

선언과 실천:

즐거워 디자인 매니페스토 2020

신예원(홍익대학교 석사)

- 1. 선언을 시작하며
- 2. 매니페스토 정의하기
 - 2.1. 디자이너의 신념
 - 2.2. 동시대 매니페스토
- 3. 매니페스토 선언하기
 - 3.1. 가까운 미래 규정
 - 3.2. 즐거운 디자인 매니페스토 2020
- 4. 매니페스토 실천하기
 - 4.1. 매니페스토를 실천하는 책 만들기
 - 4.2. <사적인 사전>
 - 4.3. <DISNEY DISH>
 - 4.4. <강철도시>
- 5. 마지막 선언

A Declaration and Practice: An Enjoyable Design Manifesto 2020

Shin Yewon (Hongik University MFA)

* 이 논문은 신예원의
2021년 홍익대학교 석사
학위 논문 「선언과 실천:
즐거워 디자인 매니페스토
2020」 중 일부를 수정
보완한 것이다.
(지도교수: 안병학)

이 연구는 가장 개인적인 경험을 기반으로 생각을 선언하고 실천하는 일련의 과정이다. 매니페스토란 대중에게 주장과 견해를 분명히 밝히는 연설이나 문서 형태다. 따라서 매니페스토는 개인이나 집단의 생각을 밝히고 실천하기 위한 일종의 지침이다. ‘디자이너는 어떠한 태도로 디자인해야 하는가’라는 질문은 매우 거시적이다. 그런데도 이 질문이 내게 꼭 필요한 이유는 우리가 처한 디자인을 둘러싼 다양한 사회 문화적 상황이 디자이너 자신의 관점과 태도에 근본적인 변화를 요구한다고 보기 때문이다.

매니페스토를 소재로 아카이브를 제작하고, 동시대 그래픽 디자인 잡지에서 슬로건을 수집하며 시대를 규정하고, 이를 토대로 2020년에 걸맞은 나만의 선언문을 작성하고, 이를 실천하는 이 연구가 자신의 주관적 관점을 언어로 기록하고, 디자인 과정에 태도로 반영하는 시도라는 측면에서 디자이너로서 나 자신뿐만 아니라, 나와 비슷한 고민을 하는 모든 이에게 작지만 중요한 질문을 던질 수 있기를 기대한다.

핵심어

매니페스토, 디자인, 태도, 선언문, 북 디자인

This study is a series of processes that declare and practice ideas based on the most personal experiences. The word “manifesto” is a form of speech or document that clearly states arguments and views to the public. Thus, manifesto is a kind of guide to revealing and practicing the thoughts of an individual or group. The question of “What attitude should designers design in” is very macro. Nevertheless, the reason why I need this issue is because I believe that the various social and cultural situations surrounding our designs demand fundamental changes in the perspective and attitude of designers.

In this study, I created archives regarding manifestos, collected slogans from contemporary graphic design magazines, all of which defined the times. Based on this, I wrote my own declaration for 2020 and put it into practice. This study is about presenting one person’s subjective point of view and reflecting it in design processes as an attitude. In this context, I look forward to asking small but important questions not only to myself as a designer, but also to anyone with similar concerns as mine.

Key Words

Manifesto, Design, Attitude, Declaration, Book Design

1. 선언을 시작하며

2017년 ‘문화역 서울284’에서 열린 ‘안녕, 낯선 사람’ 전시에서 그래픽 디자이너들이 공공 디자인에 대한 자신의 입장을 내비친 ‘새공공디자인 매니페스토’와 이를 시각 언어로 표현한 포스터 작업을 보며, 시대를 객관적으로 바라보고 이를 기반으로 내 디자인 태도를 돌아봐야 할 필요성을 느꼈다. 아무리 이상적인 가치라도 구체적인 태도와 실천 없이는, 막연한 개념으로 흩어져버리기 때문이다. 따라서 이 연구의 목적은 디자이너로서 태도를 정립하고, 실천하는 방법을 실행에 옮기는 것이다.

디자이너는 말 그대로 디자인을 하는 사람이며, 디자이너에게 태도란 디자인을 할 때 마음가짐이다. 1968년 미술 평론가이자 큐레이터인 제만(Harald Szeemann)이 쿤스트할레 베른에서 한 전시 제목인 ‘태도가 형식이 될 때’처럼, 디자이너는 경험으로 형성된 태도와 신념을 고유한 디자인 형식으로 표현한다.

디자이너들의 생생한 목소리가 담긴 과거의 매니페스토를 통해, 시대 상황을 바라본 그들의 신념과 실천을 볼 수 있다. 이를 기록하고 새롭게 해석하는 과정을 통해 지금도 논의되어야 할 신념의 문제를 발견할 수 있다. 과거 디자이너들이 그랬듯이 가장 개인적인 경험을 바탕으로 디자인에 대한 태도와 신념을 돌아보고, 2020년 지금을 규정하며 디자인에 대한 나의 신념을 매니페스토라는 형식에 담아 선언하고 시각물로 실천한다.

2. 매니페스토 정의하기

2.1. 디자이너의 신념

매니페스토(manifesto)란 개인이나 집단의 생각을 밝히고 실천하기 위한 일종의

지침이다. 20세기 초 유럽은 급격한 변화를 맞이했다. 군주제가 물러나고 민주주의, 사회주의 사회 체제와 공산주의, 자본주의 경제 제도가 들어섰다. 기술 과학이 발달하면서 상공업 시장이 변했다. 작업 순서의 효율성을 따라 빠르고 값싸게 만드는 제조 방식으로 물건의 대량 생산이 가능해졌다. 자동차와 비행기가 출현하면서 교통수단이 변했으며, 영화와 무선 통신 방법이 등장하면서 사람이 소통하는 방식도 변했다. 그리고 세계 1차 대전이 일어나면서 서구 문명에서 형성된 전통과 제도가 뒤흔들렸다. 기존의 객관적 세계가 파괴되는 혼란 속에서 디자이너는 자신의 사회적 역할에 의문을 던지고, 추구해야 하는 가치를 탐색하는 창조적인 혁명을 일으켰다. 이것이 모던 운동의 시작이다. 표면의 모습만 재현하는 것에 한계를 느끼고, 이를 초월한 순수한 형태인 색채와 점, 선, 면 기하 도형에 대한 기초적인 개념들을 탐구했다. 아방가르드한 욕구와 미래상을 이루기 위한 사회에 대한 항변으로 형태와 기능에 대한 관념에 도전했다.

‘미래주의 선언’은 예술 분야 매니페스토로 20세기에 유럽 전역에 퍼질 모던 운동의 시작을 알렸다. 마리네티(Filippo Marinetti)가 1909년 파리의 신문 《피가로(La Figaro)》에 ‘미래주의 선언’을 발표하면서 미래파는 과학과 산업사회에 일어난 급진적인 변화를 옹호하며 급진적인 시각 언어를 예술에 접목했다. 당시 예술의 회화적인 표현을 몽상가적인 표현이라 비판하며, 글자를 조각내고 재조합하는 타이포그래피 표현으로 소음과 속도를 표방했다.

