데스크 시각

‘믿고 찾는’ 문화전당이 되려면

박 진 현
편집부국장·문화선임기자

고등학교 교사인 기자의 지인은 누구보다도 여름방학을 손꼽아 기다린다. 학생도 아닌 그녀가 여름방학을 학수고대하는 이유는 다름 아닌 대관령 국제음악제(Great Mountains International Music Festivals & School·이하 GMMF) 때문이다. 방학 기간인 매년 7월 말에서 8월 초까지 1주일간 강원도 평창 알펜시아 콘서트홀과 야외음악당에서 펼쳐지는 음악제는 그녀 같은 클래식 애호가들에겐 ‘놓칠 수 없는’ 축제다.

그도 그럴 것이 해마다 공동 예술감독인 첼리스트 정명화와 바이올리니스트 정경화 씨가 내놓는 참신한 주제와 세계 정상급 음악가들의 환상적인 연주가 관객들에게 ‘한여름 밤의 감동’을 선사하기 때문이다. 최근엔 ‘클래식=마니아’라는 편견을 깨뜨리면서 일부 프로그램의 경우 티켓 오픈이 공지되자마자 매진될 정도다.

지난 2004년 창설된 GMMF가 짧은 역사에도 ‘믿고 보는’ 축제로 성공한 원동력은 참신한 기획과 짜임새 있는 프로그램이다. ‘자연의 영감’ ‘평창의 사계’ ‘춤에서 춤으로’ 등 매년 행사의 정체성을 부각시키는 독특한 테마와 창의적인 프로그램들이 어우러져 고품격 음악제의 진수를 보여주고 있다.

차별화로 성공한 ‘GMMF’

무엇보다 차세대 음악가와 음악 영재를 발굴해 키우는 ‘인큐베이팅’은 GMMF를 ‘아시아의 넘버 원’으로 자리매김시킨 핵심 콘텐츠다. 단순히 음악가들의 연주를 감상하는 콘서트는 많지만 마스터 클래스, 실내악 레슨, 찾아가는 음악학교 등을 운영하는 음악제는 매우 드물기 때문이다. 음악제의 영문 표기에 ‘School’을 명시한 것도 그런 이유에서다.

지난 2011년 취재차 방문한 싱가포르의 에스플러네이드에서도 비슷한 인상을 받았다. 세계적인 복합문화공간인 에스플러네이드는 한해 평균 430억 원의 예산(전체 700억 원·2013년 기준)을 아끼지 않는 싱가포르 정부의 ‘통 큰’ 지원 덕분에 다문화 국가의 특성을 반영한 색깔 있는 콘텐츠를 선보여 왔다. 규모에 걸맞게 연간 12개의 축제와 21개의 시리즈, 외국의 유명 예술단 순회공연 등 자체 기획과 대관까지 포함하면 수백여 개의 프로그램이 무대에 오른다. 그중에서도 ‘에스플러네이드 기획’(The Esplanade Presents)이라는 타이틀이 붙은 자체 제작 프로그램은 ‘믿고 보는’ 무대로 통한다. 서구권의 유명 뮤지컬이나 오케스트라 공연들과의 치열한 티켓 경쟁에서도 늘 우위를 차지할 정도로 시민들로부터 절대적인 신뢰를 받고 있다. 소비자들이 샤넬이나 루이뷔통의 로고를 보고 가방을 구매하듯 ‘에스플러네이드 기획’은 관객들을 공연장으로 불러들이는 명품 브랜드다.

