기고

2013 예향 남도 100만 편지쓰기를 시작하며

김 병 수
전남지방우정청장

다시 가을이다. 어느새 벼는 누렇게 익어 고개를 숙이고 담장 너머 감나무는 석양을 벗 삼아 붉게 감흥에 젖어 있다. 길가 억새는 한해를 마무리하고 새 삶을 찾아 떠다닌다. 언뜻 지나치며 보는 가을풍경은 지난해와 비교하여 하나도 변한 것이 없는 것 같다. 허나 두렵도록 변화하는 것이 세상이다. 그러고 보면 다시 오는 가을이란 없다 하겠다. 늘 새로운 가을이 있을 뿐이다.

그래, 가을이 우리에게 주는 메시지는 익숙한 것에서 낯섦을, 일상에서 근원을 발견하라는 것 아닌가 한다. 그러했을 때 우리들 삶이 늘 새롭게 잉태될 수 있기 때문이다.

문득 횡으로 종으로, 촘촘히 엮어진 시공간 속에 놓인 나를 돌아본다. 올해에 나는 무엇을 추구했고 무엇에 좌절했는지, 그래서 나는 어떻게 새로워졌는지, 아마도 이런 느낌은 필자만의 것은 아니라 하겠다. 누구나 가을이 되면 우리 자신을 보게 된다.

나무들이 한 해 동안 삶의 지붕이 되었던 마지막 잎 새 하나도 낙엽으로 날려 보내고, 나목으로 자신을 보듯이 말이다. 어쩌면 낙엽은 나무가 한 해를 마무리하며 세상에 전하는 글이라고도 하겠다. 소견에 가을에 나무에 낙엽이 있다면 사람에게는 편지가 있지 않나 싶다.

하여 이 가을에 예향남도 100만 편지쓰기를 시작하고자 한다. 지난해 예향남도 100만 편지쓰기는 가히 국내 편지쓰기의 새 역사였다. 편지쓰기 전국행사가 겨우 10만 통 참여 수준인데, 광주·전남행사에 43만 통의 편지가 오갔다. 인구 비례로 전국의 10%도 채 안 되는 남도에서 전국행사의 4배 이상의 참여가 있었다는 것은 놀라운 기적이다.

학생은 물론 일반시민, 기관단체, 언론 등 남도민의 폭넓은 호응 속에 이루어진 대축제였다. 그래서 이기열 작가가 펴낸 '일화로 보는 우편 130년' 책에 대한민국 우체국 역사의 33가지 중요 사건 가운데 하나로 기록되는 영광도 있었다.

지난해 성과를 되돌아보면서 올해의 편지쓰기 행사를 설계해 본다. 현대는 디지털 SNS시대이다. 디지털은 미분의 세계이고, SNS는 머리의 공간이다. 작은 것으로부터 큰 의미를 역어 내는 적분의 세계와 달리 미분의 세계는 의미를 잘게 나누는 세계다. 적분의 세계가 음식을 통하여 몸에 필요한 종합비타민을 먹는 것이라면 미분의 디지털 세계는 비타민 약품 A, B, C를 각기 먹는 꼴이다. 그래 먹기에 용이하나 맛도 영양도 덜하지 않나 싶다.

SNS는 수많은 정보를, 관계를 맺기에는 매우 편리하나 마음을 나누기에는 한계가 있다. 하루에도 수십 수백의 페북, 카톡 메시지가 오가도 마음에 깊이 머무는 느낌이 적은 것은 공통된 느낌이 아닐까 한다.

이러한 소셜미디어에 비해 편지는 적분의 세계이고, 가슴의 공간이다. 나와 편지를 받는 사람 사이의 모든 인연을 훑으며, 쓰고 지우고 또 써내려 간다. 편지는 사람의 가장 깊은 곳, 가슴에서 시작하여 가슴에서 끝난다. 그래 "미디어가 메시지이다"라는 마샬 맥루한의 말마따나 편지는 쓰는 수고로움만큼이나 받는 울림도 크다 하겠다.

