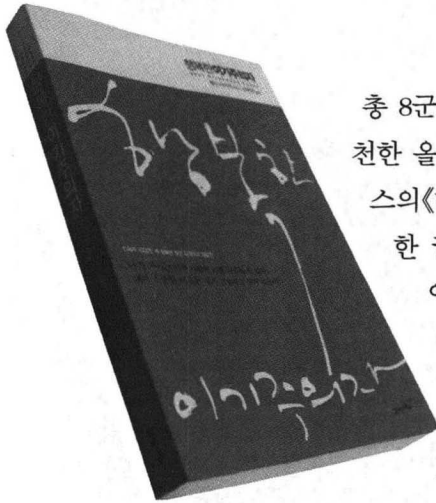


‘표지는 메시지’의 원칙 지키는 것이 가장 좋은 디자인

캘리그래피의 선두주자 《행복한 이기주의자》부터 글자의 이중적 이미지로 의미를 확장하는 《움직이는 그라운드》까지 개성만큼이나 다양한 디자이너들이 뽑은 올해의 책

“책을 만드는 데 디자인의 힘은 10%다. 90%의 완성도를 지닌 책을 100%로 만드는 게 북디자이너의 역할이다” 어느 북디자이너가 한 말이다. 100을 만드는 그 10%의 위력은 대단하다. 책의 첫인상을 결정짓는 것이 바로 북디자인이기 때문이다. 책의 표지는 독자들과 가장 먼저 만나는 책의 얼굴이다. 요즘같이 치열한 출판 경쟁에서 북디자이너의 역할이 점점 더 중요해지는 것은 어쩌면 당연한 일이다. 대개 북디자이너는 작가주의 성향이 강한 직업이라고들 한다. 자의적 해석이 가능한 작업을 하기 때문이다. 어느 정도 자신의 유형이 잡힌 상태에서야 작업이 가능하므로 북디자인에는 정답이 없다. 텍스트에 대한 디자이너의 해석 능력에 따라 표현 방법이 천차만별인 것도 그래서이다. 그런 개성 강한 북디자이너들이 올해의 책을 추천한다면 어떤 책들을 고를까.



총 8군데의 디자인팀이 추천한 올해의 책은 21세기북스의 《행복한 이기주의자》 한 권을 빼고는 교집합이 없었다. 이 책을 추천한 더난출판사의 박경민 팀장은 “제목 타이포를 상단에 한 번 명시하

고 캘리그래피를 이용하여 그것을 이미지화시켜 제목에 대한 각인을 확실하게 했다는 것에 점수를 주었다”고 말했다. 투에스의 정태성 씨는 “컴퓨터 서체의 홍수 속에, 따뜻한 감성이 느껴지는 캘리그래피의 참맛을 보여준다. 더불어 출판계의 캘리그래피 방향을 선도했다는 점을 높이 살만하다”고 추천 이유를 밝혔다.

더난출판사의 디자인팀은 《행복한 이기주의자》외에도 공간사의 《그림쇼핑》과 이레의 《인생수업》을 추천했

다. 특히 《그림쇼핑》에 대해서 박경민 팀장은 “표지 종이를 건조가 어려운 화인 페이퍼로 했는데, 마치 그림 액자처럼 구성해 놓은 것이 눈에 띄었다”며 “본문 역시 잡지처럼 비주얼적인 것을 많이 고려했고, 판면 구성과 컬러 사용도 본받을 점이 아주 많은 책”이라고 칭찬했다.



뜨인돌 디자이너들은 서해문집의 《작가의 방》, 지호의 《세르프, 히말라야의 전설》, 넥서스의 《카오산로드에서 만난 사람들》을 올해의 책으로 골랐다. 조미리 팀장은 《세르프, 히말라야의 전설》의 경우 “히말라야의 차갑고 거친 느낌의 표지와 거대한 자연 속의 인간의 모습, 대장정의 여정을 담은 그림자로 표현한 것이 적절했다”고 추천 이유를 밝혔다.



후마니타스에서는 녹색평론사의 《투자자-국가 직접소송제》, 개마고원의 《삼색공감》, 에코리브의 《성장의 종말》, 문학과 지성사의 《보이지 않는 손》, 수류산방중



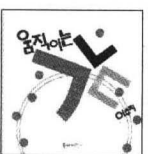
심의 《20세기 건축의 모험》을 선정했다. 서진 팀장은 《투자자-국가 직접소송제》에 대해 “디자인 구성요소 중 사진을 적절히 사용했다. 균형이 안 맞는 아주 불안해 보이는 사진이지만 책의 내용을 효과적으로 함축하고 있다”고 설명했다.

