

# 출판미학을 창조하는 디자이너들

표지, 본문, 광고까지 도맡아 ... 종합적 시각과 인재양성 요구돼

현대사회에서 디자인 개념의 도입은 전 산업 분야에 필수불가결한 것으로 꼽힌다. 수많은 신간들과 경쟁해야 하는 출판계도 예외가 아니다. 서점에서 독자들에게 먼저 눈에 띄는 책을 만들기 위해서 북디자인에 고심하는 것은 당연한 일. 이제 '장정' 차원에서 이루어지던 책 편집은 북디자인이라는 개념으로 체계화되고 있으며, 디자이너들의 역할이 점점 중요해지고 있다. 프리랜서 북디자이너들과 각 출판사내의 디자이너들이 활발한 활동을 보이고 있지만 어려움도 많다.

## 저자와 디자이너의 교감 필요

북디자인은 단순히 표지를 만드는 개념이 아니라 본문의 레이아웃과 활자 모양, 크기, 사진과 캡션, 일러스트 등이 조화를 이루는 것을 뜻한다. 국내에 북디자인 개념을 처음 도입한 정병규씨의 주장대로 "북디자인은 명실공히 토달디자인"이다.

북디자이너로 활발하게 활동하는 독립 북디자이너는 대략 40~50명 정도. 디자인 사무실을 열고 있는 이들에게 디자인을 의뢰할 경우, 표지는 50만원에서 200만원사이, 본문 편집은 1페이지당 5000원에서 1만 2000원선이 보통이다. 광고대행사에 책제목을 의뢰할 경우 50만원에서 100만원선이라고 한다.

친분관계에 따라 가감되기는 하지만 영세한 출판사가 이런 비용을 지출하며 디자인 사무실에 의주를 준다는 것은 쉬운 일이 아니다. 대다수의 출판사가 소규모이고 재정상태가 빠듯해 북디자인에 많은 돈을 투자할 형편이 못되기 때문이다. 또 표지만을 의뢰했을 경우 본문편집과 일관성이 없는 경우도 종종 있다.

때문에 북디자인을 외부에 의뢰하기보다 출판사내에서 북디자인을 총괄하는 것이 일반적이다. 규모가 큰 출판사들은 대개 디자인실을 따로 두고 몇몇 디자이너가 전담하고 있으며, 영세한 출판사는 오퍼레이터 겸 디자이너를 두거나 출판사 경영자가 몸소 나서는 경우도 적지 않다. 경비절감 차원에서 열림원처럼 "한 권은 외주, 한 권은 내부에서 디자인하는 식으로 조절한다"(편집부 김이금씨)는 출판사도 상당수다.

그러나 디자인의 중요성이 부각되고 있는

디자인의 중요성이 부각되는 요즘, 출판사 디자이너들의 비중도 점점 더 커지고 있다. 표지는 물론이거니와 본문편집도 전담하고, 광고제작과 보도자료 편집, 카탈로그·도서목록·전시용품 등까지 다양한 역할을 맡아야 한다. 종합적인 코디네이터의 역할을 하기 까지 아직은 많은 어려움이 있다.

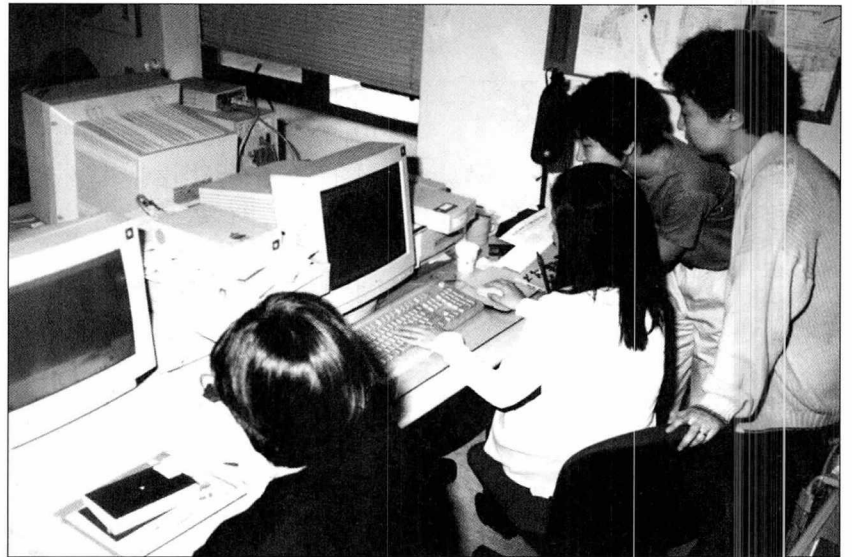
요즘, 출판사 소속 디자이너들의 비중은 점점 커지고 있다. 표지는 물론이거니와 본문 편집을 전담해야 하고 광고제작, 보도자료 편집, 카탈로그 제작, 도서목록 제작, 판촉을 위한 전시용품, 도서전 부스제작 등 일회적인 제작물 등도 디자인해야 한다.

