

국내 출판된 매거진 디자인의 형태와 표현의 다양성 연구  
- 국내 디자인, 라이프 스타일 매거진을 중심으로 -

A study on the Design Styles of the Magazines published in  
Korea concentrating on their Variousness  
- Focused on Korean Design and Lifestyle Magazine -

홍 동 식

---

동명정보대학교

이 논문은 2001학년도 동명정보대학교 학술연구비 지원에 의하여 이루어진 것임

홍 동 식

Hong, Dong Sik

경북대학교 예술대학 시각디자인 졸업

Academy of Art College, MFA

San Francisco SBN 그래픽 디자이너

한국정보통신인력개발, 한국산업인력공단

국가기술자격검정시험 출제위원

일본 국립나가사키대학교 초청공개강의교수

KCVD, KECD, 한국디자인학회,

The New York Art Directors Club 회원

현/동명정보대학교 컴퓨터그래픽학과 교수

## Contents

논문요약

Abstract

### I. 서론

1. 연구목적
2. 연구방법

### II. 본론

1. 커뮤니케이션 매체로서의 매거진
  - 1). Magazine(잡지,雜誌)이란?
  - 2). 매거진의 구조와 개념
    - (1) 제호(Masthead)
    - (2) 책등(Spine)
    - (3) 목차(Contents Page)
    - (4) 특집기사(Feature Article page)
    - (5) 일반,연재기사(Department Article page)
    - (6) 광고면(Advertising)
  - 3). 국내외 매거진의 출간 현황
    - (1) 국내매거진의 출간 현황
    - (2) 국외매거진의 출간 현황
2. 국내 매거진 디자인의 형태 분석
  - 1). 매거진 디자인의 분석방법과 분석대상
    - (1) 분석방법
    - (2) 분석대상
  - 2). 내용적 측면에서의 사례분석
  - 3). 시각적 측면에서의 사례분석
3. 국내 매거진 디자인의 문제점 및 개선방안

### III. 결론

참고문헌

## 논문요약

정보와 흥미의 대중적 공유를 목적으로 하는 매거진은 시각에 의존한다는 특수성으로 인해 커뮤니케이션 디자인의 역사와 상응하며 다양한 모습으로 출판되어 왔다.

특히 출판 방식에 있어서 이루어진 아날로그에서 디지털이라는 새로운 미디어로의 혁신적인 전환은 편집 디자인의 발전적 진행을 가속화시키며 소위 비주얼의 혁명을 이루어내었다.

DTP-Desk Top Publishing이라는 새로운 용어가 출현하면서 컴퓨터만 있으면 누구나 편집 프로그램을 이용해 간단한 책, 브로슈어, 팜플렛 등을 만들 수 있게 되었고, 디지털 시대 속에서 출판되고 있는 다채로운 형태의 매거진들은 그래픽 디자인의 다양성으로 해석되어질 수 있다. 현재 편집 디자인과 타이포그래피의 새로운 시각적 요소에 대한 추구는 다양한 스타일의 매거진들이 전세계는 물론 비록 특정 독자를 대상으로 하고있긴 하지만 국내에서도 발행되는 결과를 낳고 있다. 하지만 다양성이 독자들에게 보다 높은 흥미를 유발시키는 것은 사실이지만 변별과정을 거치지 않은 무분별한 다양성은 혼동을 불러일으킬 수도 있다.

본 연구는 매거진의 구성과 형태를 이해하고, 국내에서 진행되는 매거진들의 디자인과 스타일을 내용적 측면과 시각적 측면으로 나누어 분석하였다. 그리고 독자를 대상으로 한 설문조사는 디자인과 라이프스타일을 주제로 하는 국내 매거진들에 대한 선호도를 각각 검사하고, 편집 디자인에 있어서의 문제점을 제시하였다.

매거진 디자인의 고찰을 통해 정보와 흥미를 보다 다양한 방법으로 전달해주시기를 원하는 독자층의 요구와 사회 및 문화의 변화에 발 맞추어 변모하는 매거진 디자인의 다양성을 정립해보고자 한다.

## Abstract

The magazine, a medium to share information and interests with common readers, has been transformed into varied visual appliances complying with the trends of design history, caused from its dependence upon visual sense.

And the transition from analog to digital, an extraordinary technology, in publishing methods accelerated the progress of editing design and gave birth to a visual innovation.

A new terminological category like DTP-Desk Top Publishing provided an access for anybody to design and publish books, brochures, pamphlets with the help of computer sets and editing programs. The appearances of varied-formed magazines in digital times refer to the variousness in Graphic Design.

In pursuit of new visual aspects in contemporary editing design and typography, magazines shaping in various styles are being published all over the world as well as in Korean, targeting some particular reader groups though.

In spite of the attractiveness, the variousness of magazines could bring about confusion when it is abused indiscreetly. This paper examines the structure, styles and designs of domestic magazines, and analyzes their contents and visual aspects respectively.

And the survey conducted with the subjects of magazine readers questioned preference for design and lifestyle magazines, and presents problems in

editing design.

Through the investigation of magazine design, this paper aims to identify the diversity of magazine design corresponding the particular society and culture, and readers' needs for various-shaped deliveries of information and interests.

Keyword

Editorial Design for Magazine, Design & Lifestyle Magazine, Magazine Component Analysis

## 1. 서론

### 1. 연구 목적

1988년 올림픽을 성공적으로 치른 우리 나라는 일본의 동경(東京) 올림픽 때와 마찬가지로 서울 올림픽으로 인한 흑자 경제운영에 따른 산업발전과 더불어 디자인 분야에서 더욱 질적으로 발전되어야 한다는 목소리가 높아져 왔다.<sup>1)</sup> 산업발전의 자유경쟁시대에 발 맞추어 컴퓨터 하드웨어와 소프트웨어의 발전으로 디자인 분야 또한 수작업과 아날로그 방식에는 전혀 상상할 수 없는 디지털이라는 새로운 미디어가 출현하여 디자인 표현 형태의 발전을 더욱 가속화하였다. 일반적인 그래픽디자인(Graphic Design)이라는 용어는 전통적인 디자인 표현 방식에서 인쇄 매체를 위한 디자인으로 통용이 되어 있다. 매킨토시의 발전과 함께 DTP-Desk Top Publishing 이라는 새로운 용어가 생겨나고 컴퓨터를 이용한 편집 디자인 소프트웨어들 덕분에 조금의 디자인 지식만 있으면 누구라도 간단한 브로슈어, 팜플렛 등을 만들 수 있게 되었다. 컴퓨터의 발전과 함께 시대에 상응하는 다양한 매거진(雜誌)의 출현 또한 그래픽 디자인의 부분에 있어 고무적인 현상으로 받아들일 수 있다. 편집 디자인과 타이포그래피의 새로운 시각요소의 추구로서 다양한 스타일의 잡지가 전 세계적으로 출간되고 국내에서도 특정한 독자를 위한 매거진들이 출간되며 발행되고 있다.

다양한 스타일의 매거진의 출현은 다국적, 다문화 사회에서는 지극히 당연한 것이다. 그러나 독자층이 다양하게 세분화되며 전문적인 욕구를 충족시킬 수 없는 매거진의 무분별한 출현은 독자들에게 가끔씩은 혼동을 불러일으킨다. 그리고 매거진 디자인은 국내 디자인의 교육적 측면에 있어서 가끔 편집디자인으로 분류되어 디자인학도들에게 교육되어지곤 했으나 잡지(雜誌)라는 명칭의 저급 매개체

로 간주되어 그래픽디자인과 편집디자인의 부류에도 소속되지 못했던 시절이 있었다. 이에 국내 매거진 디자인의 흐름과 표현의 형태와 다양성을 다각도로 분석해 보아 다양한 각도에서 요구하는 독자들의 요구와 대중매체와 사회에 발 맞추어 변모하는 매거진 디자인의 다양성을 정립해 보고 재고함에 목적을 둔다.

