



풀리지 않은 삶의 난제에서 가끔은 도망치자

여행의 이유

김영하 지음



작가 김영하를 떠올릴 때 가장 먼저 생각나는 단어는 '알쓸신잡'이다. '알아두면 쓸데 없는 신비한 잡학사전' 출연을 계기로 대중들에게 많이 알려졌다. 물론 문학 독자들에게는 오래 전부터 베스트셀러 작가로 인식됐었다. 그런 그가 예능 프로에 나와 박학다식한 언변을 구사하면서 기존의 작가에 대한 선입관을 무너뜨리게 했다. 작가도 충분히 흥미롭고 유익하게 말을 할 수 있구나 라고.

김영하 작가가 여행산문집을 펴냈다. "이 책을 쓰는 데 내 모든 여행이 경험이 필요했다"고 밝힌 것처럼 여행의 추억과 단상이 녹아 있다. 이번에 나온 '여행의 이유'는 여행과 일상, 여행의 고리를 잇는 아홉 개의 이야기로 구성돼 있다.

저자는 "꽤 오래전부터 여행에 대해 쓰고 싶었다. 여행은 나에게 무엇이었나. 무엇이였기에 그렇게 꾸준히 다녔던 것이

가. 인간들은 왜 여행을 하는가, 같은 질문을 스스로에게 던지고 답을 구하고 싶었다"고 밝혔다. 책은 지난 15일 현재 예약판매만으로 알라딘과 예스24 종합베스트 1위에 올랐다. 애초 초판 한정 양장본 2만 부와 동네책방을 위한 특별 에디션 2000부를 찍기로 했다. 그러나 독자들의 반응에 힘입어 인쇄를 시작한 지 하루 만에 중쇄 2만 부와 동네책방 에디션 3000 부 추가 제작에 들어갔다.

철학자 가브리엘 마르셀은 인류를 '호모 비아토르' (Homo Viator-여행하는 인간)로 규정했다. 인간에게는 본질적으로 낯선 곳을 방문하고 싶은 욕망이 있다. 근래에 '오버투어리즘'이라는 말이 생겨날 정도로 여행 인구는 날로 증가하고 있다. 그 이유는 무엇일까.

"지나온 삶을 돌아보면, 그러니까 내가

들인 시간과 노력을 기준으로 보면, 나는 그 무엇보다 우선 작가였고, 그다음으로는 역시 여행자였다. 글쓰기와 여행을 가장 많이, 열심히 해왔기 때문이다. 글쓰기에 대해서는 쓸 기회가 많았지만 여행은 그렇지 못했다. 가벼운 마음으로 시작했는데 쓰다보니 정말 많은 것들이 기억 깊은 곳에서 딸려 올라왔다."

김영하의 산문은 여행의 감각을 일깨워 삶의 의미를 돌아보게 한다. '추방과 말미'는 2005년 당시 작가가 집필을 위해 중국 체류계획을 세우고 현지로 떠났던 경험의 글이다. 그러나 안타깝게도 그는 입국을 거부당하고 추방당한다. 이 같은 경험은 여행을 하는 목적에 대한 질문으로 이어진다.

여행에는 예기치 않은 변수들이 생기고 그로 인해 행로를 바꾸거나 삶의 방향까지도 수정하기도 한다. 작가는 이것이 이야기의 가장 오랜 형식인 여행기가 지닌 기본 구조라고 말한다.

'상처를 몽땅 흡수한 물건들로부터 달아나기'는 일상으로부터 도망치듯 떠나는 여

행에 관한 글이다. 작가는 마음의 상처는 쉽게 치유되거나 지워지지 않지만 그 가운데 떠나는 여행은 맞설 힘을 준다고 의미를 부여한다.

"풀리지 않은 삶의 난제들과 맞서기도 해야겠지만, 가끔은 달아나는 것도 필요하다. 중국의 고대 병법서 '삼십육계'의 마지막 부분은 '패전계'로 적의 힘이 강하고 나의 힘은 약할 때의 방책이 담겨 있다. (중략) 때로는 내가 강하고, 때로는 적이 강하다. 적의 세력이 나를 압도할 때는 이길 방법이 없다. 그럴 때는 삼십육계의 마지막 계책을 써야 한다."

