	2020	53	가격	620
18	테크놀로지	2012	54	요소	602
19	가상	1940	55	개념	598
20	시장	1682	56	설비	580
21	운동화	1642	57	뉴패션	562
22	블록체인	1564	58	컬렉션	526
23	사치품	1466	59	스타일	524
24	이미지	1388	60	피부	494
25	현실	1368	61	마케팅	484
26	소장품	1334	62	상품	472
27	융합	1314	63	전파	420
28	가치	1312	64	패션계	420
29	네트워크	1232	65	판매	406
30	친환경	1226	66	나이키	386
31	가입자	1176	67	전시관	384
32	경제	1156	68	음악	380
33	공간	1114	69	기반시설	338
34	암호	1104	70	개성	334
35	디자이너	1062	71	세분	318

36	사교	1058			
----	----	------	--	--	--

4-1-2. CONCOR 분석

[그림 1]은 'NFT 가상패션'의 담론과 관련된 주요 키워드에 대한 CONCOR 분석 결과로, 키워드들 간의 연관성을 고려하여 4개로 그룹화하였다.

그리고 각 그룹별 키워드를 중심으로 원문을 면밀히 검토하여 그 내용에 따라 그룹명을 명명하여 NFT 가상패션에 대해 형성된 담론의 특성을 도출하였다. 구체적인 내용은 다음과 같으며 그 내용은 [표 2]로 정리하여 제시하였다.



[그림 1] 담론 분석을 위한 CONCOR 분석의 의미연결망(Semantic Network) 시각화

[표 2] 담론 분석의 그룹과 주요 내용

그룹	그룹 이름	키워드	내용
1	NFT 가상패션 브랜드와 가상 패션의 발전 추세	디지털, 세분, 전시관, 산업, 개성, 뉴패션, 가상현실, 친환경, 의류, 생태, 브랜드, 매체, 융합, 추세, 스타일, 자원, 패션, 기반시설, 소비, 테크놀로지성, 요소, 독특한, 조류, 환경, 유행복, 전파, 시대, 디자인, 디자이너 (29개)	NFT의 구조 NFT 가상패션의 브랜드 디지털화 NFT 가상패션의 상호작용 NFT 가상패션의 유행화와 선호도 NFT 가상패션의 지속가능과 제로 웨이스트 (Zero Waste) NFT 가상패션의 영향과 홍보
2	NFT 가상패션 체험과 가상패션 창작	캐릭터, 설비, 박물관, 운동화, 공간, 체험, 소장품, 예술가, 현실, 게임, 가상, 이미지, 컬렉션, 사치품, 우주, 음악, 예술, 사교, 피부, 패션계(20개)	NFT 가상패션의 가치와 희귀성(稀有性) NFT 가상패션의 체험감 NFT 가상패션의 창작성

3	NFT 가상패션의 시장 경제 성장과 패션 브랜드의 가상패션 투자 추세	토큰, 거래플랫폼, 자산, 가격, 투자, 상품, 시장, 거래, 마케팅, 코인, 인터넷, 블록체인, 플랫폼 (13개)	NFT 가상패션의 시장 투자 추세와 시장 경제 성장추세 NFT 가상패션의 불확정성
4	NFT 가상패션에 대한 가입자의 욕구와 가상패션 스포츠 브랜드 나이키	판매, 암호, 가입자, 경제, 네트워크, 개념, 나이키, 기치, 예술품 (9개)	NFT 가상패션의 수요 NFT 가상패션 스포츠 브랜드 나이키

4-1-3. 내용분석 및 논의

1) 1그룹: NFT 가상패션 브랜드와 가상패션의 발전 추세

그룹1 관련 키워드는 29개로 ‘디지털’, ‘세분’, ‘전시관’, ‘산업’, ‘개성’, ‘가상현실’, ‘뉴패션’, ‘친환경’, ‘의류’, ‘생태’, ‘브랜드’, ‘매체’, ‘융합’, ‘추세’, ‘스타일’, ‘기반시설’, ‘자원’, ‘패션’, ‘소비’, ‘테크놀로지’, ‘독특한’, ‘요소’, ‘유행복’, ‘조류’, ‘전파’, ‘환경’, ‘시대’, ‘디자인’, ‘디자이너’ 등이다.

그룹1은 키워드의 수가 가장 많고 연결의 밀집도가 가장 높으며 영향력이 큰 그룹이다. NFT의 구조, NFT 가상패션의 브랜드 디지털화, NFT 가상패션의 상호작용성, NFT 가상패션의 유행화와 선호도, NFT 가상패션의 지속 가능성과 제로 웨이스트(Zero Waste), NFT 가상패션의 영향과 홍보 등의 관련 텍스트로 구성되어 ‘NFT 가상패션 브랜드와 가상패션의 발전 추세’로 명명하였다.

‘세분’, ‘기반시설’, ‘전시관’ 등의 키워드는 NFT의 구조에 관련된 텍스트로서 NFT 기반시설, NFT 거래 플랫폼²²⁾ 등으로 세분된 NFT의 구조에 관한 게시글을 위주로 나타났다. 한편 NFT의 디지털 예술품을 전시하기 위해 나타난 가상 전시관도 볼 수 있다.²³⁾

그리고 ‘뉴패션’, ‘브랜드’, ‘패션’, ‘유행복’, ‘의류’, ‘테크놀로지’, ‘디지털’, ‘산업’, ‘소비’, ‘자원’, ‘디자인’, ‘디자이너’, ‘스타일’, ‘요소’, ‘개성’, ‘독특한’ 등은 NFT 가상패션의 브랜드 디지털화에 관한 내용이 대량으로 나타났다. 예로서 령운패션신문망(冷云时尚新闻网)에

22) 코인해독자신문망. (2023.2.26). URL:https://baijiaha.o.baidu.com/s?id=1694199043956171682&wfr=spider&for=pc.

23) 왕이신문망(网易新闻). (2023.2.23). URL:https://chinnews-archive.org/posts/801591749249/https://www.w.163.com/dy/article/GFLFAIHS0514832I.html.

의하면 코로나19의 여파로 아디다스(Adidas), 나이키, 구찌 들케안기버나 등의 패션 브랜드들은 메타버스에 진출하여 NFT 디지털 의류 출시에 나섰으며, 따라서 NFT의 산업 소비시장이 많이 확대되었다.²⁴⁾ 다음으로 NFT 패션 디자인 이슈 관련 텍스트는 ‘뉴패션’, ‘유행복’, ‘테크놀로지’, ‘자원’, ‘디자인’, ‘디자이너’, ‘스타일’, ‘요소’, ‘개성’, ‘독특한’ 등이다. 텍스트를 살펴보면 디자이너들은 테크놀로지 기술을 통해 독특하고 개성적인 NFT 뉴패션을 구현하고 있음을 알 수 있다.²⁵⁾

‘융합’, ‘가상현실’을 통해서는 NFT 가상패션의 상호작용성 관련 내용을 볼 수 있다. 즉, 가상현실(VR) 등 장비를 통해 인체모형과 의류를 현실 환경 속에서 구현하여, 사용자는 실제 옷을 갈아입지 않아도 피팅 효과를 느낄 수 있으며, 몰입감 있는 현실과 가상의 융합 인터랙티브 체험을 구현하여 인간과의 상호작용성을 나타낸다.

‘추세’, ‘조류’, ‘시대’ 등은 NFT 가상패션의 유행화와 선호도 관련 텍스트를 이루어졌다. 51CTO신문망(新闻网)에 따르면 메타버스 시대에 NFT는 새로운 추세와 조류가 되었으며, 따라서 패션계에서 NFT 가상패션의 열풍을 불러일으킬 뿐만 아니라 사용자들의 선호도 많이 받았다.²⁶⁾

‘친환경’, ‘생태’, ‘환경’ 등은 NFT 가상패션의 지속 가능성과 제로 웨이스트 관련 내용의 주요 키워드로 많이 나타났다. 텐센트신문망(腾讯新闻网)에 의하면 패션 브랜드들은 친환경, 지속 가능성 등의 콘셉트를 가상패션에 도입함으로써 큰 주목을 받고 있다²⁷⁾는 내용을 볼 수 있다. 이러한 텍스트들을 통해 NFT의 디지털 자산의 점차적인 형성에 따라 디지털 패션이 빠르게 발전하고 있다는 사실을 알 수 있다.

