

컴퓨터를 이용한 패션 코디 시스템 연구

김 효 숙 · 강 인 애 · 최 창 석

건국대학교 의상학과 부교수 · 건국대학교 의상학과 박사과정 · 명지대학교 전자정보통신공학부 교수

A Study of fashion coordination system by computer

Hyo-Sook Kim · In-Ae Kang · Chang-Seok Choi

Division of Clothing & Textile Design, Konkuk University

Division of Clothing & Textile Design, Konkuk University

Division of Electronics, Information Communication, Engineering, Myongji University

본 연구의 목적은 컴퓨터 그래픽과 웹 애니메이션 프로그램을 이용하여 효과적인 패션 코디 시스템을 개발하는데 있다. 오늘날 인터넷 패션 쇼핑몰은 마케팅의 한 수단으로서 커다란 주목을 받고 있다. 많은 옷들이 인터넷 쇼핑몰을 통하여 판매되고 있으며 더불어 매장의 디스플레이 역할을 담당하는 웹 사이트 디자인에 대한 관심도도 매우 높아지고 있다.

이러한 이유로 본 연구는 컴퓨터 그래픽 소프트웨어인 어도비사의 포토샵과 마크로 미디어사의 플래시 애니메이션을 이용하여 패션 코디 아이템을 제작하고 보다 시각적이고 효과적인 웹 이미지를 구축하려고 한다.

그 결과는 다음과 같다.

첫째, 패해 유행하는 의상의 데이터 베이스를 축적할 수 있으며

둘째, 디자인에 드는 많은 시간과 비용을 절감할 수 있고 또한 보다 쉽게 창작물의 변형과 제작이 가능하다.

셋째, 다양한 이미지 변형 기능으로 새로운 텍스타일의 개발이 용이하다.

넷째, 애니메이션과 동영상등의 멀티미디어 효과로 보다 시각적이고 흥미로운 이미지를 구축할 수 있다.

다섯째, 고객과의 보다 인터랙티브한 커뮤니케이션이 가능하다.

Key words : Fashion Coordination, Fashion Marketing, Web Animation, Multimedia, Computer Graphic

* 본 연구는 2000년 한국과학재단의 특정기초연구비 지원으로 이루어졌음.

I. 서론

1. 연구목적

지난 수년간 컴퓨터의 급격한 보급과 인터넷의 발전은 소비자의 라이프 스타일을 바꿔놓았고 이러한 급류를 타고 인터넷을 통한 마케팅 활동이 활발히 이루어지고 있다. 90년대 초 인터넷이 WWW (World Wide Web) 이라고 하는 프로그램의 서비스를 통하여 전 세계 일반인들에게 확산 되었으며 마케팅 차원에서도 인터넷은 온라인(on-line) 마케팅 수단으로 크게 부각되고 있다. 웹 서비스의 다양한 기능은 기존의 인터넷이 주로 서술식의 문자 서비스를 제공하고 있는 것과는 달리 컴퓨터 그래픽과 멀티미디어 환경을 이용하여 고객에게 좀더 흥미 있고 다양한 시각적인 정보전달을 가능케 하고 있다. 현재 패션 업계는 대기업을 포함한 많은 중소기업들이 인터넷 비즈니스에 많은 관심을 가지고 있으며 자사 브랜드의 이미지에 알맞는 독특한 내용과 디자인으로 웹 사이트를 만들거나 진행 중에 있다. 웹은 인터랙티브한 커뮤니케이션이 용이하고 시간과 공간을 초월한 홍보와 광고가 가능하며 다양한 그래픽과 음향, 영상 등을 보여줄 수 있는 장점이 있다. 이는 정보화, 다양화, 개성화, 디지털화를 추구하는 패션 업체들의 브랜드 이미지 홍보를 비롯한 마케팅 활동에 기여하는 바가 크다.

본 연구에서는 컴퓨터 그래픽과 웹 애니메이션 제작 도구를 이용하여 웹이 지닌 무한한 공간과 다양한 패션 상품의 특성을 조화롭게 활용할 수 있는 패션 코디네이션의 웹 사이트 개발을 제안하고 있다. 고객이 직접 사이버 팔레트 안에 있는 다양한 아이템과 텍스타일을 불러 코디네이션 해 볼 수 있는 기회를 제공하고 있으며 가상공간 안에서의 간접경험은 구매 의사결정에 많은 도움을 줄 수 있을 것으로 예상된다.

