

DESIGN IS A JOB

디자이너, 직업을 말하다

마이크 몬테이로 지음 | 에릭 슈피커만 추천



음긴이 박준수

캐나다에서 영문학을 공부했고, 사진가로 네 번의 개인전을 가졌다. 2007년에 철회된 동대문 운동장의 마지막 모습을 기록한 사진들로 2012년 《동대문운동장: 아파하지 않는 사람들을 위하여》를 출간했으며, 2014년 서울역사박물관에서 열린 〈잘 가, 동대문운동장〉 전시에 참여했다. 지금까지 세계 20여 개국을 여행했으며, 그린피스 서울 사무소, 세이브더칠드런, 아시아 소사이어티 코리아센터, 캐나다 국립영상원, 론리플래닛 매거진 코리아와 협업하는 등 사진가로서 왕성하게 활동하고 있다.

디자이너, 직업을 말하다

마이크 몬테이로 지음 | 에릭 슈피커만 추천

디자이너, 직업을 말하다

초판 인쇄 2014년 12월 10일

초판 발행 2014년 12월 15일

지은이 마이크 몬테이로

음긴이 박준수

감수자 백승관

펴낸곳 웹액츄얼리코리아(주)

출판등록 제2014-000175호

주소 서울시 강남구 논현로 707 3층

전화 (02) 542-0411

팩스 (02) 541-0414

웹사이트 books.webactually.com

페이스북 fb.com/webactually

트위터 @webactually

책임편집 윤주용

편집디자인 김수미

ISBN 979-11-85885-03-2 13000

* 잘못되거나 파손된 책은 구입하신 곳에서 교환해드립니다.

* 정가는 뒤표지에 있습니다.

독자 여러분, 안녕하세요? 아름다운 웹사이트 만들기 시리즈 일곱 번째 책, 《디자이너, 직업을 말하다》를 소개합니다. 이 책은 디자이너라면 사회생활에서 적어도 한 번쯤은 깊이 고민해보았을 만한 이슈들을 다루고 있습니다. 여러분께서 현재 디자이너로 일한다면 이 책을 읽고 자신감과 문제를 해결할 수 있는 폭넓은 지혜를 갖게 될 것이며, 디자이너 지망생이라면 디자이너로서의 경험을 미리 간접 체험할 수 있을 것입니다.

같은 디자이너라도 세부 분야에 따라 여러분에게 주어진 업무는 천차만별일 것입니다. 그 업무가 무엇이든지 여러분은 ‘디자이너’라는 직업적인 공통분모를 공유하고 있습니다. 그리고 다른 직업의 삶과 마찬가지로 디자이너의 삶도 초짜에서 전문가가 되기까지 그 과정은 순탄치 않습니다. 성공하는 기쁨 외에 실패에 대

일/러/두/기/

- 이 책에서 옮긴이 주는 *로 표시하여 페이지 하단에 표기하였습니다.
- 이 책에서 편집자 주는 *로 표시하였습니다.

한 좌절, 고객과 동료에 대한 불만, 돈 문제 등의 고민이 때때로 엄습해 오곤 합니다. 치열한 경쟁 속에서 성공하는 삶은 누구나 다 꿈을 꾸지만 실제 그 목표를 이루는 이들은 소수에 불과합니다. 그럼, 디자이너의 성공하는 삶과 실패하는 삶은 무엇이 다를까요?

타이포그래피의 대가인 에릭 슈피커만이 위의 질문에 대한 정답을 제시하는 듯합니다. “디자이너로 살아간다는 것은 결국 태도의 문제입니다. 물론 기술도 갖춰야겠지요. 하지만 우리의 경험에 비추어볼 때 기술은 귀 기울이고 관찰하고 공부할 준비만 되어 있다면 하나둘씩 익혀나갈 수 있습니다. 그러나 제대로 된 태도를 갖추지 못하면 당신은 항상 누군가에게는 장사치로, 또 다른 누군가에게는 광기 어린 예술가로 인식되고 말 것입니다.”

이 책의 저자 마이크 몬테이로 역시 기술 습득이 아닌 디자이너로서의 태도에 대해 얘기를 합니다. 그는 디자이너로 경력을 쌓기 시작해서 풀 디자인 회사를 창업을 하고 10년 이상 운영해 온 베테랑 디자이너입니다. 《디자이너, 직업을 말하다》의 1장부터 10장까지 그는 디자이너로서 겪은 다사다난했던 경험과 그만의 값진 노하우를 모든 디자이너와 나누고 있습니다. 심지어 그는 아는 친구에게도 말하기 어려운 경험까지도 여러분에게 도움을 주고자 공유합니다.

디자이너라는 공통분모를 가진 여러분은 아마 이 책을 한 장 한

장 넘기면서 그의 말이 본인의 얘기처럼 느껴질지도 모르겠네요. 그가 제시하는 내용에서 자신감을 얻고 어려움에 굴하지 않는 태도로 변할 거라고 믿습니다.

이 책을 멘토로 삼아 디자이너로서의 삶을 힘차게 성공적으로 나아가길 진심으로 응원합니다. 독자 여러분의 많은 관심과 격려 바랍니다.

웹액츄얼리 북스팀

한국어판 출간에 앞서

《디자이너, 직업을 말하다》를 한국에서 출간하게 되어 기쁩니다. 물 디자인의 공동 창업자이며 재담가 마이크 몬테이로는 여러분이 더욱 훌륭한 디자이너로 발돋움할 수 있게 도움을 드리고자 합니다. 계약을 성사시키는 일부터 당신의 디자인 철학을 상대에게 납득시키는 일까지, 고객과 함께 일하는 것부터 팀원들과 서로 협력을 하는 것까지, 여러분들께서는 이 책을 통해 디자인 작업만큼이나 디자인과 관련된 비즈니스를 다루는 것이 중요하다는 점을 깨닫게 될 것입니다. 자신이 직접 경험했기에 마이크는 이 간결한 책을 여러분이 꼭 알아야 하는 내용으로 채웠습니다.