‘매체’, ‘전파’는 NFT 가상패션의 영향과 홍보에 관한 텍스트로 보인다. 예로서 넷이즈 뉴스(网易新闻)에서 미디어 매체의 전파가 NFT 가상패션의 홍보에 도움이 되었고, 패션 브랜드에서의 영향력이 강화된다는 보도가 나왔다.²⁸⁾

24) 콜드 클라우드 패션 사이트. (2023.2.26). URL:http://www.yydc.com/news/3777.html.

25) 블로그. (2023.2.26). URL:https://m.thepaper.cn/baijiahao_15464522.

26) 51CTO신문망(新闻网). (2023.2.26). URL:https://www.51cto.com/article/656402.html.

27) 텐센트신문망. (2023.2.26). URL:https://new.qq.com/rain/a/20220428A0CC9000.html.

종합적으로 보면 상술한 내용은 모두 NFT 가상 패션 브랜드와 가상패션의 추세에 관한 내용으로서, 그룹1은 NFT 가상패션 브랜드와 가상패션의 추세로 명명하였다.

2) 그룹2: NFT 가상패션 체험과 가상패션 창작

그룹2은 총 20개의 키워드가 포함되어 있으며, 각각 ‘캐릭터’, ‘설비’, ‘박물관’, ‘운동화’, ‘공간’, ‘체험’, ‘소장품’, ‘예술가’, ‘현실’, ‘게임’, ‘가상’, ‘이미지’, ‘컬렉션’, ‘사치품’, ‘우주’, ‘음악’, ‘예술’, ‘사고’, ‘피부’, ‘패션계’ 등이다.

‘박물관’, ‘소장품’, ‘컬렉션’은 ‘NFT 가상패션의 가치와 희귀성(稀貴性)’에 대한 내용과 관련 키워드이다. 원문 내용을 살펴보면 오늘의 톱뉴스(今日头条新闻网)는 가상패션의 브랜드 아우라, 무한한 상상력, 과장된 독특한 예술 표현 방식으로 인해 가상패션에 더 많은 경제적 가치를 부여하며, 그중에서 디지털 소장품, 가상패션이 디지털 박물관, 디지털 패션 컬렉션 등을 통해 전시 및 판매할 수 있다고 하였다.²⁹⁾

‘설비’, ‘현실’, ‘게임’, ‘가상’, ‘사고’, ‘공간’, ‘체험’, ‘우주’, ‘음악’, ‘캐릭터’, ‘피부’, ‘이미지’, ‘운동화’, ‘사치품’, ‘패션계’ 등은 NFT 가상패션의 체험감에 대한 내용과 관련된 키워드이다. 가상패션과 관련 분야를 설명할 수 있는 피부, 이미지, 캐릭터, 게임, 음악, 운동화, 사치품, 패션계 등의 내용을 보면, NFT 가상패션과 관련된 분야는 피부, 이미지, 게임, 캐릭터, 디자인, 음악 등 외에도 운동화로 대표되는 스트리트 패션 및 구찌, 루이비통(Louis Vuitton) 등 명품 브랜드가 있음을 알 수 있다.³⁰⁾ 게다가 사용자는 캐릭터로 가상공간에서 가상 사회 활동을 하며 몰입감 있는 인터랙티브 체험을 얻을 수 있다.³¹⁾

‘예술’, ‘예술가는 NFT 가상패션의 창작성에 대한

28) 왕이신문망(网易新闻网). (2023.2.26). URL:https://www.163.com/dy/article/GPKUN0SF0552OVQH.html.

29) 오늘의 톱뉴스(今日头条). (2023.4.23). URL:https://www.toutiao.com/article/7120521832972681766/?wid=1681532462165.

30) 웨이보사이트(微博新闻). (2023.4.23). URL:https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404836751846801635.

31) 중국국제패션위크 사이트. (2023.2.26). URL:https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404836751846801635.

내용과 관련된 키워드이다. 원문 내용을 살펴보면 ISUX 보고서-NFT 가상패션이라는 보고서에 “예술가와 협력을 통해 NFT 가상패션의 다채로운 디자인이 현실패션에 강한 시각적 느낌을 더하였다. 소셜 플랫폼에 있는 가상패션 중에서 은색(silver) 계열의 의류가 화려하게 빛나고 임팩트가 강하며 미래 스타일의 메탈릭한 비주얼을 가지고 있다. 또한, 밝은 느낌의 소재와 네온 컬러, 옷을 부드럽게 부풀리는 비주얼도 가상패션의 예술적인 특징이다³²⁾”라는 텍스트를 볼 수 있다.

이에 NFT 가상패션에 대한 사용자의 체험감이 중요하며 NFT 가상패션의 창작도 사용자의 체험에 큰 영향을 미칠 수 있으므로 그룹2은 NFT 가상패션 체험과 창작으로 명명하였다.

3) 그룹3: NFT 가상패션의 시장 경제 성장과 패션 브랜드의 가상패션 투자 추세

그룹3은 총 13개의 키워드가 있으며, 각각 ‘토큰’, ‘거래 플랫폼’, ‘자산’, ‘가격’, ‘투자’, ‘상품’, ‘시장’, ‘거래’, ‘마케팅’, ‘코인’, ‘인터넷’, ‘블록체인’, ‘플랫폼’ 등이다.

‘토큰’, ‘시장’, ‘거래 플랫폼’, ‘자산’, ‘가격’, ‘투자’, ‘상품’, ‘거래’, ‘마케팅’, ‘코인’, ‘블록체인’ 등은 NFT 가상패션의 시장 투자와 경제 성장세에 대한 내용과 관련된 키워드이다. 토큰 및 코인은 모두 블록체인 기술을 기반으로 발행된 토큰으로, 예술계, 패션계에서의 대명사는 NFT이다.³³⁾ NFT의 발전에 따라 각 브랜드에 새로운 수익 모델을 가져오고 점점 더 많은 패션 브랜드가 NFT 가상패션 시장에 진출하여 전문적인 NFT 패션 거래 플랫폼이 많이 등장하였다. 또한, 많은 패션브랜드가 게임 플랫폼과 협업하여 NFT 가상패션을 출시해 수익을 내며 새로운 수익 방식을 형성하고 있다. 가상패션 판매 플랫폼인 DressX는 가상패션의 잠재 시장 규모를 310억 달러로 예측하였다.³⁴⁾ 동시에 가상패션의 유통 수요가 증가함에 따라 발생하는 비즈니스 프리미엄 투자에서³⁵⁾ 가상

32) 독창력 뉴스 사이트. (2023.2.26). URL:https://max.book118.com/html/2022/0610/6143204101004155.shtml.

33) 시나 웨이보(新浪微博). (2023.4.24). URL:https://fashion.sina.com.cn/s/in/2021-03-24/1938/doc-ikntiam6863925.shtml.

34) 메타버스(元宇宙界). (2023.4.24). URL:http://app.anyuzhoujie.com/?app=article&controller=article&action=show&contentid=1346.

