

책표지 디자인에서 시각적 요소가 독자 선호도에 미치는 영향

-문학도서를 중심으로

The effect of visual factors on the reader's preference in the book cover design

-Focused on the literary books

남미현, 백진경, 최인규

인제대학교 대학원 디자인학과

인제대학교 디자인학부

인제대학교 디자인학부

Nam Mi-Hyun, Paik jin-kyung, Choi in-kyu

Dept. of Design, Graduate School, INJE University

School of Design, INJE University

School of Design, INJE University

• Key words: visual factors, reader's preference, book cover design

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

현대는 정보통신기술과 컴퓨터의 발전에 따라 정보의 양적 확대를 이루었으며 질적으로도 커다란 변화가 일어나는 정보화 사회이다.

컴퓨터 대량보급에 따라 작업과정이 단축되고 일일이 손을 거쳐야 했던 일이 간단히 처리되는 등 작업환경의 변화는 비주얼 편집의 증가와 함께 다양한 인쇄물의 증가를 가져왔다. 따라서 책표지 또한 화려해지고 사진이나 일러스트레이션의 사용도 많아지고 있는 추세이다.¹⁾

또한 인터넷 사용의 증가는 도서구매환경의 변화를 가져 왔고 온라인 구매와 관련하여 책표지의 중요성이 더욱 증가되고 있다. 구매 환경의 변화와 독자의 특성에 적합한 디자인 작업이 고려되어야 할 시점에 이르렀다.

뿐만 아니라 인쇄물은 무분별한 정보가 남용되는 현대사회에서 필요한 정보를 제공하는 신뢰받는 정보원이 되어야 한다. 표지디자인은 서적의 내용과 성격을 드러내는 얼굴의 역할을 하며 출판사의 이미지를 형성하는데 중요하고 광고의 역할로 판매증진의 수단이 되어야 한다.

본 논문에서는 표지디자인의 시각적 요소인 타이포그래피, 일러스트레이션, 컬러, 사진 등이 독자의 선호도에 미치는 영향을 연구하고자 한다.

1-2. 연구의 방법 및 범위

표지디자인의 기능 및 구성요소를 문헌연구를 통해 연구하고 작업환경, 구매환경의 변화가 표지디자인에 어떤 영향을 미쳤는지 선행논문들을 비교 분석하여 디자인적 특징을 조사한다. 특히 1999년부터 2002년까지 교보문고의 문학 부문 연간베스트셀러를 중심으로 표지디자인의 시각적 요소인 타이포그래피, 사진, 일러스트레이션, 컬러 등으로 사례 분석한다. 필립 코틀러의 사회 경제학적, 지리적, 심리적, 기타 특성에 따라 독자의 유형을 분류하고 시각적 요소가 독자의 선호도에 미치는 영향을 설문조사를 통해 연구하고자 한다.

여기서 책표지는 앞면과 뒷면, 그리고 앞면과 뒷면을 연결하는 등으로 나눌 수 있는데 본 논문에서 표지라 함은 앞면을 의미한다. 문학도서의 경우는 전문서적과 달리 독자가 서점에서 현장 구매를 하는 경우가 많아 표지디자인이 중요하다.²⁾

또한 구매에 미치는 여러 요인 작가, 출판사, 내용, 가격 등이 있지만 표지 디자인도 한 변수로 본다.³⁾

2. 표지디자인의 개념

표지디자인은 책 디자인의 외부적 구성요소를 시각화하는 것으로 책의 전체 내용을 이미지화하고, 그래픽 디자인의 모든 요소들을 표지라는 일정한 틀 안에서 재구성하는 총체적인 작업이다.

표지는 첫째, 효과적인 방법으로 시각적 주목을 끌어야 하며 둘째, 흥미를 줌으로써 내용을 보고 싶게 하며 셋째, 함축적으로 전체 내용을 전달할 수 있어야 한다. 산업의 발달과 함께, 과잉 생산되는 출판물의 경제적인 판매를 위해 시각적 가치가 있는 표지 디자인이 필요하게 되었고 단순히 책의 보호 기능과 장식적 기능을 넘어선 시각전달 디자인으로 인식되고 있다.

