

월요광장



정유진 코리아컨설팅 대표

송골송골 이마에 맺히는 땀을 닦으며 북아프리카 산맥 아틀라스 협곡의 엄청난 장관을 마주하고 있다. 불과 얼마 전까지 만해도 여행을 목전에 두고 망설였다. 이번 여름만큼은 보양식을 챙겨 먹으며 집에서 쉬는 것을 생각해 보지 않은 것도 아니었다. 하지만 앞으로 또 언제란 생각에 단호히 집을 나섰다. 실제 47도를 웃도는 이곳 기후를 경험하고 보니 역시 만류하던 지인들의 얘기처럼 여행길은 생각보다 더 고됐다.

편한 걸 마다하고 큰돈을 써가며 사서 하는 이 고생은 아들의 호기심에서 비롯되었다. 북아프리카의 자연, 그 곳에서 사는 사람과 이슬람 문화가 궁금하다고 했다. 교육열이 남다르거나 유행하는 라이프 스타일에 맞춰 살려는 것은 아니지만 물건의 소유보다 돈을 써가며 경험을 소유하고자 했으니 굳이 따지자면 요즘의 경험 소비자를 자처한 셈이다.

이 같은 소유 불가능한 것에 돈을 쓰기로 마음먹는 것이 쉽지 않았다. 사실 경험 소비를 망설일 때마다 소환하는 기억이 하나 있는데 그것은 어린 시절 여름 방학에 떠난 가족과의 피서다. 서울을 벗어나 바다로 향해 가는 길에는 과수원이 있었고 원두막에 걸터앉아 두

경험을 위한 씬 씬이

다리를 흔들며 맛본 큼지막한 수박의 맛이 아직까지 생생하다. 기막힌 여름 맛은 이어 출렁거리는 파도 위에서 튜브를 탄 기억이며 시원한 저녁 바닷가를 따라 엄마 아빠의 손을 잡고 걸으며 발바닥에 닿은 모래 촉감도 떠올리게 한다.

낭만적인 추억 회상이 이쯤에 이르면 부모님께서 당시 이 여행을 얼마나 어렵게 계획하셨을까란 생각을 하게 되고 더 이상 망설이던 씬 씬이를 고민하지 않는다. 비단 돈만이 아닌 마음을 쓰는 것을 포함한 씬 씬이란 의미와 닿기 때문이다.

경험을 원하는 소비자가 더욱 많아지는 세상이다. 이를 증명하듯 명품백보다 에코백을 들며 여행이나 미식에 돈을 쓰는 것을 자랑스럽게 여기는 젊은 세대들이 늘고 있다고 한다. 이러한 소비 문화의 변화는 생각의 전환이 왔음을 읽을 수 있는 대목이다. 물질을 직접 소유하는 데서 오는 관심과 즐거움을 넘어 본래 가치나 경험을 하는데 큰 소비 욕구를 느끼게 되는 것은 그만큼 한국의 삶의 질이 향상됨을 보여 주는 현상일 수도 있다.

이제 백화점 상품을 통해 실내가 아닌 실외에서 자신의 취향에 맞는 분야별 전문가와 함께 한국의 명소를 찾아가는 여행을 하거나 평상시 관심을 가져온 분야의 활동을 휴가 기간에 배울 수도 있다. 특별한 장소에서 영화를 보거나 본래 입장이 불가능한 시간에 미술관이 나 갤러리를 방문해 특화된 예술 콘텐츠를 경험할 수도 있게 되었다.

에리히 프롬은 그의 저서 '소유냐 존재냐'에서 나는 내가 가진 것과 같고 내가 가진 것은 내가 소비하는 것

이라는 등식을 세웠다. 내가 가진 것을 보여 주려는 태도는 인간이 가진 너무도 본능적인 욕구이자 행위이며 이에 대한 질문은 약 반세기가 지난 지금에 와서도 유효하다.

여전히 넘쳐나는 광고는 소유하는 것에 따라 나의 격도 높아지는 것처럼 소비자를 자극하고 있다. 마치 유행한 소유물을 통해 무한한 행복을 얻을 수 있는 것처럼 의식화하는 것이다. 그리고 자본주의 시장은 시대의 흐름에 따른 의식의 변화를 반영해 소유 소비를 넘어 가치 소비에 이은 경험 소비에 걸맞은 다양한 선택의 폭을 제시하고 있다. 그야말로 물질적으로 풍요롭고 윤택한 삶을 위해 돈을 쓰는 것을 넘어 새로운 소비 시대로 전환을 맞은 셈이다.

근래 한 지인으로부터 물건을 사는 소유 소비의 지출을 줄이고 도셔나 전시 및 공연 등 문화 생활비에 돈을 더 지출하게 되면서 전에 보다 더 큰 만족감을 느끼게 되었다는 이야기를 들었다. 아울러 헤프다고 생각되었던 우리 가족의 여행 씬 씬이에 대해서도 이해하게 되었다고 했다.