앞으로 30여 일 후면 ‘말도 많고 탈도 많았던’ 국립 아시아문화전당(이하 문화전당)이 역사적인 개관(9월4일)을 하게 된다. 지난 2005년 첫 삽을 뜬 지 꼭 10년 만이다. 이쯤이면 지역 사회가 온통 축제 분위기로 들떠 있어야 하건만 유감스럽

창·제작 시스템 살려야 희망

게도 현실은 그렇지 못하다. 세계적인 복합문화시설을 품에 안게 됐다는 설렘보다는 제대로 ‘굴러갈 수 있을지’ 걱정이 앞선다. 단일 건물로는 국내 최대(4만8774평)라는 스케일이 무색하게 직제와 인력이 대폭 축소됐고 개관 콘텐츠 역시 극히 일부만 준비된 상태이기 때문이다.

하지만 무엇보다 광주가 두려워하는 건 ‘아시아 문화 허브‘로서의 정체성을 지켜갈 수 있느냐는 것이다. 문화전당의 ‘필살기’는 아시아 문화의 창작과 교류가 활발하게 이뤄지는 문화 플랫폼인데, 현 상황에선 문화 발신지는커녕 자칫 ‘무늬만 국내 넘버 원’이 되지 않을까 해서다. 특히 문화전당의 성패를 가를 핵심 공간인 문화창조원의 ‘불안한’ 출발은 가장 우려스러운 대목이다. 전임 감독의 중도 하차로 애초 전시 계획이 대폭 수정된 데다 ‘예산만 축내는 지역 사업’으로 여기는 현 정부의 부정적인 시각이 맞물려 있기 때문이다. 아니나 다를까, 개관도 하기 전에 일각에선 연간 수백억 원이 소요되는 콘텐츠 예산을 ‘안정적으로’ 확보하는 방안을 걱정하는 목소리도 들린다. 문화창조원의 창·제작 시스템을 구축하기 위해선 콘텐츠 기획, 제작, 시연(test bed), 상품화까지 막대한 예산과 시일이 담보돼야 하기 때문이다.

지난 10년간 광주는 ‘문화로 먹고 사는 세상’을 꿈꾸며 문화전당의 개관에 올인해 왔다. 따라서 문화전당의 실패는 곧 지역 사회에겐 끔찍한 악몽이자 재앙이 될 수 있다. 그렇다고 너무 비관적일 필요는 없다. 지속 가능한 문화발전소로서의 가치를 잃지 않는다면 희망은 있다. 여느 복합문화공간에선 찾아보기 힘든 문화전당의 경쟁력이 ‘그곳’에 있기 때문이다. 정부의 전향적인 자세와 지원이 시급한 이유다.

/jhpark@kwangju.co.kr

특별기고

여름 휴가는 오감(五感) 만족 보배섬 진도로

이 동 진
진도군수

여름 휴가철이 절정인 시기다. 여름 휴가는 더위를 피하고 지친 일상에서 벗어나 몸과 마음을 재충전하는 의미 있는 시간이다. 일상을 내려놓고 잠시 쉬어가는 ‘휴(休)테크’란 말처럼 ‘의미있는 쉼’은 삶을 재충전하고 자기발전의 기회이다.

우리나라의 여름 휴가 문화를 감안하면 약 2000만명 이상, 즉 전국 만20세 이상 성인의 50%가 휴가를 떠날 것으로 예상된다. 매년 그래왔듯이 올해도 전국의 유명 피서지는 사람으로 인산인해를 이룰 것이다. 최근 이런 복잡하고 피곤한 휴가지를 대신해 농·어촌 체험관광이 대세다. 휴식형 여름휴가를 선호하는 흐름에 심신의 피로도 풀고 건강도 얻을 수 있다는 일석삼조 효과에 따른 것이다.

여행문화 수준이 높아지면서 전통 문화와 청정 자연이 잘 보존된 진도군이 관광지로 재평가되고 있다. 예술의 향기와 볼거리, 특별함이 가득한 진도군은 어른들에게는 힐링이 되고, 자녀에겐 살아있는 교육까지 제공하는 일거양득의 효과를 가져다 준다.