이러한 점에서 편지는 소셜미디어(social media)와는 결코 차원이 다른 질감의 소울미디어(soul media)라 하겠다. 세상을 해석하는 데 미분과 적분이, 세상을 소통하는 데 머리와 가슴이 함께 필요하다. 그런 점에서 편지쓰기는 오늘날 디지털 SNS시대에도 결코 낡은 것이 아니라 여전히 새로운 소통방식이라 하겠다.

남도는 예로부터 예술과 문화와 창조를 지향한다. 소견에 예술과 문화는 삶의 멋과 맛에 대한 높은 이상을 기반으로 현실에 대한 끝임 없는 탐구와 재해석을 추구하는 것이라 하겠다. 아울러 그러한 예술 문화적 토양이 깊은 곳에서 창조는 이루어진다 하겠다.

최근 인문학이나 정부 국정지표의 하나인 창조경제와 관련해서도 예술과 문화에 대한 관심이 높아지는 것은 매우 자연스러운 일이라 하겠다. 소견에 올해 예향남도 100만 편지쓰기가 남도의 문화와 창조의 저력을 더 높이 일으켜 세우고, 나아가 디지털 SNS 문명과 창조경제에 새로운 바람을 일으키는 장이 되기를 바란다.

우체국의 미션은 배달이나 정보의 연결에 그치지 않고 마음과 마음을 잇는 소통에 있다. 그런 점에서 예향남도 100만 편지쓰기는 우체국의 영광스러운 소명이다. 우체국은 기쁜 마음으로 남도시민이 편지 한 통을 나누는 감동의 공간을 열어가고자 한다.

이를 위해 올해에는 남도 22개 시·군의 풍경과 메시지를 담은 '남도의 가을' 그림엽서, 남도 어린이들이 직접 그린 '나의 꿈' 그림엽서 등 다양한 홍보물을 제작하여 배포할 계획이다. 무엇보다도 70~80년대 남도 시민에게 잊지 못 할 만남의 공간이었던 구 광주우체국 '우다방'을 추억하는 행사도 펼쳐진다. 대한민국 어린이 우표전시회도 개최하여 볼거리도 마련했다. 아울러 카페, 음식점, 공연장 등 지역기업의 흔쾌한 후원으로 편지쓰기 행사에 참여하는 분들에 대한 가격 우대 프로그램도 운영된다.

마음과 마음이 닿을 때 사랑이 움튼다. 편지는 사랑의 씨앗이다. 행사기간만이라도 남도시민 모두가 잠시 휴대폰을 닫아두고, 이 청량한 가을바람을 맞으며 사랑하는 사람 그리운 사람, 아니 섭섭했던 사람과도 예쁜 우표와 사랑의 하트(♥)가 새겨진 편지 한 통을 나누는 기쁨을 누리시기를 청 드리고 싶다.

법조칼럼

진정한 사법권위를 위하여 "땅 땅 땅!"

정 희 엽
광주지법 장흥지원 판사

판사로서 초등학생이나 중학생들을 상대로 직업교육 강연을 하게 되는 기회가 종종 있습니다. 강연을 할 때마다, 학생들에게 '판사'라고 하면 가장 먼저 떠오르는 모습이 무엇인지를 묻곤 하는데, 역시 위와 같이 '법복을 입고 법대 위에 앉아서 피고인을 상대로 위와 같이 엄숙하게 말하면서 법봉을 세 번 두드리는 장면'을 꼽는 경우가 대부분이었습니다.

그러나 위 장면에는 실제 우리나라 판사의 모습과 다른 부분이 한 가지 있습니다. 눈치 빠른 분들이시라면 알아채셨겠지만, 바로 "땅 땅 땅!"이라는 부분인데요. 여전히 많은 사람들은 우리나라 법정에서 법봉이 사용되고 있다고 알고 있는 것 같습니다.아마 드라마나 영화, 뉴스 등 각종 매체에서 여전히 '판사'라고 하면 '법봉을 두드리는 사람'으로 표현해 왔기 때문이 아닐까 싶기도 합니다.

