

DESIGN SAMSUNG

지 금 , 삼 성 전 자 의 젊 은 디 자 이 너

DESIGN SAMSUNG

WHAT IT MEANS
TO BE A DESIGNER



여기, 정답이 아닌 스스로의 길을 찾아나선 젊은 디자이너들이 있습니다.
나에게 정직하고 가장 나답게 존재하는 것. 그것은 현재를 살아가는 젊은 디자이너들이 가진
일과 삶에 대한 태도입니다. 그리고 그들의 경험 속에는 '디자인'이라는 고유명사만으로
설명할 수 없는 새로운 시각들을 만들어줍니다. 삼성전자의 디자이너들이 살아가고 있는
일과 삶 속에는 새로운 가치의 디자인을 만들어 낼 잠재력이 담겨있습니다.



무선사업부
UX 디자인

전자기기를 사랑하는 디자이너, 정해강

“안녕하세요. 전자기기 매니아이자 중고거래 마스터, 그리고 무선사업부에서 웨어러블 디바이스의 UX 디자인을 담당하고 있는 정해강입니다.”

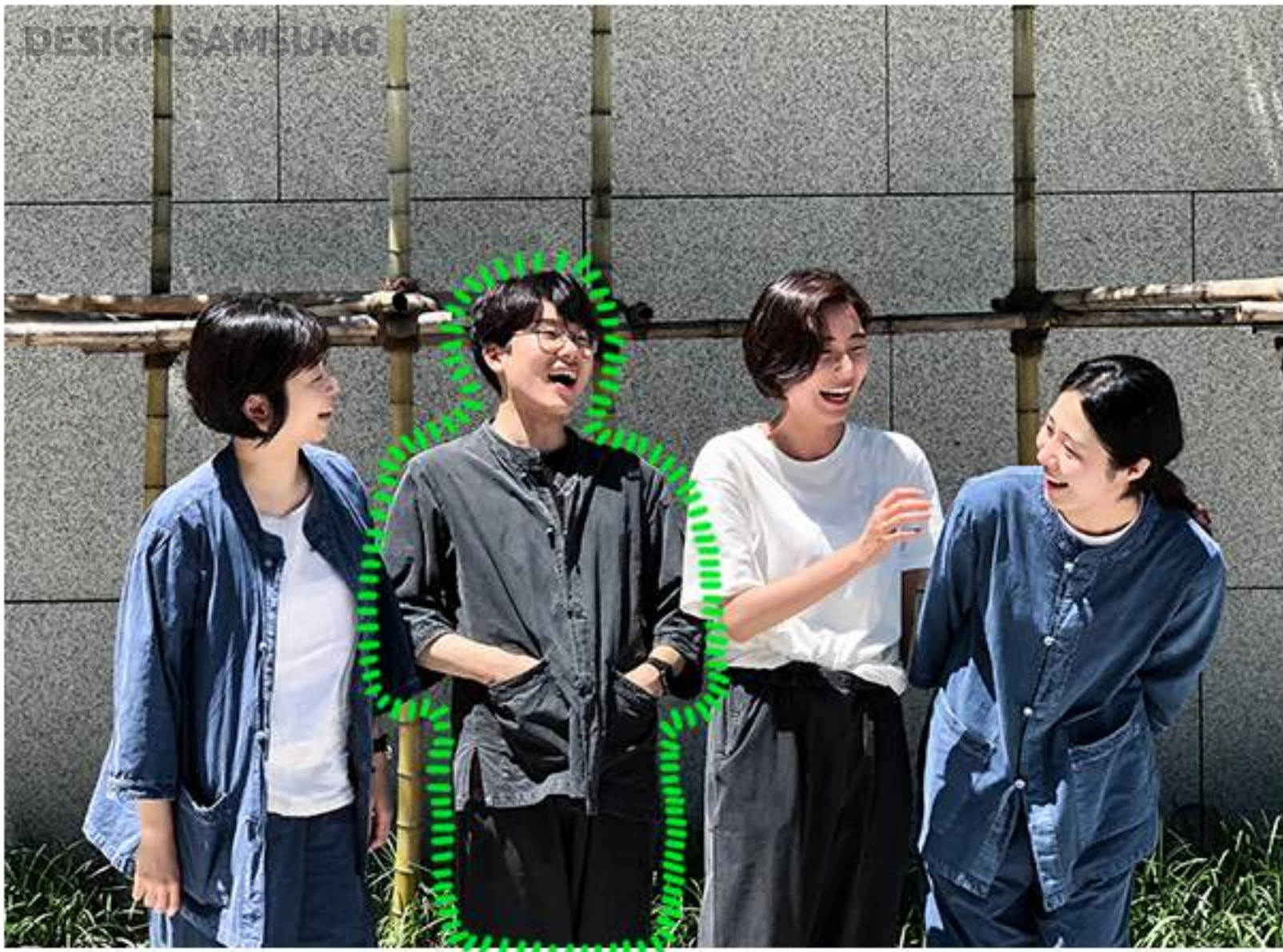


전자기기만이 갖고 있는 매력은 무엇인가요?

