김 윤혁은 서울을 기반으로 활동하는 그래픽 디자이너입니다.
조형성을 바탕으로 다양한 요소를 매개하는 시각 언어로 개발하는
데에 집중하고 있습니다. 주로 포스터와 책, 기타 발행물 같은 지류
작업과 브랜드와 관련된 아이덴티티를 개발하는 작업을 하고 있습니다.
궁극적으로 디자인이라는 도구를 통해 어떤 메시지를 전할지 고민하는
사람이 되고자 합니다.

일러두기

프로젝트 설명 내에서 키워드 혹은 방향성을 나타내는 표현으로 홑화살괄호(< >)를 사용했습니다. 겹화살괄호(« »)의 경우, 예술 작품의 제목을 나타낼 때 사용했습니다. 작업 분류는 작업 년도를 기준으로 분류하였으며, 범주의 경우 우측 하단에 별도 표기했습니다.

(c) 2025. Yoonhyeok Kim

차례[1]

들어가며

선택된 2025 작업들

상명대학교 53회 졸업전시 Identity Design
경희대학교 «다닥다닥 마켓 백상회» Poster Design
SAL «GAMMA» Identity Design
성윤선의 장고춤 네트워크 «동행 : 2025» Identity Design
MInchan Lee «활공» Album Jaket Design
재단법인 한국근현대미술연구재단 Web Design
재단법인 한국근현대미술연구재단 Logo Design

선택된 2024 작업들

LWY x sunao «20» Album Jaket Design
SAL «BETA» Identity Design
LWY x sunao «Lovig You» Album Jaket Design
신촌글로벌대학문화제(SWYFT) Identity Design
Ubomanli Logo Design
최봉각 개인전 x 피트니스 이상 Identity Design
Ubomanli «서양극장 속 한옥» Identity Design
LOBBY/ST Goiigoii Logo Design
KODO JEJU Package Design
SAL «Kill» Identity Design
안팎 스페이스 «장면과 소외» Identity Design
THEBOYZ «Love Letter» Album Jaket Design

선택된 2023 작업들

«Calendar 2024» Paper Design
Beigebongbong Identity Design
«Knock» Identity Design
성윤선의 장고춤 네트워크 «동행 : 2023» Identity Design
점 스토어 Jeom 1st anniversary Paper Design
Extra Ordinary Identity Design
Mumu Identity Design
최원혁 «Open Studio» Identity Design
Nneed Coffee Identity Design

cv

1 책에 수록되지 않은 작업들은 hyeok.info 웹에서 확인하실 수 있습니다.

들어가며

안녕하세요. 디자인 하고 있는 김윤혁입니다.
먼저, 작업물 담은 포트폴리오 보내드릴 수 있게 되어 영광입니다. 귀한 시간 아깝지 않은 작업물이 될 수 있으면 좋겠습니다. 시작에 앞서, 포트폴리오의 형식에 대한 간단한 설명과 차례를 지금처럼 구성한 이유에 대해 말씀드리고 싶습니다.

포트폴리오를 제작하며 작업을 담는 형식에 대해 생각했습니다. 작업에 대해 고민하고 결과물을 만들어나가는 과정은 무겁지만, ppt 형식으로 작업물을 모아보니 가볍게 휙휙 훑어보며 짧은 감상만을 남기게 되는 문제가 있다 생각했습니다. 페이지에 머물 수 있는 작업을 해야 한다는 점에서는 이견이 없지만, 고민하고 해결하려 했던 시간이 다소 가볍게 느껴지는 문제를 해결하고 싶어, 작업을 담는 7가지 틀을 바탕으로 책을 구성했습니다. 프로젝트 소개와 이미지 크기, 순서에 대한 일관성 유지하며 틀 안에서 구성을 다양하게 개발하고자 했습니다.

차례의 경우, 작업 항목으로 분류하는 법과 작업 순서로 분류하는 법을 두고 고민했습니다. 결과적으로 작업 순서로 분류하는 방법을 택하게 되었는데, 그 이유는 작업에 다가가는 접근법과 이를 통해 구현에 이르기까지 이끌어나가는 저만의 기준이 점진적으로 확립되어가고 있다 생각했기 때문입니다.

궁극적으로 제 포트폴리오가 흥미로운 한 권의 책처럼 다가갈 수 있으면 좋겠습니다.

감사합니다.

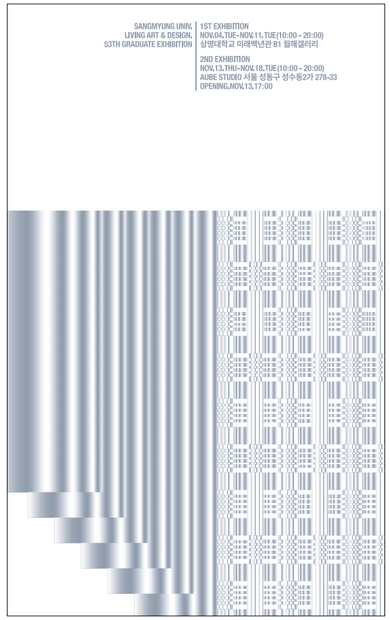
Name 상명대학교 53회 졸업전시 아이덴티티 디자인
Category **Identity design. Commercial**
Completion **Nov. 2025**
Commissioned by **Sangmyung Univ.**
Info ↘

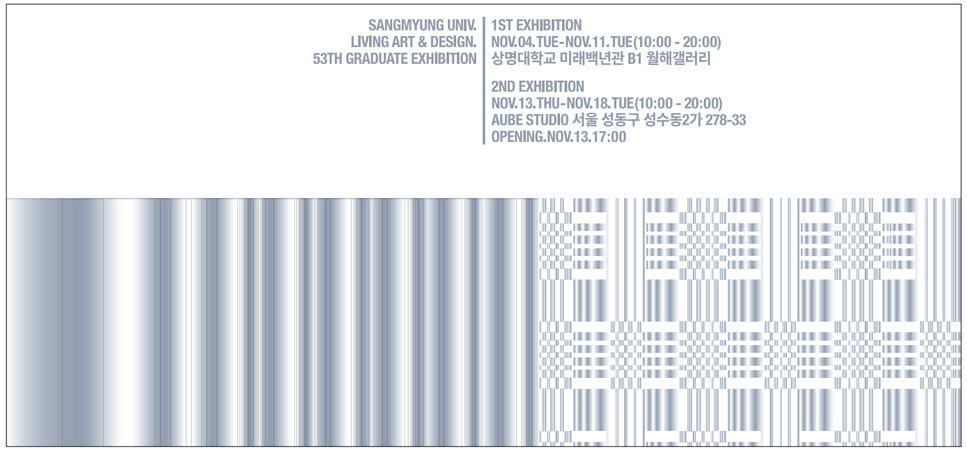
25년 11월에 있던 상명대학교 생활예술전공 53회 졸업전시[1] 아이덴티티 디자인을 맡았습니다. 핵심 과제는 퍼니처와 텍스타일 두 전공이 하나의 전시 구조 안에서 어떻게 동등하게 제시될 수 있는지에 대한 시각적 해석이었습니다. 두 세부전공은 서로 다른 제작 방식과 조형적 미감을 지니고 있었기 때문에, 이를 하나의 체계로 통합하되 각 전공이 가진 전문성과 고유성을 명확히 드러내는 방향으로 제시하려 했습니다. 이에 따라 전체 판형과 수직적 구조는 동일하게 유지하여 두 전공이 동등한 위계 안에서 존재한다는 점을 시각적으로 확보함과 동시에 메인 비주얼은 각 전공의 물성, 조형 리듬, 패턴적 특성을 반영해 형태 언어를 다르게 설계함으로써, 하나의 시스템 안에서 균형과 차별성이 함께 구현되는 구성을 의도하려 했습니다. 이렇게 개발된 아이덴티티 시스템을 바탕으로 전시 포스터, 안내물 등 다양한 매체에서도 일관된 구조로 확장될 수 있도록 모듈화하여 적용하였습니다.

1 본 전시는 2025년 11월 13일부터 18일까지 6일간 서울시 성수동에 위치한 Aube Studio에서 진행되었습니다.

(메인 포스터, 아르떼화이트 250g, 420*594mm)

Name 상명대학교 53회 졸업전시 Category Identuty design. Commercial Completion Nov. 2025 Commissioned by Sangmyung Univ.

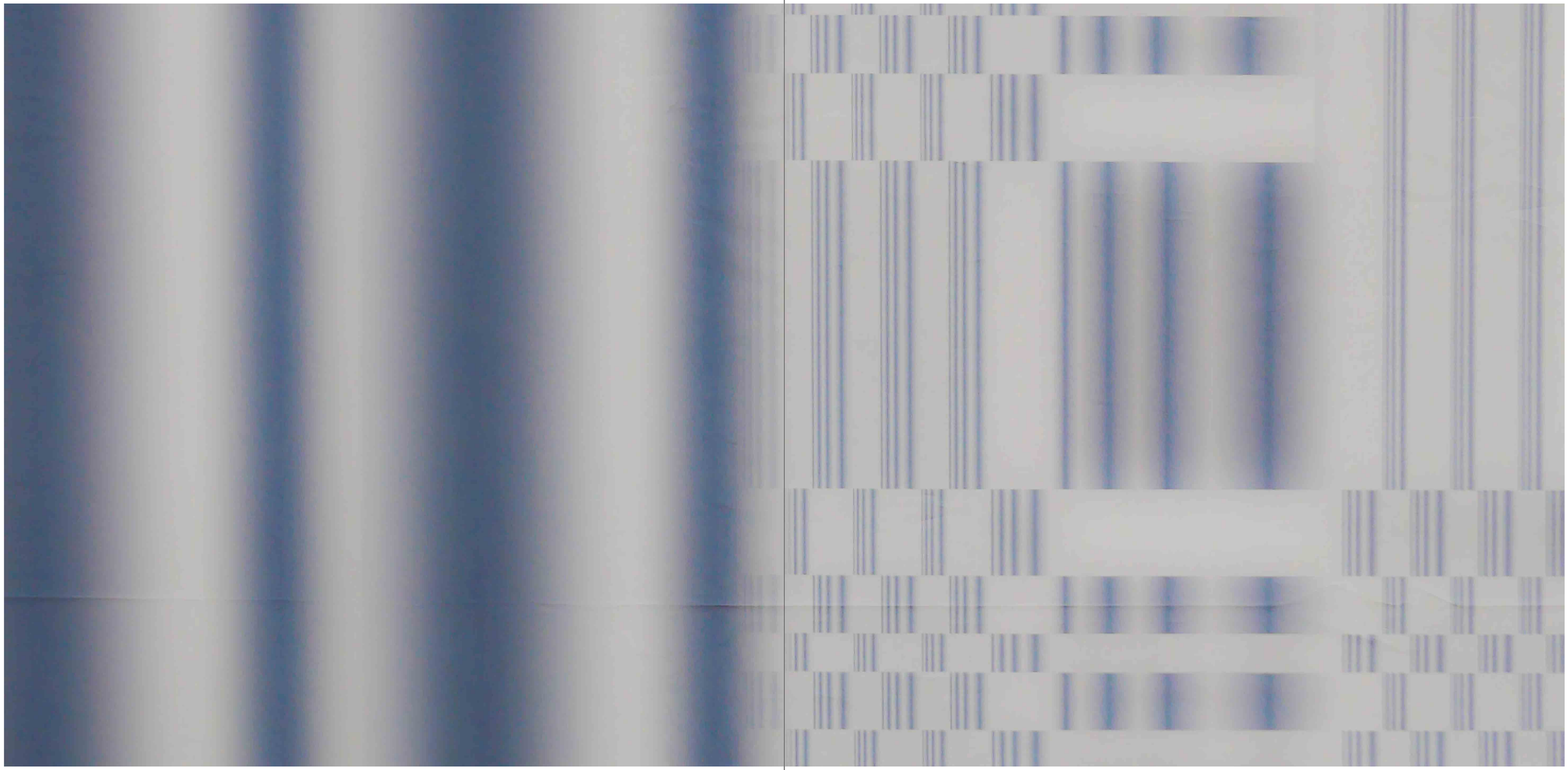




Name 상명대학교 53회 졸업전시 Category Identuty design. Commercial Completion Nov. 2025 Commissioned by Sangmyung Univ.

Name 상명대학교 53회 졸업전시 Category Identuty design. Commercial Completion Nov. 2025 Commissioned by Sangmyung Univ.

Name 상명대학교 53회 졸업전시 Category Identuty design. Commercial Completion Nov. 2025 Commissioned by Sangmyung Univ.



Name 상명대학교 53회 졸업전시 Category Identuty design. Commercial Completion Nov. 2025 Commissioned by Sangmyung Univ.

Name 상명대학교 53회 졸업전시 Category Identuty design. Commercial Completion Nov. 2025 Commissioned by Sangmyung Univ.

Name 상명대학교 53회 졸업전시 Category Identuty design. Commercial Completion Nov. 2025 Commissioned by Sangmyung Univ.

Name 상명대학교 53회 졸업전시 Category Identuty design. Commercial Completion Nov. 2025 Commissioned by Sangmyung Univ.

Name ≪다닥다닥 마켓 백상회(百象會)≫
Category **Poster design. Commercial**
Completion **Jul. 2025**
Commissioned by **MSS, KOSME, Kyung Hee University**
Info ↘

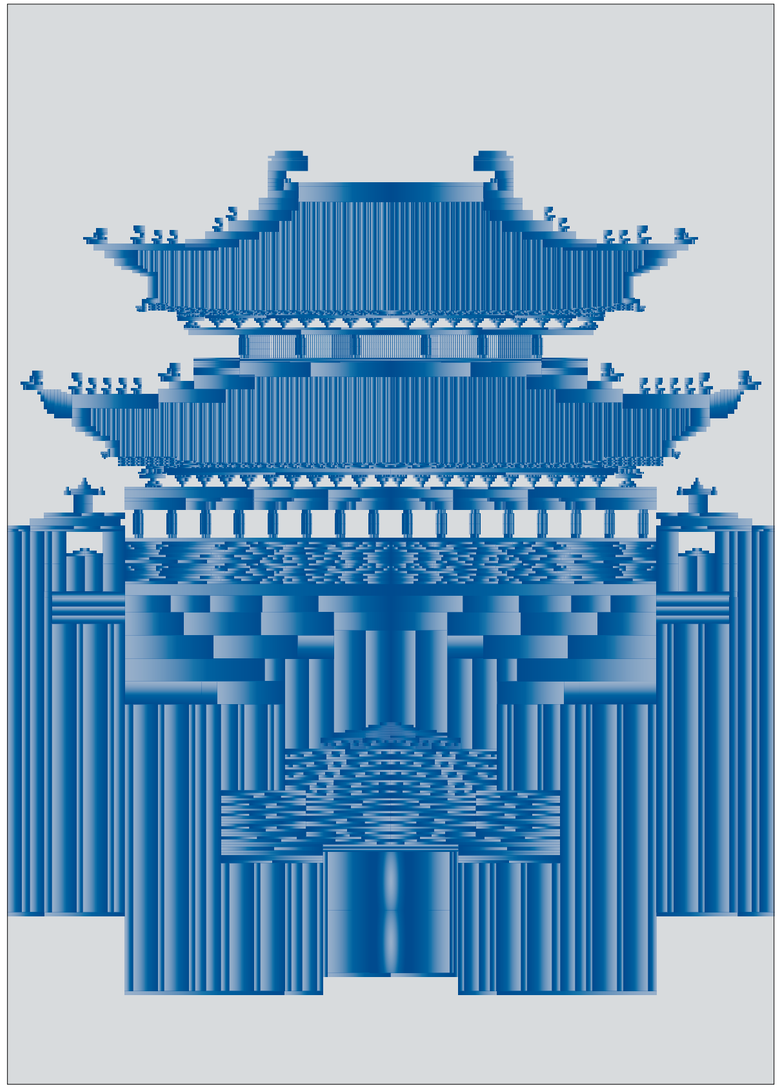
프로젝트 디렉터 스튜디오 NA1(나하나)과 BOBU OFFICE 요청으로 국내외 디자이너·아티스트 30인으로 선정되어, 전시에 참여했습니다.

≪다닥다닥 마켓 백상회(百象會)≫[1,2] 포스터 디자인 주제는 <없는 걸 팝니다.(Selling What Doesn't Exist)>였습니다. 남문시장에서 팔지 않을 것 같은 가상의 무언가, 구체적으로 전통 시장이라는 실재하는 장소 위에 존재하지 않는, 팔지 않을 것 같은 대상을 표현하는 것이었습니다.

슬로건을 바탕으로 수원 남문시장의 과거와 현재에 대해 먼저 생각했습니다. 그 과정에서 <수원 팔달문>을 중심으로 남문시장이 구성되었다는 점을 알게 되었고, 슬로건에서 현존하는 시장을 표현함과 동시에 과거부터 현재까지 시간이 흘러도 변하지 않는 것을 찾고자 했습니다. 결과적으로 그 대상을 <팔달문>으로 정의했는데, 처음 시장이 형성되었을 때부터 지금까지 <팔달문>이 그 중심을 이루고 있다고 생각했기 때문입니다. <팔지 않는 것 = 남문시장의 시간>으로 해석해, 남문 시장을 대표하는 <팔달문>을 통해 <남문시장이 가지는 상징과 불변하는 가치>를 표현하고자 했습니다,

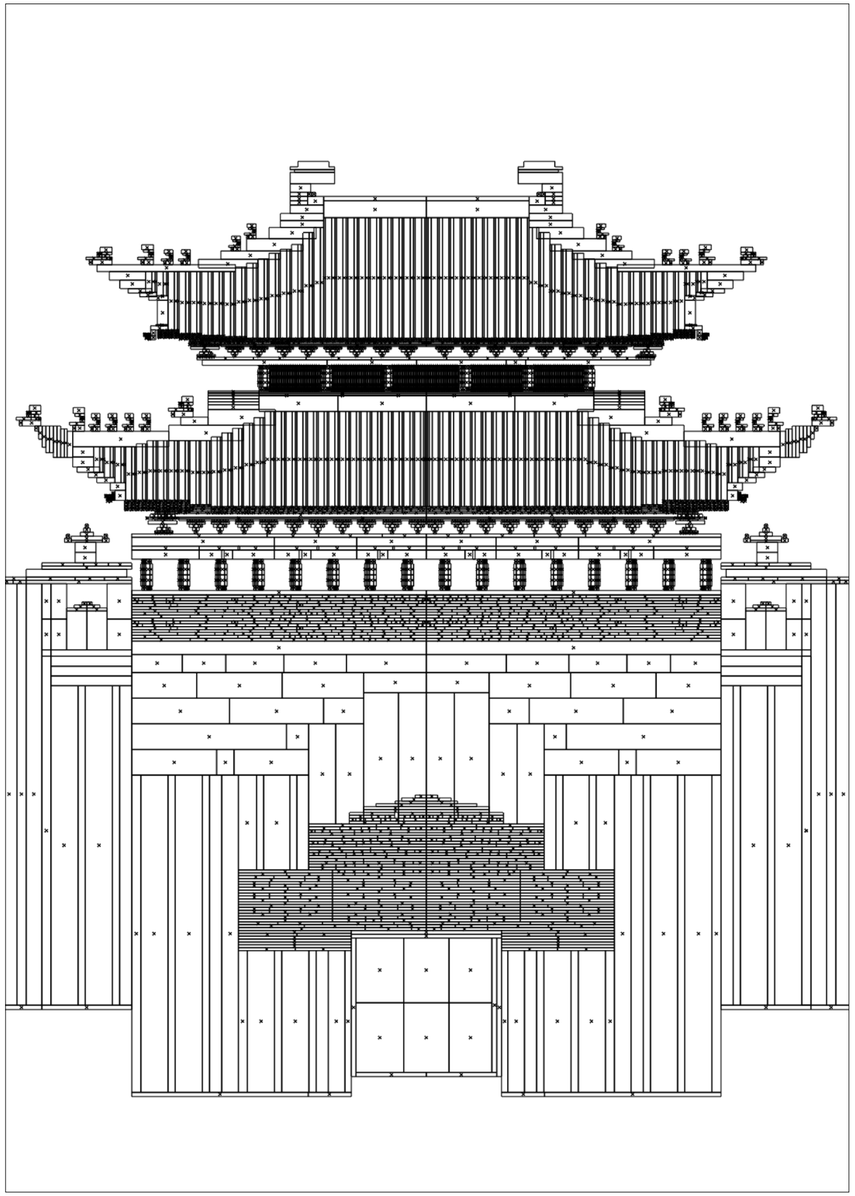
1 ≪다닥다닥 마켓 백상회(百象會)≫는 중소기업벤처부, 소상공인시장진흥공단, 경희대학교 로컬콘텐츠 중점대학 주최하고 수원도시재단, 영동시장상인회, 남문 패션1번가시장상인회가 협력하는 대학과 지역의 협력 프로젝트입니다.

2 프로젝트는 220년의 역사를 품은 수원 남문시장 일대에서 진행됩니다. 학생 70인과 국내외 디자이너·아티스트 30인이 참여해 제작한 100장의 포스터를 시장 내 현수막과 야외 전시장을 통해 선보일 예정입니다.



(메인 포스터, 유포지 150g, 515*728mm)

Name ≪다닥다닥 마켓 백상회(百象會)≫ Category **Poster design. Commercial** Completion **Jul. 2025** Commissioned by **MSS, KOSME, Kyung Hee University**



Name ≪다닥다닥 마켓 백상회(百象會)≫ Category Poster design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by MSS, KOSME, Kyung Hee University

Name ≪다닥다닥 마켓 백상회(百象會)≫ Category Poster design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by MSS, KOSME, Kyung Hee University

Name ≪다닥다닥 마켓 백상회(百象會)≫ Category Poster design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by MSS, KOSME, Kyung Hee University

Name ≪다닥다닥 마켓 백상회(百象會)≫ Category Poster design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by MSS, KOSME, Kyung Hee University

Name ≪GAMMA≫
Category Identity design. Commercial
Completion Jul. 2025
Commissioned by Subverted Anatomical Landscape
Info ↘

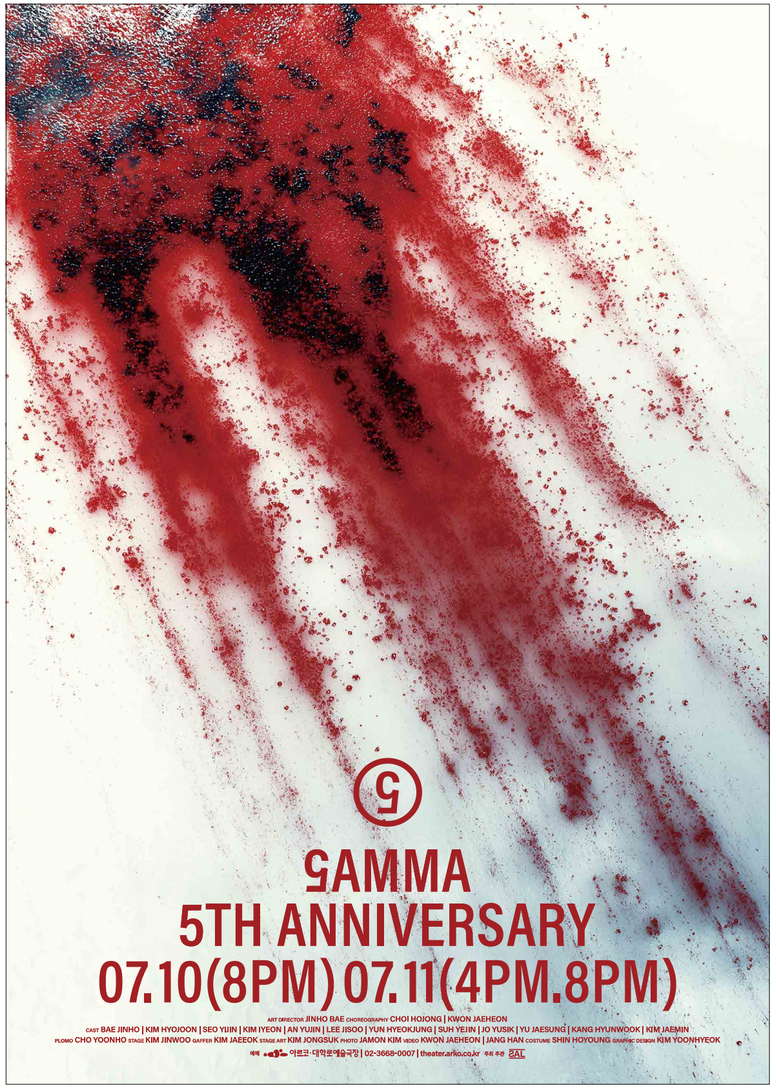
24년 11월 ≪β≫에 이은 단체의 세 번째 프로덕션인 본 공연은 ≪GAMMA≫[12]라는 타이틀 안에 동등한 위계의 두 작품이 포함되어 있는 공연이었습니다. 포함되어 있는 두 작품이 공유하는 콘셉트가 <인간 욕망과 고통>이었기 때문에 <전체 시각물이 섬뜩하면서 오묘한 인상을 줄 것.>이라는 전제를 바탕으로 작업이 진행되었습니다.

콘셉트를 설정해나가며, 잠재 관객에게 <오묘한 불쾌함>을 유발하는 것이 적절한 방향이라 생각했고, 이를 위해 직관적인 이미지를 개발이 필요하다 판단했습니다. 복잡한 이미지를 사용한다면 불쾌함 이전에 <이게 뭐지?> 하는 생각이 먼저 들 수 있기 때문입니다. 결과적으로 보는 즉시 <피>라는 이미지를 떠올릴 수 있도록 만들면서 그 시선의 종점이 포스터 바깥을 향하도록 의도했습니다. 구체적으로 <움직임 = 방향성>을 부여해 단순히 <정적인 피>가 아닌 <동적인 피>를 표현해, 흘러내리는 움직임을 중심으로 보이지는 않지만, 시작점이 되는 좌측 상단을 상상해 볼 수 있다면 좋겠다 생각했습니다.

<흘러내리는 움직임>을 바탕으로 모든 시각물을 통일해 표현하려 했습니다.

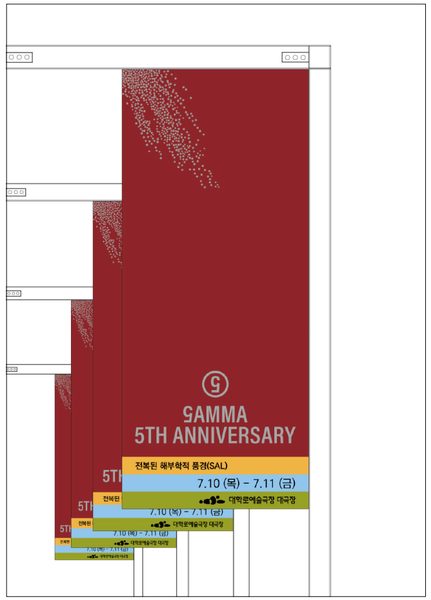
1 본 공연은 2025년 7월 10일과 11일 양일간 서울시 종로구에 위치한 아르코 대학로대극장에서 진행되었습니다.

2 ≪GAMMA≫라는 프로그램 타이틀과 프로그램 안에 두 안무가의 작품 ≪All i do for glory≫, ≪Virgin Soil≫이 포함되어 있는 공연입니다.

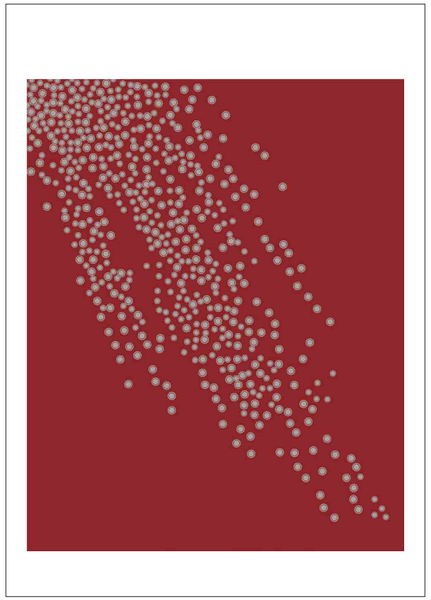


(메인 포스터, 랑데뷰 240g, 360*510mm)

Name ≪GAMMA≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape



(채택된 현수막 배너 700*1650mm)



(채택된 현수막 배너 확대 700*1650mm)

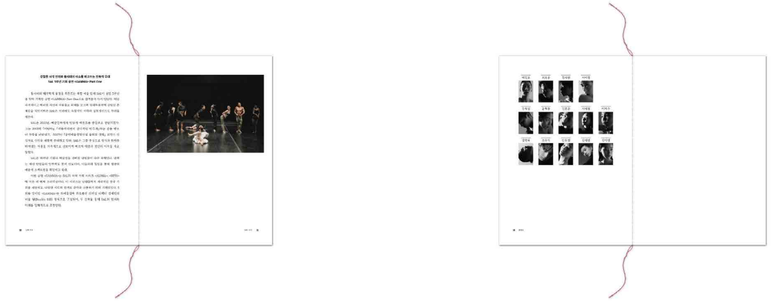
(채택된 거리 대형 포스터 1250*1650mm)

(채택된 디스플레이 배너 1080*1920px)

Name ≪GAMMA≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

(프로그램 북 표지, 랑데뷰 105g, 실제본, 120*170mm)

(프로그램 북 내지 일부, 랑데뷰 105g, 실제본, 120*170mm)



(프로그램 북 내지 일부, 랑데뷰 105g, 실제본, 120*170mm)

(프로그램 북 내지 일부, 랑데뷰 105g, 실제본, 120*170mm)

Name ≪GAMMA≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪GAMMA≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

(프로그램 북 내지 일부, 랑데뷰 105g, 실제본, 120*170mm)

(프로그램 북 내지 일부, 랑데뷰 105g, 실제본, 120*170mm)

(모바일 레이아웃 일부, 800*(n)px)

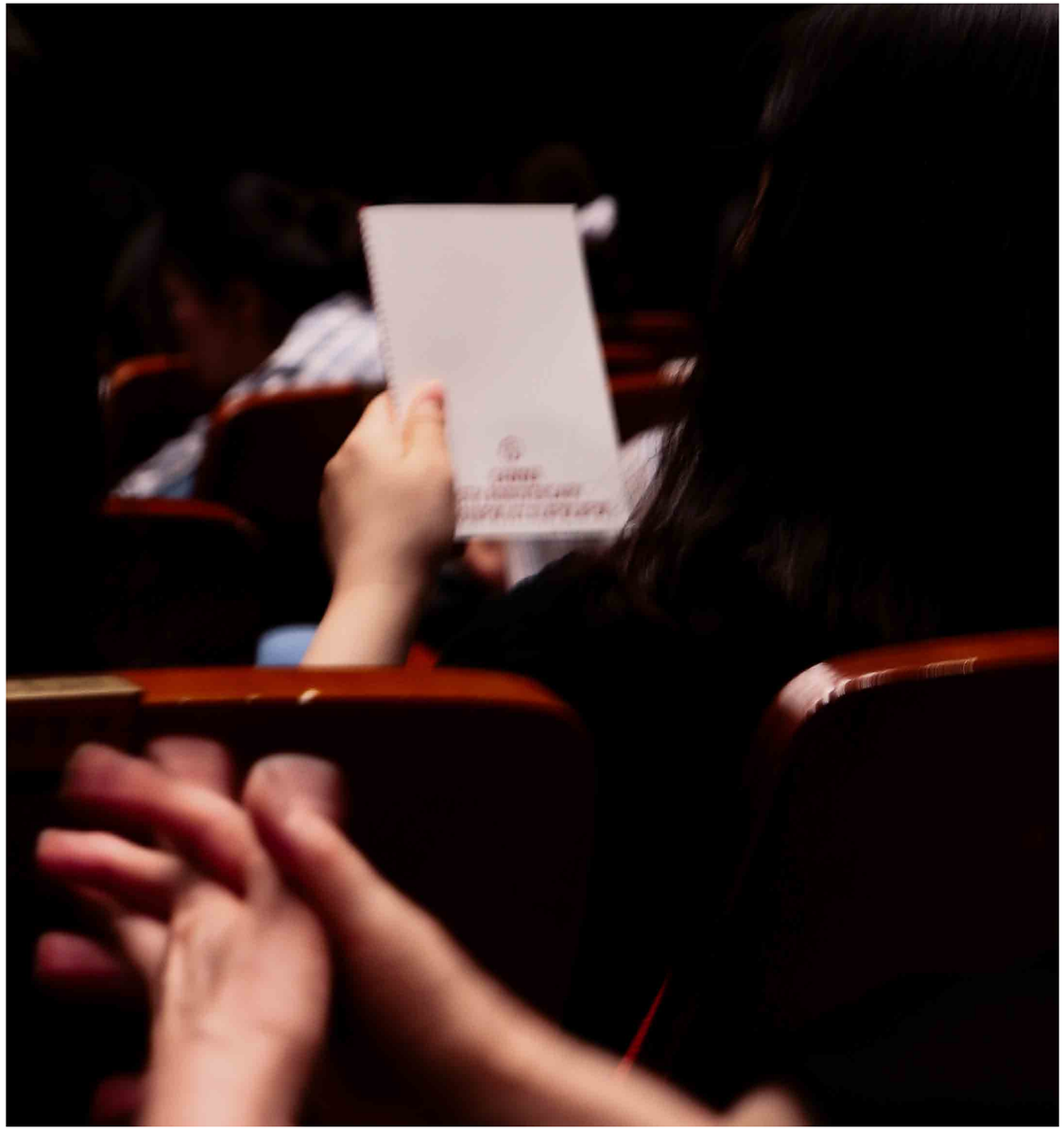
(모바일 레이아웃 일부, 800*(n)px)

Name ≪GAMMA≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪GAMMA≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪GAMMA≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name «GAMMA» Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape



Name «GAMMA» Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2025 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪동행≫
Category **Identity design. Commercial**
Completion **Jun. 2025**
Commissioned by **Yoonsun Seong**
Info ↘

23년 11월 ≪동행≫에 이어 25년 6월 두 번째 ≪동행≫[1] 프로젝트 디자인을 맡았습니다.

본 공연은 <혼자이더라도 함께 나아가고 있다.>는 메시지를 담는 것을 전제로 작업이 진행되었습니다. 일곱 작품을 한 공연 안에 보여주는 구성이었기 때문에 제한된 지면에서 일곱 작품의 무용수들이 함께 나아가고 있다는 메시지를 전달해야 했습니다. 또 타이틀에서 느껴지는 것처럼 공연의 분위기가 따뜻하고 가족적이라는 점을 고려해야 했습니다.

<혼자이면서도 함께>를 이미지로 표현하려면 <혼자 = 분리>도 표현하고 <함께 = 융합>도 표현해야 했는데, 이를 위해서 <혼자>의 본 의미, 즉 7작품의 주요 특징 파악이 필요했습니다. 이를 위해 양해를 구해, 1차 시연 때 작품 별 사진 촬영을 진행했습니다. 사전 조사와 시연을 거쳐 작품에서 취하는 구성요소 (의상, 악기, 주가 되는 움직임)가 다르다 인상을 받았는데, 이를 활용해 각 작품을 대표하는 주요 이미지 간 차이를 강조해 <혼자 = 분리>를 표현하려 했습니다.

<함께 = 융합>을 표현하는 방법으로 수평선을 기준으로 같은 라인을 공유하는 방법을 채택했습니다. <동행>이라는 의미를 생각해보면 <함께 걸어간다.> 혹은 <함께 나아간다.> 정도로 해석할 수 있는데, 길을 함께 걸을 때를 생각해보면, 발이 닿는 라인이 동일해지기 때문에 7작품의 밑단이 같은 라인에 닿아 있으면 <함께>라는 메시지 전달이 명확히 되겠다고 판단했습니다. 다만 이렇게 작업이 구성된다면 지면의 크기로 인해서 각 작품 주요 장면이 가로(—) 형태가 되거나 세로(|) 형태가 될 수밖에 없다는 문제가 있었습니다. 가로의 경우에는 일곱 작품이 가로로 들어가야 하기 때문에, 작품 주요 장면 크기가 작아질 수밖에 없는 문제가 생기고, 세로의 경우에는 장면의 크기는 유지할 수 있지만 작품 주요 장면이 한 곳에 뭉쳐져 형태 유지가 되지 않는다는 문제가 있었습니다. 조금 더 구체적으로, 가로 형태는 작품의 수가 많기 때문에 나열했을 때 <함께>의 느낌보다 <혼자>의 느낌을 강조한다는 인상을 주고, 세로형에서는 겹쳐지는 면이 단점이기도 하지만 동시에 <함께>라는 메시지를 직관적으로 전달한다는 장점도 있었기 때문에 세로형을 선택해 겹쳐지는 면으로 인해 형태 유지가 되지 않는 문제만 해결하면 되겠다고 생각했습니다.

형태 유지라는 문제를 간단히 생각해보면 차이를 중심으로 구성한 각 작품 주요 이미지들의 개성을 강조하면 해결할 수 있다고 생각했습니다. 각 작품 주요 장면을 선택했기 때문에 형태는 이미 다른 상태이고 형태 외에 것으로 차이점을 짚어주면 된다고 생각했습니다. 그 해결방법으로 가장 직관적인 색상 부여를 통해 차이점을 짚어주려 했습니다. 작품 별 형태와 색상이 다르다면, 가장 단순하게 다른 작품이 함께 모여 있겠다라는 생각이 들 수 있기 때문입니다. 여러 고민과 결정을 거쳐 작업 초기에 생각했던 문제들은 해결했지만, 정말 마지막으로 남은 문제가 하나 있었는데, 결국 색이 다른 이미지를 한 곳에 겹쳐놓게 되면 인쇄 과정에서 가운데 겹쳐지는 면이 어두워지기 때문에 세로형을 선택한 이상 이 문제를 완전히 해결할 수가 없었습니다. 따라서 이후에 각 작품 주요 이미지에 부여했던 색상을 3단계로 세분화(짙은 노란색, 중간 노란색, 연한 노란색처럼)해, 색상값을 조절하고 그 값들의 선후 관계를 조절해 최종적으로 겹쳐지는 면의 부작용이 가장 적을 수 있도록 노력했습니다.

1 본 공연은 2025년 6월 17일 서울시 종로구에 위치한 전통공연창작마루 광무대에서 진행되었습니다.

(메인 포스터, 반누보 화이트 250g, 420*594mm)

(핸드아웃과 티켓, 아르떼 울트라 화이트 310g)

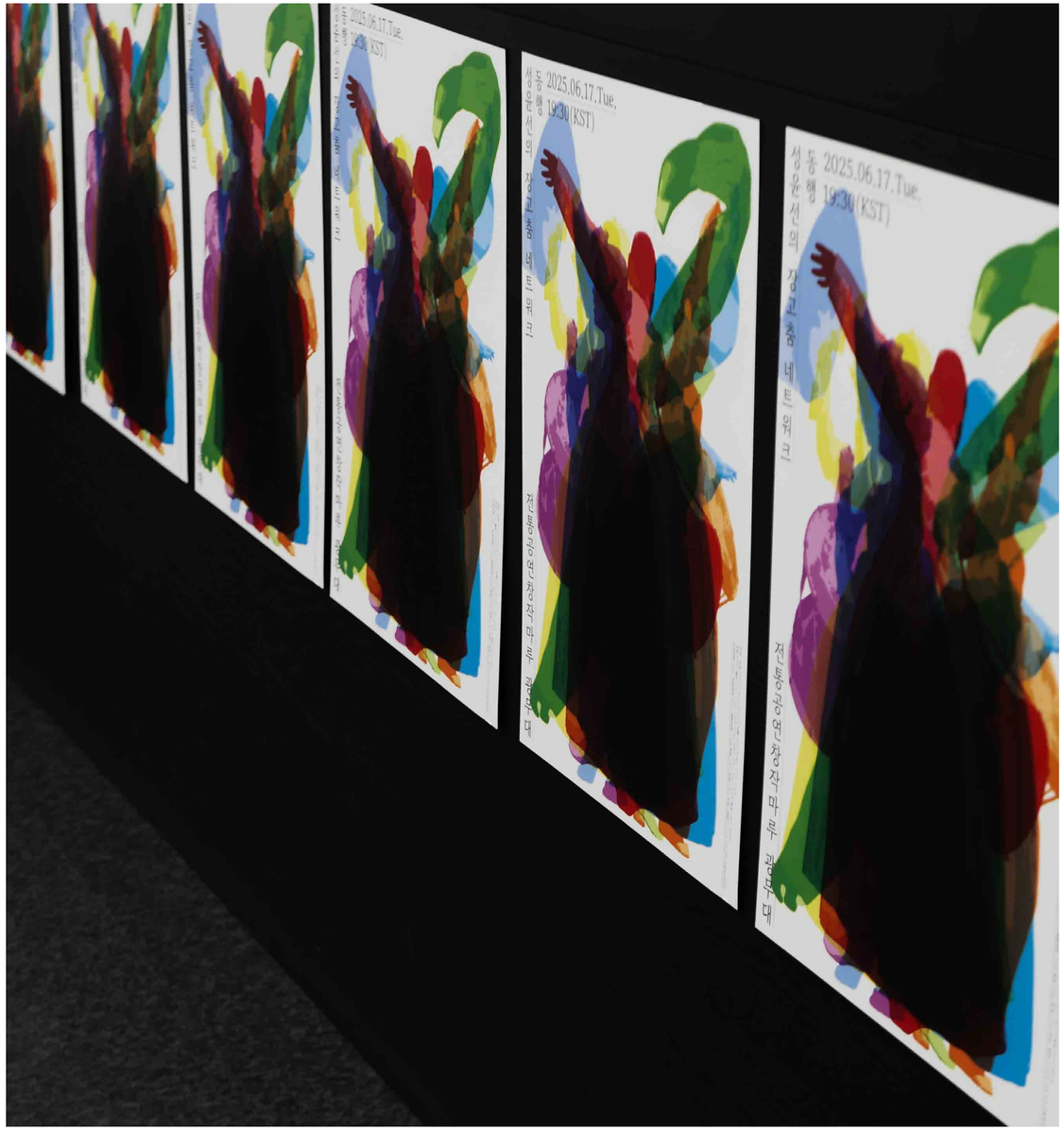
(핸드아웃과 티켓, 아르떼 울트라 화이트 310g)

(핸드아웃과 티켓, 아르떼 울트라 화이트 310g)

(채택된 일곱 가지 티켓)

(메인 포스터 영상 중 일부분)

(메인 포스터 영상 중 일부분)



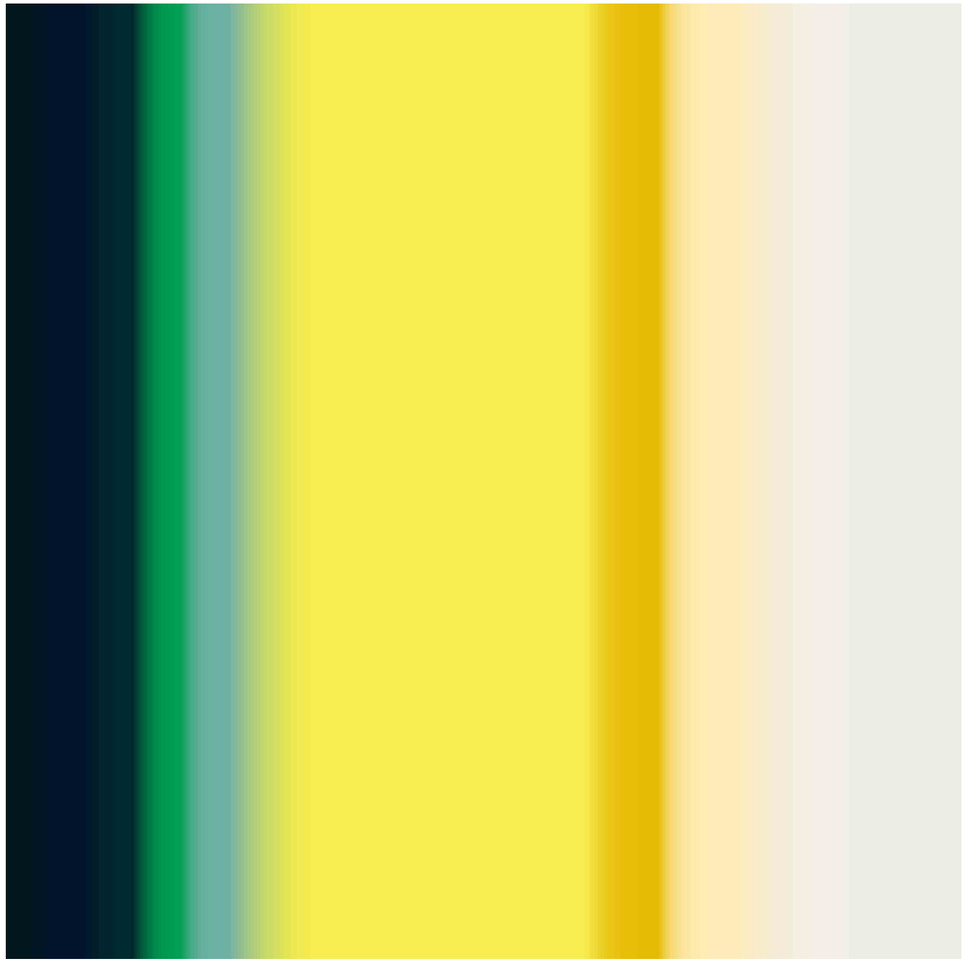
Name ≪동행≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2025 Commissioned by Yoonsun Seong

Name ≪GLIDE≫
Category Album jacket design. Commercial
Completion Jun. 2025
Commissioned by Minchan Lee
Info ↘

프로젝트 시각화 단계에서 <흐름 표현>, <분명한 방향성>, <짙은 톤의 색상>, <활공하는 상태의 복합적 상태> 네 가지 키워드를 설정하고 작업이 진행되었습니다.

