

이슈 진단 '9시 등교' 찬반 입장 들어보니

“가정과 학생 중심의 교육개혁 출발점” “교육청 일방 추진 문제...사회적 합의 우선”

찬 광주시교육청이 경기, 제주, 강원, 전북에 이어 '9시 등교'를 추진할 계획이다. 논란이 있고, 이견도 있겠지만 아이들에게 아침밥을 먹이지는 이 계획이 잘 이루어졌으면 하는 바람이다.

언젠가부터 우리는 저녁뿐 아니라 아침도 없는 삶을 살고 있다. 저녁에 아이들은 학원으로, 아내는 회사에 야근으로 가족이 모여 얼굴보고 이야기 나눌 시간이 없다. 아침에도 바쁜 출근길과 등굣길로 가족이 모여 밥을 먹는다는 것은 꿈도 꿀 수 없는 형편이다.

널리 인간을 이롭게 하고, 창의성을 가진 성숙한 민주시민을 양성한다는 우리의 교육이념과 목표의 출발은 가정에 있다. 치열한 생존의 정글에서 남을 밟고 뛰어넘기보다는 서로 협력하고 함께 더불어 사는 방법을 아는 사람을 기르는 것을 참된 교육이라 생각한다면 그 출발은 가정에서 해야 한다.

아이들은 부모와 대화하며 세상은 혼자



김영남
광주시의회 의원
교육위원

살아가는 것이 아님을 느끼고, 함께 밥을 먹으며 예절과 사람을 대하는 자세를 배운다. 가족의 정으로 사랑을 알고 그 사랑을 다른 사람에게 나눌 줄 알게 된다. 그래서 가족의 대화, 가족의 식사가 중요한 것이다.

지금 부모와 아이들이 식사할 시간이 아침밖에 없다. 이거야말로 좋은 관계를 맺는 기회이다. 거기에 아이들의 건강을 자연히 따라온다.

시행 초기에는 맞벌이 부부를 중심으로 여러 가지 어려운 문제들이 생길 것이다. 아침에 일찍이라도 등교해야 공부를 한 시간이라도 더 하는 것 아니냐는 주장도

나올 수 있다.

하지만 안타까운 것은 그 고민과 이견에 '아이들'이 없다는 점이다. 부모의 입장, 어른의 편리만 존재할 뿐이다. 이 어른들의 이기심은 세월호 참사 이후에도 여전히 아이들의 입장이 아닌 자신들의 입장에서 생각하기 급급하다.

어쩔 수 없이 부모의 출근시간에 맞춰 등교를 해야 하는 아이들은 학교 내 도서관을 이용하거나 학교 차원의 프로그램을 통해 관리할 수 있을 것이다. 일찍 오는 시간에 아이들이 창의적으로 시간관리를 한다면 그보다 더 좋은 것은 없다.

9시 등교가 모든 것을 해결해 줄 수는 없겠지만 대학입시를 위해 청소년기에 인간다움을 포기해야 하는 아이들의 피폐한 삶을 조금이라도 느슨하게 해줄 것이다. 잠시 숨을 고를 여유와 건강을 줄 것이다.

어려움이 있겠지만 어려움을 풀면서 9시 등교가 이뤄지길 바란다. 가정과 학생 중심의 교육이 교육개혁의 첫 출발점이다.

반

9시 등교 논란이 전국으로 확산될 전망이다. 경기도에 이어 전북·광주·제주 등도 등교시간 조정을 예고하고 나섰다.

이들 교육청이 추진하는 정책들은 인권·행복권 같은 당위적 가치를 표방하고 있다. 그래서 문제점을 지적하거나 반대하기가 무척 조심스러울 수밖에 없다. 그럼에도 우려와 반대 목소리가 높은 것은 이 정책이 일부 가치에만 매몰돼 많은 문제점을 드러내고 있기 때문이다. 지금 추진되고 있는 등교시간 조정 정책의 문제점은 다음과 같다.

