## 데스크 시각

# 드라마 '미생'과 새정치연합

임 동 욱
서울취재본부 정치부장

최근 드라마 '미생(未生)'이 직장인들을 중심으로 폭발적 인기를 얻고 있다. 케이블채널 드라마로는 드물게 5~7%를 넘나드는 높은 시청률을 기록하며 매회 화제를 만들어 내고 있다.

드라마 '미생'은 종합상사에 입사한 주인공의 분투를 한 판의 바둑에 빗대어 리얼하게 그려내고 있다. 여기에 계약직과 워킹 맘, 성 차별, 상하관계, 사내 정치 등 고달픈 직장 생활의 현실을 때로는 담담하게, 때로는 신랄하게 담아내고 있다.

바둑과 세상사의 철학이 적절하게 스며 미생 속의 대사들은 온-오프 라인에서 '어록'으로 만들어질 만큼 시청자들의 공감을 얻고 있다.

드라마의 제목인 '미생'은 바둑 용어로, 집이나 대마 등이 살아있지 않은 상태지만 추후 사석(死石)이 되지 않고 살아날 여지가 있는 상황을 이르는 말이다. 미생의 대척점에 있는 바둑 용어는 완생(完生)으로 독립적으로 두 집을 형성, 죽지 않는 상태를 지칭한다.

즉, 드라마 미생은 '미생과 완생'이라는 바둑의 설정을 통해 고달프고 힘든 생활 속에서도 삶의 목표를 위해 한 걸음씩 나아가는 직장인들의 희망과 분투를 담고 있다.

### 미생에서 곤마로 전락하나

이러한 '미생'의 이야기는 새정치연합의 현실과 미묘하게 겹치는 부분이 많다. 우선 새정치연합의 정치적 상황이 말 그대로 '미생'이다. 제1야당으로서 정권 탈환이라는 정치적 '완생'을 노리는 새정치연합의 현실은 정치 권력을 획득하려는 집단인 정당의 관점에서 보면 '미생'의 상황인 것이다.

하지만 새정치연합의 현실은 암울하다. 지난 두 번의 대선에서 잇달아 패배하고도 해묵은 계파주의의 한계를 극복하지 못한 채 각종 현안마다 충돌하고 갈등하면서 스스로의 정치적 역량을 축소시키고 있는 상황이다.

제1야당의 지지율이 10%대 후반에 머물고 호남 민심 이반은 새정치연합의 남루한 현실을 극명하게 나타내고 있다. 이대로 가다가는 미생의 위치마저 지키지 못하고 정치적 곤마(困馬·살아남기 어려운 돌)로 전락하지 않느냐는 평가마저 나오고 있다.

이를 반영하듯, 내년 2·8 전당대회를 앞두고 당 내외에서는 기대보다 우려의 목소리가 크다. 새로운 리더십을 계기로 정권 창출의 역량이 결집되기 보다는 '계파 전쟁'으로 인한 후폭풍으로 분당 등 파국을 맞을 수도 있다는 것이다. 실제로 정치권 내외에서는 전대 이후 분당론이 꾸준하게 제기되고 있다.

이런 점에서 서로 보듬고 도와가며 완생으로 가는 과정을 그리고 있는 드라마 미생은 새정치연합에 시사하는 바가 크다. 바둑에서 미생과 완생의 차이는 한 집에 의해 결정될 수 있다. 바둑의 승패도, 정치적 완생도 반 집 차이로 갈리는 경우가 많다.

### 순간의 최선이 모인 '완생'

과거 국민의 정부와 참여정부도 39만 표(1.9%), 57만 표(2.3%)라는 초박빙의 승부에 의해 창출됐다. 이 같은 초박빙 반 집 승리는 그냥 이뤄진 것이 아니다. 대선이라는 바둑판 곳곳에서 수많은 돌들이 완생을 위해 한 수 한 수 힘을 다해 부딪치고 때로는 망설임 없이 희생하는 과정 등을 통해 나온 결과다.

지난 주 드라마 '미생'에서 프로 바둑기사 지망생 출신의 주인공은 "정말 안타깝고 아쉽게도 반 집 차이로 바둑을 지게 되면 이 바둑돌들이 다 뭐였나 싶었다. 작은 사활 다툼에 이겨봤자, 기어이 패싸움에서 이겨봤자, 결국 지게 되면 그게 다 무슨 소용이 있나 싶었다"고 독백한다.

