



g: Artist

# 한 사람의 디자이너가 해낸 일

한 명의 디자이너가 해낼 수 있는 작업은 얼마나 될까. 커머셜한 작업과 그래픽디자인 아트는 정말 구분 지어져야 할까. 굳이 장르를 나누고 구분을 지으려 했던 디자인을 다시 생각해보면, 그것은 “문제를 인식하고 해결하는 과정의 즐거움”으로 귀결된다. 그래서 뉴욕, 플랫인스티튜트 커뮤니케이션 디자인 대학원에 재학중인 그래픽 디자이너 이우진에게 질문했다. 크리에이티비티 인터내셔널 어워드 수상을 축하하는 말과 함께.

에디터 이안나 | 디자인 나은민

## 이우진 디자이너

### 간단한 소개를 부탁한다

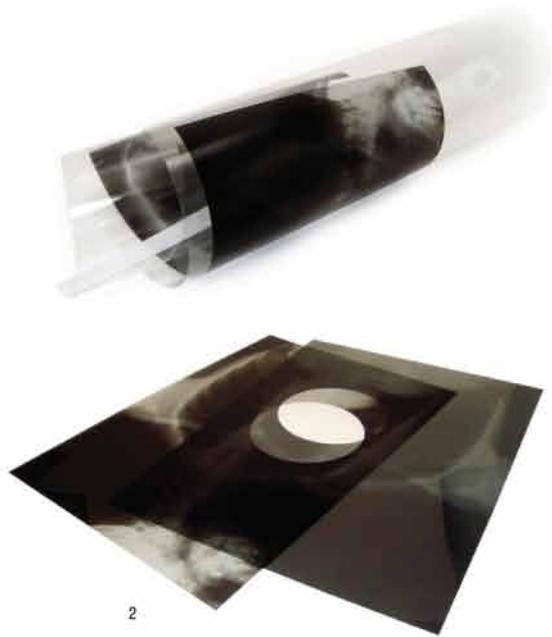
4년 전 뉴욕으로 건너 와 미국 북동부에 있는 독립아트, 디자인 대학 ‘플랫인스티튜트’(www.pratt.edu)에서 대학원 과정을 밟고 있다. 한국에서는 기업의 인하우스 디자이너, 스튜디오 아트디렉터로 활동하며 제품디자인, 인테리어, 웹 디자인, 기업의 디자인 아이덴티티 등 커머셜한 작업을 두루 맡았다. 지금은 대학원에서 마스터 과정을 익히면서 앞으로 나아갈 준비 중이다.

### 먼저 축하한다. ‘2010년 제40회

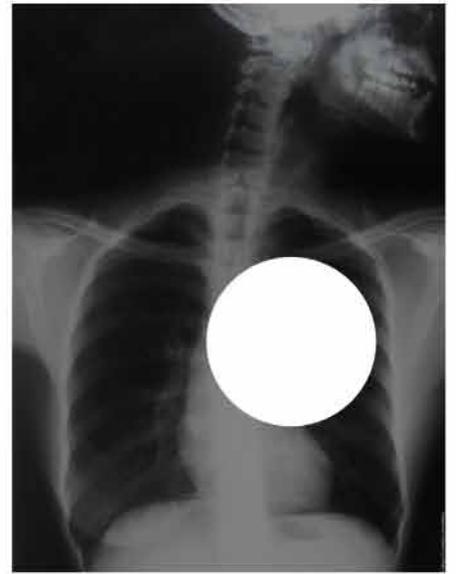
크리에이티비티 인터내셔널 어워드’에서 대상을 비롯해 금상, 은상 등을 한꺼번에 받았다 고맙다. 크리에이티브 인터내셔널 어워드는 독립 광고 및 그래픽디자인 공모전이다. 40년이 넘게 뉴욕의 디자인을 선도했다는 평가를 받는 Taylor & Ives의 대표이자 크리에이티브 디렉터인 Alisa Zamir 지도교수의 추천을 받아 4개 부문을 접수했는데 한 점이 대상을 받고, 두 점이 금상, 나머지 한 점이 은상을 받았다. 프린트, 패키지 공모전 학생 부문에서 코퍼레이션 아이덴티티 부문 ‘Trash/Treasure project’로 대상을 받았고, 메뉴 & 와인리스트, 인테리어 북디자인, 포스터 캠페인 부문에서

각각 금상과 은상을 받았다. 세계적으로 통용되는 디자인으로 인정 받았다는 점에서는 자부심을 갖게 된 기회지만 스스로 출발선에 섰다고 생각한다.

