

**BUYONG
HWANG**

황부용의 그래픽 디자인 세계

**GRAPHIC
DESIGN**



황부용의 그래픽 디자인 세계

2025년 12월 25일 한정판 발행

저자 황부용

발행 김성천 (주)시디알어소시에이츠

주소 06908 서울특별시 언주로 130길 18 동인빌딩 4층

전화 +82 2-548-2466

이메일 cdr24@cdr.co.kr

웹사이트 www.cdr.co.kr

인쇄 (주) 114 프린트

웹사이트 www.114print.com

이 작품집에 실린 글과 그림은
저작권자의 동의 없이 사용할 수
없습니다.

© 2025. Buyong Hwang,
All Rights Reserved.

**BUYONG
HWANG**

황부용의 그래픽 디자인 세계

**GRAPHIC
DESIGN**





CONTENTS

디자인 리터러시의 개척자/ 강현주	6
사십년간 간직했던 꿈/ 황부용	10
포스터	15
픽토그램	97
로고	103
타이프페이스	123
출판	131
신문	137
일러스트레이션	141
환경	153

디자인 리터러시의 개척자

강현주 인하대학교 디자인융합학과 교수 2024년 3월

▶ LITERACY = 언제부터인가 '리터러시'라는 말을 참 많이 쓰고 있습니다. 옥스퍼드 사전에 따르면 이 말의 원 뜻은 "읽고 쓸 수 있는 능력"입니다. 한국어로는 '문해력'이나 '독해력' '이해력' 같은 말로 옮길 수 있겠습니다. 여기서 파생되어 "특정 분야에 대한 역량이나 지식"을 뜻하기도 합니다. 사건을 보니 리터러시 보다 일리터러시 즉 '비문해'라는 단어가 먼저 있었습니다. 리터러시라는 단어는 19세기 말에 등장해서 20세기에 들어와서야 널리 쓰였습니다. 구글이 제공하는 사용 빈도 자료를 보면 20세기 전반에도 별로 많이 쓰이지 않다가 20세기 후반, 특히 1970~80년대를 거치면서 사용 빈도가 많이 늘어난 단어입니다.

한·일 국교정상화 50주년을 맞아 국립현대미술관 서울관에서 'GRAPHIC SYMPHONIA 2015' 전이 개최되었을 때 전시 관련 인터뷰에서 안상수는 1970년대 그리고 1980년대 한국 그래픽 디자인 상황을 회고하면서 당시 유명했던 '서울대 트로이카'에 대해 이야기했다. 이는 서울대학교 응용미술과 69학번 동기생인 김진평·윤학중·황부용 세 사람을 지칭하는 것이었는데 안상수는 특히 황부용에 대해 언급하며 그가 자신을 포함해 동세대 디자이너들에게 미친 영향이 컸다고 말했다. 대학 재학 중 황부용의 강의를 들었던 터라 안상수의 이러한 회고는 1987년 당시 강의실에서 열정적으로 수업하던 30대 중반 젊은 시절 황부용의 모습을 떠올리게 했다.

1988년에는 월간 '디자인'지 객원기자로 '특집-1988 서울올림픽 디자인' 기획에 참여해 그를 인터뷰하고 "SLOOC 디자인실의 초석을 다진 디자이너, 황부용"이라는 기사를 작성하기도 했다. 이 무렵 구입했던 시각문화문고 총 12권 (1979~1984) 을 지금도 소장하고 있는데 황부용이 기획을 주도한 이 시리즈는 그래픽 디자인 관련 전문 서적이 거의 없던 시기에 디자인에 대한 인식의 폭을 넓혀주고 관련 지식을 쌓는 데 도움이 되었다.

황부용의 모교인 서울대학교에서 디자인 교육은 1946년 개교 당시 도안과에서 시작되었는데 1951년에 응용미술과로 개칭된 후 1960년대 초반까지 디자인과 공예가 함께 교육되었다. 1964년에 상업미술과 공예미술로 세부 전공이 분리되고 1965년에 김교만과 조영제가 교수로 부임하면서 상업미술 교육이 강화되기 시작했다. 1972년에

▶ 강현주 교수는 서울대학교 미술대학 산업미술과와 스웨덴 콘스트팍에서 그래픽 디자인을 전공했습니다. 현재 인하대학교 디자인융합학과 교수로 재직 중이며 '아카이브 오브 디자인 리서치' 학술 저널의 편집위원으로도 활동하고 있습니다. 스웨덴의 모던 디자인 역사에 대한 고찰에서부터 시작해 최근에는 20세기 대한민국 그래픽 디자인 역사를 인물 중심으로 연구하고 있습니다. 그동안 관심을 가져온 디자이너로는 한홍택·김교만·문우식·조영제·권명광·양승춘·정시화·안정연·김현·황부용·안상수·서기훈 등이 있습니다.



▶ 1974년 황부용이 상공미전에 출품했던 포스터로 무역협회 회장상을 수상했고 1975년부터 추천작가 부문에서 출품할 수 있게 되었다.



▶ 1979년 계간미술 겨울 특집호에 실렸던 황부용의 포스터

▶ 황부용, 이미지를 만드는 사람들 제4화: '타이포그래피적인 접근', 월간 디자인 1986년 4월호 참조

공업미술이 신설돼 세 전공 체제가 되었고 1976년부터 비로소 디자인이라는 용어가 사용되어 상업디자인전공 · 공업디자인전공 · 공예전공이 됐다. 황부용이 대학을 다니던 시기 (1969~1973) 는 응용미술로 인식되던 디자인이 점차 세분화되고 전문화되어 현대적인 모습을 갖추어 가던 때였다. 그는 대학 3학년 때인 1971년부터 대한민국상공미술전람회 (약칭 상공미전) 에 포스터 작품을 출품하기 시작해 1975년에 추천작가가 되었다. 그해 상공미전 상업미술부 추천작가로는 해당 분과 심사위원인 김교만 · 봉상균 · 이명구 · 조영제 · 한흥택 외에 권명광 · 권문웅 · 김명호 · 김수석 · 김영기 · 김진평 · 김홍련 · 김현 · 김효정 · 신언모 · 신용태 · 안정언 · 양승춘 · 양호일 · 오은식 · 윤학중 · 이정숙 · 이태영 · 이효일 · 장완영 · 정시화 · 최아영 · 홍종일 · 황부용 등이 있었다. 군 제대 (1975) 후 조영제가 진행하던 제일모직 데코마스 프로젝트에 참여해 양승춘 · 김현 · 구동조와 함께 일했던 황부용은 이후 합동통신사 광고기획실 제작국에서 일하다가 1977년 3월에 명지실업전문대학 전임강사로 임용되었다. 그가 26세에 교수가 될 수 있었던 것은 상공미전 추천작가였기 때문인데 당시 상공미전은 디자인계에서 권위가 높아서 추천작가는 교수 임용 때 석사학위에 준하는 자격을 인정받았다. 한편 중앙일보사가 발행하던 '계간 미술'지에서는 1979년 겨울호 특집으로 1970년대를 대표하는 한국의 그래픽 디자이너들을 소개했는데 당시 28세였던 황부용이 최연소였다. 선정된 13명 디자이너들의 당시 나이를 살펴보면 다음과 같다: 김교만 (1928년생 51세), 봉상균 (1932년생 47세), 조영제 (1935년생 44세), 양호일 (1939년생 40세), 양승춘 (1940년생 39세), 박재진 (1940년생 39세), 권명광 (1941년생 38세), 김영기 (1941년생 38세), 홍종일 (1941년생 38세), 나재오 (1945년생 34세), 정연중 (1946년생 33세), 김현 (1949년생 30세), 황부용 (1951년생 28세).

조영제는 한 · 일디자인세미나 (1985) 에서 한국 그래픽 디자이너 세대를 개척기의 제1세대, 상공미전을 통해 인정받으며 등장한 제2세대, 그리고 디자인에 대한 사회적 수요가 급증하던 시기에 성장한 제3세대로 구분했다. 그는 이렇게 세대를 구분하면서도 1960년대 중반부터 1980년대 중반까지 이들이 모두 함께 활동하며 한국 그래픽 디자인 발전을 견인했다고 평가하였다. 한흥택 · 김교만 · 조영제가 개척기의 제1세대라면 양승춘 · 권명광 · 안정언 등이 제2세대, 그리고 김현 · 안상수 등이 제3세대라 할 수 있는데 황부용은 연령적으로는 제3세대에 속하지만 20대 중반에 일찌감치 두각을 나타내어 1970년대 중반부터 제1세대 및 제2세대와 함께 활동했다. 그가 1983년에 대학교수직을 과감히 사임하고 계약직인 서울올림픽대회조직위원회 디자인실장으로 자리를 옮긴 데에는 젊은 세대 디자인 리더로서의 자부심과 자신감, 그리고 앞선 시대정신과 소명의식이 있었기 때문이었다.

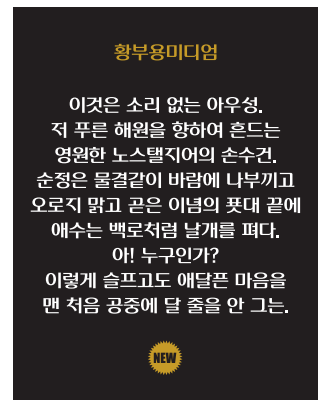
황부용은 디자인 창작에 뛰어난 기량을 가지고 있었지만 이론적 탐구에도 남다른 열정을 가지고 있었다. 이러한 그의 자질은 대학 졸업 시기에 이미 발현이 되었다. 그가 대학 졸업 작품 (1973) 으로 한글 서체를 개발하게 된 것은 일본 그래픽 디자인

전문잡지를 통해 쿠와야마 야사부로가 일본선전미술가협회 (약칭 일선미전) 에 서체 디자인을 출품하고 ‘서체 디자인’ (1971) 이라는 책을 출간했다는 것을 알게 되었기 때문이었다. 황부용은 서체 디자인 개발 도구와 프로세스에 관한 실무적인 내용이 담긴 이 책을 독학하며 한글 서체를 개발했다. 그리고 일본 샤켄 한국 지사인 한국사연 (KOREA SHAKEN) 의 김영옥 사장을 찾아가 졸업 작품의 취지와 내용을 설명하고 작품 제작에 필요한 기술과 제작경비를 지원 받았다. 해방 이후 최정호 · 최정순 등이 한글 원도를 개발했지만 대학에서는 아직 레터링 수업 정도만 개설되어 있던 상황이라서 황부용의 졸업 작품은 획기적인 시도로 받아들여졌고 게다가 졸업 프로젝트를 기업 후원을 받아 진행한 사례가 없었기 때문에 더욱 화제를 모았다. 이후 황부용은 명지실업전문대학에 재직하면서 서체를 개발하고 ‘황 미디어’ (1978) 단행본을 출간했는데 건국대학교 교수를 역임한 명계수는 자신을 포함해 당시 여러 교수들이 이 책을 레터링 수업 교재로 활용했다고 회고했다.

황부용의 디자인 활동에 있어서 가장 두드러진 특징을 꼽으라면 그것은 바로 디자인 리터러시 (DESIGN LITERACY) 에 대한 뚜렷한 인식과 향상 노력이다. 황부용 자신의 표현으로는 ‘디자인계 문맹퇴치운동’이라고 할 수 있다. 월간 ‘디자인’지 초대 아트디렉터를 지내면서 그는 제호 및 편집 디자인만을 담당한 것이 아니라 기획에도 관여하고 원고도 썼는데 1979년 1월호 ‘디자인 수상’ 코너에 쓴 글은 당시 국내 디자인계 상황에 대한 비판적 문제의식을 담고 있었다.

우리의 디자인계는 아직도 문맹(?)시대에서 헤어나지 못하고 있다. (중략) 몇 년 전까지만 해도 대학에서 강의를 하고 있는 디자인과의 실기교수들 가운데에는 자신이 실기강의를 하고 있는 과목의 용어조차 잘 알지 못하여 학생들의 질문에 당황하는 사례가 많았었다. 이 사실은 우리의 디자인계가 문맹시대를 헤어나지 못하고 있음을 단적으로 말해주는 것이었다. (중략) 누가 우리를 위하여 해외의 디자인 정보를 해설하고, 현재의 좌표를 설정해 줄 것이며, 누가 우리의 미래를 위하여 정확한 방향을 제시해 줄 수 있을 것인가? 이 분야에 관계되는 능력 있는 인재를 발굴하고 성장시키는 일은 문맹퇴치운동을 벌여야 하는 우리 여명기 디자인계의 중대한 과업이 아닐 수 없다. 사실 이러한 사명감을 가진 운동가들의 해설 · 비평 · 평론 등에 의해서 우리 디자인계의 근대화는 얼마든지 앞당겨질 수가 있는 것이다.

디자인계 문맹퇴치운동 실천 차원에서 출간된 것이 바로 시각문화사 (1978) 의 시각문화문고다. 이 시리즈의 발간 목적은 각 권 책 뒷표지에 소개된 ‘시각문화문고는 인간이 창조하는 그래픽 디자인의 모든 전통과 이념을 한글로 알기 쉽고 아름답게 정리한다’는 문구에 잘 나타나 있다. 1976년 10월에 월간 ‘디자인’지가 창간되고 1977년 3월호부터 황부용이 아트디렉터로 참여하게 되면서 한국 디자이너들의 작품과



▶ 황부용은 1978년 활자체 디자인 연구서 '황미디어'를 발간했는데 1350자가 수록된 이 책은 당시 한국 시각디자인계에 충격적인 반응을 일으켰고 이후 한글 디자인 전문가들이 본격적으로 탄생하는 계기를 만들어 주었다. 2023년 9월 (주)CDR 김성천 대표의 결단과 국민대학교 박윤경 교수의 주도로 '황부용 미디어'이라는 발매용 서체로 재개발되어 현재 시판 중이다.

▶ 편집부, '디자인 수상', 월간 '디자인', 1979년 1월호, 2~3쪽



▶ 월간 '디자인' 잡지 편집에 참여하기 시작하면서 황부용은 1970년대의 대한민국 그래픽 디자인계를 장남들이 꼬끼리 다리를 만지는 것과 흡사한 시기로 진단했다. 위 그림은 위키피디아에 실린 것으로 작자는 미상. 1907년 미국 일러스트레이션.



▶ 시각문화문고 전12권

▶ 김종민 KOGDA 편집디자인 세미나, 월간 '디자인', 1990년 8월호, 66~67쪽.

▶ 이우경, '디자인과 출판'을 주제로 미래 출판 디자인의 위상을 가능해 본 '제2회 KOGDA 편집 디자인 세미나', 월간 '디자인', 1991년 8월호, 154~155쪽.

활동이 다루어지기 시작했지만 당시 출판계에는 디자인 전공자들이 읽고 불만한 그래픽 디자인 전문 서적이 거의 없는 상황이었다. 6권의 번역서와 6권의 편저서로 구성된 시각문화문고 시리즈에는 '그래픽 디자인의 출발' '아이디어는 어디에 있는가' '나는 디자이너인가' '새로운 세대의 그래픽 디자인' '경영전략으로서의 디자인/ 아메리카' '세계의 로고타이프' '포스터에의 도전' '포스터의 위력' '그래픽은 어디로 가는가' '경영전략으로서의 디자인/ 철도 · 지하철' '조직체의 개성' '아메리칸 일러스트레이션' 등이 포함돼 있었다. 아쉽게도 시각문화사는 운영상의 어려움으로 문을 닫았지만 시각문화문고 시리즈는 국내 디자인계에 세계 디자인 동향을 소개하고 디자인 담론의 중요성을 일깨우는 계몽적인 역할을 했다.

황부용은 이후 한국시각디자인협회 (KSVD) 홍보이사 (1983~1993) 로서 '한국의 시각디자인 80/85' (1986) 를 기획했다. 또한 서울올림픽대회조직위원회 디자인실장으로서의 바쁜 일정에도 불구하고 월간 '디자인'지에 '이미지를 만드는 사람들'과 '현대 그래픽 디자인 100년: 아르누보에서 포스트모더니즘까지'를 연재했다. 1986년 1월호부터 1987년 5월호까지 총 13회 게재된 '이미지를 만드는 사람들'은 한국 그래픽 디자인이 지나온 발자취를 주제별로 정리해 대표 디자이너들과 함께 소개했다. 이 연재는 주정적 디자인, 주지적 디자인, 기초 디자인적 접근, 그래픽 프로세스에 의한 접근, 회화적 접근, 해학적 접근, 극적 접근, 70년대에 떠오른 디자이너들 (산업디자인전 스타일), 개념적 접근, 장식적 접근, 사실적 접근, 그리고 에필로그 편으로 구성이 되었다. 1987년 8월호부터 1989년 3월호까지 이어진 '현대 그래픽 디자인 100년: 아르누보에서 포스트모더니즘까지'에서는 유럽 · 미국 · 일본 · 한국의 그래픽 디자인 소사가 연표 형식으로 정리되었다. 황부용은 한국그래픽디자이너협회(KOGDA)에서 개최한 'KOGDA 편집 디자인 세미나'에도 초청을 받아 제1회 (1990) 때 패널토론에서 "지금까지의 학교에서의 편집 디자인 교육이 전문가를 위한 커리큘럼이 되지 못했음을 지적하고 ... 1990년대에는 보다 전문가적 태도로 바람직한 위상을 세워나가야 할 것"이라고 말했다. 제2회(1991) 때 주제 발표에서는 "우리도 이제는 외국 출판물을 부러워하고 있을 때만은 아니다. 우리 것을 스스로 비하만 할 것이 아니라 스스로 우리의 디자인 역사를 찾고 분석해보려는 의지를 가져야 할 때"라고 말하며 그 실질적인 작업으로 디자인 성공 스토리 발간을 제안해 참석자들로부터 공감을 얻었다.

2008년에 디자인계를 떠나기 전까지 황부용은 한글 서체 개발, 편집 디자인 교육 및 연구, 출판 기획 및 저술, 올림픽 디자인 행정 업무, 포스터 디자인 등 다양한 영역을 개척하며 종횡무진 활동했다. 이론과 실기를 겸비한 그는 한국 그래픽 디자이너들이 국제적인 수준의 디자인 리터러시를 갖추어 한국 사회문화 발전에 기여하기를 희망했고 이를 위해 숭선수범했다. 이번 포스터 개인전 개최를 계기로 그동안 잊혔던 황부용의 작품과 저술이 한국 디자인사 맥락에서 재조명되기를 기대한다.

사십년간 간직했던 꿈

황부용 화가 · 그래픽디자이너 2024년 3월

현재 대한민국에서 70대 이상인 원로 그래픽디자이너들이라면 누구나 광복 이후 지난 80년간의 긴 세월이 지나갔건만 여전히 포스터 약소국에 머무르고 있는 대한민국 포스터 문화의 현주소에 대한 후회와 한탄이 있습니다. 그래픽디자인계의 첫 세대로서 그 책임을 다 하지 못 한 것 같은 아쉬움입니다. 정확하게 40년 전이었습니다. 제 나이 33세 때였고 서울올림픽대회 조직위원회 디자인실장 재직 시절이었던 1984년 일본 도쿄의 한 백화점 갤러리에서 열렸던 후쿠다 시게오 (福田繁雄)의 포스터 개인전 'SHIGEO FUKUDA IMAGES OF ILLUSION 1984'를 관람하고 나서 저도 언젠가는 오리지널 포스터 양식으로만 가득 채운 개인전을 개최하고 싶었습니다. 그리고 전시장의 디스플레이 방법은 제가 34세 때로 독일이 통일되기 이전이었던 1985년 동 베를린에서 열렸던 제90차 IOC 총회에 수행원으로 참석했다가 서 베를린의 한 폴란드 포스터 전문 판매 가게에서 목격했던 분위기를 재현하고 싶었습니다. 포스터의 오리지널 원고들은 지난 15년간 동안 제가 만든 회화 작품 730여점 중에서 50점을 골라서 포스터 형식으로 만들어 본 것입니다. 원고가 되어준 작품들은 대개 이미 누군가에게 팔려간 유화작품들과 수채화 작품들이어서 그것들에 대한 그리움을 담은 전시회이며 본격적으로 회화를 시작하기 전에는 그래픽디자인계의 중심인물 중 한명이었다는 것을 회상하는 전시회이기도 합니다.

영국의 대문호 셰익스피어의 희곡 중에 '끝이 좋으면 다 좋다'라는 작품이 있습니다. 그렇습니다. 끝이 좋으면 다 좋습니다. 저 역시 전우들의 시체를 넘고 넘어 죽지 않고 여태까지 살아남다보니까 이제 공명의 갈림길 부근까지 도달한 것 같습니다.



▶ 2023년 개인전 포스터



▶ 2022년 개인전 포스터



▶ 2021년 개인전 포스터



▶ 서울올림픽대회 조직위원회 디자인실장 시절에 발표했던 1986년 서울아시아경기대회 공식포스터 3점 중 1점

되돌아보니 저는 대한민국 그래픽디자인계에서 알파와 오메가로 살아온 것 같습니다. 저는 전천후 전략폭격기같은 삶을 살아왔습니다. 발표하는 작품과 보고서마다 많은 선배와 후배들에게 영향을 끼친 인플루언서였으며 벌이는 일마다 주목을 받아온 파이어니어요 광범위하게 창작활동을 펼친 에너지이저였습니다. 저는 1977년 26세의 나이로 명지전문대학에서 7년간 대학교수 생활을 시작했습니다만 대학으로 다시 돌아가지 못했습니다. 올림픽조직위원회에서 디자인실장으로서 디자인계를 위한 촉매역할을 다 하고나서 모교에 부임해서 같이 일하자고 여러 차례 약속했던 분은 그 약속을 지키지 않았습니다. 당시 그래픽디자인계에서 마피아의 대부처럼 군림해 온 분이었기에 설마 부도수표를 발행하리라고는 미처 생각하지 못 했던 것입니다. 아니 오히려 애초에 그 약속을 지키리라고 기대를 한 것이 제 잘못이었습니다. 큰 나무 아래에서는 큰 나무가 자랄 수 없다는 진리를 그제야 깨달았던 것입니다.

저는 1978년 그래픽디자인계를 위한 문맹퇴치운동을 벌이겠다고 시각문화문고 시리즈 12권을 발간했지만 출판인으로서 성공하지 못 했습니다. 이재에 밝지 못해 경영자로서는 부족했던 것입니다. 뿐만 아니라 저는 1988년 올림픽을 치르고 나서 대학교수로 돌아가는 길이 막혀버리자 디자인브리지라는 디자인연구소를 개업했지만 성공하지 못 했습니다. 역시 저는 비즈니스 맨 체질이 아니었습니다. 그러나 저는 오랜 세월 늘 낙천주의자로 살아왔습니다. 저는 살아오면서 별로 다른 사람들의 지위나 재산을 부러워 해 본 기억이 없습니다.

저는 1951년 부산에서 태어났습니다. 2024년 3월 21일에 만 73세가 되었습니다. 제가 태어난 날이 공교롭게도 밤과 낮의 길이가 같은 춘분날이어서 필명으로 ‘춘분’을 채택했습니다. 부산고등학교를 나와 서울대학교 미술대학 응용미술과와 동 대학원에서 시각디자인을 전공했습니다. 명지전문대학에서 7년간 교수로 일한 후 4년간 서울올림픽대회조직위원회 디자인실장으로 서울올림픽을 치렀습니다. 이후 디자인연구소 디자인브리지를 설립해 5년 간 운영한 적이 있었고 중앙일보 신문디자인 전문위원 등을 역임했습니다.

저는 2009년 이후 전업화가로 활동하고 있습니다. 지난 15년간 홈페이지를 통해 약 730여점 이상의 유화와 수채화 작품을 발표했습니다. 2018년부터는 해외 아트페어 참여와 해외 개인전 개최 등으로 파리 · 베니스 · 밀라노 · 이스탄불 · 앙카라 등의 국제무대에 진출하고 있습니다. 저의 작품들은 초현실적인 자극을 통해 잠재의식을 파고듭니다. 각각의 실루엣들은 알아볼 수 있는 형태들이지만 보는 사람들에게 깊은 내면을 바라보고 더 새로운 것을 찾아보라고 요구하면서 미묘한 감각적 충동을 불러일으킵니다. 이번 전시는 ‘부활’을 주제로 한 8번째 개인전입니다. 부활 사상은 기독교인들이 숭상하는 믿음 중 최고의 사상으로 포스터로 만들어서 벽에 걸어두고 자주 그 의미를 되새겨볼 가치가 넘치는 테마입니다. 저의 작품들은 쉽게 알아볼 수 없는 무의식적이고 지각적인 자극을 줌으로써 인간의 잠재의식에 영향을 미치고 있습니다.

1951년 부산 출생

학력

1969년 부산고등학교 졸업
1973년 서울대학교 미술대학 응용미술과 졸업
1981년 서울대학교 미술대학 대학원 졸업

경력

1976년 합동통신사 광고기획실 디자이너
1977년 명지전문대학 전임강사 및 조교수
1981년 이화여대 미대 및 서울대 미대 강사
1983년 서울올림픽대회조직위원회 디자인실장
1988년 디자인브리지 대표
1990년 대한민국 산업디자인전 심사위원
1995년 중앙일보사 디자인전문위원
1998년 한일월드컵 축구대회 디자인 전문위원

힐링 그래픽즈의 창안자로서 제가 보여주는 실루엣 기법은 매우 유니크 합니다. 이미지들은 상징적이며 그것들은 심벌이나 트레이드마크처럼 단순명쾌합니다. 배경으로 사용된 액션 페인팅 기법은 밤하늘의 아름다운 별자리와 같은 시각 효과를 연상시킵니다.

회화를 시작하기 전까지 대한민국 그래픽 디자인계에서 33년간 활약하면서 이론 업적은 크게 일곱 가지입니다. 첫째는 1977년 26세의 젊은 나이로 명지전문대학 전임강사로 임용되어 국내 최초로 편집디자인 과목을 개설해 강의하기 시작한 것입니다. 그 결과 당시 서울시내 웬만한 출판사와 잡지사에는 명지전문대학 도안과 출신들이 없는 곳이 없을 정도였습니다.

둘째는 1978년 활자체 디자인 연구서 ‘황미디엄’을 발간했는데 1350자의 독창적인 한글 디자인과 한글 활자 디자인 개발에 대한 사상과 방법 등이 상세하게 수록된 이 책은 당시 한국 시각디자인계에 충격적인 반응을 일으켰고 이후 한글 디자인 전문가들이 본격적으로 탄생하는 계기를 만들어 주었습니다. 지난해인 2013년 9월 (주)CDR 김성천 대표의 결단과 국민대학교 박윤정 교수의 주도로 ‘황부용미디엄’이라는 발매용 서체로 재개발되어 현재 시판중입니다. 1978년 1350자가 원도 크기로 수록된 서적형태의 ‘황미디엄’을 그래픽디자인계에 출시한 후 45년만의 일입니다. ‘황미디엄’은 당시 500권 출판이라는 서적형태로 발표되었음에도 불구하고 아날로그 시대에 포토 디스플레이 타이프로서 많은 그래픽디자이너들의 사랑을 받아 다양하고 광범위하게 사용되었습니다. 이에 앞서 저는 1973년 1월 한국사연, 즉 코리아샤켄의 후원으로 서체개발을 해 서울대학교 미술대학의 졸업작품으로 출품한 바 있습니다. 저는 이후 대한민국 그래픽디자인계에 서체개발이라는 화두를 던진 인물로 기억되었으며 김진평 · 안상수 · 석금호 등 대한민국을 대표하는 폰트디자이너들의 탄생을 이끌었습니다. 지난 가을에 출시된 ‘황부용미디엄’ 서체는 50년 전에 발표된 저의 졸업 작품과 45년 전에 발표된 ‘황미디엄’을 감각적 산출근거로 하고 있습니다만 어디까지나 (주)티랩 디자이너 분들의 작품이라고 할 수 있겠습니다. 많은 수정과 보완이 더해졌으며 디테일의 디테일까지 그 감각적 연출이 달라졌습니다. 전혀 새로운 서체라고 해도 무방하겠습니다. ‘황미디엄’이 45년 전인 1978년부터 수많은 대한민국 그래픽디자이너들의 사랑을 받았듯이 ‘황부용미디엄’도 2023년부터 수많은 대한민국 그래픽디자이너들의 사랑을 받아서 머지않아 ‘황부용라이트’와 ‘황부용볼드’가 연달아 패밀리 폰트로 선보일 수 있기를 기대합니다.

셋째는 1979년 시각문화문고 12권 출판으로 ‘문맹퇴치운동’을 벌인 것입니다. 당시 한국의 시각디자인계는 한글로 된 이론 서적이 너무나도 귀했습니다. 그래서 그 분야를 공부하는 대학생들은 물론이고 졸업 후 업계에 종사하는 전문가들까지도 관련 지식의 습득에 목말라하고 있었습니다. 경제적으로는 실패했던 이 출판사업으로 저는 빚더미 위에 앉게 되어 생애 중년기의 대부분을 가난하게 살 수밖에 없었습니다.

넷째는 1981년에 서울대학교 미술대학 대학원에서 ‘정기간행물의 편집디자인



▶ 1988년 서울올림픽을 위해 개발된 스포츠 픽토그램은 1972년 이후 16년간 사용되어 온 스포츠 동작 실루엣들을 완전히 바꾸어버린 것이었다.

국전 출품 및 수상

1970년 제1회 전국대학문화예술축전 은상 수상
1971년 제6회 대한민국산업디자인전 입선
1972년 제7회 대한민국산업디자인전 특선
1973년 제8회 대한민국산업디자인전 특선
1974년 제9회 산업디자인전 무역협회 회장상 수상
1975년 대한민국산업디자인전 추천작가 자격 취득
1985년 대한민국산업디자인전 초대작가 자격 취득

국제전 출품 및 수상

1984년 KSVD+JAGDA 교류전 출품 = 일본 도쿄
1985년 도야마국제포스터비엔날레 출품 = 일본
1986년 KSVD+JAGDA 교류전 출품 = 일본 도쿄
1987년 IAA국제포스터살롱 2등상 수상 = 프랑스 파리
1987년 라하티포스터비엔날레 출품 = 핀란드
1989년 세계평화포스터전 출품 = 일본 히로시마
1991년 한일 포스터 교류전 초대 = 일본 후쿠오카
1995년 코리아포스터디자인 미국순회전에 초대



▶ 1995년 중앙일보 신문디자인 전문위원으로 자리를 옮겨 신문디자인 연구보고서 15권을 집필해 본격적인 가로짜기 신문 디자인 시대를 열었다. 중앙일보 제호는 그 이후 30년째 사용되고 있다.

화합

2009년 그래픽디자인계에서의 33년 활동을 마감하고 전업화가 생활 시작

개인전

2024년 황부용 포스터전 "부활"/ 갤러리 내일, 서울
 2023년 황부용 초대전 "부활"/ 갤러리 내일, 서울
 2022년 황부용 초대전 "부활"/ 갤러리 온, 서울
 2021년 황부용 초대전 "부활"/ 한국문화원, 앙카라, 터키
 2020년 황부용 초대전 "부활"/ 에비비갤러리, 서울
 2018년 황부용 힐링 그래픽즈 "충추는 사람들"/ 디자인미술관, 예술의전당, 서울
 2015년 황부용 힐링 그래픽즈 "충추는 사람들"/ 선갤러리, 서울
 2011년 황부용 힐링 그래픽즈/ 디자인미술관, 예술의전당, 서울

협화전 작품

1976년 한국시각디자인협회 가입
 1976년 밝은 사회를 위한 포스터전 작품 = 신세계
 1977년 문자의 세계전 작품 = 미도파
 1979년 자유 테마전 작품 = KIDP
 1980년 캘린더 테마전 작품 = 미도파
 1981년 한국의 색 테마전 작품 = 미도파
 1982년 계몽포스터 테마전 작품 = 미도파
 1984년 한일교류전 작품 = KIDP
 1986년 한일교류전 작품 = KIDP
 1987년 세계그래픽의 해 작품 = 동방플라자
 1988년 한일교류전 작품 = 동방플라자
 1989년 자유테마전 작품 = 동방플라자
 1990년 자유테마전 작품 = 동방플라자
 1991년 자유테마전 작품 = 동방플라자
 1997년 통일주체 국제팩스지상전 참가
 1997년 정기회원전 작품 = KIDP

동인전 및 초대전 작품

1985년 그래픽코리아 85 동인전 작품 = 동방플라자
 1991년 종이잔치 포스터 초대전 작품 = KIDP
 1999년 박정희대통령 회로애락전 = 미라갤러리

매뉴얼에 관한 연구'라는 석사학위 논문을 발표한 것입니다. 편집디자인 관련 논문 주제로는 국내 최초였을 뿐만 아니라 유니크 하고 크리에이티브한 논문이었습니다. 이 논문이 뿌리가 되어 후일 중앙일보 · 조선일보 · 전자신문 등의 신문디자인 전문위원으로 활동하게 됩니다.

다섯째는 1983년 서울올림픽대회 조직위원회 디자인실장으로 정부와 디자인계를 연결하는 촉매역할을 하며 서울올림픽을 성공시킨 것입니다. 특히 당시 제가 디자인했던 스포츠 픽토그램은 세계 픽토그램 디자인의 역사에 남을만한 걸작이라는 평가를 받았습니다. 1972년부터 1984년까지 4번의 올림픽에서 16년간 변함없이 유지되었던 각 스포츠의 특징과 운동성을 보여주는 실루엣들이 전혀 다른 모습으로 변신해 등장했던 것입니다.

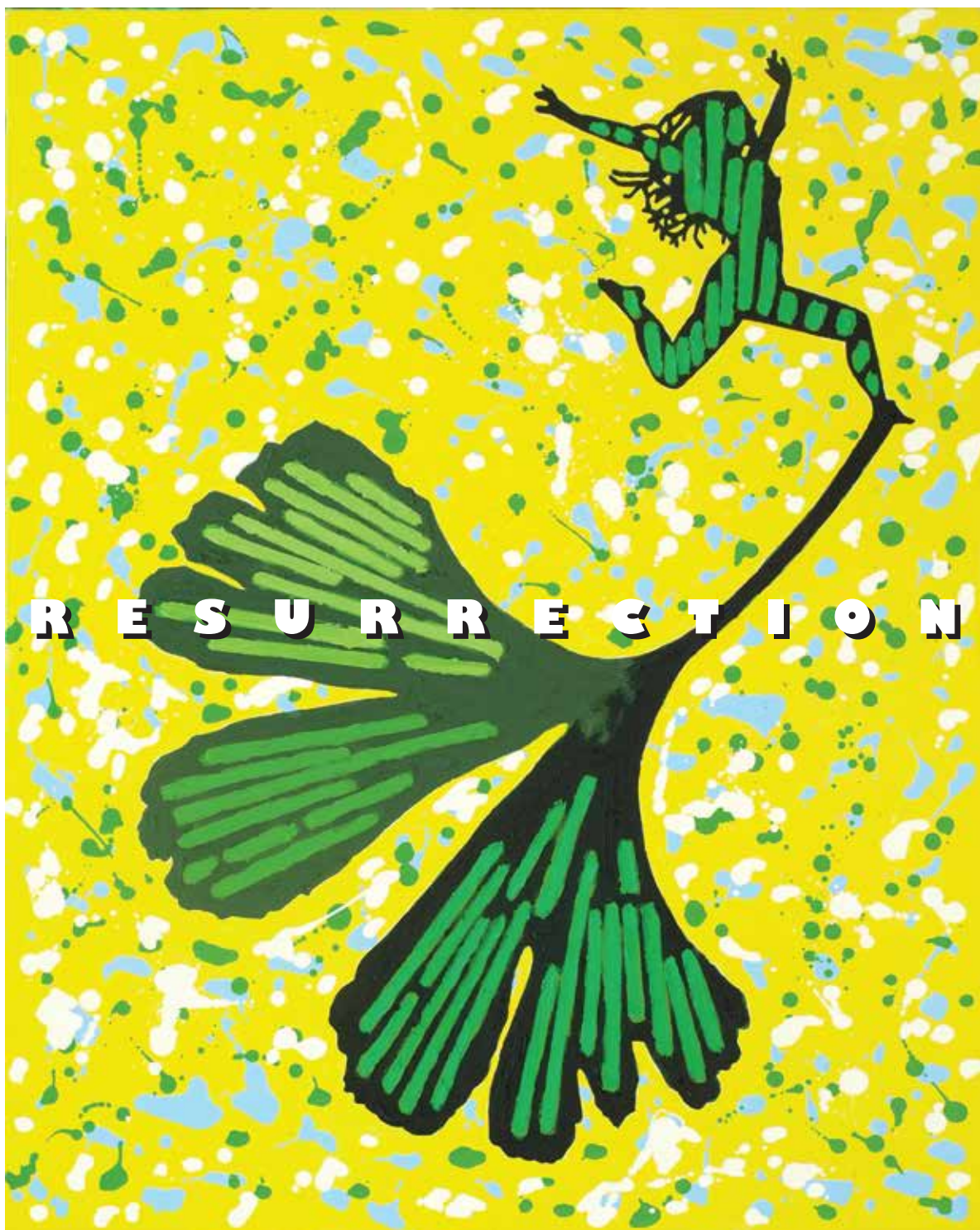
여섯째는 1987년에 발표했던 저의 평화포스터가 대한민국 포스터 디자인의 역사에 한 획을 그은 것이었습니다. 그 이전에도 대한민국의 그래픽디자이너들이 권위 있는 국제 포스터 전시회에 출품해서 입선을 한 경우는 더러 있었습니다만 수상을 한 경우로는 최초였습니다. 대회의 주최는 프랑스 파리에 있는 UNESCO 산하의 IAA 즉 국제미술협회였으며 대회의 명칭은 국제포스터살롱이었습니다. 다국적 전문가들로 형성된 50명의 심사위원들이 투표로 심사를 해서 단독으로 2등상을 수상했습니다. 당시에는 폴란드의 포스터들이 예술작품의 경지에 까지 이르러 포스터강대국으로서 위용을 전 세계 그래픽디자인계에 떨치던 시절이었는데 당당하게 그들과 어깨를 나란히 할 수 있었던 자랑스러운 순간이었습니다.

일곱째는 1995년 국내 최초의 신문디자이너로 변신해서 세운 공로입니다. 당시 신문디자인 분야는 한국 그래픽디자인계의 중심 인재들의 입장에서 소홀한 영역이었습니다. 저는 15권의 신문디자인 연구보고서 제출로 한글 가로짜기 신문편집 시스템을 개척했습니다. 결과는 중앙일보의 발행부수의 증가와 광고매출 증대로 이어졌습니다. 발행부수 측면에서 '조선 · 동아 · 중앙'이 '조선 · 중앙 · 동아'로 바뀐 것이 1997년부터였습니다.