새로운 기술은 불가능했던 일을 가능하게 만들어요. 그리고 우리의 생활을 바꾸죠. 예전엔 게임을 하려면 데스크탑과 모니터가 꼭 필요했지만 지금은 손바닥 안으로 들어왔잖아요? 막연히 언젠가 가능할 거라고 생각했던 세상을 눈앞에서 실현시키는 거죠. 마치 초능력처럼요.

전자기기 매니아로서 어떤 꿈이 있나요?

IT 제품과 관련된 콘텐츠를 만들어 제 생각과 경험을 사람들과 공유하고 싶어요. 수많은 제품을 사용하며 축적된 경험이 저 혼자만의 것으로 잊히는 게 아쉬웠어요. 새로운 정보를 공유하고, 비슷한 관심사를 가진 사람들과 소통하면서 생각을 확장시킬 수 있는 게 소셜 미디어의 매력인 것 같아요.



IT 제품에 대한 관심과 경험이 지금, 어떤 도움이 되나요?

언제나 도움이 되죠. 심심하면 IT 뉴스를 살피고 버릇처럼 리뷰를 읽어요. 다양한 사례들, 이슈들을 다 알고 있는 덕분에 따로 시간을 들이지 않아도 최근 트렌드를 쉽게 읽을 수 있어요. 특히 기기를 사고팔면서 갖게 된 깐깐하게 분석하는 소비자의 시선, 제품을 쓰면서 분석하는 사용자의 시선, 제품의 매력과 장점을 잘 이해하고 내세울 줄 아는 판매자의 시선, 이 3가지 시선은 제가 제품을 디자인할 때 많은 도움이 되는 거 같아요.

디자이너 말고도 중고거래 마스터, 전자기기 매니아라는 타이틀을 보유하고 계시네요.

중학교 2학년 때 휴대용 게임기를 사기 위해 중고거래를 시작했어요. 당시 새 제품은 10만 원이었는데 중고거래를 통하면 4만 원으로 뚝 떨어지는 거예요. 마치 게임에서 치트키를 발견한 기분이었죠. 그때부터 게임기, MP3, PMP, PDA 등 장르를 불문하고 다양한 전자제품을 써보며 전자기기에 대한 관심을 키워왔어요. 결국 지금 제가 하고 있는 일과도 이어지게 됐죠.



정말 애정이 남다르네요. 지금 하는 일과는 어떻게 이어졌는지 궁금해요.

예전에 제가 쓰던 MP3 중에 사용자가 직접 화면 테마를 디자인하고 바꿀 수 있는 ‘GUI’ 개념을 가지고 출시한 제품이 있었어요. 당시 많은 사람들이 직접 테마를 만들어 커뮤니티에서 활발하게 공유했어요. 테마만 바뀌도 새 제품을 쓰는 느낌이 무척 신기했죠. 외관 디자인이나 스펙에만 관심이 있던 저에게 소프트웨어가 사용자에게 주는 가치를 깨닫게 되었어요. 그 일을 계기로 직접 만드는 사람이 되고 싶었고, 그렇게 디자이너의 꿈을 갖게 되었죠.



앞으로 어떤 디자이너가 되고 싶으신가요?

표준에 도전하는 디자이너가 되고 싶어요. 이미 널리 알려진 표준조차 대체할 수 있을 만큼 의미 있는 변화를 만들어 내는 것. 그러기 위해 언제나 호기심을 놓지 않는 것. 이 두 가지가 제가 되고 싶은 디자이너의 모습이에요.



디자인경영센터
그래픽디자인

울림을 전하는 디자이너, 전지영

“안녕하세요. 독립출판에 관심이 많은, 소소하지만 확실한 행복을 즐기는 디자인경영센터의 그래픽디자이너 전지영입니다.”

시각 디자인과 심리학 복수전공. 이력이 독특하네요.

원래 여러 가지를 동시에 하는 걸 좋아했어요. 디자인 말고도 다른 학문을 더 공부하고 싶었죠. 그래픽 디자인은 복잡한 브랜드 성격과 히스토리, 기능을 그래픽이라는 정제된 언어로 전달해요. 심리학은 불분명한 사람의 마음을 단단한 언어와 개념으로 구체화하고 전달하는 법을 가르쳐주고요. 그런 점에서 그래픽 디자인과 접근 방법이 비슷하죠. 디자인을 시작할 때 시각적인 부분보다 사용하는 사람들의 라이프스타일과 사고방식을 먼저 고려해요.