Trash/Treasure project는 제품을 다시 활용하는 것이 아니라, 아트웍을 접하는 누구나 재활용과 재사용에 대한 필요성을 각인시킨다. 프로젝트의 슬로건은 ‘re-cycle, re-use, re-imagination’이다. 버려지는 일상 용품이 영구적인 두 번째 쓸모를 갖는다는 게 테마이다. 포스터 캠페인에 쓰여진 주재료는 2000년부터 수집한 잡지들이다. 뉴욕으로 올 때 가지고 왔는데 프로젝트에서 신문 묶음과 한데 모아 써먹었다. 가로방향으로 커팅된 각각의 조각들이 함께 어우러져 하나의 일관된 움직임을 보여주는데, 사람들에게 심리적인 울림을 주고자 했다. 누구에게는 인체의 유연한 곡선으로 보여질 수도 있고, 넘실대는 바다, 잔잔한 물결 등으로 상상하기 나름이다. 하지만 그 움직임은 모두 자연을 연상시키도록 표현하고 싶었다. 잡지를 조각조각 자르고, 한 덩이의 신문묶음을 모으고, 두께와 재질이 다른 조각들을 연결해 보드에 형태를 고정시키기까지 긴 시간이 걸렸다.



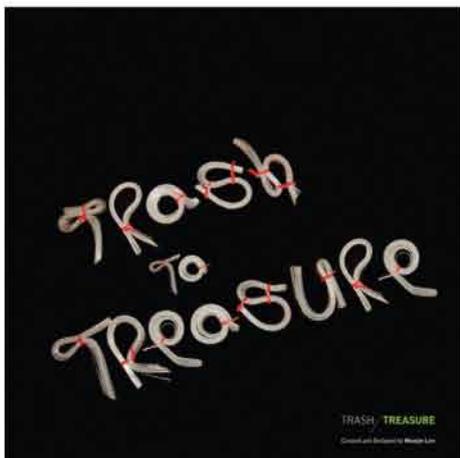
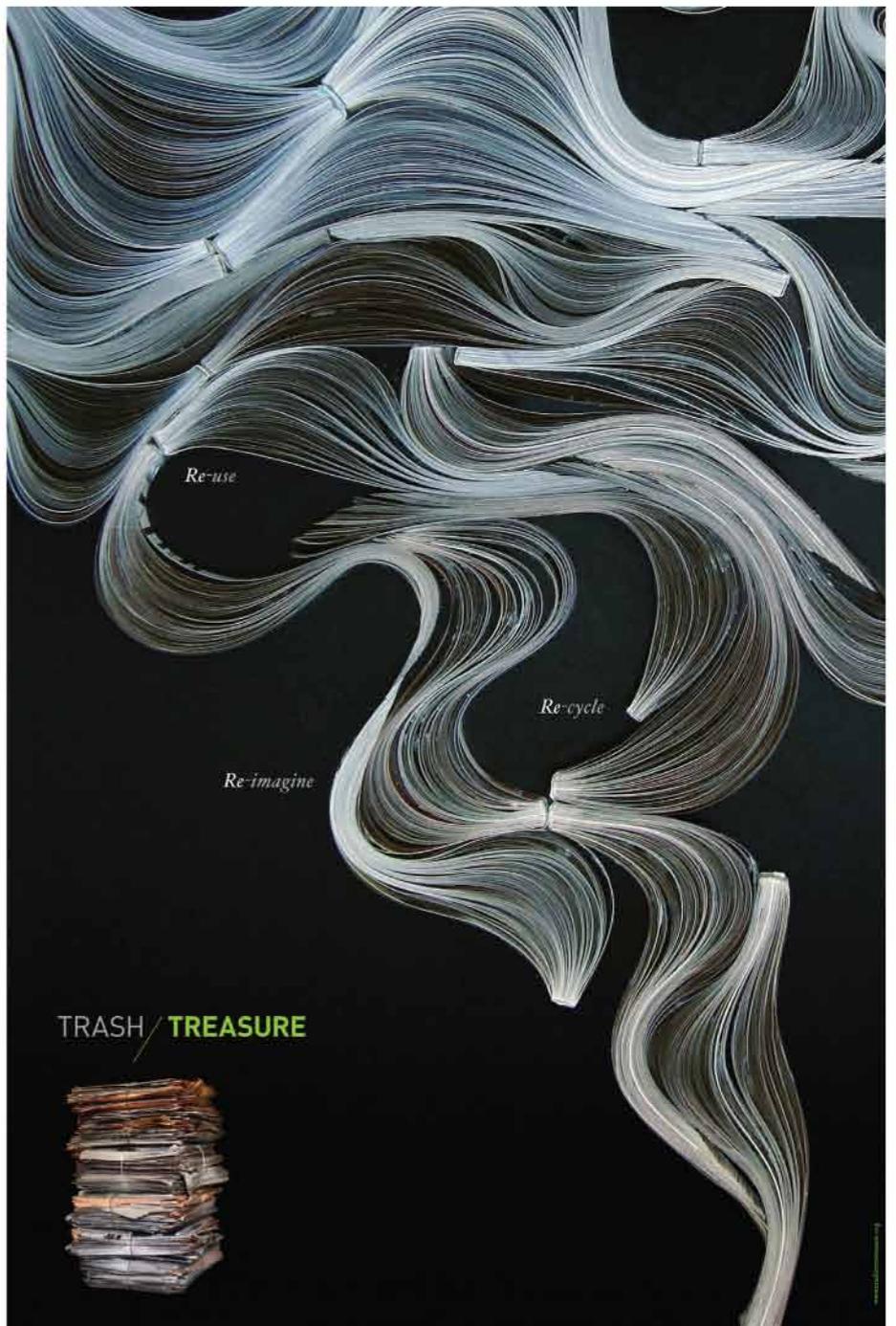
2



