

디지털 펫 콘텐츠의 사용자 경험 구조 분석: 다마고치 사례를 중심으로

An Analysis of the User Experience Structure of Digital Pet Content: A Case Study of Tamagotchi

이소진¹, 김정윤^{2*}

So-Jin Lee¹, JungYoon Kim^{2*}

요 약

다마고치는 사용자의 돌봄과 상호작용을 기반으로 성장하는 대표적인 디지털 펫 콘텐츠로, 최근에는 캐릭터 굿즈, 팝업스토어, 협업 콘텐츠 등 다양한 체험 및 소비 활동과 결합되고 있다. 본 연구는 현재 다마고치 경험의 사용자 경험 구조를 분석하기 위하여, 2025년 5월부터 2026년 4월까지 수집된 온라인 커뮤니티 데이터를 대상으로 텍스트마이닝 기반 네트워크 분석을 수행하였다. 전처리된 텍스트 데이터를 기반으로 LDA 토픽모델링과 CONCOR 분석을 적용하여 다마고치 경험의 주요 의미 구조와 사용자 경험 군집을 도출하였다. 분석 결과, LDA 토픽모델링에서는 ‘오프라인 체험 경험’과 ‘제품 및 캐릭터 경험’의 두 가지 주요 토픽이 도출되었으며, CONCOR 분석에서는 ‘오프라인 체험 경험’, ‘캐릭터 및 디자인 경험’, ‘감성 및 회상 경험’, ‘놀이 및 성장 경험’의 네 가지 군집이 확인되었다. 이와 같은 결과는 현재 다마고치 경험이 전통적인 디지털 펫의 육성 경험을 유지하면서도 캐릭터 소비, 감성 경험, 오프라인 체험을 포함하는 형태로 확장되고 있음을 시사한다. 본 연구는 온라인 커뮤니티 데이터를 기반으로 디지털 펫 콘텐츠의 사용자 경험 구조를 실증적으로 분석하고, 현재 다마고치 경험을 구성하는 주요 경험 요인을 도출하였다는 점에서 의의를 가진다.

핵심어 : 디지털 펫, 다마고치, 사용자 경험, 감성 소비, 체험 소비

Abstract

Tamagotchi is a representative digital pet franchise that develops through user care and interaction. In recent years, it has expanded beyond traditional digital pet experiences through character merchandise, pop-up stores, and collaborative content. This research examined the user experience structure of contemporary Tamagotchi experiences through a text-mining-based network analysis of online community data collected between May 2025 and April 2026. LDA topic modeling and CONCOR analysis were

¹ Department of Game and Interactive Media, Gachon University, Seongnam, Korea [Graduate Student]

e-mail: sjzaca@gachon.ac.kr

² Department of Game Media, College of IT Convergence, Gachon University, Seongnam, Korea [Professor]

e-mail: kjyoon@gachon.ac.kr (Corresponding author)

* 본 논문은 2025년도 교육부 및 경기도의 재원으로 경기RISE센터의 지원을 받아 수행된 지역혁신중심 대학지원체계(RISE)의 결과입니다.(2025-RISE-09-A01)

Received(April 8, 2026), Review Result(1st: April 27, 2026, 2nd: May 20, 2026), Accepted(June 13, 2026), Published(June 30, 2026)



© 2026 The Authors. Published by NCISS.

This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

applied to preprocessed text data to identify major semantic structures and user experience clusters associated with Tamagotchi experiences. The results revealed two primary topics: Offline Experience and Product and Character Consumption Experiences. In addition, the CONCOR analysis identified four clusters: offline experiential experiences, character and design experiences, emotional and nostalgic experiences, and play and nurturing experiences. The findings suggest that digital pet content maintains its traditional nurturing-based play experience while expanding into a multifaceted experiential structure that combines character consumption, emotional engagement, and offline experiential activities. This research provides empirical evidence on the user experience structure of digital pet content based on online community data and identifies the key experiential factors that constitute contemporary Tamagotchi experiences.