그는 이어 "하지만 반 집이라도 이겨보면 다른 세상이 보인다. 살아준 돌들이 고맙고 한 수 한 수가 귀하기만 하다. 순간순간의 성실한 최선이 반 집의 승리를 가능케 한 것"이라며 "순간을 놓친다는 건 전체를 잃고 패배하는 것을 의미한다. 당신은 언제부터 순간을 잃게 된 겁니까"라고 묻는다.

'언제부터 순간을 잃게 됐느냐'는 질문은 두 번이나 대선에서 패배한 새정치연합에게 던지는 날카롭고 아픈 한 수가 된다. 언제부턴가 새정치연합은 정권 창출은 뒷전이고 정치적 기득권에 안주하고 있다는 비판을 받아왔기 때문이다.

드라마 '미생'의 인기 비결은 고달픈 인생에 대한 공감대 형성이다. 이를 통해, 바둑판의 작은 돌이자 미생의 삶을 살고 있는 대중들이 위안을 얻고 박수를 보내고 있는 것이다.

새정치연합이 '완생'의 길을 가기 위해서는 고달픈 민생과 함께 호흡하며 시대와의 공감대를 형성해야 한다. 내년 2·8 전당대회가 철지난 노선 투쟁과 계파 간의 이해관계를 벗어나는 계기가 돼야 한다.

드라마 미생의 슬로건이 '그래도 살만한 인생'이듯 새정치연합도 '그래도 지지할 만한 정당'으로 거듭나기를 기대해 본다.

/tuim@kwangju.co.kr

## 은펜칼럼

# 세계 제1의 관광 소비자 '요우커'

김 병 인
서영대학교 사회복지학과 교수

2013년 중국은 세계 제1의 해외관광객 송출국 지위와 세계 제1의 해외 관광 소비국의 지위를 더욱 공고히 했다. '중국해외여행발전년도보고 2014'에 따르면 2013년 해외관광 요우커(중국관광객)는 9819만 명으로 전년 비 18% 증가하였고, 해외소비액은 1287억 달러로 전년 비 26.8% 증가하였다. 2014년에도 중국의 해외여행은 계속해서 고속 성장태세를 유지하고 있다.

우리나라를 찾는 요우커도 급증하고 있다. 2007년 106만8000명에서 2013년에는 432만6000명으로 연평균 26.2% 늘었고, 요우커의 씀씀이도 급증하여 요우커 1인당 평균지출액은 지난 해 2272달러로 일본인 관광객 평균지출액 990달러보다 두 배나 많았다. 특히 올해에는 지난해에 비해 40% 이상 폭증하여 방한하는 요우커가 600만명에 달하고 태국을 제치고 한국이 중국인이 가장 많이 찾는 외국이 될 것으로 예측하고 있다.

해외로 나가는 요우커가 부단히 확대되는 과정 속에서 요우커의 해외여행 시장의 요구와 소비는 더욱 대중화, 다양화되고 있다. 출국하는 요우커들도 북경, 상해, 광주 같은 연안의 1급 대도시에서 2,3급의 도시와 중서부의 도시까지 확대되고 있다. 그 중 약 70%는 자유여행을 떠나고 중급의 호텔을 가장 선호하고 있다. 쇼핑은 사치품 중심에서 실용적이고 대중적인 상품으로 바뀌고 있다.

비록 매년 해외여행을 하는 요우커가 늘고 있지만, 중국의 인구와 비교하면, 중국사람들의 해외여행률은 아직도 비교적 낮다. 해외여행률이 비교적 높았던 2011년에도 해외여행률은 단지 5.21%에 불과하고, 엄격한 의미의 해외여행은 단지 1.65%에 불과했다. 소비구조로 보면 요우커의 소비행위는 마구잡이 쇼핑에서 점차 성숙형 소비로 바뀌고 있다.

중국여행연구원의 조사에 의하면 2014년 10월 1일 국경절을 맞이하여 중국의 해외여행은 절정을 맞았다. 주요 여행사들은 대부분 이 기간에 전년 비 예약률이 약 60% 이상 증가하였고, 전통적으로 중국인이 좋아하는 홍콩, 마카오, 대만, 일본, 한국, 태국 같은 나라 이외에도 유럽, 북미, 호주, 중동 등지에도 빠르게 증가하고 있다.