— 제프리 젤드먼, 마이크 몬테이로



We are pleased to present the publication of *Design Is a Job in Korea*. Co-founder of Mule Design and raconteur Mike Monteiro wants to help you do your job better. From contracts to selling design, from working with clients to working with each other, you'll learn why navigating the business of design is just as important as the craft of it. Cultivated from his own experience, Mike packs this brief book with knowledge you can't afford not to know.

— Jeffrey Zeldman and Mike Monteiro



언젠가 어떤 고객이 저를 데리고 그의 공장 구석구석을 다녔습니다. 그는 저에게 각 기계공구가 어떻게 작동하는지를 보여주었고, 배송과 재고 시스템에 대해 설명했으며, 구내식당에서 점심을 대접해 주었고, 모든 직원들에게 저를 소개해주었습니다. 방문 일정을 마칠 즈음, 그는 저에게 “만약 당신의 디자인이 실패한다면, 이 사람들 모두 일자리를 잃게 됩니다.”라고 말하더군요.

디자인은 ‘설득’의 직업입니다. 가장 민감해하는 최종 사용자인 고객에게 디자인을 설득하지 못한다면 여러분의 재능과 경험은 아무런 의미가 없습니다. 버튼을 클릭하거나 사진이 확대되도록 화면에서 손가락을 모았다가 펼치라고 pinch-zoom 사람들을 설득하기 전에, 반드시 고객을 확신시켜야 합니다. 고객은 여러분을 제대로 업무 수행하는 전문가로서 신뢰해야 합니다. 그렇지 않으면 ‘모든 직원은 일자리를 잃게 됩니다.’

《웹 디자이너를 위한 HTML5》와 《웹 디자이너를 위한 CSS3》에서 모던 웹사이트를 만들기 위한 툴을 제공했다면 이 책에서는 생계 수단을 구축하기 위한 기반-platform을 제시합니다. 《웹사이트를 위한 콘텐츠 전략》과 《감성 디자인》에서 독자를 사로잡는 방법을 가르쳐주었다면, 이 책에서는 비즈니스를 관리하는 방법을 설명합니다. 게다가 《모바일 우선주의》와 《반응형 웹 디자인》에서 변화하는 사용자의 사용환경을 다루는 방법을 보여주었다면, 이 책에서는 전문가로서의 삶 속, 변화하는 환경 속에서 스스로

견디도록 여러분이 진로를 정하도록 해줍니다. 이에 관해서라면
물 디자인의 신랄하지만 유쾌한 마이크 몬테이로보다 더 좋은 길
잡이는 없습니다. 독자 여러분은 이 책을 정말 좋아할 겁니다. 그
리고 여러분의 일상 업무와 경력에도 이를 활용하게 될 겁니다.

제프리 젤드먼 올림



제프리 젤드먼
출판인



제이슨 산타 마리아
디자이너



맨디 브라운
편집자

추천의 글

디자이너로 산다는 건 결국 태도의 문제

온라인에서나 오프라인에서나 마이크 몬테이로 Mike Monteiro는 돌
직구 식 화법으로 유명합니다. 그는 걸어 다니는 ‘헛소리 탐지기’
이고, 일간이들을 모두 걸러내 버리죠. 그건 아마도 그가 오스틴에
있는 복사업체의 로고를 30분 만에 똑딱 완성해내며 디자이너로
서 경력을 쌓기 시작했기 때문일 것입니다. 거짓말이 들통 날지 모
른다는 두려움은 상상 이상으로 힘들지만, 그 때문에 더 긴장하고
전력을 쏟아서 일하게 되니까요. 나도 그 두려움의 양면성을 잘 알
고 있습니다. 나 역시 그래픽 디자이너로서 경력이 전혀 없는 상태
에서 베를린의 한 인쇄업체 로고를 30분 만에 만들어주면서 일을
시작했거든요. 우리 두 사람 모두 실력을 쌓기 전까지 꽤 오랫동안
헛소리를 하며 순간순간을 모면해왔습니다. 그래서 누군가 헛소
리를 하면 한눈에 알아차릴 수 있게 된 겁니다.

디자이너로 살아간다는 것은 결국 태도의 문제입니다. 물론 기
술도 갖춰야겠지요. 하지만 우리의 경험에 비추어볼 때 기술은 귀

기울이고 관찰하고 공부할 준비만 되어 있다면 하나둘씩 익혀나갈 수 있습니다. 그러나 제대로 된 태도를 갖추지 못하면 당신은 항상 누군가에게는 장사치로, 또 다른 누군가에게는 광기 어린 예술가로 인식되고 말 것입니다.

고객들은 자신들이 잘하지 못하는 일을 해결하기 위해 우리 디자이너들을 고용합니다. 그리고 디자이너로서 우리가 가진 지식과 기술과 경험, 무엇보다 태도에 대해 정당한 대가를 치르는 것입니다. 이 두 가지 사실을 잊어서는 안 됩니다. 당신이 '창의적인 예술가 타입'의 디자이너로 알려지는 건 명칭이로 치부되는 것과 마찬가지로입니다. 사람들이 흔히 생각하는 것과는 달리, 디자이너는 예술가가 아닙니다. 물론 디자이너도 구상과 프로세스를 시각화하기 위해 예술적인 방법을 동원합니다. 그러나 예술가와 달리 고객의 문제를 해결하기 위해 일합니다. 세상에 대한 우리의 견해를 제시하기 위해 일하는 것은 아니지요. 우리 디자이너는 제약을 극복하면서 발전하고 희열을 느낍니다. 그렇지만 타협은 죽기보다 싫어하지요. 디자인 프로젝트가 성공적이라는 평가를 받으려면, (성공이야말로 실력의 진정한 잣대 아니겠어요?) 새로운 아름다움을 더할 뿐만 아니라 당면한 문제도 해결해야 합니다.