독립출판에 관심이 많다고 들었어요.

독립출판 서점은 대형 출판사가 다루기 힘든, 개성 강하고 실험적인 콘텐츠가 많아요. 독특한 커버 디자인부터 제본 방식은 정말 흥미롭죠. 다양한 인쇄물로 제 공간을 꾸미고 채우는 것 자체로도 즐거워서 사는 걸 멈출 수가 없어요. 서점에 가기만 하면 빈손으로 나오질 못하거든요.

서점에 가는 걸 정말 좋아하시나 봐요.

네! 특히 독립출판 서점이 모여있는 경리단길, 연남동에 자주 가요. 새로 산 책을 읽을 카페를 찾아 골목 구석구석을 돌아다니는 것도 좋아해요. 사진 찍는 것도 좋아해서 카메라도 항상 챙기죠. 여유만 된다면 한 달 정도 암스테르담에서 살면서 골목 속 숨은 예쁜 가게와 서점을 구경하고, 그리드처럼 반듯한 건물, 예쁜 서체로 쓰인 간판을 사진으로 남기고 싶어요.

본인만의 감수성이 디자이너로서 어떤 장점이 될까요?

제겐 효율이나 기능보단 고유한 가치가 더 중요해요. 요즘은 이렇게 자신만의 스토리와 가치를 추구하는 사람들이 더 많아지고 있어요. 누군가는 제 감성을 단지 취향으로 생각하겠지만 저는 디자이너로서 영감을 받을 수 있는 무한한 영역을 확보하고 있다고 생각해요.

입사 전후로 디자인에 대해 달라진 생각이 있나요?

입사 전엔 모든 과정이 철저히 창작 중심이었어요. 지금은 창작 그 이후 단계까지 고민해요. 아이콘 디자인을 예로 들면, 보기에 예쁜 아이콘을 만드는 것을 넘어 창작 이후 활용할 수 있는 가이드를 만드는 것까지도 중요하다는 얘기에요. 혼자 작업하는 게 아니기 때문에 다른 사람이 이어서 작업해도 일관되도록 규칙을 만드는 게 중요하단 걸 깨달았죠.



디자이너로서 소비자들에게 전달하고 싶은 메시지가 있나요?

울림을 주는 디자인을 하고 싶어요. 작품처럼 혼자 빛날 때가 아니라 사람들에게 그 메시지가 전달되고 쓰일 때 디자인에 의미가 생긴다고 생각해요. 서체의 굵기, 사이즈를 미세하게 바꿀 때도 그런 마음으로 소비자를 생각하며 디자인하죠. 제 디자인으로 그분들에게 울림을 전달할 수 있다는 생각이 더 좋은 디자인을 하고 싶게 하는 원동력이 돼요.



생활가전사업부
제품디자인

더 넓은
세상을 향하는
디자이너,
이강경

“안녕하세요. 여행을 좋아하고 맛있는 음식을 사랑하는 미식가이자 생활가전사업부에서 세탁기 등 가전제품 디자인을 담당하고 있는 이강경입니다.”



사람들과의 관계를 중요하게
생각하는군요.

맞아요. 특히 맛있는 음식과 술을 사람들과 나누는 걸 좋아해요. 아마 제가 디자이너가 아니라면 바다 근처에 있는 집을 개조해서 낮에는 카페, 밤에는 술집이 되는 공간을 열었을 거예요. 제가 만든 음식을 맛있게 먹고 즐거워하는 모습을 보는 게 행복하거든요. 나중에 은퇴하면 어느 바닷가 술집 주인장이 되어 제가 좋아하는 서핑과 다이빙을 실컷 즐기면서, 여러 사람들과 교류하며 살고 싶어요.

