

서비스디자인을 적용한 실버대상 동화책의 디자인적 제안

A Design Suggestion of Fairy Tales for the Silver Applying to the Service Design

이 서, 오치규

충남대학교 대학원 산업미술학과

Shu Li(lishu0727@hotmail.com), Chi-Guy Oh(ohchigyu@hanmail.net)

요약

실버세대의 인구가 증가하면서 사회의 고령화와 실버산업이 사회적 이슈가 되고 있다. 문헌정보학, 교육학, 디자인학 등의 선행 연구를 살펴보면 실버세대를 위한 동화책의 필요성 제시와 디자인의 관점에서 실버세대를 위한 동화책의 특징에 대한 많은 연구가 이루어지고 있다. 동화책은 정보를 전달하는 매체일 뿐만 아니라 작가가 독자에게 서비스를 제공하는 플랫폼이기도 하다. 따라서 본 연구의 목적은 서비스 디자인의 관점에서 감각적 체험이 실버대상을 위한 동화책 디자인에 대한 중요성을 제시하고 오감(시각, 청각, 후각, 미각, 촉각)을 기준으로 실버대상 동화책의 포맷, 그리드, 타이포그래피, 활자, 편집 구조, 이미지, 레이아웃, 표지, 종이, 인쇄, 제작에 대해 분석하는 것이다. 연구 결과에 따르면 실버대상 동화책은 아동용 동화책과 서로 다른 성향과 특징(활자, 그림의 표현, 색채, 종이 등)을 가진 것으로 나타났다. 실버대상 동화책은 실버세대의 생리적, 심리적 요소를 고려해 실버세대의 심미 기준에 맞춰서 디자인하는 것이 바람직한 것으로 나타났다. 본 연구의 결과를 토대로 차후 실버대상 동화책에 대한 더욱 심층적인 연구가 이루어질 것으로 귀추(歸趨)되며 향후 실버를 대상으로 하는 동화책의 개발에 이론적으로 도움이 될 것을 기대한다.

■ 중심어 : | 서비스디자인 | 실버세대 | 동화책 | 제안 | 오감 |

Abstract

As the population of silver generation is increased, there are emerged the aging society and the silver industry as social issues. Previous studies in the fields of library & information science, education, the industrial art science suggested the need for fairy tale books for the silver generation, and from the design perspective, the characteristics of fairy tale books for the silver generation were analyzed. A fairy tale book is not only a medium delivering some information, but also a platform that a writer provides services to readers. Therefore, the purpose of this study aimed to suggest the importance of sensual experience on the design of fairy book for the silver generation, and to analyze such kind of fairy book's format, grid, typography, type, edition structure, image, layout, cover, paper, printing and production on the basis of five senses. According to the findings of this study, it was found that fairy tale books for the silver generation had different characteristics(type, picture, color, paper, etc.) from those for children, and it would be desirable to make designs for fairy tale books for the silver generation under the silver generation's esthetics standards with considering the silver generation's physiological, psychological factors. It is expected that this study would become a good foundation for more intensive researches for fairy tale books for the silver generation in future and would also be theoretically helpful in developing fairy tale books for the silver generation in future.

■ keyword : | Science Technology | Silver Generation | Fairy Tale Books | Suggestion | Five Sense |

I. 서론

1. 연구배경 및 목적

세계적으로 대부분의 국가들이 고령화 사회에 진입하면서 실버세대의 일상생활, 취미생활, 건강관리 등에 관한 문제가 이슈로 주목되고 있다. 고령화 사회 현황과 문헌정보학, 교육학, 문학 치료학 등 문헌 자료의 분석결과들을 통해 동화책은 실버세대들의 심신건강에 도움이 된다는 결과를 얻게 되었다[7]. 동화책은 독자가 내용을 빠르게 이해하고 독서를 편하게 즐길 수 있도록 도와주며 교육학과 심리 치료학에서도 광범위하게 사용되고 있다. 또한 인기 동화책은 애니메이션, 게임 등 기타 문화 산업으로 파생될 수 있는 유리한 발전적 요소를 가지고 있다. 하지만 현재 시점에서 실버세대를 위한 동화책은 찾아보기가 힘들고 관련 연구와 실제 개발 사례 또한 매우 희소하다. 그러므로 실버를 대상으로 한 동화책에 대한 연구와 개발이 필요하다. 선행연구에 따르면 실버세대의 특성을 반영한 동화책 개발의 필요성을 제안하면서 동시에 실버세대를 위한 동화책을 디자인할 때 실버세대들의 독서 장애에 대한 문제점을 해결하기 위한 실버세대의 특성에 맞춰진 세심한 주의가 필요함을 제시하였다[7]. 하지만 어떤 동화책이 실버세대에게 더욱 감각적으로 잘 느껴지는지, 실버대상 동화책과 아동용 동화에 어떤 차이를 두어야 하는지 등의 문제에 대해서는 현재까지 구체적인 연구가 이루어지지 않고 있다.

어떻게 보면 동화책은 하나의 상품이고 독자는 소비자 혹은 사용자가 될 수 있다. 동화책을 책을 읽는 과정은 창조자가 독자에게 서비스를 제공하는 과정이라 할 수 있고 동화책을 읽는 과정이 한 권의 동화책이 좋고 나쁜지를 판단하는 요소이다. 실버를 대상으로 한 한권의 좋은 동화책은 아름다운 외관과 좋은 내용만이 아니라 실버세대의 독서가 더욱 편리하고 창작자의 메시지를 매끄럽고 정확하게 전달하게 된다. 이러한 것이 최근 몇 년 동안 서비스디자인이 각각의 학계와 학자들에게 화제가 된 원인 중 하나이다.

따라서 본 연구의 목적은 서비스디자인의 이론에 근거하여 실버세대의 독서체험이 실버대상을 위한 동화

책 디자인의 중요성에 대해 서술하고 독서과정에서 느끼는 오감(시각, 청각, 후각, 미각, 촉각)을 분석하여 실버대상 동화책의 디자인적인 의견을 제안하는 것이다. 즉 동화책의 포맷, 그리드, 타이포그래피, 활자, 편집 구조, 이미지, 레이아웃, 표지, 종이, 인쇄, 제작 등의 디자인 요소들을 활용하여 실버세대의 오감체험과 독서 효율을 향상하고 차후 실버대상 동화책의 개발에 도움이 되기를 기대한다.

2. 연구범위 및 방법

본 연구의 적용 범위는 실버세대를 위한 동화책을 연구의 주제로 한다. 실버세대가 읽기 쉬운 동화책의 특징을 찾기 위한 서비스 디자인 중에서 감각적 체험 이론을 연구의 근거로 하였다. 실버세대가 독서 과정에서 오감(시각, 청각, 후각, 미각, 촉각)의 감각 체험을 향상시키기 위해 실버대상 동화책의 포맷, 그리드, 타이포그래피, 활자, 편집 구조, 이미지, 레이아웃, 표지, 종이, 인쇄, 제작 등에 대해 정리하였다.

