

# 출판 디자인은 곧 이야기다

대한출판문화협회(회장 박맹호)는 제27회 출판경영자 세미나를 지난 6월22일부터 24일까지 2박 3일간 제주도 서귀포 하얏트호텔에서 개최했다. ‘다매체시대, 독서진흥이 문화 강국을 만든다’라는 주제 아래 개최된 이번 세미나에서는 도정일 경희대학교 명예교수(책읽는사회만들기 국민운동 상임대표)가 ‘책 읽는 인간, 상상력, 이야기’라는 주제로 기조 특강을 했으며 김용석 영산대학교 교수가 ‘인티-나르키소스서 책, 그리고 독서’, 이나미 바프 대표가 ‘출판 브랜드 연구-출판디자인은 곧 이야기다’라는 주제로 각각 강연을 했다. 이번 세미나에는 유진룡 문화관광부 차관과 김재윤 의원(열린우리당) 등 내빈과 출판관련 교수, 언론계 인사, 문화관광부 지식산업육성위원회 위원 등 초청인사 30여명과 출판인 100여 명이 참석했다. 다음은 이나미 대표의 주제 발표 요약문이다.

내용에 형태를 부여하는 일을 디자인이라고 설명한다면, 책에 있어서 디자인은 책이 하고 싶어하는 이야기를 담을 수 있는 ‘뭘’을 만드는 일일 것이다. 그러기 위해서는 책이 말하고자 하는 바가 무엇인지를 알아 이것을 위해 다시 ‘무엇(what)’ 말할 것인가를 결정하고, ‘어떻게(how)’ 담을 것인가를 고민하는 것이 바로 출판디자인이 해결해야 할 몫이다. 책이 말하고자 하는 바를 단순히 말로 전달하는 경우를 가정하더라도 넘치는 말은 부족한 말에 못미친다는 점에 유의해야 하고 이에 앞서 말은 꼭 말로만 하는 것이 아니라 점에 세심해야 하는 것처럼 책이 하고 싶어하는 이야기를 담을 수 있는 ‘뭘’을 만들기 위해 출판디자인이 결정해야 할 이 ‘무엇(what)’과 ‘어떻게(how)’에 대한 판단은 그리 단순한 일이 아니다. 말로 하지 않아도 알 수 있는 말과, 말로 하지 않는 것이 더 좋을 말, 말로 하지 말아야 할 말이 있는 것처럼 책이 의도하는 바를 전달하기 위한 ‘스토리텔링’의 작업은 헤아려야 할 일들이 많다.

## 디자인은 ‘북커버’ 무대장식

디자인, 하면 대변에 ‘아, 앙드레 김’ 하는 식의 반응이 아직 대중적이라고 할 수 있는 80년대의 초중반, 책표지에 일대 변혁이 일어나며 책이라는 것이 표지에 따라 이렇게 달라질 수도 있구나... 라는 확실한 인식을 대중에게 불러 일으키며 명실공히 ‘표지디자인’이라는 장르가 발생하였다. 일부의 대학에서는 아직 디자인을 ‘응용미술’로 부르던 시절, 책표지에 응용된 미술이 바로 ‘표지디자인’이라는 디자인의 한 장르에 대한 구체적인 이해가 발생되기에 이르렀던 것이다. 책은 마음의 양식이지만 표지의 모양새에 따라 좋은 양식으로 보이기도 하고, 시원찮은 양식처럼 보이기도 한다는 점에 사람들은 주목하게 되었고 이 부분에 결정적인 영향을 미치는 것이 바로 디자인이라는 것을 확실하게 인식하게 되었다. 그리고, 그것이 어찌면 오늘날 출판계에 어엿한 명칭을 지니고 자리를 잡은 출판디자인 대한 개념적 시조가 되지 않았나 싶다.



출판경영자 세미나에 참가한 출판인들이 주제강연을 듣고 있는 모습

## 공들인 표지디자인에 움직인 마음 소홀한 내지디자인에 돌아서다

90년대에 들어 출판디자인에 관심을 지닌 이들의 새로운 지적이 표지와 내지의 일관성있는 디자인의 중요성에 대해 주장할 즈음, 사람들은 그래, 뭔가 이상하기는 했어, 라는 심정으로 고개를 끄덕이게 되었다. 그게 무엇인지 말로 표현을 못해서 그랬을 뿐 석연치 않은 게 사실이었던 것이다.