패션의 시장 투자 추세가 증가하고 있음을 알 수 있다. 시장 경제와 관련된 텍스트에서 가상패션은 게임 플랫폼, 전문적인 가상패션플랫폼, 디지털 패션플랫폼 등 거래 플랫폼을 통해 구매 및 판매되고 있으며, 일반적으로 가격이 높고 디지털 자산 축적을 촉진하고 있음을 알 수 있다.³⁵⁾ “가상 원피스 한 벌에 9,500달러? 이것은 가상패션의 시작일 뿐!”이라는 기사에는 메타버스에서 블록체인 기반 NFT는 삭제, 복제, 수정이 불가능한 특성을 가지고 있어 의류에 대한 보호성이 높은 동시에 의류의 희소성을 증가시킨 네덜란드의 디지털 회사에서 발행한 레인보우 원피스가 9,500달러에 낙찰되었다³⁷⁾는 내용을 찾아볼 수 있다. 아디다스와 나이키, 버버리(Burberry) 등의 브랜드 역시 NFT 가상패션에 잇따라 진출하였고, 각 브랜드는 NFT 패션 거래 플랫폼과 세컨드 마켓을 통해 가상패션을 판매하였다. 판매 가격은 다르지만 모두 가상패션 시장의 경제 성장을 촉진하고 있다.³⁸⁾

그다음 ‘인터넷’, ‘플랫폼’ 등은 ‘NFT 가상패션의 불확정성’에 대해 설명하는 키워드이다. 원문을 살펴보면 시나재경신문망(新浪财经新闻网)은 신홍자산으로서 블록체인을 기반으로 하는 NFT는 엄격한 법적 규제가 없는 상태에서 여전히 불확실성을 가진다³⁹⁾는 내용을 발표하였다. 젊은 세대는 자신을 현실패션으로 표현하는 것을 중시할 뿐만 아니라 자신이 인터넷 플랫폼에서의 패션 표현에도 중시하면서 실제 생활과 인터넷을 융합하는 시도를 하고 있다.⁴⁰⁾ 그러나 일부 전문가들은 가상패션이 아직 개발 단계에 있으므로 여전히 불확실한 위험이 많기 때문에 더욱

안전한 시장 메커니즘이 필요하다고 제시하였다.⁴¹⁾

이러한 텍스트들을 참고하여 NFT 가상패션의 시장 가치가 매우 높고 NFT 가상패션 거래는 브랜드 투자를 유치하는 동시에 시장 경제의 성장을 촉진한다는 사실을 알 수 있다. 따라서 이 그룹의 내용에 대해 NFT 가상패션의 시장 경제 성장과 브랜드의 투자 추세로 명명하였다.

4) 그룹4: NFT 가상패션에 대한 가입자의 욕구와 가상패션 스포츠 브랜드 나이키

그룹4은 총 9개의 키워드가 있는데 각각 ‘판매’, ‘암호’, ‘가입자’, ‘경제’, ‘네트워크’, ‘나이키’, ‘가치’, ‘개념’, ‘예술품’이다.

‘판매’, ‘암호’, ‘가입자’, ‘경제’, ‘네트워크’, ‘가치’, ‘개념’, ‘예술품’ 등은 ‘NFT 가상패션의 수요’에 대한 설명하는 키워드이다. 개념적으로 가상패션은 액세서리, 의류, 예술품 등의 분야를 포함한다.⁴²⁾ 각 작품에는 독립적인 NFT 암호가 있어 암호를 통해 소유권을 추적할 수 있으며 가상패션 작품은 자신의 경제적 가치 외에도 독특하고 유일한 상징 가치를 부여한다.⁴³⁾ 그래서 가입자가 무한한 창의성, 유일성에 대한 욕구를 충족시킬 수 있다. 그중에서 구찌와 발렌시아가 등 세계적인 브랜드는 기존의 상당 기간에 순수한 NFT 가상패션 제품을 공급해 왔으며, 다양한 메타버스 네트워크 플랫폼과 온라인 게임 플랫폼에 적극적으로 진출하여 NFT 제품을 출시하였다. 예로서 구찌가 로블록스(Roblox)에서 구찌 디오니소스(Gucci Dionysus) 가상가방을 판매한 적이 있다.⁴⁴⁾ 게다가 원문에서 NFT 가상패션의 유행으로 인해 점점 더 많은 사용자들은 가상패션에 눈길을 돌리고 있는데, 가상패션은 가상공간에 존재하고 판매하는 작품으로 많은 브랜드와 사용자들에게 사랑받고 있다⁴⁵⁾라고 하는 내용과 관련된 기사가 나타났다.

35) 웨이보 뉴스(微博新闻). (2023.4.24). URL:https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404741225101263297.

36) <연합상망(联商网)>. (2023.4.24). URL:http://www.linkshop.com/news/2022489469.shtml.

37) 독삼술 신문 사이트. (2023.2.26). URL:https://baijiahao.baidu.com/s?id=1653140771969975030&wfr=spider&for=pc.

38) 블록 뉴스 사이트. (2023.2.26). URL:https://baijiahao.baidu.com/s?id=175036490453559102&wfr=spider&for=pc.

39) 시나재경신문망(新浪财经新闻网). (2023.2.26). URL:https://baijiahao.baidu.com/s?id=1710964388932320019&wfr=spider&for=pc.

40) 시나 웨이보(新浪微博). (2023.4.24). URL:http://k.sina.com.cn/article_1835302403_6d647e03027012ix3.html.

41) 노동자일보(工人日报). (2023.4.24). URL:http://m.joyyang.com/infos/news/202207/13/97542.html.

42) 천침인선(穿针引线). (2023.2.26). URL:https://www.ceff.net/article-22182-1.html.

43) 시나 웨이보(新浪微博). (2023.2.26). URL:http://www.linkshop.com/news/2022489469.shtml.

44) 블로그. (2023.2.26). URL:https://user.guancha.cn/main/content?id=737230&page=2.

45) EFF.NET 패션 사이트. (2023.2.26.). URL:https://www.ceff.net/article-22182-1.html.

‘나이키는 ‘NFT 가상패션 스포츠 브랜드 나이키에 대한 내용과 관련된 키워드이다. 원문을 살펴보면 나이키는 가상패션에 진출한 대표적인 스포츠 브랜드이며 PS로 전 세계를 뜨겁게 달군 핫 브랜드 RTFKE를 인수하여 나이키의 디지털 트랜스포메이션을 가속화하고 메타버스 첫 신발공장을 만들었다.⁴⁶⁾ 이어서 가상패션이라는 거대한 시장에 맞서 RTFKT & Nike Dunk Genesis CryptoKicks라는 NFT 가상운동을 선제적으로 발표하였다.⁴⁷⁾ 이 NFT 가상운동화는 나이키에서 열풍이 강한 Dunk 신발을 모티브로 하고 최초의 스타일은 일상적이며 나이키의 로고에 그레이 톤을 더하였다. 그리고 신발 표면 특유의 해제 디자인에 메탈릭한 장식이 더하여 Dunk 신발에게 갑주(鎧冑)를 입힌 듯한 느낌으로 사이버 펑크의 미래 스타일을 볼 수 있다.⁴⁸⁾ 24시간 만에 NFT 가상운동화의 거래액이 481.9%나 오르며 가장 인기 있는 NFT가 되었다.⁴⁹⁾

따라서 이 그룹의 내용에 대해 NFT 가상패션에 대한 가입자의 욕구와 스포츠 브랜드 나이키로 명명하였다.

4-2. 표현 특성 분석

4-2-1. 키워드 빈도분석

4.1의 키워드 빈도분석 자료에서 NFT 가상패션 디자인 표현 특성에 대한 주요 키워드들을 선별하였으며 특히 디자인 표현 특성 관련 단어를 선별은 주관적 판단을 배제하기 위해 전공자 3인의 공동 작업을 통해 선정하였다. 관련 단어를 보면 ‘디지털(8,986회)’이 가장 많았고, ‘우주(3,688회)’, ‘게임(2798회)’, ‘예술(2688회)’, ‘가상현실(2346회)’, ‘체험(2020회)’, ‘테크놀로지(2012회)’ 등이 높은 빈도를 나타냈으며 [표 3]과 같이 53개 단어를 핵심 키워드를 추출하였다.

46) 게임룩 사이트. (2023.2.27). URL:https://view.inews.qq.com/k/20211215A0DKHW00?web_channel=wap&openApp=false.

47) 계면 신문 사이트. (2023.04.24). URL:https://baijiahao.baidu.com/s?id=1719534364557004060&wfr=spider&for=pc.

48) 텐센트뉴스(腾讯新闻网). (2023.04.24). URL:https://view.inews.qq.com/k/20211215A0DKHW00?web_channel=wap&openApp=false.

49) 블로그. (2023.04.24). URL:https://baijiahao.baidu.com/s?id=1731978938431010100&wfr=spider&for=pc.