책에는 이처럼 김영하 특유의 지적이면서도 섬세한 사유의 단상이 녹아 있다. 인문학적인 통찰과 작가 특유의 스토리텔링이 빛난다. 마지막 글 '여행으로 돌아가기'에는 자신을 여행자로 규정하는 이유가 담겨 있다. "일상으로 돌아올 때가 아니라 여행을 시작할 때 마음이 더 편해지는 사람이 있다면 그는 나와 같은 부류의 인간일 것이다."

〈문학동네·1만3500원〉

박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr

새로 나온 책

▲노무현과 바보들 (전2권)=고(故) 노무현 대통령 서거 10주기 추모작인 영화 '노무현과 바보들' 제작 과정의 인터뷰를 실었다. 그가 2000년 서울시 종로구 국회의원직을 던지고 지역주의 타파를 외치며 부산에서 국회의원 후보로 출마해 낙선했을 때 시민들은 '바보 노무현'이라는 별명을 붙이고 '노무현을 사랑하는 사람들' (노사모)을 자발적으로 만들었다. 노 대통령과 오랫동안 같은 길을 걸어온 이들의 목소리를 담았다.



〈상권·3만8000원〉

▲희망 대신 욕망=지난해 '실격당한 자들을 위한 변론'으로 세간의 주목을 받은 김원영 변호사가 20대에 쓴 책 '나는 차가운 희망보다 뜨거운 욕망이고 싶다'를 '희망 대신 욕망'이라는 제목으로 새롭게 출간했다. 이전 책에서 세상이 '잘못' 태어났다고 취급하는 존재들의 존엄함을 '변론'한 지은이는 이 책에서 장애를 가진 자신의 몸을 끊임없이 탐구하고 자신의 삶을 있는 그대로 내보이며 자유와 연대의 힘을 '증언'한다.



〈푸른숲·1만6000원〉

▲안창남 서른 해의 불꽃 같은 삶=조국 독립의 꿈을 안고 임시정부를 찾았던 비행사 안창남과 임시정부, 그리고 그 주 변의 이야기를 담았다. 안창남은 1922년 12월 조선인으로서 최초로 서울 하늘을 비행한 '천재 비행사'였다. 항공독립운동을 꿈꾼 독립운동가였던 그는 서른 되던 1930년 4월 2일, 중국 연시산의 특

별기를 시험 비행하다 불의의 비행기 사고로 목숨을 잃었다.

〈서해문집·1만7000원〉

▲100년의 헌법=한인식 서울대 법대 교수가 우리 헌법에 내재된 여러 원칙과 가치를 씨줄과 날줄로 엮어 촘촘하게 들여다봤다. 사법개혁위원회와 법무·검찰 개혁위원회 등에서 활동한 지은이는 이 책을 통해 헌법이 국가의 주인인 주권자 국민의 것임을 강조하면서 대한민국 헌법 100년의 역사와 헌법 전문 및 조항의

참 뜻을 되새긴다.

〈푸른역사·1만5000원〉

어린이·청소년 책

▲네가 그랬지?=개미 가족들과 친구들은 여러 달 동안 땅을 파고 공을 들여 만든 근사한 집이 무너지면서 한순간에 터전을 잃었다. 개미는 숲쥐와 두더지를 범인으로 의심한다. 개미는 집을 망가트린 범인이 누구인지 찾아 나선다. '꽃의 요정', '마르크 사갈의 구름 여행' 등을 쓴 베로니크 마세노 작가(프랑스)가 글을 쓰고 마갈리 클라블레가 그림을 그렸다.



〈곰터·1만1000원〉

▲스즈짱의 뇌=스즈와 지은이 스즈의 엄마, 자폐증 스펙트럼을 앓는 동생이 있는 그린이가, 실제 자폐증 아이들을 돌보고 있는 의사 등이 제작에 참여했다. 또 스즈의 어린이집 친구, 교사, 학부모도 힘을 보탤었다. 그린이의 동생이 한국어판 제목 글자를 직접 썼다. 자폐증의 여러 증상들과 스즈가 나타내는 행동들을 표정을 살 아있는 그림으로 표현했다. 장애로 인한 장벽이 없는 순수한 동심의 세계가 책에 담겼다.