Keyword : Digital Pet, Tamagotchi, User Experience, Emotional Consumption, Experiential Consumption

1. 서론

다마고치(Tamagotchi)는 1996년 반다이(Bandai)에서 출시된 대표적인 디지털 펫(digital pet) 콘텐츠이다 [1]. 해당 콘텐츠는 사용자의 돌봄과 상호작용을 기반으로 성장과 변화의 특징을 지니며 디지털 객체에 대한 감정적 애착 가능성을 보여주는 사례로 논의되어 왔다 [2]. 최근 다마고치는 디지털 펫 경험을 넘어 다마고치 꾸미기, 캐릭터 굿즈, 팝업스토어(pop-up store) 등 다양한 체험 및 소비 활동과 결합되고 있다 [3]. 또한 어린 시절 콘텐츠 경험에 대한 향수가 콘텐츠 소비와 연결되면서 [4], 다마고치 경험 또한 감성 및 체험 중심 소비와 결합된 양상을 보이고 있다. 그러나 이와 같은 변화에도 현재 다마고치 경험을 실증적으로 분석한 연구는 부족한 상황이다. 이에 본 연구는 다마고치 관련 온라인 커뮤니티 데이터를 기반으로 현재 디지털 펫 콘텐츠의 사용자 경험 구조를 분석하고자 한다. 이를 통해 현재 다마고치 경험을 구성하는 주요 경험 요인을 도출하고, 디지털 펫 콘텐츠의 사용자 경험 구조를 분석하고자 한다. 이를 위해 2025년 5월 1일부터 2026년 4월 30일까지 네이버 및 다음 커뮤니티 데이터를 수집하고, 텍스트마이닝 기반 분석을 수행하였다.

본 논문의 구성은 다음과 같다. 2장에서는 디지털 펫 콘텐츠와 감성 및 체험 중심 콘텐츠 소비에 관한 선행연구를 검토하고 이론적 배경을 정리한다. 3장에서는 연구 설계, 자료 수집 및 정제 과정, 그리고 LDA 토픽모델링과 CONCOR 분석 방법을 제시한다. 4장에서는 분석 결과를 바탕으로 현재 다마고치 경험에서 나타나는 주요 의미 구조와 사용자 경험 군집을 도출한다. 5장에서는 분석 결과를 토대로 현재 다마고치 경험의 특징과 의미를 논의하며, 6장에서는 연구 결과를 종합하여 결론과 시사점을 제시한다.

2. 이론적 배경

2.1 디지털 펫 콘텐츠

디지털 펫은 사용자가 가상의 생명체를 돌보고 상호작용하며 관계를 형성하는 디지털 콘텐츠

형태를 의미한다 [5]. 대표적인 디지털 펫 콘텐츠인 다마고치는 먹이 주기, 청소, 성장 관리 등의 반복적 돌봄 행위를 중심으로 사용자의 관리 방식에 따라 캐릭터의 상태와 성장 결과가 변화하는 특징을 가진다 [6]. 이와 같은 구조는 사용자의 지속적 참여와 책임감을 유도하고, 단순 조작 중심 콘텐츠와 구별된다. [그림 1]에서와 같이 초기 다마고치는 32×16 픽셀의 흑백 LCD 화면과 3개의 버튼으로 구성된 소형 휴대용 기기 형태로 출시되었으며, 현재는 다마고치 파라다이스(Tamagotchi Paradise)와 같은 신규 시리즈와 다양한 인기 IP(Intellectual Property) 협업 제품이 지속적으로 출시되고 있다 [7-9].



[그림 1] 다마고치의 초기 제품과 최신 대표 시리즈

[Fig. 1] Early Tamagotchi Products and the Latest Flagship Series

기존 연구에서는 디지털 펫 콘텐츠가 사용자와 디지털 객체 간의 정서적 관계 형성과 감정적 애착을 유도할 수 있다는 점에 주목해왔다. 다마고치와 같은 픽셀 기반 가상 캐릭터에도 사용자가 실제 생명체와 유사한 존재감과 정서적 유대감을 경험할 수 있으며 [10], 단순 오락 콘텐츠를 넘어 돌봄, 정서적 교감, 놀이 경험 등을 포함하는 문화적 콘텐츠로 기능하는 것으로 논의되어 왔다 [5].