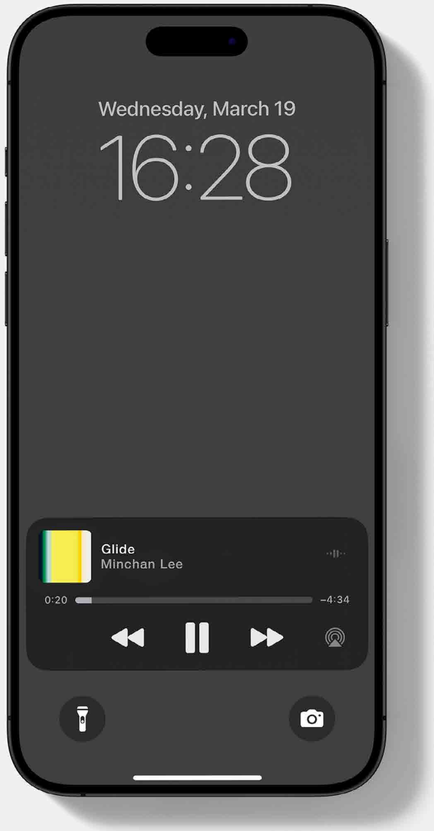
세밀하게 살피자면, 네 가지 키워드를 다시 형태와 색상으로 구분할 수 있습니다. 형태의 경우, 이미지 내부에서 흐름을 표현하고 그 흐름이 말하고자 하는 최종 방향이 있어야 한다고 생각했습니다. <활공> 하는 상태를 생각해보면, <방향과 움직임은 있지만, 동작은 없는 상태>라는 특징이 있습니다. 때문에 최종 방향 상태가 가지는 복합적 특징 즉, 동적임과 동시에 정적인 상태를 각 형태의 두께로 표현하고자 했습니다.

색상의 경우, 형태는 보수적으로 설정하고 색상으로 흐름을 표현하려 했습니다. 초중반부에는 폭이 좁고 대비되는 색상을 사용해 방황하는, 저항하는 이미지를 표현하려 했고 후반부로 갈수록 폭이 넓고 유사한 톤의 밝은 색상을 사용해 안정적인 형태감을 표현하려 했습니다.

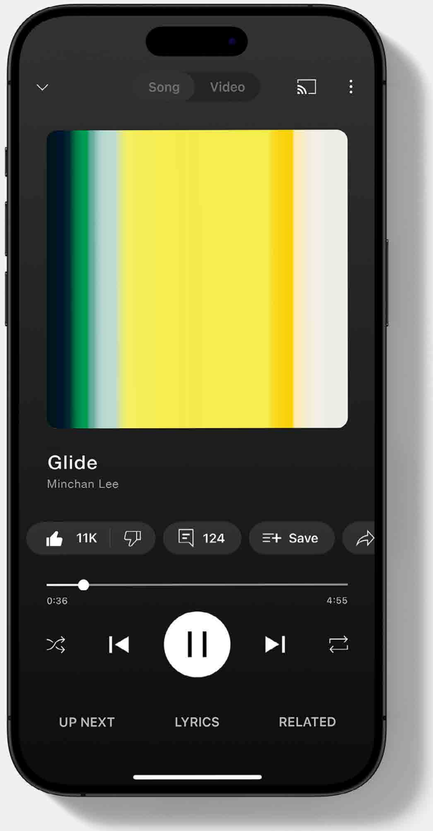


(채택된 앨범 자켓, 3000*3000px)

Name ≪GLIDE≫ Category Album jacket design. Commercial Completion Jun. 2025 Commissioned by Minchan Lee



Name ≪GLIDE≫ Category Album jacket design. Commercial Completion Jun. 2025 Commissioned by Minchan Lee



Name ≪GLIDE≫ Category Album jacket design. Commercial Completion Jun. 2025 Commissioned by Minchan Lee

Name **KORICA**
Category **Web design. Commercial**
Completion **Jan. 2025**
Commissioned by 한국근현대미술연구재단
Info ↘

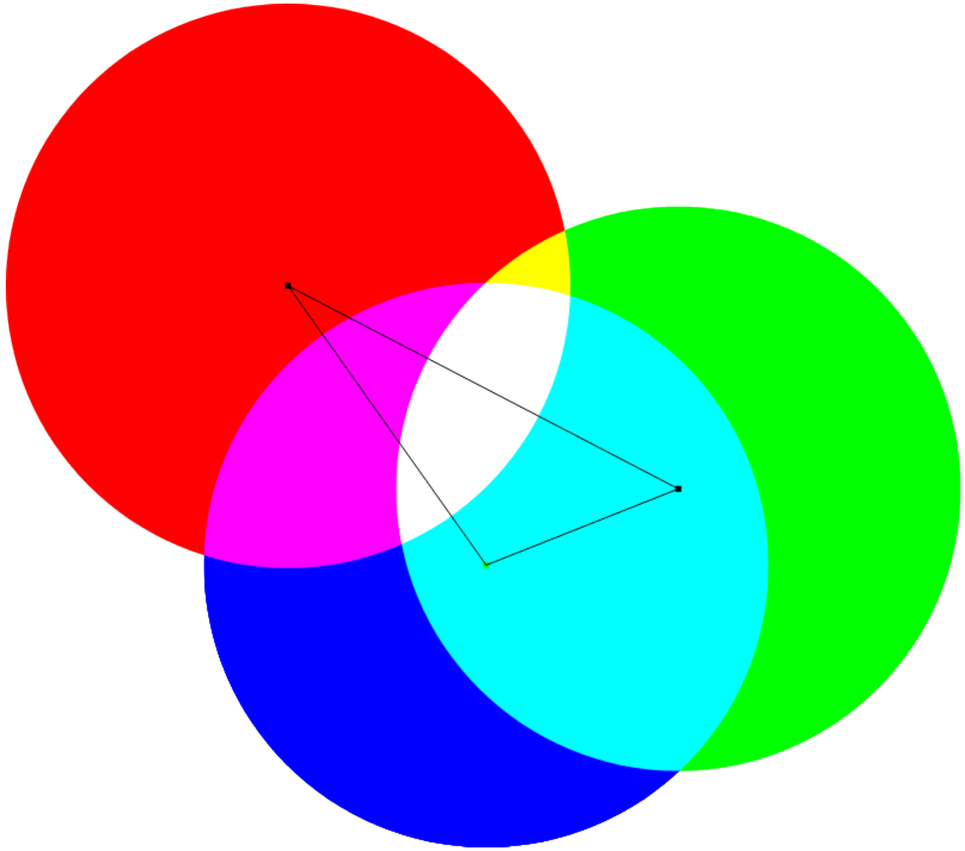
한국근현대미술연구재단[1]의 웹 디자인 및 개발[2][3]을 맡았습니다. 자료 분석을 통해 KoRICA를 대표하는 시각 언어로 <연결>과 <극대화>를 선택했고, <연결과 극대화 : 색조합을 고려하며> 라는 콘셉트를 바탕으로 디자인과 개발을 진행했습니다.

구체적으로 색상과 선을 통해 각 페이지와 자료 간 차이를 강조했습니다. 동적으로 기능하는 웹 상에서 색조합을 통해 사용자로 하여금 선택했던 혹은 선택한 페이지와 자료를 색으로 인식시킬 수 있다고 생각했습니다. 또한 점이나 선만을 활용한 국지적 연결보다는, 면과 면 그리고 면과 선이 겹쳐지는 데서 오는 <만남>과 <교집합>의 이미지가 우리 문화예술을 세계와 연결짓는 KoRICA의 에토스와 더욱 어울린다고 판단했습니다.

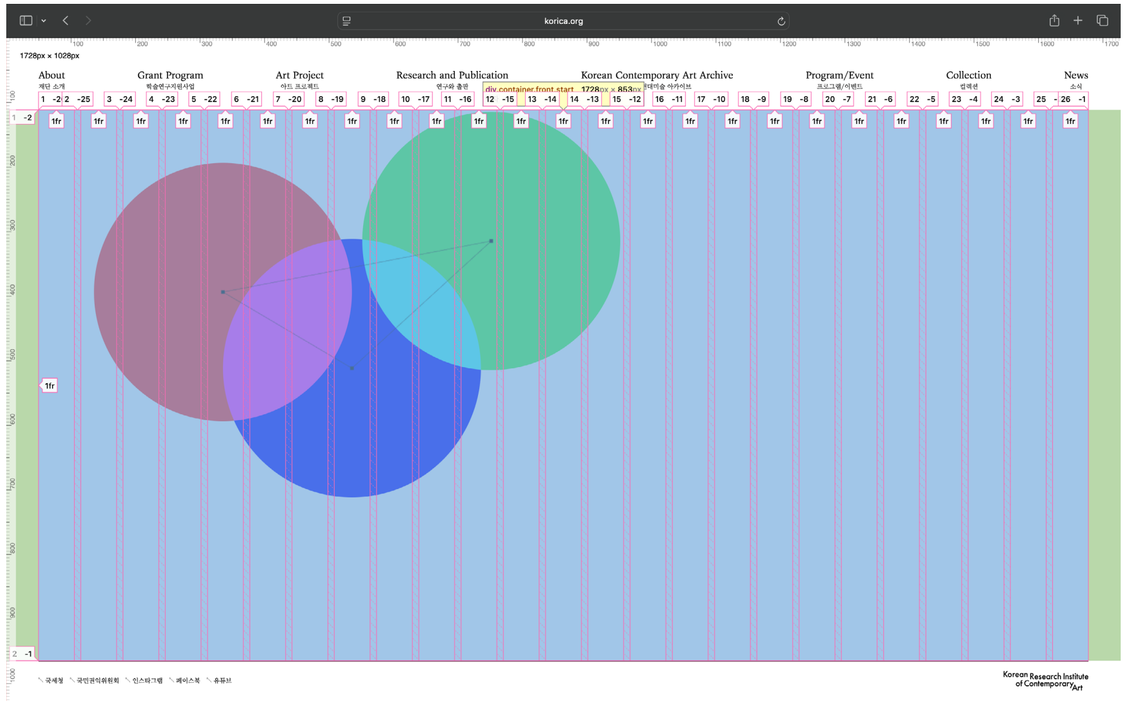
1 재단법인 한국근현대미술연구재단은 현대화랑[(현)갤러리현대] 박명자 이사장이 설립한 미술연구재단입니다. 한국 근현대미술의 미술사적 가치를 연구하고 한국 미술과 세계 미술의 맥락을 연결하기 위한 다양한 사업을 전개합니다. 국내외 연구자들의 연구 활동을 지원하고, 한국 미술이 세계 무대에 소개될 수 있는 전시와 전문서적 발간을 지원하며, 미술관 위탁 운영을 비롯해 한국 미술의 가치가 보존되고 극대화될 수 있는 다양한 사업을 전개하여 세계 예술과의 소통을 추구합니다.

2 해당 프로젝트는 팀으로 활동하고 있는 신승민 개발자와 함께 진행했습니다.

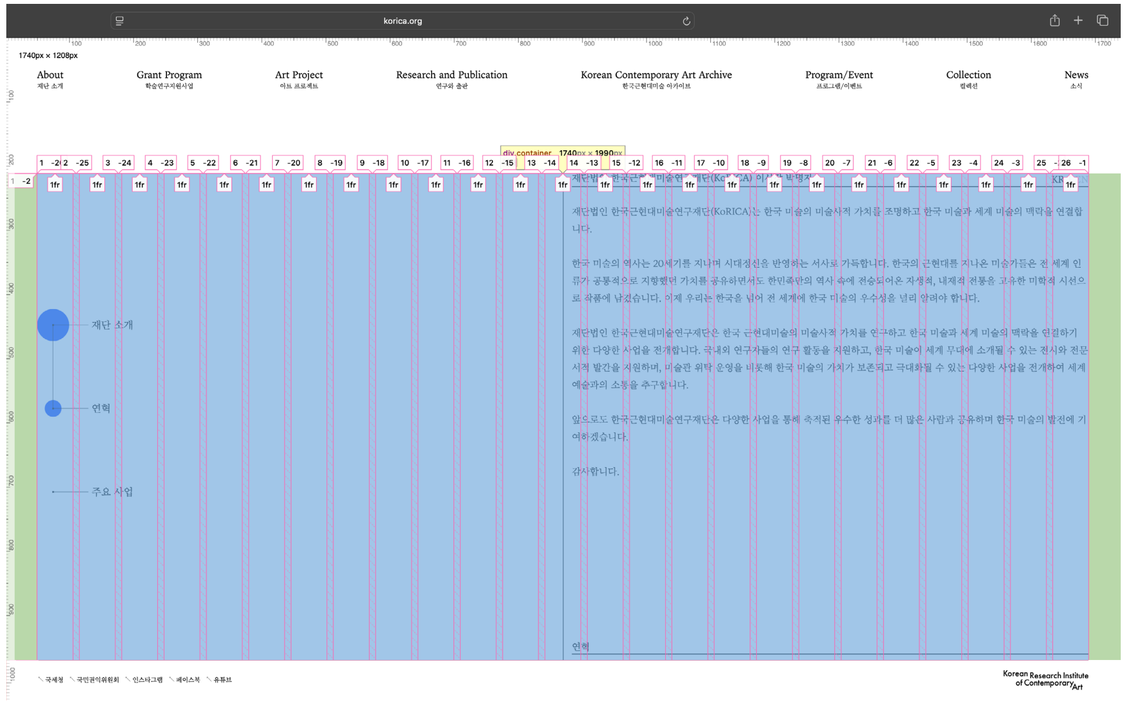
3 korica.org



Name KORICA Category Web design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단



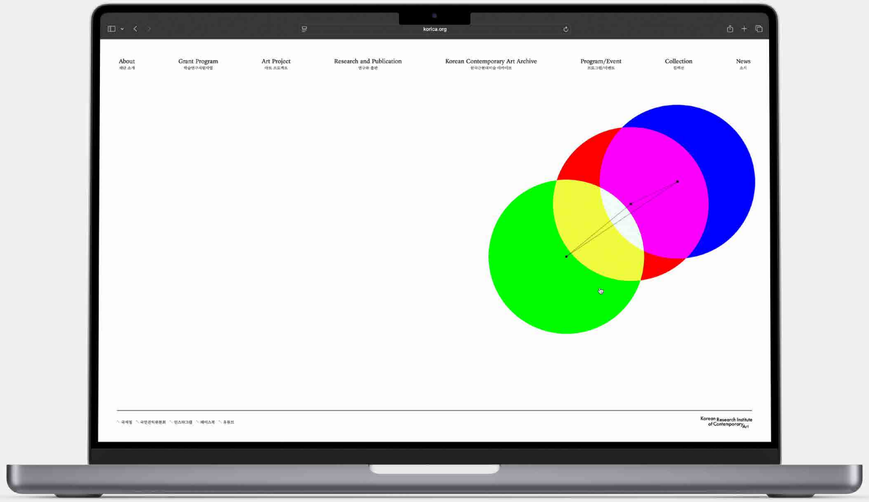
(채택된 웹 디자인 및 개발 그리드)



(채택된 웹 디자인 및 개발 그리드)

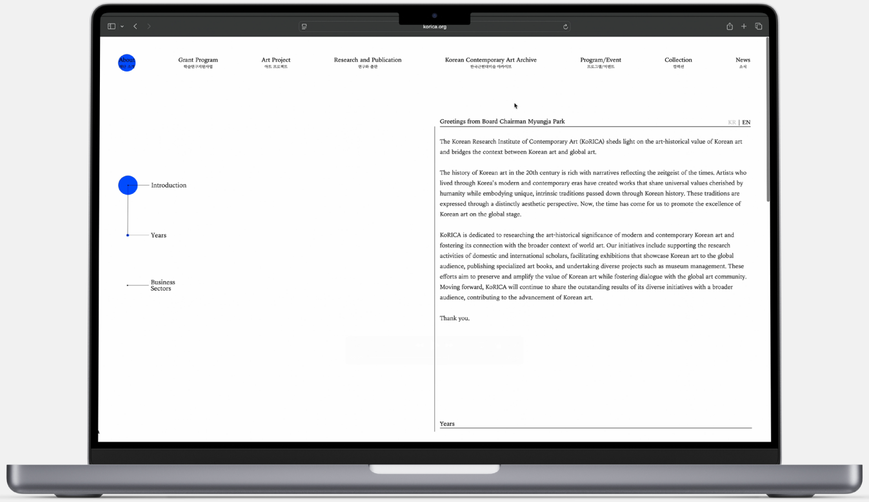
Name KORICA Category Web design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단

Name KORICA Category Web design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단



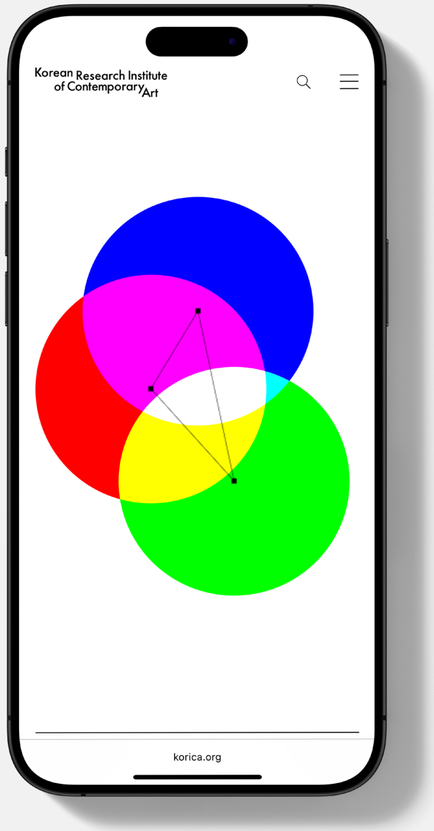
Name KORICA Category Web design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단

Name KORICA Category Web design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단

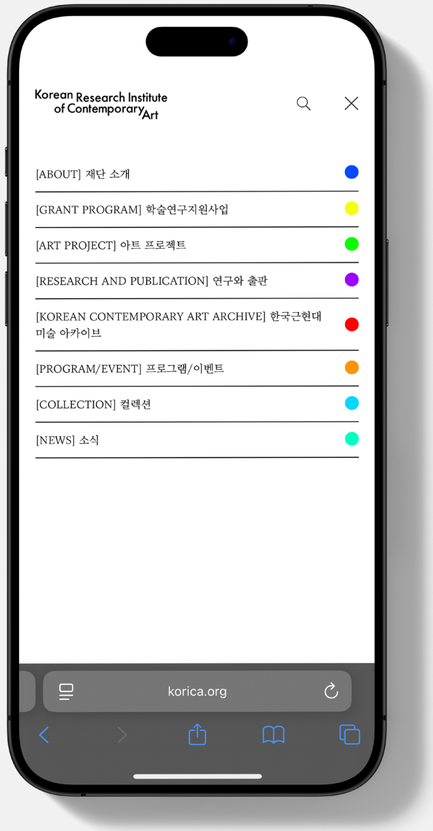


Name KORICA Category Web design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단

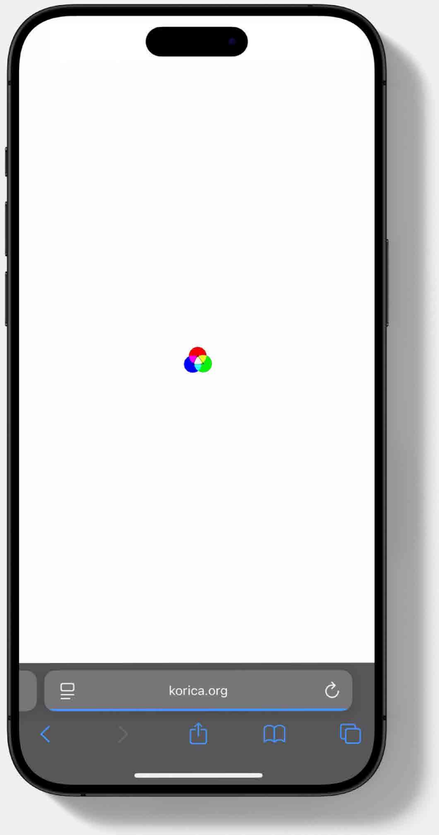
Name KORICA Category Web design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단



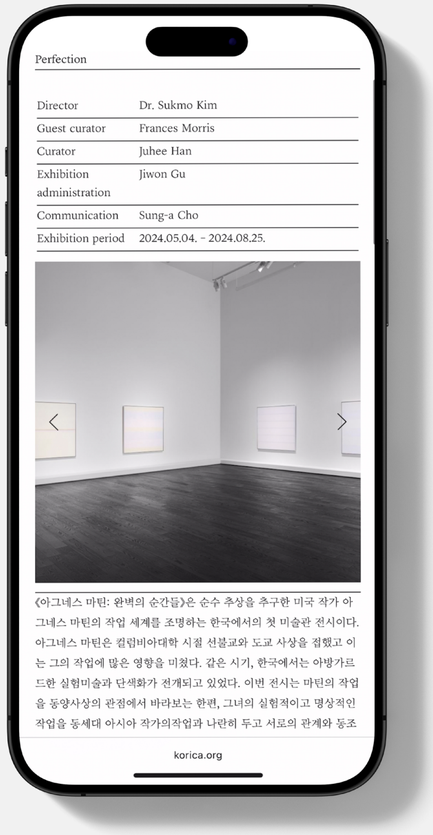
Name KORICA Category Web design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단



Name KORICA Category Web design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단



Name KORICA Category Web design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단



Perfection

Director	Dr. Sukmo Kim
Guest curator	Frances Morris
Curator	Juhee Han
Exhibition administration	Jiwon Gu
Communication	Sung-a Cho
Exhibition period	2024.05.04. – 2024.08.25.

《아그네스 마틴: 완벽의 순간들》은 순수 추상을 추구한 미국 작가 아그네스 마틴의 작업 세계를 조명하는 한국에서의 첫 미술관 전시이다. 아그네스 마틴은 컬럼비아대학 시절 선불교와 도교 사상을 접했고 이는 그의 작업에 많은 영향을 미쳤다. 같은 시기, 한국에서는 아방가르드한 실험미술과 단색화가 전개되고 있었다. 이번 전시는 마틴의 작업을 동양사상의 관점에서 바라보는 한편, 그녀의 실험적이고 명상적인 작업을 동세대 아시아 작가의작업과 나란히 두고 서로의 관계와 동조

korica.org

Name KORICA Category Web design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단

Name **KORICA**
Category **Logo design. Commercial**
Completion **Jan. 2025**
Commissioned by 한국근현대미술연구재단
Info ↘

한국근현대미술연구재단[1]의 두 가지 워드타입 로고 디자인을 맡았습니다. 시각화 과정에서 두 가지 작업 기준을 설정했습니다.

1. 너무 정적이지 않을 것.
2. 철자 중 시각적 포인트가 되는 지점이 있을 것.

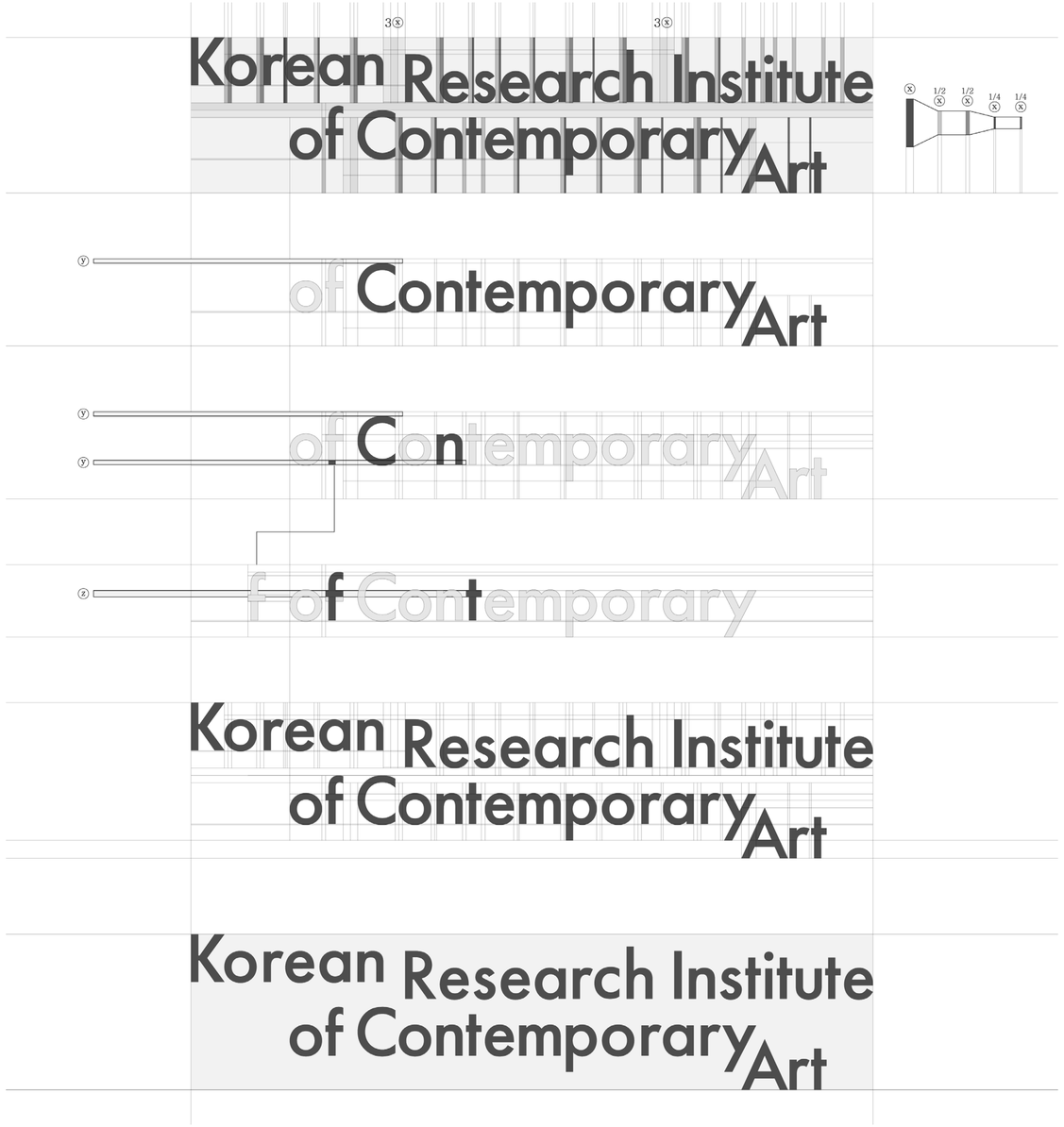
명조류 폰트는 진지하고 신뢰감 있는 분위기를 표현할 수 있으나, 무겁고 다소 고리타분한 분위기를 가진다 생각했습니다. 재단이라는 브랜드 특성 상 진지하고 신뢰감 있는 시각언어를 가져야 한다는 데에는 이견이 없지만, 연결과 극대화라는 시각언어를 동적으로 표현하고 내부에서 발행하는 콘텐츠 자체가 진지하고 믿음직스러운 것이 가장 이상적인 브랜드 형태라 생각했습니다. 따라서 고딕류 폰트를 기본으로 설정했고 그 중에서도 폰트 자체가 다른 고딕류 폰트 보다 생동감 즉, 리듬감이 있는 <Futura>를 최종 채택했습니다. 또한 철자 중 <A, t, u>와 같은 포인트로 활용 가능한 지점이 존재했다는 점에서도 본 콘셉트와 적절하다 생각했습니다.

1 재단법인 한국근현대미술연구재단은 현대화랑[(현)갤러리현대] 박명자 이사장이 설립한 미술연구재단입니다. 한국 근현대미술의 미술사적 가치를 연구하고 한국 미술과 세계 미술의 맥락을 연결하기 위한 다양한 사업을 전개합니다. 국내외 연구자들의 연구 활동을 지원하고, 한국 미술이 세계 무대에 소개될 수 있는 전시와 전문서적 발간을 지원하며, 미술관 위탁 운영을 비롯해 한국 미술의 가치가 보존되고 극대화될 수 있는 다양한 사업을 전개하여 세계 예술과의 소통을 추구합니다.

Korean Research Institute of Contemporary Art

(채택된 워드타입 로고)

Name KORICA Category Logo design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단



Name KORICA Category Logo design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단

Korean Research Institute
of Contemporary Art

Korean Research Institute
of Contemporary Art

Korean Research Institute
of Contemporary Art

Korean Research Institute
of Contemporary Art

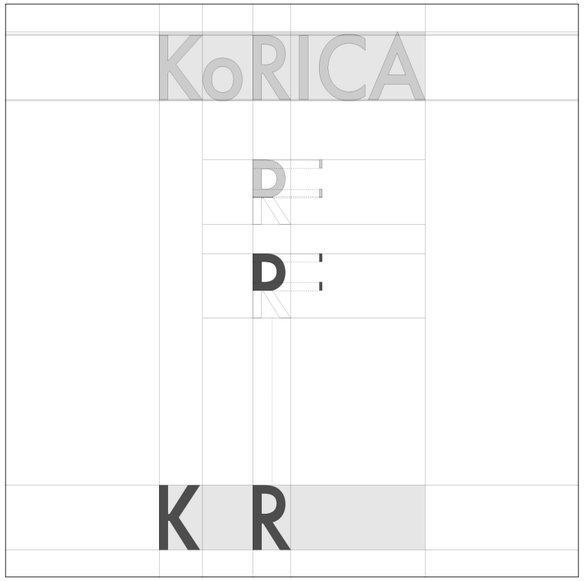
Korean Research Institute
of Contemporary Art

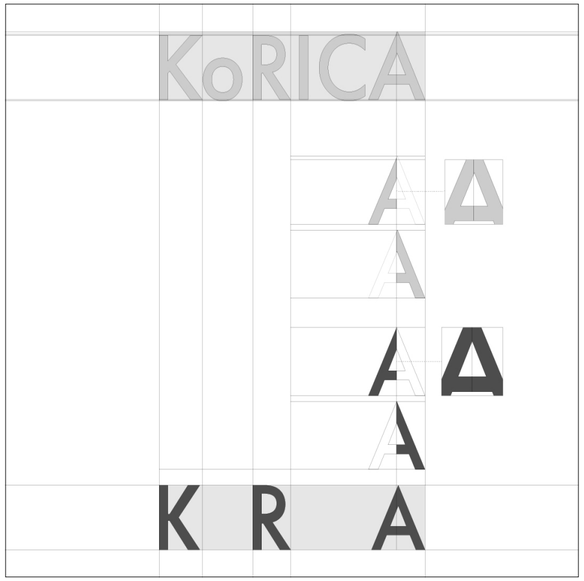
Korean Research Institute
of Contemporary Art

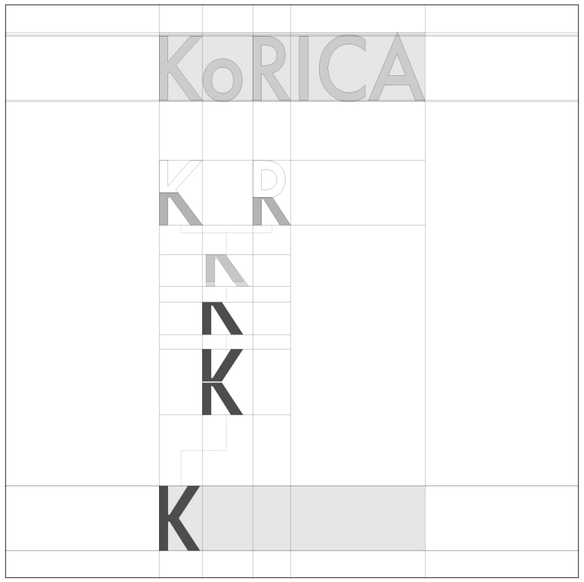
KoRICA

(채택된 워드타입 로고)

Name KORICA Category Logo design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단







Name KORICA Category Logo design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단

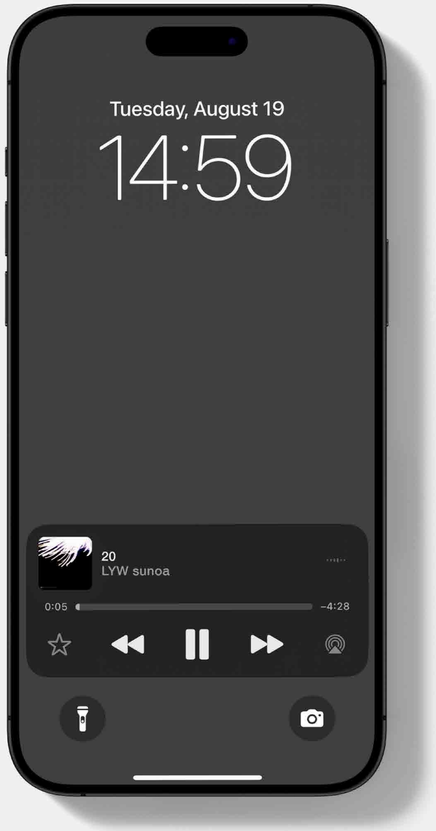
Name KORICA Category Logo design. Commercial Completion Jan. 2025 Commissioned by 한국근현대미술연구재단

Name ≪20≫
Category **Album jacket design. Commercial**
Completion **Dec. 2024**
Commissioned by **LWY Sunoa**
Info ↘

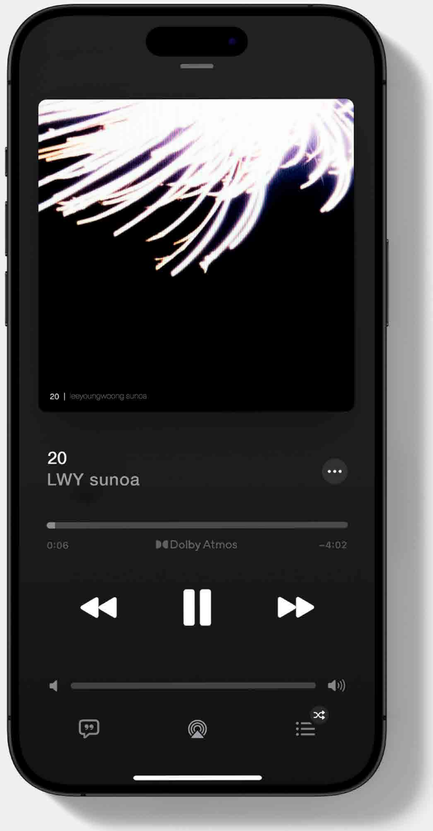
앨범에서 표현하고자 했던 타이틀이 <자유와 압박>이라는 것에서 프로젝트 시각화 콘셉트를 설정했습니다. 구체적으로 <자유와 압박 : 확산되는 조형과 가두는 프레임>[1]이라는 문장으로 방향성을 정의하는 단계를 거쳤습니다. <확산되는 조형>을 표현하기 위해 적절한 형태를 찾는 과정이 선행되었는데, 결과적으로 <폭죽>을 이용하는 접근법을 채택했습니다. 중심에서 외부로 향할 때 모든 방향으로 확산되는 형태를 가지고 있다는 점이 메타포로서 기능한다 생각했기 때문입니다. 이어서 <가두는 프레임>을 표현하기 위해 메인 이미지 <폭죽>이 3000*3000px이라는 규격을 벗어나는 형태로 표현했습니다. 이를 위해 원본 이미지에서 약 1/300 정도의 크기로 <폭죽>을 추출해 배경과의 대비감을 높이는 형태로 구조했습니다.

1 해당 프로젝트는 팀으로 활동하고 있는 포토그래퍼 최원혁과 함께 진행했습니다.

(채택된 앨범 자켓, 3000*3000px)



Name ≪20≫ Category Album jacket design. Commercial Completion Dec. 2024 Commissioned by LWY Sunoa



Name ≪20≫ Category Album jacket design. Commercial Completion Dec. 2024 Commissioned by LWY Sunoa

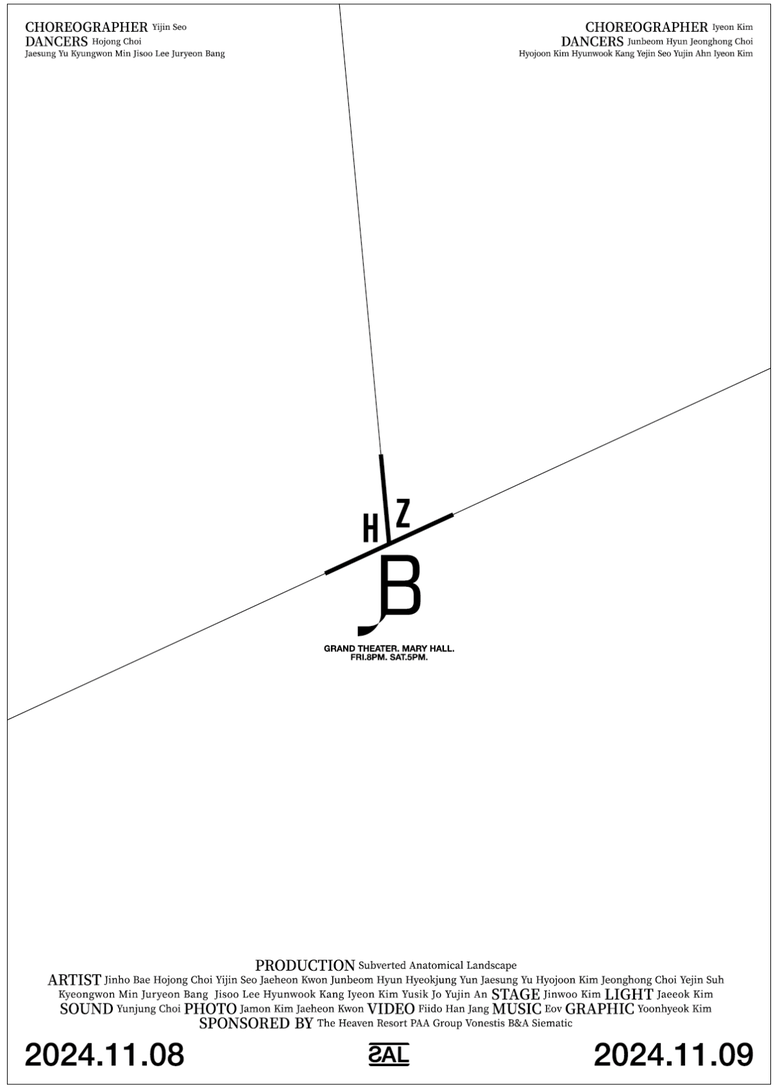
Name ≪β≫
Category Identity design. Commercial
Completion Nov. 2024
Commissioned by Subverted Anatomical Landscape
Info ↘

프로젝트 시각화 콘셉트를 설정하는 단계에서 <권력의 시각화 : 프로그램 타이틀과 안고 있는 두 작품을 고려하며>라는 문장으로 방향성을 정의하는 단계를 거쳤습니다. 핵심이 되는 내용은 ≪β≫[12]라는 프로그램 타이틀이 속해있는 두 가지 작품 보다 강조되어야 한다는 점이었습니다. 다만 ≪β≫가 작품으로 기능하는 것이 아닌, 프로그램의 타이틀로 기능하고 있다는 점과 프로그램 안에 동등한 위계의 두 작품이 진행된다는 점이었습니다.

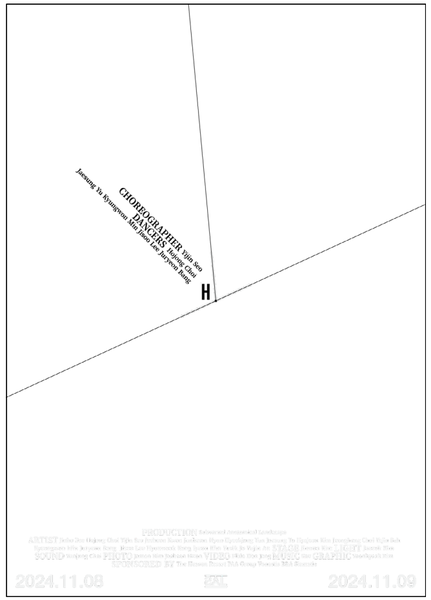
이러한 접근 방법을 바탕으로 결과물에서 ≪β≫를 <실체가 없는 울타리>라 정의해, 제한된 공간에서 차지하는 비율 차이를 통해 권력을 시각적으로 표현하려 의도했습니다. 디지털상에서 의도한 위계를 실물에서 강조하기 위한 방법으로 불투명도가 낮은 트레이싱지를 사용해 <실체가 없는 울타리>를 표현하려 했습니다.

1 본 공연은 2024년 11월 8일과 9일 양일 간 서울시 마포구에 위치한 서강대학교 메리홀에서 진행되었습니다.

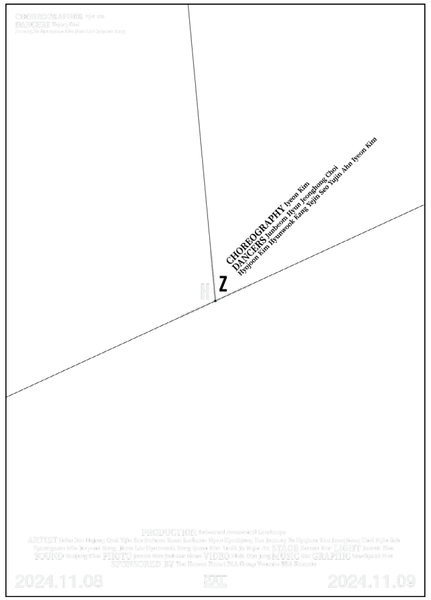
2 ≪β≫라는 프로그램 타이틀과 프로그램 안에 두 안무가의 작품 ≪zen≫, ≪half marathon≫이 포함되어 있는 공연입니다.