이 책은 당신이 어떻게 하면 노예 취급당하지 않으면서 디자인이라는 서비스 산업의 일원이 될 수 있는지, 그 방법에 대해 가르쳐줄 것입니다. 예나 지금이나 내가 항상 하는 충고는 배우고 또 배우라는 것입니다. 자, 이 책에서부터 시작해봅시다.

에릭 슈피커만 Erik Spiekermann

추천의 글

디자이너란 직업에 대해 말하다

디자이너로 산다는 게 얼마나 즐거우면서도 힘든 일인지 누구보다 잘 압니다. 디자이너를 지켜보는 게 제 일이기 때문입니다. 국내외 수많은 디자이너들의 멋진 작품을 지켜보는 것과 동시에 그들이 겪는 숭한 고난과 고단한 갈등도 지켜봅니다. 그래서 디자이너라는 직업에 대한 위대함을 더 절실히 느끼는지도 모르겠습니다.

세상에 디자인과 디자이너에 대한 책은 많습니다. 어떻게 디자인하면 좋을지, 좋은 디자인이란 무엇인지 알려주는 책도 많습니다. 하지만 이 책은 그런 책에서 담아내지 못한, 현실적인 디자이너에 대한 얘기가 풍부합니다. 책의 서술이나 내용은 그다지 우아하지도 고상하지도 않지만, 디자이너라는 직업을 애써 더 매력적으로 보이게 포장하지도 않지만, 직설적이면서 디테일합니다. 특히나 '못 받은 돈 받아드립니다' 같은 챕터는 많은 디자이너가 고민하는

문제이지만, 정작 책에서 내놓고 언급한 건 처음 본 듯합니다.

이 책은 좀 더 현실에 가까운 디자이너라는 직업에 대해 얘기합니다. 현실에서 디자이너는 정말 ‘디자인만’ 하는 건 아니기 때문이지요. 디자인을 하기 위해서 다양한 커뮤니케이션도 하고, 설득과 협상도 하고, 때론 돈 얘기도 해야 합니다. 아마도 커뮤니케이션이 무엇보다 중요한 직업 가운데 디자이너는 최상위로 손꼽힐 겁니다. 그럼에도 사람을 상대하거나 돈 이야기하는 데 서툰 디자이너가 의외로 많습니다. 디자인 자체는 즐겁지만 그 외 나머지에 대해서는 서툴고 어색해하는 것이지요. 이해됩니다만 그래선 오랫동안 디자이너로 일하기 쉽지 않습니다. 이 책을 통해서 디자이너라는 직업에 대한 좀 더 현실적인 이해와 함께, 직업적 태도에 대한 생각을 해볼 수 있었으면 좋겠습니다.

전은경, 월간 <디자인> 편집장

월간 <디자인> 편집장. 디자인 전문기자로 활동하며 세계적인 디자이너들을 비롯해 다양한 분야의 디자이너, 디자인 경영인을 인터뷰하고 주요 디자인 행사를 취재했으며 그 속에서 디자인 트렌드를 발굴하는 기사를 주로 써왔다. 디자인에서 새로운 가치를 찾는 마케팅과 트렌드가 주요 관심사이자 전문 분야다.

프롤로그

디자이너로 살아가는 법을 알려주고 싶었습니다

나는 디자인을 사랑한다. 좋은 디자인을 만나면 기분이 좋다. 좋은 디자인에 도달하는 과정과 도중에 겪게 되는 흥미로운 실패들을 사랑한다. 그리고 동업자와 함께 밑바닥에서부터 키워온 나의 회사에서 디자인 작업으로 번 돈으로 생활을 유지하는 특권을 누리고 있음에 깊이 감사한다. 나는 디자인에 대한 논쟁과 비평을 모두 다 좋아한다. 내가 3년 전에 고용한 누군가가 이제는 내 디자인을 개선할 정도로 성장한 것도 멋진 일이다. 또 이 모든 것을 가능하게 만든 고객들을 전적으로 사랑한다.

그럼, 이제부터 당신 얘기를 해보자. 나는 그 누구보다 당신을 좋아한다. 그렇기에 당신이 매번 깨지는 것을 보는 데 지쳤다. 아무도 제대로 가르쳐주지 않았기 때문이다. 당신이 돈을 받지 못해 발을 동동 구르는 것도 속상하다. 매일 밤늦게까지 야근하는 것도

모자라서 주말까지 일에 파묻혀 지내는 것도 괴롭다. 이 일을 하게 되면 포트폴리오가 더욱 화려해질 거라는 누군가의 감언이설에 넘어가서, 돈도 제대로 받지 못한 채 디자인을 완성해내느라 정신 없는 상황도 안타깝다. 디자인만 좋으면 저절로 고객이 줄을 설 것이라고 기대하며 멍하니 앉아 있는 당신을 보는 것은 이제 신물이 난다.

그래서 이 책을 썼다. 바로 당신을 위한 책이다. 이 책을 다 읽으면 굽은 당신의 허리도 꼳꼳해질 것이다. 그 뿐만 아니다. 디자이너로서 생계를 꾸리고 살아가는 방법도 알려줄 것이다. 고객을 대하는 법, 디자인 가격을 산정하는 법, 그리고 디자인 비용을 받는 법 등 전문 디자이너로서 일할 때 필요한 기본사항을 담았다. 또한 디자이너라는 직업이 지니고 있는 모든 측면을 이 책에서 제시하는 기본사항과 연결하고 적용하는 방법을 다룰 것이다. 이 책의 목적은 디자이너라는 직업에 대한 당신의 관점을 재능에만 국한하지 않고 비즈니스와 커뮤니케이션 부분까지 확장하는 데 있다.