러시아에서도 1차 세계 대전과 1920년 러시아 혁명 이후 예술이 사회적인 역할을 부여받으면서 볼셰비키(Bolsheviki)를 지지하는 선전 활동에 힘썼다. 타틀린(Vladimir Tatlin)과



[그림 2] First Things First 매니페스토 (1964)



로드첸코(Alexander Rodchenko)를 주동으로 기존 예술을 부정하면서, 산업 디자인, 시각 커뮤니케이션, 응용 미술 분야에 전력했다. 조각 작품을 하던 타틀린은 연료 효율이 높은 난로를 디자인하는 일에, 회화 작품을 하던 로드첸코는 그래픽 디자인과 보도 사진을 제작하는 일에 몰두했다. 공산주의 사회를 위한 정치적 혁명과 예술적 혁명을 일치시키려는 움직임이었다.

플럭서스 예술운동의 핵심 주창자인 마키우나스(George Maciunas)는 1962년 '플럭서스 선언문'을 작성했다. 플럭서스는 기존의 예술, 문화, 제도를 부정하는 반예술적 운동으로, 광범위한 분야의 다국적 예술가들이 참여해 통합적인 예술 개념을 탄생시켰다.

20세기 중반을 지나수록, 고도화된 기술을 바탕으로 제품을 만들고 판매하는 것이 최고의 가치가 되었다. 제품 디자인, 포장 디자인, 광고 디자인까지 상업 윤리 안에서 중요한 역할을 하던 디자이너들은 환경 문제를 주목하고, 사회 정의 실현을 주장했다. 1964년 런던 산업 예술가 모임 회의에서 갈랜드(Ken Garland)는 'First Things First' 매니페스토를 발표했다.

디자이너들은 시대에 안주하지 않고 시대를 객관화해서 바라보고 가치의 우선순위를 매겼다. 이상을 실현하려는 움직임의 시작이자 구체적인 행동 강령으로 매니페스토를 작성했다.

2.2. 동시대 매니페스토

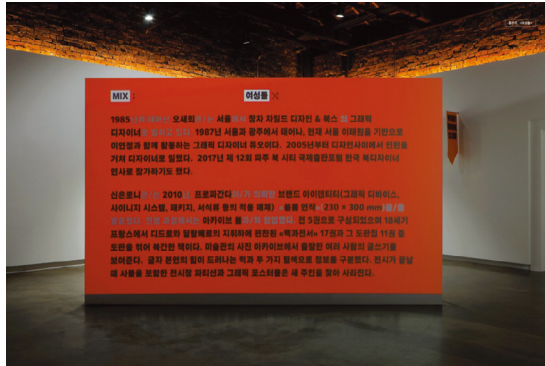
지금도 매니페스토는 다양한 형식으로 디자이너들의 신념을 드러낸다. 2017년 11월 '문화역 서울 284'에서 열린 '새공공디자인 안영 낮선 사람' 전시장에는 공공디자인을 성찰하고 새로운 공공디자이너의 특징, 새로운 공공디자인의 정의를 9개 조항으로 정리한 '새공공디자인 매니페스토'가 있었다. 디자이너 6팀이 제작한 매니페스토 조항을 실천하는 포스터가 함께 전시되었고, 포스터는 전시 기간 관람자에게 배포되었다. 문자로 이루어진 매니페스토가 디자이너의 주관적인 해석을 통해 그래픽 디자인으로 표현되었고, 이는 다수에게 포스터 형태로 퍼졌다.

'W쇼'는 2017년 12월에 'SeMa 창고'에서 열린 전시로, 'W쇼: 그래픽 디자이너 리스트'는 이름으로 여성 디자이너의 성취와 활동에 초점을 맞춰서,

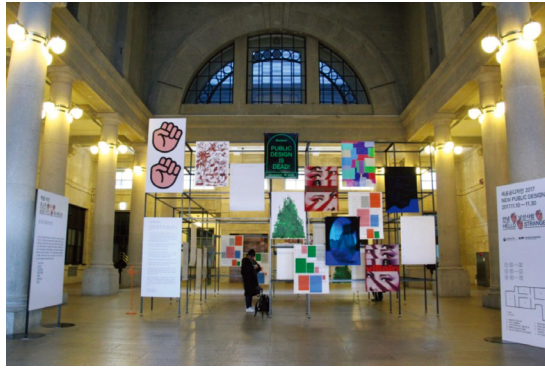
[그림 5] First Things First 2020
 매니페스트 웹사이트 메인 화면 [https://
 www.firstthingsfirst2020.org](https://www.firstthingsfirst2020.org) (2020.6.2)



[그림 4] 'W&A: 그래픽 디자이너나 리스트' 전시 전경
[https://m.blog.naver.com/
 mcstkorea/221144854404](https://m.blog.naver.com/mcstkorea/221144854404), (2020.12.2)



[그림 3] '새공공디자인 인녕 낫선 사람' 전시 전경
[https://m.blog.naver.com/
 mcstkorea/221144854404](https://m.blog.naver.com/mcstkorea/221144854404), (2020.12.2)



현재 진행형인 디자이너 리스트를 보여줬다. 완결된 선언문 형태는 아니지만, 여성 디자이너의 존재와 활동을 수집하고 기록해서 재조명하는 행위만으로 여성 디자이너들의 목소리를 상징적으로 대변했다.

갈랜드가 1964년 런던 산업 예술가 모임 회의에서 'First Things First' 선언문을 낭독하고 배포한 이후, 1999년 과거 신념을 동조하고 갱신하는 'First Things First 2000'이 미국의 《Emigre》, 《AIGA Journal of Graphic Design》, 영국의 《Eye magazine》, 《Blueprint》, 캐나다의 《Adbusters》, 네덜란드의 《Items》에 실렸다. 그래픽 디자인 잡지에 과거 신념을 동조하고 갱신하는 'First Things First 2000'이 실렸다. 그래픽 디자인이 상업적인 메시지만 전달하는 광고 수단으로 전락한 것을 비판하며 소비주의를 벗어나서 디자이너로서 새로운 의사소통의 필요성을 강조했다.

2020년 지구의 날 50주년을 기념하면서 'First Things First 2020' 선언문이 웹사이트 형식으로 발표되었다. 기후 위기의 긴박성을 알리는 내용을 추가해서 기존 선언을 갱신했다. 이 매니페스토는 살아있는 문서 형태로 서명자 이름이 실시간으로 추가되고, 구글 공유 문서를 활용해서 조항을 추가할 수 있다.

매니페스토는 연설과 문서 형태에서, 점차 확장된 형태로 공유되고 있다. 글은 상징적인 이미지로 전달되며, 전시 형태로 물리적인 공간을 메시지 전달 무대로 확장하고, 웹사이트를 통해 시공간 제약 없이 동시성을 띠는 형태로 빠르게 확산한다. 매니페스토는 선언하는 사람의 목소리로 끝나는 한 방향 소통이 아니라, 수용자가 공감하고 의견을 낼 수 있는 쌍방향 소통 방식으로 확장했다.