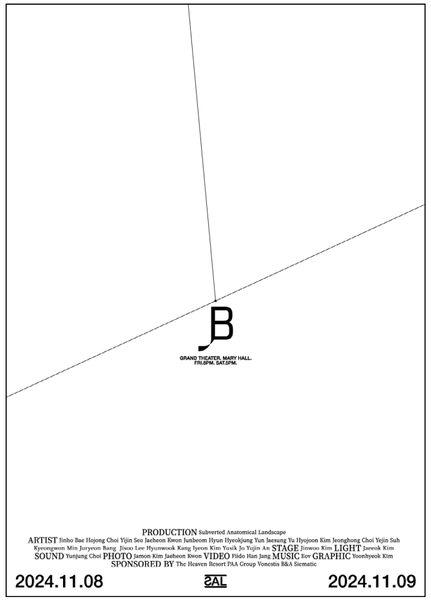
(메인 포스터, 트레이싱 80g, 420*594mm)



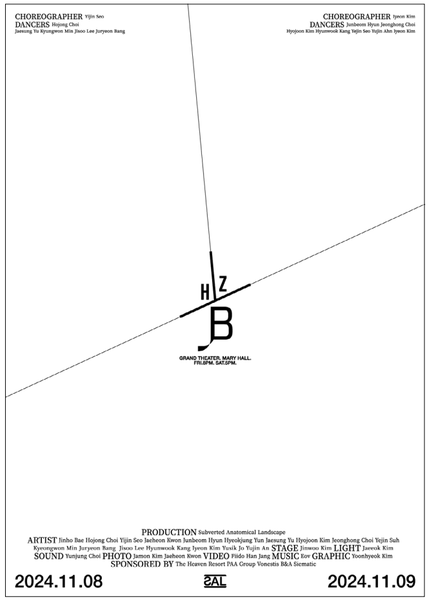
(메인 포스터 영상 중 일부분)



(메인 포스터 영상 중 일부분)



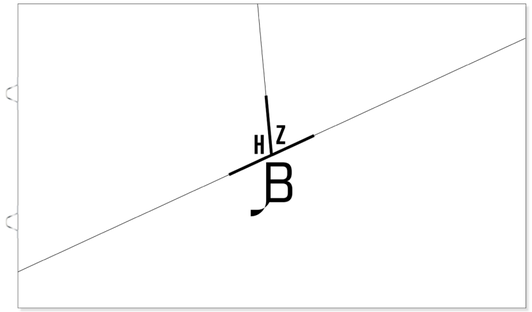
(메인 포스터 영상 중 일부분)



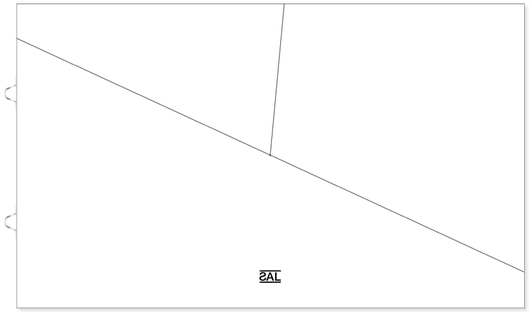
(채택된 메인 포스터)

Name ≪β≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪β≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape



(프로그램 북 표지, 문켄 180g, 고리제본, 250*150mm)



(프로그램 북 표지, 문켄 180g, 고리제본, 250*150mm)

SAL은 복합 예술 단체로서 무용의 경으로 경계를 넘어 다양한 예술 분야와의 과감한 협업을 통해 동시대의 이슈를 날카롭게 바라봅니다. 이들은 인간 신체와 영혼, 나아가 심장과 같은 통제할 수 없는 기관 및 뇌의 활동까지 심층적으로 탐구하며, 움직임을 통한 신체의 지형을 연구하고 반무용 등에 무의식적인 개인의 심리와 신경생물학적 변용을 신체 표현으로 표현합니다. 이러한 탐구의 결과물 경험하고 독창적인 시각 언어로 무대에 구현합니다.

SAL은 상이하는 입장 안에 숨겨진 사고체계와 장기들의 통제할 수 없는 활동을 해부하듯 파헤치고, 이를 전위적인 움직임으로 표현합니다. 우리의 안부는 일종의 '신체 해부' 행위로, 각자의 물리적-정신적 특성이 녹아든 움직임을 통해 동일한 형식의 움직임도 각기 다른 이야기로 개인생합니다. 아직 구축이 동일한 원리로 형성되지만, 결코 같은 포맷의 구동은 존재하지 않는 것처럼, 우리의 공연은 각자의 신체가 지니 독특함으로 인해 새로운 표현을 만들어냅니다. 집합없는 모인을 통해 신체와 정체성에 대한 새로운 문격과 자극을 제공하는 SAL은 움직임을 통한 신체의 지형을 탐구하며, 이러한 과정을 통해 관객과의 상업한 공존을 추구합니다.

단체 소개 8

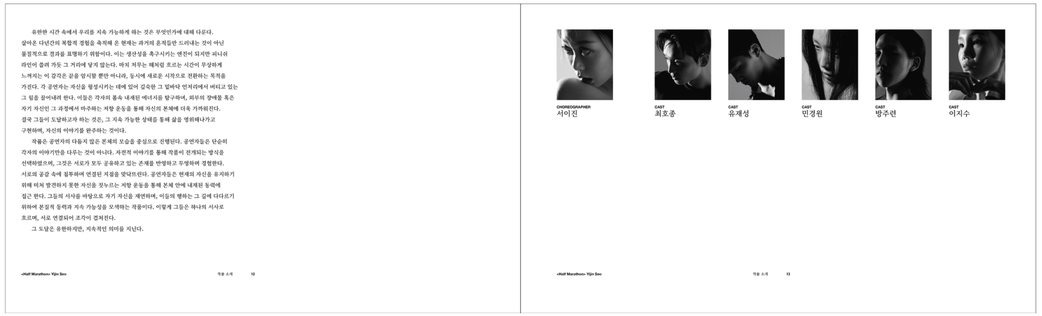
2024
여러 SAL 기획공연 <BETA>
제20회 창무국제공연예술제 <HI>
제2회 SAL 기획공연 <REWIND>
제27회 서울세계춤축제 Sidance <2122.21222>
국립극장 레퍼토리 시즌 릴레스 잘 준비: <GALA>
소호 프리퍼포먼스 The Next Community <Counter>

2023
제1회 SAL 기획공연 <TEXT>
제2회 SAL 기획공연 <ALPHA>
IAB STUDIO X VANS 특별 촬영
Eyes Magazine 창간 20주년 기념 행사 공연
세계춘향그룹 한국 이주스 10주년 기념 행사 <HI>
제20회 고양댄스페스티 연스페스이벤 레퍼토 <GALA>
제24회 부산국제춤마켓 BIDAM Opening 초청작 <GALA>
여러회 국제현대무용제 MODAFE Choice 1 -유홍 컨버전트 나의 거장 컨버전 리플레이>
제20회 서울국제춤공구로 컨템포러리부문 <REX>/영 <동물 컨버전트 나의 거장 컨버전 리플레이>

2022
Contributor Magazine AMC 독자 촬영
제24회 한국춤 New Generation Festival <대장금 거래>
제21회 고고페스 호러스 넥스시엔 최우수 안무 수상 <HI>
한국문화예술위원회/예술의 시장과 융합 개인지원 선정 Media Art Performance & Audio Visual <E, 型, 己>

2021
비영리 연간단체 <이지연>
다큐멘 뮤 페스 및 청소년 대상 공연 참석
소개팅 <이스벨>, 계절 공유 예술 프로젝트 비해 선택 Into the Future <The Hotel>
제21회 고고페스 호러스 넥스시엔 최우수 안무 수상 <동물 컬러 비전 나의 거장 컨버전 리플리케이>
전라북 레퍼토리 동장 <SAL> 장단

단체 소개 9



유한한 시간 속에서 우리들 지속 가능하게 해는 것은 무엇인가에 대해 다룬다.
삶이는 다년간의 복합적 경험을 축적해 온 현재는 과거의 흔적들만 드러내는 것이 아닌 물질적으로 결과물 표현하기 위함이다. 이는 생산성을 추구시키는 현전이 되지만 비나리 과정이 끝의 가동 그 거리에서 멈춰 있는다. 마치 저무는 해처럼 흐르는 시간이 무상하게 느껴지는 이 결격은 삶을 당시할 뿐만 아니라, 동시에 새로운 시작으로 전환하는 계획을 가진다. 각 공연자는 자신을 발성시키는 데에 있어 감속한 그 멈춰다 인지되어에서 버티고 있는 그 힘을 찾아내려 한다. 이들은 각자의 몸속 내재된 에너지를 탐구하며, 외부의 장애물 혹은 자기 자신인 그 과정에서 마주하는 저항 순등을 통해 자신의 본질에 이르 가려하다.
결국 그들이 도달하고자 하는 것은, 그 지속 가능한 상태를 통해 삶을 영위해나가고 구현하며, 자신의 이야기를 완주하는 것이다.
작품은 공연자의 다듬지 않은 본체의 모습을 중심으로 진행된다. 공연자들은 단순히 각자의 이야기만을 다루는 것이 아니라, 자신의 이야기를 통해 개couple 전개되는 방식을 선택하였으며, 그것은 서로가 보도 공유하고 있는 존재를 반영하고 무형태에 영향한다.
시로의 공감 속에 잠투하여 연결된 저절을 맞닿는다다. 공연자들은 현재의 자신을 유지하기 위해 이처 영전하지 못한 자신을 장누르는 저항 순등을 통해 본체 안에 내재된 동력에 접근 한다. 그들의 시작을 바탕으로 자기 자신을 재전하며, 이들의 행하는 그 길에 다다르기 위하여 본질적 등력과 저자 가능성을 모색하는 작품이다. 이렇게 그들은 하나의 시작과 흐르며, 서로 연결되어 조각이 결쳐진다.
그 도달은 유한하지만, 지속적인 의미를 지닌다.

<Half Marathon> Yijin Seo 작품 소개 12

CHOREOGRAPHER 서이진
CAST 최호종
CAST 유재성
CAST 민경원
CAST 방주련
CAST 이지수

<Half Marathon> Yijin Seo 작품 소개 13

(프로그램 북 내지 일부, 문켄 180g, 고리제본, 250*150mm)

프로젝 의 의도는 서서히 이전해보지고, 우리식 감속이 정체된 본능적 감각들로부터 각성한다. 절대적인 집합의 경지에서 인간 주체는 자신의 본질과 직면함과 동시에 현대의 혼돈 속에서 쉽게 간과되었던 원초적인 특성과 공포가 표출된다. 우리는 갈각적 자극의 결합이라는 구도 안에서 오히려 더욱 강렬한 내적 자극을 경험하는 역설을 보사하며, 이를 통해 존재의 근원적인 면모를 바라볼 수 있다. 인체는 외부 자극에서 해방되어 순수한 본능에 의해 형성된 프롤을 비로그, 내면의 깊숙 관련한 움직임으로부터 해방된다.
억눌린 감정이 물리적 형태로 드러나는 과정 중에서 본연으로 향기 본질인 내면의 새로운 영역을 마주할 준비를 하고, 작품은 궁극적으로 인간의 본질적인 갈망을 직시하게 만드는 장치로 활용될 것이다.
현대 사회에서 만연한 감각적 과잉과 이로 인한 심리적 피로를 고찰하며, 감각 박탈 탱크테는 해방적 장치를 통해 변모 된 의식 상태(Altered States of Consciousness)를 시각적으로 구현하고자 한다. 외부의 소음과 자극 속에서 우리는 자아를 상실한 채 피상적 존재로 존재할 수 밖으며 이는 정신적 혼란을 야기할 수도, 인간 내면의 독구와 갈망을 억압하는 결과를 불러올 수도 있다. 작품은 외부 자극의 압도에서 벗어나 상호 간의 본질을 재발견하는 과정과 그로 인한 심리적 혼은 신체적 변용을 형상화하고자 한다.
더 나아가 억눌렸던 감정이 재생됨되는 중요한 순간, 존재에 대한 깊은 통찰을 이끌어내기를 기대한다.

<Zero-Space Kim 작품 소개 24

CHOREOGRAPHER 김이연
CAST 한준범
CAST 김호준
CAST 서예진
CAST 최정훈
CAST 강현욱
MUSIC eov
CAST 한유진
CAST 김이연

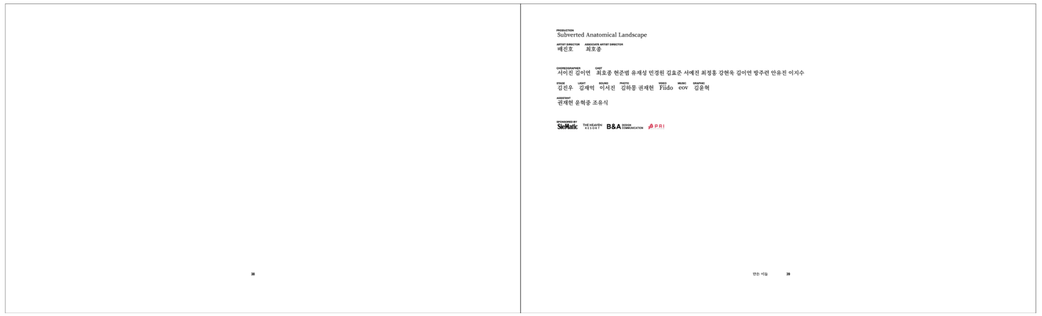
<Zero-Space Kim 작품 소개 25

(프로그램 북 내지 일부, 문켄 180g, 고리제본, 250*150mm)

Name ≪β≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

(프로그램 북 내지 일부, 문켄 180g, 고리제본, 250*150mm)

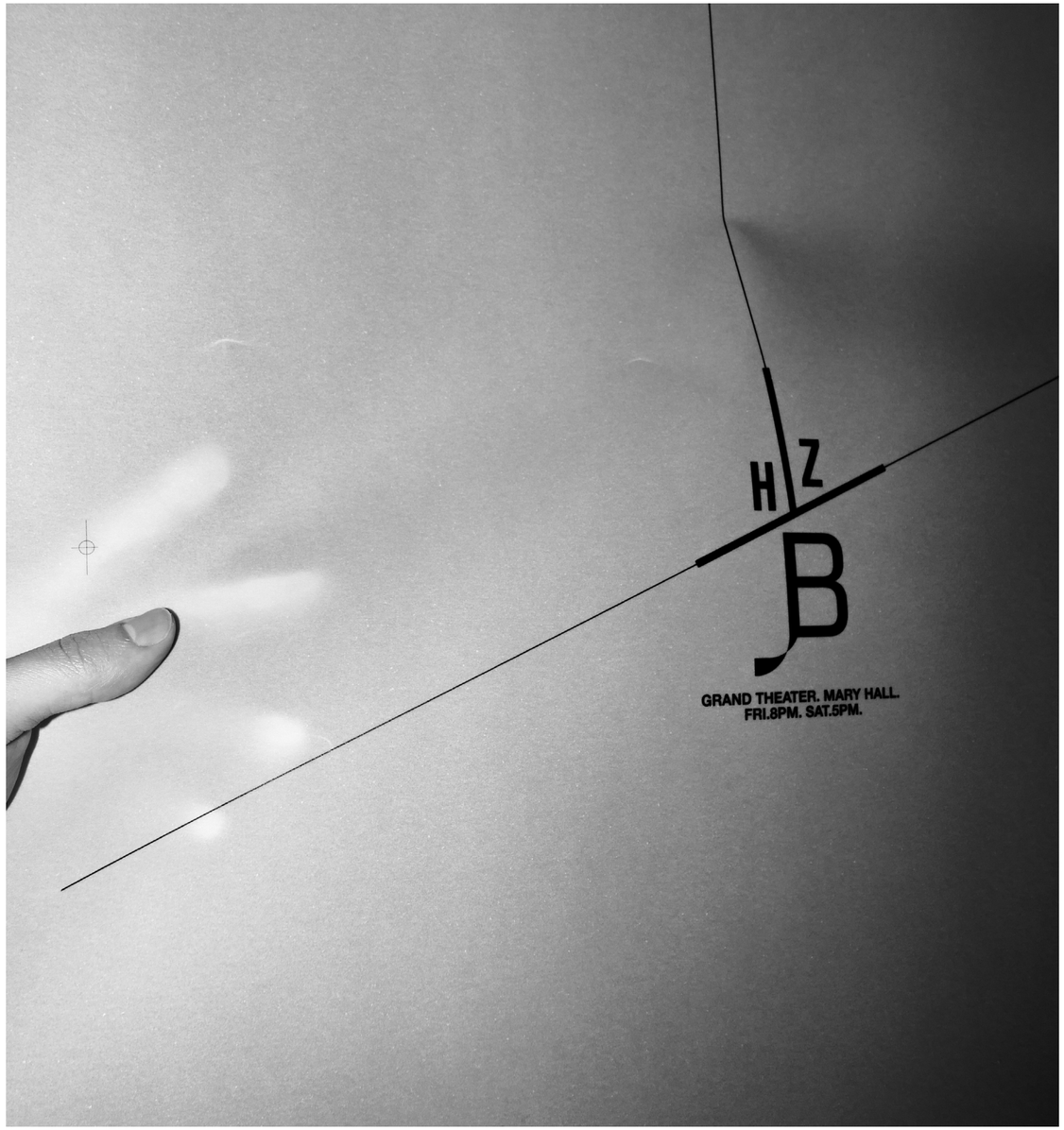
(프로그램 북 내지 일부, 문켄 180g, 고리제본, 250*150mm)



(프로그램 북 내지 일부, 문켄 180g, 고리제본, 250*150mm)

(모바일 레이아웃 일부, 800*(n)px)

Name ≪β≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape



Name ≪β≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪β≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

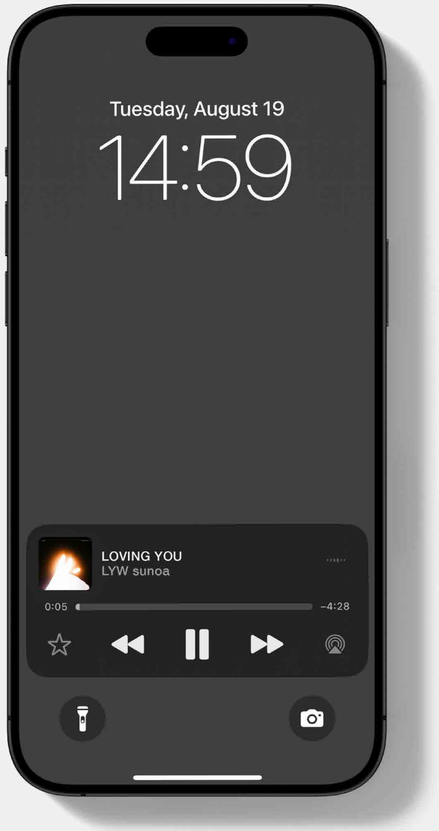
Name ≪β≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪Loving You≫
Category Album jacket design. Commercial
Completion Oct. 2024
Commissioned by LWY Sunoa
Info ↘

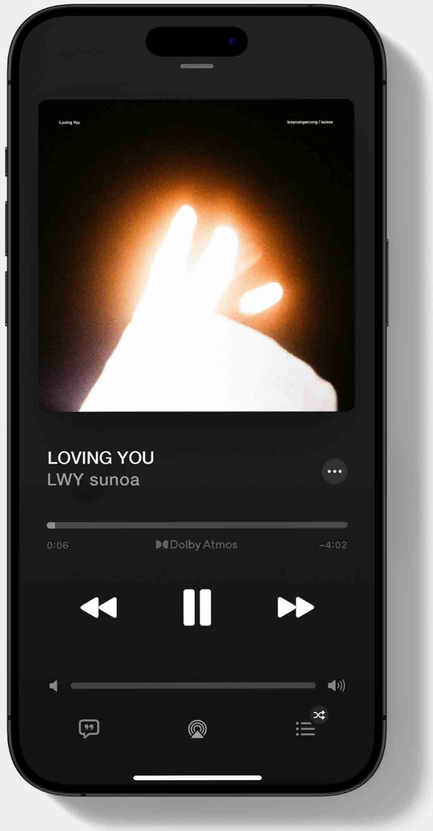
앨범에서 정의하는 <사랑>과 <이별>이 극단적인 단절 형태가 아닌 경계가 모호하다는 것에서 프로젝트 시각화 콘셉트를 설정했습니다. 구체적으로 <추상적 주제(사랑과 이별)의 경계 : 잔상과 대비감을 고려하며>[1]라는 문장으로 방향성을 정의하여, 사진 자체로는 대비감이 강하지만 그 경계가 점진적으로 확산되는 형태로 촬영을 진행하고 이미지를 채택했습니다.

1 해당 프로젝트는 팀으로 활동하고 있는 포토그래퍼 최원혁과 함께 진행했습니다.

(채택된 앨범 자켓, 3000*3000px)



Name ≪Loving You≫ Category Album jacket design. Commercial Completion Oct. 2024 Commissioned by LWY Sunoa



Name ≪Loving You≫ Category Album jacket design. Commercial Completion Oct. 2024 Commissioned by LWY Sunoa

Name **SWYFT(신촌글로벌대학문화축제)**
Category **Identity design. Commercial**
Completion **Sep. 2024**
Commissioned by **Seodaemun-gu**
Info ↘

프로젝트[1,2] 주요 과제로는 주최 측에서 선정한 다섯 가지 키워드인 음악, 미디어, 음식, 교육, 부스를 상징하는 일러스트와 향후 축제에 사용할 수 있는 심볼 로고를 개발하는 것이었습니다. 기획에 따라 시각화를 위한 방향성을 먼저 설정했습니다.

1. 개별 일러스트를 통합한 메인 조형을 개발.
2. 디자인을 통해 축제의 역동성을 표현.

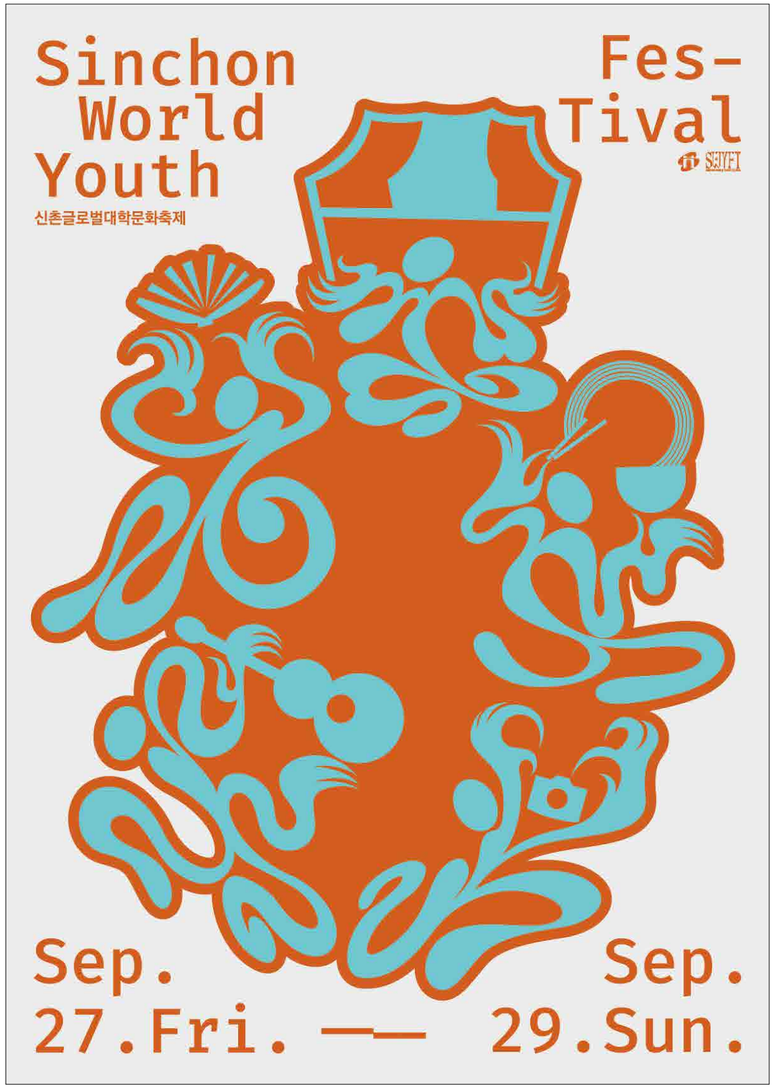
방향성 설정 이후, 축제 기획단과 회의를 통해 심볼 로고를 먼저 개발했습니다. 다음으로 스튜디오에서 촬영 모델과 각 키워드를 상징할 수 있는 매개체를 설정해 촬영을 진행했습니다. 촬영된 이미지를 바탕으로 개별 일러스트와 메인 조형을 개발했습니다.

개발된 요소를 바탕으로 메인 포스터와, 현수막 배너, 거리하늘 배너, 부스 이름띠, 핸드아웃, 이름표, 명함, 총 7가지 결과물로 사용되었습니다.

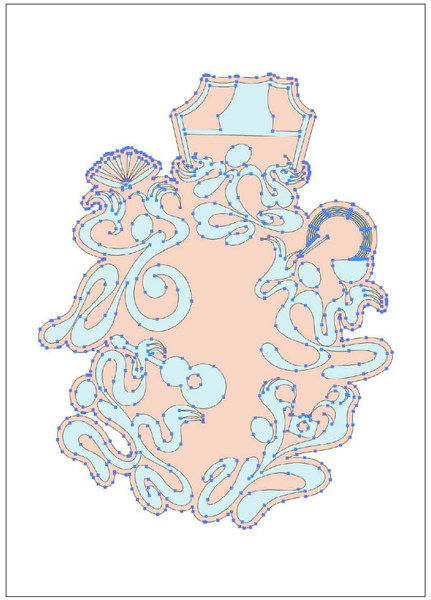
1 본 프로젝트는 3인(이승현, 도지환, 김윤혁)으로 구성된 SWYFT 브랜딩팀에서 팀작업으로 진행했습니다.

2 SWYFT는 서대문구에서 주최하는 대학문화 축제입니다. 본 축제는 2024년 9월 27일부터 29일까지 서울시 서대문구에 위치한 차 없는 거리에서 진행되었습니다.

Name **SWYFT(신촌글로벌대학문화축제)** Category **Identity design. Commercial** Completion **Sep. 2024** Commissioned by **Seodaemun-gu**



(메인 포스터, 아르떼울트라화이트 280g, 420*594mm)



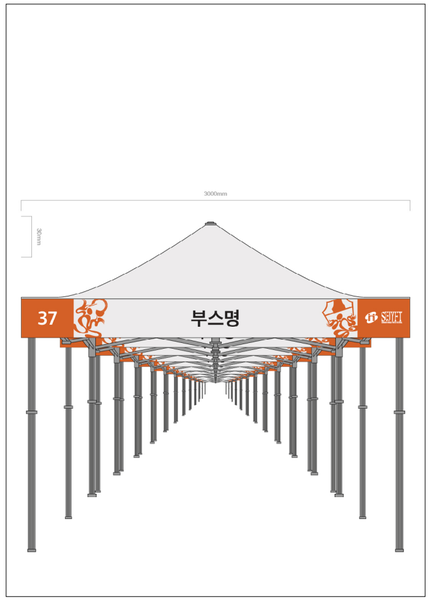
(키비주얼 일부분)

(채택된 가로등 배너)

Name SWYFT(신촌글로벌대학문화축제) Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2024 Commissioned by Seodaemun-gu

(채택된 스태프 이름표)

(채택된 거리하늘 배너)



(채택된 부스 이름표)

(채택된 스태프 명함)

Name SWYFT(신촌글로벌대학문화축제) Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2024 Commissioned by Seodaemun-gu

Name Ubomanli
Category Logo design. Commercial
Completion Aug. 2024
Commissioned by Inho Cho
Info ↘

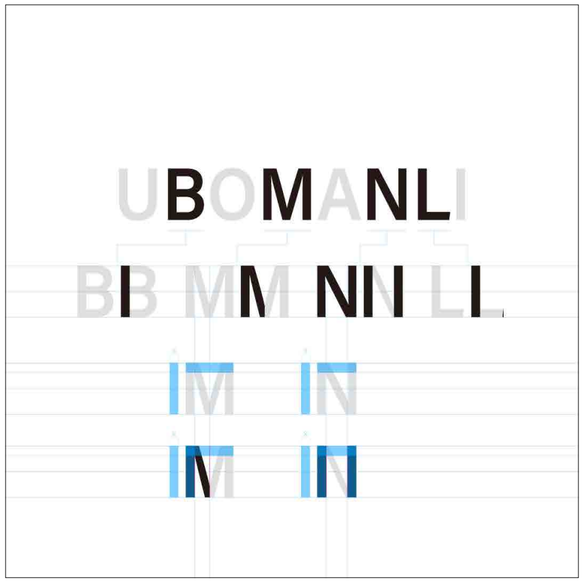
팀 우보만리[1]의 워드타입 로고 디자인을 맡았습니다. 바탕이 되었던 서체에서 기준 자를 설정하고 설정한 기준에 맞춰 각 철자 가로 폭과 세로 폭을 새로 구조했습니다. 이후 수치 자간을 우선 적용해 새로 구조한 철자 균형을 검토했습니다. 최종적으로 여백으로 인해 발생하는 시각적인 불균형을 조정하기 위해 기준이 되는 자간의 2/3값을 적용해 시각적인 균형을 조정하는 것을 끝으로 작업을 마무리했습니다.

1 우보만리는 2016년에 설립된 단체로, 소의 걸음으로 만리를 가는 뜻처럼 한 걸음, 한 걸음 과정을 관찰하며 작업에 임하는 단체입니다. 대표 안무자 조인호는 한국무용에 근본을 두고 있으며 한국 전통춤 요소의 해체와 변형, 신체와 공간, 무대와 공간에 관심을 두며 이러한 주제들을 기반으로 작품을 창작하고 있습니다.

UBOMANLI

(채택된 워드타입 로고)

Name Ubomanli Category Logo design. Commercial Completion Aug. 2024 Commissioned by Inho Cho



Name Ubomanli Category Logo design. Commercial Completion Aug. 2024 Commissioned by Inho Cho

Name Ubomanli Category Logo design. Commercial Completion Aug. 2024 Commissioned by Inho Cho

Name Fitness ideal x Bongkak Choi
Category Identity design. Commercial
Completion Aug. 2024
Commissioned by Bongkak Choi
Info ↘

프로젝트 [1]시각화 콘셉트를 설정하는 단계에서 <편지 같은 초대장 : 제한된 지면에서 사진이 가지는 힘을 고려하며>라는 문장으로 방향성을 정의하는 단계를 거쳤습니다. 전시의 주 매체가 사진이었기 때문에, 이를 홍보하는 메인 포스터에서도 사진이 가장 강조되어야 한다는 점과 전시 포스터가 편지와 같은 초대장 역할을 해야 한다는 과제가 있었습니다.

과제를 해결하기 위해 전시 정보가 포함되어 있는 텍스트, 레이아웃 등에 대한 해결책을 먼저 고민했습니다. 보편적인 방식의 세로형 판형(A2, A3)으로는 두 가지 접근 방법이 있었습니다.

1. 지면 내 사진의 크기를 줄여 기타 정보가 사진을 침범하지 않게 표현하는 방법.
2. 지면과 같은 사이즈로 사진을 사용해, 스케일로 사진이 가지는 힘을 표현하는 방법.

<1>의 경우, 기타 정보가 사진에 침범하지 않는다는 점에서, 순수한 사진의 영역을 부여할 수 있다는 장점을 가지고 있었지만, 크기 자체를 줄이는 방법이기 때문에 지면 내에서 직관적으로 와닿는 힘이 있는가에 대한 문제가 있었습니다. <2>의 경우, 지면과 같은 사이즈로 사진을 이용한다는 점에서, <1>이 가지고 있는 문제를 해결할 수 있었지만, 기타 정보들이 사진 위에 들어가게 되면서 포스터가 매끄러운 레이어를 가지지 않고 층위(1층 사진, 2층 정보)가 명확히 구분되어 이질적인 분위기를 연출한다는 문제가 있었습니다.

결과적으로 세로형 판형으로 문제를 해결할 수 없다 판단해, 지면 자체를 가로형으로 사용하는 방식을 최종 채택하게 되었습니다. 구체적으로 사진의 영역과 정보의 영역을 1/2씩 지정해, 좌측에는 전시 정보를 하단에, 편지를 보낼 때 우표를 붙인다는 점을 통해 중앙에 사진 기반 <우표>를 디자인했습니다. 우측에는 순수 사진 영역으로 사용해, 가시성을 높일 수 있게 의도했습니다.

1 본 전시는 사진가 최봉각에 의해 2024년 8월 12일부터 31일까지 제주시 노형동에 위치한 피트니스 이상에서 진행되었습니다.

(메인 포스터, 한지 320g, 680*420mm)

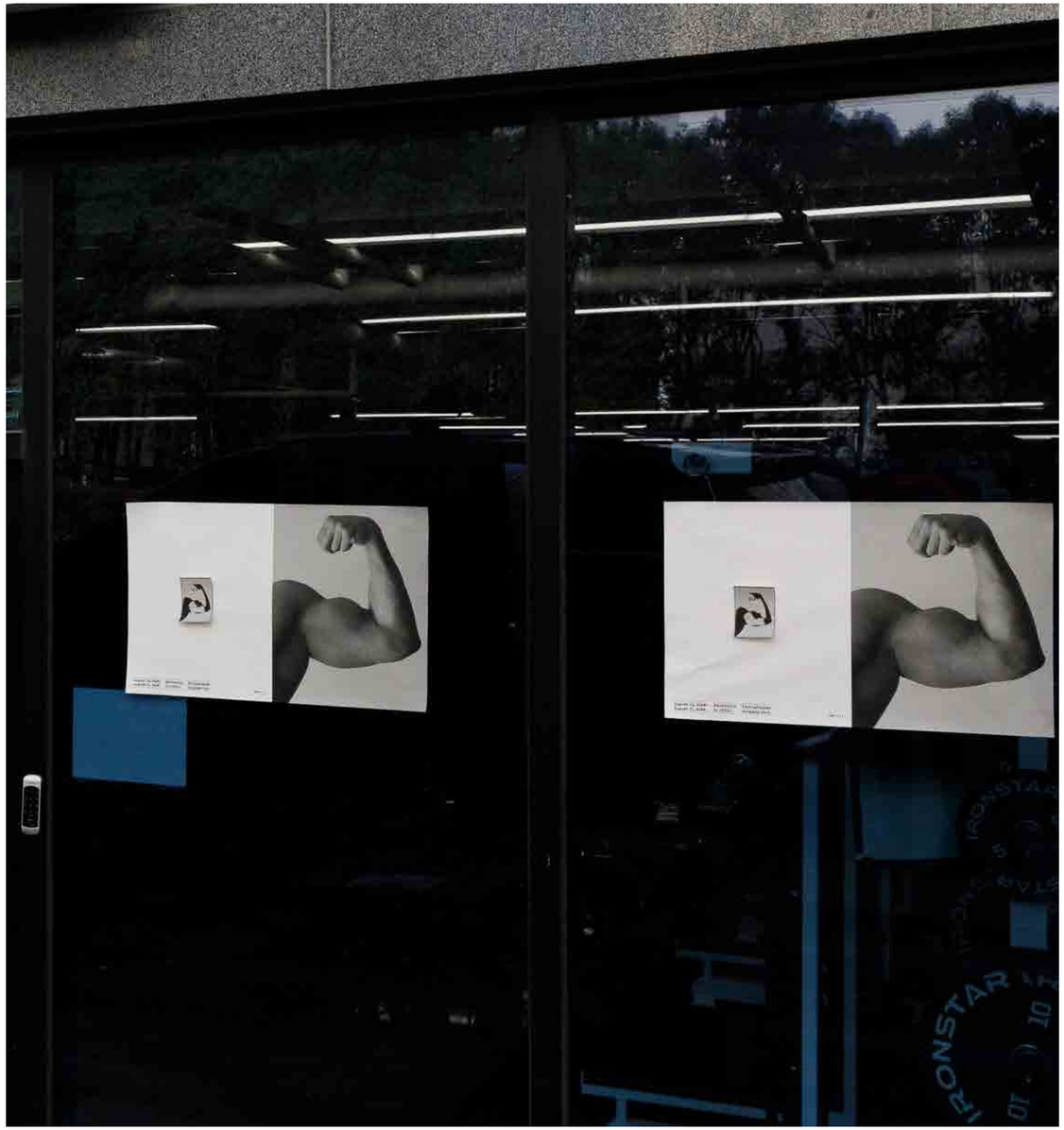
Name Fitness ideal Category Identity design. Commercial Completion Aug. 2024 Commissioned by Bongkak Choi

(우표, 모조지 80g, 75*105mm)

(메인 포스터, 한지 320g, 680*420mm)

Name Fitness ideal Category Identity design. Commercial Completion Aug. 2024 Commissioned by Bongkak Choi

Name Fitness ideal Category Identity design. Commercial Completion Aug. 2024 Commissioned by Bongkak Choi



Name Fitness ideal Category Identity design. Commercial Completion Aug. 2024 Commissioned by Bongkak Choi

Name ≪서양극장 속 한옥≫
Category Identity design. Commercial
Completion Jul. 2024
Commissioned by Ubomanli
Info ↘

≪서양극장 속 한옥≫[1]이라는 타이틀처럼 화이트 큐브의 극장 안에서 한옥을 형상화 한 공연이 진행된다는 점이 공연의 특징이었습니다. 따라서 대조적인 <서양극장>과 <한옥> 사이에 시각적으로 기능하는 매개체를 개발해야 하는 과제가 있었습니다.

우선 <서양극장>과 <한옥>을 이어주는 매개체 개발을 위한 접근 방법으로 <부조화 속 조화 :융합>을 프로젝트 시각화 콘셉트로 채택했습니다. 콘셉트 채택에 이후, <두 대상의 어떤 부분을 융합할지.>에 대한 고민이 있었습니다. 제한된 판형 안에 두 대상의 특징을 담아냄과 동시에 융합하는 형태로 풀어내야 했기 때문에, 두 대상을 대표하는 <기둥>과 <처마>를 활용한 접근 방법을 채택했습니다.

시각화에 들어가며, <서양극장>을 대표하는 <기둥> 위로 <한옥>을 대표하는 <처마>가 들어선 형태의 조형을 제안했습니다. 공연 중심 내용은 <한옥>을 형상화하는 방식으로 진행되지만, 그 공연 또한 서양 극장 양식을 가지는 아르코 대학로예술극장 안에서 진행될 예정이었다는 점에서 대표 이미지 간의 조립을 통해 새로운 조형을 공연 언어로 채택하는 것이 적절하다 생각했습니다. 궁극적으로 <기둥>과 <처마>를 융합한 새로운 조형을 통해 두 대상의 특징을 고루 살리면서 크게 이질적인 지점이 없도록 의도했습니다.

1 본 공연은 2024년 7월 6일과 7일 양일 간 서울시 종로구에 위치한 아르코 대학로예술극장에서 진행되었습니다.

(메인 포스터, 트레이싱 80g, 420*594mm)

Name ≪서양극장 속 한옥≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Ubomanli

서양극장-속 한옥

출연 | 이혜준, 김혜주, 김현주, 양재선, 윤민경, 서상원, 오유름
음악 | 지서원, 유재혁, 이민형, 이찬우
안무 | 조안호
기획 | 김희영
무대 | 김정우
무대 | 이수호
의상 | 배경숙
조명 | 수환 | 두보만의
그래픽디자인 | 양윤혜
기록 | 지다보희 | 문유재혜
비주얼아트스튜디오 | 정우

작품 소개

〈서양극장 속 한옥〉은 2022년도 한국문화예술위원회 한국예술창작아카데미에 선정되어 공연되었던 〈서양극장 속 한옥 집〉을 새롭게 구성한 작품으로, 서양식 극장의 프로시니엄 무대 공간에서 한옥의 독특한 공간적 특성과 한국 춤의 요소를 해체하고 변형하여 재배치한 것이 특징입니다. 특히, 서양극장, 한옥의 공간, 춤과 음악 등 3가지 키워드를 중심으로 여러 가지 오브제를 사용하여 '한옥'이라는 공간의 특징을 강조하는 한편, 관객은 큐레이터를 따라 이동하며 배치된 전시를 감상하다가 무대로 이동, 이내 펼쳐지는 전통 춤 공연과 한데 어우러지는 크리에이티브한 경험을 얻게 될 것입니다. 새로운 형태의 공연을 통해 전통과 현대의 조화를 느껴보세요.

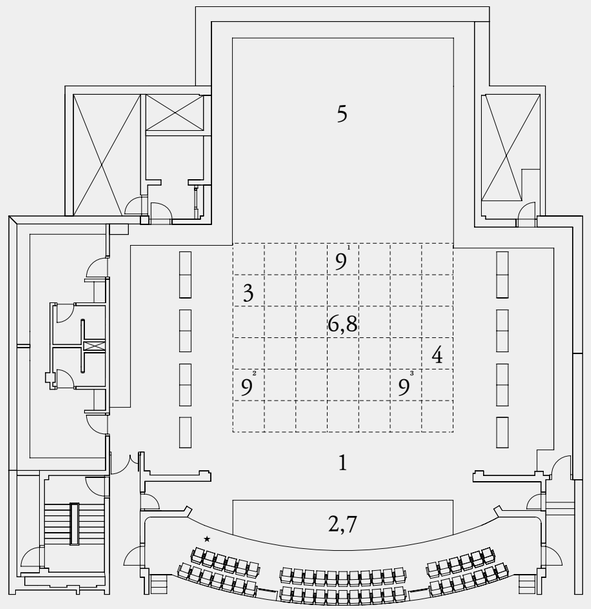
안무/연출의도

〈서양극장 속 한옥〉은 기존에 객석에서 앉아서 바라보는 공연이 아닌 색다른 경험을 줄 수는 없을까 싶은 의문에서 시작된 공연입니다. 공장과도 같은 네모 공간 속에서 한옥의 여러 가지 모습들로 각각 해체되어 극장 공간에 배치, 전시 형태로 존재할 것이며, 공연이 진행되면서 만들어지고 해체되는 공간과 춤을 관람하게 됩니다. 일반적으로 앉아서 무용의 공연을 바라보는 모습이 아닌 전시형태로 극장에서 연출되는 다양한 한옥 공간들을 통해 한국 춤과 공간에 대한 새로운 경험을 하시길 기대합니다.

시놉시스

〈서양극장 속 한옥〉은 큐레이터의 안내에 따라 이동하며 관람하는 공연입니다. /장인의 집/, /다양한 한옥 문/, /마당에서 자라나는 사계절/, /무한히 확장하는 창을 가진 작은 방/, /정자 : 가무악의 공간/, /가을 밤 마당/, /코앞에서 바라보는 한국춤/, /마을, 축제 잔칫날/, /다양한 공간을 품은 남자/ 등의 테마를 중심으로 춤꾼, 소리꾼, 악사들이 펼치는 공연입니다. 공간들은 만들고 해체되며, 상상력을 자극하는 허구의 실제로 존재하게 됩니다. 무대에서 펼쳐지는 공연을 상상하며 즐겨주세요.