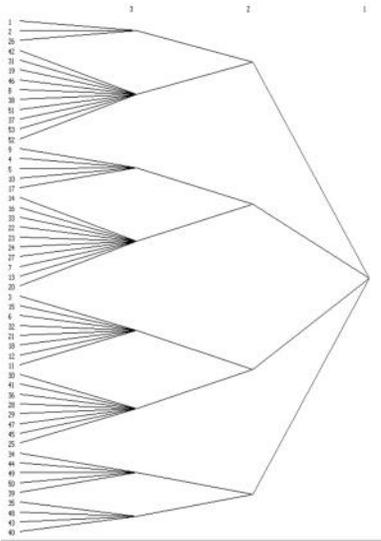
[표 3] 디자인 표현 특성의 주요 키워드 빈도수(Frequency)

순위	단어	빈도	순위	단어	빈도
1	디지털	8986	28	화려한	198
2	우주	3688	29	복고	190
3	게임	2798	30	외관	166
4	예술	2688	31	그림	156
5	가상현실	2346	32	조형	148
6	체험	2020	33	색채	112
7	테크놀로지	2012	34	유기적 기술	112
8	사치품	1466	35	지능	90
9	이미지	1388	36	재미있는	90
10	융합	1314	37	선명한	88
11	가치	1312	38	국제	88
12	친환경	1226	39	간편한	86
13	공간	1114	40	자유	86
14	시대	876	41	환상적	84
15	환경	808	42	비싼	84
16	조류	790	43	혼합한	84
17	생태	780	44	파생상품	84
18	인터넷	754	45	새로운 체험	82
19	예술가	740	46	카툰	82
20	독특한	714	47	상호작용성	82
21	캐릭터	666	48	연속	82
22	요소	602	49	수공	80
23	개념	598	50	경험	80
24	스타일	524	51	반응	80
25	개성	334	52	혁명	80
26	창작	256	53	실제	78
27	시각	212			

4-2-2. Cluster 분석

[그림 2]는 NFT 가상패션 디자인 표현 특성에 대한 주요 키워드들을 구조적 등위성을 기준으로 클러스터하여 그 의미를 시각적으로 표현한 것이다. 가로축 상의 숫자는 클러스터한 횟수이고, 세로축의 숫자는 주요 키워드들의 순위를 나타낸다.

클러스터들의 내용을 상세하게 분석하기 위해 레벨3을 분석 수준으로 설정하여 8개의 군집을 [표 4]와 같이 도출하였다.



[그림 2] 디자인 표현 특성의 클러스터 다이어그램(Cluster Diagram)

[표 4] 디자인 표현 특성의 클러스터 분석의 군집과 주요 내용

군집	군집 이름	키워드	내용
1	대담성	디지털, 우주, 창작 (3개)	가상패션 디자인의 가상성과 가상패션 창작의 대담성
2	콜라보레이션과 고퀄리티성	비싼, 그림, 예술가, 카툰, 사치품, 국제, 반응, 선명한, 실제, 혁명(10개)	가상패션 콜라보레이션 3D 예술가 고퀄리티성이 있는 가상패션 디자인 비싼 가상패션 디자인
3	예술성과 가상성	이미지, 예술, 융합, 가상현실, 생체 (5개)	가상패션 디자인의 예술성 가상패션 디자인 가상성
4	과장성과 테크놀로지성	시대, 조류, 색채, 요소, 개념, 스타일, 시각, 테크놀로지, 공간, 독특한(10개)	가상패션 디자인의 시각적 과장성과 테크놀로지성
5	친환경성과 무규격성	게임, 환경, 체험, 조형, 컴퓨터, 인터넷, 친환경, 가치(8개)	가상패션 디자인의 친환경성과 가상패션 디자인의 조형의 무규격성
6	심미성과 상호작용성	외관, 환상적, 복고, 재미있는, 화려한, 상호작용성, 개성, 새로운 체험, (8개)	가상패션 디자인 외관의 심미성과 가상패션 디자인 상호작용성
7	비접촉성	유기적 기술, 수공, 파생상품, 경험, 간편한(5개)	유기적 기술을 사용한 가상패션의 비접촉성 가상패션 작품의 경험성
8	탈경계성	지능, 연속, 혼합한, 자유(4개)	가상패션 디자인의 탈경계성

4-2-3. 내용분석 및 논의

1) 1군집: 대담성

군집1은 '디지털', '우주', '창작' 등 3개의 키워드가 있으며, 가상패션이 대담한 디자인을 어떻게 전개하는지를 논술하는 게시글이 많이 나타났다. 2022-2023 디자인 추세 ISUX 보고서에 따르면 디지털 세계에서는 NFT 가상패션의 소재감, 형상, 색채의 창작 및 캐릭터의 동작 디자인 등의 측면이 모두 더욱 대담해졌다⁵⁰⁾는 내용이 있다. 그리고 패션 브랜드 ANNAKIKI는 금속 재료를 활용하여 창작된 우주적인 감각이 있는 2023 가상 패션 컬렉션을 출시하였다.⁵¹⁾ 즉, 메타버스의 발전에 따라 가상패션의 디자인 표현이 점점 더 대담해지고 있으므로 나타난 내용을 종합하여 이 군집을 대담성으로 명명하였다.

2) 2군집: 콜라보레이션과 고퀄리티성

2군집은 10개의 키워드가 있으며, 이들은 각각 '비싼', '그림', '예술가', '카툰', '사치품', '국제', '반응', '선명한', '실제', '혁명' 등이다.

'예술가', '국제', '그림', '선명한', '실제' 등 키워드는 주로 '가상패션 콜라보레이션 3D 예술가'에 관한 내용에서 나타났다. 양관망 뉴스사이트에서 가상패션은 기술적 수단을 통해 실제 인물 사진과 가상패션을 한 장의 그림 또는 동영상으로 합성하여 가상 웨어러블로 전환하였으며, 원단의 제작 과정 없이 디자이너의 선명한 상상력만으로 디자인하는 것을 지적하였다.⁵²⁾ 메타버스 분야에서 유명한 디자이너 Adiella Bachshe는 디지털 예술가로서 작품의 범위가 매우 넓으며 가상 의류, 가상 액세서리, 디지털 예술 작품 등을 포함한다. Ines alpha는 파리에 거주하는 3D예술가이며 나이키, 버버리, 디올(Dior) 그리고 삼성 등 다양한 유명한 브랜드와 협업하여 3D 아트 제작을 진행하였다.⁵³⁾ 또한, 상위 뉴스사이트의 기사를 보면 threeasfour는 3D 예술가와의 협업을 통해 가상패션을 출시하였으며, Dress X와의 협업을

50) 독창력 뉴스 사이트, (2023.04.25). URL:https://max.book118.com/html/2022/0610/614.

51) 왕이신문망(网易新闻). (2023.04.25). URL:https://m.163.com/dy/article/HL8D09TF0538PAUF.html.

52) 양관망 뉴스 사이트, (2023.03.11). URL:https://baijiahao.baidu.com/s?id=1738926941189948917&wfr=spider&for=pc.

53) 시나 웨이보사이트(新浪微博). (2023.04.25). URL:https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404730560101876603

통해서는 애니메이션 NFT로 구현된 미래주의와 디지털 미학으로 패션의 새로운 경험을 창조한 것을 알 수 있다.⁵⁴⁾

그리고 고퀄리티성이 있는 가상패션 디자인에 관한 내용은 '비싼', '사치품', '반응', '혁명', '카툰' 등의 키워드에 나타났다. 원문 내용을 보면 NFT 가상패션 작품은 전문가들이 최고의 하이테크 기술을 기반으로 만들어냈으며, 완성도가 높고 디테일도 완벽하게 구현할 수 있다. 2022-2023 디자인 트렌드 리포트는 가상패션 디자인이 3D 모델링과 AR 기술에 따른 패션계 전반에 혁명을 주고 있다고 지적하였다.⁵⁵⁾ 또한 NFT의 인기가 높아짐에 따라 점점 더 많은 사치품 브랜드와 미디어 및 기타 기관이 참여하였다. 그중에 지방시(Givenchy)는 멕시코 디지털 아티스트 Chito와 협업하여 NFT 시리즈를 선보였으며 Chito x Givenchy NFT 시리즈는 카툰 캐릭터와 기호, 애니메이션 등으로 표현된다. 그리고 구찌는 자신의 첫 NFT 작품을 크리스티 경매장에서 2만 달러에 경매하였다.⁵⁶⁾ 럭셔리 패션 브랜드 돌체앤가바나는 UNXD 플랫폼에서 총 565만 달러에 판매되어 역대 가장 비싼 패션 NFT 시리즈가 되었다. 가상패션 브랜드 Rtfkt에서 디자인한 첫 번째 가상 자켓인 메타자켓(Metajacket)은 12만 5천 달러에 판매되었는데, 이러한 비싼 가격으로 큰 반응을 불러일으켰다.⁵⁷⁾

이를 통해 NFT 가상패션 디자인은 디자이너와 예술가의 콜라보레이션을 통한 상상력을 담아내고, 하이테크적인 기술에 의한 고퀄리티가 적용된 높은 가격의 특징을 나타냄으로 이 군집의 내용에 대해 콜라보레이션을 고퀄리티성으로 명명하였다.

