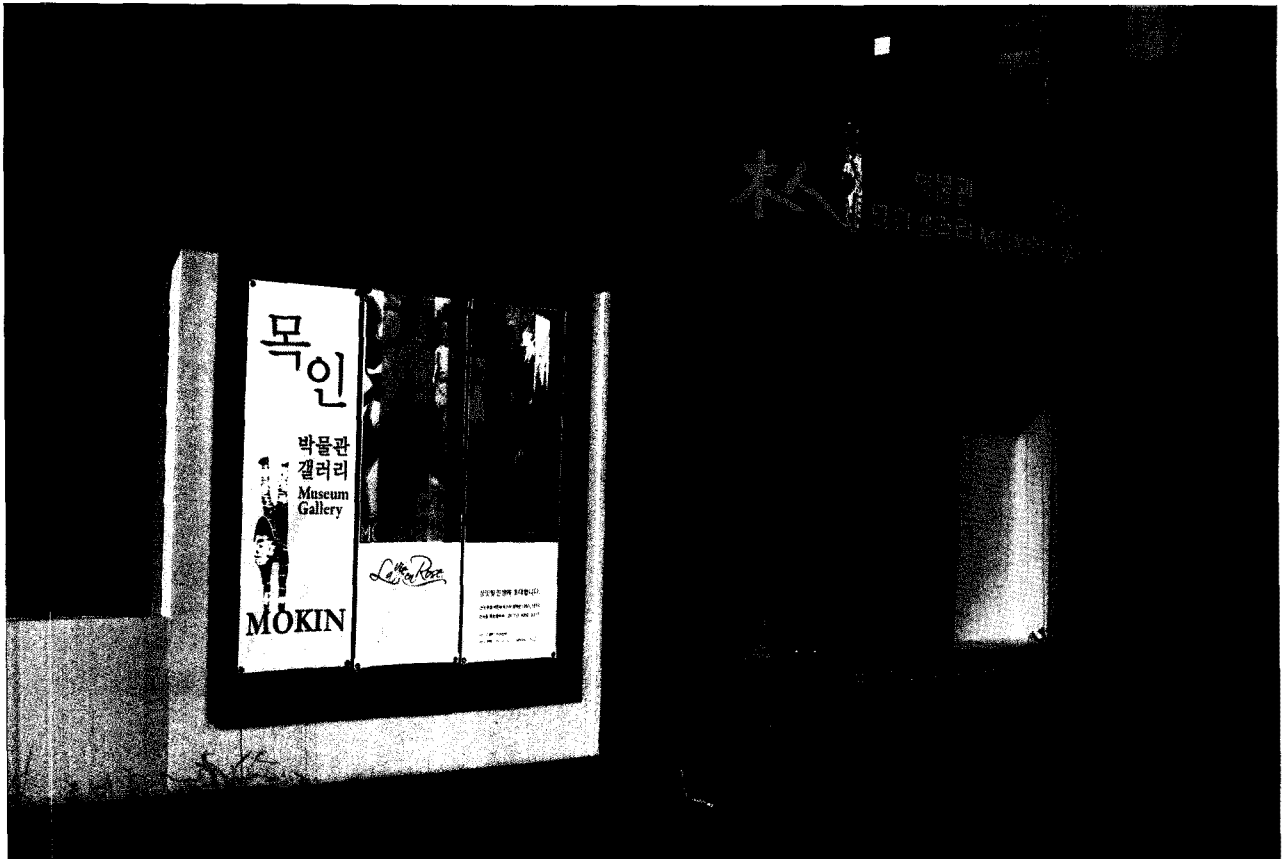




# La vie en France 근대 유럽 석판화 포스터 컬렉션 1891~1950

지난 43년 동안 인쇄, 출판, 패키징 분야를 선도해 온 태신인팩(주)태신인팩 대표이사가 몇 년 전부터 수집해 온 근대 유럽 석판화 포스터 컬렉션을 공개했다. '장밋빛 인생-근대 유럽 석판화 포스터 컬렉션 1891~1950'이라는 제목의 이 전시에는 그동안 국내에서 보기 어려웠던 오리지널 근대 유럽 포스터가 30점 가량 전시된다. 그는 "인쇄 분야뿐만 아니라 디자인과 건축, 미술 등에 조예가 있는 인물로 업계에 알려져 있는데, 몇 년 전부터는 아날로그 인쇄의 아름다움을 가장 잘 보여주는 근대 유럽인 석판화 포스터에 매료되었다고 한다.