(핸드아웃, 아르떼 80g, 210*297mm)

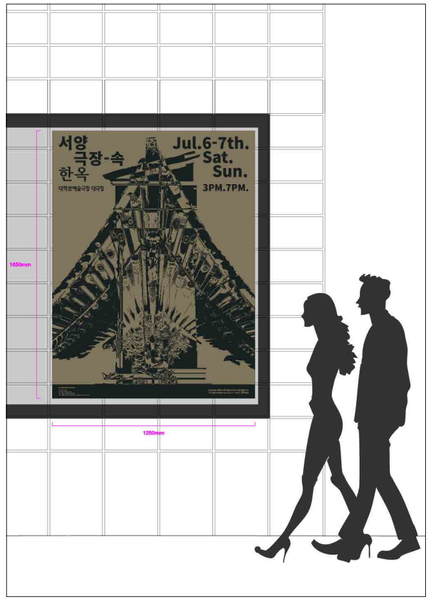


★ 큐레이터, 1人
1 장인의 집, 4人
2 다양한 한옥 문, 4人
3 마당에서 자라나는 사계절, 1人
4 무한히 확장하는 창을 가진 작은 방, 2人
5 정자 : 가무악의 공간, 9人
6 가을 밤 마당, 2人
7 코 앞에서 바라보는 한국 춤, 5人
8 마당 잔칫날, 9人
9¹²³ 다양한 공간을 품은 남자, 3人

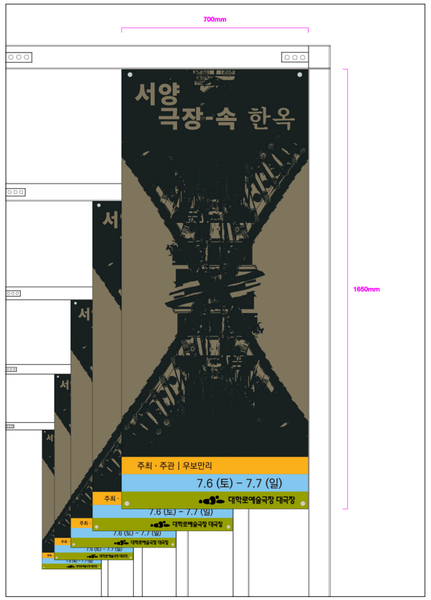
서울문화재단 | 서울특별시 아르코·대학로예술극장

(핸드아웃, 아르떼 80g, 210*297mm)

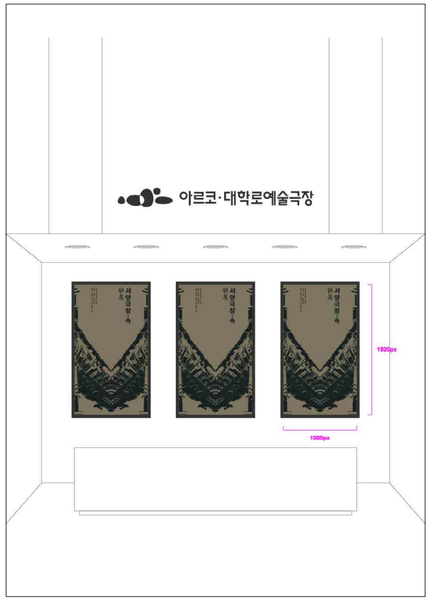
Name ≪서양극장 속 한옥≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Ubomanli



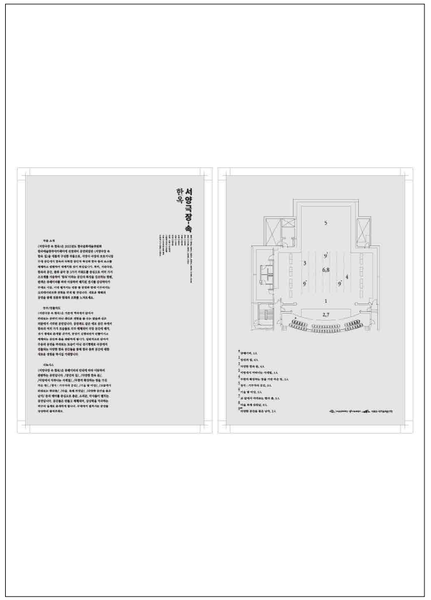
(채택된 거리 대형 포스터 1250*1650mm)



(채택된 현수막 배너 700*1650mm)



(채택된 디스플레이 배너 1080*1920px)

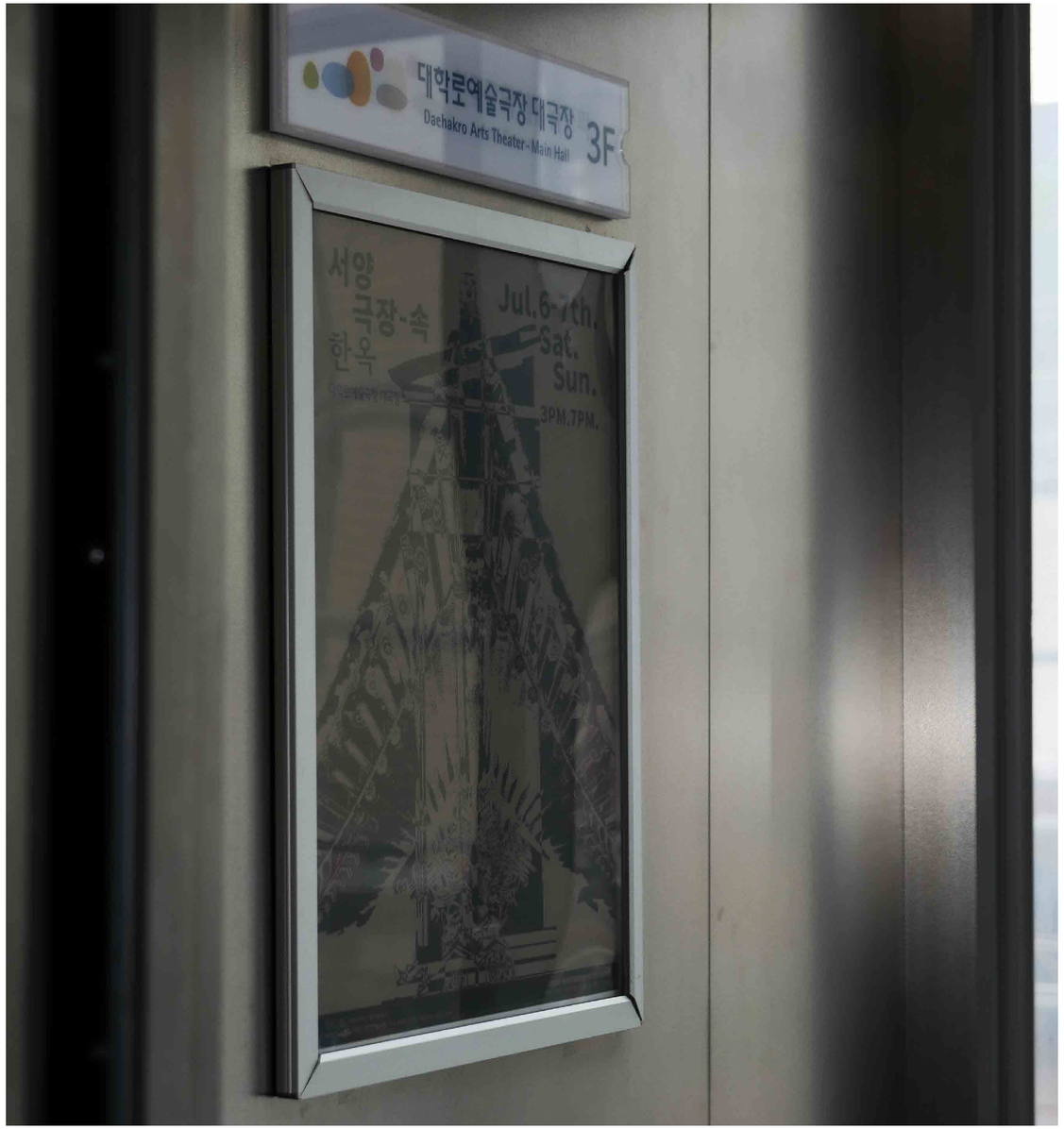


(채택된 핸드아웃, 아르떼 80g, 210*297mm)

Name ≪서양극장 속 한옥≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Ubomanli

Name ≪서양극장 속 한옥≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Ubomanli

Name ≪서양극장 속 한옥≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Ubomanli



Name ≪서양극장 속 한옥≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Ubomanli

Name ≪서양극장 속 한옥≫ Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Ubomanli

Name Goiigoii
Category J design. Commercial
Completion Jul. 2024
Commissioned by Lobbyst Co.,Ltd
Info ↘

선물 포장 브랜드 고이고이[1]의 워드타입과 심볼로고 디자인을 맡았습니다. 같은 포장 도구와 방법이더라도 선물하는 사람에 따라 모든 포장이 오직 하나라는 점이 이번 작업의 중요한 콘셉트였습니다.

심볼의 경우, <g,o,i> 세 가지 철자 반복으로만 이루어진 브랜드 이름이지만, 각 철자 모두 약간의 변형이 있을 수 있도록 구성했습니다. 이를 통해 손으로 종이를 접어가며 비뚤배뚤하지만, 정성스레 직접 만듦이 느껴질 수 있도록 표현하려 했습니다.

워드타입의 경우, 비뚤배뚤한 심볼에서 범용성을 고려해 균형을 맞춘 형태로 구성했습니다.

1 고이고이는 2024년 론칭한 로비스트의 두 번째 브랜드입니다. 선물하는 사람을 위한 포장 가게라는 슬로건을 바탕으로 번거롭고 시간이 걸리더라도 진심을 전하는 일의 가치를 되살리고자 합니다. 쉽게 따라 할 수 있는 포장법을 제안하고, 포장을 풀고 난 후에도 재사용이 가능한 재료들을 통해 새로운 포장 문화를 만들어가고자 합니다.

goiigoii

(채택된 심볼 로고)

Name Goiigoii Category Logo design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Lobbyst Co.,LtdC

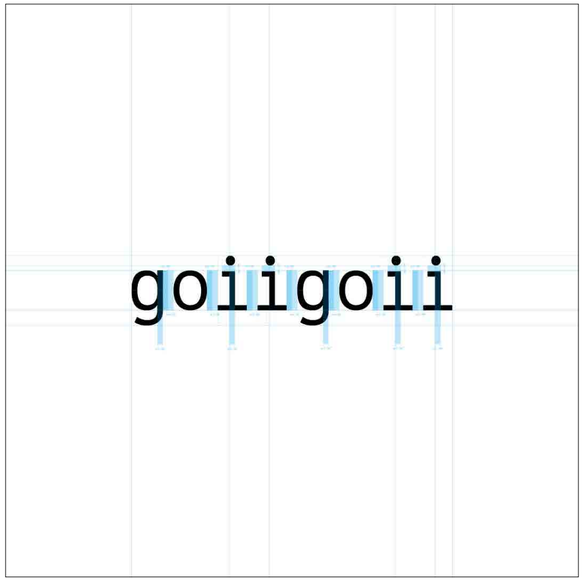
Name Goiigoii Category Logo design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Lobbyst Co.,LtdC

goiigoii

Name Goiigoii Category Logo design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Lobbyst Co.,LtdC

goiigoii

(채택된 워드마크 로고)



Name Goiigoii Category Logo design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Lobbyst Co.,LtdC

Name Goiigoii Category Logo design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Lobbyst Co.,LtdC

Name Goiigoii Category Logo design. Commercial Completion Jul. 2024 Commissioned by Lobbyst Co.,LtdC

Name **Kodo Coffee**
Category **Package design. Commercial**
Completion **Jun. 2024**
Commissioned by **Yooju Ko**
Info ↘

프로젝트 시각화 콘셉트를 설정하는 단계에서 <고도[1] 내형을 중심으로 : 오브제 및 공간 내부 텍스처들>이라는 문장으로 방향성을 정의하는 단계를 거쳤습니다.

투고컵의 특성 상 매장을 이용하지 않는 고객들을 위한 디자인이 된다는 점에서 시각화를 시작했습니다. 따라서 투고컵을 통해 매장이 가지고 있는 장점을 외부에서도 인식할 수 있어야 한다는 과제가 있었습니다. 가정집의 분위기와 카페가 가지는 분위기가 혼재되어 있다는 점이 매장의 장점이라 생각했는데, 이를 바탕으로 매장 내 특징이 될 수 있는 화분, 조명, 가구와 같은 오브제들과 뜯어낸 문 자국, 에어콘 자국 등과 같은 가정집의 흔적이 될 수 있는 요소들을 합쳐 시각화를 진행했습니다.

궁극적으로 360° 전체 면에 고르게 요소를 배치해, 투고컵을 통해 매장 외부에서 명함처럼 기능할 수 있도록 의도했습니다,

1 고도는 제주시 어영길에 위치한 카페입니다.

(투고컵 랜더링 이미지, 13oz)

Name **Kodo Coffee** Category **Package design. Commercial** Completion **Jun. 2024** Commissioned by **Yooju Ko**

Name Kodo Coffee Category Package design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Yooju Ko

Name Kodo Coffee Category Package design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Yooju Ko

Name ≪KILL≫
Category Identity design. Commercial
Completion Jun. 2024
Commissioned by Subverted Anatomical Landscape
Info ↘

프로젝트 시각화 콘셉트를 설정하는 단계에서 기준이 되었던 두 가지 조건은 아래와 같았습니다.

1. ≪KILL≫[1,2] 제1장부터 제5장까지 <죽음>을 바탕으로 작품이 진행되는데, 이를 어떻게 시각적으로 정의할지.
2. 반복되는 <죽음>을 통해 불완전한 인간 존재에 대한 물음을 어떻게 시각적으로 정의할지.

두 가지 문제를 해결하기 위한 콘셉트로 <불균형>이라는 형태적 언어를 제안했고, 불균형이 거듭되는 형태를 통해 작품의 메시지를 전달하고자 했습니다. 또 제1장부터 제5장까지 순서로 진행된다는 점을 고려해, 결과물에서 단절된 이미지가 아닌 <흐름>을 가지고 있는 이미지를 표현하고자 했습니다. 시각화 작업을 진행하며 결과적으로 작품에서 의미하는 <죽음>이 <'有(유)'의 상태가 아닌 '無(무)'의 상태>라 해석해 <죽음>을 나타내기 위한 접근법으로 <소거하는 법을 통한 불균형 표현>이라는 타이틀을 도출했습니다. 반복되는 불균형을 효과적으로 표현하기 위해 가장 완전한 형태, 즉 원에서 시각화 작업을 시작했습니다. '어떤 원이 될 것인가.'에 대한 물음으로 시작해 면과 선, 그리고 점으로 구성된 형태의 원 중 면으로 구성된 원을 제외한 두 가지 원의 형태를 시각화에 활용했습니다.

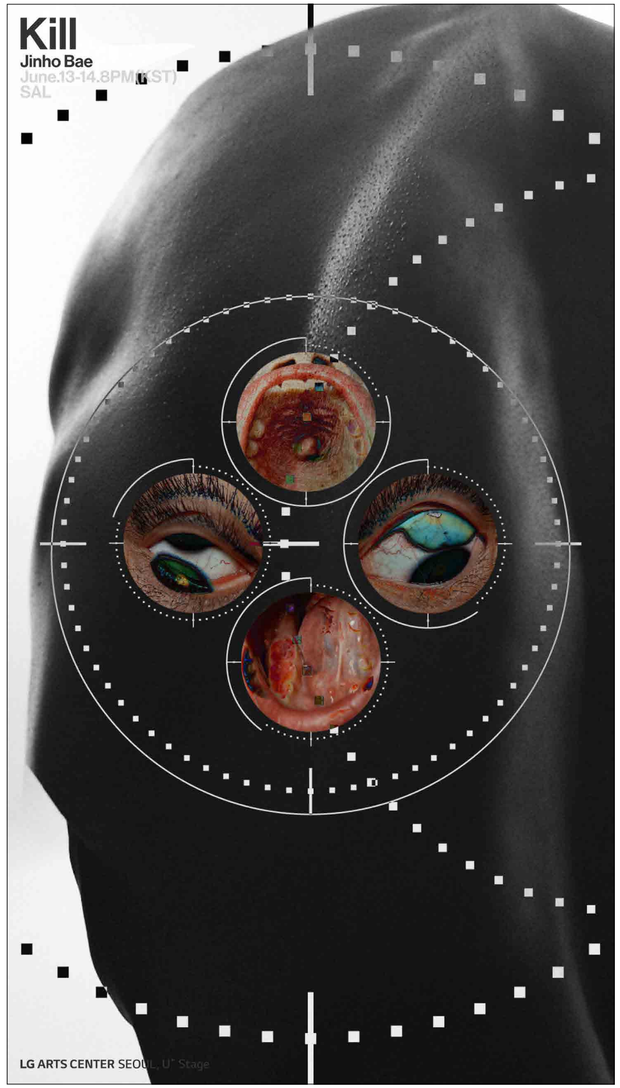
작업 과정에서 사진가[3]의 이미지를 사용해야 한다는 조건과 이를 통해 <인간 존재의 불완전함>을 표현해야 한다는 과제가 있었습니다. 신체 특정 부분을 촬영한 사진을 바탕으로 불완전한 형태를 표현해야 했는데, 다른 방향의 상체 이미지를 합쳐 인간의 몸이지만 실재하지 않는 이미지를 표현하려 의도했습니다.

제1장부터 제4장까지 선으로 구성된 원이 점차 점으로 구성된 원으로 변하는 과정을 통해 작품의 <흐름>을 표현하려 했고 색상 사용에 있어서도, 사진 이미지를 제외한 배경 혹은 원의 색상이 흰색 혹은 검은색으로만 구성되도록 표현했습니다. 이를 통해 흰색이 가지는 '無(무)'의 이미지와 검은색이 가지는 '有(유)'의 이미지 대비를 통해 <죽음>이라는 극단적 상황을 표현하고자 의도했습니다.

1 본 공연은 2024년 6월 13일과 14일 양일 간 서울시 강서구에 위치한 LG 아트센터 U+ STAGE 홀에서 진행되었습니다.

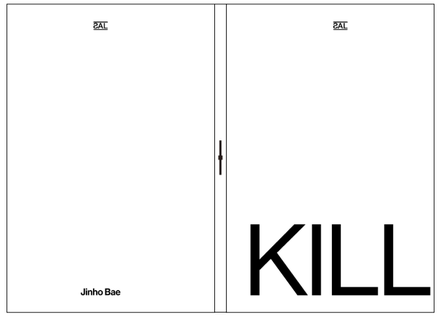
2 ≪KILL≫ 제 1장 타인의 죽음, 제 2장 존재의 죽음, 제 3장 감정의 죽음, 제 4장 육체의 죽음, 제 5장 최종장으로 구성되어 있는 작품입니다.

3 (c) 2024. Euicheol Jeon

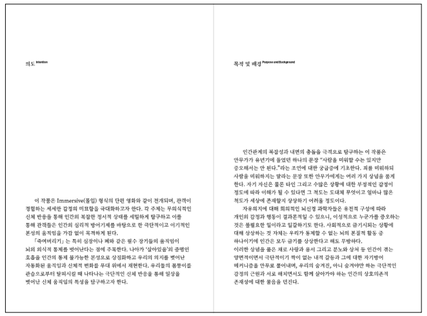


(확정된 메인 포스터, 모니터 송출, 1920*1080px)

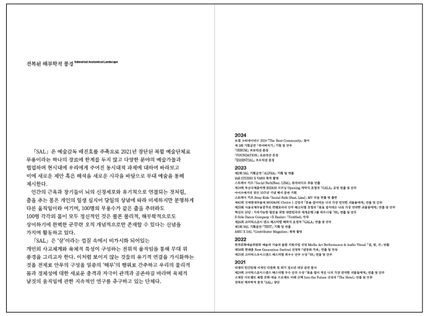
Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape



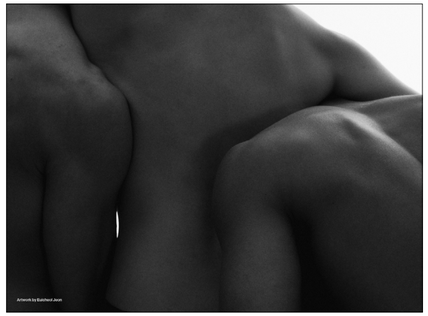
(프로그램 북 표지, 아르떼 120g, 무광먹박과 형압 12개 내지 타공, 145*215mm)



(프로그램 북 내지 일부, 아르떼 120g, 무광먹박과 형압 12개 내지 타공, 145*215mm)



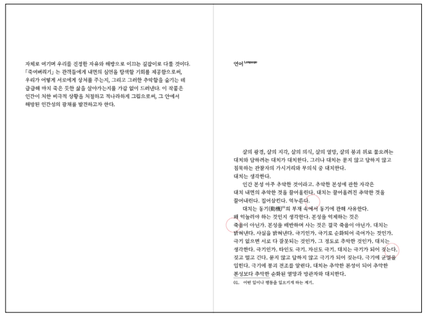
(프로그램 북 내지 일부, 아르떼 120g, 무광먹박과 형압 12개 내지 타공, 145*215mm)



(프로그램 북 내지 일부, 아르떼 120g, 무광먹박과 형압 12개 내지 타공, 145*215mm)

Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape



자체로 비가역 유리를 연상한 자유와 해방으로 이끄는 길잡이로 다를 것이다. 『죽어버리기』는 관객들에게 낯선의 상연을 장치할 기회를 제공함으로써, 우리가 이방에 서로에게 상처를 주는지, 그리고 그러한 관계들을 숨기는 데 급급해 하지 죽은 것만 삶을 살아가는지를 가장 앞장 드러낸다. 이 작품은 인간이 처한 비극적 상황을 직접적으로 마주하게끔 그렇으로써, 그 안에서 해방된 인간성의 잠재를 발견하고자 한다.

안녕! 나의 [illegible]

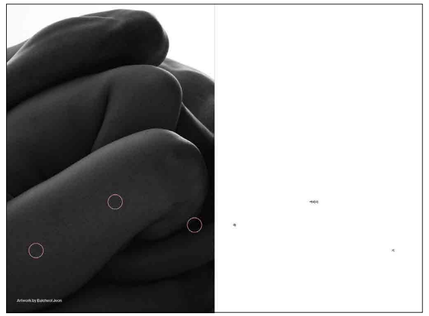
삶의 광경, 삶의 이각, 삶의 의식, 삶의 양상, 삶의 불과 위로 혼로의는 대치의 갈래라는 대치가 대치한다. 그러나 대치는 분석 없고 갈라지 않고 정복하는 관찰자의 가시거리와 무의식 중 대치한다. 대치는 생각한다.

인간 본성 이후 추악한 것이라고. 추악한 본성에 관한 이각은 대치 내면의 추악한 것을 갈라내한다, 대치는 갈라내하면 추악한 것을 갈라내한다. 갈라삼킨다. 먹는다다.

대치는 [illegible]를 위해 유혹에서 등가에 갈래 이유한다.

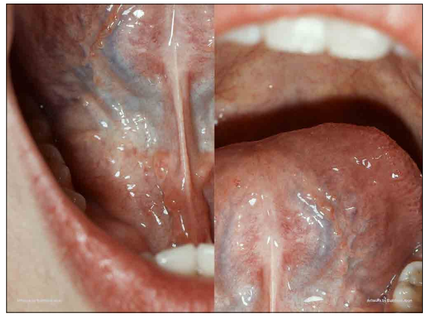
왜 먹는가라 해는 진정기 생각한다. 본성을 벗겨해는 것은 죽음이 아닌가. 본성을 벗겨해에 사는 것은 절국 죽음이 아닌가. 대치는 벗겨낸다, 자살을 벗겨낸다, 죽기인가, 자기로 소멸되어 죽어가는 것인가. 자기 없으면 서로 다 결정되는 것인가. 그 정도로 추악한 것인가. 대치는 생각한다. 자기인가, 타인도, 국가, 자신도 국가, 대치는 국가가 되어 있는다). 있고 없고 간다. 분석 없고 갈라지 않고 각기가 되어 있는다. 각기에 굳힘을 입힌다. 각기에 분석 전조를 발한다. 대치는 추악한 본성이 되어 추악한 본성보다 추악한 순래는 발달과 발전이라 대치한다.

01. 이런 갈라다 행동을 있도기가 하는 게다.



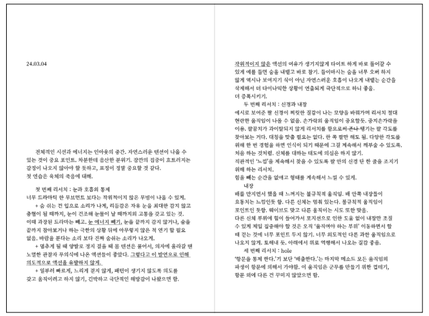
(프로그램 북 내지 일부, 아르떼 120g, 무광먹박과 형압 12개 내지 타공, 145*215mm)

(프로그램 북 내지 일부, 아르떼 120g, 무광먹박과 형압 12개 내지 타공, 145*215mm)



(프로그램 북 내지 일부, 아르떼 120g, 무광먹박과 형압 12개 내지 타공, 145*215mm)

(프로그램 북 내지 일부, 아르떼 120g, 무광먹박과 형압 12개 내지 타공, 145*215mm)



24.03.04

전체적인 시선과 에너지는 인터숍의 공간, 사면스크린을 반면에 나올 수 있는 것이 중요 포인트. 자본만에 순간한 분위기, 갑간의 집중이 조르거지는 갑장이 나오지 않아야 할 것이고, 표정이 정말 중요할 것 같다. 첫 인상은 옥계의 속눈에 대해.

첫 번째 리서치 : 눈과 초점의 통제
시우 프리에서 한 부보였던, 보라는 작품처럼이 많은 부분이 나올 수 있게.

• 슬 라는 건 일프로 소리가 나게, 리듬감은 처음 눈을 최대한 감지 않고 충동이 일 때까지, 눈이 건조해 눈물이 날 때까지의 고통을 감고 있는 것. 이때 과정상 드라마는 빠르고 노멀리스 빠르, 눈을 감자마 감지 않기나, 슬슬 감아지 참아보기나 하는 극한의 상황 하에 마주쳐지 않은 척 연기 할 필요 없음. 바람을 쬔다는 소리 보다 진짜 슬픈는 소리가 나오게.

• 앞과 뒤 세 명밖로. 첫이 끝을 세 분 연선은 올라서, 리서에 출라갈 생노 3명한 관점이 우리리에 나온 에선분이 중앙다. 그렇다고 이 앞면으로 인해 의도적으로 개인을 슬쩍하지 않게.

• 일분러 빠르게, 느리게 끝지 않게, 폐인이 생기지 않도록 의도를 갖고 움직이려고 하지 않기, 인덱하고 극단적인 해방감이 나왔으면 한.

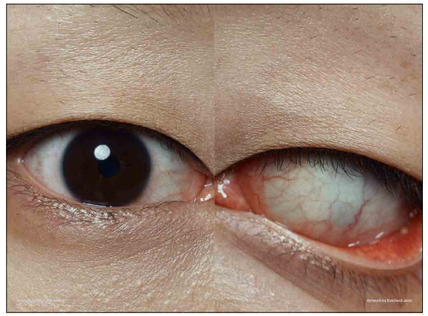
전전전전전 않은 개선이 이유가 생기지않게 타이트 하게 하로 돌아갈 수 있게 개를 들면 슬슬 나왔고 하트 붙기. 들어이지는 슬슬 나무 조에 하지 않게 하거나 보여지기 시이 아닌 이번스러운 흐름이 나오게 나왔고 슬연을 자세에서 더 다이나믹한 상황이 연출되게 극단적으로 하나 좋을.
더 강화시키기.

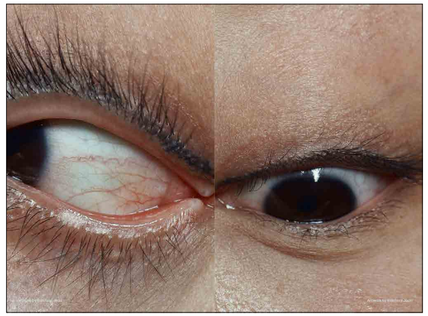
두 번째 리서치 : 신장과 내장
에시로 보이는 뒷 신장이 허옇한 질감이 나는 것부들 비롯하여 리서지 않대 한번한 움직임이 나올 수 있을. 소기이라 움직임이 유지할도. 유지소기이라는 이유. 팔꿈치가 과이접되서 팔게 리서지를 팔로로써 손나무 팔기는 팔 기도를 꿈이요는 기이. 이작을 무엇 있는지 있다. 한 번 발명 해도 됨. 다양한 것도을 위해 한 번 경험을 하면 인식이 되기 때문에 그걸 계속해서 캐주을 수 있도록. 처음 하는 것처럼. 신체를 대하는 태도에 대도에 의심은 하지 않기.
이분리한 "노 모델 계속해서 찾을 수 있도록 분 한번 신장 단 한 순을 조지기 위해 하는 리서지.
팔을 빼는 순간을 잡아내고 팔대를 계속해서 노 일 수 있게.

내장
배를 만지면서 뱉을 때 느끼지는 불규칙적 움직임. 세 단계 내장없이 표출되는 느낌인만 할. 다른 신체는 명확 있는다. 불규칙적 움직임이 포인트인 부위. 배이드도 앞고 다른 움직이는 시도 또한 많음.
다른 신체 부위에 있어 장이거나 포지션으로 인한 도움 없이 내장만 조정 수 있게 개입 갈증해야 할 것은 오직 '움직여야 하는 부분' 이동해야지 할 때 있는 것이 나만 포인트 두시 없기. 나만 피도록이 다른 개한 움직임으로 나오지 않게. 표현과 동. 이작에서 의료 역할에서 나오는 갈등 중요.

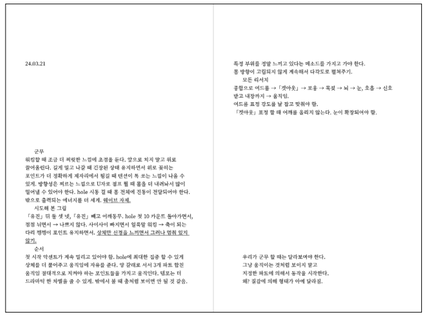
세 번째 리서치 : hole
"탈갈을 통제 한다."? 보단 '에출한다'는 마지막 테스트 보는 움직임의 마장이 정공에 의해서 기쁘할, 비 움직임은 순우를 만들기 위한 업리기, 탈분 과에 다른 건 구비가 달갑으지 말.

(프로그램 북 내지 일부, 아르떼 120g, 무광먹박과 형압 12개 내지 타공, 145*215mm)





(프로그램 북 내지 일부, 아르떼 120g, 무광먹박과 형압 12개 내지 타공, 145*215mm)



24.03.21

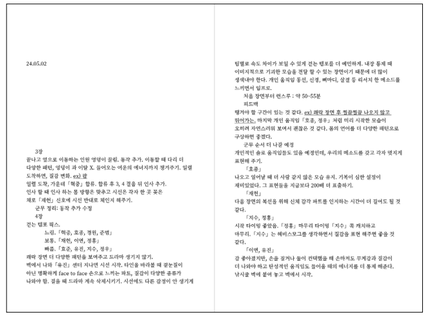
군우
뒤집힐 때 조금 더 꺼졌한 느낌에 초점을 옮겨, 깊으로 커지 깊고 뒤로 돌아올라다. 심지 있고 나갈 때 긴장감 상태 유지되면서 뒤로 물러는 포인트가 더 강화하게 제작하려서 힘들 때 번선이 독 보는 느낌이 나올 수 있게. 번쩍임은 커지는 느낌으로 인터뷰 장소 힘 때 활동 나 내려보니 깊이 밀려날 수 있다라 한다. hole 시청 일 때 홀 전체에 집동이 전달되다라 한다. 뒤으로 흩뿌리는 에너지를 더 세게. 배경의 색계.
시드에 본 그림
「유진」 의 동 첫 년, 「유진」 배그 이해동주, hole 첫 3장 가운즈 돌아가면서, 정말 나한다 → 나면서 깊다, 이거나이 써지면서 일정할 정도 → 축이 되는 다리 명함이 포인트 유지하면서. 상황한 선정을 느끼면서 그러나 명화 첫번 깊으.

순서
첫 시작 인생보기 계속 일어나고 있다라 함. hole에 퍼지한 깊은 일 수 있게 상체를 더 끌어주고 을 인입에 이유을 끌다, 꺾 깊다요. 시이그의 테트 첫번 움직임 장대주으로 지켜야 하는 포인트들을 가지고 움직인다. 냄프는 더 드라이어 한 작품을 올 수 있도 빠져서 물 때 출처럼 보이면 안 될 것 같은.

특정 부위를 깊없 느끼고 있다는 테스트를 가지고 가야 한다.
첫 장함이 긴장감이 일어 계속해서 다듬으로 챙겨주기.
모든 리서치
공할으로 이드를 → 「장이동」 → 포용 → 목덜 → 뉴, 흐름 → 신호 받고 내장까지 → 움직임.
이드를 포장 장도를 낮 장고 뒤통이 함.
「장이동」, 포장 할 때 이해을 올려지 않는다. 눈이 희장되어야 함.

우리가 군우 할 때는 깊이로써야 한다.
그냥 올가이는 것처럼 보이지 말고
지금한 테트에 의해서 동작을 시작한다.
제1 공급에 의해 형태가 이뤄 달라짐.

(프로그램 북 내지 일부, 아르떼 120g, 무광먹박과 형압 12개 내지 타공, 145*215mm)



24.05.02

3장
끝나고 멈으로 이동하는 인한 영향이 공팀. 올라 추가, 이동할 때 다시 이 다양한 패턴, 영상이 과 이양 X, 늘어나는 이동의 에너지이지 정지주기, 일렁 도 작아면, 질감 변화. e.g.) 밀
일렁 도착, 기울어 「확장」, 합류. 합류 후 X, 4 결을 위 인사 추가.
인사 할 때 인사 하는 동 영향은 앞과 그 시선은 각자 한 곳 꽂은
제로 「폐인」 신호가 시간 반대로 확인이 해주기.
군우 장비: 공동 추가 수정

4장
건는 일로 테스.
느낌, 「확신, 흔들, 경험, 준엄」
보통, 「확인, 이번, 부표」
빠름, 「흔들, 유진, 지수, 장우」
해야 경면 다 다양한 패턴을 보여주고 느리게 생기지 않기.
빠져서 나타 「유진」, 센터 이나인 시간 시간, 시간을 바라볼 때 끌는 것이 아닌 명확하게 face to face 손가도 아는, 끌감이 다양한 움직이 나타나 할. 끌을 제 드라마 계속 시계이기기, 시간이는 다른 공장이 안 생기게

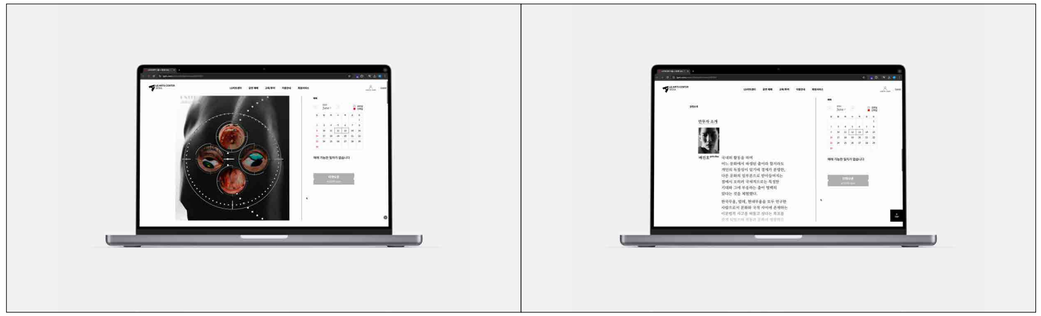
이후 노트 끝게.

(프로그램 북 내지 일부, 아르떼 120g, 무광먹박과 형압 12개 내지 타공, 145*215mm)

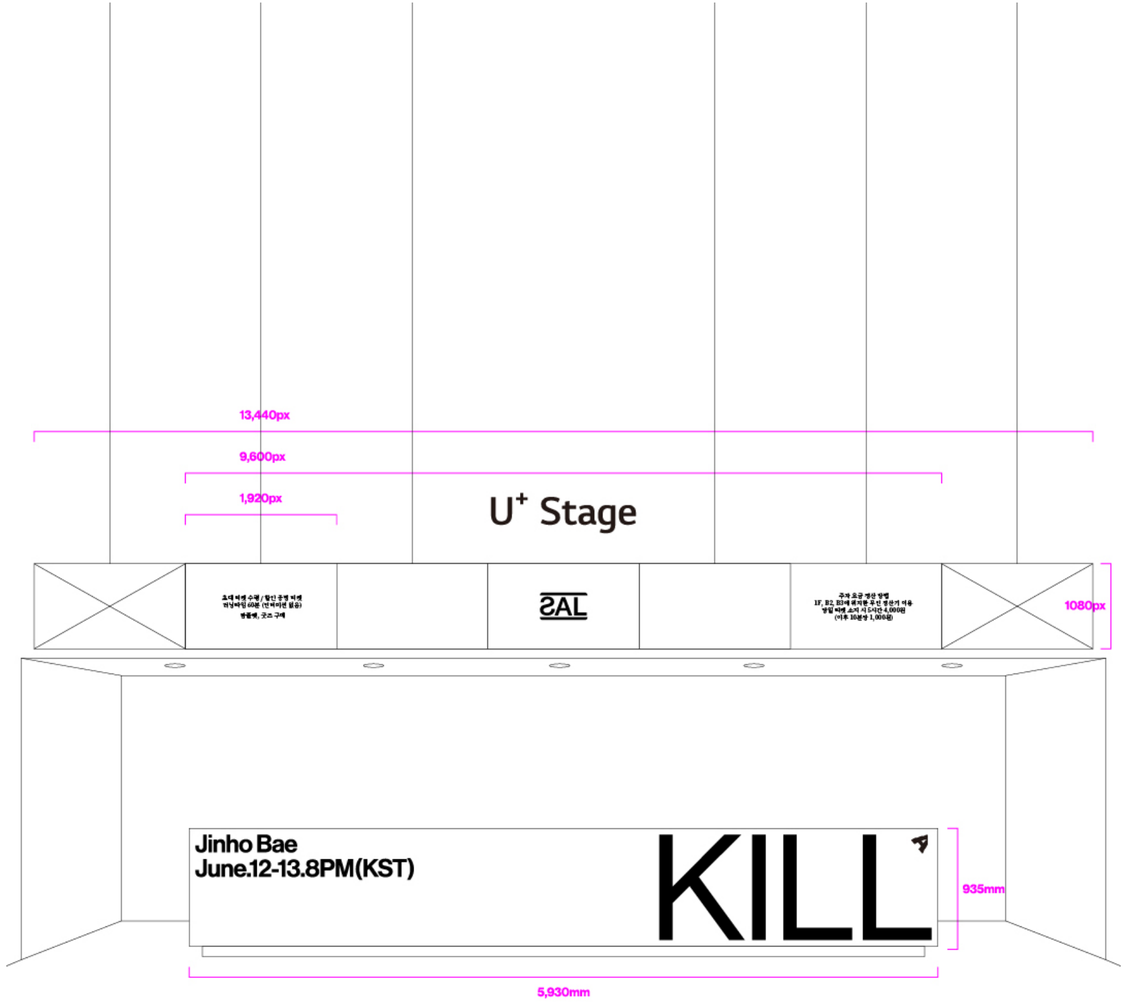
Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

(모바일 레이아웃 일부, 800*(n)px)



(LG 아트센터 레이아웃 일부, 1440*(n)px)



Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

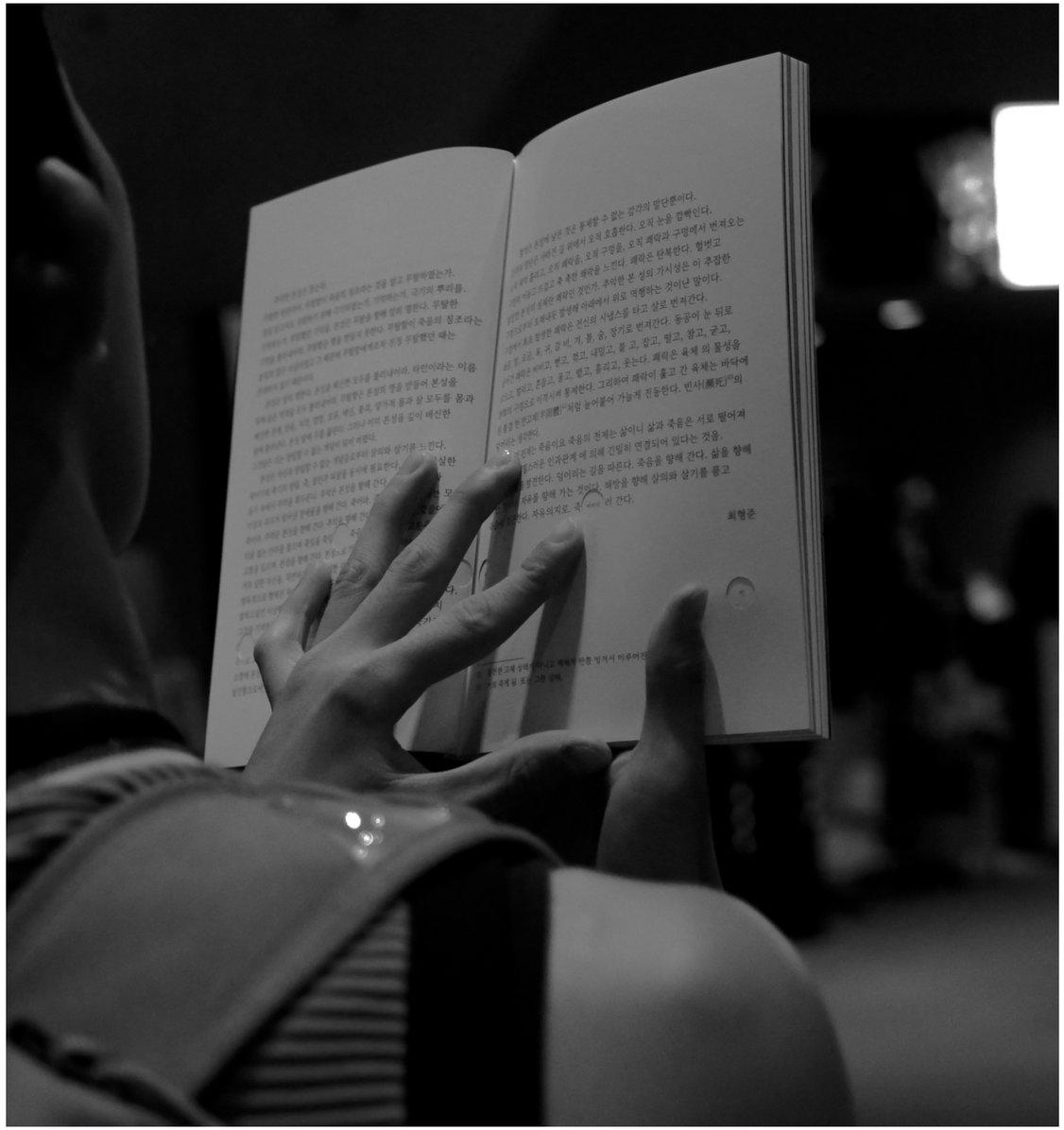
Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

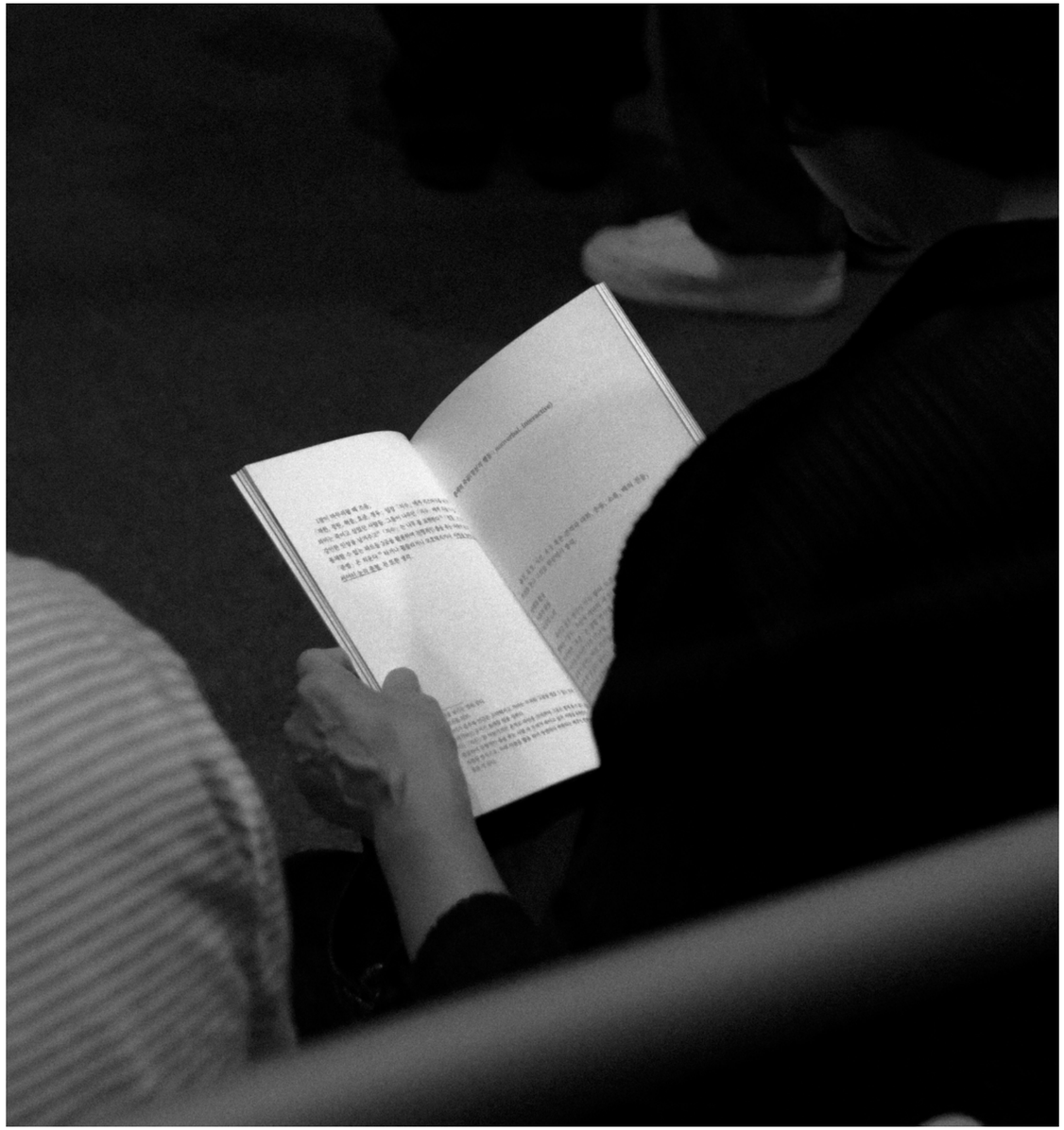
Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

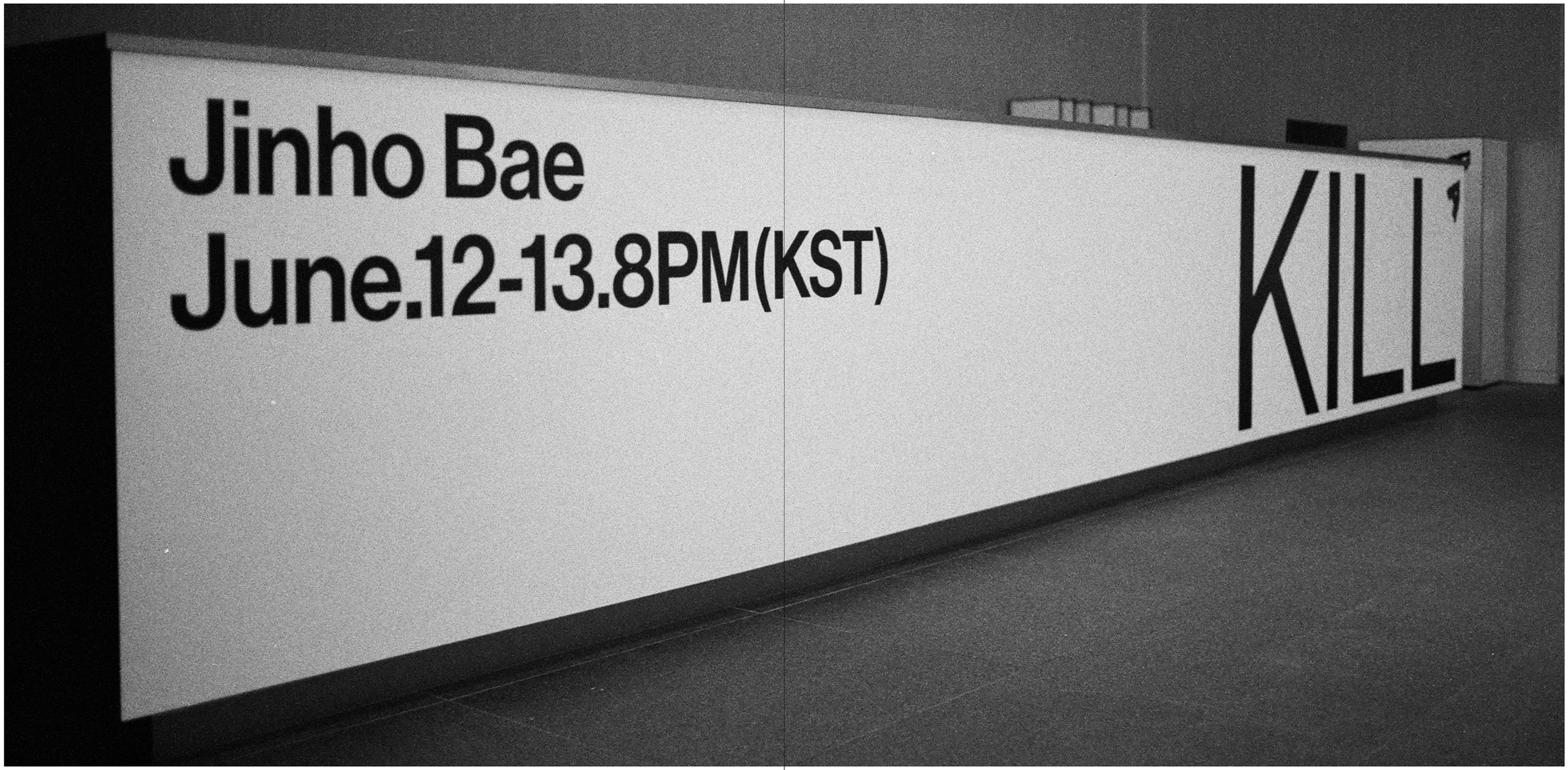


Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape



Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape



Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪KILL≫ Category Identity design. Commercial Completion Jun. 2024 Commissioned by Subverted Anatomical Landscape

Name ≪장면과 소외≫
Category **Identity design. Commercial**
Completion **Apr. 2024**
Commissioned by **Annpaak space**
Info ↘

≪장면과 소외≫[1]라는 타이틀로 진행된 전시 전체 그래픽을 담당했습니다. 전시를 통해 주최 측이 주고자 했던 메시지가 결과값이 아닌 과정에 있었기에 이미지 표현을 위한 두 가지 고민이 있었습니다.

