

‘생각의 바다’ 그리고 한국 북디자인 10선

전가경(사월의 눈 대표, 그래픽디자인 연구자)

2018. 12.

1. ‘생각의 바다’

이것은 사진가 구본창의 첫 사진책 이름이자 북디자이너 정병규가 1995년에 설립한 출판사 이름이기도 하다. 1983년, 1년간의 프랑스 유학 후 당시로서는 여전히 북디자인의 불모지인 한국에 귀국한 정병규는 이듬해 1984년 ‘정병규 디자인’을 설립한다. 이는 국내에 ‘북디자인’이라는 개념과 행위가 유통되기 시작하는 계기가 된다.

그리고 1985년, 독일에서 사진디자인을 수학한 구본창이 귀국한다. 어떻게 인연이 된 그들은 종종 만나 얘기를 나눴고, ‘생각의 바다’라는 말이 간혹 한번씩 언급되었다고 한다. 그리고 1992년이 된 해에 구본창은 정병규에게 자신의 첫 사진책 이름으로 ‘생각의 바다’를 써도 되냐고 묻는다. 정병규의 동의로 구본창의 첫 사진책은 <생각의 바다>라는 이름을 달고 행림에서 출간된다.

이 사진책에는 현재는 기계비평가인 이영준의 첫 ‘구본창론’이 수록된다. 그로부터 3년 후인 1995년, 정병규와 구본창은 의기투합하여 ‘생각의 바다’라는 출판사를 만들고, 첫 출간물로서 <신체 또는 성>이라는 전시 도록을 발행한다. 탁한 붉은색에 ‘신체 또는’이라는 제목 글자가, 다이컷팅 된 표지 한가운데에는 ‘성’이라는 제목 글자가 은박으로 찍혀 있다. 1990년대 붙어진 신체에 대한 사유와 논의를 구본창을 포함한 총 아홉 명의 작품들을 통해 집결시켰다.

‘생각의 바다’라는 출판사명으로 또 한 종의 중요한 책이 나온 게 1996년. 국내 북디자인 역사에서 이 해는 중요하게 기록될 해로서, 다른 아닌 국내 사상 첫 북디자인전이 열렸기 때문이다. 당시 정병규의 나이는 50세. ‘북디자인’이라는 개념을 도입하고, 이로부터 10년이 조금 넘는 시점에 정병규는 명실상부 국내의 상징적 북디자이너로서 자리매김한다. 그로부터 그의 두 번째 북디자인전이 열린 게 7년 뒤인 2003년이였다. 영월책박물관에서 파란색 도록이 출간되었는데, 그곳엔 은박으로 “책의 바다로 간다”라는 문구가 인쇄되어 있었다.

‘생각의 바다’라는 두 단어로 조합된 용어는 망망대해의 책 이미지뿐만 아니라 감히 몇 줄로 요약할 수 없는 책과 관련된 사유의 거대한 부피를 떠올린다. 그것은 ‘한국 북디자인 10선’이라는 과제 앞에서 있는 나의 심정과 유사하다. 시작과 끝이 어디인지 불분명한 국내 출판 생태계에서 10종의 책을 건져 올린다는 발상이, 북디자인이라는 개념 설정이, 10선이라는 한정된 선정 범주가 과유불급(過猶不及)이다. 그럼에도 불구하고 감행했다. 10종의 책들을 숙고 끝에 선정했고, 그 나름의 이유를 달았다. 가급적 선정의 배경과 이유를 논하는 방편으로서 역사주의적 관점에서 코멘트를 덧붙이고자 노력했다.

2. 책이 현대적이기 위한 조건들

특정 범주 안에서 어떤 대상을 선별하는 과정에는 기준이 따르기 마련이다. ‘한국 북디자인 10선’이라는 과제를 안은 이번 선정도 예외는 아니다. 여기엔 다소 진

부하다고 할 만한 질문들이 제기된다.

먼저, ‘한국’이라는 국가적 테두리는 북디자인 선정에 어떻게 개입하는가? 스위스만큼 복잡한 다국어 체제도 아닐뿐더러 미국만큼의 ‘멜팅팟’ 국가가 아닌 게 다행이라고 해야 할까. 이 지점에서는 한국인이 한국에서 만들고 제작한 책으로 비교적 단순하게 한정 짓는다.

다음으로, ‘북디자인 10’선. ‘북디자인’ 그 자체로서만 떼어놓고 보았을 때 이것은 그다지 복잡한 이슈가 아니다. 디자이너마다 좋은 북디자인을 평가하는 기준은 다를 수 있을지언정, 북디자인이 한 종의 책을 만듦에 있어 중요한 조형적 과제를 수행한다는 점에 대해선 이의가 없을 것이다. 어떻게든 낱장이나 파편의 글 혹은 이미지 원고에 통일된 형식을 부여하는 게 북디자인의 과제이기 때문이다. 문제는 ‘10선’이다. 논쟁은 여기서 시작한다. 특정 기준과 잣대가 사람마다 다르게 작용하기 때문이다. 아니, 사람뿐만이 아니다. 시대도 그렇다.

캐티 로버트-두러: 과거에 책의 아름다움(좋은 북디자인)이란 기술적 완벽함을 의미했던 것 같다. 가령, 합자의 완벽한 사용 말이다. 그래서 심사단은 이런 디테일을 매우 세심하게 들여다봤고, 이 중 어떤 오류라도 생기면 책으로서 자격을 박탈했다. 하지만 오늘날에는 책을 전체적인 하나의 큰 작업으로서 바라본다. 예를 들어, 올해 ‘끔찍한’ 조판을 봤지만 결과를 좌우할 만큼 심각하게 보지 않았다.(33)

라우렌스 브루너: 앞서 말했듯이 이 시상 제도가 처음 생겼을 때는 기준을 세우는 게 중요했다. 이제는 시대가 달라졌다.

린다 반 되르센: 이제는 규율을 어떻게 부수는지가 더 중요해진 것 같다.(35)

위 내용은 ‘2007 스위스의 아름다운 책’ 심사 관련 대화 중 일부다.¹⁾ 선정 기준은 개인과 시대에 따라 유동적일 수밖에 없다. 선정 기준은 무엇인가란 질문에 선정 주체의 취사선택으로 귀결된다는 다소 따분하면서도 회의론적 결론에 이를 수밖에 없는 이유다. 그러나 한가지 명료한 것은 기준에서 ‘동시대성’이 작동해야 한다는 점이다. 좋은 북디자인에 대한 선정 기준이 유동적이고 개인과 시대에 따라 굴절될 수밖에 없다면, 이를 긍정하고 수용하되, 기준의 동시대성을 고려하는 게 최우선이지 않을까?

가령, ‘물성’이 북디자인에서 여전히 중요하다는 점에선 대다수가 동의할 수 있겠지만, 어떤 물성이 좋은 북디자인의 바로미터가 될 것인가는 별개의 심오한 질문이 된다. 선정 결과물은 바로 이 예민한 지점에서 엇갈린다. 현재 대다수가 동의하는 좋은 물성의 기준을 택할 것인가, 혹은 낯설지만 조금은 근미래로 책의 형태를 이행시키는 새로운 접근의 물성이 좋은 북디자인의 조건이 될 것인가. 전자는 당연히 안전하다면, 후자는 논쟁적이다. 그리고 나는 좋은 북디자인 선정 배경에는 후자가 되어야 한다고 본다. 엘 리시츠키도, 안 치홀트도, 정병규도, 스키우가 고헤이도 그랬다. 그들은 자신들이 활동한 시대에 안주하는 북디자인이 아닌, 내일의 시공간으로 밀어 넣을 수 있는 책의 ‘아방가르드’를 제안했던 자들이다. 선정 결과가 친숙하기보다 낯설 수도 있는 이유다.

이들의 태도를 계승하여 이 글에서 나 또한 ‘현대적 책으로서의 자격 혹은 조건’을 선정 기준으로 내세웠다.²⁾ 동시에 현장에서 사진책을 만드는 나의 시선을 적극 반영했다. 사진책은 문자가 아닌 이미지 중심으로 구현되는 책이기 때문에 그 자체가 전통적 구문론에 기댈 수 없는, 반전통적 매체다.³⁾ 나아가 이미지 중심의 책이라는 특질은 문자와의 새로운 관계 설정을 담보로 할 수밖에 없으며, 그 과정에서 책의 여러 ‘전통적’ 규범들은 의문의 대상이 된다. 이것은 곧 사진책이라는 장르 자체에 잠재된 책의 현대성을 의미하기도 한다. 이와 같은 고민의 연속 속에서 총 다섯 가지의 선정 기준을 제시했고, 이는 다음과 같다.

첫째는 확장성. 기존 관점에서는 ‘책’으로 포섭되지 않는 것을 책으로 바라본다는 점에서의 의미다. 둘째, 책의 구조 및 이와 맞물려 돌아가는 사진과 텍스트의 관계다. 셋째는 물성이다. 넷째는 제시된 기준들 중에 가장 현대적이며 그래서 인습 타파적이라 할 수 있는 활자 사용이다. 다섯 번째는 이제 책을 만드는 이라면 누구나 갖춰야 할 기본 태도로서의 젠더 감수성이다. 이어지는 문단에서는 이러한 조건들을 충족시킨 책들을 소개하면서 각 선정 기준에 대한 이유도 좀 더 구체적으로 밝힌다.

선정의 범위는 다소 넓다. 국내 본격 단행본의 시대라고 불리는 1980년대 출간된 책부터 올해 상반기까지 출간된 책들을 대상으로 삼았다. 광활한 ‘생각의 바다’에서 건져 올린 ‘한국 북디자인 10선’은 틀린 말은 아니지만, 내 곁을 스치며 인상 깊게 포착된 책들을 선정 대상으로 삼았다는 점에서 40년이라는 망망대해에 비해 실제 그 부피는 알팍했음을 고백한다.

강조하건대, ‘북디자인’이란 이름 하에 특정 책을 선정해서 살펴보는 것은 어떤 기준으로 책의 형태를 ‘정리’하는 것이 아닌, ‘지금 이후’의 책을 상상하고자 하는

현재의 몸부림이고자 한다.

3. 현대적 책의 조건 1: 확장성

지난 몇 년간 국내 시각문화 씬(scene)에서 가장 두드러지는 현상 중 하나가 미술가와 디자이너 간의 협업이다. 좀 더 구체적으로는 이러한 협업을 기반으로 생산된 도록이다. 도록은 여전히 일부에선 전시의 부속물로 인식되고 있다. 도록의 관점이라는 게 있다고 상상해볼 때 단행본이나 ISBN이 찍힌 정식 출간물 중심의 생태계는 무너뜨릴 수 없는 견고한 출판 카르텔이다. 그러나 좋은 북디자이너는 도록을 책이라는 인식망 안으로 삽입시킬 수 있는 훌륭한 도구가 될 수 있다.

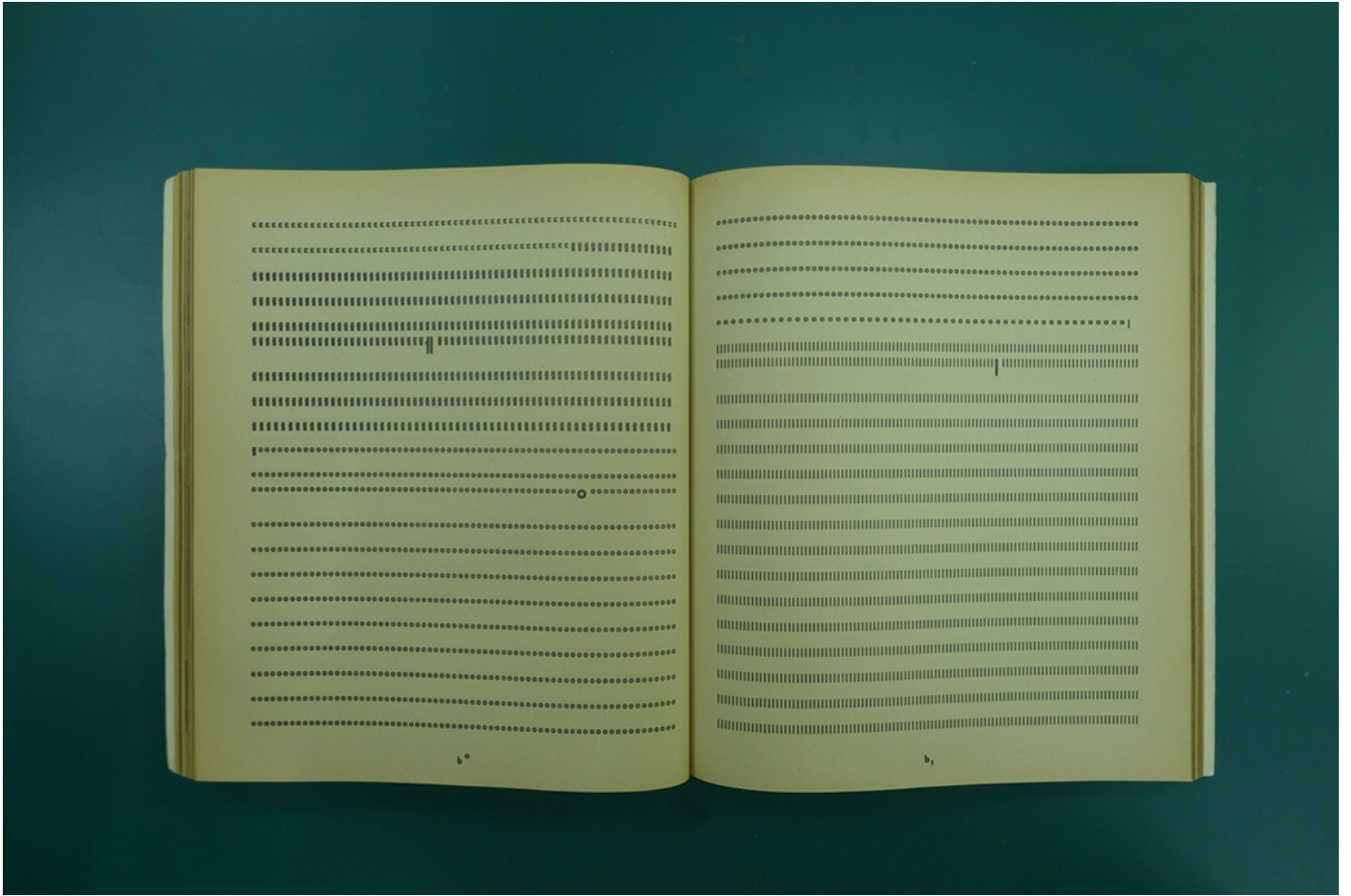
상당히 급진적인 디자인이었지만, 1990년도에 발행된 <보고서\보고서> 5호가 바로 이런 초기 사례 중 하나였다. 1988년 창간된 안상수와 금누리의 <보고서\보고서>(도판 1)는 한 명의 디자이너와 한 명의 예술가의 의기투합으로 엮은 실험적인 한글 타이포그래피 간행물이자 문화/예술 잡지였다. 이 중 5호는 ‘선데이서울’이라는 전시의 일환으로 출간된 도록이자⁴⁾ 잡지라는 이중적 역할을 수행한 인쇄물이었다. 잡지이자 도록인 <선데이서울>은 인쇄물 자체가 전시에 대한 적극적인 발화자가 될 수 있도록 기획되었다.

주변부에 머물러 있던 무언가가 주류계에 도전장을 내민 격이랄까. 전시와의 관계에서 상대적으로 ‘주류’ 매체인 전시의 기세에 안 눌린다는 의지의 표현인 것만 같아 안상수 디자이너의 시그니처라 할 수 있는 안상수체는 새로운 문자성의 표출로서 문자의 시각성을 적극 표출했다. 파편적 자소들로 분해된 한글은 <선데이서울>에서 ‘읽는 글자’가 아닌 ‘보는 음표’로 그 위상이 변화했다. 판형, 조판, 활자, 편집 등 여러 면에서 범상치 않음을 뽐냈던 도록은 그 자체로서 하나의 조형적 완결성과 독자성을 구축했다.

비슷한 시기, 또 하나의 사례가 정병규가 디자인한 <밝은 방>(도판 2) 학회지다. 이 책은 A4보다 옆으로 조금 긴 너비의, 제법 큰 판형에 상하단이 흑백으로 분리된 기하학적이면서도 현대적 면모의 표지를 자랑한다. 표지 오른쪽 상단에서부터 굵은 명조의 제목, 면이 흑백으로 분할되는 중간에는 학회지 발행번호인 숫자 1이, 바로 그 밑에는 ‘사진학회 카메라 루시다’라는 학회명 그리고 가장 하단에는 출판사명이 차례로 오른쪽 흘리기가 적용되어 있다. 문자와 흑백의 면 분할로 이뤄진 표지는 개념적인 현대미술의 기운을 강하게 풍긴다.

내지의 구성 또한 흥미롭다. ‘논고’와 ‘작품’라는 두 파트로 구성되었다. ‘작품’에는 사진가들의 사진작품이 수록되어 있는데, 그중 극적인 편집으로 배치된 구분창의 흑백사진 연작인 ‘긴 오후의 미행’이 매력적이다. 적극적인 화면 편집으로 학회지는 사진책의 편집과 물성을 능가하는 모습이다. 이미지와 텍스트가 완벽하게 분리된 채, 이미지 중심의 2부 편집에서 문자 중심의 세계는 잠시 이미지에 자리를 내준다. 북디자이너의 개입으로 인해 제도권 출판 지형에서 학회지가 독립적 단행본으로서의 위상을 획득하고, 일반 책으로 확장된 경우라 할 수 있다.

1990년대 그 추이를 짚어볼 수 있는 도록이나 학회지의 확장성은 1988년 이후 급변한 국내 정치, 문화 소용돌이의 자장 안에 있었다고 볼 수 있다. 세계화에 대한 첫맛, 중심에서 주변으로의 이동, 디지털 환경의 도래 등 여러 사회문화적 요소들은 제도권 내 관습에 대한 의문을 낳았고, 영역 가르기를 수행했던 기존의 경계선들 또한 의심의 대상이 되었다. 미술가와 디자이너가 협업하는 양상이 1990년대부터 나타나기 시작한 것은 이러한 사회적 배경과 무관하지 않다. 도록과 학회지가 매체로서 확보한 확장성은 1988년 이후의 사회가 분열증 속에서 상상해온 경계 가르기의 과감한 시도이자 그 결과였다.



도판 1 _ <보고서보고서 -5: 선데이서울>(1990) / 편집인: 금누리 / 편집장: 김영주 / 수석 디자이너: 신경영 / 디자인: 이현주 / 컴퓨터 디자이너: 김강정 / 제본: 무선 / 판형: 211×241mm / 페이지수: 160쪽

밝은 방

1

사진학회 카메라 루시드
The society of photography 'Camera Lucida'

28-4-1

영광당

사진도시의 기능에 관한 고찰

박경희

1. 서론

최근 들어서 우리나라의 출판계는 "사진"의 중요성에 대해 새로운 인식을 하고 있다. 사진은 제각각으로 되어 "표현하는" 기능을 제대로 이용하고 있는 사진도시의 출판이 늘어나는 중형이다.

25세기 구비설화의 인상을 바탕으로 출판 미디어는 사회적 요청과 기술적 발전에 따라 일의 발전에 힘쓰고 있다. 20세기 들어와서는 시각과 문화현상이 커져가고 가치가 인식되어서는 것이 아니라 감각화한다는 가치관전의 질적 변화를 수반하게 되었다.

이러한 감각적 가치가 인정되고 인공의 핵심적 기록으로서 사진이 갖는 가치가 중요해짐에 따라 "사진도시"의 출판은 그 당위성을 인정받고 있다.

출판 문화의 발달을 위하여 "세계의" 편집이 요구될 때 에스케이티에서도 일제 이해한다는 사진 미디어는 그 표현의 풍부에 충실한 두서너 수순들은 커뮤니케이션 매체로서도 양질의 발달모색을 해야 한다.

또한 사진도시를 커뮤니케이션의 매체로서 인식하기 위해서는 사진도시에 대한 개념 정립과 함께 편집담당 편집의 전문성과 작업이 필요하다. 이를 위해 출판 미디어로서의 사진도시의 특수성과 기능을 중심으로 커뮤니케이션 과정의 요인들인 편집, 제작, 미디어, 수용, 로와 및 사진도시의 현황을 개략적으로 살펴보았다.

2. 사진도시의 개념과 기능

(1) 사진도시의 개념

출판(publishing)이란 인간의 정신적 활동의 소산인 저작물을, 주로 인쇄술을 통해 복제(reproducing)하여 출판물(publication)인 형식으로 구현시켜, 그것을 필요로 하는 다수의 독자들에게 배포(distributing)하는 일련의 행위이다. 그러므로 출판과정의 기본적인 구성요건이 되는 것은 복제의 재료이다. 주로 종이로 인쇄되어 배포되는 복제에 의한 문자 커뮤니케이션 방식에 신중도 출판의 형태에 속하지만, 기술적으로 다른 특성을 지니므로 출판이 한 범주적으로도 도시와 광역지 간행 행위를 일컫는다.

1. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

그러나 필지, 필지사진의 제작적 성격 등은 종이에 많이 다루어 왔으므로, 여기서의 출판물로서의 "사진도시"를 언급하고자 한다. 왜냐하면 일반적으로 책이라 하면 도시와 필지를 말하지만, 종은 필지로 도시를 책(Book)이라 부르기 때문이다.

1960년 세계 출판인들이 모여서 발표한 「도시현상」에서 "도시"는 단순히 종이로 만들어진 실물본은 아니다. 도시"는 인간정신의 표현이며, 시공의 매체이며 모든 정보와 문화발전의 바탕이다"라고 정의했다.

도시"는 사회적 커뮤니케이션의 매체로서 유형과 형태상의 의미를 한정짓는다. 즉, 그림, 사진 등의 어떤것은 전달을 목적으로 하여 표현된 내용이 있어야 하고, 그 내용이 종이로 인쇄되고 복제된 뒤에서 내용을 복사가 이루어져야 한다. 유선으로 출판물제작의 절차에 따르면, "책이란 말의 표지를 제작하고 인쇄하기 혹은 그 이상의 편집기 출판물을 인쇄하여, 그 인쇄의 것은 출판물로 취급한다"고 규정한다" 즉 책이란 어느 정도의 출판이 이루어져야 한다는 뜻이다.

시대의 변화와 과학기술의 발달에 따라 출판의 양식이나 형태는 많은 변화를 겪었다. 특히 텔레비전, 영토, 비디오 산업 등의 발달로 출판물이 지형적문화의 급속한 발달에 참가하고 있는 실정이다.

출판의 발달이 시대별 양식에 따른 새로운 문화구축이란 차이를, 시각문화의 중요성이 강조되는 요소를 "사진과 출판"의 만남이라는 새로운 시도가 늘어나고 있다. 즉 시각문화의 거대한 사진과 출판의 결합인 사진도시가 새로운 양식의 출판물로서 등장한 것이다. 인쇄기술의 발달과 편집인력의 사적적에 대한 새로운 인식, 시각기술의 출판문화에 대한 참여, 그리고 다작인 전문가의 상승으로 출판물은 인쇄제작의 영역을 뛰어넘어 "전자"로써의 기능을 발휘하고 있다. 즉 "정보도시"인 출판의 "정보"의 출판문화와 달리 "시각언어"로서 제작을 전달하는 출판 미디어이다. 정보도시"는 사진, 그림 등 시각적 요소를 기본으로 제작자를 수용하고 있는데, 이 글에서는 그 요소를 재구성하여, 사진을 다른 사진도시"를 다루고자 한다.

(2) 사진도시의 기능

라디오, 텔레비전 등 전자매체는 종인적 주도형 매체이다. 수신자가 빠른 속도로 그 시간내에 지식이나 정보를 축적하기 어렵다. 반면에 서적은 수신자, 즉 받아들이는 수용자의 입장에서 주도가 된다. 이는 기록성이 있고 그것을 반복해서 이용 가능하고 자유로이 들고 다닐 수 있는 편리한 미디어이다. 이러한 도시의 기능을 통해서 사진 제작자의 전달 방법을 모색할 수 있다. 사진이 대중에게 대상으로 전달되고자 할 때, 인쇄의 제작을 통해서만 가능하기 때문이다.

도시의 특징은 다음과 같다. "도시를 존재 할 때 그것이 종이이며 도시는 다른 데 있다. 도시"는 책의 속에 있으며 인쇄된 내용물, 즉 사진, 그림, 만화(만화)의 도움없이 사진, 내출판으로 도시를 만들 수 없다."

