



FITTLE

COUNTER

LOBE

SPUR

**\_Font Type**

**\_Gride**

**\_Layouty**

T

Type

# T Type

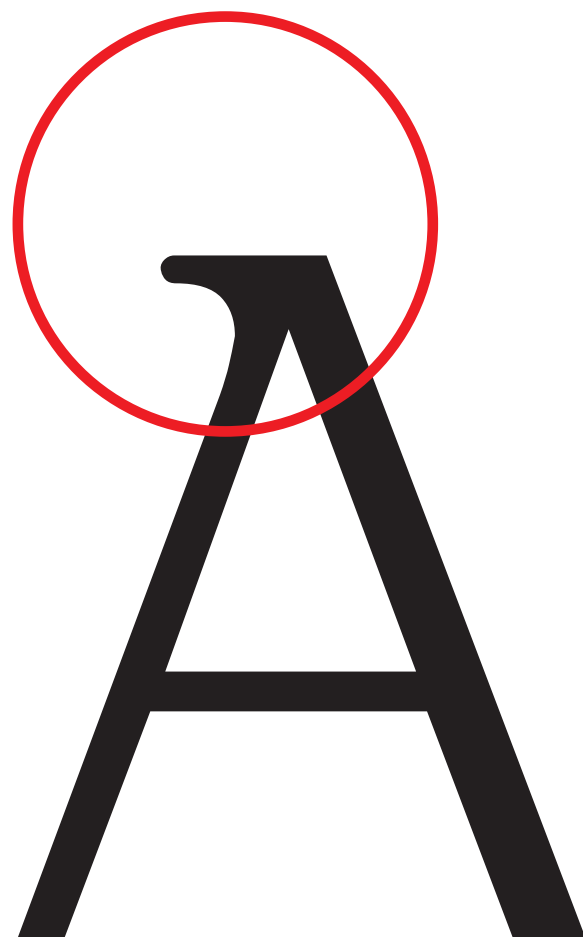
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

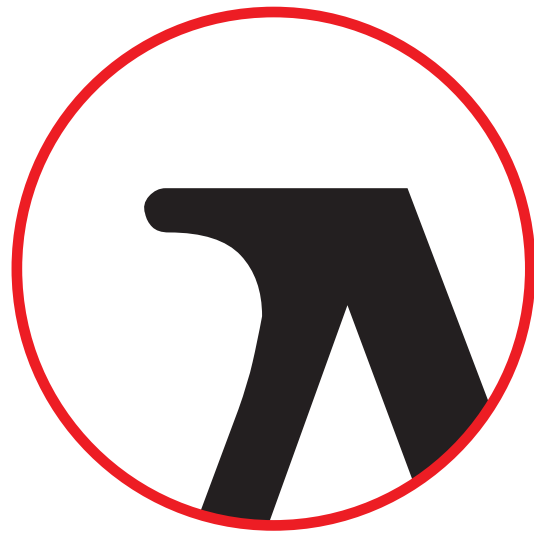
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

T  
Type

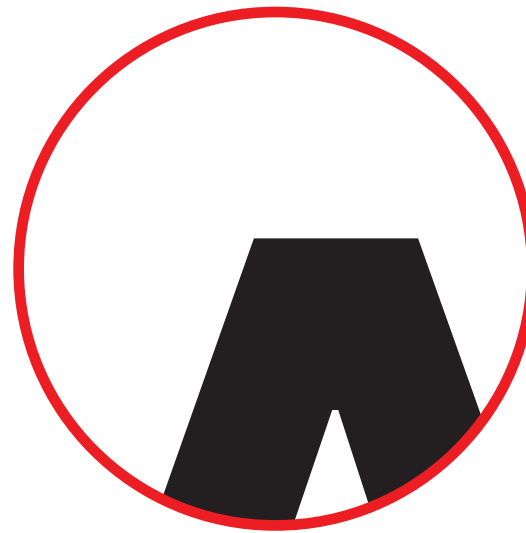


# T Type



## SERIF

Nyala  
Time  
Book  
Century  
Onyx



## SANS-SERIF

Myriad  
**Helvetica**  
**Impact**  
Arial  
Gill sans

# T Type

Old Style

Transitional

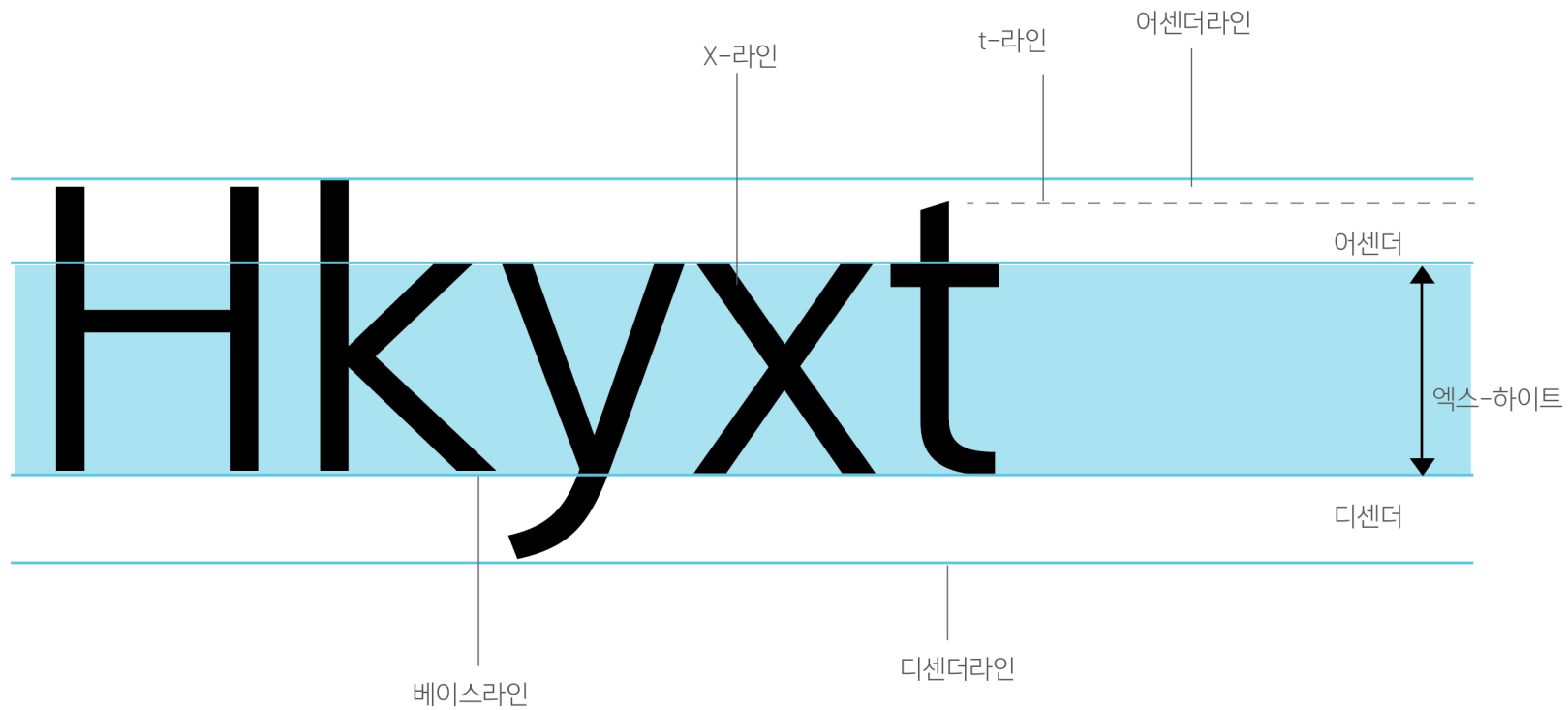
Modern

Egyptian

San serif

Display

## 알파벳의 기본구조





재래시장이

백화점이나

대형마트보다

싸다는 소식에



재래시장이

백화점이나

대형마트보다

싸다는 소식에



# 글자 사이

[ letter spacing ]



## I 글자 사이

글자와 글자 사이의 간격을 말하며, 글자 사이 띄우기(inter character spacing)라고도 한다. 글자 사이는 **날말 사이**, **글줄 사이** 등과 함께 글자 부리기에서 가장 중요한 요소의 하나이다. 특히 **한글**의 경우, **세로짜기**용 한글꼴을 가로로 짤 경우 **가로 글줄** 흐름의 균형이 무너지므로, 글자 사이의 양쪽, 위아래의 **공간** 적용에 대한 **비례** 적용 등은 **판면**의 표정 변화와 **가독성**에 큰 영향을 끼친다. 전통적인 금속 **활자**에서는 **공목**(quad)을 끼워 넣어 만들었으나, **컴퓨터 조판**에서는 유닛(unit)을 크게, 적게 함으로써 조정하게 되었다.

