

# 책을 소유하고 욕망하고 사랑하는 사람들

## 애서광들

옥타브 위잔 지음, 강주현 옮김

“책을 소유하려는 자, 책을 사랑하는 자, 책을 욕망하는 자”.

부제가 눈길을 끈다. 어느 정도였으면 소유하고, 사랑하고, 욕망하고 싶을까. 아마도 그런 대상은 눈에 놓여도 아프지 않는 자식이나 사랑하는 사람이 대부분일 것인데 말이다.

그러나 부제가 말하는 것처럼 대상은 사람이 아니라 책이다. 예나 지금이나 유달리 책에 대해 애착을 갖는 사람들이 많다. 인터넷, 전자책, SNS 등 어느 때와 달리 읽을 텍스트가 넘쳐나지만 종이로 인쇄된 ‘책’에 애뜻한 감정을 느끼는 이들이 적지 않다.

지난 2017 국민독서실태조사에 따르면 성인의 약 60%는 독서량이 부족하다고 인식했다고 한다. 1년간 1권 이상의 책을 읽은 성인 비율은 59.9%였고 1권 이상의 책을 읽은 사람 중 20%가 자신의 독서량이 부족하다고 답했다.

이러한 상황에서도 꾸준히 책을 읽거나 책을 찾는 사람은 있다. 종이책이 주는 따스한 감성, 코끝을 스치는 잉크 냄새, 페이지를 넘기는 행위의 자연스러움을 대체할 텍스트는 없기 때문이다. 뭔가를 소유하고 있다는 실감까지 더해준 책은 여러모로 유익하다.

책을 소유하고 욕망하고 사랑하는 애서광들을 위한 책이 출간됐다. 지금으로부터 100년도 훨씬 전인 1895년 프랑스에서 발간된 옥타브 위잔(1851~1931)의 책이 바로 그것. 흥미로운 것은 인문서가 아니라



소설이라는 점이다. 지금까지 120년이 넘게 사랑받고 있는 옥타브 위잔의 작품으로 국내 최초 완역본이다.

작가인 옥타브 위잔은 현대에서가형 회화장을 역임했고 18세기 문학 연구가로 활동했다. 번역은 2003년 ‘올해의 출판인 특별상’을 수상한 강주현 전문 번역가가 맡았다.

책에는 책과 책을 사랑하는 사람들에 대한 이야기 11편이 담겨 있다.

‘뮤즈 연감, 1789’은 책이 만들어준 아름다운 인연을 그린다. ‘시지스몽의 유산’은 집착의 대상이 된 책 이야기를 펼쳐낸다. 이야기 가운데는 욕망을 채워주기도 하고(‘케르아니 기사자의 지옥’), 역사를 증언하기도 하고(‘나폴레옹 1세의 수첩’), 박해의 대상이 되기도 한다(‘화약고와 도서관’).

이렇게 많은 다양한 책의 면모는 120년이 지났지만 여전히 생동감 넘치는 이야기를 통해 전달된다. 특히 집착과 허무함을 끊임없이 오가는 수집가들의 심리묘사, 오늘날의 팟캐스트와 유튜브 시대를 예견이라도 한 듯한 해안이 담긴 ‘책의 종말’에 이르면 왜 ‘애서광들’이 사랑받는 고전인지 알 수 있다.

수목된 이야기를 보며 때로는 어리석은 집착에 공감하거나 웃게 된다. 또한 미래 예견에 감탄할 수도, 공포에 등골이 오싹해질 수도. 책은 19세기 사람들이 책을 어떻게 여겼는지에 대한 소설이자 당시 문화와 생활상을 보여주는 창구다.



‘뮤즈 연감, 1789년’은 그날나무 아래에서 책을 읽고 있는 여성과 그녀를 지켜보는 남자의 인연을 그린 작품이다. <북스토리 제공>

한편 책의 삽화는 미래학자로 유명한 알베르 로비다(1848~1926)가 그렸다. 이야기에 신비로움과 설득력을 더해주는 삽화들은 책에 실린 이야기와 책의 소장가치를 더해준다.

책을 옮긴 강주현 번역가는 “어떤 구속

에서도 자유로운 사람이 무엇이든 진정으로 사랑할 수 있지 않을까? 특별한 목적 없이 그저 책을 읽는 게 좋아서 책을 읽는 사람이 진짜 책을 좋아하는 사람이 아닐까?”라고 묻는다. <북스토리·1만5800원>

/박성현 기자 skypark@kwangju.co.kr

## 새로 나온 책

▲미래의 단서=미래학자 존 나이스비트가 전 세계 57개국 1400만 부를 판매한 ‘메가트렌드’ 시리즈의 최종 결정판으로 ‘미래의 단서’를 펴냈다. 존 나이스비트가 예측했던 10가지 변화가 들어맞으면서 그는 세간의 이목을 샀다. 책은 첨단 기술들의 의미를 종합해 일자리를 비웃은 우리 삶의 문제를 고찰한다. 4차 산업혁명 시대에 ‘우리는 어떤 준비를 해야 하는가?’에 대한 답을 제시한다.