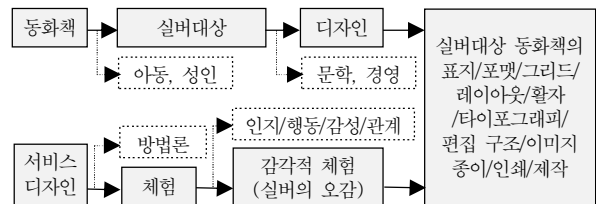


그림 1. 연구범위 및 방법

본 연구의 접근 방법은 우선 실버대상 동화책과 서비스 디자인의 기본 개념을 정리하고 실버대상 동화책의 현황 및 관련 문헌의 연구결과를 바탕으로 실버대상 동화책 개발의 필요성을 제시하고자 한다. 또한 서비스 디자인 중의 감각적 체험의 내용을 이론적 근거로 오감이 실버대상 동화책에 미치는 영향을 파악한 후 구체적으로 실버세대의 독서 장애와 독서 요구에 대해 분석하며 실버세대의 오감이 실버대상 동화책의 포맷, 그리드, 타이포그래피, 활자, 편집구조, 이미지, 레이아웃, 표지, 종이, 인쇄, 제작에 미치는 영향을 알아보하고자 한다. 마지막으로 실버세대가 독서 소요와 감각적 특징을 바탕으로 실버대상 동화책의 특징과 디자인 과정에서 주의해야 할 요소들을 정리한다.

II. 이론적 배경

1. 실버대상 동화책

1.1 실버세대와 실버세대의 독서 태도

‘실버세대’란 생리적 및 신체적 기능의 퇴화와 더불어 심리적 변화가 일어나서 개인의 자기 유지 기능과 사회 역할 기능이 약화된 65세 이상의 사람을 말한다[4].

실버세대의 생활수준과 문화 교육 수준이 높아지고 있다. 많은 실버세대가 자신의 건강과 레저 활동을 위한 지출이 많아지면서 실버산업의 발전 전망은 매우 좋아졌다[5]. 실버세대의 건강을 위한 레저 시설은 많아지고 있지만 실버를 대상으로 한 도서에 대한 관심은 비교적 적은 편이다. 실버세대는 연령이 증가하면서 신체 기능의 저하로 인해 독서 능력이 떨어지게 된다. 대부분의 실버세대는 돋보기가 없으면 독서가 어려워진다. 따라서 반드시 실버를 대상으로 한 도서의 디자인 문제점 및 잠재적 시장가치를 중요시 할 필요가 있다. 현대의 빠른 생활 리듬 속에서 젊은 세대에게는 종이 책 읽기 어렵다. 요즘은 미디어 통신 시장의 발달로 인해 시간과 공간의 제약을 받지 않고 언제, 어디서든지 인터넷을 통해 자신이 필요한 지식을 쉽게 검색할 수 있다. 반면 실버세대의 시간은 비교적 풍족하지만 인터넷 환경이 익숙하지 않은 관계로 종이책을 찾는 실버세대의 독자층의 늘어나는 추세이다.

1.2 동화책의 개념과 실버대상 동화책의 필요성

동화책의 개념과 발전사에 의하면 초기 동화책의 주요 독자층은 아동이었으나 사회가 발전함에 따라 생활 리듬이 빨라지고 스트레스를 많이 받으면서 사람들은 더욱 간편한 독서 스타일을 추구하고 있다. 따라서 1980년부터 성인을 위한 동화책이 많은 관심을 받게 되었다.

고령인구의 증가와 부양 의식, 가족구성원의 변화에 따라서 실버세대의 심리 건강에 도움을 주면서 취미 생활을 풍부하게 해줄 수 있는 그림동화책은 성장한 자녀가 부모에게 주는 훌륭한 선물이며 실버세대가 가장 선호하는 상품이 될 수 있을 것이다[6]. 미국의 경우에는 실버세대를 위한 동화책이 출판되고 있으며 실버들

을 위한 전문 도서코너가 따로 설치되고 있다. 한국의 경우에는 2015년부터 ‘꽃물 빠는 할머니[27]’, ‘아주 특별한 선물[28]’ 등 실버대상 동화책이 출판되고 있다. 이 책들은 고령화 사회 속에서 실버 세대와 젊은 세대 간의 공감과 소통, 그리고 화합을 목적으로 제작되었다. 고령화 현상과 문헌정보학, 교육학, 문학치료학 등 문헌 자료의 분석결과를 통해 그림동화책은 실버세대들의 심신건강에 도움이 된다는 결과를 얻었다[7]. 그러나 현실은 시중에 출간된 실버대상 동화책이 많지 않다. 그것은 실버대상 동화책에 대한 관심과 이해가 다소 부족하기 때문에 실버를 대상으로 한 동화책의 연구와 개발이 필요한 시점이라 생각한다.

표 1. 동화책의 개념과 역할[7]

개념	사전	'동화책은 아동 문학의 일종이다.'라고 나와 있다[9].
	만화애니메이션 사전	어린이에게 들려주거나 읽히기 위하여 만든 이야기 책[8].
역할	아동의 교육	아동의 사상, 도덕, 교육 그리고 지력의 개발을 돕는 것이다[7].
	심리치료	심리학적 관점이든 의학적 관점이든 관계없이 동화는 심리치료와 정신치료에 매우 큰 효과가 있다[7].
	문화산업	동화책의 주인공 이미지를 통한 상업적 기회 또한 어디서나 볼 수 있다[7].

2. 서비스디자인

2.1 서비스디자인 개념

서비스디자인은 ‘서비스’와 ‘디자인’이 합쳐진 합성어로서 서비스가 지닌 이질성, 무형성(無形性), 비분리성, 소멸성과 같은 특성을 디자인이 갖는 물리적, 유형적, 상징적, 의미적인 특성과 결합해 서비스의 속성을 보다 자세하고 구체적으로 드러내기 위한 방법론이다[1].

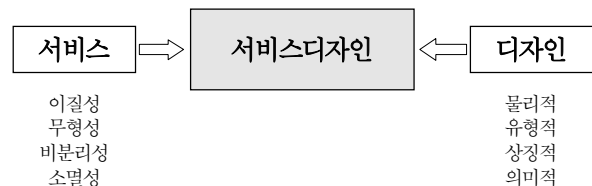


그림 2. 서비스 디자인의 개념

전통적인 서비스디자인 개념은 경영, 마케팅 영역에

서 서비스를 계획, 설계하는 활동으로 정의되었다. 오늘날의 서비스디자인(Service Design)에 대한 개념은 쾰른국제디자인학교(Koln International School of Design-KISD)의 마이클 에르호프(Micheal Erlhoff)교수에 의해 소개되었으며 이후 학계와 기업에서 정의하여 사용하고 있다[1].