멋진 표지디자인에 홀린 듯 책을 집어든 사람들이 설레이는 마음으로 책을 열면서 맞닥뜨리게 되는 내지의 상황- 표지에서 받았던 인상과는 다소 차이가 있는 예기치 못한 '대접'에 혼란스러워지는 일이 발생하고 있었기 때문이다. 분명히 표지에서는 상대방의 마음을 사로잡는 매력적인 목소리(서체)와 자태(이미지)로 독자의 마음을 깊이 헤아리고 있다는 확신을 갖게 해주었는데, 첫표지를 열자마자 안면을 바꾸어 전혀 다른 인격체로 돌변한 듯한 느낌이니 그것이 의도적인 홀대인지, 혹은 사기인지, 도무지 혼란스러운 감정의 변화를 겪으며 책에 대한 불신이 발생하게 된 것이다. 이유는 바로, 일관성이 없는 내지디자인이 문제였다. 없을 때는 아예 눈치조차 못했는데, 훌륭하게 디자인된 표지에 눈이 열린 독자들이 내지디자인의 소홀함에 대해 상대적인 불신을 갖게 된 것은 당연한 일이었다. 표지만 어떻게 하면 되는 것이 아니라, 표지와 내지가 모두 일관성있는 전략하에 디자인이 이루어져야 했던 것이다.

## 지나치게 차려입은 내지 독서의 권리를 방해하다

표지디자인도 물론이겠지만, 내지디자인의 경우는 더더

욱 독자의 눈치를 심하게 보아서는 북디자인의 역할을 수행하는데 매우 서투른 방법이 되어버린다. 내지디자인의 필요성을 절감하여 과감히 투자를 결정하였으나 문제는 무엇이 획기적으로 보태지고 달라져야만 돈들인 가치를 얻을 것이라는 계산과 독자가 경험하는 내지디자인의 효과는 꼭 비례관계가 아니라는 데에 함정이 있다.

무엇보다도 함정은, 디자인이란 무엇을 더하고 장식하는 일이 아니라는 데에 있으며, 책을 위한 디자인이란 궁극적으로 독자가 읽고 있는 책의 내용에 부합하는, 독자의 책을 읽고 감상하기위한 권리를 위해 배려된 드러나지 않는 '설정과 연출'이라는 점에 이해가 부족한 데에 있다. 첫눈에는 호기심을 만족시켜줄만한 신선한 충격과 자극도 좋겠으나, 계속하여 독자의 시선을 자극하여 독서를 방해하는 디자인이라면 결국은 지나친 잘난 척이나 지나친 강박관념, 또는 서툴음이라고밖에 평가할 수 없는, 디자인을 위한 디자인으로 전락하게 되고 만다.

글의 내용이 아닌 '글자의 모양'이 자기만 쳐다보라고 독자의 시선을 강요한다거나, 페이지의 레이아웃이나 글자의 조판 상태가 내용대신 그림으로서만 곱멋을 내고 있다면 독자의 눈은 책이 말하고자 하는 이야기에 집중을 할 수 없게 되고 이때부터는 가히 디자인이 아닌 '시각적 테러'라 말해도 지나치지 않을 것이다.

## 온몸으로 대화하고 싶어하는 책 스킨십의 중요성을 깨닫다

책의 궁극적인 목적은 '읽혀지기 위한 것'이 분명하지만 아이러니컬하게도 책과 사람과의 관계에 있어서 독서의 행

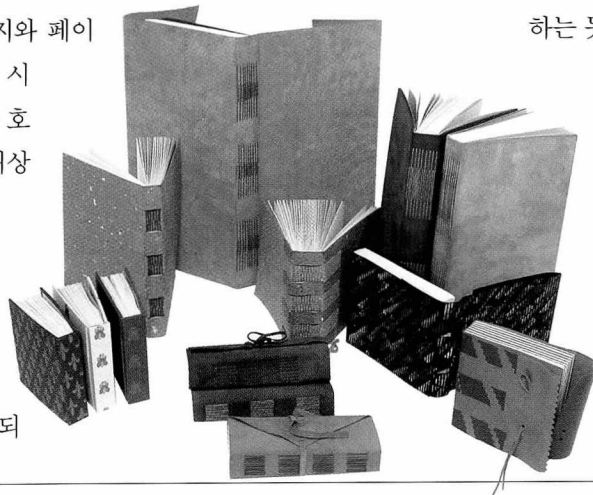
위는 몇단계의 절차를 거쳐야만 발생이 가능해진다. 먼저 관객이 매력을 느낄 수 있도록 '보여지는 일'에 성공을 해야만 선택을 위한 반열에 서게 되는 것이고, 책을 손에 집어 들게 되는 순간 손 안에 '만져지는 느낌'으로 관객과의 친밀한 유대감을 발생시켜야 한다.