2.2 감성 및 체험 중심의 콘텐츠 소비

최근 게임 콘텐츠는 사용자에게 정서적 만족과 사회적 상호작용을 제공하며, 다양한 경험 가치를 창출하는 방향으로 발전하고 있다 [11]. 이와 같은 변화는 콘텐츠 소비 영역에서도 감성적 경험과 체험적 가치를 중요하게 인식하는 경향이 나타나고 있다 [12]. 특히 키덜트(Kidult) 소비 문화에서는 어린 시절 경험과 친숙함이 중요한 소비 요인으로 제시되고 있다 [13]. 또한 최근 팝업스토어는 단순 판매 공간을 넘어 브랜드를 직접 체험하고 공유하는 경험형 공간으로 확장되고 있다 [14]. 캐릭터 기반 팝업스토어는 굿즈 판매뿐 아니라 체험적 요소와 브랜드 상호작용을 제공하는 경험 중심 공간으로 활용되며, 소비자의 관심과 참여를 유도하는 역할을 수행하고 있다 [15]. 다마고치 역시 팝업스토어와 브랜드 협업을 통해 오프라인 체험 및 캐릭터 소비 영역을 확대하고 있다.

2026년 5월 롯데월드몰에서 진행된 반다이남코 팬시 페스타 팝업스토어는 하루 평균 1만 명 이상의 방문객을 기록하였으며, [그림 2]에서와 같이 스파오와 유니클로 등과의 협업 상품이 출시되는 등 다마고치 관련 소비 영역은 의류 및 생활 패션 분야로도 확대되고 있다 [9].



[그림 2] 다마고치 관련 팝업스토어 및 협업 상품 사례

[Fig. 2] Examples of Tamagotchi Pop-up Stores and Collaborative Products

최근 연구에서는 귀여움과 감성적 공간 연출이 소비자의 흥미와 긍정적 감정 반응을 유도하고 팝업스토어의 체험성과 브랜드 호감 형성에 영향을 미칠 수 있다는 점 또한 논의되고 있다 [16].

3. 연구 방법

3.1 연구 설계

본 연구는 네트워크 분석 기법을 활용하여 현재 다마고치 관련 온라인 커뮤니티에서 나타나는 디지털 펫 콘텐츠의 사용자 경험 구조를 분석하였다. 데이터 수집 및 분석 도구로는 텍스트톰(textom.co.kr)을 활용하였으며, 커뮤니티 데이터를 중심으로 다마고치 관련 주요 키워드를 체계적으로 수집하였다. 연구 과정은 다음과 같은 분석 절차로 진행하였다.

첫 번째, 다마고치 관련 커뮤니티 데이터를 수집하고, 중복 문서를 제거하여 분석 가능한 텍스트 데이터를 확보하였다. 둘째, 확보한 데이터를 정제하여 분석에 적합한 형태로 구조화하였다. 세 번째 단계에서는 LDA(Latent Dirichlet Allocation) 기반 토픽모델링 분석을 수행하였다. LDA는 단어의 공출현 관계와 확률적 분포를 기반으로 잠재된 의미 주제를 추출하는 토픽모델링 기법이며 [17], 현재 다마고치 경험에서 나타나는 주요 의미 구조와 사용자 경험 유형을 파악하고자 하였다. 네 번째 단계에서는 토픽분석 결과와 키워드 관계 구조를 기반으로 CONCOR(convergence of iterated correlations) 분석을 적용하였다. CONCOR는 네트워크 내 키워드들이 보이는 유사한 관계 패턴을 반복 상관 분석을 통해 구조적으로 유사한 집단으로 분류하는 기법으로 [18], 현재 다마고

치 경험의 사용자 경험 구조와 의미 군집을 분석하였다.