1) 김민수, 디자인 문화비평 01, 한국 그래픽 디자인의 정체성, 안그래픽스, 2000, p52

## 2. 연구 방법

사람에게는 저마다 나름대로의 인격과 개성이 있듯이 매거진 또한 각 권 나름대로의 스타일과 격으로 독자들에게 다가선다. 특히 매거진 스타일은 편집디자인에 따라 크게 좌우되며 매거진 디자인의 형태를 결정하는 것은 결국 콘텐츠로서 정보에 대한 내용 분석과 매거진의 시각적 표현 방법이다. 이에 매거진 디자인은 독자에게 쉽게 정보전달을 하며 최대한의 매력과 즐거움을 전달할 수 있는 요소라고 할 수 있다. 매거진은 현대 그래픽 디자인을 발전시키는데 실험실과 같은 역할로 현대 시각 정보 전달 디자인의 원리와 시각 커뮤니케이션, 디자인 표현 기술, 저널리즘, 미학적 고찰 등 다양한 각도와 방법으로 연구되어야 한다. 본 연구서에서는 현재 출간된 국내외 매거진의 시각적 표현 방법과 매거진의 구성방법의 특성을 알아보고 이에 따른 사례 분석을 통하여 이를 분류하고 이론적으로 고찰하여 새로운 매거진 디자인 스타일의 표현 가능성을 제시하고자 한다. 또한 국내외 매거진 자료를 통하여 매거진 디자인의 요소별 문제점을 제기하고 개선방안 또한 살펴본다. 이를 수행하기 위한 연구 방법은 첫째, 연구의 논리적 검정을 위해 매거진의 구조와 개념의 정립, 매거진의 출간 현황 등을 조사하고 둘째, 매거진의 형태 분석으로서 내용적 측면에서 정보 카테고리의 분류와 시각적 구성 요소와

형태에 관한 분석으로 이루어진다. 이에 국내외의 라이프 스타일과 디자인 매거진들의 형태를 비교, 분석하였다. 이와 같은 분석과정을 통해 국내 매거진 디자인의 형태와 표현의 다양성을 고찰하고, 문제점을 지적하며, 늘 저급한 매체로 간주되어 편집 디자인에 조차 포함되지 못한 국내 매거진 디자인의 실태 또한 살펴봄으로서 미래의 매거진의 발전 방향을 모색하고자 한다.

## II. 본론

### 1. 커뮤니케이션 매체로서의 매거진

#### 1). Magazine(잡지-雜誌)이란?

매거진(Magazine)이라는 용어를 살펴보면 원래는 아라비아어 makhzan에서 유래되었으며 그 원래의 뜻은 '상품을 일렬로 진열해둔 장소' '군수품 창고, 연료보급실, 탄약고, 병기고' '사진 롤필름 넣는 곳' 등으로 명시되어 있다.<sup>2)</sup> 그리고 잡지(雜誌)는 '호(號)를 좇아 정기로 발행하는 출판물(出版物)' 이라고 양주동 박사의 국어대사전에 명시되어 있다.<sup>3)</sup>

매월, 매주, 격월, 격주, 계간 등 다양하게 출간되고 있으나 대부분의 매거진은 구독자들을 위해 다양하고 유익한 정보를 제공받고 좀더 지적이고 운택한 삶을 누릴 수 있는 훌륭한 매개체라고 할 수 있다. 매거진을 살펴보면 그것은 공간을 초월한 그 시대의 사회적, 문화적, 생활양식을 쉽게 짐작할 수 있게 해 준다. 그만큼 대중과 가까워서 호흡하며 흥미와 지식을 동시에 제공하는 실제적이고 실용적인 매체역할을 해 온 것이다. 매거진 디자인은 인쇄 매체로서 내용과 레이아웃(layout)의 다양한 변화와 순발력 있는 출간으로 구독자에게 부응하며 흥미 있는 시대적 산물로 받아 들여 지지만 그래픽 디자인이라는 큰 분류 속에서 자리 매김 할 수 없었던 분류 중의 하나라고 할 수 있다.

이것은 잡지라는 음성적이며 고급스럽지 못한 하나의 인쇄물로 만화책 정도의 분류로 간과되어 저급 문화의 매개체로 간주되었음을 시사한다. 그러나 국내에서는 1990년대 초부터 디자이너가 양성되는 국내 디자인 교육에 있어서 출판 기술과 편집디자인이 교과과정에 도입되기 시작했다. 이를 더욱 가속화시킨 계기가 되는 것은 맥킨토시라는 컴퓨터의 도입과 발달, 편집 디자인 소프트웨어의 발달, 영어 문화권의 다양한 인쇄 매체들의 도입, 다양한 한글 서체의 개발, 타이포그래피 디자인의 인식 등이라고 할 수 있다.

국내 매거진들은 저급문화의 매개체로 간주되어 그래픽 디자인 부분에서는 홀대되었으나 60년대와 70년대를 거쳐 조금씩 발전되어 왔다. 70년대에는 '리더스 다이제스트'의 한국판 창간과 '디자인'지의 창간, '뿌리깊은 나무'의 창간 등으로 매거진계에 큰 관심을 모으며 발전되었다.<sup>4)</sup> 80년대는 한국매거진의 전성기로 여성지, 교양지, 종교잡지 등 다양한 분야의 매거진들이 창간되었으며 80년대 후반기에는 컴퓨터그래픽의 발달과 편집기술의 변화 즉 전통 아날로그방식에서 디지털 출판으로 매거진은 구성과 디자인에서 더욱 발전되었다. 그리고 정보화의 발전에 따른 서구문화의 공유로 인하여 국내에도 다양한 분야에서의 매거진이 간행되고 독특한 스타일의 매거진들이 현재에도 창간되고 있다.

매거진은 산업혁명의 이후 그래픽디자인 부분에서 이윤 창출의 선도 역할과 함께 그 시대와 공간의 공유를 가장 잘 전달하는 매개체라 할 수 있다. 또한 매거진은 현대 커뮤니케이션디자인에서의 중요한 요소 중의 메시지 전달, 즉 시각적 표현 방법을 유희적인 요소와 실험적 요소 등 다른 디자인 부분에서 구사하지 못 하는 다양한 표현 방법을 제시하며 독자들에게 평가받을 수 있는 무대와 같은 구실을 한다고 볼 수 있다. 거듭되는 테크놀러지의 발달과 테크놀러지에 부합된 새로운 시각표현의 등장으로 인쇄매

체는 새로운 국면을 맞이하고 디자이너들을 가치관의 혼돈 속으로 빠트리는 경우도 초래하였다. 읽는 매거진에서 보는 매거진으로 형태를 선도한 David Cason은 '비치컬처(Beach Culture)'와 '레이건(Ray Gun)'의 편집디자인으로 90년대 이후 주목을 받기 시작해 해체주의(deconstruction)적 디자이너로 사람들에게 강한 인상을 심어주게 되었다. 그 이후 일반 디자이너들에게 많은 인기와 높은 판매 부수를 자랑하는 인쇄의 종말(The End of Print)<sup>5)</sup>이라는 제목의 유명한 디자이너 David Cason의 작품집이 출판되면서 테크놀러지의 발달과 함께 종이라는 매체의종말론을 대두시켰다. 종이(paper for document)는 기원전부터 인류의 문화 발전과 인류 역사의 기록에 기여한 물품이나 스크린과 모니터라는 신 소재의 발달로 소멸하리라는 불확실한 시대가 도래된다는 주장도 있다. 그러나 인간의 오감 중촉감과 후각은 종이로부터 더욱 향수와 감성을 불러 일으켜 종이 매체의 종말은 없으리라고 믿는다. 다양하고 세분화 된 문화는 앞으로 더욱 변형된 스타일의 매거진을 출간시키며 구독자들을 매료시킬 것이다.