본 연구의 목적은 컴퓨터 그래픽 프로그램의 이미지 제작도구와 웹 애니메이션 제작도구를 이용하여 패션 코디네이션에 필요한 아이템들을 데이터 베이스화하고 나아가 독립적인 패션 코디네이션 시스템의 개발을 타진하고 웹 상에서 보다 사실적이고 시각적인 이미지를 제공하여 인터넷 패션 마케팅에 활용하고자 하는 것이다. 이러한 개성 있는 웹 사이트의 개발은 다양한 그래픽 도구와 애니메이션 프로그램을 이용하여 만들어지며 주로 미술작품, 인쇄 및 출판물, 사진 등에 많이 쓰이던 전문 프로그램들이 대중화되면서 최근에는 패션 일러스트레이션과 의상디자인 개발에도 활용되고 있다. 이는 텍스타일과 패턴 전용의 고가 프로그램들과는 달리 비교적 저가에 해당되므로 패션 디자인 분야에서도 이러한 그래픽 프로그램을 활용하는 경우가 늘어날 것으로 기대된다.

2. 연구방법

본 연구의 연구방법으로는 우선 그래픽 프로그램을 이용하여 여성 캐주얼 웨어의 텍스타일과 의복 아이템을 디자인하고, 이를 임포트하여 웹 애니메이션 제작 프로그램으로 패션 코디네이션 이미지를 구축하였다. 코디네이션 아이템은 유행에 민감한 여성복을 대상으로 캐주얼 웨어를 주로 다루었으며 이는 2000 S/S 및 F/W Paris 및 Milano collection에 선보인 디자인을 참고로 하였다. 제작도구로는 아이템 제작에 Adobe사의 Photoshop 6.0을 웹 이미지 제작에 Macromedia사의 Flash animation 4.0을 사용하였다.

II. 패션 웹 사이트의 특성과 현황

1. 패션 웹 사이트의 특성

90년대 초 만해도 학술망에 그쳤던 인터넷을 일반 이용자에게 확산시킨 프로그램이 바로 WWW(World Wide Web)이다. 월드 와이드 웹은 일명 WWW 라고도 하며, W3 또는 Web이라고 간단히 부르기도 한다. 웹의 교과서적인 정의는 “다양한 인터넷 프로토콜을 지원하는 마크업 언어(markup language)를 사용한 멀티미디어(multimedia), 하이퍼텍스트(hypertext) 환경”이다. 1969년 미 국방성의 군사목적 네트워크로 처음 개발된 인터넷은 기술발전의 영향으로 급속하게 전 세계적 네트워크로 자리잡게 되었으며 이를 기반으로 웹 서비스는 그 사용자가 폭발적으로 늘어나게 되었다. 또한 WWW를 이용하는 많은 이들이 인터넷을 사업활동의 일상적인 수단으로 매우 선호하고 있는 추세이며 이는 곧 웹이 물건을 사고 파는 상업활동에도 커다란 영향력을 미치고 있음을 의미한다. 이러한 구조 속에서 웹의 기능은 각 산업 전반에 걸쳐 다양하게 쓰여지고 있다. 개인 홈페이지를 비롯해서 각 기관의 홍보, 정보전달, 가상 공간의 활용, 각종 DB구축, 전자쇼핑, 홈뱅킹 등 이제는 웹을 사용하지 않는 곳이 없을 정도이다.

특히 패션 쇼핑몰 웹 사이트에 있어서 고객의 관심을 끌 수 있는 흥미로운 콘텐츠의 개발이 요구된다. 인터넷 매장에서의 인터리어와 디스플레이는 곧 웹사이트를 어떻게 꾸미느냐의 문제이므로 이들을 위해서는 웹사이트 제작을 흥미롭게 만들어야 한다. 인터넷 사용자들이 꾸준히 들을 수 있도록 패션에 대한 정보와 함께 재미거리의 제공, 특이한 구성과 오디오와 동영상의 활용으로 사용자의 시선을 끌 수 있어야 한다(은소원, 1999). 즉, 패션 쇼핑몰의 경우 제품의 실제감과 세부적 묘사를 위해 그래픽과 더불어 멀티미디어 요소를 적극 활용하는게 매우 효과적이라고 볼 수 있다.