3. 매니페스토 선언하기

3.1. 가까운 미래 규정

디자이너가 처한 상황을 살피기 위해서 호마다 굵직한 이슈를 탐구하는 그래픽 디자인 잡지를 들여다봤다. 모던하우스의 월간 《디자인》, 프로파간다 프레스의 《GRAPHIC》, CA BOOKS의 매거진 《CA》를 대상으로 2010년 1월부터 2020년 9월까지 10년간 출간된 잡지 199권의 부제목과 슬로건의 빈도수를 통해서 상황을 유추했다. 그 결과 '브랜딩, 아이덴티티' 이슈가 21건, 그리고 '소규모 생산, 독립, 출판, 스튜디오' 이슈가 26건이었다.

디자이너는 브랜딩(branding)을 통해 무형의 것에 의미를 부여해 다른 것과 차별점을 만들어 경쟁이 치열한 시장에서 제품을 구매하도록 이끈다. 제품에 이름 붙이는 단순한 행위를 넘어서 제품, 개인, 기업, 지역, 행사까지 광범위한 것들의 시각적인 아이덴티티를 구축한다. 브랜딩의 영역은 기업과 제품, 지역과 무형의 행사를 포함하고, 최근에는 개인을 브랜딩한다. 디자이너를 브랜드로 홍보하는 현상은 디자이너가 작가처럼 고유한 스타일이나 콘텐츠로 프로젝트를 진행하는 것에서 비롯됐다.

디자이너가 직접 콘텐츠를 만들고, 제작, 배포에 이르는 모든 과정에 적극적으로 참여하면서 디자인의 콘텐츠를 기획부터 생산까지 광범위한 영역을 담당한다. 오늘날 디자인 실천은 전통적인 클라이언트와 디자이너의 관계를 넘어서 디자이너의 자율성을 확보한 과정 중심으로 변하고 있다. 출판 분야에서도 제작, 인쇄, 유통, 홍보, 판매를 개인이나 소수가 담당하는 소규모 독립 출판이 활발하게 일어난다.^{1>} 독립 출판물은 개성이 강한

1
 "[디지털 컬렉션]독립출판 전성시대", World Library, https://wl.nl.go.kr/usr/com/prm/BBSDetail.do?bbsId=BBSMSTR_00000000461&menuNo=14001&upperMenuId=14&nttId=5334&boardTab=null&boardGubun=null, (2020.10.21)

다양한 주제를 다룬다.

독립 출판물 위주로 판매하는 독립서점도 꾸준히 증가 중이다. 2011년 3월 서울 홍대 앞에 등장한 독립 서점인 ‘땡스북스’ 이후에 2020년 5월 기준 독립 서점의 개수는 전국적으로 583곳이다.^{2>} 베스트셀러 판매에 중점을 둘 수밖에 없는 대형 서점들과 달리 독립서점은 독자의 취향에 맞춰서 책을 선별하고 배치한다. 독립 출판물을 한자리에서 살펴보고 작가와 제작자, 관람자가 판매 부스를 통해 만나는 행사인 ‘언리미티드 에디션’^{3>}은 2009년 1회를 시작으로 매년 열리고 있으며, 2020년에는 온라인으로 언리미티드 에디션 12^{4>}를 진행했다. 높은 참가율을 보이며 독립 출판물에 대한 관심을 확인할 수 있다.

독립 출판물과 소규모 생산품에 대한 대중의 관심이 커지고 시장이 활성화되는 상황은 디자이너의 증가와 디자인에 대한 진입 장벽이 낮아지는 현상을 방증한다. 만치니(Ezio Manzini)가 쓴 책 『모두가 디자인하는 시대』의 제목처럼 디자이너 외에도 대중이 디자인을 생산하고 누린다. 크라우드 펀딩 플랫폼을 활용해서 소규모 자본으로 디자인 프로젝트를 진행할 수 있다. 컴퓨터를 활용한 디자인 툴과 지식을 습득하는 방법과 경로가 다양해졌다. 네트워크 기술이 발달하면서 지리적, 문화적 장벽이 의미가 없어지고, 전 세계 어디서나 같은 시각물을 공유하는 동시대성을 가진다. 온라인으로 제품이나 서비스를 홍보하는 것도 당연한 일이고, 포트폴리오를 올리면서 개인을 홍보한다.

그로 인해 다양한 스타일이 혼합되면서 고유한 스타일 없이 비슷한 양상이 나타난다. 점차 국가 구분이 흐려지면서 디자인 작업을 온라인에서 쉽게 접할 수 있고, 시각적인 미감은 상향 평준화된다. 디자인을 접하기 쉬워지면서 디자인 모방 이슈가 심화되는 부정적인

결과도 나타난다. 손이 가진 고유한 감각을 회복하는 고유한 표현 방법이 차별점을 가진다.

3.2. 즐거운 디자인 매니페스토 2020

2020년 코로나 19가 정치, 사회, 경제 모든 영역을 뒤흔들며 모두가 특수한 상황을 마주하고 있다. 마스크를 쓰고 사회적인 거리를 유지하면서 사람 간 소통의 제약이 생기고, 외출 자체로 고립감이 극대화되어 즐거움이 결핍된 우울한 감정을 지칭하는 용어 ‘코로나 블루(Corona Blue)’까지 탄생했다. 오래 지속하는 우울한 감정을 반전시키는 것을 기대하며 나의 개인적인 경험을 바탕으로 즐거움을 생산하고 확산하는 9가지 방법을 담은 <즐거운 디자인 매니페스토 2020>을 작성했다.

<즐거운 디자인 매니페스토 2020>

- 즐거움을 생산하고 전달하는 능력자라는 사실을 기억한다.
- 손으로 만드는 공예를 한다.
- 새로운 재료를 탐구하고 실험한다.
- 보고 만지고 느낄 수 있게 만든다.
- 추억을 떠올릴 수 있는 장치를 만든다.
- 정해진 틀 한 가지를 깬다.
- 종이의 성격에 맞게 사용한다.
- 서사에 맞는 무대를 꾸민다.
- 매력적인 오브제를 만든다.

디자이너는 콘텐츠 기획부터 생산까지 광범위한 영역을 담당하는 자율성을 가진다. 디자이너는 즐거움을 생산하고 전달하는 존재로 자신을 정의할 수 있다. 말이나 몸짓으로 생각을 표현하거나 문자로 기록하는 인간의 의사소통 욕구를, 디자이너는 시각 언어를 통해 전달한다. 이 과정에서 각 사람의 몸에서 시작하는 고유한 감각을 사용하면, 오로지 자신만의

2

남반장, 『2020(2Q) 독립서점 현황조사 -규모 확대되는동네서점, Funnyplan, <https://www.funnyplan.com/20202q-독립서점-현황조사-규모화되는-동네서점/>, (2020.10.21)

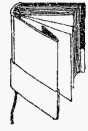
3

2009년 상수역 IN THE PAPER 갤러리에서 열린 언리미티드 에디션 1에 3일 동안 900여 명이 방문했다. <https://www.herenow.city/ko/seoul/article/unlimited-edition/2>, (2020.12.3)

