

BAUHAUS의 타이포그래피 연구

A Study on the Typography of BAUHAUS

하상오

동아대학교 산업디자인학과

Ha Sang - Oh

Department of Industrial Design, Dong-A Univ.

Keywords/Sans serif, Typofoto, Herbert Bayer

1. 머리말

구텐베르크가 금속활자를 발명한 이래 500년 이상에 걸쳐서 다양한 활자서체가 디자인되어지고 각 시대마다 특징 있는 양식이 태어났다. 19세기말부터 금세기 전반에 걸쳐 활자조판의 기계화에 대응하기 위한 고전적 서체의 복각과 신 서체의 제작, 다다와 구성주의로 대표되어지는 20세기 예술사조에 병행하는 산세리프체의 대두는 현대 타이포그래피의 방향을 제시하는 시금석이 되었다.

이와 더불어 당시의 전위예술가들은 문자 및 타이포그래피가 구체적이고 표현적인 시각형태가 될 수 있다는 미래주의적 개념에 입각하여 활자의 동적이고 비선(線)적인 구성, 그리고 점, 선, 면을 비롯한 시각기호의 적극적인 사용, 나아가 사진, 몽타주, 콜라주 등 다양한 기법을 타이포그래피에 도입하여 인쇄지면에 새로운 활력을 불어넣었다.

특히 이와 같은 시대적 배경을 바탕으로 탄생한 바우하우스는 이 새로운 타이포그래피 운동의 형식과 원리를 이해하고, 나아가 예견되는 디자인의 제반문제에 능동적으로 적용, 확대시켜 나가고자 했다.

2. 현대 타이포그래피의 근원

2.1. 근대 타이포그래피의 변천

19세기초 산업혁명은 타이포그래피 측면에 있어서도 모든 양식의 범람을 가져왔으며, 이와 더불어 기계에 의해 만들어지는 막대한 양의 상품판매를 촉진하기 위하여 사람의 눈을 끌기 위한 다종다양한 서체가 만들어지게 되었다.

이러한 광고활동에 응하기 위한 최초의 서체가 1806년에 등장한 이집트체(Egyptian)로서 주로 간판 문자에 널리 사용되었으나 인쇄물에도 자주 채용되었다. 그 후 1832년 이 서체를 원형으로 하여 개발된 것이 산세리프체로서 그로테스크(Grotesque)라고 불리기도 했으며, 영국과 미국에서는 고딕체(Gothic Style)라고도 불려졌다.

산세리프체는 산업혁명이 가져다 준 상업주의적인 서체로 인식되어 호평을 받지 못했으나 20세기초 존스톤(Edward Johnston)에 의해 문자형태가 개선되어 종래의 뛰어난 고전적 알파벳 수준에까지 이르게 됨으로써 이 서체는 현대적 기능미를 갖춘 전형적인 서체로서 간판을 비롯한 디스플레이용, 포스터 활자, 서적용 인쇄활자에 이르기까지 그 사용범위를 확대해 나갔다.

2.2 현대 타이포그래피의 근원

20세기초에 결성된 미래파작가들은 현상유지와 과거의 끊임없는 중압감에서 탈피하며 적극적으로 근대문명의 도입에 노력함으로써 기계에 의한 조형미를 인식할 수 있었다. 그들은 2차원의 한계를 극복

하고 착시적효과에 집착하지 않는 「혁명과 운동」을 표현하고자 했다. 이에 따라 그들이 사용한 열렬하고 선동적인 선전의 기술은 프랑스, 스위스, 독일의 다다(Dada)작가들과 러시아의 구성주의, 네덜란드의 데스틸(Destijl)을 중심으로 유럽전역에 서서히 파급되어 모든 사람들에게 알려지게 되었다.

이러한 전위적 예술운동은 각기 다른 나라에서 일어났기 때문에 서로의 목적도 다르고 때로는 모순점도 있었지만 어떠한 형태로든 현대 타이포그래피의 형성에 있어서 언어와 이미지의 융합을 위해 의미 있는 공헌을 했다.

3. 현대 타이포그래피의 시도와 바우하우스

3.1 현대 타이포그래피의 시도

구성주의와 데스틸작가들은 감정이 풍부하면서도 적절하고도 새로운 문자의 배열로서 지면상호간에 유기적인 역할을 실험함으로써 인쇄지면을 통하여 문자를 시각화하는데 성공했다. 또한 색채도 부수적인 장식수단으로서 사용되는 것이 아니라 없어서는 안될 기본적인 디자인요소로서 사용해야함을 명백히 했다.