인사동 목인 갤러리에서 <장미빛 인생-근대 유럽 석판화 포스터 컬렉션>을 연 서명현 대표

## 장미빛 인생

<장미빛 인생-근대 유럽 석판화 포스터 컬렉션>전에는 19세기 유럽에서 제작된 포스터들이 전시되었다. 19세기는 자본주의가 발전하면서 안락함속에 빠져있는 사람들이 많았다. 그래서 발전한 석판화 기법을 이용한 선명한 색채의 포스터 속에는 아름다운 여인들이 봄처럼 환하게 웃고 있는 모습이 많다. 하지만 포스터는 안락한 부자들이 아닌 하루하루 어려운 삶을 살아가고 있는 서민들을 위한 것이었다. 그들은 이 포스터를 바라보면서 그들만의 장미빛 인생을 꿈꾸었다.

<장미빛 인생> 도록에서 서명현 대표는 “너무도 유명한 상송 <장미빛 인생(La vie en rose)>을 부른 가수 에디뜨 피아프의 삶은 결코 장미빛이 아니었다. 그녀의 노래를 들으며 우리는 삶의 회한과 달콤함을 동시에 느낄 수 있다. 근현대 유럽 포스터 컬렉션 <장미빛 인생>에서 만나는 포스터들은 말 그대로 풍요롭고 달콤한 세상을 약속한다. 그 세계에는 질병이나 가난 같은 고통의 흔적은 아예 존재하지 않는다. 사랑하고 즐기고 노닐며 인생을 마음껏 향유한다. 그 세계를 ‘경박한 소비와 자본의 세계’라고 비난할 사람도 물론 있을 것이다. 하지만 포스터속 장미빛 세계는 동시대 사람들의 이상향이었고, 고된 삶을 살아가는 그들 또는 우리들에게 순순히 이나마 다정하고 친절하 위로의 말을 건넨다”라고 말했다.

## 4000유로에 포스터 구입하기도

이번 전시에는 그가 수집한 포스터 80여점 가운데 30여점이

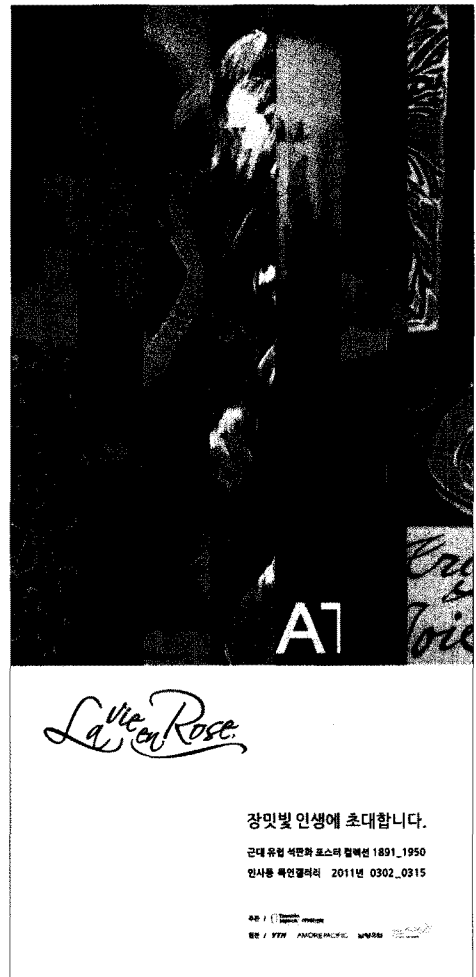
선을 보였다. 수영복 차림 여인의 모습이 고혹적인 몬테카를로 홍보물, 사탕 광고, 1935년 프랑스 칸의 호텔에서 열린 디너쇼 홍보물 등 19세기 말~20세기 초 유럽 사회를 엿볼 수 있는 다양한 포스터들이다.

서명현 대표가 근대 유럽 포스터에 관심 갖기 시작한 것은 7~8년 전이다. 인테리어 디자이너 마영범씨로부터 석판화 포스터 이야기를 처음 듣고는 매년 가을 프랑스 니스에서 열리는 포장 전시회에 갈 때마다 벼룩시장을 뒤져 포스터를 모았다.

그중 프랑스 화가 아실르 모장이 1922년 그린 술 광고는 소장자를 세 번이나 찾아가 설득해 6000유로(약 930만원)를 주고 겨우 손에 넣었다. 말년을 니스에서 보낸 마티스가 도안하고 친필 사인을 남긴 니스 홍보 포스터도 소장자 부인이 내놓기 싫어했는데, 4000유로(약 620만원)에 구입했다.