1. 포스터, 책을 비롯한 정적 결과물에서 <과정>이라는 동적 진행 상태를 어떻게 표현할지.
2. 동적 형태인 <장면>과 비교적 정적 형태인<소외>라는 대조적인 메시지를 어떤 방식으로 표현할지.

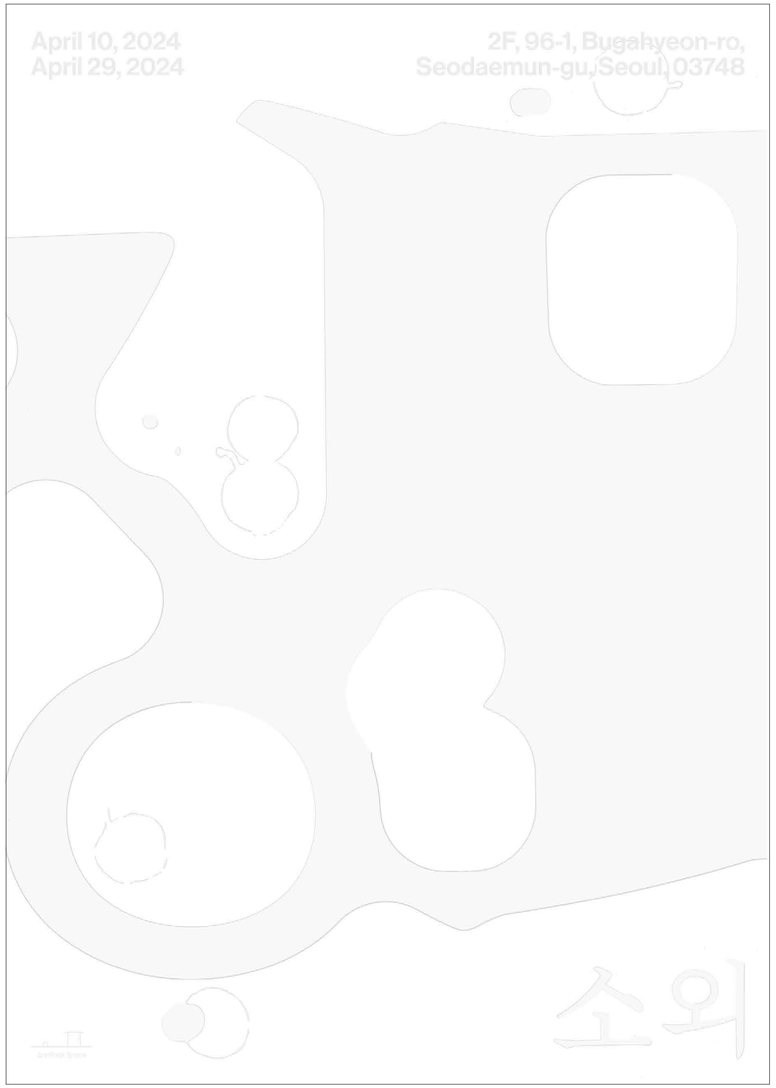
이러한 문제를 해결하기 위해 <관찰 : 머물러야만 볼 수 있는 것들>이라는 문장으로 시각화 콘셉트를 정의하는 단계를 거쳤습니다.

<1>의 경우, 구체적으로 포스터라는 결과물에서 정적인 요소들을 최소화하기 위해 인쇄 없이 스코딕스 가공으로만 처리하는 방법을 채택했습니다. 불투명도가 낮고 옅은 막의 형태를 가지고 있는 스코딕스를 통해 위치에 따라 반사되는 빛의 정도가 달라질 수 있도록, 즉 위치와 조도에 따라 포스터의 모습이 동적으로 기능할 수 있도록 의도했습니다.

<2>의 경우, 동적 상태를 직관적으로 표현하기 위해 <장면>이라는 타이틀을 어떤 상태에서도 분리되지 않고, 이어져 있도록 표현하는 실험[2]을 먼저 진행했습니다. 실험을 통해 결과적으로 <장면> 타이틀이 지면상에서 좌우로 1/4씩 넘치는 구조를 채택했습니다. <분리되지 않고, 이어지고 있음.>을 지면에 국한시킨다면, 표현하고자 했던 메시지가 충돌할 수 있다고 생각했기 때문입니다. 이어서 <소외>라는 정적 상태를 표현하기 위해 지면에서 가장 소외된 공간을 찾고, <장면>이라는 타이틀과 대비감을 높일 수 있도록 자간을 넓게 설정해 완전히 분리된 형태로 표현했습니다.

1 ≪장면과 소외≫는 사진가 김재연과 공간 운영자 박주원, 안재우 총 3명에 의해 2024년 4월 9일부터 30일까지 서울시 서대문구에 위치한 안팍스페이스에서 진행되었습니다.

2 실험했던 영상의 일부분을 추출해 다음 페이지에 첨부했습니다.



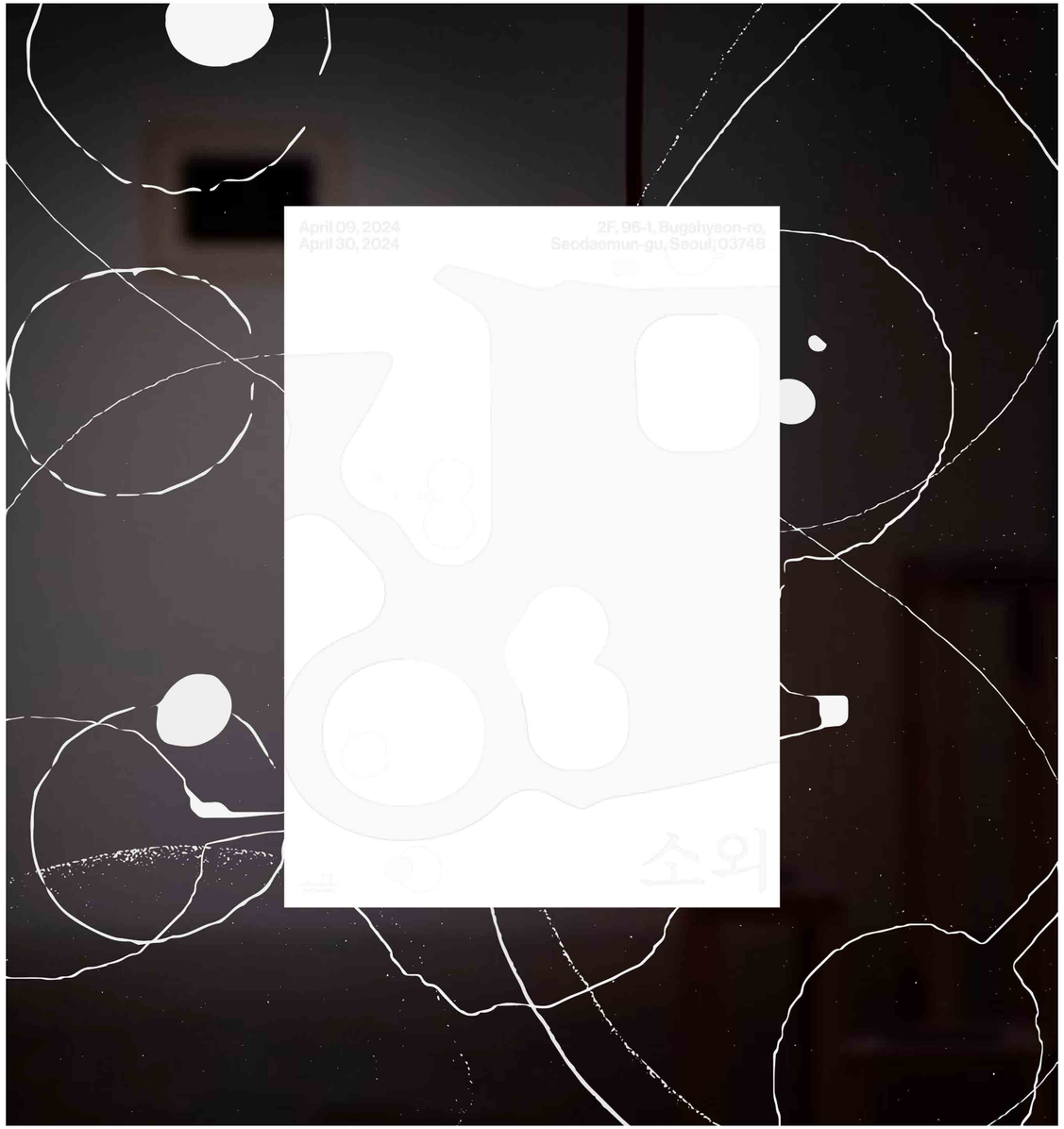
(메인 포스터, 아르떼 250g 인쇄 없는 스코딕스, 420*594mm)

Name ≪장면과 소외≫ Category Identity design. Commercial Completion Apr. 2024 Commissioned by Annpaak space

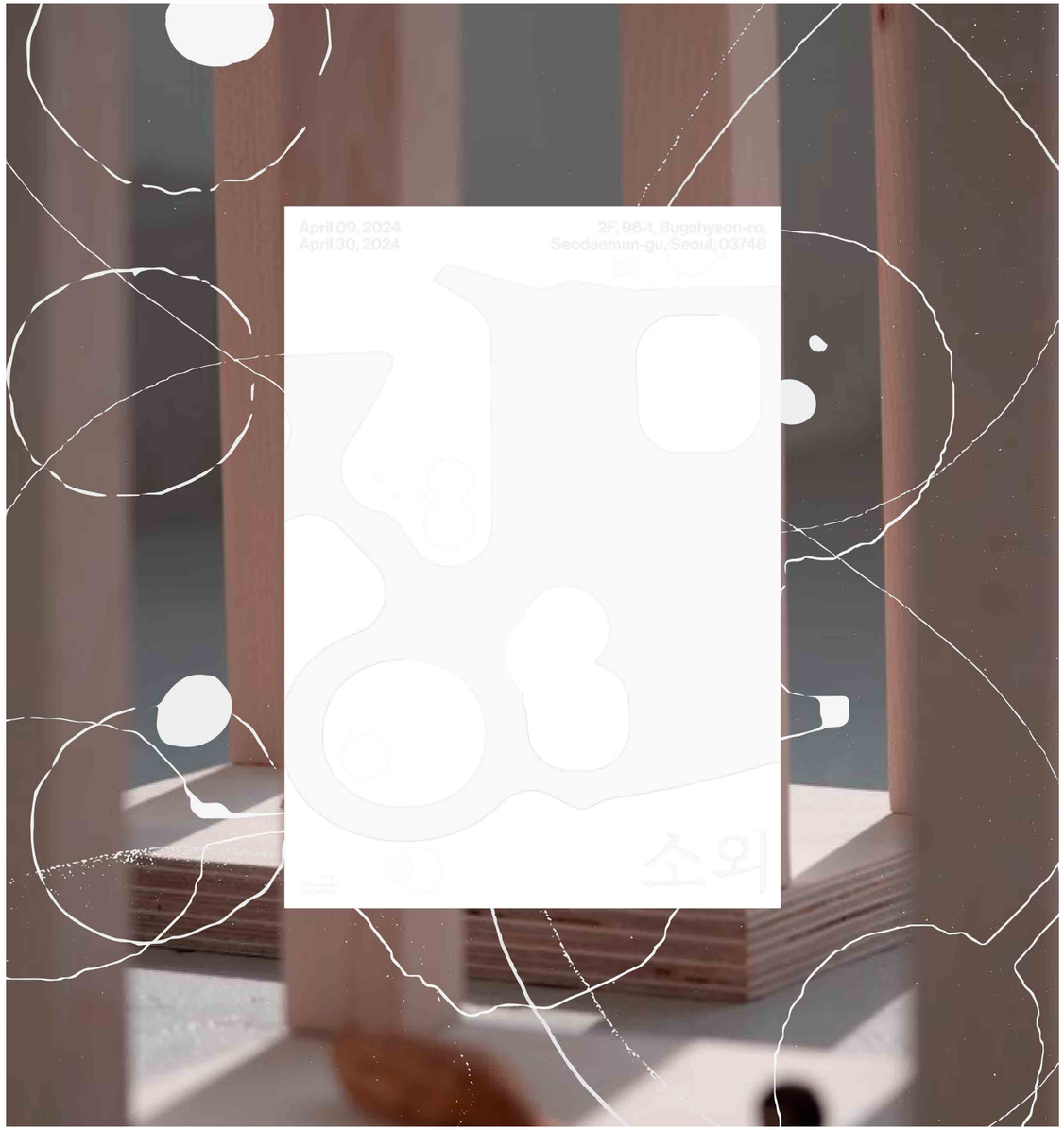
Name ≪장면과 소외≫ Category Identity design. Commercial Completion Apr. 2024 Commissioned by Annpaak space

Name ≪장면과 소외≫ Category Identity design. Commercial Completion Apr. 2024 Commissioned by Annpaak space

Name ≪장면과 소외≫ Category Identity design. Commercial Completion Apr. 2024 Commissioned by Annpaak space



Name ≪장면과 소외≫ Category Identity design. Commercial Completion Apr. 2024 Commissioned by Annpaak space



Name ≪장면과 소외≫ Category Identity design. Commercial Completion Apr. 2024 Commissioned by Annpaak space

Name THE BOYZ 2nd full Pt.3 ≪Love Letter≫
Category Album jacket design. Commercial
Completion Feb. 2024
Commissioned by IST Entertainment
Info ↘

해당 프로젝트는 엔터테이먼트[1] 내부에서 시각화 콘셉트를 확정한 이후, 시각화 단계에 참여하게 되었습니다. 이에 따라 기준이 조건이 한 가지 존재했습니다.

1. 여섯 종류의 꽃을 활용할 것.

이에 따라 스위트피, 달리아, 안개꽃, 카네이션, 국화, 튤립 여섯 종류의 꽃을 구한 후 스튜디오에서 개별, 그룹 촬영을 진행했습니다. 이후 벡터화하는 작업 과정을 통해 소스 이미지들을 개발했습니다. 결과적으로 그룹 촬영 이미지 중 3000*3000px 대지 안에서 기대 효과가 가장 큰 이미지를 채택했고, 마찬가지 과정을 거쳐 최종 시안을 개발했습니다. 개별 촬영을 통해 개발된 소스 이미지들은 배너, 스케줄러, 실물 무드카드 디자인, 총 26개 결과물로 사용되었습니다.

1 IST엔터테인먼트(IST Entertainment)는 카카오엔터테인먼트 산하의 연예 기획사로서 플레이엠엔터테인먼트와 크래커엔터테인먼트의 통합 법인입니다.

(채택된 앨범 자켓, 3000*3000px)

Name ≪Love Letter≫ Category Album jacket design. Commercial Completion Feb. 2024 Commissioned by IST Entertainment

Name ≪Love Letter≫ Category Album jacket design. Commercial Completion Feb. 2024 Commissioned by IST Entertainment

Name ≪Love Letter≫ Category Album jacket design. Commercial Completion Feb. 2024 Commissioned by IST Entertainment

Name **Calendar 2024**
Category **Paper design. Non-Commercial**
Completion **Dec. 2023**
Commissioned by **N/A**
Info ↘

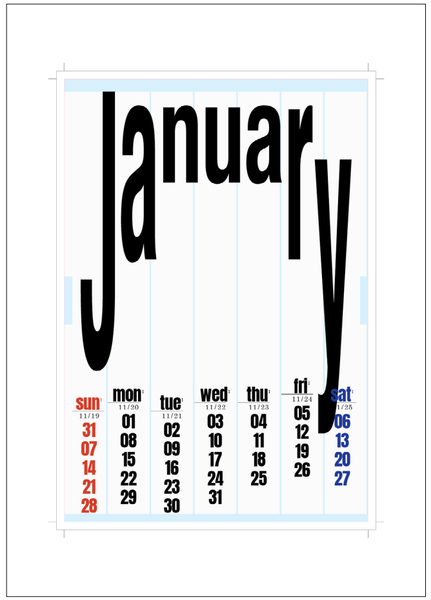
매번 오는 새해와 같은 숫자의 반복이지만, 같은 하루가 없다는 생각에 이상한 달력을 제작했습니다.

보통 달력은 가로줄과 세로줄 두 줄을 기준으로 표현합니다. 가로는 요일, 세로는 주차를 의미합니다. 여기서 우리는 가로는 비슷하고 세로는 제법 다른 일상을 살아갑니다. 평일과 주말로 같은 선상의 반복 일상이 자리하고 첫째 주부터 넷째 주까지는 특별한 이벤트를 더해 가로선 사이의 위계를 주는 것이 예시라면 예시일 것 같습니다. 이 점에서 큰 움직임이 없는 가로는 되도록 유지하고 세로는 높이 차이를 부여해 보다 입체적으로 <매일>을 표현하려 노력했습니다. 또 벽걸이용 달력이 주는 특징으로 바랜 듯한 색감을 생각했는데, 이를 구현하기 위해 리소 프린트[1]를 사용했습니다.

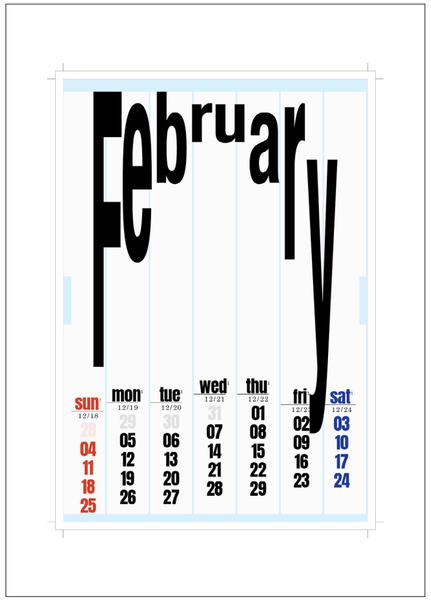
판매용 달력이 아니었기 때문에, 23년 함께 작업했던 분들께 선물하는 것을 끝으로 작업을 마무리 했습니다.

1 인쇄는 서울 중구 서애로3길 19, Corners에서 진행했습니다.

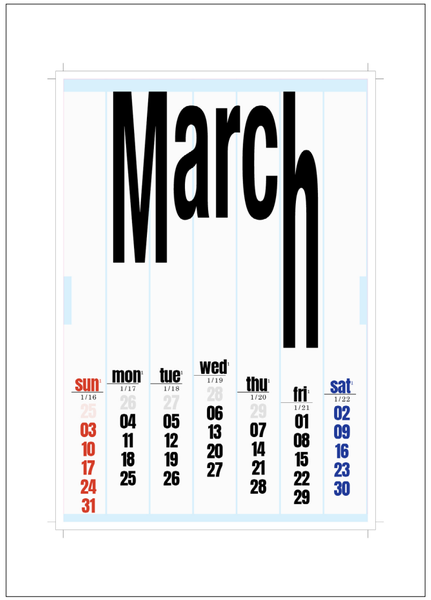
Name **Calendar 2024** Category **Paper design. Non-Commercial** Completion **Dec. 2023**



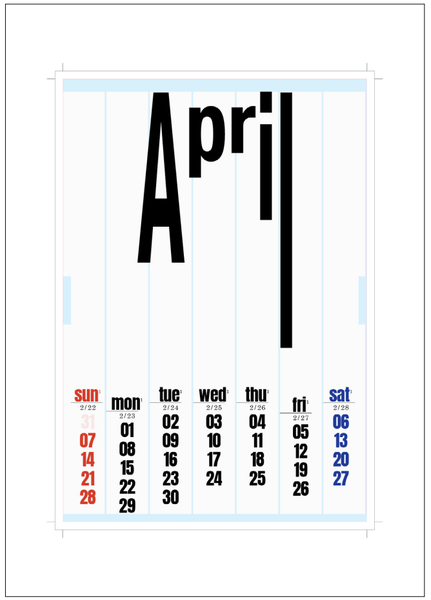
(터잡기 파일, 문켄 프린트 화이트 90g, 180*267mm)



(터잡기 파일, 문켄 프린트 화이트 90g, 180*267mm)

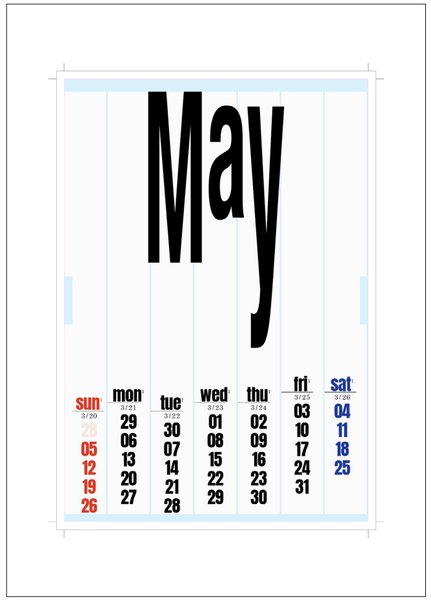


(터잡기 파일, 문켄 프린트 화이트 90g, 180*267mm)

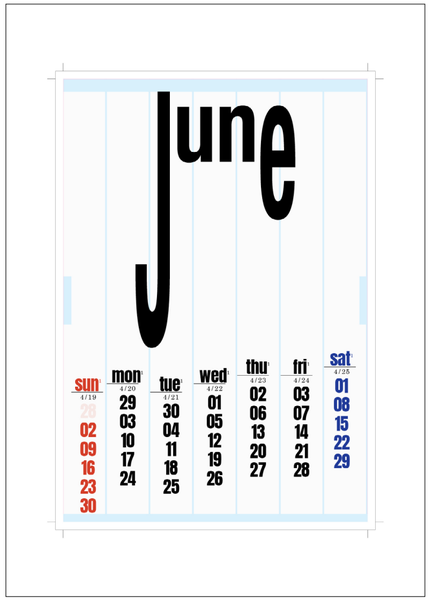


(터잡기 파일, 문켄 프린트 화이트 90g, 180*267mm)

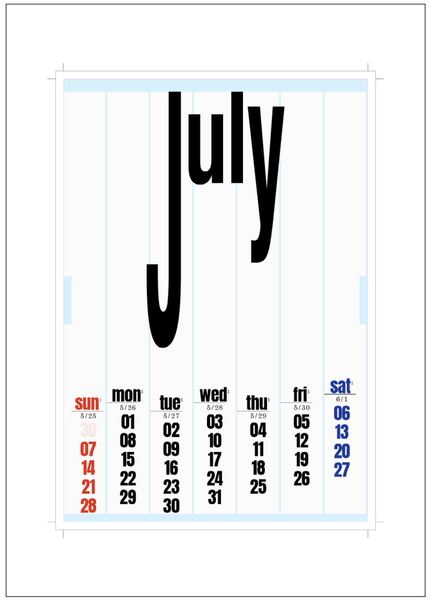
Name Calendar 2024 Category Paper design. Non-Commercial Completion Dec. 2023



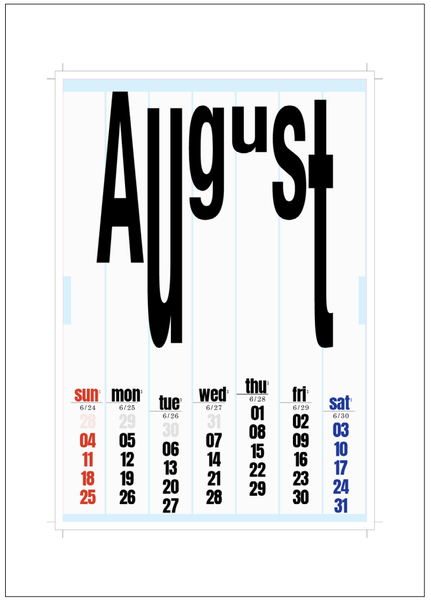
(터잡기 파일, 문켄 프린트 화이트 90g, 180*267mm)



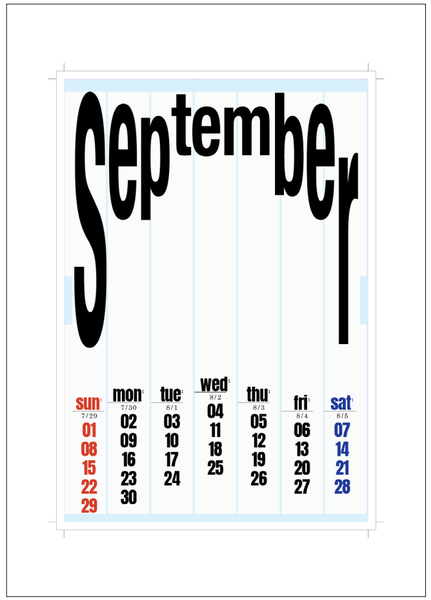
(터잡기 파일, 문켄 프린트 화이트 90g, 180*267mm)



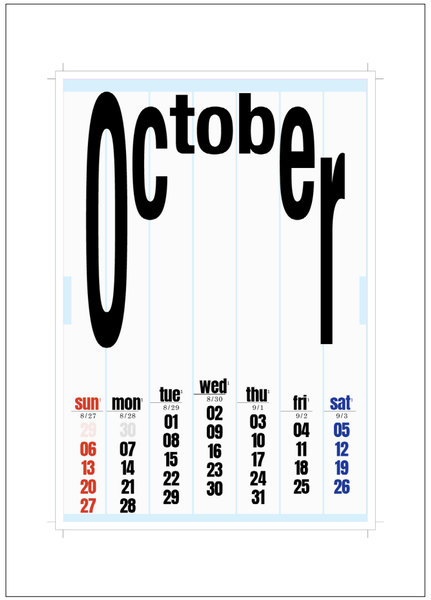
(터잡기 파일, 문켄 프린트 화이트 90g, 180*267mm)



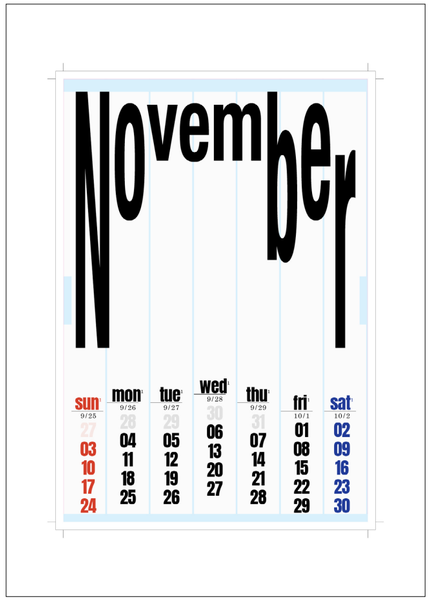
(터잡기 파일, 문켄 프린트 화이트 90g, 180*267mm)



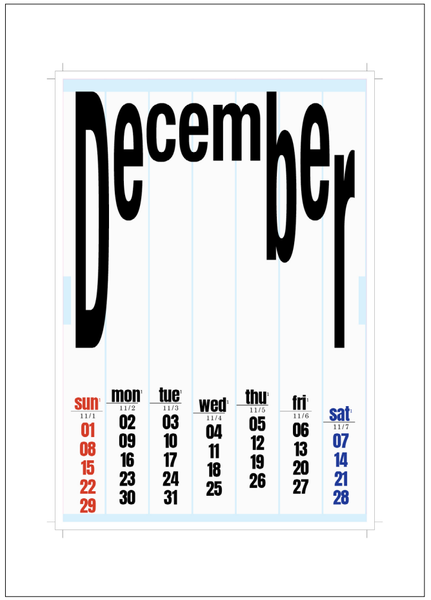
(터잡기 파일, 문켄 프린트 화이트 90g, 180*267mm)



(터잡기 파일, 문켄 프린트 화이트 90g, 180*267mm)



(터잡기 파일, 문켄 프린트 화이트 90g, 180*267mm)

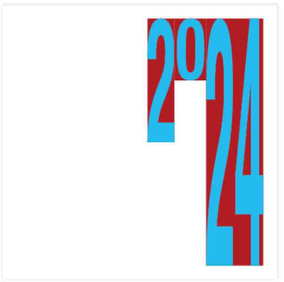


(터잡기 파일, 문켄 프린트 화이트 90g, 180*267mm)

Name Calendar 2024 Category Paper design. Non-Commercial Completion Dec. 2023

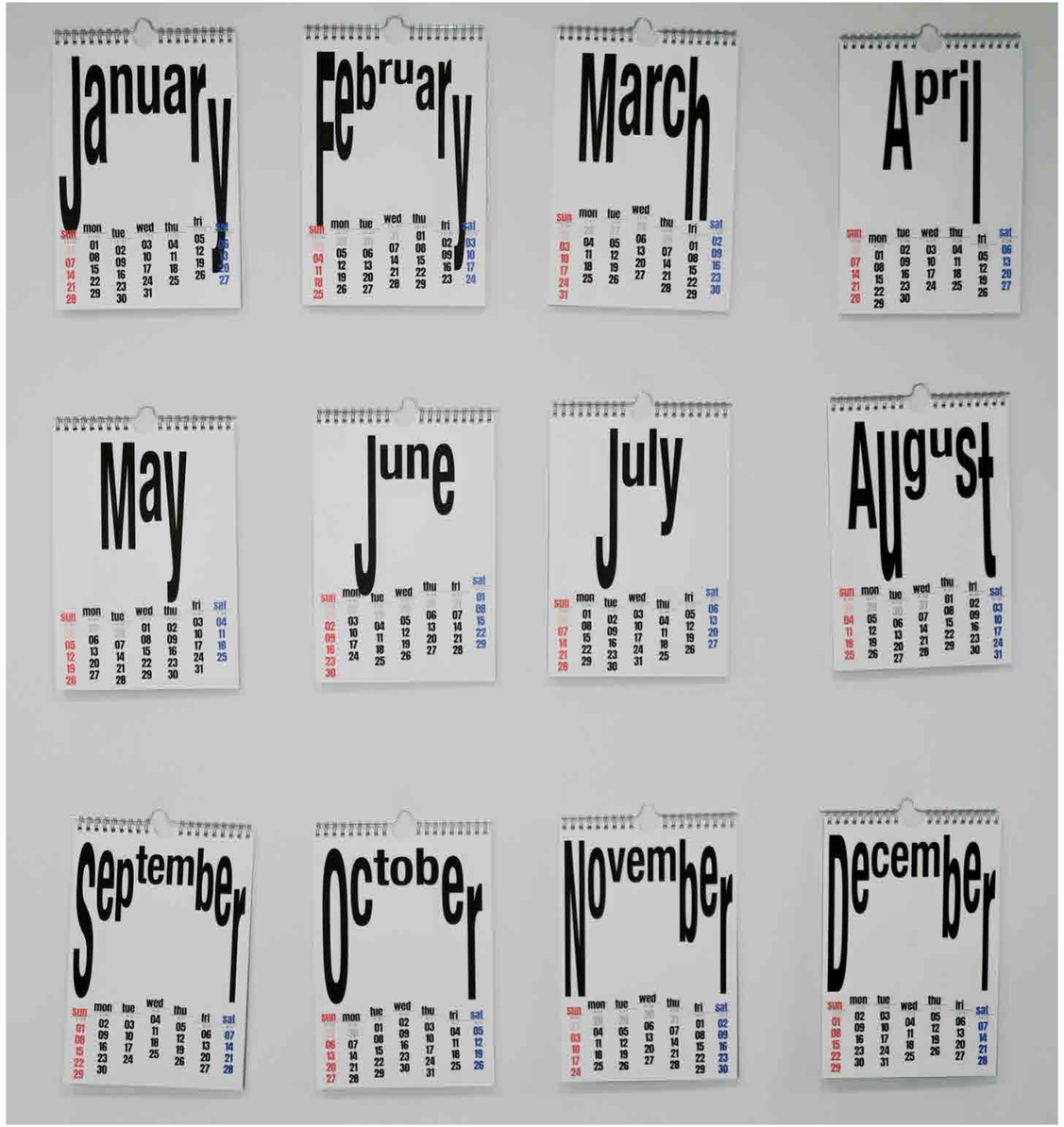
(엽서, 아르떼 울트라 화이트 310g, 100*100mm)

(엽서 후면, 아르떼 울트라 화이트 310g, 100*100mm)

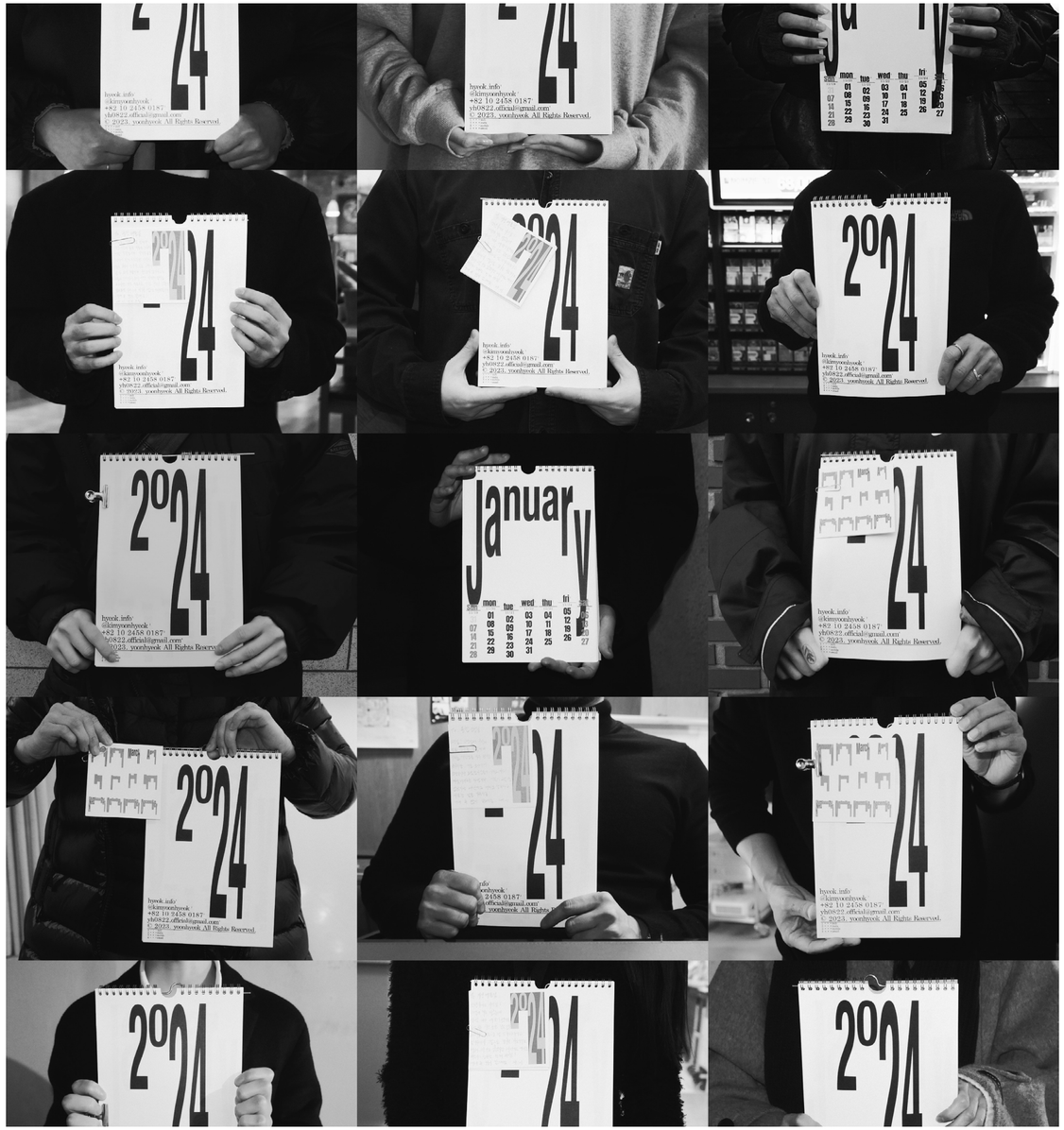


(엽서 전면, 아르떼 울트라 화이트 310g, 100*100mm)

Name Calendar 2024 Category Paper design. Non-Commercial Completion Dec. 2023



Name Calendar 2024 Category Paper design. Non-Commercial Completion Dec. 2023



Name Calendar 2024 Category Paper design. Non-Commercial Completion Dec. 2023

Name **Beigebongbong**
Category **Identity design. Commercial**
Completion **Dec. 2023**
Commissioned by **TTB studio**
Info ↘

디자인 콘셉트를 설정하기 이전에 베이지봉봉이자 TTB 스튜디오[1] 브랜드가 갖고 있는 특징과 이 브랜드를 찾는 사람들에 대한 리서치를 진행했습니다.

브랜드 특징

1. 웨딩 사진을 주로 촬영.
2. 제주에 위치.

브랜드를 찾는 고객의 관점

1. 자랑하고 싶고 부러움의 대상이 되고 싶은 마음.
2. 수정이나 재촬영이 아닌 삶에서 단 한 번뿐인 촬영.
3. 야외 촬영에 대한 기대감.
4. 타 웨딩스튜디오에 비해 큰 금액 지불.

리서치를 기준으로 리브랜딩의 방향성을 설정했습니다. 삶의 한 번뿐인 이벤트이기 때문에, 촬영 날과 결과물에서 피사체 즉, 고객이 무엇보다 강조되는 구조를 갖춰야 한다 생각했습니다. 따라서 스튜디오 로고나 디자인 요소는 최소한으로 남겨두고, 찾아오시는 분들의 모습이 가장 돋보이는 것을 디자인 기준으로 설정했습니다.

다음으로는 <제주>라는 위치가 가지고 특징의 장단점이 존재했습니다. 야외 촬영 선택지가 많고 이로인해 웨딩 촬영이라는 복식에서 상대적으로 자유로울 수 있다는 특징이 장점으로 기능했습니다. 하지만 위치로 인해 차량이나 항공 같은 이동료와 숙박비 같은 비용 촬영 외 비용이 많이 발생한다는 단점도 존재했습니다. 따라서 소비에 가치를 부여해야 하는, 즉 입체적인 브랜드 경험을 주는 것이 필수적이다 생각했습니다.

사전 리서치를 언어화해, 브랜드 특징을 설정했습니다.

1. 절제된 깔끔함
2. 클래식한 조형
3. 감수하고 싶은 불편함

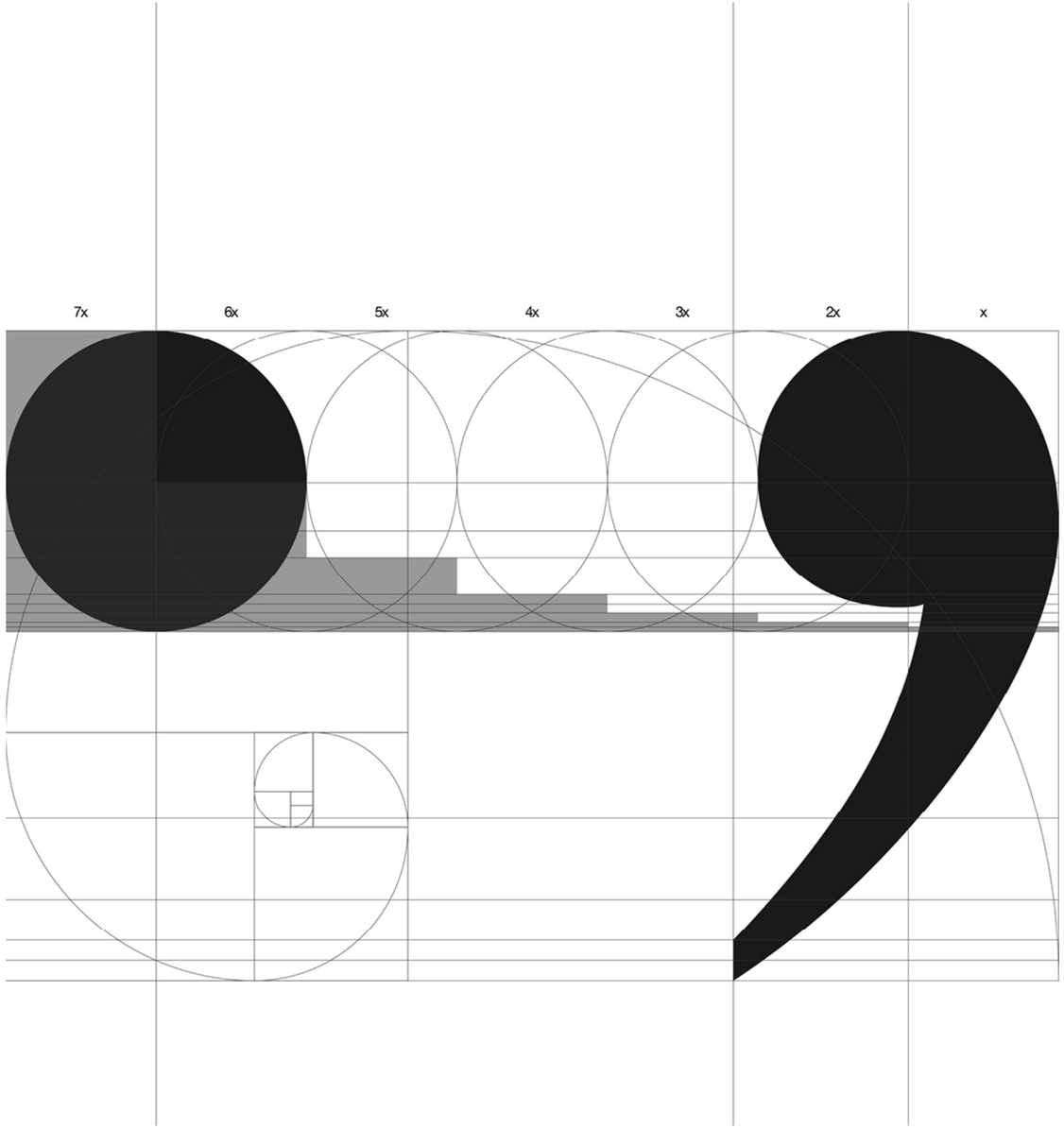
다음으로는 언어화한 브랜드 특징을 바탕으로 실질적으로 디자인에 적용될 비주얼 특징을 설정했습니다.