표 2. 오늘날의 서비스디자인 정의[1]

사전	위키피디아 Wikipedia	서비스디자인은 서비스 제공자와 고객, 고객 경험 사이에 질을 높이기 위해 사람과 인프라, 커뮤니케이션, 서비스를 구성하는 것을 계획하는 활동을 말한다.
단행본	서비스디자인 하라	서비스 개발의 모든 단계에 가치를 부여하는 것이라고 할 수 있다.
	서비스디자인 시대	고객이 무형의 서비스를 구체적으로 경험하고 평가할 수 있도록 고객과 서비스가 접촉하는 모든 경로의 유·무형 요소를 창조하는 것이다.
학계	한국디자인진흥원	디자인리서치, 다양한 이해관계자의 욕구를 반영해 하는 공동개발, 가시화 방법 등 특화된 서비스디자인 방법론과 디자인사고를 통해 고객에게 최적의 경험을 제공하는 제품, 서비스를 개발하거나 혁신하는 방법이다.
	인터랙션디자인 코펜하겐 연구소	서비스디자인은 신흥 현장 경험을 통해 무형 및 유형 매체의 조합을 사용하여 좋은 생각을 창출하는 것이다.
기업	엔진그룹 Engine Service Design	훌륭한 서비스를 개발해 제공하도록 돕는 전문 분야로 서비스디자인 프로젝트는 환경, 커뮤니케이션, 제품 등 디자인의 여러 분야를 포괄해 고객이 서비스를 쉽고 만족스럽고 효율적으로 누릴 수 있도록 각 요소를 개발하는 것이다.
	리브 워크 Live. Work	고객이 다양한 경험을 할 수 있도록 시간의 흐름에 따라 사람들이 다르게 되는 다양한 터치 포인트를 디자인하는 것이다.
	피어인 사이트 Peer insighy	서비스 혁신을 위해 커뮤니케이션, 공간, 행동, 사람, 사물, 도식 등 서비스를 이루는 유·무형의 요소를 총체적으로 배열하고 리서치에 근거해 디자인하는 것이다.
	디자인싱커스 Design Thinkers	창조적인 프로세스와 방법을 이용 서비스 제공자와 최종 사용자 간의 상호작용을 디자인하고 조정하는 것이다.

서비스 디자인과 제품 디자인은 모두 사용자 중심으로 이루어진다. 그러나 개념과 특징으로 보면 양자 간에는 확연한 차이점이 존재한다.

표 3. 서비스디자인과 제품디자인의 차이[2]

서비스디자인	제품디자인
눈으로 볼 수 없고	눈으로 볼 수 있고
손으로 만질 수 없는	손으로 만질 수 있는
서비스에 대한	제품에 대한
감성적 경험 위주의 디자인	시각적 표현 위주의 디자인

2.2 서비스디자인의 방법론과 특질

지금까지 살펴보았듯이 서비스 디자인에는 다양한 방법론들이 존재하고 있고 기업들의 선호도는 각기 다르다. 디자인경영학자 제니아 빌라다스(Xenia Viladas)는 [그림 3]의 5단계 개발 계획을 통해 다양한 종류의 방법론을 모았다[10].

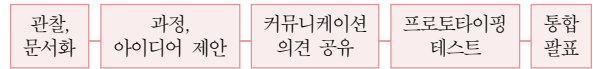


그림 3. 서비스디자인의 5단계 개발 계획[10]

서로 다른 디자인 단계에서는 그에 상응하는 도구와 방법을 사용하여 서비스디자인 프로세스의 특징을 고려해야 한다. 사용자 중심의 서비스 디자인 방법에 따라 사용자의 관점에서 사용자의 목표, 생각, 행위, 기대 효과, 체험을 고려해야 한다[16].

표 4. 서비스디자인 프로세스의 다섯 가지 특징[3]

사용자 중심	서비스는 고객의 관점에서 디자인되어야 한다.
공동 창작	모든 이해관계자가 디자인 과정에 참여해야 한다.
순서 정하기	서로 밀접하게 연관된 기능의 순서대로 시각화되어야 한다.
증거 만들기	무형의 서비스는 형태로 시각화시켜야 한다.
총체적 관점	서비스의 모든 환경이 고려되어야 한다.

체험은 서비스 디자인의 핵심 키워드로써 <옥스퍼드 영어 대사전>에서 ‘경력 혹은 감수’로 정의하였다. <한국어 대사전>에서는 ‘자신이 직접 경험한 실질적 체험’으로 기록되었으며, ‘자신이 직접 실천을 통해 얻은 경험’으로도 해석할 수 있다.

표 5. 전략적 체험 모듈 5가지[17]

감각적 체험	오감(시각, 청각, 후각, 미각, 촉각)을 자극함으로써 아름다움과 흥분감, 만족감을 전달하는 것이 주된 목적이다.
감성적 체험	직관과 상상력에 기초하여 소비자의 감성적 반응에 초점을 맞춰 기분과 감정이 구매의사결정에 영향을 미치도록 행하는 체험과정이라 할 수 있다.
인지적 체험	소비자가 창조적 사고를 하도록 유도함으로써 기업에 대한 긍정적 인식을 높이려는 것이다.
행동적 체험	소비자의 행동 유발 자체에 초점을 두고 있다.
관계적 체험	사회적 집단, 사회 및 문화와 같은 추상적인 집단과의 연결을 의미하는 것으로 다른 사람 혹은 다른 사회적 집단, 사회적 범주, 사회적 영향, 사회적 자아, 브랜드 커뮤니티 등이 포함된다.

3. 오감으로 만나는 편집디자인

사람은 오감(시각, 촉각, 청각, 미각, 후각)이 있으며 이는 눈, 피부, 귀, 혀, 코의 감각기관을 통해 얻는다 [11]. 오감은 대다수 사람이 가지고 있는 능력이며 사람과 외부의 기본적인 소통방식이다.

중국 문학가 錢鐘書(Qian Zhongshu)는 오감이 상호 작용할 수 있다고 했다. 예를 들어 색의 온도, 소리의 형태, 온도의 무게 등 이러한 감각을 통감(通感, synaesthesia)이라 하였다[12]. 일본 디자이너 하라 켄야(原研哉)는 2004년에 <햅틱>이라는 전시회를 통해 디자인과 오감의 관계를 제시하였고 시각 디자인이 단지 시각이 아니라 대뇌를 통해 오감의 정보를 인지하고 디자인을 통해 사용자에게 전달하는 것을 보여주었다 [11]. 일본 디자이너 스기우라 고헤이(杉浦康平)는 완벽한 북 디자인은 독자의 시각, 촉각, 후각, 청각, 미각을 촉발시킬 수 있다고 하였다[13]. 오감을 북 디자인에 활용하여 독서 과정에서 책과 공감을 가지게 한 것이다. 예를 들어, 독자는 종이의 질감을 느낄 수 있으며 책을 넘기는 과정에서 종이와 잉크의 냄새를 맡을 수 있으며 종이가 내는 소리를 들을 수 있다. 또한, 시각, 촉각, 후각, 청각을 통해 독자가 침을 분비하여 미각을 촉발할 수 있다. 이를 통해 최종적으로 독서에 대한 독자의 심리적 감수성이 형성된다[14].