4

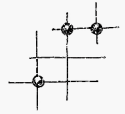
2020년에는 온라인으로 언리미티드 에디션 12를 Books와 Prints 2세션으로 나눠서 진행했다. 총 195팀의 책 340종을 소개하고, 113팀의 인쇄물 274종을 소개했으며, Books 3일간 40,082명이 61,494회, Prints 3일간 15,347명이 23,611회 방문했다. 언리미티드 에디션 트위터, https://twitter.com/UE_SeoulABF/status/1321966640767115272, (2020.11.4)

즐거운 디자인 매니페스토 2020



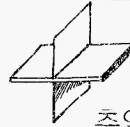
즐거움을 생산하고 전달하는
능력자라는 사실을 기억한다

손으로 만드는 공예를 한다



새로운 재료를 탐구하고 실험한다

보고
만지고



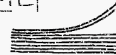
느낄 수 있게 만든다

추억을 떠올릴 수 있는
장치를 만든다



정해진 틀 한가지를 깬다
종이의 성격에 맞게 사용한다

서사에 맞는 무대를 꾸민다



매력적인 오브제를 만든다

그림 6 | <즐거운 디자인 매니페스토 2020>

그림 7 《베르크》 17호 표지



그림 8 손 모양인 마우스 포인터로 조형 요소를 움직일 수 있다.



디자인 원형을 창조할 수 있다. 디자인은 일종의 창조 활동으로 공예의 특성을 가지기 때문이다. 손을 사용해서 디자인의 원형을 탐구할 때, 비슷한 디자인 도구로 만드는 시각 결과물 사이에서 근본적인 차이를 줄 수 있다. 와일드(Lorraine Wild)가 ‘공예의 반란’에서 만드는 행위를 통해서 경험과 즐거움을 얻는다고 주장한 것처럼, 디자인에 공예 개념을 대입해서 감각을 확장하는 표현을 활용해야 한다.

대상을 들여다보고 자세히 살펴보면서 궁극적인 답을 찾아가는 탐구 과정을 거치면서 변수를 마주하고 예상하지도 못한 우연의 결과물을 발견한다. 이런 점에서 탐구하고 실험하는 디자인 과정은 즐거움을 도출한다.

모든 조항은 책 디자인을 전제로 한다. 책은 휴먼 스케일에 부합하는 매체로 포스터에 비해 크기 변화에 한계가 있고 웹 어플리케이션에 비해 확장성 면에서 유한하지만, 휴먼 스케일에 부합하는 것만으로도 상상력을 불러일으키는 계기와 자극을 제공하고 독자에게 개인화된 경험을 제공하기 때문이다. 전통적인 책은 본문 안에 글과 이미지를 담아서 직접적으로 메시지를 전달한다. 앞으로 사람들은 책을 귀로 듣지 않고 눈으로 본다는 점을 『우리의 책』에서 리시츠키(Eli Lissitzky)가 지적한

것처럼, 책은 본문의 텍스트가 내용을 전달하는 역할을 넘어서 책의 형식과 모든 조형 요소를 통해 총체적으로 독자에게 새로운 경험을 전달한다. 책을 하나의 오브제로 인식해서 책의 물성을 변주하고 감각을 자극하는 방식으로 메시지를 전달하기도 한다. 디자인 스튜디오 워크(Work)에서 발행하는 잡지 《베르크(Werk)》는 매호 주제에 맞게 인쇄와 제본, 마감까지 시각적인 탐구와 실험을 반복해서 제작된다.^{5>} 글을 읽지 못하더라도 수공예로 만들어진 책의 외형과 구조만으로도 시각적인 즐거움을 느낄 수 있다.

나의 신념을 담은 선언문은 시대를 규정하는 객관적인 입장을 담고 있지만, 나의 개인적인 경험을 근본으로 한다. <즐거운 디자인 매니페스토 2020>은 컴퓨터로 만든 날렵한 서체로 작성된 형태가 이질적인 손글씨로 그려졌다. 손으로 글씨를 쓰는 것은 일반적으로 키보드로 문자를 타이핑하는 것보다 시간이 오래 걸린다. 타이핑한 글의 정제된 형식보다 손글씨에서 진실한 감정을 느낀다. 택배나 배달이 왔을 때 손편지를 함께 제공하는 경우 수신자의 호감도가 높아지는 현상과 온라인에서 공인들이 사과문을 올릴 때 타이핑하는 것보다 손글씨를 썼을 때 대중이 사과를

5
《베르크》 17호는 영국 패션 디자인 그룹 엘리 키시모토와 공동 작업으로 이루어졌다. 그들의 작업대를 묘사할 수 있는 책을 만들기 위해서 키시모토의 컬렉션에 사용된 패브릭 4장으로 표지의 뒤와 앞을 감싸는 형태로 스테이플러와 시침 핀으로 고정했다.



진정성 있는 것으로 받아들이는 것도 같은 이유 때문이다.

글만 쓰는 것으로 그치지 않고, 글자를 뽑고 다시 쓰는 절차를 추가해서 신념에 나를 투영했다. 매니페스토의 각 조항은 순서 면에서 강제성을 띠지 않는다.

각 조항을 순서 없이 비정형적으로 배치해서 개별 행동 지침으로 인식한다. 매니페스토는 웹사이트를 통해 URL로 공유되는 형식이다. 웹사이트의 메인 페이지는 매니페스토 조항을 길게 나열했다. 매니페스토를 마주하는 독자는 화면을 스크롤 하면서 매니페스토 조항을 읽고, 시각화한 조항 요소를 움직이고 눌러보면서 매니페스토 내용을 깊이 이해할 수 있다.^{6>}

4. 매니페스토 실천하기

4.1. 매니페스토를 실천하는 책 만들기

디자이너는 자신의 신념을 태도 삼아 작업으로 실천한다. 제작 과정에서 특정한 방법을 고수하거나, 정의한 개념을 충족시키기 위해 자신의 정체성을 고민하기도 한다. 300권이 넘는 책을 디자인한 네덜란드 그래픽 디자이너인 붐(Irma Boom)은 책을 건축 구조물이라고

인식하며, 어떤 책을 디자인해도 실물 크기로 제작하기 전에 미니어처 버전을 만들어서 책의 구조를 확인한다.^{7>} 2013년 자신이 디자인한 책을 모아서 볼 수 있는 Irma Boom: The Architecture of the Book 미니어처 버전과 XXL 버전을 함께 제작해서, 자신의 작업 방식을 자연스럽게 오브제로 확장한다.

이탈리아 그래픽 디자이너 무나리(Bruno Munari)는 1945년 패전국이 된 이탈리아의 암울한 분위기에서 아이들의 동심을 되찾기 위해 그림책 『코끼리의 소원』을 발표하고 이후에 어린이와 관련된 활동에 전념했다. 무나리는 스스로 어린이들과 논다는 표현을 사용하며 어린이를 위한 워크숍을 개최하고 어린이 전용 공간 제작하는 등 작업 영역을 확장하며 어린이를 위한 활동을 이어갔다.