나는 당신이 책을 빨리 읽고 나서 다시 일에 몰두할 수 있도록 얇게 만들었다. 이 책에서 나는 어떤 '체계'를 두지 않았다. 이 책을 읽다가 '일을 체계적으로 할 수 있도록 도와드립니다'라고 요란하게 약속하는 색인카드 따위를 사기 위해 허겁지겁 뛰어갈 일도 없을 거다. 현실을 직시하라는 말도 하지 않겠다. 버킷리스트에 다섯 개의 항목을 추가할 일도, SNS 전략을 수정할 필요도 없다. 아무도 몰랐던 비밀을 찾아낼 일도 없을 것이다. 다만 당신 스스로에

대해 자신감을 얻게 될 것이고, 당신의 기술에 대해 좀 더 깊이 이해하게 될 것이다.

왜 내 얘기를 들어야 하느냐고?

나는 지난 10년간 동업자인 에리카 홀 Erika Hall 과 함께 물 디자인 Mule Design 을 운영해왔다. 그전에는 새로 창업한 기업과 사내 마케팅 부서, 다른 디자인 회사에서 디자이너로 일했다. 프리랜서로 일하거나 하청을 받기도 했는데, 아마도 나는 세계 최악의 직원이었을 것이다. 디자이너로서 처음 했던 작업은 텍사스 주 오스틴에 있는 한 인쇄업체의 전자출판 부서 로고를 30분 만에 만들어준 것이었다. 그 일을 따내기 위해 내가 경험이 풍부한 디자이너라는 거짓말을 했다. 그리고는 뭘 하는지조차 모르면서 일을 해치웠다는 사실을 누군가 알아낼까 봐 수년간 전전공공하며 두려움에 떨었다.

내가 디자인 회사를 창업하게 된 데는 몇 가지 이유가 있다.

첫째, 나는 최악의 직원이었다. 지금까지 내게 일을 시킨 누구보다도 회사를 잘 운영할 자신이 있었다. 그들이 왜 그렇게 힘들게 회사를 운영하는지 이해할 수 없었다. (나중에 알고 보니 그들의 공통적인 문제점은 바로 나를 고용했다는 것이었다.)

두 번째로, 나는 함께 일할 고객을 고르고 싶었다. 디자이너로서 신념은 내가 만들어서 세상에 내보낸 것들에 책임을 져야 한다는 거다. 회사에 다니거나 일을 하청받으면, 내가 할 일을 선택할 수 없게 된다. 회사를 운영하다 보면 윤리적으로 도저히 받아들일 수

없지만, 회사를 유지하기 위해 어쩔 수 없이 맡아야만 하는 일도 생긴다. 그런 상황을 피하기 위해 우리는 의도적으로 회사 규모를 작게 유지하려고 노력하고 있다.

세 번째로, 나는 좋은 동업자를 찾았다. 그리고 그녀와 함께 계속 일을 하고 싶다.

지난 10년 동안 물 디자인을 운영하면서, 우리는 온갖 상상할 수 있는 실수란 실수는 다 저질렀다. 공짜로 일을 해주기도 하고, 전략을 수정하는 와중에도 계속 일만 했다. 가만히 앉아서 고객이 찾아오기만을 기다리기도 하고, 사기도 당했다. 입찰을 넣었는데 말도 안 되는 멍청한 이유로 떨어지기도 했다. 계약서 없이 일하기도 했다. 이 책에서 당신에게 저지르지 말라고 신신당부하는 모든 실수를 이미 저질러왔다. 장담컨대, 당신도 실수할 것이다. 나와 똑같은 짓은 안겠지만, 더 새롭고 더 황당한 실수를 저지를 것이다. 왜냐하면 더 좋은 디자이너가 되는 길은 실수하지 않는 데서 시작하는 게 아니기 때문이다. 넘어졌을 때 의연히 일어나서 당신이 빠졌던 수렁을 다른 사람은 피해 갈 수 있도록 하는 데 있다. 말하자면 이 책은 당신을 위해 내가 준비한 경고 표지판인 셈이다.

당신이 더 나아지기를, 미친 듯이 노력하기를, 그리고 합당한 대가를 누리기를 바란다. 디자인은 직업, 다시 말해 돈을 받고 하는 일이니까 그렇다.

당신이 이 책을 읽어야 하는 이유

균형을 잡으려 하겠지만, 아무래도 내가 하는 일이 웹 디자인이

다 보니 웹 디자이너의 관점에서 이야기하게 될 것이다. 하지만 당신이 고객 서비스 직종에 있든, 프리랜서이든, 신설 기업이나 대기업에서 일하든 간에 이 책에서 배울 점이 있다고 생각한다. 사실 당신이 꼭 디자이너여야만 이 책에서 무언가를 얻어갈 수 있는 건 아니다. 그렇게 생각하지 않나? 당신이 시각 디자이너나 그래픽 디자이너, 웹 디자이너, 인터랙티브 디자이너, 사진가, 블로거, 또는 현대무용의 열렬한 팬이라도 상관없다. 당신이 무슨 일을 하든 지 간에 이 책에서 뭔가 도움이 되는 것을 찾게 되리라 확신한다.

CONTENTS

출간에 앞서	7
한국어판 출간에 앞서	10
추천의 글 · 디자이너로 산다는 건 결국 태도의 문제	13
추천의 글 · 디자이너란 직업에 대해 말하다	15
프롤로그 · 디자이너로 살아가는 법을 알려주고 싶었습니다	17

CHAPTER 1 25

예술가의 환상에 빠진 디자이너
디자이너는 어떤 사람인가?