III. 서비스디자인을 적용한 실버대상 동화책

1. 실버대상 동화책에서의 서비스디자인의 범위

서비스 디자인적 측면에서 실버대상 동화책의 이용자는 실버세대이고 동화책의 제작자가 바로 서비스 제공자이다. 실버대상 동화책은 실버세대가 수동적으로 제작자의 정보를 받아들이는 전달매체이다. 즉 제작자와 사용자가 만나게 되는 물리적인 “터치 포인트”인 셈이다. 동화책이 실버세대에게 제공하는 독서 과정과 체험이 서비스라 할 수 있다. 다섯 가지 체험 모듈에서 독자의 감각적 체험은 동화책 디자인에 가장 큰 영향을 미치는 요소이다. 또한 실버대상 동화책의 디자인 과정은 서비스 디자인의 방법론에 따라 진행할 수 있다. 서

비스디자인 프로세스[그림 3]에 따라 실버대상 동화책의 디자인 프로세스는 다음과 같다.

표 6. 실버대상 동화책의 디자인 프로세스

서비스디자인 프로세스	실버대상 동화책의 디자인 프로세스
관찰과 문서화	a 실버세대의 설문 조사로 인한 객관성 확보한다. b 타 동화책의 연구조사로 과학적 근거 제시한다.
과정과 아이디어의 제안	c 사전 조사(전 단계)로부터 아이디어 스케치 d 실험결과 도출한다.
커뮤니케이션	e 가제본으로 인한 디자인 피드백 및 수정 내용 확인한다. f 작가, 출판사 등과 의견 공유한다.
프로토타이핑	g 출판사 선정 및 계약, 판형 작업, 종이 선정한다.
통합과 발표	h 최종 수정 점검 및 최종 인한다.

* 위의 내용은 참여자의 구성원 및 내용에 따라 변경할 수 있다.

2. 실버대상 동화책의 제안

2.1 실버세대의 도서 장애와 도서 소요

실버세대의 독서 수요는 크게 생리적 수요와 심리적 수요 두 가지로 나뉜다. 생리적 수요는 독서 장애, 즉 책의 가독성과 실용성이다. 만약 실버대상 동화책을 단순한 상품으로 본다면 디자인 과정에서 고려해야 할 사항은 책의 가독성을 높이는 것이다. 심리적 수요는 주로 심미관(審美觀), 즉 감수성이다. 서비스 디자인의 측면에서 동화책을 하나의 서비스를 제공하는 매체로 본다면 디자인 과정에서 실버세대의 심리적 수요를 고려하지 않을 수 없다. 실버세대가 지각하는 생리적, 심리적 특징을 [표 7]과 같이 정리하였다.

표 7. 실버세대의 생리 특징과 심리 특징

생리	시각	시력 저하. 색채에 대한 분별력이 허약. 변별력이 부족. 눈을 자극하는 빛이다.
	청각	소리에 대한 분별력이 낮다. 인지 속도가 느리다. 위치 확인 능력이 약하다. 소음이 많은 환경에서 청력이 떨어진다.
	후각	냄새에 대한 판단력이 낮다.
	미각	구강 기관이 쇠퇴. 미각에 대한 민감도가 둔하다. 침의 분비량이 적어 입이 건조, 촉각 능력 저하된다.
	촉각	피부가 얇다. 물체와의 마찰력이 감소한다.
	몸	신체 균형 능력 저하된다. 집중력 저하된다. 느린 반응 속도가 느리다. 행동 불분명하다.
심리	고독감, 단기 기억력 저하된다. 추리능력 저하된다. 고정관념이 강하다. 생활경험이 풍부하다.	

2.2 오감을 활용한 실버대상 동화책

디자이너는 동화책의 포맷, 그리드, 타이포그래피, 활

자, 편집구조, 이미지, 레이아웃, 표지, 종이, 인쇄, 제작 방식을 통해 실버세대의 오감을 자극할 수 있다. 따라서 우선 동화책의 디자인 요소와 보편적으로 사용되는 디자인 방법을 잘 파악해야 한다.

표 8. 동화책의 요소와 독자의 오감[20]

요소	기준	감각
포맷	독자의 시각(視角)과 시계(視界) / 형태	시각 촉각
그리드	페이지의 내부 구획 / 글과 그림의 관계/ 책의 일관성과 전체 형식의 통일성	시각
레이아웃	읽는 순서 / 글과 그림의 크기, 위치 등	시각
타이프	가독성, 독자의 만족감	시각
활자	활자의 포인트 / 방향 / 세트 / 요소	시각
그림	레이아웃 / 이야기 내용 / 독자의 인지력 / 가독성/형태 / 색채 / 기법 / 인쇄 기법	시각 미각 촉각
표지와 제킷	책을 보호 / 동화책의 내용을 간단히 전시 / 형태 / 색채 / 편의성 / 질감 / 냄새	시각 청각 후각 촉각
종이	결 / 중량 / 두께 / 크기 / 불투명도 / 마무리 / 표면 / 색상 / 종이 공학 / 냄새	시각 청각 후각 촉각
인쇄	원가와 기술요인 / 잉크의 종류, 냄새 / 인쇄 후의 질감 / 각인 등	시각 후각 촉각
제작	기능성 / 실용성 / 독자의 심미성 / 동화책의 내용 / 종이 공학 기술 등	시각 청각 후각 촉각

① 시각 (The Sense of Sight)

시각은 외부와 가장 빨리 접촉하는 부분이며, 다른 감각보다 받아들이는 요소가 굉장히 많다[18]. 동화책의 포맷, 그리드, 타이포그래피, 활자, 편집구조, 이미지, 레이아웃, 표지, 종이, 인쇄, 제작 등은 시각전달에 영향을 미치는 요소이다.

디자이너는 실버세대의 시각적 특징을 파악해야 한다. 실버세대가 책을 읽을 때 일반적으로 책과 눈의 거리는 25cm~45cm 사이로 동화책의 포맷을 디자인할 때 이러한 거리를 고려해야 한다[25].

실버대상 동화책의 그리드와 레이아웃은 주로 동화책의 내용과 삽입한 그림에 의해서 결정된다. 실버세대가 책을 읽는 방법은 주로 세 가지로 나뉜다.

