

오늘과 맞닿은 살아있는 역사, 근대를 보다



박성천 기자가 추천하는 책

근대 유산, 그 기억과 향유

이광표 지음

근대건축물 가운데 광주극장의 의미는 남다르다. 내부에는 역사를 담은 사진, 영화 포스터를 비롯해 입간판이 있으며 영사기도 전시돼 있다. 영화표에 찍었던 다양한 도장들과 영화 안내 멘트가 기록된 노트를 비롯해 옛 초대권을 보면 그 시절로 역류해 들어가는 듯한 착각에 빠진다.

1935년 문을 연 광주극장은 올해로 개관 86주년이 됐다. 3개 층 856석에 스크린이 하나다. 북향상영관이 대부분이던 광주극장은 단편을 고집한다. 한때는 '조선 제일의 대극장'이라는 찬사와 함께 호남의 대표 극장의 명성을 구가했다. 지금도 극장에는 손으로 그린 간판이 걸려 있을 만큼 옛 향수가 묻어났다.

오래된 극장을 보여주는 사례 가운데 하나가 많은 출입문이다. 3개 층에 모두 13개. 1층 중앙 출입문 옆에 비밀스러운 문이 하나 있다. '입검석'이라고 쓰인 문으로, 1층 관람석 뒤쪽으로 연결돼 있어 1층이 훤히 보인다. 70년대 시절 교사나 경찰들이 청소년 영화 단속을 실시했다. 광주극장의 입검석의 역사는 일제강점기부터 시작됐다. 일제 경찰은 영화를 검열하고 조선인들을 감시하



기 위해 입검석을 만들었다.

이광표 서원대 휴머니티교양대학 교수의 저서 '근대 유산, 그 기억과 향유'에는 오늘과 맞닿아 있는 근대의 다양한 풍경이 담겨 있다. 저자는 근대를 온전히 기억하고 향유하고 있는지 묻는다. 문화재청 문화재위원을 맡고 있는 저자는 문화재 담당 일간지 기자로 활동했으며 '문화재 가치의 재발견', '명품의 탄생', '순안의 박물관' 등을 펴낸 문화재 분야 전문가다.

근대 하면 떠오르는 장소들이 있다. 인천 개항장 거리와 차이나타운, 수탈의 상흔이 남아 있는 군산 도심, 1930년대 후반 세워진 목포의 조선내화, 윤동주 시인의 원고가 보관돼 있던 광양 정병옥 가족, 분단과 전쟁의 상흔이 깃든 벌교 보성여관 등이 그것이다.

근대에 대한 관심은 점차 확산돼 가는 추세다. 근대 건축물을 문화공간이나 이색적인 카페로 활용하고 있는 곳도 부지기수다. 옛 서울역, 대구와 청주 연초제조창, 부산 고려제강은 규모가 큰 곳이다. 청주에는 김수근 건축가가 설계한 대중목욕탕 학전항이 유명하다.

오래된 빵집만 해도 오늘의 관점에서 다양하게 즐길 수 있다. 군산 이성당, 서울 태극당, 대전 성심당, 대구 삼승빵집, 부산 백구당은 빵맛뿐 아니라 빵집의 내력이 사람들의 발길을 붙든다. 노포에 대한 향수와 아울러 브랜드를 직접 향유하고자 하는 움직임이다.

그러나 근대가 대세라고 하지만 한편으로는 아쉬움도 만만치 않다. 근대 유산을 훼손하거나 파괴하는 일들이 도처에서 벌어지고 있다. 저자는 "앞으로 50~100년이 흐르면 어엿한 문화유산으로 대접받을 텐데, 그것이 비록 사유재산이라고 해도 서둘러 미리 훼손하는 것은 안타까

운 일"이라고 지적한다.

저자는 근대 건축물을 활용하는 방식도 지나치게 단순하다고 주장한다. 대부분 전시장, 공연장, 카페로 쓰이는 게 일반적이다. "고민과 성찰이 결여된 너무나 손쉬운 활용"이 아닌가 하는 아쉬움이 남는 이유다. 물리적 공간을 기억하고 이미지를 경험하고 소비하는 것도 의미가 있다. 그러나 여기서 한 발 나아가 저자는 "원래 건물의 맥락이나 의미"에 집중해야 할 필요성을 이야기한다. 또한 근대 유산에 대한 관심과 흥미로운 변화와 맞물리는 "좀 더 논리적이고 깊이 있는 탐구"를 제안한다.

이밖에 책에는 근대 유산의 다양한 현장과 일제의 어두운 그림자가 드리워진 궁궐과 왕릉, 산업화시대의 공장과 굴뚝 등도 소개돼 있다. 하나하나가 귀한 근대의 자산이자 문화다.

