

데스크 시각

갈 곳 잃고 헤매는 민주평화교류원



윤 영 기 문화미디어부장

지난 8월 서울에서 아는 사람이 찾아와 국립아시아문화전당을 안내할 기회가 있었다. 그는 전시실을 둘러보며 전시 작품과 문화전당 전시·창작 공간의 용도를 물었다. 이에 예술극장, 어린이문화원, 창조원, 정보원, 민주평화교류원(이하 민평) 등 전체 5개 원을 소개하자 그 규모와 비전을 듣고 그는 적이 놀라는 눈치였다. 그런데 그에게 미처 다 설명하지 못한 공간이 있었다. 실은 설명하지 못한 게 아니라 자세한 설명을 일부러 하지 않았다고 하는 것이 더 맞을 성싶다. 광주민주화운동 단체들의 원형 복원 요구로 1년째 문을 열지 못하고 있는 민평에 관해서다. 이 공간은 옛 전남도청 본관·별관·회의실, 상무관, 그리고 경찰청 본관 및 민원실로 구성돼 있다. 각 공간에서는 광주항쟁을 예술적으로 승화한 ‘열혈간사의 나비떼’를 전시할 예정이다. 하지만 콘텐츠 구축 작업이 사실상 완료 단계까지 와 있

민평에 드려온 5월의 그늘

민평 문제가 꼬인 데는 옛 도청 본관에 대한 역사 인식이 부족했던 문화전당 측에 1차적 책임이 있다. 광주항쟁 유적이자 시민권 최후 거점을 단순하게 건축 문화재로만 접근했기 때문이다. 문화전당 측은 이런 인식을 바탕으로 도청 본관 등에 있던 진압군의 총탄 자국 위에 페인트를 덧칠했고 내부 상황실·방송실 등을 공학적으로 접근해 리모델링했다. 일견 5·18 기념재단과 3개 단체(유족회·구속자회·부상자회)가 광주항쟁 유적에 대한 원형 복원을 촉구하고 나선 것은 당연해 보인다. 그나마 몇 달 지 않은 5월 유적을 살리고 원형을 복원하는 것은 당위에 가깝기도 하기 때문이다. 문화재

와 유적의 교과서적 보존 방법은 원형보존이며 나머지는 사족이다. 그럼에도 5월단체들의 당위론적 주장을 받아들여 복원 작업에 나서려면 또 다른 현실적 문제가 따른다. 문화전당 측 측에 따르면 옛 전남도청 건물을 원형 복원하는 데는 45억 원 가량의 예산이 필요하다. 공사 기간만도 1년 6개월이다. 이미 민평 전시 콘텐츠 구축에 들어간 현재 280여억 원은 하공에 날라게 된다. 여기까지라면 그래도 괜찮다. 현재까지도 문화전당 측은 지난 2013년 일당락된 옛 전남도청 별관 철거 논란의 후유증에서 벗어나지 못하고 있다. 5월단체 등의 별관 점거 농성 등으로 빚어진 공사 지연에 따른 소송에서 업체에 패소해 100억 원을 혈세로 물어 주어야 할 처지다.

광주항쟁, 예술로 기억하자

문화전당은 5·18의 숭고한 가치를 세계와 공유하고 그 유적과 공간을 예술적으로 승화시켜 광주의 미래를 문화로 열어가기 위해 세워진 건물이다. 이런 대의명분으로 착공 10년 만에 완공된 문화전당은 그러나 아직도 절름발이 신세다. 5개 원이 똬너처럼 맞물려 유기적으로 작동해야 함에도 현실은 그렇지 못하다. 더욱 비판적인 것은 민평 현안이 언제