이런 특성으로 제작자를 담은 용기가 도시이고, 사진을 지어제정하면 제작자로서 전달한

1. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

2. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

3. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

4. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

5. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

6. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

7. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

8. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

9. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

10. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

11. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

12. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

13. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

14. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

15. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

16. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

17. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

18. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

19. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

20. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

21. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

22. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

23. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

24. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

25. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

26. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

27. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

28. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

29. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

30. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

31. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

32. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

33. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

34. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

35. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

36. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

37. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

38. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

39. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

40. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

41. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

42. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

43. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

44. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

45. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

46. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

47. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

48. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

49. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

50. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

51. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

52. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

53. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

54. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

55. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

56. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

57. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

58. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

59. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

60. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

61. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

62. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

63. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

64. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

65. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

66. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

67. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

68. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

69. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

70. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

71. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

72. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

73. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

74. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

75. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

76. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

77. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

78. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

79. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

80. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

81. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

82. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

83. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

84. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

85. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

86. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

87. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

88. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

89. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

90. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

91. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

92. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

93. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

94. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

95. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

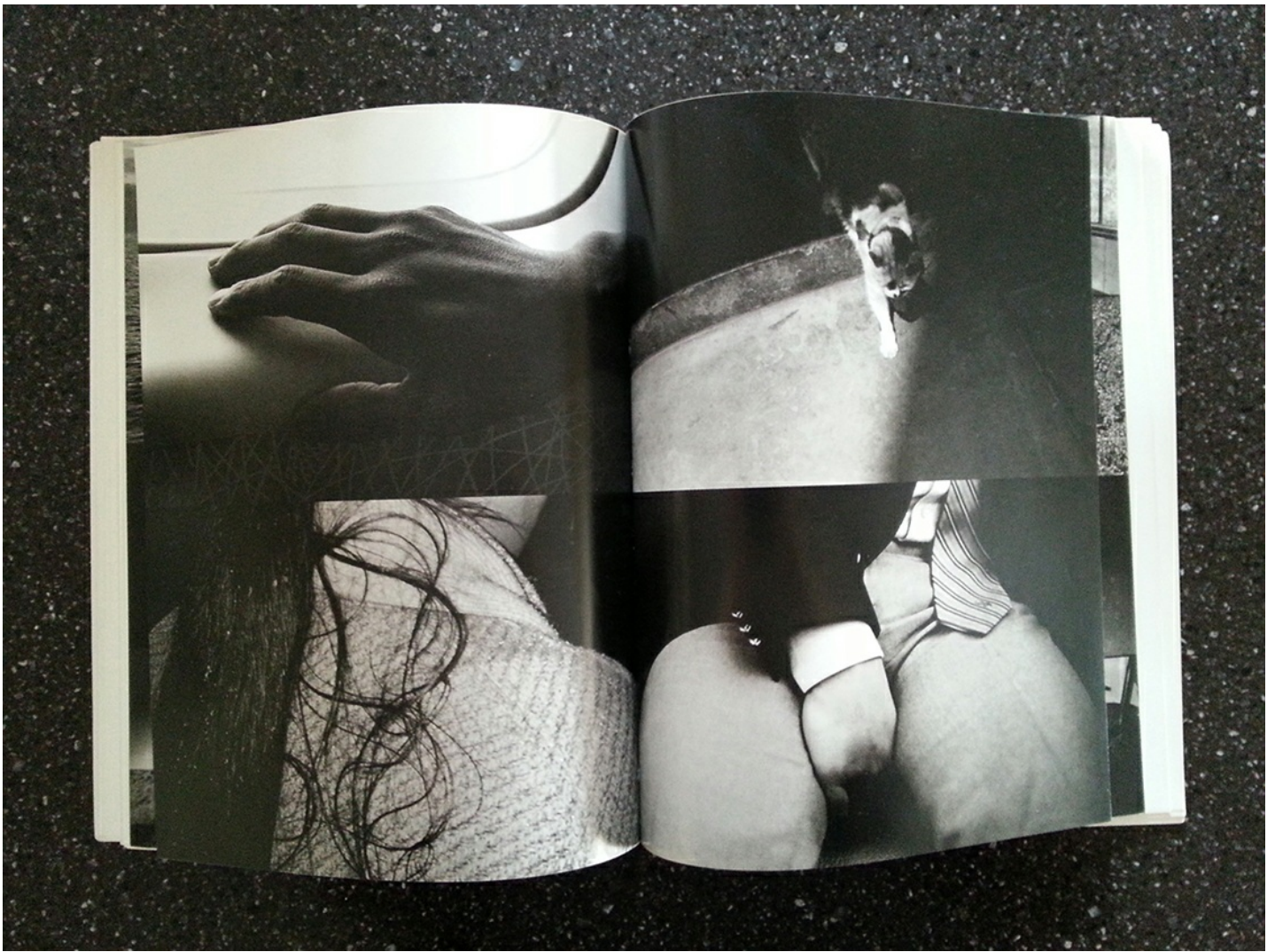
96. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

97. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

98. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

99. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202

100. 김도희, '출판의 역사', 도서출판, 1986, 202



도판 2_ <밝은 방 1> (열화당, 1989) / 디자인: 정병규 / 인쇄: 옵셋 / 제본: 무선 / 판형: 224*290mm / 페이지수: 92쪽

4. 현대적 책의 조건 2: 사진과 텍스트의 관계

책의 형식적 실험들이 시도됨으로써 북디자인이 별개의 독립적 장르로서 자리매김할 때 책에서의 이야기를 직조해 나가는 방식에서도 변화가 일어나기 시작했다. 특히 그 변화는 사진과 함께한다. 문자 중심으로 지면에 나열되는 책의 구조는 전통적인 선형적(線形的) 세계관을 대표한다. 책은 표지에서 속표지, 차례, 본문 등의 구조를 지키며, 문자는 책의 공간적 질서에 합류한다. 그 속에서 문자들은 행과 문단으로 나열된다.

그러나 사진의 개입은 기존 문자와의 새로운 관계 설정을 요구한다. 그 관계 설정이란 내용과 형식 두 층위에서 진행된다. 사진과 문자는 각각 어떤 내용을 담아 내는가란 내용적 층위의 질문뿐만 아니라, 사각형의 지면 안에 어떤 공간적 관계를 설정할 것인가란 형식적 층위의 질문도 수반하는 것이다. 후자의 경우, 문자 중심의 책이 구현해낸 전통적 공간의 질서는 의문의 대상이 된다. 그리고 이는 책의 구조 변환으로 이어진다.

구미권의 경우, 1920년대 아방가르드 미술가들에 의해 사진과 텍스트의 관계 구축을 통해 책의 공간과 질서가 새롭게 탐구되기 시작했다. 사진과 텍스트가 급진적인 양태로 지면에 등장한 것이다. 국내에서는 북디자인에 대한 의식적 사고를 포함해 사진과 텍스트의 관계 구축에 대한 의식적 개입과 성찰은 1980년대에 들어서 엿보이기 시작한다. 이는 역으로 북디자인에 대한 자각 없이 사진과 텍스트의 관계 구축은 불가능함을 방증하는 대목이기도 하다. 이런 배경에서 아래 세 종의 책들은 각 시대에 따라 흥미로운 사진과 텍스트의 관계를 설정하고 이를 통해 독특한 북디자인의 면모를 제시한 단행본들이다.

<압구정동 : 유토피아, 디스토피아>(도판 3)는 앞선 <보고서\보고서> 5호와 함께 ‘확장성’ 기준에도 해당되는 독특한 단행본이다. 이 책은 1992년도에 열렸던 ‘압구정동: 유토피아, 디스토피아’ 전시에 맞춰 발행된 단행본 형태의 도록이다. 지금도 미술 관련 서적을 발행하는 현실문화연구(당시 발행인은 김진송)에서 출간했다. 책은 1990년대 신세대 미술의 전형 중 하나라 할 수 있는 혼합 매체의 성격을 고스란히 드러낸다. 전시에 참여한 작가들의 여러 이미지들이 책 곳곳에 산만하게 인쇄되어 있다. 이 이미지들은 대부분 포토몽타주의 전형을 드러내고 있는데, 판권에서는 이 ‘이미지’를 ‘이미지 생산’이라는 항목으로 소개한다.

함께한 작가들은 김복진, 박불똥, 이지누, 정기용 등인데 작가들의 면면을 보더라도 미술, 사진, 건축 등 여러 장르의 교차적 시점에서 이미지를 생산했음을 추정할 수 있다. 당시 1990년대의 혼합 매체의 성격을 계승하기라도 하듯 책의 디자인 또한 이미지와 텍스트를 축에 두고 각 챕터를 구성했다. 이미 차례가 제시하듯 이 각 챕터는 글과 이미지로 분화된다.

가령, 첫 번째 챕터의 경우, 강내희가 ‘압구정동의 문제 설정 - 한국자본주의의 욕망 구조’를 기고했다면, 박불똥은 ‘세계자본주의와 압구정동’이라는 제목으로 이미지를 ‘생산’했다. 그러니까 이 책에서 이미지와 텍스트는 어느 하나에 종속되지 않은 채 균등하게 지면 안배를 받으며 서로 충돌하고 대치하거나 평행한다. 유일하게 한 챕터가 사진이 이지누의 사진으로만 구성되어 있지만, 이 또한 캡션이 달려 있는 사진 에세이 형식을 취한다. 본문은 기본적으로 왼쪽에는 이미지, 오른쪽에는 텍스트로 구성하되, 텍스트 지면에도 여백에 작은 도판을 실음으로써 지면에 이미지와 텍스트의 긴장관계를 촉발시켰다. 1990년대 미술계와 디자인계에서 가장 주목해야 할, 그러나 아직 제대로 조명을 받지 못한 수작 중 하나라고 본다.

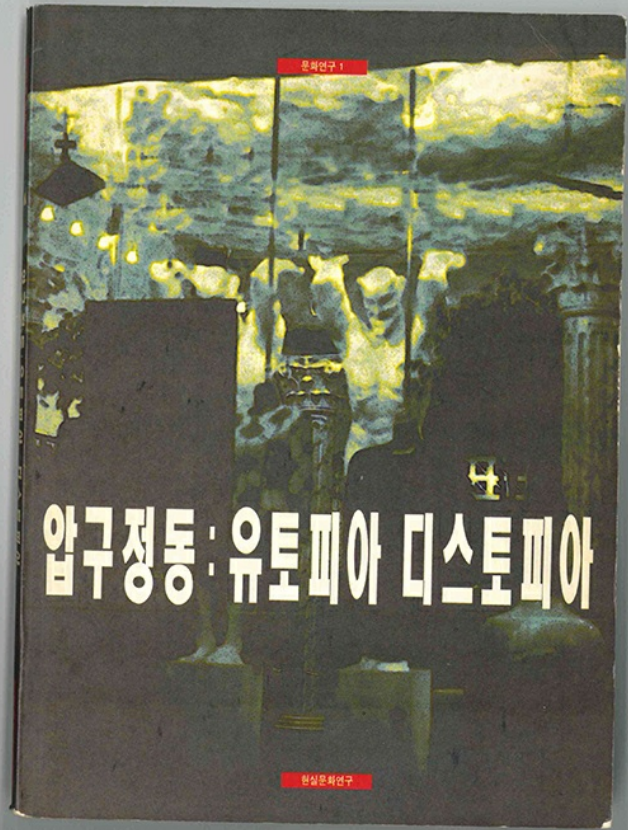
현암사에서 2007년도에 출간한 <혼(魂) - 김수남 사진구>(도판 4)은 일반 단행본 출판사에서 보기 드문 사진편집과 타이포그래피를 자랑한다. 평생을 아시아의 샤머니즘과 한국의 굿 기록에 몸 담은 사진가 김수남의 단행본으로서, 챕터마다 상이하게 적용된 타이포그래피와 사진편집이 인상적이다. 특히 세로짜기와 가로짜기의 혼용이 이색적이다. 현재는 ‘섞어짜기’란 이름 하에 세로짜기가 적극 시도되는 환경이지만, 2000년대 중후반에 가로짜기와 세로짜기의 동시 조판은 드물었다. 총 세 종의 다른 종이 사용되어 각 챕터에 대한 구조적, 물성적 차별화를 꾀한다. 책은 선형적으로 읽히기보다 높낮이가 다른 선율처럼 다가온다. 장마다 다르게 변주되는 타이포그래피와 종이 덕분이라고 볼 수 있다. 복디자인은 흥디디자인에서 진행했다.

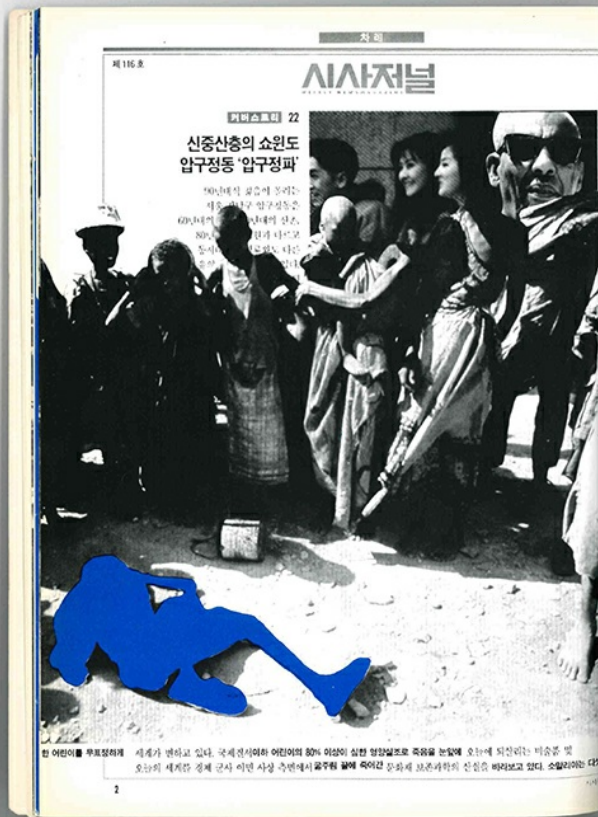
지난 몇 년간 근대소설을 재출간 혹은 복간하는 바람이 일고 있지만, 이 중에서 디자인적으로 흡족한 책을 찾기는 쉽지 않다. 그러나 종이섬이라는 1인 출판사에서 출간된 이태준의 단편집 <꽃나무는 심어놓고 외>(도판 5)는 저작권 없는 근대 저작물을 ‘현대’로 호출할 경우, 그 태도는 무엇이어서 하는지에 대한 반가운 단서를 제공한다. 과거의 것을 출간할 때 경계해야 하는 것 중 하나는 ‘복고’다. ‘복고’는 과거가 선사하는 심리적으로 안정적인 명성에 안주하는 경향이 있다. 그 결과, ‘복고’에선 상대적 친밀함이 우위에 섬으로써 디자인적 실험이 지니는 중요성은 후위로 밀릴 가능성이 높다. 명성에 기대어 과거를 그대로 재현하는 만큼 안전한 것은 없기 때문이다.

근대소설의 복간 작업에선 이렇듯 ‘복고’적 성향이 강하다. 그러나 종이섬에서 나온 이태준 단편집은 과감한 시도를 감행했다. 이태준이 묘사하는 근대에 2010년대의 파편적 풍경 이미지를 덧붙여 놓은 것이다. 행간 사이로 읽히는 근대의 이미지에 현대의 이미지들이 중첩되거나 뒤섞인다. 경우에 따라 글에 종속적이고 그래서 설명적인 사진들이 옥의 티로 작용하지만, 오히려 디자인의 강박적이지 않은 여유로운 조판 속에서 이태준의 단편집은 2010년대의 맥락에서 새롭게 읽히는 풍경이 된다.

들베개에서 나온 <역사의 역사>(도판 6)는 기존 상업 출판사에서 시도할 수 있는 사진 아트디렉션의 가능성을 열어줬다는 점에서 의의가 크다. 국내 출판 환경에서 표지나 내지를 전문 사진가에게 의뢰하여 별도의 표지 사진 촬영을 진행하는 경우는 드물다. 표지 사진 한 장에 스튜디오 촬영 등 상당한 비용을 할애하는 미국 상업 출판계와는 대비되는 국내 상업 출판계의 모습이다. 이러한 열악한 풍토 속에서 <역사의 역사>는 통쾌한 미감을 선사한다. 사진가에게 책의 콘셉트 및 내용과 절묘하게 맞아떨어지는 프로젝트를 청탁한 것으로 보인다.

본문에 삽입된 사진들은 <역사의 역사>에 대한 메타-이미지들로 기능한다. 일반적인 역사서들이 문자 중심의 조판을 관습적으로 감행했다면, <역사의 역사>는 저자 글에 대한 사진적 해석을 담대하게 적용했다. 글을 읽은 후 마주하는 사진들은 일종의 환기 작용을 한다. 일반 단행본의 구조에서 이탈하지 않고 오히려 존중하는 제약된 조건 속에서 사진은 절제된 톤으로 글을 논박한다. 복디자이너 김동신이 디자인했고, 사진은 사진가 김경태의 작품이다.





한국자본주의의 압구정동

너무 빠른 것 같아 보이지만 꼭 잡고 넘어가지 않으면 안될 점이 있다. 그것은 압구정동이 우리 사회의 자본주의화로 인해 생겨난 동태라는 사실이다. 일어서 한영희의 압구정 고사를 알렸지만 사실 고금의 압구정에는 커다란 차이가 있다. 한영희가 비록 권력으로 압구정을 세워 그 한판시를 거창하게 치렀다고는 해도 오늘날 경제 정세의 그림으로 남은 압구정의 모습을 보면 자못 한결한 구석이 없지 않다. 그런데 요즘의 압구정동은 워낙히 이제 우리나라와는 완전히 다른 동네, 외국 그것도 선진자본주의의 어느 변화한 곳을 빼어도 우리 땅에다 옮겨 놓을 듯 외래적으로 보이는 곳이다. 그래서 압구정과 친밀하지 않은 사람 중에는 그 곳의 거리풍경을 보고 기죽거나 소외감을 느끼는 경우가 있을 것이다.

옛 압구정이 권신 한영희의 권력형사의 일환으로 지은 정자였다면 오늘날의 압구정은 현대권 권력형사를 엿볼 수 있는 곳이라고 할 수 있다. 압구정동의 현대사는 이 곳이 한국사회가 신식민주의자본주의로 상황하는 과정에서 권력형 부패의 현상이었다는 것을 단해주고 있다. 지금도 이러한 거행하면 알 만한 사람들-당시 청와대, 중앙정부, 국방부, 경제기획원, 상공부, 건설부, 총리실, 서울시, 국사청, 치안본부의 고위 공무원들과 관료, 국회의원, 변호사, 심지어는 언론계 인사들까지 포함한 이 곳이 개입되었을 때 특혜분양을 받아 권력이 떠돌아다니던 것이 70년대 말이다. 이제 와서 생각하면 우리 사회의 권력과 공권은 이래로 구조적으로 이미 결합해 있지 않았나 싶는데 현대사학계 특혜분양은 우리 사회의 열쇠고문, 다시 말해 국가운영의 책임을 질 부르주아계급이 자본가계급과 결합한 것을 보여주는 대표적 사례라고 할 수 있다. 이후 압구정동은 우리사회에서 자본주의체제가 더욱 굳어짐에 따라 특권적인 집단, 계층, 계급의 거주지 또는 활동지로 자리를 굳혔다.

압구정동이 신진 외국의 어느 곳 같다는 것은 우리 사회의 특권자본과 부르주아계급이 지난 연속성을 잃어준다. 다시 말해 이른바 로데오거리에서 보이는 서구문화, 왜색문화는 두 세대의 결합이 빚어내는 구조적 요자라는 것이다. 자본주의 세계 체제에 뒤늦게 편입된 후발자본주의 국가로서 우리 사회는 특권자본과 부르주아계급의 결합으로 자체 내의 자본주의 생산양식이 지배적인 사회구성체를 만들어냈지만 동시에 그것을 신식민주의 형태로 이루었다고 할 수 있다. 이 결과 압구정동처럼 우리 사회 지배계급들의 생활 형태가 가시화되는 곳에서는 반드시 우리 민족, 민중의 생활양식은 전적으로 다른 반민중적이고 반민주적인 연속적

도판 3 _ <압구정동: 유토피아, 디스토피아>(현실문화연구, 1999) / 저자: 강내희 외 / 디자인: 김복진, 조하익 / 인쇄: 윗셋 / 제본: 무선 / 판형: 188*257mm / 페이지수: 170쪽





1. 1954년 10월 10일, 부산광역시 동래구 대천동 대천리 마을에서 열린 '대천리 마을 주민들의 추모회'에 참석한 사람들이 추모회를 하고 있다.

2. 1954년 10월 10일, 부산광역시 동래구 대천동 대천리 마을에서 열린 '대천리 마을 주민들의 추모회'에 참석한 사람들이 추모회를 하고 있다.

3. 1954년 10월 10일, 부산광역시 동래구 대천동 대천리 마을에서 열린 '대천리 마을 주민들의 추모회'에 참석한 사람들이 추모회를 하고 있다.

4. 1954년 10월 10일, 부산광역시 동래구 대천동 대천리 마을에서 열린 '대천리 마을 주민들의 추모회'에 참석한 사람들이 추모회를 하고 있다.

5. 1954년 10월 10일, 부산광역시 동래구 대천동 대천리 마을에서 열린 '대천리 마을 주민들의 추모회'에 참석한 사람들이 추모회를 하고 있다.



1. 1954년 10월 10일, 부산광역시 동래구 대천동 대천리 마을에서 열린 '대천리 마을 주민들의 추모회'에 참석한 사람들이 추모회를 하고 있다.



1982 제주도 영동곶

눈을 돌려 아시아로 ●

1988년 서울 올림픽을 계기로 김수남의 작업내용은 크게 바뀌었다. 시선을 아시아로 돌린 것이다. 일본 국제교류재단의 연구비를 받아 6개월 동안 일본에 체류하면서 오키나와의 곳을 찍은 것이 시작이었다. 이런 기회를 잡은 데에는 노무라 신이치의 도움이 컸다. 그리고 작업이 계속되면서 더 많은 일본인 친구가 생겼다.

김수남은 1년의 절반을 외국에 나가 지내면서 동남아시아의 민속을 집중적으로 찍었다. 모든 사람이 북쪽의 우리 문화의 원류를 찾아 올라갈 때 그는 혼자 남쪽을 훑었다. 일본은 물론이고 중국 남부, 타이완, 필리핀, 인도네시아, 베트남, 타이, 스리랑카, 미얀마와 인도 북부로 올라가서 라다크를 중심으로 한 티베트 문화까지 발길이 미치지 않은 곳이 없다.

김수남의 아시아 작업에 황무시도 관심을 보였다. 황무시는 김수남과 함께 몇 차례 동행 취재에 나섰다. 그들의 일화를 황무시는 다음과 같이 증언한다.

김수남 씨가 처음 오키나와를 조사하고 있을 때 궁금한 나머지 보름 동안 따라간 적이 있었다. 멋모르고 따라나섰는데 막상 해보니 해외담사는 장난이 아니었다. 궁금한 것은 많지만 말이 통하지 않으니 어떻게 풀어가야 하나 갈수록 난감했다. 하지만 일본에 간 지 불과 몇 달 만에 김수남 씨는 슬림에서 익힌 일



이태준 꽃나무는 심어놓고 외 종이
삼

「다른 큰 병원에 가보시우……」

방 서방은 이러케 병원집 문간으로만 한나 걸을 돌아다니다가 그냥 다리 밑으로 돌아오고 말었다. 방 서방은 또 배가 고팠다. 그러나 알 른 것을 혼자 두고 다섯 걸음이 나가지지 안었다. 그래도 저녁때가 되어서는 그냥 밤을 새일 수는 없어 보지 안으리라는 듯이 눈을 감고 일 어서 나왔든 것이다.

방 서방이 얼마 만에 찬밥 몇 술을 얻어먹고 불야불야 돌아왔을 때는 날이 아조 어두었다. 다리 밑은 캄캄한데 한참 되려다보니 아이는 자리에서 나와 언 맨땅에 목을 느러트리고 흐 득흐득 느끼었다. 끄러안고 다리 밖으로 나가 보니 경련이 일어나 눈을 뒤집어 뜨고 있는 것이었다.

「죽을 테면 진작 죽어라! 고약한 년! (김씨 를 가리킴) 네년이 이것을 버리고 가 얼마나 잘 되겠니……」

방 서방은 몇 번이나 「어서 죽어라!」 하고

아이를 밀어 던지었다가도 얼른 다시 끄러당겨 드려다보곤 했다. 그럴 때마다 아이의 숨소리는 작고 가빠만 갔다.

그러나 야속한 것은 잠. 어느 때쯤 되었을까 깜박 잠이 들었다가 놀라 깨었을 제는 그동안 이 잠시 같었으나 주위에는 큰 변화가 생겼다. 날이 환—하게 새이고 아이에게서는 그 가뿌게 일어나든 숨소리가 푹 끄쳐 잇었다. 겨우 겨드 랑 밑에만 미온이 남었을 뿐, 그 불덩어리 같은 얼굴과 손발은 어느 틈에 언 생선처럼 싸—늘 하였다.



5

봄이 왔다. 그러케 방 서방을 춥게 굴든 거

울은 다 지나가고 그 대신 방 서방을 슬프게는 더 구는 봄이 왔다. 진달래와 개나리 꽃가지들은 전차마다 자동차마다 젊은 새악시들처럼 오락가락하고 남산과 창경원에 사구라꽃이 구름처럼 핀 때였다. 무딘 힘줄로만 열기설기한 방 서방의 가슴에도 그 고향, 그 딸, 그 안해를 생각하기에는 너무나 슬픈 시인이 되게 하는 때



28

였다.

하로 아침, 그날따라 재수는 잊어 식전바람에 일본 사람의 집을 지고 남산정 막바지까지 가서 어렵지 않게 오십 전 한 잎이 들어왔다. 불이날게! 술집을 찾아 내려오노라니 일본집 ^{부리나케} 뜰 안마다 가지가 휘여지게 열린 사구라 꽃송이. 그는 그림을 구경하듯 멍하니 서서 바라보았다. 불현듯 고향 생각이 난 것이 었다.

「우리가 심은 사구라나무도 저러케 피었으려니…… 동네가 온통 꽃투성이려니……」

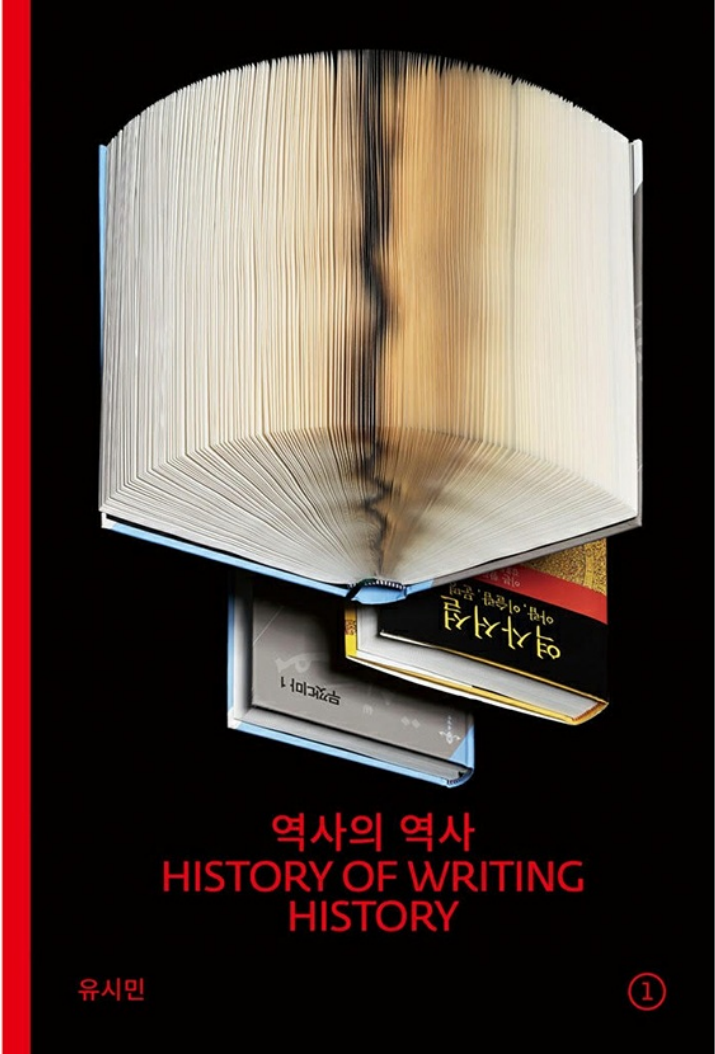
그때 마침 일본 여자 하나가 꽃그늘에서 거닐다가 방 서방과 눈이 마주쳤다. 방 서방은 무슨 죄나 지은 듯이 움츠러하고 돌아섰다. 꽃결같이 빛나는 그 젊은 여자의 얼굴! 방 서방은 찌르르하고 가슴을 진동시키는 무언을 느끼며 내려왔다.