'중국해외소비년도지수보고2014'에 따르면 작년 중국은 총 9819만 명이 해외여행을 가서 모두 1286억 달러를 소비해서 1인 평균 1368달러를 소비했다. 2014년 중국의 여행적자는 1000억 달러가 넘을 것으로 예상하고 있다.

대륙의 중국인이 해외여행과 쇼핑에 열광하는 주요 원인은 일부 상품들의 가격이 중국보다 해외가 싸기 때문이다. 또 제품의 질도 좋아서 어렵게 해외에 간 사람들이 소비를 하게 되는 것이다. 중국의 위엔화도 꾸준히 올라 중국관광객은 더욱 저렴하게 해외의 상품을 사고 있다. 아직도 적지 않은 물건이 해외에서 사는 것이 중국에서 사는 것보다 싸다. 중국의 국내여행 가격도 만만치 않다. 현재 중국의 국내여행이 해외보다 비싸다고 하는 사람이 많다. 특히 국경절 같은 휴가 기간에는 유명한 관광지는 관광은 못하고 사람구경 만 한다는 말이 있을 정도로 사람이 많이 몰리고 입장료를 비롯하여 숙박비 등이 폭등 한다.

중국은 개혁 개방 30년 간의 꾸준한 경제 성장으로 인민의 생활 수준이 개선되어 생활의 여유가 생기고, 또 일부 국가들의 중국내에서의 대대적인 관광 상품 선전과 비자 발급 간소화 등으로 객관적으로 앞으로 상당 기간 중국인의 해외여행은 증가할 것이고 우리나라도 조만간 요우커 1000만 시대가 열릴 전망이다. 현대경제연구원의 분석에 의하면 요우커 1000만 시대가 되면 약 68조4000억 원의 생산유발효과 및 89만 8000명의 취업유발효과가 발생하고 부가가치 유발효과는 2020년 명목상 GDP의 약 1.6%에 달할 것으로 추정했다.

각 지방자치단체들은 모두 요우커 유치에 적극 나서고 있다. 아쉽게도 광주 전남을 방문하는 요우커는 전체 방문객 중 2%에 그치고 있다. 우리 지역에도 요우커 1000만 시대를 위한 특단의 대책들이 계획적으로 치밀하고 구체적인 방안이 빨리 나와야 요우커 1000만 시대의 특수를 누릴 수 있을 것이다.

은펜칼럼은 오피니언 기고 최우수작 수상자의 모임인 '은펜클럽' 회원들의 칼럼을 싣는 코너입니다.

## 기 고

# 지역농협 주인은 농민과 조합원

박 진 원
전 영암군 신북면 농민회지회장

농협은 농업인의 자주적인 협동조직을 바탕으로, 자본주의 독점단계에서 발생하는 경제적 약자들이 자기이익을 지키고 농업인의 경제적, 사회적, 문화적 지위를 향상 시키며, 농업경쟁력 강화로 삶의 질을 높이는 목적으로 설립된 협동조직체이다. 하지만 현실은 동 떨어져있다. 협동조합 근본목적과 다르게 운영됨에, 도·농 소득 격차는 갈수록 커지고 있다.

혹자는 '농민이 특화 작물을 생산하면 되지 않느냐', '도-농간직거래로 소득을 향상 시키면 되지 않느냐' 라고 반문하겠지만, 70대 이상이 60%를 차지하고 있는 농촌현실에서 이들에게 판로개척과 특화작물 재배육성까지 떠넘기는 것은 어불성설이다. 이러한 역할을 대행 해주는 곳이 바로 지역농업협동조합이다.

농협은 조합원의 농업생산성을 높이고 조합원이 생산한 농산물 판로 확대 및 유통 원활화를 도모하며, 조합원이 필요로 하는 기술, 자금 및 정보 등을 제공해야 하는 곳이다. 하지만, 농민들의 유일한 기대처인 지역농협조차 신용사업에 급급한 것이 현실로, 농민들이 자금 조달에 어려움을 겪는 것을 기화로 삼아 오히려 대출이자로 고수익을 올리는 곳이 절반이 넘을 것으로 생각한다.