3) 3군집: 예술성과 가상성

3군집은 '이미지', '예술', '가상현실', '융합', '생태' 등 5개의 키워드가 있다.

가상패션 디자인의 예술성과 관련된 텍스트는 '예

술, '이미지' 등의 키워드에 주로 나타났다. 원문 내용을 보면 가상 세계에서 서로 다른 가상 신분에서 따라 다른 문화적 표현이 필요하며 가상패션은 개인이 맞춤형 이미지를 구축하는 데 도움을 준다. 즉, 가상패션은 매우 독특한 예술자산으로 가상 세계의 다문화적 표현에 유리하다고 할 수 있다.⁵⁸⁾ 또한, 신경보 신문 사이트는 가상 이미지의 색채는 미래풍의 실버, 네온 등의 컬러에서 볼 수 있는 것처럼 실제 의류보다 더 예술적이라고 발표하였다.⁵⁹⁾

가상패션 디자인의 가상성에 관한 내용은 '가상현실', '융합', '생태' 등의 키워드가 있다. 원문 내용을 보면 가상패션과 현실 사이의 경계는 점점 더 모호해지고 있으며, 디자이너는 3D 소프트웨어와 패션의 융합을 통해 물리적 세계에서는 실현될 수 없는 의류를 디자인함으로써 기존 패션워크의 관계성을 타파하는 가상패션을 창조한다는 게시글이 많이 나타났다.⁶⁰⁾ 가상현실 VR은 패션계에 새로운 전시 모델과 소매 모델을 가져다주었고, 패션 브랜드와 가상현실 VR의 결합은 브랜드 인지도를 높일 뿐만 아니라 패션산업의 불필요한 낭비를 크게 줄일 수 있다.⁶¹⁾ 나아가 패션산업으로 인한 오염 문제를 해결하고 생태 균형을 촉진하며 최종적으로 가상패션의 가치를 실현한다.⁶²⁾

이를 통해 NFT 가상패션 디자인이 3D 소프트웨어와의 융합을 통해 보여주는 예술적 효과의 가상적인 감각이 매우 강하므로 이 군집의 내용에 대해 예술성과 가상성으로 명명하였다.

4) 4군집: 과장성과 테크놀로지성

4군집은 '시대', '조류', '색채', '요소', '개념', '스타일', '시각', '테크놀로지', '공간', '독특한' 등 10개의 키워드가 있다.

58) 바이두사이트, (2023.04.25). URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1750523585128944503&wfr=spider&for=pc>.

59) 신경보 신문 사이트, (2023.03.11). URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1736433920191448359&wfr=spider&for=pc>.

60) 즈호 사이트, (2023.03.11). URL: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/443317082>.

61) 바이두사이트, (2023.04.25). URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1667897470415279795&wfr=spider&for=pc>.

62) 블로그, (2023.04.25). URL: <https://www.8btc.com/article/6779404>.

54) 상위 뉴스 사이트, (2023.03.11). URL: <http://www.cschy.com/nvxing/17514.html>.

55) UISDC 뉴스 사이트, (2023.03.11). URL: <https://www.uisdc.com/nft-clothing>.

56) 왕이신문망(网易新闻), (2023.04.25). URL: <https://www.163.com/dy/article/GPKUN0SF0552OVQH.html>.

57) 바이두사이트, (2023.04.25). URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1714281187218335464&wfr=spider&for=pc>.

‘시대’, ‘조류’, ‘색채’, ‘요소’, ‘개념’, ‘스타일’, ‘시각’, ‘공간’, ‘독특한’ 등의 키워드는 ‘가상패션 디자인의 시각적 과장성’에 대한 내용에서 많이 나타났다. 원문 내용을 살펴보면, “예술화된 가상패션은 미래의 트렌드다”라는 기사에는 각종 몽환적인 색채, 전위적인 개념, 그리고 장식적 요소를 갖춘 가상패션 디자인을 통해 패션계를 휩쓸고 있다는 것을 제시하였다. 가상패션은 시대의 조류로 부각되면서 과장된 스타일링, 강렬한 대비의 색채, 의류의 소재와 텍스처를 적재적소에 사용함으로써 의류에 더 많은 시각적 효과를 구현하고 있다.⁶³⁾ 디지털 기술을 기반으로 한 가상패션은 현실 세계에 제한받지 않고 디자인에 있어 대담하고 과장돼 사람의 주목을 받는다. 동시에 모든 가상패션 작품에는 고유한 이름과 독특한 의미가 가진다.⁶⁴⁾

‘테크놀로지’ 키워드는 ‘테크놀로지상’에 대한 내용이다. 원문을 보면 가상패션 디자인은 현대 테크놀로지 기술의 지원에 힘입어 일상생활에서는 실현 불가능한, 풍부한 상상력의 아이템, 소재, AR 효과, 필터 등이 추가된 제품을 생산하게 되었다⁶⁵⁾는 게시글을 볼 수 있다. 또한, “패션+테크놀로지, 가상패션 디자인은 왜 오늘날 패션계에서 하고 싶은 대로 할 수 있을까?”라는 기사에도 테크놀로지 기술이 현대 패션에 어떻게 활용되고 접목되는지를 설명하였다. 예로서 모션 캡처, 홀로그래피 등의 테크놀로지 기술을 더해 가상 의류를 360도로 시연할 수 있을 뿐만 아니라 인물의 움직임이나 환경에 따른 시각적인 변화를 드러냄으로써 더욱 실감이 나는 시각효과를 구현한다.⁶⁶⁾ 가상패션 브랜드 오로보로스(Auroboros)는 테크놀로지를 실물 고급 패션과 디지털 의류에 결합시킨 패션 기업으로, 의류에 3D 모델링, 프린팅 기술 등을 적용하였다.⁶⁷⁾

따라서 이 군집의 내용에 대해 과장성과 테크놀로

63) 중국국제패션위크 사이트. (2023.03.11). URL: <https://www.toutiao.com/article/7120521832972681766/>.

64) 바이두사이트. (2023.04.25). URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1738889684147962167&wfr=spider&for=pc>.

65) 흐호사이트. (2023.03.11). URL: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/405121206>.

66) 흐호 사이트. (2023.03.11). URL: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/443317082>.

67) 텐센트뉴스(腾讯新闻网). (2023.03.12). URL: <https://new.qq.com/rain/a/20220606AOCB7300>.

지성으로 명명하였다.

5) 5군집: 친환경성과 무규격성

5군집은 ‘게임’, ‘환경’, ‘체험’, ‘조형’, ‘캐릭터’, ‘인터넷’, ‘친환경’, ‘가치’ 등 8개의 키워드가 있다.