첫 번째는 왼쪽에서 오른쪽으로, 위에서 아래로 보는 방식이다. 두 번째 방식은 위에서 아래로, 오른쪽에서 왼쪽으로 보는 방식이며 마지막으로 위에서 아래로, 왼쪽에서 오른쪽으로 보는 방식이다. 첫 번째를 제외하고 두 번째, 세 번째가 주로 한국, 중국, 일본, 등의 아시아 지역에서만 쓰이기 때문에 동화책의 보편성을 따져 볼 때 첫 번째 방법이 실버대상 동화책의 디자인에 제일

적합하다.

동화책은 그림이 상대적으로 많고 문자 내용은 적다. 따라서 동화책의 레이아웃은 일반적으로 세 가지로 구분할 수 있다. 첫 번째는 그림을 주제로 한 페이지를 모두 바탕에 채우는 것이며 이를 통해 독자는 그림의 연속성 때문에 페이지 이외에 화면을 연상할 수 있다. 두 번째 방식은 문자와 그림을 페이지에 교차 사용하는 것이며 문자와 그림은 겹치지 않는다. 세 번째는 문자와 그림을 각각 다른 페이지에 배치하는 것이며 보통 이러한 레이아웃은 여백의 크기와 위치를 미리 고려해야 한다. 여백은 형태와의 상호 관련에 의해서 유기적으로 연관되어 화면에 일부분으로써 작가가 의도하는 조형미가 없는 내적 감정을 유발하여 화면전체를 살려주는 것이다[22]. 세 가지 레이아웃은 모두 실버대상 동화책에 활용될 수 있으나 아동용 동화책과 구분하고 특별히 주의해야 할 부분이 많다. 가장 중요한 점은 바로 그림 안에 문자를 겹치지 않게 하는 것이다. 이는 실버세대가 색채에 대한 식별력이 낮아서이며 그림의 색채와 문자의 색채가 큰 대비를 이루지 않아 문자의 가독성을 떨어뜨리기 때문이다.



그림 4. 동화책 레이아웃의 종류[26]

타이포와 활자의 선택은 실버세대가 동화책 내용의 인지에 직접적인 영향을 미친다. 일반 책은 보통 8.5~10포인트의 크기가 사용되는데[20], 일부 도서관은 시력이 낮은 사람이나 노인들도 쉽게 책을 읽을 수 있도록 일반 책보다 글자가 2배 큰 대활자책 열람서비스를 시작했다. 그러나 실버대상 동화책의 본문에 색깔이 있거나 어두운 바탕에 흰 글자로 인쇄되는 경우에는 계획하는 것보다 약간 더 큰 포인트 크기를 사용해야 기대하는 활자 크기를 얻을 수 있다. 줄 간격은 페이지에 따라 125%~180%를 사용해야 한다[25].

표 9. 일반 책과 대화책의 활자 크기 비교

일반 책	대화책
8.5 9 9.5 10	17 18 19 20

실버대상 동화책의 그림은 내용에 따라 디자인하고 과학계 밀집된 선의 사용은 자제해야 한다. 이와 반대로 큰 면적의 색채 사용은 시각적으로 실버세대가 도형에 대한 인지를 높일 수게 한다. 색채는 형광색과 같은 자극적인 색채는 눈의 피로를 유발할 수 있으므로 사용을 자제해야 한다. 분명하지 않은 색채 또한 분별력을 떨어뜨릴 수 있어서 색의 대비가 삼가 해야 한다.



그림 5. 동화책의 그림(선과 면의 활용)[26]

소비자가 실버대상 동화책을 쉽게 접하기 위해서는 실버대상 동화책의 표지와 재킷은 재질, 디자인, 색채 등을 아동용 동화책과 구분해야 한다. 표지의 형태는 책의 내용에 따라 디자인할 수 있다. 시각과 감각을 고려했을 때 복잡한 이미지 보다는 간단한 선과 단아한 색채가 실버세대에게 더 적합하다.

시중에 발매된 아동용 동화책은 대부분 매우 하얀 흰색 종이를 사용하고 있다. 그러나 실버세대의 시각을 고려했을 때 너무 하얀 종이는 실버세대의 시각을 자극할 우려가 있다. 따라서 현재 인쇄 기술의 수준 안에서 실버대상 동화책은 자연스러운 색채와 반사광이 없는 종이를 사용해야만 한다. 인쇄 시 색채의 포화도와 잉크의 반사광을 고려해야 하며 제작의 방법에 있어서도 심혈을 기울여야 한다. 동화책을 펼쳤을 때 제작 방법에 의한 그림의 불완전 및 화면 분할 현상은 피해야 한다. 동시에 동화책의 흥미를 위해 종이 공학 기술을 활용하여 그림을 2D에서 3D로 제작해야한다. 이러한 방법 등을 통해 실버세대에게 직관적으로 정보를 전달할 수 있어야 한다.



Fairy Tale Forest, 2015 Bobropediya, 2014

그림 6. 종이 공학의 활용[26]

② 청각 (The Sense of Hearing)

청각은 시각과 더불어 인간의 감각기관 중 가장 먼저 발달한다[18]. 일본 디자이너 스기우라 고헤이 (杉浦康平)는 책을 넘기는 과정에서 종이의 재질에 따라서 서로 다른 소리를 낸다고 했다[13]. 나무로 만든 책은 페이지를 넘길 때 충돌하는 소리가 발생하며 한국의 한지 또는 중국의 선지(宣紙)는 부드러운 소리가 난다. 사전에 사용된 종이에서는 맑은소리가 난다. 이를 통해 동화책은 종이의 질감을 통해 독자에게 새로운 청각적 체험을 제공할 수 있다. 인쇄용지의 종류는 여러 가지가 있으며, 인쇄용지는 잉크의 바이클 흡수성, 평활성, 백색도, 불투명도, 표면 강도, 내접도(耐折度), 두께, 평면도, 탄력성 등 인쇄에 적합한 인쇄 방법이 모색된다[23]. 이 외에도, 동화책의 구조와 형태 또는 독서 방식의 변화를 통해 소리를 변화시킬 수 있다. 예를 들어 시중의 몇몇 동화책은 전자 기기를 통해 독자에게 청각적 체험을 제공함으로 가독성과 흥미를 높이고 있다.

③ 후각 (The Sense of Smell)

후각은 냄새를 통해 사람의 기억을 불러올 수 있으며 사람의 감정에 영향을 미칠 수도 있다. 후각은 시각보다 사람에게 더욱 쉽게 자극을 주며 다른 네 개의 감각보다 사람의 기억 속에 가장 오래 저장된다[19].

