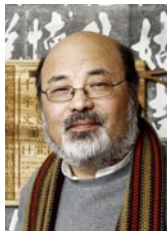


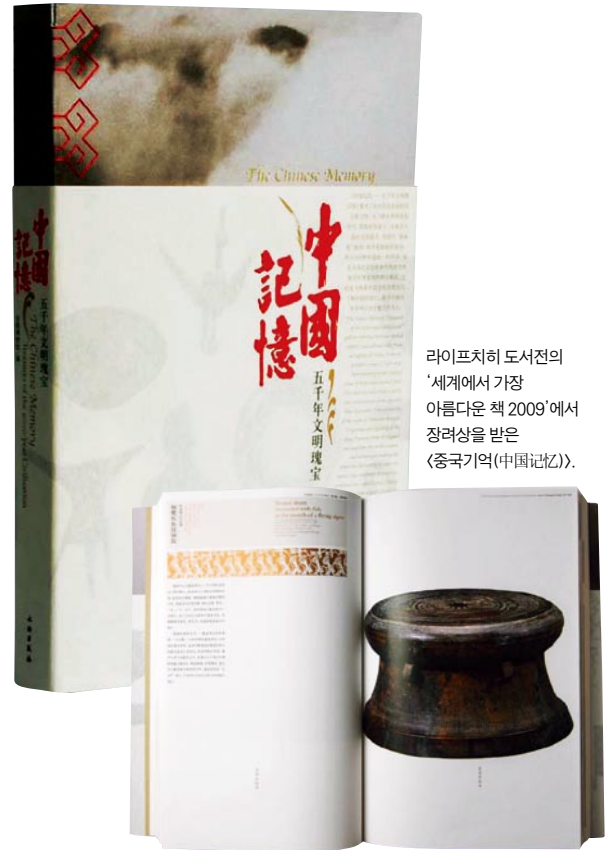
아시아를 대표하는 북 디자이너

뤼징런

“한·중·일은 서로 비슷해 보이면서도 각각 더없이 독특한 문화와 언어를 가지고 있습니다. 세 나라의 예술가들, 교육자들이 한자리에 모이니 눈부시게 빛날 것입니다. ‘합이부동(合而不同)’은 현재 세계적인 추세입니다. ACA는 세계가 동방의 문화·예술을 전망할 기회를 제공할 것이며, 저는 21세기의 청년들을 위해 아시아의 지혜와 정신을 바칠 것입니다. ACA는 동방 문화 교류에서 빛나는 한 획을 그을 것입니다.”



뤼징런(吕敬人)은 중국에 북 디자인을 뿌리내린 선구자이자 아시아를 대표하는 북 디자이너 중 한 명이다. 그는 글씨와 그림을 잘 쓰고 그리며, 글 솜씨 역시 매우 뛰어난 디자이너다. 뤼징런은 문화 혁명 당시 전개된 해방 운동에 의해 농촌으로 내려갔고, 그 과정에서 가혹한 노동을 겪었다. 이 경험은 후에 탁월한 예술적 재능을 싹틔우는 계기가 된다. 중국이 개방된 뒤에는 일본 출판사 고단샤의 교류 프로그램에 참가해 일본에서 디자인을 공부했다. 귀국 후에는 중국 출판계의 급속한 변화 과정 속에서 전통 제본술의 아름다움을 적극적으로 활용한 작품을 만들어내며 중국 북 디자인의 일인자가 되었다. 뤼징런은 자신의 북 디자인 방법론을 ‘총체적 디자인’이라는 개념으로 설명한다. 책을 본문 구성부터 표지까지 총체적 구조로 파악하고, 물성에 기초해 건축적인 사고로 접근한다는 의미다. 그는 동양적인 온정이 넘치는 디자인과 설득력 있는 글로 중국의 젊은 디자이너들에게 큰 영향을 미치고 있다. 현재 뤼징런설계공작실 대표이자 칭화대학교 교수, 중앙미술학원 객원 교수이며 AGI 회원이다.