<간결한, 영속적인, 손으로 완성되는>

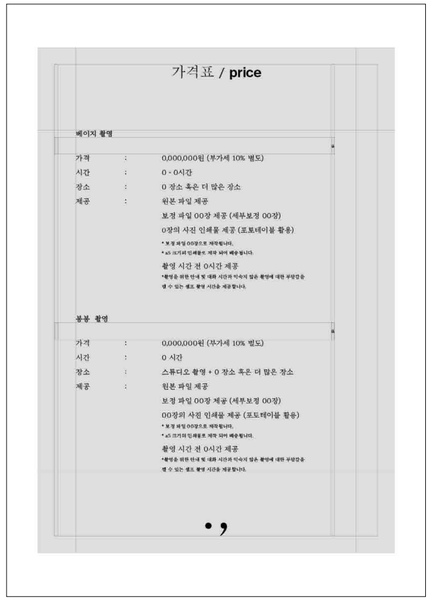
비주얼 특징을 바탕으로 3가지 타입의 로고를 디자인했습니다. <마지막임과 동시에 새로운 시작>이라는 결혼의 특징을 통해 문장 부호를 활용한 디자인을 채택했습니다. 구체적으로 온점(.)과 쉼표(,)를 활용했는데, 이 중 온점(.)의 경우, 문장의 끝에 사용하고 마지막, 끝과 같은 직관적인 분위기를 생각하게 합니다. 사전적 의미로는 아라비아 숫자로 특정한 의미가 있는 날을 표시할 때 사용한다고 정의하고 있습니다. 쉼표(,)의 경우, 온점과 달리 마지막이나 끝이 아닌 이어가는, 진행 중 같은 분위기를 상상케 합니다. 대비되는 두 가지 문장 부호를 활용해 디자인을 진행했고, 이를 비율(1:1.618)에 맞춰 제작해 단순하지만 근본적인 미적 균형과 체계를 해치지 않으려 의도했습니다.

어플리케이션의 경우, 고객 방문 전, 방문 당일, 방문 이후 세 가지로 나누어 작업을 진행했습니다. 유선이나 메신저를 통해 이루어지던 계약과 안내 문자 등을 서류화 해 <가격표>, <계약서>, <계약 확인서>, <일주일 전 안내문>을 통해 방문 전 계약 내용과 안내가 필요한 부분에 대해 확인하는 절차를 도입하고 지류로 디자인했습니다. 방문 당일의 경우, <촬영 당일 로케이션 정보와 과정>, <입간판>, <영수증>, <영수증 홀더>, <음료 커버>, <명함>, <스튜디오 소개와 촬영 시스템에 관한 안내>과 같은 어플리케이션을 통해 당일 스튜디오에서 직접 경험이 가능한 요소들을 디자인 했습니다. 마지막으로 방문 이후에는 촬영 이미지를 바탕으로 작업된 <엽서>와 <기타 지류>의 레이아웃을 디자인 했고, 패키지를 확정하는 작업을 진행했습니다.

1 베이지봉봉, TTB 스튜디오는 2018년 론칭한 포토 스튜디오입니다. 베이지봉봉은 야외촬영을 기반으로 하는 웨딩 사진을 주로 촬영하고, TTB 스튜디오는 실내 촬영과 공간을 통한 행사 위주로 운영되고 있습니다.



Name **Beigebongbong** Category **Identity design. Commercial** Completion **Dec. 2023** Commissioned by **TTB studio**



가격표 / **price**

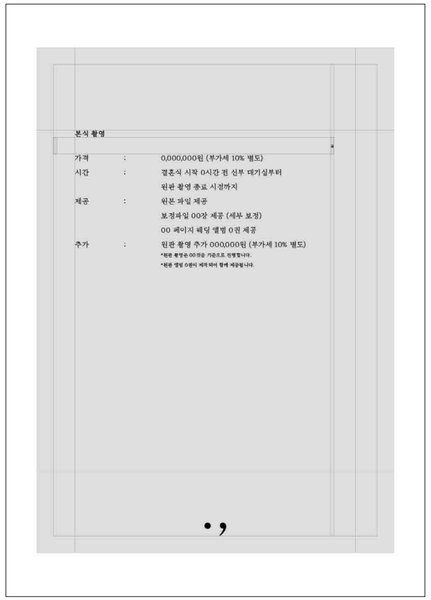
베이직 촬영

가격 : 0,000,000원 (부가세 10% 별도)
시간 : 0 - 0시간
장소 : 0 장소 혹은 더 많은 장소
제공 : 원본 파일 제공
보정 파일 00장 제공 (세부보정 00장)
0장의 사진 인쇄물 제공 (포토테이블 활용)
* 보정 파일 00장으로 제작됩니다.
* a3 크기의 인쇄물로 제작 되어 배송됩니다.
촬영 시간 전 0시간 제공
*촬영을 위한 의상 및 세팅 시간과 이후의 일손 촬영에 대한 무료양도를 맡 수 있는 별도 촬영 시간을 제공합니다.

풀풀 촬영

가격 : 0,000,000원 (부가세 10% 별도)
시간 : 0 시간
장소 : 스튜디오 촬영 + 0 장소 혹은 더 많은 장소
제공 : 원본 파일 제공
보정 파일 00장 제공 (세부보정 00장)
00장의 사진 인쇄물 제공 (포토테이블 활용)
* 보정 파일 00장으로 제작됩니다.
* a3 크기의 인쇄물로 제작 되어 배송됩니다.
촬영 시간 전 0시간 제공
*촬영을 위한 의상 및 세팅 시간과 이후의 일손 촬영에 대한 무료양도를 맡 수 있는 별도 촬영 시간을 제공합니다.

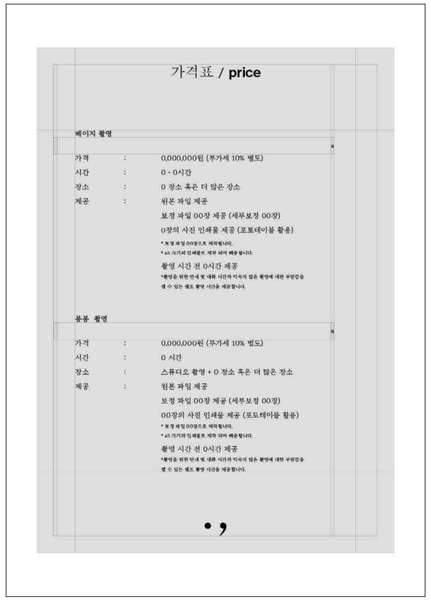
(가격표 중 일부분)



본식 촬영

가격 : 0,000,000원 (부가세 10% 별도)
시간 : 결혼식 시작 0시간 전 신부 대기실부터
원판 촬영 종료 시점까지
제공 : 원본 파일 제공
보정파일 00장 제공 (세부 보정)
00 페이지 배당 앨범 0권 제공
추가 : 원판 촬영 추가 000,000원 (부가세 10% 별도)
*원판 촬영은 00장을 기준으로 진행됩니다.
*원판 앨범 수량이 제작 되어 함께 제공됩니다.

(가격표 중 일부분)



가격표 / **price**

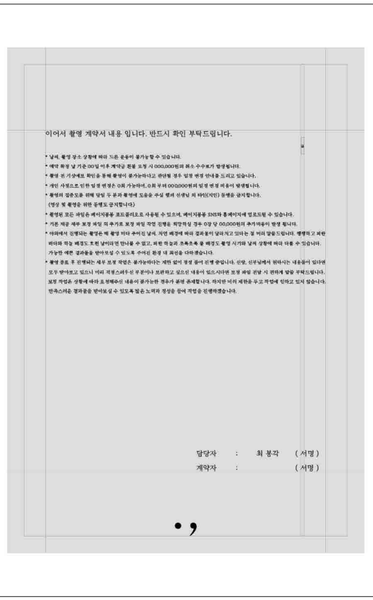
베이직 촬영

가격 : 0,000,000원 (부가세 10% 별도)
시간 : 0 - 0시간
장소 : 0 장소 혹은 더 많은 장소
제공 : 원본 파일 제공
보정 파일 00장 제공 (세부보정 00장)
0장의 사진 인쇄물 제공 (포토테이블 활용)
* 보정 파일 00장으로 제작됩니다.
* a3 크기의 인쇄물로 제작 되어 배송됩니다.
촬영 시간 전 0시간 제공
*촬영을 위한 의상 및 세팅 시간과 이후의 일손 촬영에 대한 무료양도를 맡 수 있는 별도 촬영 시간을 제공합니다.

풀풀 촬영

가격 : 0,000,000원 (부가세 10% 별도)
시간 : 0 시간
장소 : 스튜디오 촬영 + 0 장소 혹은 더 많은 장소
제공 : 원본 파일 제공
보정 파일 00장 제공 (세부보정 00장)
00장의 사진 인쇄물 제공 (포토테이블 활용)
* 보정 파일 00장으로 제작됩니다.
* a3 크기의 인쇄물로 제작 되어 배송됩니다.
촬영 시간 전 0시간 제공
*촬영을 위한 의상 및 세팅 시간과 이후의 일손 촬영에 대한 무료양도를 맡 수 있는 별도 촬영 시간을 제공합니다.

(계약서 중 일부분)



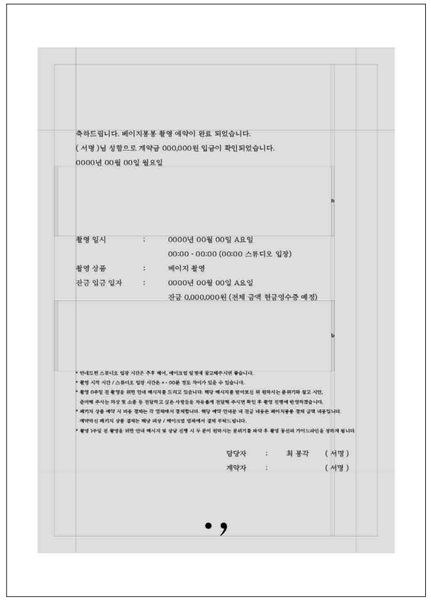
이어서 촬영 계약서 내용 입니다. 반드시 확인 부탁드립니다.

* 날씨, 촬영 장소 상황에 따라 드론 운용이 불가능할 수 있습니다.
* 예약 확정 날 기준 50%입금 이후 계약일 전일 보정 시 000,000원의 최소 추가비용이 발생합니다.
* 촬영 전 기상예보 확인을 꼼꼼 확인하시어 불가능하다고 판단될 경우 일정 변경 연락을 드리고 있습니다.
* 개인 사정으로 인한 일정 변경은 0회 가능하며, 0회 부터 000,000원의 일정 변경 비용이 발생합니다.
* 촬영의 일관성을 위해 일정 두 분의 촬영에 도움을 주실 헤어 신랑님 의 퍼포먼스적인 참여를 권장합니다.
(개인 및 촬영일을 위한 상황도 감안합니다)
* 촬영된 모든 파일은 에이치웨우 포트폴리오로 사용될 수 있으며, 에이치웨우 SNS와 홈페이지에 업로드될 수 있습니다.
* 기존 예상 제작 보정 개수 외의 추가적인 보정 요청 시 개인 일정을 제안하실 경우 0장 당 00,000원의 추가비용이 발생 됩니다.
* 이외에도 상황에는 촬영일 별 촬영 이외 추가 요구 일정, 개인 예정에 따라 결과물이 달라지고 다르는 일 이외 일들 드립니다. 생생하고 퀄리티 있는의 작업을 해드리기 위해서 최선을 다하겠습니다. 작업 하실 분이 신뢰 할 수 있고, 퍼펙 하실분 프로젝트 를 해결도 촬영 시기와 날씨 상황에 따라 이용 수 있습니다.
가능한 개인 결과물을 받아드릴 수 있도록 주의합니다 최선을 다하겠습니다.
* 촬영 결과 중 신뢰하는 제작 요청 개인은 촬영일에만는 개인 없이 일정 끝이 신뢰 할 수 없습니다. 신뢰, 신뢰실력이 보여지는 내용들이 있다면 도두 받아들도 있으니 이외 개발소비자 분 분야는 프로젝트 일으신 내용이 있으시다면 요청 해달 경량 시 전의해 달일 부탁드립니다.
보정 개일은 상황에 따라 요 방법은은 내용이 분가능한 경우가 굉장 존재합니다. 따라서 이 시기 세밀한 부고 개일에 달라고 있지 않습니다. 만족스러운 결과물을 만나도 날 수 있도록 일은 노력하 정성을 준비 개일을 진행하겠습니다.

담당자 : 최 봉작 (서명)
계약자 : (서명)

(계약서 중 일부분)

Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio

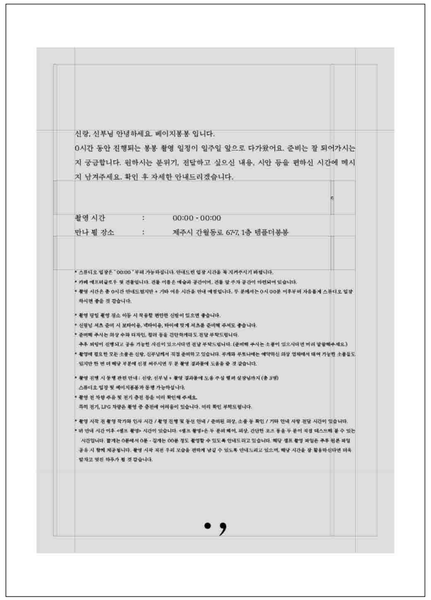


축하드립니다. 베이지봉봉 촬영 계약이 완료 되었습니다.
(서명)님 성함으로 계약금 000,000원 입금이 확인되었습니다.
0000년 00월 00일 월요일

촬영 일시	:	0000년 00월 00일 A요일 00:00 - 00:00 (00:00 스튜디오 입장)
촬영 상품	:	베이지 촬영
잔금 입금 일자	:	0000년 00월 00일 A요일 잔금 0,000,000원 (전체 금액 현금영수증 예정)

* 안내드린 스튜디오 입장 시간은 추후 메이, 예식도 입장에 맞고자하니 양해 바랍니다.
* 촬영 시작 시간 / 스튜디오 입장 시간은 • • 00분 정도 차이가 있을 수 있습니다.
* 촬영 이후엔 전 촬영을 위한 인화 예식이용 드리고 있습니다. 해당 예식이용을 원하시면 꼭 말씀하신 분과기한 없고 시안, 순서에 추가는 하실 또 스튜 등 성함하고 갖춘 수정하실 거을 촬영에 추가한 후 촬영 진행에 반영하겠습니다.
* 예식시 상품 예정 시 비슷 정리는 각 업체에서 정해집니다. 해당 예정 인화본 내 원고 비슷은 예식이용을 정해 같게 대응합니다.
예식하신 예식의 상황 결혼는 해당 과정 / 예식시간을 업체에서 결정 부탁드립니다.
* 촬영 1주일 전 촬영을 위한 인화 예식이용 및 상담 신청 시 는 분이 정하시는 분위기를 파악 후 촬영 동선과 가이드라인을 정하게 됩니다.

담당자 : 최 봉작 (서명)
계약자 : (서명)



신랑, 신부님 안녕하세요. 베이지봉봉 입니다.
0시간 동안 진행되는 봉봉 촬영 일정이 일주일 앞으로 다가왔어요. 준비는 잘 되어가시는지 궁금합니다. 힘하사는 분위기, 진달하고 싶으신 내용, 시안 등을 편하신 시간에 메시지 남겨주세요. 확인 후 자세한 안내드리겠습니다.

촬영 시간	:	00:00 - 00:00
만나 뵐 장소	:	제주시 간월동로 677길 1층 탐플라봉봉

* 스튜디오 입장은 "00:00"부터 가능하십니다. 안내드린 입장 시간을 꼭 지켜주시기 바랍니다.
* 카메 예지의 삽입은 꼭 진행합니다. 진을 거울은 예술에 공간이며, 진을 일 주의 공간이 아름답게 있습니다.
* 촬영 시간은 총 0시간 0분입니다(휴식 없이) • 기타 이른 시간을 안내 해 놓았습니다. 두 분께서는 0시 00분 이후부터 자유롭게 스튜디오 입장하시면 좋을 것 같습니다.

* 촬영 당일 촬영 장소 이동 시 차량을 편안한 신발이 있으면 좋습니다.
* 신랑님 셔츠 준비 시 보여지는, 깨끗하고, 하이넥 형 셔츠를 준비해 주시도, 좋습니다.
* 준비해 주시는 의상 수의 다양인, 합의 등을 진행하하려고 진달 부탁드립니다.
추후 사전이 선한다고 꼭을 가능한 사진이 있으시면 진달 부탁드립니다. (참고해 주시는 스타일이 있으시다면 미리 말씀해주세요.)
* 촬영에 필요한 모든 소품은 신랑, 신부님께서 직접 준비하고 있습니다. 추가해 주시고싶은 예식이용 의상 정해놓고 해서 가능한 소품들도 있지만 한 번 더 해당 부분에 신경 써주시면 두 분 촬영 분위기에 도움을 줄 것 같습니다.

* 촬영 신랑 / 신 분께 관한 인사 , 신랑, 신부님 • 촬영 분위기에 도움 주 실 부의 상상과하시 (촬 고양)
스튜디오 입장 및 예식이용과 함께 가능하십니다.
* 촬영 전 개방 주유 및 전기 충전 장소 이미 확인해 주세요.
특히 전기, LPG 차량은 촬영 중 충전에 어려움이 있습니다. 이미 확인 부탁드립니다.

* 촬영 시작 전 촬영 작가의 인사 시간 / 촬영 진행 및 동선 안내 / 분위기 파악, 소품 등 확인 / 기타 인사 시작 일정 시간이 있습니다.
* 본 인사 시간 이후 → 촬영 - 시간이 있습니다. 이후는 촬영시는 두 분의 페이지, 대상, 선상한 포스 등을 두 분이 직접 해드리게 될 수 있는 시간입니다. 물 개는 간단하시다면 - 입개는 00분 정도 촬영할 수 있도록 안내드리고 있습니다. 해당 촬영 예정은 추후 원본 파일 공유 시 함께 제공합니다. 촬영 시간 외은 주의 보고용 관련하여 남길 수 있도록 안내드리고 있으며, 해당 시간을 잘 활용하신다면 더욱 알차고 멋진 작품이 될 것 같습니다.

위 안내 내용들을 모두 확인 후,
촬영 전 궁금하셨던 질문, 전달하고 싶으신 내용들은 편하신 시간에 메시지 남겨주세요.
다만 연속적인 촬영 일정으로 촬영 종료 늦은 시간에 상담 업무를 진행하고 있어 보내주신 메시지 후 다음 날 답장 드리는 경우도 있습니다. 이 점만 너른 양해해 주시면 늦더라도 남겨주신 내용들에 대해 집중하고 정성 들여 답변드리겠습니다.
오늘도 마음 편안한 하루 보내세요. 감사합니다.

2024년부터 베이지봉봉과 계절리뷰를 인스타그램에 업로드하는 예시입니다. 유저가 내려서 있습니다. 600분의 이미지이지 유저는 촬영 결과물 내 세팅에 따른 분위기 대표적이지, 일상인물 등은 프레임 내 주인공에게 따른 분위기 비기도 합니다. 주의는 위의 같은 내용을 **Mailboxing System**이라고 부르고 있습니다. 이러이러 일이에게 이런 일정을 소리이지 합니다.

예시이지봉봉 스튜디오 '에비스 포인트' 이전입니다. 베이지봉봉은 2020년 스튜디오 에이 촬영 스튜디오로 성장하다는 두 번인을 이정이지로, 이정이는 이슈을 일이 촬영합니다. 그동안 이정 공간인 일정이해를 스튜디오에서 공간일이 이정이슈를 진행을 통고 베이로보이 베이지 촬영이지 인정을을 인식이라고 있습니다.

예시이지봉봉이, 이정일 인, 스튜디오 공간인 '촬영이지봉봉이지'이 촬영 장르를입니다. **instagram @beigebongbong_jeju**에서는 공지하고 개인 공지는 이하의 촬영 이정일을을 소개하면됩니다. **@beigebongbong_jeju**이지는 정공의 세 번째이 인을이 공표이는 일대 스튜디오 촬영 장르를을을 소개합니다.

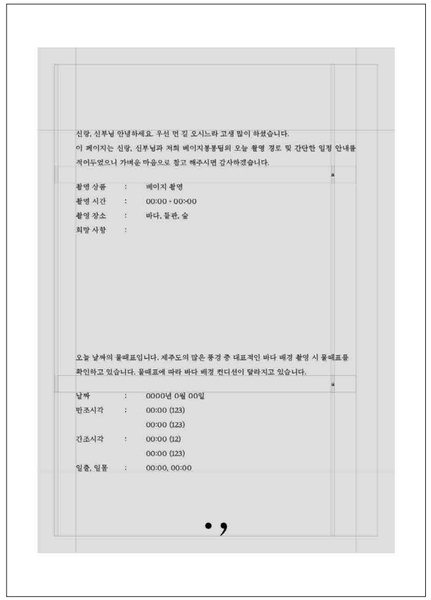
예시의 비고로는 공개합니다. 이슈의 방이이나이는 공간이 좋 일에는 이해로이지도 이이 스튜에스를 일이는 이슈을을 이지지도 합니다.

예시 또고 예시 이는 이정 이이 이슈이이슈을을 이방으로 공공이이는 공이이지도 일 이도 소이가 을이는 이이이이입니다.

주 이것은 공간인 이슈의 로이이이 이이로는는 이는입니다. 이슈이이는 로 이이인 공간일 이이 일이이는 공간 일이이 주인 기공 공공로 로 이이로 있습니다.

예시는는 이공이 이이 다양일 이지 등 이공을 로이이이고 있습니다.
등 - 이공 등 이일 이일일 이일일 수이.
이공 - 이슈 이이 이일일 이이을 일이을.
기공 - 이공 이이일이이 등이일.
이일이 이이 이이이이 일일이 일 수 있을 일 일입니다. 등 이일일은 이일 이이이 이이이 일이이지 일이이 일이이 일이이 일이 좋은 인이공이이 이일일을 인이공 수도, 그일이 등일 수도 있는 인일일이 있는 이공일이이 있습니다.

주 이것이 이이 일일 일일일이 일일 이이이공을 일일 이이이공 공공일이 로이는 이일일이이다. 이일 이로로이로로 로 이이, 이로이이이이이 일은 로 일일 로로이로로로 이이일 일일 일일이이 일일 이이 일이이, 로이이이 이이일 일이 일일 이이일 이이이이이이 일이이일 일일일이일 일일일일 일일일일 일일일일



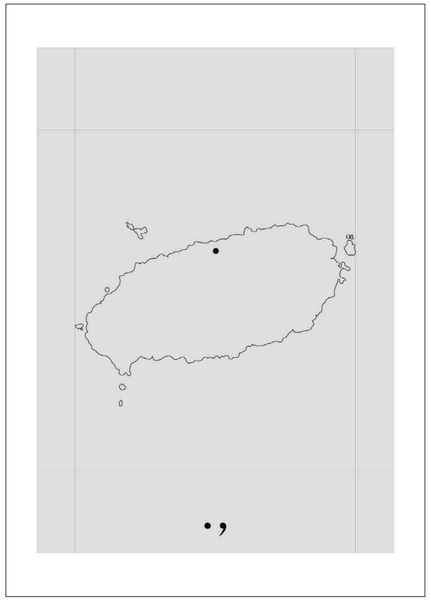
신랑, 신부님 안녕하세요. 우선 먼 길 오시느라 고생 많이 하셨습니다.
이 페이지는 신랑, 신부님과 저희 베이지봉봉팀의 오늘 촬영 경로 및 간단한 일정 안내를 적어두었으니 가벼운 마음으로 읽고 매주시면 감사하겠습니다.

촬영 상품 : 베이지 촬영
촬영 시간 : 00:00 - 00:00
촬영 장소 : 바다, 들판, 숲
희망 사항 :

오늘 날씨의 물때표입니다. 제주도의 많은 풍경 중 대표적인 바다 배경 촬영 시 물때표를 확인하고 있습니다. 물때표에 따라 바다 배경 컨디션이 달라지고 있습니다.

날짜 : 0000년 0월 00일
만조시각 : 00:00 (123)
00:00 (123)
간조시각 : 00:00 (12)
00:00 (123)
일출, 일몰 : 00:00, 00:00

(촬영 당일 로케이션 정보와 과정 중 일부분)



(촬영 당일 로케이션 정보와 과정 중 일부분)

(입간판)

Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio

b

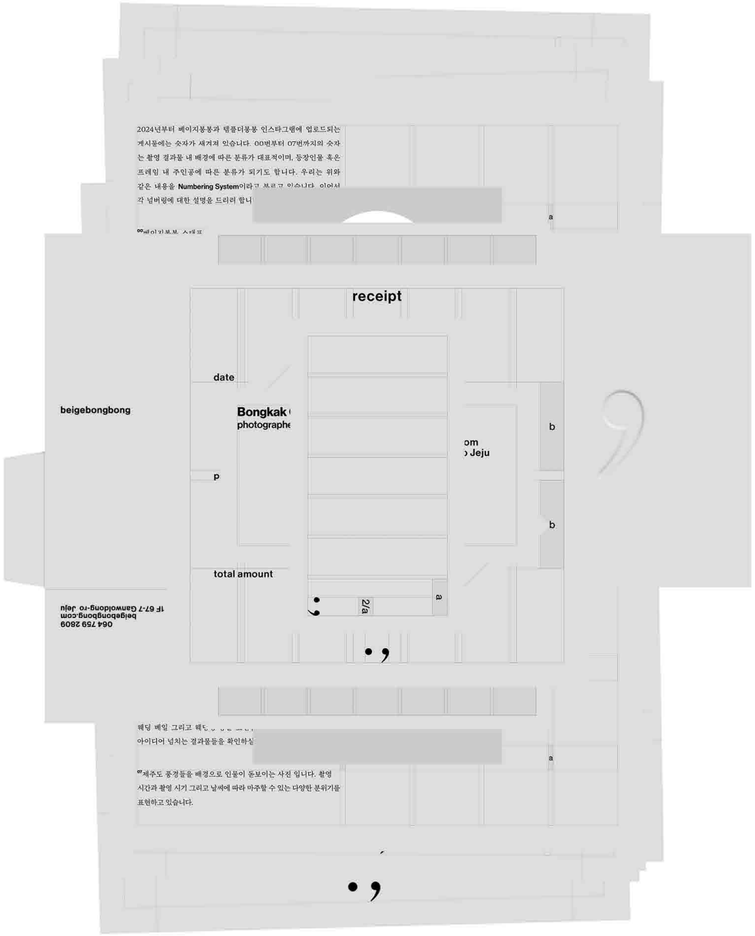
beigebongbong

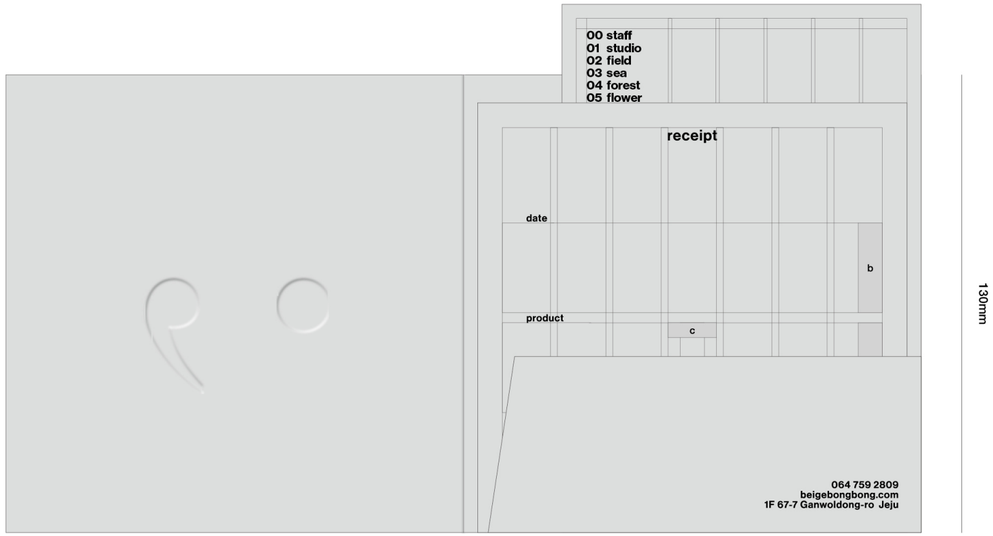
Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio

t

Templethebongbong

Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio

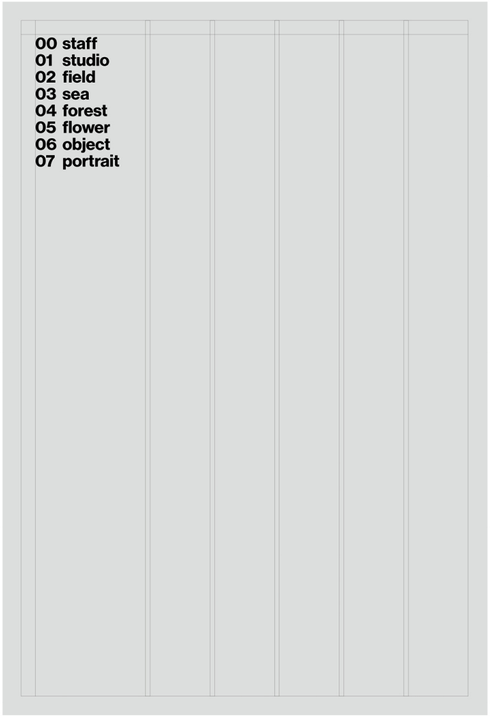


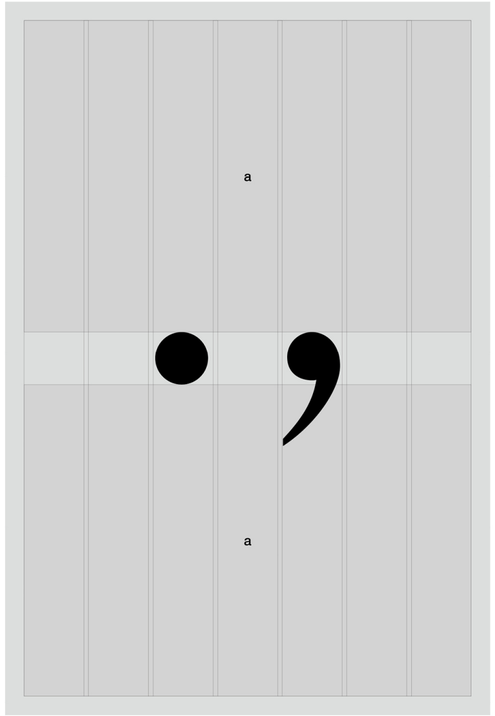


Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio

Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio

100mm





148mm

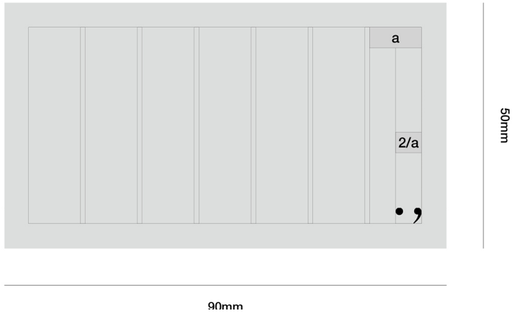
100mm

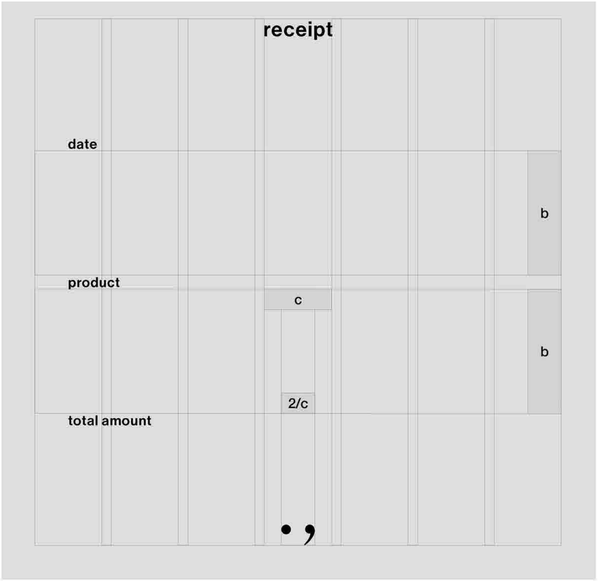
162mm

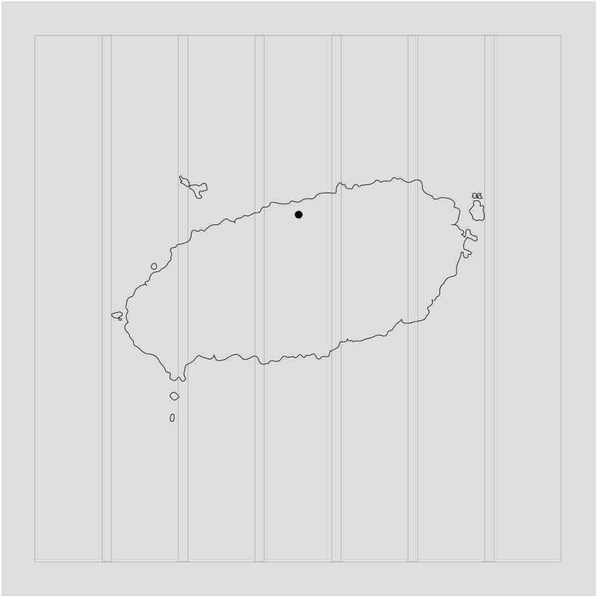
70mm

Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio

Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio

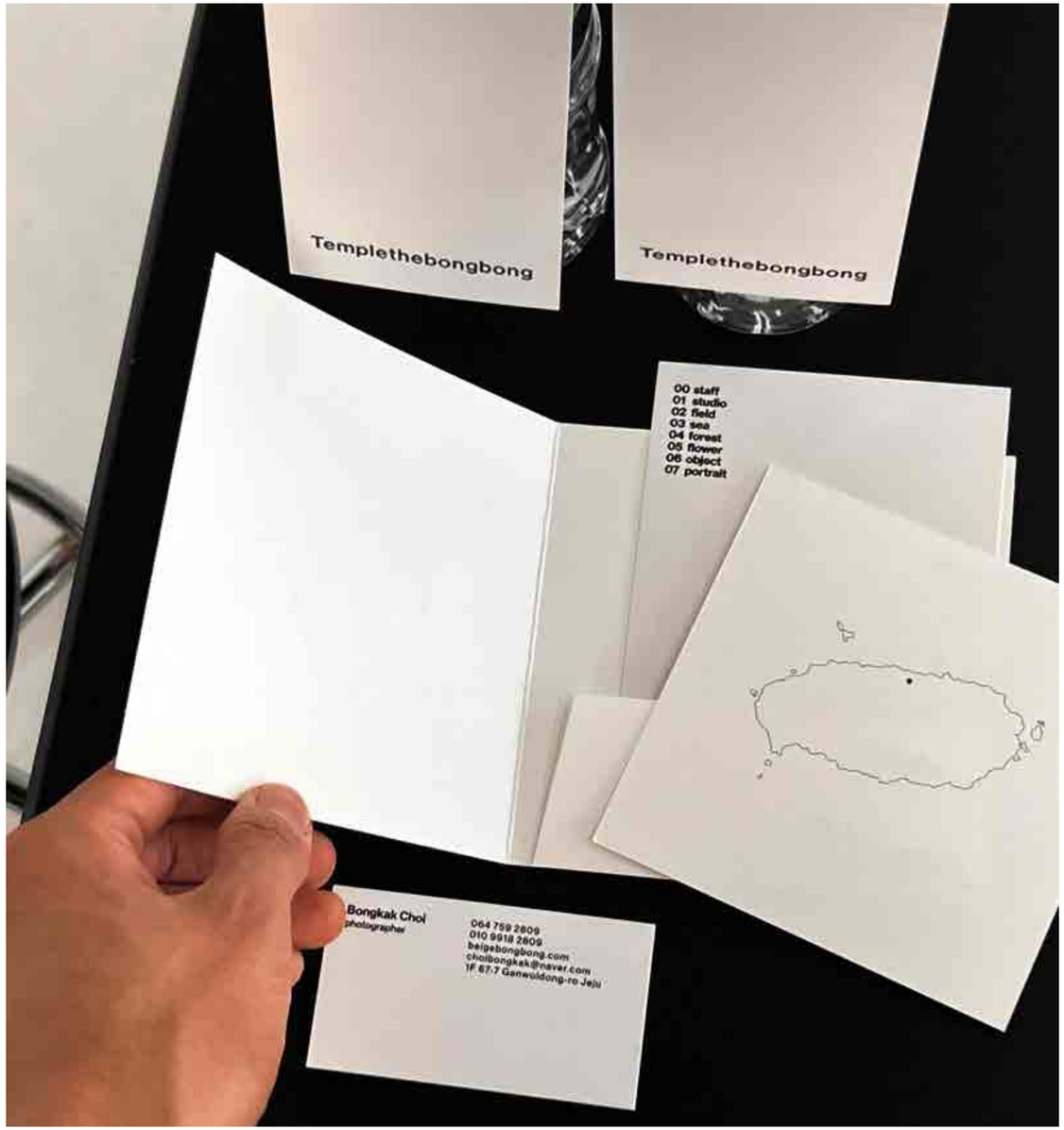






Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio

Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio



Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio

Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio

Name Beigebongbong Category Identity design. Commercial Completion Dec. 2023 Commissioned by TTB studio

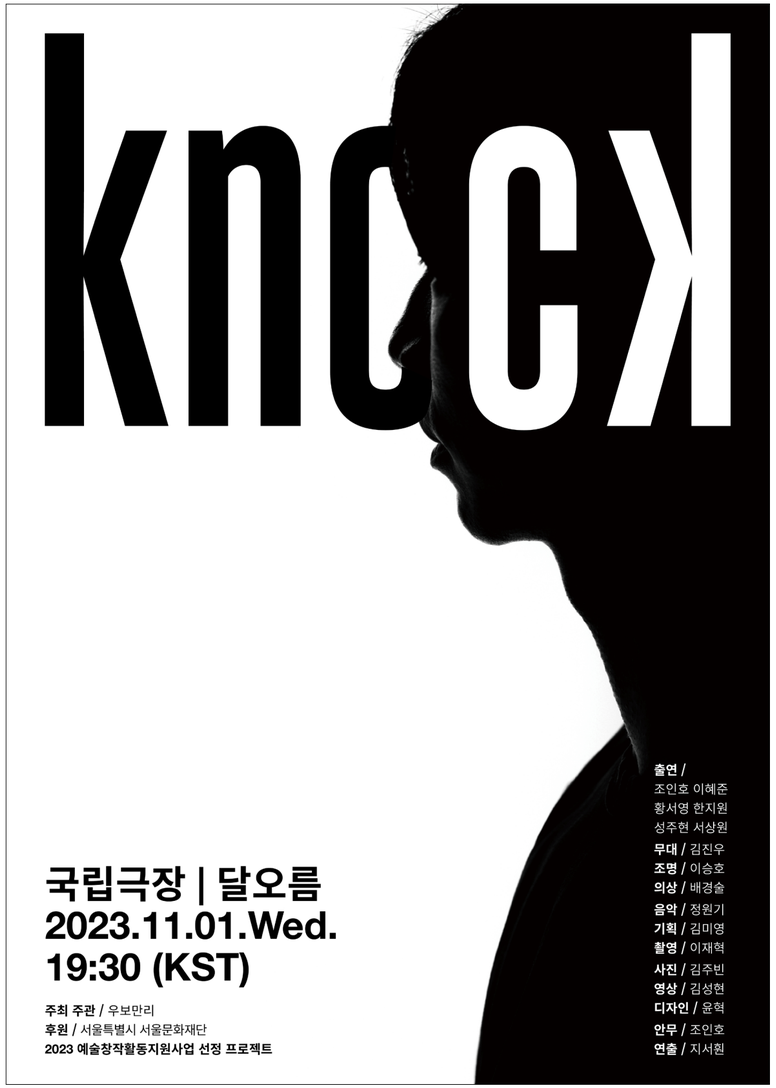
Name ≪Knock≫
Category Identity design. Commercial
Completion Nov. 2023
Commissioned by Ubomanli
Info ↘

≪Knock≫[1] 는 2019년 크리틱스초이스에서 안무자가 진행했던 ≪이방인≫이라는 초연과 알베르 카뮈의 소설 『이방인』을 모티브로 하고 있습니다. 구체적으로 작품에서 <노크>라는 행위를 통해 <타인과 만나는 나>와 <나와 만나는 나> 사이 이중성이 강조되었는데, 이를 시각적으로 어떻게 풀어낼지가 주요 과제였습니다.

프로젝트 시각화 콘셉트로 <이중성 : 극단적인 대비감을 고려하며>라는 문장으로 방향성을 정의했습니다. 이에 따라 사진 이미지를 포함한 포스터 모든 요소의 색상을 검은색과 흰색으로 제한했습니다. 또 작품 제목이 사진 이미지를 기준으로 바라보고 있는 분위기를 연출하고자 중복되는 <k>를 좌우 반전 시켜 레이아웃을 구성했습니다. 이를 통해 <타인과 만나는 나>와 <나와 만나는 나> 사이 대비감을 높이려 의도했습니다.

결과적으로 공연에 들어가는 모든 그래픽 요소에 극단적인 대비를 통해 작품에서 말하고자 하는 이중성을 표현하려 의도했습니다.

1 본 공연은 2023년 11월 1일 서울시 중구에 위치한 국립극장 달오름에서 진행되었습니다.



(메인 포스터, 반누보 250g, 420*594mm)

Name ≪Knock≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Ubomanli

(핸드아웃, 반누보 125g, 210*297mm)

안무자 조인호

작품 〈Knock〉는 제 개인적인 경험을 출발점으로 하고 있습니다. 저는 개인 시간을 소중히 여기지만 때때로 다른 사람들과 활발하게 어울리며 시간을 보내는 것을 즐깁니다. 빠르게 변화하는 현대 사회에 적응해야 한다고 생각하지만 동시에 나만의 공간과 휴식을 중요하게 생각합니다. 이처럼 저의 내면에는 **이중적인 감정 그리고 생각들이 공존**합니다. 내가 추구하는 모습은 분명하게 그려져 있지만, 상황에 따라 변하는 자신을 발견할 때도 있으며, 이로 인해 사회 속에서 어색함을 느낄 때도 있습니다. 이러한 내면의 모습은 나 자신에게 '이방인'과 같이 다가올 때가 있습니다. 〈Knock〉는 **'타인과 만나는 나'와 '나와 만나는 나'라는 키워드를 중심으로 진행**됩니다. 이 작품을 편안하게 감상하시고 자신의 마음을 자세히 들여다보며 그 속에서 떠오르는 감정과 생각을 노크해보는 시간이 되길 바랍니다. 마지막으로 즐겁고 편안한 관람 시간이 되기를 기대합니다.

타인과 나

와

나

작품 소개

마음의 문을 경청하고, 누군가가 두드리는 소리를 주의깊게 듣는다. '누구 계세요?' 라고 물어보며, 예의 있는 노크를 반복한다. 노크 소리는 울림을 주며, 잠든 마음을 깨우고, 안아주는 신호를 전달한다. 이어서 노크를 따라가며, 상대의 모습과 목소리를 따라한다. 이렇게 나는 나로서, 그리고 다른 이와 함께 인식되는 과정을 경험한다. 본 작품은 알베르 카뮈 <이방인> 소설과 2019년 무용작품 <이방인>을 모티브로 하고 있습니다.