2. 패션코디 웹 사이트의 사례 현황

현재 국내에서는 기존의 백화점 인터넷 사이트를 비롯해 중소 규모의 패션 관련 인터넷 사이트가 다양하게 개설되고 있다. 그러나 웹 사이트의 의류 판매 및 신상품 소개 페이지를 살펴보면 백화점의 경우 의류 및 장신구를 마네킹이나 모델에게 착용시킨 사진을 소개하고 브랜드 네임과 가격을 안내하는데 그치고 있으며 대부분의 기업 사이트에서도 유행 관련 정보 및 추천 상품 위주로 구성되어 있다. 이와같이 패션 관련 웹 사이트에서 코디네이션에 관한 내용은 대부분 사진 및 서술형의 이미지 제안에 그치고 있으며 관리자가 체형상담을 통한 패션 코디네이션을 제안하는 곳도 있다. 다음은 패션 및 뷰티 관련 사이트로서 시뮬레이션이 가능한 웹 사이트의 사례이다.

1) www.handa.co.kr

남성, 여성, 유니섹스 브랜드의 의상을 가지고 정해진 모델에게 마우스를 드래그해서 옮겨 놓음으로서 원하는 의상을 입혀 볼 수 있다. 또한 정해진 모델이 아닌 각자의 인물 사진을 이용할 수도 있다.

2) www.beautyi.com

beauty simulation 콘텐츠를 통하여 가상 공간 속에서 다양한 메이크업과 선글래스, 모자등의 장신구를 비롯하여 각 브랜드의 추천 의상을 입혀볼 수 있다. 그러나 의상과 악세서리 등이 이미 코디 되어 있는 상태이므로 네티즌들이 자신의 취향에 맞도록 다양한 코디를 합성해 볼 수는 없

는 것이 이 사이트의 단점이다.

3) www.landsend.com

My virtual model이란 콘텐츠를 통하여 자신의 사이즈를 이용한 3차원의 가상의 모델을 만들 수 있으며 그 위에 추천된 몇 가지 의류를 입혀 360도 회전도 가능하다. 고객의 사이즈를 3D모델로 형상화 해봄으로써 보다 사실적인 입체감을 느낄 수 있다.

III. 컴퓨터 그래픽스의 특성과 활용전망

컴퓨터 그래픽 프로그램은 그 동안은 특정 아티스트나 엔지니어 및 프로그래머들의 전유물로 여겨져 왔으나 최근 들어 그 활용범위가 매우 넓어지면서 대중화가 이루어지고 있다. 그 활용분야를 보면 TV, 신문, 인터넷 웹 사이트, 광고 메시지의 효과적인 전달 수단, 기계 및 건축설계 등의 공학분야와 유전자 연구, 우주탐사 등의 첨단과학 분야, 컴퓨터 게임, 영화등의 오락산업 분야에 집중적으로 사용되고 있다. 특히 그림과 함께 음향, 동영상 등의 효과를 크게 부각시키고 있는 각종 엔터테인먼트 산업에서 컴퓨터 그래픽은 가장 중요한 표현 도구가 되고 있다.

