

오피니언

다산포럼

김민환



1780년대에서 1860년대에 이르는 시기
를 미국 언론사(言論史)에서는 정파신문
시대라고 한다. 그 시절에 신문은 특정 정
치세력의 앞잡이에 지나지 않았다. 정당
간의 갈등은 언론계에 여과 없이 반영되
었다.

그래서 서로 다른 정파를 대변하던 '모
닝 크로니클'의 사주 아론 버어와 '이브닝
포스트'의 발행인 알렉산더 해밀턴은 권
총으로 결투를 벌였고, 워싱턴 대통령 시
절에 재무장관을 지낸 해밀턴이 목숨을
잃는 사태까지 벌어졌다.

풀리처와 허스트가 차례로 미국 언론계
에 등장하면서 정파신문은 마치 헛살에
안개 걸히듯이 사라졌다. 산업화와 대중
교육을 통해 양산된 월급쟁이 대중이 바
로 풀리처와 허스트의 과녁이었다. 대중
은 정치 이야기보다는 그들 주변에서 일
어나는 일에 더 큰 흥미를 느꼈다.

따라서 풀리처와 허스트는 정당이나 의
회 대신에 법원이나 경찰서에 더 많은 기
자를 보냈다. 기자들은 거기에서 대중의

피부에 와 닿는 기사를 쏟아냈다. 그렇게
하여 대중신문의 시대가 활짝 열렸다.

그러나 이 대중신문시대도 그리 오래가
지 않았다. '뉴욕 타임스'가 등장하면서 새
로운 물결을 일으켰기 때문이다. 이 신문

당을 찍었다. 그런 응징이 거시적으로는

정당정치를 키우는 것이라고 믿었다.

'뉴욕 타임스'는 바로 그런 지적 공중을

대상으로 새로운 저널리즘 철학을 실천해

나갔다. 객관성·균형성·공정성이라는 세

가지 덕목이 그 철학의 핵심이었다. 이 신

문의 실험은 멋들어지게 성공했다.

우리나리에는 언제쯤 언론이 정당이나
정파의 앞잡이 노릇을 하는 시대가 막을

내릴까? 이 물음에 대한 답은 미국의 사

례가 잘 보여주고 있다. 정치에 매몰된 독

자가 정파언론의 존재기반으로 되고, 정치

지역 정당체제는 해체될 기미가 보이지
않는다. 정치에서 협상은 사라지고 투쟁
을 통해서만 해제모니를 유지하고 강화
한다.

좌우의 외곽단체는 시민사회를 참칭하
면서 토론다운 토론이 이루어지는 것을
원천봉쇄한다. 지식인 사회마저 정치세력
의 외연으로 전락한 지 오래다. 이런 사실
이 우리를 절망하게 한다.

그런 와중에 서울대 안철수 교수가 일
으킨 평지통과는 결코 적지 않은 의미를
함축한다. 안철수라는 잡동의 존재를 확
인한 것도 놀라운 일이지만, 그 잡동의 미
세한 움직임을 팔목(剖目)한 사람들이 그
렇게 많다는 사실은 더욱 놀라운 일이다.
정파를 초월한 광범한 대중의 환호는 결
코 예사로이 넘길 일이 아니다.

안철수에 환호하는 사람이 많다는 것은
우리나리에 이미 정치적으로 성숙한 '지
적 공중'이 몰라보게 형성되어 있다는 것
을 방증한다. 우리도 모르는 사이에 이제
지적신문이 등장할 여건이 무르익어가고
있는 셈이다. 기쁜 일이다. 이런 변화의
흐름을 제대로 읽는 언론이 내일을 얻을
것이다. <고려대 명예교수>

* 본란의 내용은 본지 편집방향과 일치
하지 않을 수도 있습니다.

안철수 사태가 언론에 던진 화두

은 풀리처나 허스트와 경쟁하지 않았다.
대중신문의 소비층은 정치적으로는 중립
적이지만 질적으로는 수준이 그다지 높지
않았기 때문이다.