매니페스토를 실천하는 것은 작품을 만들어가는 과정이자 방법이다. 매니페스토에 명시한 9가지 조항을 실천해서 책을 만들었다. 종이와 부속 재료가 가지는 촉각적인 부분을 탐구하고, 다른 물리적인 경험을 접목하는 것을 시도했다. 손으로 직접 만드는 공예로서 새로운 재료를 탐구했다. 책을 마주하는 독자가 책을 보고 만지고 느낄 수 있도록

6 홈페이지, URL <https://sshinye.com>

7 붐은 2015년 루이지애나 근대 미술관에서 자신이 제작한 미니어처를 소개했다.

장치를 만들고, 책이 가지고 있는 틀을 깨는 시도를 통해 새로움을 전달하려고 했다. 또한 책을 서사의 무대라고 인식하며 책을 만들 때 종이의 성격을 고민했다.

책의 주제는 지극히 개인적인 경험 요소로부터 내용에서 발전했다. 유년 시절, 대학 시절, 대학원 시절 동안 새로웠던 경험이자 인상적인 순간의 기록을 담은 책 3권을 만들었다. 책 3권은 경험 시간순이 아니라 매니페스토 조항을 서술한 순서대로 나열했다.

첫 번째 책은 아카이브 북으로, 대학원 진학 이후 공부하며 관심을 가지게 된 ‘한국 디자인 역사’ 분야를 학습한 기록을 담았다. 아카이브한 내용을 눈으로 읽는 것을 넘어서, 보고 만지고 느낄 수 있도록 만들었다.

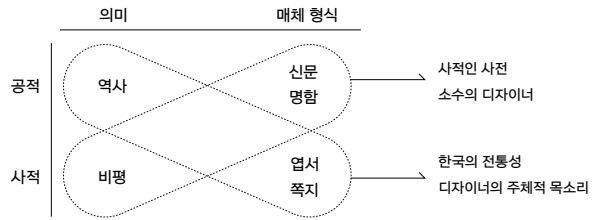
두 번째 책은 같은 형식의 레이아웃을 반복하는 리스트 북이다. 디즈니 애니메이션을 좋아해서 모두 챙겨봤던 유년 시절, 애니메이션을 보면서 음식이 나오면 무슨 맛일까 궁금해하던 추억을 담았다. 추억을 소환하는 방식으로 접근했으며 하나의 오브제로 책을 디자인했다.

세 번째 책은 대학 시절 책 만드는 것에 즐거움을 깨닫게 해준 SF 소설 책 디자인을 한 경험을 되풀이한 작업이다. 소설 텍스트 파일을 받아서 최종적으로 책을 디자인하는 작업이었는데, 똑같은 방식으로 SF소설 텍스트 파일을 가지고 리디자인했다. 서사의 무대를 만드는 관점을 반영했으며, 틀을 깨는 새로운 레이아웃을 만들었다.

4.2. <사적인 사전>

<사적인 사전>은 한국 디자인 역사 1920-1990년에 일어난 사건을 키워드로 중심으로 아카이브한 작업이다. “서양의

[그림 10] <사적인 사전> 공적-사적-공적-사적-공적 의미와 형식 연결관계



디자인 역사가 서술된 구조로 한국 디자인 역사가 서술됐다”라는 관점을 반영해서 공공연하게 알려진 신화로서 ‘역사’와 그 안에 숨겨진 ‘사적인’ 내용을 결합해서 책을 ‘사적인 사전’이라 이름 붙였다. 공적인 것과 사적인 것의 모순을 시각적으로 보여주기 위해 다양한 종이와 재료를 사용하고 프린트 방법을 시도하는 등 책의 물성에 변형을 가했다. 종이 여러장을 하나로 묶어 제본한 물성이 있는 구조물인 책의 개념을 넘어서 다양한 매체를 활용해서 서사를 하나로 엮은 구조를 만들었다. [그림 10]

본문 내용과 반대 특성을 가진 매체에 내용을 기록해서 시각적으로 모순을 표현했다. 불특정 다수에게 배포하는 공적인 매체인 신문과 명함에 사적인 내용을 담았다. 신문은 불특정 다수에게 배포해서 새로운 소식을 전하는 전통적인 매체다. 종이에 인쇄된 신문의 수요는 점차 줄어들고 있지만, 신문의 판형과 구조, 종이를 작업에 접목한 경우는 빈번하게 볼 수 있다. 반대로 개인적인 의미를 지니며 사적인 매체인 엽서나 쪽지 형식에 공적으로 알려진 내용을 담아서 내용과 형식이 상충하는 이질감으로 모순을 나타냈다.

신문 형식의 <사적인 사전>은 세로로 절반을 접어서 읽으면 표면적인 내용만 볼 수 있고, 펼쳐서 보면 안쪽에 담겨있는

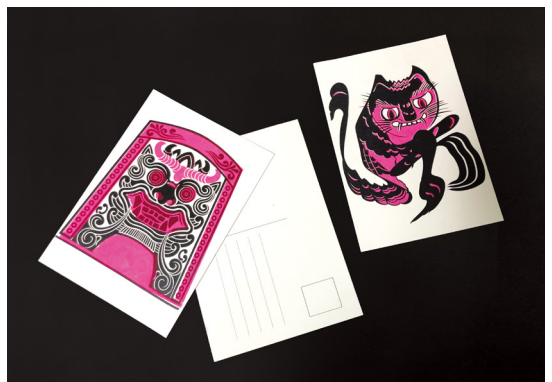
사진과 추가 설명을 볼 수 있다. 독자의 개입 정도에 따라서 습득하는 정보의 깊이가 달라진다.

구성 중 하나인 <일곱 가지 시선>은 한국디자인에 대한 비평을 7가지 키워드로 분류해서 모아놓은 인쇄물이다. '사적인 사전'을 만들기 이전에 한국 디자인의 시작은 무엇인지, 어떤 평가를 받는지 살펴보는 과정을 거쳤다. 키워드는 역사성, 국가주의, 스포츠, 특수성, 근대성, 전통성, 정체성이다. 이후에 각 키워드 중심으로 아카이브 한 내용을 다른 물성을 지닌 매체로 표현했다.

명함집은 한국 디자인의 특수성을 상징한다. 1950-1960년대에는 소수 디자이너가 디자인 분야에서 폭넓게 활동했다. 디자이너들의 명함을 나눠주듯 계속해서 영향력이 넓히는 것을 의미한다.

엽서는 한국 전통 문양을 담고 있다. 1986년 인천아시안게임과 1988년 서울올림픽을 겪으면서 한국의 상징을 만들기 위한 노력이 심화했다. 한국의 전통 문양을 끄집어내 조합하는 방식이었다. 전통적인 문양이 한국을 대표하는 시각물로 세계에 퍼진 것을 보여준다.

쪽지에는 '이코그라다 디자인 교육 선언', '새공공 디자인 매니페스토', 'W쇼-그래픽 디자이너 리스트 서문'이 적혀있다. 이는 디자인 교육자, 공공 디자이너, 여성 디자이너라는 겹치기도 하지만 다른 영역에서, 디자이너의 정체성에 변화가 일어나고 있음을 표현한다. 접힌 쪽지를 보면 어떤 내용일지 상상할 수 없지만, 펼쳤을 때 디자이너들의 선언이 담담하게 다가온다.