CHAPTER 2 37

사람들은 누군가를 추천하는 일을 좋아한다
새로운 고객을 찾는 법

CHAPTER 3 59

나쁜 고객, 좋은 고객, 이상한 고객
적절한 고객을 고르는 법

CHAPTER 4 75

협상은 하되 가격경쟁에 뛰어들지는 마라
디자인 가격 정하기

CHAPTER 5 99

계약서가 없으면 신뢰도 없다
계약서 작성하는 법

CHAPTER 6 119

당신의 프로세스가 최고의 프로세스다
프로세스 고수하기

CHAPTER 7 137

직접 발표하라, 설득시켜라, 팔아라
디자인 프레젠테이션하기

CHAPTER 8 155

고객과 함께 일하는 방법을 익혀라
피드백 관리하기

CHAPTER 9 177

못 받은 돈 받아드립니다
돈을 제때 받아내는 법

CHAPTER 10 199

함께일 때 더 강하다
함께 일하는 법

윤길이의 글 · 대한민국 모든 '을'이 알아야 할 직업노트 249

에필로그 · 훌륭한 디자이너가 되느냐 아니냐는
당신의 선택에 달려 있다 251

도움이 되는 자료들 254

감사의 말 258

찾아보기 262

CHAPTER 1

예술가의 환상에 빠진 디자이너

⋮

디자이너는 어떤 사람인가?
WHAT IS A DESIGNER?

“예술가들을 모셔오라고!”

이 이야기는 아주 멀고 아름다운 곳에서 시작된다. 그곳에는 새파란 하늘 아래 뒤편 합성해서 붙일 수 있는 그린 스크린^{green-screen*}의 바다가 넘실거리고, 영감이 주렁주렁 열리는 막대사탕 나무가 자라고 있다. 그리고 이국적인 외모의 뮤즈^{muses**}들이 테크노 비트의 정글 배경음악에 맞춰 섹시한 춤을 춘다. 상상만 해도 군침 돌지 않는가. 당신은 어찌면 이 이야기 속 행운아처럼 살고 있을지

.....

* 영화나 컴퓨터그래픽 등의 영상작업에서 화면을 합성하기 위해 주로 사용하는 초록색의 배경화면. 초록색을 제거하거나 투명하게 만들어서 다른 화면과 결합하여 특수한 효과를 준다. 이런 방법을 '크로마키^{Chroma key}'라고 하는데 기상예보나 슈퍼맨이 하늘을 나는 장면에서 많이 볼 수 있다. 초록색 대신 파란색을 사용하는 경우도 있으며, 이를 '블루 스크린'이라고 한다.

** 고대 그리스·로마 신화에서 음악, 미술, 문학을 관장하는 9명의 여신. '예술가에게 영감을 일으키는 존재'라는 의미로 많이 사용된다.

도 모른다.

이 이상적인 세계에는 알람시계가 없다. 창의력을 마음껏 발휘하려면 무엇보다 잠을 충분히 자 두어야 하니까 말이다. 무엄하게도 오전 11시가 되기도 전에 야만적인 미팅을 잡으려고 덤벼드는 고집스러운 도깨비들을 사뿐히 뛰어넘어서, 당신이 원하는 시간에 출근하면 된다. 물론 오전 11시 이후에도 미팅에 참석할 필요 따위는 없다. 당신은 그저 멋진 미라Mirra 의자*에 앉아 30인치 모니터 알림창에 뜬 미팅 요청을 몇 개 거절하고, 아이챗(Chat)으로 신나게 채팅하면서, 번뜩이는 영감이 고고한 자태를 드러내기를 기다리기만 하면 된다. 그때쯤이면 벌써 점심 먹을 시간이 됐겠다.

이 아름다운 이야기 속에서 당신은 말하자면 ‘예술가’다. 이렇게 운이 좋을 수가. 다른 사람들은 자격요건이나 지표, 성적, 심지어 온갖 숫자와 논리의 잣대로 과소평가되고 있는데, 당신은 마법사의 혈통을 타고난 것처럼 대접을 받고 있다. 평가 기준들에 대한 정보는 당신의 창조적 과정을 더럽힐 뿐이다. 당신이 만들어낸 디자인은 당신 내면에서 비롯한 것이니까.

하지만 소소한 갈등이 없으면 이야기는 재미없기 마련. 용 한 마리를 상상해보자. 당신 책상 앞에서 있다고 치자. 녀석의 손에는 당신이 작업한 최종 시안이 쥐어져 있다. 심지어 파워포인트로 바뀌어져 있고, 거기에는 온갖 수정 사항들이 표시되어 있다. 물론

* 허먼 밀러Herman Miller 사가 디자인한 사무용 의자. 2003년 <포춘>지가 선정한 ‘올해의 상품 25’에 하나로 뽑혔으며 디자이너들에게 ‘꿈의 의자’로 불린다. ‘앉은 사람의 행동을 거울에 비춘 것처럼 의자의 표면이 몸에 딱 맞게 반응한다’는 의미에서 ‘미라 의자’라는 이름이 붙었다.

그것들에 동의한 적도 없고, 그렇게 결정되는 회의에 참석하지도 않았지만... 끔찍한 상황이지만 당신의 마법은 먹히지 않는다. 예술가의 환상을 버리고 현실의 디자이너로 돌아갈 때인 것이다. 점심이나 잘 챙겨먹도록 하자.

‘디자이너도 예술가다’라는 오해는 왜 위험한가?