청정 바닷가 갯벌에서 맨 손으로 조개와 고기 등을 잡는 체험은 가족을 하나로 묶어 주고, 알찬 추억을 만들어 줄 것이다. 해안도로를 따라 자전거로 진도군을 한 바퀴 돌아본다거나 조그만 섬이나 해수욕장에서 자녀들과 함께하는 민박과 캠핑도 특별하다.

또 전남도가 지정한 ‘가고 싶은 섬’ 관매도의 관매 8경은 전국의 여름 휴가지에 빠지지 않는다. 세방낙조에서 바라 본 해질무렵 붉게 물든 하늘과 바다, 그 사이에 올망졸망 떠있는 섬들이 어우러진 청정자연이 빚어낸 아름다운 자연경관은 시민들에게는 더없는 휴가지가 될 것이다.

매주 토요일 ‘한국 남종화의 산실’인 운림산방에서 열리는 남도예술은행 토요그림경매, 올해로 17년째 개최되고 있는 토요민속여행 상설공연, 국립 남도국악원의 여름국악축제 등에 참여하면 예술의 향기가 가득한 진도 문화예술의 속살을 느낄 수 있다.

특히 진도타워 7층 전망대에 올라서면 국내 최초 쌍둥이 사장교인 진도대교는 물론, 울돌목에서 조선의 판옥선 13척이 왜적의 안택선 133척을 무찌른 내용을 주제로 한 영화 ‘명량’속 실제 장소를 눈앞에서 생생하게 볼 수도 있다. 서망항에서 싱싱한 오징어도 저렴하게 구매해 보고 지역의 맛집과 5일장을 둘러보면서 바쁜 일상을 차분하게 정리해보는 것도 좋을 것 같다.

추억도 만들고 세월호 참사 여파로 침체된 진도 지역 경제 살리기에도 동참하는 이것이 바로 일석이조 아닐까? 이번 여름 진도를 방문하면 자녀들에게는 더할 나위 없이 좋은 교육이 될 것이고, 가족들이 함께 만든 추억은 해외여행 보다 몇 배나 가치 있는 보물이 될 것이다. 수려한 자연풍광, 가슴을 시원하게 하는 청정 공기를 들이마실 수 있는 곳, 진도개와 소리 체험 등 특별함이 가득한 진도군은 손님맞이 채비를 마쳤다.

자녀들과 함께 온 가족이 진정한 휴식과 특별한 체험을 위해 청정 진도군으로 떠나보자. 단순히 웃고 즐기는 여름휴가가 아닌 진정한 쉼터를 찾는 사람들에게 진도는 고향의 정과 함께 마음 편안한 여유를 줄 것이다. 올 여름 휴가, 어디로 갈까 고민하고 있다면 눈과 입은 즐겁고, 몸과 마음은 편안한 오감(五感) 만족 ‘보배섬’ 진도로 오길 권한다.

은펜칼럼

메르스와 수퍼 전파자

이 병 우
단국대학교 천안캠퍼스 교수

메르스 사태가 28일로 종결 국면에 이르렀다. 지난 5월 20일 첫 환자가 확진 판정을 받은 이래 69일만이다. 이번 사태는 작은 불씨 하나가 이 사회를 커다란 위기에 빠뜨릴 수도 있다는 교훈을 주고 있다. 이번 메르스는 중동 여행 중에 감염된 단 한사람에 의해서 시작됐다. 그리고 몇 사람의 수퍼 전파자에 의해 대대적으로 확산됐다.

수퍼 전파자는 동일한 바이러스나 세균에 감염된 다른 개인보다 특별히 많은 2차 접촉자를 감염시키는 숙주를 말한다. 중국 베이징에서 2003년 사스가 발생했을 때, 학자들은 최소 8명에게 사스를 전염시킨 개인을 수퍼 전파자로 정의하였다. 이번 메르스 사태에서는 1번 환자와 14번 환자가 각각 30여명, 80여명에게 바이러스를 전파했다. 메르스 확진자의 절반이 이 두 사람의 수퍼 전파자에 의해 감염됐다.