글자 사이는 타이포그래피의 회색 효과(effect of gray)와 본문의 속각적 질감과 톤을 결정하며, 적절한 글자 사이를 유지해야 가독성이 높아진다. 글자 사이의 간격은 글자의 몸통(body)을 기준으로 하는 경우가 많은데, 특별한 경우가 아니라면 글자 사이는 0으로 설정하지만 **서체**의 성질이나 조판상의 판단에 따라 글자 사이를 넓히거나 좁히기도 한다. 시각적으로 글자 사이를 고르게 만들기 위해 특정한 글자의 조합에서 글자 사이를 조정하는 것을 커닝이라고 부른다.

단어와 단어사이는 행간보다  
절대로 넓어서는 안됩니다.

어간

행간

단어와 단어사이는 행간보다  
절대로 넓어서는 안됩니다.

a

a

a

| 아주 좁은

| 좁은

| 보통

a

a

| 넓은

| 아주 넓은

장

장평 100%

자

장평 50%

장

장평 200% ↙

시간 50%: 한글과컴퓨터

시간-25%: 한글과컴퓨터

시간 0%: 한글과컴퓨터

시간 25%: 한글과컴퓨터

시간 50%: 한글과컴퓨터

선활자 Vector

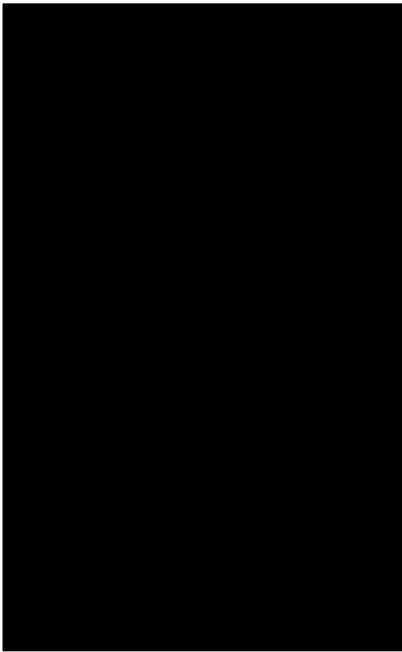
점활자 bitmap

**Grid**  
**\_Block**  
**\_Column**

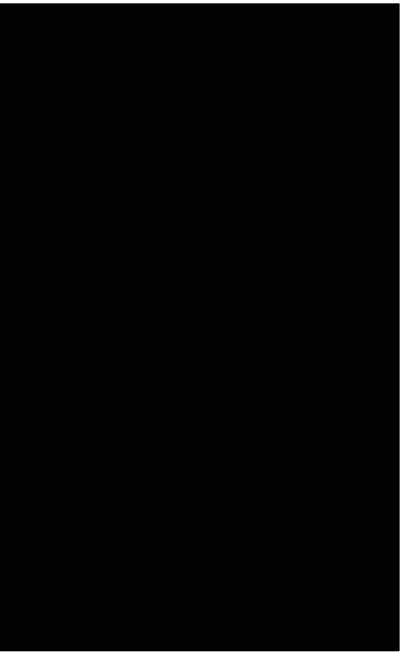


# Grid \_Block

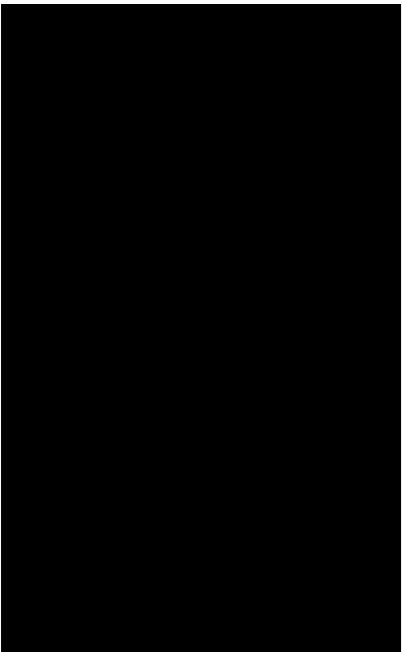
Indesign



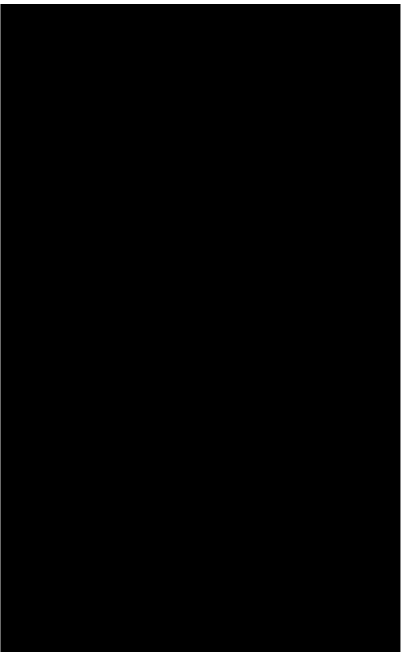
Indesign



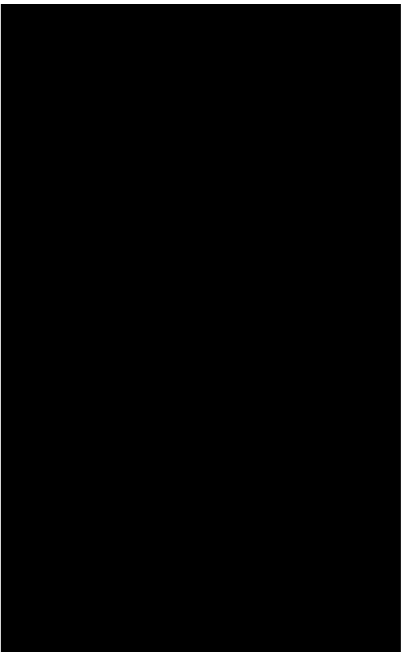
Indesign



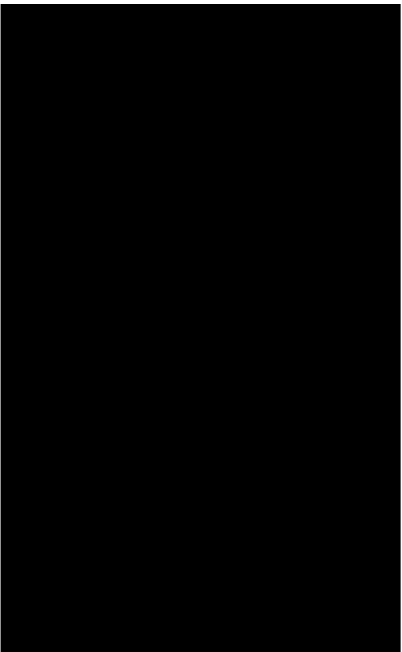
Indesign



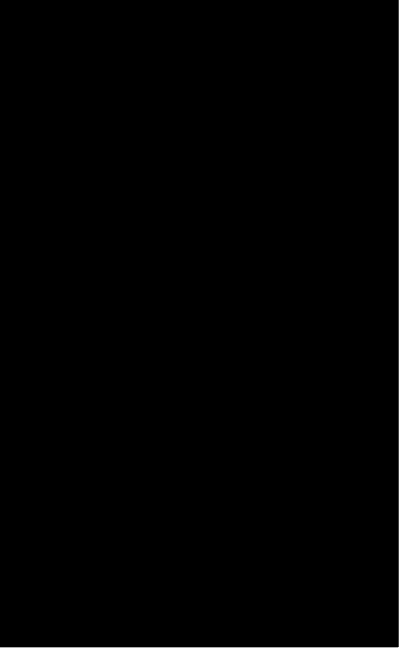
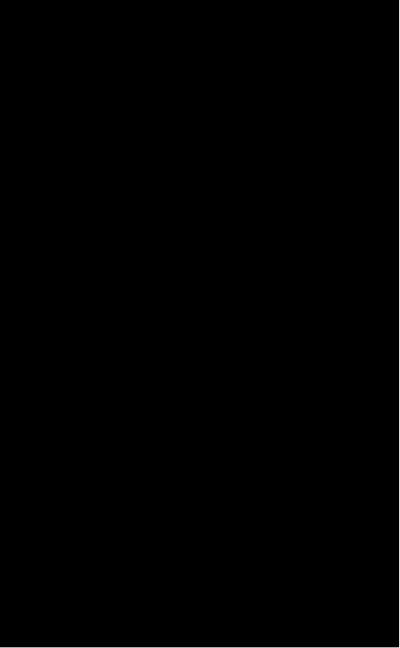
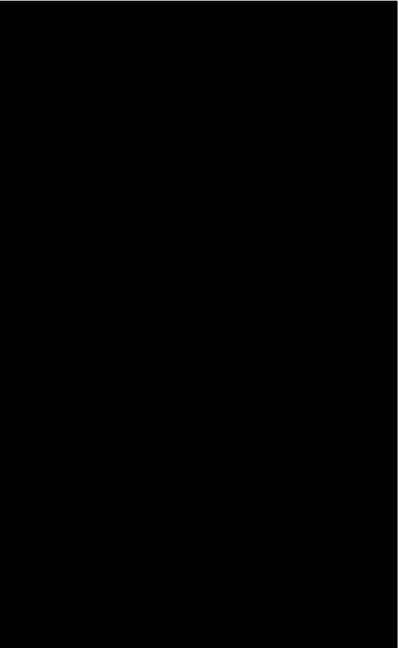
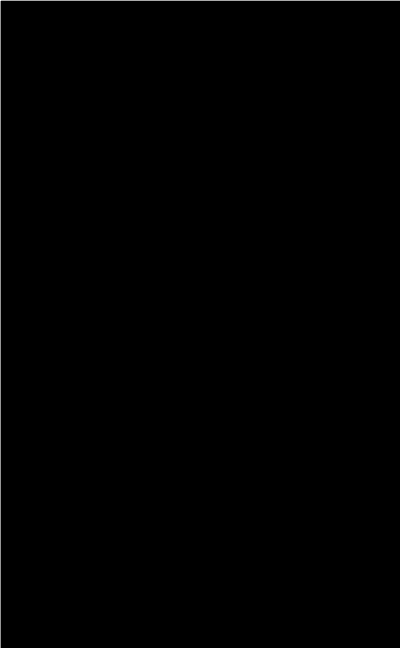
Indesign

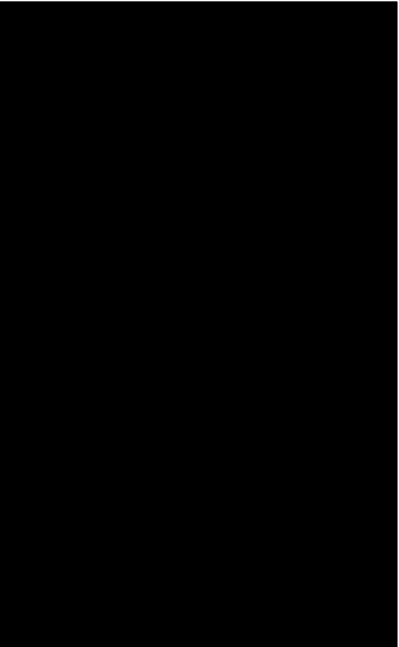
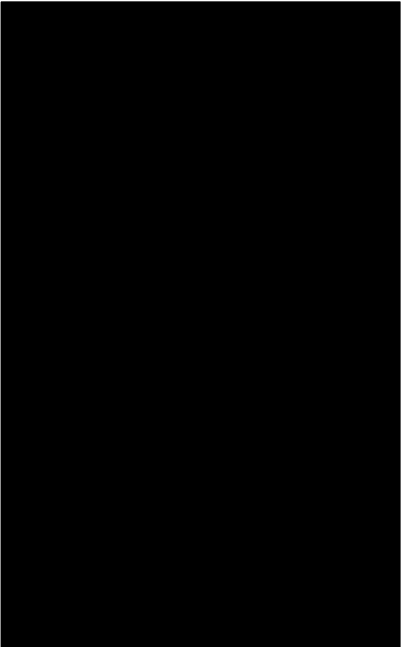