현암사의 디자인팀은 예담의 《오기사, 행복을 찾아 바르셀로나로 떠나다》, 길벗의 《Great Designer 10》, 호미의 《절터, 그 아름다운 만행》, 다빈치의 《김영갑》을 추천했는데, 《오기사, 행복을 찾아 바르셀로나로 떠나다》의 경우 “손에 딱 잡히는 판형부터 재미난 체험기, 다이내믹한 사진구성과 자연스런 라인이 주는 일러스트가 여행기와 그림의 만남이라는 장르적 특성을 잘 살리고 있다”고 선정 이유를 밝혔다.



책세상의 디자이너 정보환 씨는 한길사의 《리영희 전집》을 올해의 책으로 꼽았는데, “시대의 지성인 리영희 선생의 저작과 표지의 사진이 매우 적절하게 조화를 이루었다”는 점을 칭찬했다.

디자인 회사 ‘투에스’는 주로 캘리그래피를 활용한 책을 중심으로 올해의 책을 선정했다. 앞서 말한 《행복한 이기주의자》 외에도 여우의 ‘우’자를 여우 그림으로 표현한 한겨레의 《여우야 여우야 뭐하니》를 추천했는데, 정태성 실장은 “제목의 가독성이다 소 떨어짐에도 불구하고 그것을 받아들이는 출판사의 넓은 안목이 반갑고, 그림과 글씨가 조화를 이루어 책의 컨셉이 잘 표현된 것 같다”고 설명했다.



아동서 부분에도 새로운 감각으로 개성을 추구한 디자인들이 눈에 띄었다. 시공주니어는 어린이책에서 돌베개어린이의 《움직이는 ㄱㄴㄷ》, 창비어린이의 《자존심》, 언어세상의 《밤똥 참기》를 추천했다. 특히 《움직이는 ㄱㄴㄷ》의 경우 “14개의 자음들이 만드는 낱말의 의미 외에 글자가 가지는 이미지를 이중적으로 표현함으로써 의미를 더욱 확장하는, 기존의 한글 그림책과 차별화되는 책이다. 그림 언어가 글자 언어보다 풍부하게 상

상력을 자극하고, 낱말들이 가지는 리듬이 한 권의 책에서 리드미컬하게 연주되고 있다”고 선정 이유를 밝혔다.

애플비의 디자인팀은 문학동네어린이의 《소년왕》, 샘터의 《까만 달걀》, 열린박물관의 《개마무사》《고인돌》을 올해의 책으로 골랐다. 《소년왕》에 대해서는 “군더더기 없는 표지 디자인과 과감한 표현이 돋보인다. 제목의 의미가 글자와 함께 조화되어 유머러스하게 표현되었다”고 칭찬하면서도 “‘소년왕’이란 제목을 딱딱하지 않게 좀더 재밌게 표현하였다면 하나의 그림으로 표지가 더 완성되어 보였으리라”는 아쉬움을 밝혔다.



캘리그래피의 선두주자 《행복한 이기주의자》부터 글자의 이중적 이미지로 의미를 확장하는 아동서 《움직이는 ㄱㄴㄷ》까지. 그들의 개성만큼이나 다양한, 디자이너들이 뽑은 올해의 책이었다. 그들이 추천한 올해의 책은 모두 달랐지만 결과적으로 ‘독자들의 눈을 머물게 하는 디자인, 작가가 글로 풀어낸 메시지를 함축해 시각화하는 디자인’이 이상적인 북디자인이라는 데는 의견을 같이 했다. 좋은 디자인은 단지 아름답게 꾸미고, 장식적인 것이 아니라 독자들의 마음을 끌고, 기억에 남을 수 있는 그런 시각적인 메시지가 명확해야 한다는 것이다.

하루에도 수십 종의 책이 쏟아져 나오고, 새로운 북디자인들이 선보이지만 결국 디자이너들이 올해의 책으로 뽑은 것은 ‘표지는 메시지’라는 기본적 원칙에 충실한 책들이었다. 원칙 가운데의 다양한 변주, 다가올 2007년의 북디자인 시장에서 이 기본 원칙은 변하지 않을 듯하다. ■■

정리 이주연기자

총 12군데의 디자인팀에게 ‘올해의 책’ 설문지를 돌렸고, 8군데의 디자인팀이 모두 40권의 책을 추천했다. 디자인팀의 선정 기준은 출판사의 규모나 소속 여부와 관계없이 올 한해 활발히 활동한 이들로 했다. 설문에 응한 디자인팀은 다음과 같다. 더난출판사(박경민 팀장), 뜨인돌(조미리 팀장), 후마니타스(서진 씨), 현암사(디자인팀), 책세상(정보환 씨), 투에스(정태성 실장), 시공주니어(남희정 팀장), 애플비(디자인팀).