서명현 대표는 “프랑스 화가 아실르 모장이 1922년 그린 술 광고는 처음에 판매를 거부하기에 세 번이나 찾아가 설득한 끝에 구입한 것입니다. 200장밖에 찍지 않은 희귀본이거든요. 어렵게 구한 것이라 그런지 가장 애착이 갑니다. 물론 포스터 자체의 색감과 느낌도 제 마음에 쏙 들구요. 가장 큰 금액으로 구입한 것은 마티스의 니스 홍보포스터입니다. 포스터에 작가가 직접 서명을 한 몇 개 안되는 포스터중의 하나입니다”라고 말했다.

서명현 대표는 전시 기간중 인쇄포스터를 팔아 그 수익금 전부를 서울맹학교에 기증했다.



▲ 장미빛 인생-근대 유럽 석판화 포스터 컬렉션 메인포스터  
 ▲ 서명현 대표가 전시장을 찾은 관람객에게 포스터에 대해 설명하고 있다.

### 돌 위에 그린 그림, 석판화

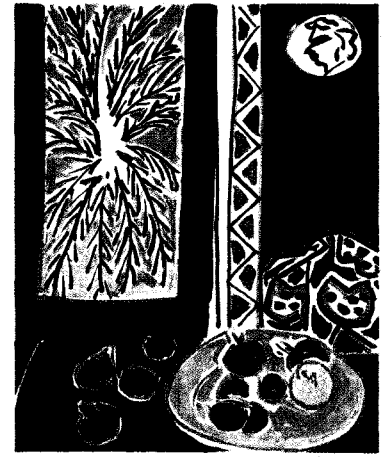
석판화는 1796년 독일에서 제네펠더가 발명했다. 석판화라는 이름은 말 그대로 '돌-그림'을 의미한다. 이전까지는 인쇄를 하려면 나무나 구리를 조각하거나 표면을 긁어야 했는데, 석판인쇄는 더 이상 그런 공정이 필요 없었다. 표면을 이용한 인쇄였기 때문이다. 석판인쇄는 돌 위에 그림을 그렸기 때문에 다른 인쇄기술보다 제작이 쉬웠다. 덕분에 회화와 드로잉 작품들을 리프로 덕선 하는 일도 많았으며, 특히 대형작품을 만드는데에 석판화는 유리했다. 석판화는 곧 대중적인 인기를 누리게 되었다.

석판화에 가장 적당한 재료는 대리석이다. 석판화를 만들기 위해선 먼저 원재료인 돌을 6~10센티미터의 두께로 켜내야 한다. 그 후 그림을 크레용으로 그릴 것인지 잉크로 그릴 것인지에 따라 표면을 거칠게 또는 매끈하게 다듬는다. 그림을 그린 후 아라비아 고무를 이용한 제재를 표면에 칠하고 다시 질산을 더한다. 이 과정을 통해 그림을 그린 재료가 포함되어있던 기름성분에 화학작용을 일으켜 돌 표면에 더 잘 고착된다. 그 후 테레빈유로 돌의 표면을 닦는데, 겉으로 보기엔 돌에 그렸던 그림마저 닦여나간 것처럼 보이지만 사실은 화학작용을 거친 그림이 남아있는 상태다. 다음으로 돌을 적신 후 롤러로 잉

크를 문힌다. 잉크는 유성이기 때문에 처음 그렸던 그림의 기름성분이 있는 부분에만 잉크가 묻고, 물로 적신 부분은 반발작용으로 잉크를 밀어낸다. 이 과정이 모두 끝난 후 젖은 종이를 돌 위에 놓고 프레스 기계를 통과시키면 석판화가 찍힌다. 만약 여러 색깔로 석판화를 만들고 싶다면 각각의 석판을 제작해야 한다.

### 포스터의 역사

포스터는 여러 사람들에게 특정한 목적을 알리고 대중을 설득하는 목적을 가진 시각적 전달수단이다. 특히 석판화 기술의 발명은 포스터 인쇄에서 매우 중요한 역할을 했다. 석판화 기법을 이용하면 다채로운 색깔을 낼 수 있어서 포스터의 표현이 다양해질 수 있었다. 또한 인쇄를 대량으로 짧은 시간에 저렴하게 하는 것이 가능해진 것도 석판인쇄술 덕분이었다. 유럽 그중에서도 프랑스 파리는 쥘 셰레, 툴루즈 로트렉, 보나르, 드가 등이 화려한 세계와 대담한 표현기법, 뛰어난 소묘 실력으로 새로운 포스터 예술의 시대를 열었다.