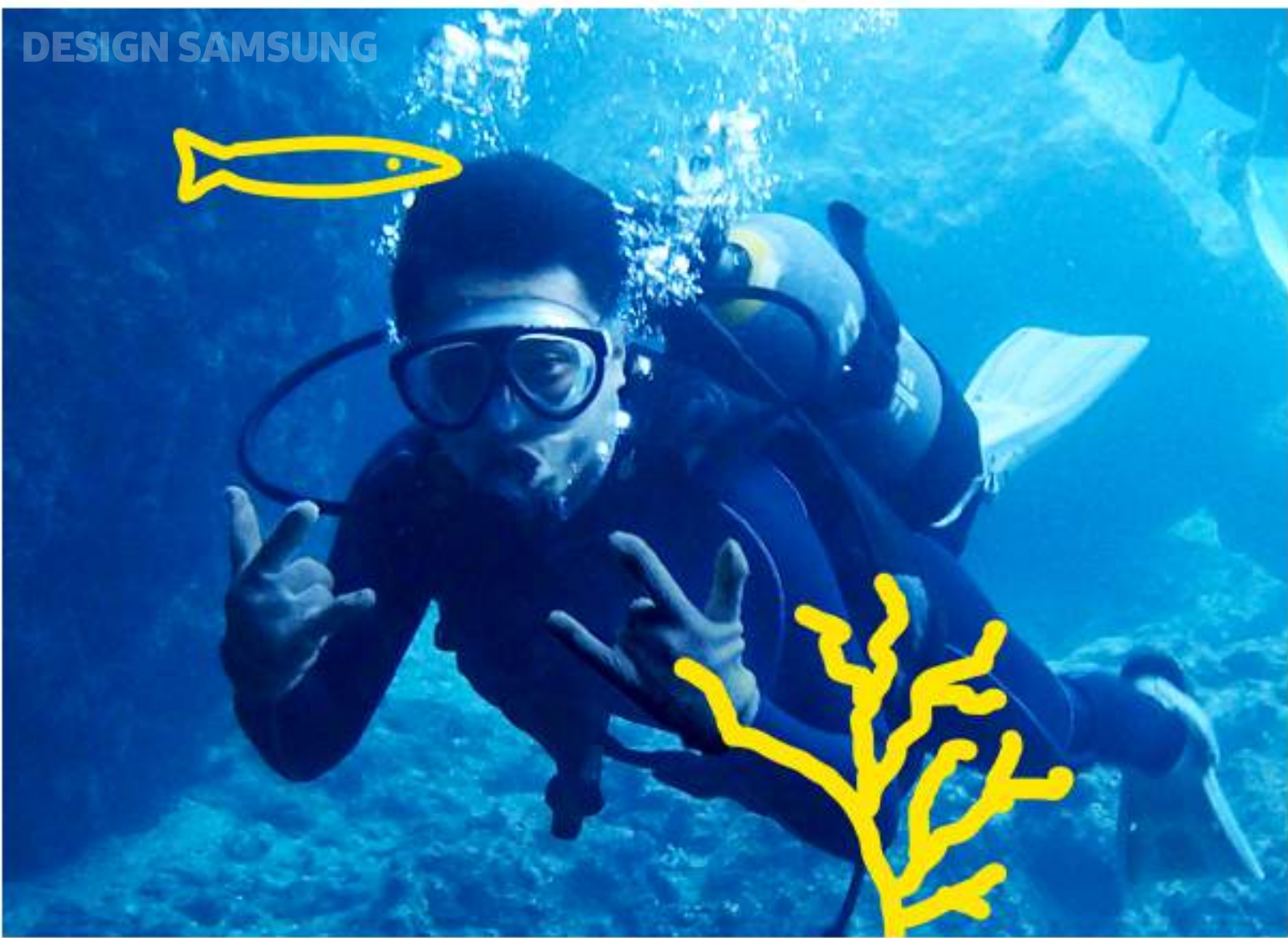
입사 전부터 생활가전사업부를 지원했다고
들었어요. 생활가전에 언제부터 관심을 가지게
됐나요?

입사 전에 디자인 멤버십에서 진행하는 프로그램에 참여한 적이 있어요. 가구와 가전제품의 콜라보레이션을 주제로, 삼성전자 생활가전사업부 디자이너인 튜터님과 함께 프로젝트를 진행했었죠. 그때 열정을 갖고 가르쳐 주신 튜터님 덕분에 가전제품 디자인에 대해서도 많이 배웠고, 또 생활가전에 많은 관심을 갖게 됐어요.



이번에 신입사원 슈퍼 루키로 선발되었다고
들었어요.

함께 했던 팀원들 덕이 컸어요. 좋은 관계를 만들고 싶은 마음이 좋은 결과로 이어진 것 같아요. 지금도 동료들과 좋은 사이로 지내기 위해 노력해요. 업무가 연결돼 있다 보니 서로 보이지 않는 노력이 필요하더라고요. 상대방의 의견을 경청하고, 배려하는 기본부터 챙기려고 해요.



그렇다면 좋은 생활가전 디자인은
어떤 것이라고 생각하나요?

예전엔 사용성을 중심으로 제품을 봤다면, 이젠 사용자를 배려하는 디테일이 있는지 살펴요. 외관 디자인부터 요소별 디테일, CMF 등 각 부분을 꼼꼼하고 세밀하게 보려고 해요. 무풍 에어컨 같은 제품이 기존 가전 형태를 사용자를 위해 디자인뿐만 아니라 기술까지도 바꾼, 좋은 디자인이라고 생각해요.



멋지네요. 하고 싶은 디자인도 따로 있을 것
같아요.

