

패션스타일링을 위한 모바일 서비스 제안

Proposal on Mobile Services for Fashion Styling Simulation

장일범

서울대학교 미술대학 디자인학부

윤주현

서울대학교 미술대학 디자인학부

·Key words: Mobile Services, Fashion Styling, Web

ZHANG YIFAN

Faculty of Crafts and Design, SNU

Juhyun Eune

Faculty of Crafts and Design, SNU

1. 서론

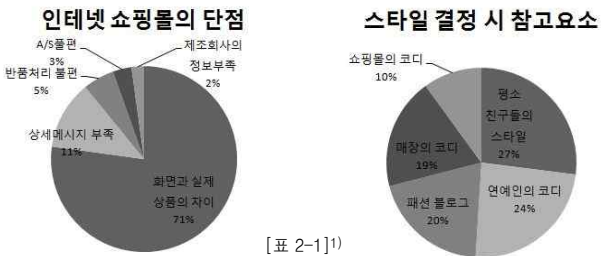
인터넷 및 핸드폰 기능이 날로 향상되면서 휴대폰은 손 안에 들고 다니는 작은 첨단 기기의 역할을 담당하게 되었다. 또한 무선 인터넷 환경이 보편화 되면서 웹에서 제공되는 서비스들이 모바일 환경에서 주목을 받고 있다. 웹서비스에 있어서 어떠한 서비스든지 모바일버전으로 만드는 것이 필수적인 일이 되고 있다.

2000년 미국의 칼럼니스트 William Safire가 뉴욕 타임즈에서 정의한 루키즘(Lookism)은 외모가 개인의 가치를 보장하고 인생의 성패를 좌우하는데 결정적 요소라고 믿는 외모에 지나치게 집착하는 사회풍조를 의미한다. 이러한 인식은 점차 젊은 연령대에서 40대, 50대 중장년층까지 확산되고 있다. 자신의 개성을 멋있게 연출하기 위해서 개인의 패션스타일링 또는 이미지 메이킹이 중요한 개념으로 등장하게 되었다. TV 드라마나 영화, 광고, 잡지 등에서 처음 기획한 이미지를 더욱 잘 전달하고 효과적으로 연출하기 위해 패션스타일링은 반드시 필요한 요소가 되었다. 패션스타일링이란 의복과 액세서리로 단순히 코디네이션 하는 것이 아니라, 그 사람의 감성과 라이프스타일에 알맞은 종합 스타일을 완성하는 것을 말한다.

그러한 의미에서 모든 사람들이 필요로 하는 자신의 개성, 자아개념, 가치관, 태도 등을 성숙시킬 수 있는 모바일 환경에서 패션스타일링 서비스를 개발하고자한다. 첫째, 사람들의 손바닥 안에 전문 스타일리스트를 보유할 수 있게 하는 서비스로서, 누구에게나 패션 트렌드의 정보를 제공하면서 각 개인에 어울릴 패션스타일링을 지도해주는 편리한 서비스가 되도록 한다. 둘째, 마음 편한 패션스타일링 공간을 만들게 한다. 매장 종업원이나 타인의 눈치를 살피지 않고 마음 편히 스타일의 변신을 꾀하는 공간을 조성하도록 한다.

2. 최근 사람들의 패션 쇼핑성향

머니투데이 쇼핑물뉴스(<http://mnb.mt.co.kr>)에서는 최근 100명의 여대생을 대상으로 한 설문조사(표 2-1) 살펴보면, 옷을 직접 입어 보거나 눈으로 확인해 볼 수가 없기 때문에 막상 제품을 받았을 때 생각했던 것과 차이가 많다는 단점도 나왔다. 뿐만 아니라 쇼핑물의 수가 워낙 많다 보니 어떤 쇼핑물에서 어떠한 스타일의 옷을 골라야 할지 고민하게 되므로 친구들의 스타일에 큰 영향을 받는다는 비율이 27%로 가장 높게 나타났다. 연예인의 코디, 패션 블로그에 영향을 받는다는 비율이 근소한 차이인 24%로 나타났다. 이에 따라 입어보고 사고자 하는 소비자의 입장에서 자신의 패션스타일링을 미리 확인할 수 있을 뿐만 아니라 개인 스타일리스트처럼 개인의 패션스타일링에 도움을 줄 수 있는 서비스를 요구한다.