라이프치히 도서전의
‘세계에서 가장
아름다운 책 2009’에서
장려상을 받은
〈중국기억(中国记忆)〉.

중국의 북 디자이너 1세대

우용

“ACA는 아시아 문화와 디자인 이념을 전파하는 전당입니다. 저는 아시아 문화의 생산자이자 디자인 분야의 실무자로서 글로벌 환경에서 디자인의 역할에 대해 항상 고민해왔습니다. 아시아의 상상력을 위해 새로운 디자인 언어와 요소를 찾고, 세계인의 삶이 더 풍부해지도록 노력하고 있습니다. 저의 사고와 실천을 ACA라는 전당에서 학생들과 나누고 싶습니다. 이것이 ACA에 대한 저의 기대이자 마음입니다.”



우용(吴勇)은 뤼징런의 영향을 받은 중국의 북 디자이너 1세대다. 뤼징런이 가장 신뢰하는 후배이기도 한 그는 일반적인 책은 디지털 미디어에 결국 자리를 내주고 말 것이기 때문에 오브제로서의 책, 이른바 북 아트 쪽으로 자신의 작품 방향을 설정했다. 종이와 인쇄술을 발명한 중국인으로서 선조들의 노력과 영광을 21세기에 되살려내겠다는 의지를 가진 그는 책 자체의 물성으로 존재감이 드러나는 책을 만들고자 한다. 작업 방식 역시 서양의 북 아트를 흉내 내는 것이 아니라 중국 전통의 제본 방식 등을 현대적 감각으로 재해석하는 것이 대부분이다. 그는 전통에 대한 재해석이 없는 디자인을 두고 ‘게으른 디자인’이라고 말한다. 전통을 재해석하지 않는 것은 디자이너가 아니라고 고학자들이 하는 일이라고 여기기 때문이다. 2004년에는 ‘중국 영화 탄생 100주년’ ‘중국 연극 탄생 100주년’ 기념 우표를 디자인했으며 〈중국 고대 서적 일러스트레이션 정간〉은 2006년 중국에서 최고로 아름다운 책이란 평가를 받았다. 현재 베이징에서 디자인 스튜디오를 운영하며 장강예술디자인대학 교수로 재직 중이다.



위는 〈화혼(画魂)〉.
아래 작품은
〈무동적북경(舞动的北京)〉.



〈스캔들〉 영화 포스터

한국을 대표하는 영화 포스터 사진의 대가 오형근

“언어의 유희가 아닌 ‘생산적인 시작’으로서의 예술, 매력적인 시각 언어를 만들어내는 ‘소통하는 디자인’, 그리고 항상 실험적인 시도가 돌출되고 충돌하는 ‘신세계 실험 공방’, 마지막으로 새로운 의미의 해석이 창의적 파장을 일으키는 ‘파란 교육’을 기대합니다. 그 안에서 단순한 이미지 도구로서의 사진이 아닌 현대 예술의 미학적 확장자, 뉴 아트로서의 사진의 가능성을 소개하겠습니다.”



영화 〈꽃잎〉의 포스터로 이름을 알리기 시작한 이래, 〈접속〉 〈친절한 금자씨〉 〈스캔들〉 〈장화 홍련〉 〈추격자〉 등의 포스터를 촬영하며 한국 영화의 대표적인 포스터 사진작가로서의 입지를 굳혔다. 오형근은 영화 포스터 작업과 더불어 아줌마와 여고생처럼 한국 사회의 특정 인물군의 유형을 다루는 초상 작업 역시 꾸준히 해오고 있다. 권위적인 아저씨보다 아줌마의 얼굴에 더 관심을 가진 그는 1999년 왕방울만 한 반지를 낀 아줌마들을 찍은 개인전을 열어 아줌마 신드롬을 일으키기도 했다. 아줌마 이후에는 소녀들을 주목하기 시작했다. 2004년에는 교복 입은 소녀들의 사진을 모아 〈소녀 연가〉전을 열었고, 최근에는 더 어린 소녀들을 카메라 앞에 세운 〈소녀들의 화장법〉전을 여는 등 그의 행보는 늘 이슈를 모았다. 국내외에서 열린 다수의 유명 전시회에 작품을 내걸었으며, 제2회 부산국제영화제 사진 감독을 맡기도 했다. 현재 영화 포스터 촬영과 더불어 개인적인 작품 활동에 열중하고 있으며, 계원디자인예술대학에서 사진을 가르치고 있다.