Indesign



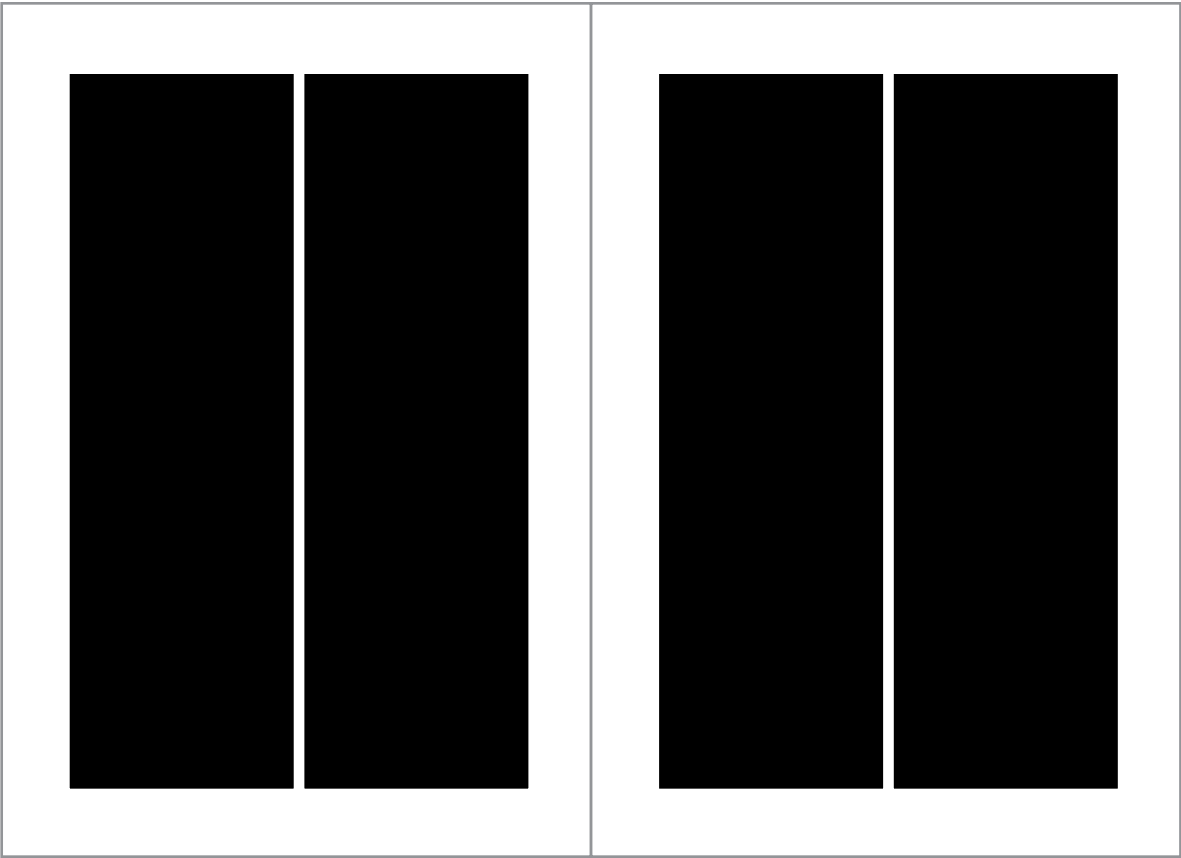
# Grid \_Block

 Indesign	 Indesign
 Indesign	 Indesign

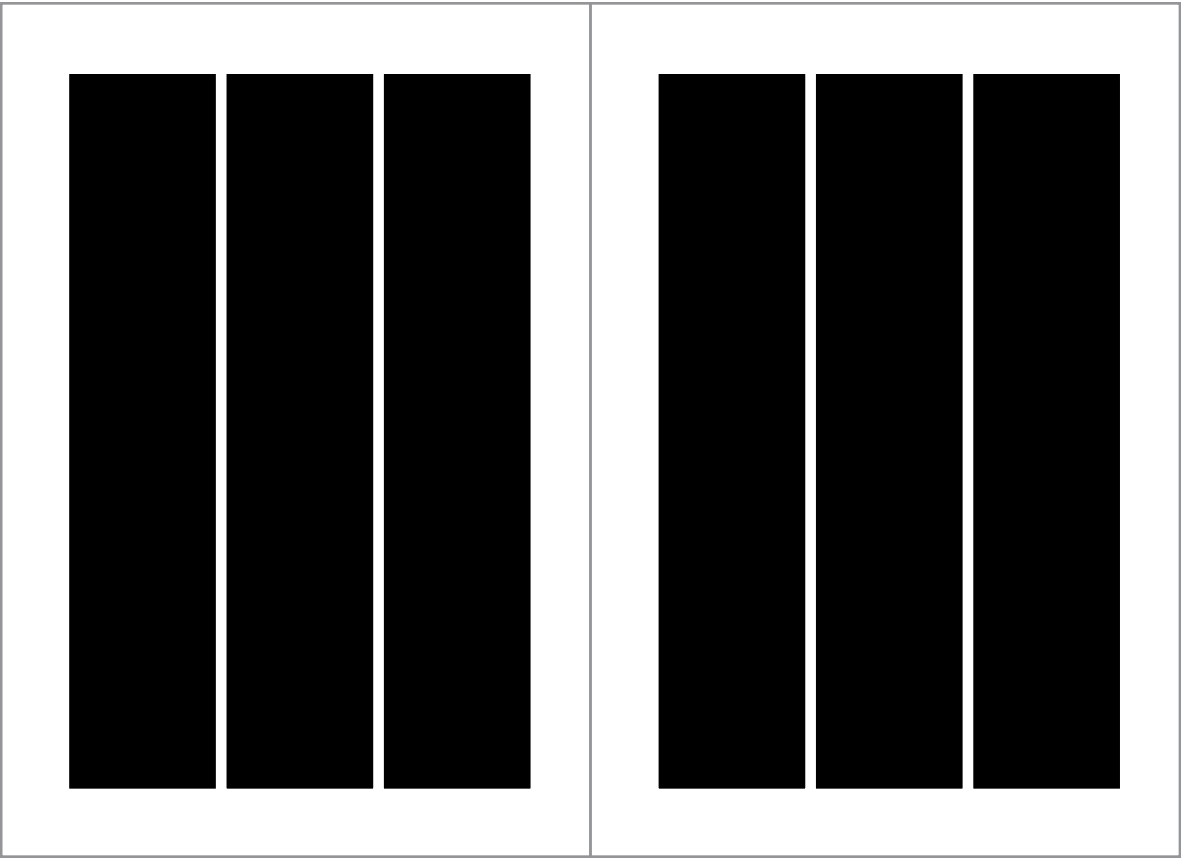
 Indesign	 Indesign
---	---

Grid  
\_Column


Grid  
\_Column