3. 표지디자인의 기능

3-1. 미적 기능

미적 측면에서 표지는 일차적으로 얼굴로서 기능을 가지고 서적의 내부에 담고 있는 감정과 지적인 측면을 문자를 통해 드러내어 무엇인가를 제시함으로써 내용물이 암시하는 어떤 생각을 표시하는 것과 관계된다.

다시 말해 표지는 외장이라는 일차원적 기능을 넘어선 계획된 아름다움으로 일반인의 시각을 유도하는 주목효과와 호소력을 통해 책이 독자의 손과 눈에 있게 하고 더불어 상품으로서의 책으로 성공시키는 기능까지 지니고 있는 것이다.

3-2. 포장적 기능

표지는 책을 포장하고 보호하는 기능을 가지고 있는데 독자가 구매하기까지 유통과정에서 상품으로서의 가치를 보존하기 위한 기능이다. 표지디자인은 편리하게 사용할 수 있도록 물리적 측면을 고려하고 소비자에게 즐거움과 만족을 줄 수 있는 조형성이나 표현의 특징을 갖도록 고려되어야 한다. 또한 시각 이미지의 상징화를 통하여 독자로 하여금 포장에 대해 강렬한 이미지를 갖게 하며 상품정보의 전달을 위한 의사소통

1) 이용준, 디지털 혁명과 인쇄매체, 커뮤니케이션 북스, 1999

2) 황영희, 문학서적 표지디자인에 관한 연구, 숙명여대 석사학위논문,

1991

3) 황영희, 문학서적 표지디자인에 관한 연구, 숙명여대 석사학위논문, 1991의 설문조사결과 책을 구입할 때는 내용을 가장 중시하고 다음은 책제목과 표지디자인 그 다음은 작가를 고려하는 것으로 나타남

을 하는 매체의 역할을 해야한다.

3-3. 광고적 기능

디자인은 이제 일부 계층의 단순한 결과물에서 탈피한지 오래이다. 디자인은 사람을 둘러싼 환경과 생활 방식을 위한 창작 논리의 결과물이다. 우리들이 일상생활에서 쓰고 있는 상품은 포장에 좋을수록 더욱 많이 팔리고 있으며 정보화로 인한 경쟁 매체, 즉 뉴미디어의 등장은 표지디자인에 있어 광고 및 판촉기능의 중요성을 강조하고 있다.

4. 표지디자인의 시대별 특징

선행논문 연구를 토대로 시대적 구분을 이정준의 논거에 따라 표지디자인의 특징과 시대에 따른 작업환경 변화를 정리하였다.

시기	디자인적 특징	시대환경
제1기 (1945~1961)	· 일러스트레이션 활용 빈약 · 원색적, 고전적인 소재의 화가에 의한 그림 · 한문이 주류 · 붓글씨체를 사용, 세로쓰기 · 점차 명조체의 비중 확대 · 어두운 분위기의 갈색, 흑색, 적색	· 언론, 출판의 자유 · 사회경제적 기반 약화
제2기 (1962~1972)	· 일러스트레이션의 구성적 표현 · 레터링 사용, 한글이 주류 · 고딕체의 비중 확대 · 따뜻한 느낌의 황색	· 표지를 창작하는 전문화된 방식이 아닌 짜집기 방식 보편화
제3기 (1973~1987)	· 레이아웃의 형과 기능의 조화 · 표제 글자 확대, 강력한 원색, 가로쓰기 · 일러스트레이션의 추상적 표현과 포토그래피에 의한 표현 · 명조체, 한글글꼴의 다양화 · 안정감을 느끼는 갈색	· 사진식자의 등장 · 모더니즘 경향 · 경제성장과 높은 도수의 인쇄 · 편집과 디자인의 분리 · 전문디자이너 등장
제4기 (1988~1999)	· 전문가의 손을 거친 독특한 레이아웃 · 일러스트레이션과 사진 활용확대 (저자사진사용), 표현방법의 다양화 · 부드러운 패스텔계열	· 컴퓨터 기술과 인쇄활동의 접목 · 포스트모더니즘 경향

[표-1] 환경 변화에 따른 표지디자인의 특징

5. 표지디자인의 시각적 요소

5-1. 레이아웃

레이아웃이란 배치, 구성, 구도 등을 뜻하는 말로 편집디자인에 있어서 시각유도나 형태의 원리, 타이포그래피의 가독성과 같은 궁극적인 목적을 포함하고 있다.