〈불공평하고 불안정한 네덜란드 디자인 여행〉(슬기와 민 지음, 안그라픽스). 네덜란드 디자인 문화에 대한 매혹과 실감, 고민을 풀은 에세이와 특별한 디자인 ‘장치’로 소개했다.

국내에 네덜란드 디자인을 소개한 그래픽 디자인 듀오 슬기와 민

“일반적인 제도권 디자인 교육에서 전공 또는 분야 간 장벽은 여전히 높습니다. 이는 건전하고 유용한 사회인 육성, 즉 취업 대비 교육이라는 성격을 얼마간 받아들이 수밖에 없기 때문인 듯도 합니다. ACA는 시야를 넓히고 창조적 태도를 높이는 데 초점을 맞추었으면 합니다. 우리는 순수 미술과 인문학에서 나온 개념과 기법을 적극 수용해, 바로 그렇게 ‘통념을 깨고 시야를 넓히는’ 일에 주안점을 두겠습니다.”



‘슬기와 민’이라는 이름의 듀오로 따로 또 같이 활동하는 최성민, 최슬기는 미국 예일 대학교에서 만난 인연으로 2001년부터 공동 작업을 시작했다. 출판, 편집, 그래픽 디자인 그리고 교육 분야에서 왕성하게 활동하고 있으며 다양한 디자인 그룹이라는 평을 듣고 있다. ‘슬기와 민’은 국내에 네덜란드 디자인을 적극적으로 소개한 것으로도 유명하다. 이들은 졸업 후 2003년부터 2005년까지 네덜란드 안 반 에이크 아카데미에서 리서처로 활동하며 다양한 출판물과 홍보물을 디자인했다. 슬기와 민의 작업은 〈IDEA〉 〈아트 & 디자인〉 〈Area 2〉 등에 소개되었고, 그들이 디자인한 책은 네덜란드의 ‘우수 서적 디자인 2004’와 미국의 AIGA ‘50 북스, 50 커브스 2004’에 선정되었다. 이들은 2005년 귀국한 이후에도 문화 영역을 중심으로 다양한 프로젝트를 수행하고 있다. 최성민과 최슬기는 각각 서울시립대학교와 계원디자인예술대학 교수로 재직하고 있으며, 공연이나 퍼포먼스처럼 ‘사라지기 쉬운 예술의 도큐먼트’에 초점을 맞추는 출판사 스펙터 프레스의 발행인이기도 하다.



국내에서 가장 영향력이 큰 미디어 디자이너

조수용

“다양한 기회에 개인적으로 강연할 기회는 여러 번 있었지만, NHN CMD 부문에서 디자인·마케팅 담당 리더들과 함께 제대로 커리큘럼을 구성해 강연하는 것은 처음 있는 일입니다. 그만큼 ACA가 업무에 실질적인 도움을 주는 대안 교육으로 자리매김할 수 있을 거라는 기대가 큼니다. NHN의 실제 업무 경험을 중심으로 실용적인 강연을 진행할 계획입니다.”



네이버가 국내 포털 부동의 1위 자리를 지키는 데는 ‘디자이너’ 조수용의 힘이 정말 크다. 아마도 미디어에 종사하는 디자이너 가운데 그만큼 영향력 있는 사람은 없을 것이다. 그가 이끄는 NHN의 CMD(Creative Marketing & Design) 부문은 웹 디자인, 브랜드, 광고, 프로모션, 각종 매체와의 제휴, 마케팅·디자인 개발까지 모든 부분을 담당한다. 조수용은 350여 명에 달하는 CMD 부문의 책임자로