[표 2-1]¹⁾

3. 웹 패션스타일링 서비스 현황

웹 패션스타일링 서비스중 특징적으로 잘 표현한 5개 사이트를 선택하여 비교분석하였다. roiworld, imvu, faceyourmanga 세 가지 사이트에서는 대체로 플래시 기술을 많이 사용하여 화려하고 다양한 오락성을 주었고 본인의 취향에 따라 비현실적인 가상 패션 스타일링을 만들 수 있다. 마치 어렸을 때 대부분 여자 아이들이 가지고 놀았던 종이인형 옷 갈아입히기

사이트	www.roiworld.com	www.imvu.com	faceyourmanga.com	www.polyvore.com	www.thehairstyler.com
사용 이미지					
서비스 내용	·다양한 패션 플래시 옷 갈아입히기 게임 제공 ·패션 트렌드에 따라 업데이트	·3D 아바타 채용 ·아바타 성형과 옷차림 가능 ·개인 커뮤니티 ·채팅, 포토미팅, 인터넷 메신저 가능	·사용자 자신 만화이미지 제작 ·제작된 이미지를 이메일로 사용자에게 보내기	·패션 스타일링 만들기 ·스타일링 세트를 만든 후 포럼을 통해 친구들과 교류 ·패션 트렌드 가이드 ·인터넷 패션 쇼핑 물	·사용자 자신의 얼굴로 아바타 제작 ·헤어스타일 트렌드 가이드
특징	·무료 서비스 ·패션프로젝트 Runway와 합작	·유료 서비스 ·아날로그 사회생활	·무료 서비스 ·인터넷 메신저 함께 사용 가능	·무료 서비스 ·새로운 소셜 쇼핑 플랫폼	·유료 서비스 ·다양한 헤어스타일 경험 가능

[표 3-1] 패션 스타일링 서비스 웹 사이트 특징 분석

1) 주영옥, "여대생, 쇼핑물 이용 생활백서", 쇼핑물뉴스, 2010.04.09

놀이와 흡사하다. 반면에 roiworld는 케이블티비 패션 리얼 프로젝트인 Runway Korea와 합작하여 좀 더 현실적으로 패션 스타일링을 표현하고자 노력한 사이트이지만 아직까지 전체적인 이미지가 어색하고 딱딱한 분위기가 난다. 사람들은 자신의 개성, 취향과 라이프스타일을 좀 더 대변해주는 생동감 있고 감성표현이 가능한 실제적인 패션 스타일링 서비스를 필요로 한다.

사이트	현실성	실용성	편의성	참여성	창의성
	authenticity	practicality	conveniency	participatory	creativity
roiworld	X	X	X	X	○
imvu	X	X	X	X	○
faceyourmanga	X	X	X	X	○
polyvore	○	○	X	○	○
thehairstyler	○	○	X	○	○

[표 3-2] 패션 스타일링 서비스 웹 사이트 사실적 성능

또한, [표 3-2] 과 같이 5개 사이트의 5가지 (현실성, 실용성, 편의성, 참여성, 창의성) 의 속성을 도출하여 조사하였다. 조사결과에 따르면, 현재 모든 사이트가 제공하는 패션 스타일링 서비스는 편의성이 부족하고 사람들을 만족시키지 못하고 있다는 결과가 나왔다. 개성을 살린 개인의 패션 선택에 도움을 줄 수 있고 패션 트렌드를 알리면서 개인에 어울릴 패션 스타일링을 지도하는 서비스가 부족한 것이 실태이다.

4. 모바일 패션스타일 서비스 개발 제안

현존하는 패션스타일링 서비스의 문제점과 소비자의 욕구를 고려해서 기존의 웹 서비스보다 움직임이 자유롭고 편리성 있는 모바일 서비스의 개발을 제안한다.