종결될지 아무도 장담할 수 없다는 점이다. 모양새로만 보면 광주에서 문화전당의 발목을 잡고 있는 셈이니, 문화전당이 제 기능을 못한다고 나무랄 수도 없는 딱한 입장이 됐다. 부끄럽게도 광주 지역 사회의 조정 기능 상실을 지적하는 목소리 들까지 나오고 있다. 오는 11월 25일이면 문화전당 개관 1주년이다. 더는 민평을 방치하면 안 된다. 늦어도 한참 늦었지만 이제 5월 단체, 광주시, 정치권, 시민단체 등이 머리를 맞대고 속의해 미래를 위한 대안을 마련할 시점이 됐다. 이쯤에서 생각을 좀 바꿔 보면 어떨까? 사고를 유연하게 하면 의외로 쉽게 답을 찾을 수 있을 것 같다. 독일 함부르크의 작은 마을인 하르부르크에는 일명 ‘사라져 버린 기념탑’이 있다고 한다. 조 각각 요한 게르츠·살레브 게르츠 씨가 1986년에 세운 ‘홀로코스트 기념탑’이다. 시민들은 나치의 잔혹상과 자신들이 겪은 고통을 탑안에 글로 써 놓았다. 놀랍게도 이 탑은 매년 2m씩 땅으로 꺼져 들어가도록 설계돼 있어 결국 1993년에 자취를 감췄다. 탑을 설계한 작가들은 이런 말을 남겼다. “불의에 대항하는 것은 탑이 아니라 우리 자신이어야 한다.” 광주 5월을 물리적으로 기억하는 것이 아니라 가슴에 새기는 사람들이 많아졌으면 한다.

은편칼럼

아재인가? 꼰대인가?



옥 영 석 농협경제지주 팀장

이십 몇 년 전 내게도 신입이던 시절이 있었다. 사오십대 아저씨 심중팔구는 하얀 반소매셔츠에 곤색 바지를 입고다녔고, 옆구리에 노란 서류봉투를 끼고 다니는 분들을 물어보나마나 군청직원이거나 관계기관에 근무하는 분들이었다. 왜 저렇게 천편일률적인 복장들을 하시는지 멋이랄곤 아예 부림 생각도 없어 보이는 ‘아재’들은 퇴근 후엔 이집 저집 맛 기행에, 술 마시는 재미에 사시는 분들 같았다. 그나마 또래 아재들끼리 드시면 총으러만, 서너 차례에 한 번은 후배들을 불러내야 술맛이 나는 모양인지, 집에 가도 호충해내기 일쑤였다. 중간에 불려나간 내 귀에 같은 얘기가 반복될 즈음에는 짓가락 당장에 노래도 한 곡 뽐이줘야 했다. “백마강 달밤~에 물새~가 우울어~” 친구들은 카페와 불링장을 넘나들며 데이트하는 시기에 야근하기도 서러운데 기쁨조 신세라니...

생각하면 내가 한심한 건지, 그분들이 한심한 건지 헷갈렸다. 세월이 흘러 나도 아재가 되어보니 그분들 복잡하며 취향이 그럴 수밖에 없겠다는 생각이 든다. 흰 셔츠에 검색 바지는 무엇을 입을까, 어떤 색을 걸칠까 고민할 필요가 없는 요즘에도 통용되는 가장 무난한 복장이었다. 지금도 30대에 입던 주름바지를 입어야하는 내가, 유행이랍시고 노드 스키니 진을 입고 집을 나섰다. 어색해하다 못해 기어이 집에 다시 가 바지를 갈아입어야만 했을 것이다. 술자리에 새까만 후배를 불러 끼워주는 것도 그분들이 가진 후배에 대한 관심표현이었다는 것을 이십여 년이 지나서야 나는 깨달았다. 아재들 이야기가 개그소재가 되고 그 개그를 아재인 내가 봐도 참 소름돋지만 한데, 내가 아재보다 ‘꼰대’라는 사실을 알게 된 것은 두어 달 전이었다. 갑자기 떨어진 행사준비로 서둘러 탔던 차량 조수석. 한눈에도 갓 입사한 것처럼 보이는 신입직원이 앉아있다. 통성명에 더해 서너 마디 인적사항을 묻는 질문이 끝나고 행사준비를 확인하고 나니, 갈 길은 먼데 별반 할 말도 없다. 취미나 사는 곳, 만나는 선후배를 물어봐도 공통분모는 없고, 무슨 생각이었는지 모르게 10여 년 전부터 풀어먹던 어쭙잖은 충고를 시작했다.