1. 비영리 환경단체 'The council on the environment of Manhattan'을 위해 만든 환경 캠페인이다. 은상 수상작 <NYCITY GREEN 2009 Clean Land, Clean Air, Clean Water>

2. 기쁨, 사랑, 슬픔, 분노, 반항이 최고조에 달하다가 사그라지는 스무 살의 가능성을 표현한 작업 'Positive Emptiness: Being 20' 이다.

3. 자원의 낭비를 줄이고 재활용과 재사용을 독려하는 목적을 지녔다. 대상 수상작 <Trash/Treasure project>



3

보는 이를 공감시키는 건 어려운 일이다 그렇다. 처음에는 주제와 테마를 잡기가 고민이었다면, 나중엔 개인의 아트웍이 사람들에게 설득력을 갖기 위해서 어떻게 풀어낼지가 가장 큰 고민으로 다가왔다. 전달하려는 메시지가 쉽고 공감을 얻어내야 한다는 것은 누구나 알고 있지만, 디자이너는 이해와 설득과 공감을 비주얼로만 해결해야 하는 사람들이기 때문에 어떻게 접근해야 할지 가닥을 잡는데 오랜 시간이 걸렸다. 그래서 어떤 사람이 길을 걷다가 우연히 벽에 걸린 Trash/Treasure project를 보았을 때, 잠시 걸음을 멈추고 환경에 대해서 생각하도록 노력했다.

