

미래를 생각하지 않으면 디자인도 없다

종대 앞에는 섬세하고 단아한 북디자이너가 산다. 미야라는 북디자인 사무실을 운영하고 있는 북디자이너 김은희 씨(35)는 외양부터가 섬세하고 감성적이다. 《구텐베르크 혁명》, 《도연초》, 《빌러비드》 등 그녀가 작업한 책들을 보면 하나같이 그녀와 어딘지 닮아 있다는 생각이 든다. 특유의 따뜻하고 섬세한 질감과 단아한 정서가 묻어나는 장정이 그녀의 닮은 이미지들이다.

서울 토박이로서 그런지 그녀의 작품에는 도회적인 우수도 엿보인다. 감각적이면서도 부박하지 않고 고고하되 경직되어 있지 않은 것이 그녀가 작업한 북디자인의 특징이다. 타이포그래피와 미니멀리즘 계열의 이미지들이 서로 단단하면서도 정치하게 어울려 어느새 책의 아우라를 만들어낸다.

“저는 일을 할 때 이성적으로 판단하기보다는 감성적인 직관에 많이 의존하는 편이에요. 텍스트를 읽었을 때 처음 떠오르는 이미지들에 골몰하고 이를 작품에 반영하려고 노력하죠. 그러면 제 마음에 드는 결과가 나와요.”

다소곳하면서도 뚜렷하게 자신

의 일에 대한 생각을 밝히는 김은희 씨는 북디자이너 생활을 시작한 지 11년째다. 10년 넘는 세월 동안 한 가지 일을 계속하기는 쉬운 일이 아닌데 그 열정과 지속성은 어디에서 오는 것일까?

“책을 접하면서 세상을 새로운 눈으로 바라보게 됐어요. 책 속에는 생명력이 가득하죠. 북 디자인은 상당히 매력적인 일이고 제 적성에도 잘 맞아요. 특히 혼자서 기획하고 구상하고 집행하고 마무리까지 하는 작업 시스템이 마음에 듭니다.”

그녀가 북디자인 작업을 시작한 것은 1993년 선배의 권유로 ‘고려원’에 입사하면서부터. 하지만 출판사가 그녀의 첫 직장도, 북디자이너가 그녀의 첫 직업도 아니었다. 그녀의 첫 직장은 뜻밖에도 구두 회사. 그녀는 그곳에서 구두 디자인을 1년 동안 했다. 하지만 미적인 감성이나 안목보다는 마케팅적인 능력을 요구하는 조직의 생리가 맞지 않아 북디자이너로 자신의 직업을 바꿨다.

고려원에서 2년여 근무하다가 잠시 프리랜서 경험을 쌓은 뒤, 체계적인 경력과 안목을 키우기 위해 문학동네에 입사, 4년 가까이 근무하게 된다. 대학에서 시각디자인을 전공한 그녀는 이 시기에 비로소 북디자이너가 자신

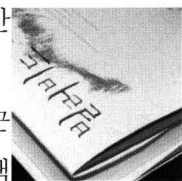
의 소양과 가장 잘 어울리는 일임을 깨닫는다.

“어려서부터 외삼촌과 많이 어울렸어요. 외삼촌은 예술적인 감성이 대단하신 분이었는데 문예진흥원에 근무하고 계셨어요. 외삼촌 손을 잡고 덕수궁에도 자주 가고 미술 전시회에도 자주 갔죠. 그러면서 자연스럽게 미적인 것을 알아보는 눈을 갖게 된 것 같아요.”

예전과 비교하면 많이 나아졌다고는 하지만 아직까지 전문 북디자이너들의 활동은 미약한 편이다. 디자이너 출판에서 전문성을 갖춘 분야로 인식되기 시작한 것은 겨우 20년 전쯤의 일이다. 현재 프리랜서로 독립해서 활동하는 북디자이너 중 안정적으로 일감을 수주하고 있는 디자이너는 많이 잡아야 스무 명 안쪽이라는 게 그녀의 귀뜸이다. 출판사에 소속되어 일하고 있는 많은 북디자이너들이 독립을 꿈꾸고 있는 현실을 감안하면 북디자인 필드는 아직 협소하기 때문에 경쟁도 매우 치열한 편이다. 프리랜서로서 홀로서기가 결코 만만치 않다는 뜻이다.

“출판사에서 근무할 때는 조직의 혜택과 지원을 받을 수 있는 게 좋았어요. 예를 들면 샘플을 만들기 위해 종이 재질을 하나 선택해서 주문을 할 경우, 출판사에서 전화를 하면 수월하게 일이 해결되는데, 저 혼자 하려고 하면 그 일이 쉽지 않거든요. 그리고 클라이언트들과 일정을 조절하는 것도 쉽지만은 않은 일이에요.”