농산물 값 폭락으로 농가소득은 줄어들고 부채는 산더미처럼 늘어나 농사를 짓고 살기 힘들다. 그에 비하면 농협은 고통을 함께하려는 어떠한 노력도 하지 않고 있는 것처럼 보인다. 일반적인 예로 쌀 값문제를 보면, 쌀 개방으로 가격이 하락하면 농민은 울상이지만 농협은 가격 보장을 위한 노력은 없고, 오직 적자를 보지 않기 위한 방안만 모색하고 있다. 다시 말해서 투쟁은 농민이 하고, 정부나 지자체는 농민 개개인에게 소폭지원하고, 농협에 대량 지원하는 대책을 강구하고 세워둔다. 그러면, 농협은 지원 자금을 가지고 신용사업에 대부분 투자해 수익을 내는 악순환이 계속되고 있는 것이다.

또한 조합의 공동투자 사업법인의 참여가 조합장들만의 폐쇄적 조직구조를 벗어나 체계와 운영방식을 조합원 대표들이 운영에 직접 참여할 수 있는 구조가 필요할 것으로 보인다 대표적인 예로 통합RPC가 조곡을 매입하고 도정률 71%로 정미하여 판매하더라도 원가 제하고도 수익이 발생하고, 부산물(왕겨, 쌀겨, 싸라기 등)까지 포함하면 적자가 발생할 수 없다는 게 정미소대표들의 한결같은 답변 이였다.

공제는 일반 보험사에 비해 차별성을 못 느끼기에, 농민들은 기피하는 경우가 많다보니 지역농협 임직원들이 일부분 마지못해 가입하고 친인척에게 강요하며 떠맡기듯 하고 있으니, 사기가 저하 되고 있고 조합원에게는 공동구매사업의 목적과는 달리 비료 및 농약 등은 오히려 일반 상가보다 값비싼 제품이 많다. 이러하기에, 농민조합원들로부터 신뢰를 잃고 보니 지역농협 대부분이 2014년도 흑자 결산이 어려워지고 있어 지역 농협이 죽어가고 있다.

당면한 농업의 위기를 공감하고 농업을 국가기간 산업으로 발전시키기 위해 정부의 농업정책에 대해 적극적인 역할과 조합원의 영농, 유통, 가공 등 경제사업 활성화를 위한 자구적 노력이 현실적으로 필요한 때다.

농협은 엄청난 조직, 인력, 시설, 자금력 등을 가지고 있기 때문에 협동조합으로서 역할만 다한다면 한국농업의 미래에 희망이 있다고 본다. 조합원도 참여와 이용을 확대 개선하여, 경제적 권익실현과 정치적 지위향상을 위한 활동을 적극적으로 나서야 하고, 갈등과 불신을 극복하고 투명하게 상호 소통을 바탕으로 신뢰회복이 우선 되어야한다. 조합원과 조합, 조합원과 임직원, 회원조합과 중앙회가 하나가 되어 농민 조합원을 주체로 세워야 한다.

조합원 스스로가 학습에 나서야 하고, 특히 각 마을을 대표하는 대의원, 이·감사, 조합장은 필수적인 농협용어 및 농협법의 기본은 알아야 한다고 본다. 비단 연령의 많고 적음의 문제가 아니다. 협동조합에 대한 무지와 무관심 때문에 조합원(주인)을 섬겨야 할 임직원들 일부가 오히려 조합원 위에 군림하는 태도들이 비일비재한 것이 현실이다. 자신들의 이익을 위한 수단으로 농협을 활용하는 것을 언제까지 방치하며 보고 있어야 할 것인가.

끝으로, 지역농협의 임직원은 농민·조합원이 주인이라는 것을 명심하고, 조합원을 위해 2015년도 중앙회 사업계획수지예산지침서를 적극 수용해 불요불급한 예산은 삭감하고 실익사업이 되게 세워 어떻게 이익을 줄 것인가에 대해 고민을 해야 한다.

## 社 說

# 남광주시장상가 재난 위험 방치해서야

남광주시장종합상가 안 일부 점포가 법을 어긴 채 원룸으로 임대되고 있다 한다. 문제는 불법 개축을 하다 보니 재난 위험이 크다는 점이다. 세월호 참사 등 대형사고로 인해 그 어느 때보다 안전에 대한 중요성이 강조되고 있지만 이곳의 사례에서 보듯이 아직도 안전불감증은 여전하다.