[그림 13] <사적인 사전> 구성품: 비평집, 명함, 쪽지, 엽서



사적인 사진, 한국
디자인 사전
290 x 400 mm, 16 pages
종이: 타블로 54g
제본: 스테이플러 중철제본

쪽지
148 x 210 mm, 3 pieces
종이: 타블로 54g
제본: PVC 파우치

일곱가지 시선
한국 디자인
비평집
148 x 210 mm, 18 pages
표지: 엔티랏샤 175 151g
내지: 북크림 20 70g
제본: 미싱제본

명함
90 x 50 mm, 8 pieces
종이: 뉴칼라 42 128g
인쇄: 출력 + 리소 프린트
제본: 플라스틱 명함 보관함

엽서
100 x 150 mm, 3 pieces
종이: 문켄 퓨어 170g
제본: 클립

4.3. <DISNEY DISH>

<DISNEY DISH>는 디즈니 애니메이션을 봤을 때 어린 시절 추억을 떠올릴 수 있는 작업이다. 애니메이션에 나온 음식은 어떤 맛일까 궁금해하던 경험을 바탕으로, 궁금증을 불러일으킨 그래픽 이미지를 수집해서 분류하고 기록했다. 애니메이션 속에 등장하는 특정한 대상을 주목하고, 기록하는 유사한 시도가 있었다. 미국 애니메이션 '심슨(Simpsons)'에 등장하는 책 이미지만 수집해서 나열한 책이 있는가 하면, 애니메이션에 등장하는 책을 소개하는 책도 있다. 같은 애니메이션이라도 줄거리 중심이 아닌 새로운 시선을 제시하는 것은 해당 애니메이션을 이미 본 사람에게는 추억을 선사하고, 안 본 사람에게는 해당 애니메이션에 대한 흥미를 준다.

디즈니 애니메이션에 음식이 나오는 장면을 캡처해 이미지를 수집하고 나열하는 반복적인 행동과 기록물을 남기는 행위를 통해 추억을 구체화했다. 디즈니 애니메이션 100편을 보고 그 안에 1937년 개봉한 <백설 공주와 일곱 난쟁이>부터 2018년 11월에 개봉한 <주먹왕 랄프2>까지 애니메이션 100편을 분석했고, 등장하는 음식 138개가 나온 장면을 캡처해서 요리 이름과 함께 수집했다. 음식 리스트를 나열하고 애니메이션 스틸컷을 모았다. 요리 데이터를 모아서 분류해서 비슷한 종류별로 묶어서 9가지로 분류했다.

책의 주제인 'DISH(요리)'를 책의 형식을 통해 재미있게 전달하려고 했다. 노리타케가 삽화를 그린 『비밀 기지 만들기』 덧싸개에 일종의 비밀기지가 숨어있는 것처럼, 포스터 형식의 덧싸개를 활용해서 책을 '요리'로 만들었다. 얇은 백상지에 수저, 포크, 나이프 형태 그래픽을 은박 레이저 인쇄해서 호텔에서 음식을 먹을 때 사용할 법한 냅킨을 연상하는 포스터를 만들어서

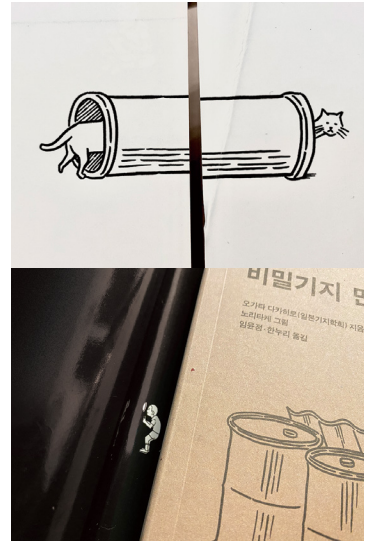
[그림 15] Olivier Lebrun, *A Final Companion To Books From The Simpsons*. <http://olivierlebrun.fr>



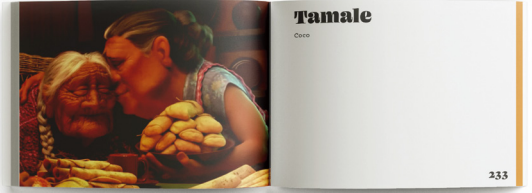
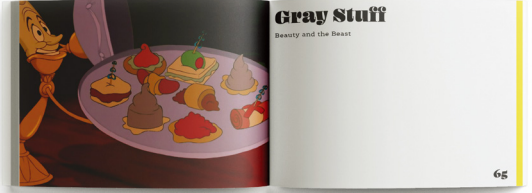
[그림 16] Super Salad, 'Books in Animation', <https://supersaladsturf.com/Books-in-Animation>



[그림 17] 오가타 다카히로, 『비밀 기지 만들기』 덧싸개(상: 덧싸개 왼쪽, 하: 오른쪽 날개 덧싸개 안쪽면)



덧싸개로 책을 감쌌다. 책 앞뒤 날개는 메뉴판처럼 펼쳐볼 수 있는 목차를 만들고, 책배에는 색 띠를 추가해서 음식의 종류를 구분을 가능하게 만들었다. 덧싸개, 날개, 책배를 활용해서 책을 읽는 것 이상의 경험을 만들고자 했다.



[그림 18] <DISNEY DISH> 목차, 장표지, 본문 레이아웃



그림 19] <DISNEY DISH> 전체 구성

DISNEY DISH

160 x 120 mm,
338 pages
두께: 30mm
내지: 몽블랑 130g
표지: 몽블랑 210g 유광
에폭시 코팅
제본: PUR제본

덧싸개 포스터

560 x 245 mm
종이: 스노우 64g
인쇄: 디지털 은박 가공

4.4. <강철도시>

<강철도시>는 아시모프(Isaac Asimov)의 SF 소설로 무대를 꾸민 작업이다. 책은 서사를 표현하는 열린 무대다. 내용을 구성하는 이미지, 타이포그래피, 텍스트, 그리드와 외적인 구성인 판형, 두께, 커버, 책등, 종이, 가름끈, 제본 방식을 활용한다. 민음사 세계문학 전집 특별판으로 나온 베케트(Samuel Beckett)의 『고도를 기다리며』의 본문 디자인을 보면 내용을 구성하는 그래픽 요소를 활용해서 등장인물과 무대 배경을 표현했다.⁸⁾ 대화를 나누는 시골길의 나무 한 그루 배경을 상징하는 페이지 중심에 있는 직사각형 그래픽과 등장인물을 의미하는 다양한 색상의 타이포그래피가 가득한 책을 읽다 보면 연극을 보는 듯한 인상을 받는다.

<강철도시>의 주인공 대화 중심인 서사를 입체적으로 표현하기 위해서 소설에 희곡 형식을 접목했다. 주인공과 상대방의 대화를 분리해 표기하면서 대화를 하는 연극을 보는 것처럼 등장인물에 주목하도록 만들었다. 독자가 주인공에 감정 이입해서 상대 인물의 대화하고 있는 것처럼 느끼도록 지면을 세로로 반을 나눠서 왼쪽은 주인공의 말, 오른쪽은 상대 인물의 말을 기록했다. 글이 왼쪽과 오른쪽을 왔다 갔다 하면서 두 인물이 대화하고 있는 것처럼 연출했다. 독백은 글자에 투명도를 줘서 흐릿하게 처리했고, 상황 지시문이나 행동과 감정을 묘사하는 텍스트는 별도의 색을 지정해서 중앙선을 가로지르게 배치했다.

