

넓은 지구 다양한 삶의 터전 있는데 왜 '열대'일까?



박성천 기자가 추천하는 책

지리학자의 열대 인문여행

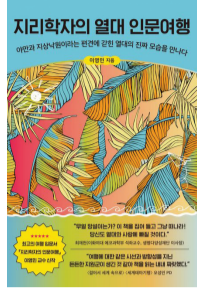
이영민 지음

이곳은 어디일까? 대체로 적도를 중심으로 남북 회귀선(위도 23.5도)까지에 해당한다. 영어로는 '이퀘이터'라고 부른다. 태양으로부터 가장 가까워 많은 열에너지를 받는다.

바로 적도 지역이다. 정말로 이곳은 해가 중천에서 뜬다. 그로 인해 이색적인 현상이 생긴다. 그림자가 생기지 않는 이른바 '라하이어나눈'이 일어나는 것. 해가 지표면에 수직으로 뜨는 경우가 두 번 정도 있고 그 외의 기간에도 태양 고도는 높다.

"적도가 지나가는 열대 지역 곳곳에는 적도기념탑이 세워져 있어 여행자들의 관심을 끌곤 한다. 우리에게 가장 잘 알려진 적도탑은 에콰도르의 수도 키토에 있는 적도기념탑일 것이다. 스페인어명칭은 '사우다드 미타 델 문도'인데, 직역하면 '세상의 중앙 도시'라는 뜻일 것이다."

적도 지역에서는 일반적인 다른 지역과는 다른 현상을 관찰할 수 있다. 일테면 이런 것들이다. 날계란을 길쭉한 방향으로 세울 수 있다. 적도가 지구의 자전축과 수직을 이루기 때문에 계란 노른자가



한가운데 물려 무게중심 역할을 톡톡히 한다. 육조통에 물을 부었을 때 배수구에 회오리가 생기지 않고 빠져나가는 것도 적도에서 볼 수 있는 현상이다.

열대에 관한 이야기를 담은 책 '지리학자의 열대 인문여행'은 흥미로운 이야기가 가득한 보물창고와 같다. 저자인 이화여대 사회과 교육과 이영민 교수는 장소와 사람, 문화의 관계를 밝히는 인문지리학을 연구한다. 그동안 '지리학자의 인문여행' 등의 저서와 '포스트식민주주의의 지리' 등 다수의 번역서를 공동 출간했다.

이번 책에서 저자는 카리브해부터 아마존 열대우림까지 열대에 관한 이야기에 초점을 맞춘다. 그런데 한가지 의문이 생긴다. 넓은 지구의 다양한 삶의 터전이 있는데 왜 '열대'일까. 저자의 말은 이렇다.

"그곳이 우리와는 아주 다른 기후와 문화를 가지고 있기 때문이다. 사계절이 뚜렷한 중위도 온대 지역에 살고 있는 우리에게 열대는 친숙하면서도 낯선 곳이고 그만큼 많은 편견과 오해가 존재하는 지역이다. 책 한 권에 다 담아낼 수 있을지 걱정될 만큼 알려주고 싶은 이야기가 가득한 곳이다."

책은 모두 3부로 구성돼 있다. 1부 '우리는 열대에 대해 얼마나 알고 있을까?'에서는 열대에 대한 편견과 오해의 근원에 초점을 맞췄다. 저자는 혼돈의 삶과 갈등은 유럽의 식민지배에서 기인한다고 본다. 과거 오랜 세월 겪은 수탈과 착취 그리고 식민시대의 종식 이후에도 유럽 세력이 구축한 국경선은 갈등과 분쟁의 씨앗이 되었다.



세계적인 휴양지는 열대 지역에 많이 있다. 사진은 카리브해의 백사장 리조트.

(아날로그 제공)

또한 저자는 단편적 경험과 상상이 만들어낸 열대성이 편견을 낳았다고 본다. 유럽제국주의가 '내륙의 백백한 열대우림이나 대하천의 급류를 헤치고 들어가기에는 역부족'이었던 탓에 그들에게 당시의 열대는 "이색적이고 경이로운 동시에 막연한 불안과 두려움"을 주는 지역으로 인식됐다.