3.2 자료 수집 및 정제

본 연구는 다마고치 파라다이스 출시 이전의 사용자 기대와 출시 이후 나타나는 경험 반응을 함께 반영하기 위해, 출시 약 2개월 전을 포함한 총 1년(2025년 5월 1일 ~ 2026년 4월 30일)의 데이터를 분석 대상으로 활용하였다. 데이터 수집은 사용자 활동이 활발한 국내 대표 플랫폼, 네이버(블로그, 카페, 지식인)와 다음(블로그, 카페)에서 수집하였다. 제목, 본문, URL을 포함하여 총 821.87KB의 규모의 커뮤니티 데이터를 수집하였다. 전처리 과정에서는 제목과 본문의 일치 여부를 기준으로 중복 데이터를 제거하고, ‘다마고치’, ‘다마’, ‘고치’와 같은 중심 허브 단어와 특정 제품 시리즈명은 네트워크 구조 왜곡 가능성이 있어 분석 대상에서 제외하였다. 형태소 분석 도구로는 Mecab을 활용하였으며 주요 분석 품사는 명사, 동사, 형용사를 중심으로 추출하였다.

3.3 분석 방법

본 연구에서는 전처리된 텍스트 데이터를 기반으로 키워드 간 공출현(co-occurrence) 네트워크를 구성하여 분석하였다. 먼저 LDA 토픽모델링 분석을 통해 현재 다마고치 관련 커뮤니티 데이터의 주요 의미 구조와 사용자 경험 유형을 파악하였다. LDA 토픽모델링 분석은 Alpha 0.1, Beta 0.01, Iterations 200을 기준으로 수행하였으며, 토픽 간 의미 일관성과 해석 가능성을 고려하여 토픽 수는 2개로 설정하였다. 이를 기반으로 현재 다마고치 관련 커뮤니티 데이터에서 나타나는 주요 사용자 경험 유형과 의미 구조를 분석하였다. 이후 CONCOR 분석을 적용하여 키워드 간 관계 구조와 의미 군집을 분석하였다.

4. 결과

4.1 LDA 토픽모델링 분석 결과

현재 다마고치 관련 커뮤니티 데이터의 주요 의미 구조를 파악하기 위하여 LDA기반 토픽모델링 분석을 수행하여, 주요 토픽과 대표 키워드를 [표 1]에 제시하였다.

첫 번째 토픽에서는 ‘팝업’, ‘스토어’, ‘잠실’, ‘후기’ 등의 키워드가 중심으로 나타났다. 해당 토픽은 팝업스토어 방문 및 오프라인 체험 경험과 관련된 의미 구조로 해석할 수 있다. 특히 ‘팝업’, ‘스토어’, ‘잠실’, ‘후기’ 등의 키워드는 실제 방문 경험 및 체험 공유와 밀접하게 연결되어 나타났다으며, 현재 다마고치 관련 커뮤니티 데이터에서 오프라인 체험 관련 논의가 활발하게 형성되고 있음을 나타낸다. 두 번째 토픽에서는 ‘파라다이스’, ‘반다이’, ‘캐릭터’, ‘산리오’ 등의 키워드가

중심적으로 나타났다. 해당 토픽은 다마고치 제품 시리즈 및 캐릭터 관련 의미 구조로 해석할 수 있다. 특히 ‘캐릭터’, ‘산리오’ 등의 키워드는 캐릭터 기반 관심과 함께 나타났으며, 현재 다마고치 관련 커뮤니티 데이터에서 제품 및 캐릭터 관련 논의 또한 주요 경험 요소로 형성되고 있음을 확인할 수 있다.