2) 야후 <http://kr.engdic.yahoo.com/result.html?p=magazine>  
네이버 <http://dic.naver.com/engdic?query=magazine&mode>

3) 양주동, 최신국어대사전, 명림출판사, 1974, p. 658

4) [http://www.jungle.co.kr/study/design\\_study/default](http://www.jungle.co.kr/study/design_study/default)  
유정미의 시각표현의 실험, 잡지

5) Lewis Blackwell & David Carson, The End of Print, Chronicle Books, 1995

## 2). 매거진의 구조와 개념

시각 커뮤니케이션(Visual Communication)의 변화를 가속화 하는 것은 여러 가지 요인이 있지만 특히 현대미술의 부흥과 발전에 입각한 새로운 시각요소의 발굴과 과학의 발달로 인한 표현 방식의 다양화라고 할 수 있다. 매거진이라는 간행물은 모든 기교와 재능 만큼에 비례하여 매거진 디자이너들은 이와같은 변화와 시대적 도전에 부

응하기 위하여 편집 디자이너들의 창조적인 능력을 부단히 적응시키고 새로운 표현의 시각 커뮤니케이션이 모색되어 왔다. 대부분의 매거진은 개성과 그 자체의 분위기 즉 스타일을 가지며 발행되고 있다. 인간으로 보면 다양한 민족과 피부색으로 나뉘지만 인간의 형상과 기본 구조는 누구를 보아도 같은 구조로 되어 있다. 세상에는 엄청난 수의 간행사로 출간되는 매거진도 유사한 구조의 포맷 속에서 디자인이 된다는 것이다. 매거진의 구성을 살펴보면 '제호(Masthead)', 표지(Cover & Back Cover), 책등(Spine), 목차(Contents page), 특집기사(Feature, Article page), 일반 기사(Department, Article page), 광고면(Advertising)으로 구성이 된다. 이러한 구성은 분할 방식에 따라 조금씩 차이는 있지만 바우하우스 디자인 이후 공통 사항이 되었으며 어느 매거진도 거역할 수 없는 불문율이 되었다. 구성 요소들을 살펴보면 표지 디자인은 그 매거진 자체의 이름과 로고를 반듯이 명시하고 매거진 디자인 일부에 종속이 된다.

#### (1) 제호(Masthead)

매거진에 있어서 제호(Masthead, Title, Logo)는 제품의 상품명에 해당되므로 읽기 쉽고 외우기 쉬우며 독창성이 있어야 한다. 매거진의 이름과 로고디자인으로 구성되어 로고가 읽혀지지 않을 경우에도 그 매거진의 성향과 전달하고자 하는 정보의 분위기를 띄고 있으면 더욱 쉽게 독자들에게 다가갈 수 있다. 대표적인 시사매거진 'Time', 남성들을 위한 대표적인 라이프스타일 매거진 'Esquire', 여성 패션지 'Vogue'는 워낙 유명세를 가지고 있는 매거진으로 그 이름만으로도 충분히 인지도를 가지고 있다. 특히 우아한 로고 디자인으로 명성을 유지하는데 큰 몫을 한 'Esquire'지의 제호는 1950년대 제작되어 50년 이상의 역사를 이어오는 과정 동안 거의 변하지 않았다.<sup>8)</sup>

대부분의 매거진 제호는 변함이 없으나 디자이너의 역량

발휘로 인하여 변화를 줄 수도 있다. 파격적인 매거진들은 이러한 전통을 거부하여 위협을 무릅쓰고 디자인을 강행했으나, 미국의 유명한 음악 매거진 'Ray Gun', 영국의 음악 매거진 'Blah, Blah, Blah', 스페인의 라이프스타일 매거진 'Big'<sup>9)</sup> 등은 그 매거진의 뛰어난 디자인에 힘입어 그 독특함을 유지하고 있다. 전통적인 무불변의 제호와 파격적 변화의 제호는 매거진이 가판대나 정기 구독을 통해 판매되든 또는 거리에서 배포되든 간에 매거진의 얼굴 부분의 한 요소로서 매우 중요하다. 제호가 매거진의 얼굴 부분 중 눈이 된다면 매거진의 표지 디자인은 당연히 얼굴이다. 매거진은 가판대 위에서 다른 잡지들과 치열한 경쟁을 해야 하는데 내용은 보지 않더라도 독자의 관심을 촉발하는 디자인이 되지 않으면 경쟁에서 뒤지게 된다. 그리고 표지를 통해서 그 매거진의 성격을 파악하고 가판대에 놓여진 많은 매거진들 중에서 무언의 합성을 외침으로 특별한 매거진을 선택하도록 하는 매우 중요한 요소이다. 출판되는 매거진이 고급, 중급, 무료배포, 등을 막론하고 독자의 관심을 이끌어 내며 정보전달과 함께 독자층의 흥미유발이 충분히 요구되는 부분이다.

표지 디자인은 사진, 일러스트레이션, 타이포그래피적인 요소로 이미지가 표현된다. 이미지 부분은 그 매거진의 컨셉과도 밀접한 관계를 가지고 있

어 이미지의 선택과 전개는 엄밀히 선정되어 그 매거진이 지향하는 편집 방향과 일치해야 한다.

시사 매거진으로 유명한 'Time'지는 대부분 빨간 테두리 선과 상단에 serif체의 'TIME'이라는 형태로 출간된다. 이러한 스타일은 시사 매거진의 대표적인 형태와 시사지의 교과서적인 스타일로 자리 매김 하였다. 'Time'지의 표지들을 모아보면 미국의 20세기 역사를 시각적으로 한 눈에 볼 수 있으며 이러한 표지 이미지들은 잡지 역사에서 'Time'만이 가질 수 있는 위상을 고양 시키는데 일조 했음을 알 수 있다. 오늘날의 모든 매거진 표지 이미지는 두가

지 유형으로 나눌 수 있다. 첫째는 누구라도 한눈에 이해할 수 있는 단순한 '아이콘(icon)' 이미지다. 두 번째는 표지의 이미지가 다소 복잡하고 세부적이어서 이해하기에는 어느 정도의 전문 지식이 요구되는 이미지다.<sup>6)</sup> 특히 이러한 이미지는 시사지에서 두드러지게 나타나는 경향이 있다. 시사적인 사건을 풍자하거나 은유적 방법으로 처리하여 독자들로 하여금 궁금증과 흥미 유발을 동시에 요구하게 된다. 표지 이미지와 함께 표지 스타일 또한 매거진의 제호만큼이나 표지의 특징으로 인식된다. 한가지의 주제로 디자인 된 매거진 표지 시리즈는 월간지일 경우 몇 달, 주간지 경우에는 몇 주에 연계되어 디자인된다. 그러나 일부 매거진들은 특집 기사에 관한 기사의 디자인과 특정한 타입과 스타일을 최대한 이용해 상품의 가치로 발전시킨다. 같은 종류의 시리즈 매거진은 큰 변화 없이 비슷하게 보인다고 생각하기 쉽다. 차별성이 없는데서 오는 불안감 보다는 공통의 미학적 요소를 전달하는 표지 디자인도 구독자에게 개성으로 인지되기도 하고 각호 사이에 연속감을 줄 수 있는 디자인이 된다.

매거진의 앞표지에 비해 뒷표지는 그다지 큰 영향을 미치지 않는 잉여 공간으로 인식되어 대부분의 매거진은 광고주들에게 비싼 광고료를 지불 할 수 있도록 한다. 일부 매거진은 앞표지(cover)와 책등(spine), 뒷표지(back cover)를 모두 이용해 전체에 걸쳐 하나의 이미지를 실어 인상적인 디자인으로 독자들이 매력적으로 느낄 수 있는 가치를 부여함으로써 다른 매거진과 차별성을 확보할 수 있도록 한다.

6) Chris Fogus/ 김영주 역, Magazine Design, A RotoVision Book/ 안그래픽스, 2000, p20

7) Steven Heller & Teresa Fernandes, Magazine Inside & Out, PBC International, INC, NY, 1996, p88

8) Chris Fogus/ 김영주 역, Magazine Design, A RotoVision Book/ 안그래픽스, 2000, p27

## (2) 책등(Spine)

책등(spine)은 비록 좁은 면이지만 책장에서 독자와 대면하는 가장 대표적인 부분이다. 그래서 많은 내용을 담기 보다는 매거진의 로고, 통권번호 등 그 매거진임을 알게 하는 표시를 명확히 명시한다. 책등 또한 디자인의 일부로서 내용을 담아 일회용이 아니라 소장 가치가 있다는 인식을 심어 준다. 그리고 매거진이 담고 있는 내용을 요약하여 보여줌으로써 독자가 다른 매거진과 비교해 선택할 수 있는 시각적 요소를 지닌다.

## (3) 목차(Contents Page)

목차(contents page)는 이름이 의미하듯이 그 기본적인 역할은 매거진이 담고 있는 내용을 일목 요연하게 찾아보기 쉽도록 구성해 내용을 페이지 순서에 따라 독자에게 알리는데 있다.

목차를 구성하는 방식에는 두 가지 유형이 있다.