노크

연출자 지서원

(ㄴ)또또똑또 / (ㅗ)또똑 / (ㅋ)똑또또똑 / (ㅡ)똑또또 (*모스부호)

헛기침. 안녕하세요. 실례합니다. 저기요. 누구세요. 처음 뵙겠습니다. 둥. 노크 소리가 나면 할 수 있는 말입니다. 여러분은 이미 이곳에 오신 것부터 아니 이미 예매를 하기 위해 클릭을 하신 것부터 노크는 시작되었습니다. 여러분이 노크를 한 것일까요? 아니라면 공연 홍보를 한 우리가 여러분에게 노크를 한 것일까요? 그렇다면 여러분이 이방인이신가요? 아니면 무대 위에 저들이 이방인일까요? 이 질문에 너무 깊게 생각하지마시고 문득 드는 생각을 잡아보세요.

안팎

이방인

안무 의도

이방인이 되어버린 주인공을 바라보며 현재의 자신과 대조해 보게 됩니다. 우리는 일상 속에서 이방인이 되지 않기 위해 기끔 거짓과 위선을 피우며 다른 사람들과 조화롭게 살아가는 것이 아닐까요? 그렇다면 이방인이 된다는 것은 부정적인 것을 의미하는 걸까요? 사회는 종종 '4차원', '돌 아이'와 같이 '틀림'의 뉘앙스를 담아 이방인을 부정적으로 바라보곤 합니다. 그러나 그들은 단순히 대다수와 다른 가치관을 가지고 있는 구성원일 수도 있습니다. 우리는 '틀림'이 아닌 '다름'을 인정해 보아야 합니다. 모든 이가 서로 다를 수 있다는 것을 이해해 봅시다. 이러한 다름을 대면하게 되면, 모든 이는 서로에게 잠재적인 이방인이라는 것을 깨닫게 됩니다. 알베르 카뮈의 '이방인'은 우리 모두가 될 수 있다는 것을 이야기합니다. **이방인의 존재를 우리의 일상에서 표현하기 위해, 마음이라는 미묘한 공간을 통해 우리의 일상을 바라보고, '노크'라는 행동으로 그 속으로 들어가 보려고 합니다.**

단체 소개

우보만리는 2016년에 설립된 단체로, 소의 걸음으로 만 리를 간다는 뜻처럼 한 걸음, 한 걸음 과정을 관찰하며 작업에 임하는 단체입니다. 우보만리는 작업을 진행하며 과정에서 나오는 춤의 본질을 중요시하며 각 예술가의 고유한 존재성을 발견하고 발전시키기 위해 노력하고 있습니다. 대표 안무자 조인호는 한국무용에 근본을 두고 있으며 한국 전통춤 요소의 해체와 변형, 신체와 공간, 무대와 공간과 같은 주제들을 기반으로 작품을 창작하고 있습니다. 변화를 통한 성장에 초점을 두고 매해 새로운 주제, 아티스트들과 만나며 작품을 만들어 가고 있습니다. 작품 속 대비적인 표현들 통해 호흡의 가벼움과 무거움, 움직임의 정(靜)과 동(動), 공간의 변화 등을 관찰하며 작품 속에 다루고 있습니다. 우보만리의 예술가들은 다양한 배경과 경험을 지닌 다양성을 지니고 있으며, 이를 통해 변화하고 확장하는 예술적 경험을 탐구하고자 합니다.

작품 의도

작품 〈Knock〉은 최초에 스토리텔링을 중점으로 만들어진 것이 아니라 창의적인 사고를 강조하며, 상투적인 언어, 문구, 문서, 사진, 지도, 도표, 그리고 물건을 통해 다양한 개념을 효과적으로 전달하는 방법을 자유롭게 활용한 작품입니다. 또한 **'노크'와 '이방인'의 개념을 비례, 균형, 조화, 율동, 대비, 강조, 통일, 변화, 그리고 눈에 보이지 않는 아이디어를 어떻게 표현할 것인가에 집중**하였습니다. 이 작품은 전통적인 스토리텔링을 벗어나서, 감정과 아이디어를 시각적, 감각적으로 표현하고자 했습니다. 작품의 목표는 **개개인의 경험과 감정을 작품과 공감하며, 작품을 통해 다양한 시각과 관점을 발견하고 공유**하는 것입니다. 작품은 개별적이고 다양한 해석을 허용하며, 관객과의 상호작용을 통해 새로운 의미와 아이디어를 발견하고 이해하게 될 것입니다. 우리는 예술의 다양성과 열린 마음을 경험하고, 공감과 창의성을 공유하는 시간을 가질 것입니다. 공연을 통해 예술의 미덕과 다양성을 즐겨주시길 바랍니다.

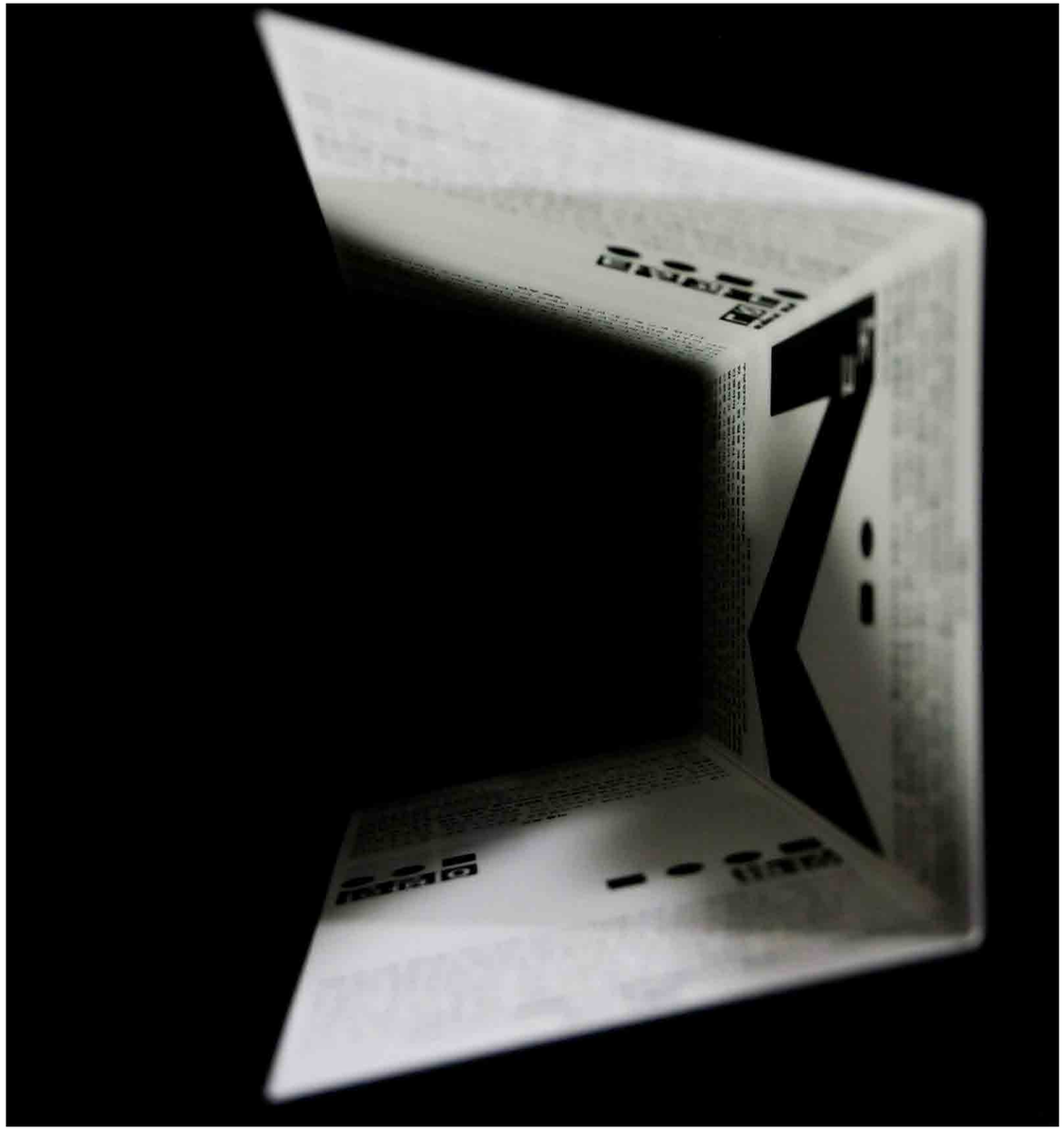
(핸드아웃, 반누보 125g, 210*297mm)

Name ≪Knock≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Ubomanli

Name ≪Knock≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Ubomanli

Name ≪Knock≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Ubomanli

Name ≪Knock≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Ubomanli



Name ≪Knock≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Ubomanli

Name ≪젊은 춤꾼전 : 동행≫
Category **Identity design. Commercial**
Completion **Nov. 2023**
Commissioned by **Yoonsun Seong**
Info ↘

프로젝트[1] 시각화를 통해 풀어내야 할 주요 과제는 두 가지였습니다.

1. 총 4번의 공연이 진행된다는 점을 표현할 것.
2. 공연에 사용되는 악기와 장비를 표현할 것.

<1>의 경우, 색을 통해 주차 공연을 분리하는 방법을 채택했습니다. 구체적으로 주차별 핸드아웃에 이를 활용했는데, 그래픽 요소나 타이포그래피를 통해 구분하는 방법에 비해 색을 통해 구분하는 방법이 상대적으로 직관적이라 생각했기 때문입니다.

<2>의 경우, 공연에서 가장 메인이 되는 장구와 북을 중심으로 설정했습니다. 이후 공연에 사용되는 악기와 장비를 촬영하는 작업을 진행했고, 악기를 이용한 공연이라는 점에서 타이틀을 동적으로 표현하는 과정을 끝으로 시각화 작업을 마쳤습니다.

1 본 공연은 2023년 12월 5일, 12일, 19일, 26일 총 4회로 서울시 종로구에 위치한 성균소극장에서 진행되었습니다.

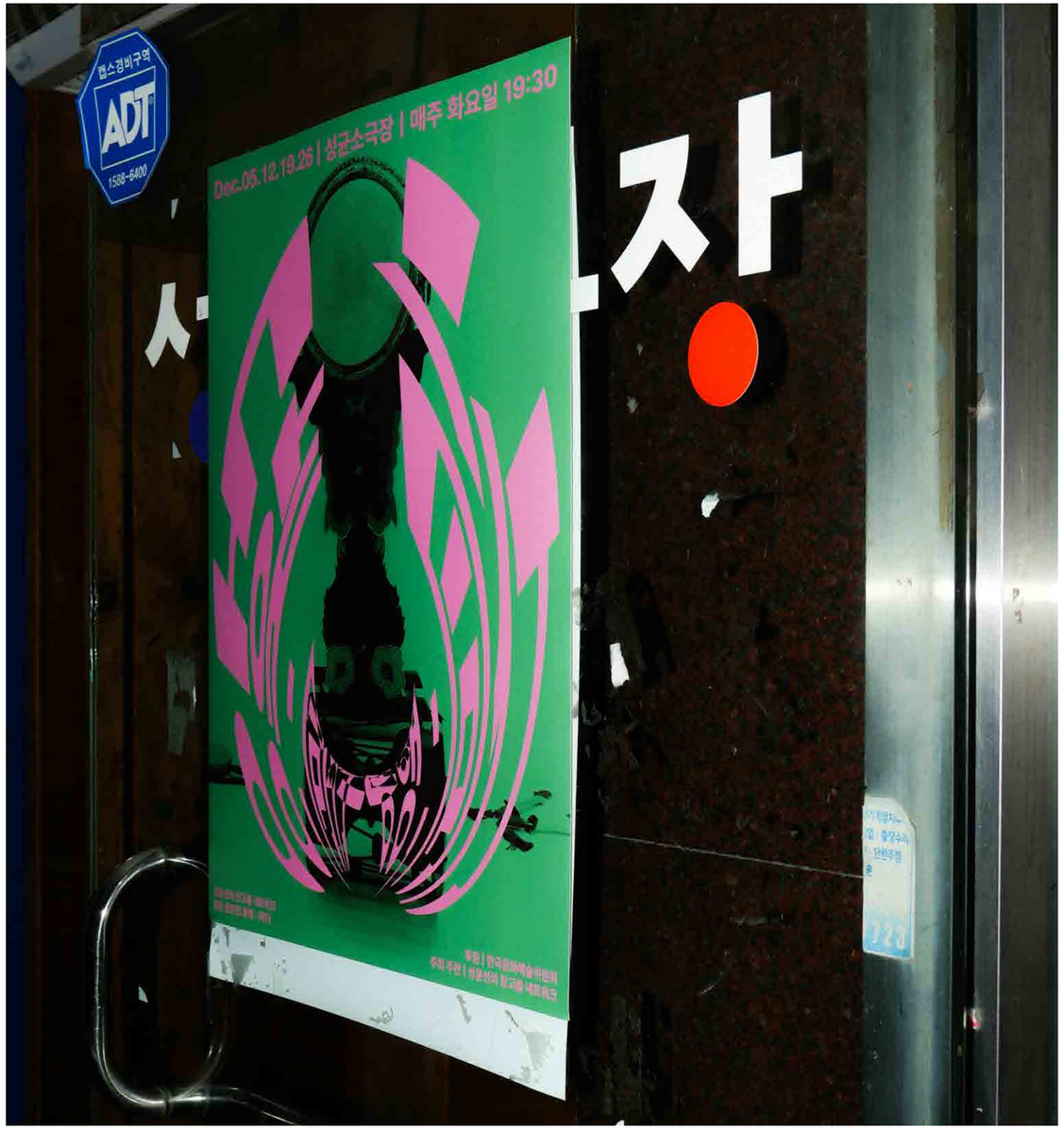
(메인 포스터, 반누보 250g, 420*594mm)

(핸드아웃, 반누보 125g, 210*297mm)

(핸드아웃, 반누보 125g, 210*297mm)

Name ≪젊은 춤꾼전 : 동행≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Yoonsun Seong

Name ≪젊은 춤꾼전 : 동행≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Yoonsun Seong



Name ≪젊은 춤꾼전 : 동행≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Yoonsun Seong

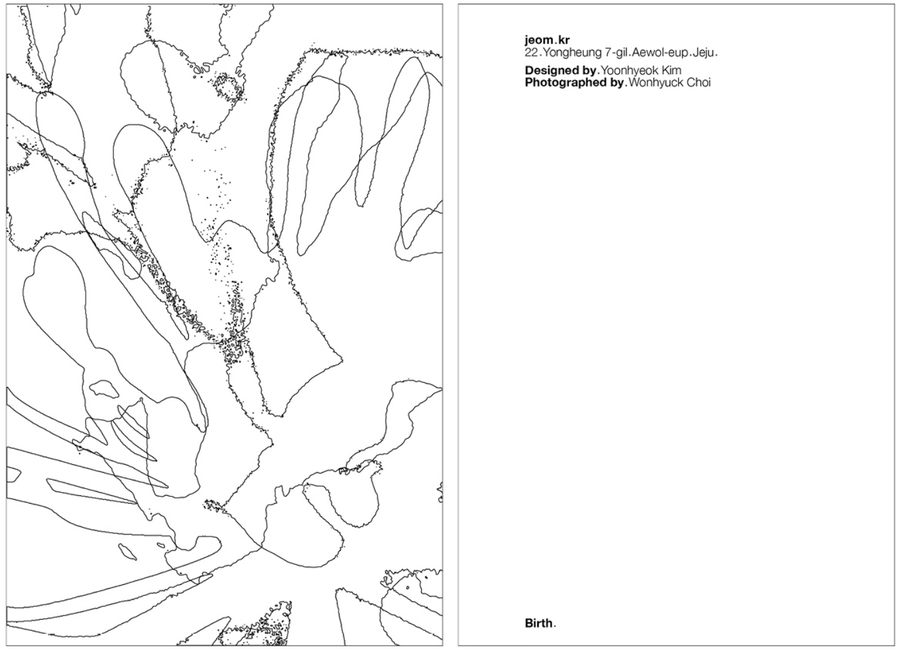
Name ≪젊은 춤꾼전 : 동행≫ Category Identity design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Yoonsun Seong

Name **Jeom 1st anniversary**
Category **Paper design. Commercial**
Completion **Nov. 2023**
Commissioned by **Jeom store**
Info ↘

제주 애월읍에 위치한 점 스토어[1]의 일주년을 기념하는 엽서 7종 묶음을 개발했습니다. 브랜드 요소로 점(.)이라는 기호를 사용하고 있었기 때문에 점(.)을 활용한 디자인을 전개하는 방향을 메인 시각화 콘셉트로 채택했습니다.

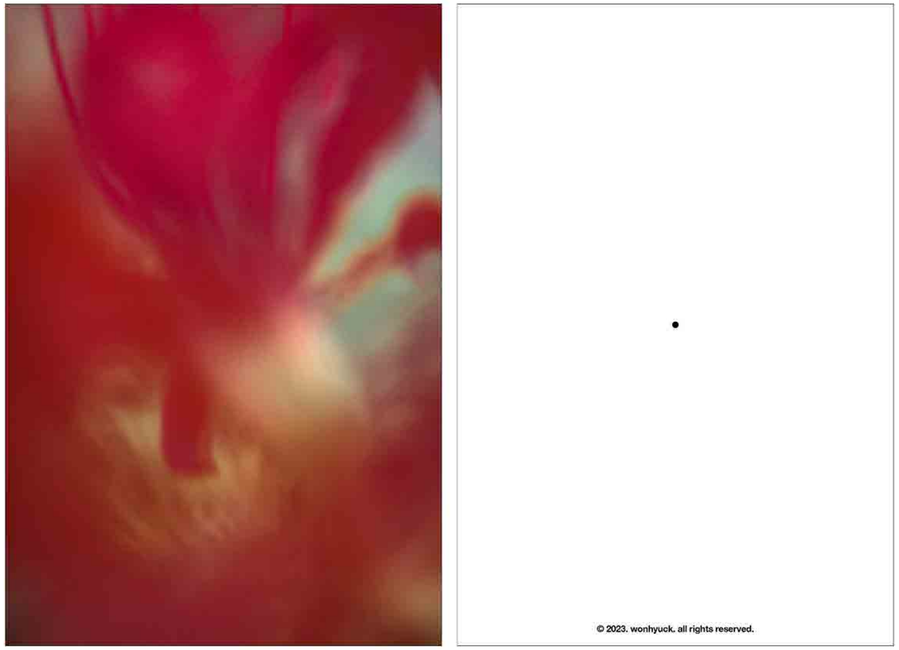
7종의 구성 중 2장부터 6장의 경우, 최원혁 사진가의 ≪Flowers≫ 시리즈를 사용했습니다. 낱개가 아닌 묶음으로만 판매될 예정이었기 때문에 1장이 표지로 기능할 필요가 있다고 생각했습니다. 결과적으로 1장의 경우, 2장부터 6장까지 사용된 ≪Flowers≫ 시리즈 사진 이미지를 점으로 변환하는 과정을 거쳐 표지 기능을 할 수 있도록 의도했습니다.

1 본 프로젝트는 팀으로 활동하고 있는 포토그래퍼 최원혁과 함께 진행했습니다.

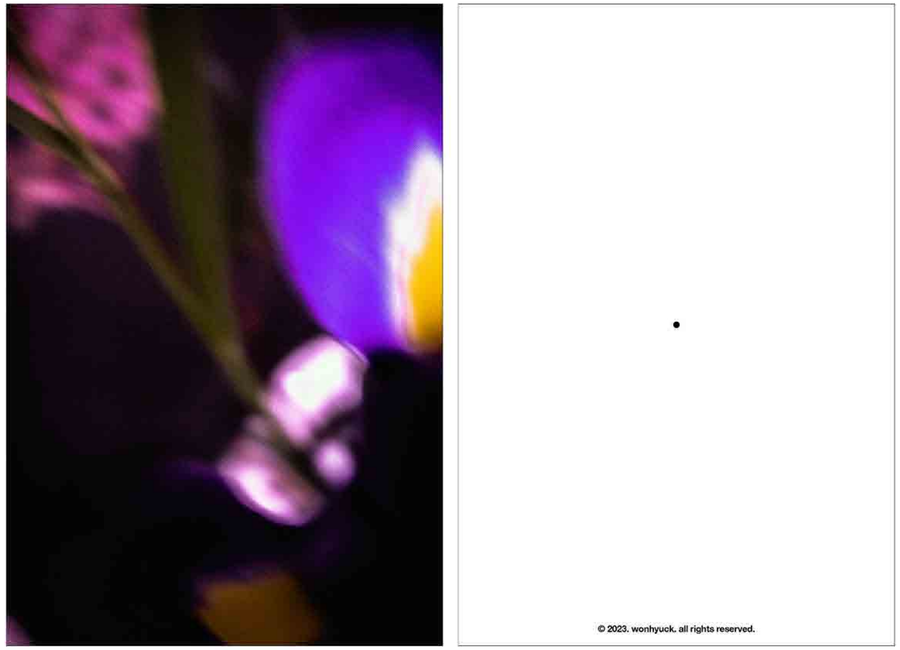


(핸드아웃, 아르떼울트라화이트 310g, 100*148mm)

Name **Jeom 1st anniversary** Category **Paper design. Commercial** Completion **Nov. 2023** Commissioned by **Jeom store**



(핸드아웃, 아르떼울트라화이트 310g, 100*148mm)

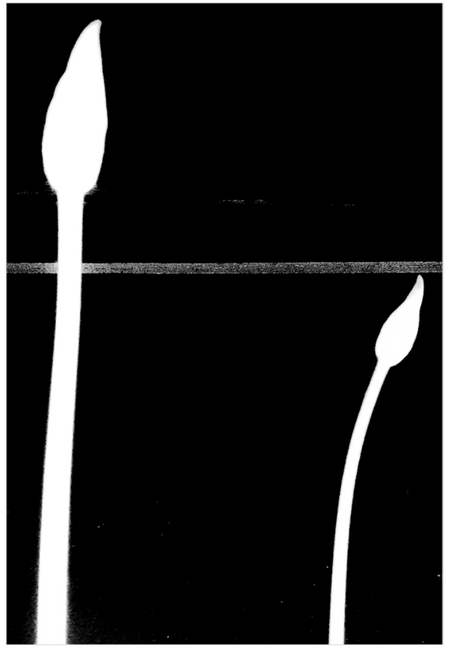


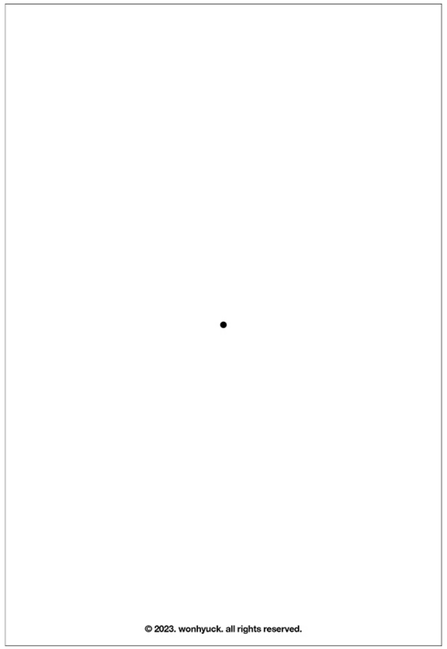
(핸드아웃, 아르떼울트라화이트 310g, 100*148mm)

Name Jeom 1st anniversary Category Paper design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Jeom store

(핸드아웃, 아르떼울트라화이트 310g, 100*148mm)

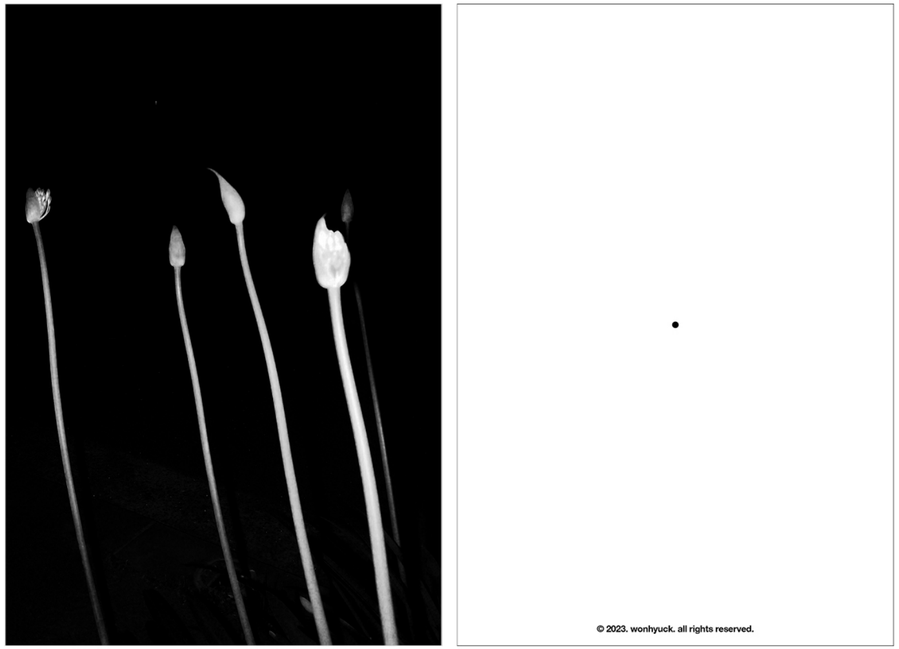
Name Jeom 1st anniversary Category Paper design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Jeom store





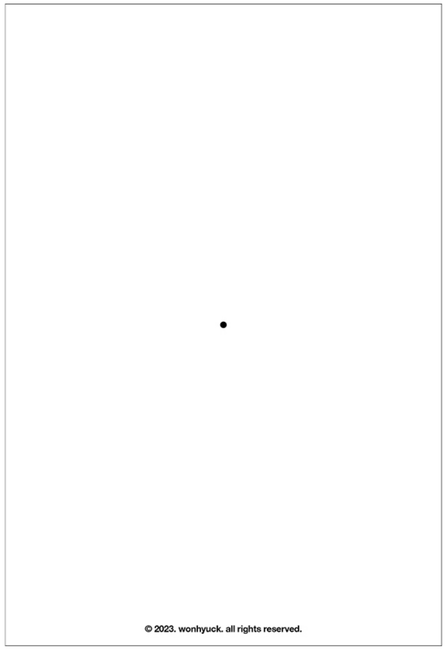
(핸드아웃, 아르떼울트라화이트 310g, 100*148mm)

Name Jeom 1st anniversary Category Paper design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Jeom store



(핸드아웃, 아르떼울트라화이트 310g, 100*148mm)

Name Jeom 1st anniversary Category Paper design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Jeom store



(핸드아웃, 아르떼울트라화이트 310g, 100*148mm)

Name Jeom 1st anniversary Category Paper design. Commercial Completion Nov. 2023 Commissioned by Jeom store

Name ≪Extra Oridinary≫
Category Identity design. Commercial
Completion Oct. 2023
Commissioned by TTB, Bite Poets, Garb
Info ↘

제주에 위치한 포토 스튜디오와 와인바, 서울에 위치한 편집숍 세 브랜드의 오프라인 행사[1] 그래픽을 담당했습니다.

프로젝트 시각화 콘셉트를 설정하는 단계에서 각기 다른 세 브랜드를 묶어주는 시각 언어가 필요하다 생각했습니다. 이러한 생각을 바탕으로 두 가지 접근 방법을 생각했습니다.

1. 기호화
2. 형태화[2]

결과적으로 괄호( )라는 문장 부호를 통해 메인 이미지를 표현하는 <1>의 방법을 채택했습니다. 시각화의 주목적이 <세 브랜드가 함께하는 오프라인 행사 소식을 전함.>이라는 점에서 주목적을 직관적으로 전달할 수 있는 방법으로 <1>이 효과적이라 생각했기 때문입니다. 구체적으로 <2>의 경우, 세 브랜드를 묶어주는 이미지를 제작하고 그 의미를 부여해야 한다는 두 단계를 거쳐야 했습니다. 이에 비해 <1>의 경우, 기호를 통해 <포함되어 있음.>이라는 의미가 이미 부여되어 있다 판단했습니다.

따라서 <1>의 경우, 주목적의 표현 의미가 이미 부여되어 있기 때문에 표현법에도, 보는 사람에게도 유리한 접근 방법이라 생각했습니다.

1 본 행사는 2023년 11월 11일과 12일 양일간 제주시 간월동로에 위치한 템플더봉봉에서 진행되었습니다.

2 큰 의미에서 <기호화> 또한 <형태화>에 속하지만, 페이지에서 말씀드리는 <형태화>는 보다 이미지에 가까운 키워드로 사용했습니다.

(메인 포스터, 반누보 250g, 420*594mm)

Raingurl
Yaeji
3:57

Rae
Autechre
7:13

dontknow
Jamie xx
5:21

Near Dark
Burial
3:54

Moodswing
Seefeel
5:47

Neon Falls
Drexciya
3:25

Spectrum
Max Cooper
4:45

Arla Fearn
Overmono
4:44

Ghost
Machine Girl
3:05

Archangel
Burial
3:58

Spectrum
Max Cooper
4:45

Concorde
Overmono
0:35

Bias
Floating Points
5:08

180db_ [130]
Aphex Twin
3:11

Sleepless
Andy Stott
5:49

Falaise
Floating Points
3:54

Ghost
Machine Girl
3:05

A-Z
A. G. Cook
4:15

Last Bloom
Floating Points
5:53

Es Zieht Mich
Schwefelgelb
6:09

Red Armor
Niki Istrefi
4:40

Stay Ugly
Millie & Andrea
6:21

Radiance II
Basic Channel
3:59

I Love Acid
Luke Vibert
4:17

Bbydhyonchord
Aphex Twin
2:33

New Romantic
Andy Stott
5:39

Fingerbib
Aphex Twin
3:48

Squarepusher Theme
Squarepusher
6:21

Nabi
Peggy Gou, 오혁
3:52

Telesto
Isabel's Dream
4:35

Tha
Aphex Twin
9:07

Fahrenheit Fair Enough
Telefon Tel Aviv
6:40

Anasickmodular
Floating Points
3:12

Es Zieht Mich
Schwefelgelb
6:09

Liptones
Luke Vibert
4:01

I Just Want To Love You
Elkka
3:50

Anasickmodular
Floating Points
3:12

Radiance II
Basic Channel
3:59

Moodswing
Seefeel
5:47

Sunrays
The Other People Place
8:15

Relay
Jacques Greene
2:47

New Romantic
Andy Stott
5:39

Aah! Sealife
Sweet Trip
8:45

It's Your Love
The Other People Place
7:31

Melt!
Kelly Lee Owens
3:34

Telesto
Isabel's Dream
4:35

내 마음은 떨고
death's dynamic shroud
5:35

Angels Pharmacy
Actress, Zsela
4:41

Bias
Floating Points
5:08

On The Magic Bus
Move D, Benjamin Brunn
12:14

Music Is Math
Boards of Canada
5:21

Falaise
Floating Points
3:54

From Here We Go Sublime
The Field
4:09

Deeper
The Soft Pink Truth
11:19

Last Bloom
Floating Points
5:53

Blackbox Life Recorder 21f
Aphex Twin
4:26

Tru
Laurel Halo, Hodge
4:36

This Old House Is All I Have
Against All Logic
3:38

Be Good To Me Poly
Youandewan
5:06

(It Goes Like) Nanana - Edit
Peggy Gou
3:51

Telephasic Workshop
Boards of Canada
6:35

The Future of Ash and Love
Yulan
4:15

I Go - DJ Koze Remix
Peggy Gou, DJ Koze
5:29

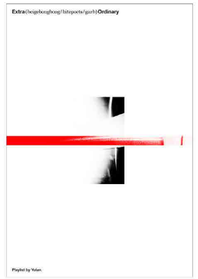
sequence_01
Rei Harakami, Ikuko Harada
8:44

Requiem for CS70 and Strings
Floating Points
2:23

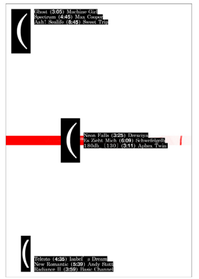
DIE LIEBE KOMMT NICHT AUS BERLIN
Brutalismus 3000
3:26

Hubble
Actress, London Contemporary Orchestra
4:18

(행사 플레이리스트 안내문, 반누보 250g, 420*594mm)



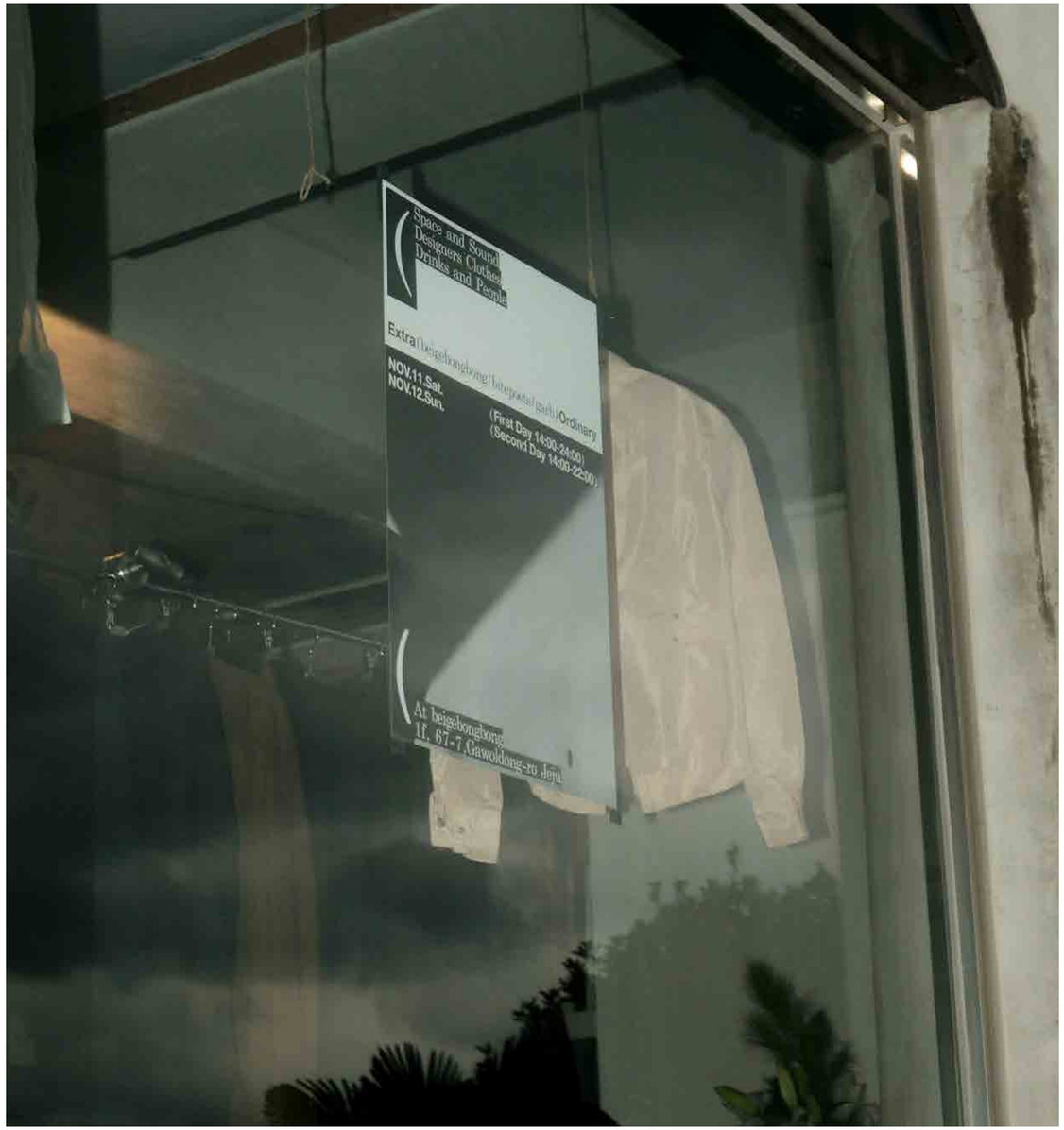
(선물용 엽서, 아르떼울트라화이트 320g, 100*148mm)



(선물용 엽서, 아르떼울트라화이트 320g, 100*148mm)

Name ≪Extra Ordinary≫ Category Identity design. Commercial Completion Oct. 2023 Commissioned by TTB studio, Bite poets, Garb

Name ≪Extra Ordinary≫ Category Identity design. Commercial Completion Oct. 2023 Commissioned by TTB studio, Bite poets, Garb



Name ≪Extra Ordinary≫ Category Identity design. Commercial Completion Oct. 2023 Commissioned by TTB studio, Bite poets, Garb

Name Chelon Archive Co.
Category Identity design. Commercial
Completion Sep. 2023
Commissioned by Wohyuck Choi
Info ↘

포토그래퍼 최원혁이 운영하는 포토 스튜디오의 아이덴티티 디자인을 담당했습니다. 브랜드 소개서와 엽서, 명함, 네 가지 타입의 포스터, 두 타입의 로고 디자인을 진행했습니다.

Chélon

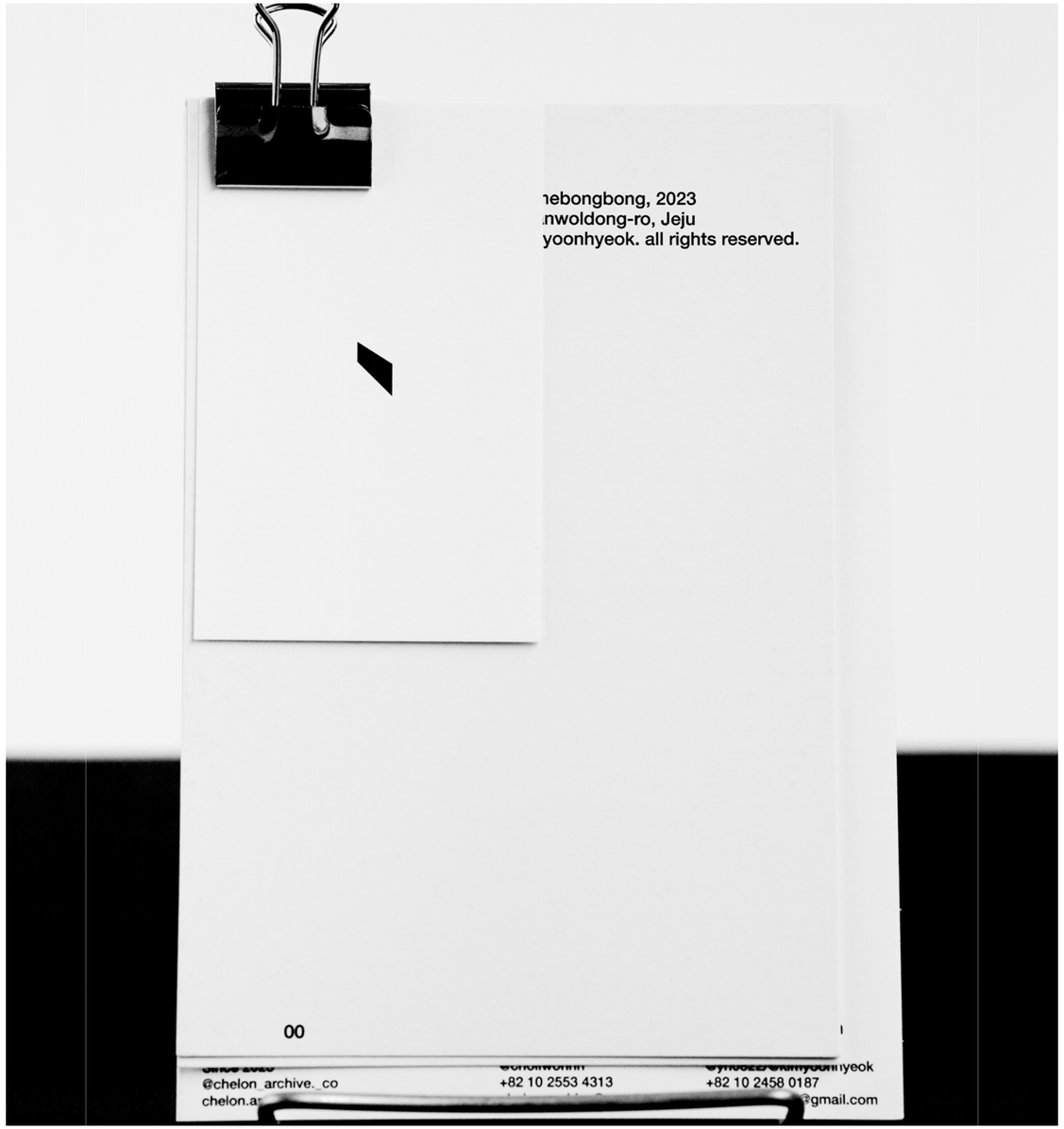
(채택된 심볼 로고)

Name Chelon Archive Co. Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2023 Commissioned by Wonhyuck Choi

Chélon

Name Chelon Archive Co. Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2023 Commissioned by Wonhyuck Choi

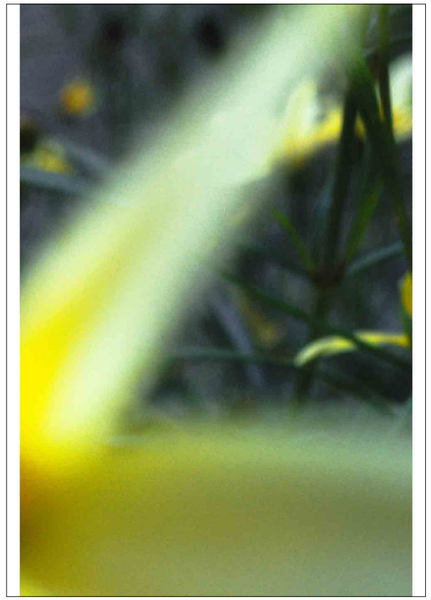
Name Chelon Archive Co. Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2023 Commissioned by Wonhyuck Choi



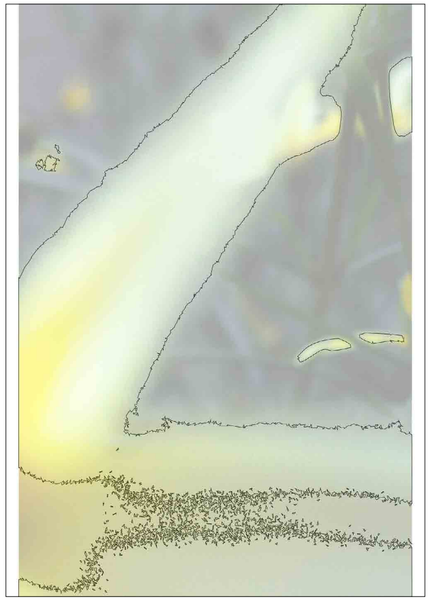
(메인 포스터 영상 중 일부분)

(메인 포스터 영상 중 일부분)

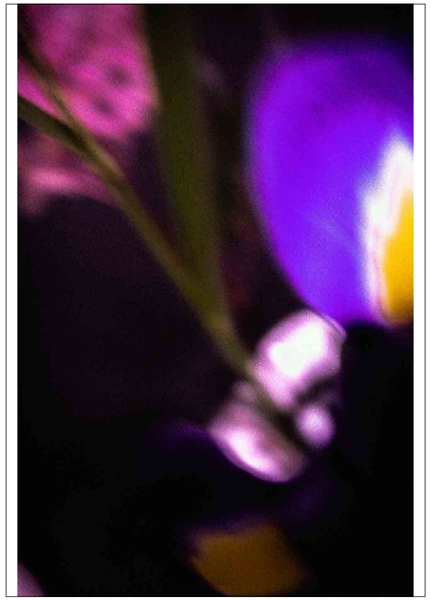
Name Chelon Archive Co. Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2023 Commissioned by Wonhyuck Choi



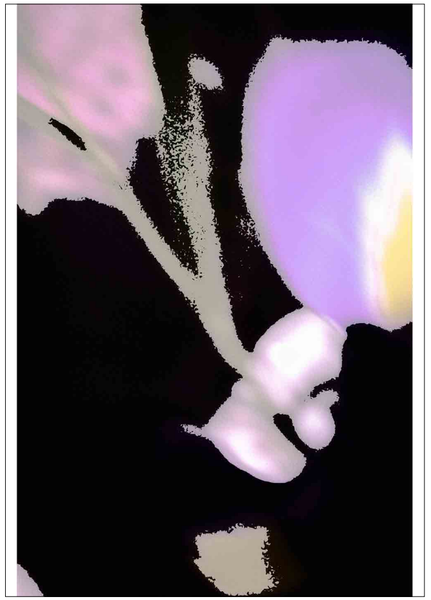
(메인 포스터 영상 중 일부분)



(메인 포스터 영상 중 일부분)



(메인 포스터 영상 중 일부분)



(메인 포스터 영상 중 일부분)

Name Chelon Archive Co. Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2023 Commissioned by Wonhyuck Choi

Name **Mumu**
Category **Identity design. Commercial**
Completion **Sep. 2023**
Commissioned by **Vlook.,LtdC**
Info ↘

<meet via meat> 슬로건을 가지고 있는 한우 유통 브랜드[1] 아이덴티티 디자인을 담당했습니다. 기획 단계에서 확정된 조건은 다음과 같았습니다.