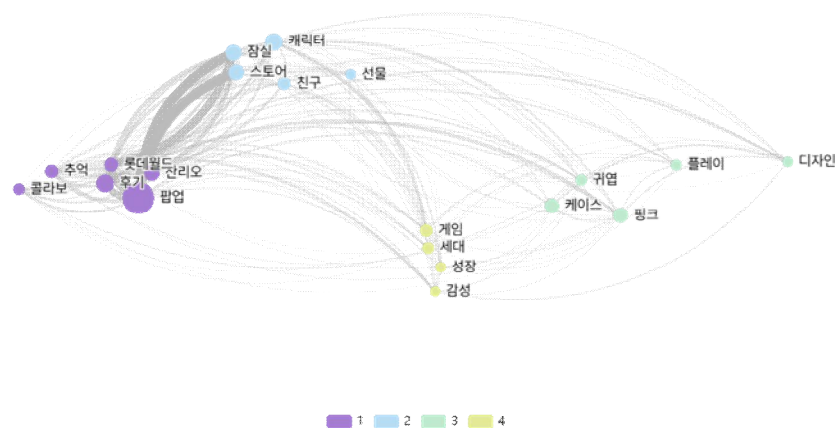
[표 1] LDA 토픽모델링 결과

[Table 1] LDA Topic Modeling Results

토픽	주요 키워드	해석
토픽1	팝업, 스토어, 잠실, 후기	오프라인 체험 경험
토픽2	파라다이스, 반다이, 캐릭터, 산리오	제품 및 캐릭터 경험

4.2 CONCOR 군집 분석 결과

다마고치 관련 커뮤니티 데이터의 키워드 관계 구조를 파악하기 위하여 CONCOR 분석을 수행하였으며, 분석 결과는 [그림 3]에 제시하였다.



[그림 3] 다마고치 경험의 CONCOR 군집 시각화

[Fig. 3] Visualization of CONCOR Clusters in Tamagotchi Experience

또한 주요 군집과 대표 키워드는 [표 2]에 제시하였다. 각 군집명은 CONCOR 분석 결과를 기반으로 주요 키워드의 의미와 관계를 종합적으로 해석하여 도출하였다.

분석 결과, 현재 다마고치 경험은 크게 ‘오프라인 체험 경험’, ‘캐릭터 및 디자인 경험’, ‘감성 및 회상 경험’, ‘놀이 및 성장 경험’의 네 가지 군집 구조로 나타났다.

[표 2] CONCOR 군집 분석 결과

[Table 2] CONCOR Cluster Analysis Results

군집	군집명	주요 키워드
1	오프라인 체험 경험	팝업(691), 후기(283), 잠실(239), 스토어(235), 롯데월드(169), 콜라보(106)
2	캐릭터 및 디자인 경험	캐릭터(273), 산리오(213), 핑크(211), 케이스(193), 귀엽(110), 디자인(85)
3	감성 및 회상 경험	친구(153), 추억(148), 세대(120), 선물(83), 감성(70)
4	놀이 및 성장 경험	게임(147), 플레이(93), 성장(80)

첫째, 오프라인 체험 경험 군집은 ‘팝업’, ‘후기’, ‘잠실’, ‘스토어’, ‘롯데월드’ 등의 키워드를 중심으로 형성되었다. 해당 군집은 팝업스토어 방문, 협업 콘텐츠, 오프라인 공간 체험과 관련된 경험 구조를 보여준다. 특히 ‘팝업(691)’ 키워드는 다양한 군집과 연결되는 중심 구조를 형성하며 현재 다마고치 경험에서 오프라인 체험 요소가 중요한 위치를 차지하고 있음을 나타낸다. 둘째, 캐릭터 및 디자인 경험 군집은 ‘캐릭터’, ‘산리오’, ‘핑크’, ‘케이스’, ‘귀엽’ 등의 키워드를 중심으로 형성되었다. 해당 군집은 현재 다마고치 경험이 캐릭터 외형 및 디자인 요소와 함께 소비되고 있음을 나타낸다. 셋째, 감성 및 회상 경험 군집은 ‘친구’, ‘추억’, ‘세대’, ‘선물’ 등의 키워드를 중심으로 형성되었다. 해당 군집은 과거 다마고치 경험에 대한 회상과 감성적 경험 구조를 보여준다. 특히 ‘추억(148)’, ‘세대(120)’ 등의 키워드는 어린 시절 경험에 대한 회상과 현재 소비 경험이 함께 연결되어 나타나는 특징을 보였다. 넷째, 놀이 및 성장 경험 군집은 ‘게임’, ‘플레이’, ‘성장’ 등의 키워드를 중심으로 형성되었다. 이는 현재 다마고치 경험에서도 디지털 펫 콘텐츠 고유의 놀이 및 성장 경험이 일정 부분 유지되고 있음을 보여준다. 다만 ‘게임(147)’, ‘플레이(93)’ 등의 키워드가 감성 및 디자인 관련 키워드와 밀접하게 연결되어 나타났다.