<부커·1만8000원>  
▲너는=4년마다 한 권씩 새 시집을 출간한 광효환이 네번째 시집 ‘너는’을 펴냈다. 시인은 아득한 시절에서부터 오늘 여기에 이르기까지 보통 사람들의 이야기가 두렵게 쌓인 삶의 장소를 거치며 ‘무수히 많은 나와 또 다른 나’, ‘시베리아 횡단열차’, ‘슬픔의 뼈대’를 만나왔다. 총 4부 71편의 시들로 구성된 이 시집에서 시인은 사회역사적인 상상력에 뿌리를 둔 깊은 사유가 담긴 섬세한 언어들로 서사적 서정성을 길어 올린다.

<문학과지성사·9000원>  
▲탈출, 99%을 : 존재의 조건이 찢긴 자들은=탈출 : 존재의 조건을 찢는 자들의 두 번째 이야기다. 주인공 ‘M’과 이야기를 이끄는 ‘파비안’, 그들은 자본권력과 ‘1%갑’의 폭력에 순진되거나 살아남으려 무던해도 애쓴다. 하지만 현실의 벽은 그들을 저 말바닥 끝까지 내던져버린다. 민심의 권태와 법의 타락, 선한 정부의 무능과 언론의 동조, 그리고 만인의 폭력과 자본의 폭력을 그린다. 이 책의



후기만 그대로 옮겨 출간한 ‘조물주 위에 건물주’ ‘탈출, 99%을’ 에게 바치는 진군가’도 펴냈다. <스탁·1만4800원>

▲악의 비밀=칠레 작가 로베르토 불라뇨가 상상의 편린들이 담긴 총 19편의 작품들을 수록했다. 어느 평범한 기자에게 새벽 4시 걸려 온 수상한 전화, 프랑스 문인들을 찍은 사진 한 장에서 출발한 어지럽고 은밀한 상상의 모험, B급 좀비 영화의 줄거리를 따라가며 쓰는 누군가의 불온한 전기, 세상을 떠난 그리운 친구의 집에서 맞닥뜨린 엉뚱한 사람들과의 기이한 조우 등을 그렸다.

<열린책들·1만2800원>

## 어린이·청소년 책

▲다 같이 함께하면=브리타 테르트럽이 그려낸 세계에는 다양한 동물과 어린이 친구들이 등장한다. 그들은 때론 비바람을 맞고 길을 잃을 뻔하기도 한다. 하지만 그들 곁에는 항상 친구가 있다. 금발, 흑발, 황인, 백인, 흑인인 친구들이 있으며 사슴, 백조, 고양이, 북극곰, 펭귄 등이 함께한다. 천국 기법을 심분 활용해서 책장을 넘길 때마다 멀리 있는 친구들이 하나씩 등장해 세상의 아름다움과 평화를 노래한다. <미디어창비·1만8000원>

▲나의 초록색 가족=지구를 떠난 아이에게 새 부모님이 생겼다. 아이에게는 ‘구굴 구덕’이란 새 이름도 생겼다. 아이를 입양한 가족은 죄다 초록색인 데다 팔이 네 개에 귀가 뾰족하고, 키도 엄청나게 큰 이웃 사람들은 알 수 없는 말만 한다. 구굴 구덕은 달아나고 싶었지만 새 가족과 함께 살기로 결심한다. 그리고 자신을 많이 사랑하는 이들 초록색 가족에 익숙해져 간다. <씨드북·1만2000원>  
▲다투고 도와주고 더불어 살아가는



숲속네트워크=숲생태교육전문가 김진희가 쓴 어린이 환경교양서다. 어린이들이 숲을 언제든 찾아가 보고 또 느낄 수 있는 친근한 대상으로 느끼도록 쓰여졌다. 책은 ‘숲이 들려주는 이야기’를 들려준다. 수없이 많은 생물들이 더불어 살아가는 숲 속 삶의 지혜, 생명의 위대함, 우리가 아끼고 지키며 살아가야 할 자연의 모습들이 담겨 있다. <한울림어린이·1만5000원>

## 현대사회의 브랜드는 감각을 자극하는 메시지

### 브랜드 인문학

김동훈 지음



인문학자 김동훈은 “고대인들의 인간성이 그들의 신화를 통해 드러난다면, 현대인의 인간성은 브랜드를 통해 유추해 볼 수 있다”고 말한다. 우연찮게도 에르메스, 나이키, 머큐리, 오리온 등 고대신들의 이름은 브랜드의 이름이 되었다. 베르사체와 스타벅스의 로고인 메두사와 세이레네도 신화에 등장한 인물들이다.