동화책의 냄새는 종이, 접착제, 잉크 등 재료 자체에서 나고 다른 한편으로는 인위적으로 향료를 추가하는 데서 생긴다. 고대 중국에서는 향료가 서적의 병충해를 막기 위해 책 속에 넣어 서적을 보호하였고 동시에 상큼한 후각 체험을 위해 사용하였다. 동화책은 그림이 많아 잉크의 사용량 또한 다른 책에 비해 많기 때문에 잉크의 냄새가 종이 냄새와 섞이거나 종이 냄새를 덮어버릴 우려가 있다. 따라서 실버대상 동화책에 향료를 첨가할 시에는 각 재료의 향기는 같은 것으로 사용해야

한다. 냄새는 동화책의 내용에 따라 선택할 수 있다. 예를 들어 달콤한 과일 향, 낭만적인 장미향, 자연적인 초목 향, 상큼한 꽃향기 등이 있다. 그러나 모든 냄새는 지나치게 강렬해서는 안 된다. 디자이너는 색채와 도형을 통해 실버세대의 후각적 체험을 제공할 수 있다. 예를 들어 나무로 가득 찬 숲, 고요한 바다 또는 꽃밭 등이다. 이러한 장면을 그림으로 사용했을 때 실버세대들은 나무, 바닷바람, 꽃향기를 느낄 수 있다.

④ 미각 (The Sense of Taste)

미각은 혀와 물체 간의 접촉으로 형성된다. 독서 과정에서 미각 기관은 직접적으로 책과 접촉하지 않는다. 따라서 시각, 후각, 촉각 등의 다른 기관을 통해 독자들의 미각을 유발할 수 있다. 한 가지의 자극을 통해 다른 감각 기관을 촉발시키는 현상을 ‘연각’이라 한다. 예를 들어 독자는 독서 중에 주황색 또는 감귤 그림을 통해 ‘단맛 혹은 신맛’의 미각적 체험을 간접적으로 경험한다.

대다수의 실버세대는 신체적 원인으로 식욕이 부진하다. 동화책은 그림과 문자를 이용하여 실버세대의 미각을 자극할 수 있으며 건강에 대한 흥미를 유발할 수 있다. 디자인 측면에서 그림을 사용하는 것은 미각에 영향을 미치는 중요한 요소이다. 가장 직관적인 방법은 사실적으로 식품의 모양을 그려내는 것이며 실버세대가 시각과 자신의 경험을 통해 식품의 맛을 떠올릴 수 있다. 또한 식품의 대표적인 색채를 페이지의 기본 바탕으로 설정하여 문자 또는 내용을 통해 실버세대의 미각을 유발할 수 있다. 따라서 시각적 정보 이외에도 동화책은 후각을 통해서도 미각을 촉발 시킬 수 있다.

⑤ 촉각 (The Sense of Touch)

촉각은 피부와 사물의 접촉으로 생기는 감각이다. 독자가 책 페이지를 넘길 때 책의 크기, 무게, 두께, 재질, 온도, 무늬 등을 느낄 수 있다.

동화책의 포맷은 대체적으로 세로형, 가로형, 정방형 세 가지가 있다. 물론 시중에는 불규칙적인 형태의 동화책도 찾아볼 수 있다. 그러나 실버세대는 신체 균형 능력이 낮아 독서를 할 때 책을 다리에 올려놓고 본다. 가로형 포맷과 정방형 포맷의 책은 넓이가 넓기 때문에 페이지가 일반적으로 넘어가는 것을 방지할 수 있으며

다리에 올려놓은 책의 면적을 극대화할 수 있다. 따라서 가로형 동화책과 정방형 동화책은 세로형 동화책보다 안정성이 높다. 불규칙적인 책은 흥미를 더욱 유발할 수 있으나 페이지를 넘기기 어렵고 보관상에 어려움이 있어 실버세대에게는 적합하지 않다.

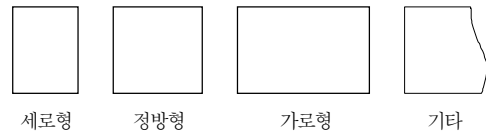


그림 7. 포맷의 형태

동화책의 표지와 재킷은 실버세대가 가장 먼저 만지게 되는 부분이다. 실용성을 보면 천이나 가죽은 일반 종이보다 만졌을 때 온도가 높고 촉감이 비교적 부드럽다. 그래서 실버세대가 책의 차가운 촉감을 피할 수 있다. 표면이 울퉁불퉁하고 거친 촉감의 표지는 실버세대의 손과 동화책 간의 마찰력을 증가시켜 손에서 쉽게 미끄러지지 않게 한다.

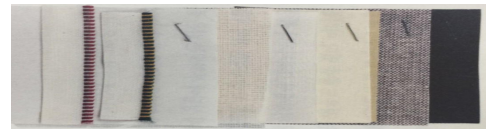


그림 8. 표지의 재질(천, 면, 가죽 등)

동화책의 그림은 독자의 시각 기관을 통해 촉각을 자극 시킬 수 있다. 또한, 붙임 혹은 자수를 통해 실버세대의 촉각을 자극할 수 있고 독서의 즐거움과 그림의 가독성도 높일 수 있다.

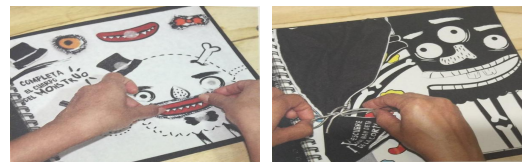


그림 9. 동화책 그림의 변화[26]

시중의 아동용 동화책의 종이 재질은 매우 다양하다. 동화책에 그림이 많고 색채가 풍부하기 때문에 사용되는 종이는 두꺼우며 불투명도가 높다. 동화책의 파손과 오염을 막기 위해 대부분 아동용 동화책은 방수성이 강

하며 표면이 매끄럽다. 그러나 실버대상 동화책은 이러한 문제가 존재하지 않는다. 아동용 동화책보다 문자 내용이 많기 때문에 책도 두꺼운 편이다. 만약 두꺼운 재질의 종이를 사용하면 무거워지기 때문에 실버세대는 읽기 불편하기 때문이다. 높은 불투명도, 적절한 두께, 가벼운 무게, 일정한 마찰력 등의 요소를 지닌 종이 가 실버대상 동화책에 가장 적당하다. 또한 무늬가 들어간 한지도 사용할 수 있다.

이 외에도 각기 다른 잉크를 사용하여 울퉁불퉁하고 매끄럽고 거친 느낌 등 여러 가지 촉감을 제공할 수 있으며 동화책에 대한 촉각적 체험을 증가시키기 위해 페이지에 각인 또는 투각을 사용할 수 있다. 제작은 동화책의 통일성을 유지해 실버세대가 독서 과정에서 곁혀서 상처가 나는 것을 방지하고 불규칙적으로 절단하는 방법을 사용하여 책을 빠르게 넘길 수 있게 한다.