또한 종합적인 코디네이터의 역할도 요구되는데 "북디자인에 있어 종이·인쇄·제본 등도 중요한 요소다. 이것들이 북디자인을 크게 좌우하기 때문에 북디자이너는 제작 전반에 지식이 있어야 하고 관심을 가져야 한다"고 열화당의 디자이너 기영내씨는 말한다.

출판사내 디자이너의 역할을 증시하는 한길사의 조혁준 디자인실장은 "북디자인은 단순한 디자인이 아니기 때문에 출판사의 취지, 저자의 의도를 심분 살리려면 지속적인 커뮤니케이션이 있어야 한다. 표지만 외부에 맡기면 본문 편집과의 연관성이 없어 불균형할 때도 있다. 북디자인은 저자와 출판기획자, 디자이너가 마음이 맞아야 한다"고 말한다.

그러나 적은 인원으로 이 일들을 해내야 하기 때문에 책 한권한권마다 토달디자인에 신경쓴다는 것이 생각처럼 쉽지 않다. 북디자이너의 욕심으로는 내지, 본문 편집에도 심혈을 기울이고 싶지만 시간과 인력이 태부족이라는 것이 현직자들이 토로하는 고민이다.

"가장 아쉬운 것은 디자인하는 책에 대해 여유 있게 생각할 시간이 부족하다는 것이다. 일정에 쫓겨 요약된 내용으로 책을 이해



표지 디자인에 대해 논의하고 있는 한 출판사의 디자인실.

하고 작업하는 수밖에 없다. 그러나 방송이 좋은 극본과 PD의 연출에 의해 구성되는 것처럼, 좋은 책은 좋은 글과 좋은 편집이 만나 교감해야 만들어진다"고 민음사의 디자인실장 정보환씨는 말한다. 디자이너 6명으로 구성된 민음사 디자인실은 올 한해 200여종의 책을 디자인했다. 그러나 이 인원도 다른 출판사에 비하면 많은 편이다.

어느 출판사는 디자이너 2명이 한 달에 8권을 디자인하고 있는 실정이고, 대부분의 출판사는 1명의 디자이너가 전담하고 있다. 그러다 보니 토달디자인으로서 책의 내용과 성격을 심분 살릴 여력이 없다. 또 출판사 경영자가 대부분 편집자 출신들이라 경영자의 주장과 디자이너의 감각이 갈등을 빚는 것도 어려움의 하나다.

## 책마다 걸맞은 편집이 따로 있다

사실 좋은 북디자인이란 멋을 부린 것이 아니라 사진도 글도 편안하게 다가가야 한다. 북디자이너 서운석씨는 "북디자인은 책을 보기 좋게 만드는 것도 중요하지만 그 이전에 무엇보다 책의 내용을 파악할 필요가 있다. 표지는 책의 내용을 단적으로 드러내 주는 것이기 때문에 책의 내용을 선명하게 드러내고 있어야 한다"고 북디자인의 역할을 말한다.

책마다 어울리는 편집과 표지가 따로 있다. 그럼에도 불구하고 일단 눈에 잘 띄는 선정적인 표지나 편집을 선호하는 것도 문제로 꼽힌다. 표지에 무조건 컬러풀한 색깔을 고집하는 경향이라는 것. 반면 베스트셀

러의 가능성이 없는 책인 경우 비주얼이 필요한 책조차 디자인을 포기하는 사례도 종종 있다. 대중서보다 오래 서가에 꽂혀 있을 양서에 제대로 디자이너의 손이 가지 못하는 경우가 많다.

근래 디자이너들은 북디자인뿐 아니라 일주일에 하루이틀 정도는 광고제작에 매달려야 하는데 이것도 만만치 않은 작업이다. 주로 토·일요일에 출판광고가 나가기 때문에 주중 목·금에는 광고에도 매달려야 한다.

"광고 마감에 맞춰 광고 컨셉에 맞는 디자인을 순발력 있게 해내야 한다. 각 출판사 광고가 비슷비슷하기 때문에 끊임없이 새롭게 차별화해야 한다는 부담이 있다"고 민음사의 정보환씨는 말한다.

맥킨토시 도입은 디자인업계의 상황을 많이 바꿨다. 맥킨토시 도입으로 해서 물리적 시간은 많아졌지만 기계만능주의를 우려하는 시각도 적지 않다. 컴퓨터의 날렵한 효과를 우선하다보니 창조성이 떨어지는 것도 사실이다. 다양한 서체를 연구하는 타이포그라피 영역도 아직 미답지역이다.

