벨기에식 해학이 묻어나다

조니 베카르트

조니 베카르트Johnny Bekaert의 그림에는 어딘지 코믹한 느낌이 만연하다. 그러나 그 느낌을 뭐라 딱 꼬집어 설명할 수 없다. 그것은 아마도 아직도 내가 벨기에식의 농담이나 해학들을 완전히 이해할 수 없기 때문일 것이다. 한 문화 안에서 유머를 이해한다는 것은 그 문화의 뿌리를 깊이 이해했을 때 비로소 가능한 일이 아닐까? 특히 액션 코미디가 아니고 그림이나 글로 보여주는 해학을 이해하려면 엄청난 센스가 있거나 문화와 사회에 대한 깊은 이해도가 있어야 할 것이다. 위트가 넘치지만 어딘지 집요하게 비꼬는 냉소적인 면 또한 조니 베카르트의 그림에 함께 나타난다. 벨기에 사람들은 아무도 이해 못할 심도 깊은 농담을 해버리고는 혼란스러워하는 상대를 보고 혼자 좋아하는 약간은 고약한 성격을 가진 것 같다. 그런데 그런 여러 가지 느낌들이 그의 단순한 그림들에 잘 표현되어 있다. 이는 분명 벨기에 사람들의 위트를 그림에 반영한 것이 틀림없다.

조니 베카르트는 1949년에 태어나 1965년에서 1971년까지 겐트의 생뤽Saint-Luc학교에서 예술과 건축을 공부했다. 학창 시절부터 그는 그림을 그리기 시작했는데, 청소년들을 위한 잡지와 책들을 발간

2003년 플랑드르디자인재단 전시 포스터와
주얼리디자이너 시그프리드 드 벅의 브뤼셀 전시 포스터.

하기도 했다. 또 졸업한 1971년도에는 베링겐Beringen에서 열린 유머 페스티벌에서 프레스상을 받기도 했다. 이후 그는 유럽의 유명 만화가들과 협업했으며, 전 세계를 돌아다니면서 유머 살롱 페스티벌에서 그의 해학적인 그림들을 선보이며 수많은 상들을 받았다. 또한 신문의 정치란에 사회와 정치를 풍자하는 만화를 그렸고, 이것들이 책으로도 출간되었다. 그는 손으로 직접 그림책을 만들기도 했는데, 그의 작품을 좋아하는 사람들은 그의 그림책들을 수집하기도 했다.

그는 벨기에를 대표하는 신문의 그래픽 디자인을 맡은 적도 있지만, 신문이 가진 성격의 큰 틀만 잡는 것으로 그 일을 마무리했다. 그의 경력에 많은 도움이 될 법한 일이었지만 그는 시간적 스트레스를 받는 것이 창조가에게 좋지 못하다고 판단했기 때문에 거절한 것이었다.

2012년 말 『벨기에 디자인 여행』 책을 준비하면서 나는 벨기에의 유머가 들어나는 그림들을 그리는 그래픽디자이너와 일러스트레이터를 조사했다. 그러던 중 한 디자이너의 소개로 조니 베카르트의 연락처를 알게 되었고, 그에게 바로 인터뷰 요청 메일을 보냈다. 친절하게도 그는 바로 다음 날 답장을 주었다. 서면을 통해 많은 질문들과 그에 따른 이야기들이 오갔다.

"나는 사탕과 담배를 파는 가게에서 자랐습니다. 그래서인지 무언가 포장이 되어 있는 상자들이 쌓여 있는 것을 항상 목격했지요. 그것이 내 어린 시절을 회상할 때 떠오르는 첫 이미지입니다. 시간이 지날수록 같은 물건들인데 상자의 디자인이 조금씩 달라지고 변화하고 있다는 것을 인식하게 되었습니다. 13살 때인가, 비틀즈의 ‹Love Me Do›라는 첫 싱글앨범이 발매되었을 때였어요. 그 노래가 라디오에서 흘러나오고 있었는데, 그때 무언가 명확해지는 느낌을 받았습니다. '아! 세상은 고정된 것이 아닌 끊임없이 변화하고 진화하는 것이구나!' 하는. 그리고 가게에 들어오는 담배상자나 사탕봉지 등을 더욱 유심히 살펴봤지요. 사람들이 인식을 하건 그렇지 않건 모든 포장은 시간이 지남에 따라 진화한다는 것이 내겐 큰 매력으로 다가왔습니다. 1960년대 코트렉에서 젊은 시절을 보냈습니다. 그때 그래픽디자이너인 시스 베르함Cis Verhamme의 작업을 가까이서 관찰할 수 있는 기회가 있었습니다. 그의 작업은 내게 매우 새롭고도 혁신적이었으며 특히나 창

조적이라는 생각을 하게 되었습니다. 이후 그가 발간하는 잡지에서 그림을 그릴 기회가 생겼는데, 나는 열심히, 또 즐겁게 그 일들을 해냈습니다. 그리고 열다섯 살이 되었을 때 뭔가 더 많은 것을 배우고 싶어 미술학교에 진학하겠다는 결심을 했지요. 내 생각에 그래픽 디자인이나 일러스트레이션은 열린 마음을 가져야 하며 모든 사물들을 분석할 수 있는 눈을 키워야 한다고 생각해요. 나는 클라이언트들과 일할 때 그들의 욕구를 최대한 충족시키려고 갖은 노력을 합니다. 물론 디자이너로서 욕심이 나고 고집을 부리고 싶은 충동이 있지만, 내 생각에 좋은 디자인이란 그냥 아름답다고만 해서 끝날 일은 아닌 것 같습니다. 효과를 불러일으켜야 하지요. 누구보다도 어떤 이슈나 상품에 남다른 애정을 지녀, 그것을 홍보하고자 하는 내 클라이언트들을 만족시키거나 설득할 수 없다면 그것은 성공한 디자이너가 아니라고 생각합니다."

1999년 프랑스 튀르쿠앙 빈티지 비닐 페어 포스터.

다양한 로고와 폰트들.