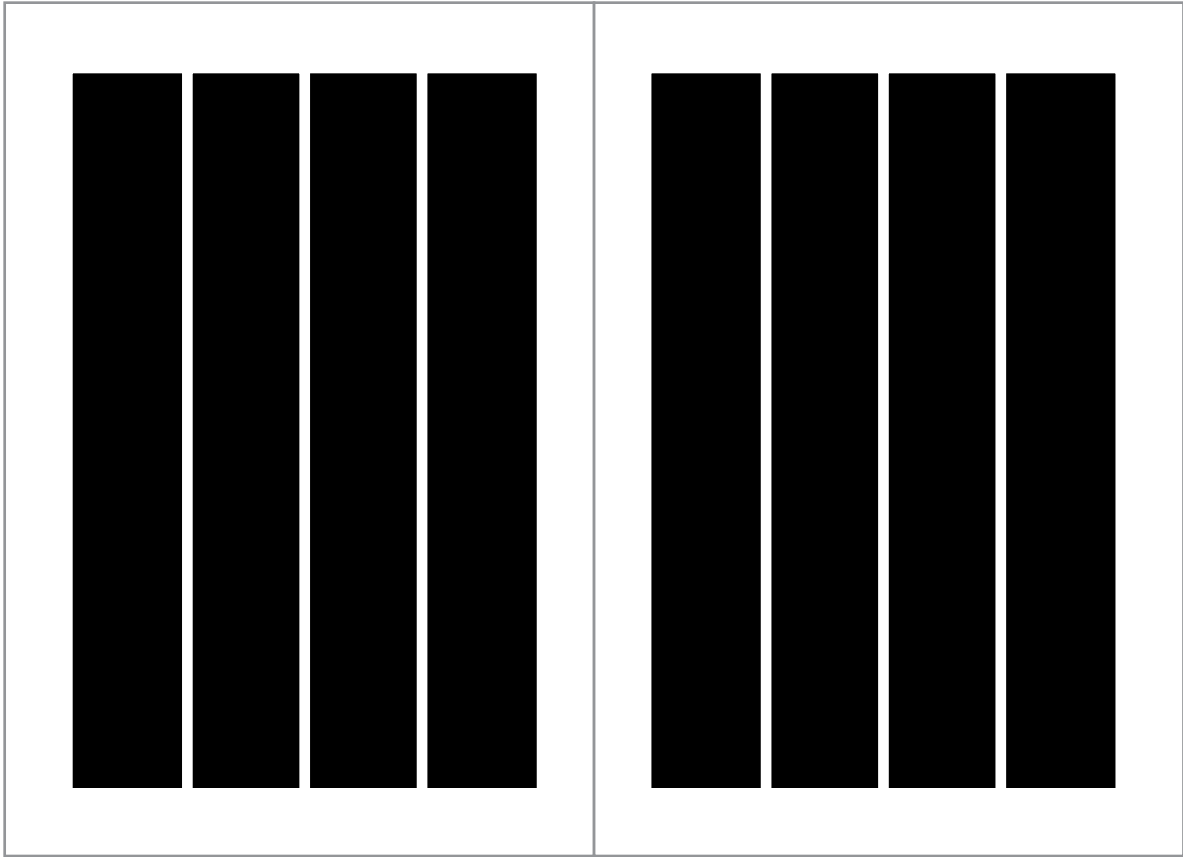


2단

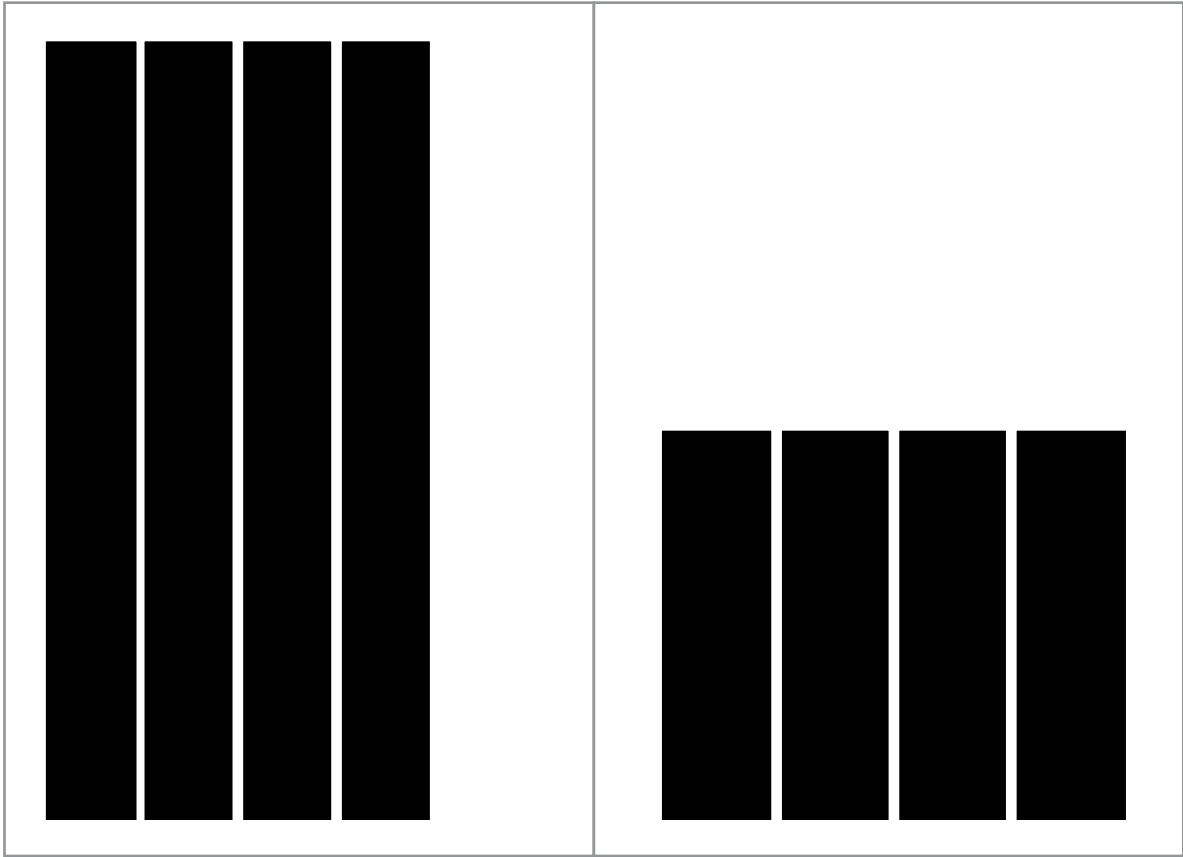


3단

Grid  
\_Column



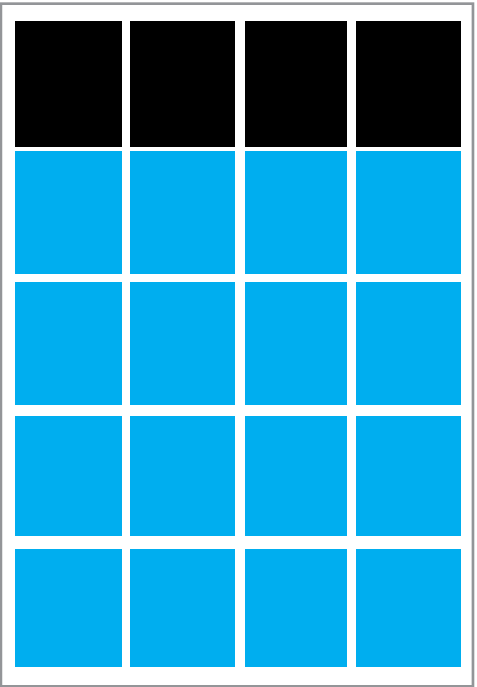
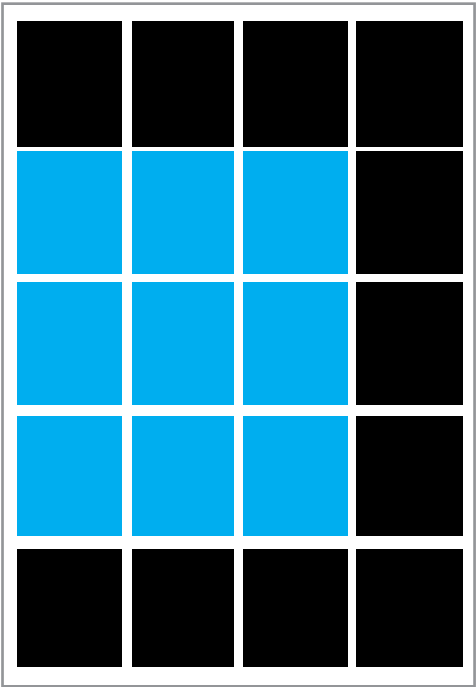
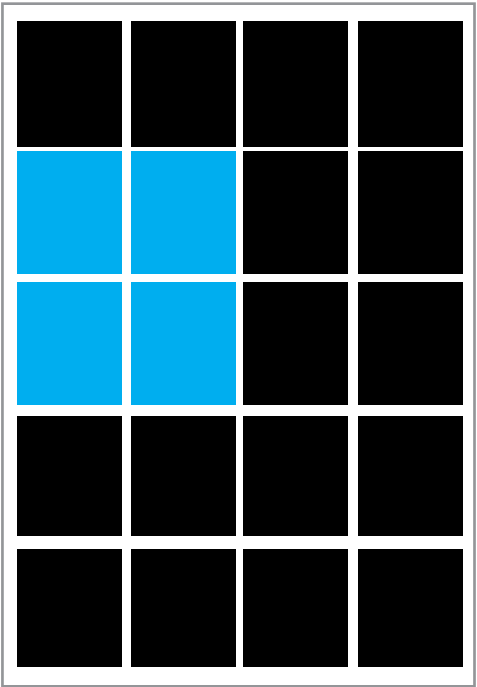
