“I can_ 나는... 찬란하게 승리하였다”

제35회대한민국산업디자인전람회 대통령상을수상하기까지

글/ 김한(60회상아트디렉터)

작년 4월, 대한민국산업디자인전람회공모가얼마 남지 않았을 때다. 작품을 내야 한다는 압박감이 목을 조였던 듯한 느낌을 기억한다. 결국 광고주와의일정으로공모전마감일까지4일을꼬박새는바람에아이디어발전은커녕썸네일조차못해보고접어야했다. 내년에는작품을꼭내야겠다고 마음 속으로 몇번이나 다짐했었는데 어느새 일년이 지나 대한민국산업디자인전람회공모가나붙었다. 바쁜회사업무를제쳐두고자기개발을내세워공모전을준비한다는일, 그건어느회사에서도이해해주지못할것이다. 물론2가지일을모두잘해낸다는것이무척힘들겠지만 항상 최선을다하는회사 임직원들의 분위기에 힘입어 이번공모전에참여하게 되었다.

이번작업을같이한민명선씨는금강기획에서 광고 디자이너로 수년간 일해오면서 최근 60회에 합류한 유능한 크리에이터다. 사실 민명선 씨와는 대학재학 중에도 제일기획광고대상에 같이 참여하여기획부문상을수상하기도했다. 돈독한파트너쉽이이번작품에서시너지효과를낸것같다. 어떤브랜드로승부할까? 공익광고나 문화 관련 캠페인은 어떨까? 우리는 서두부터혼란의벽에부딪히기시작했다. 우선작년에 KIDP원장상을 수상한 ‘60회비상’ 정종인씨의 작품이 나이키였기 때문에나이키로 결정했다. 일단많은기초자료가준비되어있었고근사한 작품을 만들어보겠다는 욕심이생겨 이번공모전 뿐만 아니라해외공모전에도도전해볼 생각이었다.

자료조사중“Just do it”이라는기본컨셉외에도“I can”이라는태그라인을개발해“ 나는할수있다 ”라는진정한스포츠정신을강조하는전략을 생각해냈다. 이런 광고전략의 연속선상에서 접근해 볼까, 아니면 전혀 새로운 뭔가가 없을까? 기존스포츠마케팅관련자료를 모으고여러 가지 브레인 스토밍, 썸네일을 해보기를 며칠…. 정말며칠밤낮을고민했는지모른다. 머리를식히기로했다. 바로회사앞이홍익대, 두사람이 같이 대학원에 재학중이어서 자연스럽게 홍익대로향하게되었고, 운동장스탠드에앉아 멍하니 농구에 몰두하고 있는 학생들을 바라보았다. 모두가땀에흠뻑젖어있었다. 그들이 가지고있는공들은낡은것들이었다.

낡은공? 닳은 공? 공이 터진다? 뭔가 희망이 보였다. 그런데희망도잠시나이키에서농구공을생산하지않는다면타당성이없었다. 광고에 설득논리가없어진다는다는얘기다. 그러나터진공을통해서도희망을얘기할수있다는것은 나이키 정신과도 일맥이 통한다. 뭔가 큰 것이 터질것 같은데 한 번 확인해보자. 본사로의 전화, 불친절한전화매너, 그러나한가지확실하고 기분좋은 사실은 나이키에서 축구공과 농구공이 여러 가지 모델로 출시되었다는 것이었다. “고맙습니다.”

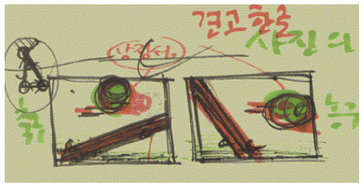
축구공과 농구공을 키 비주얼로 등장시켜 닳고닳은공의모습에서나이키라는로고는지워졌어도가슴속에우리의의지는불타고있고정신은살아있다는얘기를하기로했다. 그런데어딘가, 무엇인가빠진듯한느낌, 바로긴장감이었다. 그래서생각한것이‘ 공을발로찼는데터져버렸다 는그순간의긴장감을연출하기로하였다. 하지만문제는엉뚱한곳에서시작되었다. 홍익대체육관에서얻어온그닳아진농구공에비등할만한축구공이없다는것이다. 처음에는나이키 축구공을 구입해서 사포로 문지르고 황토흙에문지르고해서강제적으로닳은모습을만들려했으나오랜세월동안닳아진농구공과는 많은차이가있었다. 그러다가오래된축구공을 어렵사리구해서촬영에성공했다.