29

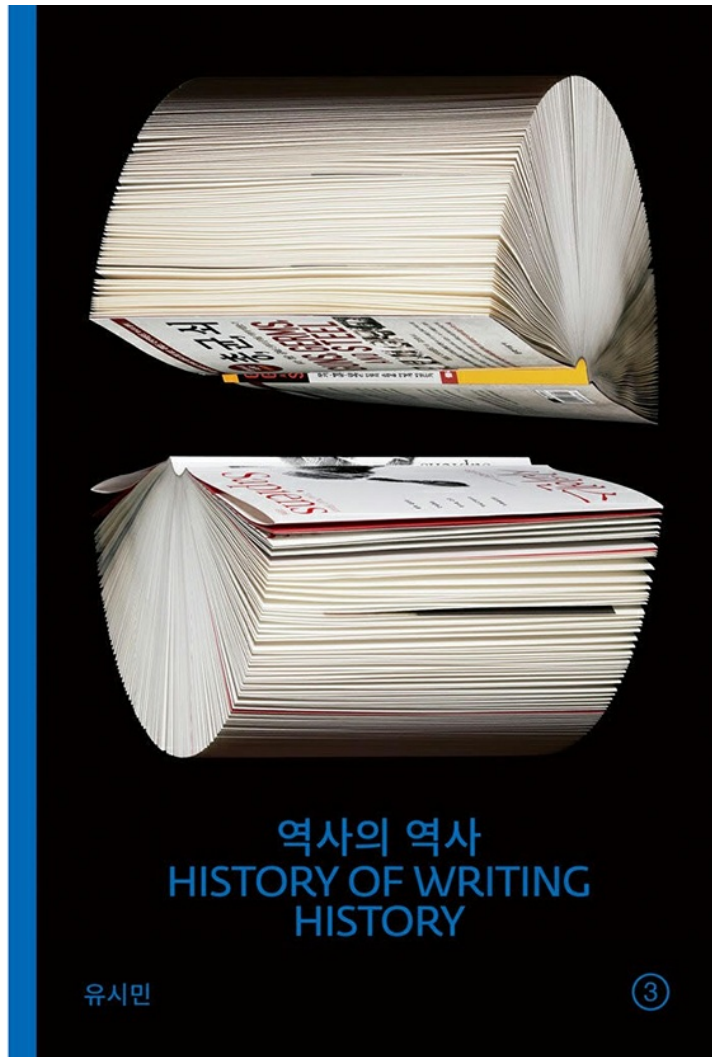
역사의 역사
HISTORY OF WRITING HISTORY



유시민







도판 6 _ <역사의 역사>(돌베개, 2018) 표지 및 <역사의 역사>를 3권으로 분권해서 발매한 '99그램 에디션' 표지 3종 / 저자: 유시민 / 디자인: 김동신 / 사진: 김경태 / 인쇄: 옵셋 / 제본: 무선 / 판형: 152 x 225mm / 페이지수: 336쪽

5. 현대적 책의 조건 3: 물성

인쇄와 후가공, 제본 등은 북디자인을 가장 깔끔하게 매듭짓는 방법 중 하나라는 점에는 이의가 없다. 무엇보다 21세기로 넘어와 독립출판에 대한 문화계의 관심사 및 작은 동네 서점들의 잇따른 출몰로 책을 소비하고 바라보는 독자들의 시선도 달라졌다. 그중 하나가 책을 '외양'만을 이유로 살 수 있게 된 것이다. 내용 중심으로 책을 바라보는 시선에 대한 탈환이자, 책의 물성에 대한 재조명이다. 다만, '물성'을 떠올릴 때 대다수는 어떤 '과잉된' 북디자인적 제스처를 상상하게 된다. 여러 후가공, 독특한 판형이나 제본 방식, 손의 노동을 그대로 과시하는 공예적 효과들, 그래서 비쌀 수밖에 없는 제작비 등. 그러나 이 또한 물성에 대한 고정 관념이다. 시대적으로나 개념적으로나 대척점에 놓여 있는 두 종의 책을 사례로 들고 본다.

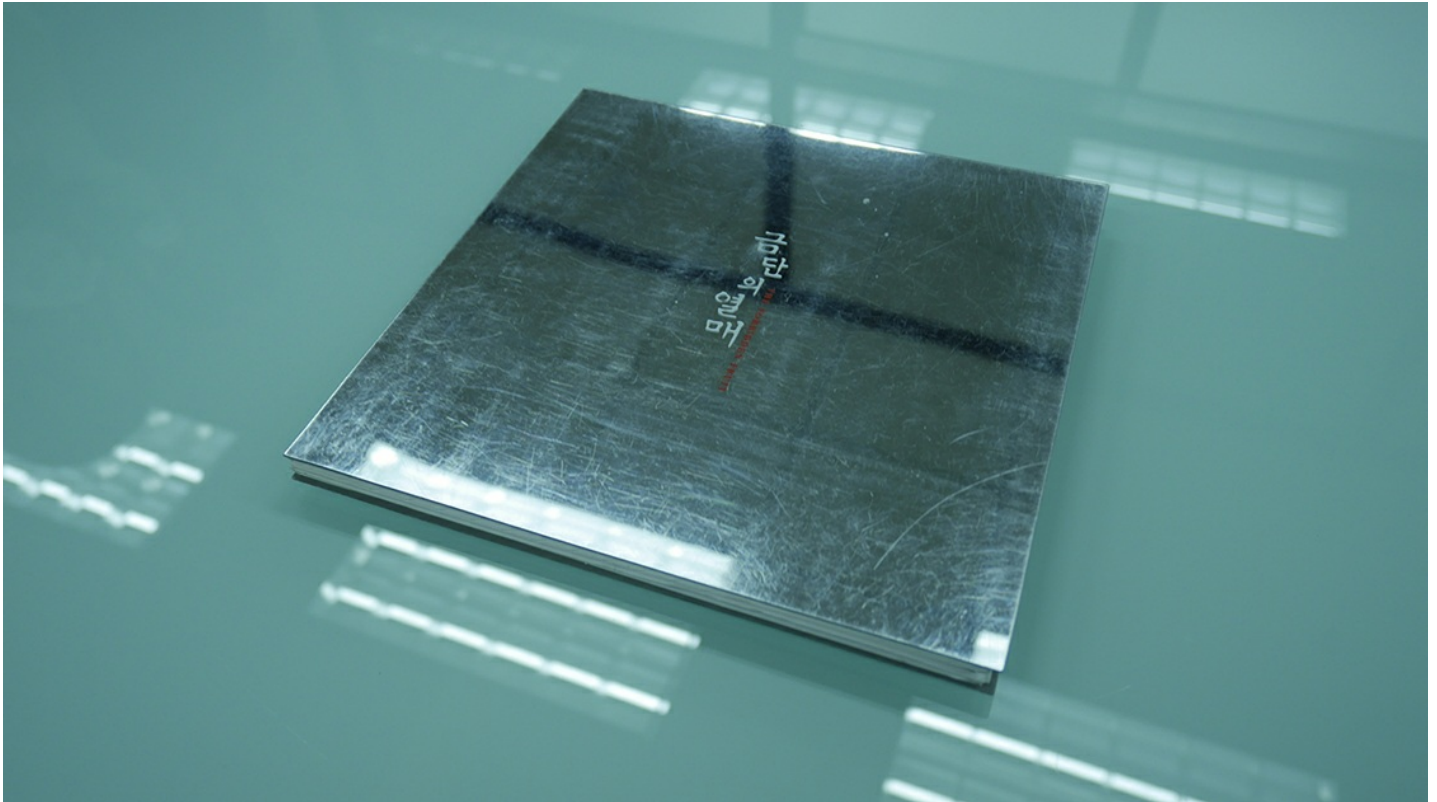
단행본 시장에서 46배판이니, 국판이니 하는 규격화된 체제가 부분적으로 무너지면서 다양한 판형과 구조의 책들이 나오기 시작한 때는 1990년대로 볼 수 있다. 1980년대 도입된 북디자인이라는 '개념'과 '장르'에 대한 인식에 더해 1990년대에는 북디자인이 하나의 전문 분야로 각광받으면서 좀 더 저돌적인 실험들이 감행되는데, 그 뒤에는 1세대 정병규의 뒤를 잇는 박상순, 서기훈, 송성재, 이나미 등의 새로운 디자이너 집단의 출현이 있었다. 이 중에서도 이나미는 2000년대 초반에 '북 프로듀서'라는 직함을 새롭게 만들며, 자신이 생산하는 책을 새롭게 정의해 나갔다. 북 프로듀서라는 의미 부여를 통해 책은 그 자체가 독립적 작품이 될 수 있는 예술적 위상을 얻게 된다. 이나미가 디자인한 <금단의 열매>(도판 7)는 '북 프로듀서'로서의 생각과 태도가 낳은 여러 결과물 중 하나다.

이 책에서는 국내에 1990년대부터 본격적으로 소개되기 시작한 북아트의 영향을 볼 수 있다. 정사각형에 금속성 표지의 책은 표면상 일반적인 책으로 보이지만,

표지를 열면 다면체의 입체적 구조를 품고 있는 책이 튀어나온다. 거울과 같은 비침이 있는 앞뒤 표지 가운데로 책은 사방에서 아코디언 방식으로 열렸다 닫히는 구조를 취한다. 도록의 일환으로 제작된 이 책에는 다음과 같은 문구가 인쇄되어 있다. “이 책은 제 3회 성곡미술 기획대상 수상작 <금단의 열매>전에 전시되었던 작품을 본 전시의 일환인 post-production book project로 제작되었습니다.” 전시의 연장이자 개별 작품으로서 이 책을 소개하고 있는 것이다. 표현주의 타이포그래피의 전형을 따르는 내지 타이포그래피와 책에서의 공예적 면모를 최극단으로 끌어올린 사례 중 하나라는 점에서 도록이자 책인 <금단의 열매>는 1990년대 북디자인 실험의 한 단면을 조명한다.

이와는 대척점에 있는 물성에 관한 사례로는 2010년대 생산된 책을 들 수 있다. 사진가 정희승과 디자이너 박연주가 협업하며 꾸리는 헤적프레스에서 출판되는 ‘플로트’ 시리즈(도판 8)가 그 예다. ‘플로트’는 정희승과 박연주가 비정기적으로 여는 출판 프로젝트로서 경우에 따라 이 프로젝트는 단발의 이벤트 혹은 전시로 연계된다. ‘플로트’ 시리즈는 경제적이다. 판형은 A4에 16쪽이다. 도록이나 미술 작품을 담아내기엔 다소 ‘가난한’ 플랫폼으로 여겨질 수 있다. 그러나 경제적인 만큼 유연하기도 한 이 시리즈는 오히려 제약된 조건 안에서 파생시킬 수 있는 북디자인적 실험들과 이와 연동되는 예술적 실천 혹은 퍼포먼스가 무엇이 될 수 있는가를 진지하게 묻는 매체로서 기능한다.

그런 면에서 앞선 이나미가 디자인한 <금단의 열매>와는 물성을 이해하고 적용하는 측면에서 상당히 상반된다. <금단의 열매>가 전통적 의미로서의 과잉된 공예적 물성을 대변한다면, ‘플로트’ 시리즈는 금속적 감각의 물성을 실천한다. 전자가 ‘양’의 물성이라면, 후자는 ‘음’의 물성이다. 후자의 물성은 시각적으로 표출되기보다 개념적으로 해석되고 변환된다.





도판 7_ <금단의 열매 - 성공미술관 기획전 작품집>(2002) / 디자인: 이나미 / 판형: 200x200mm / 페이지수: 58쪽

나는 네 소리를 듣는다

Float 1 Jang Jongwan

장
중
완

Hezuk Press
1214, Inghwa-ro 157
Mapo-gu, Seoul, Korea
82 2 334 4479
hezukpress@gmail.com
www.hezukpress.com

© 2014 Hezuk Press
© 2014 Jang Jongwan
All rights reserved,
including the right of
reproduction in whole or
in part in any form.

Published in July 2014.

Planning and Editing:
Park Younjoon,
Chang Heeunyoung
Design: Park Younjoon
Printing: Mumung, Seoul

Limited Edition: 500
/ 500

ISBN 978-89-97973-04-0 94800
ISBN 978-89-97973-03-2 (481)

판타지가 없다는 환타지

Float 4 RohwaJeong

로
와
정

HazuK Press
1234, Temples-ro 157
Mapo-gu, Seoul, Korea
82 2 334 4479
hazukpress@gmail.com
www.hazukpress.com

© 2015 Hazuk Press
© 2015 RohwaJeong
All rights reserved,
including the right of
reproduction in whole or
in part in any form.

Published in September 2015

Planning and Editing:
Park Younjoon,
Chung Heejeong
Design: Park Younjoon
Printing: Top Process, Seoul

Limited Edition: 500
/ 500

ISBN 978-89-97973-08-8 (HARDCOVER)
ISBN 978-89-97973-03-2 (KOR)





도판 8 _ 'float' 시리즈 중 일부 (해적프레스, 2014~2018) / 디자인: 박연주 / 인쇄: 옵셋 / 제본: 중철 / 판형: 297x210mm / 페이지수: 16쪽

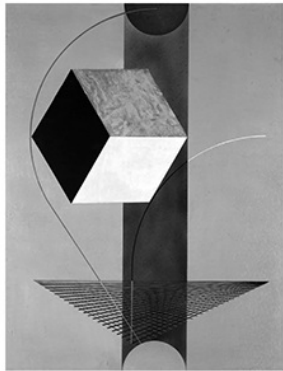
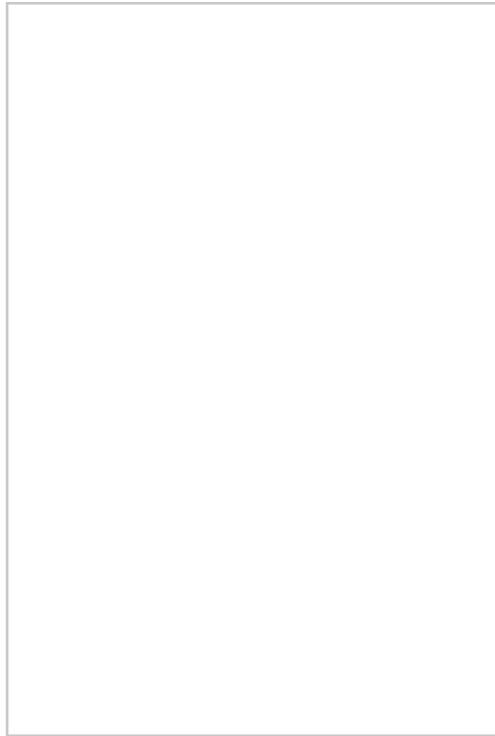
6. 현대적 책의 조건 4: 활자

기존 서체를 어떤 새로운 '용례'로 제시하는가는 디자이너에게 분명 매력적임과 동시에 도전적인 과제임에 틀림없다. 흔히 서체를 책의 내용에 비추어 표현적으로 접근하는 경우가 대세로, 여기에는 특정 서체에 가미된 인상이 서체 선택을 좌우하게 된다. 가령, 누군가의 육성이 반영된 내용에는 고딕체보다 손글씨의 흔적이 가미된 서체를 찾기 마련이다. 이것은 글자에 본질적으로 내재된 표현적 속성과 연결된다. 목소리의 시각적 구현이자 기록으로서 문자는 발명되었으며, 이 목소리의 흔적이 인간으로 하여금 어떻게든 내용과 타이포그래피를 '표현적'으로 연결하도록 부추긴다. 어느 정도 예상 가능한 범위 내에서 글자들이 유통되는 이유이기도 하다. 제기되는 질문은 이러한 서체에 대한 접근 방식이 현대적인가, 하는 것이다.

최근 내가 고민하는 지점은 반표현적으로 나아가는 방향이다. 내용을 상정하고 그에 맞춰 서체의 기존 인상에 근거해서 서체를 선택하는 것이 아니다. 가급적 서체의 조형을 '디폴트' 상태에서 상상해보고자 한다. 그곳엔 어떠한 값이 없다. 우리의 인식망 안에는 못생기고 잘생긴 글자들이 있기 마련이고, 그래서 각 조형관에 따른 검증되거나 검증되지 못한 글자들이 있다. 물론 인류 보편적으로 존재하는 미의 기준은 분명 있다고 치자. 그러나 이 기준이 언제까지 유효할 것인지에 대해선 누구도 쉽게 답할 수 없다.

슬기와 민이 디자인한 <옵신 7호>(도판 9)는 그런 의미에서 현대적 서체의 선택과 용례에 대한 흥미로운 단서를 제공한다. 그곳엔 제도권 디자인계는 사용하지 않을 법한 서체가 본문 서체로 과감하게 채택되어 조판되었다. 급진적인 시도다. 더욱 흥미로운 점은 이러한 맥락 안에서 업서체가 획득한 새로운 인상이다. 기존 '아마추어적'인 인상을 견어낸 채 업서체는 거칠고 투박하고, 신경질적인 성격을 부여받음으로써 책이 논하는 특정 사상과 그럴싸하게 어울린다. 서체의 인상에 대한 새로운 발견이다. 북디자인에서 서체는 표지와 함께 책의 면모를 가장 부각시키는 개성적 요소 중 하나다. 끊임없이 의심하기를 통해 기존 조형에 대한 새

로운 가능성을 발견하는 것도 좋은 복디자인이 수행해야 할 임무 중 하나다.



엘 리시츠키, 〈프로운 99〉(1923~25). 프로운(Proun)은 리시츠키가 고안한 낱말로, 정확한 뜻은 알려져 있지 않다. 다만 UNOVIS 디자인(proekt unovisa) 혹은 새로운 것의 궁정을 위한 디자인(proekt utverzhdzhenya novogo)을 가리키는 러시아어의 두문자를 따온 것이라는 의견이 있다.

기계의 탄생은 기술혁명의 개시를 알리는 동시에 수공업을 파괴하였으며, 대규모의 근대적 생산방식의 탄생에 있어 근본 역할을 했다. 한 세기 동안에 새로운 생산 시스템은 생활의 모든 면을 변형시켰다. 근대적 기술은 사회적, 경제적 발전뿐만 아니라 미학 분야에까지 혁명을 가져왔다. 서구 유럽과 미국의 새로운 건축에서 있어서의 근본 요소들은 이 혁명에 의해 결정되었다.

1917년 10월은 러시아혁명의 시작을 기록했으며, 인간 사회의 역사에 새로운 장을 열었다. 러시아 건축의 기본 요소들은 기술 혁명보다는 이러한 사회 혁명에 더 연관되어 있다.

개인적이며 사적인 의뢰인들(clients)은 이제 사회적 위탁(social commission)으로 교체되었다. 주요 관심사는 사적인 일들이나 개인적인 것으로부터 공공적이며 보편적인 것으로 이동하였다. 오늘날, 건축은 다른 기준에 따라 평가되어야 한다. 이제 건축의 전체 영역이 문제가 된다. [...]

우리의 예술은 과학의 시대에 속한다. 우리는 우리 시대의 방법을 사용하며 또한 분석을 한다. 회화에서의 실험은 중간 매체에 의한 방해물 가장 적게 받았다. 그러므로 예술에서의 새로운 창조력은 분석의 과정에 의해 3차원적 디자인의 기본 요소를 파헤쳤다. 이러한 작업의 과정에서 두 가지의 구별되고 확실히 정의되는 관점이 나타났다. "세계는 비전과 색채를 통해 우리에게 주어졌다"는 말이 이러한 관점들 중의 하나를 요약해 준다. 또한 "세계는 축척과 물질들을 통해 우리에게 주어졌다"는 말이 그 또 하나를 말해 준다. 첫 번째의 개념은, 예를 들면 색채의 평면과 결정체로 이루어진 구조체의 세계 등 기하학적 요소의 엄격한 질서 속에 추상적으로 첨가되는 순수한 본능학적 색채를 요구한다. 이 세계는 시각적인 무한의 공간으로 이뤄진다. 그것의 논리적 결론을 얻기 위해 그러한 사고는 결국 색채분광의 완전한 표기를 이끌었으며, 결과적으로 모든 것은 평면

사실 자유의 나라는 궁핍과 외적 합목적성 때문에 강제로 수행되는 노동이 멈출 때 비로소 시작된다. 즉 그것은 사태의 본질상 본래적인 물질 생산 영역의 너머에 존재한다. 미개인이 자신의 욕망을 충족하기 위해서 [즉 생활을 유지하고 재생산하기 위해서] 자연과 격투를 벌이지 않으면 안 되는 것과 마찬가지로, 문명인도 그렇게 해야만 하고, 더구나 어떤 사회형태 속에서도 [즉 모든 가능한 생산양식 아래서도] 그렇게 해야만 한다. 그 미개인이 점차 발전해 감에 따라 그의 자연적 필연성의 나라는 욕망의 확대 때문에 함께 확대된다. 그러나 그와 함께 이 욕망을 충족시키는 생산력도 확대된다. 이 영역에서의 자유는 오직 다음과 같은 것에서만 있을 수 있다. 즉 사회화된 인간[결합된 생산자들]이 마치 어떤 맹목적인 힘에 의해 지배당하는 것처럼 자신과 자연 간의 물질대사에 의해 지배당하는 대신에, 이 물질대사를 하리적으로 통제하고 고도의 통제하에 두는 것. 오직

도판 9_ <옴.신 7호> (스펙터프레스, 2017) / 서동진, 서현석, 김성희 편집 / 디자인: 슬기와 민 / 인쇄: 옴셋 / 제본: 무선 / 판형: 138x204 mm / 페이지수: 224쪽

7. 현대적 책의 조건 5: 감수성

마지막으로 꼽고자 하는 것은 감수성이다. 이것은 일면 조형의 세계와는 전혀 무관한 것으로 비칠 수 있으나 가장 밀접하다. 시각이 특정 환경 속에서 훈육되고 할 때 본다는 것에는 어떤 문화권의 지배적 정서가 개입하기 마련이다. 이러한 전제 하에 언급하고자 하는 것은 젠더 감수성이다. 여기에는 성소수자 인권 등을 모두 포괄한다. 젠더 감수성은 디자인의 조형에, 좀 더 구체적으로는 여성을 표현하는 방식에 영향을 미친다. 어떤 디자인을 두고서 ‘여성적 디자인’ 혹은 ‘남성적 디자인’을 거론하는 것도 젠더 감수성의 부재와 직결된다. 생물학적 성에 기반한 디자인 조형의 유효성에 대해 진지하게 질문할 필요가 있다. 이를 위해서는 젠더 감수성을 키워야 하고 학습해야 한다.

<WOOWHO>(도판 10)는 디자인 방법론에 관한 책이 아니다. 디자이너의 포트폴리오를 소개하는 책도 아니다. 2010년대는 국내 그래픽 디자인 역사에서 유례없는 사건을 경험하고 있는데, 바로 페미니즘이다. <WOOWHO>의 표지는 맛깔손과 정세우가, 본문은 6699프레스의 이재영 디자이너가 디자인했다. 여성디자이너 정책연구모임 WOO 활동의 일부로 계획되었던 WOOWHO 하루치 행사를 담아낸 기획이다. 20대에서 30대 초반의 젊은 여성 디자이너들의 목소리가堂堂하게 기록되어 있다.

책은 간명한 디자인으로 여성들의 활자화된 목소리를 통해 그들이 겪는 불평등, 차별 그리고 일하고자 하는 욕망을 선명하게 확인시켜 준다. 무엇보다 최근 페미니즘 소설이라고 소개되며, 그에 동원되는 표지디자인과 비교할 때 <WOOWHO>는 기분 좋은 반격이다. 여성성에 대한 새로운 성찰을 요청하는 소설이 서정적인 파스텔톤의 여성 윗모습 이미지를 일관되게 내세운다. 이는 여성 이미지에 대한 재성찰이 아닌 나른한 재생산이다. 반면 글자와 색으로만 표지를 디자인한 <WOOWHO>는 박진감이 넘친다. 그곳엔 전통적 여성상에 기대는 이미지가 부재한다. 그래서 기분이 좋다. <WOOWHO>는 앞으로의 그래픽 디자인이 이전과는 다르게 작동할 수밖에 없음을 선언한다. 여성에 관한 이미지 또한.





김소미는
그래픽 디자이너 그래픽 디자인 스펙트럼 논디장의 필장.

안녕하세요. 디자이너 김소미입니다. 나를 재밌게 해보려고 준비 했는데 아무도 안 웃으면 어떡하나 걱정도 되더군요. 그런데 막상 오늘 분위기를 보니 그렇지 않을 것 같네요.(웃음)

저는 '한국_여성_그냥_디자이너'라는 제목으로 발표를 준비했습니다. 2016년 11월에 출간한 단행본 『한국, 여성, 그래픽 디자이너 11』의 패러디처럼 이름을 지었어요. 그때는 지면의 한계상 다양한 여성 디자이너 중 11명의 이야기가 실렸다면 오늘은 책에 포함되지 않은, 하지만 이렇게 많이 존재하고 있는 여성 디자이너들의 목소리를 들어보는 시간을 준비했습니다. 우선 『한국, 여성, 그래픽 디자이너 11』(이하 『한여그』) 이야기를 해볼게요. 작년



#한국_여성_그냥_디자이너
『한여그』단행본

5월 17일에 '강남역 살인사건'이 일어났고 그 후 일주일 이 지났을 무렵 6699press로부터 섭외 요청 메일을 받았어요. 그리고 학교 다닐 때 저의 스승이었던 오진경 선생님과 짝꿍이 되어 대화를 나누게 됐죠. 제가 이 책에 섭외된 계기는 아마도 '트위터' 때문이었을 거예요. 제가 트위터를 얼마나 심하게 하는지 아시는 분은 아실 텐데요.(웃음) 아무튼 『한여그』 이후로 지금 이 자리가 있기까지 많은 사건들이 있었습니다. 성추행을 당한 디자이너인 피해자가 사건을 공론화한 뒤에 부당 해고를 당했다든지, 성폭력을 당한 미성년자인 피해자가 웹툰을 통해 2차 가해를 받았다는 등, 그리고 작년 10월 말 모 큐레이터의 상습적 성추행을 공론화한 피해자가 나타났지요. 그 사건 이후 본격적인 논의를 통해 WOO 모임을 결성했습니다. 이 부분에 관한 자세한 내용을 말하기 앞서 그 이전으로 돌아가 이야기 해보겠습니다.