동료보다 10분만 먼저 출근해라, 청소·운전하시는 비정규직원들에게 잘 대해 주어야 한다, 주말에 놓고 평일 저녁시간은 업무나 자기개발에 힘쓰라는 등등... 나를 후배에 대한 애정으로 시작한 충고였지만 어쩐지 싸늘해지는 공기. 듣는 신인 표정이 심드렁하다. 그제야 문득 스티치는 생각. “이 한심한 꼰대야! 누가 물어봤어.” 설마 내가 꼰대였다니 그제서야 사내에서서 선·후배를 대하는 것, 집에서의 행동을 곰곰이 되새겨보니 역시 아재보다는 꼰대가 맞았다. 아이들에게는 내 생각이 언제나 맞는 것처럼 답을 정해놓고 강요하고, 따라서 않으면 화를 내고, 자연히 대화는 끊기고 그 간극을 조정하지 못하는 아내는 더 멀어지고 서로 가슴에 상처만 남겼다. 선·후배 사이에서도 그리 다른 건 아니었다. 모임 한 번 하기에, 내가 그렇게 배웠고 몇 십 년 동안 그래왔기에, 후배들은 장소를 물어봐서 정하는 건 물론, 선배 오기 전 전좌해서, 찬과 수저를 놓고 물 컵에 물을 따르 후, 선배의 몸배제에 시작하고, 고기 굽는 건 후배가, 시식은 선배가 먼저 해야 하는 것이 내가 배운 예법이었다. 그러나 이제 세대가 변하고 그 예법의 시효는 불행히도 다음 세대에는 적용되지 않는다. 모임이나 회식이 선배가 후배

를 가르치고 시혜를 베푸는 자리가 아닌 서로 소통하고 격려하는 자리로 달라졌기 때문이다. 이제 더 이상 “내가 시절에는 말이야” 따위의 얘기를 했다가는 싸늘한 주위의 시선은 고사하고 왕따를 면키 어려운 게 현실이다. 선배는 후배들을 칭찬하는 때에만 입을 열고, 나머지 시간에는 들어야 하는 게 달라진 시대상이니 어쩌라. 그나마 이 정도에서 스스로 꼰대라는 걸 알았으니 다행이라면 다행이다. 무난한 인품과 빠지지 않는 실력, 나름의 경력과 스펙을 갖추고 적절히 상사나 선배, 부모 역할을 하고 있다고 스스로 생각한다면 당신이야말로 꼰대일 가능성이 큰 사람이다. 자신만의 착각에 빠져 팬스레 으쓱대길 좋아하고 실무는 잘 모르면서 훈수를 두거나, 요청하지도 않은 충고를 해대는 맹점을 모르고 살기 쉬운 때문이다. 본진 생각이야 나지 않는 건 아니지만 다들 손해 보고 사는 게 인생이니 이쯤에서 꼰대라고 인정하고 사는 것도 그리 나쁘진 않을 것 같다. 자신이 꼰대라는 사실을 모르는 사람이야말로 진짜 꼰대라면 최악은 면했으니 말이다. 은편칼럼은 오피니언 기고 최우수작 수상자의 모임인 ‘은편칼럼 회원들의 칼럼을 싣는 코너입니다.

社說

뜨거워진 광주... 녹지공간 확대가 해법이다

올 여름 광주 시민이 겪은 유례없는 폭염이 녹지공간 부족과 고층건물의 영향이라는 전문가들의 비판적인 분석이 나왔다. 박석봉 광주대 건축학과 교수 등 전문가들은 어제 시의회에서 열린 ‘도시 열섬과 도시계획의 방향’ 주제 토론회에서 이 같은 주장을 폈다. 골자는 무등산을 둘러싸고 우후죽순처럼 들어선 고층건물과 도심 하천 주변에 들어선 건축물이 산과 시냇가에서 불어오는 냉풍을 막는 ‘바람길 차단벽’이 되면서 도심 공기 순환에 장애가 되고 있다는 것이다. 이른바 ‘열섬 현상’이다. 용봉천을 비롯한 지천도 상당수 개발되거나 형태가 변형돼 녹지와 함께 도시의 열을 식히는 기능을 잃어가는 것으로 파악됐다. 열섬 현상의 원인으로서는 현행 도심 재개발 관련 규제에서 용적률이 270%까지 허용되는 점이 지목됐다. 결국 법제도가 개발되거나 형태가 변형돼 녹지와 함께 도시의 열을 식히는 기능을 잃어가는 것으로 파악됐다. 열섬 현상의 원인으로서는 현행 도심 재개발 관련 규제에서 용적률이 270%까지 허용되는 점이 지목됐다. 결국 법제도가 개발되거나 형태가 변형돼 녹지와 함께 도시의 열을 식히는 기능을 잃어가는 것으로 파악됐다.