5. 고찰

본 연구의 분석 결과는 현재 다마고치 경험이 전통적인 디지털 펫 플레이 중심 구조보다 오프라인 체험과 캐릭터 기반 감성 소비를 포함하는 방향으로 확장되고 있음을 나타낸다. 특히 LDA 토픽모델링 분석에서 팝업스토어 및 제품·캐릭터 관련 경험이 주요 토픽으로 나타났으며, CONCOR 분석에서도 오프라인 체험 경험과 캐릭터 및 디자인 경험이 핵심 군집으로 형성된 점은 현재 다마고치 경험에서 기기 내부의 육성 경험 외에도 오프라인 공간 체험과 캐릭터 소비가 중요한 경험 요소로 자리하고 있음을 시사한다.

오프라인 체험 경험 군집의 ‘팝업’, ‘스토어’, ‘잠실’, ‘롯데월드’ 등의 키워드는 현재 다마고치 경험이 단순 기기 플레이보다 팝업스토어 방문, 굿즈 소비, 후기 공유와 같은 오프라인 기반 경험 구조와 밀접하게 연결되고 있음을 의미한다. 과거 디지털 펫 콘텐츠가 기기 내부의 돌봄과 성장 경험을 중심으로 소비되었다면, 현재 다마고치는 공간 체험과 브랜드 경험을 함께 포함하는 형태로

확장되고 있는 것으로 해석할 수 있다. 특히 팝업스토어 관련 키워드가 중심으로 나타난 점은 현재 이용자들이 다마고치를 단순한 디지털 기기가 아닌 체험 가능한 문화 콘텐츠로 인식하고 있을 가능성을 시사한다.

캐릭터 및 디자인 경험 군집의 ‘캐릭터’, ‘산리오’, ‘핑크’, ‘귀엽’, ‘케이스’ 등의 키워드는 현재 다마고치 경험에서 캐릭터 및 디자인 요소가 중요한 소비 요인으로 작용하고 있음을 나타낸다. 이는 현재 다마고치 경험이 디지털 펫 육성 경험 자체보다 캐릭터 외형, 협업 콘텐츠, 굿즈 소비 등과 함께 나타나고 있음을 의미한다. 특히 ‘산리오’, ‘핑크’, ‘귀엽’ 등의 키워드가 동일 군집 내에서 나타난 점은 기능적 사용보다 캐릭터의 시각적 특성과 감성적 선호가 현재 다마고치 경험을 구성하는 주요 요소로 작용하고 있음을 시사한다.

감성 및 회상 경험 군집의 ‘친구’, ‘추억’, ‘세대’, ‘선물’ 등의 키워드는 과거 다마고치 경험에 대한 기억이 현재의 소비 경험과 연결되어 나타나고 있음을 보여준다. 특히 ‘추억’과 ‘세대’ 키워드가 중심으로 나타난 점은 다마고치가 단순한 디지털 기기를 넘어 특정 세대의 문화적 경험으로 인식되고 있음을 시사한다. 캐릭터 및 디자인 경험 군집에서 나타난 ‘캐릭터’, ‘산리오’ 등의 키워드와 함께 고려할 때, 현재 다마고치 경험은 어린 시절 친숙하게 접했던 캐릭터와 콘텐츠에 대한 회상이 현재의 소비 경험과 연결되어 나타나는 특성을 보이는 것으로 해석할 수 있다. 이와 같은 결과는 키덜트 소비에서 어린 시절의 친숙한 콘텐츠와 캐릭터가 현재의 소비 경험으로 이어질 수 있다는 선행연구의 논의를 뒷받침한다.