그럼에도 불구하고 현재 패션 디자인 영역에 있어서는 적절한 활용이 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 물론 80년대 CAD/CAM(Computer Aided Design/Computer Aided Manufacturing)의 도입으로 주로 대기업 의류 생산업체나 대학등의 교육기관에서 텍스타일 디자인과 공업용 패턴, 그레이딩과 부분봉제의 생산 및 교육에 사용되고 있으나 소프트웨어의 국내개발이 원활하지 않은 까닭으로 수입에 의존하고 있으며 가격이 고가인 까닭으로 중소기업이나 일반 개인이 사용하기란 쉬운 일이 아니었다. 그러나 최근 몇 년간 일반 개인들도 사용 가능한 저가의 소프트웨어들이 대중화되면서 패션 분야에서도 그래픽 프로그램을 활용한 일러스트레이션 및 디자인 개발에 대한 연구가 활발히 이뤄지고 있다. 프랙탈 디자인 페인터(Fractal Design Painter), 어도비사의 일러스트레이터(Illustrator)와 코렐사의 코렐 드로우(Correl draw)등이 대표적인 예이다. 특히 벡터 방식의 프로그램은 아웃라인이 매끄럽고 부드러운 패션 도식화를 그리기에 매우 적합하다. 어도비사의 포토샵(Photoshop)은 대표적인 이미지 리터칭 프로그램으로서 그림이나 필름, 사진등을 스캐너나 비디오 그 외 각종 입력 매체들로부터 읽어 저장한 후 수정을 가하는 작업에 주로 쓰인다. 의상의 착장 드로잉시 포토샵을 이용하여 인체 프로포션을 조정하거나 필요한 텍스타일을 스캔하여 패턴으로 입히는 작업등을 할 수 있다. 이와 같이 반드시 의상에 관계된 전문 프로그램이 아니더라도 이미 소개된 다양한 디자인 소프트웨어를 활용하면 독특한 패션 일러스트레이션 기법을 만들어낼 수 있으며 더불어 디자인 개발에 드는 많은 시간과 비용, 노동력 등을 절감할 수 있고 이는 나아가 패션산업의 디지털화에도 기여 할 수 있을 것으로 본다.

VI. 코디네이션 아이템 및 웹 이미지 제작

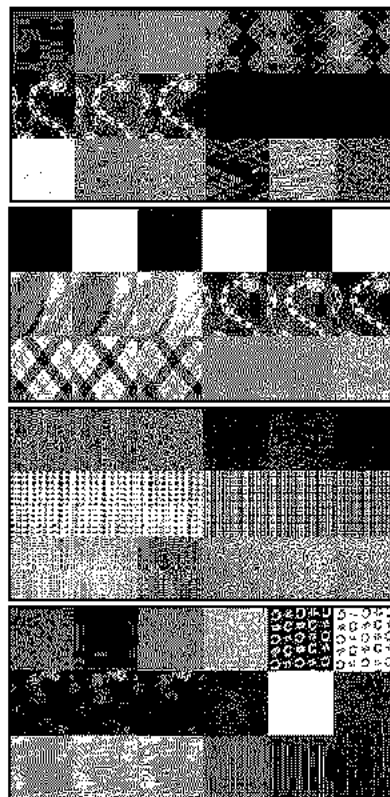
1. 아이템 제작 과정(Photoshop 6.0)

- 1 디자인된 도식화를 핸드 드로잉으로 종이 위에 그린다.
- 2 스캐너를 통하여 해상도 200dpi, scaling 100%로 스캔 받는다.
- 3 텍스타일 스왑치를 스캔해서 이미지와 필터를 적용한다.
- 4 텍스타일을 패턴으로 지정하여 도식화에 입힌다.

5 색상 및 레벨을 보정하여 완성한다.



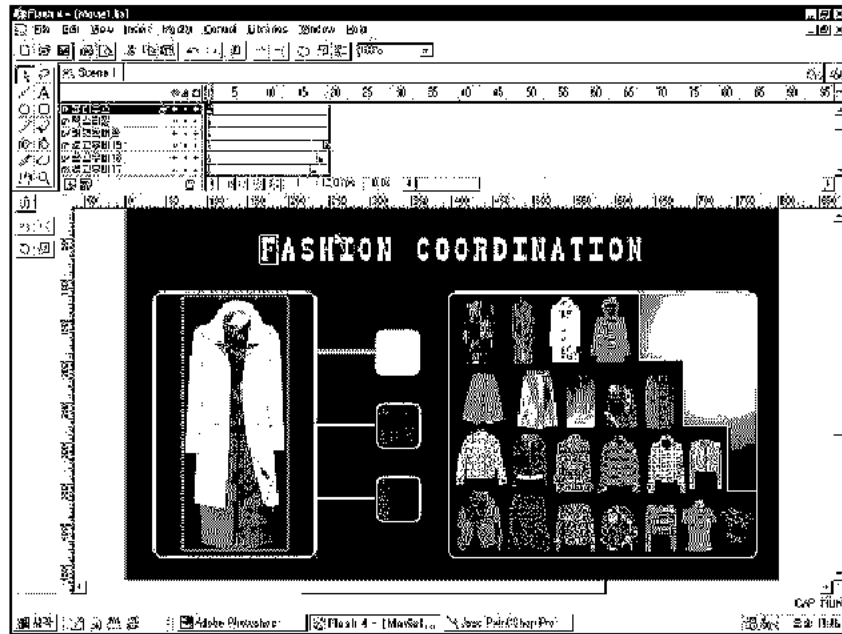
<그림 1> 도식화 팔레트



<그림 2> 텍스타일 팔레트

2. 웹 이미지 제작(Flash 4.0)