'보여지고 만져지는' 책에 대한 경험은 책의 내용에 대한 관객의 호기심을 자극하게 되고, 이후 차근차근 페이지를 넘겨가며 경험하게 되는 것들이 독자의 기대에 부응한다면 비로소 사람들은 책의 내용을 읽으며 그 내용이 이끄는대로 편안히 마음을 열게 되는 것이다. 책의 판형에서부터 부피감과 무게감, 종이의 질감 등에 대한 결정은 책이 스스로를 표현하기 위한 '바디 랭귀지'의 선택과 같은 것으로, 책과 독자와의 관계에 있어서의 친밀한 스킨십은 책이 말하고 싶어하는 내용을 전달하기위한 총체적인 스토리텔링의 중요한 부분을 차지하게 된다.

### 마음으로 통하고 싶어하는 책 보이지 않는 흐름을 디자인하다

책에 있어서 보이지 않는 독서의 흐름을 주도하는 것은 출판디자인의 가장 큰 매력이다. 판형, 제목, 종이가 지닌 질감과 색감, 서체의 선택, 시퀀스, 호흡과 박자, 표지에서 내지에 이르기까지의 인트로 설정, 엔딩의 여운, 이미지와 텍스트와의 관계, 여백, 타이포그래피의 적극적인 개입과 의도적인 절제, 글과 그림의 이중주를 통해 만들어내는 화음 또는 의도적인 불협화음 등 관객의 입장에서는 한 눈에 쉽게 식별되지 않는 여러 요소들을 움직여 관객과의 대화를 이끌어간다는 것이 바로 그것이다.

그와 같은 작업은 글줄과 글줄 사이, 단락과 단락 사이, 그리하여 페이지와 페이지 사이를 타고 흐르는 내용적·시각적 흐름을 만들어 책의 박자와 호흡을 주도하며 어느 사이언가 대상의 마음 속으로 깊이 파고들어 내용이 전달하고자 하는 바와 관객의 기대하는 바가 일치된 책의 흐름이 탄생하는 것이다. 사람들이 손에 땀을 쥐고 속도감있게 책장을 넘기게 되



거나, 천천히 음미하듯 책장을 넘기게 되는 것, 또는 순서대로 차근차근 페이지를 넘기기도 하고, 어느 페이지던 마음이 닿는 곳에 잠시 머무르며 책의 이곳저곳을 자유롭게 넘나들게 하는 것은 모두 이 보이지 않는 흐름에 의해 관객이 즐거이 조종당하고 있다는 사실을 설명해준다. 그리고 이것은 말로 설명하지 않아도 알게 되는 본능적인 일치감이며 책과 관객이 서로 희열하게 되는 순간으로 출판디자인이 관여하여 만들어내는 최고의 가치가 아닐까 생각한다.

### 출판기획과 출판디자인이 한 몸에서 이루어지다

우연한 호기심으로 찾게 된 '네이버 매스컴 용어사전'에서는 출판디자인을 이렇게 정의하고 있다.

[출판디자인 : 출판하고자 하는 출판물의 판형, 체제 장정 등에 관한 총체적 기획. 출판물의 미적 효과와 상품적 가치를 높이기 위한 것으로 출판물 전반에 관한 기획을 말한다. 이에는 편집디자인(editorial design)도 포함되나, 편집디자인이라고 하면 흔히 판면의 구성(layout)이나 활자의 지정 등 편집에 관한 구체적인 것을 말하며 출판디자인이라고 하면 이보다 넓은 개념으로서 출판물 전체에 관한 포괄적인 기획을 지칭한다.

출판계의 오래된 구조와 습관대로 편집과 디자인으로 그 영역과 역할이 분리되어서는 책을 만드는 데 있어서 일관성있는 운영에 어려움이 있다라는 것이 나의 오래된 지적이었고, 이에 대해 업계 스스로 개선점을 찾아내기까지는 여러 단계의 적응기간이 필요할 것이라 우려하였었는데 '네이버 매스컴 용어사전'이 정의하고 있는 출판디자인의 개념은 진일보한 출판계의 현실을 눈으로 확인

하는 듯 하여 반갑다. 책과 관련하여 디자인이라는 단어가 시사하는 의미는 책이라는 총체적인 그림을 그리기 위한 내용과 형태에 대한 기획이어야 하며 기획과 디자인이 한 몸과 머리를 통하여 이끌어가는 체제가 되어야 한다는 나의 주장이 더욱 설득력을 얻어가고 있다는 생각이 든다.