순차형과 편집형이 있다. 순차형은 기사배열 순서대로 페이지 수를 표기해주는 방식으로 페이지 수와 내용이 많을 경우 일반적으로 사용하는 방식이다. 편집형은 전문 매거진에 사용하는 방식으로 기사의 내용을 주요 섹션별로 분류하여 재구성하는 방식을 말하며 전문지의 경우, 이미 그 분야에 전문적인 상식을 갖춘 독자들이 선호해 구독하므로 독자들의 관심을 증폭시키는 특집 기사를 이용한 레이아웃과 개인의 취향에 따라 관심이 가는 기사나 필요한 정보를 쉽게 찾아 볼 수 있도록 구성하는 방식이다. 목차 페이지에는 기사의 내용 이외에 편집자 칼럼이나 판매 부수, 정기구독 안내, 잡지에 실린 특정 기고가의 개인 의견에 대한 발행인의 책임 한계 등도 목차 페이지에 실을 수 있으며 여기에 시각성을 보완하기 위해 흔히 한 두개의 이미지가 추가되곤 한다.

한두 페이지 짜리 목차에 담기는 이러한 이질적인 정보들은 통일성 있게 처리되어야 하며, 누가 광고 담당자이며



주요 인터뷰가 몇 페이지에 시작하는가 등을 독자들이 한 눈에 알아 볼 수 있도록 해야 된다. 그리고 목차 페이지에 정보를 정리하여 보여 줄 때는 본문에서 이어지는 내용의 성격을 반영해야 한다. 특집기사 뒤에 완전히 다른 이벤트, 혹은 다른 성격의 기사가 배치될 경우 그 부분은 다른 컬러, 구분되는 서체로 레이아웃이 되어 독자들이 쉽고 정확하게 파악 할 수 있도록 되어야 된다. 목차를 다루는 기본적인 포맷은 매호마다 같은 느낌이며, 여러 정보를 가 능하면 가장 효과적으로 제공 한다는 기본적인 기능에 충 실해야한다. 그리고 이런 스타일과 레이아웃은 훈련된 편집 디자인 능력과 감각 있는 아트디렉터의 감성을 통해 좌 우된다.

9) [http://jungle.co.kr/study/cyber\\_univ/default.asp](http://jungle.co.kr/study/cyber_univ/default.asp)  
유정미의 시각 표현의 실험, 잡지

#### (4) 특집기사(Feature Article Page)

특집기사(Feature article page)는 그 매거진의 가장 핵심이라고 할 수 있는 부분이다. 그리고 아티디렉터의 디자인 능력과 실험성을 심분 발휘할 수 있는 시험장이라고 할 수 있다. 특집기사 페이지의 레이아웃과 디자인에 따라서 그 매거진의 스타일이 형성되며 본질을 전달하는 부분이라고 할 수 있다.

매거진의 본문은 특집기사 페이지와 일반기사 페이지 즉 광고 면을 제외한 면을 일컬으며 기사(article)의 분량은 기획의 방향과 특집기사의 중요도에 따라 4면, 6면, 8면 등 나름대로의 페이지 구성을 가지게 된다. 그러나 단발 기사는 그 성격에 따라 분량이 결정되며, 2면이나 4면 정도로 처리하는 것이 보통이다. 페이지의 분량은 편집의도에 따라서 조정된다. 특히 이 부분은 기사와 연관된 특별한 사진과 타이포그래피의 조화 등으로 편집 디렉터의 의도와 디자인 능력이 가장 쉽게 볼 수 있는 부분이다. 사진과 일러스트레이션, 타이포그래피의 레이아웃에 따라 독

자들은 하나를 보면서 다른 하나에 대한 통찰력을 갖기 위해 잠재의식 적으로 계속 글과 이미지를 연관시켜 본다. 이러한 이유 때문에 특정페이지에서 이미지의 설정은 매우 중요하다. 독자들은 자동적으로 페이지에 나타난 이미지를 볼 뿐 아니라 글을 읽는 도중에도 이것과 관련된 이미지를 되찾아 보곤 한다.<sup>10)</sup>

#### (5) 일반기사(Department Article Page)

일반기사(Department article page)는 편집장에 따른 매호 같은 형식으로 레이아웃이 되며, 다른 주제 혹은 한 주제를 매호 연속적으로 연재하는 부분기사로 정의된다. 형식과 그 매거진의 표준 양식에 따라 디자인되며 획기적이고 강렬한 레이아웃을 자제하고 편집부의 주장을 전달하는 부분 기사이다.

예를 들면 국내 디자인 매거진 중의 월간 디자인은 매호 연재되는(2002.2월호) 기사는 “디자인에세이”, “이미지와 오브제” 등을 주제로 연재되고 있다. 국외 디자인 매거진 ‘Print’ (2001.10월호)는 격월 간행으로서 “Magazine Watch” “Optic Nerve” “Type in Print” 등의 주제로 Steven Heller<sup>11)</sup>, Rick Poynor<sup>12)</sup> 등 유명 디자인 관련자들의 연재 기사로 구성된다. Contents Page를 자세히 살펴보면 특집기사(Feature article page)와 연재기사(Department article page)를 구분해 둔 매거진과 특집 기사만 구분한 매거진이 있다. 특집기사는 커버 디자인에 암시해 두기도 해 쉽게 인식 할 수 있다.

10) Jeremy Leslie & Lewis Blackwell, Issues New Magazine Design, Ginko Press INC, CA, USA, 2000, p148-149

11) Steven Heller - 뉴욕타임즈의 선임 아트디렉터이자 <AIGA 그래픽디자인 저널> 편집장, 디자인분야의 50여권의 저자

12) <Eye> 매거진(1990년 창간된 미국디자인 전문지)의 설립자 및 편집자.

#### (6) 광고면(Advertising)

현실적으로 매거진의 판매 부수에 따른 수익만으로는 회

사를 경영하기 어려운 실정이다. 그래서 대부분은 광고지면의 판매로 유지한다. 모든 광고를 거부하는 매거진들은 매거진 제작에 따른 수익을 모두 포기 하든가 또는 광고를 신지 않으므로 그에 따른 비용을 충당하기 위해 비정상적일 정도로 매거진의 권당 판매 가격이 높다. 이런 경우를 제외하고는 대부분의 매거진은 모두 광고비의 수익에 의존하게 되며 따라서 광고를 사는 광고주는 지대한 영향을 미친다.<sup>13)</sup> 그리고 광고는 편집자나 디자이너 등 실제 실무자들의 의견이 반영될 수 없는 영역이면서도 매거진의 분위기를 좌우할 수 있기에 본문 디자인 못지 않게 신경을 써야 하는 부분이 바로 광고이다.

### 3). 국내외 매거진의 출간 현황

정보의 홍수 속에 문화적인 요소들은 세분화되며, 다양한 독자층이 형성되며 여러 종류의 매거진들이 출간되고 또한 소리 없이 사라져 가고 있다. 1970년대 식자조판(area composition)에서 80년대 말 디지털 기술의 보급과 포토몽타주 방식의 발달로 매거진 스타일의 다양화 현상은 더욱 박차를 가하게 되었다.

#### (1) 국내 매거진의 출간현황

우리 나라에서는 19세기말 매거진이 처음 소개되고 '少年'<sup>14)</sup>이라는 첫 매거진이 탄생된 후 100여 년의 역사를 가지고 있지만 그후 시대에 따른 국가의 문체와 출판문화의 열세 등으로 매거진의 출간이 활성화되질 못했다. 실질적으로 매거진들이 출간되며 디자인 적인 측면이 부각된 시점은 70년대 이후이다. 이 시대를 전후로 여성지와 교양지들이 등장하면서 질적인 도약을 할 수 있는 변혁기를 맞았다.