최악의 고용 한파에 애타는 호남 청년들

갑수록 청년 실업이 늘고 있는 가운데 호남 지역 청년들 10명 중 7명이 직장을 구하지 못해 늘고 있는 것으로 나타났다. 직장을 찾아 고향을 등지는 청년들도 늘어나고 있다. 이 지역은 수도권이나 영남에 비해 기업을 적기 때문이다. 통계청이 올 2분기(4~6월) 청년 고용률을 조사한 결과, 전북이 34.3%로 가장 낮았고 전남 34.7%, 광주 35.0%를 기록하는 등 호남 지역 청년고용률이 전국적으로 최하위권을 기록했다. 반면 같은 기간 서울이 45.9%로 가장 높았으며 인천 45.1%, 경기 44.8% 등의 순이었다. 제조·유통·서비스 등 산업기반이 몰려 있는 수도권이 상위권에 포진한 것이다. 이처럼 청년 취업의 지역 격차가 커지는 추세는 문제가 아닐 수 없다. 통상 청년 고용률은 비수도권이 수도권보다 5%포인트 안팎으로 낮았으나 최근 들어 간극이 더 벌어지고 있다. 올해 1분기엔 비수도권 청년 고용률이 38.7%였

동반 전남대 조경학과 교수는 바람길을 막는 ‘계획 없는 도시계획’의 수정이 광주시의 당면과제라고 지적하기도 했다. 최근 고온 현상이 일반화하면서 광주도 열섬 현상의 예외 지역일 수 없다는 사실이 이번 여름에 확인됐다. 광주시는 쾌적한 정주여건을 제공하기 위해 도시계획 및 도시설계 단계에서부터 열섬 현상을 고려해야 한다. 여기에는 바람길을 차단하는 건축물 신규 인·허가를 엄격히 하는 내용이 포함되어야 한다. 장기적으로 광주시의 협소한 녹지공간을 대폭 늘리는 방안도 추진해야 한다. 최근 환경부 자료에 따르면 광주시 녹지 비율은 41.79%로 전국 17개 시·도 가운데 15위에 머물고 있기 때문이다. 도시행정은 삶의 질을 끌어올리는 데 맞춰져야 한다. 환경 인프라가 갖춰진 안정적인 주거공간 확충도 그 중 하나다. 광주시는 고층건물 규제는 물론 녹지공간 확대 정책을 적극적으로 펴 나가야 할 것이다.

으나 수도권은 5.2%포인트 높은 43.9%였는데, 지난해 4분기 39.5%인 비수도권에 비해 수도권이 43.9%로 4.4%포인트 높았던 것에 비하면 격차가 더욱 커지고 있음을 알 수 있다. 이에 따라 지방 청년들은 수도권으로 떠날 수밖에 없는 실정이며 그럴수록 지방은 피폐하기 마련이다. 실제로 최근 10년간 수도권 및 충남과 울산을 제외한 호남 지역은 청년 인구가 많이 유출된 것으로 나타났다. 젊은이들이 도시로 나가 버리면 지역에는 나이 든 사람만 남게 돼 활기를 잃는 악순환으로 이어진다. 청년 취업을 늘리기 위해서는 응당 좋은 일자리가 관건이다. 물론 하루 이틀 사이에 될 일은 아니지만 미래 선호 직종을 중심으로 꾸준히 기업을 유치하는 장기 대책을 세워야 할 것이다. 당장은 광주·전남 공동혁신도시 공기업의 지역 인재 할당을 늘리는 것도 필요하다.

無 等 鼓

웬만한 도시에는 그 도시를 상징하는 노래가 있다. 탄생부터가 애창가였던 ‘목포의 눈물’은 이런 상징곡의 원조라 할 만하다. 일제시대인 1934년 조선일보가 창도 신민요 노래를 공모했는데, 목포 향토 문인석이 쓴 가사가 3000대 1의 경쟁을 물리치고 당선됐다. 가사가 슬픈 것은 1930년대 중반, 고향을 버리고 만주나 연해주 등지로 떠나는 사람들의 이별 장소가 바로 일제 수탈의 창구였던 목포항이었기 때문이다. 그러나 이 노래는 당초 조선총독부의 검열을 통과하지 못했다. ‘300년 원한 품목포의 눈물’이 문제가 됐다. 레코드사 대표 이철은 총독부를 찾아가 원래 ‘삼백원안풍’(三柘淵安風)인데 오타가 낫다며 적당히 돌려됐다. 일본인들이 한국에 발음을 어려워 한다는 것을 알고 글자는 바꿨지만 원래의 가사처럼 들리게 하는 기지를 발휘함으로써 검열을 통과한 것이다. 국민 애창곡 1위인 ‘소양강 처녀’는 춘천을 대표하는 노래다. 1968년 반야월이 작품 활동을 위해 소양강에 머물던 어느 날 석양에 비친 소녀의 모습을 보고 곡을 썼다고 한다. 강원도는 소양강 다. 시민들은 1982년 발표된 문성재의 ‘부산매기’를 더 자주 불렀다. 떠나간 순이를 그리워하는 이별이 소재이지만 내지르는 선율과 힘찬 반주로 인해 역동적인 부산 이미지에 어울려 폭넓은 사랑을 받았다. 지금은 롯데 지어언츠 응원가로 불리고 있기도 하다. 목포시가 목포를 상징할 만한 새로운 노래를 만들기로 했다. 목포의 눈물이 설움과 슬픔, 한의 이미지가 강해 희망과 미래를 상징하는 새 노래가 필요하다고 판단했다고 한다. 충분히 공감이 가지지만 목포의 눈물을 능가할 노래가 나오기는 쉽지 않을 것 같다. /장필수 사회부장 bungy@