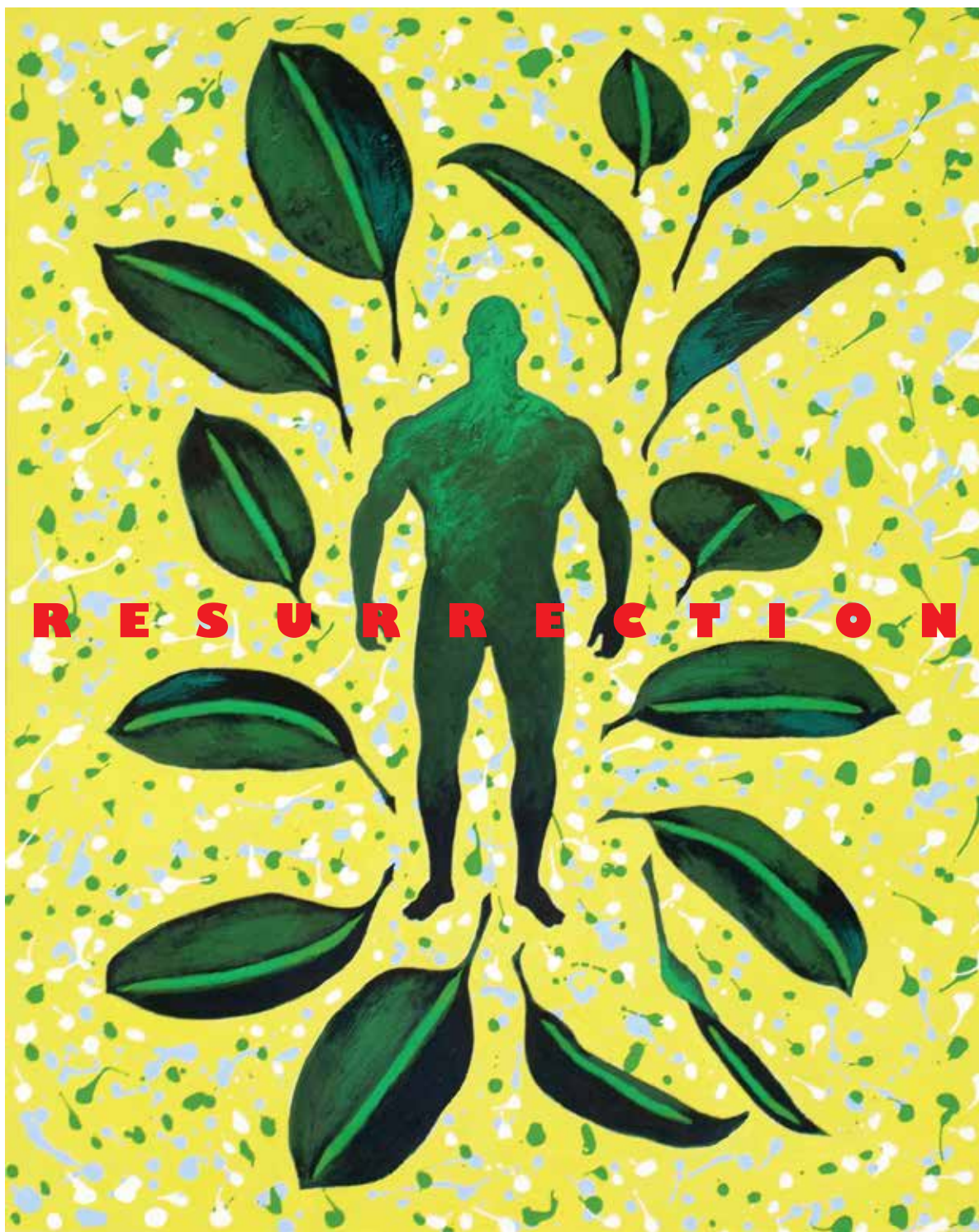
그러나 저에게는 아직도 많은 시간이 남아 있는 것처럼 보입니다. 우선 2009년부터 시작했던 순수회화 작업이 벌써 15년째로 여전히 상승세를 타고 있으며 해를 더해갈수록 더욱더 그 깊이와 넓이를 더 해가고 있습니다.

신약성경은 인간이 하나님께 칭찬을 받을 수 있는 길을 제시하고 있습니다. 바로 믿음을 통해서입니다. 예수님이 유일하게 누구를 칭찬했을 때는 그들의 믿음을 보았을 경우였습니다. "네 믿음이 크도다" "이만한 믿음을 보지 못했다" "네 믿음대로 되리라" 등과 같은 칭찬을 하셨습니다. 흥미로운 사실은 인간들의 도덕적 우월성 때문에 칭찬한 경우는 단 한 번도 없었지만 믿음 때문에 칭찬한 경우는 많았다는 것입니다. 제가 제일 좋아하는 찬송가의 후렴 부분입니다. "최후 승리를 얻기까지 주의 십자가 사랑하리. 빛난 면류관 받기까지 험한 십자가 붙들겠네."

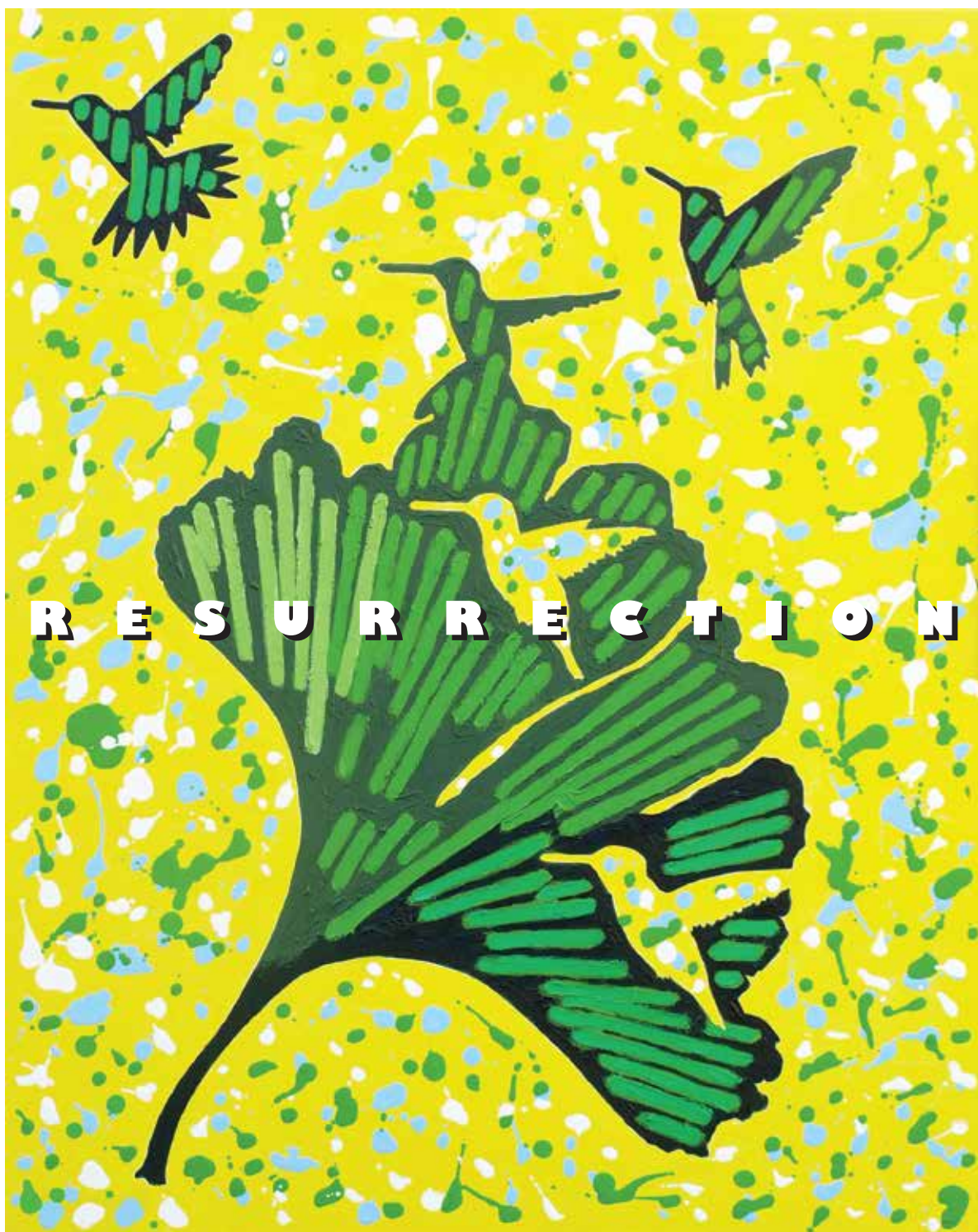
POSTERS



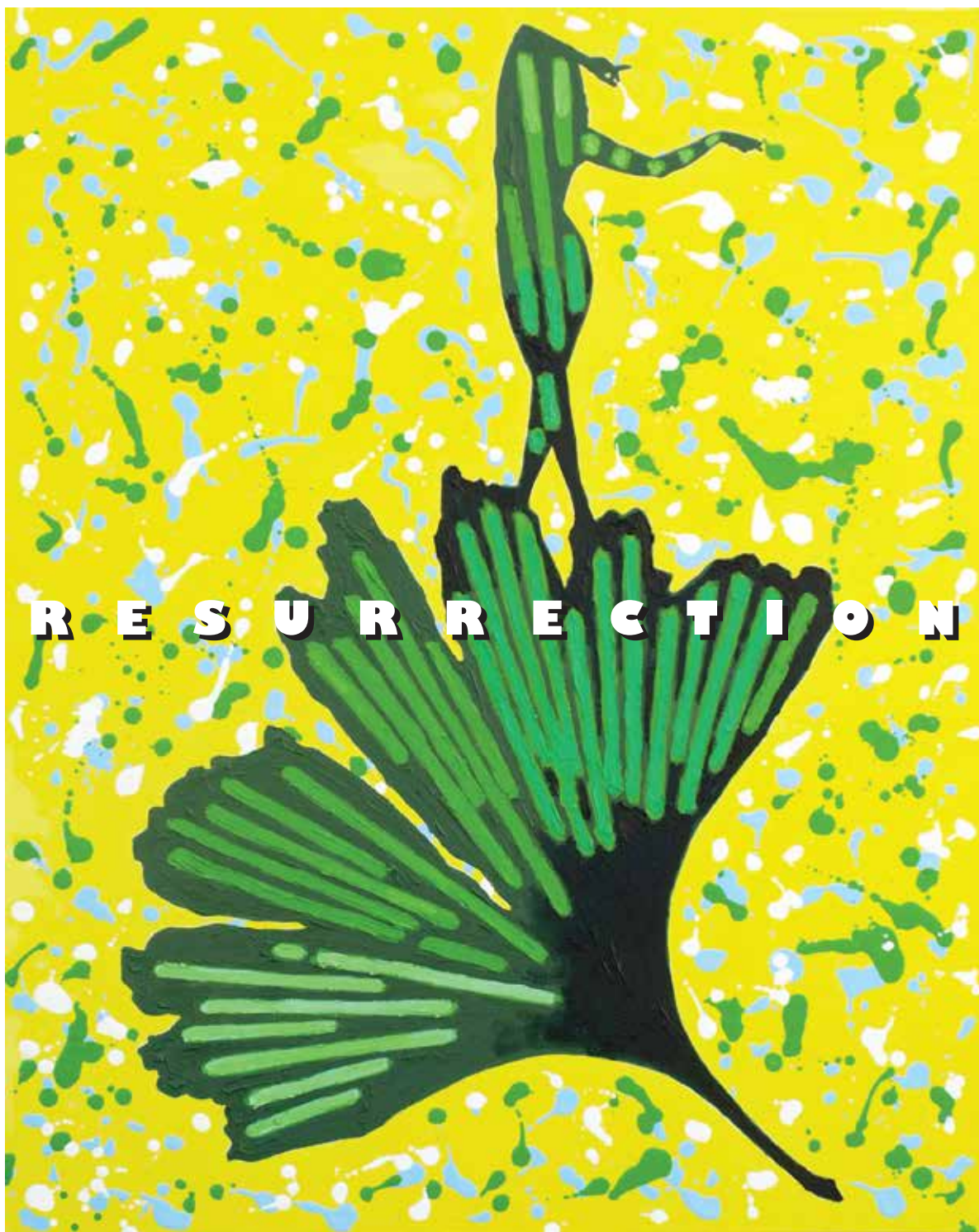
Poster 2024-1. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



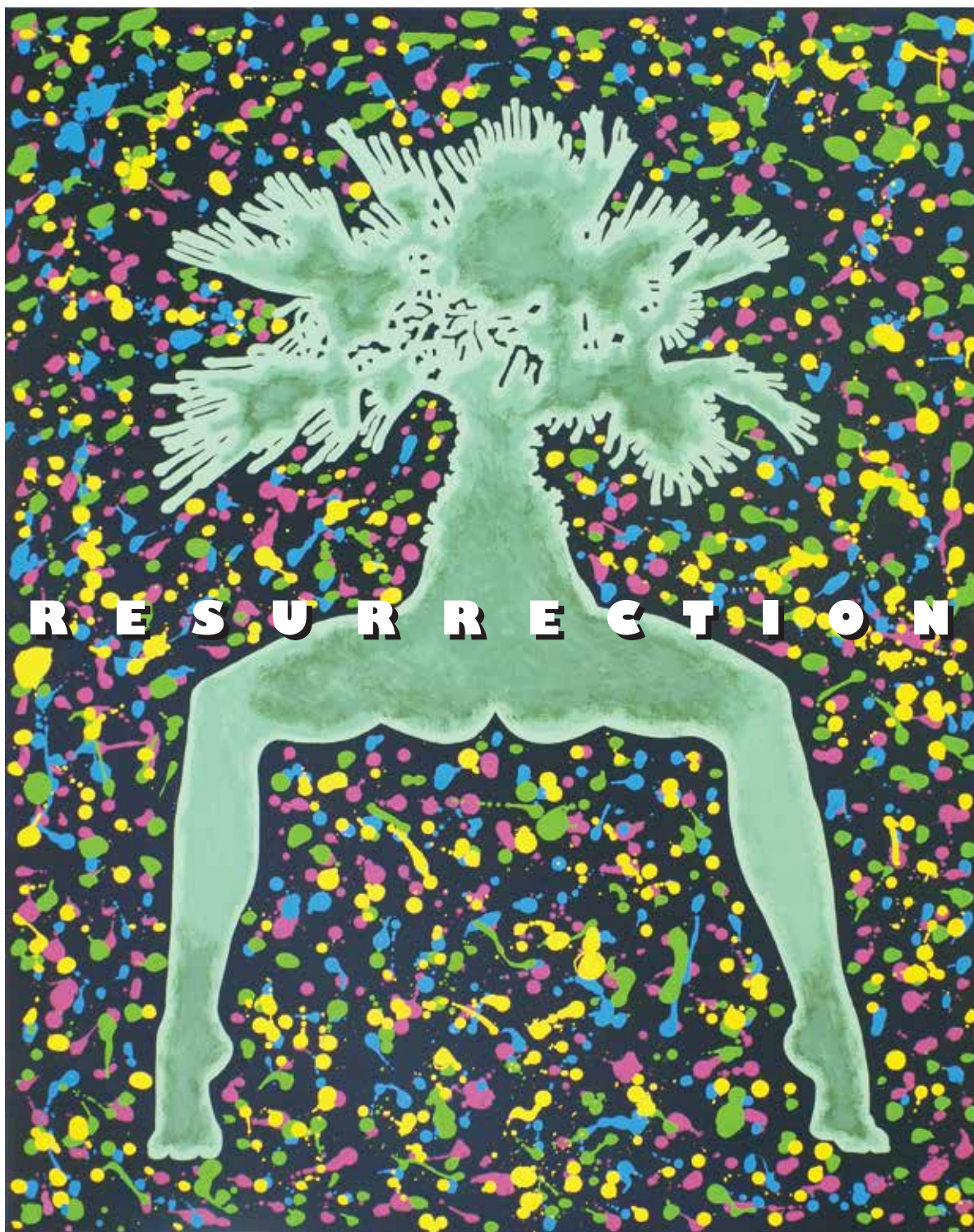
Poster 2024-2. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-3. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



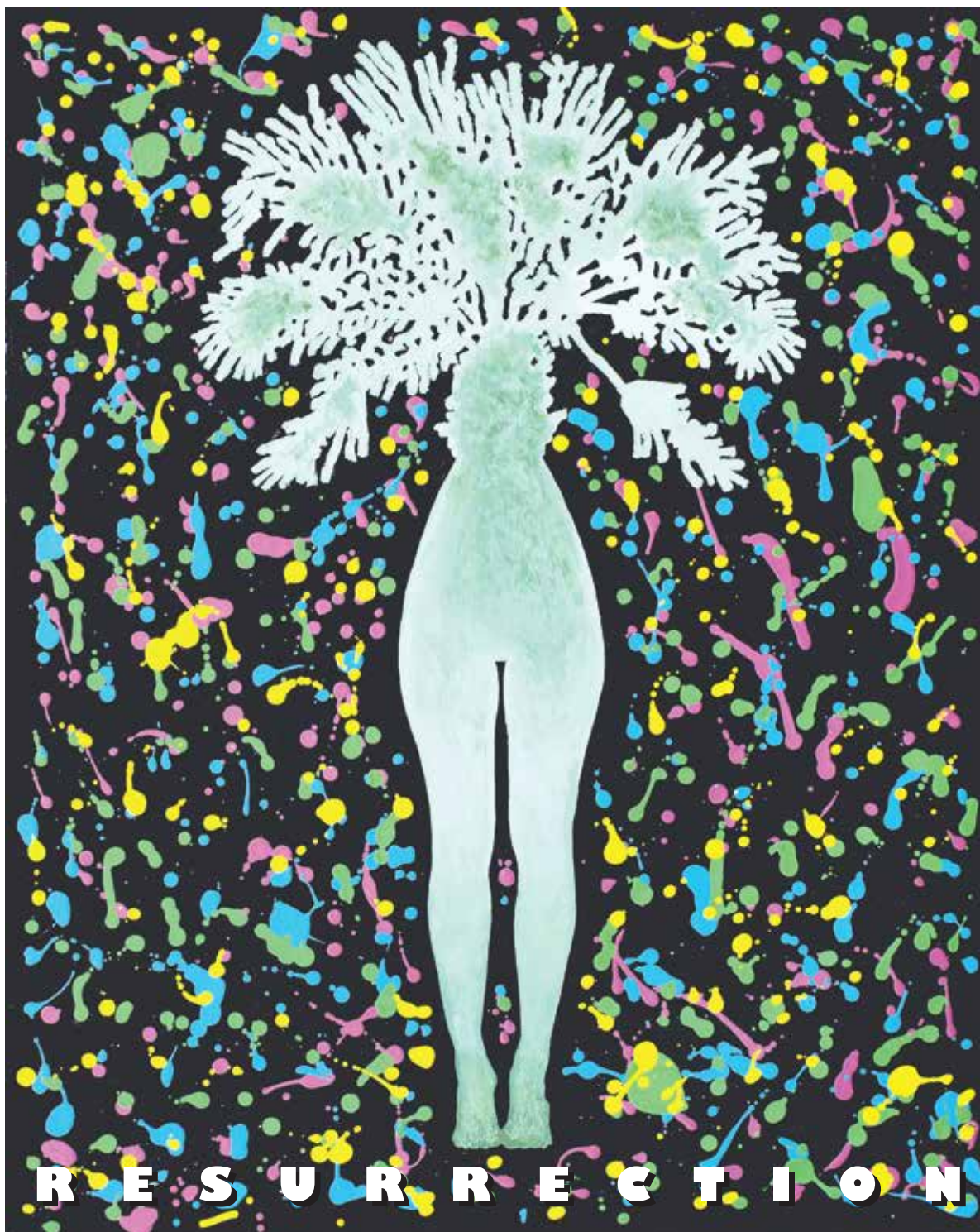
Poster 2024-4. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-5. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-6. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-7. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-8. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



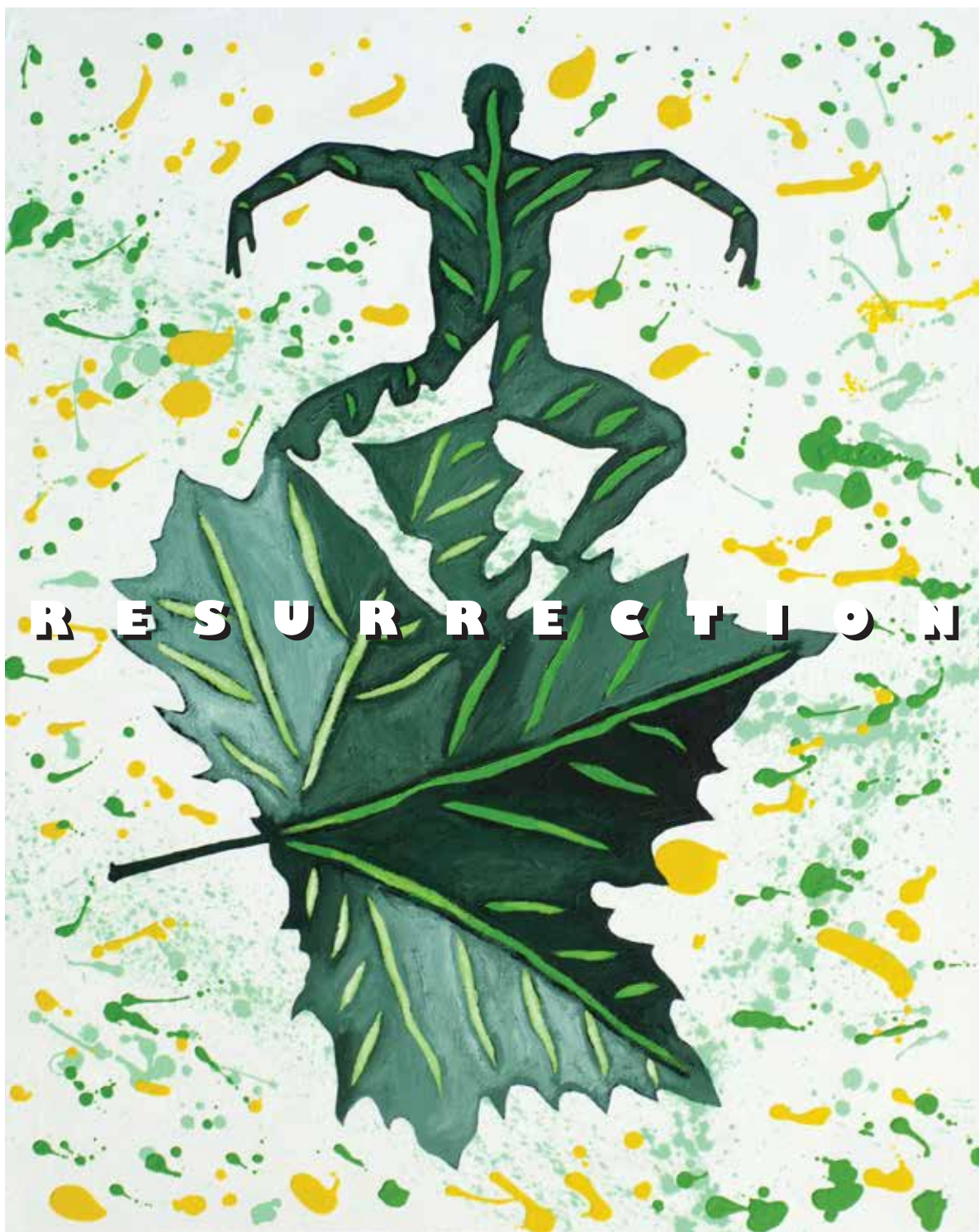
Poster 2024-9. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-10. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



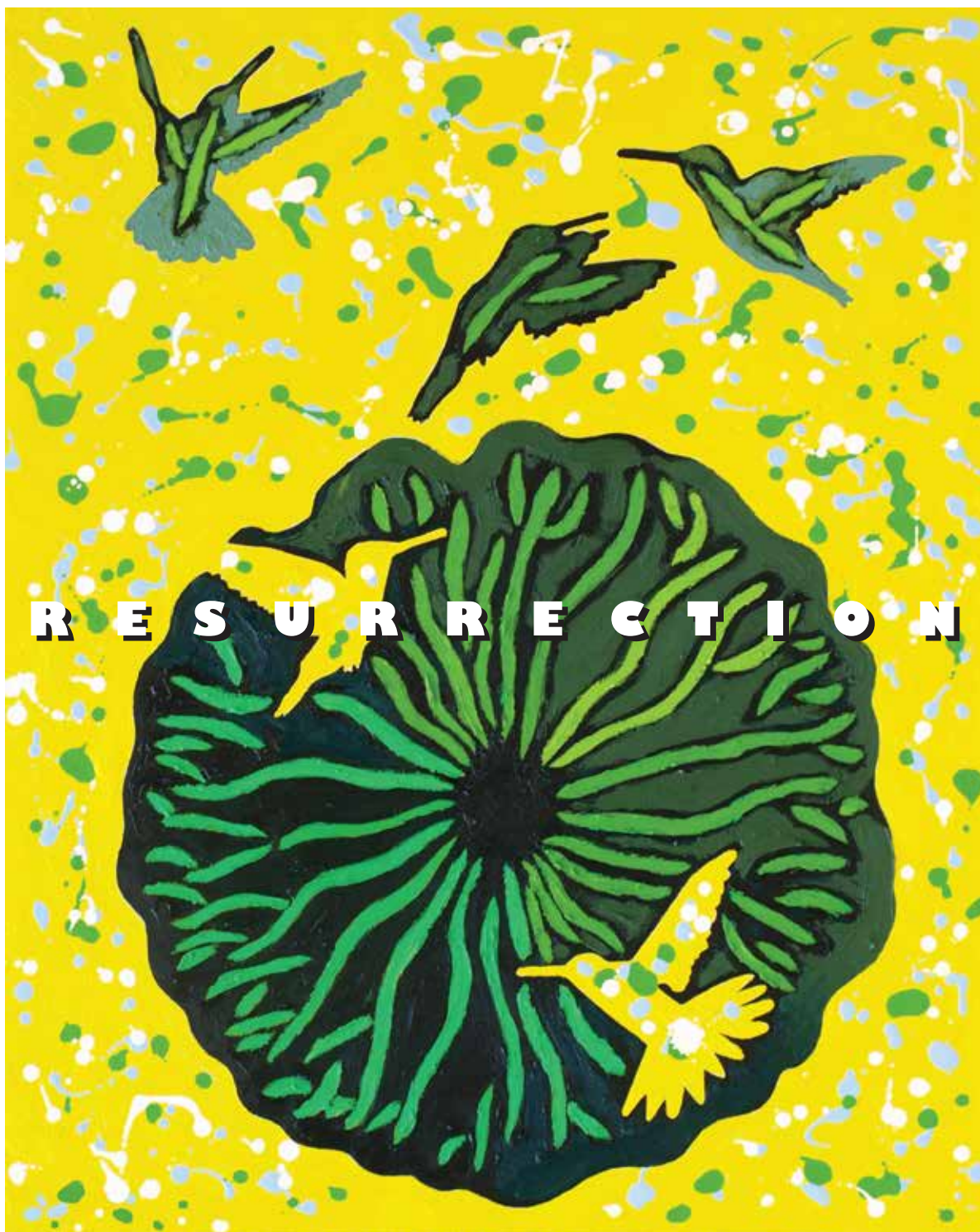
Poster 2024-11. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-12. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-13. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-14. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



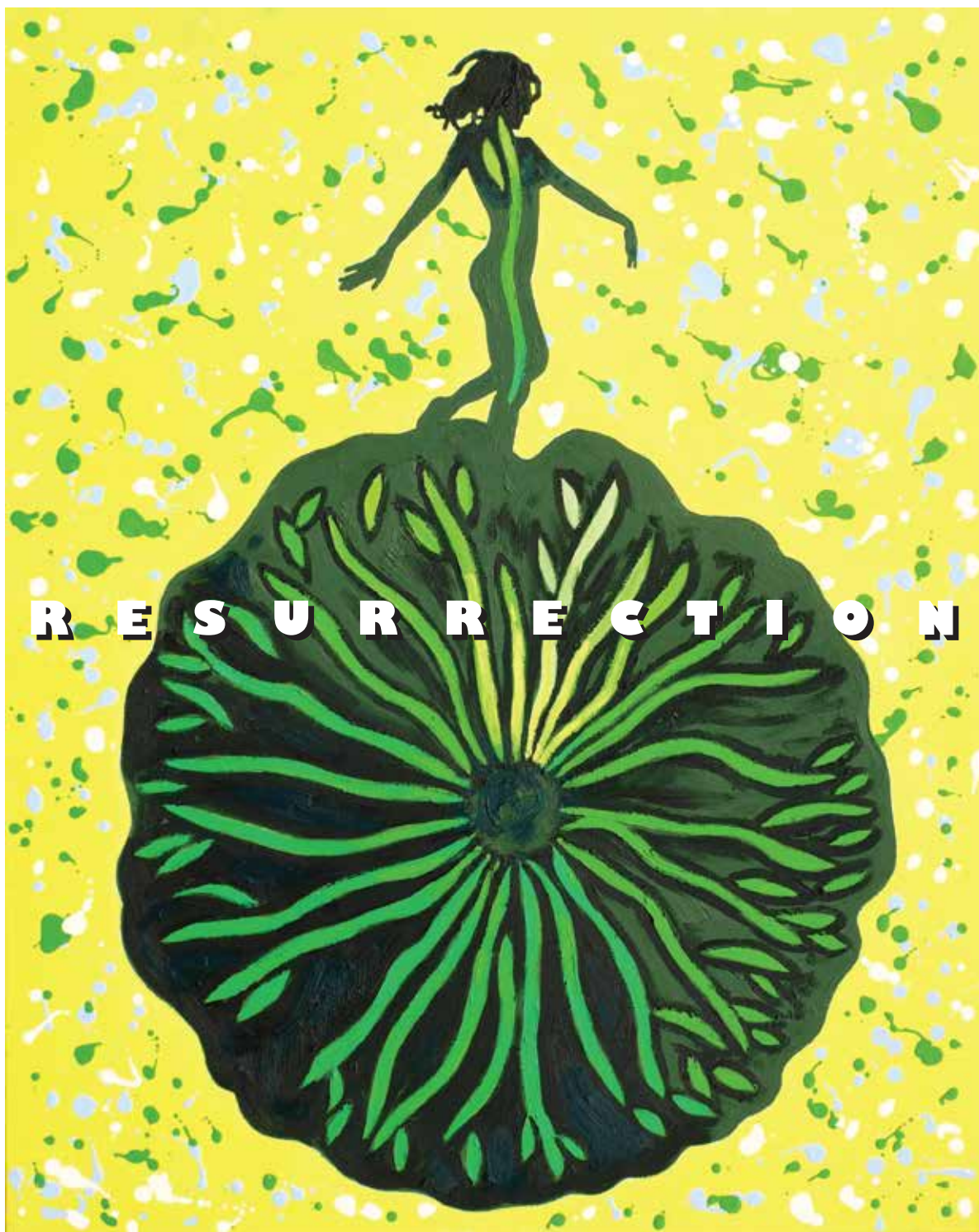
Poster 2024-15. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-16. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



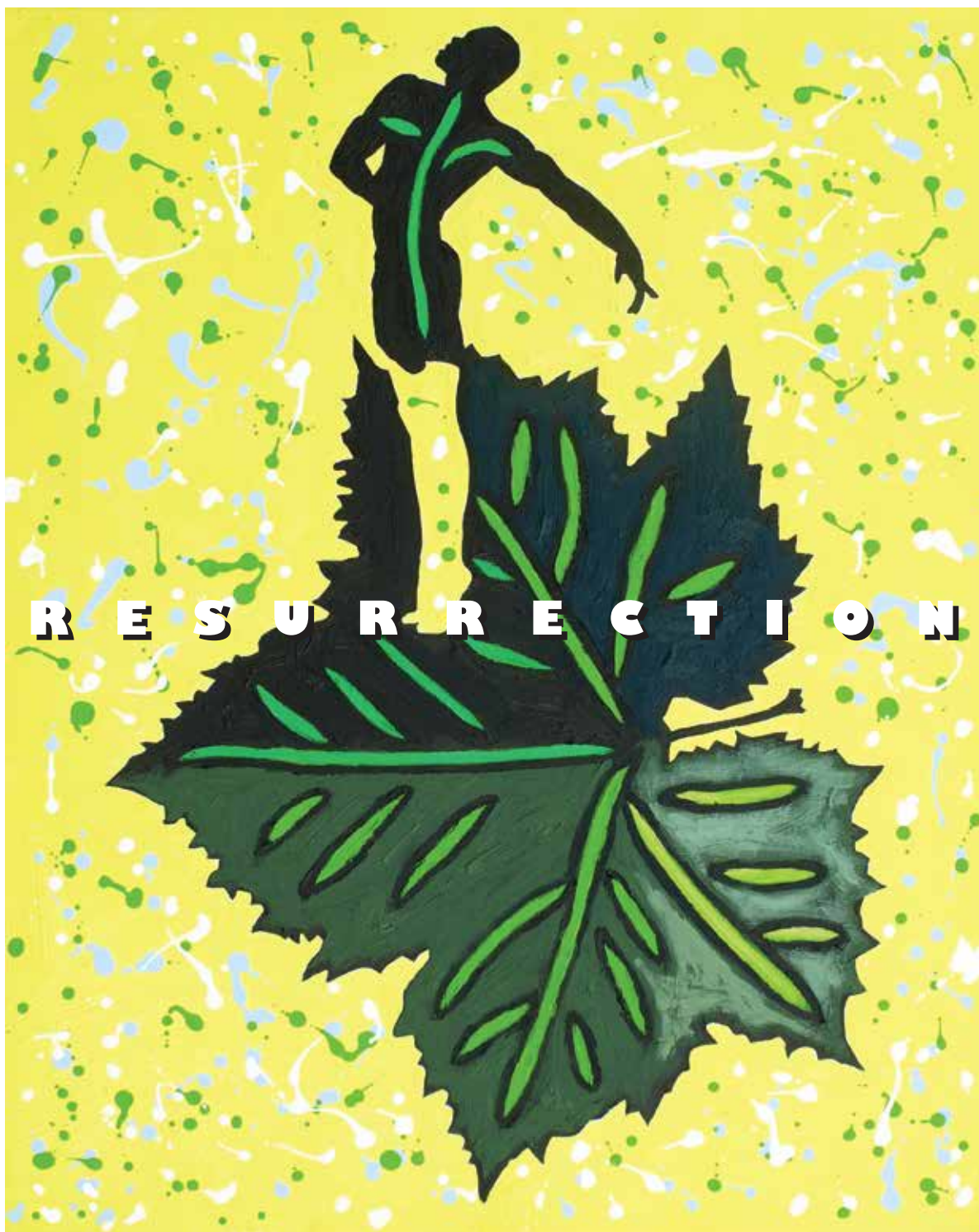
Poster 2024-17. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-18. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-19. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



Poster 2024-20. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm

RESURRECTION



Poster 2024-21. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm

RESURRECTION



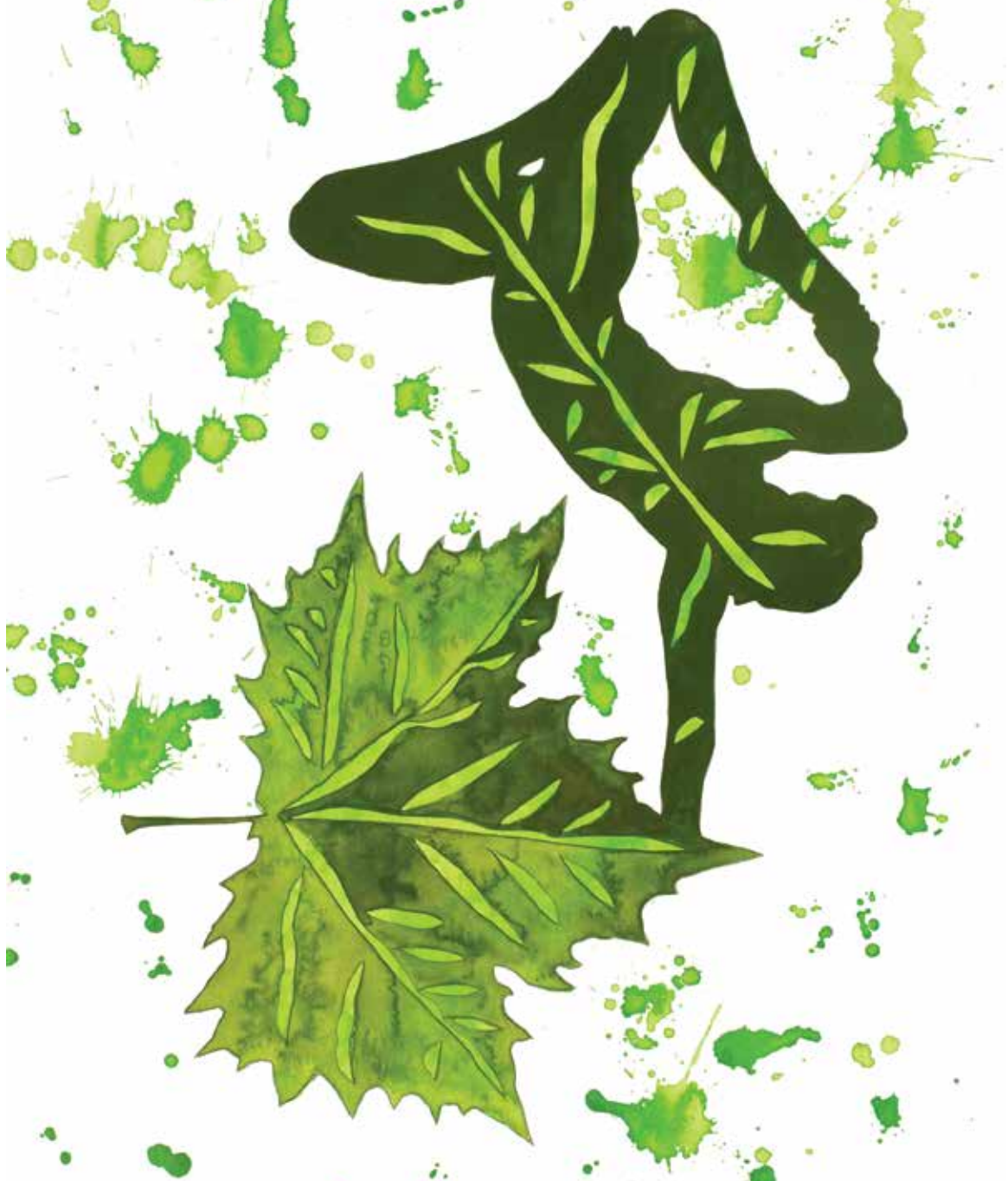
Poster 2024-22. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm

RESURRECTION



Poster 2024-23. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm

RESURRECTION



RESURRECTION



Poster 2024-25. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm

RESURRECTION



RESURRECTION



Poster 2024-27. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm

RESURRECTION



RESURRECTION



Poster 2024-29. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm

RESURRECTION



RESURRECTION



Poster 2024-31. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm

RESURRECTION



RESURRECTION



Poster 2024-33. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm

RESURRECTION



RESURRECTION



Poster 2024-35. One of 50 poster works exhibited at a solo exhibition in March 2024. 760x924mm