"안상수씨 서체를 제외하고는 국내 서체가 대부분 완성형이기 때문에 알파벳보다 서체 개발이 어렵다. 예를 들어 '한국' 나 '늑대'의 'ㄴ'처럼 초성으로 오는 자음과 받침으로 오는 자음이 모양과 크기가 전부 달라 서체개발이 몇 배 어렵다"(한길사 조혁준씨)는 말처럼 어려움이 많다.

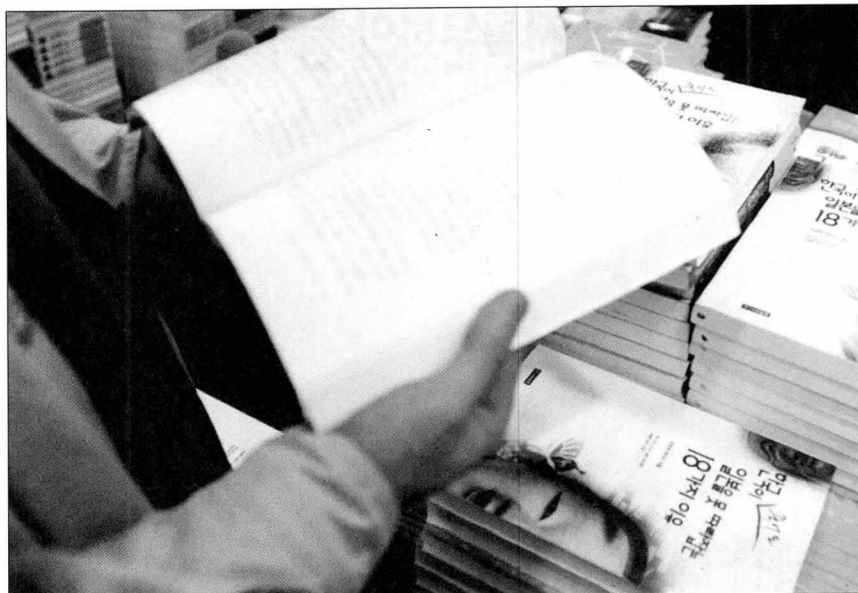
## 창조성과 인재양성 절실

북디자인에 있어 이런저런 문제가 많지만

# 위험한 한국경제의 진단과 주장

《한국이 죽어도 일본을 못 따라잡는 18가지 이유》를 읽고

장상환 · 경상대 경제학과 교수



**저자의 주장은  
한국의 경제주체들의  
문제점에 대해 정곡을  
찌르는 것들이다. 상당한  
설득력이 있는 반면  
한계점도 보인다. 예컨대  
애사심이 부족한 근로자들  
비판하기 전에 임원들까지도  
머슴으로 간주하는  
재벌체제야말로 근본적인  
문제가 아닐까.**

가장 큰 문제는 복디자인의 중요성에 관한 출판사의 인식이다. 복디자인의 전문성, 종합적 시각의 필요성을 인식하고 이를 뒷받침하는 출판사 경영자의 해안이 절실하다.

출판평론가 임종기씨는 “책이야말로 아이디어가 필요한 토털디자인이다. 인쇄매체라는 2차원 구조를 편집을 통해 3차원의 구성으로 끌어올린 《경주 남산》(열화당)같은 경우, 시간과 원근이 느껴지는 편집 덕분에 책이 살아난다”고 말한다. 이런 복디자인의 중요성을 출판사에서 먼저 인식하고 투자해야 한다는 것.

또한 복디자인업계의 창의성과 인력양성도 문제로 꼽힌다. 고급 인력을 끌어들이기에는 출판계의 규모와 대우가 너무 열악하다. 출판사에서 디자이너 공채를 하면 거의 95%가 여성이다. 가족 부양이나 사회적 위치에 대한 부담을 가지고 있는 남성들이 복디자인을 기피하기 때문이다. 현재 복디자인만을 전문적으로 배출하는 대학이나 학과도 마련되어 있지 않아, 복디자이너가 되기 위해서는 출판관련학과나 편집디자인학원, 그래픽학원에서 전문기술을 익히고 출판 현장에 뛰어들어 경험을 쌓는 수밖에 없다. 이들 중에는 광고디자이너를 선호하는 이가 많아 소신을 갖고 일하기 어렵다.

그러나 복디자인의 미래가 어둡지만 한 것은 아니다. 산적한 문제점들이 많지만 국내 복디자인의 역사가 짧기 때문에 앞으로 복디자인이 어떻게 성장하고 후학들이 어떻게 발전시켜 나갈지는 미지수이므로, 긍정적으로 상호발전을 모색하는 것이 바람직할 것이다.