‘게임’, ‘환경’, ‘캐릭터’, ‘인터넷’, ‘친환경’, ‘가치’ 등의 키워드는 가상패션 디자인의 친환경성에 관한 내용을 설명하였다. 원문을 살펴보면 가상패션 디자인은 현실패션 디자인과 달리 인터넷 게임이나 동영상, 패션플랫폼 등 가상공간을 기반으로 온라인에서만 판매하고 다양한 형태와 형식을 가지고 있는데, 소비자가 가상공간에서 착용할 수 있는 가상 의류가 의류 생산 과정에서 발생하는 자원 낭비를 방지할 수 있다.⁶⁸⁾ 이를 통해 가상패션이 추구하는 친환경 목표를 실현하며 예로 게임 속 가상 캐릭터가 착용하는 의류, 또는 캐릭터 자체만의 특수효과 등도 디지털 기술로 구현되었다.⁶⁹⁾ 미국의 가상패션 플랫폼인 DressX는 게임 플랫폼인 로블록스에서 가상패션 시리즈를 출시하여 게임 플랫폼에 가상 제품을 출시한 최초의 디지털 패션 브랜드가 되었다.⁷⁰⁾ 시나(新浪) 사이트에서도 가상패션의 디자인 가치는 패션 표현 형식의 풍부성에 있어 기존의 패션을 넘어서고 있다. 기존 패션의 과잉 생산이 ‘환경’에 큰 영향을 미치는 반면, 가상패션은 디지털화만 있을 뿐 물리적인 부분이 없어 원단의 낭비를 줄일 수도 있고, 공장 생산 단계를 건너뛰기에 환경오염 문제 등도 크게 개선할 수 있다. ⁷¹⁾라고 지적하였다.

‘체험’, ‘조형’ 등의 키워드는 가상패션 디자인 조형의 무규격성에 관한 내용을 설명하였다. 원문 내용을 살펴보면, 현실 세계의 패션 조형에는 서로 다른 사이즈의 크기가 존재하는 반면, 가상패션 디자인은 신체 사이즈에 따른 크기를 따로 고려할 필요 없이 의류에 부합하는 사진 한 장만이 필요할 뿐이다. 이러한 무제한의 가상패션 조형 디자인도 하나의 특색이며, 사용자에게 있어서도 하나의 새로운 체험이다.⁷²⁾ 한편 가상패션은 사람들에게 신체적 제한 없

68) 블로그. (2023.04.26). URL: <https://blog.bigbigwork.com/archives/22091503>.

69) 위챗 공식 계정(微信公众号). (2023.04.26). URL: <https://www.huxiu.com/article/506090.html>.

70) 화려지(华丽志). (2023.04.26). URL: <https://luxe.co/post/211238>.

71) 시나 사이트(新浪微博). (2023.03.12). URL: <https://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404712563194855522>.

이 시각적으로 더욱 충격적이고 혁신적인 방식으로 자신의 정체성과 개성을 표현할 수 있게 한다. 구찌, 발렌시아가, 랄프로렌(Ralph Lauren) 등 패션 브랜드들도 가상패션 작품과 가상 쇼핑 체험을 잇따라 선보이고 있으며, 게이머들은 가상공간에서 의류를 구매하여 캐릭터 스타일링에 몰입감을 준다.⁷³⁾

따라서 이 군집의 내용에 대해 친환경성과 무규격성이라 명명하였다.

6) 6군집: 심미성과 상호작용성

6군집은 ‘외관’, ‘환상적’, ‘재미있는’, ‘화려한’, ‘복고’, ‘상호작용성’, ‘새로운 체험’, ‘개성’ 등 8개의 키워드가 있다.

‘외관’, ‘환상적’, ‘재미있는’, ‘화려한’, ‘복고’, ‘개성’ 등은 가상패션 디자인 외관의 심미성에 관한 내용을 설명한 키워드이다. 텐센트 뉴스사이트에서 가상 의류의 가치는 작품 자체의 예술과 미학에 두고, 화려한 색채와 대담한 외관을 가진 가상 의류 디자인이 사용자 자신의 스타일뿐만 아니라 사용자의 개성을 드러낼 수 있다고 지적하였다.⁷⁴⁾ 예컨대 가상패션 브랜드 Happy99는 90년대 복고 요소와 미래지향적인 비디오 게임 요소를 결합하여 독특한 재미있는 디자인을 구축하였다.⁷⁵⁾ 가상패션 브랜드 I II C I EN이 선보인 가상패션 작품에서 풍부한 색채, 환상적인 디자인 요소를 통해 로맨틱한 디자인을 구현하였다.⁷⁶⁾

‘상호작용성’, ‘새로운 체험’ 등의 키워드는 가상패션 디자인의 상호작용성에 관한 내용이다. 원문을 살펴보면, 가상패션 디자인은 3D 소프트웨어를 활용한 입체 재단의 원리에 기초하여 평면도의 입체화를 구현하였으며, 3D 마네킹을 통해 의류의 핏, 원단, 색

상, 디테일 및 액세서리 등을 직관적으로 파악할 수 있다. 사진 속 인물에게 가상 의류를 착용시켜 실제 효과를 보여줄 수 있는 새로운 체험을 가져다줄 수 있다.⁷⁷⁾ 이를 통해 사용자와의 상호작용성을 강화시킨다.

이러한 텍스트들에 근거하여 가상패션의 디자인은 패션 심미성에 영향을 미칠 뿐만 아니라 가상 세계에서 가상패션을 입은 사람들과의 상호작용을 가속화한다는 사실을 알 수 있다. 따라서 이 군집의 내용에 대해 심미성과 상호작용성이라 명명하였다.

7) 7군집: 비접촉성

7군집은 ‘유기적 기술’, ‘파생상품’, ‘수공’, ‘경험’, ‘간편한’ 등 5개의 키워드가 있다.

‘유기적 기술’ 키워드는 ‘유기적 기술을 사용한 가상패션의 비접촉성’에 관한 내용이다. 원문을 살펴보면, 가상패션은 현실 세계의 한계에서 벗어나 가상공간에서 세상의 모든 것을 몸에 착용시킬 수 있다. 칸차이망(砍柴网)에서 유기적 기술과 가상패션 디자인의 만남으로 새로운 세계가 열리게 되었는데, 가상공간에서 가상패션의 외관은 산천, 식물, 바다, 사막, 빙하 등 그 어떤 모습이라도 모방을 가능하게 되었으며, 이러한 생체 유기적 디자인을 이용한 가상패션은 비접촉적이다⁷⁸⁾는 내용을 제시하였다. 가상패션 브랜드 오로보로스는 자연을 모티브로 한 ‘Biomimicry’ 유기적 가상패션 시리즈를 선보이며 런던 패션위크의 첫 번째 가상패션 시리즈가 되었다.⁷⁹⁾

‘파생상품’, ‘수공’, ‘경험’, ‘간편한’ 등의 키워드는 ‘가상패션 작품의 경험성’에 관한 내용이다. 원문 내용 중의 경험성은 주로 가상패션의 디자인 과정이 현실 의류를 디자인하는 과정을 기반으로 하고 그 경험을 참고하여 작품을 제작하는 것을 말한다. 한편, NFT 가상패션의 관련 기사를 보면 블록체인 형태를 통해 작품의 소유자에 대한 기록을 남길 수 있는 NFT 가상패션은 사실 NFT와 결합하기 전에 가상패션으로 인식되었다. 즉, NFT 가상패션의 구현은

72) 사계절 복식 사이트. (2023.03.12). URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1739224787425347565&wfr=spider&for=pc>.

73) 블로그. (2023.04.26). URL: <https://www.jianshu.com/p/81e4bfcd9727>.

74) 텐센트 뉴스 사이트(腾讯新闻网). (2023.03.12). URL: <https://new.qq.com/rain/a/20220914A06Z9H00>.

75) 시나 웨이보사이트(新浪微博). (2023.04.26). URL: http://k.sina.com.cn/article_1708188321_65d0e2a101901mry0.html#/.

76) 칸차이망(砍柴网). (2023.04.26). URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1732045440654515509&wfr=spider&for=pc>.

77) COG 디자인 사이트. (2023.03.12). URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1733691265650125451&wfr=spider&for=pc>.

78) <칸차이망(砍柴网)>. (2023.03.12). URL: http://k.sina.com.cn/article_1708188321_65d0e2a101901mry0.html#/.