〈봄나무·1만2000원〉

▲씩스틴(M16)= '나무 도장'의 작가 권운덕이 새로운 시각으로 그려낸 5·18 그림책이다. 책 속의 주인공인 '씩스틴'은 세상에 갓 나온 M16 소총이다. '씩스틴'은 특수 부대에서 교육과 훈련을 받고 광주에서 폭동을 일으킨 '빨갱이 폭도'를 소탕하라는 임무를 완수하라 광장으로 간다. 작전을 수행하던 '씩스틴'은 자신이 쓴 대상이 '사람'이었음을 어렴풋이 느끼기 시작한다.



〈평화물품은책·1만3800원〉

컬러는 우리의 마음을 지배하고 행동을 변화시킨다

사고 싶은 컬러 팔리는 컬러

이호정 지음



1971년 미국 시애틀에서 시작된 '스타벅스'의 브랜드 마크는 아름다운 노랗소리로 뱃사람들을 불러 죽게 했다는 바다의 요정 '사이렌'을 모티브로 만들어졌다. 로고 컬러는 초창기에 커피 브라운 색을 사용하다 1987년 우리가 스타벅스하면 바로 떠올리는 '딥 그린'으로 변경했다. 딥그린은 성장, 번영, 신선함을 뜻한다.

컬러 컨셉터 이호정이 쓴 '사고 싶은 컬러 팔리는 컬러'는 한마디 말보다 한 장의 이미지로 소통하는 비주얼커뮤니케이션 시대와 감성시대를 살아가는 이들에게 다양한 컬러 이야기와 사용법을 제시한다.

인간은 정보 중 약 80%를 시각에서 얻고, 그 중 약 80%는 컬러의 영향을 받는다고 하니, '컬러 센스'의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않다.

책은 전략적으로 컬러를 사용하고 싶은 디자이너, 매출을 고민하는 마케터 등 비즈니스 현장 관계자를 타겟으로 쓰여졌지만 '컬러'에 관심있는 누구나 재미있게 읽고 활용할 수 있다. 아이들이 과자를 고르는 기준, 비싸보이는 것의 비밀, 사람들을 모으는 컬러, 더 맛있어 보이는 컬러, 기억의 단서가 되는 컬러 등 흥미로운 이야기들이 많다. 이 책의 장점은 저자가 겪은 경험, 풍부한 사례를 통한 현장성과 컬러의 힘과 효과를 한 눈에 바로 알아볼 수 있는 수많은 자료사진이다.

"컬러는 모르는 사이 우리의 마음을 지배하고 행동을 변화시킨다"고 말하는 저자는 일본 국가 자격증인 컬러 코디네이터 1급, 2급, 3급을 취득하고 영국에서 디자인을 공부한 후 마케팅 현장에서 활동하고 있는 컬러 전문가다.

책은 사고 싶어지고 잘 팔리는 컬러의 8가지 법칙을 다양한 사례연구를 통해 검증한 내용을 담고 있다. 저자는 컬러 감각은 '관심'과 '관찰'에 의해서 길러진다고 이야기한다. 조금 더 세심하게 더 자세히 본다면 지금껏 보지 못했던 새로운 것들을 발견할 수 있고, 그 속에서 그동안 해결하지 못했던 문제에 대한 해답을 찾아낼 수 있을 것이라는 설명이다.

패션 컬러 매칭 서비스 앱, 개와 고양이 가 반응하는 컬러, 무료 이미지 사이트 등 소소한 정보들도 따로 쟁겼다.

〈라운북·1만6000원〉

/김미은 기자 mekim@kwangju.co.kr

그린알로에

그린궁

GREEN GOONG PRIME EVER 120

프라임에버 120

다시 맞이하는
빛나는 아름다운 여성의
건강한 봄날을 위하여!



그린궁프라임에버120은 소중한 여성의 피부 건강과 저하된 면역력을 증진시켜 주며 장 건강 그리고 뼈 건강에 도움을 주어 활력있는 여성의 아름다운 건강을 위한 여성 건강기능식품입니다.

소비자상담실 080-234-6588

그린알로에 건강기능식품은 단 1%도 중국산 원료를 사용하지 않습니다.