사람들은 어느 순간부터 ‘필요’보다는 ‘욕망’ 때문에 특정 상품을 사았다. ‘별별명언:서양 고전을 관통하는 21개 핵심 사

유’ 등을 출간한 인문학자김동훈의새책 ‘브랜드 인문학-잠재된 표현 욕망을 깨우는 감각 수업’은 우리에게 친숙한 브랜드를 통해 “이 브랜드의 메시지는 무엇인지, 그것을 산 나는 대체 누구이며, 나는 그 브랜드로 또 어떤 메시지를 전달할 것인지”에 대한 질문을 던진다. 저자는 “현대 사회의 브랜드는 감각을 자극하는 ‘메시지’”라며 “특정 브랜드가 어떤 지점에서 나의 취향을 만족시키는 지 살피다 보면 나의 무의식

이 무엇을 욕망하는 지 알게되고 결국 브랜드 취향은 나의 정체성을 이해하고 창의력을 깨우는 하나의 키워드가 된다”고 말한다.

단순한 소유를 넘어서는 인간의 욕망에 집중한 책은 질 들뢰즈의 사상을 기반으로 글을 풀어나간다. 책은 정체성, 감각과 욕망, 주체성, 시간성, 매체성, 일상성 등 6개의 카테고리를 통해 모두 32개 브랜드에 대한 이야기를 들려준다.

멜빌의 소설 ‘모비딕’의 등장인물 스타벅에서 이름을 따온 ‘스타벅스’의 이야기를 통해서는 “더 많은 것”을 체험하려는 인간의 ‘과잉’에 대해 분석한다. ‘오디세이아’, ‘일리아스’, ‘모비딕’을 넘나들며 논리

를 전개한다. 저자는 또 ‘왕 같은 취향을 시민에게 선사한’ 발렌시아가, ‘편협한 여성성에 메스를 든’ 비비안 웨스트우드, ‘이질성의 매력을 문화로 꽃피운’ 지방시, ‘부속품이기를 지양하고 인간의 지문을 고집한’ 페라가모, ‘기능성만 강조되던 모던 디자인에 예술적 반격을 꾀한’ 알레시 등 다양한 브랜드를 다루고 있다. 그밖에 출판사 갈리마르와 펄링북스, 민음사, 몽블랑, 디즈니, 로알 코펜하겐, 레고, 알렉산더 매퀀, 베네통 등 브랜드 자체에 대한 흥미로운 이야기를 만날 수 있다.

다채로운 사진 자료와 함께 스콧 피츠제럴드의 ‘벤저민 버튼의 기이한 사건’, 황병승의 ‘판타스틱 로맨틱 구름’, 보들레르의 ‘악의 꽃’, 가수 김동률의 노래 ‘전향’까지 다양한 문학작품도 만날 수 있다.

<민음사·1만8000원>  
/김미은 기자 mekim@kwangju.co.kr

# 착한보청기협동조합

# 보청기

## 70~50% 할인 이벤트

“불만족시 1달 안에 100% 환불”

☒ 잡음없이 깨끗한 소리

☒ 웅웅~ 울리지 않는 보청기

062) 655-6544

062) 362-3336

산수오거리지점

돌고래지점

### 건우 New Square

- >> 이마트 에브리데이 입점확정
- >> 리빙코리아 입점확정
- >> 커피전문점 입점확정
- >> 네일아트, 속옷 매장 입점확정

### 용산타워

- >> 편의점, 돈까스전문점, 치킨코프, 이동통신 등 업종 선임대 완료
- >> 멀티역세권, 교통망확보
- >> 2~4층 주차타워! 총 77대 확보

### 조은프라자

- >> 용산지구 리스빌 정문, 모아엘가 후문, 대성베르힐 정문 바로앞 상가
- >> 상가건물 3면 도로와 인접
- >> 상층부 상가건물의 최소성

봉선동 남부경찰서 바로옆

용산지구 4,000여 배후세대 상권!!

300여평 초대형 이마트 에브리데이

분양 임대

1899-8947

시흥 I (주)SB빌가람 · (주)성원 · (주)조은플러스  
시흥 I 기보종합건설