메르스 확진자 98명의 자료를 분석한 결과를 토대로 발표한 수퍼 전파자의 특징을 보면 다음과 같다. 첫째, 확진 받기까지 시간이 오래 걸렸다. 수퍼전파자는 발병에서 확진까지 평균 8.2일이 걸렸지만, 나머지 환자들은 평균 4.6일이 걸린 것으로 조사됐다. 둘째, ‘폐렴’ 여부이다. 폐렴 환자는 폐에서 바이러스 증식이 활발하기 때문에 전파가능성도 커진다. 수퍼 전파자는 확진이 늦어지면서 폐렴 증상이 심해지고 병원 이곳저곳을 전전하며 바이러스를 퍼뜨리게 된 셈이다. 1번째 메르스 환자는 확진 판정을 받기까지 9일이나 걸렸고, 그동안 바이러스가 다른 사람들에게 전파되면서 효과적인 격리가 힘들어졌다. 14번 환자도 평택굿모닝 병원과 삼성서울병원 응급실에 머물면서 다른 환자와 가족, 의료진을 감염시켰다.

문제의 14번 환자는 자신이 수퍼전파자라는 사실을 퇴원 무렵에 알았다고 한다. 그는 병실에서 뉴스를 보다 “저렇게 많이 (메르스를) 감염시킨 사람이 있어요?”라고 의료진에게 묻기도 했다고 한다. 바이러스 전염이 무서운 것은 자신도 모르는 사이에 수퍼 전파자가 될 수도 있다는 점이다.

말콤 글래드는 그의 책 ‘티핑 포인트’에서 전염은 어떤 극적인 순간에 발생하여 소멸할 수 있다는 특징을 가지고 있다고 설명했다. 또, 모든 것이 한꺼번에 갑자기 변화하고 전염되는 극적인 순간을 ‘티핑 포인트’라고 이름 지었다. 그에 따르면 전염병뿐만 아니라 범죄나 패션에도 전염이 있으며 그 외의 모든 것들도 바이러스처럼 전염된다는 것이다.

티핑 포인트에는 세 가지 규칙이 있는데 그것은 소수의 법칙, 고착성 요소, 상황의 힘이다. 소수의 법칙은 전염성을 전파시킬 능력이 있는 그런 예외적인 사람이 큰 역할을 한다는 것이다. 이른바 수퍼 전파자이다. 고착성 요소는 전염되는 메시지를 기억하도록 만드는 특수한 방식이다. 이번 메르스 사태는 대한민국 모든 뉴스를 덮어버리는 초대형 이슈가 됐다. 마지막으로 상황의 힘은 한국의 응급실 문화, 간병 문화가 메르스를 전파하는데 큰 역할을 했다고 볼 수 있다.

바이러스와 유행에는 공통점이 많다. 전염성이 있으며, 작은 것이 큰 효과를 가져올 수 있고, 이런 변화가 어느 순간에 발생한다. 특히 수퍼 전파자의 역할이 절대적이다. 실로 이번 메르스 사태는 우리에게 많은 교훈을 주고 있다.

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

社 說

남광주 야시장, 문화 브랜드로 키워 나가야

남광주시장이 오는 9월 국립 아시아문화전당(문화전당) 개관에 맞춰 문화관광형 명품 야시장으로 새롭게 변신할 전망이다. 지리적으로 인접한 문화전당의 방문객들을 자연스럽게 끌어들여 침체된 시장에 활력을 불어넣고 광주의 먹거리를 국내외에 적극 알리기 위해서다. 만약 남광주 야시장이 탄생된다면 전국적인 명소로 떠오른 대인예술시장과 함께 지역의 대표적인 관광콘텐츠로 자리매김할 것으로 기대된다.