반면에 '뉴욕 타임스'는 뉴욕의 수준 높
은 '지적 공중'을 대상으로 삼았다. 이 지
적인 공중은 자가가 지지하는 정당이 있긴
하지만 정당 간에 수시로 정권 교체가 이
루어지는 것이 바람직하다는 걸 잘 알고
있었다. 그래서 어느 당시 정치를 잘하지
못하면 다음 선거에 머물거리지 않고 다른

적 관심이 낮은 대중이 대중언론의 소비
층이 되었다.

그 후 질적으로 수준 높은 뉴욕의 지적
공중이 '뉴욕 타임스' 육성의 주체가 된 역
사적 사실을 인정한다. 우리나라에서도
정치적으로 초연한 언론이 독립적으로 언
론활동을 펴는 시대가 되려면 정치적으로
초연한 지적 공중의 층이 두터워지기까지
기다려야 할지 모른다.

우리는 여전히 정치시대를 살고 있다.
그런데 그 정치라는 게 그야말로 3류다.

버리고 조혈모세포 기증에 많이 동참했으면
좋겠다는 생각을 했다고 합니다.

만성질환의 고통 속에 하루하루 간질한
마음으로 이식을 기다리는 대기자들을 위해
장기기증 활성화가 시급합니다. 고령화로
인한 만성질환의 증가와 의학기술의 발달로
장기이식을 필요로 하는 환자가 2011년 5월
말 현재 1만9000명을 넘었습니다.

그간 민간단체와 정부, 종교계, 의료계가
하나 된 마음으로 장기기증의 절실함을 알
려 장기기증희망자가 97만 명에 이르고 있
습니다. 하지만, 들어나는 환자에게 비하여 실
제 이식수는 여전히 부족한 상황입니다.

만성질환의 고통 속에서 이식을 기다리는
장기이식대기자들에게 있어서는 이제 민간
단체와 정부를 애우르는 홍보네트워크가 마
련되어야 합니다. 그리고 우리나라 장기기
증 제도의 개선과 기증문화 확산을 위해 전
국민을 대상으로 하는 지속적이고 체계적인
홍보대책 마련이 시급히 이루어져야 한다고
생각합니다.

장기기증은 생사의 갈림길에 선 환자에게
새로운 생명을 얻을 수 있다는 희망을 주는
아름다운 기부라고 생각합니다.

<(사)생명나눔실천 광주전남본부 사무국장>

우리나리에 서구의 대중문화가 물밀듯이 들
어올 때의 낯섦과 생생함이 이제 의료 현장
에서도 엄연한 시대적 흐름이 되고 있는 것
이다.

이제 김태희의 얼굴이나 손미나의 미소
정도는 개인의 필요에 의해서 얼마든지 만
들어져야 한다는 게 의료 소비자의 요구이
다. 지난 70, 80년대가 팝송 등 매스 미디어
(대중 매체)의 시대였다면 이제는 팝 메디
컬(popmedical, popmedicine)적 개념이 의
료계의 화두로 떠오르게 된 이유가 여기에
있다. 나도 언제든지 텔런트가 될 수 있고,
나도 언제든지 가수의 길을 걸을 수 있다는
소비자 의식은 심미적 의료의 대중화와 그
맥락을 같이한다.

미에 대한 열망은 높아가고, 이와 어울려
의료 서비스 방식의 다양성이 제고되고 있
는 이즈음에 과연 기존의 전통적인 의료 행
위는 어떤 길을 모색해야 할까. 의료 소비자
는 벌써 질문을 던졌는데 의료 현장은 아직
이렇다할 답변을 준비하지 못하고 있는 게
아닌가 싶다. 의료의 대중화 즉, 팝 메디컬
(popmedical, popmedicine)이라는 코드가
또 하나의 의료 문화로 새 지평을 열게 될
지 지켜볼 일이다.