RESURRECTION



RESURRECTION



RESURRECTION



RESURRECTION



RESURRECTION

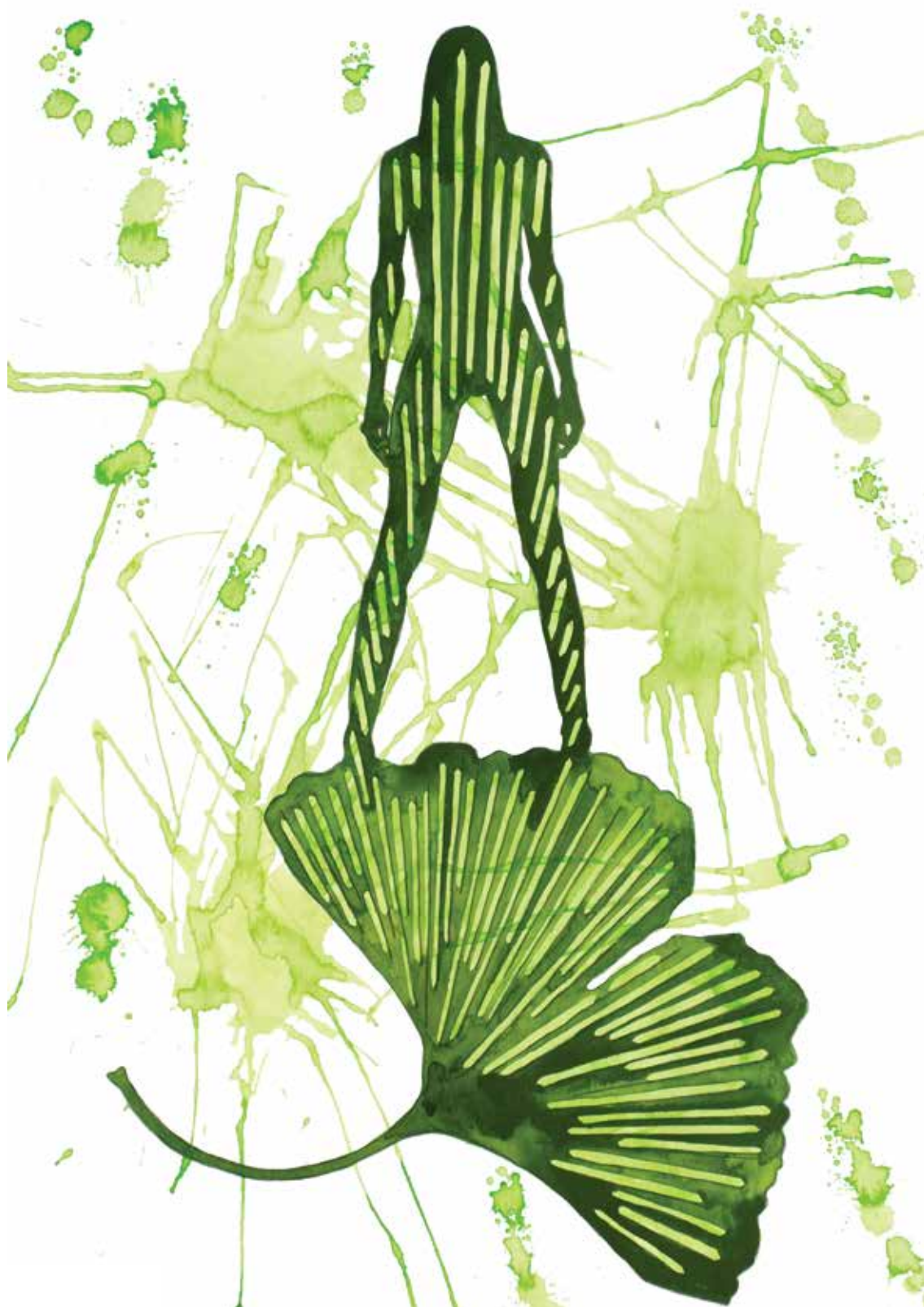


RESURRECTION





RESURRECTION



RESURRECTION



RESURRECTION



RESURRECTION



RESURRECTION



RESURRECTION



RESURRECTION



RESURRECTION

BUYONG HWANG POSTERS RESURRECTION

항부용 포스터전 '부활' 2024년 3월 29일(금)부터 4월3일(수)까지



4 갤러리내일





The year's best selling greeting card design for the Barunson, Inc./ 1984

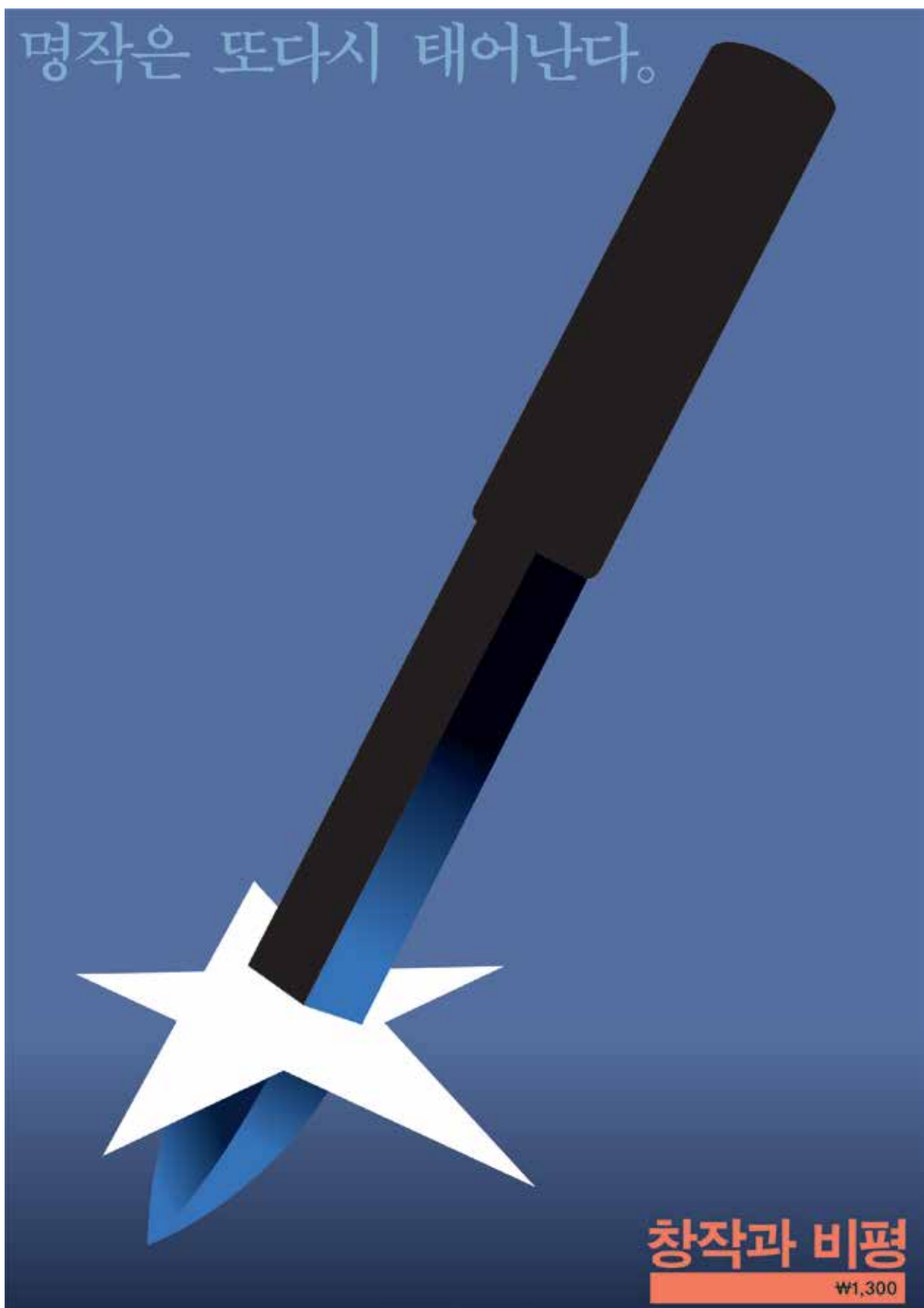


Decoration poster – A presentation of Korean beauty/ 1984

68페이지의 작품은 1984년 신년 연하장으로 그해 바른손카드가 출시했던 연하장들 중에서 최고의 베스트셀러가 되었던 작품입니다. 1984년 정월 어느 날 버스를 타고 서울 중구 명동 입구에 있는 신세계백화점 앞을 지나가는데 백화점 건물 외벽에 저의 이 작품이 어마어마한 크기로 확대되어 수퍼그래픽으로 장식되어 있었습니다. 1983년 당시 바른손과 계약을 할 때 디자인료를 선금으로 받는 대신에 각종 판권을 모두

넘기는 것으로 계약서에 서명을 했기 때문에 원작자인 저에게는 아무런 통보도 없이 바른손 측에서 소정의 사용료를 받고 신세계백화점 측에 사용을 허가했던 것입니다. 황부용이 디자인했던 1984년 신년 연하장이 그해 바른손카드가 출시했던 연하장들 중에서 최고의 베스트셀러가 되자 라이벌 관계에 있던 기업 삼성카드에서 1985년용으로 3장의 연하장 디자인을 주문해왔습니다. 그러나 황부용이 제출했던 1985년용 3점의

삼성카드 디자인은 모두 안타를 기록하지 못하고 말았습니다. 황부용은 그 중의 한 장을 포스터로 만들어 보았습니다. 바로 69 페이지의 작품입니다. 이 포스터가 당시에 어떤 전시회에 출품되었는지는 기억에 남아있지 않습니다만 아마도 대한민국산업디자인전람회의 초대작가 부문이나 KSVD 회원전에 발표했을 것으로 추정합니다.



A poster for quarterly literary criticism magazine 'Creation and Criticism' / Non-commissioned poster-A presentation of the exhibition, KSVD/ 1979



Non commissioned poster - A presentation of the exhibition, VIDAK/ 1997

1979년 중앙일보사가 발행했던 계간 미술 12호에 대한민국을 대표하는 13명의 그래픽디자이너들이 선정되어 수록되었습니다. 당시 계간미술 편집부에서는 미술전문지로서는 최초로 '대한민국 그래픽디자인계 현황' 특집을 기획했고 전국에 흩어져 있는 도안과 및 상업미술과 혹은 시각디자인과 대학교수 50여 명에게 전화로 여론조사를 실시해 득표수 순위로 13명을 선정했던 것입니다. 저도 당당하게 최연소 작가로 선정될 수가 있었습니다.

당시 저는 28세로 명지실업전문대학 전임강사 시절이었습니다. 국민대학교 정시화 교수가 기사 본문 집필했습니다. 그 잡지에 실린 작품이 바로 70페이지에 실린 포스터였습니다. 이 포스터는 원래 1979년 KSVD의 회원전이 열렸던 한국디자인포장센터 전시장에 걸렸던 작품이었고 '자유테마전'이었습니다. 저는 이 포스터 발표로 다시 한 번 많은

그래픽디자이너들의 이목을 사로잡았고 그들 사이에서 한동안 "칼로 별을 찌른다니(?)"가 화두가 되었습니다.

71페이지에 실린 작품은 제가 1997년 VIDAK 회원전에 출품했던 작품입니다. 1979년에 칼을 그린 이후 18년 만에 다시 칼을 그린 포스터를 발표했던 것입니다. '큰 나무 밑에서는 아무것도 자랄 수 없다' 로맹이 루마니아 어느 조각가의 실력을 보고 감탄해 자기 밑으로 오지 않겠냐고 제안했을 때 그 조각가가 한 말이라고 합니다. 대가(大家) 밑에서 배우는 것이 한 분야에서 가장 빨리 자랄 수 있는 방법이기도 하지만, 그 대가 밑에만 있으면 결국 그 사람의 길만 답습할 뿐 그 길을 넘어서지 못한다는 이야기입니다. 뉴튼이나 아인슈타인 밑에서 걸출한 물리학자들이 나오지 못했던 것도 비슷한 맥락이지 않을까요?

통상 큰 나무라고 지칭되는 사람들은 세간의 이목을 한 몸에 받는 사람들입니다. 탁월한 통찰력과 직관력, 쌓인

지성으로 사람들을 놀라게 하거나 타고난 재능으로 사람들의 부러움을 한 몸에 받는 사람들이 여기에 속합니다. 그런 사람 밑에서 사사 받으면 좋을 것 같지만 결국 누구누구의 제자 또는 누구누구의 후배 밖에 되지 못합니다. '제 2의 누구'는 처음 시작하는 사람에게 좋은 기회를 제공하지만 시간이 지나면서 한계선을 갖게 되어 오히려 역효과를 유발하기도 합니다.

큰 나무 밑에서 평생 살려고 하면 성장할 수 없습니다. 어느 정도 혼자 비바람을 견딜 수 있을 만큼만 큰 나무 밑에 머물다 과감히 그 자리를 떠나 홀로 서야 합니다. 큰 나무 아래서는 매서운 비바람은 피할 수 있을지 몰라도 충분한 햇빛이나 양분을 얻을 수가 없습니다. 71페이지 작품 '리포메이션'은 젊은 시절 대가(大家)의 그늘을 동경했던 자신을 깊이 후회하는 반성이었습니다. 결국 이 포스터는 스스로를 위한 독백이었던 것입니다.



Decoration poster - A presentation of Korean beauty/ 1985



1985년 4월 25일부터 4월 30일까지 서울 동방플라자미술관에서 '한국의 재발견'이라는 테마로 '그래픽코리아 85' 동인전이 열렸습니다. 참여한 작가들은 구동조 · 김상락 · 김현 · 나재오 · 방재기 · 이봉섭 · 정연종 · 전갑배 · 조중현 · 황부용으로 모두 10인이었습니다. 당시 한국 그래픽디자인계에서 가장 왕성하게 활동하던 인물들로 연배는 모두 30대 후반이었습니다. 저는 조선시대 후기의 풍속화에 등장했던 여인들을 기하학적으로 다듬어서 그래픽 화 해 캐릭터로 만들어 보았습니다. 다수의 평판은 "김교만 교수의 작품세계로부터 많은 영향을 받은 것 같다"라는 것이었습니다.

김교만 교수님은 에이엠 카상드르 · 장 까를뤼 · 레이몬드 사비낙 등으로부터 많은 영향을 받았지만 그 영향을 전적으로 한국의 전통 풍속과 민속 소재들을 그래픽 화 하는 데에만 주로 사용하셨고 열정을 쏟았습니다. 교수님은 일본의 그래픽디자인으로부터의 영향을 받지 않으시려고 의식적으로 애썼습니다. 당시 한국 그래픽디자인계의 파이어나어들은 대개 일본 디자인계의 영향을 주로 받는 상황이었으니 결과적으로는 이질적이 되어버렸습니다. 제가 개인적으로 김교만 교수님으로부터 받은 가장 큰 영향이라면 겸손과 열정입니다.

천재와 영웅도 가까이에서 보면 결점 투성이라고 하는데 김교만 교수님은 가까이에서 지켜보면 교수라기보다는 대학원생 같았습니다. 전형적인 모범생 같은 모습이었습니다. 태생부터 타고난 겸손 체질이라고나 할까요. 익은 곡식이 고개를 숙이며 큰 강물은 소리를 내지 않고 흐릅니다. 어깨나 눈에 힘을 준다거나 대학에서 권위를 내세우는 등 고압적인 자세를 본 적이 단 한 번도 없었습니다. 제 인생의 한 시기에 김교만 교수와 같은 훌륭한 분을 은사로 모셨고 또 그 분으로부터 많은 사랑을 받아서 행복했습니다.

김교만 교수님은 대학의 학과 내에서도 후배 교수인 조영제 교수가 그래픽디자인계의 대부로 행세하면서 헤게모니를 내세우고 전횡하는 바람에 선배 교수로서의 대우를 제대로 못 받으시고 아주 불편한 교수생활을 했습니다. 그럼에도 불구하고 늘 겸손하셨으며 자신의 일을 열정적으로 사랑했습니다. 교수님은 제가 서울올림픽대회조직위원회 디자인실장 일을 끝내고 대학으로 복귀하지 못 한 것에 대해서 무척 안타까워하시고 저를 만날 때 마다 분노하셨습니다. 되돌아보면 그것은 운명의 장난이었습니다. 저는 그만 얘기치 못했던 인생의 덮에 걸려버렸던 것입니다.



한국전기통신공사
KOREA TELECOMMUNICATIONS AUTHORITY

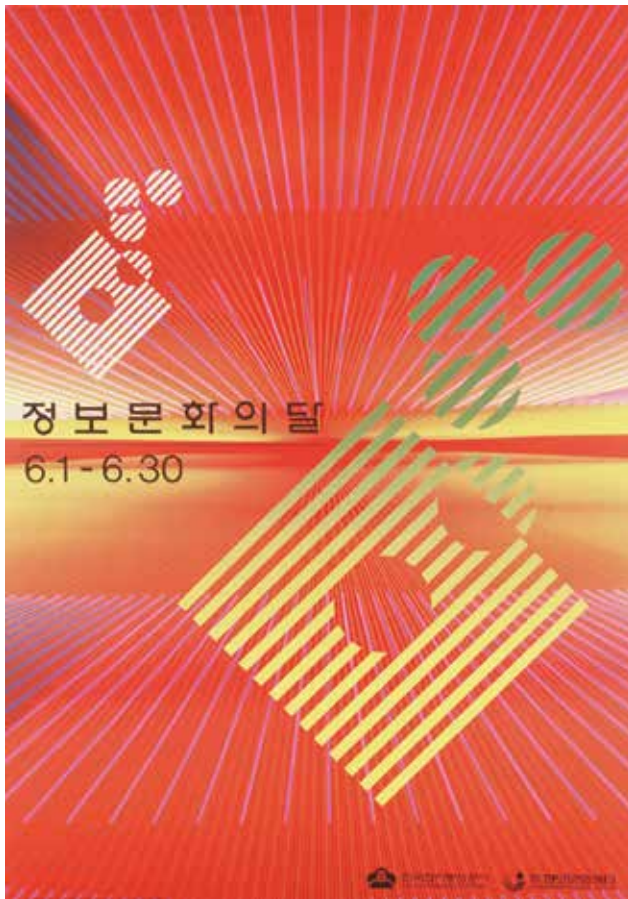


정보문화센터
INFORMATION CULTURE CENTER

정보문화의 달

6.1 - 6.30





1988년 황부용은 당시 한국전기통신공사의 의뢰로 정보문화의 달 엠블럼과 행사 런칭 포스터 등을 디자인했습니다. 배경으로 채택한 컴퓨터그래픽은 당시 비슷한 연배로 자주 교류하던 일본 도카이대학교 교수 겐다 에쓰오 씨의 작품입니다. 2021년 현재 이 행사는 과학기술정보통신부와 한국지능정보사회진흥원 (NIA) 에 의해 34년째 이어져 오고 있습니다.

2021년 6월 2일자 연합뉴스에 의하면 '대한민국의 회복과 도약, 디지털 뉴딜과 포용으로'를 주제로 6월 한 달간 제34회 정보문화의 달을 운영한다고 합니다. 정보문화의 달은 건전한 정보문화 확산을 위해 1988년부터 매년 6월에 열리고 있습니다. 기념행사와 정보문화 유공자 시상, 국민인식제고 캠페인 등 다양한 행사가 마련됩니다. 과기정통부는 2021년 정보문화의 달에는 키오스크 이용 불편에 관해 국민 아이디어를 모으고 실질적인 개선방안을 고안할 계획이라고 합니다.

키오스크란 서류발급 · 상품주문 · 결제 등에 사용되는 무인 결제기를 말합니다. 2021년 6월 22일에는 서울 동작구 스페이스살림에서 정보문화의 달 기념식을 열고 정보문화 유공자 시상식 등의 행사를 벌였습니다. 명사 초청 릴레이 특강과 디지털역량 강화 교육콘텐츠 기획 공모전 등도 열렸습니다. 당시 임혜숙 과기정통부 장관은 "정보문화의 달을 계기로 디지털 포용 사회 제도기반 마련을 위한 '디지털포용법' 제정과 키오스크 등 정보접근성 개선을 위한 역할강화 등 다양한 방안을 추진하겠다"고 말했습니다. [2021년 6월]



Official poster for the 1st Asian Jumping Championships Seoul 1985

황부용이 서울올림픽대회조직위원회 디자인실장으로 근무하고 있었던 1985년 치루어진 '아시아 승마선수권대회'라는 승마대회를 위한 행사 포스터입니다. 점핑하는 승마 자세를 하나의 엠블럼으로 만든 뒤 그것을 사방연속무늬처럼 만들어서 화려한 행사를 연상하게 했고 배경은

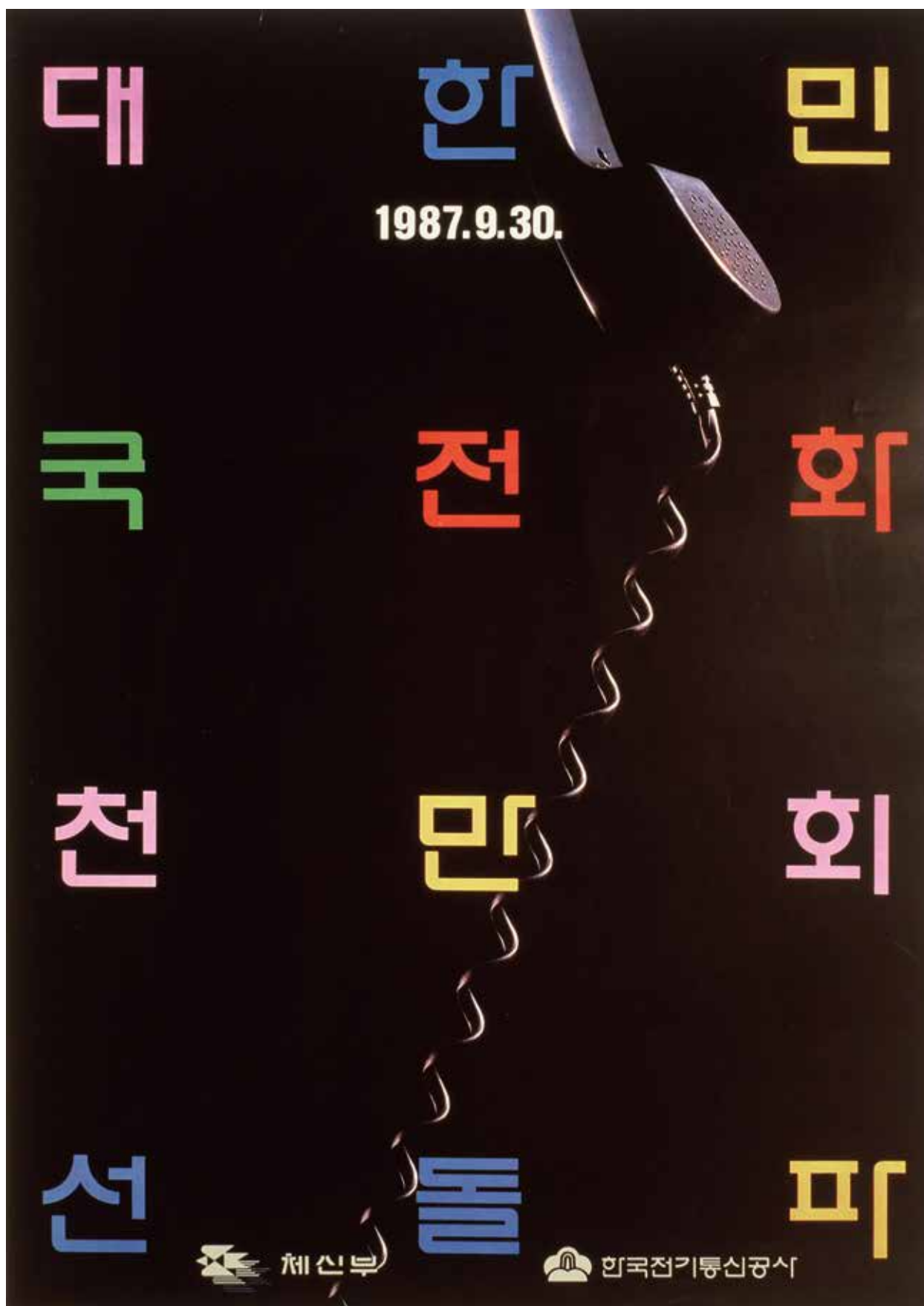
구름이 잔뜩 낀 하늘 사진을 배치함으로써 마치 승마대회가 치러지는 운동장의 흙먼지가 날리는 것 같은 시각적 효과를 연상시켰던 연출이었습니다. 당시 주최 측으로부터 '승마인들이 오래오래 자신들의 방 벽에 걸어두고 싶어 하는 아름다운 포스터'라는 칭찬을 들었습니다.



The 4th National Exhibition of Korean Architecture/ 1985

1985년 '대한민국건축대전'의 포스터를 의뢰 받고나서 황부용은 불현듯 이집트의 피라미드가 떠올랐습니다. 이집트 피라미드는 이집트에 위치한 정사각뿔의 모양을 가진 고대 석공들의 건축물입니다. 2008년 기준으로 138기의 피라미드가 발견되었습니다. 대다수의 피라미드는 이집트 파라오의 무덤으로 사용된 것이었습니다. 피라미드는 고대 이집트인들의 끊임없는 노력 그리고 건축 기술의 개량과 발전이 바탕이 된 것이며 단시간에 이루어진 역사가 아니었습니다.

2022년 10월 대한민국은 전 세계 6위의 국력을 지닌 것으로 평가되었습니다. 미국의 시사 전문지 US NEWS는 글로벌 마케팅 기업 VMLY&R의 계열사 BAV그룹, 펜실베이니아대학교 경영대학원 와튼스쿨과 공동 조사한 "2022년 전 세계 최고의 국가" 순위를 통해 이같이 밝혔습니다. 황부용이 이 포스터를 만든 지도 벌써 37년. 대한민국 방방곡곡에 세워진 각종 건축물의 디자인과 시공능력 수준도 대한민국이 세계 6위의 국력을 자랑할 만한 선진국임을 보여주고 있습니다.



Poster for the Remembrance - Over the 10,000,000 telephone lines in Korea / 1987



Year of Information and Communication in Republic of Korea/ 1987



Poster commemorating Republic of Korea's completion of phone automation nationwide/ 1987

전두환 대통령의 업적 중에는 인터넷 네트워크 망의 기반을 마련했다는 것이 있습니다. 인터넷이 가능하도록 체신부를 통해 전국에 기본망으로 PSDN을 깔 것입니다. 당시 전두환 정권의 참모들은 인터넷 네트워크 망을 설치할 때 동축케이블로 깔 것인지 광케이블로 깔 것인지를 놓고 치열한 대립을 이루었다고 합니다. 그러나 전두환 대통령은 광케이블로 깔 것을 지시했다고 합니다. 그 결정은 전두환 대통령 재임기에 광케이블이 국산화가 되는 것은 물론 광케이블 건설화 기반에 큰 기둥이 되어 김대중 대통령 때 네트워크 망이 전국적으로 개설되고 퍼져나간 계기가 되었습니다.

한편 당시에는 만성적이고 고질화 된 전화 적체 문제를 완전 해소해 즉시 가설 체제를 구축해야 한다는 것이 대한민국 체신부와 한국전기통신공사의 숙제요 꿈이었습니다. 그 꿈을 실현하기 위해 대한민국 체신부와 한국전기통신공사는 1980 년대에 들어서서 연평균 100만 회선이라는 대량 공급을 지속해 왔습니다. 그리하여 대한민국 땅에 전화가 도입된 지 85년만에 그 꿈이 현실로 대한민국 국민 앞에 다가섰던 것입니다. 당시 전국 전화 1000만 회선 돌파는 또 하나 한국의 기적으로 온 세계에 과시할 수 있게 되었습니다.

1980년 말 280만 회선이었던 전화시설이 그 후 7 년 만에 740만 회선으로 약 3배의 시설을 증설함으로써 1987 년에는 전화 1000만 회선을 돌파하게 되었습니다. 세계 10 위의 전화 보유 국가로 부상했고 1가구 1전화 시대를 열게 되었습니다. 이와 같은 방대하고 획기적인 사업들을 단기간에 성공적으로 달성할 수 있었던 것은 1970년대 후반부터 상용화되기 시작한 전기통신의 첨단기술 덕택이었다고 할 수 있습니다. 체신부와 한국전기통신공사는 전화의 선진화를 통해 닥쳐올 정보화 시대의 가장 중요한 기반을 이룩함으로써 새로운 전기 통신 시대의 장을 열기를 열망하며 이 포스터를 발행했습니다.



Poster for the Seoul Paper Show/ 1991

종이 전문 수입업체인 (주)두성산업이 주최하고 본사가 후원한 제1회 서울종이잔치가 안그래픽스의 기획, 시디(SIDI/ 대표 전흥근)의 전시 디스플레이로 산업디자인포장개발원에서 지난 9월 말 그 막을 올렸다. 닷새 동안의 일정으로 열린 이번 행사는 해당 업계 관계자들은 물론 디자이너와 학생, 일반인들의 대대적인 호응 속에 종이에 대한 이해를 넓히고 관심을 모은 국내 최초의 종이 테마 전시였다는 데 의의가 있다.

특히 이번 전시는 세계 각국에서 만들어진 다양한 종류의 종지와 좀처럼 보기 어려운 외국의 회귀본들이 개인 소장자들의 협조로 일반인들에게 선보여졌고, 금누리 씨와 일본

종이조형 작가인 히로시 오가와(菊竹滿訓) 씨의 종이 조형물이 관람객들의 눈길을 모았다. 금누리 씨의 종지로 만든 조각작품은 전시장을 가로지른 대형 조형물에 얇은 종지로 날개를 한껏 펼친 것 같은 형태를 오려붙이고, 바람을 이용해 계속 펄럭이게 함으로써 시각과 청각을 자극하는 운동감을 부여했고, 오가와 씨는 한가지 형태의 종이 조형물을 색색의 종지로 제작해 질서정연하게 나열함으로써 그 자체로 한 덩어리의 커다란 조형물이 되도록 설치했다.

우리 고유의 종이인 한지도 이번 전시를 통해 다른 나라의 종이에 뒤지지 않는 그 독특한 멋으로 한 몫을 단단히 했는데, 특히 영남 스님이 손수 제작한 다양한 종류의 한지 전시와

함께 관람객들이 직접 한지를 떼서 가져갈 수 있게 한 '손 종이' 제작 실습코너를 마련해 놓아, 이번 행사의 기념품으로 가져가려는 인파가 끊이지 않았다.

무엇보다 이번 전시는 특히 단순 나열 형식의 전시회에 그치지 않고 손 종이 실연 코너를 마련하고, 여러 가지 종지로 제작된 책자·패키지·카드 등을 함께 소개하는 등 전시기획 면에서 섬세함이 돋보인 전시였다. 또한 이런 기획 의도가 충분히 빛날 수 있도록 꾸며진 전시 디스플레이도 이번 전시를 돋보이게 하는 데 큰 몫을 차지했다. [1991년 11월호 월간디자인 아우경 기자]



2nd Prize Winner, International Poster Salon, IAA (International Association of Art), Paris 1987/ Non-commissioned poster - A presentation of the exhibition, KIDE 1987



1987년 프랑스 파리에서 열린 UNESCO IAA 주최 국제포스터살롱에서 2등상 수상

1987년 발표된 저의 평화포스터는 대한민국 포스터 디자인의 역사에 한 획을 긋는 작품이었습니다. 그 이전에도 권위 있는 국제 포스터 전시회에 출품해서 입선을 한 경우는 있었습니지만 수상을 한 경우는 최초였습니다. 주최는 프랑스 파리에 있는 IAA 즉 국제미술협회였으며 대회의 명칭은 국제포스터살롱이었습니다. 당시 심사위원들로부터 26표를 얻어 2 등상을 수상했는데 27표를 얻어 1등상을 수상한 폴란드 작가 스타시스 아이드리예비치우스에 이어 최우수 출품작으로 평가받았습니다.

함께 보시는 작품이 당시 최고상을 수상한 스타시스

아이드리예비치우스의 포스터입니다. 오페라 공연을 알리는 음악회 포스터입니다. 제목은 "보리스 고두노프"입니다. "보리스 고두노프"는 모데스트 무스르그스키의 오페라 작품입니다. 이 음악작품은 1868년과 1873년 사이에 상트페테르부르크에서 작곡되었다고 합니다. 규격은 가로 98cm 세로 68cm 였습니다. 1986년에 발표한 작품입니다. 스타시스 아이드리예비치우스는 화가이자 그래픽 아티스트입니다. 1949년에 리투아니아에서 태어났으며 현재도 살아있다고 합니다. 저 보다 두살이 많네요.

2등은 모두 3명이었고 나머지 두명도 폴란드 작가였습니다. 스타시스 아이드리예비치우스가 최고상을 수상함에 따라 일국가 일상주의 원칙에 따라 다른 두명은 수상대상이 되지 못했습니다. 하나는 폴란드의 영화 및 연극 감독이자 작가요 시인이며 화가인 1953년 생 레흐 마에브스키의 국제 재즈 미팅 포스터이고 다른 한 점은 폴란드 태생의 그래픽 디자이너이며 프리랜서 화가이자 포스터 아티스트로 활동하고 있는 1956년 생 비에스와프 바우쿠스키가 1983년에 발표했던 영화포스터 였습니다. 레흐 마에브스키는 저보다 두살 아래이고 비에스와프 바우쿠스키는 저보다 다섯살이나 어린군요.

그러나 30개 국가에서 600여점이 출품되었고 그 중 150점이 50명으로 이루어진 심사위원단의 투표로 선택을 받았습니다. 국적이 다른 50명으로 이루어진 심사위원단은 다른 국제적인 미술과 디자인 행사가 같은 시기에 있었기에 가능했던 걸로 추정됩니다.

20세기에 폴란드는 포스터 디자인의 강대국이었습니다. 형식적인 포스터의 틀에서 벗어나 전혀 감각이 다른 이색적인 포스터들을 창조했기 때문입니다. 대부분 사진을 사용하지 않았고 그림으로 표현한 것들이었습니다. 그 이전의 포스터들은 하나의 예술 형식으로써는 인정받지 못했습니다.

폴란드 작가들은 포스터 디자인의 새로운 가치를 창조했습니다 예술이라는 칭호를 부여 받았고 현대미술의 한 획을

그었다고 평가받고 있습니다. 폴란드의 포스터 디자인은 특히 영화 포스터에서 빛을 발휘했습니다. 기존의 직설적인 표현을 넘어서 함축적인 메시지를 전달하는 상징적인 표현을 통해서 포스터 예술의 창조성을 발휘했습니다. 그 시대 포스터 디자인의 대표적인 예술가들로는 발데마르 시비에르지, 안 레니차, 헨리크 토마스제비츠키 등이 있습니다.

저는 당시에 작품 속의 비둘기 부분을 날개를 퍼득이는 비둘기를 촬영해 풍타주로 합성할 것인가를 깊이 고민했습니다. 만약에 날개를 퍼득이는 비둘기를 촬영해 합성했다라면 2등상까지는 올라가지 못 했으리라고 추측합니다. 심사위원들의 분위기가 회화적인 기법의 포스터들을 우대했다는 것을 심사결과로 유추할 수 있습니다. 저의 작품은 회화는 아니었지만 조각의 형상을 하고 있었고 비록 최종 결과물은 사진이었다고 해도 그 예술적 가치를 인정받은 것이었습니다.

IAA (International Association of Art)는 1948년 레바논 베이루트에서 열린 제3차 유네스코 총회에서 형성되었습니다. 그때부터 IAA의 사무총장은 "예술가들이 유네스코의 목적에 봉사할 수 있는 방법"에 대한 조사와 예술가들의 예술 실천에 있어서의 사회적 · 경제적 · 정치적 질서의 장애물이 무엇인지 발견하는 책임을 맡았습니다. IAA의 사무총장은 또한 예술가들의 작업 환경을 개선하고 그들의 자유를 보장할 수 있는 조치를 강구하는 것을 임무로 부여받았습니다.

1951년 제6차 회의에서 유네스코 총회는 사무총장이 다양한 국가에서 예술가들의 자유에 대한 실제 상황을 연구하고 그들을 유네스코의 작품과 더 밀접하게 연관시킬 수 있는 수단을 조사하기 위해 국제 예술가 회의를 조직할 권한을 부여했습니다. 1952년 베네치아에서 열린 예술가 회의에서 19개국 23개국 정부와 48개 예술가 협회가 국제화가협회 · 국제조각가협회 · 국제판화가협회의 설립을 지지한다고 선언했습니다. 그 해 파리 유네스코회관에 사무국이 개설되었습니다.



Official poster for the Asian Games Seoul 1986

제 10회 서울아시아경기대회 공식포스터 제1호가 제작, 배포되었다. 지난 6월 올림픽조직위원회에서 계획되어 실행에 들어간 이번 포스터는 서울올림픽대회 조직위원회의 황부용 씨가 아트디렉션을, 시티스튜디오 김현웅 씨가 촬영을 맡아 제작했다. 조직위원회에서 제시한 컨셉트는 우선 서울아시아경기대회의 캐치프레이즈인 '영원한 전진'을 상징하고 그리고 그동안 나온 포스터들이 모두 추상적인 것이어서, 스포츠 행사를 시각적으로 알 수 있어야 한다는 것이었다. 이 두 가지를 모두 만족시킬 수 있는 모티브로 마라톤을 선택한 것은 마라톤이 올림픽의 하이라이트로서 '영원한 전진'의 이미지에 가장 잘 부합했기 때문이다.

제작팀이 가장 고심한 것은 어떻게 올림픽의 이미지와 조화한 아침의 나라라는 고요한 한국의 이미지를 한 화면 속에 표현할 것인가 하는 점이었다. 오랜 시간을 두고 협의한 결과 동양화에서 볼 수 있는 서기가 서려있는 한국의 산세를 배경에 깔고 마라톤 주자들의 역주를 담기로 했다. 인공적인 조작보다 현장감을 살리기 위해 현역 국가대표 선수들을 모델로 기용했고, 촬영에 들어가기 전에 수차례 현장 답사를 했다. 마침내 정면·측면·사각의 세 방향에서의 촬영으로 1차 시안을 완료하고 본격적인 작업을 시작했다. 그리하여 3박4일을 예정으로 촬영 팀을 구성,

아트디렉터 1명, 포토그래퍼 1명, 어시스턴트 포토그래퍼 1명, 촬영보조 1명, 그리고 모델 3명이었다.

촬영일자가 금년 들어 가장 무더웠던 여름이라 낮에는 도저히 작업을 할 수가 없었다. 카메라를 만지면 불에 단 프라이팬을 잡을 때처럼 후끈후끈했다. 충분한 휴식을 위해 낮에는 두 시간씩 오침을 하고, 한국의 고요한 이미지를 나타낼 수 있도록 일출과 동시에 촬영할 계획이었지만 광원이라든가 여러 문제가 있어 동이 뜨기 시작하는 8시 반에서 9시 사이에 역광을 이용해서 촬영했다. 현장감 있는 사진을 찍기 위해 어시스턴트 포토그래퍼는 창문에 매달리고 카메라맨은 봉고 차 위에 로프로 몸을 묶고 마라토너와 보폭을 맞추면서 4km 이상을 같이 뛰었다. 담으로 목욕을 한 모델들, 달리는 차 위에서 아슬아슬한 곡예를 펼치는 카메라 맨, 한중막 같은 8월의 폭염 속에서 모두들 기진맥진했다.

촬영기자재는 전문가들이 쓰는 300mm 렌즈의 아사히펜탁스 6"x7" 카메라를 사용했고, 마라토너를 부각시키기 위해 배경을 흐리게 했다. 사용한 필름은 고감도, 저감도, 35mm 필름 등 세 종류로 찍었는데, 최종적으로 채택된 사진은 프로페셔널들이 일반적으로 사용하는 ASA 64 액타크롬으로 찍은 것이다.

400여 컷을 찍은 필름 중에서 선정된 3컷의

슬라이드로, 리스폰스-310 컴퓨터에 의한 모자이크 효과, 솔라리제이션 효과, 모래망경 효과로 처리했다. 그리고 완성된 사진에 서울아시아경기대회의 휘장과 로고를 레이아웃해 포스터를 완성했다. 글씨체는 지난 2월 휘장 고지 포스터에 사용했던 이제는 서울아시아경기대회의 공식 서체가 된 가느다란 아방가드 라이트를 사용해 휘장의 매스와 콘트라스트를 이루며 스포티브한 느낌을 주었다.

이런 과정을 거쳐 완성된 3장의 포스터 원고가 서울아시아경기대회 조직위원회 집행위원회에 제출되어 모자이크 영상이 최종적으로 선정되었다. 모자이크 테크닉으로 처리한 포스터가 결정된 것은 최근의 TV 영상의 흐름과 관련해 시대적인 감각의 아이덴티티가 작용한 것이라 생각된다. 이 포스터의 영상은 동해안 하조대 근처의 국도에서 오전 9시 경 촬영한 것인데, 88 서울 올림픽 마스코트를 디자인 한 김현 씨는 아스팔트의 델리케이팅한 색깔과 황색의 중앙선이 적절한 구도를 이루어 공간감이 넘치는 모던한 영상을 창조하고 있다고 평가했다. 세 사람의 마라토너는 '제일제당'의 한정우와 김홍식, 그리고 '조폐공사'의 이승구 선수이다.