레이아웃의 형태는 크게 프리 방식과 그리드 방식으로 나눌 수 있으며 구성원리인 대조, 균형, 조화, 비율 율동, 통일 등의 원리를 응용하게 된다.

5-2. 타이포그래피

메시지를 전달하는 가장 중요한 요소 중의 하나로 시각커뮤니케이션에 있어서 문자는 언어적 상징인 동시에 시각적으로 보여지는 유형의 기호라는 점에서 하나의 조형이다. 크게 본문용 활자를 다루는 포멀 타이포그래피와 시각이 우선하는 그래픽 타이포그래피로 나누는데 책표지에서는 그래픽 타이포그래피로 전달내용을 상징화 할 필요가 있다.

타이포그래피는 활자에 의한 인쇄술 전반을 포괄하는 용어로서 자간, 행간, 활자체 및 크기의 설정, 공간내의 레이아웃 등으로 조절하면서 문자의 형태를 보다 기능적으로 조형함으로써 전달기능을 강화하는데 그 목적이 있다.

5-3. 컬러

색채는 강렬한 임팩트를 달성하고 착시를 자아내며 제품의 카테고리리를 상징한다. 또한 암시적이며 대상을 알기 쉽게 한다. 선이나 글이 지적인 표현에 강한 반면 색채는 감성적인 전달을 하는데 중요하다. 색채에 대한 느낌은 심리적 생리적 반응과 색채에 관련된 기억 연상에 따라 다르게 나타나므로 책을 보는 대상을 파악하여 색상을 선택해야 할 것이다. 색채는 주의환기의 결정요소가 되는데 유채색이 무채색보다 더 주의를 끈다. 색을 이용하여 보다 빨리 정보를 전달하기 위해서는 색의 명시성과 주목성을 고려해야 한다.

5-4. 일러스트레이션 및 사진

일러스트레이션은 넓은 의미로는 회화, 사진을 비롯하여 도표, 도형 등 문자 이외의 시각화된 것을 가리키지만 좁은 의미로는 삽화나 컷 등을 말한다. 책표지에는 회화적 표현, 포토그래픽적 표현, 일러스트레이션적 표현, 타이포그래픽적 표현양식이 있다. 글이 전달하지 못하는 것을 보여주고 설명해 줌으로써 어떤 대상과 개념의 이미지를 발전시킬 수 있다. 사진은 사실성이 강하기 때문에 사물에 대한 특징을 명확하게 나타낼 수 있어 보는 사람으로 하여금 믿음을 가질 수 있으며 시각의 다양화를 유발시킬 수 있어서 많이 사용하고 있다. 디자이너는 사진의 제작과정에 대한 지식과 의사전달 목적과 관련된 사진 내용의 이해, 사진에 나타난 명암, 디자인을 이해할 수 있는 예리한 안목을 요구한다.

6. 결론 및 향후연구과제

표지디자인의 개념 및 기능, 시각적 요소에 대해 조사하였으며 선행연구를 토대로 1999년까지 표지디자인 특징을 연구하였다. 본 논문은 이러한 문헌연구를 바탕으로 시각적 요소인 레이아웃, 타이포그래피, 컬러, 일러스트레이션과 사진이 독자의 유형에 따라 선호도에 미치는 영향을 연구하고자 한다. 또한 1999년부터 2002년까지 교보문고 문학부문 베스트셀러의 표지디자인 사례분석을 통해 1999이후 표지디자인의 특징과 작업환경 및 구매환경의 변화를 연구할 것이다.

참고문헌

- 황영희, 문학서적 표지디자인에 관한 연구(표지 개작본을 중심으로), 숙명여대 석사논문, 1991
- 안도선, 단행본 문학서적 표지디자인의 조형적 성향에 대한 연구, 성균관대 석사논문, 2001
- 양예규, 책표지 디자인에 있어서의 타이포 일러스트레이션 연구, 동덕여대 석사논문, 2000
- 이화진, 출판 표지 디자인의 특성화에 대한 연구, 중앙대 석사논문, 2001
- 홍성태, 소비자 심리의 이해, 나남, 1992
- 필립 코틀러, 마케팅 경영관리론, 석정, 2000