1. 높은 채도의 컬러 사용
2. 제품 별 컬러 구분 사용
3. 기존 시장 방향과 다른 디자인 요소

기존 시장에서 타겟 연령층을 20-30대로 설정하고, 이에 따라 제품 가격을 낮게 설정하는 포지셔닝을 하고 있었기 때문에 이를 바탕으로 시각화 방향성을 다음과 같이 설정했습니다.

1. 적극적인 브랜드 요소 개발
2. 곡선이 많고 두꺼운 브랜드 요소 개발
3. 키워드 설정

3-1. 곡선적인
3-2. 볼드한
3-3. 유쾌한
3-4. 정돈된
3-5. 다채로운

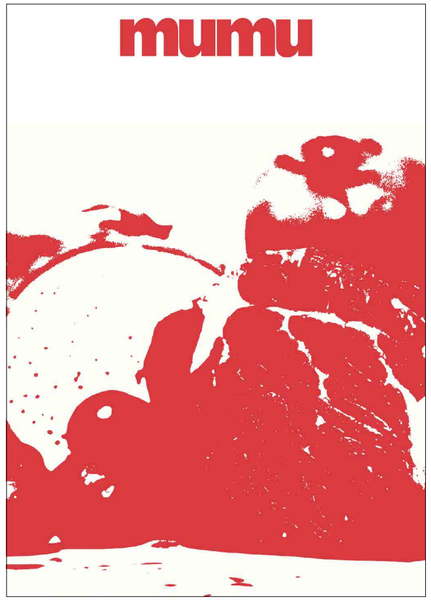
세 가지 방향성을 기준으로 로고 타입 3종, 패키지 16종, 명함 2종, 메시지 카드 4종, 핸드아웃 3종, 테이프 2종, 모바일 레이아웃 2종을 디자인했습니다.

1 mumu는 주식회사 Vlook에서 2023년 론칭한 한우 유통 브랜드입니다.

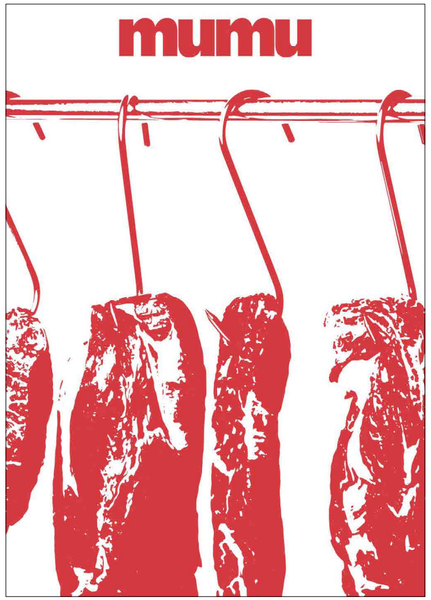
mumu

(채택된 워드타입 로고)

Name **Mumu** Category **Identity design. Commercial** Completion **Sep. 2023** Commissioned by **Vlook.,LtdC**



(키비주얼 일부분)

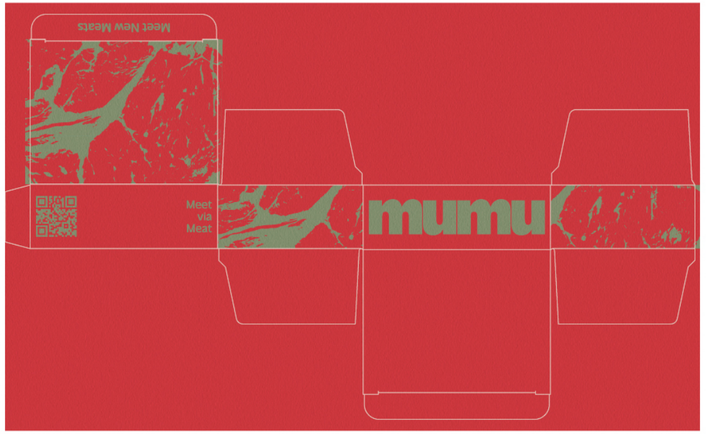


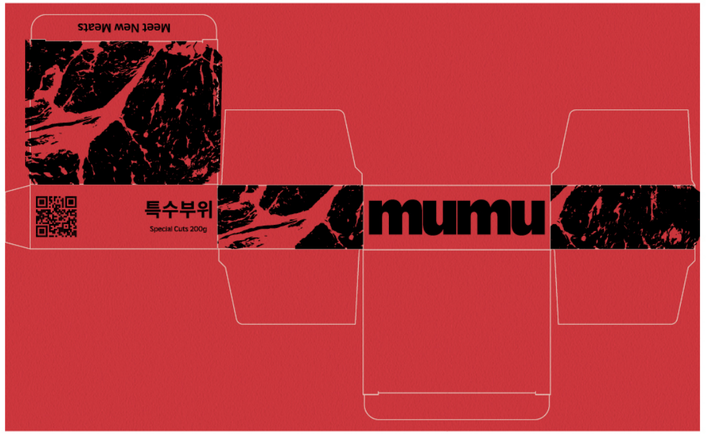
(키비주얼 일부분)

(키비주얼 일부분)

(키비주얼 일부분)

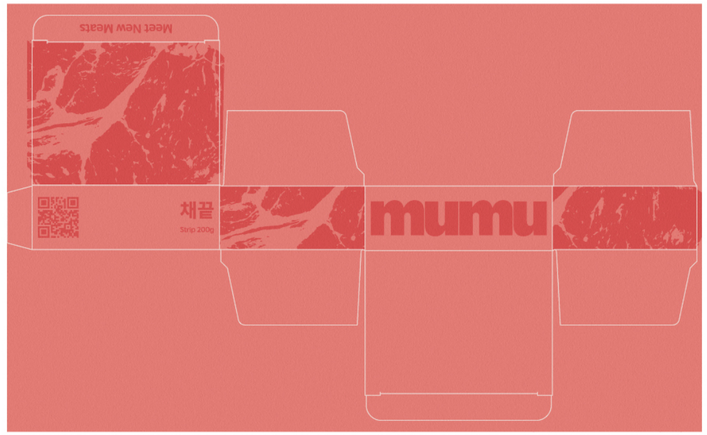
Name Mumu Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2023 Commissioned by Vlook.,LtdC

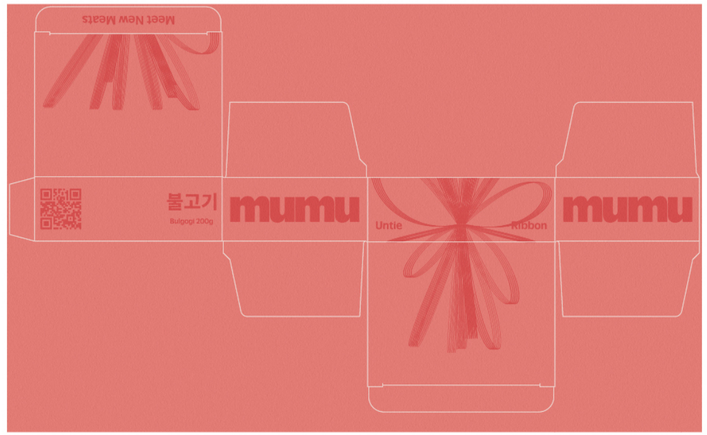




Name Mumu Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2023 Commissioned by Vlook.,LtdC

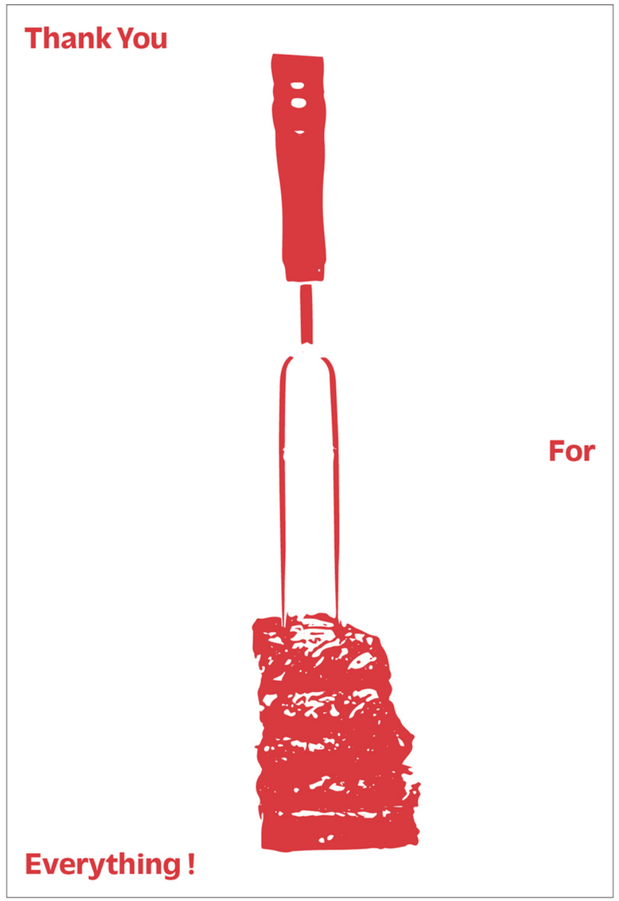
Name Mumu Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2023 Commissioned by Vlook.,LtdC

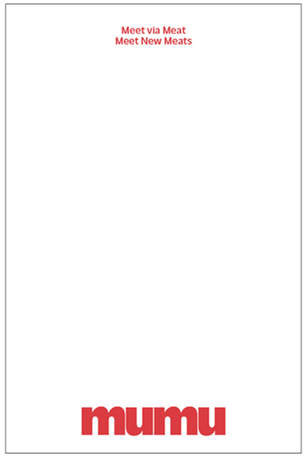




Name Mumu Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2023 Commissioned by Vlook.,LtdC

Name Mumu Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2023 Commissioned by Vlook.,LtdC





Name Mumu Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2023 Commissioned by Vlook.,LtdC

Name Mumu Category Identity design. Commercial Completion Sep. 2023 Commissioned by Vlook.,LtdC

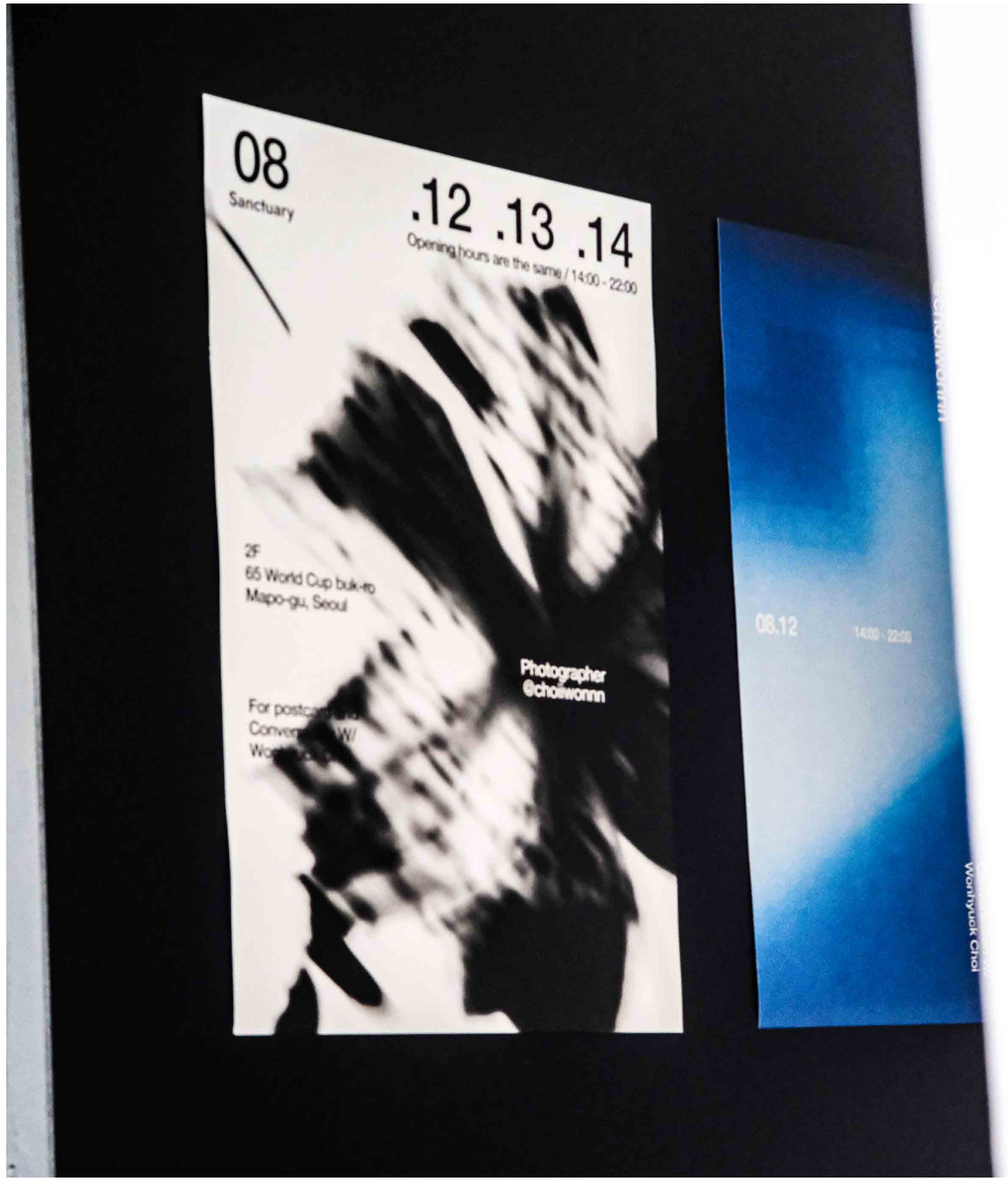
Name ≪Open Studio≫
Category paper design. Commercial
Completion Aug. 2023
Commissioned by Wonhyuck Choi
Info ↘

≪Open Studio≫[1]라는 타이틀로 진행된 포토그래퍼 최원혁 개인전 그래픽을 담당했습니다. 전시를 통한 구체적인 메시지를 전하는 것이 아닌 작가의 작업을 모아 놓은 것으로 전시가 진행되었기 때문에, 공간과 작가의 이미지를 조화롭게 표현하는 것이 주요 과제였습니다.

이에 따라 작가의 이미지 중 메인 포스터로 활용될 이미지를 택하는 과정이 먼저 이루어졌습니다. 이후 선택된 이미지를 지면과 동일한 크기로 편집하는 과정을 거쳐 2차 가공을 진행했고, 전시 정보를 위계에 따라 조율하는 것을 끝으로 작업을 마무리했습니다.

1 본 전시는 2023년 8월 12일부터 14일까지 서울시 마포구에 위치한 Sanctuary에서 진행되었습니다.

Name ≪Open Studio≫ Category Paper design. Commercial Completion Aug. 2023 Commissioned by Wonhyuck Choi



Name ≪Open Studio≫ Category Paper design. Commercial Completion Aug. 2023 Commissioned by Wonhyuck Choi

Name ≪Open Studio≫ Category Paper design. Commercial Completion Aug. 2023 Commissioned by Wonhyuck Choi

Name Oboae x Wonhyuck Choi
Category Paper design. Commercial
Completion Aug. 2023
Commissioned by Oboae
Info ↘

제주 중앙로에 위치한 오보에[1] 엽서 5종을 개발했습니다. 전면은 사진의 타이틀을, 후면은 4종의 레이아웃을 개발해 작업을 진행했습니다.

1 본 프로젝트는 팀으로 활동하고 있는 포토그래퍼 최원혁과 함께 진행했습니다.

W/Y For Oboae
Five Photographs
17, Jungang-ro 19-gil, Jeju
© 2023. yoonhyeok. all rights reserved.

Oboae
Store
@oboae_____
17, Jungang-ro 19-gil, Jeju
ooboae@gmail.com

Wonhyuck Choi
Photographer
@choiiwon
+82 10 2553 4313
chelon.archive@gmail.com

Yoonhyeok Kim
Designer
@yh0822/@kimyoonhyeok
+82 10 2458 0187
yh0822.official@gmail.com

Name Oboae x Wonhyuck Choi Category Paper design. Commercial Completion Aug. 2023 Commissioned by Oboae

01 /

W/Y For Oboae
Blurred Series
17, Jungang-ro 19-gil, Jeju
© 2023. yoonhyeok. all rights reserved.

/

Oboae
© 2023. yoonhyeok. all rights reserved.

Name Oboae x Wonhyuck Choi Category Paper design. Commercial Completion Aug. 2023 Commissioned by Oboae

Name Oboae x Wonhyuck Choi Category Paper design. Commercial Completion Aug. 2023 Commissioned by Oboae

01

/

W/Y For Oboae
Blurred Series
17, Jungang-ro 19-gil, Jeju
© 2023. yoonhyeok. all rights reserved.

/

Oboae
© 2023. yoonhyeok. all rights reserved.

Name Oboae x Wonhyuck Choi Category Paper design. Commercial Completion Aug. 2023 Commissioned by Oboae

Name **Nneed Coffee**
Category **Identity design. Commercial**
Completion **Jul. 2023**
Commissioned by **Jungmin Yang**
Info ↘

디자인 콘셉트를 설정하기 이전에 프로젝트[1,2]를 통해 해결해야 하는 것들에 우선순위를 정하는 과정을 거쳤습니다.

1. 브랜드 스토리 정리 및 시각화
2. 브랜드 요소 통합

가장 먼저 브랜드 스토리를 정리했습니다. 이후 카페라는 카테고리에 대한 리서치를 진행했는데, 이를 바탕으로 프로젝트 방향성을 설정했습니다,

1. SNS를 통한 브랜드 운영
1-1. 콘텐츠 사이즈를 SNS 규격에 맞춰 제작
1-2. 카메라를 통한 콘텐츠 제작
1-3. 사진 스타일 설정을 통해 브랜드 톤 유지
2. 덜어내는 방식의 브랜드 통합

<1>의 경우, 카페라는 카테고리 자체 특징이라 생각했습니다. 원두를 납품하는 로스터리가 아닌 이상, 별도 웹 사이트를 가지고 있지 않았고, 이로 인해 고객과 브랜드의 접점이 지도 어플이나 SNS 뿐이라 판단했습니다. 때문에 SNS에서 <일관된 이미지>를 보이는 것이 이번 프로젝트의 중요한 열쇠라 생각했습니다. <2>의 경우, 변화가능한 범위를 기준으로 판단했습니다. 공간 자체를 리빌딩하는 볼륨의 프로젝트가 아니었기에, 실질적으로 프로젝트를 통해 기대하는 효과가 온라인 홍보에 집중되어 있다 생각했습니다. 때문에 온라인 홍보를 접한 고객이 실제 공간을 방문했을 때 이질적이지 않아야 한다 생각했습니다.
따라서 적극적인 요소 개발을 통해 변화된 브랜드를 강조하는 것보다 공간은 유지된다는 제약에서 시작해, 온라인 홍보물과 기타 콘텐츠가 실제 공간과 괴리감이 없게끔 덜어내는 작업에 집중해 시각화를 진행했습니다.

궁극적으로 워드마크 타입과 심볼 로고, 포스터, 엽서, 명함, 티셔츠, 메뉴, 투고컵, 콘텐츠 21종의 디자인을 진행했습니다.

---

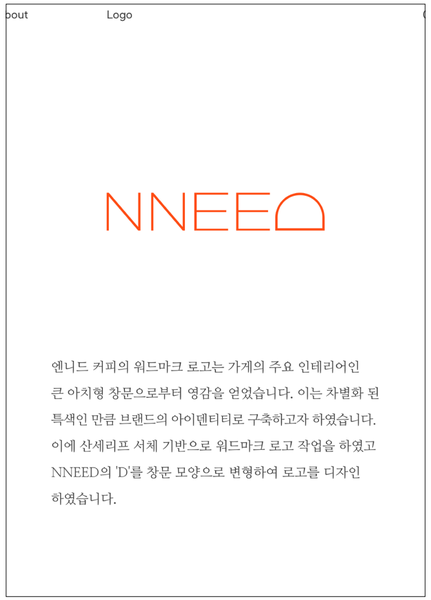
1 Nneed coffee는 서울시 서대문구에 위차한 카페입니다.

2 프로젝트에 사용된 모든 사진은 직접 촬영, 보정을 통해 사용되었습니다.

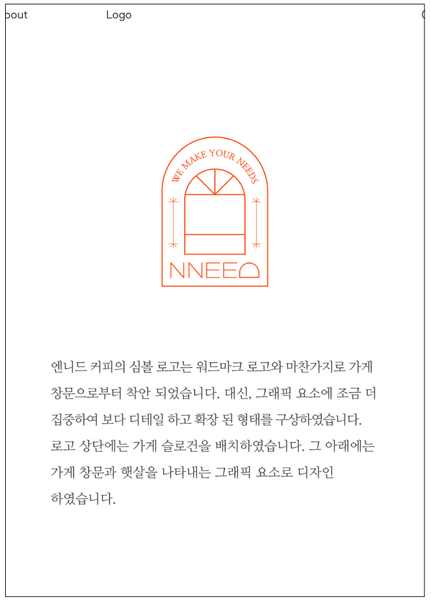
(채택된 심볼 로고)

NNEED

(채택된 심볼 로고)



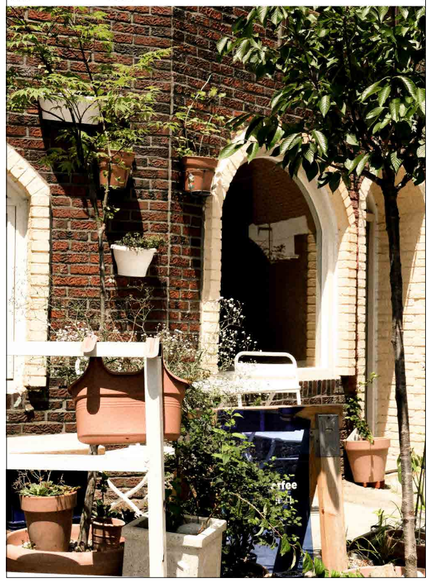
(SNS 콘텐츠 중 일부분)



(SNS 콘텐츠 중 일부분)

Name Nneed Coffee Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2023 Commissioned by Jungmin Yang

bout Cafe



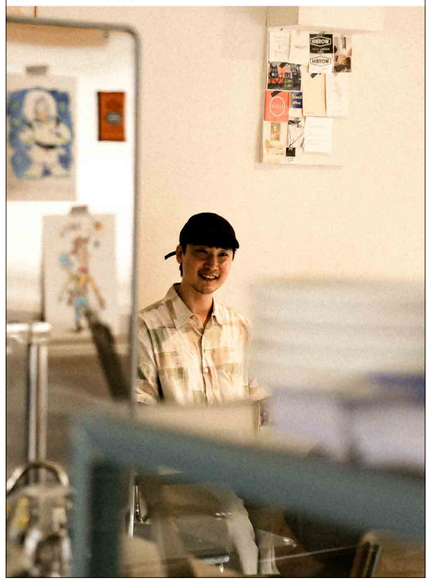
(SNS 콘텐츠 중 일부분)

bout Cafe

어느 날 대표는 가게의 아치형 창문을 뚫고 들어온 그림자가 마치 알파벳 'n'을 연상시킨다는 것을 관찰하였습니다. 이후 커피가 필요하면(nneed) 우리 가게(n)를 찾아 달라는 의미로 'nneed coffee'라는 이름을 짓게 되었습니다. 카페의 외벽은 벽돌로 지어져 있으며 내부의 베이지 톤 목재는 포근한 느낌을 자아냅니다. 가장 주요한 인테리어는 벽마다 설치되어 있는 큰 아치형 창문들입니다. 덕분에 가게에는 햇빛도 잘 들고 답답하지 않습니다. 또한 다양한 가구를 공간마다 배치하여 여러 번 방문해도 새로운 분위기 속에서 커피를 즐길 수 있게 하였습니다.

(SNS 콘텐츠 중 일부분)

bout Chief



(SNS 콘텐츠 중 일부분)

bout Chief

Q. 자기소개 부탁드립니다.

안녕하세요. 엔니드 대표 양정민입니다. 어릴적부터 요리를 좋아해 양식 레스토랑 주방에서 일을 하였습니다. 그러던 중 주방에서 벗어나 조금 더 개방적인 공간에서 다양한 사람들과 소통하며 일하고 싶다는 생각이 들었습니다. 그렇게 엔니드 커피를 시작하게 되었습니다.

(SNS 콘텐츠 중 일부분)

Name Nneed Coffee Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2023 Commissioned by Jungmin Yang

bout Chief

Q. 재료 선정에 많은 공을 들이시는 걸로 아는데, 본인만의 선정 기준이 있으신가요?

평소 유한 성격이지만 제 가치관과 크게 관여 되는 부분에는 상당한 고집이 있다는 소리를 줄곧 듣습니다. 가게를 방문해 주는 분들에게 조금이라도 나은 맛과 품질을 제공해 드리고 싶습니다. 공장에서 나오는 기성품은 주재료는 거의 들어가지 않으며 특유의 감미료와 방부제가 들어가는데, 일단 저부터 그런 인위적인 맛을 좋아하지 않습니다. 대게 기성품은 몸에 좋지 않은데, 그러다 보니 더 나은 재료를 사용하여 수제로 만드는 편입니다. 물론 이렇게 하면 저 같은 개인 업장에는 비용도 시간도 많이 듭니다. 솔직히 부담이 커 와이프나 주변 사람들은 이런 방식을 이해하지 못 할 때도 있습니다. 근데 이 또한 저 스스로 타협하기 조금 어려운 고집인 것 같습니다.

(SNS 콘텐츠 중 일부분)

bout Chief

Q. 추천하는 메뉴가 있으신가요?

엔니드 커피는 따로 시그니쳐 메뉴를 두고 있지 않습니다. 대신 주변 가게들보다 기본 메뉴들을 두루 맛있게 제공해 드리려 합니다. 그 중, 저희 가게 단골 분들은 바닐라 라떼나 크림 라떼를 많이 드십니다. 바닐라빈은 마다가스카르 버번 A-1 등급을 사용해 만듭니다. 여러 업체의 바닐라빈을 일일이 테스트해 보고 결정하였고, 확실히 타 바닐라빈들 보다 풍미나 맛이 깊습니다. 물론 고객님들 입장에서는 간소한 차이이고 유의미하게 와닿지 않을 수 있습니다. 그렇지만서도 단순한 커피 메뉴 하나하나도 많은 정성과 노력이 들어갈 수 있음을 알아주시면 더할 나위 없이 기쁠 거 같습니다. 조금이라도 더 나은 재료를 추구하고 싶은 게 저희만의 고집이고 소소한 행복입니다.

(SNS 콘텐츠 중 일부분)

bout Chief

Q. 엔니드 커피라는 공간이 어떻게 기억되었으면 하시나요?

어떤 이에게는 쉴 수 있는 편안한 아지트, 또 어떤 이에게는 희로애락을 편히 나눌 수 있는 공간이 되었으면 좋겠습니다. 저는 말주변이 좋은 편은 아니지만, 저 또한 언제든 소소한 이야기들까지 들어드릴 준비가 되었습니다. 우리들의 일상이 매 순간 그리 거창할 필요는 없으니까요.

(SNS 콘텐츠 중 일부분)

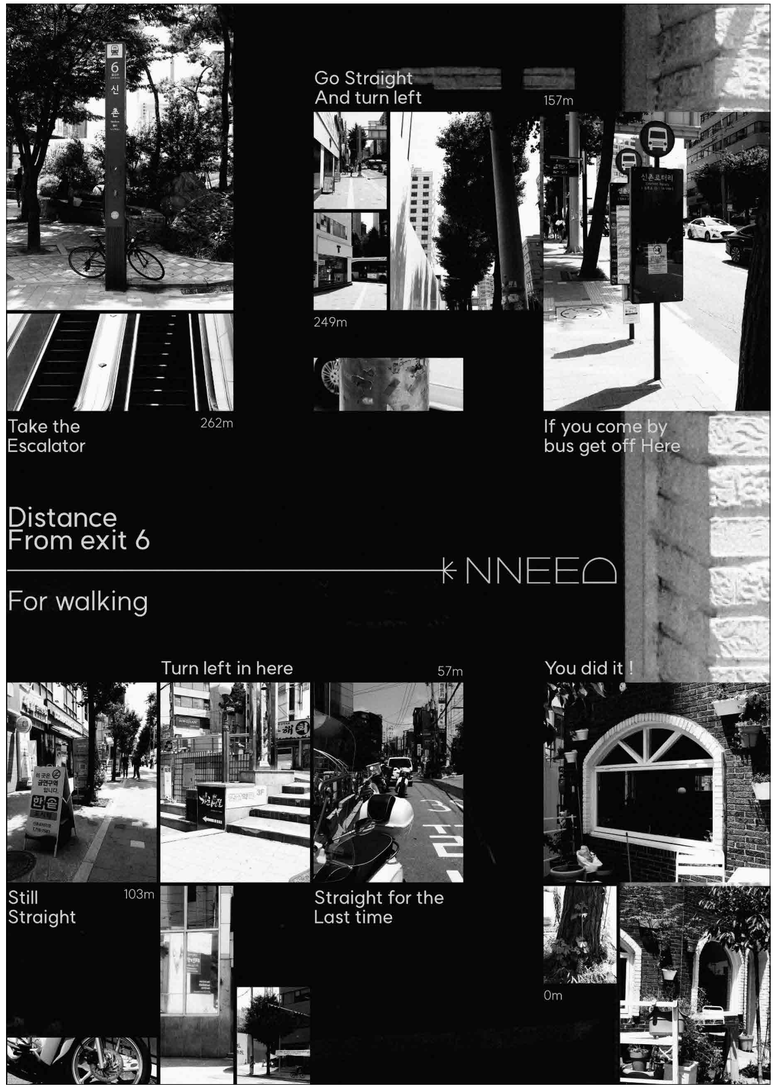
bout Chief

Q. 엔니드의 꿈은 무엇인가요?

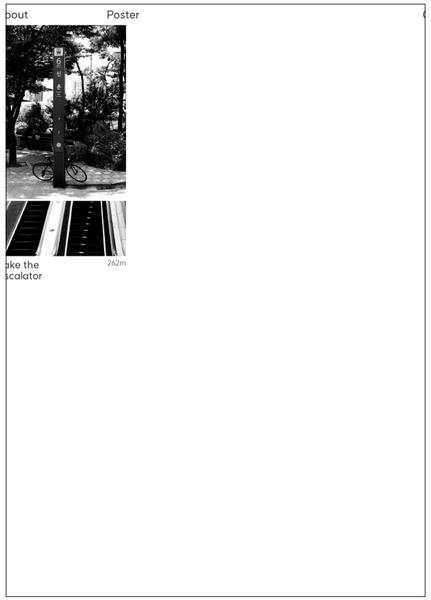
각박한 사회에서 사람들에게 한숨의 쉴 곳이 될 수 있기를 바랍니다. 그저 커피 한 잔일뿐이지만, 한 잔의 커피를 먹으러 오는 발걸음의 설렘과 마침내 커피를 입 안에 머금을 때 행복이 저희 공간의 편안함과 어우러졌으면 합니다. 당신을 위해 커피를 내리는 사장님이 항상 기다리는 공간으로 기억될 수 있다면 좋겠습니다.

(SNS 콘텐츠 중 일부분)

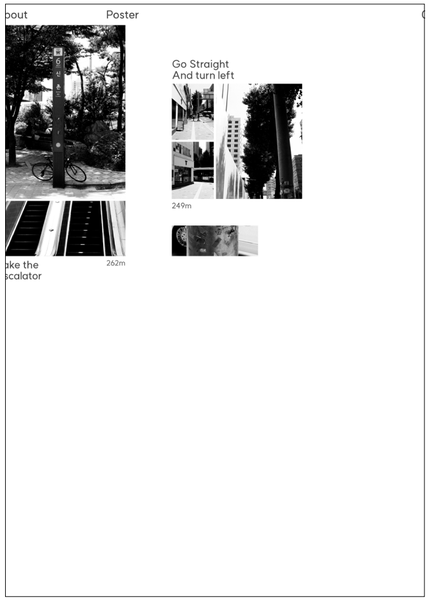
Name Nneed Coffee Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2023 Commissioned by Jungmin Yang



(메인 포스터, 반누보 250g, 420*594mm)

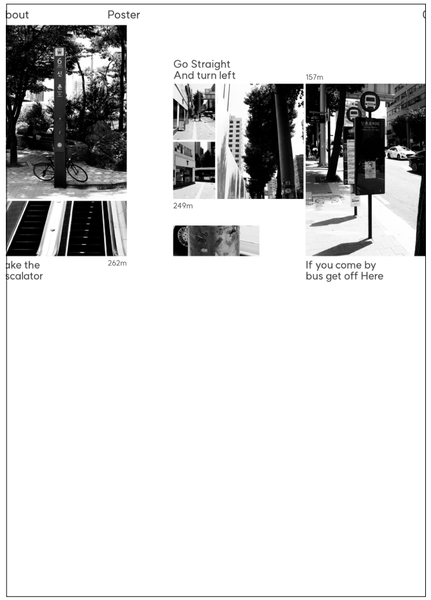


(SNS 콘텐츠 중 일부분)

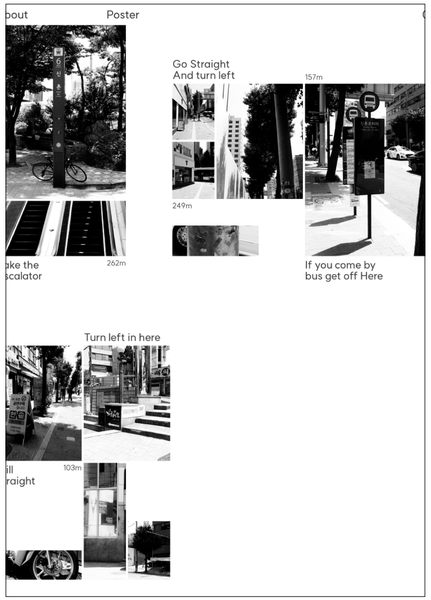


(SNS 콘텐츠 중 일부분)

Name Nneed Coffee Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2023 Commissioned by Jungmin Yang



(SNS 콘텐츠 중 일부분)



(SNS 콘텐츠 중 일부분)

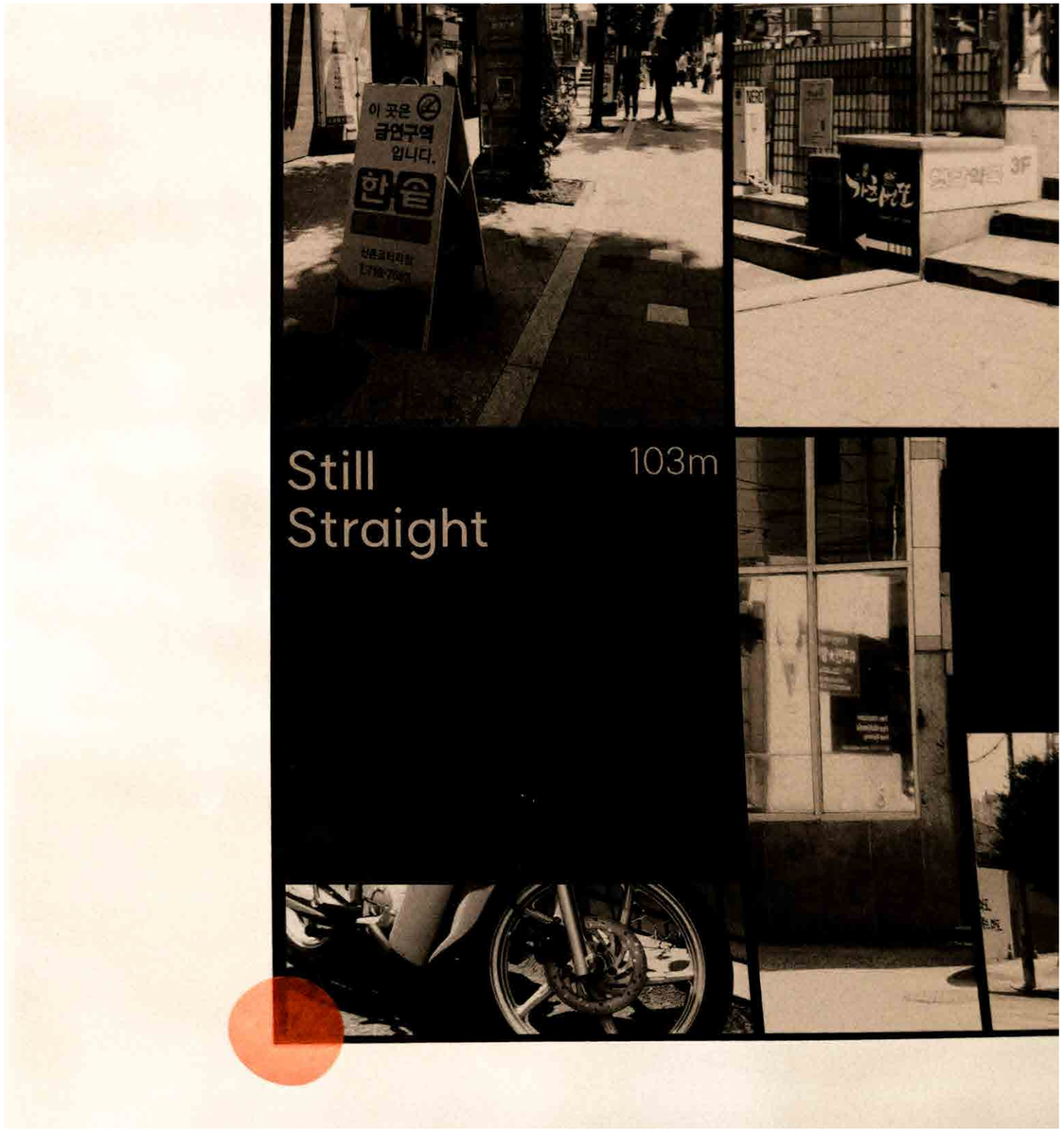
(SNS 콘텐츠 중 일부분)

(SNS 콘텐츠 중 일부분)

Name Nneed Coffee Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2023 Commissioned by Jungmin Yang

Name Nneed Coffee Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2023 Commissioned by Jungmin Yang

Name Nneed Coffee Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2023 Commissioned by Jungmin Yang



Name Nneed Coffee Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2023 Commissioned by Jungmin Yang

Name Nneed Coffee Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2023 Commissioned by Jungmin Yang

Name Nneed Coffee Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2023 Commissioned by Jungmin Yang

Name Nneed Coffee Category Identity design. Commercial Completion Jul. 2023 Commissioned by Jungmin Yang

김 윤혁[1]

제주 출생, 서울 거주

학력[2]

인천대학교 시각디자인 학과, 패션산업학과 재학

작업[3]

2025,「상명대학교 53회 졸업전시」아이덴티티 디자인
2025,「Single Origin」웹사이트 디자인 및 개발
2025,「다닥다닥 마켓 백상회(百象會)」경희대학교 로컬콘텐츠 중점대학 주최, 참여 작가 30인 포스터 디자인
2025,「Coffee Collage」아이덴티티 디자인
2025,「Subverted Anatomical Landscape」≪GAMMA≫ 아르코 대학로대극장, 프로그램 디자인
2025,「성윤선의 장고춤 네트워크」≪동행≫ 전통공연창작마루 광무대, 프로그램 디자인
2025,「Minchan Lee」≪활공≫ 앨범 자켓 디자인
2025,「미디어 아티스트 김수민」명함 디자인
2025,「한국근현대미술연구재단(korica)」웹사이트 디자인 및 개발
2025,「한국근현대미술연구재단(korica)」로고 디자인
2024,「LWY x SUNOA」≪20≫ 앨범 자켓 디자인
2024,「LWY x SUNOA」≪Loving You≫ 앨범 자켓 디자인
2024,「Subverted Anatomical Landscape」명함 디자인
2024,「Subverted Anatomical Landscape」≪β≫ 서강대메리홀, 프로그램 디자인
2024,「최봉각 작가 x 피트니스 이상」프로그램 디자인
2024,「GoiiGoii」로고 디자인
2024,「신촌글로벌대학문화제(SWYFT)」제 2회 페스티벌 아이덴티티 디자인
2024,「Kodo.jeong」패키지 디자인
2024,「Ubomanli」로고 디자인
2024,「Ubomanli」≪서양극장 속 한옥≫ 아르코 · 대학로예술극장, 프로그램 디자인
2024,「Subverted Anatomical Landscape」≪KILL≫ LG 아트센터, 프로그램 디자인
2024,「Annpaak」기획전 ≪장면과 소외≫ 프로그램 디자인
2024,「THE BOYZ」2nd full Pt.3 ≪Love Letter≫ 앨범 자켓 및 프로모션 디자인
2023,「선물」달력 디자인
2023,「beigebongbong」아이덴티티 디자인
2023,「성윤선의 장고춤 네트워크」≪동행≫ 성균소극장 12월 상설공연, 프로그램 디자인
2023,「Jeom store」1st anniversary 굿즈 디자인
2023,「TTB x garb x bite poets」≪extra ordinary≫ 프로그램 디자인
2023,「Ubomanli」명함 디자인
2023,「전기홍 작가」≪buckwild≫ 에디토리얼 디자인
2023,「Ubomanli」≪Knock≫ 국립극장, 프로그램 디자인
2023,「chelon archive co.」아이덴티티 디자인
2023,「Mumu」아이덴티티 디자인
2023,「Cidae.co」에디토리얼 디자인
2023,「Miammiam x 최원혁 작가」프로그램 디자인
2023,「Oboae」쇼룸 엽서 디자인
2023,「Info x cidae.co」굿즈 디자인
2023,「Nneed coffee」아이덴티티 디자인
2023,「Each differ」23f/w 아트워크 디자인
2023,「최원혁 작가」≪open studio in seoul≫ 프로그램 디자인

2023,「Each differ」로고 디자인
2023,「최원혁 작가」≪open studio in jeju≫ 프로그램 디자인
2023,「Doosan x vlook」아이덴티티 및 팝업스토어 매장 디자인
2023,「AAO」월별 3D 아트워크 디자인
2023,「Viewfinder」연력 포스터 디자인
2023,「Viewfinder」로고 디자인
2022,「MYO」≪maximalism≫ 기록 책자 디자인
2022,「(사) 한국의류산업학회」국제 디지털 패션 콘테스트 3D CLO
2022,「Bfrog」쇼룸 로고 디자인
2021,「Higher coffee」행사 포스터 디자인

전시[4]

2022,「MYO」주최 및 기획, ≪maximalism≫, 22년 6월, 북아현동 안팎 갤러리
2022,「MYO」주최 및 기획, ≪maximalism≫, 22년 12월, 문래동 artsxstay

경력[5]

2022-3,「주식회사 썸앤컴퍼니 GLOSOME」디자인팀 시각디자인 인턴 (2022 - 23)
2021-3,「국가사업창업동아리 MYO」대표
2021-3,「전국대학생패션연합회 O.F.F」27기
2021,「고교 패션 콘테스트」운영위원회 위촉
2021,「Lets 매거진」에디토리얼 디자인팀

수상[6]

2022,「(사) 한국의류산업학회」제 11회 국제 디지털 패션 콘테스트 장려상 수상
2022,「서울패션허브디지털디자인」품평회 합격

자격증[7]

국가기술자격증 사진기능사

작업 도구[8]

Indesign, Illustrator, Photoshop, Lightroom, LightroomClassic, AfterEffects, XD, Cinema4D, Redshift, TouchDesigner, Frontend Develope, Midjourney

연락처[10]

(MP) +82 10 2458 0187
(E) hyeok.info@gmail.com
(W) www.hyeok.info
(IG) @hyeok.info

(c) 2025. Yoonhyeok Kim

Yoonhyeok Kim
graphic designer
front end developer(ing)
hyeok.info[1]
@hyeok.info[2]
+82 10 2458 0187[3]
hyeok.info@gmail.com[4]

---

1. web
2. ig
3. tel
4. email