리시츠키와 슈비터즈(Kurt Schwitters), 도스브르그, 츠바르트(Zwart)의 작품에는 흑과 백의 강한 인상의 배분과 색채의 교묘한 디자인에 의해서 생생한 타이포그래피의 활력을 느낄 수 있게 했다. 그들은 인쇄소의 활자상자로부터 목활자나 금속활자를 선택하는데 세심한 주의를 기울였으며, 자신이 원하는 활자의 틀이 없는 경우에는 금속캐션과 테두리 장식, 그 외 식자실에서 대수롭게 생각지 않고 버려진 재료들을 골라서 길요하게 사용했다.

1925년 이후 헤르베르트 바이어(Herbert Bayer)는 바우하우스에서, 안 치홀트(Jan Tschichold)는 뮌헨의 미술학교에서 각각 산세리프의 사용을 강력히 추진하고 기하학적 구성에 적합한 알파벳을 디자인했다. 그들의 산세리프는 바우하우스실험의 중심이 된 「기능미」의 개념을 반영하고 시각적으로 미묘한 웨이트(Weight)의 대비(Contrast)에 의한 변화를 도입했다.

3.2 바우하우스 타이포그래피의 형성

바우하우스에서는 인쇄공방이 설치되어 있었고 여기서는 주로 석판, 목판의 관화인쇄가 성행되고 있었으나 이들 수공업적 인쇄와는 별도로 현대의 인쇄술에 대한 관심이 높아져서 소위 타이포그래피와 에디토리얼 디자인을 중심으로 하는 다양한 시도가 행해지게 되었다.

그러나 이들은 바우하우스 교육커리큘럼에 정식교과목 인정되지 못했을 뿐만 아니라 인쇄설비 또한 갖추어지지 못한 상태에서 완전히 개인적인 실험범위를 벗어나지 못하고 있었지만 이러한 약조조건에도 불구하고 주목할 만한 성과를 올렸다. 이는 학교를

선전할 목적으로 제작된 광고와 바우하우스 각 공방에서 생산된 제품의 판매증진을 위한 광고를 통하여 새롭고 효과적인 커뮤니케이션을 모색하는 과정에서 타이포그래피는 광고라는 형태 하에서 자연스럽게 그 중요성이 인식되게 되었다.

이 가운데에서도 바우하우스 타이포그래피의 실질적인 추진자가 된 것은 모홀리-나기이며 그의 예술적인 전개에 결과로서 『새로운 타이포그래피』를 전개시키고 나아가 문자와 조판을 기계에 의해 복제하는 소재로서 납 활자에 의한 조판과 사진제판기술을 결합시켜 『타이포 포토(Typofoto)』를 개발함으로써 미래지향적 정보표현매체의 확장을 기도했으며, 이러한 그의 실험적 정신은 헤르베르트 바이어, 요스트 슈미트(Joost Schmidt)에 의해 계승되었다.

4. 바우하우스 타이포그래피의 실험

4.1. 타이포 포토(Typofoto)의 개발

- Laszlo Moholy-Nagy -

모홀리-나기는 활자 그 자체를 읽기 쉽게 개량함과 동시에 대문자를 폐지하여 통일문자를 시도하였으며, 이것은 그 후 바우하우스의 거의 모든 인쇄물에 적용되어 바우하우스만의 독특한 성격을 형성하는데 기여했다.

그의 타이포그래피사상은 『현대 타이포그래피의 목적, 실천, 비판』을 통해 명백히 드러나 있듯이 “현대 인쇄조형은 최근의 인쇄기계에 부합하여 명료, 간결, 정밀성이 요구되지 않으면 안 된다. 타이포그래피는 시각적 모든 관계의 작용에 기초한 것으로 각 시대는 그 독자적 시각형식과 거기에 응하는 독특한 타이포그래피를 가지고 있다”고 피력하고 있으며, 나아가 사진, 필름, 아연판, 전기제판 등의 기술의 진보가 새로운 창조적 기반을 제공하고 전광판 광고와 영화, 대도시의 경관과 같은 시각체험이 타이포그래피에 완전히 새로운 기반을 요구하고 있음을 통찰하고 있었다.

따라서 타이포그래피에 전달의 내용을 직접 시각적으로 파악 가능한 매체로서 사진이 이용된다면 그 객관성에 대해서 어떠한 개별적 해석도 허용하지 않는 정확한 표현과 전달이 가능할 것으로 확신하여 타이포 포토를 개발했다. 타이포 포토는 시각적-연상적-개념적-종합적인 연속성을 향하여, 또한 시각적으로 유효한 형태를 가진 명확한 커뮤니케이션 수단으로서 현대시각문화의 새로운 장을 개척하게 되었다.