[1984년 11월 월간디자인 이현기 기자]



Official poster for the Asian Games Seoul 1986





Posters for marketing the corporate image of a sound equipment company KOREANA / Non-commissioned poster - A presentation of the exhibition, KIDE 1971

"MELODIES TO SKY" "BIRD'S VOICE" 위 두 작품은 고급 오디오 제품을 생산해서 판매하는 'KOREANA' 라는 회사를 가상으로 설정해 만든 브랜드 이미지 프로모션을 위한 눈코밑선드 포스터입니다. 1971년, 제가 서울대학교 미술대학 응용미술과 상업미술 전공 3학년 학생이었을 때 제6회 대한민국상공미술전람회에 출품했던 야심작이었습니다. 대한민국상공미술전람회는 대한상공회의소 주관의 미술전으로 1966년 창립되었습니다. 최고상을 목표로 절취부심 와신상담하며 만든 저의 데뷔작이었습니다. 그러나 심사결과와는 참담하게도 최고상은 커녕 특선의 반열에도 들지 못했고 입선에 그쳤던 것이었습니다. 심사위원 중 상업사진가 한 분이 "어디서 본 것 같다"는 의혹을 제기해 함께 했던 심사위원들이 그만 위축되어버리고 말았다는 후문이었습니다. 물론 당시 동서양을 막론하고 세상 그 어디에도 저의 이 포스터 작품과 비슷한 작품은 존재하지 않았습니다.

맹자의 고자 편 15장에는 "하늘이 장차 한 인물에게 큰 일을 맡기려 할 때에는 반드시 먼저 그 마음을 괴롭히고 그 몸을 지치게 하고 육체를 굶주리게 하며 그 생활을 궁핍하게 해 하는 일마다 어긋나고 틀어지게 만든다. 이것은 그의 마음을 두들겨서 인내심을 길러주어 지금까지 할 수 없었던 어떠한 사명도 능히 감당할 수 있게 하기 위함이라"고 기록되어 있습니다. 한마디로 개고생의 과정 그러니까 기나긴 장애물 경기를 거친 후에야만 바로 소인물 다운 인물이 만들어 진다는 것입니다. 전해들은 이야기입니다만 유럽에서도 유명한 한 음악대학의 저명한 교수님이

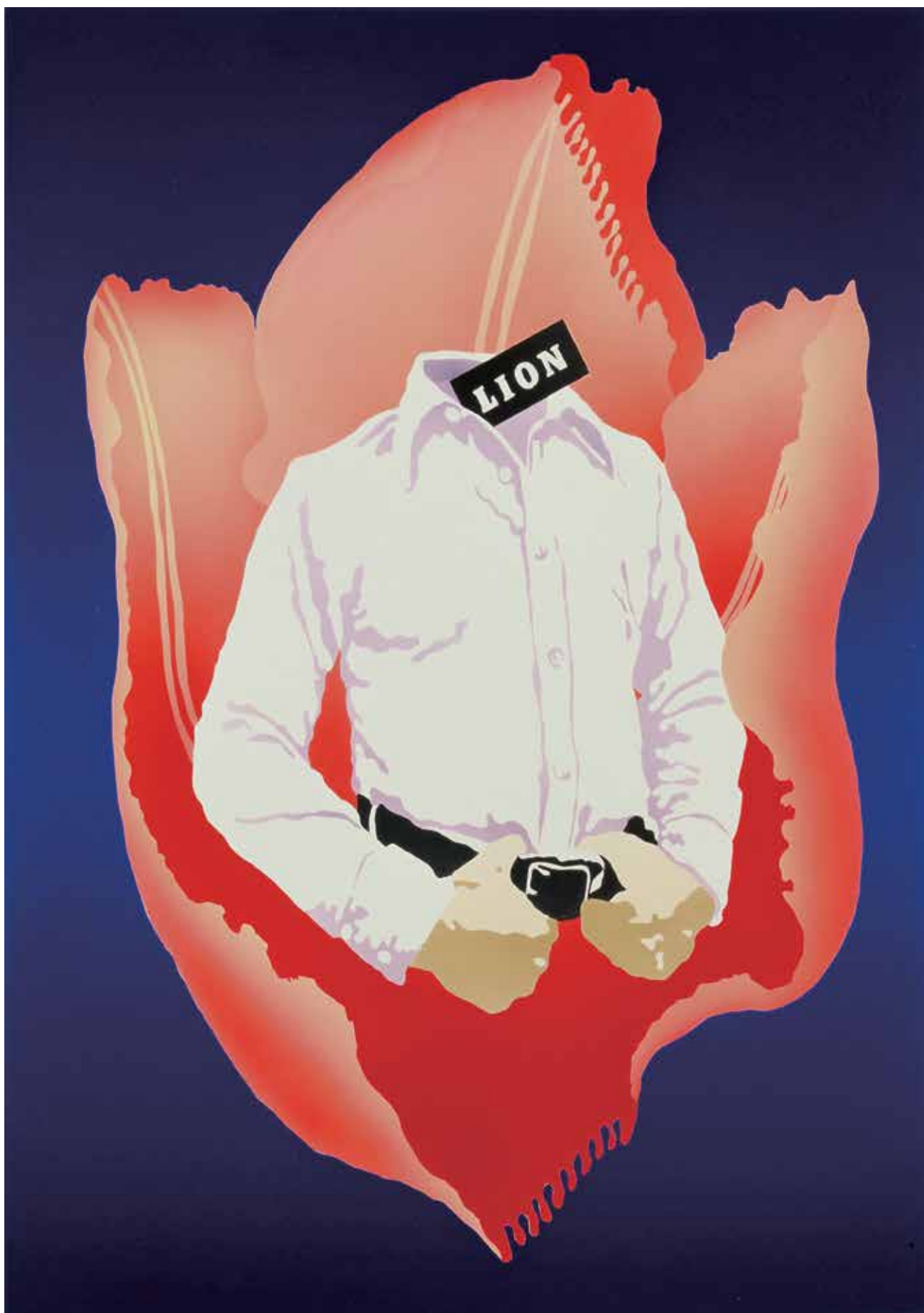
아주 천재적인 재능을 가진 한 제자가 모든 교육과정을 이수하고 학교를 떠나려 했을 때 이런 말을 했다고 하더군요. "이제 자네에게 더 필요한 것은 인생의 혹독한 고난과 시련뿐이네. 그 것이 자네를 최고로 만들어 줄 것이야."

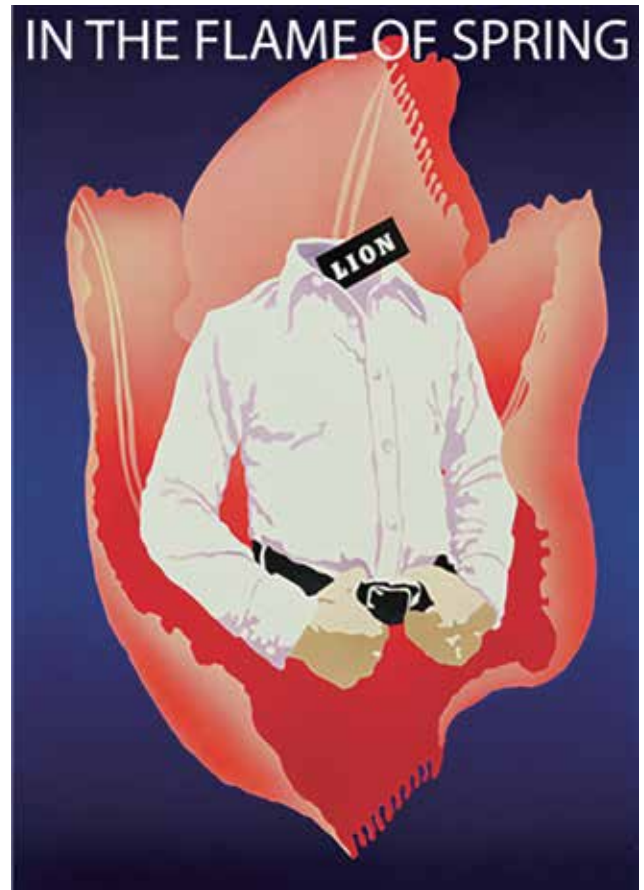
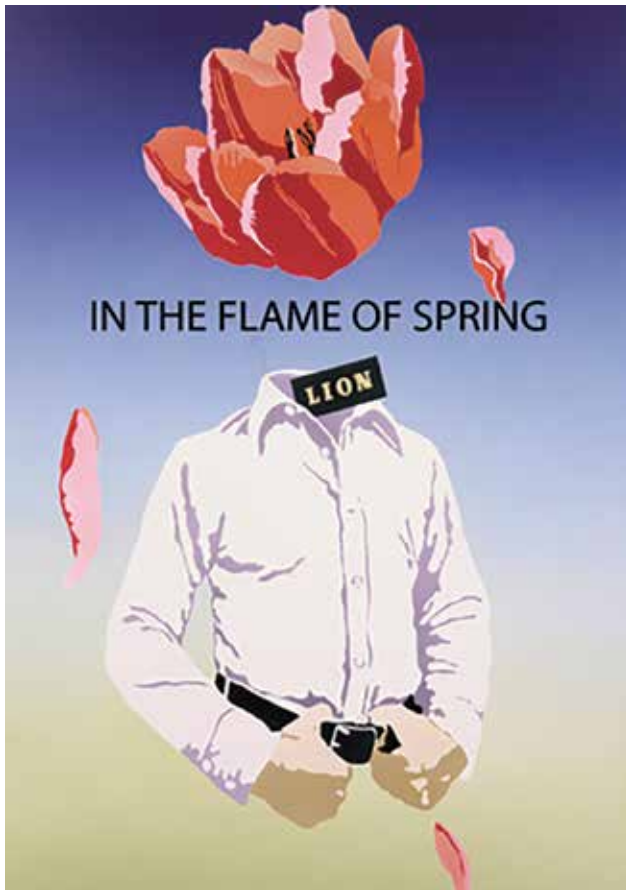
대기만성(大器晩成)이라는 말을 요약하면 큰 사람이 되기 위해서는 많은 노력과 시간이 필요하다는 것입니다. 노자 41장에 기록된 말입니다. 노자는 이 장에서 옛글을 인용해 도(道)를 설명했는데 "매우 밝은 도는 어렵게 보이고, 앞으로 빠르게 나아가는 도는 뒤로 물러나는 것 같다. 가장 평탄한 도는 굽은 것 같고, 가장 높은 도는 낮은 것 같다. 몸이 흰 빛은 검은 것 같고, 매우 넓은 도는 한쪽이 이지러진 것 같다. 아주 건실한 도는 빈약한 것 같고, 매우 질박한 도는 어리석은 것 같다" 또 "그러므로 아주 큰 사각형은 귀가 없고, 큰 그릇은 늦게 이루어진다. 아주 큰 소리는 들을 수 없고, 아주 큰 형상은 모양이 없다. 왜냐하면 도는 항상 사물의 배후에 숨어 있는 것이므로 무엇이라고 긍정할 수도, 또 부정할 수도 없기 때문이다" 라고 설명했다고 합니다. 쉽게 좌절하지 말고 열심히 노력하면 큰 인물이 될 수 있을 것이라는 사자성어입니다.

이와 같은 고전의 기록들은 풍상을 많이 겪는 사람들에게 큰 위로가 됩니다. 되돌아 보면 제 인생에도 풍파가 많았습니다. 그럴 때마다 저는 소년 시절에 자주 들었던 외할머니의 제 운명에 대한 예언을 상기했습니다. 제가 한 평생 살아가면서 상대적으로 다른 사람들보다 많은 풍파를 겪게 될 것이고 그 풍파를 다 뛰어넘어야 한다는 예언이었습니다. 벌이는 일마다 용두사미(龍

頭蛇尾)로 끝날 것이라고도 하셨습니다. 만약 제가 그러한 예언을 반박누적해서 들을 수 없었다면 저는 일찍 좌절하고 낙망해서 건강을 잃고 사라진 제 주변의 여러 인물들과 같은 운명이 되었을 것입니다. 2006년에 방영된 일본 NHK의 대하드라마 '공명의 갈림길'에는 아마우치 카즈토요의 명대사가 등장합니다. 공명을 획득하기 위해 전쟁터에서 용맹스럽게 싸웠던 것이 아니라 반복되는 전투와 전투 속에서 죽지 않고 살아남다 보니 공명을 얻게 되었다는 것입니다.

명예욕과 자존심이 종종 한 인간을 기가 막힐 파멸의 수렁과 웅덩이로 빠져들게 합니다. 70년이라는 인생을 살아오면서 제 주변에도 여김없이 자살로 생을 마감한 몇몇 친구들과 지인들이 있었습니다. 그들의 공통된 자살 이유는 바로 명예의 추락과 자존심의 붕괴였습니다. 사마천이 쓴 사기 속에는 전쟁을 치르다보면 때로는 참담한 현실을 받아들여 자존심을 버리고 울분을 참으며 허리를 굽혀 적장의 구두끈을 매어줄 수 있는 용기가 필요하다는 기록이 있습니다. 역술가들은 사람의 운명은 타고나지만 운은 움직인다고 합니다. 자신의 운명을 행운으로 만들고 불운으로 만드는 것은 바로 자기 자신의 선택. 스스로 운을 잡아먹는 이유는 무엇보다 아는 사람들과의 지나친 경쟁의식과 체면심리 때문이며 경쟁과 체면을 의식하는 순간 불안의 씨이 자라고, 불안은 부정적 에너지로 변하며 바로 그 때 불운이 닥쳐온다는 것입니다. [2020년 1월]





Posters for image marketing of men's fashion brand 'LION' / Non-commissioned poster - A presentation of the exhibition, KIDE 1972

"개가 사람을 물면 뉴스거리가 못되지만 사람이 개를 물면 그것은 뉴스거리가 된다." 언론인 지망생들이 대학의 수업시간에 '뉴스란 무엇인가'를 배울 때 교수에게 처음 듣게 되는 이야기라고 합니다. 'SUN'의 편집장이었던 찰스 데이나가 한 말이라는데, 뉴스가 되려면 사람의 관심을 끌거나 충격적 사건을 포함해야 한다는 것이 요지입니다. 개가 사람을 무는 것과 같은 일상적 일은 뉴스가 될 수 없다는 말입니다. 이 포스터는 1971년 야심차게 내놓았던 데뷔작이 입선에 그치지 못했던 작품입니다.

이 포스터에는 사람의 목이 없고 손만 있습니다. 'LION'이라는 가상으로 설정한 남성 패션 브랜드의 이미지 마케팅 포스터입니다. 사람의 목과 손을 제거함으로써 개가 사람을 무는 것 같은 충격 속으로 보는 이들을 끌어들이는 것입니다. 그리고 몽환적인 봄날의 꽃 속의 꽃 내부 공간으로 인도합니다. 패션 브랜드는 단순히

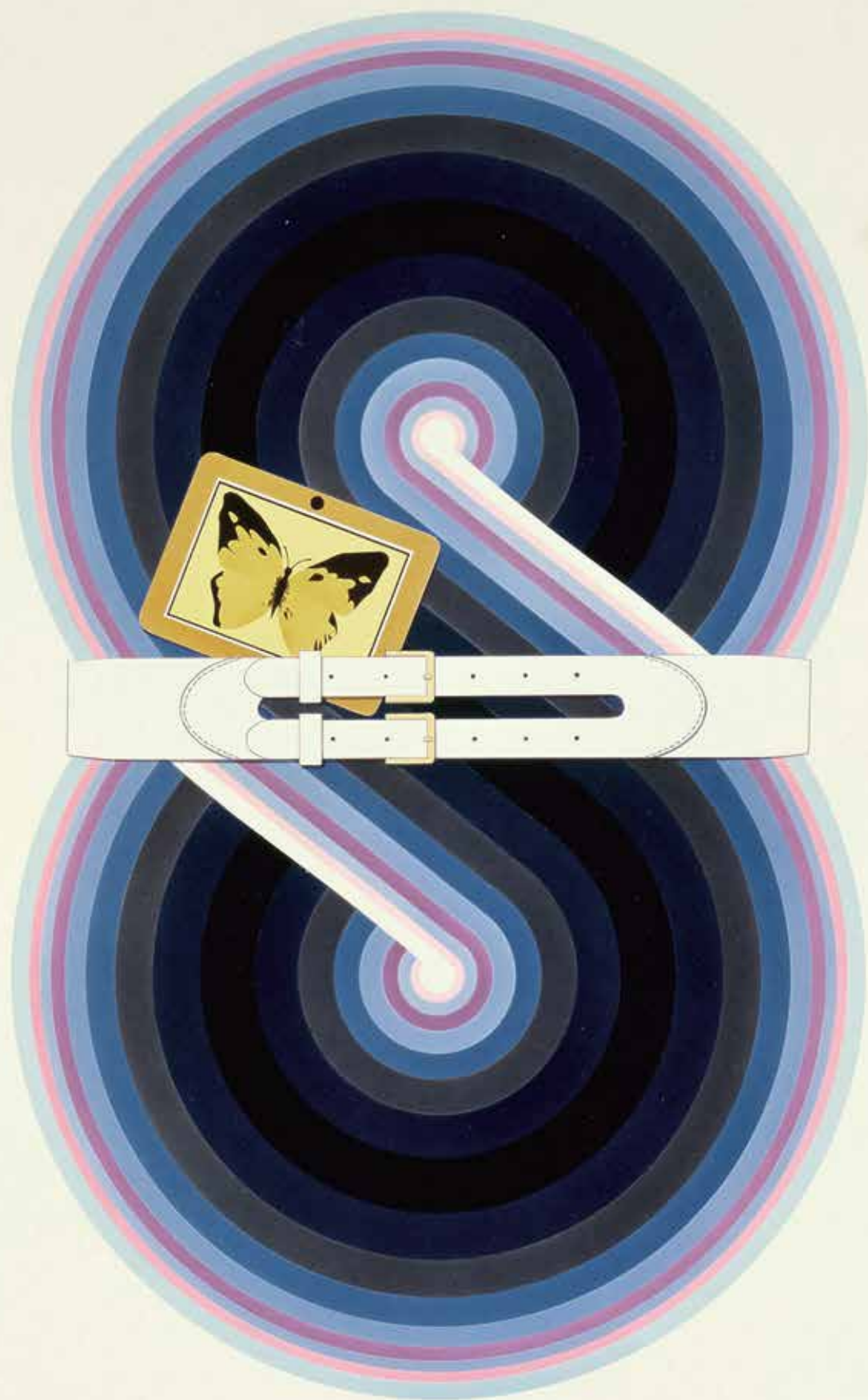
디자인 · 품질 · 가격이 기계적으로 결합한 상품이 아닙니다. 모든 브랜드는 자신만의 가치를 가지고 있습니다. 어떤 브랜드는 낮은 가격과 높은 품질로 고객에게 기능적 가치를 어필합니다.

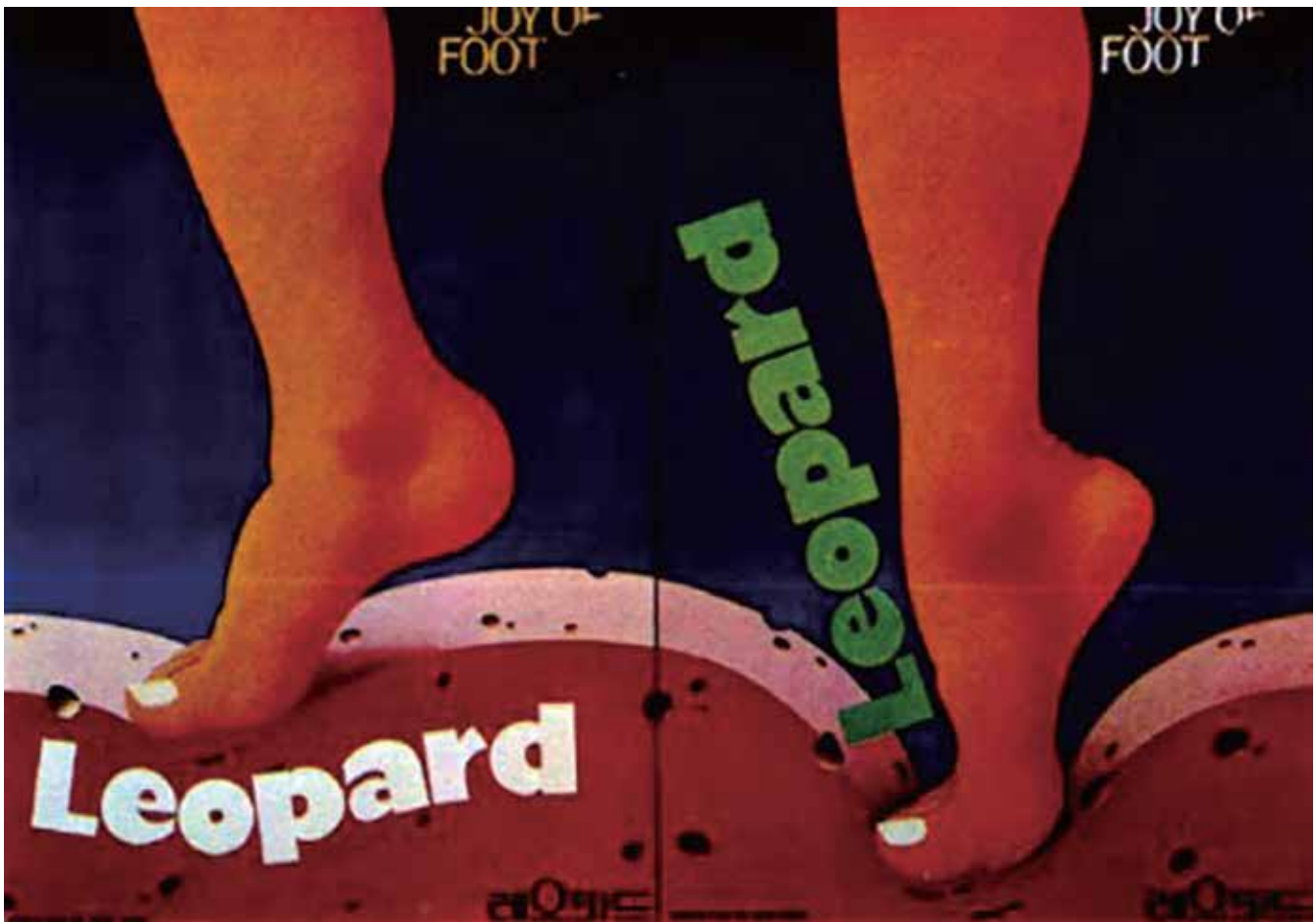
어떤 브랜드는 차별화된 디자인을 선보이며 소비자의 감정적 가치를 자극하고, 어떤 브랜드는 신선함을 주며 호기심을 유발하는 진귀적 가치를 갖고 있습니다. 또 다른 브랜드는 고객에게 지금밖에 기회가 없다고 설득하며 상황적 가치를 강조하기도 합니다. 자녀들 학부모 모임에 가려면 이 정도 가방은 들어야 한다며 사회적 가치를 당당히 내세우는 브랜드들도 있습니다. 소비자는 상품을 구매할 때마다 브랜드가 제공하는 가치를 꼼꼼히 판단하고 신중히 의사결정하는 것이 합리적입니다.

그렇지만 상품을 구매할 때마다 브랜드의 가치를 매번 따져보는 사람은 거의 없습니다. 소비자는 브랜드가 어떤 가치를 제공하는지 이미 알고 있기 때문입니다. 사람들은

'자라'에서 가격을 고민하지 않고, '유니클로'의 품질을 걱정하지 않으며 '샤넬'의 디자인이 정말로 뛰어난지 의심하지 않습니다. '자라'에는 트렌디 하지만 싼 브랜드라는 이미지가 있고, '유니클로'는 누구보다 뛰어난 품질을 갖고 있으며, '샤넬'은 디자인이 뛰어나다는 이미지가 소비자들에게 각인돼 있기 때문입니다.

이렇듯 브랜드에는 고유한 이미지가 있습니다. 사람들은 브랜드 이미지를 브랜드 가치와 동일시합니다. 브랜드는 이미지가 전부인 것입니다. 'IMAGE MARKETING ADDING VALUE TO VALUE'라는 말이 있습니다. 이미지 마케팅은 상품이나 서비스의 원래가치를 증폭시켜 고부가가치를 창출하는 것입니다. 이 포스터는 당시 상공미전에서 유니크한 포스터로 심사위원들의 눈에 띄었습니다. 그래픽디자인계의 전설이 된 홍익대학교 권명광 교수도 이 시기부터 황부용을 눈여겨보기 시작했습니다.





◀ A poster for image marketing of belt fashion brand 'WEMBL' / Non-commissioned poster - A presentation of the exhibition, KIDE 1973
 ▲ An Image marketing poster for shoe brand 'LEOPARD' / Non-commissioned poster - A presentation of the exhibition, KIDE 1974

광고 속에서 보는 사람의 눈을 끄는 포인트가 되는 사진이나 일러스트레이션 따위를 'EYE-CATCHER' 라고 합니다. 이 단어는 1920년대에 처음으로 서구사회에 등장했다고 합니다. "시선을 사로잡는 것" "눈길을 끄는 것" "눈에 띄는 것" "보기 좋은 것" 등으로 번역할 수 있겠습니다. 88페이지 포스터 작품은 육군에 복무 중이었던 1973년에 상공미전에 출품해서 특선을 한 작품입니다.

1971년 야심차게 내놓았던 데뷔작이 입선에 그치지 못했기 때문이었습니다만 실기일전해서 1972년 다시 도전해 특선을 했고 1973년이었던 그 다음해 출품해 다시 특선했던 작품입니다. 그 해 1월 초에 육군에 입대했기에 입대 전에 미리 완성해 군복무 기간 중에 출품했었던 것입니다. '렘블리'라는 가상의 벨트 제품을 선전하는 포스터인데 볼드하고 다이내믹한 추상조형을 내세워 아이캐칭을 시도한 것입니다.

시청자의 눈길을 짧은 시간 만에 사로잡아 흥미와 공감을 이끌어내기 위해선 다양한 방법이 동원됩니다. 특히 광고에서는 사용되는 소재가 가장 중요합니다. 3B는 웬만해서는 실패할 일 없다는 3가지 광고 소재를 지칭하는 말입니다. BEAST · BEAUTY · BABY 를 말합니다. 이 3B는 '광고 불변의 법칙'의

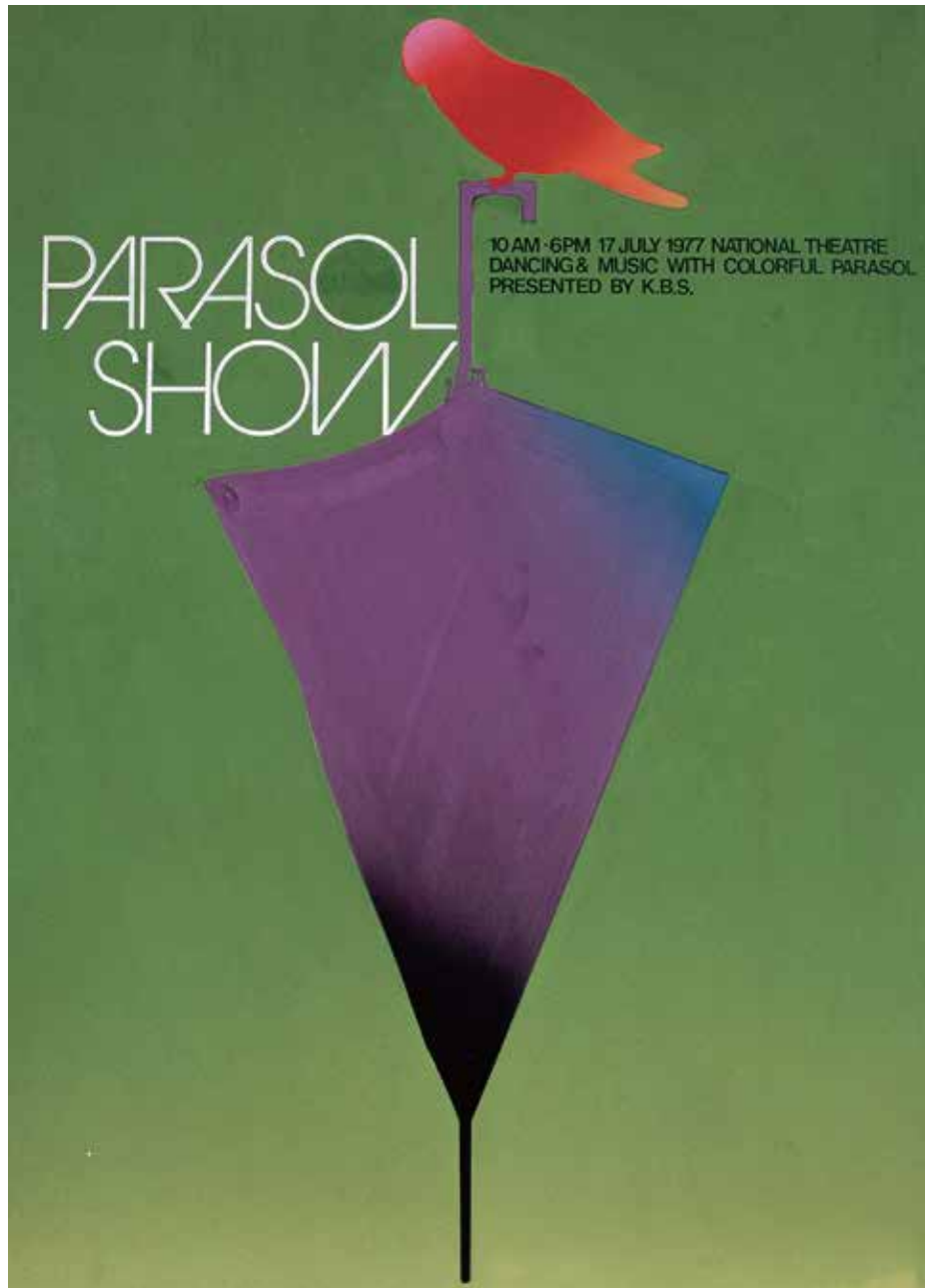
저자인 데이비드 오길비가 사람들에게 가장 흥미를 느끼는 사진이 무엇인지 묻는 설문조사의 결과를 바탕으로 처음 등장한 마케팅 이론 중 하나입니다. 설문조사 결과에 의하면 사람들은 감동적인 아기 및 동물사진 그리고 아름다운 여성에 대한 소재에 가장 많은 흥미를 느꼈다고 합니다.

물론 이 3B가 무조건적인 흥행 보증수표라고 할 순 없겠지만 대중들이 보편적으로 관심 있어 하는 동물 · 미인 · 아기를 광고의 소재로 사용함으로써 일차적인 관심을 집중시킬 수 있다는 점에서는 확실히 좋은 소재이긴 합니다. 딱히 광고 소재로 활용 할 좋은 아이디어가 없을 때 3B 중 하나를 사용하면 일단 중간은 갈 수 있습니다.

88페이지 포스터는 3B 를 사용하지 않고 단순한 추상조형으로 시선을 사로잡고 눈길을 끌고 눈에 띄고 보기 좋은 것을 추구해 본 작품이었습니다.

89페이지 포스터 작품은 항부용의 4번째 산업디자인전 출품작으로 항부용은 이 작품 출품으로 대한민국산업디자인전의 추천작가가 되었습니다. 1971년 입선.

1972년 특선. 1973년 특선. 1974년 한국무역협회회장상 수상으로 추천작가가 되었던 것입니다. 당시 문교부에서는 대한민국산업디자인전의 추천작가를 석사학위 취득자와 동등한 자격을 부여했기에 1977년 3월 서울 서소문구 소재의 명지실업전문대학교 도안과의 전임강사로 임용될 수 있었습니다. 특히 이 작품은 군복무시절에 구상한 작품이었으며 휴가시기를 조정해 휴가를 나와서 완성했던 것입니다. 1973년 특선작은 군 입대 이전에 미리 완성해서 친구들 중 한명에게 출품을 부탁하고 간 작품이었습니다. 이후 1975년에도 군복무를 하면서 작품을 구상해서 휴가시기를 조정해 휴가를 나와서 완성해 추천작가 부분에 출품할 수 있었습니다. 이후 1975년부터 1984년까지 한 해도 빠뜨리지 않고 작품을 출품해 1985년부터 초대작가로 산업디자인전 초대작가 부문에 출품할 수가 있었습니다. 그로부터 1994년까지 역시 한 해도 빠뜨리지 않고 10년간 출품한 후 환골탈태(換骨奪胎)를 위한 새로운 도전을 결심하고 대한민국산업디자인전 출품을 중단했습니다.



A poster for a performance/ Non-commissioned poster - A presentation of the exhibition, KIDE 1977

제 아내는 지난 45년간 제가 자신의 자존심을 상하게 할 정도로 다른 여성들에게 관심을 가진 적이 없다는 것을 늘 고맙게 생각해 왔다고 말합니다. 제 아내에 대한 저의 평가는 지난 45년간 변함없이 99점입니다. 처녀시절에도 아름다웠지만 지금도 여전히 아름답습니다. 아름다울 뿐만 아니라 변함없이 순수하고 또 희생적입니다. 성경에는 "들어가도 복을 받고 나가도 복을 받고"라는 문장이 기록되어 있어서 기독교인들은 하나님의 축복받기를 강조합니다. 제 아내는 저에게 과분한 축복이었습니다. 초등학교 시절부터 결혼 직전 시기까지 제가 좋아했던 그녀들은 많았지만 모두 저에게 남편감으로서의 불합격 채점표를 던졌던 여성들이었습니다. 그러나 그 우울했던 시절의 악몽들은 하나님께서 저에게 지금의 제 아내를 만나게 해주기 위해 저에게 부여했던 시련의 시간들이었습니다.

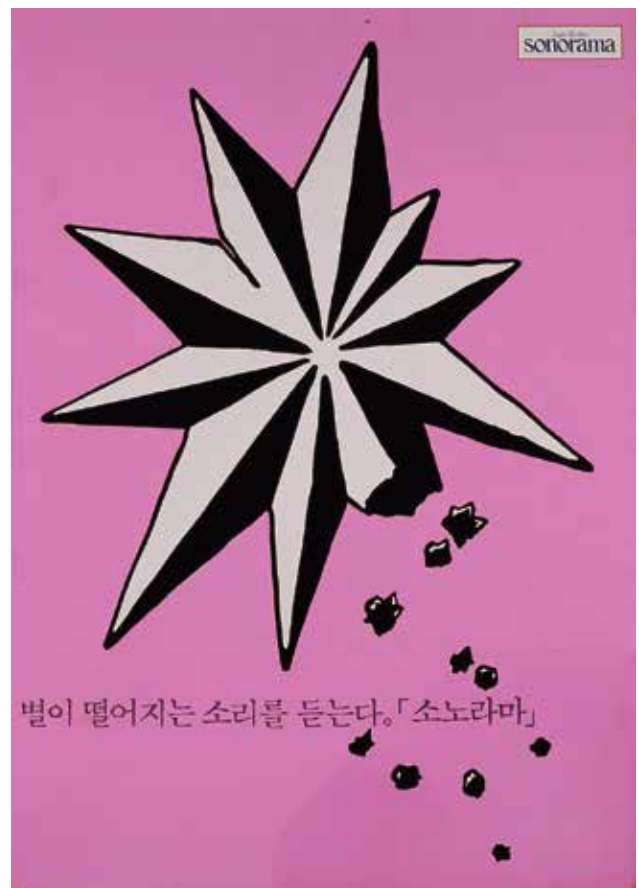
되돌아보니 1977년은 저의 인생길에서 가장 아름다웠던 한 해이었습니다. 대학원 석사학위도 없이 대한민국상공미술전람회의 추천작가 자격만으로 3월에 26세의 나이로 서소문에 있던 명지실업전문대학의 전임강사가 되었고 7월에는 을지로 6가에 있던 국립의료원에서 아내가 될 사람을

소개받았습니다. 이 포스터 작품은 그 당시 저의 심리상태를 잘 반영하고 있습니다. 논코믹센드 포스터로 "파라솔 쇼우"라는 타이틀로 KBS가 국립극장에서 벌이는 가상의 공연 포스터입니다. 1977년 상공미전의 추천작가로서 출품한 것이었는데 많은 디자인계 선후배들과 관람객들로부터 그 해 대한민국상공미술전람회에서 가장 아름다운 포스터 작품이었다는 칭찬을 받았습니다. 그러나 제가 상공미전에 추천작가와 초대작가 자격으로서 20년간 출품했던 포스터 작품들 중에는 졸작들도 많았습니다.

상공미전은 해를 거듭하면서 산업디자인전으로 그 타이틀이 바뀌었습니다. 추천작가와 초대작가도 추천디자이너와 초대디자이너로 네이밍이 바뀌었습니다. 추천작가 된 이후 20년간에 걸친 저의 논코믹센드 포스터 실험은 종종 수렁에 빠지기도 했습니다. 저는 무언가 컨셉추얼한 것을 추구했고 매년 다른 아이디어로 접근했지만 그 결과들은 만족스럽지 못 한 경우가 많았습니다. 완성도가 떨어지고 어둡고 우울한 색조의 작품들도 더러 있었습니다. 선후배들로부터 "황부용의 출품작들은 기록이 심하다"는 비판을 받기도 했습니다. 저는 1994년 24번째 출품을

끝으로 대한민국산업디자인전람회의 출품을 마감해 버렸습니다. 이유는 매년 신선한 작품을 출품해야만 한다는 압박으로부터의 해방이었습니다. 환골탈태(換骨奪胎)를 위한 새로운 도전을 결심하고 산업디자인전 출품을 중단했던 것입니다.

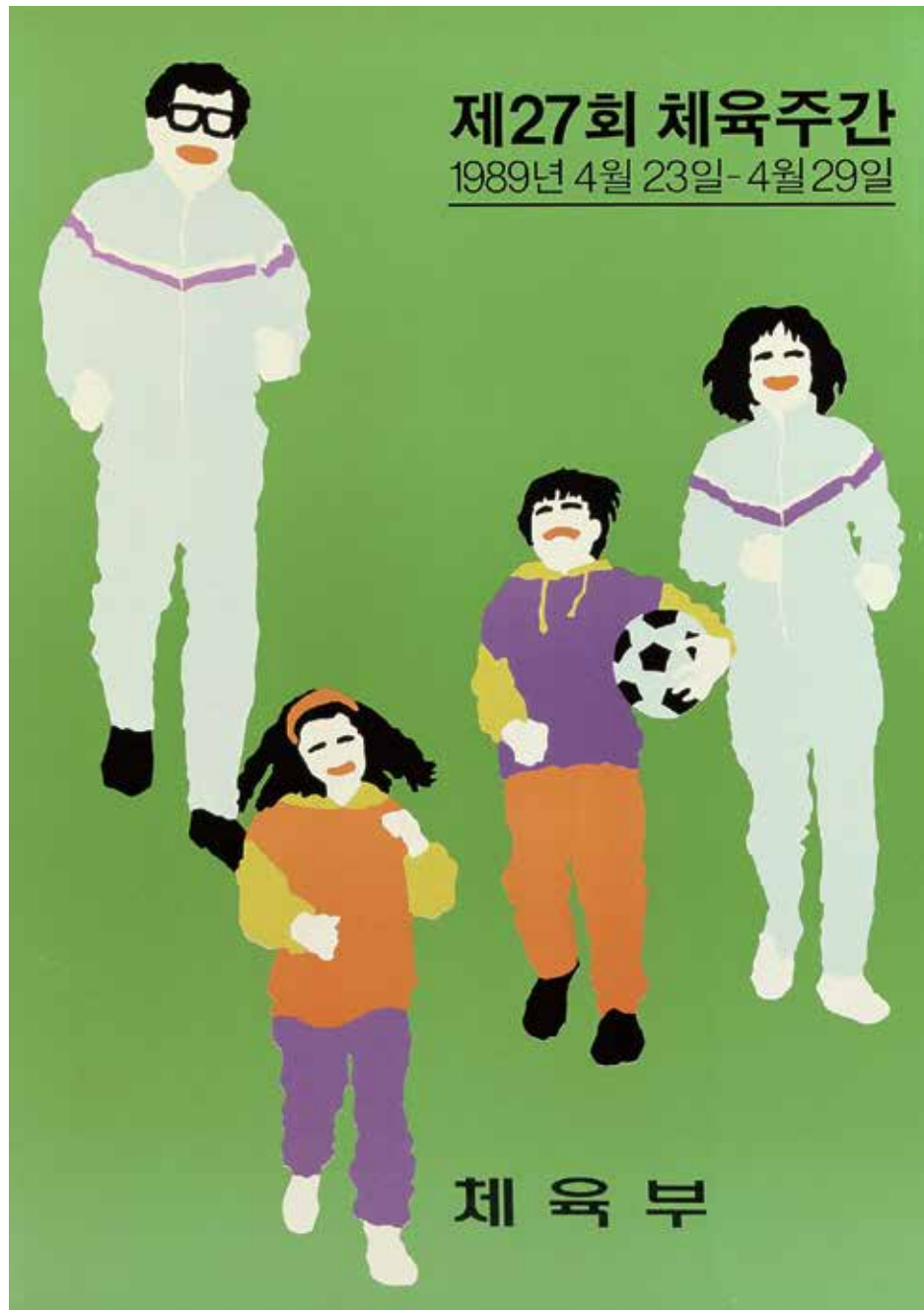
네덜란드가 낳은 천재화가 빈센트 반 고흐는 대학에서 미술을 전공하지 않았지만 밀레의 작품을 카피하면서 10년도 안 되는 시간 만에 서양미술사를 뒤흔들 정도의 독창적인 화풍을 개척하는데 성공했습니다. 고흐는 초기에 밀레의 '첫걸음' '씨뿌리는 남자' '낮잠' 등 수많은 그림을 모방했습니다. 고흐는 37세로 불행했던 생을 마감하기 전까지 약 10여 년간 900여점의 페인팅, 1100여점의 드로잉과 스케치 등 약 2000여점의 작품을 남겼다고 합니다. 우리가 알고 있는 유명한 작품들은 대개 생애 마지막 2년 동안에 그려진 작품이라고 합니다. 실수와 실패를 거듭할 수 있습니다. 그렇지만 유종의 미를 거둘 수만 있다면 그 실수와 실패는 잊히고 말 것입니다. 영국의 대문호 셰익스피어의 희곡 작품 중에 "끝이 좋으면 다 좋다"라는 작품이 있습니다. 그렇습니다. 끝이 좋으면 다 좋습니다. [2022년 7월 8일 결혼기념일에]



Posters for marketing the corporate image of a sound equipment brand 'SONORAMA' / Non-commissioned poster-A presentation of the exhibition, KIDE 1980

황부용은 1980년을 전후로 한동안 별을 그리는데 집착했습니다. 옛날부터 사람들은 천체를 해·달·별로 분류했습니다. 갈릴레오 같은 과학자가 망원경으로 천체를 관측하며 별의 과학이 시작되었습니다. 밤하늘에 빛나는 별만큼 오랜 세월 동안 사람들의 사랑과 관심을 받아온 대상도 없을 것입니다. 별을 싫어하는 사람은 없습니다. 물론 밤하늘의 별보다는 만화나 게임 속의 별이 더 익숙할 수도 있습니다. 어떤 작가는 별을 모르고 사는 것은 세상 아름다움의 반을 포기하고 사는 것이라고도 했습니다. 우리가 보는 세상의 반은 하늘이고, 살아가는 시간의 반은 밤이기 때문입니다.