맞아요. 앞으로 전 '가전제품의 가구화'를 위해 디자인하고 싶어요. 단순히 스타일링 요소만 가구에서 차용하는 것을 넘어, 예전과 달라진 생활환경 안에서 가구와 함께 조화롭게 살아가는 가전이요.

앞으로 어떤 디자이너가 되고 싶으신가요?

저는 하고 싶은 것이 많은데요. 학부 시절부터 시각디자인 전공 수업부터 인문학, 경영 수업을 많이 들었어요. 그때 배웠던 것들이 다 제가 디자인을 할 때 자양분이 되는 것 같아요. 지금도 아이디어 스케치를 할 때 제품 이미지도 보지만, 다른 시각 디자인 이미지도 찾거든요. 하나의 영역에 머물지 않고, 더 많은 영역을 아우를 수 있는 디자이너가 되고 싶어요.

영 상 디 스 플 레 이 사 업 부
U X 디 자 인

새로운 길을 걷는 디자이너, 장상현

“안녕하세요. 여행을 좋아하는 백패커, 한때는 공대생, 지금은 영상디스플레이사업부 UX 디자이너 장상현입니다.”



공대생 출신의 시각은 디자인할 때 어떤 장점이 있나요?

숲을 그린다고 생각해보면 어떤 사람들은 거대한 숲 형태부터 그릴 거예요. 저는 입구부터 그 안에 있는 식물의 구성, 갈림길의 방향 등 세세한 것부터 쌓은 후 숲 전체를 그려요. 그 안에 이어질 경우의 수를 모두 고려하면서 작업하려고 노력해요. 물론 고민하는 데 시간이 더 드는 점도 있지만, 남들이 보지 못하는 작은 것도 파악할 수 있죠.

반대로 디자이너들로부터 얻는 영감이 있으실 것 같은데요.

회사에 계신 실력 있는 디자이너들과 일하면서 디자인을 다시 배우고 있어요. 예전엔 디자인이란 보기 좋은 그림을 감각적으로 그려내는 것이라고 생각했는데, 소비자를 위한 디자인을 하기 위해선 체계적인 수치와 통계를 가지고 골격을 만든 후 탑을 쌓는 단계를 거쳐야 하더라고요.



디자이너로서 본인만 갖는 특별함은 무엇일까요?

호화로운 여행보단 배낭여행을 좋아해요. 낯선 곳을 헤매기도 하고, 현지인과 어울리며 직접 몸으로 경험하는 그런 여행이요. 지금 하는 일이 제겐 배낭여행과 같아요. 익숙한 곳을 떠나 모르는 것을 배우고, 새로운 지식을 쌓는 일이죠. 개발자와 디자이너의 경계에서 저만의 새로운 길을 개척하고 있다고 생각해요.

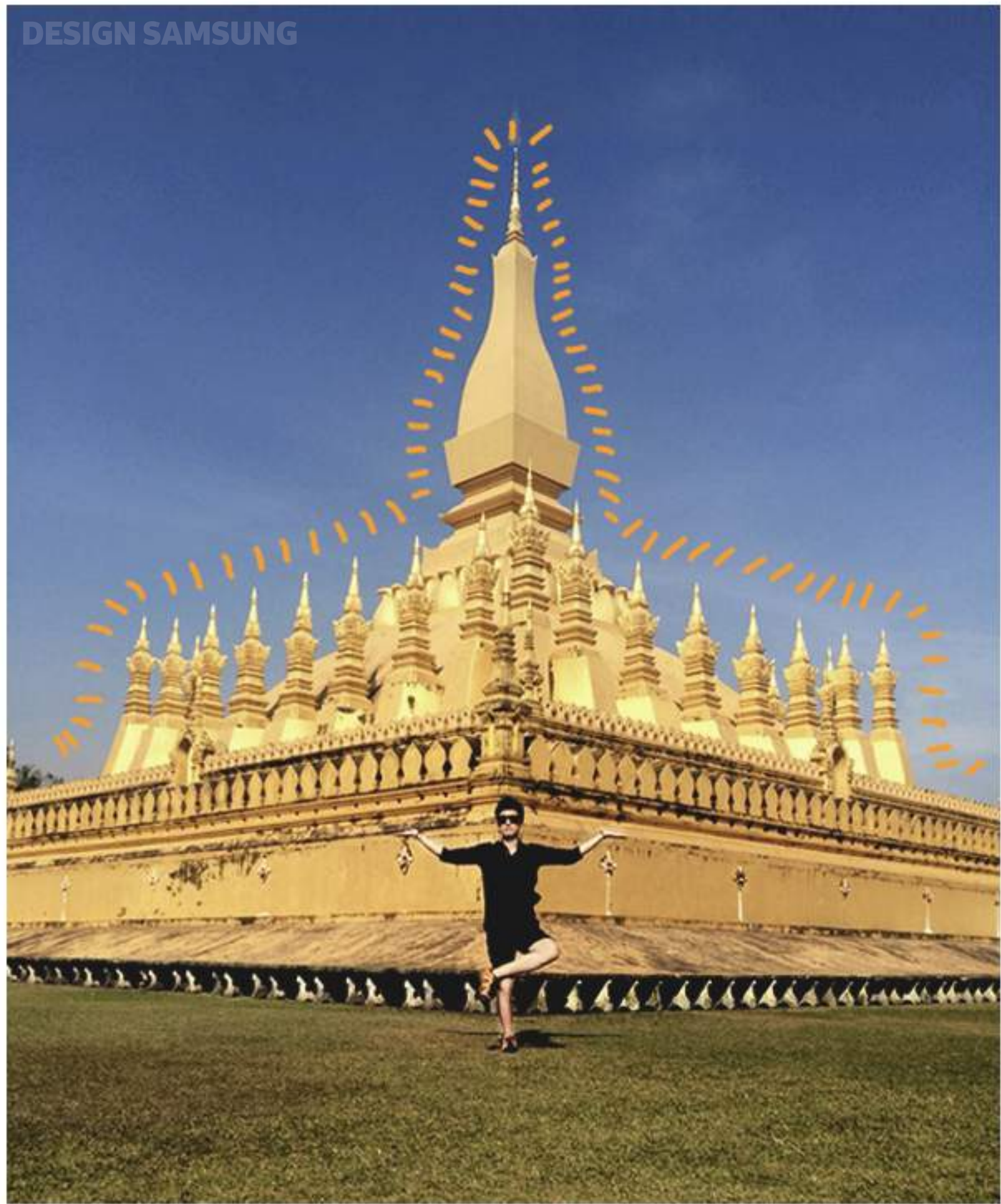
컴퓨터 공학도가 UX 디자이너가 된 계기가 궁금하네요.