《21세기 디자인문화 탐사》의 저자이자 복디자이너였던 김민수씨는 “책을 독자와 연결하는 장치로서, 복디자인의 역할은 매우 중요하다. 책을 오브제로 만나는 독자의 사용자 인터페이스 등을 인식해야 한다”고 주장한다.

어떤 책이 백만부 이상 나가는 베스트셀러가 된다면 이 책은 한 사회의 문화를 움직이는 주요 담론이다. 때문에 그 내용도 중요하지만 책이 가지고 있는 아우라도 중요하다. 복디자인은 그 시대 문화의 척도이므로 좀더 과감한 투자와 전문화가 요구된다.

— 마정미 기자

이 책의 저자 모모세 타다시씨는 18가지 이유를 명시적으로 표현하지는 않았는데, 한국경제의 문제로 지적하는 핵심적인 내용은 다음과 같은 것이 아닐까 생각된다. 한국은 일본보다 20년 정도 뒤떨어져 있다. 경영자의 마인드와 철학, 대통령과 경제담당부서 책임자 이하 리더들의 지도력면에서 볼 때 그렇다.

첫째, 경제문제를 이해하고 조정하는 정부의 역할이 취약하다. 한보사태는 기업주와 함께 청와대, 통상산업부, 금융당국의 비합리적인 처리방식에 책임이 크다. 자동차회사들간의 전략적 기술적 제휴를 위한 정부의 지도가 결여되어 있다.

둘째, 기업의 행태가 문제이다. 일본에서는 기업의 임원들이 부도를 내기 전에 자기 집이나 친척집까지 담보로 제공하고 월급을 30~40%만 받는데 한국에서는 ‘기업은 망해도 기업주는 망하지 않는’ 풍토이다.

셋째, 금융기관의 대출심사력이 부족하다. 조사부가 약하고 담보를 우선적으로 확인하는데 일본 은행들은 유망한 사업분야가 있는지를 확인한다. 넷째, 매스컴들도 경제위기와 극복대책에 대해서 공부를 너무 안한다.

다섯째, 근로자들이 “이 회사는 내 회사”라고 생각하지 않는다. 다니던 회사의 거래처 명단을 가지고 나와서 자기가 사업을 하는 경우가 많은데 일본에서는 있을 수 없는

일이다.

이러한 지적은 대체로 한국의 경제주체들의 문제점에 대해서 정곡을 찌르는 것이라고 할 수 있다. 오랜 영업활동을 거치면서 가지게 된 인식이기 때문이겠지만 상당한 설득력을 가진다. 그러나 몇가지 한계 내지 문제점도 보인다.

첫째, 여러 경제주체들 속에서 그러한 비합리적이고 후진적인 행태가 나오도록 만드는 정치경제적 구조에 대한 분석이 없다. 애사심이 부족하다고 근로자를 비판할 것이 아니라, 회사를 소유물로 간주하고 임원들까지도 머슴으로 간주하는 재벌체제야말로 근본적인 문제임을 지적해야 마땅하다.

둘째, 현대의 제철소 진출이 타당한 것이고 정부가 이를 인가하지 않는 것은 불합리하다는 인상을 주고 있다. 이 때문에 현대그룹 관계자들 사이에 이 책이 인기가 있다. 그러나 현대의 제철소사업 신규진출 문제는 중대한 국가적 사안인데 너무 쉽게 이야기하고 있는 것이 아닐까. 이 문제는 정부와 현대간에 엇갈리고 있는 철강수급전망에 대한 정확한 평가, 재벌의 경제력 집중과 문어발 업종 확대에 따르는 경영난의 가능성, 공해문제 등에 대한 종합적 검토를 거쳐서 판단되어야 한다.

셋째, 외국기업이나 합작기업에 대해서 특별한 고려가 필요하다는 주장도 내용면에서 신중할 필요가 있다. 임대료 혜택이나 조세

혜택은 타당한 면이 있으나 고용문제에 대해서 특혜를 주는 것은 열악한 노동문제를 더욱 악화시킬 가능성이 있다. 현재 한국경제위기의 핵심은 중소기업체와 생산직 노동자들을 제대로 처우해주지 못함으로써 생산력기반이 약화된 데 있는 것임을 고려할 때, 모모세씨의 주장대로 하면 경제위기를 더욱 심화시킬 가능성이 있다.

최근 외국 언론들에서 한국의 경제문제에 대해서 이러저러한 말이 많은데, 이것은 한국경제문제가 그만큼 심각하고 복잡하다는 것을 보여줌과 동시에, 현재 우리 내부에 경제문제에 대한 치열한 연구와 논쟁이 부족했기 때문일 것이다. 세계 각국의 공황에 대한 연구를 심화시키는 등 분발할 필요가 있겠다. ◆