그리고 그 밤하늘의 주인공이 바로 별이기 때문이기도 합니다. 별은 사랑을 이어주는 좋은 소재이기도 합니다. 사랑 노래에 가장 많이 등장하는 단어 중의 하나가 바로 별이기도 합니다. 별자리 신화에 가장 많이 등장하는 이야기도 역시 사랑이야기입니다. 이 포스터는 '별'이라는 이미지가 가지는 이러한 배경을 소재로 만들어진 포스터입니다. 1980년 대한민국 산업디자인전 추천작가 부문에 발표되었던 이 작품은 '소노라마'라는 가상의 오디오 제품을 선전하는 콘셉트로 만들어진 것입니다만 다분히 문학적인 접근으로 완성한 콘셉추얼 디자인 기법에 의한 서정적 창작물입니다.



Poster for Korean Government - "National Sports Week" / 1989

92 페이지의 포스터는 1989년 체육부의 의뢰로 만들었던 '체육주간'의 포스터입니다. 당시 주무부서에서는 온 가족이 스포츠를 일상화해야 한다는 사회체육의 개념을 강조해 달라고 했습니다. 1984년 황부용이 처음으로 유럽에 갔을 때 놀랐던 것은 사회체육을 위한 시설들이 동네마다 잘 발달된 것이었습니다. 대한민국도 경제성장을 통해 선진국가가 되면서 이제 동네마다 눈부실 정도의 사회체육을 위한 시설들이 들어차 있습니다.

그러나 1986년 서울아시안게임과 1988년 서울올림픽을 개최할 당시에만 해도 사회체육의 개념은 없었고 엘리트체육의 개념이 지배하고 있었습니다. 즉 운동선수들을 위한 스포츠시대였습니다. 당시 스포츠 선진국에서는 대한민국의 그러한 시대적 상황을 이상한 시선으로 바라보고 있었습니다. 이 포스터는 당시 황부용이 그의 가족들을 사진 스튜디오로 데려가서 여러 장을 촬영한 뒤에 일러스트레이션으로 변환해서 상하좌우로 배열해 구성 것입니다.

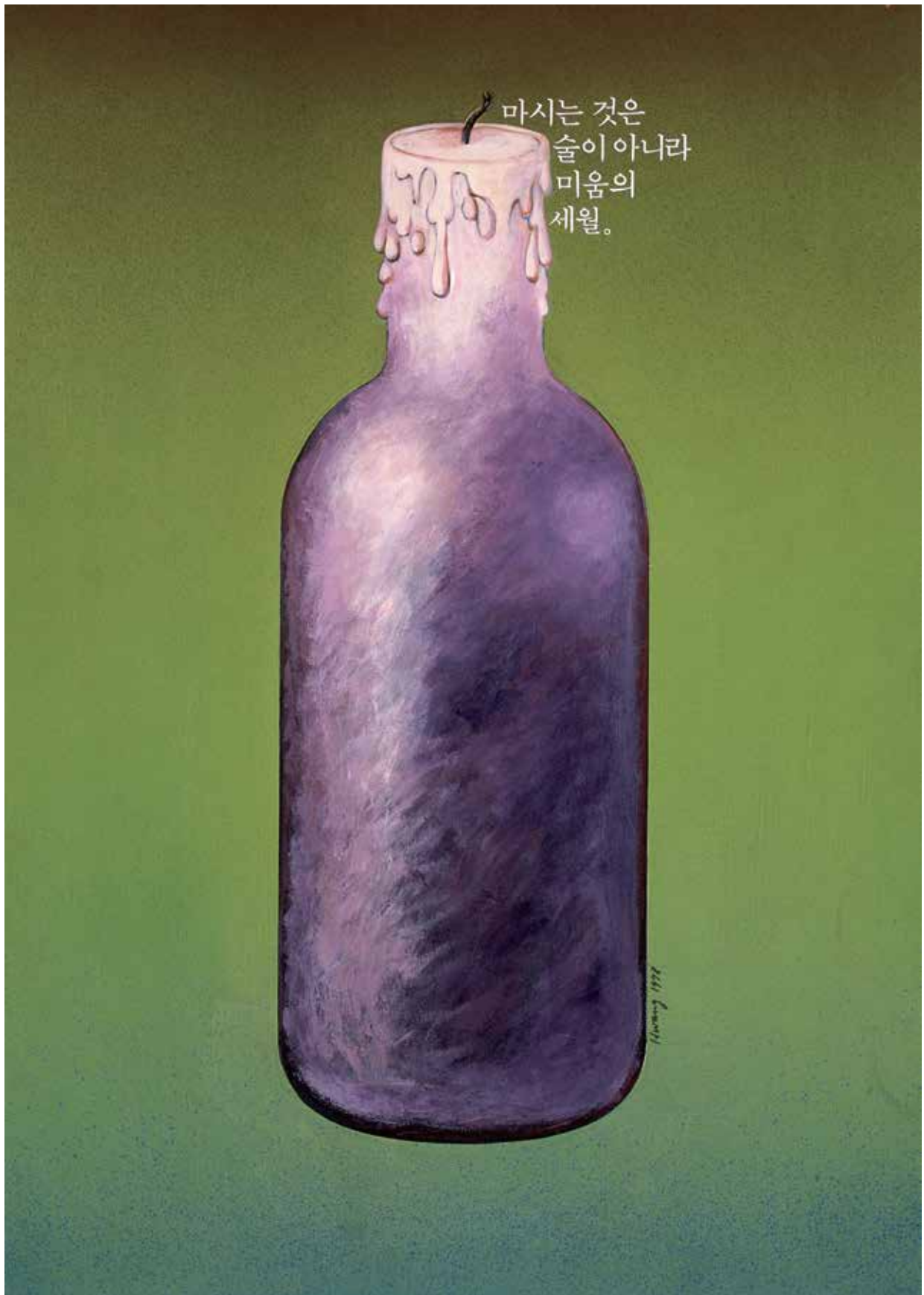
93페이지의 포스터는 1978년 대학원 재학시절 교내 전시 작품으로 발표했던 것입니다. "마시는 것은 술이 아니라 미움의 세월"이라는 시(詩)의 한 구절을 시각화 해 촛불과 술병을 매치 시킨 장식용 포스터입니다. 왜 사람들은 술을 마실까요? 즐거워서도 마시고 괴로워서도 마십니다. 커피와 차 등 다양한 기호식품이 있지만 오랜 세월 인간과 희로애락을 함께 해온 것은 역시 술입니다. 로마신화에 술의 신(神) '디오니소스'가 나오는 것을 보면 아마도 인류의 기원과 맥을 같이했던 것 같습니다.

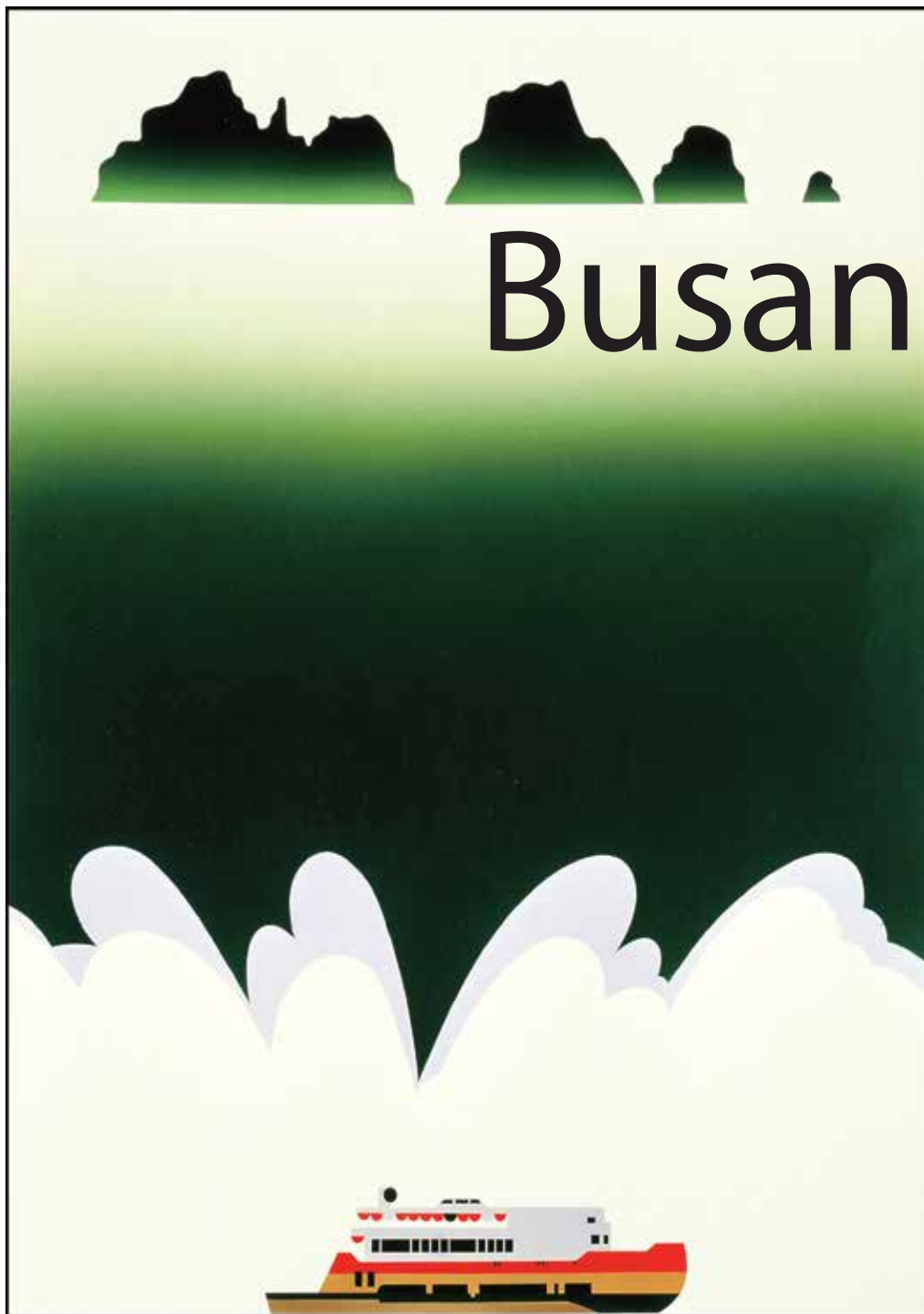
로마 신화에 등장하는 술의 신 디오니소스는 제우스와 테베의 왕비 세멜레 사이에서 태어난 신과 인간 사이의 반신반인이었습니다. 그는 태어 날 때에 불타는 빛의 세례를 받고 비에 의해서 길러진 것으로 전해집니다. 그래서 상징적 메타포로서 '비'는 포도 줄기와 잎에 생기를 북돋운 것으로 뜨거운 햇빛은 포도 열매를 익게 하는 것으로 인식됩니다. 이러한 연유로 디오니소스는 장성한 뒤에 그는 포도를 발견했고 포도로 와인을 만드는 기술을 터득했습니다.

원래 술은 인간이 취하려고 마신 것이 아니라

종교의식용이었다고 합니다. '신의 선물'이었으므로 대취(大醉)해서 스스로 건강을 해치고 이런저런 불미스런 사고로 이어지게 하는 술은 아니었을 것입니다. 그리고 보면 인간은 술을 준 신의 뜻을 거역한 셈입니다. 남자다움을 두주불사(斗酒不辭) 유주무량(有酒無量)으로 측정하려는 인식이 지배했기 때문입니다. 그 원조는 이른바 역사 속의 영웅호걸들입니다. 아직도 영웅호걸은 말술을 마시는 사람이란 등식이 대부분 사람들의 머릿속에 박혀 있습니다.

술과 시(詩)로 인생을 산 이태백 역시 주당(酒黨) 양성에 일조했습니다. 술과 인생을 하나로 보는 그의 잘못된 낭만이 수많은 모방 애주가를 낳게 했습니다. 이태백이 또 다른 이태백 같은 사람들을 양산한 것입니다. 공자는 "얼마를 마시건 주량에 따라 일이나 몸과 마음을 흐트러뜨릴 정도로 마셔선 안 된다"고 했습니다. 임어당(林語堂)은 때와 장소를 가려 술을 마시되 절제한 자리에선 조금씩 천천히 마시고, 편한 자리에서는 낭만적으로 마셔야 한다"고 했습니다. 또 "울적할 때 마시는 술은 난취하기 십상이므로 자제해야 한다"고 했습니다.





Non-commissioned poster of tourism – A presentation of the exhibition, AFCC 1970

이 포스터는 제가 만 19세였던 1970년 서울대학교 미술대학 응용미술과 2학년 학생이었을 때 '대학미전'에 출품해 은상을 받았던 작품입니다. 제가 태어나고 자란 항구도시 '부산'을 단순명쾌하게 표현한 작품입니다. 제가 6년간 부산중학교와 부산고등학교를 다녔을 때 태풍 등으로 풍량이 거세게 치는 날이면 부둣가에 집채만 한 파도가 부딪쳐서 하얀 물보라가 일어나는 것을 교실 창문에서도 볼 수가 있었습니다. 화면 상단에는 오륙도(五六島)가 그려져 있습니다. 서쪽에서 볼 때는 5개 동쪽에서 볼 때는 6개로 보이기 때문에 그런 이름이 붙었다고 합니다.
부산중학교와 부산고등학교 출신들은 스스로를

청조인(靑潮人)이라고 부릅니다. 언제부터인지는 모르겠으나 '푸른 파도와 같은 정신을 가지자'는 의미라고 합니다. 얼마 전 오랜 코로나 바이러스 감염 사태로 발이 묶여 2년 반 만에 동기회에 나갔더니 안내 사인에 '부산고 22회'라고 적혀있다고 다음부터는 꼭 '청조 22회'라고 고치라는 동기들이 있었습니다. 그만큼 부산고 출신들은 '청조'라는 네이밍에서 정체성의 자부심을 느낍니다. 그리고 청조인들은 청마 유치환 시인이 작사하고 세계음악사에 길이 남을 위대한 작곡가 윤이상 음악가가 작곡한 교가를 자랑스럽게 생각합니다.
청마 유치환 시인이 작사한 교가는 평범한 교가의

수준을 넘어서는 한 편의 세계명작 문학작품이라고 해도 과언이 아닙니다. 호방한 스케일과 품위 있는 상징성 그리고 유니크한 시어들이 일품입니다. '아스라이 한 겨레가 오천재를 뵈 꿈이/ 세기의 굴잇물에 산맥처럼 부푸돏다/ 배움의 도가니에 불라는 이 슬기야/ 스스로 기약하여 우리들이 지님이라/ 스스로 기약하여 우리들이 지님이라/ 사나이의 크낙한 뜻 바다처럼 호호코저/ 진리의 창문가에 절은 단성 후련서니/ 오륙도 어린 섬들 낙조에 젖어 있고/ 연천에 겨운 배들 가물가를 돌아온다/ 연천에 겨운 배들 가물가를 돌아온다' [2022년 7월]



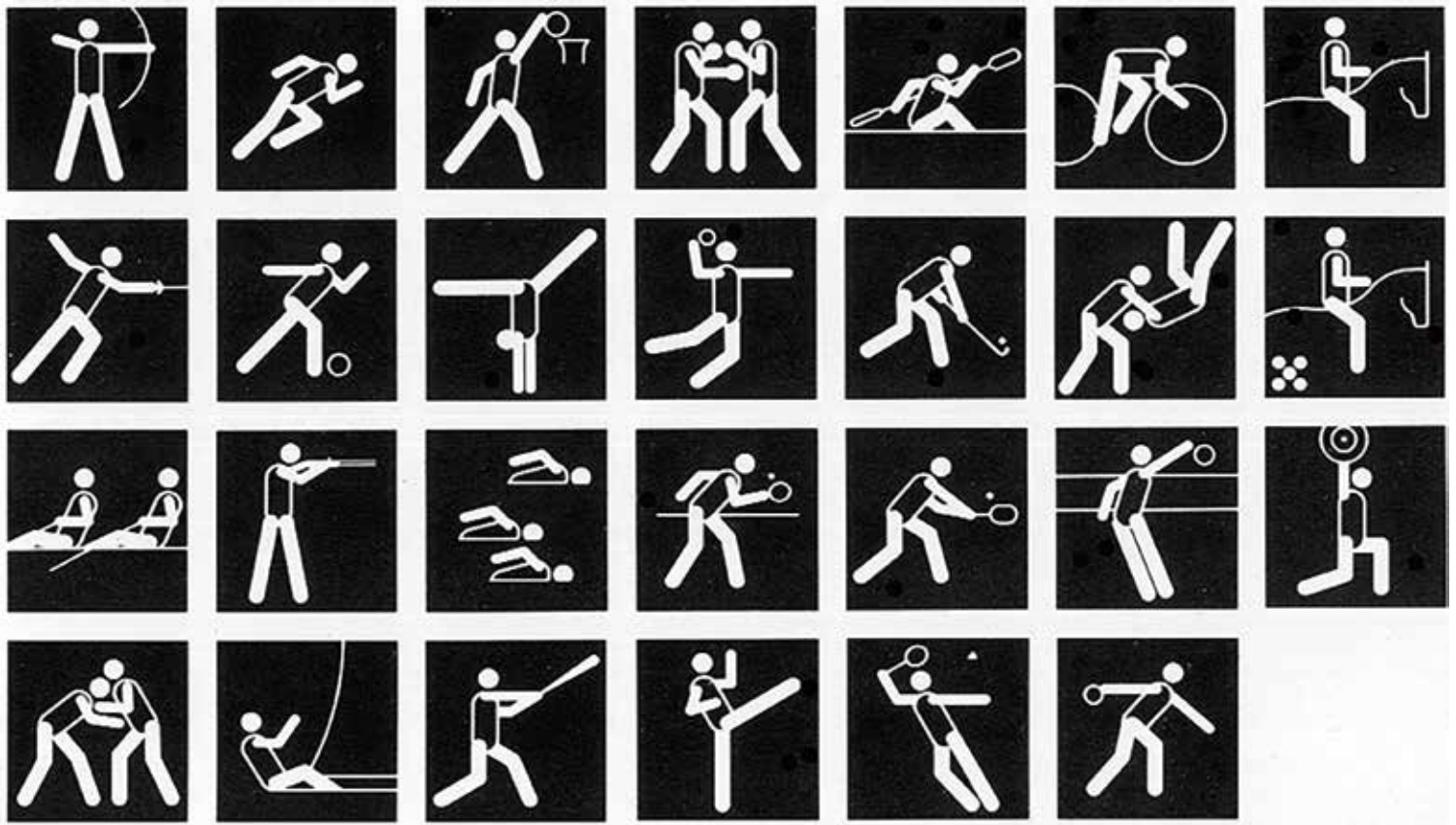
Decoration poster - A presentation of Korean hero, President Park/ 1999

박정희 대통령은 1961년 군사정변 주도 및 1972년 유신헌법 선언 등을 통해 18년 5개월간 장기집권하다 1979년 중앙정보부장 김재규의 저격으로 사망했습니다. 그러나 박정희 대통령은 대통령으로서의 임기 중 경제개발5개년계획 및 새마을운동 등을 통해 조국근대화 및 경제발전을 기록적으로 이룩했다는 것이 대표적인 업적으로 평가되고 있습니다. 유신체제는 사실상 박정희 대통령의 영구집권을 가능하게 한 정치체제였습니다. 뿐만 아니라 대통령의 권한을 막강하게 보장해줌으로써 독재체제의 길을 열어주었습니다. 이 체제 아래에서 민주주의는 크게 후퇴했습니다. 유신헌법의 개정을 요구하는 주장이 야당과 재야세력에서 광범위하게 대두했으나, 박정희는 이를 '대통령권강조치'로써 탄압했습니다. 유신체제 7년간 수많은 정치인과 종교인들 그리고 지식인과 학생들이 긴급조치에 걸려

투옥 당했습니다. 미국을 비롯한 세계의 여론도 한국의 강압정치를 비난했으나 박정희는 굽히지 않았습니다. 독재적인 통치에 의해 박정희정부는 이 기간 기록적인 경제성장을 이루었습니다. 연간 10%를 넘나드는 고도성장이었고 국민소득도 비약적으로 늘어났습니다. 경제발전을 배경으로 국가안보 면에서도 빈틈없는 태세를 구축한 것은 확실한 그의 업적이었습니다. 1999년은 박정희 대통령 서거 20주년이 되던 해였습니다. 다시 그의 업적과 독재에 대한 재평가가 사회적 이슈가 되었습니다. 1998년 김대중 대통령은 한국 정치사상 최초의 평화적 여야 정권교체를 이루며 대통령으로 취임했습니다. 김대중 대통령은 재임기간 동안 외환위기 극복을 핵심 과제로 내세웠으며 사회복지제도 정비와 노사관계 안정 등의 공적을 이루었습니다. 특히 남북문제에 있어 2000년 남북정상회담을 성사시키며 공동선언에 합의, 북한과의 평화와 화해에 기여한

공로를 인정받아 2000년 한국 최초이자 유일한 노벨평화상 수상자가 되었습니다. 저는 당시 해외로부터 유입된 그래픽디자인 관련 전문서적 등을 통해 자주 보아왔던 쿠바의 게릴라 지도자 '체 게바라'나 중화인민공화국의 혁명가 '마오쩌둥' 등의 이미지처럼 정치적인 그래픽디자인 캐릭터를 만들어보고 싶었습니다. 그러던 중 건설회사 건영으로부터 제안을 받았습니다. 미라켈이라는 화학적 소재를 프로모션 해 달라는 것이었습니다. 그리하여 그해 서울 서초구 잠원동 소재 건영 본사 사옥에 있는 미라켈갤러리에서 '박정희 대통령 회노애락전'이라는 개인전을 열었습니다. 저는 지금도 박정희 대통령이 성경에 등장하는 이스라엘의 민족영웅 모세와 같은 존재였다고 생각합니다.

PICTOGRAMS



Sports Pictograms for the 24th Olympic Games Seoul 1988

1988년 서울올림픽 픽토그램의 디자인사적 의미는 바로 그 스포츠 동작 표현에 있다고 말할 수 있겠습니다. 1972년부터 1984년까지 4번의 올림픽에 그대로 유지되었던 스포츠 동작이 전혀 다른 모습으로 변신해 등장했던 것입니다. 디자인은 조직위원회 디자인실장이었던 제가 혼자서 주도했으며 드로잉 어시스턴트로 김승진 씨가 참여했습니다. 당시 배포한 조직위원회의 보도 자료와 매뉴얼에는 여러 명의 이름이 등장합니다만 디자인실 멤버들 이름으로 요식행위였습니다. 당시 서울대 조영제(1935~2019) 교수의 이름도 올라가 있었는데 조직위원회 디자인전문위원회 위원장으로서 감수를 맡았기 때문입니다.

그런데 1995년 조영제 교수가 회갑기념으로 작품집을 출간하면서 1988년 서울올림픽 픽토그램을 마치 자신의 작품인 것처럼 수록해 어안이 빙빙했습니다만 16세 차이의 사제지간이라 항의조차도 할 수 없었습니다. 조영제 교수가 당시 조직위원회로부터 소정의 자료료를 받고 감수자로 참여한 것은 사실입니다만 자신의 작품이라고 주장할만한 그 어떤 디자인적

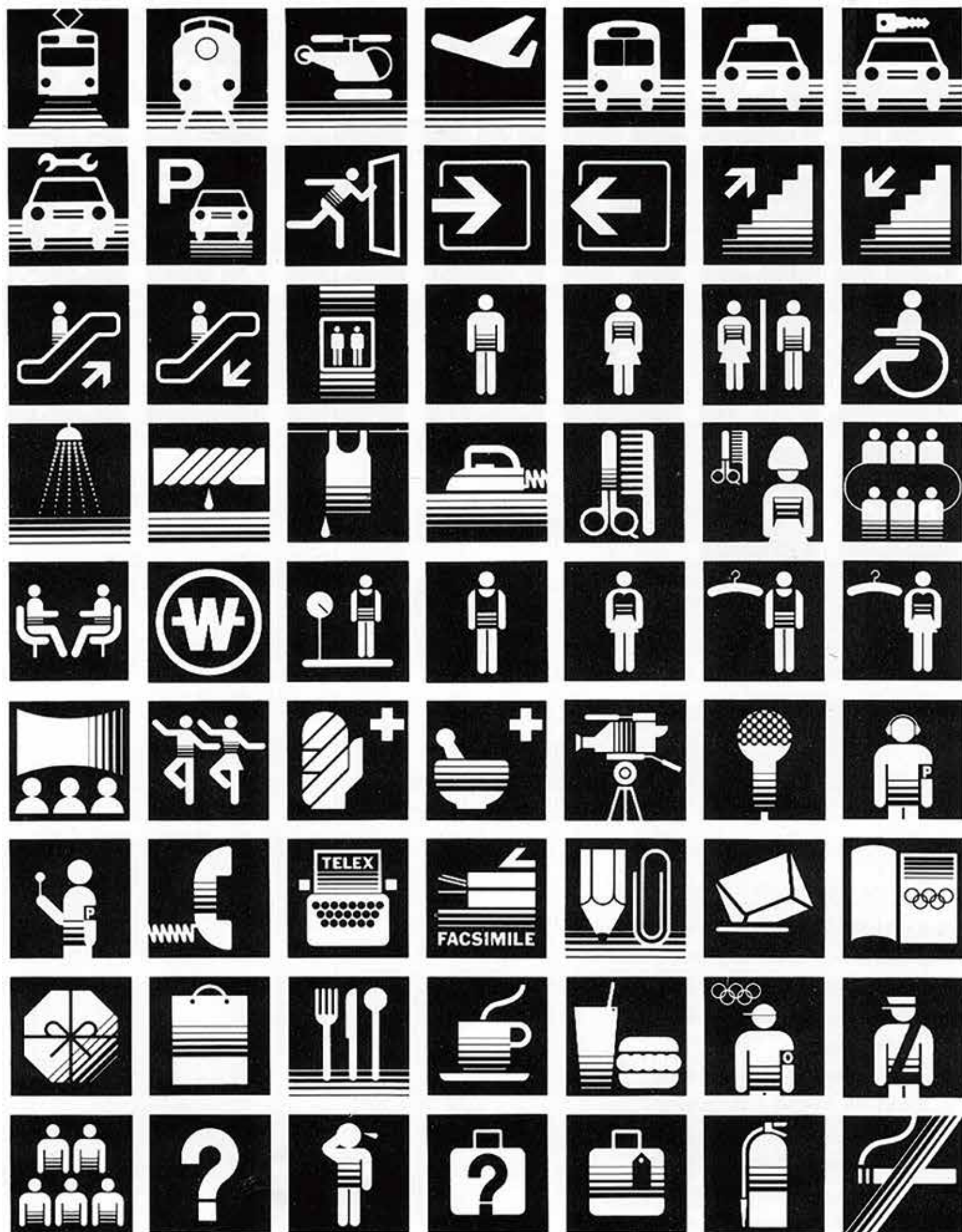
행위로 기여하지는 않았습니니다. 예를 든다면 창작회의 같은 어떠한 절차에의 참여조차도 전혀 없었습니다. 그도 그럴 것이 스포츠 동작만 바꾸면 되는 단순한 리뉴얼 프로젝트였기 때문입니다.

스포츠 동작만 바꾸어서 기존 1986년 서울아시안게임 때 사용했던 스타일로 한벌, 상체를 투명하게 처리한 새로운 스타일로 한벌을 디자인했던 것입니다. 상체를 투명하게 디자인 한 것도 서울올림픽 때 처음 시도한 것은 아니었습니다. 부분적이기는 하지만 1964년 도쿄올림픽 스포츠 픽토그램 중에도 상체를 투명하게 처리한 것을 찾아보실 수 있을 것입니다. 서울올림픽 스포츠 픽토그램에서는 부분적이 아니고 전체적으로 상체를 투명하게 처리했던 것 뿐입니다.

35년 전 일이라는 하지만 관심 있는 분들에게 비하인드 스토리를 알려드려야 할 것 같아서 몇 자 더 적어보겠습니다. 그러면 당시 조직위원회에서는 왜 조영제 교수에게 1988년 서울올림픽 픽토그램 리디자인 프로젝트의 감수를 의뢰했던 것일까요? 조영제 교수는 서울대학교 시각디자인과 교수로 당시 국내 그래픽디자인계의 최고

권위자이기도 했고 또 서울올림픽대회조직위원회 디자인전문위원회 위원장이었기에 혹시라도 있을지 모르는 리디자인에 대한 디자인계의 비판에 대비해 일종의 바람막이 같은 역할을 기대했기 때문입니다.

조영제 교수가 스포츠 픽토그램에 탐을 낸 배경에는 서울올림픽대회 조직위원회 디자인전문위원회 위원장으로서 7년간 모든 디자인 프로젝트에 관여함으로써 사실상 코디네이터 역할까지 수행했는데 주요 창작물 중에서는 유일하게 공식포스터에만 이름을 올려놓게 되어 아쉬움을 가지고 있었습니다. 그러던 차에 스포츠 픽토그램 리뉴얼 작업에 감수역을 맡게 되었고 그 결과물이 이전에 치러진 대회들의 픽토그램들과는 완전하게 차별화 되는 우수작이 탄생하게 되자 욕심을 낸 것이었습니다. 그러나 저는 1988년 서울올림픽 이후 기호가 있을 때마다 국내 언론은 물론이고 각종 해외 관련 매체 등에 꾸준히 반복누적해서 제가 유일무이한 원작자임을 밝혀왔습니다. [2021년 7월]





박정희 대통령의 위대한 업적들은 너무나도 다양하고 화려하지만 아이콘이 될 만 한 단 한 가지를 말해 보라고 한다면 과연 무엇이 될까요? 같은 부산 출신 동연배로서 경영학자인 강영걸 교수는 '고속도로' 라고 단언합니다. 2024년에 디자인 역사학자 강현주 교수가 '1970년대부터 1980년대까지 황부용 디자인 활동의 배경과 특징'이라는 제목의 논문을 발표하면서 '디자인 리터러시의 개척자'란 별명을 붙여주었습니다.

15년 전인 2010년 저는 본격적인 전업화가로서의 삶을 개척해 나가려고 홈페이지를 개편하면서 그래픽 디자인계에서의 활동을 묶어서 뒤안길로 숨겼습니다. 새로운 홈페이지 표지면 하단에 체조 경기 픽토그램을 아이콘으로 해서 그 아이콘을 누르면 그래픽디자인계에서 발표했던 작품과 연대기가 열리도록 편집해 놓았던 것입니다.

제가 대략 33년간 그래픽디자인계에서 활약하면서 이루어 놓은 업적들이 적지 않지만 아이콘이 될 만 한 단 한 가지를 말해보라고 한다면 아무래도 '픽토그램'이 되어야만 할 것 같았습니다. [2025년 8월]

LOGOS

골덴텍스

1975년부터 2009년까지 과거 33년간
그래픽디자인계에서 활동하면서 황부용은 대한민국 디자인사에
남을 만한 작품들을 꽤 남겼는데 그 중 한글 레터링 부문에서는
1975년 골덴텍스의 브랜드 로고, 1983년 흥국생명의 기업로고,
1995년 중앙일보 제호가 베스트 오브 더 베스트라고 할 수
있겠습니다. 골덴텍스의 로고타이프는 24세 때의 작품으로 2015
년 병역의무를 마치고 조영제 교수가 양승훈 · 구동조 · 김현 ·
황부용과 팀을 이루어 중국 인현동에 있던 풍건호텔에 스튜디오를
마련하고 제일모직 CI 프로젝트를 진행했을 때 참여해서 만든
작품입니다.

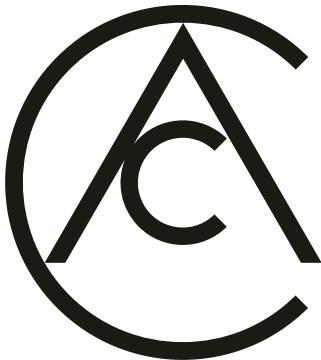
흥국생명

흥국생명의 로고타이프는 32세 때의 작품으로
1983년 9월 명지전문대학 교수직을 내려놓고
서울올림픽대회조직위원회 디자인실장으로 자리를 옮겼을 때
흥국생명 홍보실에 재직하던 제자의 부탁을 받고 만든 작품입니다.
중앙일보 제호는 44세 때의 작품으로 1995년 중앙일보사의
신문디자인 전문위원으로 발탁되어 한글세대를 위한 한글 전용
가로짜기 신문 편집 고유양식과 운용체계 개발 프로젝트를
진행했었는데 그 초기에 탄생한 작품입니다. 당시 홍석현 사장이
과친 승마장으로 이견희 회장을 찾아가서 스튜디오 한 다수의
시안들을 함께 보여주고 최종 결재를 받았습니다.

중앙일보



Logo for the CONTEMPORARY ART CURATOR magazine. 2021/ CAC is an online contemporary art magazine, it covers visual art, photography, street art, art events and art films.



대한민국 황부용 화가가 스페인 바르셀로나 소재 온라인 잡지사 CONTEMPORARY ART CURATOR의 로고 디자인을 재능기부 했다. 작년 10월 CAC가 먼저 황부용 작가에게 단행본 출판 참여를 요청하면서 함께한 인연이 계기가 되었다. 평소 CAC가 SNS에 새로운 작품을 소개할 때마다 컨템퍼러리 아트 큐레이터 회사 이름이 너무 길고 복잡하다고 생각했다. 이러한 문제점을 개선하고자 축약형 마크가 필요하다고 판단해 제한한 디자인을 회사가 받아들여 사용하고 있다.

황부용 작가와 CAC 인연은 작년에 시작 되었다. 2020년 10월 2일 스페인 바르셀로나에 있는 온라인 잡지사 CAC는 황부용 작가에게 세 번째 단행본 출판에 함께 할 의향이 있는지를 제안을 했다. CAC는 2014년에 설립되어 2021년 현재 7년의 역사를 가지고 있다. 월간 홈페이지 접속자 숫자는 80만명, 인스타그램은 42만5000명, 페이스북에 2만3000명 정도의 팔로워가 있다. 그리고 '100 ARTISTS OF THE FUTURE' 'COLLECTOR BOOK: NEW PERSPECTIVES' 2권의 단행본을 출판한 실적이 있는 회사다.

이런 인연으로 황부용 작가는 CAC의 모바일 채널을 자주 접하다 커뮤니케이션의 어려움을 발견하고 로고 디자인을 개발해 주게 되었으며, 회사는 기꺼이 받아들이고 사용하게 되었다. 황부용 화가는 2009년 그래픽디자인계에서의 33년 활동을 마감하고 전업화가 생활을 시작해 해마다 개인전과 그룹전을 꾸준히 전개하고 있다. 서울대학교 미술대학 응용미술과에서 상업미술을 전공하고 같은 대학 대학원에서 시각디자인을 전공했다.

조선일보와 중앙일보의 편집국 신문디자인 전문위원, 서울올림픽대회조직위원회 디자인실장을 역임했고, 명지전문대학 전임강사 및 조교수를 지낸 바 있다. 1987년 프랑스 파리에서 개최된 IAA 주최 국제포스터살롱에서 2등상 수상, 1979년 중앙일보사 발행 계간 미술 12호에 대한민국 13대 그래픽디자이너로 선정되었다.

[2021년 4월 1일자 브랜드타임즈 신동호 기자]



국학원

Emblem design for the Institute of Korean Traditional Culture Studies/ 2003

'연개소문' 등 역사 드라마가 국민의 기마민족 본능을 일깨우는 가운데 태양의 새 '삼족오'가 이제 사람들에게 무척 친숙하게 다가서고 있다. 민족정신의 상징이란 삼족오 가치를 알아보고 국제경쟁력을 갖춘 정신문화상품으로 재탄생시킨 이가 있다. 바로 국학원 삼족오 로고를 디자인한 그래픽디자이너 황부용 씨. 그에게서 삼족오 로고와 뿌리사랑 이야기를 들어보았다. 그는 "어느 날 한 청년이 찾아와 대뜸 선생님 만이 하실 일이라며 국학원 로고를 부탁했습니다."

무척 놀라고 당황스러웠지만 그 열정에 반했습니다"고 하며 삼족오와의 대면이 열정에 대한 응답이라 밝혔다. 그는 이어 "상업목적이 아닌 우리민족의 정신가치를 세우고자 하는 순수함에 나도 최고의 작품으로 기여하고 싶다는 마음을 갖게 됐죠"라며 삼족오 로고가 자신의 최고 작품이라 밝혔다. 그래서인가 삼족오

로고는 디자인 측면에서도 세계의 찬사를 받을 만한 경쟁력을 가졌다는 평이다.

과거 한국이 양적 성장과정에서 모방에 열중했던 '반사의 시대'에 있었다면 오늘날은 모든 분야 개개인이 아름다움과 질적 가치를 찾아 고민하는 '발광의 시대'라고 황부용 씨는 지적했다. "우리는 4대 강국에 둘러싸여 땅이 좁고 자원도 부족합니다. 우리가 생존 번영 하려면 발광시대에 맞게 창조성을 발휘할 인재를 가르쳐야 되요. 예전엔 베끼기만 해도 인정받았지만 더 이상 짝퉁과 아류가 용납이 안 돼요" 그는 해외에서의 출장길에 빈 공간에 흰 백지만 두고 창작을 하는 현지 아티스트 모습에 큰 충격을 받았다고 했다. 주변에 다른 무엇인가 있으면 베끼게 된다는 이유다.