13) Chris Fogus/ 김영주 역, Magazine Design, A RotoVision Book/ 안그래픽스, 2000, p94-97

14) [http://jungle.co.kr/study/cyber\\_univ/default.asp](http://jungle.co.kr/study/cyber_univ/default.asp)  
유정미의 시각 표현의 실험. 잡지

1976년에는 '뿌리깊은 나무'의 교양지는 최초로 아트디렉션 제도를 도입하였으며 '디자인'이라는 전문매거진이 그 이전과 차별화 된 고급 인쇄기술과 종이의 채택 등으로 전문지다운 외형을 갖추게 되었다. 그 이후 80년대에는 개성과 역량을 갖춘 아트디렉터들의 등장으로 라이프스타일의 여성지 '레이디경향', '뗏' 등이 창간되며 교양지로 '샘이깊은 물', '빛과 소금', '마당' 등도 출현하게 되어 매거진의 전성기를 방불케 한다. 80년대 말과 90년대는 디지털 기술의 발달과 다문화의 양상으로 독자층이 더욱 세분화되고 정보전달에 있어서 읽는 매거진에서 보는 매거진의 시대를 맞이하게 된다. 이는 세계 매거진 디자인 맥락과 함께 함을 의미한다.

#### (2) 국외 매거진의 출간현황

17세기 후반에 유럽에서 탄생된 매거진은 그후 산업 혁명에 따른 기술의 발달과 인쇄 자동화 공정을 바탕으로 성장하였다. 정보 전달을 효율적인 하기 위해 일러스트레이션과 사진의 이미지를 본문 맞은 편 한 페이지에 차지하도록 하거나 이미지 윤곽을 따라 글자와 융화시키는 타이포그래피의 발전이 매거진 디자인 발전을 함께 했다. 서양 매거진의 발달은 현대 예술운동(modern movement)을 거치면서 그 형식과 내용이 일신되었다. 모더니즘(modernism)의 정수 실용주의에 입각하여 기계가 갖는 자유로운 기능의 해방으로 해석되었다. 이에 사진, 석판, 주조(鑄造)식자기, 사진식자의 활용과 디지털 기기에 의한 페이지 구성방식에 힘입은 인쇄 기술의 획득과 상통한다. 2차세계 대전이후 서구 사회가 빠르게 재건되어가면서 이른바 '미국적 생활양식'이 유럽사회보다도 선진화가 된다. 개개인의 스타일이 중시되고 소비를 미덕으로 삼는 자본주의 소비사회에서는 당연히 문화적인 요소들 또한 세분화 현상으로 돌입한다. 매거진들은 각각의 키워드를 가진 종류들로 나뉘어지고 다양한 스타일로

[표 1] 국내외 매거진의 종류별 분류 (아트디렉터) \*국가

분류	국내	국외
Architecture	건축세계(서경원) Idea(이상건축(박기원)) Interiors(조성진) Plus(이재성) Poar(정귀원) Space(이주연) 등	amc(JacquesGuy)*독일 Archis(HermanDe Vries)*네덜란드 ARC(ArthurNiemi)*캐나다 Blueprint(John Belknap)*영국 db(Wilfried Dechau)*독일 Domus(Giuseppe Basile)*이태리 Mason Francais (Mark. NVigior)*프랑스
Design	디자인넷(이재민) 맥마당(김기태) 산업디자인(양남영) 월간디자인(김 신) 임프레스(채성하) 캐릭터(이혜경) Graphic Live(김기영) Weba(추상옥) 3D Artisan(유정현) 등	Axis(Miyajaki Mitsuhiro)*일본 Communication Art (Jean A. Cayne)*미국 Creative Review (Nathan Gale)*영국 Emigre(Zuzana Licko)*미국 Eye(Rick Poynor)*미국 Graphis(Lauren Slutsky)*스위스 How(Amy D Hwak)*미국 Idn(Optimus Prime)*홍콩 I.D(Christopher Mount)*미국 Idea(Yoshida Yosuke)*일본 Print(Steven Brower)*미국 등
Life Style	리더스다이제스트(송정애) 문화발작 새파란(이상윤) 문화와 나(이 설) 사과나무(김석산) 유패한매거진 7(홍승진) 좋은 생각(지용근) 통조림(이명호) 행복이 가득한 집(조현주) 월리스사이어티(방은진) Art in Cutule(김경아) Busan Life(김진석) Coffee 매거진(손인수) Debebe(박성옥) EsquireKorea(김영철) GQ Korea(이충길) I & Mom(최 훈) Lunch Box(황의숙) Na.NA(홍단추) OrangeTrunk(장혜영) Paper(김원) Vox Style(이명현) Yahoo Style(안익원) 등	Big(Vience Frost)*스페인 Civilization(David Herbick)*미국 Colors(Scott Stowell)*이태리 Cul(Hideki Nakajima)*일본 Dance Ink(J.Abbott Miller)*미국 Garvage(Patric Mitchell)*미국 Esquire (Rhonda Rubenstein)*미국 Fyi(Alexander Isley)*미국 Health(Jane Palecek)*미국 L'amateur De Bordeaux (Jacqueline Housseaux)*프랑스 Mojol(Andy Coweles)*영국 Raygun (DavidCason,BarryDeck)*미국 Rolling Stone(Fred Woodward)*미국 Say(Alicia Johnson)*미국 South Beach (Jamie Ferrand)*미국 Spy(Alexander Isley)*미국 W(Dennis Freedman)*미국 Wallpaper (Richard Spencer Powell)*영국 Wigwag(Paul Davis)*미국 등
News & Business	다이렉트셀링(김윤겸) 시사저널(서명숙) 주간동아(이미숙) 주간조선(권영기) 한겨레21 (장영무) Economist(현정수) Economy21(이주영) 등	Dialogue(Arthur Niemi)*캐나다 Fourtune(Rick Kirkland)*미국 Global(Gary Koepke)*미국 The NewYork Times Magazine(Janet Froelich)*미국 The Washington Post Magazine(Kelly Doe)*미국 Times(John F. White)*미국 등
Science & Technology	과학동아(김훈기) 디지털큰텐츠(이준우) enable(전광희) On the Net(박재근) Network(최현주) Popular Science(박영민) 등	21.C(Terence Hogan)*호주 Digital News (Mark Koudys)*캐나다 Discover(David Armario)*미국 Mondo2000(Hiede Foley)*미국 Weird(Barbara Kühr)*미국 등
Fashion	마리클레르(박태광) 보그코리아(이명후) 비바코리아(정현선) 엘르(서정원) 파르베(차일석) Gio(한정선) Neighbor(이성기) 등	Colleizioni(Antonio Vergara Meesohn)*이태리 Harpers Bazar(Joel Berg)*미국 View On Colour (Anton Beeke)*네덜란드 Vogue (Fanca Sozzani)*이태리 등

출간된다. 건축, 예술, 디자인 등의 전문 매거진들이 속속 등장하며 라이프스타일, 경제, 과학, 문화 등의 교양 매거진들도 굉장히 다양화된다. 매거진은 당연히 내용 면에서 충실하며 정보전달이 쉽게 되어야 되는 것을 원칙으로 하나 90년대를 전후해 디지털기술의 도입으로 표현방식이 진화되는 현상을 불러온다. 정보는 읽혀짐으로 전달되는 것을 그저 보여짐으로도 전달된다는 해체적 요소의 매거진들도 등장하게 된다. 그래픽 스탠더드(graphic standard)와 그리드(grid)를 무시하며 새로운 스타일의 타이포그라피는 독자들에게 독특한 해석을 유발하며 내용과 부합한다. 매거진 디자인은 타이포그라피와 레이아웃에 따른 다양한 형식으로 거듭되며 존재하게 되었다.

## 2. 국내 매거진 디자인의 형태분석

### 1. 매거진 디자인의 분석방법과 분석대상

#### (1) 분석방법

본 논문의 분석 방법은 크게 매거진의 내용적인 측면과 시각적 구성요소에 대한 분석의 두 가지로 이루어진다. 첫째, 매거진의 내용적인 측면에서의 분석은 콘텐츠의 구성 내용과 정보 습득에 있어서의 용이성에 중점을 둔다. 둘째, 매거진의 시각적 구성요소에 대한 분석에서는 매거진의 편집 디자인이 심미성을 추구하며 구성되어 있는가의 분석이다. 이에 제호, 커버디자인, 그리드 시스템, 타이포그라피, 이미지의 활용, 레이아웃 등을 분석하고자 한다.

#### (2) 분석대상

매거진은 굉장히 다양한 종류와 스타일로 출간된다. 종류에 따른 분류 또한 방대하며, 경제적 여건과 독자층의 감소로 소리 없이 폐간되기도 하며 분류에 있어 혼선을 초래하기도 한다. 이에 매거진의 종류별 분류를 확대시켜 세분

화하였다. 분석대상은 국내의 출간 매거진 중 디자인과 라이프스타일 매거진으로 한정하였으며 라이프스타일 매거진의 분류는 문화 지향적이며 교양을 다룬 매거진을 대부분 포함시켰다.