도판 10 _ 김린 외, (2017) / 표지 디자인: 맛갈손, 정새우 / 본문 디자인: 이재영 / 인쇄: 읍셋 / 제본: PUR / 판형: 120 x 187mm / 페이지수: 184쪽

8. 결어

이 원고를 탈고하는 시점은 제 10회 언리미티드 에디션 개막 딱 하루 전날이다. 아마도 개막 후 원고를 붙잡고 있었더라면 탈고는 무한 연기되었을지 모른다. 최전선의 따끈따끈한 책들이 소개되는 그 행사에서 이곳에 제시된 10선의 목록은 재고의 대상이 되어야 했을 것이다. 그래서 오히려 다행으로 생각한다.

현대적 책은 시대를 선도한다. 과거는 비판, 부정의 대상이 됨과 동시에 생산적 계승의 대상이 된다. 현대적 책을 위한 좋은 북디자인은 이 두 가지 방법론 사이에서 움직이거나 취사선택한다. 기존의 북디자인적 관습을 부정하고 재고하기 혹은 이를 창의적으로 계승하기는 책을 근미래로 이끄는 창조적 행위이자 훈련이다. 어딘가 서로 유사성을 지닌 엘 리시츠키와 리처드 홀리스의 말을 곱씹어 본다.

“사상은 끊임없이 변하며 한동안 영향을 미치다가, 결국에는 닳을 대로 닳아서 아무런 생각 없이 기계적으로 답습하는 지경에 이른다. 이쯤 되면 예술가는 다시 새로운 발견을 모색해야 한다. ‘기술적’ 발명은 ‘예술적’ 발견과 동떨어진 것이 아니다.”

“오늘날 대중 시장에서 판매되는 페이퍼백은 제목 페이지와 챕터로 나뉘는 본문이라는 관습을 유지하고 있다. 이렇게 인쇄된 텍스트의 형식이 평준화되고 성공하면서 어떤 서사를 전달하고 이에 구조와 시퀀스를 동원할 줄 아는 책의 기능은 디자이너들에게겐 오히려 절망적이었다. 그들이 탐구할 수 있는 여지가 적었기 때

문이다.”⁵⁾

내일이면 또 달라질 아름다운 책의 조건들을 상상하며, 이 10선이 이후의 북디자인을 논박할 수 있는 나름의 재료이자 거름이 되길 바란다. 나아가, 이 10선은 불안정하면서 편견이 가득한 주관적 선정이지만, 글에서 제시한 다섯 가지 선정 기준은 이후 다른 프로젝트에서 책을 바라보는 하나의 판별 기준에 도움을 줌으로써 북디자인의 영역을 조금이나마 ‘확장’하는 데 기여하길 바란다. 북디자인을 선정한다는 것; 그것은 곧 책을 만드는 디자이너들의 탐구 영역을 확장하는 제한이라 해야 할 것이다.

1) Laurenz Brunner, Tan Wälchli, “Neo-Pre-Modern?! In Conversation with the Jury, Berne, February 2008,” The most Beautiful Swiss Books 2007, Bundesamt für Kultur, 32-43.

2) 이에 대해선 로빈 킨로스(Robin Kinross)가 근 십여 년 전 <2007 스위스의 아름다운 책>에서 기고한 글 “Old Ideas of the New Book”을 참조해볼 만하다. 참고로, 그는 이 글에서 ‘현대적’이라는 용어를 사용하지 않았다. 대신 ‘새로운’이라는 용어를 언급했다. 이 ‘새로운’을 ‘현대적’인 것, 그러니까 조금은 더 근미래로 이행해 나가려는 적극적 혹은 급진적 움직임으로 이해한다면 킨로스가 정리한 새로운 책에 관한 과거 사유들은 각 시대가 잉태시킨 현대적 책에 대한 사유라고 볼 근거는 충분하다. (Robin Kinross, “Old Ideas of the New Book,” The most Beautiful Swiss Books 2007, Bundesamt für Kultur, 48-63.

3) 물론 그 안에서도 전통적이고 현대적인 사진책을 나눌 순 있다. 그러나 책의 역사라는 거시적 계보 안에서 책은 문자를 대변하는 상징적 매체였음은 부인할 순 없다.

4) 1990년대 한국 신세대 미술의 촉발을 알리는 전시로 평가받는다. 1987년 홍익대 미대 동문들을 중심으로 구성된 뮤지엄이라는 그룹이 기획했다. 이들의 세 번째 전시이기도 했던 ‘선데이 서울’은 고낙범, 명혜경, 최정화, 이불, 이형주가 참여했고, 디자이너 안상수와 조각가 금누리가 무크지 형식의 도록인 <보고서\보고서> 5호를 제작하는 것으로 가담했다. 문혜진은 이 무크지이자 도록에 대해 이렇게 설명한다. “<보고서>에는 전시 서문 격인 윤동천의 글과 함께 뮤지엄 회원들의 글이 실렸는데, 진지함을 거부하고 해체적인 이 글들은 신세대 미술의 감각을 보여주는 일종의 표본이 되어 매체에 널리 회자된다.” (문혜진, <90년대 한국 미술과 포스트모더니즘: 동시대 미술의 기원을 찾아서>. 현실문화, 2015, 255-256.)

5) Richard Hollis, “Ways of Seeing Books”, The Form of the Book Book, ed. by Sara de Bondt and Fraser Muggeridge, Occasional Papers, 2015, 51.

도판을 제공해 주신 파주타이포그래피학교 더배곳의 권민선, 유예나, 아워엔 및 디자이너 김동신, 오혜진, 이재영, 최성민 님께 감사드립니다.

오늘의 북디자인, 혹은 불완전한 파편과 어떤 단상들

김현호(보스토크 프레스 대표, 2018 서울국제도서전 특별전 <잡지의 시대> 기획)

2018. 12.

얼마 전, 앞으로는 기회 닿는 대로 한국 단행본들의 북디자인을 열심히 칭찬해야겠다는 생각을 했다. 그리고 실제로 열심히 그렇게 떠들 어대면서 살고 있다. 나는 지금 한국의 동료들이 만들어내는 책들이 꽤 예쁘고 멋지다고 생각한다. 하지만 아쉽게도 그 책들의 디자인이 나 물성, 혹은 만든 이들의 노동과 기예에 대한 찬사를 본 기억은 많지 않다.

대신 책의 모양새에 회초리를 드는 이들은 언제나 차고 넘친다. 예를 들어 이런 식이다. 왜 요즘 한국의 무선제책 단행본은 이렇게 후가공이 화려하고 물성이 과도한가.(외국의 페이퍼백을 보라, 얼마나 수수하고 단출한가) 물론 그 말들은 자주 서로 충돌한다. 왜 한국의 양장본들은 이렇게 내구력이 약하고 쉽게 뜯어지는가.(외국의 사철 양장본들은 얼마나 단단하고 오래 가는가) 한국의 책들은 왜 이리 들기 무거운가, 한국의 책들은 왜 이리 갈수록 알팍하고 작아지는가, 한국 책들의 본문 서체는 왜 이리 갈수록 커지는가, 혹은 작아지는가.

물론 원한다면 그 이유를 충분히 오래 설명해줄 수도 있다. 예를 들어 같은 책을 소장용 양장본과 보급형 문고본으로 동시 출간할 수 없는 한국의 출판시장 규모에서, 무선제책 단행본과 아지노 양장본이 감당해야 하는 고충에 대해 함께 생각해볼 수도 있을 것이다. 하지만 그런 꾸중의 말들이 대답이나 설명을 기대하는 것은 아닌 듯하다.

간혹 드물게 잡지나 신문에서 북디자인 특집을 준비하기도 한다. 언제나 명망 있는 디자이너나 안목이 훌륭하다는 출판사 대표가 지면에 초대된다. 그들은 책이 얼마나 심원하고 아름다운 존재인지를 차분하게 서술하고, 그 논리의 연장선상에 있는 좋은 북디자인이란 어떤 것인지 자신의 생각을 펼쳐놓는다. 그리고 근래 출간된 것들 중에서 그 기준에 잘 들어맞는 몇 권의 책을 골라낸다. 어찌 그들이 선택한 몇 권의 책들은 꽤 자주 겹쳐서, ‘받을 만한 사람이 계속 받게 되는’ 방송국의 연말 시상식을 떠올리게 한다.

나는 그런 방식에 대해 약간의 의구심을 품고 있다. 어떤 지점에 도달한 책과 도달하지 못한 책을 구분하고 성취를 이룬 디자이너의 이름을 쪽이어나가면, 우리는 책들이 왜 이런 모습을 하고 우리 곁에 와 있는지를 조금 더 이해하게 되는 걸까? 예를 들어 정병규 선생을 비롯한 이전 세대 디자이너들을 거쳐 지금 왕성하게 활동하는 여러 작업자에게 가닿는 가느다란 선들의 궤적은 물론 아름답다. 그러나 서로를 참조하고 복제하며 제멋대로 무성하게 자라나는 수많은 책들의 디자인을 이해하기에는 턱없이 부족한 정보이거나, 심지어 일종의 시각적 영웅사관처럼 느껴지기도 한다.

물론 지금 우리가 만나는 북디자인이 필연적이거나 최상의 것이 아니라고 믿는 일은 중요하다. 그런 종류의 믿음은 전통적으로 변화의 중요한 동력이 되어왔다. 하지만 지금 서점의 매대를 이루는 북디자인의 풍경은 분명 일종의 현상이다. 그것은 지금 우리가 책과 어떤 관계

를 맺고 있는지를 시각적으로 드러내는 중요한 정보이며, 책을 만들고 소비하는 여러 주체의 욕망이 충돌하고 교차하는 모습이다. 나는 특정한 북디자인을 선택하거나 지지하는 것보다는, 지금의 북디자인으로부터 책에 대해 무엇을 더 배울 수 있을 것인가에 대해 관심이 있다.

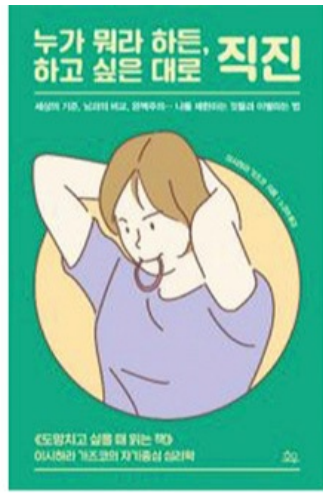
이 글은 요즘 서점에서 인상적으로 본 북디자인의 몇몇 단면에 대해 다룬다. 아니, 차라리 어떤 성기고 불완전한 파편이나 단상이라 하자. 디자인 노동을 하지 않고 옆에서 바라보는 이가 말할 수 있는 것은 고작 그 정도에 불과한 것이다.

평범한 여성의 얼굴을 표지에 넣은 책들

서점에 자주 간다. 직업상의 이유 때문이기도 하지만, 무엇보다도 서가 사이를 걸어 다니는 걸 좋아하기 때문이다. 생각해보면 언제나 도서관보다 서점을 훨씬 좋아했다. 분류 코드가 부착되고 커버가 벗겨져서 암전히 놓인 도서관의 책들보다는 평대에서 띠지를 두르고 손질을 하는 서점의 책들이 더 친근하게 느껴진다.

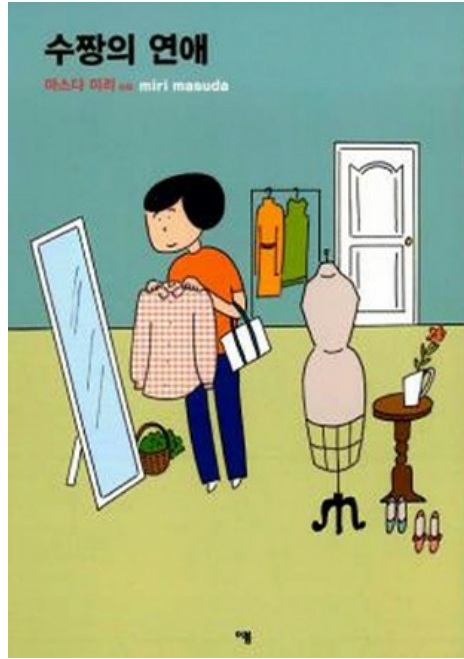
서점의 신간 평대는 독자의 눈길을 끌기 위해 목소리를 높이는 책들의 격전지다. 불과 얼마 전의 책들과 요즘 신간의 모습을 비교한다면 그 변화의 폭과 양상은 놀라울 지경이다. 어떤 책이 독특한 미적 성취와 상업적 성공을 함께 이룬다면, 그 스타일은 순식간에 복제되고 상호 참조되어 해당 분야의 평대를 빠르게 채운다. 그 과정에서 한때 인기를 끌던 북디자인 스타일이 폐기되기도 하고, 이전에는 없던 새로운 스타일이 등장하기도 한다.

근래 들어 서점의 평대의 모습을 가장 크게 바꾼 것은 젊은 여성을 그린 일러스트레이션을 표지에 넣은 책들이 아닐까? 다소 굵은 획으로 간결하게 그린 이 일러스트레이션들은 주로 단정하거나 유머러스한 서체, 밝고 차분한 컬러와 함께 사용되어 일종의 스타일을 형성하고 있다. 표지에 놓인 여성들은 과거와는 달리 보는 이를 유혹하거나 성적 매력을 내세우지 않는다. 그들은 수수하고 차분한 표정으로 그저 독자를 바라본다.



이것이 그리 대단한 변화로 느껴지지 않는다면, 나이든 남성의 얼굴 사진으로 가득한 서점의 평대를 떠올려보자. 그리 오래 지나지 않은 과거에 실재했던 풍경이다. 그 기이한 모습은 책이라는 형태의 지식과 서사를 생산하고 유통하는 구조가 대단히 불균형적이라는 것을 누설한다. 기울어진 운동장에 단단히 뿌리를 내리고 탁월한 석학이나 문인이 된 여성들도 적지 않지만, 어째 그들의 나이든 얼굴은 표지에 잘 등장하지 않는다. 책이 상품치고는 조금쯤 특별하다고 주장하고 싶다면 중장년 남성들과 젊고 예쁜 여성들의 얼굴 사진으로 가득한 책 표지들을 조금쯤 부끄러워해야 할 것이다.

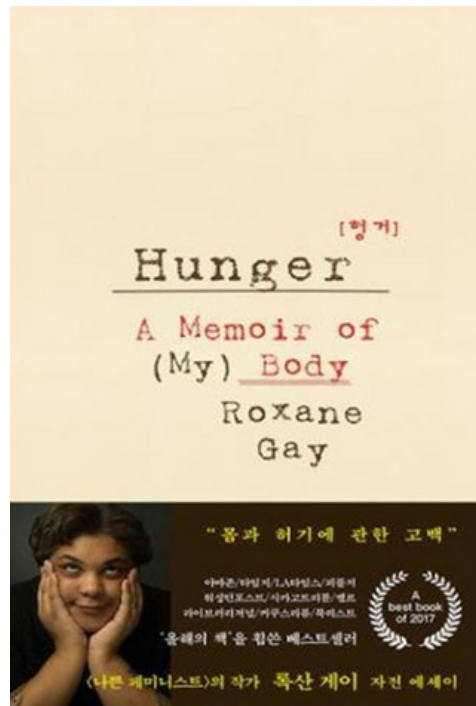
최근의 일러스트레이션 표지들을 보고 있으면 복잡한 생각이 든다. 이것은 분명 '남성은 쓰고 여성은 읽는' 기존의 구도에 대한 어떤 반작용으로 보인다. 이미 독자 대다수를 차지하게 된 여성들은 자신이 현실적으로 이입할 수 있는 인물과 서사를 요구하며, 출판은 그것에 대해 답해야 하는 상황에 놓여 있다. 이런 상황을 예견하는 징후 중 하나는 2012년부터 이봄 출판사가 소개한 일본의 여성 만화가인 마사미 미리(益田ミリ)의 '여자 만화 시리즈'의 연이은 성공이었을 것이다. 자신의 고민과 일상을 담담하게 그려내는 내용만큼이나 평범한 외모의 여성 주인공들이 차분하게 그려진 표지는 보는 이들의 눈을 묘하게 잡아끄는 힘이 있었다.



지금 한국에 출간되고 있는 여성의 일러스트레이션을 쓴 어떤 책들은 분명 탁월하고 아름답다. 하지만 몇 년 전 마스다 미리의 표지에 비해 충분히 다양성을 지닌다고 하기 어려운 책들도 있다. 얼마 전, 같은 일러스트레이션을 사용한 두 권의 다른 책이 출간되는 ‘교통사고’가 있었다. 완전히 동일하지는 않더라도 비슷한 그림체의 표지가 많이 보인다. 아마 직접 일러스트레이션을 발주하지 않고 스톡 이미지 사이트에서 구입했기 때문일 것이다. 이는 출판사들의 단행본 생산 시스템이 대개 일러스트레이터 한 명을 추가로 고용하는 비용과 시간을 감당하기 어려울 정도로 취약하다는 구조적 문제를 보여준다. 여러 일러스트레이터의 실험을 통해 스타일이 충분히 확장되지 못한다면, 이 표지들은 금세 지나간 유행이 되어버릴지도 모른다.

굳이 덧붙이자면, 좀 더 다양한 여성의 사진을 책 표지에서 보기 어려운 것은 여전히 아쉽다. 일러스트레이션이 그려내는 보편적인 여성 보다는 사진으로 드러난 개별 여성 작가의 모습이 더욱 필요한 시점처럼 느껴지기 때문이다. 사이행성에서 출간한 록산 게이(Roxane

Gay)의 『헝거: 몸과 허기에 관한 고백』은 정교하고 강인한 사유와 문장만큼이나 중년의 흑인 여성인 저자의 장난스러운 얼굴 사진을 쓴 띠지가 매력적이었다. 밝게 웃는 나이 든 한국 여성 작가들의 사진도 표지에 더 자주 등장하면 좋겠다.



2. 작은 책을 연구하는 디자이너들

고작 칠팔 년 전의 일이다. 다니던 출판사에서 작은 책들을 만들었다가 항의 전화를 꽤 받은 적이 있다. 요약하자면 충분한 지적 포만감이 느껴지지 않는데, 가격은 가격대로 그리 싸지도 않다는 불만이었다. 수고로움을 무릅쓰고 항의 전화까지 걸던 그때의 독자들은 작은 책들로 가득한 요즈음의 신간 평대를 어떻게 견뎌내고 있을까.

책들이 점점 작아지고 있다. 몇 년 전만 해도 가장 보편적인 판형이던 신국판(153×225mm) 크기의 신간은 대폭 줄었고, 국판(148×210mm)나 사륙판(127×188mm), 심지어 문고판(105×148mm)의 책들이 서점을 채운다. 이 현상에는 여러 복합적인 이유가 있을 것이고, 그 계보나 의미를 이 글에서 추적하려는 것은 아니다. 그러나 이런 작은 책을 잘 디자인하고 만들어내는 것이 최근 북디자이너들에게 집중적으로 주어진 도전이라는 것은 명백해 보인다.

실제로 작은 책을 잘 만드는 것은 생각보다 쉽지 않다. 예를 들어 작은 책의 표지는 큰 책들의 옆에 놓였을 때도 밀리지 않도록 강렬한 인상을 지녀야 한다. 또한 이들은 유독 총서로 나오는 경우가 많아서, 한 권 한 권의 개성과 총서로서의 조화를 고려해야 한다. 또한 신국판에 익숙한 디자이너와 편집자들에게 문고판의 본문을 적절하게 조판하는 것은 아직 낯선 일이다. 이미 어느 정도의 모범적인 해답이 마련된 신국판과는 달리, 문고판의 글줄 길이나 마진, 행간, 서체의 크기 등은 독자의 읽기 습관을 상상하며 새롭게 연구해야 하는 상황이다.

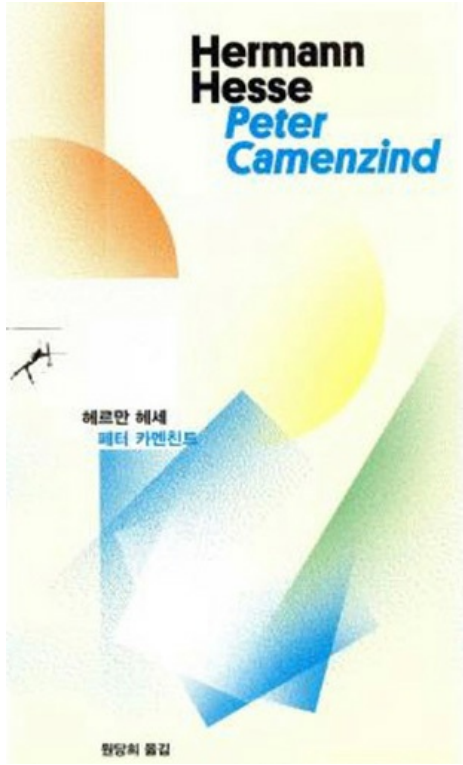
이는 한국 출판에서 작은 책들의 역사가 한동안 단절되었기 때문이다. 끊임없이 판면 디자인을 재구성하며 변화해온 신국판과는 달리, 문고판의 디자인 연구는 저렴한 읽을거리에 대한 독서 대중의 수요가 사그라든 이후 수십 년간 거의 중단되다시피 했다. 이는 무엇보다도 일본의 이와나미나 프랑스의 크세주, 영미권의 펭귄 등과는 달리 한국의 출판계가 문고판의 장점을 살릴 설득력 있는 콘텐츠를 만들고 유통하지 못했기 때문일 것이다. 열린책들 등 몇몇 출판사가 분투했지만 역부족으로 보였다.

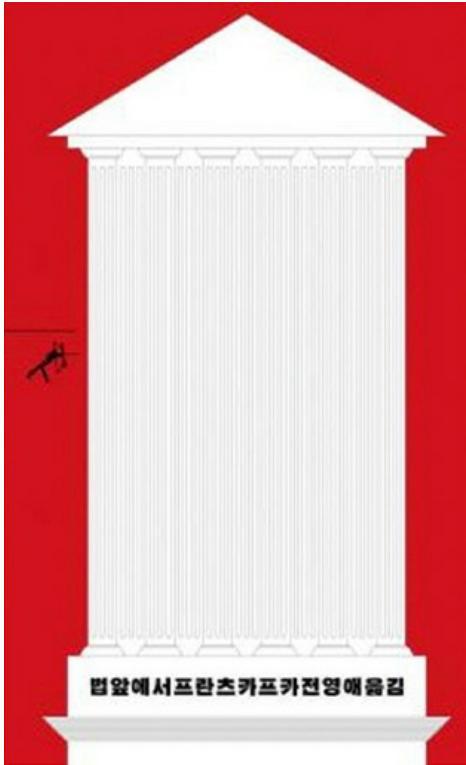
지금의 작은 책들은 예전의 작은 책들과 성격이 사뭇 다르다. 소장 욕구보다 읽기 욕구가 우선이던 과거의 박리다매식 문고판은 오늘날의 디자이너들에게 아마도 그리 참고가 되지 못할 것이다. 또한 주로 무겁지 않은 내용을 담은 요즈음의 작은 무선제본 책들은 밀도 있는 내용을 빼곡하게 채워 넣던 열린책들 세계문학 문고판과도 다르며, 대중소설 매대에서 명맥을 이어 가던 사륙판 양장본들과도 이질적이다. 즉 디자이너들이 참고할 만한 자료가 충분치 않은 상황이다.

그러므로 작은 책을 만드는 디자이너들의 도전을 목격하는 것은 즐거운 일이다. 분명 지금 새로운 스타일이 탄생하고 있는 중이기 때문이다. 개인적으로 가장 인상 깊게 본 결과물은 땅콩문고를 비롯한 유유출판사의 책들과 민음사의 쓴살문고였다. 쓴살문고의 책들을 상당수, 그리고 유유출판사의 책들을 전부 작업한 이기준은 소매에서 끊임없이 다른 카드를 꺼내 놓는 마술사 타입의 디자이너다. 그가 작업한 초기 쓴살문고의 표지들을 보았을 때, 계속 다른 책들을 집으며 작업자의 이름을 확인하던 기억이 난다. 한 사람이 전부 디자인했다고 하기에는 놀랄 만큼 다채로웠고, 한편으로는 특유의 화사한 톤과 유머가 전체를 관통하고 있었다. 반면 땅콩문고를 비롯한 유유출판사의 책들에서 그는 한 출판사의 시각적 아이덴티티가 지니는 범위를 효과적으로 설정하고, 그 안에서 다양한 변주를 시도한다.

무엇보다 땅콩문고와 쓴살문고의 큰 장점은 작은 책을 제작하는 하나의 간결하고 경제적인 사양을 제시하고 있다는 점이다. 사실 시중에 나와 있는 작은 책들은 오히려 큰 책보다 더 잘 펼쳐지지 않거나 뻑뻑한 경우가 많다. 대부분 본문 용지로 신국판에서 사용하던 95~100g/m² 정도의 모조지를 사용했기 때문이다. 여기에 편집자와 디자이너들의 고민이 있다. 그들 역시 작은 책을 만들 때는 더 얇거나 부드러운 종이를 써야 넘기기 편하다는 것을 모르지 않는다. 하지만 얇은 종이를 쓰면 그렇잖아도 작은 책이 더 왜소해 보일까 봐 걱정이고, 중질지를 개량한 두껍고 부드러운 종이들은 왠지 탁하고 조잡한 인상을 준다. 위에서 언급한 작은 책들의 표지가 지녀야 하는 ‘강렬한 인상’과 이 표지들은 어째 잘 맞물리지 않는다. 그렇기 때문에 고민하다 결국 두껍고 매끈한 모조지를 선택하고 마는 것이다.

하지만 땅콩문고와 쓴살문고의 표지에 이기준이 사용한 화사하고 부드러운 컬러는 중질지 계열의 본문이 지닌 탁하고 어두운 인상을 잘 보완해준다. 이는 선택할 수 있는 용지의 폭이 적다면 거기에 맞는 디자인을 해야 한다는 당연한 전제를 상기시킨다. 다른 디자이너들은 어떤 타개책을 고민하고 있을까? 서점의 평대를 지날 때마다 작은 책들에 대한 그들의 도전을 흥미롭게 바라보는 중이다.







3. 가난한 생태계의 잡지들

우리가 ‘책’이라고 부르는 것들의 디자인과 물성이 모두 동일한 방향과 진폭으로 변화하는 것은 물론 아니다. 예를 들어 인문서들의 본문 서체는 점점 커지는 반면, 여행서들의 본문 서체는 반대로 작아지는 추세다. 에세이 매대의 책들은 빠르게 몸피가 줄어들지만, 컴퓨터 매대의 책들은 여전히 크고 묵직하다. 좀 더 가까이 다가가 하나의 장르를 세심히 들여다보면 그 안에서 서로 충돌하는 다양한 스타일과 맥락을 읽어낼 수 있을 것이다.