법봉은 과거 서양에서 의사 진행의 명확성을 기하기 위해 사용되기 시작하였다고 합니다. 법봉을 두드림으로써 결과에 대해 변함이 없도록 못을 박는다는 의미를 표시하였다고 하네요. 예전에는 우리나라 법정에서도 법봉이 사용되었는데, 1960년대 중반부터 법정 내의 권위주의적인 분위기를 없앤다는 이유로 사라졌다고 합니다. 그 후로는 우리 법정에서 판사가 법봉을 두드리는 모습을 더 이상 볼 수 없게 되었습니다. 권위주의의 상징물이 법정 밖으로 퇴출된 셈이지요.

'탈권위주의'라는 용어가 진부하게 들릴 정도로, 이제는 우리 사회에서 권위를 내세워서 일방적이고 강제적으로 어떠한 일을 하려는 방식은 용납될 수 없다는 인식이 자리를 잡았습니다. 이는 모든 국가기관, 그리고 우리 법원에서도 마찬가지입니다.

지난 약 5년간 사법부의 최대 화두는 '소통'이었습니다. 최근 변호사나 소송당사자가 설문조사를 통해 법관을 평가하는 제도가 도입되었고, 일반 시민들을 초청하여 현행 사법제도의 문제점과 개선점을 모색하기 위한 공청회가 열리기도 하였으며, 그 밖에도 지역주민과 함께할 수 있는 각종 행사를 개최하거나, 장애를 가진 분들 또는 아동과 같이 범죄에 취약한 피해자들을 만나서 지원하는 등 여러 방면에서 법원이 국민과 소통하기 위한 많은 시도가 있었습니다.

그러나 여러 가지 소통의 유형 가운데 법관에게 가장 중요한 것은, 아무래도 법정 안에서 소송관계자들과 하는 소통이 아닐까 싶습니다. 판사가 당사자나 변호인, 검사와 커뮤니케이션을 원활하게 하지 못하고, 설득력 있는 재판 진행과 최종 판단을 하지 못한다면, 이는 곧 재판에 대한 불만으로, 법원 전체에 대한 불신으로 이어질 수 있기 때문이지요. 아무리 판사 혼자서 옳은 결정을 한다 한들, 의사소통이 되지 않아 이를 아무도 납득하지 않는다면, 사법부에 대한 신뢰는 요원해지기 마련일 것입니다.

얼마 전부터 각급 법원에서는 '법정 모니터링(monitoring)'이라는 제도가 활발하게 시행되고 있습니다. 원래 '모니터링'의 사전적 의미는 '방송국이나 신문사 또는 기업체로부터 의뢰를 받고 방송 프로그램이나 신문 기사 또는 제품 등에 관한 의견을 제출하는 일'인데, 이를 법관의 재판에도 도입한 것이지요. 즉 다른 사람(주로 동료판사나 심리학자, 스피치 강사 등과 같은 전문가들)이 특정 판사의 실제 재판을 방청하고, 해당 판사에게 재판 진행이 어떠했는지, 고쳐야 할 점은 무엇인지 등을 지적하는 것입니다.

관례적으로 재판이라는 것은 해당 재판장의 고유한 불가침 영역으로 인식되어 왔기에, 재판과 관련이 없는 누군가가 재판 장면을 참관한다거나, 더 나아가 재판장의 잘못을 지적하는 일은 암묵적으로 금기시되어 온 것이 사실입니다. 이는 사법부의 독립이라는 사상과도 연결되어 있기 때문에 쉽게 옳고 그름을 말할 수 있는 문제는 아닙니다만, 어쨌든 법원이 이러한 오랜 금기사항을 깨뜨리고 법정 모니터링 제도를 도입한 것은, 법봉을 없앤 것 그 이상으로 상당히 혁신적인 일이라고 할 수 있습니다.