디자인과 라이프스타일 매거진의 독자 설문조사에 따른 일반적으로 인지도가 높은 매거진들을 선정하였으며 2002년 1/4분기까지 출간된 매거진들로 구성되어 있다.

[표 2] 국내 분석 매거진의 선정

분류	매거진 종류
Design	디자인넷, 맥마당, 월간디자인, 임프레스, Weba
Life Style	런치박스, 에스콰이어, 야후 스타일, 좋은생각, GQ, Na.na, Paper

## 2). 내용적인 측면에서의 사례분석

디자인 매거진은 1976년 처음으로 '디자인' 이 창간되어 오늘에 이르고 있으며 그 당시 열악한 산업 디자인계에 건전하고 고무적인 의미가 되었고 일반 대중에게 쉽게 응용 미술이라는 용어가 아닌 디자인으로 개념을 보편화시키는 교량 역할을 해 왔다. '월간 디자인' 과 '디자인넷' 은 전문 디자인지로 비슷한 양상을 띄며 매달 초에는 디자이너와 디자인전문 학생들에게 새로운 소식을 전해주는 청량제 역할을 한다. 비슷한 양상을 띄는 '임프레스' 는 위의 전문지보다 늦게 창간되었으나 2000년을 기준으로 그래픽디자인, 웹 디자인, 디지털무비로 세분화되어 시각디자인, 멀티미디어디자인, 영상디자인 분야의 전문지로 입지를 굳히고 있다. '맥마당' 은 유일하게 매킨토시 컴퓨터를 활용한 디자인과 기술적인 진보, 매킨토시 유저를 위한 정보 등으로 구성된 전문매거진이다. 'Weba' 는 해체주의적 스타일과 David Cason의 작품 성향을 지향하는 웹 디자인, 웹 프로그래밍 전문지이다.

라이프 스타일 매거진은 '디자인' 이 창간된 같은 해에 '뿌리깊은 나무' 의 창간으로 내용과 디자인 측면에서의 질적 향상으로 매거진 디자인에 새로운 면모를 제시하였다.

[표 3] 국내 매거진의 내용적인 측면에서의 사례분석

분류	매거진	내용	관심분야	독자층	가격(원)/총매 이지(p)	특집기사:일반기 사:광고면
디자인	디자인넷	디자인관련 매뉴얼, 워크샵 강좌등 모든 디자이너들에게 기본소양이 될 수있는 내용이 주축	제품, 사각,알티 미디어,공예 등	디자이너, 전 공자	9600/150	24:66:10
	맥마당	매킨토시를 주축으로 한 디자인 전문, 매킨토시의 기술적 발전	매킨토시를 활용한 토탈디자인	약유저	9000/280	20:65:15
	월간디자인	디자인관련 매뉴얼, 워크샵 강좌등 모든 디자이너들에게 기본소양이 될 수있는내용이 주축	제품, 사각,알티 미디어,공예 등	디자이너, 전 공자	9400/160	23:67:10
	임프레스	3개 분야 디자인의 시대적 유행 및 디자이너의 활동 등	그래픽디자인, 웹 디자인,영상디자인	디자이너, 전 공자	7000/160	22:67:11
	Weba	예술을 지향하는 웹디자인 사이트의 제작 및 프로그래밍	웹디자인, 플래쉬, 애니메이션	웹디자이너, 프로그래머	7000/110	35:59:5
라이프 스타일	런치박스	20대의 독림문화를 추구, 유행하기 직전의 이야기,저명한인물과 비주류 문화의 선도	최신 비주류 트렌드	대부분 20대들이 주	2900/160	29:42:29
	에스콰이어	다채로운 분야의 트렌드를 반영하는 남성전문 번역 매거진	패션, 유행, 연예, 에세이	20, 30대의 남성(사회인)	5500/320	30:40:30
	좋은생각	삶에 대해 긍정적이고 서정적인 이야기들의 서술	삶, 시, 생활속의 모습	20~60대의 교양서를 추구하는 모두	2000/121	48:47:5
	아후스타일	인터넷문화와 디지털 문화를 선도하는 가이드, 토크와 생활에 밀접한 테크놀로지의 안내	웹에 관한 일상용품	2, 30대의 인터넷을 활용한 소비자층	5900/240	30:42:28
	GQ	에스콰이어와 같이 유행, 패션, 사회, 취미 등을 소재로 한 남성전문 번역 매거진	패션, 유행, 연예, 에세이	2, 30대의 남성(사회인)	5900/290	31:39:30
	Na.na	과감한 레이아웃과 디자인으로 구성하는 비주류 인터넷 매거진	비주류들과의 인터뷰	대부분 20대, 30대	3000/150	34:38:28
	Paper	스트리트 매거진 휴머니즘을 배경으로 오피니언 리더들과의 깊이있는 인터뷰를 주축	다양한 인터뷰, 여행, 문화칼럼	대부분 20대	3900/160	30:49:21

'리더스다이제스트'와 유사한 '좋은생각'은 일반 매거진과 비교해 작은 크기로 휴대가 간편하며, 디자인 측면에서는 시각적인 부분의 장식성의 절제와 낮은 채도의 색상을 지향하며 페이지의 대부분이 수필, 산문 등의 문장으로 구성되어 있다. 정통 여성 패션 전문지와 같은 성향을 가지며 한국판으로 출간되는 '에스콰이어'와 'GQ'는 남성들을 위한 패션 트렌드와 취미생활, 건강 등을 다루며 그리드를 중시한 근대 디자인의 모범적인 요소를 충실히 지향

하는 매거진이다. 90년대 정통 레이아웃과 평범함을 배제하며 소위 언더그라운드 매거진으로 통하는 '페이퍼', 'Na.na', '런치박스'는 60년대 미국에서 나타나기 시작한 전위적인 디자인과 내용을 담고 있으며 광고수입으로 재정을 충당하고 있다. 소위 신세대 독자들을 위한 이야기 전개와 독특한 독립문화를 꿈꾸는 독자들을 위한 비주얼한 부분과 편집 내용으로 구성된다. 해체주의와 복고풍이 가미되며 포스트모더니즘(post modernism) 이후 디자인에서 가장 두드러진 스타일과 감성적인 성향을 보여준 David Cason의 '레이전', '비치컬쳐' 그리고 Neville Brody의 '더 페이스', '아레나' 등의 영향 또한 일조했다고 할 수 있다.

[표 4] 국내 매거진의 선호도 및 구독현황

분류	매거진	10대 (5명)	20대초반 (35명)	20대중반 (80명)	30대이상 (30명)	남 (56명)	여 (94명)	디자인 전공(65명)	비전공 (85명)
디 자 인	디자인넷	1	8	17	8	13	32	16	25
	맥아담	1	3	5	4	5	2	1	3
	월간디자인	2	15	36	12	24	41	27	34
	임프레스	1	7	19	5	11	18	19	18
	Weba	0	2	3	1	3	1	2	5
라 이 프 스 타 일	런치박스	3	13	15	1	6	22	13	19
	엑스콰이어	0	1	3	3	13	2	2	5
	좋은생각	1	3	6	6	7	10	4	6
	이후스타일	0	5	12	11	7	23	20	21
	GO	0	0	4	2	10	2	1	2
	Na.na	1	4	18	2	5	14	0	8
	Paper	0	9	22	5	8	21	24	24

### 3) 시각적인 측면에서의 사례분석

매거진은 내용의 충실함과 동시에 편집 디자인의 우수성 또한 요구된다. 매거진들 중에서 디자인이 돋보이는 것은 서점을 오가며 잠정적 독자들에게 좀더 매력적인 매거진이 될 수 있도록 하며 독특한 개성이 발산되며 또 독자들이 그 매거진의 내용과 정보를 제대로 살펴보고 파악되는 것들이다.<sup>15)</sup>

매거진 디자인의 시각적 요소들을 세부적으로 살펴보면 제호의 가독성 및 인지도, 커버 디자인의 이미지 처리와 레이아웃의 흥미유발, 분할방식에 따른 본문의 가독성, 타이포그래피의 활용에 따른 기사의 흥미도 유발, 이미지의 활용, 독특한 레이아웃 등의 시각적인 측면에서의 분석을 디자인 전공자와 비전공자들 대상으로 설문조사로 분석해 보았다. 이외의 요소들 내용적인 측면의 고찰과 매거진의 인지도, 분량에 따른 가격, 유행성, 선호도, 구입방법 또한 설문을 통해 분석이 되었다. 설문 응시자는 여자 94명(63%), 남자 56명(37%)으로 구성된다. 연령별로 살펴보면 10대 5명(3%), 20대 초반 35명(23%), 20대 중반 80명(53%), 30대 이상 30명(20%)으로 구성된다. 디자인 전공자 65명(43%), 비전공자 85명(57%)으로 구성된다.