- 1 Planning : 주제설정, 정보수집 스토리보드 작업, 화면 구성안을 스케치한다.
- 2 Design : 페이지 레이아웃을 설정한다.
- 3 Animation : 애니메이션의 템포 조절, 그래픽 요소의 크기변화, 회전, 색상을 변화한다.
- 4 Action Scripting : 메뉴간의 이동이나 링크 버튼을 만들고 그래픽 요소를 첨가한다.
- 5 Sound Design : 배경 음악을 임포트하여 삽입한다.



<그림 3> 완성된 웹 이미지

VII. 결론 및 연구과제

1. 결론

본 연구는 점차 확대되고 있는 인터넷 마케팅에서 소비자의 관심과 만족도를 충족시킬 수 있는 방법으로 컴퓨터 그래픽 프로그램을 활용한 패션 코디네이션 웹 사이트의 연구개발을 제안하고 있다.

컴퓨터 그래픽과 웹 이미지 제작과정에서 얻을 수 있는 효과는 다음과 같다.

1. 매년 새롭게 제안되고 있는 유행 의상 및 텍스타일의 데이터베이스를 축적함으로써 각종 패션 정보 자료로 활용 할 수 있다.
2. 디자이너가 창작과정에서 디자인의 수정 및 변형을 컴퓨터 상에서 자유롭게 할 수 있다.

3. 다양한 이미지 조정작업을 통하여 디자인과 용도에 알맞는 텍스타일을 개발할 수 있다.
4. 웹 애니메이션을 통한 제품의 정보전달 방법은 양방향 커뮤니케이션을 가능하게 하므로 고객과 상품 기획자간에 보다 인터랙티브한 마케팅이 이루어 질 수 있다.
- 5.화면의 애니메이션 및 배경 음악 등의 멀티미디어 효과는 네티즌들에게 보다 시각적인 만족감으로 관심과 흥미를 불러일으킬 수 있다.

따라서 본 연구는 인터넷 사용자의 증가와 패션의 대중화 속에서 자신의 개성과 이미지를 표현하고 쉽게 검색할 수 있는 패션 코디 사이트의 개발을 제안하고 있으며 이는 나아가 인터넷 상에서 패션 코디네이션을 컨셉으로 한 독립적인 하나의 마켓으로서의 역할도 할 수 있을 것으로 예상된다.

2. 연구과제

본 연구의 과정에서 드러난 한계점과 그에 따른 추후 연구과제로는 첫째, 사진 및 그림의 이미지를 주로 다루는 그래픽 프로그램을 이용함으로써 디자인 및 인체표현에 있어서 컴퓨터만으로는 자유롭지 못한 한계점이 드러났다. 따라서 인체 및 의상을 보다 편리하고 사실적으로 표현할 수 있는 툴과 조정기능, 라이브러리 등을 갖춘 패션 전용 프로그램의 개발이 요구된다. 둘째, 2차원적인 의상표현은 착장상태시 사실감을 부여하는데 있어서 많은 어려움이 따르므로 3D 가상 현실(virtual reality)을 통한 시뮬레이션 시스템의 개발이 요구된다. 셋째, 코디 아이템 선정에 있어서 주로 의류에 중점을 두었으나 이외에도 악세서리를 비롯한 각종 소품과 실제 인체와 밀접한 헤어 및 메이크업 등을 가비한다면 보다 완성된 코디네이션을 제안할 수 있을 것이다. 넷째, 다양한 패션 아이템의 데이터베이스를 프로그래밍화하고 더불어 전문 웹 사이트를 구축할 수 있는 콘텐츠의 개발이 요구된다.