제가 근무하고 있는 장흥지원에서도 바로 며칠 전 법정 모니터링을 시행하였는데요. 법원이 워낙 소규모인지라, 전문가에게 세 명 판사의 재판 동영상과 실제 재판 장면을 모두 보여주고, 개인별로 전문적이고 상세한 평가와 개선사항을 들을 수 있었습니다. 외모와 표정은 어떻게 보이는지, 발음과 말투는 어떻게 고쳐야 하는지, 소송관계인을 이해시키기 위해서는 어떠한 어조와 비언어적 표현이 필요한지, 어떠한 이유로 효과적인 소통이 이루어지지 않고 있는지 등에 관하여 낯이 뜨겁기까지 한 평가를 받고 나서, 나 자신이 아직 이렇게 부족하다는 것, 그리고 특정 사건에서 소통이 이루어지지 않은 것은 다른 사람이 아닌 바로 나 때문이었을 수 있다는 것을 너무도 생생히 실감하게 되었습니다.(한 달 뒤에 재평가를 받기로 했는데, 지적사항을 개선하기 위해서는 정말로 열심히 노력해야 할 것 같습니다)

입법부와 행정부도 마찬가지이지만, 바야흐로 사법부도 이제는 권위 상실의 시대를 겪고 있습니다. 권위주의는 버려야겠지만, 진정한 권위는 바로 세워야겠지요. '차가운 머리와 따뜻한 가슴으로 재판하면서, 소송관계인과 진정으로 소통하는 법관들이 많아질 때, 사법부의 권위가 바로 설 수 있는 계기가 마련되지 않을까.' 학생들을 상대로 직업교육을 하면서 법봉 이야기를 하고, 법정 모니터링을 받는 소소한 일상 속에서 문득 들었던 거창한 생각이었습니다.

옴부즈맨 칼럼

진화하는 신문, 희망을 본다

박 홍 근
건축사

미래학자들이 인류생존 방향을 함께 제시한 책인 '2030 유엔 미래보고서'가 작년 말에 나왔다. 모든 것이 고갈되고 성장이 멈춘다는 2030년을 가정하고 미래세계의 가상 시나리오를 작성하여 많은 이들에게 메시지를 주고 있다. 그중에 이런 내용이 있다. "지구상에 신문과 종이 책 인쇄가 2020년을 끝으로 소멸한다는 충격적 예측이 나왔다. 마르셀 불린가(Marcel Bullinga)가 '클라우드의 미래에 온 것을 환영합니다 : 2025년 5대 예측(Welcome to the Future Cloud : 5 Bets for 2025)'이라는 기사에서 밝힌 바에 따르면, 미래에는 정보를 원할 경우에 신문이나 책을 찾는 것이 아니라 3D 스마트폰 미디어를 통해 클라우드에서 검색해 무료로 보게 된다."는 것이다. 종이에 인쇄된 내용이나 정보는 모두 누군가가 소유하는 것이 아니라 임대하는 즉 빌려주는 개념으로 변하게 되고, 그래서 2020년에 마지막 신문이 인쇄 될 것이라고 적고 있다.

과연 2020년에 신문은 사라질까? 미국에서 2010년에 151개의 신문이 폐간, 2011년에 152개의 신문이 폐간됐다 한다. 우리나라의 가구당 신문 구독률은 계속해서 하락하고 있는 추세이다. 한국언론진흥재단의 조사에 따르면 가구당 신문 구독률은 1996년 69.3%에서 2004년 36.8%로, 2012년엔 24.7%로 감소했다.

