

18~19세기 서울 양반들은 어떻게 살았을까



우리가 현재 사용하는 천원짜리 지폐에는 이항(1501~1570)의 초상화가 그려져 있다. 이항은 복건을 쓴 차림이다. 복건은 검은 형질로 위는 둥글고, 옆은 끈이 달려 있어 돌려 댈 수 있다.

그런데 문헌에 따르면 이항은, 복건은 중들이 쓰는 두건과 같이 선비나 학인이 쓰기에는 부적절하다고 했다. 이러한 사실로 미루어보면 이항이 스스로 복건 차림을 했다고 단정하기는 어렵다.

한국전통문화대학교 진경환 교수는 저서 '조선의 잡지'에서 이항의 복건은 사상·문화적으로 깊이 따져봐야 할 문제라고 했다.

'조선의 잡지'는 조선 최초의 세시풍속지인 유득공(1748~1807)의 '경도잡지'를 새롭게 해석한 책이다. 저자인 진 교수는 우리가 잘못 알고 있거나 제대로 알지 못했던 실상을 낱말이 파헤친다.

'18~19세기 서울 양반의 취향'이라는 부제가 말해주듯 책에는 그 시절 서울 양반들의 삶이 담겨 있다. 엄격한 신분제 사회와 근대의 경계기인 18~19세기는 정치, 경제, 사회, 문화사적으로 급격한 변화를 겪은 때였다. 유득공의 '경도잡지'가 조선 후기 풍속을 한눈에 보여주는 문헌인 것은 그 때문이다.

'조선의 잡지'는 '경도잡지'를 원전 삼아 당시 양반의 생활상을 면밀하게 들여다본다. 유득공이 핵심만 기술한 내용을 토대로 양반의 주식, 제택, 기집, 문방, 유가, 시문, 혼의, 가도 등을 조망하고 분석한다.

한마디로 당대 양반들의 의식주와 취미, 유희과



조선의 잡지

진경환 지음

의례가 망라된 생활사라 해도 무방하다.

한편으로 저자는 다양한 관점과 주장이 상존하며 바로잡아야 할 부분도 있다고 언급한다.

일례로 '천자문'은 한자 학습용 교재로 보는데 전체적으로 학동들이 읽기에는 조금 어렵다는 입장이다.

네 자 두 구를 한 문장으로 모두 125개 문장으로 이루어진 '천자문'은 모든 분야를 망라한다. 시적인 구성에 역사, 천문, 지리, 인성 등 사철을 담고 있어 아이들 교재로는 어렵다는 비판도 있다는 것이다.

신분제 사회였던 만큼 서울 호사가들의 생활상도 흥미롭다. 특히 희극하고 값비싼 비둘기를 많이 가지기 위해 경쟁을 했다. "작은 몸집에 순백색으로 이마에는 검은 화점(花點) 하나가 있는 점모(點毛)가 제일 비싸서 한 쌍에 백 문(文)을 넘기도 하였다"는



조선 최초 세시풍속지인 유득공 '경도잡지' 새롭게 해석

조선 후기 양반의 의식주·취미·유희 등 사소한 생활사 들여다보기

이항의 복건 차림 등은 사상·문화사적 고증 필요

기록이 이를 방증한다.

남들보다 더 고급스럽고 특별한 것을 갖고자 하는 욕망은 예나 지금이나 마찬가지다. 여성들의 노력이나 패물, 문방사우 등 명품 선호 현상과 사치 풍조도 만만치 않았다. 그 가운데 은장도는 사치스러운 패물로 여겨졌다. 칼자루와 칼집을 만드는 데는 뿐 아니라 옥, 코블소 불, 바다거북 등딱지 등이 쓰였다.

말을 끄는 견마잡이들도 덩달아 허세를 부렸다. 더 좋은 고삐를 가지려 한 나머지 매끈한 가죽으로 고삐를 만들어 거들먹거렸다. '거덜났다'라는 말이 여기서 생겨났는데, 견마잡이 주제에 우쭐하고 다니다 알량한 살림이 허물어졌다는 뜻을 담고 있다.

당시에도 웰빙 바람이 있었던 모양이다. 명품 선호 현상과 맞물리면서 화훼 재배와 정원 경영이 유행이었다. 특이한 품종과 모양을 지닌 꽃을 갖고 싶어 했다.

식탐도 빼놓을 수 없는 부분이다. 미식가들의 복어에 대한 사랑은 유별났던 모양이다. '경도잡지'에는 "복숭아꽃이 채 떨어지기 전에는 복어국을 먹는

다"고 기록돼 있다. 시기상으로 그 즈음이 가장 맛있고, 이후로는 독성이 강해서 먹을 수 없기 때문이었다.