놀이 및 성장 경험 군집의 ‘게임’, ‘플레이’, ‘성장’ 등의 키워드는 디지털 펫 콘텐츠 고유의 육성 경험이 현재에도 유지되고 있음을 보여준다. 그러나 해당 군집이 감성 및 디자인 경험과 밀접하게 연결되어 나타난 점은 현재 다마고치 경험에서 놀이 경험과 감성 소비 경험이 분리된 형태로 존재하기보다 상호 연계되어 나타나고 있음을 시사한다. 이는 이용자들이 단순히 캐릭터를 육성하는 과정에만 관심을 두기보다, 육성 경험을 캐릭터 소비와 감성적 경험의 맥락 속에서 함께 경험하고 있음을 의미한다. 현재 다마고치 경험은 전통적인 디지털 펫의 육성 경험을 기반으로 캐릭터 소비, 감성 경험, 오프라인 체험이 상호 결합된 형태로 나타나고 있는 것으로 해석할 수 있다.

6. 결론

본 연구는 다마고치 관련 커뮤니티 데이터를 기반으로 현재 디지털 펫 콘텐츠의 사용자 경험 구조를 분석하고자 하였다. 이를 위해 2025년 5월 1일부터 2026년 4월 30일까지의 커뮤니티 데이터를 수집하고, LDA 토픽모델링과 CONCOR 분석을 수행하였다.

분석 결과, 현재 다마고치 경험은 팝업스토어 및 오프라인 체험 경험, 캐릭터 및 감성 소비 경험을 중심으로 형성되고 있는 것으로 나타났다. 또한 오프라인 체험 경험, 캐릭터 및 디자인 경험,

감성 및 회상 경험, 놀이 및 성장 경험의 네 가지 군집 구조가 도출되었으며, 현재 디지털 펫 콘텐츠 경험이 감성 소비 및 공간 기반 체험 구조와 결합된 형태로 확장되고 있음을 확인하였다. 이와 같은 결과는 디지털 펫 콘텐츠가 단순 육성형 놀이 경험을 유지하면서도 캐릭터 소비, 감성 경험, 오프라인 체험이 결합된 복합적 경험 구조로 확장되고 있음을 시사한다.

본 연구는 커뮤니티 데이터 기반의 정량적 텍스트 분석에 집중함으로써 실제 사용자 경험의 맥락과 감정 표현을 충분히 반영하지 못한 한계를 가진다. 또한 특정 플랫폼 중심의 데이터 수집으로 인해 전체 사용자 경험을 포괄적으로 설명하는 데 한계가 있다. 그러나 이러한 한계에도 불구하고, 현재 다마고치 경험을 구성하는 주요 경험 요인을 실증적으로 도출하고 디지털 펫 콘텐츠의 사용자 경험 구조를 분석하였다는 점에서 의의를 갖는다. 향후 연구에서는 시계열 분석, 감성 분석, 사용자 인터뷰 기반 정성 연구를 병행함으로써 디지털 펫 콘텐츠 경험 구조의 변화 양상을 보다 심층적으로 분석할 수 있을 것이다.