본보 취재에 따르면 상가 2·3층 점포 소유주 상당수는 점포 두 곳을 모아 원룸 형식으로 만든 뒤 일반인들에게 한 달에 15만~25만 원을 받고 세를 내주고 있었다. 지하 1층·지상 4층 규모의 상가는 지하 1층(주차장)을 제외한 나머지 층은 판매시설(1~3층)·무도 유흥음식점과 사무실(4층) 용도로 지난 1988년 사용 승인을 받았다. 그런데도 몇몇 점포 주인이 규정을 위반, 원룸으로 바꾼 뒤 수익을 올리고 있는 것이다. 엄연히 불법이다.

불법도 문제지만 대형사고가 우려되는 점은 더욱 큰 문제다. 안전기준을 제대로 지키지 않고 개축하다 보니 화재나 붕괴 등 재난 위험이 심각하다는 것이다. 기본적인 재난대책도 허술할 수밖에 없어 주변 상인 및 시장을 찾는 손님들의 불안을 가중시키고 있다.

그럼에도 관리 감독을 해야 할 광주 동구청은 소극적인 대처로 일관하고 있다. 상인과 원룸 입주자를 비롯해 수천 명의 고객이 상가 주변을 드나들고 있지만 불법 시설물에 대해 고작 이행강제금만 10년째 물리며 방관하고 있다는 지적이다.

이처럼 당국의 미온적인 대응이 만일의 큰 사고로 이어진다면 그때 가서 누가 책임질 것인가. 구청과 경찰 및 소방서는 허가 없이 사용되고 있는 상가 원룸에 대해 규정을 철저하게 따져 잘못이 있으면 책임을 물어야 한다.

오랫동안 자행되고 있는 위법을 방관해서는 안 된다. 원룸 운영자들 역시 눈앞의 수익에만 급급하다 더 큰 화를 자초하는 일이 없도록 해야 할 것이다.

# 떼돈 벌면서 지역 기여 외면하는 대형마트

전남 도내 20개 대형마트와 기업형 수퍼마켓(SSM)이 올해 상반기에만 수천억 원의 수익을 내고서도 지역 기여도는 극히 미미한 것으로 나타나 빈축을 사고 있다. 돈은 지역에서 벌면서 기부나 지역 제품 구매, 고용 창출 등을 외면하고 있기 때문이다.

새정치민주연합 황주홍 의원이 25일 낸 보도자료에 따르면 이마트·롯데마트·홈플러스 등 도내 11개 대형마트와 9개 SSM이 올해 1월~6월까지 올린 수익은 모두 3834억3081만 원으로 집계됐다. 이는 경기불황 속에서도 지난해 수익 6846억1366만 원의 절반을 넘어선 것이다.

그러나 이들 업체의 지역 기여도는 매우 인색한 것으로 드러났다. 이들이 올 상반기 지역 내 공익사업에 기여 및 투자한 액수는 2억5027만 원으로 전체 수익의 0.06%에 불과했다. 또 지역 농산물 구매에 쓴 돈은 1313억7749만 원으로 34%에 그쳤다. 고용도 2446명 가운데 비정규직이 977명으로 40%에 달했다.

광주지역은 상황이 더 심각하다. 수익 대비 공익사업 기여율은 0.01~0.03% 수준이고, 지역 제품 구매율도 10%대 미만이다. 지역에서 막대한 수익을 챙기면서도 정작 지역을 무시하고 있으니 횡포나 다를 바 없다. 그렇지 않아도 대형 유통업체들의 문어발식 확장으로 골목상권이 초토화되고, 재래시장과 중소상인들은 몰락의 길을 걷고 있다.

이제 각 자치단체와 소비자들은 유통업체들의 그릇된 작태를 더 이상 방관해서는 안 된다. 전통시장과 지역상권을 지키고 활성화 시키는데 모두가 동참해야 한다. 지역 제품을 일정 비율 구매하도록 하는 제도적 방안도 강구할 필요가 있다.

유통업체들도 당장 눈 앞의 이익보다는 지역과의 상생이 우선이라는 사실을 유념해야 한다. 이를 간과한다면 지역 소비자들의 엄청난 저항에 직면하게 될 것이다.