4.2. 광고타이포그래피의 실현

- Herbert Bayer -

모홀리-나기가 미적, 예술적 조형에 관심을 기울인데 반하여 바이어는 조형의 배후에 숨어있는 심리적 요인을 중시했다. 바이어의 사고방식으로서 외형적 형식 가운데는 깊은 동기와 원인이 나타나지 않으면 안 된다는 것이며, 그 자신에 의하면 “합목적적인 선전미술은 우선 첫째로 심리학과 생리학의 모든 법칙에 기초를 두어야 한다. 오늘날 선전미술은 거의 모두가 인간의 감성을 취급하는 문제에 우선하고 있기 때문이다”라고 한 것은 현대광고 커뮤니케이션의 지향점을 제시하는 선구자적 위치를 재인식시켜주고 있다.

따라서 바이어는 이러한 이념에 기초하여 인쇄식에서 있어서 규격과 레이아웃, 색채 활자체등 제반 시각요소의 통일을 기하여 일관된 이미지를 표현한

다든가, 혹은 광고미술분야에 있어서 초현실풍의 구성원리를 도입한 것, 또한 윤곽이 없는 그림자문자와 바우하우스 스타일의 그로테스크서체를 개발한 것도 이러한 맥락에서 비롯된 것이라 할 수 있다.

4.3. 전시, 공간 타이포그래피의 시도

- Joost Schmidt -

요스트 슈미트는 전람회디자인의 중요성을 인식하고 그 당시까지 형식적으로 행해지고 있었던 전람회와 진열전시회 등에 주력했다. 슈미트는 전시판넬의 크기와 배열, 타이포그래피와 칸막이에 대한 다양한 연구를 계속하여 이것을 새로운 디자인 영역으로 확립시킨 것이다.

그가 다른 공방의 협력을 얻어서 기획, 시공한 전시회에서 가장 주목할 만한 것은 베를린에서의 「가스과 물」 전람회와 브라스라우에서의 「생활과 작업장」 전시에 있어서 용거제작소분담 부분과 드레스덴에서의 「국제건강전」의 통조림협회담당 분이었다.

「가스과 물」 전람회에서는 약 40m에 이르는 전시를 구성해서 주목을 받고, 또한 같은 장소에서 계속 행해진 「국제 선전 미술전」에 바우하우스의 선전 디자인 견본으로 그대로 전시되었다.

이들 전시에 있어서 슈미트는 문자에 의한 설명을 최대한 탈피하여 기업으로부터 제공되어진 재료 그 자체를 객관적으로 도표화하여 제시함으로써 시각조형적으로 기업이 잘 이해될 수 있도록 의도했기 때문에 그 이후의 전시방법과 방향설정에서 디스플레이를 위한 타이포그래피의 전형적 모델이 되었다.

5. 맺음말

바우하우스에 있어서 타이포그래피의 다양한 실험은 인쇄공방을 중심으로 전개되었으며 바이마르 후기에 이르러서 이 공방의 책임자가 된 모홀리-나기는 기능주의적 사고방식으로부터 접근하여 먼저 활자의 개량을 요구하고 이를 바탕으로 바우하우스 통일문자의 제작과 아울러 사진기술을 이용한 영상과 문자를 결합시켜 새로운 형태의 타이포그래피인 타이포 포토를 개발하였다.

또한 모홀리-나기의 이념을 이어받아 합목적적인 조형을 목표로 한 헤르베르트 바이어는 심리학과 생리학의 제반법칙에 기초를 둔 다양한 광고물제작을 실현하여 현대 정보광고의 토대를 마련했으며, 바이어의 뒤를 계승한 요스트 슈미트는 기능성에 입각한 레터링, 타이포그래피교육과 실천에 주력하는 한편 전시계획에 따른 타이포그래피의 효율적 공간구성으로 디스플레이 디자인 영역을 새롭게 개척했다.

이와 같이 바우하우스작가들에 의해 시도된 일련의 타이포그래피 실험은 동일한 시대, 같은 지도자에 의해 계승되었음에도 불구하고 전통과 인습에 얽매이지 않는 창조정신과 다가오는 시대를 예견하는 뛰어난 통찰력과 역동적인 대응방식을 통하여 현대 시각커뮤니케이션의 나아갈 방향을 제시해 주고 있다.