책은 이처럼 조선 후기 양반들의 취향을 엿볼 수 있는 단초를 제공한다. 사람살이가 예나 지금이나 별반 다르지 않다는 것을 말해준다.

저자는 서문에서 "조선 후기 양반의 생활 모습을 묘사하는 일종의 생활사 성격을 갖고 있지만 거기에 한 가지 덧붙이고 싶은 게 있다"며 "고전 텍스트의 번역과 주석의 방식에서 한 번쯤 생각해 볼 수 있는 새로운 예시를 보여줄지도 모른다"고 밝혔다.

(소스의 책·2만3000원)

/박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr

약력

소설가인 박성천기자는 전남대 영문과를 졸업하고 동 대학원 국문과에서 문학박사 학위를 받았다. 현재 전남대에 출강중이며 소설집 '메스를 드는 시간' 등 다수의 책을 펴냈다.

오르한 파묵 지음, 이난아 옮김 '빨강머리 여인'

노벨 문학상 수상 작가 오르한 파묵의 열 번째 소설 '빨강머리 여인'이 출간됐다. 신화와 삶, 운명과 의지가 절묘하게 뒤섞인 신비로운 이야기로 소포클레스의 희곡 '오이디푸스'와 페르시아의 고전 '왕서'를 엮어 내며 신화 속 아버지와 아들을 현대로 불러들였다.

소설은 아버지와 아들 사이의 수수께끼를 집요하게 파고들어 긴장감을 불러일으킨다. 출간 즉시 터키에서만 40만부가 팔리며 자국뿐 아니라 세계 문단의 주목을 받았다. '뉴욕타임스'는 "파묵은 한 소년 이 십 대 시절 스치듯 만난 빨강머리 여인과의 관계를 추적하면서 동양과 서양, 전통적인 관습과 현대의 삶, 세속적인 것과 성스러운 것 사이의 긴장을 정교하게 풀어낸다"고 평했다.

이스탄불에 사는 주인공 쟈는 고등학교 1학년 어느 날 이후 아버지를 보지 못한다. 쟈는 아버지가 사라진 후 가정의 생계가 어려워지자 학비를 벌기 위해 이스탄불에서 30마일 떨어진 지역으로 간다. 그곳에서 우물을 파는 기술자 우스타를 만나 도움을 받는다. 언제나 비밀스러웠던 아버지와 달리 우스타는 밤마다 쟈에게 신화와 사실이 뒤섞인 이야기를 들려주고, 우물을 파는 방법과 기술을 가르쳐준다. 우스타는 쟈에게 아버지와 유사한 존재로 다가온다. 뜨거운 여름 어느 날 쟈는 우연히 마을에서 마주했던 유랑극단의 여배우 빨강머리 여인에게 점점 끌린다. 그리고 그녀의 연극을 본 날, 그녀와 함께 꿈같은 시간을 보낸다.

풍부한 은유와 복잡한 복선이 정지하게 배합된 작품에는 신화와 삶, 운명과 의지가 뒤섞여 있다. 오르한 파묵의 최고의 소설이라는 찬사에 걸맞게 터키에 관한 비유, 섬세한 묘사가 빛난다.



(민음사·1만4000원)

/박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr

댄 애리얼리 외 지음, 이경식 옮김 '부의 감각'

동네 편의점에서는 1000원짜리 물도 사기 꺼려하면서 여행지에서는 4000원짜리 생수를 거리낌 없이 사는 사람들의 심리는 무엇일까?

사람들은 돈을 숫자로, 가치로, 일정한 양의 금액으로 생각한다. 그러나 돈을 쓰는 상황에서는 이성보다 감정이 앞서 있다. 감정은 돈과 관련된 행동을 유도하는 데 가장 큰 영향을 미친다. 반면 감정은 저축을 하려 할 때, 의미 있는 부분에 지출하려 할 때 방해물 하기도 한다.

베스트셀러 작가이자 행동경제학자인 댄 애리얼리와 코미디언이자 저술자인 제프 크라이슬러는 신간 '부의 감각'에서 인간의 두뇌와 돈 사이의 위태로운 관계에 대해 기본적인 의문을 제기한다. 한편으로 돈 문제에 관해 보다 나은 선택을 할 수 있도록 인간이 가진 본능을 극복할 방법을 설명해준다.

저자들은 돈에 대해 더 많이 생각한다고 해서 더 좋은 결정을 내리는 것은 아니라고 본다. 반대로 돈에 대해 많이 생각할수록 오히려 잘못된 선택을 내린다는 것이다. 해결해야 할 돈 문제가 머릿속을 장악해버리면 사람들은 어떤 유형의 문제이든 상대적으로 잘못 푸는 경우가 많다.