## 無 等 鼓

### 밥상 아래의 개

그리스도교의 경전 신약성서 중 마가복음 7장에는 예수가 이방인의 딸을 치료해 준 이야기가 나온다. 예수가 십자가에 매달리기 1년쯤 전인 기원 후 29년께로 추정되는 어느 날 '더러운 귀신 들린 어린 딸을 둔' 헬라 여인이 예수의 소문을 듣고 찾아온다. 당시 헬라인은 시리아 사람으로, 선민의식이 있는 유대민족에게는 '수준 낮은' 이방인으로 간주됐다.

멀리서 달려 온 그녀는 예수의 발 아래 엎드린 채 딸에게서 귀신을 쫓아주기를 간절히 부탁한다. 예수는 이에 대해 "자녀를 먼저 배불리 먹게 해야하는데, 자녀의 떡을 개들에게 던지는 것은 마땅치 않다."라며 거절의 뜻을 내비친다. 이방인 보다는 이스라엘의 자녀인 유대인을 먼저 도와야 한다는 취지인 셈이다.

그러자 헬라 여인은 "옳습니다. 하지만, 상(床) 아래 개들도 아이들이 먹던 부스러기를 먹나이다."라며 다시 한 번 간곡히 도움을 요청한다. 자신과 자신의 딸을 '밥상 아래 개'로까지 낮춘 헬라 여인을 불쌍히 여긴 예수는 "돌아가라. 귀신이 네 딸에게서 나갔느니라."라고 하며 그녀의 딸을 치료해준다.

최근 광주·전남지역 주요 인사들이 호남에 대한 차별 해소를 박근혜 대통령에게 요청했다. 이들은 "호남 출신에 대한 정부와 대기업, 사회 각 분야의 인사 차별 해소와 지역인재 양성, 일자리 창출 등을 위해 대책을 마련해 주도록 정중히 요구한다."라고 밝혔다. 호남을 대표하는 인사들이 공개적으로 인사 차별 해소를 대통령에게 촉구한 것은 극히 이례적인 일이다.

실제로 정부 부처의 장·차관급은 물론 청와대 고위직과 소위 4대 권력기관장의 명단에는 호남 인사들이 철저히 배제되어 있다. 고위 공무원단의 비율도 지극히 낮은 수준이다. 주요 국책사업이나 지역 현안사업에 대한 정부의 예산 홀대도 심각하긴 마찬가지다.

인구마저 충청권에 밀리고, 모든 분야에서 뒤처지는 호남의 미래를 생각하면 암담하기 그지없는 것이 현실이다. 왜 이렇게 됐을까. 혹시 대통령과 그 측근들이 호남 지역민을 '이방인'으로 여기고 있기 때문 아닐까? 그렇다면, 그들의 선민의식이 어디서 나왔는지 정중히 묻고 싶다.

/홍행기 경제부장redplane@

光州日報 The Kwangju Ilbo
사장·발행·편집·인쇄인 金汝松 주필 申港樂 편집국장 奇賢鎬
1952년 4월 20일 創社 1980년 11월 29일 등록번호 광주가1(일간) | 광주광역시 동구 금남로 238 (우편번호 501_710)
대표전화 222-8111·2200-551〈지사·지국(구독신청·배달안내)〉 광고문의 062-227-9600

| | | | |
|---|---|---|---|
| 편집국안내 | | 경영지원국 2200-515 | 문화사업국 2200-541 |
| 〈대표FAX 222-4918〉 | 경제부 2200-632 | 〈FAX 222-8005〉 | 〈FAX 222-0195〉 |
| 편집부 2200-649 | 문화생활부 2200-661 | 광고마케팅국 227-9600 | 독자서비스국 2200-551 |
| 정치부 2200-642 | 여론매체부 2200-696 | 〈FAX 227-9500〉 | 〈FAX 227-9500〉 |
| 〈대표FAX 222-4918〉 | 체육부 2200-697 | 디자인실 2200-536 | 서울지사 02-773-9331 |
| 사회부 2200-663 | 사진부 2200-693 | 프로젝트팀 2200-555 | 〈FAX 02-773-9335〉 |
| 〈대표FAX 222-4267〉 | 조사부 2200-571 | ※구독료 월정 10,000원 1부 500원 | |

본지는 신문윤리 강령 및 그 실천요강을 준수합니다