거친 일반화를 무릅쓰고 말하자면, 최근 몇 년간 서점에서 가장 달라진 풍경은 아무래도 잡지 매대의 그것인 듯하다. 이는 잡지라는 상품의 존재 방식 자체가 최근 몇 년간 급격히 변화했다는 데 기인한다. 전통적으로 잡지는 광고를 실어 나르는 기계로 고안되어왔다. 눈을 사로잡는 커다란 판면에 사진과 텍스트, 일러스트레이션, 나아가 광고와 기사를 시각적으로 잘 배치하려면 아트 디렉터라는 독특한 직군이 필요했다. 그들은 매체와 기사 방향을 설정하는 편집장과 사진가, 일러스트레이터, 디자이너 등을 조율하며 잡지의 시각적 성격을 규정해왔다.

그러나 인쇄 광고 시장이 웹과 모바일 등의 뉴미디어 플랫폼에 형편없이 패퇴하면서 잡지의 생태계는 이전과 전혀 다르게 바뀌는 중이다. 한때 놀라운 발간 부수를 자랑하던 잡지들이 맥없이 폐간되거나 페이지를 줄인다. 발언권이 강해진 광고는 거침없이 기사의 영역을 침해하고, 그것을 견디지 못한 에디터들은 잡지를 떠난다. 아트 디렉터의 업무는 축소되거나 디자인 팀장, 심지어 편집장에게 넘겨진다.

이런 척박한 상황에서 새로운 잡지들이 연이어 생겨나는 것은 다소 기이한 일처럼 느껴진다. 하지만 광고 시스템의 붕괴는 역설적으로 강

렬한 욕망을 지닌 한두 명의 에디터가 자신의 잡지를 창간하는 일을 가능하게 했다. 즉 광고 영업과 수주를 위한 인력을 채용하지 않고 적은 부수만 찍는다면, 그리고 광고가 아닌 콘텐츠를 적절한 가격에 판매할 수 있다면 최소한 잡지를 창간하는 시도는 해볼 수 있게 된 것이다. 특히 일반적으로 잡지는 단행본보다 목소리가 크고 에너지가 넘치는 매체다. 지금 평대에 놓인 새로운 잡지들은 한껏 목소리를 높여 독자와 동료들을 불러 모으는 중이다. 성공한다면 살아남을 것이고, 실패한다면 쓸쓸한 죽음을 맞을 것이다.

이 잡지들 역시 물리적인 크기가 작다. 잡지의 판형 변화는 단행본의 그것보다 어쩌면 훨씬 더 중요한 변화라 할 수 있다. 잡지에 있어서 판형은 그것이 싣는 콘텐츠의 성격 및 작업자들과의 협업 방식을 상당 부분 결정하기 때문이다. 즉 단행본을 만드는 작업이 필자의 원고에 잘 맞는 판형과 물성을 선택하는 것이라면, 잡지를 만드는 일은 고정된 판면에 어울리는 콘텐츠를 만들고 찾아서 배치하는 것에 가깝다. 일반적으로 판형이 커지면 거기에 담길 콘텐츠는 더 다채롭고 역동적이어야 하고, 작아지면 좀 더 차분하게 읽힌다.

라이센스 패션지들이 주로 사용하는 국배판(210×297mm) 이상의 큰 판형에서는 책장을 넘길 때마다 그야말로 ‘무슨 일이든 벌어져야’ 한다. 사진이건 일러스트레이션이건 레이아웃이건 간에 변화무쌍하게 독자의 눈을 잡아끌어야 하는 것이다. 따라서 더 많은 자본과 시간, 다양한 작업자들이 필요하다. 지금 평대에 놓인 패션지들의 부피가 줄어드는 것은 그들이 여전히 잡지의 전성기였던 20세기에 확립된 스타일, 즉 훨씬 많은 내용을 판면에 집어넣을 수 있도록 뽁뽁하게 세팅된 레이아웃과 타입 세팅을 지켜내고 있기 때문이기도 하다.

새로 등장한 잡지들이 작은 판형을 선택하는 것은 단순히 인쇄 제작비 때문만은 아니다. 그들, 혹은 우리는 그런 레이아웃을 감당할 만한 시간과 인적 역량이 충분하지 않다. 훨씬 적은 수의 작업자로 잡지를 만들기 때문이다. 요즈음의 잡지들은 적은 원고가 더 잘 읽히도록 여유 있게 조판한다. 페이지마다 새로운 시각적 요소를 만들기보다는 전체적인 디자인 원칙을 변주하며 잡지 전체를 만들어간다. 콘텐츠에서도 업계의 동향을 빠르게 전달하기보다 과월호를 좀 더 오래 판매할 수 있는 특집 위주로 구성한다.

즉 지금의 잡지는 척박한 생태계에서 적응할 수 있도록 진화한 모습을 하고 있다. 물론 진화는 종종 특정 영역의 퇴화를 수반한다. 가끔은 아름다운 인쇄물이 잔뜩 붙어 있는 거대한 스튜디오에서 사진가와 에디터들에게 쉴 새 없이 지시를 내리는 수십 년 전의 알렉세이 브로도비치(Alexey Brodovitch)를 상상할 때도 있다. 그 위풍당당한 풍경은 이제 그저 흑백사진 속이나 먼 나라의 어떤 곳에만 존재한다. 위대한 아트 디렉터의 시대는 이미 지났고, 아마도 잡지에 다시 돌아오지는 않을 것이다.

물론 척박한 생태계가 주는 재미도 있다. 예를 들어 잡지의 표지와 본문 디자인이 예전보다 훨씬 더 다양해졌다는 점이다. 수만 부를 찍던 잡지들이 필연적으로 어떤 보편적인 독자를 견인한다면, 지금의 잡지들은 생존을 위해 독자의 세분화된 취향을 훨씬 더 고민해야 한다. 영화를, 사진을, 장르 소설을, 스트리트 패션을, 타이포그래피 디자인을 좋아하는 이들은 ‘자신의’ 잡지가 어떤 모습이기를 바랄까? 그 물음에 반복해서 답하는 디자이너와 에디터의 노력이 오늘의 잡지 매대의 모습을 유례없이 풍성하게 만드는 중이다.



4. 나가며

이 글을 쓰기 위해 서점의 서가를 둘러보며 오랫동안 걸었다. 발걸음을 옮길 때마다 호기심과 불안감이 뒤섞인 기묘한 감정이 엄습했다. 서점은 매년 수만 종씩 쏟아져 나오는 신간들과, 오래도록 자리를 지키며 생존한 책들이 함께 놓인 뜨거운 시공간이다. 어제 막 출간된 것들과 작년에 나온 것들, 수십 년 전에 나온 것들, 외국에서 직수입된 것들이 뒤엉켜 ‘오늘의 북디자인’이라는 독특한 풍경을 구성한다.

고작 세 개의 파편들을 모아놓고 보니 다하지 못한 질문들이 마음에 버석거린다. 예를 들어 이런 것들이다. 제호로 태명조나 견출명조를 작게 쓰는 표지들은 어떤 계기로 등장했던 걸까? 직접 손으로 글자를 그리는 레터링 작업들은 언제부터 이런 세련되고 명징한 아름다움을 획득했는가? 서점을 뒤덮던 손글씨 제호들은 어떻게 사라졌고, 무엇을 남겼는가? 초특태고딕은 책의 표지를 뚫고 본문에까지 스며들 수 있게 될까? 편집자들은 북디자인이라는 신호를 어떤 방식으로 발신하는가? 오래전의 정병규 선생처럼 편집자와 디자이너를 겸하는 뉴타입 작업자들은 지금 어떤 방식으로 등장하고 있는가? 나로서는 온전히 이해할 수 없는 문제들이다. 그저 천천히 서가 사이를 걷는 이 시간이, 조금 더 길어지기를 바랄 뿐이다.

도쿄, 책의 도시를 만나다

김욱(로컬앤드 대표)

2018. 12.



사진 1_2018 글로벌 출판전문인력양성 참여진(필자 제공)

15년 전, 처음 만났던 도쿄의 풍경은 서울과 크게 다르지 않았습니다. 출근하는 사람과 높은 건물, 복잡한 지하철만 봤으니 차이점을 느낄 수가 없었습니다. 하지만 며칠의 여행 뒤에 느낀 도쿄는 서울과 많은 점이 다른 도시였습니다. 무엇보다 많은 사람이 서점과 지하철에서 만화책이든 소설책이든 ‘책’을 읽고 있는 것이 무척 인상 깊었습니다. 단편적인 부분이지만 그런 모습을 보면서 일본의 저력을 확인할 수 있었습니다. 그만큼 당시의 한국에서는 책 읽는 모습을 보기 힘들었기 때문입니다.

2018년 9월, 한국출판문화산업진흥원의 주최로 다녀온 <2018 글로벌 출판전문인력양성> 프로그램은 일본의 출판산업을 관찰할 수 있는 좋은 기회였습니다. 5일 동안 일본의 출판산업 최전선의 현장을 만나보았지만 한국과 비슷하게 인터넷 시작 이후의 출판산업은 그리 호황이 아니었습니다. 최근에는 한국이나 일본이나 서점의 매출이 급감한 탓에 어떻게 하면 책을 많이 읽게 할 수 있을지, 잘 팔 수 있을지 가 큰 고민인 듯합니다. 일본의 출판산업도 외형만 봐서는 한국과 비슷합니다. 그렇지만 ‘지하철에서 책을 읽는 독자의 수’만큼 조금만 들여다보면 많은 부분이 다르다는 것을 알 수 있습니다.

이번 프로그램을 통해 일본에서 책을 다루는 여러 사람을 만날 수 있었고, 한국과 비슷하면서도 다른 일본의 출판산업과 출판디자인을 통해 앞으로의 출판과 디자인을 생각해볼 수 있는 기회였습니다. 그리고 고민의 한 방편으로 디자인에 대한 관심도 높아지고 있다고 생각됩니다. 디자이너로서 또 한때는 서점인으로서 이번 프로그램이 많은 자국이 되었습니다.

일본의 출판시장을 만나다



사진 2_후지사키 게이이치로(필자 제공)

<디자인의 현장> 전 편집장이자 현재 도쿄예술대학(東京芸術大学)에서 그래픽디자인을 가르치고 있는 후지사키 게이이치로(藤崎圭一郎) 교수는 상업화의 목적보다는 새로운 시도를 해보는 것이 디자이너에게 중요하다는 '도전적인 메시지'를 전해주었습니다. 일본에서도 상업 출판의 여러 한계에서 벗어나기 위한 활동으로 '독립출판'이 활발하다고 합니다. 편집자를 통하지 않은 디자이너의 결과물이 독자를 직접 만나게 되는 것입니다. '코믹마켓'도 그런 점에서 비슷합니다. 우리나라에서도 최근 '1인 출판사'나 '독립출판'이 큰 이슈입니다. 디자이너가 편집자를 통하지 않고, 또 편집자가 디자이너를 통하지 않고 다양한 출판물을 만들고 있습니다. 이러한 실험들이 하향세를 보이는 출판산업에 또 다른 에너지가 될 수 있지 않을까 생각해봅니다. 후지사키 교수가 가르치는 학생들도 일본의 출판산업에서 에너지가 될 수 있을 것이라고 생각합니다. 후지사키 교수가 디자이너와 편집자의 관계에 대해 우려한 것과는 다르게, 쇼분샤(晶文社)의 사이토 노리타카(齊藤典貴) 편집장은 한국과 일본을 통틀어 그동안 만나본 어느 편집자보다 열린 마인드의 편집인이었습니다. <쇼분샤의 책 만들기>를 통해 사이토 씨가 디자이너를 대하는 태도를 배울 수 있었습니다. 쇼분샤는 소규모 출판사들이 생기던 1960년부터 지금까지 문학, 철학 등 인문서적을 만들고 있는 인기 있는 출판사입니다. 지금까지 나온 책이 3,100권이 넘으며, 매년 50권 이상 출간하고 있습니다. 그런데 1964년 대형 출판사에 밀리지 않으려고 기획한 '웨스턴 3부작'의 디자인을 시작으로 디자이너 한 사람에게 출판사의 디자인을 맡겼다고 합니다. 그 디자이너가 바로 히라노 코가(平野甲賀)입니다. 사이토 씨는 쇼분샤에서 편집자의 역할을 다음과 같이 압축합니다. "편집자의 의향대로 디자이너의 영역까지 침범하면 안 된다." 그러면서 한 가지 일화를 소개합니다. 편집자가 디자이너에게 글씨의 크기를 키워달라고 요청한 것을 보고, 그것은 디자이너의 영역이니 다르게 말해야 한다고 합니다. 글씨의 크기는 결국 가독성을 높여달라는 뜻으로 한 의견이고, 그 방법이 글씨를 키우는 것이지 다른 디자인을 할 것인지는 디자이너의 몫이란 뜻입니다. 디자인 시안이 잘못 나오는 것도 결국 편집자 탓이라고 합니다. 책의 콘셉트를 잘 설명하지 못했기 때문입니다. 강연을 듣고 있는 우리가 모두 북디자이너라서 입에 발린 말을 하는 것은 아닐까 의심해볼 수 있지만, 디자이너를 신뢰하는 것만큼 까다로운 기준으로 디자이너를 고르기 때문에 가능한 마인드입니다.

최근 쇼분샤는 한국문학 중에 선별하여 시리즈를 만들었습니다. <한국문학의 선물> 시리즈입니다. 한강의 『회랍어 시간』, 박민규의 『삼미 슈퍼스타즈의 마지막 팬클럽』, 황정은의 『아무도 아닌』 등 한국의 젊은 작가들을 소개하는 시리즈입니다. 쿤출판사(CUON)에서 이미 <새로운 한국문학>이라는 시리즈로 한강의 『채식주의자』 등을 출판했기 때문에 쇼분샤로서는 한국문학끼리 다투지 않도록 조율이 필요했습니다. 상식적으로는 디자인이 겹치지 않도록 이미 한국문학 시리즈를 디자인한 디자이너를 피해서 디자인을 의뢰할 텐데 쇼분샤의 선택은 달랐습니다. 같은 디자이너에게 디자인을 맡기면 오히려 디자이너가 그러한 차이를 주면서도 한국문학을 잘 살려서 디자인할 수 있을 것이란 의미였습니다. 디자이너에 대한 신뢰가 묻어나는 에피소드입니다.



사진 3_<한국문학의 선물> 시리즈(소분사)(필자 제공)

진보초(神保町) 근교에 있는 출판 디자이너 사토 아사미(佐藤亜沙美)의 스튜디오를 방문했습니다. 최근 일본의 출판 디자인을 선도하고 있는 사토 아사미 씨는 단행본뿐만 아니라 잡지, 광고, 음반 디자인 등 다양한 분야의 디자인을 하고 있습니다. 일본에서 활약하는 디자이너의 스튜디오를 직접 방문한다는 것은 이런 프로그램의 힘을 빌리지 않고서는 어려운 일이 아닐까 생각합니다. 사토 아사미 씨의 디자인 특징은 '계획'입니다. 작업들이 대부분 화려하고 아이디어가 많이 담긴, 그리고 공들여서 작업해야 하는 스타일인데 이러한 작업의 이면에는 아주 자세하게 정리한 계획표가 있었습니다. 사토 씨는 원고를 비판적으로 읽고, 아이디어를 체크해서 계획표를 만든다고 합니다.

자세한 계획을 짜는 것은 디자인을 잘하기 위해서이기도 하지만 출판사와의 대화에서 주도권을 갖기 위함이라고 합니다. 출판사 편집자들이 모두 사토 씨와 같지는 않을 것이기 때문에 이러한 계획에 공을 들이는 것은 우리가 한국에 들어가서도 한 번쯤 시도해볼 만한 것이 아닐까 생각했습니다. 그녀의 포트폴리오를 보다 보니 해가 질 무렵이 되어서야 사토 아사미 씨의 스튜디오에서 나올 수 있었습니다. "책을 좋아하는 사람의 책보다 모두가 좋아하는 책"을 만들고 싶다는 사토 씨의 바람을 다시 생각해보니 정말 북디자인을 좋아하는 디자이너가 아닐까 생각하게 됩니다.

일본 독서인구의 변화를 느끼다

일본의 출판산업이 하향곡선을 그리고 있지만 그림책의 수요는 꾸준했다고 합니다. 오히려 그림책의 성인 수요는 늘어났다고 합니다. 성인들도 쉽고 따뜻한 내용의 그림책을 많이 보는 것으로 힐링하는 것이 아닐까 하는 나의 예상과는 다르게, 갈 곳을 잃은 정년퇴직자들이 서점에서 시간을 보내다가 손주들을 위해 그림책을 사 갔기 때문이라고 합니다. 이 재미있는 결론은 포레스트출판(フォレスト出版)의 대표 오타 히로시(太田宏)의 <필리는 책을 만드는 방법>에서 나온 이야기입니다. 오타 히로시는 경제경영서 전문 출판사의 대표답게 일본 출판산업의 흐름을 파악하고 팔리는 책이 무엇인지 생각합니다.

일본의 최근 베스트셀러를 살펴보면 비즈니스 서적에서 건강관리 서적으로 옮겨가고 있음을 알 수 있습니다. 그것도 『건강관리 식사 방법』이나 『하루 1분 인생 변화』, 『읽기만 해도 시력이 좋아지는 책』 등 어쩌면 터무니없는 민간요법인듯하지만 그 수요가 늘고 있다고 합니다. 여기서 오타 히로시 대표의 한 가지 질문을 던집니다. "정년퇴직자들이 갈 곳이 어디인가?" 정년퇴직 이후에는 자유로운 삶이 아닐까 하는 생각이 했지만, 정년퇴직자들은 회사에서도 집에서 갈 곳을 잃었다고 합니다. 그래서 돈이 안 드는 곳을 찾아가게 됩니다. 1위는 도서관, 2위는 극장, 3위는 스포츠 그리고 마지막 4위는 서점입니다. 바로 이 서점에서 자녀들에게 잘 보이기 위해, 또는 아끼는 손주를 위해 어린이 그림책을 사 가게 되는 것입니다. 너무나 현실적인 답입니다.

오타 히로시는 이어서 두 번째 질문을 합니다. "이러한 정년퇴직자들은 어떤 것을 궁금해 할까?" 1위는 역시 건강입니다. 그리고 2위가 돈, 3위가 장래에 대한 불안입니다. 1위가 건강인 이유는 바로 이어서 나온 2위 돈 때문입니다. 건강해야 병원비가 들지 않고, 그래야 고령화사회에서 자녀들에게 기대치 않고 살아갈 수 있습니다. 하지만 단지 이것만이 이유는 아닙니다. 병원비가 많이 나간다는 것은 그만큼 의료보험비가 많이 든다는 뜻입니다. 국가적인 차원에서 이러한 세금의 비효율성 때문에 민간요법을 장려하고, 건강에 대한 지속적인 홍보를 하게 됩니다. 결국 출판사가 광고를 하지 않더라도 『건강관리 식사 방법』 같은 민간요법 책이 잘 팔리게 된다는 것입니다. 일본은 65세 이상의 인구비율, 즉 고령화율이 높은 나라 중 하나입니다. 고령 인구가 늘어났다고보다는 노인들은 장수하고, 출산율이 떨어져 청년층이 감소했기 때문입니다. 출판산업도 결국 같은 흐름입니다. 독자가 줄었다기보다는 20, 30대는 멀티미디어와 인터넷으로 독서 인구에서 빠져나갔지만, 노인들은 변화를 미처 따라가지 못해 독서 인구가 남았습니다. 일본의 상황을 얘기하는 것이지만 한국도 이제 별반 다르지 않습니다. 한국의 출산율은 역대 최저를 기록하고 있고 앞으로 일본보다 빠르게 고령화사회가 될 것이라는 전망입니다. 우리는 이러한 상황에서 어떤 출판산업을 준비해야 할지 생각해봐야 합니다.

일본 디자인의 현재를 만나다

‘크리에이션 갤러리 G8(Creation Gallery G8)’에서 열린 ‘굿디자인 컴퍼니(Good Design Company)’의 20주년 기념전을 관람할 기회가 있었습니다. 굿디자인 컴퍼니의 대표 미즈노 마나부(水野学)가 우리나라에 잘 알려진 계기는 몇 년 전부터 인기 있는 구마모토 현의 캐릭터 ‘쿠마몬’ 때문입니다. 양쪽 볼이 빨간 검은 곰 캐릭터 덕분에 구마모토 현이 새로운 관광지로 뜨고 있다는 소식처럼 그의 활동은 최근 일본의 산업을 끌어올리는 데 큰 영향을 주고 있습니다. 캐릭터나 브랜딩뿐 아니라 상품의 기획, 인테리어 디자인까지 전 방위적으로 디자인 활동을 하고 있어 알게 모르게 그의 디자인을 만났을 수도 있겠습니다. 그의 디자인 철학을 담은 책은 국내에도 소개되어 있습니다. 최근 출간된 『‘팔다’에서 ‘팔리다’로』(이콘)를 비롯해 『센스의 재발견』(하루)은 이미 많은 사람들이 추천하는 베스트셀러이기도 합니다.

매년 어렵다는 출판산업이지만 최근 우리나라의 출판산업은 동네서점과 독립출판을 기점으로 일본과 다르게 성장한 모습을 보여주고 있습니다. 일본의 출판계 사람들이 우리나라의 출판산업을 바라보는 시선에서도 그런 성장 에너지를 부러워하는 것이 보입니다. 우리나라의 산업이 일본보다 10여 년 늦는다고 많이들 얘기하지만 출판산업과 같은 지식산업은 이제 일본과 견주어도 손색없는 것 같습니다. 빨리빨리를 외치는 모습도 정보화 시대에서는 장점이라고들 합니다. 그렇기 때문에 이번 프로그램을 통해 일본의 출판산업을 배우고 느끼려 왔지만 한편으로는 우리나라의 출판산업도 앞으로 더 성장할 수 있을 것이란 생각도 갖게 되었습니다. 이번 프로그램에 참여한 9명의 북디자인이너가 앞으로 어떤 행보를 보여줄지 기대가 커진 이유이기도 합니다. 그리고 먼저 제 자신부터 한 걸음, 한 뼘 더 나아가고 커지도록 노력하겠습니다.



사진 4_굿디자인 컴퍼니의 전시 중 일부(필자 제공)

괴력난신적 미스터리 같은 독자 펀드에 관하여

김홍민(복스피어 대표)

2018. 12.

지금은 폐간된 어느 영화 잡지에서 읽었던 기억이 난다. 무척 예전의 일이라 내용이 가물가물하긴 한데 스탠리 큐브릭(Stanley Kubrick) 감독의 걸작 <2001 스페이스 오디세이>의 시사회를 마치고 나온 어느 영화 평론가가 이런 얘기를 했다고 한다. “끝내주는군. 정말 대단한 영화야, 그런데 뭐가 대단한지..... 설명하기가 힘드네?” 간혹 그런 책과 마주할 때가 있다. 뭐가 뭔지 잘 모르는 채로 시간 가는 줄 모르고 재미있게 읽은. 남이 만든 책 중에는 천명관의 『고래』(문학동네, 2004)가 그랬고, 내가 만든 책 중에는 교고쿠 나츠히코(京極夏彦)의 『옛보는 고헤이지』(복스피어, 2013)가 그랬다.

이야기 내내 엄청난 비밀을 안고 있다는 듯한 포즈로 별의별 해괴한 일들과 초자연적인 현상들, 요괴들 그리고 환영들을 끝도 없이 등장 시키며, 대관절 이 얘기를 어떻게 수습하려고 저러나, 하는 의혹과 기대의 도가니탕으로 독자들을 몰아넣은 뒤, “원래 이 세상에는 있어야 할 것만 존재하고, 일어나야 할 일만 일어나는 거야. 우리들이 알고 있는 아주 작은 상식이니 경험이니 하는 것의 범주에서 우주의 모든 것을 이해했다고 착각하고 있기 때문에, 조금만 상식에 벗어난 일이나 경험한 적이 없는 사건을 만나면 모두 입을 모아 저것 참 이상하다는 둥, 그것 참 기이하다는 둥 하면서 법석을 떨게 되는 것이지. 자신들의 내력도 성립 과정도 생각한 적 없는 사람들이, 세상을 이해할 수 있을 것 같나?”라는 자못 당연한 얘기를 지극히 당연하다는 얼굴로 천연덕스럽게 늘어놓으며, 환상특급적 결말을 기대하던 독자들에게 심한 쪽팔림과 당황스러움을 기습적으로 안기는 교고쿠 나츠히코의 소설이야말로, 지금껏 어떠한 작가도 보여주지 못한 미스터리, 이른바 괴력난신(怪力亂神)적 미스터리 of 새로운 패러다임을 제시해주었다고 생각한다.

갑자기 왜 이런 얘기를 꺼냈느냐면 지금부터 내가 하려는 이야기도 교고쿠의 괴력난신적 미스터리와 분위기가 흡사하기 때문이다. 나는 ‘원기옥 이벤트’라는 이름으로 2012년에 5,000만 원을 모은 적이 있다. 이른바 독자 펀드인데 당시까지는 출판계에서 전무한 사건으로 평가받았다. 모집은 펀딩 사이트가 아니라 오로지 복스피어 홈페이지에서 이루어졌고 자금이 모인 기간은 대략 열흘 남짓이었다. 처음 기획할 때만 해도 목표한 금액이 다 모이면 즐겁고, 다 모이지 못하면 쪽팔리겠지 하는 정도로만 예상했는데 막상 시작하고 보니 모집을 시작하기 전과 후는 마음가짐이 확연히 달라짐을 느낄 수 있었다. 그것은 상당히 근사한 경험이었다.

무엇보다 책을 만들고 마케팅 계획을 짜는 과정에서 얼마간은 타성에 젖어서 하던 일들을 대충 할 수 없었다고 할까. 독자들이 모아준 돈이 잡시도 머리에서 떠나지 않아 무엇 하나 허투루 할 수 없게 되고 말았다. 그러나 독자 펀드에 대한 정치한 분석을 기대한 분들에게는 미안하게도 나는 그 돈이 왜 모였는지 딱 부러지게 설명할 자신이 없다. 사회적 혹은 출판문화적 관점에서 어떤 의미가 있는지도 잘 모르겠다. 독자들의 힘이라 여기며 통치고 넘어갈 뿐이다. 다만 펀드가 조성되기까지의 과정이라면 얼마든지 이야기할 수 있다. 여전히 궁금해하는 형제자매님들이 있는 듯하니 거기까지만 얘기해볼까 한다.