극처럼 보이던 책의 내부 구성을 책의 물성을 활용해서 시각적인 무대로 확장했다. 다양한 질감을 가진 종이가 중첩되면서 시각적인 서사를 만들어낸다. 검은색에 반짝이는 작은 입자가 박혀있는 '그문드 라벨 (Bubbling Black)'을 표지로 사용해서 독자가 넓은 우주에 있는 새로운 세계를

만나게 했다. 금속 소재 종이인 '넥서스 루나'를 사용해서 로봇이 등장하는 미래 도시를, 'OA 팬시 페이퍼' 형광 연두색으로 소설의 배경으로 등장하는 '에너지 스크린'을 형상화했다. 책 표지와 면지, 책 제목, 소개 글, 목차가 나오는 부분까지 종이를 종이가 바뀌면서 소설 속 배경에 한단계씩 진입하는 느낌을 연출했다.

소설책 한 권 외에 소설 내용을 함축적으로 표현하고 있는 포스터, 작가 연보와 작품 소개를 담고 있는 리플렛, 작가 얼굴이 담겨 있는 엽서로 책을 구성해서, 다른 4가지 구성품이 층을 이루며 쌓이고 봉투에 담겨서 하나로 보이게 했다. 소설책에서 다양한 종이를 활용해서 본문의 내용에 몰입하도록 만든다면, 다른 판형을 지닌 층이 쌓인 구조는 극을 보기 전까지 기대감을 증폭 시켜 분위기를 조성한다.

그림 20 『고도를 기다리며』 본문 디자인



쌓여서 앞에서 봤을 때 일부를 공유하는 구성은 상호보완적인 역할을 한다. 소설책 표지에 아무 그래픽 요소가 없지만, 포스터 모서리에 '강철도시' 제목을 표기해 표지 역할을 대신한다.

5. 마지막 선언

이 글은 '디자이너 어떤 태도로 디자인해야 하는가'라는 질문의 답을 찾기 위해

<p>일라이저 베일리는 자기 핵심 알까지 와서야 비로소 사자가 서는 것을 알았다. 베일리는 언짢은 얼굴을 하고 통명스럽게 말했다.</p> <p>베일리 무슨 용건인가</p> <p>알았네 그러나 사자는 무표정하게 바뀌고 서있었다</p> <p>알았다고 하잖나, 빨리 가봐! 발어머님! 어떤 일을 인건이 해산 안 된단 말인가!</p> <p>요전에 빈스를 만났네. 이스트 농장에서 운반 일을 하고 있다더군. 참 안 됐어. 로봇에게 일지리를 빼앗겼으니 무리도 아니지. 베일리는 어깨를 으쓱하고는 그냥 지나갔다. 시경 국장의 발 앞에 오자 자동차문이 스스로 열렸다.</p> <p>부르셨습니까, 국장님? 엔더비 국장은 얼굴을 들었다. 그는 낡고 동그런 안경을 쓰고 있었다. 눈이 워낙 나빠서 콘택트 렌즈로는 안 된다고 말은 말하고 있었다. 그러나 베일리는 그 안경은 멋으로 끼고 있다고 생각했다. 국장은 그냥 멋을 부리기 위해서 끼고 있을 따름이다. 그는 어떤지 침착하지 못한 것 같았다. 그것을 숨겨려는 듯 아주 다정한 말투로 말했다.</p> <p>베일리는 의자에 걸터앉았다.</p> <p>예, 잘 있습니다. 그와 통명스럽게 대답하고 말았다.</p>	<p>사미 국.장.님.아.부.르.심.니.다.급.한.일.입니다.</p> <p>실프스 이거 참 기가 차군. 다리가 부러질 각오라면 저놈의 양영미를 마음껏 잡아차려면!</p> <p>엔더비 거기 없게나, 베일리의 형사. 부안하고 아이들이 잘 있소? 베일리 아저씨. 그러니까? 안 좋은 일이라도 있었나?</p>
---	---

[그림 2-1] <강철도사> 레이아웃 1 - 세 박: 대화판

<p>그래서 베일리가 그럴 필요가 없다고 대답하려고 하는데</p> <p>베일리는 또 침묵을 당한 것 같은 느낌이 들었으나 만약 가질하면 우주사에 들어 갈 수가 없었다. 사위실로 돌아오니 공기가 상쾌하게 느껴졌다. 오존 냄새! 것 같았다. 말 밖에 전망 문자가 보였다.</p> <p>입장한 사람은 옷구두를 표방을 벗어 아래 용기에 넣을 것</p> <p>베일리는 지시에 따랐다. 그러나 열선 총을 떼어 놓을 수가 없는 일라이저 벨트를 발가벗은 문에 찼다. 육직하고 차가운 것이 기분이 그리 좋지 않았다. 용기가 벽 속으로 속 들어가 버리다니 보이지 않게 되었다.</p> <p>입장한 사람은 눈을 곧바로 위로 올리고 발은 표지가 있는 곳에 올려놓을 것</p> <p>로봇이 사위를 다 한단 말인가! 물론 로봇도 강철 도시 안에서 먼지를 쓰고 왔으니까 몸을 씻는다고 해서 하나도 이상한 것은 없지만...</p> <p>다니엘의 발가벗은 몸은 구석구석까지 전체가 다 사랑하고 특감했다. 베일리는 자기가 아까 벗어 놓은 옷이 깨끗하게 세탁되어 놓여 있는 것을 발견했다. 다음 자리가 나왔다.</p> <p>입장한 사람은 옷을 입고 지정된 곳에 한 손을 올려놓을 것</p>	<p>경비원은 신원 증명서를 돌려주며 말했다. 여기 사위실이 있으니까 사랑 마시고 쓰십시오. 다니엘이 기만히 팔을 잡아 당겼다.</p> <p>다니엘 지구인이 우주사에 들어올 때는 반드시 사위를 하게 되어 있습니다. 그러니까 그렇게 하십시오. 가질하면 우주사에 들어 갈 수가 없습니다.</p>
---	---

[그림 2-2] <강철도사> 레이아웃 1 - 세 박: 자서판

디자이너로서 자신만의 관점을
매니페스토에 담아 선언하고 이를 실천하는
직간접적 경험 과정을 담고 있다.
매니페스토는 개인이나 집단의 생각을
밝히고 실천하기 위한 지침으로 이를
실천하는 것은 디자이너 자신의 태도가
반영된 작업으로 나타나기 때문이다. 과거
20세기 초 디자인의 개념이 움틀 때
디자이너들도 그러했고, 현재 2020년을
살아가는 나도 동일하다. 과거 디자인
매니페스토를 아카이브하면서 간접적으로
그들의 신념과 실천의 모습을 경험하고,
현재 디자이너가 처한 상황을 규정하고
전망하며 매니페스토를 작성하고 이를
복디자인으로 실천하며 직접 경험했다.