References

- [1] C. H. Oh and D. Y. Yoon, "Meaning & progress of character rearing game, Tamagotchi," *Korea Design Forum*, no. 22, pp. 405-414, Feb. 2009, doi: 10.21326/ksdt.2009..22.038.
- [2] K. Ocheretyany, "Ghost in my pocket: Tamagotchi media archaeology," *Galactica Media: Journal of Media Studies*, vol. 6, no. 2, pp. 260-276, May 2024, doi: 10.46539/gmd.v6i2.492.
- [3] D. Y. Lee, "'Any color wanted, KRW 990,000 offered' - The 1990s must-have item causing a frenzy in the secondhand market," *insight.co.kr*, <https://www.insight.co.kr/news/515205> (accessed May 18, 2026).
- [4] Y. H. Kim, "How did Tamagotchi manage to make a comeback after 30 years?," *donga.com*, <https://www.donga.com/news/Culture/article/all/20250829/132283770/2> (accessed May 18, 2026).
- [5] M. Dodd, A. Fowler, and D. Lottridge, "Purr-ogrammed love: A narrative review of virtual pets," *Entertainment Computing*, vol. 54, Art. no. 100958, Jun. 2025, doi: 10.1016/j.entcom.2025.100958.
- [6] F. Valpreda and I. Zonda, "Grüt: A gardening sensor kit for children," *Sensors*, vol. 16, no. 2, Art. no. 231, Feb. 2016, doi: 10.3390/s16020231.
- [7] H. D. Cho, "[Gamdeok Research Institute] Do you know Tamagotchi, the device that opened a new frontier in digital pets?," *game.donga.com*, <https://game.donga.com/120918/> (accessed May 31, 2026).
- [8] C. R. Park, "Trendy items from the past that once made us smile," *Monthly Samtoh*, no. 526, pp. 78-81, Dec. 2013.
- [9] S. Y. Kim, "Worn around the neck and on T-shirts... The 30-year-old Tamagotchi is popular again," *donga.com*, <https://www.donga.com/news/Society/article/all/20260515/133932367/2> (accessed May 31, 2026).
- [10] M. Takahashi, "Understanding human relationships with virtual pets through visual communication," B.A. thesis, Department of Design and Architecture, Iceland University of the Arts, Iceland, 2022.

- [11] S. J. Lee and J. Y. Kim, "Exploring user engagement in AR games: Healthy pleasures and remote interactions in Pikmin Bloom," *Journal of Digital Media & Culture Technology*, vol. 4, no. 2, pp. 95-106, Dec. 2024, doi: 10.29056/jdmct.2024.12.02.
- [12] S. H. Kim and G. Na, "Analysis and proposal of components for character-based pop-up stores - Focused on experiential marketing (SEMs) -," in *Proceedings of the Korean Society of Basic Design & Art*, Jeonju, South Korea, Nov. 28-Dec. 1, 2024, pp. 57-61.
- [13] H. J. Kim and H. Y. Jeong, "Research on the impact of the appeal characteristics of kidult culture and the consumer culture characteristics of fashion collaborations on sustainable consumption behavior," *Korean Journal of Community Living Science*, vol. 36, no. 1, pp. 5-26, Feb. 2025, doi: 10.7856/kjcls.2025.36.1.5.
- [14] S. B. Kim, "A study on the correlation pop-up store experience type, consumption value and brand attitude - Focused on Generation Z," *Journal of Communication Design*, no. 82, pp. 79-92, Jan. 2023, doi: 10.25111/jcd.2023.82.06.
- [15] Y. S. Yoo, "The impact of character pop-up store characteristics on purchase intent: A focus on the mediating effect of consumer perceived value of character goods," Master's thesis, Department of Arts and Cultural Management, Chung-Ang University, Korea, 2024.
- [16] E. J. Baek and H. J. Nam, "A case study on utilizing cuteness in pop-up stores: Focusing on OSMU strategies in The Hyundai Seoul and Seongsu-dong," *Journal of Cultural Product & Design*, vol. 77, pp. 287-296, Jun. 2024, doi: 10.18555/kicpd.2024.77.025.
- [17] M. H. Pham, S. S. Hong, and H. Kim, "Text mining of port loading and unloading safety accidents," *Journal of Next-Generation Convergence Information Services Technology*, vol. 15, no. 1, pp. 107-121, Feb. 2026, doi: 10.29056/jncist.2026.02.10.
- [18] L. J. Cui and J. Y. Kim, "Status and issue analysis on indie game in China through CONCOR analysis," *Journal of Digital Art Engineering & Multimedia*, vol. 10, no. 1, pp. 61-70, Mar. 2023, doi: 10.29056/jdaem.2023.03.06.