자료를 잔뜩 쌓아두고 거창하게 작업하는 당시

국내분위기에서는 틀을 깨는 것이었다. "자기 뇌 속에 수많은 정보를 가지고 수용할 것은 수용해 창조할 기반이 반드시 있어야 하는데 그것은 바로 뿌리를 아는 것이예요" 황부용 씨는 삶의 원천이 되었던 토종문화와 정신이 자기 작품의 뿌리임을 힘주어 말했다. "뿌리가 없으면 외래의 정보를 받아들일 수는 있어도 창조성을 발휘할 수는 없습니다. 그래서 나는 최근 확산되는 국학 무브먼트에 깊은 관심을 갖습니다" [2006년 12월 16일자 국학뉴스 송영주 기자]

●참고: 2008년 3월 30일 국학원은 삼족오 디자이너 황부용을 국학활동 '명예의전당'에 올렸습니다. 국학원 국학활동 '명예의전당'은 홍익인간 정신을 삶 속에서 정직하고 성실하고 책임감 있게 실천해 건강하고 행복하고 평화로운 세상을 만드는 분들을 선정해 올린다는 취지로 개설한 것입니다.



수협



NATIONAL AQUARIUM®



Logo for the SUHYUP/ Korean Fisheries Cooperatives/ 1995

저는 디자이너로서 활동한 지난 40여 년 간 셀 수 없을 정도로 많은 창작물들을 쏟아냈지만 단 한 번도 모방이나 표절 사건에 휘말려서 곤욕을 치른 적이 없습니다. 그렇기는 하지만 그 중에는 약간 찔끔해서 발표하고도 노심조사한 적은 있습니다. 그 중의 하나가 1986년 서울아시아경기대회에 사용했던 픽토그램을 1988년 서울올림픽대회에 다시 사용하지 못한 문제였습니다. 결과적으로는 전화위복이 되었습니다만 마음고생이 심했습니다. 또 하나는 1995년에 발표했던 수산업협동조합의 CI 심벌마크 디자인이었습니다.

2012년 수협 창립 50주년을 계기로 새로운 CI가 등장해 지금은 역사의 뒤안길로 사라져버렸지만 17년간 많은 어민들과 수산업 종사자들의 사랑을 받은 디자인입니다. 지금도 구글에서 이미지 검색을 해 보면 제가 디자인한 것과 유사한 형태로 물고기들을 모티브로 디자인한 작품들은 흔하게 볼 수 있습니다. 흔하다고 해서 나쁜 디자인이 되는 것은 아닙니다. 드라마나 노래 가사에 항상 등장하는 사랑과 이별과 고통과 슬픔의 테마는 너무나도 흔해서 천해보이까지 하지만 언제라도 변함없이 귀한 대접을 받습니다.

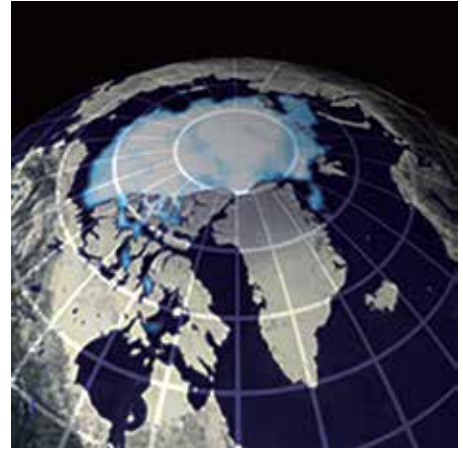
"유능한 예술가는 모방하고 위대한 예술가는 흉낸다" 스페인이 낳은 위대한 화가 파블로 피카소가 남긴 명언입니다. 1907년 여름, 그러니까 지금으로부터 정확하게 111년 전의 일이었습니다. 당시 26세의 젊은 스페인 화가 파블로 피카소는 '아비뇽의 여인들'이라는 작품을 완성했습니다. 회화의 역사에 일대혁명을 일으킨 큐비즘 탄생의 순간이었습니다. 피카소의 회화작품들은 보이는 대로 그리는 것이 아니라 자기 마음이 파악한 대상의 본질을 그림이라는 형태로 표현한 것이었습니다. 그런 의미에서 피카소는 소크라테스나 니체와 같은 철학자라고 해도 과언이 아닐 것입니다.

철학이란 보이는 대로 믿는 것이 아니라 그것을 마음속에서 다시 파악하고 본질이라는 이름의 추상적이고 보편적인 언어로 바꾸어 표현한 것이 아니겠습니까? 그러나 이 위대한 피카소의 큐비즘도 형식적으로는 각종 미신과 주술적 상징으로 가득 차서 중형무진 자유분방했던 아프리카 미술의 영향을 받은 것이었습니다. 네델란드가 낳은 천재화가 빈센트 반 고흐는 대학에서 미술을 전공하지 않았지만 밀레의 작품을 카피하면서 10년도 안 되는 시간 만에 서양미술사 뒤흔들 정도의 독창적인 화풍을

개척하는데 성공했습니다.

고흐는 초기에 밀레의 '첫걸음' '씨뿌리는 남자' '낮잠' 등 수많은 그림을 모방했습니다. 고흐는 37세로 불행했던 생을 마감하기 전까지 약 10여 년간 900여점의 페인팅, 1100여점의 드로잉과 스케치 등 약 2000여점의 작품을 남겼다고 합니다. 우리가 알고 있는 유명한 작품들은 대개 생애 마지막 2년 동안에 그려진 작품이라고 합니다. 실수와 실패를 거듭할 수 있습니다. 그렇지만 유종의 미를 거둘 수만 있다면 그 실수와 실패는 잊히고 말 것입니다. 영국의 대문호 셰익스피어의 희곡 작품 중에 "끝이 좋으면 다 좋다"라는 작품이 있습니다.

그렇습니다. 끝이 좋으면 다 좋습니다. 현대 디자인의 세계에서 이러한 시도는 자주 목격됩니다. 요즘은 지구촌 구석구석에서 많은 사람들의 사랑을 받고 있는 애플의 디자인이지만 초기의 제품들을 살펴보면 주로 독일 브라운사를 위해서 일했던 디터 램스의 디자인을 많이 모방하고 있다는 것을 알 수 있습니다. 그렇다고 해서 애플이 디터 램스의 디자인을 카피했다고 비난하는 사람들은 없습니다.



국제민간경제협의회 (國際民間經濟協議會: International Private Economic Council of Korea)는 1980년대 말, 사회주의 국가와의 경제교류를 위한 교섭창구 역할을 담당했던 민간기구이다. 영문 머리글자를 따서 'IPECK'으로 표기하기도 한다. 북방국가, 즉 공산권 국가들과의 경제교류를 민간차원에서 관리하고 지원한다는 목적으로 1988년 10월 출범한 민간경제기구이다. 전국경제인연합회 등 경제5단체와 대기업 회장들을 중심으로 결성되었으며, 정부보조금·무역 특혜 자금·회비 등으로 운영되었다.

창립 당시에는 소련이나 동구권 국가와의 수교 전망이 불투명한 데다 정부가 이들 국가들과의 정치적 관계로 인해 전면에 나서 북방정책을 추진하지 못했기 때문에 업계 주축의 민간 기구를 내세워 국가적 차원의 대북방 경제교류의 교섭창구 역할을 대신 수행하게 하고, 정부는 뒤에서 기본정책 수립·조정·후원 역할을 담당했다. 그런 이유로 국제민간경제협의회는 표면적으로는 민간기구이지만 사실상 정부산하기구라 할 수 있다.

국제민간경제협의회는 주요 업무는 북방국가에 대한 기업의 투자진출을 위한 사전승인업무와 업체간 자율조정·상호협의 그리고 정부지원의 추진, 경제사절단의 파견 및 접수, 비자발급 등 출입국 관련 행정지원과 방문인사에 대한 보안교육, 공산권 유력인사 초청 등 인적교류 주선, 투자 상담 자문, 북방지역에 대한 기초연구와 정보 서비스 등이었다.

국제민간경제협의회는 소련·폴란드·체코슬로바키아·불가리아 등과 민간경협을 체결하고, 20여 차례의 공식·비공식 사절단을 파견하는 등의 성과를 냈지만 1989년 동구권 국가들의 공산체제가 잇따라 붕괴되는 등 상황 변화가 급격히 일어나고, 이들 국가와의 수교가 급속도로 이루어지는 등 제반 여건이 크게 달라짐에 따라 민간기업의 북방진출에 따른 과당경쟁을 막고 경협창구를 일원화해야 할 필요성에 의해 설치된 이 기구의 기능 재검토가 불가피하게 되었다. 1990년에는 정부가 직접 나서 경제교류증진에 적극적으로 대처하기로 한 데다 유관 경제단체들과 업무가 겹쳐 마찰이 잦고 제 기능을 다하지 못한다는

비판을 받게 되었다.

1991년에 이르러서는 당국의 기구축소와 기능전환 방침에 따라 등 북방교역지원 역할을 관계당국과 여타 경제단체에게 이관하며 기능이 대폭 줄어들었고, 대신 북방국가에 대한 조사·정보수집·연구 업무(북방국가의 개혁정책·제도·법규 등의 조사, 지역별·업종별 경제현황 및 투자환경 조사, 외국인 투자제도 안내, 향후 경협방향에 대한 연구, 유망 경협분야 및 지역 선정과 대상기업 발굴, 한국기업 전용공단 설치 등을 위한 타당성 조사 등) 기능을 갖는 정부의 재정보조 연구기관으로 개편되었다.

하지만 결국 1992년 대외경제정책연구원 (KIEP)으로 흡수되며 해체되었다. 비록 기구는 단명으로 사라져버렸지만 로고는 명작이라는 칭송을 받으며 그 시대 많은 사람들로 부터 사랑을 받았다. [출처 = 네이버 지식백과]





««C&F





Brand identity system design for the LE CAF brand/ 1990

신발 · 의류 · 가방 등 각종 스포츠 용품을 생산 · 판매해 온 (주)화승 (대표 김재원)은 1990년 12월 르까프 (LE CAF) BI 작업을 완료하고 실행 단계에 돌입했다. 디자인브리지 (대표 황부용)가 1990년 6월부터 12월까지 진행한 이번 프로젝트는 브랜드 · 색상 · 패턴 · 사인 · 포장 · 차량 등의 리디자인과 매장 인테리어와 디스플레이로 이루어졌다. 1980년 12월 설립된 화승은 미국 나이키 인터내셔널사와 나이키 브랜드의 로열티 지불 계약을 맺고 "누가 나이키를 신는가?"라는 광고 문구와 함께 국내에 나이키 브랜드의 스포츠용품을 판매함으로써 소비자들에게 그리고 국내 신발업계에 한차례의 회오리바람을 몰고 왔었다.

그러나 1984년 로열티 인상 문제로 나이키 브랜드의 사용을 포기한 화승은 1985년 자체 개발한 브랜드 '르까프'로 국내 스포츠용품 업계에 또 한 차례의 파문을 일으키고자 했다. 하지만 소득증대와 수입개방으로 인해 엘레세 · 리복 · LA 기어 등 외국의 유명 브랜드가 국내에 진출하게 되면서 (주)화승의 정상 도전은 새로운 국면을 맞게 되었다. 즉 르까프는 전국 300여개의 매장을 통해 어느 정도의 시장점유율을 확보했으나, 소비자들은 해외의 유명 브랜드를 선호했고, 특히 서울에서 르까프의 시장점유율은 그리 만족할 만한 수준이 되지 못했던 것이다.

이러한 상황에서 화승은 1989년 소비자 구매행동을 조사한 결과 르까프는 "올드패션의 평범한 이미지를 갖는 브랜드"라는 충격적인 결과를 얻었다. 이는 1986년 르까프로

출발할 당시 회사의 예산문제로 일관성 있는 BI작업을 실시하지 못했고, 기존의 나이키 매장에 걸러만 변화시켜 소극적인 작업을 실시하는 등 구매 시점의 환경이 열악했기 때문이다. 결국 이는 소비자들의 기억 속에 선명하게 남아 있던 나이키의 이미지를 르까프로 이어주지 못 한 결과를 초래했다.

이에 화승은 리조트 사업 등 경영 다각화를 계획하면서 르까프의 이미지 제고와 함께 시장점유율을 상승시키기 위한 정책의 일환으로 BI작업을 결정하게 되었다. 디자인브리지의 BI작업 팀이 기존 브랜드를 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 경쟁업체인 (주)국제상사의 프로스펙스는 한국 고유의 브랜드임을 강조하며 1986년 아시안게임 공식신발공급업체로 지정된 이후 꾸준히 발전해 오면서 시장점유율 1위를 차지했으나 르까프는 3위에 머물렀다. 둘째, 르까프라는 브랜드 네이밍은 좋았으나, 부산 모 여대의 교수가 디자인 한 기존의 브랜드 디자인은 이미지가 거칠고, 오렌지 · 화이트 · 디프블루 등의 복잡한 컬러 구성은 전체적으로 일관성이 부족했다. 이로 인해 소비자들에게 크게 어필하지 못 했다. 셋째, 기존의 브랜드 디자인은 일본의 철강회사인 아이치 (AICHI)사의 로고와 시스템이 유사하다.

상기 분석 결과 다음과 같은 디자인 콘셉트를 설정, 디자인을 진행했다. 첫째, 브랜드는 이전의 날카롭고 하드한 이미지에서 둥근 이미지로, 심미성과 함께 세련미 · 조형미를 가시화 한다. 둘째, 브랜드 디자인은 앞으로의 추세인 상품의 코드화로 매체에 적용이 용이하게 하며, 이로써 커뮤니케이션의

효율화와 브랜드의 인지 율을 높인다. 셋째, 컬러는 프렌치 블루 (FRENCH BLUE)와 화이트만을 사용, 지적인 이미지를 소구하며 지성 고객층을 확보한다. 넷째, 르까프 패턴인 '르까프 애로우 (ARROW)'를 다양하게 개발해 독특하고 차별화 된 인상을 전개한다. 이로써 광고효과를 극대화 한다. 다섯째, 분위기에 맞게 각종 사인과 상품의 레이블을 개발한다.

화승 르까프 디자인실의 디자이너와 함께 진행한 인테리어 및 디스플레이는 새로운 이미지 창출 보다는 유니트 화를 통한 매장의 정리에 역점을 두었다. 첫째, 차분하고 정리된 이미지로 타 브랜드 매장과 차별화 시킨다. 둘째, 스포츠 이미지와 함께 패셔너블한 이미지를 강조한다. 셋째, 남성적인 이미지를 강조한 브랜드와는 달리 매장 인테리어는 유연성과 부드러움으로 여성적인 이미지를 강조한다. 넷째, 재료는 스틸 위주로 규격화 · 스탠드 화 · 모듈 화 시킨다.

이상의 BI작업은 새로운 마케팅을 적용한 리노베이션 성격을 가지며, 특히 인테리어 디스플레이에 역점을 두어 매장에서 소비자들의 구매시점 이미지가 르까프의 이미지에 까지 연결되게 한 것이 특징이다. 이러한 BI작업은 다소 때 늦은 감이 있기는 하지만 매뉴얼화 했다는 데 큰 의미가 있다. 이러한 BI작업과 함께 1991년을 "새로운 르까프 도약의 해"로 정한 화승의 기대를 이번 프로젝트가 얼마만큼 만족시켜 줄 것인지는 올 한 해 동안의 르까프 매출액의 신장으로 가시화 될 것이다. [월간디자인 1991년 3월호 왕미 기자]



Logo for Jungwoo Co., Ltd. 1985. Business is about natural rubber and latex, synthetic rubber and latex, rubber chemical, latex chemical and dispersion.



경영학에서는 기업의 본질인 이윤 추구와 사회적 책임의 수행을 위해 기업가가 마땅히 갖추어야 할 자세나 정신을 기업가정신이라고 합니다. 기업가정신을 한 마디로 정의하기는 어렵습니다. 그러나 어느 시대 어떤 상황에서도 기업가가 갖추어야 할 본질적 정신은 예나 지금이나 별로 다르지 않을 것입니다. 기업은 이윤의 획득을 목적으로 하는 조직이기 때문에 생존을 위해서는 먼저 이윤을 창출해야 합니다. 동시에 기업은 이윤을 사회에 환원한다는 점에서 사회적 책임도 가지고 있습니다. 따라서 기업을 이끌어가는 기업가는 이윤을 창출하면서도 사회적 책임을 잃지 않는 정신을 가지고 있어야 할 것입니다.

저에게 유일한 죽마고우라고 할 수 있는 윤철원 군이 설립한 정우무역주식회사는 1985년에 창립했으니 어언 35년이라는 시간이 흘러갔습니다. 부산 범일동 예식장 건물 5층에서 직원 4명과 함께 시작한 사업은 일취월장의 세월을 보내며 생고무와 합성고무, 고무배합약품을 전문으로 취급하는 국내 제일의 회사가 되었습니다. 1986년 말레이시아에서 천연라텍스를 벌크 형태로 개발해 수입하기 시작해 국내 관련 기업들의 원가절감에 기여하기 시작한 것이 사업 성공의 요인이었습니다. 이후 베트남으로부터의 천연고무 수입과 라텍스 개발 등으로 성공가도를 달려왔습니다.

저에게 정우무역이라고 하면 가장 먼저 떠오르는 이미지는 1988년 개업 3년 만에 받은 동부산세무서장 표창입니다. 그리고 1997년 사업 시작한 지 12년 만에 받은 부산지방 국세청장 표창과 2000년 사업 시작한 지 15년 만에 수상한 오백만 불 수출의 탑, 2004년 사업 시작한 지 19년 만에 국세청으로부터 받은 모범상실납세자 지정, 그리고 2005년 사업 시작한 지 20년 만에 받은 산업포장 수상 등입니다. 지난 70년간 살아오면서 수많은 기업가들을 만나보았지만 대다수 기업인들은 어떻게 하면 세금을 좀 덜 낼 수 있을까 궁리했으며 또 그것을 자랑했고 술자리의 안주로 삼기도 했습니다.

윤 사장은 창립 후 10여년 정도 지나 본격적으로 부를 형성하기 시작하면서 주변으로부터 사업을 확장하라는 많은 유혹에 시달렸지만 초지일관 생고무와 합성고무, 고무배합약품 수입과 수출 하나에만 매진했습니다. 쉽지 않은 선택이었습니다. 윤 사장은 내로라하는 기업들이 어느 날 갑자기 쓰러지는 원인을 크게 두 가지로 보았습니다. 하나는 최고경영자가 잘 모르는 분야에 진출하는 것이었고 또 하나는 은행에서 돈을 빌리는 것. 윤 사장은 연세대학교 생화학과 출신이지만 기업을 경영하면서 회계 분야를 독학해 박사급 전문지식을 갖추었습니다. 그리고 제가 알기로는 은행에서 돈을 빌려본 적이 거의 없습니다. [2020년 7월]



Logo for the Seoul Peace Prize/ 1990

서울평화상문화재단이 국가·인종·종교·이념을 넘어서서 인류화합·세계평화에 이바지한 공적이 뚜렷한 개인 또는 단체에 수여하는 국제평화상이다. 1988년 제24회 서울올림픽대회에서 동서 양진영이 모두 참석한 가운데 사상 최대 규모로 펼쳐지면서 인류평화에 공헌하였음을 기리고 평화로운 세계의 건설을 위해 노력하는 이들을 격려하여 고무함으로써 세계 평화를 이룩하는 데 일조하기 위하여 제정되었다. 1989년 노태우 대통령이 제안, 1990년 2월에 공식 제정되었다. 재원은 올림픽 개최로 벌어들인 흑자 중 100억 원으로 마련되었다.

서울평화상은 전 세계적으로 모든 분야에서 인류화합과 세계평화에 기여한 인물이나 단체에게 2년마다 주어지며, 수상자는 상장과 상패, 부상으로 20만 달러(약 2억 3000만 원)를 받는다. 1회와 2회 상금액은 30만 달러였으나 3회부터 20만 달러로 줄었다. 1명의 개인 또는 단체를 대상으로 시상함을 원칙으로 하나, 동일한 업적에 2명 이상의 개인 또는 단체가 관련된 경우에는 동(同) 해당자를 공동수상자로 할 수 있으며 이 경우 상금은 나누어 수여된다. 사망자는 수상자가 될 수 없으며 다만 생전의 공적으로 위원회가 수상자로 선정, 발표한 이후에 사망한 경우에는 예외로 한다는 원칙을 두고 있다.

제1회 수상자는 안토니오 사마란치 국제올림픽위원회(IOC) 위원장이었다. 이후 국경 없는 의사회, 코피 아난 UN 사무총장, 옥스팜(영국 구호단체) 등이 수상한 바 있다. 특히 국경 없는 의사회와 코피 아난 전 유엔 사무총장, 방글라데시의 그라민은행 설립자 무하마드 유누스 박사 등은 이 상을 수상한 뒤에 곧바로 노벨평화상을 수상하기도 하였다. 이 상이 본격적인 평화상의 골격을 갖춘 것은 1992년 법인을 설립, 초대 위원장에 김용식씨(전 외무장관)가 취임하면서부터였다.

하지만 그해 제2회 수상자로 공산권의 서울올림픽 참가를 막후 지원한 조지 슐츠 전미국무장관을 선정할 직후 '수상자결정에 정치권이 개입했다'는 잡음이 돌면서 여론이 등을 돌리기 시작하였고, 이듬해 문민정부가 들어선 후 마침내 이 상의 폐지를 검토하면서 1994년 제3회 시상식이 이뤄지는 등 폐지 위기에 몰렸다. 김 위원장이 폐지반대 소송 중 작고했으며, 김덕 전(前) 안기부장(2대 위원장)을 거쳐 제3대 이철승 위원장에 이르면서 문화재단으로 개편되고 학계·경제계·언론계·예술계 등 중진인사들로 심사위원 15명을 교체, 면목을 일신했다. 이 과정에서 1994년에는 수상자를 선정하지 못했다. [네이버 지식백과]





Logo for THE HITE BREWERY Co., Ltd. / 1998

THE HITE.

조선맥주주식회사는 1998년 하이트맥주주식회사로 사명을 변경했습니다. 당시 서울 종로구 안국동 소재 디자인 컨설턴시 인피니트 그룹에서 크리에이티브 디렉터 겸 공동대표로 일했던 황부용은 오소독스한 기품의 뽀뽀한 로마자 조합에다가 마지막에 둥근 원 형태의 점 모양을 결합한 기호화 된 로고 디자인을 제안해 클라이언트로부터 탁월한 발상이라는 평가와 함께 이의 없이 만장일치로 채택되었습니다. 이후 2011년 9월 1일 하이트 맥주와 진로 소주는 통합법인인 하이트진로주식회사로 새롭게 출범했습니다. 국내 맥주와 소주 시장에서 점유율 1위를 차지하는

하이트 맥주와 진로 소주는 2011년 8월 28일 서울 강남구 수서청소년수련관에서 각각 임시 주주총회를 열고 양사의 합병건과 함께 11개 사업목적에 추가하는 내용의 정관변경 안을 승인했습니다. 통합법인인 하이트진로는 맥주 · 소주 · 기타제재주 등 거의 모든 주류 사업을 펼치는 국내 최대 규모의 주류 전문회사로 거듭나게 되었던 것입니다. 합병에도 불구하고 회사의 단순명쾌한 로고는 그 유니크함과 파워풀함 덕분에 그대로 유지하기로 했습니다. 이에 앞서 하이트맥주와 진로는 2011년 7월 중순 양사 마케팅 부서를 하나로 합쳐 마케팅 통합실로 개편하기도 했습니다. 이를 통해 브랜드 경쟁력을 강화하고 미래 마케팅

환경 변화에 더욱 효율적으로 대응할 수 있게 되었던 것입니다. 한편 2022년 현재 1933년 설립된 하이트맥주는 89년, 1924년 설립된 진로는 98년, 두 회사의 역사를 합하면 무려 187년입니다. 오랜 역사만큼 맥주와 소주 시장에서 국내 1위를 지켜오고 있는 두 회사는 이미 세계적인 양조 기술력을 보유하고 있습니다. 맥주와 소주시장에서의 국내 최고 기업간의 통합은 하이트 신화와 참이슬 신화의 결합으로 이어져 제3의 신화를 창조해 나가고 있습니다. [2022년 11월]



A-ONE DESIGN

Logo for a interior design company, A-One Design, Inc./ 1987





Trade mark for the Comsi-Comsa, a fashion brand/ 1990

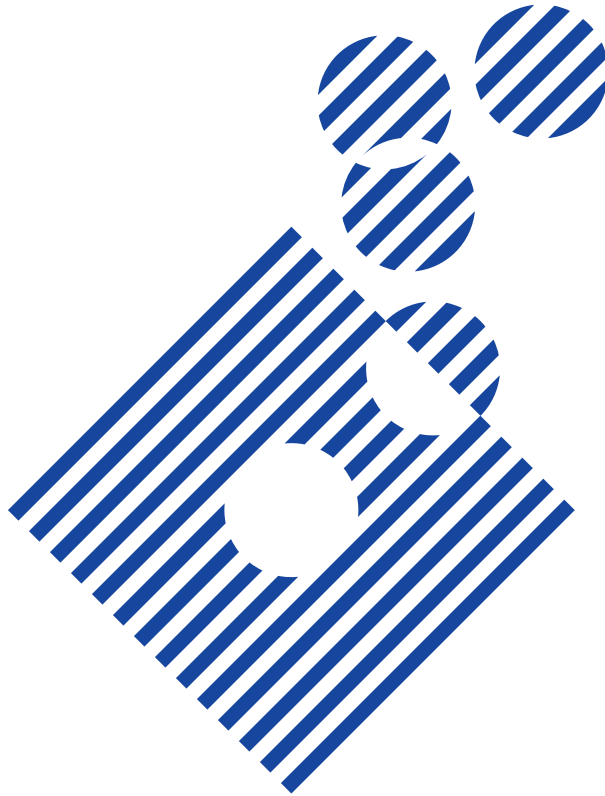


Logo for the Sammok furniture company/ 1977



Brand identity system design for Je-ll Department Store/ 1976





Logo for the The Month of Information Culture/ 1988



Logo for the Year of Information and Communication in Republic of Korea/ 1987



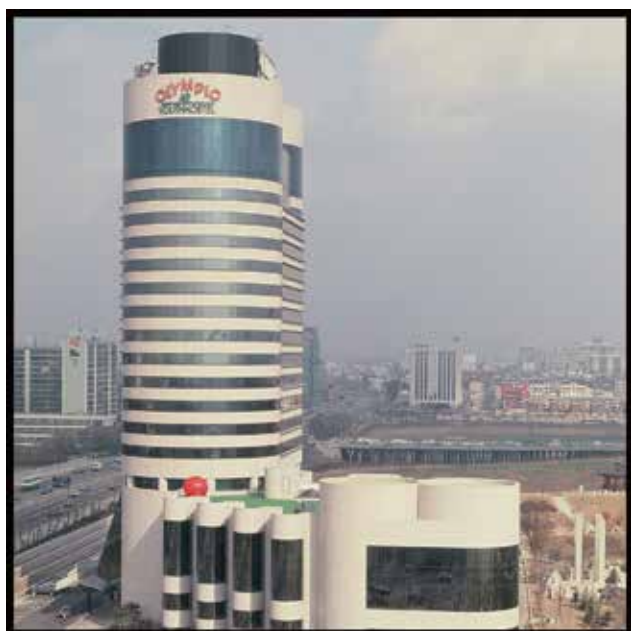
Logo for Chungbu Construction, Inc./ 1991



Logo for Posdata, Inc.- a C&C corporation/ 1991



Logo for Sigak-Munhwa publishing company/ 1979



Logos & Trademarks for The Olympic Youth Hostel/ 1990/ Arirang – a Korean restaurant/ Olympia Hall – a grand ballroom/ Rendezvous – a coffee shop





Logo and sign system design for the Soosong Church/ 2000

수송교회

TYPEFACES



'월간디자인' 2024년 신년호에 '황부용미디엄' 프로젝트가 소개되었습니다. 타이틀은 "주목할 만한 디자인 37"입니다. 아마도 2023년도 하반기에 대한민국에서 발표된 디자인 프로젝트 중 베스트 오브 더 베스트라고 판단한 것 같습니다. 기사 내용은 다음과 같습니다.

황부용은 그래픽디자인계에 서체개발이라는 화두를 던진 인물로 한글 서체 원도집 '황미디엄'을 제작해 1350자의 서체디자인 작업과정을 규격화 했다. 한글디자인 국가규격 (KS X 1001) 이 없던 시절에 선구적으로 하나의 기준을 제시한 것이다. 2015년 9월 이래로 글꼴 연구를 이어온 집단인 티랩은 1978년 황부용이 제작한 원도 '황미디엄'을 기반으로 한 서체 '황부용미디엄'을 선보였다. 황미디엄의 구조와 주요 특징, 그리고 그가 발표한 작품 경향과 주요 레터링 등을 연구 및 재해석한 것. 미디엄 굵기로 제작한 원도의 세로 기동 굵기를 기존 보다 두껍게 조정하고 세로 기동과 이어지는 이음보의 리듬미컬한 곡률을 유지한 점이 특징이다. '황부용 미디엄' 서체에 대한 주요 특징과 자세한 제작과정은 크라우드 펀딩을 통해 제작한 글꼴집 '황부용 미디엄'에서 확인할 수 있다. 자칫 사료로만 남을 뻔했던 선배 디자이너들의 흔적을 되살리고 시대에 맞게 복원하려는 시도가 이어지고 있어 고무적이다. [김세웅 기자]

크리에이티브 디렉터 = 박윤정
클라이언트 = CDR 어소시에이츠
폰트 검수 = 박한솔
출판 = 티랩
서체가격 = 28만 6000원
2023년 9월부터 판매 중

2023년 9월 14일, 오래간만에 지하철 4호선을 타고 멀리 해화동 대학로까지 외출했다가 돌아왔습니다. 폰트 개발 전문 기업 티랩 사로부터 오찬초대가 있었습니다. CDR 김성천 대표를 비롯해 국민대학교 대학원 시각디자인학과 박윤정 교수 그리고 T-LAB 박성민 대표 그리고 '황부용 미디엄' 폰트디자이너 선연우 씨와 함께 다섯 명이 중화요리로 오찬을 즐겼습니다.

이어서 종로구 동숭길 122-6 소재 국민대학교 제로원 디자인센터 5층에 있는 T-LAB 회사로 이동해 다과회를 가졌습니다. '황부용 미디엄' 발표 기념 배지와 발표 기념 소책자인 글꼴 집을 선물로 받았습니다. 규격은 가로와 세로가 각각 11cm 로 작은 책이지만만 408페이지나 되는 두꺼운 책이었습니다.

목차는 다음과 같습니다. P6: 들어가며/ P10: 황부용 미디엄의 개발을 기념하며/ P16: 황부용 디자이너/ P24: 황부용과 타이포그래피/ P38: 황부용 미디엄으로 다시 태어나다/ P42: 황부용 미디엄 주요 특징 및 제작과정/ P50: 황부용 미디엄 빈출 자/ P302: 황부용 미디엄 베이직 라틴 및 숫자/ P398: 조판 예시.

지난 5월에 써 준 것이라 까맣게 잊어버리고 있었는데 소책자에 실린 제 글을 다시 한 번 음미하도록 해 보았습니다. (주)CDR 김성천 대표님의 결단과 국민대학교 박윤정 교수님의 주도로 '황부용 미디엄' 서체를 개발할 수 있게 된 것이 너무나도 기쁩니다. 1978년 1300자가 원도 크기로 수록된 서적형태의 '황미디엄'을 그래픽디자인계에 출시한 후 45년만의 일입니다.

'황미디엄'은 당시 500권 출판이라는 서적형태로 발표되었음에도 불구하고 아날로그 시대에 포도 디스플레이 타이프로서 많은 그래픽디자이너들의 사랑을 받아 다양하고 광범위하게 사용되었습니다. 이에 앞서 저는 1973년 1월 한국사연, 즉 코리아 사연의 후원으로 서체개발을 서울대학교 미술대학의 졸업 작품으로 출품한 바 있습니다. 저는 이후 대한민국 그래픽디자인계에 서체개발이라는 화두를 던진 인물로 기억되었으며 김진평 · 안상수 · 석금호 등 대한민국을 대표하는 폰트디자이너들의 탄생을 이끌었습니다.

이번에 출시되는 '황부용 미디엄' 서체는 50년 전에 발표된 저의 졸업 작품과 45년 전에 발표된 '황미디엄'을 감각적 산출근거로 하고 있습니다만 어디까지나 (주)티랩 디자이너 분들의 작품이라고 할 수 있겠습니다. 많은 수정과 보완이 더해졌으며 디테일의 디테일까지 그 감각적 연출이 달라졌습니다. 전혀 새로운 서체라고 해도 무방하겠습니다.

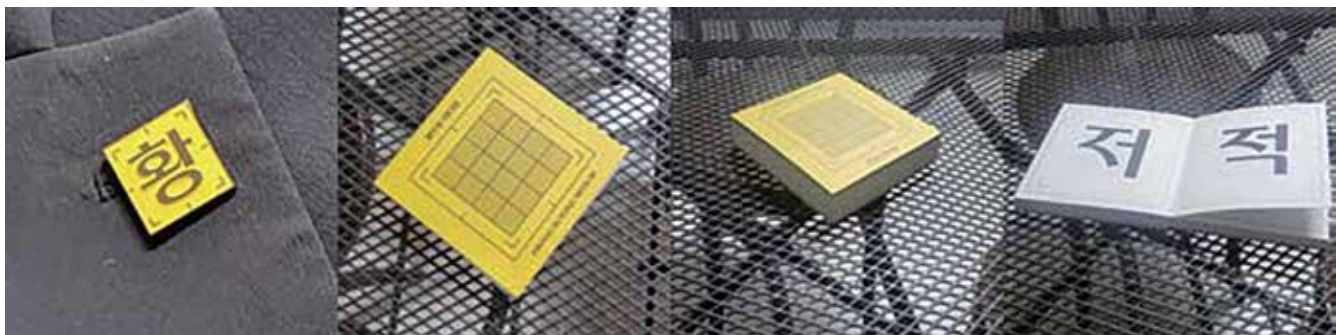
45년 전인 1978년에 수많은 대한민국 그래픽디자이너들의 사랑을 받았듯이 2024년부터 수많은 대한민국 그래픽디자이너들의 사랑을 받아서 '황부용 라이트' '황부용 볼드'도 연달아 패밀리 폰트로 선보일 수 있기를 기대합니다.

아시다시피 한글전용에 관한 범람이 만들어 진 것이 1948년이니까 수천 년간 한반도 지식인 사회의 소통수단으로 뿌리 깊게 자리잡아왔던 한문의 우월적 지위를 밀어내고 한글이 이 땅의 대표적인 언어로 자리 잡을 수 있게 된 것은 겨우 75년에 불과한 짧은 세월이었습니다.

한글이 대한민국의 대표 언어가 될 수 있었기에 오늘날 고도정보화사회로 자리 잡은 지구촌 전체를 위한 정보통신산업 분야에서 가장 앞서가는 국가가 될 수 있었습니다. 서양 사람들은 구텐베르크의 금속활자를 유사 이래 최고의 발명품이라고 하나 우리 대한민국 국민들은 언제부터인가 한글을 민족 역사상 최고의 발명품이라고 자랑스럽게 생각하게 되었습니다.

대한민국 국보에는 서열이 없다고 하나 만약 서열이 존재한다면 당연히 승례문을 밀어내고 한글을 국보 제1호로 명명해야 한다는 여론도 지식인들 사이에 출현합니다. 뿐만 아니라 이웃나라 중국과 일본의 문자 환경을 바라보게 되면 과연 그러한 복잡한 문자체계로 21세기를 제대로 헤쳐 나갈 수 있을는지 의문이 듭니다.

다시 한 번 (주)CDR 김성천 대표님의 결단과 국민대학교 박윤정 교수님의 주도와 (주)티랩의 박한솔 책임디자이너 선연우 폰트디자이너의 레터링에 감사드립니다.



황부용미디어

이것은 소리 없는 아우성.
저 푸른 해원을 향하여 흔드는
영원한 노스탤지어의 손수건.
순정은 물결같이 바람에 나부끼고
오로지 맑고 곧은 이념의 뜻대 끝에
애수는 백로처럼 날개를 펴다.
아! 누구인가?
이렇게 슬프고도 애달픈 마음을
맨 처음 공중에 달 줄을 안 그는.





Hwang Medium, a typeface design manual published by Mijinsa in 1978. The letters shown above are 6 pages of among 128 pages.

1. 디자인 분야 최초로 한글 활자체 개발

황부용은 1973년 서울대학교 미술대학 응용미술과 졸업 작품으로 한글 활자체 디자인을 발표, 한국 시각 디자인 분야에 최초로 한글 활자체 개발이라는 화두를 던진 인물이었습니다. 군 복무 후 명지실업전문대학 도안과 교수로 재직하던 1978년 (주)미진사 간행으로 한글 활자체 디자인 연구서 "황미디엄"을 발간했는데 1300자의 독창적인 한글 디자인과 한글 활자 디자인 개발에 대한 사상과 방법 등이 상세하게 수록된 이 책은 당시 한국 시각디자인계에 충격적인 반응을 일으켰고 김진평·안상수·석금호 등의 한글 디자인 전문가들이 본격적으로 탄생하는 계기를 만들어 주었습니다. 또 황부용은 1995년 중앙일보사 편집국으로부터 2001년에는 전자신문사 편집국으로부터 2005년에는 조선일보사 편집국으로부터 신문디자인 전문위원으로 위촉되어 한글세대를 위한 한글 전용 가로짜기 신문 편집 고유양식과 운용체계 개발에 새 지평을 열기도 했습니다.

1. 활자 디자인 시대 개척

황부용은 22세였던 1973년 서울대학교 미술대학 응용미술과 상업미술 전공 대학생의 신분으로 한국 시각디자인계에 최초로 활자체 개발이라는 화두를 던진 인물이었습니다. 황부용의 졸업 작품은 당시 한국에서 사진식자 사업을 대표적으로 활발하게 하고 있던 (주)한국사진식자연구소 김영옥 사장의 전폭적인 후원으로 이루어졌습니다. 한글의 문자 구성이나 조형원리가 알파벳이나 중국의 한자, 일본 글자와는 다르기에 한글 디자인 개발에 적용할 수 있는 고유한 사상과 방법을 개발했고, 한글 활자 디자인에 적합한 새로운 조형요소 발견 노력 개발과 새로운 균형 논리와 구성 노력 개발을 연구했던 것입니다. 당시에 한글 활자 디자인은 일제강점기부터 일부 신문사와 출판사를 중심으로 전문적인 디자인 교육을 받지 않은 화공들에 의해서 그 명맥이 이어져 내려오고 있었습니

2. 최초의 한글 활자체 연구서 발행

황부용은 군 복무 후 명지실업전문대학 교수로 재직하던 1978년 (주)미진사 라는 출판사를 통해 128쪽 규모로 한글 활자 디자인 연구서 "황미디엄"을 발간했는데 이는 본격적인 컴퓨터 시대의 도래 이전인 아날로그 시대 한국 시각디자인계의 한글 활자 개발에 관한 본격적인 첫 시도였습니다. 1300여 자의 독창적인 한글 디자인 체계와 한글 활자 디자인 개발에 대한 사상과 방법이 상세하게 수록된 이 책은 초판 500부를 발행했으며 당시 한국 시각디자인 분야에 충격적인 반응을 불러일으켰습니다. 수많은 젊고 유능한 인재들이 한글 디자인 분야에 뛰어들게 했고 김진평·안상수·석금호 등 한글만 전문적으로 연구하는 신세대 한글 활자 개발자들이 본격적으로 탄생하는 계기를 만들어 주었습니다.