미처 그 지인에게 설명하지 못한 부분이 있다. 가족의 여행은 소비 활동으로만 보기보다는 개인과 가족 모두에게 중요한 여가 활동이자 자기 개발과 서로를 이해하는 의미 있는 행위일 수 있다는 것. 그리고 우리 가족에게는 어떤 일정에서도 감행하는 의식이자 정기적인 연례 행사로까지 자리 잡았다는 것이다. 그래서일까? 이번 무모한 여행을 '가족 여행 씬 씬이'로 정의하고 가계부 지출 목록에 올리고 나니 큰돈을 한꺼번에 쓰고도 면죄부를 얻은 듯하다.

수필의 향기



박용수 수필가/동신여고 교사

무덤다. 석곡동 당산나무 정자다. 먼저 자리 잡은 두 어르신 나 그네를 반긴다. 고추를 따다 잠시 피신하신 참이라다. 태양은 고추보다 시뻘다. 한낮은 쉬라는 이장님의 당부 목소리가 마을 방송을 타고 말뚝미 소리에 섞여 고상으로 울려 퍼진다.

자전거 운동도 좋지만 무더위 생각하라는 어르신 말씀이 시원하다. 나그네에게도 살갑고 우렁우렁 임 의롭다. "사람이야 입고 벗고 하지만 이 땀벌에 짐승이나 식물들은 무슨 죄냐" 하시며 기후 걱정이 크다.

얼마 후, 정자 앞에 승용차가 맞는다. 낯선 청년이 정자로 다가온다. 어르신은 이번에도 표정이 흐뭇하다. 수줍게 다가온 청년이 무언가를 얼른 놓고 되돌아간다. 뺨 세 개, 우유 세 개가 웃고 있다.

어젯밤 어머니 전화를 받았다. 내 친구가 멜론 두 개를 주고 가더라. 종종 있는 일이지만 항상 누군지 궁금해진다.

멜론 두 개

시골집은 학교 앞 길가다. 확장시절 많은 친구들이 우리 집에서 밥도 먹고, 자고 가곤 했다. 어쩔 그 친구도 하룻밤쯤 우리 집에서 밥을 먹었거나 기숙을 한 녀석일 거다.

취업하고 객지 생활하고 아이 기르고 먹고살기 바쁘게 산 반세기, 친구도 고향집에 들렀다가 대문 앞에 어머니를 보고 차를 멈췄으리라.

응당 친구는 자기소개를 했겠지만 구순을 바라보는 어머니가 어이 한두 번에 알아들었을 리 만무하다. 그는 그냥 친구라고 하고 길을 재촉했을 게고, 출발하는 차로 옥수수나 호박 몇 개를 들고 달려가는 어머니 모습에 선하다.

젊었을 적 어머니가 차려준 밥 한 그릇을 잊지 못하거나, 이미 돌아가신 부모님 생각이 나서 친어머니 대하는 마음으로 지나치지 못하는 친구들 마음이 한없이 고맙다. 하지만 간혹, 어머니 전화를 받는 날이면 어머니와 나는 그 차가 무엇이고 얼굴은 어떻게 생겼고 등등 나뉘 추적하곤 하지만, 좀체 감을 잡을 수 없어 어머니는 물론 나도 안타까워진다. 고마움을 표현할 수 없으니 말이다.

작년 겨울 늦은 귀갓길이었다. 사위는 어둡고 눈이 내려서 사람이 거의 없는 길목이었다. 폐지를 끄는 할머니 손을 꼭 붙들고 무엇을 건네는 어르신에 보였다. 노인이 처음에는 뿌리치다가 무슨 말인가를 더 듣고 나서야 곱

게 받아 들고 어르신에게 고개를 끄덕끄덕 속였다.

다가가서 사연을 애써 물었다. 힘들게 일한다고 동냥하듯 뜻을 전하면 안 된단다. 날씨도 춥고 폐지 가격도 험값이다. 각자 사정은 알 수 없지만 자기 힘으로 당당히 살아가는 사람들. 그래서 항상 조심조심 '어머니' 하며 살피 건넌단다. 그러면 당시 어머니에게나 잘하라고 역성을 내는 분도 계신단다. "제 어머니가 살아계시면 당연히 어머니께도 드리지요. 어머니가 제 어머니입니다." 거듭 따뜻한 국밥 한 그릇 받아 드리시라고 겸손하게 뜻을 보이면 그때 진심으로 받아주신단다.

선행은 베푸는 마음 못지않게 받는 사람 마음을 살피는 게 중하다고 김필식 동신대 이사장님은 늘 말씀하신다.

