

장인정신으로 출판디자인의 새 지평 열어야

전통과 신기술의 조화 위해 힘써야 할 때

정병규디자인의 정병규 대표는 “책을 디자인시켜 보면 디자이너의 실력을 알 수 있다”고 말한다. 출판디자인의 좌표와 의미가 시각커뮤니케이션의 기본을 뜻하기 때문이다. 일본만 해도 저명 디자이너들은 하나같이 책을 만들었다. 정대표는 책과 디자인을 같은 선상에 놓고 출판디자인의 이치를 설명한다.

출판과 디자인의 결합 방식은 책에서 출발하는 것과 그래픽에서 시작하는 두가지가 있다. 그런데 여기서 중요한 것은 출발점이 아니라 책과 그래픽디자이너가 만나는 지점이다. 둘을 합쳐야 생각의 높이가 집약된 철학이 가능한 까닭이다. 따라서 출판계 일각에서 책의 종말을 운위하는 것은 빈곤한 철학의 산물이다.

저자로서의 디자이너 요구됨

“책의 종말론자는 글자가 책의 일부분이라는 사실을 망각하고 있다. 개념을 활자로 기호화한 것은 사라질지 모른다. 이제 책은 문자로 된 워크(work)만을 지칭하지 않는다. 새로운 책의 시대에는 색깔을 굳이 명사로 옮길 필요가 없다. 색 자체를 텍스트로 받아들여지게 된다.”

정병규 대표는 편집디자인에 트랜스포메이션이라는 개념의 도입을 제안한다. 트랜스포메이션은 디자인이 아날로그와 디지털의 가교가 되어 한다는 의미다. 여기에는 1990년대 초반 매킨토시 컴퓨터의 도입으로 확산된 북디자인의 팬시화 경향을 반복해선 안된다는 바람이 담겨 있다. 다시 말하면, 장인정신을 회복해야 한다는 희망의 표현인 셈이다.

“우리 출판이 일본의 영향을 많이 받았어도 책 만드는 정성은 못 배웠다. 베끼기만 했지 남의 문화를 가공해 어떻게 자기 것을 풍요롭게 할까 고민하지 않은 탓이다. 아무튼 정성이 깃들어야 한다. 21세기 출판디자인도 결국 정성의 문제다. 또 지금은 저자로서의 디자이너가 요구되는 시대다.”

그동안 출판계에 트랜스포메이션 편집디자인

을 추구한 실험적인 작업이 전혀 없었던 건 아니다. 잠시 휴면중인 박가서장은 일반단행본에 파격적인 편집을 시도한 바 있다. 또 박가서장의 책들에서 디자이너는 저자와 동등한 대접을 받았다. 표지 또는 판권면에 디자이너의 이름을 저자와 나란히 박았다.

“일반적인 책에 디자인 요소를 가미했다. 전문적인 서적은 이미 그런 경우가 있었지만 일반 단행본으로는 생소한 것이어서 눈에 띈 것 같다. 책의 성격에 맞는 디자인을 한다는 취지를 따르다 보니 튀는 점이 없지 않았다. 그래도 지금 보면 그다지 거슬리지 않고 편안하다.”

박가서장 박상일 대표의 말이다. 박대표는 일반교양서는 과도한 실험을 자제해야 한다고 지적한다. 내용과 성격을 고려해 가독성을 높이는 쪽이 바람직하다는 말이다. 박상일 대표는 “여러 가지 형태의 책이 많이 나올수록 좋다. 하지만 시장(2천부)이 형성되지 않아 활발한 실험이 이뤄지지 않고 있다”고 말한다.

그래서 육공일비상은 아예 독자를 전문디자이너로 잡았다. 수지타산을 맞추는 데도 크게 신경쓰지 않는다. 지금까지 다섯종을 펴냈는데, 한마디로 독특한 책들이다. 책마다 크기와 형태가 제각각이다. 《우리는 가족이다!》(박금준 외 지음)를 제외하곤 글자를 쉽게 찾기 어려운 비주얼한 책이다. 스프링 제본의 《601 아트북》(박금준 기획)은 디자이너 사 이에션 노트를 겸한 교과서로 쓰이고 있다.

육공일비상은 디자인 서비스를 주업무로 하

전문가들은 디지털 시대 출판 디자인이 나아갈 방향을 크게 두가지로 잡고 있다. 그 첫째는 디지털 시스템에 대한 이해를 바탕으로 새로운 디자인을 창출하는 것이고, 두번째는 전통적 제작방법을 극대화하는 것이다. 그러나 다른 무엇보다 장인정신이 우선적으로 요구된다는 지적은 우리 디자인계에 시사하는 바가 많다.

는 디자인 회사다. 출판은 가외의 일이지만 이를 실무에 응용한다. 《601 아트북》의 기법을 활용해 어느 기업의 브로셔를 제작했다. 육공일비상의 정종인 아트디렉터는 “남이 안 한 것, 아직까지 없는 것을 한번 만들어보자는 것이 육공일비상의 정신”이라고 말했다.

디지털 시스템과 전통방식의 조화

어린이책은 디자인적 요소를 강하게 부각할 여지가 많은 분야다. 하지만 지금까지는 감각책·입체북·보드북 같은 종류의 출간은 눈에 띄지 않았다. 교원 디자인팀 여인희 과장은 “우리도 흉내는 낸다. 그러나 수작업을 해야 하는 탓에 비용 면에서 엄두가 안났다. 아동서의 타깃이 초등학교 저학년과 영·유아로 옮겨가는 추세에 따라 만지고 느끼는 책을 기획하고 있다”고 말했다.

명지대 산업디자인학부 이정선 교수는 디지털시대 편집디자인이 나아갈 방향을 두가지로 잡는다. 첫째, 디지털 시스템의 잠재력에 대한 이해를 바탕으로 한 새로운 방법에 따라 새로운 형태를 창출한다. 둘째, 시각디자인의 역사에 녹아 있는 전통적 제작방식의 장점을 극대화한다.

이정선 교수는 “교육의 역할이 어느 때보다 중요하다. 컴퓨터의 도입은 비슷비슷한 것을 양산하는 폐해를 낳았다. 이런 부작용을 줄이려면 교과과정에서 디자인의 기초와 전통을 탄탄히 습득하고 난 다음, 디지털을 익히게 해야 한다”고 말했다. - 최성일 기자