Nice Travail Joye H. Matisse

- 1 서명현 대표가 제일 아끼는 포스터. 프랑스 화가 아실르 모장이 1922년 그린 콘치오 루파키올라라는 술 광고.
- 2 1914년 3월부터 11월까지 프랑스 리옹에서 열린 세계 실크전시회의 홍보포스터. 100여 년 전에 채색된 판화인데도 천연안료를 사용했기 때문에 색이 바래지 않았다. 루이 15~16세 때 리옹의 실크산업은 크게 발전하였고, 18-19세기 에 이르러 이 도시는 유럽 최대의 실크 산업도시로 성장하여 막대한 부를 축적하였다.
- 3 말년을 니스에서 보낸 마티스가 도안하고 친필 사인을 남긴 니스 홍보 포스터. 유명 화가이기도 한 마티스는 대량으로 인쇄한 포스터임에도 자신의 그림과 마찬가지로 직접 서명했다. "니스, 일과 즐거움"이라는 문구가 보인다.

### 인쇄사는 예술품 만드는 곳

“사람들에게 ‘인쇄업 한다’고 얘기하면 대개 ‘명함이나 좀 찍어 달라’고 해요. 만약 제가 철강사업을 했다면 그들이 ‘철판이나 한 장 달라’고 했을까요?”

서명현 대표가 일반인을 만나 자신을 소개할 때 인쇄인이라고 말하면 아직까지도 인쇄는 명함이나 전단지 찍는 사람이라고 아는 경우가 많아 속상하다고 한다. 인쇄물은 기계로 찍어 내지만 그 인쇄물에는 예술의 혼을 담아내기도 한다는 것.

“일본만 해도 인쇄업자에 대한 대우가 다릅니다. 공항에서 하는 일을 물어보면 printist라고 얘기하면 아~ 그렇습니까?라며 존대를 해주지만, 우리나라에서 즐겨보는 경우도 종종 있었습니다. 이렇게 인쇄업이 3D업종으로 천대받는 게 싫었습니다. 기계로 인쇄물을 찍어내고 있지만 나의 정신적 지향점은 상업 포스터에 예술 혼을 담아낸 근대 유럽의 석판화 포스터 제작자들과 닮아 있다고 생각합니다. 그래서 공장에 복제품이 아닌 진짜 예술품을 놓아 문화의 향기를 불어넣고 싶었습니다”라고 서명현 대표는 말한다.

서명현 대표는 인쇄가 3D업종으로 분류되는 것은 외적인 시각도 있지만 내부적으로도 문제가 있다고 생각한다.

서 대표는 “책이나 사보를 인쇄하면 식자층에 속한 분들이 와서 교정을 봅니다. 그 앞에서 기름때 묻고 너저분한 공장 안에 다 떨어진 ‘난닝구’ 입고 슬리퍼 짹짹 끌면서 돌아다니는 직원들을 보이는 게 창피했습니다”라고 말했다.

그래서 서명현 대표는 인쇄사가 더러운 곳이 아닌 예술품을 만드는 곳으로 승화되길 원한다. 서 대표는 “언론사도 PRESS, 인쇄도 똑같은 글자인 PRESS사용합니다. 그리고 사진을 찍고 생산하는 곳을 STUDIO라고 부르는 것처럼 인쇄사도 스튜디오라고 부르고 있습니다. 그래서 서울인쇄사가 아닌 서울 스튜디오라고 부릅니다”라고 말한다.

서명현 대표는 광운공대 전자공학과를 졸업하고 1985년 가업을 물려받았다. 갤러리를 방불케 하는 그의 공장에는 피카소 판화, 로버트 인디애나(팝아티스트)의 태피스트리, 크리스토프(대지예술가)의 작품 사진 등이 벽면과 복도를 장식하고 있다. 요즘은 고대 인도와 네팔의 옷감 문양판에도 관심이 많다. ↻

임남숙 차장 sang@print.or.kr

전사판 입구에 전시된 소형인쇄기. 이 기계는 2005년 R707-LTTLV 오픈하우스행사때 만로랜드의 Gerd Finkbeiner 회장이 서명현 대표이사에게 기증한 것으로 1851년에 특별히 제작된 이너시아 드라이브 타입의 요하네스베르크 슈타인드록 슈넬프레스 인쇄기의 소형모델이다.