남광주시장은 최근 행정자치부가 실시한 ‘2015 전통시장 야시장 공모사업’에서 대상자로 선정돼 특별교부세 5억 원과 디자인·마케팅 등 전문 컨설팅을 제공받게 됐다. 사실 남광주시장은 1930년 남광주역 개통 후 남도 수산물의 집결지로 명성을 날렸지만 철도역이 이전하면서 상권이 쇠퇴하자 이후 예전만 같지 못하게 됐다. 10여 년 전 광주비엔날레의 특별이벤트 현장으로 선정돼 ‘반짝 관심’을 받기도 했지만 이후 이렇다 할 만한 후속 프로젝트가 없어 구 도심의 쇠락한 시장으로 전락했다.

그런 점에서 남광주시장은 광주의 문화브랜드로 성장한 대인예술시장의 별장(야시장)프로젝트를 벤치마킹할 필요가 있다. 대인예술시장은 초창기 숱한 시행착오에도 불구하고 지난해부터 예술가와 시민 셀러(seller)·상인 등이 의기투합해 개성 넘치는 아트상품과 다양한 문화체험행사, 그리고 맛깔스런 시장 음식 등이 어우러진 문화난장(亂場)으로 가꾸고 있기 때문이다.

남광주 야시장은 무엇보다 상권 활성화, 지역의 문화관광자원과의 연계에 초점을 두고 사업을 진행해야 할 것이다. 시장 상인과 예술가가 주인이라는 공동체 의식과 다른 곳에서는 접하기 힘든 차별화된 볼거리, 예술적 정취가 풍기는 아트상품을 개발해야 한다는 얘기다. 궁극적으로는 정부의 예산 지원 없이도 지속적으로 운영될 수 있도록 중장기 로드맵도 마련해야 한다.

안전규정 강화 못 따라가는 학원 통학차량

〈‘세림이 법’〉

어린이 통학차량의 안전 기준을 강화한 ‘세림이 법’이 올해부터 시행돼 6개월여가 지났는데도 관련 사고가 끊이지 않고 있다. 더구나 계도 기간이 끝나고 경찰의 단속이 오늘부터 시작되는데 출발부터 삐걱대고 있어 반쪽짜리 법으로 전락할 위기에 처해 있다.

‘세림이 법’은 어린이집·유치원·학교·학원 등에서 어린이 9명 이상이 탑승하는 통학차량은 외부를 노란색으로 도색, 어린이용 안전띠와 출입문 발판 설치, 점멸등과 후사경 등 안전 기구를 부착한 뒤 관할 경찰서에 의무적으로 신고를 해야 하는 것을 골자로 하고 있다.

하지만 학원이나 체육도장 등 상당수의 교육시설들이 신고를 미루고 있다고 한다. 광주 지역 통학차량 2267대 가운데 88.5%인 2007대만이 신고가 됐다는 것이다. 어린이집 등은 신고율이 90%를 넘었지만 학원과 체육시설 신고율은 각각 67%, 44.7%로 역시 개선이 되지 않고 있다.

이처럼 신고율이 낮은 것은 안전 기구를 설치하는 데 드는 비용 부담 때문이다. 학원과 체육시설 관계자들은 차량 도색과 안전기구를 설치하려면 통학차량 한 대당 200만 원 상당의 비용이 든다고 말한다. 이 때문에 이러지도 저러지도 못한 채 눈치만 살피고 있다는 것이다.

게다가 상당수 학원이 지입차량(운영자와 차량 소유주 명의가 다른 경우)을 운영하고 있는데 이럴 경우 어린이 통학차 신고 대상에서 제외돼 있어 안전사각지대로 지적되고 있다. 여기에 합기도·국선도 등 법적으로 체육시설로 명기되지 않은 시설도 어린이들을 실어 나르고 있지만 의무신고 대상에는 포함돼 있지 않은 형편이다.

사정이 이렇다 보니 법은 개정됐어도 학부모들은 안심하기 어렵다. 한 순간이라도 방심하면 또 다른 세림이와 같은 피해자가 나온다. 더 이상 소중한 아이들을 잃지 않도록 제도를 보완해야 할 것이다.