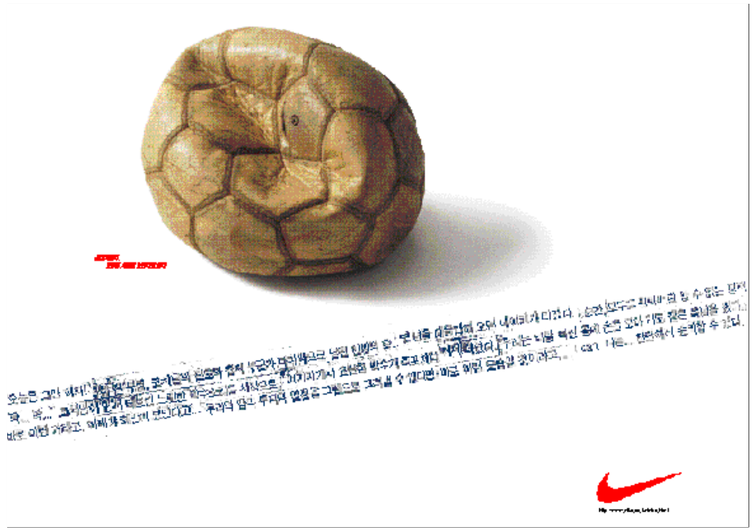
레이아웃또한만만치않았다. 터져버린축구공과농구공의비주얼을이쪽, 저쪽으로배치해보고, 크기를조절해보아도긴장감이조성되질 않아서어려움을많이겪었다. 그럼에도우리는 바람빠진농구공, 축구공의모습과사선으로배치된카피와 나이키로고만으로, 오랫동안함께 한닳고닳은나이키의공은결국터져버렸지만 그와동시에스포츠에대한열정과의지는더욱 더불타오르고있음을역설적으로보여주는데 성공했다. 즉, 나이키는터졌지만스포츠정신은 살아 있으며‘ 나이키는 곧 희망 임을 형상화한 비주얼이라고 할 수 있다. 바람 빠진 공 표면에 나이키의심볼이보일듯말듯어렴풋하게보임으로써그동안숱한감동의순간을이공이함께 해왔다는것을포스터를보는사람들은자연스럽게느끼게된다.

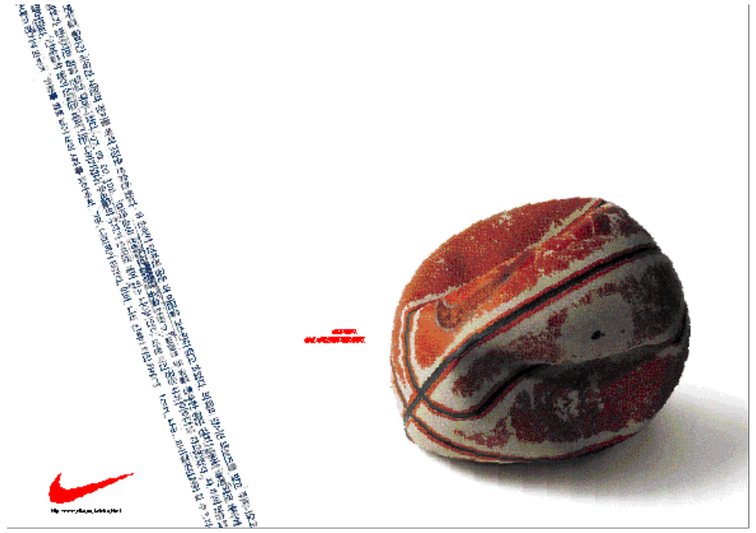
또한 드라마틱하고 감동적인 카피를 공 옆에 사선으로 배치시킨 것은 경기장의 보드 라인을 형상화한것으로, 경기장의심볼이라고할수있는선과공, 그리고반대편의나이키로고가팽팽하게 대치하면서 긴장감을 연출하도록 의도한 것이다. 터진 공과 함께 박수를 치며 새 희망을 얘기하는 것, 터진 공과 함께 이제 나의 신화를 이룰것임을맹세하는카피와공비주얼은스포츠에대한집념과의지를그어떤리얼한모습보다강렬하고드라마틱하게표현하고있다.

