



DESIGN IS POWER

경계없는 디자이너

최근 라이프스타일 영역에서 눈에 띄게 활약 중인 디자이너의 특징은 '전방위'라는 것! 제품과 공간 디자인은 물론 브랜딩·컨설팅·셀렉트 숍 운영·전시 기획 등 다양한 분야를 넘나들며 크리에이터로서 폭넓은 아이디어를 뽐내고 있다. 색다른 감각과 남다른 통찰로 디자인의 고전적 경계를 뛰어넘어 새로운 문화 흐름을 이끌고 있는 디자이너 3인의 공간을 찾았다.

디자인을 디자인하는 남자

P/P/S 구병준 대표 구병준 대표의 커리어를 한 문장으로 소개하기란 쉽지 않다. 예술·디자인 콘텐츠 기획 및 컨설팅 회사 P/P/S의 대표, 리빙 편집 숍 썬터원의 대표이자 상품 기획자, 다양한 디자인 전시를 선보여온 전시 기획자가 모두 그의 직함이다. 디자인 이슈를 다루는 일이 지금처럼 일상적이지 않던 10여 년 전, 전통적인 파인 아트의 장이던 미술관에 디자인의 거장을 초청하고 서울 옥션에 디자인 경매를 처음 도입하는 한편, 본격적인 '빈티지 디자인' 시장을 개척한 주역이 바로 구병준 대표였다.

"대학에서 4년 동안 산업디자인을 공부했는데 졸업할 때 무엇을 배웠는지 떠올려보니 기억나는 건 '기술'뿐이더라고요. 정작 디자인의 원론적인 부분은 건드리지도 못한 기본이었어요. 디자인을 평생의 업으로 삼으려

면 체계적으로 배우는 것이 좋을 듯해 유학을 떠났죠." 네덜란드에서의 유학생 생활은 발상을 전환하는 동시에 당시 여러 모로 뒤쳐져 있던 한국의 디자인 현실을 자각하는 계기가 됐다. 귀국 후 디자인 스튜디오가 아닌 갤러리의 문을 두드린 것은 시대 흐름에 맞는 디자인을 보여주고 싶은 바람 때문이었다. "한국에 돌아오자마자 한가람 미술관에서 <디자인 메이드>라는 타이틀의 첫 전시를 기획했어요. 디자이너가 나아가야 할 방향에 대한 이야기를 풀어낸 전시였죠. 당시 한국에는 디자인 전시를 기획할 수 있는 인적 자원이 전무했고, 미술관 역시 디자인을 다뤄야 할 필요성을 전혀 느끼지 못하고 있었어요. 디자인에 대한 인식 자체를 바꿔야 하는 상황이었죠. 어찌 보면 당시의 한국 실정이 지금 제기 하고 있는 여러 일들의 계기를 만들어준 거죠."



그래픽디자인과 순수 미술의 경계를 달린다

테이블 유니온 김영나 디자이너 김영나 디자이너가 가장 많이 듣는 질문은 “작가인가 디자이너인가?”이다. 2013 두산인강예술상 미술 부문 선정, 2014년 문화체육관광부 선정 오늘의 젊은 예술가상 수상, 미술 공간 커먼센터 운영위원, 브루노 비엔날레와 타이포 잔치를 포함한 국제 행사의 큐레이팅 등 그의 활동은 디자인과 미술의 경계를 가로질러 달리는 듯하다. 최근에는 두산갤러리 레이디انس 프로그램차 뉴욕에 머물다 돌아왔다. “경계에 대한 질문을 자주 받지만, 제 정체성을 그래픽 디자이너로 소개하는 입장은 언제나 변함없습니다. 같은 작업도 주체가 순수 미술 작가인지, 디자이너인지에 따라 관객이 전혀 다르게 받아들일 수 있다고 생각하기 때문이에요.”