마법사와도 같은 예술가에 대한 환상*은 끈질기게 살아남아서, 지금도 현장에서 불쑥불쑥 튀어나오곤 한다. 그만큼 생명력이 끈질기다. 디자이너뿐만 아니라 그들과 함께 일하는 사람들도 그 환상에 사로잡혀 있다. 이 환상이 위험한 이유는 디자이너가 하는 일을 ‘픽셀 옮기기’나 ‘꽃단장하기’ 정도의 영역으로 축소하기 때문이다. 또 하나, 디자이너를 ‘감으로 성공을 이뤄내는 사람’으로 비하하기 때문이다. 위험한 발상이다. 사람들은 예술가라면 항상 주사위를 굴리며 직감에 의존해서 성공한다고 생각한다. 매번 되풀이되는 체계적인 작업 과정을 생략한다고 오해한다.

게다가 그와 같은 환상은 당신을 감당하기 힘든 존재로 만든다. 규칙에서 벗어나는 것을 밥 먹듯 하는 동료들을 누가 좋아하겠는가. 그러면 당신은 팀원들과 함께 일하기가 어려워질 것이다.

나같이 예술가의 환상을 믿지 않는 디자이너들도 그 환상 때문에 일하기 어려운 점이 있다. 그래서 필요 이상으로 일을 힘들게 만드는 사람들을 좋아하지 않는다. 내 일을 사랑하기에 그렇다. 하

★ 편집자 주 마법사처럼 순식간에 멋진 디자인을 만들어내고, 예술가처럼 고객의 피드백을 존중하지 않으며, 자신만의 미적인 기준에서 디자인을 완성한다는 식의 잘못된 믿음

지만 고객이 매번, 밀도 끝도 없이 막연하게 그저 “멋지게만 만들어주세요.”라거나 “당신의 창의성을 억압하고 싶지 않아요.”라고 말하면, 나를 전지전능한 창조자로 보는 그 대단한 환상을 깨뜨리기 위해 나는 소중한 시간을 쏟아야만 한다. (다행히도 내 얼굴은 환상적인 예술가보다는 트럭 운전수에 가깝다. 얼마나 다행인가! 하지만 만약 당신이 예술가의 매력을 철철 풍기는 매끈한 외모의 소유자라면? 골치 아프겠다.)

디자이너에게 솔직한 피드백과 냉혹한 비판이 필요하다. 하지만 ‘디자이너는 곧 예술가다’라는 환상에 빠져 있는 동료들과 고객들이 행여나 당신의 예술혼을 짓밟지 않을까 걱정하는 분위기에서는 제대로 된 피드백과 평가가 나올 수 없다. 두루뭉술하게 “좋아요.” 하고 넘어가 버리는 식의 막연한 동의는 디자이너에게 오히려 방해만 될 뿐이다.

그럼, 실제로 디자이너는 무슨 일을 하는지 알아보자.

디자이너는 주어진 조건 안에서 문제를 해결한다

디자이너는 다양한 조건 하에서 작업한다. 예를 들면 사용할 수 있는 물자가 제한되는 경우가 있다. 목재가 부족하거나 인쇄기가 너무 작거나 인터넷 대역폭이 문제가 되는 등 활용할 수 있는 재료들이 한정되는 경우다. 사용자층이 한정되는 때도 있다. 어린이들이나 인터넷에 익숙하지 않은 사람들, 다양한 언어를 쓰는 사람들처럼 특별히 고려해야 할 사항이 많은 사용자층을 목표로 삼는 경우도 있다. 흔한 예로 들자면 스타일 지침이나 현재 거래하고 있

는 업자들과의 관계, 회사 로고의 이미지 등 업무 조건에 제한이 따르는 상황도 같은 경우다.

그렇다면 디자이너가 해결해야 하는 문제란 무엇일까? 이 질문에 대한 답이야

말로 당신이 어떤 분야의 디자이너인지 결정짓는 중요한 요소이다. 여덟 시간 동안 앉아 있어도 엉덩이가 아프지 않은 의자를 만드는 문제로 고심하고 있다면 당신은 가구 디자이너다. 한 손에는 다 쓴 두루마리 휴지 심을, 다른 한 손에는 알루미늄 포일 조각을 들고 무언가 고민하고 있는 열여섯 살 아이라면, 당신은 산업 디자이너일 것이다. 지금 당신은 표지가 알록달록하고 크기가 작은 책*을 읽고 있으니, 나처럼 웹 디자이너일 거라고 가정해보자. 그러니 이제부터 내가 예를 들거나 구체적인 얘기를 할 때는 웹 디자이너의 관점에서 본다는 점에 유의하기 바란다. 하지만 당신이 다른 분야의 디자이너라고 해도 이 책에서 배울 점은 분명 있다. 필요한 부분만 골라서 당신이 일하는 분야에 적용하면 된다.

★ 지금 읽고 있는 《Design Is A Job》을 말합니다. 웹액츄얼리코리아(www)에서 <아름다운 웹사이트 만들기 시리즈>로 펴내는 A BOOK APART의 책은 모두 작은 판형에 갈색, 연두색, 하늘색 등 알록달록한 색깔을 표지에 사용하고 있습니다.

디자이너는 목표를 이해한다

당신이 밑바닥에서부터 시작하는 신규사업을 도와주든, 이미 출시된 제품의 디자인을 살짝 바꾸는 작업을 하든, 또는 규모와 난이도 면에서 그 중간쯤 되는 일을 하든, 당신이 맡은 디자인 작업은 반드시 목표를 달성하는 데 도움이 되어야 한다. 그리고 그 목표가 무엇인지 알아내는 것은 당신의 몫이다.