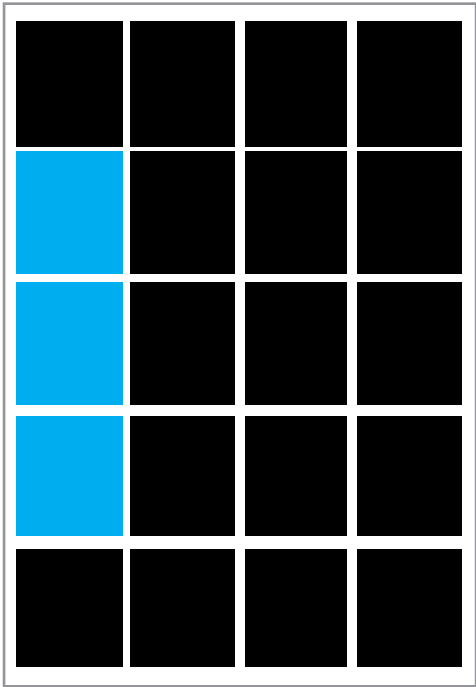
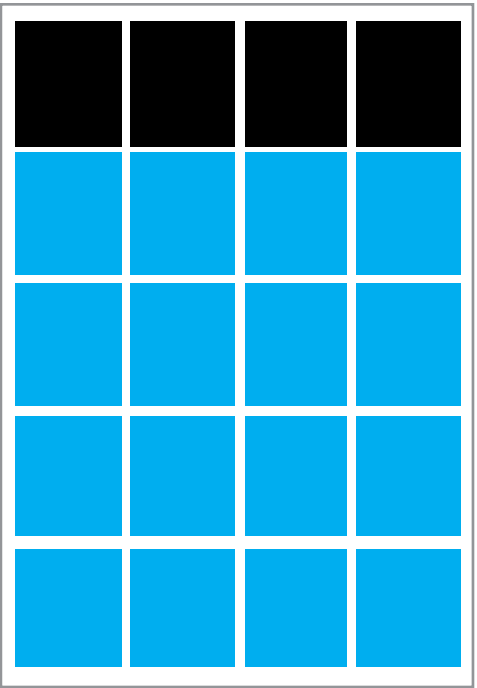
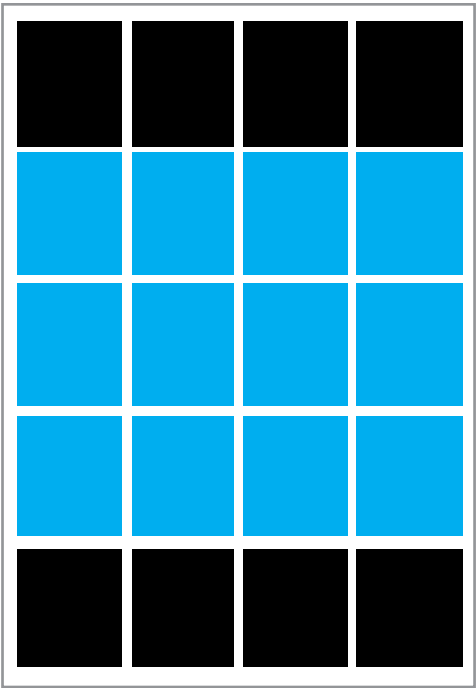
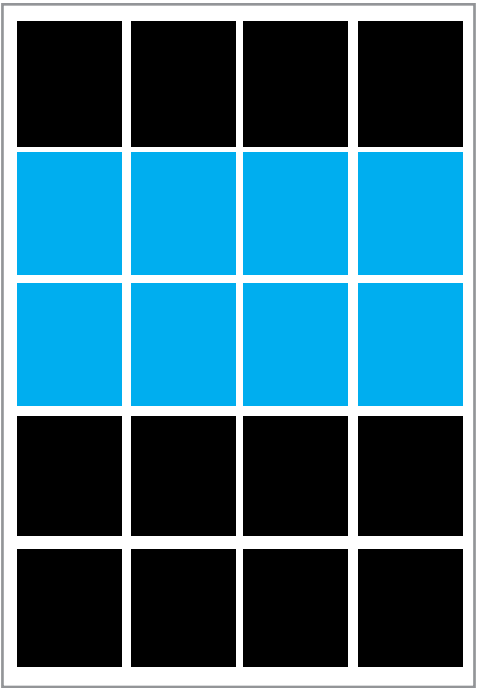
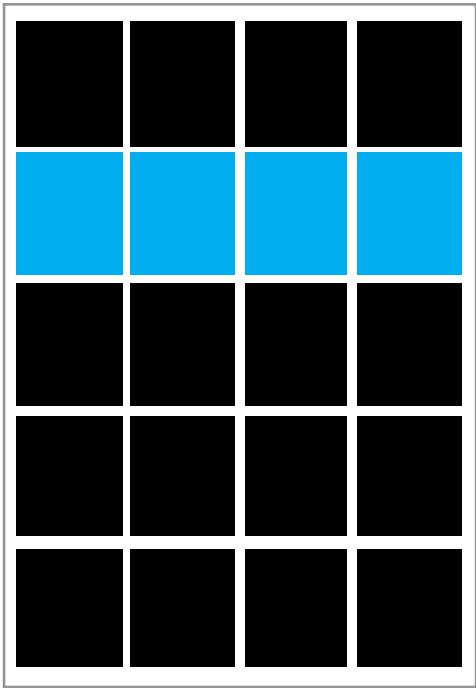
4단