**환경을 위한 디자인의 역할에 대해서 어떤 생각을 가지고 있나**

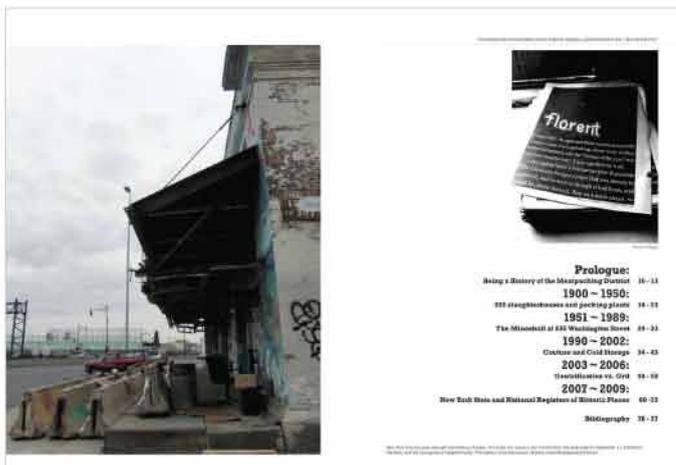
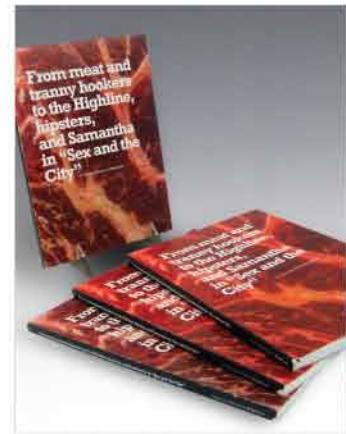
환경문제는 전세계가 머리를 맞대야 하는 당면과제이다. 그리고 이러한 상황들과 맞물려 직접 피부로 느끼긴 느끼지 못한 간에 우리는 결국 디자인된 세계에 살고 있다. 그리고 이 디자인된 세계가 앞으로 우리를 황폐하게 만들지, 아니면 부유하게 만들지는 디자이너의 손에 달려있다. 얼마 전에 Bruce Mau의 강의를 들었다. 그에게 "디자인은 소수의 특권층을 위한 게 아니라 99%의 평범한 클라이언트를 위해야 한다"는 말을 들었을 때 감명을 받았다.

소비를 부추기는 디자인이 아니라, 바른 소비를 이끌어내는 것이 디자인의 역할이라고 본다. 결국 디자인된 세계가 아니라, 우리가 살고 있는 세계를 디자인하는 게 중요하다는 결론을 내렸다.

**동감한다. 이제 한국에서 디자이너로서 다방면으로 활동한 이야기를 해보자. 개인의 디자인 분야라고 말하기 어려울 정도로 여러 분야를 거쳤다**

경력을 추려보자면 쌈지 액세서리 디자인, 홈페이지 등 그래픽 작업과 개인 스튜디오 '회회라라' 아트디렉터 활동 등으로 나눌 수 있다. 쌈지는 디자인 콘테스트에서 장려상을 받은 계기로 입사했다. 평소에도 패션에 관심이 많은 터라 꼭 한번 일해보고 싶었고, 문화사업이 활발했던 쌈지에서 인하우스디자이너로 일한 시간은 큰 보탬이 되었다. 입사 후 남성 토탈 액세서리 브랜드 NOM 론칭에 참여했다. 브랜드를 위해 제품디자인과 광고 작업도 담당했다. 이후 회사 내 홍보 및 VMD를 담당하는 부서가 생기면서, 분야를 넓혀 국내외 광고와 각종 프로모션 업무, 인테리어와 디스플레이 및 제품 디자인을 담당했다. 그때 몸으로 부딪히고 해결하면서 완성해나가는 디자이너의 삶을 배웠다고 해도 과언이 아니다.

4. 뉴욕의 이색적인 지역 '미트패킹 디스트릭트'의 문화와 역사를 담은 책이다. 금상 수상작 (From meat and tranny hookers to Highline, hipster, and Samantha in "Sex and the City")



**아트디렉터로도 일했는데 인하우스 디자이너로 일한 시간과는 사뭇 달랐을 것이다**

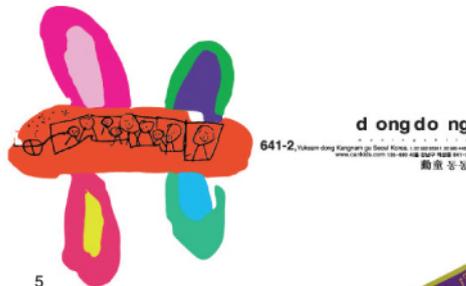
1999년 한남동에 열었던 스튜디오 회회락락은 스스로 회회낙락한 시간을 보낼 수 있는 작업실을 만들자는 순수한 의도에서 출발했다. 처음 맡은 작업 중 기억에 남는 게 클럽에서 열리는 파티를 위한 포스터다. 알고 지내는 DJ 친구들에게 워커힐 호텔에서 열리는 파티 포스터를 맡아달라는 의뢰를 받았고, 워낙 일렉트로닉 뮤직의 팬이라 즐겁게 작업했다. 나중에 포스터를 보고 감동을 받으셨다면, 당시 워커힐 호텔에서 마케팅을 맡으셨던 이병수 팀장님이 직접 작업실에 찾아오시기도 했다. 이후 워커힐 홈페이지 프로젝트를 시작으로 호텔의 홍보물 일체와 서울 시청의 월드컵 홍보용 미니책자, 프랑스문화원 영화 관련 프로젝트, 문화 관광부의 애뉴얼 북 작업 등을 꾸준히 맡았다. 커머셜한 디자인 작업의 묘미는 의뢰가 또 다른 의뢰로 물고 온다는 것이다. 점점 굵직한 프로젝트를 맡기 시작했고 예고이스트, 매긴나잇브릿지, 플라스틱아일랜드 등의 브랜드를 소유한 ㈜아이올리, ㈜더베이직하우스, ㈜에드윈, 뱅뱅(주) 등의 패션광고 및 브로슈어, 홈페이지 작업등을 연이어 맡았다. 기업의 아이덴티티를 꾸리는 게 인하우스 디자이너의 삶이라면, 스튜디오의 아트디렉터는 외뢰를 받은