저자는 말한다. "근대 유산은 과거이면서 현재이다. 과거의 연속이면서 거기에 새로운 변화가 축적된다. 현재와 연결되어 있고 현재의 사람들이 행위에 참여한다... 따라서 근대 유산은 그 어떤 문화유산보다도 이 시대 대중들의 수용과 인식의 문제가 더욱 중요해진다. 어떻게 바라보느냐 하는 관점의 문제가 중요하다는 말이다."

〈현암사 2만원〉
/박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr



1935년 개관 이후 호남 대표 극장의 명성을 구가했던 광주극장. 객석 뒤쪽의 입검석은 1960~1970년대 청소년들의 영화 관람을 지도 단속했던 공간이다.



사적 284호로 지정된 100년 역사의 옛 서울역 전경. 〈현암사 제공〉

과학을 공부하는 과학

최준호 지음

과학의 관점에서 다양한 질문이 가능하다. 예컨대 이런 것들이다. 유전자 편집으로 지능, 미모 등이 강화된 아이가 태어난다면? 핵융합 기술이 완성되면 에너지 문제를 해결할 수 있을까? 붉은 행성, 화성 이주는 실현될까?

많은 사람들은 과학은 나와는 무관한 영역으로 본다. 과학을 몰라도 사는데 전혀 지장이 없다고 생각한다. 과연 그럴까.

'과학을 공부하는 과학'은 최근 세계를 흔든 과학기술 이슈를 모은 이색적인 책이다. 중앙일보 과학·미래 전문가이자 최준호 논설위원이 저자다. '중앙SUNDAY' 시절 스페셜 리포트 '미래를 만드는 사람들'을 취재하다 국내외 미래학자들을 두루 만났다. 책은 미래를 상상하는 데 영감을 주는 최신 과학기술을 선별해 실었다.

사실 인간이 가진 욕망과 상상은 과학기술을 만나 점차 실현이 되고 있다. 아이를 갖고 싶어하는 불임부부의 간절한 바람이 시험관 아기 기술을 견인했다. 미국과 러시아 등에서 냉동간들이 질소 탱크 속에 잠들어 있다. 이러한 장면은 언젠가는 부활할 것이라는 꿈이 실현될지 모른다는 기대를 갖게 한다. 이러한 기술은 대부분 21세기가 시작되고 20년 내에 이루어질 것이다.

그렇다면 21세기 후반에는 어떤 일들이 벌어질까? 저자는 과학기술의 발달로 앞서의 기술이 더 진보될 것이라고 예상한다. 한편으로 유토피아만큼 디스토피아도 가까이 와 있다고 언급한다. 지구온난화는 가속화되고 있고 홍수, 가뭄 등 기상이변은 더 잦아지는 추세다. 불확실한 미래를 헤쳐 나가기 위해서는, 미래를 위해 꿈을 펼쳐 나가려면 과학을 알아야 한다는 게 저자의 주문이다. 〈머스트리드북·1만6000원〉
/박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr



이것은 작은 브랜드를 위한 책

이근상 지음

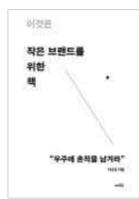
변화는 모든 이에게 주어진 숙명이다. 변화해 살아남고, 살아남은 이들은 또 변화를 이끌어나간다. 변화무쌍한 일이 벌어지는 광고 업계 또한 예외는 아니다. 브랜딩과 마케팅은 생존 전략과 직결된다. 매출의 크기가 아니라 존재감의 크기로 성장한다는 주장을 펴는 이가 있다. 마케팅·광고 기획 전문가인 이근상은 "큰 브랜드 시대는 갔다. 이제는 작은 브랜드의 시대. 우주에 흔적을 남기는 작은 브랜드가 돼라!"고 이야기한다.

이근상이 펴낸 '이것은 작은 브랜드를 위한 책'은 30년 넘게 큰 브랜드를 위해 브랜딩과 마케팅을 해왔던 전문가의 시각을 담고 있다. 가장 핵심적 주제는 큰 브랜드와는 다른 길을 찾아가는 점이다.

그 이유는 무엇일까. 답은 간단하다. 매체와 플랫폼이 다양해졌고 브랜드와 광고, 세상을 바라보는 이들의 관점이 다변화됐다. 일반적인 광고 메시지를 수용하는 소비자들은 예전에 비해 줄었고 '나에게 맞는 브랜드'를 스스로 찾는 시대라는 의미다.

저자가 강조하는 '작은' 개념은 절대적 크기나 규모를 상징하지 않는다. '큰 브랜드'와 비교한 상대적 개념이다. '느리게, 적게, 좁게'의 개념을 가진 브랜드가 이에 해당한다. 저자는 말한다. "해오던 일을 그대로 따라 하면 영원히 앞선 자가 될 수 없다. 지금까지의 방식에 근본적인 질문을 던져라. '꼭 그렇게 해야 하는 걸까?'라고.