언젠가 한 대형 출판사가 펴낸 미야베 미유키(宮部みゆき) 소설의 판매 부수를 듣고 깜짝 놀란 적이 있다. 오해의 소지가 있을 수 있으니 어디라고 명시하지는 않겠다. 당신도 어디겠구나 짐작하지 말아달라. 아무튼 그 출판사에서 펴낸 미야베 미유키 책의 판매 부수는 경이적 이어서 북스피어가 펴낸 미야베 미유키의 20여 편 판매량을 탈탈 털어 찌꺼기까지 싹싹 긁어모아도 도저히 미치지 못할 정도였다. 내가 보기에 해당 출판사에서 펴낸 미야베 미유키의 작품은 걸작이다. 그런 만큼 판매 면에서 그 정도 대우를 받는 것은 당연하다고 생각한다. 한데 또 내가 느끼기에 북스피어에서 펴낸 미야베 미유키의 작품 중에도 그에 버금가거나 능가하는 작품이 있다. 그런데 왜 판매 부수가, 얼마간 다른 정도가 아니라 이다지도 현격하게 차이를 보인단 말인가.

출판사 규모의 문제인가? 규모가 다르니 각각의 작품에 투입된 마케팅 비용이 다르고, 그 결과가 판매 부수의 차이로 이어진 건가? 그렇다면 만약 나에게 해당 출판사가 사용한 만큼의 마케팅 자금이 있다면 북스피어가 펴내는 미야베 미유키의 작품을 그 출판사만큼 팔 수 있을까? 가만히 생각해보았다. 오랫동안. 그러다가 결론을 내렸다. 팔 수 있겠다고. 물론 출판 마케팅이라는 게 인풋(Input)과 아웃풋(Output)이 비례하지 않고, 자금 외에도 변수는 많다. 무엇보다 출판사의 역량을 간과해서는 곤란하다. 그럼에도 불구하고 그만큼 팔 수 있을 것 같다는, 밑도 끝도 없는 자신감이 생겼다. 이 자신감은 오랜 세월 내가 북스피어의 독자들과 쌓아온 신뢰감, 혹은 연대감에서 기인한 듯하다. 하지만 해당 출판사만큼 마케팅을 하려면 자금이 있어야 하는데 당시 북스피어의 여력으로는 어렵도 없는 얘기였다.

그래서 독자 펀드라는 아이디어를 떠올렸다. 목표는 두 달 동안 5,000만 원을 모으는 것이었다. 내가 처음 ‘원기옥 이벤트’ 얘기를 꺼냈을 때 주위의 반응은 대체로 이랬다. “5,000만 원이라니 지나가던 소가 웃을 일이네.” “강풀 작가의 『26년』(재미주의, 2012)이라는 만화처럼 무슨 대의명분이 있는 것도 아닌 마당에 독자들이 왜 북스피어에 돈을 모아주겠어?” 지당한 얘기다. 나 역시 불가능한 일이라 여겼다. 독자들이 선호하는 출판사의 책을 구입하는 것과, 나오지도 않은 책을 두고 ‘투자’하는 것은 다른 문제니까. 하지만 조금 다른 각도에서 봐주었으면 하는 마음도 분명히 있었다.

북스피어가 책을 파는 방식은 다양하다. 이를테면 ‘세이초 월드’는, 한 명의 걸출한 작가를 두 개의 출판사가 공동으로 프로모션하면 어떨까 하는 기획에서 출발했다. 판형과 디자인을 통일하여 책을 제작한 후에 마케팅에서 연대하니 뉴스가 되었고 결국 성공적으로 ‘론칭’할 수 있었다. 만약 북스피어가 ‘세이초 월드’를 단독으로 진행했다면 그렇게까지 팔지 못했고 마쓰모토 세이초(松本清張)의 후속작도 펴내지 못했을 것이다. 그런 차원에서 독자들과의 연대도 실험해보고 싶었다.

이 대목에서의 독자들은 어떤 독자들인가. 마감이 닳쳐서 블로그에 새로운 글이 올라오지 않으면(아마도 굶지 말고 일하라는 의미로) 라면을 박스째 보내주고, 매년 이런저런 기념일(동지, 크리스마스, 창립일, 심지어 대표 생일)을 챙겨주고, 직접 수확한 작물이며 북스피어가 출간한 책의 제목이 새겨진 십자수까지 보내주는 독자들도 있다. 그래서 궁금했다. “이번에는 새로 나오는 책에 쓸 광고비가 필요합니까”라고 얘기했을 때 과연 그들이 어떤 반응을 보일지. ‘그렇게 성원해줬으면 됐지 뭘 또 투자하라는 건가, 완전 나쁜 새끼네’라고 짜증을 낼까, 아님 ‘아아, 재네가 또 뭘가 일을 벌이려나보다’ 하고 재미있게 여겨줄까. 5,000만 원이 모이고 안 모이고는 나중 문제였다.

모이면 좋고, 모이지 않아도 상관없었다. 시도 자체로 재미있고 의미도 있겠다는 생각으로 블로그에 공지 글을 올렸다. 이제 와서 말이지만 대략 2,000만 원 정도 모이면 그것만 해도 대단한 결과일 거라 여겼다. ‘원기옥 이벤트’의 대상은 미야베 미유키의 『안주』(북스피어, 2012)라는 작품이었지만 당시에는 제목도 미정, 표지도 미정, 내용도 공개되지 않은 상태였다. 그야말로 ‘묻지마 투자’다. 하지만 북스피어가 그동안 펴낸 책을 좋아하는 독자에게라면 그다지 많은 설명이 필요하지 않을 것 같았다. 그렇게 이벤트가 시작되었고 매일매일 상황판을 업데이트하며 얼마나 모였는지 북스피어 블로그에 공개했다. 그리하여 대관절 어떤 결과가 도래했는가.

독자들이 십시일반으로 모아준 돈이 열흘 만에 5,000만 원을 넘어서게 되었다. 게다가 투자한 독자들이 스스로 마케터가 되어 출판사에서나 할 법한 홍보를, 즉 자발적으로 이벤트를 기획하고 자비를 들여 책을 경품으로 거는 희한하고도 기이하고도 상당히 바람직하다 사료되는 행각을 벌였다는 것은 꼭 기록해두고 싶다. 그 돈으로 나는 그동안 자금이 부족하여 해보지 못했던 ‘독자들을 데리고 일본으로 날아가

저자인 미야베 미유키를 떼거리로 인터뷰하는 광경'을 연출할 수 있었다. 한편으로 낭독 공연을 무대에 올리고 (미야베 미유키 작가의 『화차』를 영화로 만든) 변영주 감독을 섭외하여 광고를 만드는 등 이런저런 짓거리를 대범하게 시도할 수 있었다.



사진 1 _ 독자 펀드 도서에 사인하는 미야베 미유키(필자 제공)

이후의 상황과 이듬해에 8,000만 원을 모았던 두 번째 ‘원기옥 이벤트’의 결과에 대해서는 <11일 만에 5,000만 원... ‘미야베 광팬’들의 펀딩>(동아일보), <마포 김 사장의 ‘독자 학대’>(조선일보), <출판시장 ‘북펀드’가 뜨는 이유>(해럴드경제), <‘마포 김 사장’이 사는 법>(중앙일보), <책 읽는 친구들아 ‘원기옥’을 모아줘>(시사인), <재밌으면 그만 아닌가요?>(한겨레)를 보는 편이 빠르겠다. 다만 덧붙이고 싶은 말이 있다. 두 번의 독자 펀드 이후에, 관련한 대담이나 ‘소형 출판사의 발전 방향’ 어쩌고 하는 행사에 몇 번인가 불려나갔다. 그때마다 이만저만 곤혹스러운 게 아니었다.

‘독자 펀드’라는 것은 실패하면 위험부담이 크기 때문이다. 오해를 무릅쓰고 말하자면, 쉽게 시도해서도 안 되고 쉽게 성공하기도 어렵다. 북스피어의 경우 오랫동안 블로그를 통해 진행해온 여러 이벤트가 바탕이 됐다. 참여한 이들도 대개는 북스피어의 잡다한 이벤트로 인연을 맺은 독자들이었다. 이런 시간이 있었기에 그들도 선뜻 지갑을 열었을 거라고 생각한다. 수익을 목적으로 투자했다기보다 출판사에 대해 신뢰하는 마음을 보여주고 싶었던 게 아닐까 조심스럽게 짐작해본다. 당시 북스피어에서 벌인 독자 펀드 ‘원기옥 이벤트’에 참여해준 형제자매님들에게 한 번 더 얘기해주고 싶다. 정말 고맙다고. 제가 지금껏 망하지 않고 좋아하는 책을 만들면서 출판을 해올 수 있었던 건 전적으로 당신 덕분입니다.



사진 2_ 두 번째 원기옥 도서 이벤트(필자 제공)

책+알파, 책 그 이상의 책들

표정훈(출판평론가, 번역가)

2018. 12.

책의 확장성·융합성이 강화되는 새로운 추세

책은 대표적인 올드 미디어(old media)라고 할 수 있다. 책의 형태나 재질, 제작 방법, 사회적 의미, 유통 방식, 관련 제도 등이 시대에 따라 바뀌어오긴 했지만 책 그 자체는 고대의 점토판 시대로부터 인류 문명의 역사만큼이나 오래된 미디어라고 할 수 있다. 이에 따라 책은 다른 매체 영역으로 확장을 꾀하거나 다른 매체와 융합되기보다는 책 자체의 고유한 성질을 보전해온 것이 사실이다. 이러했던 책이 최근에는 확장성과 융합성을 갖추면서 새로운 부가가치를 창출하는 경우가 점점 늘고 있다. 약간의 과장을 더하자면 책은 이제 ‘책 그 이상의 책’이 되어가고 있다고 할까.

이러한 변화의 가장 큰 배경은 디지털·온라인·모바일 등의 말로 대표되는 정보 및 커뮤니케이션 기술의 발달이다. 20세기 말부터 본격적으로 시작되었다고 할 수 있는 정보기술(IT) 혁명 또는 정보통신 혁명의 물결에 책도 휩싸이게 된 것이다. 이와 함께 콘텐츠 산업이 고부가가치 산업으로 각광받게 된 현실도 책의 변화에 영향을 크게 미치고 있다. 콘텐츠 산업의 원소스멀티유스(OSMU)에서 책이 소스가 되거나 다른 소스가 책이 되는 경우가 크게 늘었다. 원소스멀티유스는 하나의 원형 콘텐츠를 영화, 게임, 음반, 애니메이션, 캐릭터 상품, 출판 등 다양한 분야로 변용하는 것이다. 아주 쉬운 예로는 책 내용을 원작으로 한 영화나 캐릭터 상품이 있다.

VR(가상현실)로 펼쳐지는 책 세상, ‘Operation You’

몇 가지 사례를 살펴보면 첫째, 최근 다양한 분야에서 새로운 가능성을 인정받고 있는 VR(가상현실) 기술을 적용한 책이 있다. 대표적으로 (주)브이알이지노베이션(VREZ INNOVATION)이 미국 벤처기업 퀴텀스토리컴퍼니가 개발한 기술을 활용하여 출시한 VR북, <Operation You>가 있다. 글자를 읽고 그림을 보는 것에서 한 단계 더 나아가 책 내용이 가상현실로 눈앞에 펼쳐지는 체험을 하는 것이다.

방식은 VR북 전용 앱과 뷰어를 스마트폰에 다운로드 받아 실행하는 것이다. 스마트폰 카메라를 통해 책을 비추면 가상현실 속으로 들어

갈 수 있다. 책 페이지의 이야기와 등장인물을 가상현실로 체험할 수 있다. <Operation You>의 내용은 초등학생이 학교생활에서 겪는 다양한 상황을 담은 창작 동화다. 제1권 ‘Morning nightmare’가 출시되어 우리나라에서는 2018년 초부터 서비스가 시작되었으며, 향후 3년간 30편이 출시될 예정이다. 미국 라스베이거스에서 개최되는 세계 최대 가전 쇼 CES(국제전자제품박람회)에서 올해의 아이폰 라이프 부문 수상(‘iPhone Life’s Best of CES 2018 Winners’) 제품으로 선정되기도 하였다.

참고로 전체 출판산업에서 디지털 출판이 차지하는 비중은 2017년 기준으로 미국은 약 25%, 일본은 약 14%에 달하며 증가 추세가 빠르다. 이에 비해 우리나라는 디지털出版的의 시장 점유율이 한 자릿수를 벗어나지 못하고 있는 실정. 기존 출판 콘텐츠와 디지털 콘텐츠가 연계되는 경우도 아직까지 많지 않은 편이다.



사진 1 _ (주)VREZ INNOVATION (출처 : 필자 제공)

SNS-메시지로 들어온 책, 흑트

두 번째로 채팅 스타일의 새로운 스토리 플랫폼 훅트(Hooked)가 있다. 이 앱은 SNS·메시지 앱의 형태로 스토리, 이야기를 공유한다. 구글이 가장 뛰어난 안드로이드 앱을 선정하기 위해 해마다 시행하는 구글 플레이 어워즈(Google Play Awards)에서 2017년도 ‘뛰어난 스타트업’으로 선정되기도 했다. 앱 개발업체 텔레파식(Telepathic)이 2015년에 개발했으며, 기성 작가의 작품이나 자가 출판이 모두 가능하다. 누구나 플랫폼에 이야기를 등록할 수 있고, 이야기에 간단한 의견이나 감정을 표현하거나 표시할 수 있다. 이야기를 사회적 네트워크 서비스 형태로 공유하는 것이 핵심. 5~10분 안에 읽을 수 있는 매우 짧은 형식이며, 1천 개 안팎의 영어 단어로 이야기를 공유한다. 모바일·SNS 환경에 친숙한 세대에게 틈새 독서의 경험을 제공할 수 있다.

개발사 자체 조사에 따르면 모바일 전자책 완독률이 35% 정도였으나 같은 내용을 메시지 형태로 읽으면 완독률이 85%에 달하였다. 이 플랫폼은 기성 작가나 출판사가 신작, 신간을 홍보하기 위해 활용할 수도 있을 것으로 보인다. 모바일 환경에서 책 내용의 일부, 또는 축약된 내용을 제공함으로써 작품 및 작가의 인지도를 높이고 홍보할 수도 있기 때문이다. 아울러 이 플랫폼에서 공유되며 인기를 모은 콘텐츠가 종이책으로 출간되는 사례도 가능할 것이다.

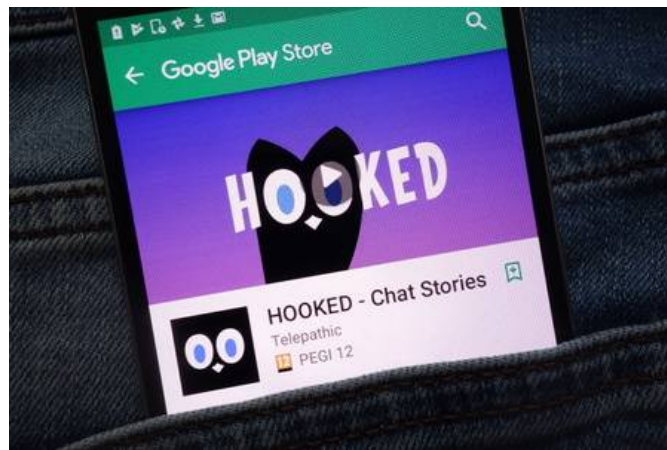


사진 2 _ 스토리 플랫폼 훅트(Hooked)(출처 : <http://www.hooked.co>)

종이책과 전자책의 상호 확장, 파페고

세 번째로 종이책을 디지털로 읽게 해주는 서비스 파페고(papego)가 있다. 종이책·전자책 상호 확장 독서 앱이라고 할 수 있다. 방식은 파페고 앱을 다운로드 해서 파페고 서비스와 제휴한 종이책을 구매한다. 종이책에서 최근 읽은 페이지를 파페고 앱으로 촬영하면 그 부분부터 최대 25% 분량까지 전자책으로 이용할 수 있다. 전자책에 표시된 종이책 페이지를 찾아 다시 종이책을 읽을 수 있다. 종이책을 구매하면 일부를 전자책으로 읽을 수 있는 개념이다.

출판사 측이 파페고 측에 권당 수수료를 지불한다. 이 앱은 기본적으로 종이책 판매 촉진을 위한 홍보 마케팅이 주요 목적이기 때문에 위와 같은 이용 분량 제한이 있다. 독자 입장에서 일부이나마 전자책을 통한 새롭고 편리한 독서 경험을 누릴 수 있다. 예컨대 종이책을 손에 들고 읽기 어려운 장소나 상황에 놓였을 때 전자책으로 읽다가, 다시 장소 여건이 종이책 독서에 적합하게 되었을 때 종이책을 펼쳐들 수 있는 것이다. 아날로그와 디지털, 양 측면의 독서 체험을 비교적 손쉽게 할 수 있다는 것이 장점이다. 전자책을 출시하기 어려운 형편이

나 상황의 출판사, 작가 입장에서 이 서비스를 통해 전자책을 독자들에게 제공할 수 있다. 이를 통해 홍보 효과를 거두는 것은 물론, 아날로그 감수성에 익숙한 독자와 디지털 환경에 익숙한 독자 모두에게 다가갈 수도 있을 것이다.

아날로그 감수성의 부활, 컬러링북과 필사 책

이상 세 가지 사례는 디지털 기술에 바탕을 둔 책의 확장 또는 융합이지만, 아날로그 감수성에 바탕을 둔 책의 확장 사례도 있다. 바로 컬러링북과 필사 책이다. 특히 2015년에 이 두 분야는 큰 인기와 화제를 모으며 언론에도 자주 소개되었다. 2015년 당시 관련 기사 하나를 보면 다음과 같다. “2014년 하반기 조해너 배스포드의 『비밀의 정원』(클, 2014)이 출간되면서 시작된 컬러링북 열풍이 여전하다. 인터파크 도서가 올해 1~5월 판매량을 분석한 결과 전년 동기 대비 관련 카테고리 도서 판매량이 426%, 컬러링북 출간 종수가 126% 증가한 것으로 나타났다. 컬러링북 열풍에 힘입어 색연필 및 사인펜 48%, 도화지 34%, 크레파스 37% 등 연관 문구류 판매량 또한 전년 동기 대비 크게 상승했다.”(<독서신문> 2015.7.1.)

손글씨 책, 이른바 필사(筆寫) 책의 인기도 만만치 않았다. 역시 2015년 하반기의 관련 기사 하나를 살펴보자. “교보문고에 따르면 손글씨 책 출간 총수는 2010년 20종, 2011년 19종, 2012년 21종, 2013년 29종, 2014년 36종, 2015년 46종으로 지속적으로 늘어난 상황이다. 교보문고 관계자는 ‘작년부터 컬러링북이 뜨면서 하반기에 캘리그래피 위주로 손글씨 책도 함께 뒀다’며 ‘2010년부터 해마다 10% 이상 상승률을 보이던 것이 2014년에는 2.4배 가까운 판매 신장을 보이고 있다’고 말했다.”(<뉴시스> 2015.9.5.)

노트 또는 스케치북과 책의 융합, 또는 책이 노트 또는 스케치북으로 확장되는 경우라고 할 수 있다. 왜 그런 확장이 각광받는가? 많은 이들이 컬러링북에 색을 칠하고 필사 책에 글씨를 적는 동안 심리적 안정과 스트레스 해소 효과를 느낀다. 디지털 기기와 매체에 둘러싸여 지내는 삶에서 잠시 벗어나 아날로그 감수성을 누리는 즐거움을 찾는다. 속도와 성과 최우선주의 사회에서 느리게 즐기면서, 성과와는 무관하게 자기만족을 누릴 수 있다. 박수밀의 『고전필사』(토틸, 2015)에 대한 한 인터넷서점의 독자평을 보면 이렇다. “다양한 이미지와 훌륭한 격언들을 통해 책을 단지 읽는 수단이 아닌, 고전 필사를 통해서 마음을 다스리는 좋은 책인 것 같네요.” ‘단지 읽는 수단이 아닌’이라는 독자의 말이 필사 책과 컬러링북의 성격을 잘 요약해준다.



사진 4 _ 『비밀의 정원』 (클) 표지

책의 물질적 본성을 극대화한 종이접기 책

마지막으로 다섯 번째, 책의 아날로그적 물질성을 가장 극대화한 책은 바로 종이접기 책이다. 그 자체로 ‘책은 곧 종이’라는 엄연한 사실, 오래된 사실을 증언하는 책이라고도 하겠다. 이 분야에서 독보적인 출판사는 1972년 설립된 종이나라라고 할 수 있다. 1988년 처음 출판 사업을 시작한 이후 30년 동안 1,000권 이상 종이접기 책을 출간했다. 최근에는 증강현실 컬러링 책까지 더욱 다양한 분야 책을 선보이고 있다. 1989년 사단법인 한국종이접기협회를 창립했고 종이문화재단을 설립했다. 1998년에는 서울 장충동 종이나라 빌딩에 종이나라박물관을 개관하기도 하였다. 해마다 ‘대한민국 종이접기·종이문화 컨벤션’을 개최하여 다양한 프로그램을 진행한다. 단순한 출판사에서 더 나아가 종이 콘텐츠 기업이 된 셈이다.

종이접기는 손으로 하는 정교한 활동이다. 책읽기는 기본적으로 시각을 통한 활동이지만 물질성을 지닌 책을 손으로 어루만지고 책장을 넘기고 책장을 접기도 한다. 종이접기 책은 접는 활동을 통해 어떤 의미에서는 ‘종이 그 자체를 읽는 책’이라고도 하겠다. 책의 ‘확장’이라기보다는 전통적인 종이책의 물질적 본성으로 깊이 파고든 경우라 할 수도 있을 것이다.



사진 5_ 『김영만 종이접기놀이 100』 (종이나라) 표지

생활형 SOC 도서관 지원 정책 시행에 대한 작은도서관의 생 각

박소희(어린이와 작은도서관협회 이사장)

2018. 12.

또다시 조성인가?

작은도서관 통합 홈페이지(www.smalllib.org) 첫 화면에는 현재를 기준으로 등록되는 전국의 작은도서관 수가 표시되어 있다. 2018년 11월 초를 기준으로 6,400개를 넘어섰다. 2017년 작은도서관 운영실태조사 및 운영평가 결과보고서(문화체육관광부, 2018)에 따르면 등록 기준에 적합한 현재 운영되는 작은도서관의 수는 6,058개로 조사되었다. “걸어서 10분 안에 도서관”을 만날 수 있는 지역적으로 가장 접근성이 좋고 주민 친화적 공간으로 생겨온 작은도서관은 그간 괄목할 만한 수적인 성장을 이루었다. 공공도서관 1,000개, 어린이도서관 100개, 거기에 학교 도서관과 작은도서관까지 합치면 수많은 어린이와 성인 및 학생들이 이용하는 도서관의 수가 부족하다고 느껴지지 않을 정도의 수준이 되었다.



사진 1 _ 제주도 설문대 어린이 도서관(필자 제공)

그러나 이 모든 공공도서관과 학교 도서관이 몸살을 앓고 있는 문제는 공간은 있으나 이를 운영할 만한 안정적인 인력 확보가 어렵다는 것이다. 이 문제는 수십 년 동안 지속적으로 이야기되어왔으며 개선을 요구하고 있는 실정이다. 이러한 시점에 정부는 2018년 8월, 지역 밀착 생활형 SOC(Social Overhead Capital, 사회간접자본)에 기반을 둔 공공도서관 및 작은도서관 조성 계획에 예산을 확대하여 운영하겠다는 계획을 발표했다. 이후 문재인 대통령은 서울 은평구 구산동도서관마을을 방문하여 정부의 생활형 SOC의 모범 사례로 소개하고 이를 적극적으로 추진하겠다는 의지를 표명한 것으로 보인다.

생활형 SOC 작은도서관 조성은?

생활형 SOC는 국민 생활에 기반을 둔 도서관, 국민체육 시설, 돌봄 시설, 미세먼지 차단 숲, 낡은 도시의 재개발 지원, 위험 도로와 철로 개선 등을 확대하여 국민의 삶의 질 향상에 이바지할 뿐만 아니라 일자리 창출의 효과를 거둘 것을 기대하며 마련된 정책이다. 이에 올해 5.8조 원에서 내년 8.7조 원으로 50% 이상의 예산을 늘릴 계획을 발표한 것이다.

문화체육관광부는 지난 9월 각 지자체에 2019년도 생활형 SOC 사업 추진을 위한 체육·문화시설 지원사업 가이드라인을 배포하였다. 전국 시·군·구 작은도서관 건립 지원에 223개소와 노후해진 공공도서관을 북카페형과 개방형 휴식 공간으로 리모델링하여 신규 50개소를 확충하는 계획으로 작은도서관 조성 지원에 221억 4천9백만 원(보조율 70%)과 공공도서관 건립 지원 200억 원(보조율 40%)을 투입한다

고 발표했다. 현재 자치단체에 사업 수행을 위한 수요조사를 9월 24일~10월 8일까지 2주간에 걸쳐 실시하고 10월 19일까지 보완과 평가를 거쳐 10월 22일 지원 대상(안)을 통보하며, 12월 지원 대상을 확정하는 일정으로 진행되고 있다.

이러한 정부 정책의 방향이 국민의 입장에서는 나쁘지 않다고 여겨진다. 국민들의 문화 향유를 통한 삶의 질 개선에 역점을 둔다는 점에서 과거 토목사업과 건설 위주의 계획에서 좀 더 쾌적한 환경을 생활 현장인 지역과 밀착하여 추진한다는 점에서는 크게 환영할 만한 점이다. 그러나 문제는 도서관을 이용하거나 운영하는 사람의 관점에서 보면 이러한 일련의 조치가 너무나 뜬금없는 발표이지 않은가 하는 것이다. 공공도서관과 작은도서관 현장에서 지금 겪고 있는 문제가 무엇인지 소통의 장이 과연 마련된 적이 있었는가 하는 것이다.

예산에 따른 맞춤형 집행의 결과를 통해 어떠한 변화와 문제를 다음 과제로 설정하고 있는지, 그리고 향후 사회에 미칠 영향에 대한 전반적인 분석 결과에 따른 집행 의지인지 고개를 가우뚱하게 만든다. 예견된 방향이라기보다는 급작스러운 결정인 듯한 느낌을 지울 수 없는 것은 이를 집행할 문화체육관광부도, 지방의 자치단체도 현재 명확한 방향과 비전을 선뜻 내놓지 못하고 있기 때문이다.