작업을 파악하고 그 안에서 브랜드의 이야기를 만들어가는 즐거움이 있다.

**인터뷰를 하기 전에는 커머셜한 작업에 지쳐 파인아트의 영역으로 눈을 돌렸다는 생각을 잠깐했었다**

커머셜한 작업에 대한 회의로 파인아트 영역에 가까운 디자인을 추구하는 것이라고 생각할 수 있지만, 둘은 디자인이라는 하나의 뿌리에서 시작돼 갈래가 나뉘는 나뭇가지와 같다. 다만, 디자이너의 기능 뿐만 아니라 아티스트로서의 가능성을 타진해보고 싶었다. 스튜디오를 꾸리면서 가슴 설레게 한 작업도 많다. 프랑스문화원 영상과에서 의뢰한 프랑스 영화 페스티벌 작업, 부산영화제 작업 등은 처음 맡은 영화라는 새로운 장르에 대한 도전이었고, 그 결과는 디자인의 단맛을 느끼게 해주기 충분했다. 미국으로 오기 직전, 한국에서 맡은 마지막 작업인 ㈜한국 스마트 카드의 T-money 디자인 작업과 문화 관광부의 '생활친화 문화공간' 애뉴얼 북 작업도 기억에 남는다. 신뢰가 쌓인 클라이언트는 미국으로 와서도 2년 넘게 의뢰를 해왔고, 그 중 ㈜아이올리의 플라스틱 아일랜드는 클라이언트(서울)-디자인팀(뉴욕)-프로그램개발팀(캘리포니아)으로 꾸려졌는데 프로젝트 커뮤니케이션이 무리없이 진행돼 스스로 애착을 갖는 작업이다.

5. 아이들을 위한 복합문화공간 갤러리 동동의 브랜드 아이덴티티 디자인은 어린이의 그림을 담았다.



6. T-money 카드 디자인은 일상에서 느끼는 행복을 카드에서 보여주기 위해 밝은 색상을 주조색으로 잡고 두루 어울리도록 배색을 맞추었다.



7. ㈜에드윈의 버스광고 'Sense Project' 속 운동복 차림의 모델들은 편안한 자세로 앉고, 서고, 누워있다. 늘 뛰거나 달리는 자세만 취하는 운동복 광고와 사뭇 달라 인상적이다.



### 어떨 때 디자인으로 가슴이 설레나

디자이너로써 눈이 뜨일 때다. 어린이를 위한 복합문화공간 갤러리 동등은 아티스트 최정화씨(가슴시각연구소 소장)와 함께 한 작업이다. 인테리어와 건축을 그분이 담당했고, 나는 브랜드 아이덴티티 작업을 맡았다. 이때 배우고 깨우친 게 디자이너로서 가져야 할 좋은 것을 알아보는 눈이다. 그 분으로 인해 디자인을 바라보는 밝은 눈을 반쯤 뜬 것 같다.

### 넓은 디자인의 반경 안에서 완성도 높은 작업을 해낼 수 있는 원동력이 무엇인가

가장 중요한 것은 협력이다. 클라이언트와 디자인 팀의 협력, 그리고 아웃소싱 업체들과의 협력이 디자인을 바르게 끌고 나간다. 디자이너는 클라이언트의 입장이 되어 생각하는 게 필요하다. 자연히 그러한 과정을 통해, 어느 날 디자인에 대해 무지했던 클라이언트가 작업에 대해 지혜로운 평가를 내리는 것을 보게 될 것이다. 클라이언트의 안목이 나쁘다고 말하기 전에, 디자이너는 책임의식을 갖고 클라이언트에게 디자인과 프로세스를 습득할 수 있도록 설명해주는 것이 옳다. 이것이

디자이너가 사회적으로 책임져야 할 부분이라고 생각한다. 클라이언트가 작업에 대해 감사하는 마음을 표할 때 디자이너는 작업으로 인해, 작업에 의해 원동력을 갖게 된다.