이 연구를 통해 디자인에 대한 여러
신념을 살펴보는 것을 시작으로 디자인에
대한 생각의 방향을 정립해가며, 책을 통해
즐거운 경험을 전달할 방법을 탐구하고
실천하고자 했다. 매니페스토에 담긴
디자이너의 관점과 시대를 바라보는 그들의
절실함은 이들을 기록하고 이를 통해
디자이너로서 가져야 하는 태도에 대해 다시
한번 돌아보게 하기에 충분했다. 20대를
사는 2020년의 내가 바라보는 디자인에
대한 생각이 훗날 누군가에게 또 다른 작은
지침이 될 수 있기를 기대한다. 14

참고문헌

- 강현주 외 9인, (2004), 『열두 줄의 20세기 디자인사』, 디자인하우스
- 김상규, (2019), 『디자인론』, 누하
- 최범, (2005), 『한국 디자인을 보는 눈』, 안그래픽스
- 프로파간다, (2017), 『디자이너 태도가 될 때(GRAPHIC 2007-2016)』, 프로파간다
- 노먼 포터, (2008), 『디자이너란 무엇인가 사물·장소·메시지』, 최성민



강철도시

봉투
297 x 447 mm

포스터
260 x 340 mm
스페셜리티즈 305 +
매직칼라 연두색

작품해설
작가연보
148 x 210 mm
스페셜리티즈 768 +
엔티랏샤 147

소설책

148 x 210 mm,
118 pages
표지: 그문드 라벨
Bubbling Black
내지: 씨에라 81g / 넥서스
루나 122 / OA팬시페이퍼

엽서

100 x 150 mm
홀로그램 시트지 +
알루미늄판 0.4T

- 옮김, 작업실유령
- 스티븐 헬러 외 2인, (2010), 『그래픽 디자인 들여다보기3』, 이지원 옮김, 비즈앤비즈
- 페니 스파크, (2013), 『디자인의 탄생』, 이희명, 안그라픽스
- 필립 B. 맥스, (2002), 『그래픽 디자인의 역사』 황인화, 미진사
- 헬렌 암스트롱, (2009), 『그래픽 디자인 이론 그 사상의 흐름』 이지원 옮김, 비즈앤비즈
- 이강이, (2016), 『종이책 경험의 재매개를 통한 스마트폰 용 전자책 인터랙션 디자인연구』, 『한국디자인학회 디자인학연구』, 제29권 4호
- 임영길, 김유림, (2015), 『예술가 책(Artists Books)에서의 ‘북 오브제(Book Object)에 관한 연구』, 『한국조형디자인학회 조형디자인연구』, 제18집 4권
- 정명순, (2014), 『디지털 시대에 전자책과 종이책의 상호 보완 역할』, 『한국독일언어문학회 독일언어문학』, 63권 0호
- 권은경, (2015), 『사용자 경험에 의한 디지털 퍼블리싱 환경에서의 파라텍스트 구조화 연구』, 석사학위논문, 한양사이버대학교
- 김미영, (2018), 『종이의 감각적 특성을 이용한 디자인 연구-종이의 물리적 특성과 인간의 지각을 중심으로-』, 석사학위논문, 국민대학교
- 서혜란, (2020), 『종이책의 물성이 수용자의 감성반응에 미치는 연구』, 석사학위논문, 부산대학교
- 안병학, (2018), 『디자인에서 몸을 쓴다는 것과 몸을 향해 쓴다는 것』, 박사학위논문, 홍익대학교
- 최현호, (2018), 『공감각적 경험을 주는 책의 새로운 가능성에 대한 연구 -컨셉츄얼북디자인을 중심으로-』, 석사학위논문, 서울대학교
- 프로파간다, (2019), 『GRAPHIC: 종이는 아름답다』, 43호
- 전은경, (2020.10.25), 『민음사 세계문학전집 특별판』, 『월간디자인』, 2009년 3월호, http://mdesign.designhouse.co.kr/article/article_view/101/47237
- 조완, 김지연, (2020.10.25), 『오브제로서의 잡지 《베르크》』, 『월간디자인』, 2010년 8월호, http://mdesign.designhouse.co.kr/article/article_view/101/53100
- 이기섭, (2020.10.21), 『[에세이] 디자이너의 동네 서점 오픈기』, 『월간디자인』 2011년 9월호, http://mdesign.designhouse.co.kr/article/article_view/108/56941?per_page=46&sch_txt=
- Steven Heller&Gail&Anderson, (2016), 『The graphic design idea book』, Laurence King Publishing
- 국립중앙도서관 편집부, (2020.10.21), 『[디지털 컬렉션] 독립출판 전성시대』, https://wl.nl.go.kr/usr/com/prm/BBSDetail.do?bbsId=BBSMSTR_00000000461&menuNo=14001&upperMenuId=14&nttId=5334&boardTab=null&boardGubun=null

그림 차례

- [그림 1] 『피가로 신문』에 실린 ‘미래주의 선언문’ (1909)
- [그림 2] ‘First Things First 매니페스토’ (1964)

- [그림3] '새공공디자인 안녕 낮은 사람' 전시 전경
<https://m.blog.naver.com/mcstkorea/221144854404>
(2020.12.2)
- [그림4] 'W쇼: 그래픽 디자이너 리스트' 전시 전경
<https://m.blog.naver.com/mcstkorea/221144854404>
(2020.12.2)
- [그림5] First Things First 2020 매니페스토 웹사이트 메인 화면
<https://www.firstthingsfirst2020.org> (2020.6.2)
- [그림6] <즐거운 디자인 매니페스토 2020>
- [그림7] 《베르크》 17호 표지
- [그림8] 손 모양인 마우스 포인터로 조형 요소를 움직일 수 있다.
- [그림9] Irma Boom: The Architecture of the Book 미니어처 버전과 XXL 버전
- [그림10] <사적인 사전> 공적-사적 의미와 형식 연결관계
- [그림11] <사적인 사전> 펼침 방식: 펼쳐서 읽으면 접힌 상태로 읽었을 때 안보이던 안쪽 면이 보인다. 독자의 개입하는 정도에 따라서 습득하는 정보의 깊이가 달라진다.
- [그림12] <사적인 사전> 앞표지와 뒤표지
- [그림13] <사적인 사전> 구성품: 비평집, 명함, 쪽지, 엽서
- [그림14] <사적인 사전> 전체 구성
- [그림15] Olivier Lebrun, *A Final Companion To Books From The Simpsons*, <http://olivierlebrun.fr>
- [그림16] Super Salad 『Books in Animation』, <https://supersaladstuff.com/Books-in-Animation>
- [그림17] 오가타 다카히로 『비밀 기지 만들기』 덧싸개(좌: 덧싸개 왼쪽, 우: 오른쪽 날개 덧싸개 안쪽면)
- [그림18] <DISNEY DISH> 목차, 장표지, 본문 레이아웃
- [그림19] <DISNEY DISH> 전체 구성
- [그림20] 『고도를 기다리며』 본문 디자인
- [그림21] <강철도시> 레이아웃 세부: 대화문
- [그림22] <강철도시> 레이아웃 세부: 지시문
- [그림23] <강철도시> 전체 구성