특히 젊을수록 신문을 잘 읽지 않는다. 대부분의 젊은 층은 인터넷으로 뉴스를 읽는다. 전통적인 신문은 하루에 뉴스를 한번 제공한다. 이는 스마트폰이나 태블릿 PC, 또 다른 기기로 수시로 자신이 읽고 싶은 글을 검색해서 읽은 젊은 층의 방식과 욕구를 만족시키지 못한다. 이런저런 이유로 전통적인 신문의 설 땅은 점점 작아지고 있다. 그렇다고 완전히 사라지지는 않을 것이고 그래서도 안 된다. 다만 다음과 같은 환경에 맞게 변신하는 신문만이 오래 살아남게 될 것 같다.

첫째, 쌍방향 커뮤니케이션이 가능한 콘텐츠가 많아야 한다. 독자들이 자유롭게 지면에 참여해야 하고, 직접적인 쓴소리도 할 수 있어야 한다. 학교엔 NIE(신문활용교육)을 적극적으로 할 수 있도록 지원해야 한다. 신문을 활용한 교육은 학생들에게는 자기가 좋아하는 뉴스만 골라보는 '뉴스의 편식'에서 벗어나 다양한 정보를 접하게 하고 풍부한 사고의 기회를 제공한다. 이는 지속가능한 독자와 광고주를 확보하는 길이라 생각한다.

둘째, 돈을 직접 지불하고 볼 수 있을만한 가치가 있어야 한다. 인터넷상에 공짜 뉴스가 넘쳐난다. 그러나 신뢰도에 한계가 있다. 종이신문이 차별화하고 전문성을 키워야 할 이유다. 검색의 편리함에 따른 단편적인 뉴스는 사색이 가능한 가치 있는 뉴스를 이길 수 없다. 단순 소식 전달만이 아닌 종합적이고 사색이 가능한 내용으로 독자에게 접근해 공유하고 공감할 수 있어야 한다. 검색이 아닌 사색으로 승부를 해야 한다.

셋째, 인터넷 환경에서 살아남을 수 있는 사업 모델을 개발해야 한다. 이는 이어령교수의 '디지로그(Digilog)'로 개념과 같다. 디지털 기술의 도구인 인터넷을 이용하고 아날로그 감성으로 보완함으로써 새로운 영역을 확장해야 한다. 이를 통한 사회, 교육, 문화 전반의 큰 흐름을 형성할 수 있는 그런 역할을 해야 한다. 단순 뉴스 제공만이 아닌 융복합의 신문이 되어야 한다.

결국 신문이 살아남기 위해서는 현재 자신들이 가지고 있는 콘텐츠를 더 우수하게 만들고, 새로운 기술적 환경을 적절하게 배합해야만 한다. 또한 독자들이 기꺼이 가격을 지불하고 가치 서비스를 이용할만한 신뢰할 수 있는 뉴스를 많이 생산해 내야한다.

광주일보는 종편진출과 월간지 '예향' 발간, 리더스 아카데미 등 다양한 콘텐츠개발과 전문성 확보에 힘쓰고 있다. 변화의 큰 물줄기 속에서 변신을 꽤 하고 있는 모습이다. 그래서 희망이 많다. 지역 언론의 맏형으로서 기대가 큰 이유다.

社 說

소나무 재선충 확산 또다시 무사안일인가

경남지역에서 극성을 부리고 있는 소나무 재선충이 인접한 여수, 순천, 광양 등지로 빠르게 확산되고 있다. 전남 동부권은 재선충 최다 발생지인 경남 진주, 사천 등지와 가까워 매개충인 '솔수염하늘소' 유입이 늘고 있기 때문이다.

전남도에 따르면 현재 동부권에는 경남과 비교해 감염된 소나무가 많지는 않으나 감염으로 의심되는 소나무는 2768본으로, 이미 지난해의 2053본을 넘어섰다. 재선충이 이미 북상함에 따라 전남에도 피해가 그대로 노출돼 있는 것이다.