단답 형식과 주관식 형식으로만 구성되어 성실하고 구체적인 답변은 디자인전공자들이 주류를 이루었다. 답변과 의견이 다양함으로 시각적 측면의 분석에 많은 도움이 되었다.

표-4는 설문의 응답사항을 통하여 구독자의 매거진 선호도와 구독현황을 연령별, 성별, 디자인 전공 및 비전공으로 조사하였다. 단 응답은 분류의 정확성을 기하기 위해 복수 선택은 배제하였다.

표-5는 설문의 응답 사항을 분석하고 1년 동안 출간된 각 매거진을 근거로 분석되었다. 선정된 각 매거진의 분석 요소는 제호의 위치, 표지 이미지의 활용, 서체의 종류, typography의 활용, 페이지의 분할(그리드시스템), 타이포그래피와 이미지활용에 따른 독자의 흥미, 전반적인 매거진의 선호도, 그리고 매거진 디자인의 특이 사항과 타 매거진과의 디자인에서의 차별성 등으로 나누어 분석하였다.

15) Chris Fogus/ 김영주 역, Magazine Design, A RotoVision Book/ 안그래픽스, 2000. p8-9

[표 5] 국내 매거진의 시각적인 측면에서의 사례분석

분류	매거진	1.제호의 위치 2.표지이미지	1.서체 2.Typography활용	분할방식	디자인 특성
디자인	디자인	1.좌측 상단 2.특집기사에 따른 디자인 적용	1.본문(고딕, 명조의 혼합), 타이틀(고딕, 명조의 혼합) 2.가독성을 증시하여 과감한 디자인 배제	대칭2분할, 대칭3분할, 비대칭 2분할의 구성	일반 디자인과 유사한 형식이나 본문에서 서체의 크기와 행간의 간격, 흡선 등을 크게 지향하여 가독성에 유의
	액미당	1.좌측상단 2.개성적이지 못한 컴퓨터일러스트레이션	1.본문(신명조)타이틀(대부분 한글고딕체 및 신세리프체) 2.특집기는 디자인 페이지 미흡	대칭3분할, 대칭2분할의 구성	매진포시 전문활용지로서 편집 디자인의 특색이 미흡, 특집기사와 일반기사의 차별화된 페이지 레이아웃이 요구
	컬간디자인	1.좌측상단 2.특집기사에 따른 디자인 적용	1.본문(명조), 타이틀(고딕, 명조의 혼합) 2.가독성을 증시하여 과감한 디자인 배제	대칭3분할, 대칭2분할의 구성	실험성과 난이도를 배제하고 일반인에게도 쉬운 커뮤니케이션 디자인을 지향
	일프레스	1.중앙상단(매호 위치 이동) 2.특집기사에 따른 디자인 적용	1.본문(신명조), 타이틀(대부분 신세리프체) 2.특집기사에 따른 디자인	대칭3분할, 대칭2분할의 구성	3가지 다른 주제의 전문지로 유사한 모양과 전개방식, 디자인의 실전 테크닉을 다른 가집지본의 활용
	Weba	1.매호 제호의 디자인, 크기, 위치의 변화 2.디지털을 활용한 해체주의적 스타일 지향	1.본문(신명조)타이틀(다양한 그랜자-grunge-타입) 2.Typography를 추구하는 디자인으로 다양한 활용	변화무쌍한 분할방식, spread page 디자인의 활용	web artizen을 지칭한 매거진으로 실험적 이미지와 typography가 돋보임, 프로그래밍 관련기사 페이지와 typography페이지의 조화가 인상적
라이프 스타일	런치박스	1.우측상단 2.인타워 대상인물(명받하지 않는 표정을 지향)	1.본문(신명조), 타이틀(대부분 한글고딕체 및 그랜자-grunge-타입) 2.특집기사에 따른 디자인	대칭2분할, 비대칭 2분할	특정한 그리드와 그래픽스본 다드를 활용하지 않으며 기사에 따른 다양한 분할, 독특한 인물표정을 활용, 매호 달라지는 디자인을 강조
	에스피어	1.우측상단 2.유명연예인, 특집기사의 typography	1.본문(명조 90%)타이틀(대부분 신세리프체) 2.특집기사에 따른 디자인	대칭2분할, 무분할 페이지 활용	GO와 유사한 스타일이나 특집기사에 과감한 타이포그래피의 활용, 모노톤 이미지의 다양한 활용
	좋은생각	1.우측상단 2.서정적인 풍경과 사물	1.본문(신명조), 타이틀(한글타자) 2.거의 활용하지 않음	대칭2분할, 비대칭 2분할 무분할	자극적인 시각 요소 배제, 서정적인 일러스트레이션을 활용
	아류스타일	1.상단중앙 2.유명연예인, 첨단성 활용물	1.본문(신명조)타이틀(대부분 신세리프체) 2.특집기사에 따른 디자인	대칭2분할, 비대칭2분할 비대칭 3분할	깔끔하고 정감한 레이아웃, 컬러티 높은 사진과 일러스트의 활용, 인터넷과 인쇄매체의 장점을 최대한 추구
	GO	1.좌측상단 2.남성 유명모델, 배우	1.본문(명조) 타이틀(대부분 한글고딕과 신세리프체) 2.우측의 광고면과 좌측의 기사면의 typography적 조화	대칭2분할, 무분할 페이지 활용	서양 패션매거진과 유사한 레이아웃, 높은 컬러티의 사진의 사용, 일러스트레이션의 배제
	Nana	1.중앙상단 2.인타워 대상 인물	1.본문(고딕)타이틀(명조와 세리프체) 2.특집기사에 따른 디자인	대칭2분할, 대칭3분할, 대칭4분할 spread page 디자인의 활용	본문의 그리드의 활용이 높으며 특집기사의 spread page 활용한 과감한 레이아웃이 많음
	Paper	1.중앙상단 2.매호 다른 종류와 특색의 이미지	1.본문(신명조)타이틀(대부분 신세리프체), 명조체의 90%활용 2.특집기사에 따른 디자인	대칭2분할, 비대칭2분할 비대칭 3분할	무가지의 스트리트 매거진으로 가장 성공적인 사례, 비주류의 인터넷을 지향, 매호 큰 변화없는 분할방식을 채택