3. 한글 활자체 개발 교육

황부용은 1976년부터 1983년까지 8년간 명지실업전문대학 교수로 재직하면서 한글 레터링과 편집디자인 과목을 개설해서 가르쳤는데 이는 국내 대학과정에서는 최초였습니다. 많은 졸업생들을 배출해 그 당시에 서울 시내 웬만한 잡지사에는 모두 다 명지실업전문대학 출신 편집디자인자가 한 명씩 근무하고 있을 정도였습니다. 그도 그럴 것이 1970년대 중반까지만 해도 서울에서는 잡지의 편집 일은 인문계 대학 출신들이 주로 담당하고 있었던 것입니다. 특히 한글 활자 개발 교육에 있어서 고유한 조립단위 개발과 한글 활자 디자인에 적합한 새로운 조형요소 논리 개발과 새로운 균형 논리와 구성 노력 개발을 강조했던 황부용의 교육방식은 많은 학생들이 한글 활자 개발에 눈을 뜨게 해 차원 높은 한글 활자와 도안들이 서울의 신문사 및 잡지사, 출판사 등을 통해 한국 사회에 널리 보급되는 계기를 만들어 주었습니다. 1983년 9월 황부용은 서울올림픽대회조직위원회 디자인실장으로 지명 위촉되어 명지실업전문대학 교수직을 떠났습니다.

4. 명작 한글 상표 발표

황부용의 대표적인 기업을 위한 한글 디자인 작품으로 1975년에 발표된 제일모직 골덴텍스 한글 상표 디자인과 1983년 발표된 흥국생명주식회사의 한글 상호 디자인, 1993년 발표된 수산업협동조합중앙회의 한글 상호 디자인 및 전용서체 디자인, 1995년 발표된 중앙일보 한글 제호 디자인, 1996년 발표된 제주일보 한글 제호 디자인, 1997년 발표된 경상일보 한글 제호 디자인, 2003년 발표된 사단법인 국학원 한글 상호 디자인 등이 있습니다. 특히 그 중에서도 1975년에 발표된 골덴텍스, 1983년 발표된 흥국생명, 1995년 발표된 중앙일보 한글 레터링은 우아한 기품을 지닌 최고의 명작으로 칭송 받았으며 수많은 한글 디자이너들에게 창작의 영감을 불러일으키기도 했습니다.

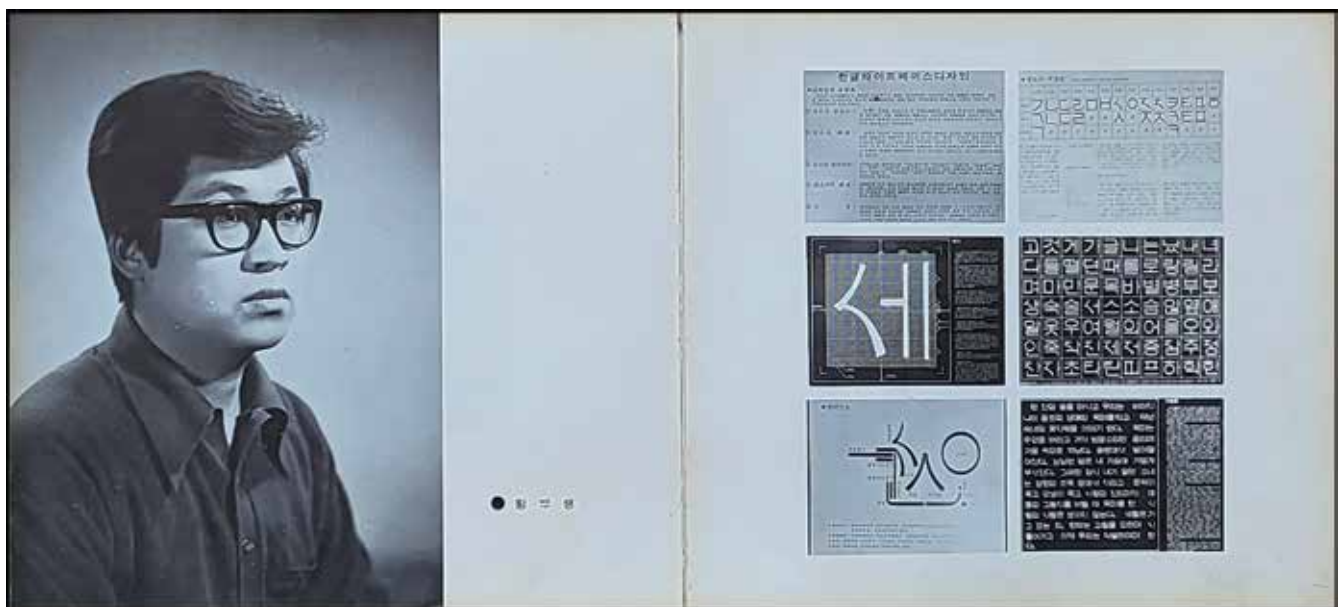
5. 한글 전용 신문 디자인 시대 개척

황부용은 1995년 중앙일보 신문디자인 전문위원으로 발탁되어 한글세대를 위한 한글 전용 가로짜기 신문 편집 고유양식과 운용체계 개발에 새 지평을 열었습니다. 이후 2001년에는 전자신문, 2005년에는 조선일보에서도 한글세대를 위한 한글 전용 가로짜기 신문디자인 전문위원으로 위촉되어 신문디자인 편집 고유양식과 운용체계 개발에 기여했습니다. 국내 신문 편집 역사에서 전무후무한 일이었으며 중앙일보에서는 발행부수가 확장되는 일까지 발생해 발행부수 기준으로 (1)조선 (2)동아 (3)중앙 서열이 (1)조선 (2)중앙 (3)동아 서열로 바뀌는 계기가 되기도 했습니다.



Hwang Medium, a typeface design manual published by Mijinsa in 1978. The letters shown above are 6 pages of among 128 pages.

1973년 1월 출간된 서울대학교 미술대학 졸업앨범에 수록된 황부용의 졸업작품



Buyong Hwang's graduation work featured in the Seoul National University College of Fine Arts graduation album published in January 1973.



Hwang Medium, a typeface design manual published by Mijinsa in 1978. The letters shown above are 6 pages of among 128 pages.

1970년대의 한글 서체 환경은 어떤 상황이었나?

그 당시의 모든 게 시작이었다. 서울대와 홍익대가 디자인계의 중심이었지만, 구할 수 있는 정보가 별로 없었다. 다만, 일본 책들이 많이 들어왔다. 격월간 <아이디어>와 주간 <그래픽 디자인> 잡지가 대표적이었다. 거의 일본을 통해서 영향을 받았다고 보면 된다. 당시 디자인을 가르치던 양대 학교 교수들은 대개 응용미술과, 공예과 출신들이었다. 제자들과 함께 일본 잡지를 통해서 그래픽디자인의 개념을 알아가던 시기였다. 1960년대 일본 디자인, 특히 그래픽디자인계는 서구와 비슷한 수준이었다. 우리나라는 2000년대에 와서 그 수준으로 올라갔으니 일본과는 40년 이상 차이가 났던 셈이다. 당시 일본 디자인계는 굉장히 왕성했다. 카쓰미 마사루라는 일본의 저명한 불문학자가 있었는데, 고단샤(講談社)라는 출판사의 자문위원 중 한 사람으로서 그래픽디자인 분야의 중요성을 깨닫고 <그래픽디자인>이라는 주간지를 내기 시작했다. 이 분이 영어가 능통하니 일본 디자이너들을 해외에 소개시키고, 서양 의 새로운 경향을 일본에 소개하면서 일본 그래픽디자인을 세계적 수준으로 끌어 올렸다. 그 중심이 바로 주간 <그래픽디자인>이라는 잡지였다. 1969년 대학에 들어가니까 서울대, 홍익대 할 것 없이 영어가 되는 교수가 없었다. 엄격히 얘기하면 다 독학파들이었다. 발령이 그쪽으로 나서 디자인 교수를 할 것이지 정규 디자인 교육을 이수하고 교수를 한 사람들이 아니었다. 다만, 조영제 같은 분은 서울대 미대 교수 중에 일본어가 유창한 분이였기 때문에 일본 디자인을 꼭 넓게 받아 들여 한국 그래픽디자인계에서 대부 역할을 하게 되었다. 디자인 분야도 물론 한성 언어가 중심이다. 더구나 디자인 분야는 정보예술이라고 하지 않나. 정보를 취급하기 때문에 언어 능력이 있는 사람들이 항상 주도권을 쥐게 된다. 당시에 문자 환경은 말하자면 아주 초보적이었고, 일본의 영향을 많이 받았다. 인쇄들의 능력과 감각들도 일천해 도토리 키재기였는데 거기에 새로운 움직임이 하나 나타난 것이 한국브리태니커회사의 한창기 대표가 <뿌리깊은 나무> (1976)라는 잡지를 창간했던 일이다. 아트디렉터란 개념도 없던 시절에 이상철이라는 분이 아트디렉터로 일하면서 활자재

신경을 쓰기 시작했다. 그때는 '식자'라는 것이 있었다. 일본을 중심으로 발전해 온 분야이고, 일본 식자 문화의 총본산이라 할 수 있는 일본사건의 한국지사가 바로 '한국사연'이란 곳이었다. 한국사연 사장이 한글에 대해 애정과 아심, 원대한 포부를 가지고 있었던, 서울대 정치외교학과를 나온 김영옥 씨였다. 거의 알려지지 않은 사실인데 <뿌리깊은나무>가 창간되기 몇 년 전, 내가 대학 졸업작품으로 서체 디자인을 시도한 일이다. 여기에도 배경이 있다. 당시 일본에 쿠야마라 야사부로라는 그래픽디자이너가 있었다. 이 분이 1970년대 초에 우리나라의 산업디자인전에 해당하는 일본의 '일선미전(日宣美展)'이라는 전람회에서 상을 받으면서 <서체디자인>이라는 책을 냈다. 서체 디자인에 대한 사상을 정리한 것이 아니라, 서체 디자인에 등장하는 각종 도구나 프로세스 등 실무적인 정보를 제공하는 책이었다. 내가 졸업작품으로 서체를 디자인한 것은 그 책을 읽어보고 영향을 받은 것이다. 그것이 당시 대학가에서 센세이션을 일으킨 반응을 일으켰다. 서체디자인이란 것을 생각치도 못하던 시절에 대학생이 그런 걸 했으니, 당시 한국사연의 김영옥 사장이 도움을 준 것이다. 쿠야마라 야사부로의 책을 보고 한국사연을 찾아 갔었다. 학과는 달라도 대학 선배였으니까, 한국사연이 일체의 경비를 지원해서 그 작업을 해 낼 수 있었다.

1978년 <황미디엄>이란 책을 냈다. 어떻게 출간하게 된 것이지?

졸업하고 군대에 가고, 군대에서 '육군대학공원학'란 프로젝트에 투입되게 되어 전문가로서 대접을 받았다. 휴가 시간을 마음대로 조절할 수 있었다. 당시 산업디자인전에 세번 추천을 받으면 추천작가가 될 수 있었다. 대학 때 한번 추천 받았고 군대에서 두 번 추천 받아서 추천작가가 돼 버렸다. 당시 추천작가가 되면 석사학위에 준하는 자격을 줬다. 그래서 만 26세에 대학교수가 됐다. 디자인계가 한미디로 망 칠고 해업치기였다. 워낙 수요는 많은데 공급이 못 따라갔다. 지금은 디자인과를 졸업해도 취직하기 힘들고, 디자인의 값이 떨어져서 고생만 하는 그런 분야가 되어

버렸는데 그 당시의 부르는 게 값일 정도로 금값이었다. 특히 서울대나 홍익대 출신들은, 산업이 막 발전하던 시절이었으니까, 고도성장기라 디자이너는 필요한 데 사람이 없어서 당시 공부했던 사람들은 거의 다 교수가 되거나 기업체 간부가 됐다. 명지전문대학에서 말은 과목이 레터링과 편집디자인이었다. 강의하면서 <황미디엄>이란 책을 냈다. 그 책의 출판 의의는 한글 디자인을 할 때 도대체 한글을 몇 자를 써야 하는냐 이런 개념조차 없을 때, 디자이너 주도로 서체 디자인을 최초로 시도해 접근가능한 최소한의 프로세스와 정보를 제공했다는 것이다. 학생 중에 손재주 좋은 두어 명과 함께 1350자를 써서 교재 겸 출판한 것이었고 초판 500부를 찍었다. 그 뒤로 컴퓨터 시대가 바로 와 버렸기 때문에 책의 의의는 이내 사라졌다. 그런데도 책을 찾는 사람이 하도 많아서 지난 35년 동안 아금아금 다 없어져서 지금은 한 권도 남아 있지 않다. 대단한 책은 아니었고, 지금 보면 드로잉도 거칠지만 많은 디자이너에게 영향을 준 것은 사실이다. 디자이너들이 서체 분야에 뛰어 들어가 한다는 자각을 심어 준 계기를 마련해 준 책이었다.

'황미디엄' 서체 형태의 특성은 무엇인가?

탈장식주의, 유펜 인쇄 시대에 맞는 글씨(가령 활판 시대에는 인쇄를 하면 글자 끝이 문드러지는 경향이 있어 가독성을 위해 세리프를 썼다) 클래식한 문자환경이 만연한 문자환경에서 모더니즘을 추구한 서체라고 볼 수 있겠다. 컴퓨터 시대가 오기 전에 한동안 활발하게 사용되기도 했다. 다 기억할 순 없지만 대표적으로 처음 1985년 부산지하철이 생길 때 거기서도 채용해서 썼다. 아무래도 작업하기가 좋았을 것이다. 디자이너들이 <황미디엄>에 수록된 글자체를 나름대로 변형해 사용했다. 두껍게 변형하기도 하고, 수평형이나 수직형으로 변형해서 스기도 했다. 어떻게 보면 굉장히 평범한 글자체였지만, 지금 와서 돌아보면 많은 사람들에게 영감을 주었다는 데 의의가 있다고 생각한다.

《황미디엄》 이후 어느 분야에서 활동했는지?

명지전문대에서는 주로 단 두 과목을 가르쳤다. 레터링과 편집디자인이다. 그 과목들은 우리나라 대학 중에서는 최초로 개설된 것으로 알고 있다. 편집디자인 과목에서는 미국의 〈타임〉, 〈세븐틴〉, 〈우먼즈데이〉 등의 잡지를 교재로 사용했다. 이렇게 전문적인 이론과 실용정보를 모두 다뤘다. 그곳에 7년 동안 재직했는데, 제자들이 잡지사에도 많이 들어갔다. 그게 초기에 홍익대에서 편집디자인 붐이 일어난 것은 안상수 씨가 교수로 간 이후다. 1983년을 전후해 나는 서울올림픽대회조직위원회 디자인 실장으로 자리를 옮겼고, 안상수 씨는 편집 디자인으로 개업했고, 김현 씨는 디로 개업을 했다. 김진평은 대학 동기동창이다. 김진평이 처음부터 레터링에 관심이 있었던 것은 아니었던 것 같다. (몸이 안 좋아서 군대를 가지 않았기 때문에) 나보다도 먼저 신구전문대학 교수를 했는데 실무경험 없이 너무 일찍 교수가 되다 보니 한계를 느끼는 듯 했다. 이랬선 안되겠다라고 생각하고 〈리더스 다이제스트〉장간필 때 아르디렉터로 들어가서 활자에 빠지게 된 것이다. 그렇게 실무 경험을 쌓아서 서울여대로 가서 한 학이 되었다. 전체적으로 보면 김진평의 작업 또한 《황미디엄》과 마찬가지로 아날로그 시대의 레터링이라고 할 수 있다. 김진평의 대표작으로는 한글디자인에 관한 제대로 된 책을 한 권 낸 것이다.

1970년대의 활자와 관련한 실무 환경은 어땠나?

문자를 디자인하는 환경이 요즈음과 같지 않아서 일일이 한자한자 손으로 써야 했다. 디자이너들이 간과하지 말아야 할 사실 한가지는 세계적으로 활자 문화는 신문사들이 리드한다는 거다. 우리나라도 신문사에서 활자 작업을 하는 분들이 많이 있었다. 그중 알려진 분은 한국사연과 인연을 맺은 최정호 씨다. 우리나라는 처음에 디자인계가 학교를 중심으로 세력이 형성됐다. 그래서 학교 주변의 인물이 아닌 사람은 대접이나 평가를 받지 못했다. 많은 장인이 평생 활자로 먹고 살았다. 신문사에서 한 명씩 있었다. 남활자 시대에는 새로운 글자들이 계속 나올 때마다 바로바로 활자 주조를 해야 했기 때문이다. 신문 기사들 속에 한문이나 특수문자, 그리고 한글 같은 경우도 1350자 외의 글자들이 발생하는 일이 많았다. 외국 기사 번역할 때 ‘싱’ 같은 글자가 나오면 바로 활자를 주조했다. 초기에는 디자이너들이 폰트를 개척한 것은 아니다. 나중에 디자인 제도권으로 끌어 들인 것이라고 보면 된다.

당시 한글 레터링의 특성을 전체적으로 평가할 수 있을까?

20세기 후반 한국에 출현한 레터링들을 유심히 관찰해보면 공통점이 지나치게 기교를 부렸다는 것이다. 아르누보나 아르데코를 겪지 않은 디자인계의 한계라고 생각한다. 아르누보라는 역사적 과정을 거친 사회에선 아르누보 이후 수학적 합리주의, 탈장식, 스위스 스타일을 추구했다. 우리나라는 그런 과정이 없었기 때문에 최근까지 그런 경향이 아직도 많이 남아 있다. 기교 부리고, 물결 치고, 장식 넣고 하는 인간인, 한마디로 다 유아적이고 유희적이다. 우리나라 레터링의 40~50년을 반성해 보면 한마디로 유아적이라는 것이다. 쉽게 말해 디자인의 근본에 충실하지 않은 것이고, 사회의 수준준도 관계가 있다. 80년대까지는 디자이너들이 문제에 대한 근본적 해결방법을 수학적 합리주의에서 찾거나 수학적 합리주의로 풀어나갈 생각을 하지 못했다. 클라이언트들도 마찬가지였고. 무미건조해지는 거 아니냐는 식이었다. 그 속에서 균제일화들도 종종 있었지만, 전반적으로 문자 환경이 그랬다. 가령 레터링을 할 때 장식 없는 글자로는 돈 받기가 곤란했다. 사실 장식 없는 글자가 더 어려울 것인데, 단순히 활자체를 조합한 것에 불과하다고 보는 인식이 팽배했다. 단순히 미가 강조된 문자 조형으로는 실적이 잘 안되던 시절이었다. 레터링뿐만 아니라 로고나 C지도 비슷했다. 회고해 보면, 다 분야에서 많이 정리가 된 건 해외 유학파들이 한국에 들어오면서부터가 아닌가 한다. 어느 분야든 그 분야의 중심이 되는 전문가의 사고가 바뀌는 것이 중요하다. 그러면 사회는 자연스레 바뀌다. 템포는 느릴지언정 반드시 바뀐다. ci 분야에서 그런 역할을 한 사람이 지금은 고인이 된 정준 씨다. 그 분이 한국에 ci 디자인의 플레닝 개념을 가지고 오기 전엔 우리나라에는 ‘제안서’ (Proposal)라는 것이 없었다. 주먹구구식으로 기획서가 쓰여졌고, 참여하는 사람들의 이력서와 일정표, 견적서가 전부였다. 그것을 서구 스타일로 바꿔준 게 정준 씨고 전문가들께 큰 영향을 줬다. 그때부터 제안서가 두꺼워지기 시작한 것이다.

70~80년대 ci는 대학 교수들이 주도했다. 그 시절 ci의 특성이라면?

한마디로 ‘독학한’ ci였기 때문에 접근 방법에 무리가 많았다. 충분한 리서치도 없는데다가, 창조적인 사고가 제대로 형성이 안된 상태였기 때문에 심중팔구는 표절과 모방 사이에 있었다고 봐야 한다. 큰 흐름으로 보면 거대 ci 있었다. 그걸 수 밖에 없었던 것이 ci에 접근하는 방법론을 몰랐으니가. 한글 같은

경우는 영어나 일본어의 감각을 한국어로 ‘번안’하는 식이었고. 그 당시에는 겁이 나서 서로 쉬쉬 하면서 말을 못했다 뿐이고, 그때 한국의 실력이 그걸 밖에 안했다는 얘기가. 당시 그 유명한 제일모직, 제일은행, 대우그룹 마크가 표절 혹은 모방의 대표적인 사례들이다.

선생이 직접 쓴 대표적인 레터링을 소개해 달라.

내가 쓴 글자 중에 기억나는 것은 ‘골덴텍스’ (1975)와 ‘홍국생명’ (1983)이다. 이 글자들이 그나마 오랜 사랑을 받은 건 장식적인 것과 거리가 있었기 때문일 것이다. ‘골덴텍스’의 경우 ‘골’, ‘덴’, ‘텍’은 문자 구조가 복잡한 것이 비슷하다. 반면 ‘스’자는 굉장히 단순하다. 그래서 ‘스’를 잘 해석하는 것이 굉장히 중요했다. 사실 ‘골’, ‘덴’, ‘텍’ 같은 경우엔 기본 구조가 워낙 복잡하기 때문에 그 것을 잘 정리해서 쓰는 것 만으로도 디자인이 된거라 할 수 있다. 한편, 당시의 비즈니스 환경도 고려해야 했는데, ‘골덴텍스’가 간판으로 걸릴 일은 별로 없었고 레이블 형태를 사용되다가 신문이나 잡지 광고에 로고로 사용되는 빈도가 절대적이라고 봤다. 당연히 글자의 주된 사용처를 글자 형태를 결정하는 중요 요소로 보았고, 또 신사들이 볼때 안정감이 있고 품위있게 느껴지는, 경쾌함 보다는 중후함이 느껴지는 형태를 잡아가고자 했다. 사실 문자의 운명이라는 게 ‘골’, ‘덴’, ‘텍’, ‘스’라는 네 글자가 만나 이미 결정된 거다. 그 운명의 조건을 거역할 수는 없다. 레터링, 타이포그래피에서 그 운명의 조건을 가장 잘 소화시키는 게 디자이너이다. 그 주어진 조건이란 것이 바로 문자환경인데 보통 사람들은 일반적으로 글자만 쳐다보지만 전문가들은 그 배경을 먼저 본다. 배경이 어떤 식으로 공간에 짜임새를 부여하는가를 발견하는 것이 중요하고 (글자 사이의 여백의 균형을 잡는 것), 다른 하나는 어떤 방향으로 감각을 잡아야 하는가다. 글자의 굵기 같은 구체적인 디테일, 가령 볼드해야 하는가 라이트해야 하는가 미디엄해야 하는가, 그다음 라운딩을 많이 줄 것인가 덜 줄 것인가 등을 기업이나 제품 성격에 맞추는 것이다. 이런 모든 것이 사실은 한계가 있다. 보통 디자인은 10년 유지하면 성공이라 하는데 더 지속될 수 없는 이유는 사람들이 자꾸만 새로운 것을 원하기 때문이다. 커피숍을 생각하면 50~60년대와 지금 커피숍에 근본적 차이는 없다. 커피를 끓여서 테이بل에 올려서 마시는 것은 똑같지만, 패션이 확확 달라지잖나. 디자인에는 그런 식의 감각적 변화가 항상 있어왔다. 벡타이가 좋은 비유가 되는데 남자들 벡타이가 똑같은 것 같지만 5~10년 주기로 넓어졌다 좁아졌다 한다. 그런데 10년 전의 좁은 벡타이를 지금 매면 촌스럽다. 지금 좁아진 건 옛날에 그런 것을 지배를 받는다. 사각형과 동그라미 사이에 얼마나 많은 감각이 존재할까? 무한대로 존재한다. 감각이란 끝이 없는 것이니까. 감각의 장사가 소위 디자인인데, 정답이 없다. 문자도 그런 것에 지배를 받는다. 아무리 잘 디자인된 문자라 하더라도 한계가 있고 로고 같은 경우도 사실 정답은 없다. 로고가 좋다고 상품이 성공하는 것도 아니고, 모든 게 다 잘 맞아 떨어야 하는 거니까. 어떤 로고는 디자인 자체는 별론데 워낙 그 상품이 성공했기 때문에 우수하게 보이는 경우도 있고, 또 아주 우수한 로고를 채택했는데도 비즈니스가 성공하지 못하면 그 로고는 평가가 굉장히 절하된다.

‘홍국생명’ 글자의 특징이라면?

‘홍국생명’의 디테일을 보면 지금은 아주 흔하지만 ‘홍’자를 비롯해서 아랫쪽 오몸과 자음을 그렇게 한 덩어리로 쓴 건 처음이었다(‘o’를 위로 붙임). ‘생’자와 ‘명’자는 리듬이 비슷하지만 ‘홍’자는 가로획이 너무 많은 반면 ‘국’자는 가로획이 부족해서 ‘홍’과 아랫쪽 오몸과 자음의 조형 요소들을 서로 붙였다. 그렇게 균형을 잡아 준거다. 반침에 사용되는 세개의 이음도 모두 똑 같다. 당시에는 이런 형태가 없었다. ‘홍’을 이렇게 써도 돼? 라는 식의 반응이랄까? 그의 관점은 부분이라면 전체적인 가로, 세로 균형이고 4개의 동그라미(‘홍’에 2개, ‘생’과 ‘명’에 각각 하나)에 통일성을 부여하면서 약간의 변화를 준 것이다. 전문용어로는 ‘유니티 위드 베라이티티’ 수법이 적용된 디자인이다.

그의 소개해 줄 만한 레터링이 있다면?

1995년에 중앙일보 제호를 썼다. 신문사 로고로는 너무 가늘고 경쾌하지 않냐는 의견이 있어서 설득하는 데 어려움이 많았다. 그 뒤로 많은 신문사 로고들이 중앙일보의 영향을 받은 것으로 알고 있다. 이것은 비즈니스와 연관이 되어 있는 문제다. 그 로고를 도입하기 이전에는 판매부수가 조 · 동 · 중이었다가 로고를 도입하고 1~2년 뒤에 조 · 중 · 동으로 굳어졌다. 디자인은 비즈니스가 잘 때라 빛을 보는 측면이 분명히 있다.

최근 한글 레터링에 대한 관심이 젊은 디자이너 사이에 상당히 높다.

좋은 활자들이 넘쳐나고 세련된 것들이 많아진 시대이다 보니 일제시대 간판 스타일 같이 조금은 투박하지만 인간미 넘치는 쪽으로 어필하는 거다. 수학적 합리주의가 넘쳐나면

해체주의와 복고주의, 키치가 등장하는 시대의 흐름이다. 한편, 그래픽디자인은 원래부터 그러한 모든 경향의 알파부터 오메가까지를 다 수용한다. 아르누보, 아르데코부터 모더니즘, 수학적 합리주의, 해체주의, 포스트모더니즘 이런 모든 것들이 항상 공존하는 것이 그래픽디자인의 특성이다. 쉽게 말해 종이 위에 그리는 거니까 무한대로 그럴 수 있다. 그림으로 치면 피카소 몬드리안의 그림도 좋고, 동양화나 서예도 그것대로 좋다는 식이다. 활자나 로고도 마찬가지다. 다만, 정답은 없다. 그 시절에서 어떤 비즈니스에 대한 정답은 있을 수 있겠지만 감각에 대한 정답은 없다고 생각한다.

선생이 졸업전시에도 발표한 40년전 서체를 보면 무슨 생각이 드나?

글씨체 자체는 ‘황미디엄’과 유사성이 있고 특히 ‘L’이 비슷하다. 가로 획이 굵고 세로 획이 가는데, 원숙한 경지에서 되돌아보면 비슷한 작품이다. 말하자면 아르누보나 아르데코의 기질이 여전히 남아있다. 멋을 엉뚱하게 해석하던 시절이다. 이 디자인의 맹점이 ‘r’같은 경우는 휘어져서 내려오는데 지나치게 멋을 부린 거다. 지금보면 많이 거슬린다. ‘s’, ‘x’같은 경우도 기능보다는 멋을 강조했다. 이럴 필요가 없다.

마지막으로 후배 그래픽디자인자에게 조언해 달라.

일본 최초의 스타 그래픽디자이너라고 할 수 있는 가메쿠라 유사쿠(龜倉雄策)라는 분이 있었다. 그는 그래픽디자이너 능력의 90%가 문자를 다루는 기술에서 나온다고 말했다. 문자를 다루는 기술을 보면 그 디자이너의 역량을 알 수 있다는 것이다. 그만큼 문자에 예민해야 한다. 나는 현재 휴대전화 문자 메시지를 보낼 때도 가끔씩 띄어쓰기와 맞춤법을 완벽히 한다. 문자를 소중하게 다루는 정신이고 이런 게 문자 디자인에 그대로 녹아든다고 생각한다. 로고 디자인이나 타이 페이스 디자인을 의뢰받아 할 때도 자세가 다를 수 밖에 없다. 말이 나왔으니 하는 말인데, 나는 국내 디자이너들이 개발한 서체를 채용해서 쓸 때, 바디 타입 말고 헤드라인의 경우, 영어와 숫자는 115% 정도 확대해서 쓴다. 이상하게 우리나라 서체 디자이너들은 영어나 숫자를 작게 매치시키는 듯 하다. 본문에 들어갈 때는 작아지니까 상관 없는데 포스트 등에 크게 쓸 때는 굉장히 어색하다. 높이나 중량감이 같아야 하는 것 아닌가? 네 경우 문자 그 자체보다는 문자가 만들어 내는 사이의 공간을 더 중요시하는 편이어서 컴퓨터에 쓰는 대로 그대로 사용하는 경우는 거의 없는 기술이 중요하다는 것이다. ‘신은 디테일 속에 있다’ (God is in the Details)라는 말이 있다. 문자는 엄격히 말해 감각을 낼 만한 부분이 없기 때문에 디테일의 차이일 수 밖에 없다. 문자의 확률이 만드는 수많은 공간, 글자와 글자 사이의 균형 · 탈장식 · 방향성 따위를 깊이 숙고하는 디자이너가 되길 바란다.

선생의 향후 계획을 말해 달라.

앤디 위웬은 원래 그래픽디자이너였고 인생 만년에 예술가로 전향한 사람이다. 우리나라에서 앤디 위웬처럼 회화로 전향해서 성공한 첫 케이스가 되고 싶다. 네 젊었을 때 병명이 도쿠가와 이예아스다. 동통하니까 친구들이 그렇게 불렀다. 일본인이 가장 달고 싶은 인생과를 지닌 도쿠가와 이예아스의 명언 중에 “인생이란 무거운 짐을 지고 먼 길을 가는 것과 같다. 서두르지 말라”란 말이 있다. 지난 63년의 인생을 돌이켜 보면 일찍 스타덤에 올라서 영광된 순간도 많았고, 반면에 수치스럽고 굴욕적인 경험들도 있었다. 다행스런 것은 회화로 전향한 이후, 그 결실이 마음에 든다는 것이다. 요즘 평균 수명이 자꾸 늘어간다. 네 경우도 특별한 일이 없으면 20~30년은 더 살 수 있다는 얘기가. 이 나이에 디자인을 한다면 기업체를 상대로 디자인을 팔기가 쉽지 않을 것이다. 디자인 비즈니스 조직을 운영하는 것도 그렇고 경쟁에서 질 수 밖에 없는 구조다. 반면, 예술은 혼자하는 일이고, 순간순간 평가 받는 일도 아니다. 디자인을 하면서 한가지 아쉬웠던 것은 ‘인생은 짧고 예술은 길다’라고 하는데, ‘예술은 길고 디자인은 짧다’는 것이다. 디자인의 수명이 굉장히 짧다. 120년 전에 만들어진 제너럴 일렉트릭 마크 같은 예외적인 사례를 빼고도 아무리 잘 된 명작 로고라도 20~30년을 버티기가 힘들다. 누구나 창작자라면 자기 작품을 영원히 남기고 싶은 욕구가 있다. 나는 많은 작품을 남기고 싶다. 적어도 몇 백점, 꿈같아서 2~3천점 정도 남기고 죽고 싶은데 가능할지는 모르겠다. (웃음)

- 2014년 '프로파간다' 출판사와의 인터뷰 중에서

PUBLICATIONS



In 1979, Buyong Hwang planned a 12-volume series on Visual Communication Books under the banner of a LITERACY CAMPAIGN in the visual design world.

1977년 3월 황부용은 26세의 젊은 나이로 서울 서소문에 있던 명지실업전문대학 도안과의 전임강사로 임용되었습니다. 그리고 황부용은 이듬해인 1978년 11월 '시각문화사'라는 출판사를 창업해 대한민국 시각디자인계를 위한 "문명퇴치운동"을 벌이기로 결심했습니다. 당시 한국의 시각디자인계에는 한글로 된 이론 서적이 너무나도 귀했습니다. 그래서 그 분야를 공부하는 대학생들은 물론이고 졸업 후 업계에 종사하는 전문가들까지도 관련 지식의 습득에 목말라하고 있었습니다.

당시 부산대학교 상과대학 무역학과를 졸업했던 2살 아래의 친동생 황희용을 설득해서 대표로 앉혀 출판사의 경영을 맡겼습니다. 서울대학교 미술대학 응용미술과 시각디자인 전공 코스를 함께 졸업한 윤학중과 함께 3인이 공동으로 소액을 출자해 자본금을 형성했습니다. 서울대학교 문리과대학 의예과를 중퇴했던 부산고 동기 박수호와 경남고를 거쳐 서울대학교 문리과대학 국문학과를 졸업했던 박수호의 하숙 친구 박인용을 설득해서 편집위원으로 영입해 영문 번역에 착수하게 했습니다.

출판된 12권의 번역작 중에는 황부용·윤학중·김진평 등 디자이너들의 이름도 등장하지만 실제 번역은 대부분 박수호와 박인용에 의해서 이루어졌고 황부용은 전문 용어 등과 관련해서 최종 감수를 맡았습니다. 다만 일본어 원서 한 권은 박진숙이 번역했고 마지막 12권은 임인선이 번역했습니다. 출판 사업은 순조롭지 않았습니다. 첫째로 자본금이 너무 적어서 출범 후 얼마 되지 않아 바로 자금난에 빠졌습니다. 둘째, 시각디자인계의 찬사와 호응에도 불구하고 수익성이 빈약했습니다.

뿐만 아니라 1979년 10월 박정희 대통령의 서거로 인한 소요사태로 대학가가 장기간 교문을 닫게 되어 경영난을 더욱 가중시켰습니다. 결국 3년을 채우지 못하고 문을 닫을 수밖에 없었습니다. 이후 박수호는 월간디자인 편집장으로 박인용은 격월간 꾸밈의 편집장으로 스카우트되어 디자인계를 위한 출판 일에 종사할 수 있게 되었습니다. 결과적으로 황부용은 많은 부채를 떠안게 되었습니다. 그 막대한 부채는 이후 30여 년간 황부용을 따라다니며 지속적으로 그를 괴롭혔습니다.

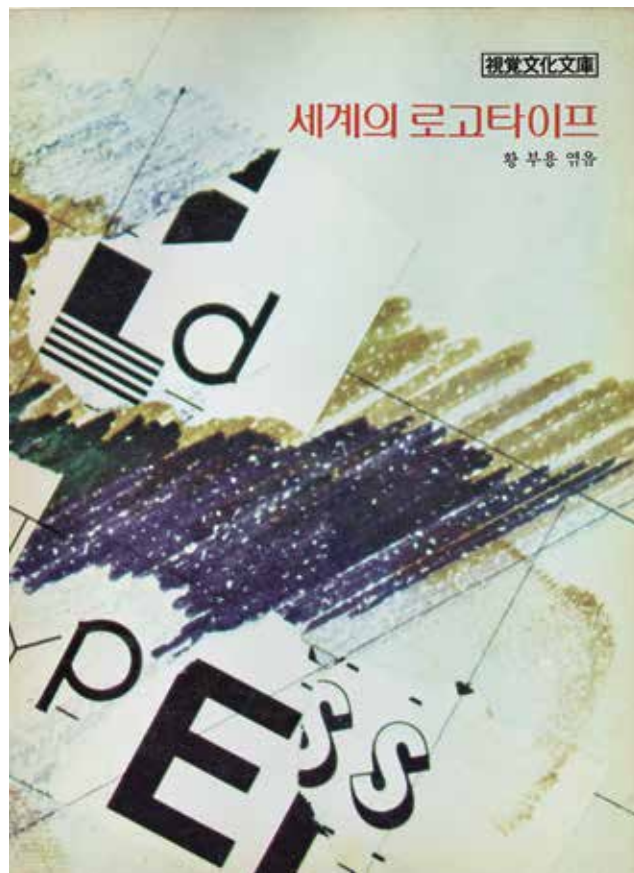
그럼에도 불구하고 황부용은 결코 좌절하지

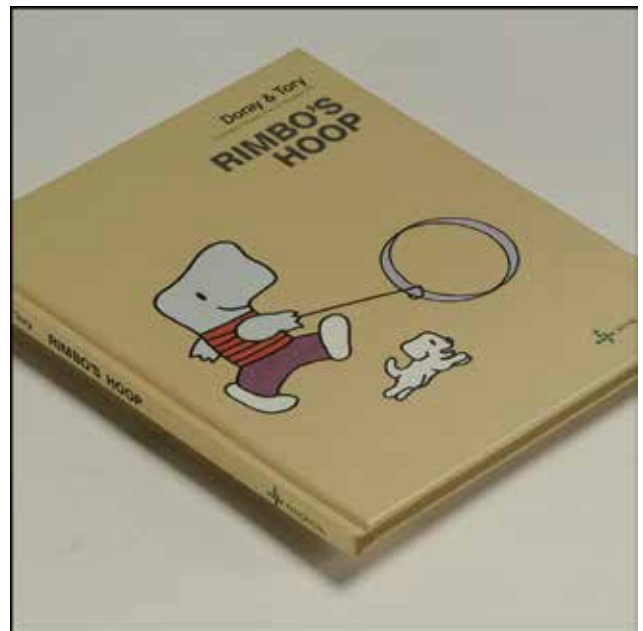
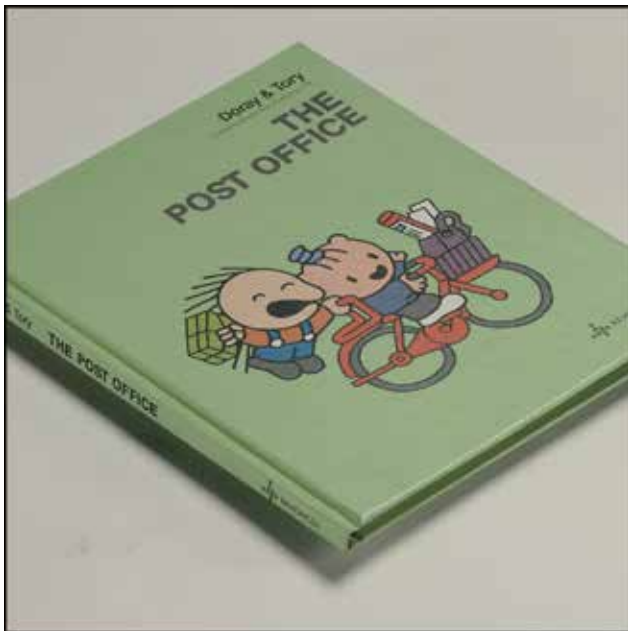
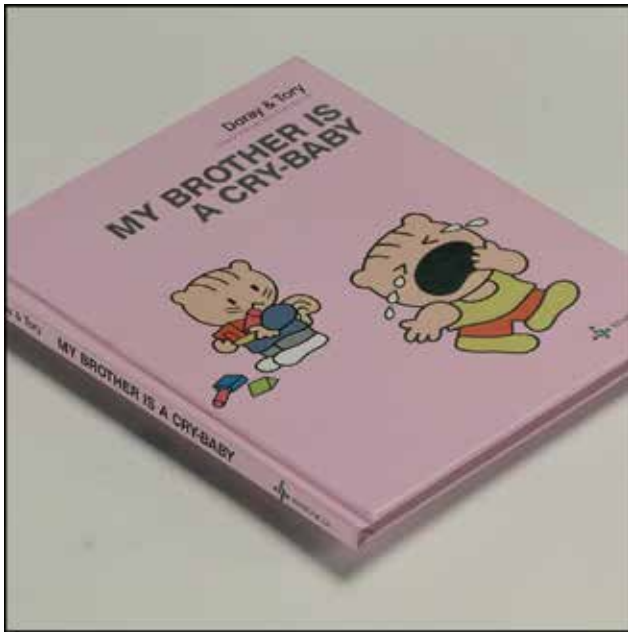
않았습니다. 타고난 낙천적 기질 덕분이었습니다. 아내 문은숙과 함께 열심히 교회에 출석하면서 긍정과 극복의 정신으로 운명을 헤쳐 나갔습니다. 오직 믿음으로 오독이처럼 일어서려고 했던 것이었습니다. 30대 초반부터 황부용은 "인생이란 무거운 짐을 지고 먼 길을 가는 것이다. 서두르지 말라. 무슨 일이든 내 마음대로 되는 것이 아니라는 것을 알게 되면 불만은 사라진다"는 도쿠가와 이에야스의 인생철학을 가슴에 깊이 새기기 시작했습니다.