대학 시절 공모전이나 프로그램 개발 아르바이트를 자주 했는데, 프로그램만 잘 만들면 되는 게 아니더라고요. 완성하고 보면 막상 불편하다고 사용하지 않는 경우를 많이 봤어요. 아무리 좋은 프로그램이라도 사용자에게 어렵게 느껴진다면 소용이 없더라고요. 어떻게 설계해야 눈에 잘 들어올지, 쓰기 쉬운지를 고민하기 시작했어요. 그런 고민이 UX 디자인에 대한 관심으로 이어진 것 같아요.



UX 디자이너가 되기 전후로 디자인을 보는 관점이 바뀌었나요?

예전엔 정답이 있다고 믿었어요. 황금비율처럼 모두가 동의할 수 있는 무언가가 있다고 생각했죠. 하지만 그런 법칙을 잘 따른 디자인이라도 받아들이는 사람에 따라, 상황에 따라 좋고 나쁨이 천차만별로 달라진다는 걸 깨달았어요. 이전 사용자에 맞춰 유연하게 반응하는 디자인이 좋은 디자인이라고 봐요.

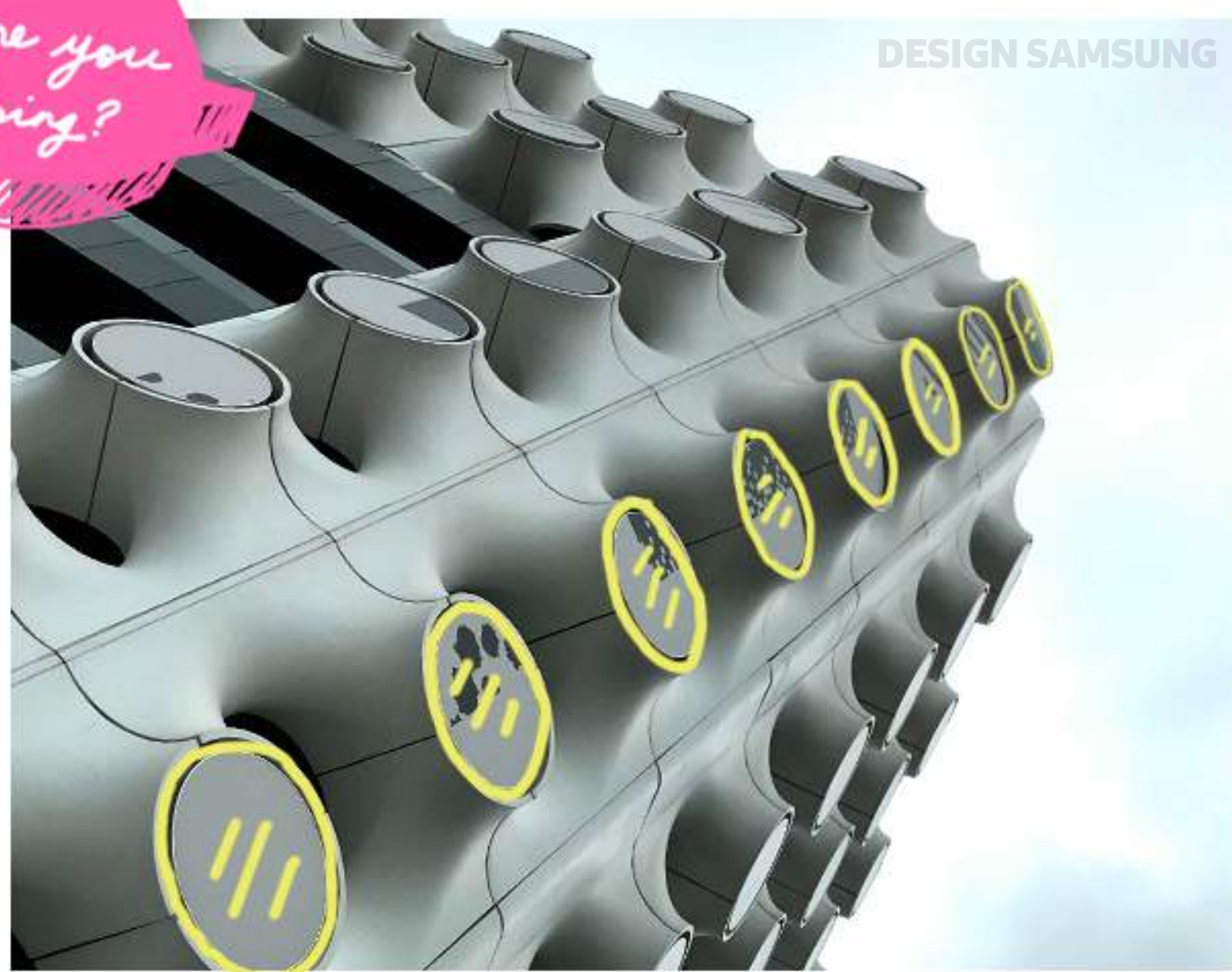


무선사업부
제품디자인

소통을 꿈꾸는 디자이너, 배혜민

“안녕하세요. 그림을 그리는 회화 작가이자 무선사업부 제품 디자이너 배혜민입니다.”

Hello,
how are you
doing?



두 분야가 정말 달라서 쉽지 않았을 것 같아요.

아무래도 순수 미술은 작가의 목소리를 전달하는 게 중요하니까요. 작가로서 제 생각, 감정, 해석이 중요한 일방적인 소통이죠. 많은 공간을 얻으면 좋겠지만 모든 사람을 이해시키려고 그림을 그리진 않으니깐요. 반면 제품 디자인은 사용자의 의견에 더 귀 기울이고 소통하려고 노력해야 해요. 더 많은 사람들에게 쉽고 편리하게 다가갈 수 있는 디자인을 계속 고민하고 있어요.