원손이 하는 것을 오손이 모르게 하라는 의미를 잘은 모른다. 어쩔 이를 두고 이를 것이다. 정기적으로 기부하거나 재해 때마다 거금을 내놓는 독자가 마음도 아름답고 좋다. 선행은 자체만으로 빛나지만 구석구석에서 보이지 않게 마음을 나누는 이런 모습이 난 더 훈훈하다.

물건을 주고받는 것은 거래다. 물건을 주고받을 때는 영수증이 필요하지만, 마음을 나눌 때 영수증은 사랑과 배려, 그 따뜻한 마음이다.

멜론 두 개, 그다디단 마음을 도대체 누가 놓고 갔을까.

기고



이한호 (주)주스컴퍼니 대표

국제 회의 개최지로서 한국의 위상 증대와 마이스(MICE) -기업회의(meeting), 포상 관광(incen-tives), 컨벤션(convention), 전시(exhibition)- 산업에 대한 관심이 높아지면서 방문국으로서 한국과 방문 도시, 개최 장소의 중요성이 커지고 있다. 특히 방문지의 문화와 특성을 느끼고 체험할 수 있는 개최 장소, '유니크 베뉴(Unique Venue)'에 대한 선호는 지속적으로 높아지고 있다.

문화체육관광부와 관광공사는 마이스 목적지로서 '코리아 유니크 베뉴'를 지정해 국제적 행사 유치-개최 경쟁력을 강화하고 시설 활용도를 높일 수 있도록 다양하게 지원하고 있다. 코리아 유니크 베뉴는 '한국을 대표하는 매력과 특색을 갖고'(Korea), '오래 기억될 독특한 장소적 경험을 제공하는'(Unique), '마이스 행사가 가능한 공간과 시설'(Venue)로서 한국을 대표하는 국제 회의 명소를 뜻한다.

최근 문화체육관광부와 관광공사는 기존 37개 베뉴에 신규로 15곳을 더해 '코리아 유니크 베뉴(KOREA UNIQUE VENUE) 52선 지정 협약식'을 열었다. 광주-전남에서는 기존 국립아시아문화전당에 신규로 여

광주다운 유니크 베뉴(Unique Venue)

수 예술마루와 민간 공간으로서 지역 최초로 '10년 후 그라운드'가 지정되었다. 이번에 선정된 유니크 베뉴들은 2026년까지 3년간 자격이 유지된다.

코리아 유니크 베뉴 신규 자격을 계기로 매력적인 문화 예술 자원이 집적된 광주-전남에 대한 문제부와 한국관광공사, 지자체의 국내외 홍보가 확대된다면, 베뉴의 특성에 맞는 국제 회의 유치와 상시적인 국내외 참가자 방문이 확대될 것이다.

유니크 베뉴에 맞는 유니크한 콘텐츠 개발은 방문객 유치와 체류 시간 증대로 지역 경제 창출 효과를 높일 수 있다. 특히 유니크 베뉴 간의 유기적인 연결을 통해서 이색적인 '아트 마이스' 브랜드와 콘텐츠를 육성하는 것이 가능할 것이다.

이번에 민간 공간인 '10년 후 그라운드'가 선정된 데는 광주 양림동의 예술인들과 지역 커뮤니티를 기반으로 하는 액터 시설로서 기능해 왔다는 점에서 좋은 평가를 받았기 때문이라고 한다. 개별 시설이나 공간이 아닌, 지역 커뮤니티가 함께 만들어가는 유니크 베뉴의 가치를 인정받은 것이다.

운영사인 (주)주스컴퍼니는 2016년부터 '1930양림살롱' 축제를 통해 마을 전역의 문화 공간과 상점들을 연결시켜 매달 한 번씩 5년간 30회에 걸쳐 시민들과 관광객을 맞이했다. 이 과정에서 마을의 구성원들이 방문객들을 환대하는 호스트로서 성장하는 계기가 되었다. 2021년에 이어 올해 4월부터 6월까지 양림미술관 거리협업체 주도로 '양림 골목 비엔날레'가 양림동 일원 29개의 작은 문화 공간과 29개의 상점을 연결해 진행되었다.

타 지정 공간들과 비교해 규모가 작은 '10년 후 그라운드'의 코리아 유니크 베뉴 선정은 마을과 지역 커뮤니티 자체를 우선시하여 골목마다 문화 공간, 미술관, 근대 역사 유적이 밀집된 양림동의 특성을 바탕으로 마을 전역을 활용한 소규모 비산형 회의 모델을 제시했기에 가능한 일이다.

회의뿐 아니라 예술적 감성을 나누고, 식당과 카페에서 교류와 환대의 서비스를 제공하면서 마을 전역을 경험하게 한다면 국제 회의를 통한 양림동의 활성화 효과를 기대할 수 있다.

유니크 베뉴로 선정됐다고 해서 자연스레 행사를 유치할 수 있는 것은 아니다. 유니크 베뉴는 지역의 관심으로 성장한다.