2부 '열대의 자연은 아름답고 풍요롭다'는 열대에 걸쳐 있는 자연을 소개한다. 대하천이 품은 진귀한 것들이 산재한 아마존, 동부아프리카 지구대의

생명의 호수 빅토리아호, 열대지역임에도 온화하고 시원한 킬리만자로산과 아프리카의 고산지대 등을 만난다. 또한 카리브해와 마야 유적의 신비가 깃든 열대의 바다 휴양지들, 즉 멕시코 칸쿤과 유적지 치첸이트사 등을 볼 수 있다.

마지막으로 3부 '열대의 삶을 그들 입장에서 바라보다'는 인류 탄생 기원지로서의 아프리카의 역사와 문명을 들여다본다. 저자는 열대우림이 인간의 접근을 어렵게 해 문명 확산에 장애물로 작용했

다고 본다. 유라시아는 동남쪽 변방 구석에 적적 적도가 나타나지만 아프리카와 아메리카 대륙은 열대가 한가운데를 차지하기 때문이라는 것이다.

저자는 "열대에 덧씌워진 유토피아의 이미지와 암울한 디스토피아의 이미지를 생각해보면서 우리가 열대를 소비하는 방식이 잘못된 이미지에 근거했던 것이 아닌지를 성찰했으면 한다"고 전한다.

(글담출판사·1만8800원)

/박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr

우리의 겨울이 호주의 여름을 만난다면

최화영 지음

사람들은 나이 마흔이 되면 여러 가지를 생각하게 된다. 살아온 날과 앞으로 살아갈 날을 생각하며 자신의 삶을 새롭게 시작하고 싶어진다. 그 방편으로 혼자 여행을 떠나기도 하고 계획했던 일을 시작하기도 한다.

최화영 씨는 어느 날 40대가 되자 다시금 자신을 찾을 수 있는 시간을 갖고 싶었다. 대기업 개발자로 4년, 대학 직원으로 13년째 일해 온 저자는 새로운 삶의 의미를 찾고 싶었다. 그렇게 해서 호주로 두달간의 여행을 떠났다. 20대 때 워킹홀리데이를 했던 호주를 40대에 이르러 힐링홀리데이를 위해 찾은 것이다.

최근 최 씨가 두 달 간의 호주여행을 마치고 기행집 '우리의 겨울이 호주의 여름을 만난다면'을 펴냈다.

저자는 두 아이와 함께 호주로 떠난 이유에 대해 이렇게 말한다.

"나에게 마흔의 무게는 결코 가볍지 않았다. 아이들은 어느새 훌쩍 자라 신중한 훈육이 필요해졌고, 직장에서는 기밀 수 있는 선배보다 보듬어야 할 후배가 더 많아졌다. 나잇값을 해야 한다는 부담은 육함과 동시에 나를 무겁게 짓눌렀다."

책에는 지난해 12월 말부터 올해 2월 말까지 호주에서 보낸 일상이 담겨 있다. 저자는 20대 때 워킹홀리데이를 했던 때에는 다른 느낌을 받고 경험을 할 수 있었다. 대학 3학년 때 휴학을 하고 호주에서 아르바이트를 하며 보냈던 시간들이 오버랩되었다.

저자는 "우리의 겨울이 호주의 여름을 만나 열어 붙었던 내 시계가 다시 돌아가기 시작했다"며 "아이들과 타국에서 두 달의 시간을 보내는 일은 무엇보다도 얻을 수 없는 귀중한 경험이었다"고 말했다.

(미다스북스·1만9000원)

/박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr



챗GPT의 거짓말

트렌드연구소 지음

"책 내용은 챗GPT에 대해 소개하면서 챗GPT의 단점, 약점에 대해서도 이야기할거야. 허락해줄거야?"

"물론이죠! 챗GPT 기술은 매우 혁신적이고 획기적인 기술이지만, 무엇이든 완벽한 것은 없습니다. 챗GPT의 단점과 약점을 솔직하게 다룬다면, 독자들은 챗GPT 기술에 대한 더욱 높은 이해와 깊은 통찰력을 얻을 수 있을 것입니다. ...출판을 위해 챗GPT 기술의 단점과 약점을 다룬다는 것은 매우 타당하고 의미있는 선택입니다."