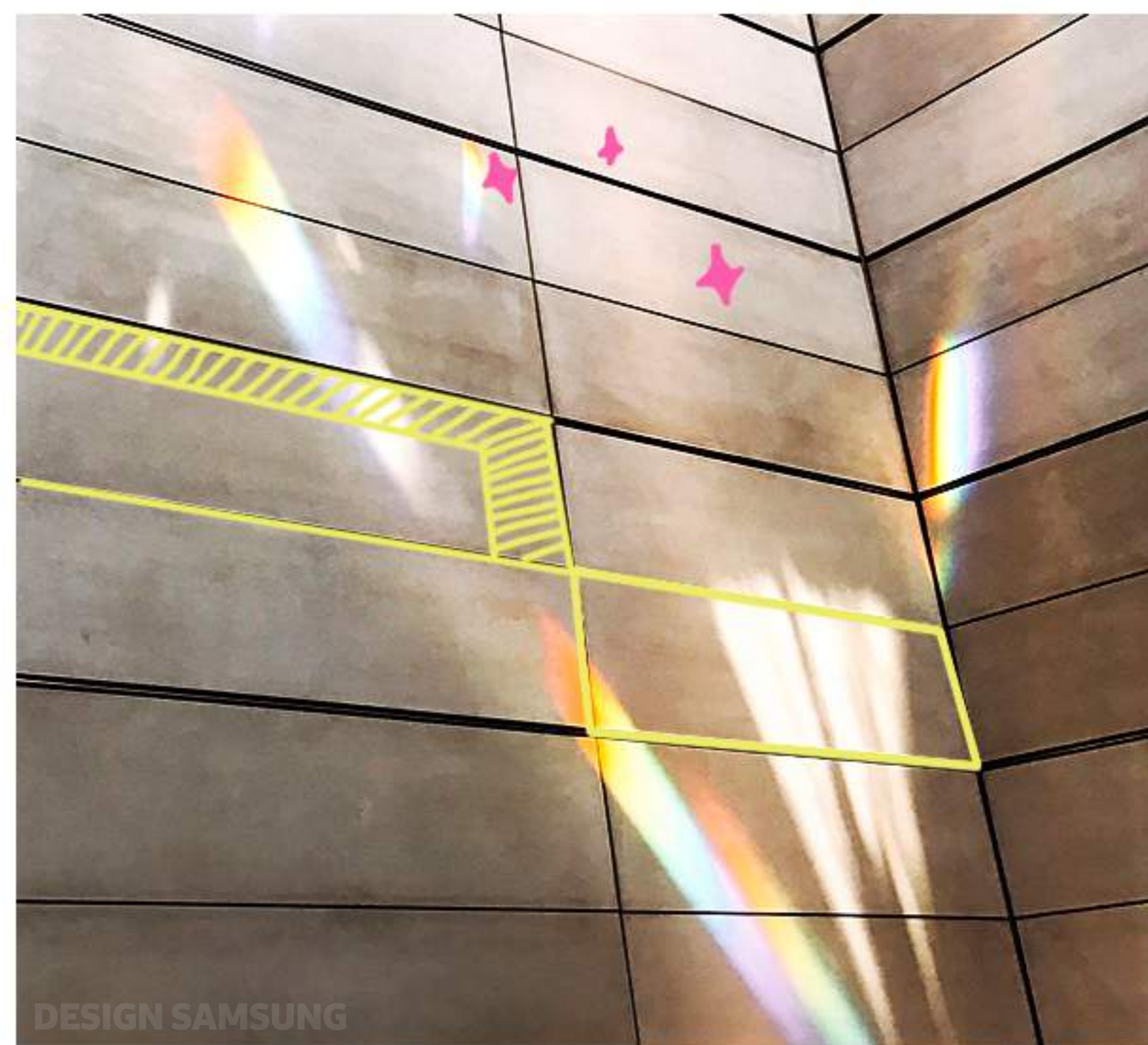
디자인을 바라보는 관점도 달라졌을 것 같아요.

맞아요. 순수미술을 할 땐 외관이 두드러지거나 개성이 뚜렷한 디자인을 좋아했어요. 하지만 실제로 이런 디자인은 일상생활에 맞지 않는 경우가 많아요. 심미적인 부분도 중요하지만 제품의 고유한 쓰임새에 충실하면서도 형태의 디테일을 놓치지 않는 디자인이 제가요즘 좋아하는 디자인이에요.



순수미술에서 제품 디자이너로 왜 전향하게 됐나요?

졸업 전시 때 처음으로 작품을 팔았어요. 다른 사람이 제 작품에서 무언가를 느꼈다는 게, 제 작품을 원한다는 게 정말 기분 좋더라고요. 좀 더 많은 사람이 원하는 제품을 만들고 싶다는 확신이 들면서 제품 디자이너로 전향하게 됐죠.



순수미술 경험이 디자이너로서 어떤 장점이 되나요?

색감이나 비례를 들 수 있겠네요. 전하고 싶은 감정과 메시지에 따라 그림의 어느 곳에 시선을 유도할지 고려하며 그림을 그리는데요. 색이 가진 무게와 면적을 통해 안정감을 주기도, 불안감을 조장할 수도 있어요. 이런 경험이 지금 제품을 디자인할 때 색과 비례의 미묘한 차이가 사용자에게 어떤 변화를 가져올지 더 섬세하게 볼 수 있게 도와줘요.

디자이너로서 어떤 꿈을 갖고 있나요?

사용자와 더 잘 소통할 수 있는 디자인을 만들고 싶어요. 물론 아직 배울 게 많아요. 그래서 늘 ‘왜 이 재질을 썼을까?’, ‘왜 이 형태여야 할까?’, ‘사람들은 어떻게 쓸까?’ 같은 질문을 멈추지 않죠. 먼 훗날 저만의 미적 감각도 살리고, 사용성도 잃지 않는 아트 퍼니처를 만드는 것이 제 꿈이에요.



다양한 분야에서 쌓은 경험과 지식 그리고 개성 있는
라이프스타일에서 얻은 독특한 영감은 지금, 이 시대를 함께 살아가는
젊은 디자이너들이 세상을 다르게 바라보고, 새롭게 표현할 수 있는 힘이
됩니다. 이렇게 자신만의 개성과 표현력을 가진 디자이너들이 모여
삼성전자의 새로운 내일을 만들어 갑니다.

design.samsung.com >