현재 도서관계는 새롭게 제6기 대통령직속 도서관정보정책위원회가 구성되었으며 제3차 도서관종합발전계획이 수립되고 있는 시점이다. 아직 향후 도서관의 전체적인 미래 설계가 나오지 않은 상황에서 2019년부터 본격적으로 추진될 이번 생활형 SOC 사업을 통한 공공도서관과 작은도서관의 조성 사업의 결과가 어떤 영향을 미칠지는 확인할 수 없는 시점인 것이다. 앞서 밝힌 것과 같이 제2차 도서관종합발전계획 과정에서 작은도서관은 양적인 성장을 거듭하고 있으나 여전히 민간 차원에서 작은도서관이 조성되고 있다. 특히 공동주택(아파트) 작은도서관의 수가 전체 작은도서관의 33.6%인 1,560개관을 차지하면서 개소 이후 운영에 대한 최소한의 가이드라인도 없이 주먹구구식으로 운영되는 문제점들이 발생하는 빈도가 점차 늘고 있는 상황이다.

2015년 9월, ‘국가발전과 도서관의 역할’이라는 주제로 열린 작은도서관 토론회에서 작은도서관은 더 이상의 조성보다는 양적 성장을 질적 성장으로 전환해야 하는 시점임을 공히 인식하고 질적 성장의 토대 마련을 위한 도서관법의 정비와 작은도서관 인력 구조를 개선해야 한다고 그 방향을 제시한 바 있다. 이번 정부가 새롭게 추진하고자 하는 생활형 SOC 사업의 일환으로 이루어지는 작은도서관 223개소는 더 이상 공간 조성 계획이 아니라 이를 누가 어떻게 운영하여 작은도서관의 역할을 바로 세우고, 국민들이 좀 더 공공도서관의 서비스를 쾌적하게 받고 누릴 수 있도록 그 모델이 되어야 한다는 시대적 과제가 있다. 그에 따라 건축의 관점에서 바라보기보다 운영의 관점을 개선하는 방향으로 제시되어야 한다는 점을 다시 한 번 강조하고 싶다.

‘사람’이 전제되어야 한다

작은도서관은 1980년대 문고의 형태를 벗어나 좀 더 공공서비스를 강화하여 공공도서관의 부족한 틈을 메우며, 주민이 가장 접근하기 쉬운 위치에서 주민들에게 알 권리와 정보 접근력을 높이기 위해 노력해왔다. 그러나 여전히 작은도서관은 현재까지 76.8%에 해당하는 4,651개관의 수가 말하는 것처럼 민간 영역에서 운영되고 있으며 부족한 인력과 예산으로 힘겹게 그 역할을 수행하고 있다. 협소한 공간의 단점을 보완하기 위해 주민과 함께 읽고 선별하여 좀 더 유용한 책들을 갖추고자 노력했으며, 책을 통한 생활문화 예술 활동을 창조적으로 만들고, ‘한 아이를 키우기 위해서는 마을 전체가 필요하다’는 인식을 확산해왔다. 또한 마을의 현안들을 공론화하고 좋은 마을을 만들기 위한 일에 앞장서 나설 수 있었던 것도 서로 소통하고 공감하며 아이부터 노인에 이르기까지 좋은 마을 안에서 행복한 삶을 사는 공동체로 일구고자 노력을 기울여왔기 때문이다.

이는 바로 ‘책’이 있는 공간의 힘이며 ‘도서관’이 지역사회와 더불어 성장의 중심에 서야 하고 설 수 있는 공공기관임을 확인해오는 과정이었다. 부족하기에 나누었고, 나누었기에 서로에 대한 이해의 폭과 다양성을 받아들일 수 있는 민주 시민의 자질을 키우는 가장 중요한 곳임을 확인하는 과정이었다. 이러한 작은도서관의 역할이 좀 더 안정적으로 이루어지려면 필수적인 조건이 따라야 함을 인식하는 과정이기도 했다. 작은도서관은 ‘공간’을 통해서 이루어지지 않는다는 점이다. 바로 작은도서관이 제 역할을 하기 위해서는 바로 ‘사람’이 필요하며 ‘사람’의 성장을 돕기 위해서도 이제는 ‘사람’에 대한 지원과 교육 대안이 마련되어야 하는 시점인 것이다.



사진 2 _ 구로 흥부네 그림책 작은도서관(필자 제공)

이번 정부의 생활밀착형 SOC 작은도서관 조성 사업과 더불어 마련되어야 하는 또 다른 정책 과제는 작은도서관 인력에 대한 대안 마련이라고 생각한다. 따라서 조성 계획만 있고 인력 계획이 뚜렷하게 마련되어 있지 않은 지금의 상황에서 사업 추진의 결과가 정부가 기대했던 방향과 같이 가려면 좀 더 구체적인 방안 마련이 시급하다. 새롭게 조성될 223개의 작은도서관은 향후 작은도서관의 방향과도 밀접하게 연계되는 미래 지향적인 사업 결과물로 정착되기를 희망한다. 이를 위해 작은도서관 조성의 해당 자치단체는 작은도서관의 조성과 더불어 이를 운영할 운영 주체 마련에 현재 작은도서관을 운영하고 있는 사람들과 머리를 맞대고 좋은 방안을 찾기 위한 노력을 기울여야 한다. 생활형 SOC 사업의 모델이 되고 있는 구산동도서관 마을의 사례는 바로 이러한 주민의 의견이 계속 논의되어온 과정이 있었으며 주민의 의견이 반영된 공적자금과 인력이 결합하여 주민들이 향유하게 되는 공간으로서의 좋은 장점이 있다. 이 과정이 이번 과정에는 강조되면서도 빠져 있다는 점이 아쉽다.

새로운 작은도서관의 모델이 되자

생활형 SOC의 결과물로 만들어질 전국의 작은도서관 223개는 미래 비전을 가진 작은도서관의 모델이 되기를 희망한다. 따라서 공간을 지키는 대체 인력 정도의 수준으로 운영자를 고민하기보다는 작은도서관이 지역 주민의 삶의 질을 높이는 활동 공간이 될 수 있도록, 즉 삶을 디자인할 수 있을 정도의 다양한 도서 확충과 정보 제공은 물론이고, 이를 다양한 문화 활동 및 마을 활동으로까지 연계할 수 있는 전문 인력의 확충이 절실히 필요하다. 이를 살피지 않는 조성 사업에는 반대할 수밖에 없다. 이미 너무 많은 작은도서관은 있으나 제대로 운영되는 작은도서관은 절대적으로 부족한 상황이라는 현실에 수만 늘리는 작은도서관의 조성 계획에는 힘을 보탬 수 없기 때문이다.

‘GKL문학번역상’이 문학 한류 마중물 되길 바란다

한정림(전문 인터뷰어)

2018. 12.

박찬오 GKL사회공헌재단 사무국장 인터뷰



사진 1 _ 박찬오 GKL사회공헌재단 사무국장

국내 최대 규모의 문학번역상, 총 상금 1억 원으로 번역가뿐만 아니라 원작자에게도 수여

2014년에 설립된 GKL사회공헌재단은 문화체육관광부 산하 비영리 재단법인으로 관광공기업인 GKL(그랜드코리아레저 주식회사)이 출연기관이다. 국내에서 손꼽히는 공익법인 중 하나로 다양한 사회 공헌 활동을 펼치고 있다. 그중에서도 눈에 띄는 것이 ‘GKL문학번역상’이다. 한국문학의 우수성을 세계에 널리 알리고자 작년에 처음 시도된 ‘GKL문학번역상’은 GKL사회공헌재단에서 장기적인 비전을 갖고 추진 중인 프로젝트다.

첫해였던 작년에 대상과 최우수상, 우수상의 수상작이 나왔다. 대상에는 박민규 작가의 「근처」를 번역한 아그넬 조셉(Agnel Joseph)이 선정되었고, 최우수상은 김애란 작가의 「영원한 화자」를 번역한 성은지가, 배수아 작가의 「도둑 자매」를 번역한 자넷 훙이 우수상을 받았다. 수상작은 프랑크푸르트 도서전을 비롯한 국제도서전과 해외에서 발행되는 한국문학 잡지에 실려 해외 독자들에게 소개되었다.

두 번째를 맞이한 올해 ‘GKL문학번역상’은 규모가 더욱 커졌다. 총상금이 1억 원으로 확대되었고 번역가뿐만 아니라 수상작의 원작자, 기존 번역가에도 상이 돌아간다. 그런 점에서 ‘GKL문학번역상’은 현재 문학계에서 가장 주목받고 있는 문학상 중 하나다. ‘GKL문학번역상’을 성공적으로 이끌고 있는 GKL사회공헌재단의 박찬오 사무국장을 만나 공익과 문학 번역의 상관관계에 대해 이야기를 들어보았다.

Q. GKL사회공헌재단에서 진행 중인 공익사업을 보면 관광이나 레저를 통한 프로젝트가 대부분인데 ‘GKL문학번역상’을 제정하게 된 계기가 있나요?

한강 작가의 「채식주의자」가 데보라 스미스의 번역으로 맨부커상을 수상한 것이 모티브가 됐습니다. 한국문학을 세계에 알리려면 좋은 번역이 선행되어야 한다는 것을 국민 모두가 알게 되었죠. 반면에 한국문학의 번역 인프라가 열악하다는 사실도 알려지게 되었습니다. 그 과정에서 우리 재단이 할 수 있는 일이 있지 않을까 해서 시작한 것이 ‘GKL문학번역상’입니다. 우수한 문학 번역가를 발굴하고 지원함으로써 한국문학이 노벨문학상 같은 국제적으로 권위 있는 문학상을 수상하는 데 일조한다는 취지였죠. 무엇보다 한국문학의 우수성을 세계에 알리는 데 마중물 역할을 하고 싶다는 재단의 의지가 컸어요.

Q. ‘GKL문학번역상’에 대해 소개해주세요

‘GKL문학번역상’은 사회공헌사업으로 문학 번역가를 발굴, 지원하는 사업입니다. 시와 소설을 번역한 작품으로 출판 및 수상 이력이 없어야 응모할 수 있습니다. 아직까지는 영어 번역만 대상으로 하며, 올해부터는 특별상 부문을 신설해 해외에서 이미 출판된 작품에도 상을 수여하기로 했어요. 작년과 달리 올해부터는 대상의 경우 원작자에게도 상금을 수여합니다.

‘GKL문학번역상’은 국내에서 시행되는 번역상 가운데 규모가 제일 크다고 할 수 있는데, 총 상금이 1억 원입니다. 대상은 상금이 3천만 원이고 수상작의 원작자에게는 1천만 원이 수여됩니다. 나머지 최우수상과 우수상의 상금도 작년보다 늘었습니다. 최우수상은 1천만 원, 우수상은 5백만 원이에요. 수상자의 수도 각각 두 명과 네 명으로 늘었습니다. 기성 번역가에게 수여되는 특별상의 상금은 2천만 원입니다. 심사위원은 국내외 전문가로 구성돼 있어요. 대역섯 명의 심사위원이 1차, 2차 심사를 하게 되는데 본심인 2차 심사에서는 외국인 전문가 중심으로 심사가 이루어집니다. 지금 현재 올해 번역상의 1차 심사가 한창입니다. 결과는 12월경에 나올 것 같아요.

시상식도 단순히 상을 수여하고 기념촬영하고 끝나는 게 아니라 작가와 번역가와의 만남, 번역가와 독자와의 만남 등 다양한 만남의 자리를 준비하고 있어요. 또 심사위원과의 대화 시간도 마련하려고 하는데 해외에서 한국문학의 위상이 어떨지 직접 들어볼 수 있는 기회가 될 거예요. 심사위원 입장에서 자신이 평가한 작품의 나라에 와서 직접 보고 듣고 느낀다면 작품에 대한 애정이 남달라질 거라고 봅니다.

Q. ‘GKL문학번역상’이 처음 시행된 작년과 다르게 올해 상금 규모나 여러 면에서 변화가 있나요?

작년에 처음으로 ‘GKL문학번역상’을 진행했는데 예상외로 반응이 좋았습니다. 시행착오도 겪었고 파일럿 테스트 성격이 짙었지만 기대 이상의 성과가 있었어요. 수상작 중 두 편은 하버드대학교 한국학연구소에서 발행하는 한국문학 잡지인 <아젤리아(Azalea)>에 소개됐어요. 대상을 비롯한 수상작을 엮은 단편집을 제작해 ‘GKL문학번역상’으로 프랑크푸르트 도서전에도 참가했는데 현지 반응이 꽤 좋았습니다. 해외 독자의 관심이 높았어요. 서울국제도서전에도 참가했습니다. 해외 독자의 반응을 보면서 좋은 번역의 중요성을 새삼 실감했습니다.

그리고 좋은 번역이 나오기 위해서는 훌륭한 원작이 필수적이죠. 작년 수상자의 수상 소감을 보면 수상자 모두 좋은 작품을 써준 원작자에게 감사하다는 말을 했어요. 그래서 올해부터는 대상 수상작의 원작자에게도 상을 수여하기로 했습니다. 애초에는 신인 번역가를 대상으로 공모를 진행했는데 올해부터는 특별상 부문을 신설해서 기성 번역가에게도 상을 수여하기로 결정했습니다. 훌륭한 번역가가 어느 날 갑자기 나타나는 게 아니니까요.



사진 2 _ 2018 프랑크푸르트 도서전 내 ‘GKL문학번역상’ 홍보 사진(출처 : GKL사회공헌재단 제공)



사진 3 _ 2018 서울국제도서전 내 ‘GKL문학번역상’ 부스 사진(출처 : GKL사회공헌재단 제공)

Q. 기존의 사업과는 다른 문학 번역 사업이었고 첫 시도라 어려움이 많았을 것 같아요.

아무래도 새로운 시도라서 힘들었어요. 어떤 분야에서 프런티어가 되어 나아간다는 게 쉬운 일은 아니잖아요. 우리 재단에서 문학번역상을 하겠다고 했을 때 문학이나 번역에 대해 모르지 않느냐는 지적도 있었어요. 그럴 때마다 솔직하게 모른다고 대답해드렸죠. 다행히 대산문화재단과 코리아타임스 등에서 번역상을 주고 있어 참고가 됐어요. 사업을 수행하는 수행기관을 선정할 때 이런 문학번역상을 전문적으로 해온 곳을 찾아보기 힘든 점도 있었어요. 백지상태에서 시작한 일이니까 당연히 시행착오를 겪었습니다. 수행기관 선정이나 진행 면에서 문제가 있었죠. 하지만 이런 경험이 쌓여서 긍정적인 방향으로 나아갈 것으로 기대하고 있어요. 무엇보다 우리는 이 사업을 근시안적으로 보고 있지 않거든요. 장기적으로 가야 할 사업으로 생각하기 때문에 조급해하지 않습니다.

Q. 올해 응모 상황은 어떤가요?

작년과 크게 다른 것은 중·장편 응모가 눈에 띄게 늘었다는 거예요. 세계무대에 나가보니 단편보다는 중편, 장편에 대한 선호도가 높은 것 같았어요. 아무래도 한국문학의 해외 진출에는 단편보다는 중·장편이 유리해보입니다. 심사의 공정성 때문에 구체적인 작품명을 언급할 순 없지만 전체적인 작품 편수도 크게 늘었습니다. 작년에는 44명의 작가가 138편의 작품을 응모했는데 올해는 37명의 작가가 총 337편의 작품을 응모했습니다. 번역가 데뷔를 앞둔 지망생들 사이에 관심이 높다고 들었어요.

Q. 수상자에 대한 지원은 어떻게 이뤄지나요?

기본적으로 상금이 수여되는데 무엇보다도 ‘GKL문학번역상’ 수상이 다음 작업으로 이어질 수 있는 원동력이 되길 바라는 마음이에요. 그리고 실제로 해외 출판의 기회로 이어진다면 더 바랄 나위가 없겠죠. 그 밖에도 번역가의 해외 활동 지원도 가능하리라 봅니다. 예를 들어 해외 도서전이나 행사에 초청될 경우 체류비 등을 지원할 수 있도록 조항을 마련해놓았어요. 씨앗 단계의 신인 번역가가 싹을 틔울 수 있는 토양을 우리가 만들어주고 싶습니다.

Q. ‘GKL문학번역상’은 앞으로 어떤 비전을 갖고 진행해갈 계획인가요?

우리 재단에서 운용하는 기금이 출연기관의 상황에 따라 줄기도 하고 늘기도 합니다. 처음에 100억 원 수준에서 기금을 운용하다가 80억 원으로 줄었어요. 재원이 줄더라도 문학번역상은 규모를 줄일 예정이 없어요. 지금 가고 있는 방향이 옳다고 생각하기 때문에 10년이든 20년이든 이대로 끌고 갈 겁니다. 당장 눈앞에 놀랄 만한 성과가 나오긴 힘들 거라고 생각해요. 최소한 10년은 투자와 지원이 이뤄져야 한다고 봅니다.

우리 재단이 올해 한국문학번역원과 MOU 체결을 맺고 한국문학번역원에서 수학하는 학생 한 명에게 장학금을 주고 있습니다. 한국문학번역원 관계자의 말에 따르면 한국어 교육기관인 세종학당에 유학 오는 외국인 유학생 수가 급증하고 있어요. 방탄소년단 같은 K-pop 그룹의 활약으로 한국에 대한 관심이 최고조에 이르렀다고 합니다. 한국문화가 처한 현 상황이 좋은 편이라 한국문학이 어필할 수 있는 좋은 기회인 것 같습니다. 문학작품 한 편이 한국에 대해 이해할 수 있는 충분한 계기를 만들어줄 수도 있다고 봅니다. ‘GKL문학번역상’이 마중물이 되어 문학 한류가 시작될 그 날을 기대하고 있습니다.

낭독의 힘을 몸으로 겪는 시간, 책 듣는 밤

박사(‘책 듣는 밤’ 낭독 진행자, 북칼럼니스트)

2018. 12.

처음, 그러니까 대중들 앞에서 처음 책을 소리 내어 읽었던 건 산울림소극장에서였다. 어두운 극장의 관객석을 마주했지만 내게 그들은 보이지 않았다. 어슐러 K. 르 귄(Ursula K. Le Guin)의 『오멜라스를 떠나는 사람들』(시공사, 2014)을 읽는데, 지하실의 아이가 외치는 순간 왈칵, 울음이 나왔다. 눈앞이 흐려져 글자가 보이지 않았다. 보이지 않는 객석 어딘가에서 훌쩍거리는 소리가 들렸다. 들렸다고 생각했다. 하지만 아마도 내가 제일 많이 울었을 것이다.

「오멜라스를 떠나는 사람들」은 그 후로도 여러 차례 읽었다. 내가 진행하는 ‘책 듣는 밤’에서 읽은 적도 있고 내가 가르치는 학생들 앞에서 읽은 적도 있다. 어김없었다. 그 부분에 도달하면 눈물이 왈칵 넘쳤다. 마치 그 아이의 절규가 내 뼈를 울리는 것처럼, 누군가 내 눈물샘을 손가락으로 꼭 누르는 것처럼 울음이 나왔다. 몸이 기억하는 듯했다. 몸이 그 감정을, 울음을, 각성을 기억하는 듯했다.

소리 내어 읽으면 몸이 함께 읽는다. 내 몸뿐 아니라 남의 몸도 함께 읽는다. 60회가 넘게 ‘책 듣는 밤’을 진행하면서, 나는 내 숨이 글자위를 오르락내리락하면서 만지는 느낌에 중독되었다. 나와 청자들은 같은 배를 탄 것처럼 천천히 흔들려가며 끝을 향해 나간다. 낭독을 끝내고 눈을 들면, 사람들의 표정이 막 잠에서 깬 것처럼 맑다. 그때야 비로소 부스럭부스럭 각자의 현실로 돌아온다.



사진 1 _ 낭독회 진행 모습(필자 제공)

낭독을 해야겠다는 생각을 떠올린 2013년만 해도 이 일이 이렇게 오래갈 줄은 몰랐다. 아니, 정확히 말하면 아는 것이 하나도 없었다. 낭독의 의미, 다른 사람에게 책을 읽어준다는 것의 의미, 함께 같은 리듬으로 읽는 느낌, 나의 상상력과 타인의 상상력이 함께 내달려가는 멀고도 가까운 길에 대해서, 나는 하나도 아는 것이 없었다. 같은 부분에서 웃음이 터질 때의 안도감에 대해서, 동지애에 대해서 아는 게 하나도 없었다. 소리 내어 책을 읽으면서 정렬되는 내 세포의 감각에 대해서 아는 게 하나도 없었다. 지금도 안다고 말할 수는 없지만, 5년의 시간이 지나면서 나는 낭독의 즐거움에 길들여졌다.

예전에도 종종 그렇게 읽었다. 라면을 끓이려고 물을 올려놓고 기다리는 짧은 시간, 『배우, 자유로운 인간을 위한 백세 개의 모노로그』(청하, 1990)를 아무 데나 펼쳐 집히는 대로 소리 내어 읽곤 했다. 장 콕토(Jean Cocteau)의 짧은 시를 다급하게 읽어 뽀뽀 인사를 녹음해 놓기도 했다. 책에서 재미있는 부분을 발견하면 ‘아아, 누군가에게 읽어주고 싶어!’ 하며 휴대전화 목록을 뒤지기도 했다. 그때 느낀 즐거움들이 모여서 결국은 나만의 낭독 행사를 하게 만들었을 것이다. 가늘고 길게 가는, 마니아 없이는 불가능한 ‘책 듣는 밤’이라는 행사.

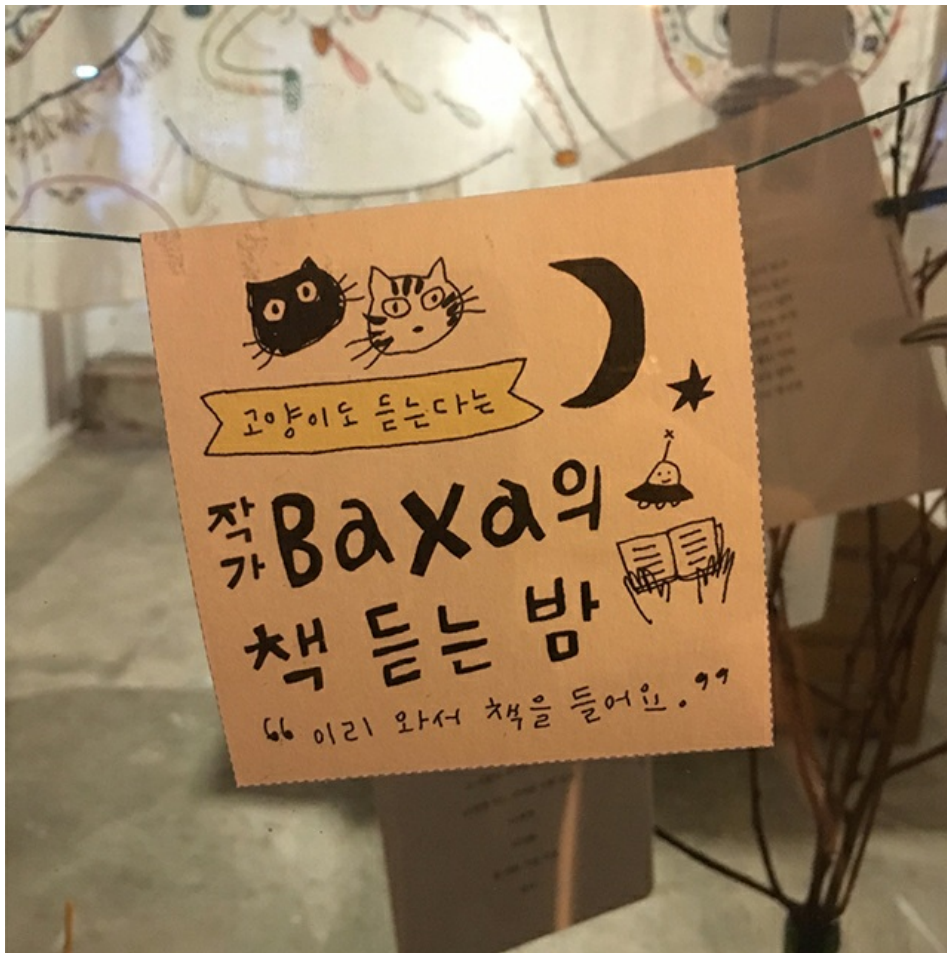


사진 2_ 책 듣는 밤(필자 제공)

세월호가 침몰하고 난 얼마 후 ‘책 듣는 밤’을 하면서 나는 두 시간에 걸쳐 단 한 권의 책을 읽었다. 미야자와 겐지(宮瑞悟)의 『은하철도의 밤』(소와다리, 2015). 죽은 아이들이 타고 가는 기차의 풍경을 읽다가, 젖은 아이들의 발에 어느 순간 신경 있는 하얗고 뽕송뽕송한 양말에 대해 읽다가 나는 몇 번이나 울었다. 끝나고 난 뒤 말없이 들고 돌아간 지인이 메시지를 남겼다. “울어줘서 고맙다”고. 그때 나의 낭독은 일종의 애도였다고, 우리 모두의 울음이었다고 지금도 생각한다. 사실 많은 책이 그렇다. 그 목소리를 꺼내는 것, 그 감정을 꺼내는 것이 낭독의 일이다.

동네서점이라면 킹스맨처럼 – 초짜 1인 서점/출판사 분투기

박우현(지역 밀착형 동네서점 우주소년 운영자)

2018. 12.

경쟁 위주의 주입식 교육은 결국 자식 세대까지 이어졌다. 딸아이가 중학교에 갈 나이가 되자 나의 고민은 깊어졌다. 대입만 바라보는 입시 교육을 개선하지 못하고 자식에게까지 물려준 자괴감이 밀려왔으며 다른 한편으로는 다양성을 인정하지 않는 한국 사회를 향한 분노와 피로감이 극에 달했다. 계속 이런 세계에서 버티다간 몸과 마음이 망가질 게 뻔했다. 출구가 필요했다.

“그래, 교육 망명을 하는 거야!”

그리고 마침 기회가 왔다. 딸아이가 경기도에 있는 한 대안학교에 합격한 것이다. 이 학교는 여타 대안학교처럼 기숙형 학교가 아니라 통학을 원칙으로 한다. 다시 말해, 딸아이가 학교에 다니려면 가족이 이사해야 한다는 이야기다. 그렇게 우리 가족은 망명을 떠났다. 이곳 학교는 마을 커뮤니티를 중요하게 여겼다. 한 명의 아이를 키우기 위해서는 온 마을이 필요하다는 말이 있듯이 학교는 지역과 연대를 지향했다. 학교 안에서만 대안적 삶을 이야기해봐야 소용이 없으니까. 그렇다 보니 학교를 중심으로 마을 곳곳에 마을 활동 모임이 존재했다. 인문학 공부 모임부터 생활 협동조합은 물론 각종 동호회까지 활발했다. 이렇게 나는 새로운 세상을 접했다. 새로운 망명지에서 내가 할 수 있는 일을 찾았다.