챗GPT의 약점, 한계를 다루는 책 출간을 앞두고 챗GPT에게 직접 허락을 받은 대화내용이 흥미롭다. 트렌드연구소가 펴낸 '챗GPT의 거짓말'은 지금껏 우리가 인공지능에 대해 가졌던 막연한 환상을 깨는 노골적인 분석보고서이다.

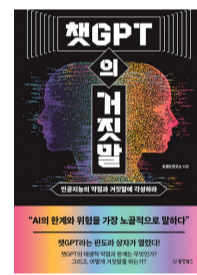
책은 "인공지능에 분명 한계가 있다"고 말하고 챗GPT가 인간의 능력을 넘어서지 못하는 이유, 챗GPT의 타고난 한계를 조목조목 짚어낸다.

인공지능은 디지털 데이터로 움직이는 프로그램이기 때문에 누구라도 나쁜 의도를 갖기만 하면 언제든지 인간을 공격할 수 있는 수단으로 변할 수 있다. 작정하고 우리에게 '거짓말'을 할 수도 있다는 얘기다.

1부 '챗GPT의 등장'에서는 인공지능은 어떻게 공부하고 일을 하며 인공지능으로 직업이 어떻게 달라지는지 살펴본다. 2부 '챗GPT의 거짓말'에서는 인공지능이 가진 태생적 한계, 데이터와 학습의 한계, 인공지능 대화의 한계를 짚음하게 따져본다. 3부 '챗GPT vs. 인간'에서는 인공지능을 규제할 것인지, 자유를 줄 것인지에 대해 다룬다.

(동양북스·1만9800원)

/이보람 기자 boram@kwangju.co.kr



삼성, 유럽에서 어떻게 명품 브랜드가 되었나?

김석필 지음

만일 유럽프리미어리그의 종가 '첼시 FC'의 가슴팍에 'Samsung' 대신 핀란드의 네트워크 기업 'Nokia(노키아)'가 적혀 있었다면 어땠을까. 우리나라 EPL 팬들에게 '유니폼 스폰서십'은 한국에 대한 자부심으로 남는다. 토트넘 홋스퍼의 주장이 된 손흥민의 유니폼의 'AIA' 로고가 우리 국민들의 관심을 끌듯, 사람들이 열정 가득한 분야를 공략하는 마케팅 전략은 자못 효과적인 듯하다.

전 삼성전자 부사장인 김석필은 최근 '삼성, 유럽에서 어떻게 명품 브랜드가 되었나?'를 펴냈다. 앞서 언급한 유니폼에 얽힌 일화와 같이 유수의 기업들이 즐비한 유럽 시장에서 '문화 코드'에 초점을 맞춰 브랜드에 성공한 삼성 신화를 담았다.

책은 해외시장의 돌파구로 '3P 마케팅' 전략을 제시한다. 이는 앞 글자를 본따 약어로 사람들이 열광하는 것을 포착해 마케팅하는 '패션 포인트(Passion Point)' 전략, 고급화·명품화를 모색하는 '프리미엄(Premium)' 전략, 우리나라의 '김치'나 '한글'처럼 자국민이 자부심을 느끼는 지점을 공략하는 '프라이드(Pride)' 전략으로 집약된다.

세 마케팅 포인트에 주목해 다양한 일화들을 소개한다. 가령 영국인들이 금지를 느끼는 왕실의 '로열 워런트'부터 버뮤딕의 도그 쇼, 아일랜드의 승마 쇼, 더블린의 기네스 맥주 박물관 등은 3P 전략이 들어맞는 성공담이다. 또 프랑스에서는 거라저를 미슐랭 셰프 롬으로 초대했던 '쿡 마케팅' 일화도 이야기 한다.

(아트레이크·1만8천원)

/최류민 기자 rubi@kwangju.co.kr



그린궁 宮 프라임에버 120

GREEN GOONG PRIME EVER 120

**다시 맞이하는
빛나는 아름다운 여성의
건강한 봄날을 위하여!**

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

소비자상담실 080-234-6588

그린알로에 건강기능식품은 단 1%도 중국산 원료를 사용하지 않습니다.