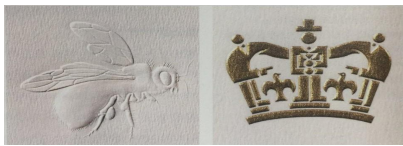


그림 10. 각인 또는 투각

IV. 결론 및 연구의 발전방향

1. 결론 및 시사점

고령화 사회에 진입하면서 실버세대의 심신건강, 생활품질, 취미생활 및 부양문제 등은 각 학계가 주목하는 이슈로 떠오르고 있다. 현재 시중에는 실버세대를 위한 상품들이 출시되고 있으며 그 중 도서는 대다수 실버세대 취미생활의 필수품이 되었다. 뿐만 아니라 의학, 심리학, 디자인학 등 각 영역의 연구에 따르면 독서가 실버세대의 심신건강에 유익한 영향을 준다는 결과가 나왔다. 그러나 연령이 증가하면서 실버세대의 신체기능 및 인지 기능이 떨어지면서 현대 시중에 출판된 대부분 책들은 내용이 복잡하고 문자 배열이 촘촘하기 때문에 실버세대가 돋보기 등의 보조기구를 통해서만 독서를 할 수 있다. 이와 반대로 실버세대는 내용이 간단하고 문자가 적은 동화책을 선호한다. 하지만 시중의

대다수의 동화책은 아동 또는 청소년을 위해 디자인된 것이며 실버대상 동화책에 대한 관련 연구는 활발하게 이루어지지 않고 있다. 따라서 실버세대의 심미관에 부합하는 동화책의 개발이 필요한 시점이다. 실버대상 동화책을 하나의 상품으로 본다면 디자이너, 작가 및 출판사는 제작자가 되며 실버세대는 독자, 즉 동화책의 사용자가 된다. 제품 디자인의 측면에서 보면 동화책은 제작자의 정보를 전달하는 매체이며 서비스 디자인의 측면에서 보면 동화책은 제작자가 독자를 위해 서비스를 제공하는 플랫폼이기도 하다. 즉 실버세대가 동화책을 읽는 것은 정보를 받아들이는 과정이며 이 과정에서 느낀 경험이 바로 창작자가 제공한 서비스라고 할 수 있다. 따라서 실버세대의 독서 수요와 심미관에 부합하는 동화책을 개발하여 유형의 동화책을 통해 무형의 서비스를 제공해야 한다.

표 10. 실버대상 동화책의 디자인적 특징(편집)

요소	기준	감각
포맷	·실버세대가 책을 읽을 때 책과 눈의 거리는 25cm~45cm 사이로 디자인할 때 이러한 거리를 고려해야 한다.	시각
	·가로형과 정방형은 세로형보다 안정성이 높다.	촉각
그리드	·동화책의 내용과 삽입한 그림에 따라 결정된다. ·읽는 순서 : 왼쪽에서 오른쪽으로, 위에서 아래로 보는 방식이다. (보편성)	시각
레이아웃	·1.그림을 주제로 한 페이지를 모두 바탕에 채우는 것이다. 2. 문자와 그림을 페이지에 교차 사용해야한다. 3. 문자와 그림을 각각 다른 페이지에 배치하는 것이다. ·그림 안에 문자를 겹치지 않게 해야 한다.	시각
타이포	·텍스트를 부드럽게 읽어 나가도록 하여 실버세대에게 만족감을 주는 것이 중요하다.	시각
활자	·크기:17~20포인트를 사용해야 한다. ·줄 간격:125%~ 180%를 사용해야 한다. ·본문에 색깔이 있거나 어두운 바탕에 흰 글자로 인쇄 되는 경우에는 더 큰 포인트를 사용해야 한다.	시각
그림	·페이지의 레이아웃뿐만 아니라 저자가 제공하는 정보를 독자에게 가장 적절한 방법으로 해야 한다. ·형태: 과하게 밀집된 선은 사용을 자제해야 한다. ·색채: 형광색과 같은 자극적인 색채는 눈의 피로를 유발할 수 있기 때문에 사용을 자제해야하며 색채의 대비가 적합해야 한다.	시각
	·사실적으로 식품의 모양을 그려내는 것이다. ·식품의 대표적인 색채를 페이지의 기본바탕으로 설정하고 문자 또는 내용을 통해 미각에 대한 인지를 유발할 수 있다.	미각
	·시각을 통해 촉각을 자극 시킬 수 있다. ·붙임 혹은 자수를 통해 촉각을 자극할 수 있다.	촉각
	·색채와 도형을 통해 후각적 체험을 제공한다.	후각

표 11. 실버대상 동화책의 디자인적 특징(제작)

요소	기준	감각
표지 재킷	·재질, 색채는 아동용 동화책과 구분 해야 한다. ·간단한 선과 단아한 색채가 더 적합하다.	시각
	·종이의 질감을 통해 독자에게 새로운 청각적 체험을 제공할 수 있다.	청각
	·향료(냄새는 지나치게 강렬해서는 안 된다.) ·색채와 도형을 통해 후각적 체험을 제공한다.	후각
	·실용성을 보면 천이나 가죽은 일반 종이에 비해 만졌을 때 온도가 높고 촉감이 부드럽다. ·표면이 울퉁불퉁하고 거친 촉감의 표지는 실버세대의 손과 동화책간의 마찰력을 증가시켜 손에서 쉽게 떨어지지 않게 한다.	촉각
종이	·자연스러운 색채와 반사광이 없는 종이를 사용해야 한다.	시각
	·나무로 만든 책은 페이지를 넘길 때 충돌하는 소리가 발생하며 한국의 한지 또는 중국의 선지(宣紙)는 부드러운 소리가 나고 사전에 사용되는 종이는 맑은 소리를 낸다.	청각
	·향료, 냄새는 지나치게 강렬해서는 안 된다.	후각
	·높은 불투명도, 적절한 두께, 가벼운 무게, 일정한 마찰력 등의 요소를 지닌 종이를 사용해야 한다. ·무늬가 들어간 한지도 사용이 가능하다. ·각인 또는 투각을 사용할 수 있다.	촉각
인쇄	·색채의 포화도와 잉크의 반사광을 고려하며 제작의 방법에 있어서도 심혈을 기울여야 한다.	시각
	·냄새는 지나치게 강렬해서는 안 된다.	후각
	·각기 다른 잉크를 사용하여 울퉁불퉁하고, 매끄럽고, 거친 등 여러 가지 촉감을 제공한다.	촉각
제작	·그림 불완전 및 화면 분할 현상은 피해야 한다. ·종이 공학 기술을 활용할 수 있다.	시각
	·동화책의 구조와 형태 또는 독서 방식의 변화에 따라 디자인해야한다. ·전자제품을 통해 청각적 체험을 제공한다.	청각
	·향료를 첨가할 시에는 각 재료의 향기는 동일한 것으로 사용해야 한다.	후각
	·실버세대가 독서 과정에서 긁혀서 상처가 나는 것을 방지하고 불규칙적으로 절단하는 방법을 사용하여 책을 빠르게 넘길 수 있게 한다.	촉각

서비스 디자인에서 사용자의 감각적 체험은 디자인의 과정과 방향에 영향을 미치는 중요한 요인이다. 따라서 본 연구는 대다수의 실버세대의 오감(시각, 청각, 촉각, 미각, 후각)의 특징을 근거로 실버대상 동화책의 포맷, 그리드, 타이포그래피, 활자, 편집구조, 이미지, 레이아웃, 표지, 종이, 인쇄, 제작 등의 디자인 요소에 대해 분석하고 정리하였으며 디자인 과정에서 주의해야 할 점과 영감을 제시하였다.

