문화를 담는 오래된 그릇 '종이'

확장된 종이개념으로 디지털 매체의 도전에 맞서야

종이가 사라질 것이라는 예측은 오류로 판명났다. 컴퓨터의 보급에도 종이의 소비는 오히려 더 늘고 있다. 정보환경의 변화를 종이가 수용하지 못하는 측면도 있다. 이런 측면은 역설적으로 책이 본연의 모습을 찾는 계기가 될 전망이다. 종이가 나무를 가장 귀하게 쓰는 일이라면 책은 종이를 가장 값지게 쓰는 것이다.

"종이는 문화를 담는 그릇입니다."

어느 지류(紙類)유통회사 광고의 헤드카피다. 서브카피에는 이런 문구가 이어진다. "밤을 지새며 완성한 시 한편, 평생을 다 바친 한권의 책…. 그 어떤 것들도 종이 위에 표현되지 않고서는 진정한 가치를 전할 수 없습니다." 전자책이 곧 득세할 듯한 세태와 무관하게 종이와 책의 가치를 환기하는 내용이다.

낙관적인 종이의 미래

현대실학사 정해렴 대표는 "종이는 인류가 만든 훌륭한 발명품 중의 하나"라고 전제한 뒤, 전자책은 가벼운 읽을거리나 정보를 전달하는 데에 어울리지 시를 읽기에는 부적합하다고 말했다. 그러면서 종이가 귀했던 시절을 회고했다. "종이와 책이 귀하던 시절에는 책이 유일무이한 정보원이었다. 어렵사리 구한 책 한권을 애지중지하며 읽던 기억이 새롭다."

요즘은 종이가 넘쳐나지만 불과 반세기 전만해도 종이는 귀한 물건이었다. 해방 직후의 종이 품귀현상은 책의 가격에 지대한 영향을 미쳤다. 그래서 출판사들은 자구책으로 '임시정가'를 책정했다. 가격란을 비워두고, 종이값의 등락에 따라 책값을 고무도장으로 표시했다. 종이 수급사정이 나빠 재생지인 선화지(仙花紙)로 책을 만들기도 했다.

1947년 하반기에는 형편이 나아졌다. '물물교환' 형식으로 마카오 갱지가 수입됐기 때문이다. 1950년대는 원조물자로 출판에 필요한 종이를 충당했다. 을유문화사의 《조선말 큰사전》은 록펠러재단의 지원을 받아 제작됐다.

이제는 우리나라의 제지공업도 장족의 발전을 이뤘다. 신문용 컬러용지를 자체 개발하는 수준에 이르렀다. 세풍제지는 '살구빛 고운종이'를 개발해 《문화일보》에 공급하고 있다. 세풍제지의 한상신 판매1팀 과장은 "신문사는 물론이고 출판사에서도 구입문의가 쇄도하고 있지만 공급이 달리는 형편이다. 이 종이는 신문용이라서 책의 본문용지로 사용하려면 개량해야 한다"고 말했다. 한과장은 종이의 미래를 낙관했다.

"1980년대 미국에서 장기적으로 종이가 없어질 것으로 전망했다. 하지만 실제는 종이 소비가 오히려 느는 추세다. 새로운 매체가 출현할 때마다 종이의 몰락이 예견됐으나 그 예측은 언제나 오류로 판명났다. 오랜 역사를 지닌 종이의 위력이 만만찮다는 증거다."

종이의 질감·촉감·냄새에 주목해야

인터넷 전문가 김상현씨는 종이의 앞날에 대해 약간 다른 견해를 내놓는다. "앞으로도 오랫동안 종이의 위세가 지속되리라는 것은 자명하다. 그러나 하루에도 몇 번씩 변하는 정보와 데이터를 감당하기에 종이는 역부족이다."

이런 측면은 역설적으로 책이 본연의 모습을 되찾는 계기가 될 수도 있다. 《미메시스-번역서 가이드북 2000》(열린책들)에 실린 에른스트 피셔의 관측은 이를 잘 말해 준다.

"책은 이제 '느린 매체'라는 평가를 받는 한편 오래 간직할 만하거나 지속적인 의미를 지닌 텍스트에 적합한 형태로 자리잡는다. 이와는 반대로 수명이 짧은 정보는 우선적으로 전자 네트워크를 통해 전달된다. 책은 또한 텍스트의 출판을 결정하기 이전의 선별과정으로 상당한 대접을 받는다."

지난 4월 출간된 《계성 종이 이야기》(계성그룹)는 책의 특성을 유감없이 보여주는 출판물이다. 이 책은 계성제지의 사사(社史)다. 하지만 여느 사사와 차별성이 뚜렷하다. 종이의 특성을 극대화한 제작이 눈에 띈다. 본문용지로 스노우 화이트지·백상지·아트지 등 세가지 종류의 종이를 사용한 것이 단적인 예. 종이의 질감과 내용을 연계하기도 했다.

또, "종이를 만드는 일은 나무를 가장 귀하게 쓰는 방법"이라는 주제에 따라 종이 이야기를 들려준 점이 돋보인다. 제2장에는 20세기 종이의 역사를 훑으며 만화가·한지 공예가·서점 직원·인쇄인·환경 미화원 등 종이와 관련 있는 사람들과의 짧은 인터뷰를 싣고 있다.

이 책은 북디자이너 이나미씨(스튜디오 바프의 크리에이티브 디렉터)의 '작품'이다. 그가 확장된 개념의 종이에 천착한 결과물이다. "단순히 펄프만이 종이는 아니다. 사유의 매개가 되고 뭔가 쓸 수 있는 공간을 제공하는 것이 종이다. 다른 재질을 포용하는 능력도 있다. 지금까지 종이책은 내용 전달에만 치중해왔다. 이제 비로소 종이의 질감·촉감·냄새 같은 요소에 주목하는 셈이다."

이나미씨는 책을 오브제로 한 자신의 작업이 꾸준히 이어지길 희망한다. 그러기 위해서는 인쇄 기술자와 제본 기술자가 '살아 남아야' 한다. 어떤 기계도 '손맛'을 따를 수 없는 까닭이다.

— 최성일 기자