우선은 서울에 있는 사무실 겸 작업실을 이전했는데 임대료는 서울의 절반 수준으로 떨어졌고 공간은 더욱 넓어졌다. 넓어진 작업실 공간 한쪽을 마을과 공유해야겠다는 생각이 문득 들었다. 생활 커피교실과 독서 모임을 열었고, 독립영화 공동체 상영을 주최하면서 자연스럽게 마을 커뮤니티의 일원이 되었다. 그러다가 2014년에 도서정가제가 시행되면서 작업실은 자연스럽게 ‘동네서점 우주소년’이 되었고, 어느덧 4년이 흘렀다. 서점을 열게 된 계기의 전모는 바로 이렇다. 다소 장황하지만 우주소년의 성격과 정체성을 설명하려면 어쩔 수 없다.



사진 1 _ 서점 외부 전경(우주소년 제공)

애초부터 서점의 책 판매 수익 구조를 잘 알고 있었기에 우주소년은 지금껏 수익보다는 가치 지향의 운영을 해왔다. 우주소년은 ‘공론의 공간’ 역할을 하면서 마을의 여러 공동체와 협업을 하기도 한다. 마을 학교 선생님과 청소년을 위한 덴마크형 자유 학교라 할 수 있는 ‘열일곱 인생학교’를 운영해왔고, 마을 역사와 지리를 탐구하는 모임을 개설하여 지역 콘텐츠를 개발하기도 한다. 때로는 재즈를 함께 들으며 맥주 파티를 열기도 하고, 마을 팟캐스트를 기획해 동네 원주민과 이주민 사이의 괴리감을 없애 마을 공동체 회복에 앞장서기도 했다.

2016년에는 마을 학교의 도움으로 『시골빵집에서 자본론을 굶다』(더숲, 2014)의 저자를 초대하여 작가와의 만남 행사를 열었는데 이 일이 인연이 되어 매해 마을 사람과 함께 일본 시골 마을 빵집 탐방을 떠난다. 이쯤 되면 우주소년은 영화 <킹스맨>에 나오는 킹스맨 양복점이라 할 수 있겠다. 킹스맨 양복점이 알고 보면 지구를 구하는 요원의 비밀 기지인 것처럼 우주소년도 무늬만 책방이지 알고 보면 마을 콘텐츠 플랫폼 노릇을 한 셈이니까.



사진 2 _ 『시골빵집에서 자본론을 굶다』의 저자 와타나베 이타루 씨와 그의 부인 와타나베 마리코 씨가 운영하는 돗토리 현 시골 마을 빵집 ‘타루마리’에 마을 사람과 함께 방문한 사진.(우주소녀 제공)

재밌는 건 동네서점을 살리기 위해 책을 사달라고 하소연하는 것보다 이처럼 서점이 마을로 더욱 적극적으로 들어가니 책 판매가 따라온 점이다. 마을의 작은 동네 도서관은 물론 교회 도서관, 학교 도서관을 비롯한 각종 독서 모임이나 인문학 강좌에서 책 주문이 들어오기 시작했다. 주민 개인도 급한 책이 아니면 인터넷 서점 대신 우주소녀를 찾는다. 인터넷 서점이나 대형 서점은 구매의 편리성, 할인이나 적립과 같은 혜택이 있지만 단 하나 부족한 것이 있다면 나의 소비가 나의 동네를 위해 쓰이지 않는다는 점이다. 다시 말해, 동네 경제 생태계의 순환 차원에서 동네서점에서의 책 구매는 매우 중요한 소비자 행동이기도 하다.



사진 3 _ 동네 인문지리 탐사 프로젝트 '머내여지도' 모임. 이날은 서울 곳곳을 답사한 『서울 선언』의 저자 김시덕 교수가 함께했다.(우주소년 제공)

책이란 상품의 오묘한 점은 여기서 끝나지 않는다. 지적 소비가 지적 생산으로 이어지는 유일한 자본주의 상품이랄까. 연장선에서 말하자면 우주소년은 이런 연유에서 올해 출판을 시작했다. 공론의 공간이자 창안의 공간이 된 서점이 지역 콘텐츠와 결합할 때 어떤 일이 벌어질 수 있을지 앞으로도 기대가 된다. 동네서점에서 지역의 청년 에디터를 고용하고, 디자이너와 협업하면서 책을 만들고 지역 청년 영화인과 함께 영화를 만들 수 있는 날이 올지도.

작은 출판사의 홍보 방식은?

이중호(청미출판사 대표)

2018. 12.

책은 만들기도 어렵지만 팔기는 더 힘들다는 것을 절감하고 있는 요즘이다. 출판 시장은 불황이지만 신간은 거의 매일 200종 정도 출간이 된다. 이 중 극소수의 책만 중쇄를 찍거나 베스트셀러가 된다. 청미출판사는 지금까지 6종의 책을 출간하였는데, 그 중 중쇄를 제작한 것은 2종에 지나지 않는다. 아직 출간 종수도 작고 출판사 운영 경력도 짧지만, 출판에 대해 관심 있고 작은 출판사를 경영하는 분들과 경험을 공유하고 함께 고민해 보고 싶어 이 글을 쓴다.

출판 마케팅에 대한 강연과 책, 조언은 빼놓지 않고 공부한다. ‘책의 발견성’, ‘출간 전 연재, 예약판매, 펀딩 등을 통한 사전 마케팅’, ‘굿즈’, ‘서평단 등 바이럴 마케팅’, ‘SNS는 기본, 유튜브 시대’, ‘팬덤과 셀럽 마케팅’, ‘경쟁력 있는 콘텐츠’ 등. 생존하기 위한 통찰력 있는 조언에도 불구하고 1인 출판사를 운영하는 현실은 녹록지 않다. 선인세 경쟁에서 밀리고 온라인 서점 광고나 대형서점 매대를 통한 광고는 비용 때문에 생각지도 못한다.

유튜브나 굿즈, 멤버십은 하면 좋지만 인프라가 미약한 우리에게겐 버거운 일이다. 돈도, 이름도, 인력도 없는 작은 1인출판사가 생존할 수 있는 길은 무엇인가? 시니어 전문출판사로 문을 연 우리는, 첫 책에 독자엽서를 넣었다. 주 독자층인 40대 이상의 추억을 소환하고, 젊은 독자들에게는 호기심을 불러일으킬 수 있으리라 생각했다. 독자 데이터베이스 구축과 소통까지 고려한 과감한 시도였다. 엽서는 단 3장 돌아왔다.

그마저 한 장은, 내가 테스트한 것이다. 나중에 보니 대부분의 독자가 독자엽서가 붙어있었다는 것을 모르고 있었고, 길거리의 빨간 우체통이 이젠 거의 다 사라져 엽서를 보내려면 우체국까지 찾아가야 하는 문제가 있었다. 그럼에도 불구하고 보내주신 두 분께는 감사의 마음을 담아 우리 출판사의 책을 보내드렸다.

세상은 변했다. 추억이 소환되지 않았다. 이제 시니어도 SNS다. 우리는 블로그를 운영하기로 했다. SNS 중 40대, 50대의 비중이 크고, 읽고 쓰기를 좋아하는 독자층이 블로그에 있었다. 블로그를 통하여 이미 많은 크고 작은 출판사들이 진입하여 서평 이벤트로 사람들을 불러 모으고 있었다. 청미출판사의 가치, 색깔이 드러나야 했다. 지나고 나서 알게 된 일이지만, 우리 출판사 홍보의 시작과 끝, 그 핵심은 블로그(<https://blog.naver.com/cheongmipub>)에 있다.

우리는 블로그를 ‘독자들과 100년 인생을 함께한다’는 청미출판사의 모토처럼 운영하고자 했다. 대형 출판사가 기획력과 이벤트를 위주로 운영한다면, 작은 출판사인 우리는 ‘사람 향기’가 나게 했다. 이웃 블로그에 꾸준히 답방하고, 공감하고, 답글도 달았다. 표지이벤트를

통해 독자들에게 책 주제에 대해 미리 생각할 시간을 주었고, 우리는 독자에게 배웠다.

책의 제작 과정을 본 이웃들은 대가 없이 청미책을 사서 읽고 진심 어린 서평을 써주었다. 우리는 출판사 블로그에 소개했다. 이웃이 쓴 글을 이웃이 보면서 공감하고 응원했다. 책을 제공하고 받은 서평에 비해 독자의 인생이 고스란히 담겨 있었다. 지역 서점에서 청미책을 찾을 수 없는 이웃이 요청해 ‘출판사 직구’를 시작했고, 책 선물을 보내고 싶은 이웃이 있어 책을 포장했다. 마음을 전달하고 싶은 이웃을 위해 편지를 동봉했다. 이웃들은 일방적인 소통만 가능한 출판사와는 청미 출판사가 다르다고 했고, 소통이라는 것이 이런 것이라며 응원했다.

실제 세상에서도 독자와 소통이 필요하다. 2번의 북 토크쇼 외에도 ‘작은 출판사가 사는 법’이라는 주제로 심야책방에 참여했다. 저녁 7시에 시작해서 밤 12시가 넘어 토크가 끝났다. 아니 너무 늦어 ‘끝났다’. 서울국제도서전에도 참여했다. 도서전에서 찾아주신 분들이 당 떨어질까 ‘청미당’, 목마를까 ‘청미수’를 준비했다. 독자들은 ‘역시 청미’라며 좋아했다. 책을 사전 주문하는 ‘북 사이렌오더’를 했는데 호응이 좋았다.

전국의 우리 독자들이 작은 우리 부스까지 찾아왔다. SNS에는 청미출판사 응원 글이 많았다. 우리의 독자들을 직접 만날 수 있어 행복한 도서전이었다. 도서전에서 책을 팔아보니 서점인들의 노고도 알 수 있었다.



사진 1 _ 청미출판사의 책 선물(필자 제공)





사진 2.3 _ 심야책방 토크쇼 및 전시(필자 제공)



사진 4 _ 북토크쇼(필자 제공)



사진 5 _ 서울국제도서전 부스(필자 제공)

우리는 작다. 작은 청미출판사의 홍보는, 마음이 닿는 소통이다. 아직은 이 방법밖에 못 찾았다. 우리는 느리다. 하지만 점점 책을 사고, 책 문화를 사랑하는 독자들이 오고 있다. 우리를 믿어주는 동네 책방도 생기고 있다. 이 모든 분이 청미출판사의 대주주이고, 자발적 마케터이다. 청미출판사를 사랑해주시는 분들이 있어 우리는 다음 책 출간을 또 준비한다.



‘북 트레일러’ 제작 비용은? 방식은?

황윤정(이은콘텐츠 대표)

2018. 12.

책을 효과적으로 소개할 수 있는 ‘북 트레일러’는 크게 책 전체에 대한 내용 소개 영상과 필자를 포커싱 한 소개 영상으로 나눌 수 있을 것 같다. 영상 제작비는 천차만별이므로, 출판사의 규모에 맞춰 원하는 방식을 선택해야 한다.

처음 이 원고를 청탁받았을 때 나는 고심에 빠졌다. 북 트레일러 영상 제작비용을 어느 기준으로 말해주는 것이 출판사에 도움이 될지 고민이었다. 우리 회사는 소셜 콘텐츠 마케팅 파트 그리고 종이책과 전자책을 출판하는 퍼블리싱 파트가 합해진 회사다. 그러다 보니 현재 온라인 채널과 콘텐츠에 대한 흐름을 좀 더 빠르게 체감할 수 있는데, 단연코 올해의 화두는 ‘영상’이었다.

영상 콘텐츠는 내년에도 유행할 것으로 예상된다. 그러나 영상 콘텐츠는 ‘제작비’라는 고민거리가 따라다닌다. 같은 스타일의 영상인데도 어느 것은 3천만 원대고, 어느 것은 50만 원대다. 이 차이를 모르는 사람들에게 영상 비용을 제시해봤자 비현실적인 이야기일 뿐이다.

영상 제작 대행을 하다 보면 “간단하게 만들어주세요”라고 말하면서, 나중에 요구 사항은 ‘본인만’ 생각하기에 간단한 수정 사항을 수십 개 던져주는 경우가 비일비재하다. “이거 손만 슬쩍 올려주고, 핵심 내용이 번쩍거리게 해주세요”라는 주문이 영상으로 구현되기까지 얼마나 많은 작업이 필요한지를 모르는 사람에게 영상 제작의 제값을 이야기하는 것은 무의미하다.

모든 제품이 그렇겠지만, 영상 또한 비용이 많이 들어갈수록 품질이 좋아진다. 모바일에서 보면 같은 화질처럼 보이지만, HD급 화질을 구현하여 다양한 미디어에 쓸 수 있게 편집하는 것과, 가벼운 디지털카메라로 찍은 사진이나 영상을 편집하는 비용은 큰 차이가 난다.

20만 원짜리 영상은 20만 원짜리 퀄리티를 가진다

영상 제작은 ‘기획 → 콘티 구성 → 이미지 촬영 및 제작 → 영상 편집 → 미디어별 최적화 → 미디어 업로드’ 순으로 진행된다. 여기에 들어가는 인원은 기획, 영상 촬영, 영상 편집, 마케팅 정도다. 만약 1인 방송을 하는 사람이라면, 이 역할을 모두 혼자서 해내는 것이다. 즉 비용 대신 자신의 노동력과 시간을 쏟는 것이라고 생각하면 된다.

영상 비용은 이 과정을 전체로 맡기느냐, 자신이 어느 정도까지 해낼 수 있는지에 따라 달라진다. 보통 영상 제작을 외부에 맡긴다고 할 때는 ‘영상 편집’만을 생각하는 경우가 많다. ‘크몽’(<https://kmong.com>) 같은 사이트에서 20만 원 선으로 영상을 제작해준다는 광고가 나와 있지만, 여기에서의 영상 제작은 정확하게 영상 ‘편집’만을 말하는 것이다. 이 또한 수정 횟수에 따라 비용이 추가된다.

기본적으로 1분 30초~2분 정도 되는 북 트레일러를 만들 때, 출판사에서 이미지와 콘셉트 정도만을 전달했다면 적절한 비용은 70만 원 ~100만 원 선이다. 이 또한 제작 기업의 이윤이라기보다 거의 제작 인건비 수준으로 볼 수 있다. 다만 이런 비용을 들인다면 보도자료, 유튜브, 페이스북, 인스타그램 등 다양한 미디어에 품질 좋은 영상을 통일적으로 올릴 수 있게 된다. 또한 이미지나 음원, 서체 등의 저작권이 해결된 영상을 가질 수 있다.

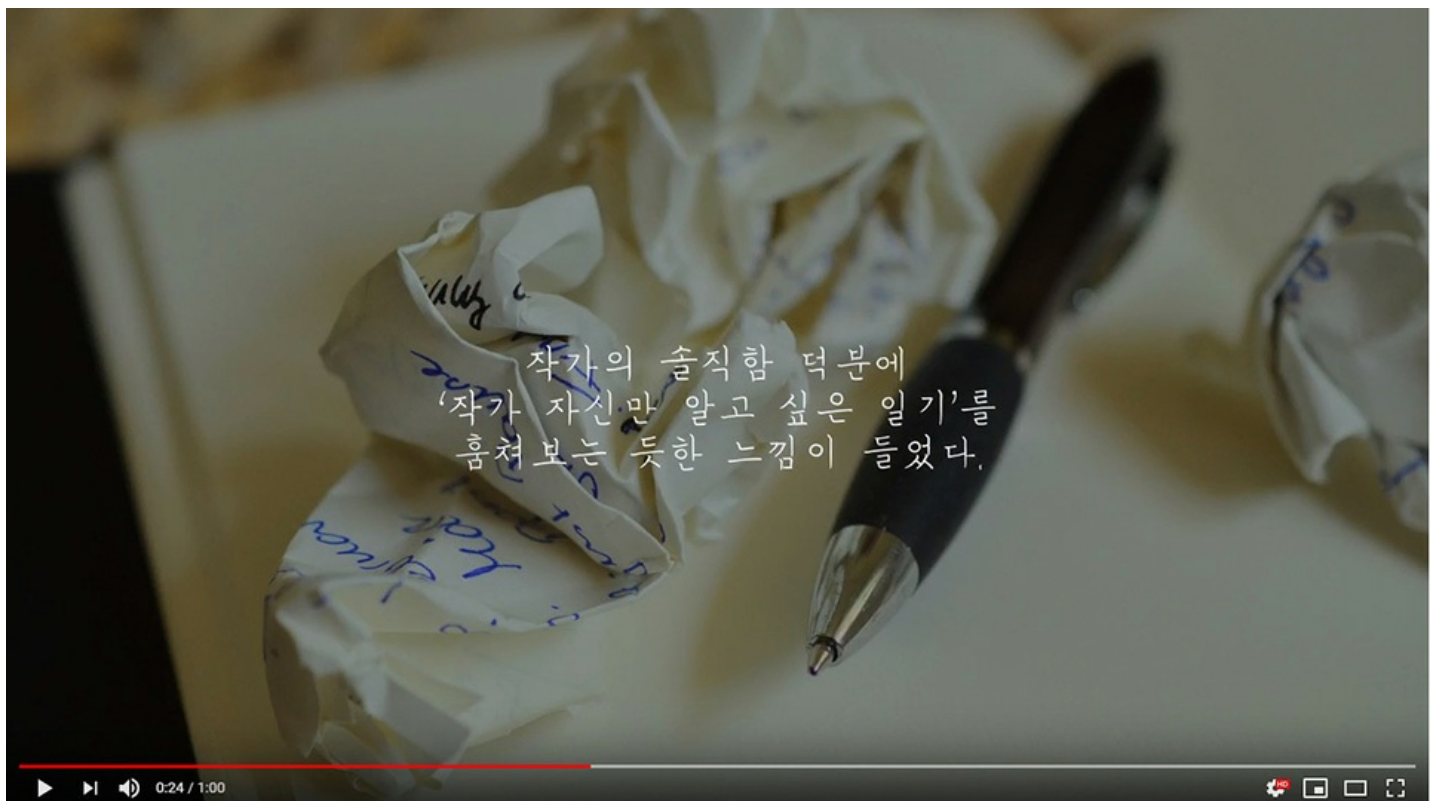


사진 1 _ 이미지 + 텍스트로 이루어진 책 소개 영상(이 정도 영상을 70만 원 선으로 보면 될 것이다.)(출처 : <https://youtu.be/JxMBJBAGPC4>)



사진 2 _ 저자 인터뷰 영상(간단한 멀티미디어 애니메이션 효과가 들어간 영상이다. 장소 섭외, 촬영까지 합해 100만~150만 원 선이다.) (출처 : <https://youtu.be/leikm-8CL2E>)

무료 영상 제작 툴을 이용해보자

작은 출판사의 경우 비용이 부담스럽다면 상대적으로 저렴한 온라인 영상 제작 툴을 이용하는 것도 좋은 방법이다. 월 사용비가 들어가는 하지만 다양한 스타일로 제공되는 템플릿을 활용해 영상을 만들 수 있다. 이들 사이트에서는 음원 또한 무료 음원으로 삽입할 수 있도록 제공하고 있어 편리하다. ‘타일’(<https://tyle.io>)이나 ‘쉐이커’(<https://www.shakr.com>) 같은 사이트에서 편하게 영상을 만들 수 있다.

아래는 사용된 이미지는 회사에서 사용하고 있는 유료 이미지 사이트의 이미지를 활용했다. 이 사이트는 템플릿에 맞는 영상만 제작해야 하기 때문에 자신이 원하는 수정에는 한계가 있다.



사진 3 _ 웨이커를 이용하여 만든 북 트레일러(출처 : <https://youtu.be/oBOOy-if-CI>)

이상으로 북 트레일러 제작비용과 방식에 대해 아주 간략하게 소개해보았다. 비주얼 시대에 맞춰 영상에 대한 요구가 점점 늘고 있다. 그냥 돈을 써서 편하게 맡길 것인가, 아니면 조금 힘들어도 내가 직접 만들어볼 것인가. 선택은 본인의 몫이다.

ISBN 없이 책을 내면 안 되나요?

서상민(디자인이음, 베어매거진 편집장)

2018. 12.

ISBN은 국제표준도서번호(ISBN : International Standard Book Number)입니다. 많은 도서를 체계적으로 유통하기 위해 각 도서에 고유번호를 부여하는 것으로 세계적으로 표준화된 방법입니다. 잡지와 같은 연속간행물에는 국제표준연속간행물번호(ISSN : International Standard Serial Number)를 사용하고 있습니다. 도서 유통, 관리와 정보 수집, 보관 및 데이터베이스 구축에 장점이 많습니다.

하지만 도서의 형태는 점점 다양해지는 추세입니다. 컬러링이나 가계부, 종이 오리기 책처럼 기존 도서 형태를 벗어나는 다양한 책이 만들어지고 있습니다. 종이책은 오랫동안 정보의 보관이란 기능을 담당했는데 최근 모바일 기기에 그 역할을 빼앗기고 있습니다. 그 대신 종이책이 가진 다양한 시도가 이루어지고 있는데, 이러한 현상은 더욱 두드러질 전망입니다.

그리고 몇 해 전부터 급격하게 성장하는 독립출판 영역 안에서 시와 에세이뿐만 아니라 사진, 디자인을 포함한 아트북에 대한 다양한 시도가 이루어지고 있습니다. 1인 창작자에게 번거로운 절차 없이 자유롭게 창작할 수 있다는 장점이 있지만, 세금을 내지 않거나 기록이 남지 않는다는 단점도 있습니다.

그러므로 자신이 만들고 싶은 책의 성격이나 판매하고 싶은 서점의 종류에 따라 ISBN의 유무를 선택하는 것이 좋습니다.

모두 어둡고 좋은 친구들 - 뮤지션 책방 주인이 출판에게

요조(뮤지션, 책방 무사 운영자)

2018. 12.



나는 2018년 현재 데뷔 11년 차 뮤지션이면서 4년 차 책방 주인이자 단독 저자로는 네 권의 책을 낸 작가다. 명함은 다양해졌지만 하나같이 어중간한 수준이다. 그게 언제나 부끄럽다. 아무튼 음악계와 출판계에 약간씩 발을 걸친 신세로 여기저기 기웃거리며 지내고 있는데, 그러다 보니 이런 질문을 왕왕 받는다.

“음악도 하시고 책방도 하시니 잘 아실 것 같은데 음악계가 더 힘들어 보입니까, 출판계가 더 힘들어 보입니까?”

솔직히 나에게 음악 시장과 출판시장 가운데 어느 쪽이 더 어두운지 묻는 것은 새벽 두 시의 어두움과 새벽 세 시의 어두움 중 어느 쪽이 더 어두운지 묻는 것과 비슷하다. 다만 그 어두움 속에서 아주 미묘한 차이를 하나 정도는 알고 있는데, 그것에 관해 이야기해볼까 한다.

나는 음악인으로 지내면서는 “사람들이 너무 음반을 안 사서 큰일이다”라는 우려를 듣고, 책방 주인으로 지내면서는 “사람들이 너무 책을 안 사서 큰일이다”라는 우려를 듣는다. 일순 똑같아 보이는 우려지만 가끔 다를 때가 있다. 더 자세히 써보겠다. 사람들이 너무 음반을 안 사서 큰일이라는 말 속에 표현되지 않은 부분까지 풀어쓰자면 아마 이렇게 써볼 수 있을 것이다. ‘사람들이 너무 음반을 안 사서 큰일이다, 음반을 많이 사줘야 가수가 먹고살 수 있을 텐데.’

반면, ‘사람들이 너무 책을 안 사서 큰일이다’의 경우를 풀어놓으면 ‘책을 사줘야 책방 주인이나 작가들이 먹고살 수 있을 텐데’가 아니라 ‘책을 사야(읽어야) 훌륭한 사람이 될 수 있을 텐데’의 뉘앙스로 해석될 때가 있다. ‘책을 읽어야 훌륭한 사람이 된다’, ‘책을 읽어야 성공한다’는 말이 틀린 것은 아니다. 하지만 그런 생각이 유독 강해서 이른바 ‘독서 만능주의’적인 태도로 책을 대하는 사람들이 있다. 그런 사람들이 책만을 만능으로 대하면 참 다행일 텐데 책을 읽는 자신과 타인 역시 만능으로 여긴 나머지 책을 읽지 않는 사람들을 무시하거나 폄하하는 것으로 이어지는 경우를 나는 너무나 자주 보았다.

적어도 내게는 사람들이 책을 읽지 않는 나름의 이유를 충분히 가지고 있는 것 같았다. 정말 시간이 없어서 책을 읽지 못하는 사람들이 많아 보였고, 책에서 필요한 정보와 재미를 휴대전화로 이미 충분히 얻고 있는 사람도 있었다. 또한 노력했으나 정말 책에 아무런 흥미를 느끼지 못하는 사람도 많은 것 같았다. 그들 모두가 훌륭하지 못하다거나, 성공하지 못했다고 말할 수는 없다. 말이 나왔으니 말인데 책을 많이 읽으면서도 훌륭하지 못한 사람은 얼마나 많으며, 책을 많이 읽으면서도 (세속적인 기준으로) 성공하지 못한 사람 또한 얼마나 많은가? (내가 이 둘 다에 속한다.)

음악과 책이 우리에게 선사하는 것은 엄밀히 말하면 각각 다른 영역에 속한 쾌락이고, 음악을 좋아하는 사람 가운데에서도 은밀한 우월의식은 존재한다. 그럼에도 불구하고 음악인의 입장에서 ‘독서 만능주의’를 조심하자고 말하는 까닭은 내가 책방을 운영하기 때문이며, 앨범을 안 낸 지 너무 오래되어 음악인으로서의 현장감을 거의 상실했기 때문이다!

우리는 음악도 책도 ‘친구’라고 소개할 때가 많다. “음악은 내 친구야”, “책은 내 친구야”라고 말이다. 말하자면 우정을 나누고 있는 것이다. 우정은 아주 귀하고 소중한 것이면서도, 동시에 누구나 경험하며 사는 것이라 특별할 게 없기도 하다. 어떤 우정이 다른 우정보다 더 대단하고 가치 있는 것도 아니다. 이렇게 말하고 나니 ‘독서 만능주의’라는 말이 새삼 더 초라해 보인다. 내 친구를 모른다고, 내 우정에 관심이 없다고 무시하고 폄하하지 말자. 우리는 좋은 친구가 되도록 하자.

