

Make-up Coordination의 Simulation개발에 관한 연구

강 인 애* (건국대학교대학원 의류학과)

김 효 숙 (건국대학교 의상학과 부교수)

컴퓨터와 인터넷의 급격한 보급과 발달은 이를 매체로한 다양한 분야의 기업 활동에도 많은 기여를 하고 있다. 특히 20세기 들어 여성의 사회 진출과 활동 영역이 넓어지면서 여성을 대상으로한 제품의 마케팅 영역이 큰 주목을 받게 되었다. 그중 하나로 화장품을 들수 있으며 화장은 의상과 마찬가지로 자신을 표현하고 보여주는 하나의 도구 및 수단으로 인식되어지고 있다. 매 시즌마다 기업들은 각사의 유행 및 추천 파레트를 TV 및 책자와 인터넷 홈페이지등의 여러매체를 통해 선보이고 있으며 특히 정보화, 시각화, 디지털화 되어가는 오늘날의 마케팅 추세에 따라 인터넷을 통한 제품의 홍보와 고객서비스 콘텐츠를 점점 늘려가고 있는 추세이다. 이러한 인터넷을 비롯한 각종 매스미디어를 통한 문화의 공유는 메이크업에 있어서도 그 재료와 기법의 대중화를 만들어 내고 있다.

본 연구에서는 소프트웨어의 지속적인 기술발달에 따라 더욱 그 유용성이 가속화되고 있는 컴퓨터 그래픽과 애니메이션 도구를 활용하여 시각적인 메이크업 시뮬레이션을 제안하고 나아가 이를 웹 이미지로 구축하여 인터넷 웹사이트에서 실증적으로 제시하고 있다.

연구 방법으로는 Adobe사의 Photoshop 6.0과 Illustrator 9.0의 2D 그래픽 프로그램과 Macromedia사의 Flash web animation 4.0프로그램을 이용하여 make-up 시뮬레이션에 이용될 데이터 베이스를 제작하였다. 웹사이트에 제시된 콘텐츠로는 첫째, 얼굴형과 눈썹, 눈 입술모양에 따른 얼굴형태 선택 둘째, 아이섀도우와 립스틱의 칼라 코디네이션 셋째, 테마별 분위기 연출법 으로 구성되었다.

연구결과로는 첫째, 자신의 얼굴형태를 제시된 모델을 이용하여 형상화 할수 있으며 둘째, 형상화된 이미지에 부위별 칼라 코디네이션이 가능하고 셋째, 테마별 시뮬레이션을 통하여 자사제품을 홍보하고 이를 곧 제품의 구매로 연결할 수 있으며 넷째, 고객 서비스 차원에서 유행색채 및 코디네이션에 대한 소비자 교육도 가능한 것으로 나타났다.

연구과제로는 첫째, 다양한 얼굴형태에 따른 보다 많은 데이터베이스의 구축을 필요로 하며 둘째, 2D 형태의 고정된 이미지보다는 3D기법을 활용한 다양한 인물 시뮬레이션의 창출이 요구되어지며 셋째, 본인이 직접 메이크업의 대상이 돼서 동영상으로 구성될 수 있는 기술적인 프로그램의 지원이 요구된다.

연구 과제로는 첫째, 다양한 얼굴형태에 따른 보다 많은 데이터베이스의 구축을 필요로 하며 둘째, 2D형태의 고정된 표현보다는 3D기법을 활용한 다양한 인물 시뮬레이션 기법의 창출이 요구되어지며 셋째, 지정된 대상이 아닌 본인 자신이 직접 메이크업의 대상이 돼서 동영상으로 구성 될 수 있는 기술적인 프로그램의 뒷받침이 요구된다.