전남지역은 지난 2001년 목포, 영암, 신안에서 발생한 이후 방제 끝에 청정지역이 됐다가 2010년 여수, 순천, 광양 등지에서 다시 발생해 상당한 피해를 입었다. 상당기간 소나무가 없는 산이 돼버린 셈이다.

소나무 재선충은 흔히 '소나무 에이즈'라 불릴 정도로 소나무를 비롯한 침엽수에 치명적이다. 재선충은 길이 1㎜ 내외의, 식별하기 어려운 기생충으로 소나무의 수분·양분 이동 통로를 막아 말라죽게 한다.

문제는 아직까지 재선충에 대한 마땅한 예방책도, 치유책도 없다는 점이다. 따라서 조기에 감염 확산을 차단하고, 피해나무를 발견하여 방제작업을 하는 것이 무엇보다 중요하다. 하지만 전남도는 동부권에 소나무류 반출 금지구역으로 지정하고, 예찰을 하고 있으나 인력과 예산이 태부족해 제대로 손을 쓰지 못하고 있다. 대상지역은 3만1555ha에 달하지만 인력은 18명이 고작이고, 추가 예산 확보도 3억 원에 불과하다.

재선충 확산은 그 심각성을 똑똑히 알면서도 빈틈없는 방제벽을 치지 못한 정부와 지방자치단체에 가장 큰 책임이 있다. 정부와 전남도는 방제인력과 예산을 확충해 세심한 예찰활동과 신속한 통제에 나서야 한다. 거기에는 재선충의 무차별적 확산을 예측해 인력과 예산을 편성해야 실효를 거둘 수 있는 것이다.

전남지역 교통사고 사망률 전국 2위라니

전남이 전국 16개 광역시·도 가운데 교통사고 사망률이 두 번째로 높게 나타났다고 한다. 도로 여건은 나아졌지만 과속, 졸음, 음주운전 등이 늘어 사망하는 경우가 많아졌다는 것이다. 후진적 교통문화의 현주소를 보여주는 것 같아 부끄러운 일이 아닐 수 없다.

이윤석 민주당 의원이 최근 내놓은 국감자료에 따르면 지난해 전남지역 교통사고 발생건수는 모두 1만190건으로 사망자 457명, 부상자는 1만7258명으로 집계됐다. 교통사고 건수로는 전국에서 7번째이지만 사망자 수는 4번째로 많은 것이다. 이 같은 통계를 교통사고 1000건 당 사망자 수로 산출하면 충남 51명에 이어 두번째로 많은 45명으로 나타났다.

전남지역은 이용인구 대비 도로망이 넓은 편이다. 일부 병목구간을 제외하고는 대부분의 지방도로에 교통량이 많지 않다. 그러다보니 운전자들이 교통규칙을 어기는 경우가 다반사다. 과속은 물론 경계심이 풀려 졸음운전을 하기도 한다. 심지어 교통단속이 뜸한 도로의 경우 버젓이 음주운전을 하는 사례도 있다. 지방도로가 교통 무법천지로 변하고 있는 셈이다.

허나 이로인해 사고가 나면 운전자가 사망에 이르는 대형사고인 경우가 그만큼 많아지는 것이다. 아무리 많은 안전표지판을 세우고, 단속을 강화한다해도 운전자들이 지키지 않으면 아무 소용없는 일이다.

교통사고는 본인뿐만 아니라 타인의 생명도 앗아가는 '도로 위의 살인'이다. 운전자들의 안전불감증을 해소하고, 후진적 교통문화라는 부끄러운 오명을 벗기 위해서는 기본 매뉴얼 강화교육이 시급하다. 남을 먼저 생각하는 운전문화를 기본으로 삼아야 한다.

전남도와 교통당국은 차제에 운전자 질서의식 제고 등 교통문화 선진화 캠페인을 다시 전개할 필요가 있다. 또한 교통사고 다발지역을 재점검해 상시관리가 가능한 대책을 세우길 바란다.