79) 시나 웨이보사이트(新浪微博). (2023.04.26). URL: http://k.sina.com.cn/article_1708188321_65d0e2a101901mry0.html#/.

NFT와 가상패션의 결합으로 나타난다.⁸⁰⁾ 그중에서 NYLON 편집부 사이트는 가상패션 디자인은 현실 속의 의류 제작 과정과 매우 유사하다. 이들 모두 패턴 제도, 재단, 재봉 등의 과정을 거치며, 현실 세계의 의류 제작 경험에 기초하여 가상패션 디자인의 창작 구상을 완성한다⁸¹⁾라고 서술하였다. 동시에 현실 의류 디자인 과정에서 활용하는 수공 작업이 가상패션 디자인에는 간편한 방식으로 이뤄진 것으로 추정하였다. 또한, 기업들의 디지털화 전략이 가속화되면서 브랜드 NFT의 디지털 패션상품이 많이 등장하기 시작하였다.⁸²⁾ 이러한 텍스트들을 근거로 가상패션의 표현은 실제 의류 제작 경험에서 비롯된다는 결론을 내릴 수 있다. 따라서 경험성은 가상패션 제작 과정에서의 경험을 의미하므로 가상패션의 디자인 표현 특성으로 해석하지는 않는다. 따라서 이 군집의 내용에 대해 비접촉성으로 명명하였다.

8) 8군집: 탈경계성

8군집은 '지능', '연속', '혼합한', '자유' 등 4개의 키워드가 있다.

'지능', '혼합한', '연속' 등의 키워드는 주로 가상패션과 인공 지능 기술 관련 텍스트로 구성되었다. 소호 뉴스사이트를 보면, 가상적인 패션쇼장에 인공 지능 기술과 VR 기술을 활용하여 디자이너가 제공한 현실 의류 디자인에 3D 디지털화로 생성된 가상패션이 전시되어 있다⁸³⁾는 내용을 통해 가상패션과 인공 지능 기술 사이에는 긴밀한 관계가 있음을 짐작할 수 있다. 예로서 혼합형 국제(混合型国际)라는 세계 최초의 온라인 대형 패션 프로젝트는 디자이너 시리즈와 디지털 시리즈를 결합하여 가상 모델과 현실 모델로 새로운 패션 시리즈를 전시하였다. 가상 모델링, AR 기술, 디지털 의류, 3D 아트 등 비전통적인 영상 방식으로 컬렉션과 작품을 전시하였다. 이 새로운 프로젝트의 주요 특징은 현실 컬렉션과 디지털화된 컬렉션을 혼합한 것이다.⁸⁴⁾ 또한, 가상기술

80) 소호 뉴스 사이트. (2023.03.12). URL: http://news.sohu.com/a/507742013_120099890.

81) NYLON 편집부 사이트. (2023.03.12). URL: <http://www.artdesign.org.cn/article/view/id/68210>.

82) 표지 뉴스(封面新闻). (2023.04.26). URL: https://baijiahao.baidu.com/s?id=1740738976647702698&wfr=s_pider&for=pc.

83) 소호 뉴스 사이트. (2023.03.12). URL: https://www.sohu.com/a/549970658_591228.

84) 개인 도서관(个人图书馆). (2023.04.28). URL: <http://>

의 발전으로 의류를 연구 개발하는데 효율성과 효과가 크게 향상되었으며, 각 브랜드는 가상패션 작품을 연속적으로 선보이고 있다.⁸⁵⁾

'자유'는 가상패션 디자인의 자유에 대한 내용을 설명하는 키워드이다. 원문 내용을 살펴보면 WWD 국제 패션특보 사이트의 기사에 따라 가상패션은 깃털, 편직물 질감의 과장된 의류로 디자인될 수 있으며, 롤리타풍의 볼륨감 있는 치마, 물결문이 가미된 로봇팔 등 다양한 형태로 디자인될 수도 있다. 이에 가상공간에서 가상패션의 디자인은 자유분방하며 가상 의류의 착용 역시 자유롭다⁸⁶⁾고 한다.

이러한 텍스트들을 통해 NFT 가상패션은 가상과 현실을 넘나들며 상호 간에 경계가 없으며, 현실적인 한계가 전혀 없는 탈경계적인 무한한 자유성이 구가 되는 특징을 가진다는 것을 알 수 있다. 따라서 이 군집의 내용에 대해 탈경계성이라 명명하였다.

5. 요약 및 결론

5-1. 연구의 요약

본 연구는 텍스트마이닝과 UCINET 프로그램을 이용하여 중국 소셜미디어상에 형성된 NFT 가상패션에 대해 형성된 담론을 분석하고, NFT 가상패션 디자인의 특성을 도출하였다.

첫째, NFT 가상패션에 대해 소셜미디어에 형성된 담론을 CONCOR 분석을 통해 수행하였으며, NFT 가상패션 브랜드와 가상패션의 발전 추세, NFT 가상패션 체험과 가상패션 창작, NFT 가상패션의 시장 경제 성장과 패션 브랜드의 가상패션 투자 추세, NFT 가상패션에 대한 가입자의 욕구와 가상패션 스포츠 브랜드 나이키 등의 4가지 담론을 도출하였다.

둘째, NFT 가상패션의 디자인 표현 특성을 클러스터 분석을 통해 수행하였으며, 대담성, 콜라보레이션과 고퀄리티성, 예술성과 가상성, 과장성과 테크놀로지성, 친환경성과 무규격성, 심미성과 상호작용성, 비접촉성과 경험성, 탈경계성 등의 8가지 특성을 도출하였다.

[/www.360doc.com/content/22/0413/06/15027317_1026247225.shtml](http://www.360doc.com/content/22/0413/06/15027317_1026247225.shtml).

85) 소후 산문망(搜狐新闻). (2023.04.28). URL: https://it.sohu.com/a/546247930_121159647.

86) WWD 국제 패션특보 사이트. (2023.03.12). URL: <https://view.inews.qq.com/a/20210828A02VVL00>.

대담성은 메타버스의 발전에 따라 점점 더 대담해지고 있는 디자인 표현을 말한다. 콜라보레이션은 NFT 가상패션 디자인과 디자이너와 예술가의 콜라보레이션을 말하며 고퀄리티성은 하이테크적인 기술에 의한 고퀄리티가 적용된 높은 가격의 특징을 나타낸다는 것을 가리킨다. 예술성은 NFT 가상패션 디자인이 현실과 색채의 대비를 통해 강렬한 예술성을 생기며, 이를 통해 게이머들이 가상 세계에서 개인 이미지를 구축할 수 있도록 돕는 것을 말한다. 가상성은 NFT 가상패션 디자인이 3D 소프트웨어와의 융합을 통해 매우 강한 가상적인 감각이 나타났다. 과장성은 NFT 가상패션이 구현된 과장한 시각적인 표현을 말하며 테크놀로지성은 NFT 가상패션에 다양한 테크놀로지 기술을 적용하고 있는 것을 가리킨다. 친환경성은 NFT 가상패션이 실제적인 의류 생산 과정에서 발생하는 자원 낭비를 방지할 수 있는 현상을 제시하였다. 무규격성은 디자인할 때 신체적 제한 없이 더욱 충격적이고 혁신적인 작품을 만들 수 있다는 것을 말한다. 심미성은 가상패션이 구현한 디자인 측면의 심미적인 특성이며, 상호작용성은 3D 기술을 통해 가상공간에서 이루어진 사용자 간의 상호작용성을 가리킨다. 비접촉성은 가상패션이 현실 세계의 한계에서 벗어나 가상공간에서 세상의 모든 것을 몸에 착용시킬 수 있는 특징을 가리킨다. NFT 가상패션은 NFT와 결합하기 전에 가상패션으로 인지되었다. 탈경계성은 가상과 현실을 넘나들며 상호간에 경계가 없으며, 현실적인 한계가 전혀없는 탈경계적인 무한한 자유성이 구가되는 특징을 가진다는 것을 말한다.

5-2. 연구의 시사점

이상의 연구를 통해 NFT 가상패션에 대해 시사점을 도출할 수 있다.

첫째, NFT 가상패션은 전도유망한 새로운 비즈니스 모델이 되고 있다.