첫째, 국가·사회적 합의가 반드시 요구되는 정책임에도 교육청에 의해 사실상 일방 강제되고 있다. 등교시간 조정은 교육 구성원의 삶뿐 아니라 급격한 사회 변화를 가져온다. 가정의 식사시간, 출근길 교통 상황, 수험생 생활리듬 등 교육문제를 넘어 광범위한 영향을 미친다. 대통령까지 나서 교육부가 등교시간 방향을 확정하도록 지시한 이유가 여기에 있다.



안양욱
한국교총 회장
서울교대 교수

둘째, 9시 등교에 대한 여론 호도도 문제다. 이재정 경기도교육감은 “그동안 내가 만난 학생들은 100% 9시 등교에 찬성했다”며 찬성여론이 압도적인 것처럼 주장했다. 그러나 실제 경기도교육청은 학교별 의견수렴 실태조사를 실시조차 하지 않은 것으로 드러났다.

반면, 교총이 실시한 교원 여론조사와 서베이포커-아이엠스쿨이 실시한 학부모 여론조사에서는 반대 여론이 훨씬 높게 나왔다. 찬성 의견이 많은 조사도 있었지만, 이 조사에서도 반대비율이 만만치 않았다.

셋째, 교육의 근본가치와 학교의 존재

의미가 무시됐다. 학교는 학생들이 장차 사회인으로서의 삶을 준비할 수 있도록 하는 배움터다. 그래서 학생을 위한 배려도 중요하지만, 교육적 필요에 따라서는 통제가 필요한 경우도 많다. 열심히 공부하기보다는 놀거나 쉬려 하는 욕구도 여기에 해당된다.

넷째, 학생 건강권이 보장된다는 주장은 지나친 비약이다. 한국청소년정책연구원의 조사에 따르면, 현재 아침밥을 먹는 학생 비율은 75.3%에 달한다. 그리고 먹지 않는 가장 큰 이유로 '입맛이 없어서'라는 답이 가장 많다. 상황이 이러한데, 등교시간을 미뤄 아침식사를 하게 해주겠다는 것은 이치에 맞지 않다.

등교시간 조정은 국가·사회적 합의가 반드시 전제돼야 한다. 충분한 논의 없이 4년 후면 떠날 교육감의 일방적 고집으로 학생과 학부모, 교원은 물론 대한민국 전체에 상처를 남겨서는 안 된다. 이제라도 학생 등교시간에 대한 사회적 합의를 도출해야 한다.



‘구민과 함께하는
장현C의 현장토크’

윤장현 광주시장이 17일 오후 남구청에서 열린 '구민과 함께하는 장현C의 현장토크'에서 민선 6기 시장 방향을 설명하고, 시민들이 직접 제안한 정책을 청취하고 있다. <광주시 제공>

자유를 외치는 듯 초록 바닥 내려치는 붉은 게



(83) 꽃게

“꽃게가 간장 속에/반쯤 몸을 담그고 있더라/등만에 간장이 울컥울컥 쏟아질 때/꽃게는 뱃속의 알을 꺼안으려고/뚱뚱거리다가... 버둥거리다가/어찌할 수 없어서/살 속으로 스며드는 것을/한 때의 어스름을/꽃게는 천천히 받아들이었으리라...” <안도현 작 '스며드는 것' 중에서>

뱃배가 카톡으로 보내준 이 시를 처음에는 건성으로 읽었다. “응, 간장게장 먹고 싶다고?” “아니, 슬퍼서 눈물 난다고...” 나이 들어가면서 시적 감수성도 무뎠나보다. 다시 읽어보니 참 가슴 아픈 시였다. 꽃게가 살아 올라 한창이라지만 시의 잔상이 남아 당분간은 꽃게를 마음 편히 먹을 수 없을 것 같다.