無 等 鼓

스트라디바리우스

영화 '레드 바이올린'에 등장하는 '붉은 색' 바이올린은 사연을 갖고 있다. 17세기 바이올린 명인이 죽은 아내의 피를 묻혀 완성한 이 바이올린은 18세기 알프스 수도원 소년, 19세기 영국 천재 바이올리니스트, 20세기 문화혁명 기의 중국 소녀를 거쳐간다.

명기(名器)를 갖고 싶어하는 건 모든 연주자들의 꿈이다. 흔히 세계 3대 현악기로 스트라디바리우스, 과르넬리, 과다니니를 꼽는다. 스트라디바리(1644~1737)가 만든 현악기 중 현재 연주되고 있는 건 약 600대 정도로 알려져 있다.

희귀하고 고가인터라 스트라디바리우스를 둘러싼 이야기들은 언제나 화제다. 몇개월 전 김민진 씨가 도난당한 바이올린을 3년만에 되찾았다. 2010년 런던 지하철역에서 도난당한 악기는 1696년산 스트라디바리우스로 가격은 20억원을 웃도는 명기였다. 악기의 가치를 몰랐던 절도범들은 100파운드(18만원)에 판매하려다 덜미를 잡혔다.

폴란드 출신 후버만이 소유했던 스트라디바리우스도 도난 사건으로 유명하다. 레스토랑에서 일하는 앨트만이라는 바이올리니스트가 훔친 이 악기는 그가 1987년 죽음을 앞두고 절도 사실을 고백하며 다시 음악계에 등장했다. 몇 년간의 복원과정을 거쳤고 '레드 바이올린'의 음악을 연주했던 죠수아 벨이 48억 원에 구입해 소유하고 있다.

스트라디바리우스는 2011년 경매역사를 다시 쓰기도 했다. 시인 바이런의 손녀인 앤 블런트가 소유해 '레이디 블런트'로 불리는 1721년산 스트라디바리우스는 무려 172억원에 팔렸다.

지난 22일 광주문예회관에서 열린 에라토 앙상블 정기공연에서는 스트라디바리우스 4대가 비발디의 '네 대의 바이올린을 위한 협주곡'을 연주하는 장관을 연출했다. 1697년산 '레인빌' 등은 카레 체인점 운영가이자 바이올린 수집가 무네츠구 도쿠지가 연주자들에게 무상대여해준 악기들이다.

필자같은 문외한들은 좋은 악기와 소리를 '제대로' 가려낼 '귀' 같은 건 없지만 가을밤의 행복한 추억이었던 것만은 확실하다. /김미은 문화1부장 mekim@

光州日報 The Kwangju Ilbo
사장·발행·편집·인쇄인 金汝松 논설주간 申港燁 편집국장 奇賢鎬
1952년 4월 20일 創社 1980년 11월 29일 등록번호 광주가1(일간) 광주광역시 동구 금남로 2가 20-2(우편번호 501-711)
대표전화 222-8111·2200-551〈지사·지국(구독신청·배달안내)〉 광고문의 062-227-9600
편집국안내 〈대표 FAX 222-4918〉 편집부 2200-649 정치부 2200-612 〈대표 FAX 222-4918〉 사회부 2200-616 〈대표 FAX 222-4267〉
경제부 2200-663 문화생활부 2200-661 여론매체부 2200-621 체육부 2200-697 사진부 2200-693 조사부 2200-571
경영지원국 2200-515 문화사업국 2200-541 〈FAX 222-8005〉 〈FAX 222-0195〉 광고마케팅국 227-9600 독자서비스국 2200-551 〈FAX 227-9500〉 〈FAX 227-9500〉 디자인실 2200-536 서울지사 02-773-9331 프로젝트팀 2200-555 〈FAX 02-773-9335〉
※구독료 월정 10,000원 1부 500원
본지는 신문윤리 강령 및 그 실천요강을 준수합니다