### 모든 것을 접고 다시 디자인을 공부하기까지 쉽지 않았을 것 같다

회회락락은 고정적인 클라이언트를 가진 회사였다. 나중에는 서너 군데 마케팅이 강한 업체들에게 합병하자는 제안을 받았을 정도로. 그러나 획일적인 시스템이 구축된 회사로 만들기에는 디자이너로써 경험해보고 싶은 일이 많았다. 특히 뉴욕의 순수예술, 디자인, 문화를 향유하는 삶은 오랫동안 품은 꿈이었다. 합병을 하자는 제안은 다시 한 번 스스로 원하는 것이 무엇인지 상기시키는 계기가 되었다. 회사가 안전체도에 접어드는 때에 모든 것을 중지하는 것은 어찌보면 실수로 비추어질 수 있다. 그리고 한 번 커리어를 쌓기 시작하면 중간에 멈추기란 힘든 법이다. 하지만 가장 행복한 순간은 원하는 일을 할 수 있는 시간과 공간이 만들어준다. 4년이 지났는데도 예술과 디자인이 숨쉬는 뉴욕에서의 삶이 흥분되는 것처럼.

8. 멀티 터치 스크린 전시 'Pause'에서 종이비행기는 잃어버린 유년을 다시 떠올리게 한다. 간단한 기술이지만 사람의 감성을 울릴 수 있기에 충분하다.



뉴욕에서의 생활이 행복해 보인다  
 어딜 둘러봐도 디자인의 숨결을 느낄 수 있는  
 뉴욕이기에 행복하지만, 비단 뉴욕이기 때문만은  
 아니다. 여기에서 느끼는 가장 행복한 순간은  
 기시감에서 시작된다. 한국이나 그 어딘가에서  
 느꼈던 몸과 마음이 편안해지는 온도와 냄새,  
 소리, 분위기 등을 뉴욕에서 다시 느낄 때  
 행복하다. 돌이켜보면 불현듯 떠오르는 과거가  
 날 설레게 하는 것 같다. 모든 것을 내려놓고  
 공부를 하려고 떠나면서 느꼈던 이 기분은  
 아마도 어딜 가든지 계속될 것이다.

마지막으로 한국의 디자이너에게 해주고 싶은  
 말이 있다면  
 디자인을 하는 일이 때때로, 어쩌면 아주 자주  
 디자이너의 마음에 상처를 준다. 그 상처가  
 적어져야 좋은 디자인을 할 수 있다고 믿는다.  
 만약 정말 원하는 것이 있다면 머리가 아닌  
 가슴의 목소리에 귀를 기울이길 바란다. 그러면  
 보이지 않는 머리 뒤에 축이 사라질 것이다.

**앞으로의 계획을 들려달라**

올가닉 인그리디언트를 주원료로 하는  
 Narisushi와 캘리포니아 프랜차이즈  
 레스토랑의 브랜드 아이덴티티 작업이  
 진행 중이고, 내년 1월 중 웨스트할리우드  
 캘리포니아의 란제리&수영복 숍인 Le  
 BraLingerie의 홈페이지 개발이 예정 중이다.  
 한국에서 왕성하게 활동 중이신 재즈가수  
 윤희정 선생님의 크리스마스 갈라 공연작업은  
 약 6년 정도 맡아서 하고 있는데 내년 4월 중에  
 ‘윤희정과 프렌드’를 위해 작업을 계획하고 있다.

9. '5 Minutes Miracle'은  
 뉴욕의 거대한 이벤트 공간인  
 타임스퀘어를 배경으로 한  
 인터랙티브 프로젝트이다.  
 어플리케이션을 통해서 자신이  
 좋아하는 음악을 정해진 시간에  
 타임스퀘어에서 친구, 연인,  
 가족에게 전달할 수 있다는 가상  
 시스템이다.