결국 가치 판단에 실패한 사람들은 잘못된 선택을 하게 되고 돈을 쓰고 나서 후회하게 된다. 사람들이 생각만큼 이성적이지 않다는 방증이다. 어떤 이들은 이 같은 속성을 파악하고 기묘한 속임수를 동원해 지갑을 털어간다.

저자들은 우리의 시간을 잡아먹고 생활을 통제하는 돈과 관련된 선택 뒤에 숨겨진 복잡한 힘에 초점을 맞춘다. 그 힘들이 어떻게 작용하는지 알게 되면 돈 문제와 관련된 우리의 선택은 더 나아질 것이다.



(청림출판·1만8000원)

/박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr

로라 리스 지음, 이희복 옮김 '소비자를 사로잡는 슬로건'

오늘날 매스미디어와 스마트미디어, 광고를 비롯해 소비자의 인식 속 전장에서, 슬로건의 중요성은 날이 커지고 있다. 제 아무리 좋은 아이디어나 콘셉트, 전략을 가지고 있어도 슬로건으로 표현하지 못하면, 아무 짝에도 소용없다. 단 몇 초면 광고 전략의 성패를 판가름하는 슬로건의 중요성은 점점 더 커지고 있다.

더 오래, 더 많은 사람들이 기억하는 슬로건은 사람들의 입에 오르내리며, 브랜드를 마음에 심는다. 잘 만든 슬로건은 머릿속에서 하나의 '소리'가 되고 잊히지 않는 기억이 되어 브랜드를 연상시킨다.

'소비자를 사로잡는 슬로건'에서는 효과적인 슬로건을 만들기 위한 다섯 가지 기법, 즉 각운, 두운, 반복, 대조법, 중의법을 다양한 사례를 통해 제시한다. 이 책의 저자 로라 리스는 마케팅 전략가이자 베스트셀러 작가다. 그는 기억에 남는 슬로건을 만드는 방법을 소개하기에 앞서, 단어 대 소리, 추상적인 단어 대 구체적인 단어, 태그라인 대 슬로건이라는 항목을 통해 기업들이 간과하고 있는 기본적인 개념을 설명하면서 단어보다는 소리, 추상적인 단어보다는 구체적인 단어, 태그라인보다는 슬로건이 중요하다고, 기업들은 대부분 이와 반대로 한다고 지적한다.

저자는 또 때로는 판매를 위한 슬로건보다 구전을 위한 슬로건이 필요하다고 강조한다. 기업들은 매년 광고에만 수많은 비용을 지불하지만, 정작 광고를 보고 브랜드를 바꾸는 사람들은 소수에 불과하다는 것이다. 소비자가 처음으로 특정 브랜드를 구입할 때는 광고보다는 친구나 지인에게 영향을 받는다는 점을 강조하면서 판매를 목표로 할 것인지, 구전을 목표로 할 것인지를 분명히 판단하라고 충고한다.



(한울·2만원)

/전재재 기자 ej6621@kwangju.co.kr

"지역경제위기, 극복할 수 있습니다!"



조선업 구조조정, 핵심기업 폐쇄 발표 등으로 경제 위기가 우려되는 지역 소재 소상공인의 경영안정을 지원합니다.

「소상공인 특별경영안정자금 안내」

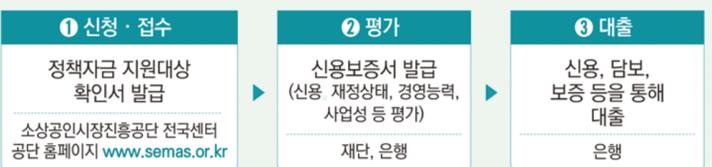
● 응자 조건 ('18년 3분기 기준, 변동금리)

- 지원대상 지역경제위기지역 소재 소상공인*
- 지원금리 2.79%
- 공 통 지원한도 : 업체당 최고 7천만원 / 대출기간 : 5년(거치 2년)

* 전북 군산시, 전남 영암군, 전남 목포시, 전남 해남군, 경남 고성군, 경남 통영시, 경남 거제시, 경남 창원시, 경남 김해시, 경남 사천시, 울산 동구, 울산 남구, 울산 울주군, 부산 영도구, 부산 사하구, 부산 중구, 부산 강서구

▪ 용자제의업종 중 여관업(55102) 지원 가능

■ 응자 절차



● 접수 일정 상시 접수(단, 자금 소진 시까지)

● 접수 문의 중소기업통합콜센터 ☎ (국번없이) 1357

※ 정책자금 지원대상 확인서는 소상공인 지원대상임을 확인하는 서류로 자금 대출을 보증하지 않음