키아트에서 제품 디자인, 홍익대학교에서 시각디자인을 전공한 후 네덜란드를 대표하는 예술 학교 베르크플라츠 티포흐라피(Werkplaats Typografie)에서 유학한 김영나 디자이너. 재료와 형태, 촉각의 조화에 매력을 느껴 그래픽디자인을 시작한 그는 자신의 감각을 기

반으로 다양한 분야의 시각적 균형을 조율하는 작업을 통해 관심의 영역을 확장해왔다. “처음 그래픽 디자인을 시작했을 때는 활자 하나하나를 신중하게 종이 위에 없는, 문자를 신성하게 대하는 작업 태도를 유지하기 위해 노력했어요. 하지만 지금은 매체의 특징에 따라 타이포그래피를 다채롭게 활용하고 표현하는 방식에 더 관심이 가요. 평면 종이뿐 아니라 입체 공간을 채우는 작업을 진행하면서 사람이 그 속에서 체험할 수 있는 경험의 중요성을 점점적으로 고려하게 됐죠.”

그래픽디자인과 전시 기획, 커머셜 공간의 아트 디렉팅을 아우르는 그의 작업은 ‘소통을 통한 기획력’을 기반으로 한다. 많은 이가 함께 둘러앉아 의견을 나누고 의사를 결정하는 ‘테이블’을 스튜디오 이름으로 내건 것으로도 그의 작업 성향을 파악할 수 있다. “주어진 상황에 대해 논의하고 해결책을 제시하는 일에 흥미를 느껴요. 작가가 외부의 이슈를 재료 삼아 오롯이 자신의 관점에서 이야기한다면 디자이너는 외부와 끊임없이 주고받은 의견을 토대로 작업을 발전시키고 변화해간다고 생각합니다. 이런 과정에 몰입해서 즐기다 보니 자연스럽게 그래픽디자인을 넘어서는 작업을 진행할 기회가 만들어진 것 같아요.” 다양한 클라이언트와의 작업에서 디자인뿐 아니라 콘텐츠 기획까지 포괄적인 아트 디렉팅을 도맡아온 것도 이런 이유에서다. “함께 일

해는 클라이언트의 대다수는 저를 기본적으로 콘텐츠 생산이 가능한 사람으로 대합니다. 예를 들면 패션 브랜드 코스COS의 첫 단독매장 오픈에 맞춰 기획한 ‘코스스페이스 프로젝트’는 ‘텅 빈 상자에 뭘 채워야 할지 모르겠다’는 클라이언트의 주문에서 시작했죠. 디자이너의 역할은 물론 사람을 모으고, 기획하고, 전반적인 판을 꾸리는 전시 기획자의 몫까지 기대한 거예요. 앞으로는 이렇게 함께 일하고자 하는 사람들이 저를 협업의 대상으로 바라본다면 더할 나위 없이 좋을 것 같습니다.”

수집하는 물건에서 작업의 영감을 받는다는 김영나 디자이너는 출장길에 틈틈이 사 모은 스티커와 종이, 테이프를 펼쳐 보인다. 간격과 형태, 색깔이 각기 다른 스티커는 사무용품 색선에서 쉽게 찾을 수 있는 건출지가 대부분이다. “서로 다른 규칙을 찾아내려는 노력이 작업을 위한 훈련이 돼요. 이미 정해진 것들을 자르고 붙이는 과정을 통해 발견하는 새로운 질서를 보며 희열을 느끼기도 하고요. 시각적인 훈련을 하는 동시에 그 자체를 다른 프로젝트에 활용하기도 하죠. 취미일 수도, 혹은 진지한 작업일 수도 있는 소소한 활동 안에 제 디자인 전반을 관통하는 주제와 정의가 담겨 있어요.”

1 2014년 두산갤러리 서울에서 진행한 개인전 <선택 표본Choice Specimen> 작품 설치 전경 2 김영나 디자이너-가 기획 디자인 전반을 아트 디렉팅하고 프로파간다에서 발행한 <그래픽 Graphic> 매거진



글 우혜미(프리랜서) | 담당 김수진 기자 | 사진 이기태기자