NHN의 디자인·마케팅을 지휘한다. 그는 지난 몇 년간 네이버의 웹 서비스를 숨가쁘게 변화시켰다. 2007년에 선보인 네이버 에피소드 블로그 시즌 2는 국내에 사용자 맞춤형 디자인 서비스 바람을 몰고 왔으며, 올해 초에는 네이버 홈 개편이라는 대대적인 변화 역시 주도했다. 네이버 검색 순위를 정리한 소책자 <네이버 트렌드> 출간을 비롯해 네이버의 모든 기술과 디자인을 포함하는 다양한 배움의 기회를 제공하는 ‘사용자 경험 디자인 체험 워크숍’ 역시 성공적으로 자리 잡았다. 이제는 너무나 친숙해진 네이버의 네모난 검색창 캐릭터 ‘그린 원도’는 디자이너로서 그의 작품이다.



올해 초 새로 바뀐 네이버 홈 화면. 3단 구성에서 2단 구성으로 바뀌었고, 한 화면에 보이는 텍스트의 양과 광고를 절제했다.

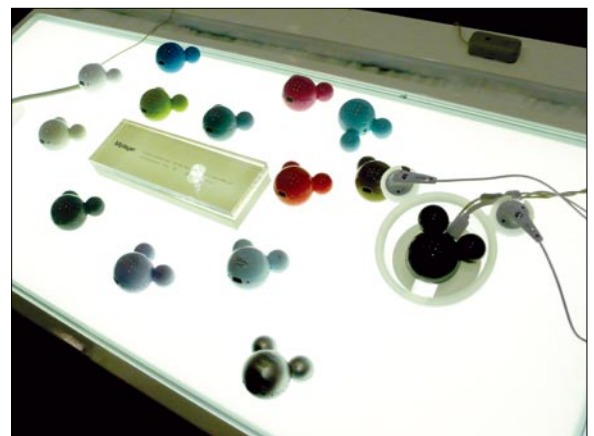
국내 디지털 미디어 디자인의 1세대

조홍래

“다양한 경험을 필요로 하는 예비 크리에이터들에게 새로운 개념의 교육인 ACA가 경험의 확장을 통한 실익을 줄 수 있도록 잘 준비되길 바랍니다. 저 역시 제가 전달하려는 정보가 학생들과 인터랙션할 수 있도록 즐겁게 준비하고 있습니다. 특히 디지털 미디어 환경에서의 디자인·디자이너의 역할과, 뉴 미디어 환경과 맥락에 대한 분석 능력 배양 등 다양한 사례를 현장 중심으로 경험할 수 있도록 노력하겠습니다.”



지난 2000년 바이널을 공동 창업한 조홍래는 국내 디지털 미디어 업계의 대표적인 1세대 중 한 명이다. 2008년 산업자원부가 주관하는 ‘차세대 디자인 리더’에 선정되기도 한 그는 현재 바이널 인터랙티브 대표와 크리에이티브 디렉터를 겸하고 있으며 한양대학교 겸임 교수로 재직중이다. 뉴 미디어 디지털 크리에이티브 그룹을 표방하는 바이널은 온·오프라인을 가로지르는 통합 전략을 제시하며, 대중성과 실험성을 넘나들며 사회와 문화의 접점을 찾는다. 바이널은 ‘형태는 기술을 따른다’는 말로 대치되는 지금의 상황을 인식하고 단순히 디자인에 어필하기보다는 테크놀로지가 클라이언트의 마케팅을 돕도록 하는 디자인 컨설팅트가 되어야 한다고 생각한다. 현재 바이널은 e-컨버전스, UX(사용자 경험), 인터랙티브 사업 부문으로 나뉘어 있으며, 특히 인터랙티브 부문을 차세대 성장 엔진으로 삼아 새로운 시장을 개척해나가고 있다. ㅁ, 레드닷, 웨비 어워드 등에서 수많은 상을 받았으며 2008년 CES 쇼에서는 아이리버 부스를 디자인해 ‘베스트 오브 CES’ ‘마케터가 선정한 25개 전시 부스’로 선정되는 등 호평을 받았다.



‘플로팅(Floating)’이란 콘셉트로 디자인한 아이리버 부스 디자인.