無 等 鼓

목포는 항구다

“목포는 ○○다.” 여기에서 ○○에 들어갈 말은 무엇인가라는 질문을 던진다면 어떤 답이 돌아올까. 아마도 ‘항구’라고 답하는 사람들이 가장 많을 것이다. 그만큼 목포 하면 항구라는 이미지가 매우 강하다.

목포에 항구가 들어선 것은 1897년이다. 일본 영사 이노우에가 한 달 반 동안 한반도 서남해안을 둘러보고 항구 최적지로 꼽은 곳이 목포와 진남포(북한의 남포)다. 목포항은 개항 이후 호남의 관문으로 일제시대에는 수탈의 창구가 되기도 했지만 해상교통의 요지이자 무역항으로 중요한 역할을 해 왔다.

하지만 1930년대까지만 해도 항구라는 이미지는 강하지 않았다. 가수 이난영이 ‘목포의 눈물’과 ‘목포는 항구다’라는 노래를 빅히트 시키면서 목포항은 비로소 낭만이 깃든 명승지로 온 국민에게 각인됐다.

목포는 영산강이 하구언으로 뱃길이 단절되기 전까지만 해도 항구를 중심으로 물산(物産)이 넘쳐났다. 목포항에 모인 흑산도 홍어가 영산강을 거슬러 나주와 광주로 유통됐고 민어와 소금의 1차 집산지도 목포항이었다.

문순태의 소설 ‘타오르는 강’을 보면 목포 남항에는 소금업이 성업 중이었다는 것을 알 수 있다. 선창에서 부두 노동자로 생계를 연명하는 염주근이 주인공 웅보를 설득해 소금가게를 내려고 했던 것도 소금이 돈이 됐기 때문이다.

목포항구축제가 28일 막을 내렸다. 항구라는 테마로 축제를 여는 곳은 전국에서 목포가 유일하다. 목포항구축제는 2006년부터 시작한 목포해양문화축제가 그 뿌리다. 올해부터 이름을 항구축제로 바꿔 항구도시 목포의 부활을 꾀하고 있다.

목포는 요즘 쇠락하는 도시로 고민이 많다. 1990년 정점을 찍은 인구는 2010년 25만 명이 붕괴된 이후 해마다 1천 명씩 감소하고 있다. 관광객도 정체돼 있다. 해상 케이블카 설치를 추진하는 것도 이런 고민의 일단이 반영된 것이다.

목포항구축제는 일단 성공적이란 평가다. 풍족했던 옛 항구의 추억을 되살리기 위해 상인들이 자발적으로 어등을 달고 삼학도 세 선녀와 유달산 장수에 얽힌 전설로 스토리텔링을 했다. 여수엔 해상 케이블카가 있지만 목포의 ‘킬러 콘텐츠’는 역시나 항구다.

/장필수 정치부장 bungy@kwangju

光州日報 The Kwangju Ilbo
사장·발행·편집·인쇄인 金汝松 주필 李洪載 편집국장 程厚植
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
〈대표 FAX 222-4918〉 경제부 2200-632
편집부 2200-649 문화생활부 2200-661
정치부 2200-642 여론매체부 2200-696
〈대표 FAX 222-4918〉 체육부 2200-697
사회부 2200-663 사진부 2200-693
〈대표 FAX 222-4267〉 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

독자투고·기고 환영합니다

독자투고·기고를 기다립니다. 주변의 작은 이야기들, 생활의 경험, 불편 사항 등을 보내주십시오. 채택된 원고는 고료를 지급합니다. 원고를 보내실 때는 이름, 주소, 전화번호를 함께 적어 주십시오.
501-710 광주시 동구 금남로 238 광주일보 오피니언 담당자 전화 062-2200-696 /팩스 062-222-4918 /e메일 opinion@kwangju.co.kr