변형

Grid  
\_Column


# Grid \_Column



# Grid \_Column





# Layout

# Layout

--	--

--	--	--

--	--	--	--

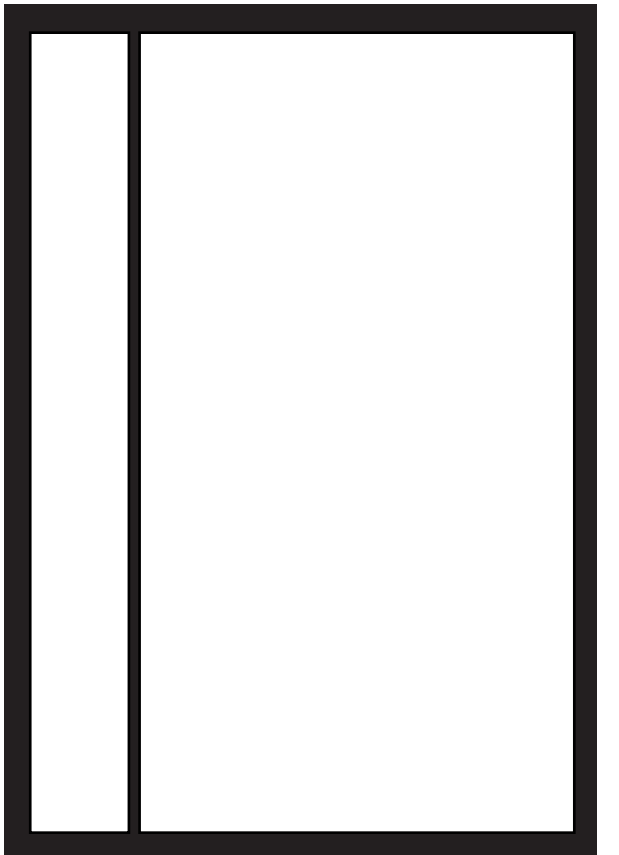
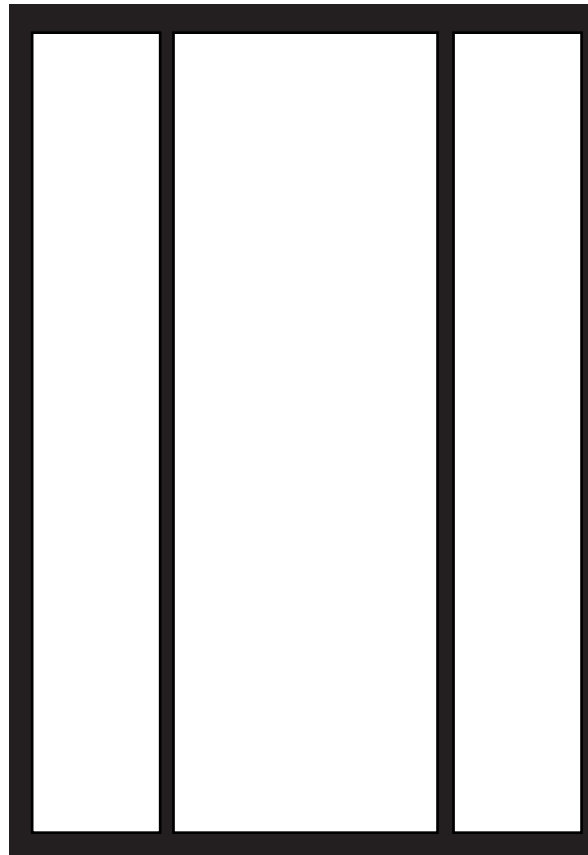
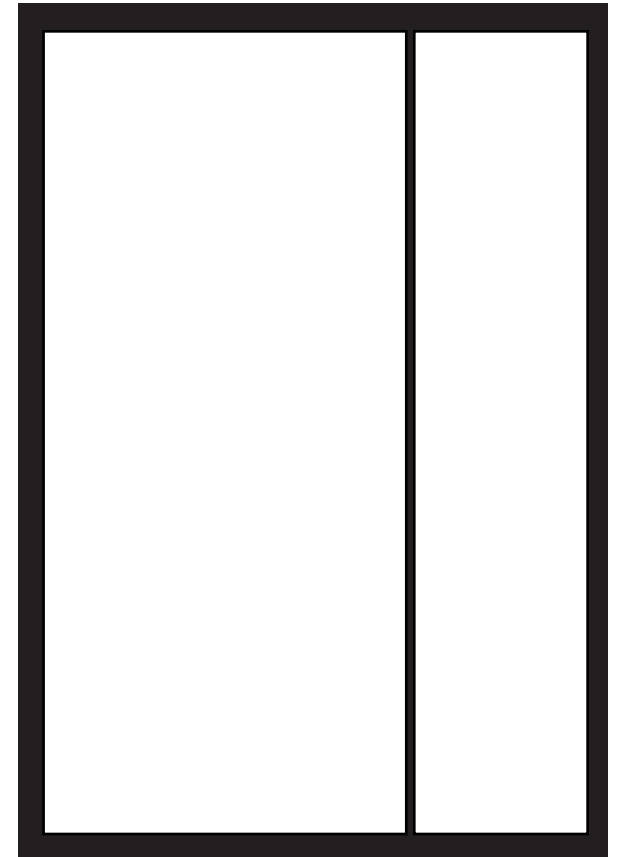
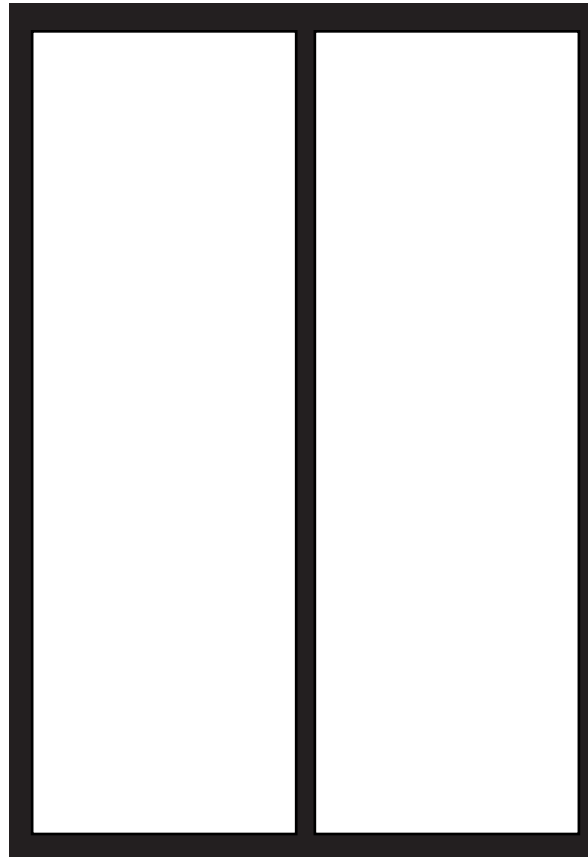
--	--	--	--	--