4-1. 모바일 패션스타일링의 의미

모바일 패션스타일링은 첨단 카메라나 스캐너를 이용해 측정된 타겟의 신체형상과 사이즈 정보를 지능화 분석하고 최신 트렌드와 타겟의 취향에 맞게 여러 가지 옷을 가상 착용한 뒤 타겟에게 머리부터 발끝까지 전체적인 어울리는 아름다움을 완성해 간다. 또한, 움직임이 자유로운 모바일의 장점에 따라 언제 어디서나 제한 없이 인텔리전스 어널리시스 (Intelligence analysis) 와 의복의 코디네이션을 결합함으로써 그 사람의 감성과 라이프스타일에 알맞은 종합 스타일을 세우는 것이 중요하다.

4-2. 모바일 패션스타일링 서비스 특징

사용자의 화상 인식. 제공한 참조표준과 카메라를 통해 정확한 사용자의 얼굴을 인식한다. 현실성과 실용성을 도출하기 위해 화상 인식이 필요하다.

사용자의 신체 정보 입력과 아바타 형성. 사용자의 신체 정보를 입력하고 인식된 사용자의 얼굴과 같이 현실과 비슷한 아바타를 형성한다. 사용자의 신체 조건과 동일한 아바타를 이용하여 실제 입어보고 사고자하는 욕구를 충족시킨다.

의류 검색. 패션스타일링 사이클의 수명이 단축되었고, 그로 인해 패션스타일링 정보의 신속한 입수나 정확한 분석 등이 중요한 요소로 부각되었다. 본 서비스는 남녀의 의류를 불문하고 스타일별, 코디별, 상황별 등으로 쉽고 간편한 스타일링 검색이 가능하다.

개인 옷장 기능. 예전 패션스타일링 서비스와 달리 모바일의

움직임이 자유로운 장점을 충분히 발휘하여, 사용자가 마음에 드는 옷을 당장 입을 수 없을 때 혹은 구매 할 수 없을 때 카메라로 원하는 옷을 찍고 이 서비스를 통해 자신의 아바타에게 옷을 입혀 실제로 자신이 입어보는 것 같은 느낌이 들게 하는 편리한 기능이다.

스타일링 추천. 사용자 1대 1의 개인지향적인 서비스이며, 사용자가 선택한 패션스타일링에 더 잘 어울리는 패션을 제안해 줄 수 있는 기능이 있다.

배경 설정과 패션 포스팅 합성. 사회심리적인 욕망 위주의 심미적인 가치를 추구하는 생활을 영위하고자 함으로 사용자의 감성과 감각을 단시간 내에 최대한 만족 시킨다.

스타일링 코디 북. 나만의 패션스타일링 트렌드 매거진이다. 입어보고 마음에 드는 스타일링을 패션 포스팅으로 만든 후 스타일링 북에 넣어서 언제든지 꺼내어 확인해 볼 수 있다.



[그림 4-1] 모바일 패션스타일링 서비스의 인터페이스

5. 결론 및 향후 연구과제

본 연구는 사람들의 패션스타일링에 도움을 줄 수 있는 모바일 패션스타일링 서비스 개발을 제안하였다. 서비스 과정에서 편리성뿐만 아니라 개인의 즐거움과 만족을 준다. 단순한 셀프서비스의 수준을 넘어, 현실 생활 속에서는 할 수 없었던 자신이 원하는 패션스타일링을 만끽할 수 있는 심리적인 자유를 제공한다. 단시간 내에 가능한 편리한 서비스이며, 소비자가 짧은 시간 안에서 효율적인 서비스를 제공 받을 수 있어 개인의 만족을 최대화 시킨다. 본 모바일 패션스타일링 연구 제안은 미래의 생활에서 필수적인 셀프서비스가 될 수 있는 가능성을 보인다.

참고문헌

- 이연순, 현대인과 패션, 영남대학교출판부, 2005
- 박혜원, 이미숙, 염혜정, 최경희, 박수진, 현대 패션 디자인, 교문사, 2006
- 아이뉴스 24.com [편], 대한민국 모바일 연감, 한국인터넷진흥원, 2007-2008
- 미카 힐투넨, 마르쿠 라우카, 아리 루오말라 저, 내대열 역, Mobile User Experience: 모바일 사용자경험 디자인, 한빛미디어 (주), 2007