기 고

한국화가 살아야 한다



나 무 석 전 광주시부시장

최근 광주은행 책임자가 TV에 나와 광주은행이 지방은행으로서 소임을 다하겠다는 한국화 활성화를 위해 노력하겠다고 밝힌 것을 본 적이 있다. 대단히 바쁜 가운데 몇 가지 느낀 점을 언급하고자 한다.

많은 돈을 들여서 옮겼을 것이다. 당시 정태서 광주은행장은 필자에게 “지방은행의 역할 내지 해야 할 의무를 한 것”이라고 말했다. 호남 지역이 한국화의 본고장으로 오랜 전통이 있지만 시대 흐름에 따라 한국화의 보존발전이 어려움에 처해 있다. 광주은행이 이를 발전시킬 수 있는 역할을 수행한다는 것은 아주 시의적절하고 올바른 판단을 한 것으로 박수를 보내고 싶다. 전통문화관 입구에 법고창신(法古創新)이라고 쓰여 있다. 옛 것을 거울삼아 새로움을 창조한다는 뜻 아니겠는가. 우리 호남은 훌륭한 역사를 지니고 있지만 이를 계승 발전시키는 데 애장 선

대들의 역할에 비해 현재들은 미약하다고 생각한다. 광주은행이 지역발전에 기여해야 한다고 생각하고 있었지만 은행의 성장과 비례할 수밖에 없을 것이다. 이것이 본인만의 생각일 수도 있지만, 은행 이익의 몇 퍼센트를 지역에 환원할 것인지에 대한 고민이 많을 것이다. 이왕이면 광주은행이 많은 금융기관 중에서 선도적인 은행이 되어주기를 기대한다. 한국화 발전에 통 크게 투자하고 이로 인해 또 큰 과실을 거둬오면 한다. 더 나아가 한국화뿐만 아니라 한국학에도 관심 가져주면 더욱 국가와 사회에서 환영 받을 것이다.

독자투고·기고 환영합니다

독자투고·기고를 기다립니다. 주변의 작은 이야기들, 생활의 경험, 불편 사항 등을 보내주세요. 채택된 원고는 고료를 지급합니다. 원고를 보내실 때는 이름, 주소, 전화번호를 함께 적어 주십시오. 광주시 동구 금남로 238 광주일보 오피니언 담당자 전화 062-2200-654 /팩스 062-222-4918 /e메일 opinion@kwangju.co.kr

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 광주가11(일간)		우편 61482 광주광역시 동구 금남로 238	
대표전화 222-8111·220-0551(지사·지국(구독신청·배달안내)) 광고문의 062-227-9600			
편집국안내	경 제 부 220-0663	경영지원국	220-0515 문화사업국 220-0541
(대표 FAX 222-4918)	(FAX 222-4938)	(FAX 222-8005)	(FAX 222-0195)
편 집 부 220-0649	문 화 부 220-0661	기획관리국	227-9600 독자서비스국 220-0551
(FAX 227-9500)	(FAX 227-9500)	(FAX 222-0195)	
정 치 부 220-0632	문화미디어부 220-0664	디 자 인 실	220-0536 서울 지사 02-773-9331
사 회 부 220-0642	체 육 부 220-0697	(FAX 02-773-9335)	
사 회 2부 220-0652	사 진 부 220-0693		
※구독료 월정 10,000원 1부 500원			
본지는 신문윤리강령 및 그 실천요강을 준수합니다			