# Layout

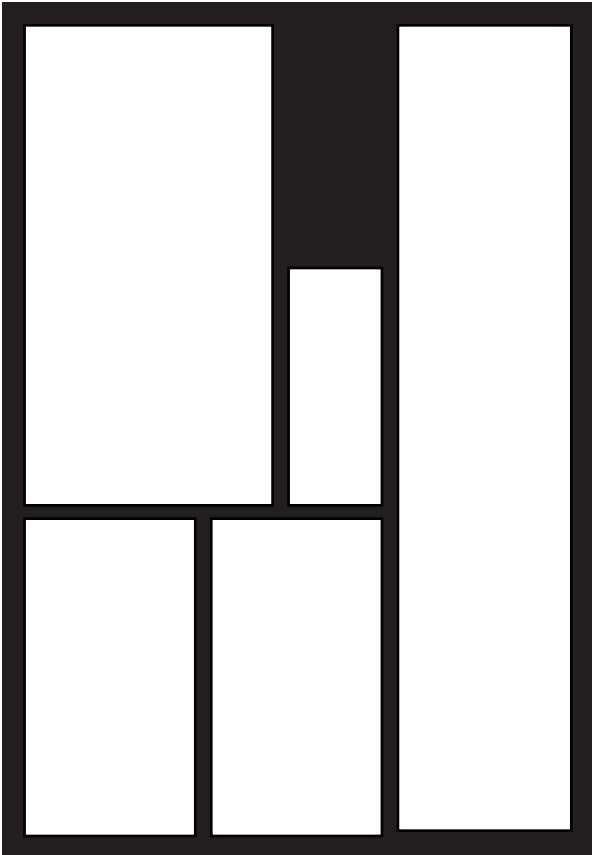
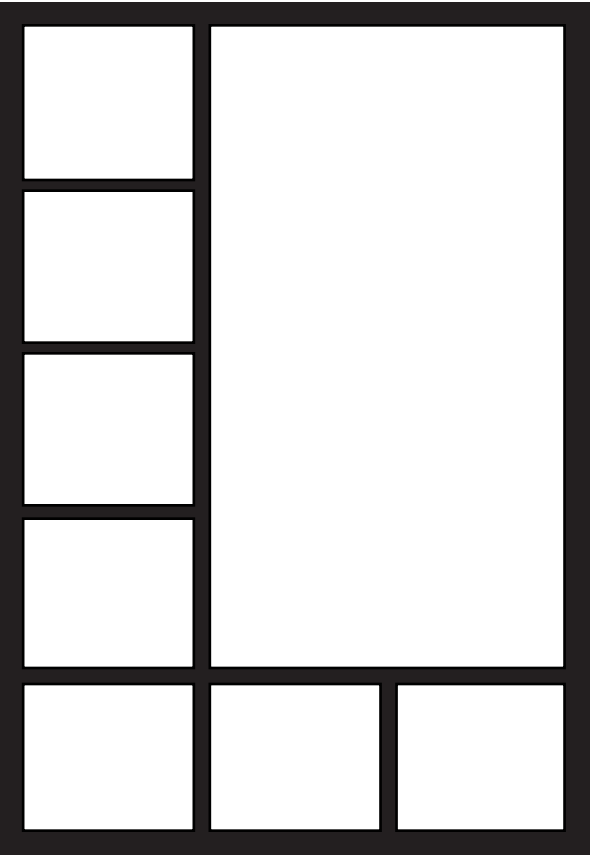
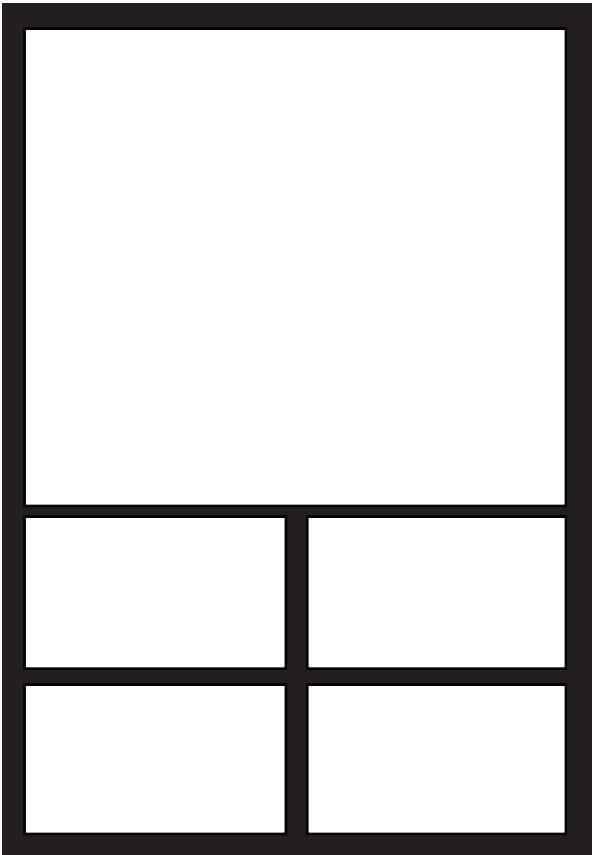
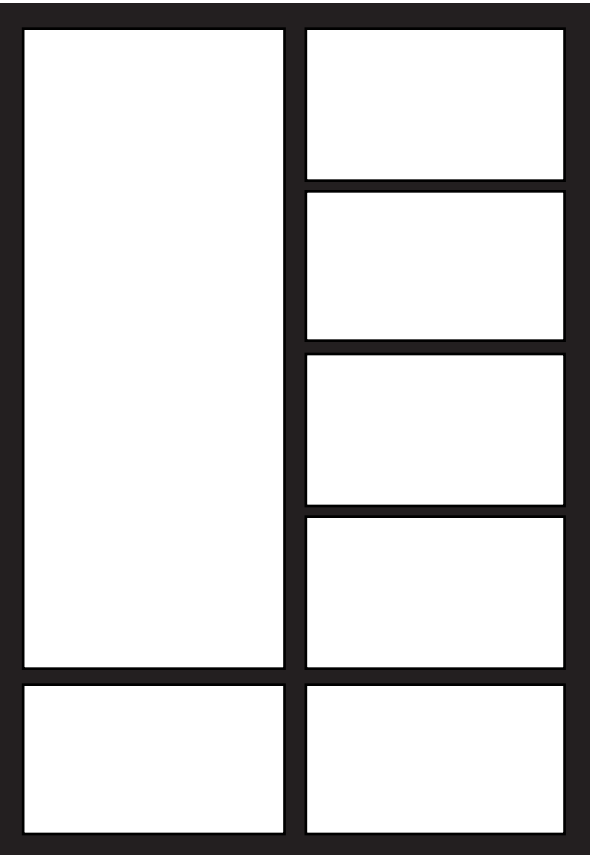




# Layout



# Layout



# Layout

Contents World



www.cgband.com

한편, 미디어 엔터테인먼트 시장에서도 비주얼 패션에 많은 관심을 갖는다. CLO와 같은 경우 웨터디지컬, L.M, 유비소프트, 블리자드, EA와 같은 세계적인 VFX 스튜디오 및 게임 회사 등 중 상위 5~10위안에 드는 업체들이 제품에 관심을 보였고, 비공식적으로 라이선스 계약을 진행하기도 하였다.