조선시대 선비들에게 ‘게 그림’은 게 등의 딱지(甲)로 인해 장원급제하고 벼슬에 오르는 축원을 담은 상징 이미지였다. 시인의 시에 등장하는 꽃게는 죽이나 화합의 의미와는 거리가 멀다. 빈센트 반 고흐(1853~1890)의 작품 ‘두 마리의 꽃게’(1889년 작)와 분위기가 닮아 보인다. 마치 자유를 외치는 듯 초록색 바



고흐 작 '두마리의 꽃게'

닥을 내려치고 있는 두 마리의 붉은 게는 지금 보아도 아방가르드한 작품이다. 자화상을 많이 그렸던 화가여서인지 '두 마리의 꽃게'에서 살아생전에 그토록 다정했던 고흐와 동생 테오의 모습이 겹쳐진다.

고흐와 테오가 세상을 떠난 뒤 고흐의 작품을 상속받은 테오의 아내 요 봉거는 고흐의 작품을 화상에게 판매하는 대신 유럽 전역의 전시회에 출품했다. 테오에게 보낸 고흐의 편지 출판 제의도 모두 거절한다. “인생을 걸고 제작한 작품이 알려지고 충분히 이해되기도 전에 그의 삶에 대한 관심을 먼저 불러일으키는 것은 이미 작고한 화가에 대한 예의가 아니다.”는 생각에서였다. 그 덕분에 해바라기와 별밤, 프로방스의 태양을 공공미술관에서 감동에 젖어 감상할 수 있게 된 것이다.

<광주비엔날레 전시부장·미술사박사>

문화전당 프로그램 기획단계부터 관광 접목해야 亞문화개발원·광주전남기협 세미나

오는 2015년 국립아시아문화전당(문화전당)의 개관을 계기로 광주가 문화관광 도시로 거듭나기 위해서는 문화예술교육과 체험, 연수 중심의 고품격 아트투어(Art tour) 상품을 개발해야 한다는 주장이 제기됐다.

강신겸 전남대문화전문대학원 교수는 아시아문화개발원과 광주전남기자협회 주최로 18일 열리는 '국립아시아문화전당에 지역의 길을 묻다' 세미나에 앞서 미래 배포한 '국립아시아 문화전당 관광마케팅 전략' 발제문에서 이같이 밝혔다.

강 교수는 “최근 여행상품이 단순한 볼거리에서 벗어나 문화예술을 주제로 한 아트투어로 변하고 있다”며 “문화전당은 ‘아름다움을 찾아가는 여행’, ‘문화예술을 테마로 떠나는 여행’ 등을 브랜드화할 필요가 있다”고 강조했다.

“팔리는” 아트상품을 개발하기 위해서는 문화전당의 프로그램 구축단계부터 마케팅 개념을 도입해야 할 필요성도 지적됐다.

강 교수는 “문화전당의 정보원, 창조원, 어린이 문화원 전시를 관광객을 염두에 두고 기획하고, 아시

아예술극장의 경우 관광객을 위한 무대투어 프로그램, 관객 체험 등 참여 프로그램을 강화해야 한다”고 설명했다.

관광 마케팅 전략에서 중국 시장의 중요성도 부각됐다. 그는 “중국에서는 지난 2013년 한해 동안 9800만명이 해외여행에 나섰으며, 향후 2020년까지 2억명이 해외 여행에 나설 것으로 분석됐다”며 “향후 10년 동안 광주에서 가장 역점적으로 공략해야 할 관광시장은 중국”이라고 강조했다.

/윤영기기자 penfoot@kwangju.co.kr

가족과
함께해요!

행복
충전!

제 14 회 Gokseong Simcheong Festival

곡성심청축제

2014. 10. 02(목) - 05(일) 곡성심진강기차마을

▶ **지리산자락 열린콘서트**
10월 3일(금) - 걸그룹, 트로트, 7080 등 다양한 대중음악 공연

▶ **ROSE CHALLENGE 세계바텐더대회**
10월 4일(토/예선) 10월 5일(일/본선) - Barpro Flair Challenge 세계플레이어대회

▶ **KBS 전국노래자랑**
10월 5일(일) - 관광객들의 장기자랑, 초청가수 공연 등

곡성군 / 곡성심청축제추진위원회

문의전화 061-360-8252