모진 세월 속에서도 황부용을 강하고 담대한 인물로 만든 도쿠가와 이에야스는 "자유롭지 못함을 항상 곁에 있는 친구로 삼는다면 부족할 것은 없다. 마음에 욕심이 생기면 공평했을 때를 생각해라. 인내는 무사장구의 근원이고, 분노는 적이라 생각해라. 이기는 것만 알고 지는 것을 모르면 그 피해는 너 자신에게 돌아갈 것이다. 너 자신을 탓할 뿐 남을 탓하지 말라"고도 했습니다. 시간이 흘러 윤학중은 서울여자대학교 교수로 임용되었고 박진숙은 세종대학교 교수로 임용되었습니다. [2022년 10월]



1979년 황부용이 시각디자인계의 "문맹퇴치운동"을 표방하며 기획했던 시각문화문고 12권





Drawings of the characters for the 20 volumes of the 'Doray & Tory'. First published in Seoul Korea by Kyemongsa-Publishing, Inc./ 1991

1991년 계몽사에서 초판이 발행되었으며 4세부터 6세까지의 어린이들을 대상으로 개발되었습니다. 초판 발행 중 5권은 영문 판으로도 발행되었습니다. 성장발달 그림책 '도래와 토리' 전집 20권은 2013년 11월 '도래랑 토리랑'이라는 타이틀로 유아 생활놀이 그림책 전40권 플러스 부록 5권으로 확장 출판되었습니다. 오리지널 주연 캐릭터는 공모를 통해 당선작을 선정했고 황부용은 조연 캐릭터들을 개발하고 스토리텔링 각본에 따라 어시스턴트 아티스트들과 함께 작화를 연출했습니다.

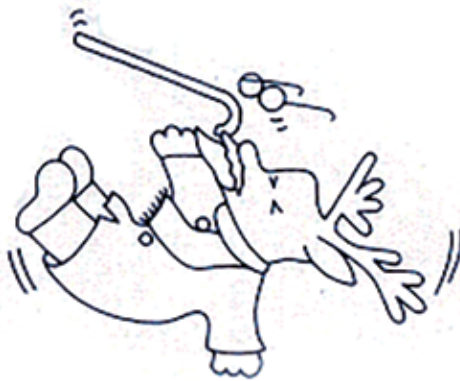
최종판은 250x370x30mm 규격으로 총 450쪽 규모입니다. 유아 발달 과정에 알맞은 5가지 영역의 책을 읽다 보면

조화로운 발달이 이루어진다는 콘셉트의 그림책입니다. 부록 5종은 표현 놀이 책으로 다양한 활동과 미술 놀이로 EQ와 CQ를 고르게 발달시킬 수 있게 기획되었습니다. 퍼즐 2종은 퍼즐 조각을 맞추며 두뇌 발달을 돕고 자신감과 성취감을 키울 수 있게 기획되었습니다. 손가락 인형은 친구와 함께 손가락 인형으로 인형극을 해 보면서 상호 작용을 통해 창의적인 놀이를 할 수 있게 기획되었습니다.

부모님들을 위한 가이드북에는 각 권의 특징과 내용을 설명할 뿐만 아니라, 지도 방법과 질문이 담겨 있어서 부모님이 아이와 함께 책을 읽을 때 도움을 줍니다. 재미있게 읽고 노는 것만으로도 몸과 마음이 건강해지고, 조화로운 발달이

이루어지게끔 도래와 토리가 길잡이 역할을 합니다. 도래랑 토리랑 최종판 이야기는 신체운동 · 건강 영역 · 사회관계 영역 · 자연탐구 영역 · 의사소통 영역 · 예술경험 영역으로 나누어져 있습니다.

모두 아이들의 발달 과정과 자연스럽게 연결되어 있습니다. 캐릭터와 배경 등 구성요소들을 단순화 시켜서 깔끔한 일러스트가 돋보인다는 평가를 받았습니다. 색감이 맑고 밝고 예쁘며 한 컷 만화처럼 직관적이고 내용에 충실하다는 평가도 받았습니다. 그래서 글을 모르는 아이들이 보기에도 주목성이 높고 이해하기가 쉬운 것이 특징입니다. [2022년 10월]



NEWSPAPERS



Design Consulting and a Manual planning, Reformat of the newspaper design & editorial system for daily newspaper The JoongAng Ilbo/ 1995

138

황부용이 2009년 전업화가 활동을 시작하기 전까지 대한민국 그래픽 디자인계에서 33년간 활약하면서 이른 업적은 크게 일곱 가지입니다만 그중 시기적으로 가장 먼저 대한민국 디자인 역사에 남을 만한 일을 벌인 것은 1977년 26세의 젊은 나이로 명지실업전문대학 전임강사로 임용되어 7년 동안 재직하면서 국내 최초로 편집디자인 과목을 개설해 강의하기 시작했던 것입니다. 황부용은 단 두 과목을 가르쳤습니다. 레터링과 편집디자인입니다. 홍익대학교가 대한민국 편집디자인계의 중심이 된 것은 안상수 교수가 부임한 이후로 1990년을 전후한 시기였기에 대략 10년 이상의 시간 차이가 있습니다.

명지전문대에서 7년 동안 재직했는데, 조금 과장해서 이야기 하자면 서울 시내에 있는 웬만한 출판사와 잡지사에는 명지전문대 출신이 없는 곳이 없을 정도였습니다. 황부용이 국내 최초로 레터링과 편집디자인 과목을 개설해 강의를 하기 시작했던 1970년대만 해도 서울에서는 출판 · 신문 · 잡지 등의 편집 일을 인문계 출신들이 하고 있었습니다. 편집디자인 과목에서는 미국의 '타임' '세븐틴' '우먼즈데이' 등의 잡지를 과제로 사용했습니다. 훗날 프랑스에서 정규 편집디자인 과정을 유학하고 돌아온 정병규 대표는 황부용의 편집디자인 교육 방법론을 놀라울 정도로 탁월한 발상이었다고 평가했습니다.

첫 시간에는 편집디자인 분야가 취업의 문이 활짝 열려있는 신진지라는 것을 강조해서 강의를 했습니다. 선진국에서는 에디토리얼 디자이너들이 편집 일을 한다고 소개하면서 수강생들에게 '이번 학기의 교재는 세븐틴 3

월호입니다' 라고 고지를 해서 학생들이 꼭 같은 교재를 구입해서 두 번째 수업시간부터 교재를 가지고 수업에 임할 수 있도록 했습니다. 두 번째 시간부터는 수강생들과 함께 '세븐틴 3월호' 잡지를 한 페이지 한 페이지 씩 같이 넘겨가면서 편집디자인 분야에서 사용하는 용어들과 편집디자인의 기본 원리와 기초 기술을 강의했습니다. 이론과 기술에 대한 강의는 대략 4주 정도까지 이어졌습니다.

그리고 5주째부터 실기에 들어갔는데 각자 집에 보관하고 있는 가족사진들이나 사진첩에 있는 친구들 사진 등을 가지고와서 '가족이야기'나 '친구이야기' 등을 소재로 8페이지의 편집디자인을 과제로 부여해 여러가지 문제들을 함께 풀어나갔습니다. 16주의 강의가 끝날 때쯤 되면 수강생들은 모두 자신감이 붙어있었고 수강생들은 서로 시중에 돌아다니는 구인 정보 등을 공유하며 졸업도 하기 전에 이미 빠르게 그들끼리 취업영역을 확장해 나갔습니다. 황부용이 편집디자인을 강의하기로 결심한 것은 임용직후 학장으로 부터 취업이 잘 될 수 있는 과목을 개설해 가르쳐달라는 부탁이 있었기 때문이었습니다.

황부용은 1978년 국내 최초로 대학에서 편집디자인 과목을 개설해 강의하기 시작했습니다. 그 결과 당시 서울 시내 웬만한 출판사와 잡지사에는 명지실업전문대학 도안과 출신들이 없는 곳이 없을 정도였습니다. 1981년에 황부용은 서울대학교 미술대학 대학원에서 '정기간행물의 편집디자인 매뉴얼에 관한 연구'라는 석사학위 논문을 발표했습니다. 편집디자인 관련 논문 주제로는 국내 최초였습니다.

그 연장선상에서 1995년 황부용은 국내 최초로 신문디자인으로 선발될 수 있었습니다. 당시 중앙일보에서는 삼성그룹 이근희 회장의 차남인 홍석현 사장이 45세라는 젊은 나이로 부임해 전문기자제도를 도입하고 사회 각계각층에서 프로페셔널로 인정받고 있던 파이어나이어들을 영입해서 일등신문을 만들기 위한 개혁 드라이브를 전개하고 있었습니다.

홍석현 사장은 1951년생인 황부용 보다 두 살 어린 1949년 생으로 경기고등학교와 서울대학교 전자공학과를 졸업하고 미국 스탠퍼드 대학교에서 산업공학 석사와 경제학 박사 학위를 받은 수재였습니다. 1977년부터 1983년까지는 세계은행 IBRD의 이코노미스트로, 1985년부터 이듬해까지는 한국개발연구원 KDI의 연구위원으로 일했던 파이어나이어이기도 했습니다. 1994년 한국 일간신문 중 최초로 일반 · 경제 · 스포츠 등 색선을 분리한 신문을 발행했으며 최초로 전문기자 제도를 도입했습니다.

수십 대 일의 경쟁률을 뚫고 유능한 전문가들이 여러 분야에서 영입되고 있었습니다. 그러나 신문디자인 부문에서는 지원자가 오르지 황부용 단 한 명밖에 없었습니다. 그만큼 당시의 신문디자인 분야는 한국 그래픽디자인계 인재들의 입장에서 소생한 영역이었습니다. 황부용은 당시 경영미숙으로 1988년 창업했던 디자인연구소 '디자인브리지' 사업을 접고 대학에 시간강사로 출강하면서 휴식을 취하고 있던 시기였습니다.

황부용은 중앙일보사를 위해서 일했던 2년간 홍석현 사장과 금창태 전무의 총애를 받았습니다. 그들은 황부용의



Design Consulting and a Manual planning, Reformat of the newspaper design & editorial system for daily newspaper The Kyongsang Ilbo/ 1998



Design Consulting and a Manual planning, Reformat of the newspaper design & editorial system for daily newspaper The Chosun Ilbo/ 2005

신문디자인 전문가로서의 사상과 방법에 갑탄을 연발했으며 1996년에는 중앙일보 사장상 수상과 함께 부상으로 금일봉을 지급하기에 이르렀습니다. 신문편집과 관련해 15권의 신문디자인 연구보고서 제출로 한글 가로짜기 신문편집 시스템 개혁에 기여한 공로였습니다.

황부용의 독보적인 신문디자인 능력을 체감한 홍석현 사장은 1996년 시무실에서 "중앙일보를 종합예술 작품으로 만들자"고 역설했습니다. 홍석현 사장의 개혁 드라이브 결과는 발행부수의 증가와 광고매출 증대로 이어졌습니다. 황부용이 2년간의 중앙일보 근무를 끝내고 퇴사를 결심할 즈음에는 발행부수 측면에서 동아일보를 추월하기 시작해 25년이 지난 2022년 현재까지도 그 기록은 깨어지지 않고 있습니다.

그러니까 '조·동·중'이 '조·중·동'으로 바뀐 것이 1997년부터입니다. 황부용이 개인사정으로 중앙일보 퇴사를 결심했을 때 홍석현 사장은 이후 2년간은 경쟁관계에 있는 조선일보나 동아일보의 신문디자인 프로젝트에 참여하거나 수주하지 않겠다는 각서를 요구했고 황부용은 기꺼이 서명했습니다.

황부용은 1998년 경상일보로부터 프리프로젝트를 받아 제호와 신문디자인 등 수자에 걸쳐 관련 컨설팅을 해주었고 2000년 12월에는 전자신문사로부터 프리프로젝트를 받아 2001년 한 해를 전자신문사 편집국에서 보냈습니다. 경상일보나 전자신문의 경우에는 매일 일백만부 이상을 찍어내는 중앙일간지가 아니었고 라이벌 언론들과 치열하게 경쟁하는 상황도 아니었기에 디테일의

디테일까지 컨설턴트로서 참여할 상황은 아니었고 그러한 요청도 없었습니다.

중앙일간지의 경우에는 50명 이상의 편집·미술·교열 인력들이 매일같이 전방터에서 전쟁을 치르듯이 신문을 만들기 때문에 공유할 수 있는 물을 만들어 나가는 것이 신문디자인 전문위원이 할 일이었습니다. 황부용은 이미 석사학위 논문 주제를 '정기간행물의 편집디자인 매뉴얼에 관한 연구'를 선택한 바 있었기에 그러한 창조철학의 사상과 방법을 이미 깊이 터득하고 있었습니다.

그래서 디자인적 측면에서 당시 언론기관들은 다른 한국의 산업계에 비해 후진적 상황이었으므로 신문사 최고경영자들을 쉽게 감동시킬 수 있었던 것입니다. 그러나 신문디자인 전문위원이 신문디자인과 관련하여 수년간 반복해서 할 일은 없었습니다. 어느 정도 노하우가 전수 되고나면 편집자들 사이에서 자동적으로 서로 새롭게 공유해야 할 매뉴얼에 대한 연구가 자연적으로 발생하기 때문입니다.

황부용은 명지실업전문대학도안과 교수로 재직하던 1977년 파트타임으로 월간디자인사의 아트디렉터로 참여하게 되면서 정기간행물의 편집디자인 시스템을 깊이 연구하게 되었고 영어와 일본어로 된 해외의 원사들을 구입해 해독할 수 있을 정도의 어학실력을 갖추고 있었기에 선진국들의 편집디자인 사상과 방법을 쉽게 받아들일 수가 있었습니다. 그리고 대학에서 학생들에게도 그 사상과 방법을 반복누적해서 전수할 수가 있었던 것입니다.

2005년 1월에 황부용은 조선일보사로부터 초청을

받아 2006년 4월까지 편집국으로 출근하면서 신문디자인과 관련하여 여러 가지 실험을 했습니다. 한글제호 도입도 검토했으나 바꾸지 않기로 결론을 내렸습니다. 황부용은 오랜 세월 대한민국에서 최고의 발행부수를 자랑해 온 신문으로서 6번이나 디테일을 다듬는 과정을 거친 세련된 제호 디자인을 한글제호가 아니라는 이유만으로 바꿀 필요는 없다고 자신의 판단을 피력했습니다.

오히려 후발 경쟁 신문사의 차별화 전략에 휘말려 들어서 스스로의 정체성을 망가뜨리는 부화내동이 되어버려 오랜 세월 충성심을 가지고 애독해 온 독자들을 배신하는 행위가 될 수 있다고 했습니다. 당시 조선일보 편집국에서 황부용은 신문 편집 포맷 리뉴얼 디자인뿐만 아니라 오피니언 '발언대' 면에 일러스트레이션을 21회 연재하고 '책' 섹션 프론트 페이지의 아트디렉션에도 개입하는 등 여러 가지 실험을 했습니다.

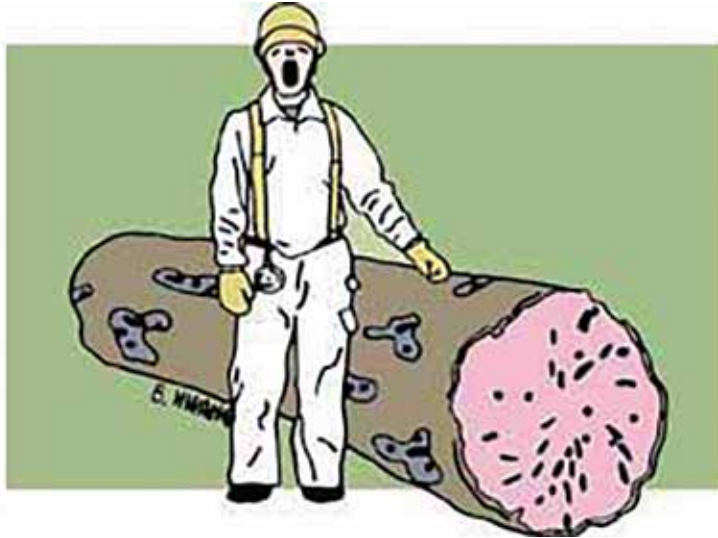
2010년 여름 조선일보 편집국에서는 다시 황부용을 초빙해서 지면 디자인 업그레이드 문제에 관해 일주일 동안 번번 자문을 구하는 프로젝트를 3개월간 지속했습니다. 당시에 담당자는 현재 조선일보 주필로 많은 애독자들의 사랑을 받고 있는 칼럼을 집필하고 있는 이상훈 부국장이었으며 프로젝트 종료 직후 이듬해부터 약 3년간 편집국장으로 활약했습니다. 2005년 당시 담당자는 김창기 부국장이었으며 역시 프로젝트 종료 직후 이듬해부터 약 3년간 편집국장으로 활약했습니다. [2022년 9월 30일]

139



Design Consulting and a Manual planning, Reformat of the newspaper design & editorial system for daily newspaper The Electronic Times/ 2001

ILLUSTRATIONS



Illustrations for daily newspaper the Chosun Ilbo, Opinion/ 2005



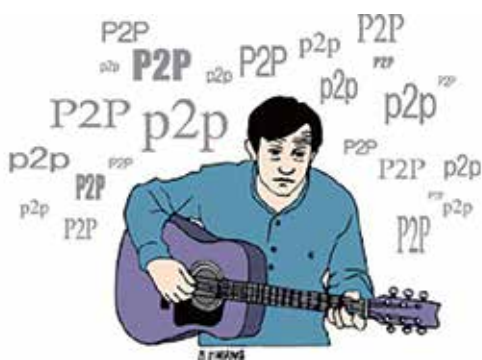
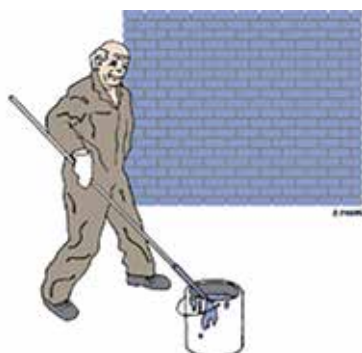
Illustrations for daily newspaper the Chosun Ilbo, Opinion/ 2005





2005년 조선일보사로부터 신문디자인 전문위원으로 초청을 받아 여러가지 지면 개선 문제를 실험했습니다. 그 중에는 오피니언 면에 등장하는 외부 필자들의 기고를 위한 일러스트레이션 개발 실험도 있었습니다. 중앙일간의 오피니언 면은 신문지면의 심장이라고도 할 수 있었습니다. 단순 팩트 전달을 넘어 의견·전망·분석을 다루는 오피니언면 강화에 신문사들은 공을 들여왔습니다. 신문사 오피니언면 수는 꾸준히 많아지는 추세입니다. 중앙일보의 지난 2017년 오피니언면을 기존 4개면에서 6개면으로 늘렸고 2019년 7개면으로 확대해 9개 종합일간지 중 가장 많은 오피니언 면을 배치하고 있습니다. 동아일보의 경우 지난 2016년 3개면이었던 오피니언면을 2019년 4월부터 5개면으로 확대했습니다. 그 외의 대부분 종합일간지도 3년 새 오피니언면을 늘리고 있습니다. 현재 경향신문 4개면, 국민일보 4개면, 서울신문 3개면, 세계일보 3개면, 조선일보 3개면, 한겨레 4개면, 한국일보 3개면으로 오피니언 면을 구성하고 있습니다. 문제는 과연 "독자들에게 일할까?" 하는 걱정입니다. 그런데 의외로 오피니언 콘텐츠를 충실히 읽는 독자가 많다고 합니다. 언론인들은 "오피니언 기능 강화가 종이신문이 앞으로 나아가야 할 방향"이라고 말하고 있습니다. [2019년 8월]



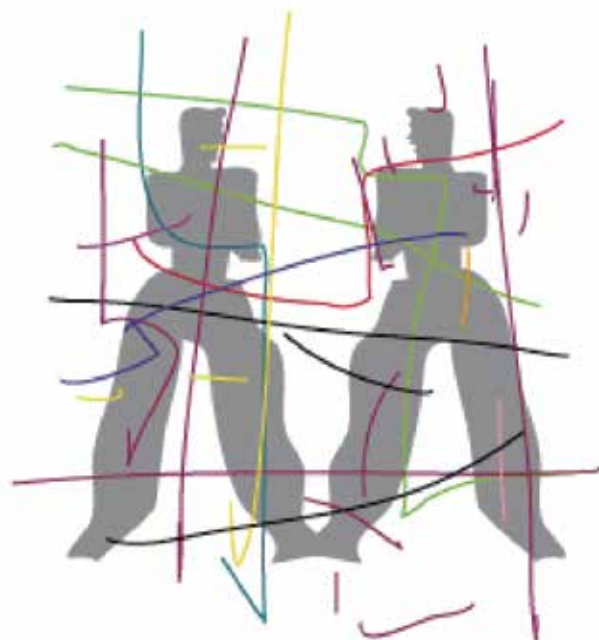








진창욱 중앙일보 대기자는 황부용의 부산고등학교 4년 선배입니다. 1983년부터 1987년까지 황부용이 서울올림픽대회 조직위원회 디자인실장으로 재직 중이었을 때 출입기자로 인연을 맺었습니다. 세월이 흘러 황부용이 신문디자인 전문위원으로 발탁되었을 때 다시 중앙일보 사에서 조우를 했고 진창욱이 중앙일보가 발행하는 뉴스위크 한국판의 주간이 되었을 때 'ON THE NEWS' 라는 칼럼의 삽화 연재를 부탁했습니다. 연재는 1997년부터 2001년까지 4년간이나 이어졌습니다. 1997년에는 붓과 물감을 사용한 정통 일러스트레이션 테크닉으로 그림을 그렸지만 1999년부터 3년간은 어도비 일러스트레이터의 드로잉 기능을 이용한 컴퓨터 테크닉으로 그림을 그렸습니다. 컨셉추얼한 일러스트레이션으로 그림으로 기사 속의 논조를 축약해서 소리치는 역할을 수행했던 것입니다. 국내외의 정치적인 문제를 비롯해서 지구촌의 경제적인 문제와 인류가 당면한 사회적인 문제들에 대해 유머러스한 비주얼 데몬스트레이션으로 기사의 본문을 읽어보고 싶은 충동으로 이어지도록 하는 역할을 맡아 그 임무를 훌륭하게 수행했던 것입니다.





Illustrations for the Newsweek Korean edition 1999~2001/ "NWK- On the News"



TTAC TTAC
 AT A A TA
 ATT CATT C
 ATTACAT AC

反腐敗

www.china.com?
 www.china.com?
 .com?

ichkeria.com.ge
 infocenter.ru

HONGKONG
 HONGKONG

KIPP
 VOUCHER
 VOUCHER
 Education

Illustrations for the Newsweek Korean edition 1999~2001/ "NWK- On the News"

OIL OIL OIL OIL
 OIL OIL OIL OIL
 OIL OIL OIL OIL
 OIL OIL OIL OIL
 OIL OIL OIL OIL

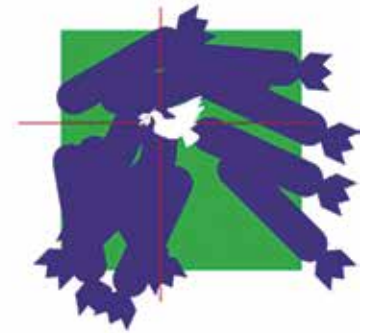
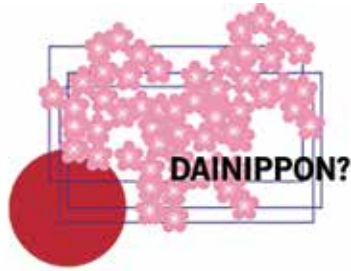
Taipei

TOO BIG TO
 TAIL

RUSSIA

RUSSIA

RUSSIA





Postage stamp design for the Korean government's postal service/ 1987~1994



저에게는 1970년 '부산'이라는 항구도시를 단순명쾌하게 표현한 관광포스터 작품으로 대학미전에서 은상을 수상한 경험이 있었습니다. 1983년부터 제가 서울올림픽대회조직위원회 디자인실장으로 근무하게 되면서 제 머릿속을 떠나지 않고 늘 한구석을 차지하고 있었던 몇가지 생각들 중에는 '서울이라는 도시를 어떻게 단순명쾌하게 표현할 수 있을까?' 라는 것도 있었습니다. 그리고 드디어 그 구상을 표현해 볼 수 있는 기회가 찾아왔습니다. 1988년 체신부로부터 2장의 우표 디자인을 의뢰받은 것이었습니다.

남산과 서울타워 그리고 남대문과 고층빌딩을 점층법으로 구성해 마치 눈이 내려서 쌓인 하얀 도시 서울과 같은 드라마틱한 색채계획을 적용했습니다. 그리고 또 한 장은 부채춤의 군무를 대한민국 서울에서의 올림픽을 기념하는 우표의 주제로 채택했습니다. 1984년 미국 로스앤젤레스에서의 올림픽 입장식 때 한국선수단이 모두 삼태극 부채를 들고 입장해 전 세계 관중들에게 강렬한 인상을 심었던 기억을 소유하고 있었기에 삼태극 부채춤의 군무에 관한 사진들을 찾아서 구도를 뽑아내고 단순명쾌하고 리드미컬한 색채계획을 적용했습니다.

ENVIRONMENTALS



The 300x300cm Super graphic for the lobby of the Olympic Center bldg., "Harmony & Progress"/ 1985



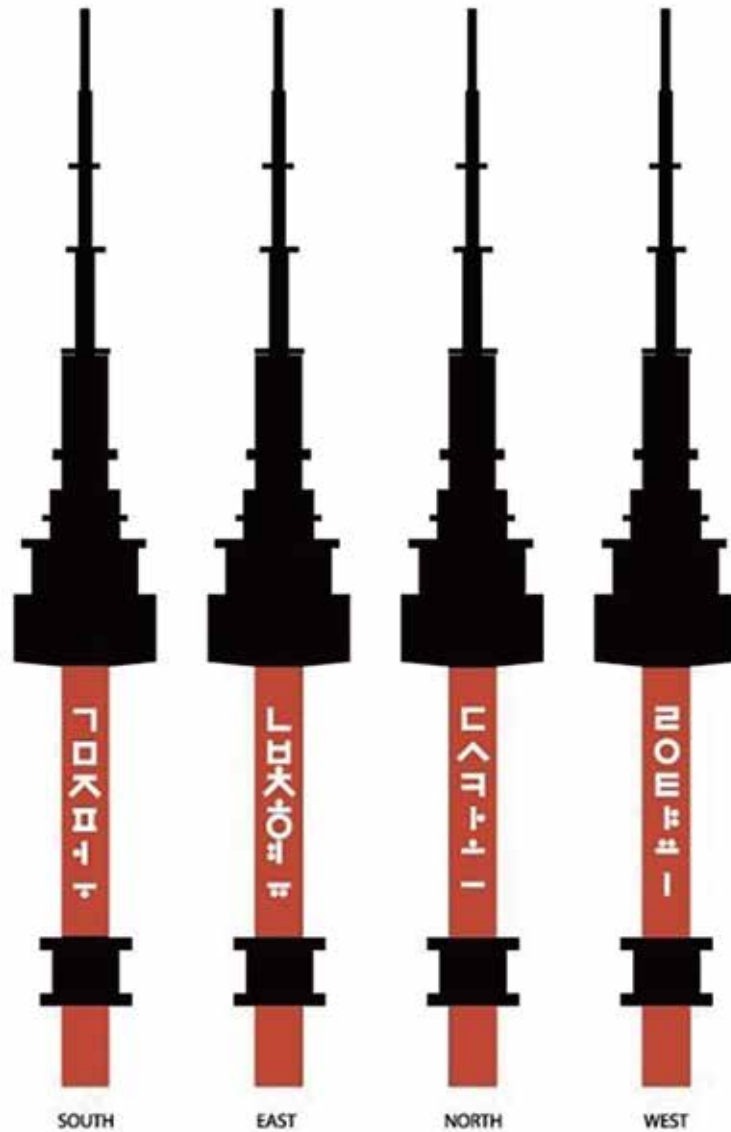
320x250x50cm size monument sculpture for the lobby of the Olympic Center bldg.
 "Five rings of olympic emblem and three Taegeuk pattern of Korea"/ 1985

1986년 3월 30일 서울 송파구 오륜동 올림픽공원 안에 올림픽회관 신축 공사가 완공되었습니다. 1986년 서울아시아경기대회와 1988년 서울올림픽대회를 치르기 위한 준비작업의 하나였습니다. 대지 3만 3520㎡에 연면적 1만 7305㎡ 지하 2층 지상 15층 규모로서 한민족 고유의 전통 한옥의 건축양식을 살린 저층 부분과 현대적 감각을 살린 고층 부분으로 구성되었습니다.

건물 안에는 올림픽 준비 업무 당시, 강당과 대회의실 등으로 사용했던 서울올림픽기념관과 사무실 · 회의실 · 전시실 · 자료보관실 · 대연회실 등이 있습니다. 서울 아시아경기대회와, 서울 올림픽경기대회 때는 조직위원회 사무실로 쓰였고, 그 뒤로는 대한체육회회관으로 사용되어 대한체조협회, 대한양궁협회 · 대한핸드볼협회 · 대한하키협회 등이 입주해 있습니다.

1985년 입주를 앞두고 서울올림픽대회조직위원회 사무국에서는 당시 디자인실장이었던 황부용에게 1층과 2층 로비의 실내장식계획을 제출하라고 했습니다. 황부용은 배만실 · 조성열 등의 작품과 함께 그 자신의 작품 2점도 설치했습니다. "화합과 전진"을 테마로 한 300x300cm 규격의 수퍼그래픽 한 점과 "오륜과 삼태극"을 결합시킨 320x250x50cm 규격의 입체조형물 한 점이었습니다.

HANGUL TOWER



한글창제 573주년이 되는 서기 2019년 10월 9일 한글날을 맞이해 지난 2월 YTN에 제안했던 제 아이디어를 다시한번 되새겨봅니다. 제안서를 보내고 나서 담당국장으로부터 사장까지 보고가 되었고 타워를 리뉴얼할 기회가 되면 참고하겠다고 하는 메시지를 전달받기는 했습니다만 과연 현실로 다가올지는 미지수로군요. 첨부한 그림과 같이 남산타워를 '한글타워 (HANGUL TOWER)'로 명명하고 강한 태풍에도 견딜 수 있는 가볍고 튼튼한 동판으로 한글 자모를 새겨서 명실 공히 대한민국을 대표하는 조형물로 격상시키자는 것이었습니다. 파리에 에펠탑이 있고 뉴욕에 자유의 여신상이 있듯이 말입니다.

아시다시피 한글전용에 관한 법률이 만들어 진 것이 1948년이니까 수천 년간 한반도 지식인 사회의 소통수단으로 뿌리 깊게 자리잡아왔던 한문의 우월적 지위를 밀어내고 한글이 이 땅의 대표적인 언어로 자리 잡을 수 있게 된 것은 겨우 70여 년에 불과한 짧은 세월이었습니다. 한글이 대한민국의 대표 언어가 될 수 있었기에 오늘날 고도정보화사회로 자리 잡은 지구촌 전제를 위한 정보통신산업 분야에서 가장 앞서가는 국가가 될 수 있었습니다. 서양 사람들은 구텐베르크의 금속활자를 유사 이래 최고의

발명품이라고 하나 우리 대한민국 국민들은 이제 한글을 민족의 역사상 최고의 발명품이라고 자랑스럽게 생각하게 되었습니다. 현재 승례문을 밀어내고 한글을 국보 제1호로 명명해야 한다는 여론도 지식인들 사이에 출몰합니다.

한편, 파리의 에펠탑이나 뉴욕의 자유의 여신상과 같이 서울의 상징물로서 그동안 여러 가지 아이디어가 인구에 회자되었으나 그 어느 것 하나도 남산타워만한 것은 없었습니다. 그러나 1975년 건립된 YTN 남산타워는 해발 479.7m 첩탑 101m 탑신 135.7m로 서울의 랜드마크이자 대표적인 관광 명소입니다만 50여 년 전 설계 당시의 국내 디자인 역량의 한계로 무언가 상징물로서는 조형성이 2% 모자란다는 여론들이 많았습니다. 그래서 저는 남산타워를 영혼이 있는 조형물로 격상시켜 통신수단으로서의 기능 발휘에 더하여 대대손손 전할 이야기, 전 세계 방방곡곡에 전할 대한민국 국민의 창조적 탁월성을 알리는 사상을 입히자는 주장을 해보게 된 것입니다.

타워를 첨부한 그림과 같이 1~2mm 정도 두께의 얇은 동판을 사용해 마치 김으로 김밥을 말듯이 동판으로 타워를 말아서 한글 자모 중, 자음 14자와 모음 10자 모두 24자를 동판의

뚫린 부분을 통해 장식적으로 표기하는 것입니다. 즉 자모 부분은 뚫어진 동판 사이로 원래의 가동 소재의 백색과 질감 그대로 노출되는 것입니다. 동판은 전체적으로 용접으로 이어붙이고 자음 중 3자는 내부에 이탈되는 작은 부분이 발생하므로 그 부분만 타워에 구멍을 뚫어 볼트와 너트로 고정시키면 됩니다. 시공방법에 따라 타워와 동판 사이에는 에폭시와 같은 접착제가 일부 사용될 수도 있겠습니다.

아시다시피 동판은 반영구적이며 시공이후 약 20여 년 간 짙은 밤색으로 점점 어두워졌다가 밝아지는 과정을 거쳐 20년 이후에는 국회의사당 지붕과 같이 녹청색을 유지하게 됩니다. 그러니까 저의 아이디어는 남산 서울타워가 1975년 완공 이후 45년 이상 만에 명실 공히 영혼이 있는 조형물 한글타워로 품위 있게 다시 태어남으로써 통신수단과 관광지로서의 기능 발휘에 더하여 대대손손 전할 이야기, 전 세계 방방곡곡에 전할 대한민국 국민의 창조적 탁월성을 알리는 표음문자 창조의 과학과 애민 사상의 뜻을 입게 되기를 기대했던 것입니다. 이 글을 읽는 여러분들의 생각은 어떠십니까? [2019년 10월]

NAMSAN TOWER



In 2019, Buyong Hwang sent a proposal to the president of YTN Broadcasting Station, the owner of Namsan Tower, which is built on top of Namsan Mountain in the center of Seoul. It was to engrave 24 Korean alphabet on the tower's skin, which Koreans are most proud of. His idea was not adopted, but it was well received by many people. Westerners say Gutenberg's metal type is the best invention in history, but the Korean people are proud to see Hangeul as the best invention in the history of the nation.



Buyong Hwang carried out an environmental design project titled "The Sidagm (Poem-Tea-Music) Street" on May 28, 2003. A presentation was made before the Mayor of Anyang City on June 10, 2003. The Master plan was approved by the Mayor of Anyang City, on July 23, 2003. The construction will have continued for 30 years or more.

안양시 동안구 갈산동 자유공원 앞 도로에 지난달 7일 한아름이 넘는 커다란 돌기둥이 세워졌다. 그 기둥 옆으로 크고 작은 돌항아리 8개가 놓였다. 항아리 안에는 부레옥잠이 동실 떠 있다. 그 앞쪽에는 난데없는 시비(詩碑) 3개가 있다. 사계절의 별자리가 들어있는 돌조각에 '꽃' '자전거' '얼굴' 등 시를 새긴 동판(銅版)을 붙였다. 이 동네 사람들은 이 시비를 '포임스톤'이라고 부른다.

무심히 보면 지자체마다 경정적으로 하고 있는 거리 조경(造景)이겠거니 생각하기 쉽지만, 사실은 주민들이 나서 하고 있는 것이다. 자유공원 앞길 8차선 평촌로 900m를 중심으로 갈산동 일대를 시(詩)로 가득 채우겠다는 것. 거리의 이름은 '시와 차와 음악이 흐른다'는 뜻을 가진 '시·다·금(詩·茶·琴)'으로 붙였다. 지난 5월 아이디어가 나오고, 7~8월 계획을 세워, 9~10월에 상징조형물을 세우고 이제 주민들을 중심으로 '시다금거리 조성위원회'의 사단법인을 만들 작정이니 숨가쁘게 달려온 셈이다.

처음 이 발상은 컴퓨터 그래픽 디자이너 황부용(黃富庸·53)씨에게서 나왔다. 황씨는 "3년 전 안양으로 이사하

산책이나 조깅을 하면서 해 왔던 생각을 옮기고 있는 것"이라며 "거리마다 가로수만 심을 필요는 없고, 문화의 거리라고 해서 꼭 이곳저곳에 조명 딸린 분수대를 설치해야 한다는 법은 없지 않느냐"고 말했다.

지금은 상징조형물들과 3개의 '포임스톤'이 전부지만, 앞으로 2008년까지 해야 할 일이 많다. 일반인들이 생일·환갑 등 기념일에 기념식수(淸樹)를 하듯 '포임스톤' 한 개씩을 기증받을 생각이다. 200만~600만원으로 값은 제법 비싸지만 벌써 10여통의 문의전화가 걸려오고, 예약도 받아 놓았다. 기업들에게는 "아무도 눈길 두지 않는 고속도로에 광고판을 세우는 것에 돈을 날리지 말고 지역문화에 보탬이 되고 있다는 것을 보여라"며 설득할 생각이다. 기업들로부터 10여개, 개인들로부터 50여개를 기증받은 포임스톤이 거리에 차곡차곡 들어서게 된다.

자유공원을 둘러싸고 있는 웅벽(熊壁)도 새롭게 꾸밀 생각이다. 웅벽면에 시를 새긴 검은빛 돌이나 동판을 돌가루가 혼합된 강력점착제로 붙인 '포임플레이트'가 칙칙한 회색 담장을 덮게 된다. 근처에 있는 학교 학생들과 함께 시를 금속 파이프에

새겨 박아 놓으면 대나무 숲처럼 일렁이는 '시의 숲'이 될 것이다.

시(市)에 요청해 자투리 공간도 바꿔볼 생각이다. 잔디가 잘 자라지 않은 그늘에는 맥문동과 바위취를 심어 붉은 흙더미가 밖으로 드러나지 않게 해 달라고 시에 요청했다. 아이들 잔디밭으로 들어오지 못하도록 팻말을 붙이지 말고, 자주 다니는 길에 통나무를 자르거나 못쓰게 된 철길 받침목을 덧대 말놓고 다닐 수 있는 통로를 시가 나서서 만들어 주기를 바라고 있다.

길이 바뀌면 주변이 바뀔 것이라는 게 시다금 사람들의 생각이다. 만들어지게 될 길을 중심으로 간판도 바꿔달고, 상점들이나 집집마다 시를 내거는 곳으로 꾸미겠다는 것. 고서점·레코드점·다기점·음식점도 발로 뛰어 유치해 이름에 걸맞는 거리에 바꿔 나갈 계획이다. 황씨는 "인사동이 흘러간 문화의 거리라면, 시다금 거리는 미래지향적인 거리가 될 것"이라며 "5년 뒤 이 곳의 달라진 모습을 두고 보라"고 했다. [2003년 11월 30일자 조선일보 김정훈 기자]