그에 비해, 의류와 IT, 물리학과 계산공학, 재료공학, 컴퓨터 그래픽스 기술들이 결합한 디지털 패션 기술을 받아들이는 국내 시장의 장벽은 아직까지는 높다. 마케팅에서 말하는 소위 1위 기업의 선도효과가 패션업계에도 영향하게 드러나지 않기에 타 기업들 역시 새로운 시스템 도입에 주춤하다. 국내 기업의 초기 설치비용 등 투자를 위한 자금력 부족도 디지털 패션 소프트웨어 업체가 국내 시장 진출에 어려움을 겪는 또 다른 요인이다. 글로벌 패션 기업과 비교했을 때 국내 업체는 새로운 변화로 인해 생기는 투자비용을 감당할 자금력도 부족하고 기존 의류제작 시스템의 관행으로 인해 새로운 소프트웨어를 도입하여 사용하는 데 수동적이다. 기업과 마찬가지로 디지털이나 패턴사들 역시 막연히 컴퓨터 소프트웨어를 다루는 일은 어렵다고 인식하고 새로운 것을 배우고 익히는 데 소극적 태도를 보인다. 하지만 기존 틀을 벗어나 새롭게 변화하는 국내 패션 시장의 움직임이 이에 없는 것은 아니다. 코오롱(KOLON, 이랜드와 같은 대규모의 회사들이 디지털패션 솔루션을 도입하여 변화를 모색하고 있다. 나아가 영상, 게임 및 CG관련 산업의 기업들도 테스트 버전을 작업라인에 적용하고 그 효과에 대해 검토하고 있다.

## 맺음말

국내의 디지털 패션 솔루션의 핵심 키워드는 '쉽게 빠르게 재미있게, 그리고 사실적으로 표현하기'다. 사실적으로 표현하는 기술력만큼은 이미 세계 최고 수준이다. 해외 전시회에서 만난 세계 최고 물리엔진 제작 기업인 하복(HAVOC)이 감탄하고 돌아갔을 정도다. 기술력을 바탕으로 한 국내 디지털 패션 소프트웨어는 컴퓨터와 거리가 먼 의상 디자이너들도 손쉽게 배우고 익힐 수 있으며, 컴퓨터 작업에 익숙한 CG 작업자들은 별도의 가이드 없이 바로바로 활용을 사용할 수 있다. 소프트웨어에 관심이 있는 일반 사용



Virtual Mirror를 통해서 옷을 미리 피팅해볼 수 있다.



magic Mirror & Virtual Closet

자라면 이 소프트웨어들을 이용하여 한 시간 내외로 쉽고 빠르게 재미있게 자신을 담은 아바타와 간단한 옷을 만들어 낼 수 있다. 이러한 변화는 마치 미디어 엔터테인먼트 산업에서 디지털 카메라 도입으로 필름카메라 시장이 하락하고, 유튜브 채널과 같은 소셜 미디어의 도입으로 영상 제작자와 소비자(또는 수용자)간의 경계가 허물어지는 것과 비슷한 의미의 형태를 띤다. 디지털 패션 소프트웨어로 패션 산업에도 이와 같은 변화가 생겨날 것으로 예측할 수 있다. 유저 인터페이스가 뛰어나고 즉각적으로 반응하는 소프트웨어의 보급으로, 의상 디자인과 생산에 있어서 생산자와 소비자의 경계가 허물어 질 날이 분명 도래할 것이다. 쉽고 빠르고 재미있는 소프트웨어를 통해 패션 산업 분야의 프로슈머(Prosumer=Producer 생산자+Consumer 소비자)가 자신의 의상을 디자인하고 만들어내는 시대가 올 것이다. 국내 디지털 패션 기술을 통해 패션 산업은 지금 이 순간에도 빠르게 변하고 있다. □

Digital Clothing Center | [www.digitalclothing.org](http://www.digitalclothing.org)  
CLO Virtual Fashion | [www.clo.co.kr](http://www.clo.co.kr)  
FXGear | [www.fxgear.net](http://www.fxgear.net)

※ 디지털 패션을 알리기 위해 시작한 디지털 패션어워드(Digital Fashion Award 2012)가 막을 내렸다. 올 해를 시작으로 디자이너와 3D 작업자 외에도 누구든 작품을 공모할 수 있다. "정말 다양한 분들이 다양한 소프트웨어를 사용해 작품을 출품했습니다. 심사 과정은 놀라움의 연속이었어요"라며 심사 관계자가 소감을 밝혔다. - 다음호에 계속 -

45

## Show, Entertainment, Shopping을 한 번에

하루가 멀다 하고 새로운 디자인과 기능을 가진 상품들이 쏟아져 나온다. 소비자 선택의 폭이 넓어지면서 상품의 호응까지, 즉 기능만을 아말하는 마케팅은 족었다. 2008년을 기점으로 검색 마케팅, 문화 마케팅이라는 개념이 생겨나며 기업들은 상품에 특별한, 즐거운, 새로운 경험을 부여해 소비자의 감성을 채우고 가치를 높여주는 데 초점을 맞추기 시작했다. 이런 마케팅 전략이 구매로 이어진다는 분석이 뒷받침 되면서, 패션 역시 유행과 변화에 민감한 산업으로 여겨지 브랜드 루트샵, 중저가 브랜드에서 계절별로 다양한 상품을 만든다. 패션업계 종사자들은 시즌마다 소비자의 취향을 분석해 유행을 이끌고 의류 판매를 위해 노력한다. "패션은 변화에 민감한 산업입니다. 늘 새로운 것을 원하죠. 소비자에게 새로운 방법으로 브랜드를 아말하고자 하는 욕구와 함께 디지털 패션에 대한 관심도 높아졌어요." CLO 루정혁 대표의 설명이다.



일렉트릭 패션쇼

디지털 기술을 이용해 새로운 방법으로 패션을 선보인 것은 2006년 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)의 패션쇼였다. 맥퀸은 자신의 의상을 입은 케이트 모스(Kate Moss)의 모습을 360도로 촬영해 영상을 제작했다. 그런 다음 무대에서 빛을 통해 연기처럼 나타났다가 사라지는 케이트 모스의 홀로그램을 내보냈고 이 쇼를 본 관객의 반응은 폭발적이었다. 그 뒤, 발렌티노는 처음으로 3D 가상 패션 공간을 만들어 자신의 작품을 디스플레이 하는 온라인 패션 아카이브를 만들었다. 2010년, 버버리(Burberry)는 프로텍션과 홀로그램을 활용한 런웨이 패션쇼를, 랄프 로렌(Ralph Lauren)은



CLO 루정혁 대표



필터 없이 The 4D Fashion show

E-commerce 10주년 기념 콘서트에서 4D 멀티미디어 쇼를 앞날이 선보였고, 2011 뉴욕패션위크(New York Fashion Week)에도 디지털 패션의 열풍이 계속되며, 많은 디자이너들이 디지털 방식의 런웨이 쇼를 통해 작품을 아말했다. 이제 디지털 패션은 의상을 선보이는 새로운 수단으로 자리 잡았으며, 디자이너들도 자신들의 작품의 표현 수단으로 적극 활용하고 있다.

FXGear에서 개발한 소프트웨어 FXAvatar는 2D 사진 이미지 한 장으로 쉽고 간편하게 3D 아바타를 생성한다. 3D 아바타 기술은 인터넷 쇼핑물, 애플리케이션 제작과 관련해 수요가 높아지고 있다. 사용자는 자신의 얼굴을 한 아바타의 눈, 코, 입, 가슴, 허리, 힙 사이즈를 조절한 뒤, 원하는 옷을 입고 포즈를 지정해 움직이는 애니메이션을 만든다. 마우스를 움직이면 다양한 각도에서 3D 아바타를 볼 수 있다.



1. 기본 실행화면이다.



2. 사진 파일을 불러온 뒤 조절값이 잘 잡혔는지 확인한다.



3. 상체 사이즈를 조절한다.



4. 헤어스타일을 선택한다.



5. 의상의 착용 액세서리를 고른다.



6. 배경을 선택한 뒤 포즈를 지정하고 애니메이션을 설정한다.

May 2012 DIGITAL BRUSH