NFT 가상패션은 발전 과정에서 많은 브랜드와 소비자의 관심을 끌었고 지속적으로 경제 성장을 자극하였으며 점점 새로운 비즈니스 발전 모델이 되고 있다. 가상패션은 게임 플랫폼 및 NFT 패션 거래 플랫폼과의 협력을 통해 비즈니스 모델을 보급하고 확산시킨다. 그중에서 구찌는 한국 게임 플랫폼 ZEPETO에 구찌 화원을 만들었고, 듀가바나도 패션 거래 플랫폼 UNSD에 가상패션을 발표하였다. 디지털 기술의 발전으로 NFT 가상패션의 새로운 비즈니스

모델은 무한한 발전 잠재력을 보여주었으며, 패션 브랜드와 사용자 간의 거리를 좁힐 뿐만 아니라 브랜드 영향력을 더욱 높일 수 있다.

둘째, NFT 가상패션에 있어 '나이키' 브랜드는 선도적 역할을 하고 있다.

나이키가 가상시장에 선보인 첫 번째 가상 운동화 "CryptoKicks"는 출시 24시간 만에 나이키의 거래액이 481.9%를 늘렸다. 이어서 나이키는 디지털 패션 플랫폼 RTFKT를 인수하여 기술적으로 크게 향상되었으며 빠르게 가상패션 분야에서 자리를 확고하게 하였다. Noah Levine의 데이터에 따르면 나이키는 NFT 가상패션의 관련 프로젝트를 통해 1억 8500만 달러 이상의 수익을 창출했으며, 가상패션 산업에 있어 최대 수익의 브랜드가 되었다. 두가바나, 구찌, 티파니, 아디다스와 같은 패션 브랜드의 수익보다 나이키는 훨씬 늘어날 것으로 보인다. 동시에 나이키는 가상패션에 힘입어 새로운 소비계층을 더 발굴하고, 가상패션에서 가장 빠르게 발전하는 스포츠 브랜드가 되어 브랜드 영향력을 크게 높였으며, 선도적 역할로 인식되고 있다. 따라서 가상패션 브랜드는 향후의 발전 과정에서 나이키의 발전과 경영 모델을 참고할 필요가 있다.

셋째, NFT 가상패션 디자인은 스마트 기술을 기반으로 구현됨으로 관련 소프트웨어의 숙련된 운용 및 적극적인 신기술 도입이 필요하다.

NFT 가상패션 디자인은 3D 소프트웨어와 스마트 기술을 통해 구현되며 실제 의류 생산의 한계를 극복하고 현실에서 달성할 수 없는 3D 기술 효과, 특수한 색상 및 재료 효과를 달성할 수 있다. 따라서 디자이너는 소프트웨어와 기술을 능숙하게 습득하고 운용해야 더 뛰어난 NFT 가상패션 작품을 만들어낼 수 있다. 즉 완벽하게 가상패션의 작품을 구축하기 위해서는 디자이너들이 소프트웨어 및 새로운 기술에 대한 학습과 활용을 지속적으로 강화하고 더 높은 기술 능력을 갖추어야 한다. 한편, 스마트 기술의 세대교체 속도도 점점 빨라지고 있으며, 기술이 제때에 교체되지 않으면 NFT 가상패션 디자인의 표현 효과에 부정적인 영향을 미칠 수 있다. 따라서 새로운 기술에 대한 적극적인 도입과 활용이 필요하다.

넷째, NFT 가상패션의 디자인은 표현 특성에 있어 현실 세계의 패션과는 다른 독특한 특성을 지니므로 그 특성을 숙지해야한다.

도출된 NFT 가상패션의 8가지 표현 특성(대담

성, 콜라보레이션과 고퀄리티성, 예술성과 가상성, 과장성과 테크놀로지성, 친환경성과 무규격성, 심미성과 상호작용성, 비접촉성, 탈경계성)을 보면, 현실 패션과는 전혀 다른 독특한 특성을 지니고 있다. 따라서 NFT 가상패션 디자인은 현실패션 디자인과는 완전히 다른 분야이다. 디자이너들은 NFT 가상패션 디자인을 할 때 기존과는 완전히 다른 시각과 입장에서 출발해야 하며, 표현 특성을 파악해야 우수한 NFT 가상패션 작품을 디자인할 수 있다.

5-3. 연구의 한계점 및 기대효과

이상의 시사점은 중국의 소셜미디어상에 형성된 내용이므로 확대 적용하기에는 한계가 있음을 밝혀 둔다. 본 연구를 통해 얻은 성과가 향후 NFT 가상패션 연구와 디자인에 있어 기초 자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

참고문헌

1. 김일동, [NFT는 처음입니다:메타버스 시대, 누구나 NFT로 투자하고 창작하는 법], 세종서적, 2022.
2. 상소라, [레볼루션: 현실과 메타버스를 넘나드는 새로운 경제 생태계의 탄생], 세종서적, 2021.
3. 이규원, [NFT 미술과 아트테크 : 메타버스 세상의 첫 번째 도전], 파주:복스토티지, 2022.
4. a15a, [Web3.0 블록체인 NFT 메타버스와 DAO], 전자공업출판사, 2022.
5. 성광숙, Z세대 패션에 대한 소셜미디어의 빅데이터 분석, 한국복장디자인학회지, 2020, Vol.22, No.3.
6. 윤상하, 이지현, 센트럴랜드(Decentraland) 메타버스 패션워크의 기술적 콜라보레이션 특성분석. 한국패션디자인학회 춘계학술대회 논문집, 2022, Vol.72, No.6.
7. 황어천, 루천천, 가상패션의 발전 현황 연구, 방직 과학기술발전학회, 2021, Vol.26, No.7.
8. 김정수, 'NFT(Non-Fungible Token)에 대한 빅데이터 분석 토픽 모델링을 중심으로', 한양대학교, 석사학위논문, 2022.

9. 노효몽, '중국의 스마트 웨어러블 헬스케어 제품의 디자인 개발 요소에 관한 연구', 동명대학교, 박사학위논문, 2021.
10. 이주용, '공간빅데이터로서 소셜미디어 자료를 활용한 공간정보 추출 및 표현 시스템 개발', 서울시립대학교, 석사학위논문, 2013.
11. 이혜민, '가상 의류 전시가 소비자의 구매 의향에 미치는 영향', 동화대학교, 석사학위논문, 2022.
12. 최재석, '빅데이터 분석을 활용한 스포츠산업 서비스화 방안'에 관한 연구', 충남대학교, 박사학위논문, 2020.
13. 도연결, 메타버스의 디지털 패션 트렌드, 지식경제, 2022, Vol.20, No.1.
14. <https://http://www.greened.kr>
15. <https://terms.naver.com>
16. <https://baike.baidu.com>
17. <https://mp.weixin.qq.com>
18. <https://baijiahao.baidu.com>
19. <https://chainnews-archive.org>
20. <http://www.yyd6.com>
21. <https://m.thepaper.cn>
22. <https://www.51cto.com>
23. <https://new.qq.com>
24. <https://www.163.com>
25. <https://www.toutiao.com>
26. <https://weibo.com>
27. <https://max.book118.com>
28. <https://fashion.sina.com.cn>
29. <http://app.yuanyuzhoujie.com>
30. <http://www.linkshop.com>
31. <https://baijiahao.baidu.com>
32. <http://k.sina.com.cn>
33. <http://m.joyyang.com>
34. <https://www.eeff.net>
35. <https://view.inews.qq.com>
36. <https://user.guancha.cn>
37. <https://m.163.com>

38. <http://www.ccschy.com>
39. <https://www.uisdc.com>
40. <https://zhuanlan.zhihu.com>
41. <https://www.8btc.com>
42. <https://blog.bigbigwork.com>
43. <https://www.huxiu.com>
44. <https://luxe.co>
45. <https://www.jianshu.com>
46. <http://news.sohu.com>
47. <http://www.artdesign.org.cn>
48. <https://www.sohu.com>
49. <http://www.360doc.com>
50. <https://it.sohu.com>
51. <http://fashion.sina.com.cn>