책에는 성공의 개념을 바꾸자, 크기의 개념을 바꾸자, 비상업적인 것의 힘을 믿어라, 라이프스타일과 결합시켜라, 길이 없는 곳에 길을 만들어라, 진정성의 힘을 믿어라, 두 마리 토끼를 잡아라 등의 소주제로 연결된 금언 같은 내용들이 펼쳐져 있다. 〈몽스북·1만5800원〉
/박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr



죽지 않는 사람들

클로이 벤저민 지음, 김선희 옮김

장차 죽을 날이 언제인지 아는 것은 축복일까, 저주일까. 그 정확한 날을 알게 된다면 사람은 어떤 삶을 선택할까.

미국 작가 클로이 벤저민의 장편소설 '죽지 않는 사람들'은 이같은 질문을 던지며 수많은 가능성이 기다리는 삶과 그림에도 언젠가 죽을 수밖에 없는 인간의 유한성, 그리고 그 사이에서 우리가 하는 선택에 대해 탐구하는 작품이다.

저자는 2014년 첫 장편소설 '꿈의 해부학'을 펴내 에드나 퍼버 소설상을 수상하며 이름을 알렸다. 이 작품은 2018년 발표한 두 번째 장편으로, 출간과 함께 뉴욕타임스 베스트셀러, 아마존 '이달의 책'에 선정됐다.

전쟁으로부터 자신이 죽을 날짜를 듣게 된 네 남매의 제각기 다른 삶을 그린 소설은 1969년 뉴욕의 한여름, 골드 가족의 어린 네 남매가 아직 함께인 시절에서 시작된다. 조심성 많은 맏이 바르야와 대장 노릇을 좋아하는 대니얼, 하고 싶은 일은 해야 직성이 풀리는 클라라와 몸놀림이 민첩한 막내 사이먼. 이들이 권태로운 시간을 보내던 어느 날, 그들의 미래를 결정지을 한 가지 소문이 날아든다. 사람의 운명을, 무엇보다 죽을 날을 정확히 알아맞히는 점쟁이 여인이 이웃에 산다는 것. 수소문 끝에 여자의 거처를 찾아간 네 사람은 제각기 자신이 죽을 날을 듣게 되고, 진실인지 거짓인지 알 수 없는 그 예언은 각자의 머릿속에 싹을 틔우고 불가사의한 힘을 발휘하기 시작한다.

소설은 막내부터 맏이까지 네 사람이 선고받은 사망일의 순서에 따라 약 40년에 걸친 각자의 운명을 생생하게 펼쳐 보인다. 〈문학동네·1만5800원〉
/전은재 기자 ejf621@kwangju.co.kr



함께하는 100년 농협

아름다운 동행 서광주농협

농업인·고객·지역사회와 함께 농업의 새로운 가치를 창조하고, 더불어 사는 밝은 미래를 만들고자 최선의 노력을 다하겠습니다.

NH 국민은행

언제 어디서나 간편하게 국민은행

조회, 송금, 결제, 대출 그리고 금융비서까지!

전국 3000여 개 하나로마트에서 꼭 바로 바로 확인까지 꼭!

NH가성비국민건강보험 2004 (무배당)

가성비를 갖춘 합리적 선택!

심장질환 + 뇌질환 2대 혈관질환! 든든하게 준비하기! 진단비와 수술비를 동시에!

서광주농협에서 더 편안한 환전·해외송금을 말하!

환전부터 해외송금까지 수수료 우대 적용

열심히 사는 사람들을 위한 따뜻한 금융

저신용자, 저소득자 서민(사업자 및 근로자)을 위한 대출, 개인신용등급에 따라 대출한도 차등 적용

본점 | 광주광역시 서구 죽봉대로 107(광천동) TEL. 062) 362-8400~6 FAX. 062) 362-8407

운암백삼지점 062)529-5335~6	쌍촌지점 062)381-6551~2	유동지점 062)512-1984~5	기아자동차지점 062)385-4977~8	동운지점 062)528-2640~2
상무동지점 062)372-3741~2	빛고을로지점 062)531-1213~5	농성지점 062)361-4472~4	운암지점 062)527-3295~6	비틀지점 062)381-1971~2
용산지점 062)526-0222~3	화정지점 062)372-0421~3	동림지점 062)513-8521~3	유덕지점 062)373-3235~6	운천지점 062)371-2772~3
지평지점 062)381-8212~3	로컬푸드직매장 062)364-8400	유덕하나로마트 062)373-3235	하나로마트동림점 062)511-2901~3	

지역대표 금융기관 **서광주농협**