<(메디코퍼레이션 전무>

◇ 독자투고 환영합니다

독자투고를 기다립니다. 주변의
작은 이야기들, 생활의 경험 등 어
떤 내용의 원고나 사건, 민족, 만평
도 환영합니다. 채택된 원고는 고
료를 지급합니다. 원고를 보내실
때는 이름, 주소, 전화번호를 함께
적어 주십시오.

501-711 광주광역시 동구 금남로 2가
20-2 광주일보 오피니언 담당자
전화 062-2200-628 팩스 062-222-4918
e메일 opinion@kwangju.co.kr

시설

소비도시 오명 벗은 광주, 안주 아직 이르다

광주가 '소비도시'의 오명을 벗고 '생
산도시'로 거듭나고 있다고 한다. 지난

10년 사이 제조업체 수가 47.4% 늘었
고, 출하액도 20조 원대를 넘어섰으며,
제조업 부가가치도 6조 원대로 크게 향
상됐다는 것이다.

이 같은 제조업 성장세는 기아자동차
광주공장과 삼성전자 광주사업장, 광산
업 등이 주도했다는 분석이다. 자동차와
전자, 광산업이 수출과 내수 모두 큰 호조
를 보이면서 지역에 기반을 둔 관련산업
과 협력업체들이 동반 성장한 때문이다.

특히 광산업은 광주시가 육성을 시작
한 지난 1999년 1136억 원이던 매출이
11년 만인 지난해 2조5400억 원으로 2
조 원대를 훌쩍 넘어 올해 3조 원 시대
를 목표로 하고 있다. 광주의 대표적 특
화산업이 성장동력으로서 뿌리를 내리고
있는 것이다.

그러나 이는 10년 간 수치상 변화일
뿐 현재의 지역경제 여건을 감안하면
결코 안주만은 할 수 없는 형편이다. 그

각각 2명과 5명, 관련 자격증 소지자는
각 4명뿐이었다.

굳이 일본 후쿠시마나 러시아 체르노
빌 원전 사태를 들먹이지 않더라도 방사
능 누출 사고는 엄청난 재앙을 불러온다.
예기치 않은 방사능 사고에 대한 대비에
한 치의 빈틈이 없어야 하는 이유다.

더욱이 광주·전남은 영광원전이 위
치하고 있어 보다 완벽하고 효율적인
대응책 마련이 요구되고 있다. 그럼에
도 보호장비와 측정기, 그리고 전문인
력 등 가장 기본적인 사항마저 제대로
갖춰지지 않은 것은 정부 당국이나 지
자체의 원전 불감증이 얼마나 심각한지
를 알 수 있다.

원전사고나 방사능 누출은 결코 먼 나
라 이야기가 아니다. 국내 원전이 아무
리 안전하다 해도 이웃나라 중국이나 일
본에서 사고가 발생할 경우 광주·전남
도 안전지대가 아니다. 원전 및 방사능
사고에 대비한 보다 치밀하고 정교한 대
응책 마련을 서둘러야 할 것이다.

無等鼓

우리 속담에 "밀짱 도루묵이 되었다"
라는 말이 있다. 흔히 꼭 이뤄 내려는 복
표나, 심혈을 기울여 노력한 일이 보람
도 없이 헛되게 될 때 쓰는 표현이다.

본래 도루묵은 물고기의 한 종류이지
만 조선의 14대 임금이었던 선조와 관
련된 설화가 있다. 임진왜란 때 선조가
피난하면서 먹을 것이 궁하자 한 어부
가 '목'이라는 물고기와 측정기, 그리고 전문인
력 등 가장 기본적인 사항마저 제대로
갖춰지지 않은 것은 정부 당국이나 지
자체의 원전 불감증이 얼마나 심각한지
를 알 수 있다.

5공과 6공 때는 대통령 본인들이 비
리의 물통이었다. 김영삼 문민정부 시
절과 김대중 국민의 정부 때는 이들을
이비리에 연루되는 바람에 청와대의 아버지들은 밤마다 고뇌에 빠져야 했

다. 노무현 대통령도 친형이 금전의 유혹을
이기지 못한 바람에 '부엉이산의 비극'이
빚어졌다.