사실, 디자인 작업을 시작하면서 가장 먼저 해야 할 일은 목표가 무엇인지 알아내는 것이다. “우리는 왜 이 일을 하고 있지?” 당신 자신에게 물어봐야 한다. 그 대답이 당신에게 분명하게 와 닿지 않거나 대답이 없다면, 디자인 작업을 계속해서 안 된다. 작업을 중단해야 한다. 목표를 정할 수 없다고? 목표를 세워야 한다. (그렇다. 이것도 당신이 해야 할 일 중 하나다. 당신이 일하는 데 도움이 된다면, 그게 무엇이든 당신 일의 일부이니까.) 어떻게 해야 하느냐고? 앞으로 차차 설명할 테니 인내심을 갖고 책을 읽어주기 바란다.

디자이너는 정보를 모은다

우리는 누구를 위해 디자인하고 있나? 고객은 우리가 디자인한 것을 어떻게 사용할까? 그들에게 우리의 디자인이 필요한가? 그들이 마음대로 사용할 수 있는 백엔드^{backend} 기술로는 어떤 것이 있나? 그들이 기꺼이 시도해볼 마음이 있는 신기술로는 어떤 것이 있는가? 우리 말고 혹시 다른 누군가가 이 신기술을 시도해본 적이 있나? 그렇다면 그 결과는 어땠나? 성공했나, 아니면 실패했나?

디자인의 목표를 정했다면, 이제 가능한 한 많은 정보를 모아야 한다. 당신이 목표를 충족시킬 해법을 디자인하고 있는지 확인하기 위해서 말이다. 폭넓게 사전조사를 하지 않고 무턱대고 디자인만 할 수는 없다. 마치 토지를 측량하지 않고서 집을 지을 수 없는 것과 마찬가지로.

디자이너는 질서를 부여한다

이렇게 모인 정보들은 결국 무언가를 창조하는 데 쓰인다. 아이디어는 가공품이 되고, 요구 사항은 시스템으로 바뀐다. 작업이 이 부분에 이르면 대다수의 사람이 비로소 ‘아, 디자인 작업을 하고 있군.’ 하고 인식한다. 디자이너가 작업하는 것을 눈으로 볼 수 있고, 작업에 그림이 사용되기 때문이다. 게다가 당신은 헤드폰을 끼고 음악을 들으며 작업할 수도 있다.

디자이너는 참신한 형태를 창조한다

이 부분도 재미있는 단계이다. 전통적인 방식(익숙한 형태나 용어, 상호작용 등)과 참신성(사용자들을 참여시키고 즐겁게 만드는 새로운 형태) 사이에서 적절한 균형을 맞출 때, 성공적인 디자인이 나온다. 참신한 형태를 사용하는 이유는 사용자가 이 사이트에서 좀 더 오래 머무르거나 다른 사이트가 아닌 바로 여기서 바지 한 벌이라도 사주기를 바라기 때문이다. 고객의 사업 목표를 위해 참신한 형태를 도입했다면 문제될 것은 없다. 다만 목표 달성과 상관없다면 그것은 그냥 새로울 뿐, 성공적인 디자인이 될 수는 없다.

디자이너는 고객 및 이해 관계자들과 소통한다

완성도가 아무리 높다 해도 당신의 디자인을 직접 팔 수 없다면, 아직 일을 다 끝내지 못한 것이다. 이 부분이 얼마나 중요한지는 수백 번 강조해도 모자란다. (이 이야기는 뒷장에서 자세히 다루기로

하자.) 내가 만나본 상당수의 디자이너는 영업사원이나 아트디렉터 같은 제3자에게 이 부분을 맡겨두고 있다. 디자인 회사 역시 디자이너에게 본인의 결과물을 판매할 기회를 주지 않는다. 놀랍도록 한심하고 갑갑한 노릇이다. 디자이너가 자신의 결과물을 고객에게 직접 판매하는 것은 매우 중요한 일이다. 디자인하는 과정에서 당신이 왜 이런 결정을 내렸는지에 대해 고객에게 직접 설명할 기회가 있기 때문이다. 또한 앞으로 디자인 작업을 어떻게 발전시켜 나갈지, 고객의 피드백을 직접 들을 수 있기 때문이기도 하다.

당신이 고객을 직접 만나지 않고 다른 사람을 통해 디자인 작업을 넘긴 적이 있는가? 어떤 일이 벌어졌는가? “로고를 대문짝만큼 키워라.”, “폰트를 바꿔라.” 등 당신이 이해할 수도 없고, 동의할 수도 없는 변경사항이 덕지덕지 붙어 있지 않던가? 만신창이가 된 시안을 되돌려 받은 경우는 또 얼마나 많았던가? 너무 많아서 아마 셀 수조차 없을 것이다. 제3자를 통해 간접적으로 한두 마디라도 피드백을 전해 들었다면 그나마 다행이다. 고객이 어떤 이유로 그렇게 바꿔달라고 요청했는지에 대해 아무런 설명도 듣지 못한 경우도 허다하다.

고객을 직접 만나서 디자인을 팔면, (지금 나는 아주 의도적으로 ‘프레젠테이션’ 대신 ‘판매’라는 단어를 사용하고 있다.) 그제야 비로소 당신은 자신을 ‘디자이너’라고 부를 자격을 얻게 된다. 그리고 당신이 만들어낸 훌륭한 결과물에 대해 합당한 인정을 받게 될 것이다.

디자이너는 게이트키퍼^{Gatekeeper}다

이 책을 다 읽고 나면, 곧바로 빅터 파파넵^{Victor Papanek}이 쓴 《인간을 위한 디자인^{Design for the Real World}》*을 읽어보라. 그 책의 내용을 한마디로 요약하면 ‘당신은 당신이 세상에 내보내는 결과물에 책임을 져야 한다’는 것이다.