[그림 1] 디자인 매거진 표지 디자인



[그림 2] 라이프 스타일 매거진 표지 디자인



[그림 3] 국내 매거진 디자인에 관한 설문 조사

### 3. 국내 매거진 디자인의 문제점 및 개선방안

국내 매거진은 디자인 기술의 발달과 더불어 변화해 왔다. 시대의 변화에 따라 디자인은 그 표현 양식이 발전해왔고 할 수 있다. 이는 디지털 기술의 발달과 다양한 서체의 개발, 디자인 교육의 육성으로 인한 디자인 인구의 확대 등으로 볼 수 있다. 1996년을 기준으로 국내 매거진은 400여종<sup>16)</sup>이 발행되며 이는 국민 소득의 향상과 함께 빠른 속도로 변화해 가는 산업 사회의 구조가 한층 더 전문화하고 세분화함에 따라 독자층 역시 사회에 따른 고도의 전문 지식과 빠른 정보를 요구하고 있는 것으로 풀이된다. 특히 젊은이들을 위한 매거진들이 다양한 스타일과 소재로 끊임없이 등장하고 일반 매거진에서 다루지 않는 새로운 아이템이나 참신한 소재들로 그들의 문화와 이야기를 호소하는 것은 주목할 만한 일이다. 스트리트 매거진으로 부상한 런치박스와 'Paper', 'Na.na'는 과감하고도 파격적이며 웃음이 절로 나게 하는 재기 발랄한 사진과 일러스트레이션, 젊음의 역동성과 자유분방함, 무한한 상상력을 마음껏 표현하기 위해 경우에 따라서 정해진 물이나 그리드에 얽매이지 않는 실험성이 돋보이는 편집디자인 등이 그것이다. 그러나 너무 실험성에 고취된 편집 디자인과 과감한 레이아웃의 중용은 독자들에게 순간적으로 자극적인 청량감을 줄 수 있으나 연속적이며 미래 지향적인 매거진 디자인을 추구함에 있어 조심스러움이 특히 요구된다. 매거진의 우수성을 판단하는 것은 독자층으로, 독자층의 요구와 만족을 귀 기울여 볼 필요가 있다. 시각적인 측면에서의 발견된 문제점들은 첫째, 제호의 디자인 향상과 이에 따른 독자층에 인지도의 구축이다. 제호는 그 매거진의 첫 인상을 결정하며, 문자 요소로서 뿐만 아니라 시각적 요소로 독자들에게 기억된다. 이에 제호 주변의 공간활용과 주위의 이미지와 문자들 사이에 시각적 조형성에 대한 고려가 필요하다. 제호의 가독성 또한 고려되어 누구나 쉽

게 읽을 수 있는 내용과 글로구성되어야 한다. 런치박스는 젊은이들에게 접근하기 쉬운 표기 방식이나 이 내용은 도시락(圖詩樂)-그림, 시, 즐거움이라는 뜻이다. 제호가 내용에 상응하는 시각적 표현이 가중되면 더욱 구독자의 이해가 높아질 것으로 전망된다.

둘째, 서체의 효율적 활용이다. 이에 한글에 맞는 타이포그래피 디자인의 연구와 서체의 일관성 있는 적용, 서체의 활용 수를 절제한다. 매거진 편집에서 과도한 광고의 출현으로 독자의 주의를 다른 곳으로 빠지지 않도록 시각적인 통합체계 즉 제한된 서체의 사용으로 동질성을 유지하고 순수성을 유지해야한다.

셋째, 분할 방식에 따른 레이아웃의 문제점을 들 수 있다. 매거진의 궁극적인 목적은 정보의 효율적인 전달로서, 알리고 하는 정보가 무엇이고 어느 부분에 있으며 얼마나 되는지를 독자가 쉽게 알 수 있어야 한다. 그리고 전달하려는 기사의 내용이 일목 요연하여야 한다. 이를 위한 방법으로 페이지 구성의 시각요소들을 최대한 활용하며 효과적으로 배치할 수 있는 비례에 대한 체계적인 원리를 적용한 분할 방식이 필요하다. 따라서 타이포그래피를 잘 활용하여 기사의 주목성을 높일 수 있는 화면 분할 방식이 필요하며, 동시에 특집과 일반 기사의 화면 구성이 전체적으로 통일성과 균형을 살리면서도 변화와 리듬감을 가지고 시각적 흥미와 주목성을 높일 수 있는 창의적인 분할 방식의 도입이 필요하다. 그리드와 분할 방식을 적용하지 않는 스트리트 매거진들은 더욱 가독성의 문제점들이 유출되지 않게 고려되어야 한다.

<sup>16)</sup> 춘추전국시대에 돌입한 한국의 잡지, 디자인 정글, 장간호, p88

### III. 결 론

전통적인 4대 대중전달 매체는 신문, 매거진, TV, 라디오로 구성된다. 이중 매거진은 그래픽, 커뮤니케이션 디자인의 역사와 함께 하며 현대예술운동(modern movement)의 소용돌이 속을 거치면서 형식과 내용이 일신되었다. 인쇄 기술의 진화, 즉 활자 조판에서 사진 식자 그리고 디지털 타입의 활용으로 편집 디자인은 많은 진화가 있었다.

디지털이라는 새로운 미디어는 오랫동안 모더니즘의 규범에 얽매어 있던 디자이너들에게 창의력과 실험정신을 자극하는 모태가 되었고 디자인 작업과 제작 공정의 통합으로 편집 디자인 관련된 많은 부분에서 자유로움을 누렸다. 그러나 디지털은 오랜 전통의 모더니즘(modernism)의 규범과 미학적 가치 판도를 바꾸는 요소가 되었다. 매거진 디자인에서도 전통적인 그리드 시스템(grid system) 개념이 서서히 무너지고 극단적이고 실험적이며 즉흥적인 표현들이 늘어나게 되었다. 이러한 것은 한편으로 새로운 매거진 스타일의 등장으로 받아들여지며 포스트모더니즘(post-modernism)과 해체주의(deconstruction)를 반영함으로 젊은 디자이너들에게 카타르시스를 느낄 수 있게 만들었다.

새로움, 변화, 도전, 모험, 개성, 자유분방함, 무한 상상력 등으로 대변하는 젊은 매거진들의 등장은 새로운 문화의 등장을 암시하며 환호하는 것은 당연한 시대적 결과물이며 환영받는 문화적 산물이다. 그러나 상대적으로 매거진 디자인에 있어서 맹목적인 장식성이 난무하게 되고 상업적인 출판 비즈니스에 치중한 나머지 격에 맞지 않은 작업들이 많아지고 있다. 매거진의 읽어야 할 정보에 장식이 너무 많아 오히려 정보전달의 기능이 삭감되며, 디자인을 콘텐츠로 이해하기보다는 형태로만 이해하려는 오류에서 빚어지는 결과이다.

매거진은 전문지로서 교양지로서 대중화의 획득에 앞장서

야 할 필요가 있으며, 문화의 시대적 요소를 굴곡 없이 반영하여야 한다. 매거진은 한편 독자들의 화장실에서 읽혀지는 펄프픽션에 지나지 않는다는 음성적인 사고를 벗어나 내용적인 측면과 디자인의 충실로 독자들에게 하나의 문화를 포섭하는 커뮤니티의 제공자가 될 또한 인식해야 된다. 유행에 따른 디자인 유형을 배제하고, 교육된 전문 편집 디자이너의 양성에 주력하여 세계적으로 주목받으며 2, 3개국의 언어로 출간되는 매거진이 국내에서도 등장하게 됨을 간절히 염원한다. 이에 21세기 미래 지향적인 디자인과 라이프 스타일의 트렌드에 대한 분석과 시각적 요소의 연구 전략은 지속적으로 연구되어야 할 과제라 하겠다.



## 참고문헌

- 1). 김민수: 디자인 문화비평 01, 한국 그래픽 디자인의 정체성, 안그라픽스, 2000,
- 2). Lewis Blacwell & David Carson: The End of Print, Chronicle Books, 1995
- 3). Chris Fogus/ 김영주 역: Magazine Design, A RotoVision Book/ 안그라픽스, 2000
- 4). Steven Heller & Teresa Fernandes: Magazine Inside & Out, PBC International, INC, NY, 1996
- 5). Jeremy Leslie & Lewis Blackwell: Issues New Magazine Design, Ginko Press INC, CA, USA, 2000
- 6). Steven Heller: Design Literacy, Allworth Press, NY, 1999
- 7). Steven Heller & Marie Finamore: Design Culture, Allworth Press, NY, 1997
- 8). 춘추전국시대에 돌입한 한국의 잡지: 디자인 정글, 창간호
- 9). William Owen 지음, 이옥수 옮김: 매거진+현대편집 디자인, 도서출판 예경, 1996
- 10). 최범, 세기의 전환기, 디자인잡지의 문화사 서론: 월간디자인 Vol 281, 2001
- 11). 김경균, 새로운 패러다임에 맞는 디자인 전문지를 기대하며: 월간디자인 Vol 281, 2001
- 12). 김보영, 컨셉이 담긴 감각적인 잡지 디자인: 임프레스 그래픽디자인, Vol 22, 2001
- 13). <http://kr.engdic.yahoo.com/result.htmlp=magazine>
- 14). <http://dic.naver.com/indicquery=magazine&mode>
- 15). [http://www.jungle.co.kr/study/design\\_study/default](http://www.jungle.co.kr/study/design_study/default)



*Journal  
Korea Society  
of Visual Design  
Forum*