그녀는 많은 어려움을 일에 대한 열정과 자신의 능력에 대한 확신으로 극복하고 있다고 밝혔다. 그리고 경험을 쌓아가는 동안 클라이언트들을



상대하고 전체적인 일정을 관리하고 진행하는 '프로세스'에 대한 노하우도 많이 익혔다고 한다. 요즘 그녀가 한 달에 작업하는 양은 평균 다섯 건 정도. 그녀의 실력을 알아보고 그녀에게 정기적으로 일을 맡기는 출판사도 서너 군데나 된다.

“클라이언트들의 취향과 선호도가 다양해서 처음에는 그분들의 기호에 맞추는 게 참 힘들었는데, 지금은 경험이 쌓이다 보니까 보편적인 기호를 꿰뚫어보는 안목이 생겼어요. 예전에는 제 작품에 대해서 일일이 설명을 하지 않았는데 지금은 충분히 설명을 하면서 설득을 시키죠. 그러면 클라이언트들이 제 의도를 이해해 줘요.”

그녀는 북디자인에 대한 전체적인 눈을 틔워줬다는 측면에서 자신에게 영향을 준 북디자이너로 '끄레'의 최만수 실장을 들었다.

세월이 흐르면 디자인도 변한다. 세월이 흐르면 모든 게 다 바뀐다. 사람들은 똑같은 것에 금방 싫증을 느끼기 때문이다. 반복과 모사는 그러므로 최악이다. 북디자인도 예외는 아니다. 북디자인에도 유행이 있고 트렌드가 있다. 디자이너들은 이를 놓치지 않고 잡아내야 한다. 그들이 전위적인 예술가가 되지 않으면 안 되는 이유가 여기에 있다. 그들은 시대의 흐름을 살피는 예민한 촉수를 가지고 있어야 하고 당대의 테마와 교통하고 있어야 한다. 광고나 미술, 영화 등 시대상을 반영하는 인접 장르의 트렌드도 늘 주목해야 한다. 김은희 씨는 북디자인의 트렌드나 유행에 대해서 시류를 경계한다고 강조한다.



“과거의 한때는 컬러풀하고 현란한 이미지들이 각광을 받은 적이 있어요. 하지만 그런 것들은 금방 흘러가는 시류에 불과해요. 단순한 것들이 요즘엔 각광을 받는 것 같고 앞으로는 이런 경향이 더욱 강화될 것 같습니다. 세상이 복잡해질수록 사람들은 보다 근원적이고 단순한 것에서 위안을 얻게 되거든요. 기초적인 색감으로 회귀하게 되는 거죠.”

김은희 씨는 작품을 마치고 시장에 자신이 디자인한 책이 나가면 반드시 모니터링을 한다. 모니터링 대상은 주변의 지인들. 그녀는 꼼꼼하게 그들의 지적에 귀기울인 다음 자신의 작업에 반영한다. 창조적인 직업을 가진 사람들의 대부분이 폐쇄적이고 독선적이기 쉬운 현실에서 이처럼 유연하고 개방적인 자세는 장점이 아닐 수 없다. 여가 시간에는 주로 책을 읽는단다. 그 외 별다른 취미는 없다고.

“북디자인의 중요성이 널리 인식

되기 시작하면서 북디자이너를 지망하는 사람들이 참 많은데, 북디자이너에게 요구되는 가장 중요한 자질은 무엇일까요?”

준비를 하고 던진 질문이었지만 김은희 씨의 대답을 듣자마자 기자의 질문이 어이없는 우문이었음이 드러났다.

“책에 대한 애정이 첫째예요. 실무에 소용되는 미적 감각이나 지식은 두 번째죠.”

그녀는 독자들과 교감하기 위해서는 무엇보다 디자이너가 일 자체에 재미를 느껴야 한다고 말한다. 재미를 느끼면서 즐겁게 창조하고 사람들과 커뮤니케이션을 하다 보면 일에 대한 능률도 오르고 독자들과 교감할 수 있는 여유가 생긴다고 믿고 있다.

그녀는 끝으로 북디자인에는 반드시 미래에 대한 생각이 담겨 있어야 한다고 말한다. 미래를 향한, 미래에 대한 비전을 담아야 디자인의 생명력이 살아난다는 것이다. **한편**

취재 김도언 기자 | 사진 박신우 기자