현재 시중에는 아동용 동화책이 많은 비중을 차지하고 있고 선행 연구도 상대적으로 활발하다. 대부분 동화책은 정형화된 형태와 표준에 맞추어 디자인하고 출판되고 있다. 이런 동화책은 유아 및 저학년 학생들을 대상으로 하여 그림의 형태나 글자의 형태가 실버세대

들이 인지하기에 다소 불편하거나 난독성(亂讀性) 혹은 글과 그림의 산만한 배치들로 구성되어있다. 실버세대에게 어울리지 않는 동화책을 피하기 위해서는 실버세대의 독서 수요와 아동의 독서 수요를 갖춰야 한다. 또한 우수한 실버대상 동화책은 기본적인 가독성과 실용성을 구비해야 하며 감각기관을 통해 실버세대에게 더욱 좋은 체험을 제공할 수 있어야 한다.

2. 추후연구

본 연구는 디자인 서비스의 ‘인간 중심’ 이념을 기초로 하여 실버세대의 감각적 체험을 근거로 실버대상 동화책의 디자인에 대한 요점을 제시하고자 한다. 현재 실버대상 동화책에 대한 개발과 연구가 많지 않은 관계로 본 연구의 디자인적 제안이 실제 개발 및 적용과정에서 재료와 원가 등 여러 가지 제약에 부딪힐 수도 있다. 실버대상 동화책은 계층별, 연령별, 성별 이해도에 따라 디자인적 특징이 다를 수 있다. 추후에는 이 연구 결과를 적용하고 더 구체적으로 제시하려한다. 또한 과학이 발전함에 따라 전자책은 기존의 전통적인 종이 책보다 인기가 많다. 따라서 종이 책과 전자책(e-book)을 비교 분석하고 전자책(e-book)의 그래픽과 실버세대의 가시성 확보 및 충실한 내용 전달 등을 위한 서비스 디자인적 접근을 시도할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- [1] 서비스디자인코리아, *서비스디자인*, 청어, 2011.
- [2] 표현명, 이원식, *서비스디자인 이노베이션*, 안그라픽스, 2012.
- [3] 마르크 스틱도른, 야코프 슈나이더, *서비스 디자인 교과서* 안그라픽스, 2012
- [4] 조은정, 이호, “silver-age의 web-interface에 한 연구,” *조형연구*, 제9권, pp.111-124, 2001.
- [5] 史曉菲, 劉麗波, “銀發產業尙待新品激活,” *消費日報*, 2009.
- [6] 丁元元, “老年繪本竟要去兒童書架尋找,” *上海老年報*, 2013.

[7] 이 서, 오치규, “실버세대를 위한 그림동화책의 필요성과 특성,” 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제2호, pp.390-396, 2016.

[8] 김일태, 윤기현, 김병수, 설종훈, 양세혁, *만화애니메이션사전* 부천만화정보센터, 2008.

[9] 辭海 [Z], 上海辭書出版社, p.5071, 1999.

[10] 제니아 빌라다스, *서비스 디자인하라*, 비즈앤비즈, pp.95-104, 2011.

[11] 하라 켄야, *디자인의 디자인*, 안그래픽스, 2011.

[12] 錢鍾書, *七綴集*, 三聯書店, p.186, 2002.

[13] 鄧中和, *書籍裝幀*, 中國青年出版社, 2004.

[14] 呂敬人, *書藝問道—書籍設計*, 中國青年出版社, p.124, 2006.

[15] Gao Ying and Xu Xiaofeng, *服務設計: 當代設計的新理念*, 文藝研究, 2014.

[16] Li Dong, Ming Xin-guo, Kong fan-bin, Wang Xing-han, and Wan Peng-peng, *A Preliminary Study on Service Design*, Shanghai Jiao Tong University, 2008.

[17] Qing Ji Fan, 김 원 겐, 선 외, “이동통신사의 체험매장에 대한 소비자 체험이 기업 브랜드자산에 미치는 영향,” 한국고객만족경영학회, 제17권, 제2호, pp.72-73, 2015.

[18] 홍동식, “오감(五感)과 영감(靈感)을 활용한 편집디자인 연구,” 디자인학연구, 제80권, 제21호, p.75, 2008.

[19] 黃志雄, “營造兒童書籍感官體驗的設計研究,” 江南大學, pp.36-37, 2008.

[20] 앤드류 해슬랩, *북디자인 교과서*, 안그래픽스, 2008.

[21] 박병천, *한글글꼴용어사전*, 세종대왕기념사업회, 2011.

[22] 오치규, “시각디자인에 있어서 여백의 조형적, 상징적 의의,” 디자인학연구, 통권 제41호, p.98, 2001.

[23] <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=784979>

[24] Marie-Louise von Franz, *The Interpretation of Fairy Tales[M]*, Shambhala Publications, Boston London, p.3, 1996.

[25] Long Shu, *Older People to The Books Design Visual Demand Research*, Southwest Jiaotong

University, 2012.

[26] Wang Xiaodan, *Making Childhood Colorful*, images publishing, 2010.

[27] 박미라, 백서울, *콧물 빼는 할머니*, 나한기획, 2015.

[28] 고은영, 이경훈, *아주 특별한 선물*, 나한기획, 2016.

저 자 소 개

이 서(Shu Li)

정회원



- 2010년 : Tianjin Polytechnic University 문학 학사
- 2012년 : 배재대학교 대학원 미술학 석사
- 현재 : 충남대학교 대학원 산업미술학과 박사과정 수료

<관심분야> : 일러스트레이션, 동화책, 시각디자인

오 치 규(Chi-Gyu Oh)

중신회원



- 2000년 4월 : 일본 니혼대학 대학원 예술학박사
- 현재 : 충남대학교 교수

<관심분야> : 컨셉디자인, 리인커네이션디자인, 디자인의 창의성과 리더십, 시각디자인