이번 나이키포스터의 핵심포인트는인식의 전환이다. 공이 터져버렸다는 네거티브한 접근이 코치님의 박수소리로연결되면서극적 효과로반전되고있는것이다.

포스터와는 대학 2학년 때 제20회 상공미전에서입선을시작으로인연을맺었다. 1980년대 초반에는 포스터라는 매체가 그래픽 분야에서 중요한자리를차지하고있었다. 그런데1980년대후반부터제일기획, 엘지애드, 대홍기획등을 중심으로 하는 각종 대학생광고대상이 1990년대 중반까지 인기가높아지면서그래픽 디자인을 공부하는 학생들에게 포스터가 외면당하기







시작했고 1990년대후반에와서는인터넷열풍으로너도나도웹디자인에매달리는것을보았다. 그런현상의 중심에서 나는‘ 이제포스터의 열기가식어버린것은아닐까? ’ 타이포디자인을비롯한갖가지실험적인비주얼작업을통하여 기존의 형식을 과감하게 거부할 수는 없을까? ‘ 산업디자인전에서 보여지는 포스터들에서는신선한것들을찾기어려울까? ’라는생각들을 하게 되었다. 이런 와중에 기존의 형식을 탈피하는 작업으로 다소 위험부담을 느끼기는 했으나좋은작업, 새로운형식을보여주겠다는 욕심이 포스터의 새로운 장을열어갈원동력이 되리라고확신했다.

그런데입상에대한욕심이없었던것은아니지만 대통령상은 너무나 감격스러워 뭐라표현할수없을정도였다. 드라마틱하고감동적인내용의카피를 운동 경기장의보드라인을연상시키기위해사선으로배치한타이포그래픽처리방법이나 본문 카피를 중심으로 양쪽에서팽팽한긴장감을주는극대비의레이아웃, 그리고여백은코치님의박수소리가들려오기바로 0.1초전의 긴박한 상황이라는 그래픽의 섬세한표현이 어필한 것일까? 상당한운도 따랐을 것이다. 그러나무엇보다기존대한민국산업디자인전람회의 풍을 과감히 탈피하려는의지가반영되었다는사실이대통령상을수상하게된또다른이유가아닌가싶다. 사실시각부문에서대통령상을받은것은그인식이나규모에비춰볼때흔치않은일이다. 더구나포스터로대통령상을받은것은 35회역사동안2번째의일이다.

과감하게 기존의 형식에 반하면서도 새로운 트렌드를 제시했다는점에서좋은 점수를 얻었다는심사평을들었을때자기확신을갖고작업하는것이정말소중한것이라는자신감을얻을 수있었다.

또한최근 60회비상의좋은결과들, 도야마국제포스터트리엔날레와부르노국제그래픽비엔날레, 그래픽디자인의세계최고의권위지인 <그래피스포스터 애뉴얼2000> 등에 작품이 선정(5년 연속 8작품이 선정)되었던 성과들도 나를채찍질한스승의역할을한것같다.

김한(Han Kim)
전남대학교응용미술학과를졸업하고현재홍익대학교광고홍보대학원에재학중이다. 601비상 CR2팀장을맡고있으며서울예술대학에 출강하고있다. 1989년부터1997년까지제일기획프로모션제작팀, 챌린지팀에근무하였으며, Graphis Poster Annual 2000, 부르노국제그라픽비엔날레2000 선정, 런던국제광고상등에작품이선정되었고, 저공비행전(작품에손대시오-대한공간 ‘ 풀 ’), 생활속의미술 -2000 캘린더디자인전(가나아트센터), 새즈믄해천년하장특별전(로댕갤러리)의전시회에참가하였다.