현 정부도 말기에 접어들며 고위층의 비
리가 터져 나오고 있다. 진진수 전 감사위
원은 이미 영어의 몸이 됐고 김두우, 신재
민씨까지 스캔들에 휘말려 결과에 죽각
이 모아지고 있다.

정권 출범 때마다 대통령들은 친인척
과 측근비리 균절을 그토록 외치며 국
민에게 약속했지만 일기 만료가 다가오
면 한결같이 '도루묵'이 되고마는 현상
을 어떻게 설명해야 할까?

/박지경 사회부장 unipark@kwangju.co.kr



光州日報

회장 金鐘宅 사장·발행·편집·인쇄인 柳濟喆 논설주간 申港榮 편집국장 曹庚完

1952년 4월 20일 创社 1980년 11월 29일 등록번호 광주11(일간) 광주광역시 동구 금남로 2가 20-2(우편번호 501-711)

대표전화 222-8111~2200-551 《지사·자치·구도신청·배달안내》 광고문의 062-227-9600

편집국내내 《대표 FAX 222-4918》 문화생활부 2200-515 《F A X 222-8005》 《F A X 222-0551》

면집부 2200-649 여론매체부 2200-621 《F A X 227-9600》 《F A X 220-651》

정경부 2200-612 체육팀 2200-697 《F A X 227-9500》 《F A X 227-9500》

《대표 FAX 222-4918》 사진부 2200-693 《F A X 227-9500》 《F A X 227-9500》

사회부 2200-616 조사부 2200-571 《F A X 227-9500》 《F A X 227-9500》

《대표 FAX 222-4267》 전신팀 2200-685 《F A X 227-9500》 《F A X 227-9500》

경영지원부 2200-536 《F A X 227-9500》 《F A X 227-9500》

기획사업국 2200-556 《F A X 02-773-9335》 《F A X 02-773-9335》

※ 구독료 월정 10,000원 1부 500원

본지는 신문윤리 강령 및 그 실천요강을 준수합니다

맛 좋고 가격 저렴한 국내산 육우 적극 홍보했으면

우리 국민은 한우는 다 알지만 육우에 대
해서는 잘 모른다. 육우란 우유를 생산해 내
지 못하는 수ows 젖소를 말한다.

육우도 알고 보면 우리 땅에서 태어나고
자란 국내산 소고기인데 그동안 젖소라는
이미지 때문에 약간 흘대받아온 게 사실이
다.

그런데 며칠 전에 중요한 설문조사 결과
를 접했다. 육우협회가 육우데이를 맞아 소
고기를 즐겨 먹는 우리나라 20~40대 소비

자를 대상으로 조사를 해봤더니 응답자의
절반 이상이 국내산 육우의 가장 큰 매력으
로 저렴한 가격을 꼽았다고 한다.

그리고 육우고기를 먹어봤다는 소비자들은
전체 응답자의 34%였으며 이중 56%가
육우 구매 이유에 대해 '가격이 싸서 좋다'
고 했다는 것이다. 아울러 육우이기는 하지
만 수입산 소고기보다 믿을 수 있는 국내산
이기 때문이라고 응답한 사람도 35%였다
고 한다.

이런 응답은 육우 생산을 하는 농가들에게
게 중요한 이야기가 아닐 수 없다. 하지만
지금도 아쉬운 점은 아직까지 국내산 육우
에 대해 잘 모르는 분들이 적지 않다는 점이
다. 전체 소비자들의 66%는 아직도 육우고
기를 먹어 본 적이 없다고 말했다. 그러므로
국내산 육우고기에 대해 더 적극적으로 알
리고 품질의 우수성과 안전성을 함께 홍보
해 주었으면 한다. 그렇게만 된다면 앞으로
육우의 소비는 더욱 들어날 것이다.