어떤 프로젝트를 맡을지 신중하게 선택하라. 이때 선택의 기준은 당신이 그 일을 해서 세상이 전보다 더 나아질 수 있느냐 아니냐로 삼아야 한다. 사람들을 위해 많은 것을 개선해라. 그렇다고 비영리적인 일이나 순수한 사명감으로 끌고 나가는 프로젝트만 맡으라는 얘기는 아니다. 시장에서 팔리는 제품이나 서비스 중에도 이미 많은 것들이 크건 작건 간에 사람들의 삶을 향상시키고 있다. 물론 틈새시장을 개발하는 것도 좋지만, 당신이 하는 작업이 의미있는 일인지 항상 확인해야 한다. 당신이 디자인한 제품이나 서비스를 사고, 사용하고, 경험하게 될 최종 사용자들을 위해 일하는 사람이 되어야 하는 것이다.

자연이든 돈이든 지적 능력이든 간에 우리가 가진 자원은 모두 제한되어 있다. 멍청한 짓거리에 허비하는 사람들에게 그토록 소중한 자원을 기부하지는 마라.

당신은 당신이 생각하는 것 이상으로 큰 영향력을 지니고 있다. 그리고 당신 역시, 우리 디자이너들의 목소리를 전달하고 존중받기 위해 끊임없이 싸워온 길고 긴 계보에 소속된 구성원이다. 예를 들어 빅터 파파넵, 티보르 칼만^{Tibor Kalman}, 레이 임스와 찰스 임스

* 빅터 파파넵 《인간을 위한 디자인》 조재경, 현용순(역) 미진사, 2009

부부 Ray and Charles Eames, 윌리엄 캐슬론 William Caslon, 폴라 슈어 Paula Scher, 주자나 릭코 Zuzana Licko, 그리고 우리의 제프리 젤드만 Jeffrey Zeldman 같은 디자이너들 말이다. 디자이너는 세상을 바꿀 수 있고, 또 바뀌어야만 한다. 이거야말로 세상에서 가장 좋은 직업 아닌가! 우리 한번 제대로 해보자.

당신은 작업 도구함에 입력(목표와 사전조사)과 활동(무언가를 만드는 것!), 출력(만든 것을 판매하는 것!)을 위한 도구를 갖추고 있어야 한다. 디자이너가 하는 일은 픽셀 한 개를 움직이기 전부터 시작해서 마지막 픽셀이 제자리를 잡고 나서도 한참 후에야 끝이 난다.* 당신은 디자인 프로세스 전체를 총괄하는 팀장이 아닐 수도 있다. 아니, 작은 부서조차 이끌 기회를 얻지 못할지도 모른다. 디자이너로 일하는 동안 작은 팀에서 일하기도 하고, 큰 팀에서 일할 때도 있을 것이다. 혼자 일할 수도 있다. 하지만 팀장이 아니라 해도, 반드시 (그리고 공손하게) 디자인 작업 과정에 적극적으로 참여해야

★ 디자인 작업을 시작하기 전에 목표를 정하고 사전조사를 해야 하며, 디자인 작업을 마무리한 후에는 프레젠테이션, 또는 저자의 말대로 판매해야 한다는 뜻

한다. 당신이 더 많이 알게 될수록, 당신이 내놓는 디자인도 훨씬 더 좋아질 것이다. 그러니 누가 시킬 때까지 기다리지 말고 적극적으로 나서라.

사람들은 누군가를 추천하는 일을 좋아한다

⋮

새로운 고객을 찾는 법
GETTING CLIENTS

찾아보기

ㄱ		ㅅ	
가격 책정	80	배상책임	114
개발자	227	변호사 104, 105, 106, 107, 108, 181, 196	
게이브 레빈 Gabe Levine	105	보증금	191, 192
계약서 집행하기	116	부정적인 피드백	147
계약서 협상	111	블로그	58
광고나 후원하기	56	빅터 파파넵 Victor Papanek	35, 252
ㄷ		ㅇ	
도덕적 책임	71	사내 권력 투쟁	130
디터 램스 Dieter Rams	252	사업제안요청서	54
		사전조사	85
		소개와 추천의 이루어지는 방식	41
ㄹ		ㅈ	
마감	165	신용거래	197
마케팅 전문가	231		

ㅇ		ㅊ	
애널 대쉬 Anil Dash	79	착수금	191, 193
에리카 홀 Erika Hall	19, 167, 218	청구서 승인	186, 187
에릭 슈피커만 Erik Spiekermann	252	체불	194, 195, 196
엔지니어	228		
엘리베이터 영업	46	ㅋ	
예산	184, 185	케이티 길리움 Katie Gillium	179
예술가에 대한 환상	29	콘텐츠 전략가	232
와이어프레임	223	킵스타트 Kickstart	80
윌리엄 캐슬론 William Caslon	36		
이해 당사자	159	ㅌ	
인맥관리	46, 47	티보르 칼만 Tibor Kalman	35
레이와 찰스 임스 부부 Ray and Charles Eames			
	35	ㅍ	
		폴라 셰어 Paula Scher	252
ㅊ		폴 란드 Paul Rand	252
작업기술서	112, 159	품질보장	115
전문가로서의 성장	235	프로세스	123, 126
정보 디자이너	222	프로젝트 관리자	219
제안서	90, 91, 92, 93	피드백을 위한 안내지침	162
제프리 젤드만 Jeffrey Zeldman	36, 252	피드백 정리하기	168
조사 담당자	221	피드백 체계 구축하기	158
존 그루버 John Gruber	236		
좋은 관계를 유지하라	48	ㅎ	
주자나 리코 Zuzana Licko	36	해고에 대한 것	245
중도해지 수수료	113	현금흐름	196
지도력	240, 241	협상	94, 95
지불단계 체계화	191		
지적 재산권 양도	112, 113		