광주시는 2018년 국제회의 복합 지구 선정과 2026년 광주김대중컨벤션센터 제2 전시장 완공을 통해 국제 회의 산업의 경쟁력을 강화하기 위해 노력하고 있다. 올해까지 '광주 유니크 베뉴' 12곳을 지정하고, 100명 미만의 소규모 회의 지원 및 홍보 등을 강화해 왔다. '10년 후 그라운드' 역시 광주 유니크 베뉴로 선정된 뒤 특성화와 방향성을 보완하는 컨설팅을 통해 코리아 유니크 베뉴로 선정되었다.

지역 내 유니크 베뉴 성장을 이끌어가기 위해서는 광주시와 새롭게 출범한 광주관광공사의 관심과 지원이 중요하다. 특히 연계된 기관 및 지역 사업체들과의 협업을 통해 지역 내 수요부터 확대하는 것이 필요하다. 국제 회의의 산업과 예술 관광이 결합된 광주다운 글로벌 마이스 도시로의 성장과 광주다운 유니크 베뉴들의 지속적인 성장을 기대해 본다.

社說

'극한 폭염과 사투' 실외 노동자 휴식권 보장을

전국적으로 폭염 특보가 발령된 가운데 실외에서 장시간 일해야 하는 노동자들이 무방비 상태에 노출돼 있어 대책 마련이 시급하다.

낮 최고 기온이 35도를 웃도는 현재 국내 폭염 위기 경보는 4단계 중 가장 높은 '심각' 단계이며, 행정안전부가 폭염 대응을 위해 사상 처음으로 중앙재난안전대책본부 2단계를 가동할 정도다.

하지만 환경미화원 등 실외 노동자들의 근로 여건은 극한 상황에 처해 있다. 광주 일보의 취재 결과 생활 쓰레기를 처리하는 환경미화원들은 살인적인 더위와 함께 부패한 음식물 쓰레기에서 발생하는 냄새에 따른 두통 등으로 이종고를 겪고 있다. 또 장성군 남면에서 변압기 교체 작업을 하는 배선 노동자들 역시 가장 더운 시간인 오후 2시 30분 무렵에도 작업을 진행하는 등 악재고투하고 있었다.

고용노동부의 '온열 질환 예방 지침'이 있긴 하지만 안타깝게도 실외 노동자들에

게는 '그림의 떡'이나 다름 없다. 지침에 따르면 폭염 특보 발효 시 한 시간에 10~15분 이상씩 규칙적으로 휴식하고 가장 뜨거운 오후 2~5시엔 옥외 작업을 최소화하라고 규정돼 있다. 하지만 지침이 의무 사항이 아닌, 권고에 그쳐 실제 현장에서 이를 지키는 경우는 거의 없다. 휴식을 취할 경우 정해진 작업량을 달성하지 못하기 때문이다.

또 산업안전보건법상 작업 중지권은 사업주가 산업 재해가 발생할 급박한 위험이 있다고 판단한 경우 등으로 규정하고 있어 폭염 등 자연 재난 상황에서는 작동이 어렵다. 상황이 이렇다 보니 실외 온열 질환자 중 작업장에서 발생하는 경우가 전체의 25.9%에 달한다.

폭염 속에서 일하는 노동자들에게 휴식권과 작업 중지권 등을 보장하는 게 필요하다. 이를 위해 국회는 현재 계류 중인 폭염-한파 시 작업 중지권을 강화하는 방안을 하루빨리 통과시켜야 할 것이다.

18년 표류 어등산 개발, 이젠 정상화시켜야

신세계프라퍼티 측이 어등산 내에 복합 쇼핑몰 '그랜드 스타필드 광주' 건립을 제안한 데 이어 광주시가 민간 개발자 모집 절차를 재개하면서 지지부진했던 어등산 관광단지 조성 사업에 대한 기대감이 커지고 있다.

강기정 광주시장은 옛그제 기차단과 만나 "어등산 관광단지 개발 사업자를 제3자 공모 방식으로 모집한다"고 밝혔다. 제3자 공모는 최초 투자 의향 기업과 협의 등을 통해 적정성을 검토한 뒤, 다른 사업자에게도 사업 제안 기회를 부여해 우수한 개발자를 선정하는 방식이다. 공모 기간은 오는 10월 13일까지다.

이번 공모는 지난해 말 신세계프라퍼티가 1조 3000억 원을 투자해 어등산에 스타필드를 건립하겠다는 사업 계획을 제안한 데 따른 것이다. 당시 신세계프라퍼티 측은 상가 면적을 14만 3000여㎡으로 제안하고, 민간 투자법에 따른 10% 가점도 요구했다. 하지만 광주시는 특히 논란 등을 이유로 가점을 부여하지 않고 상가 시설 면적

도 11만 6000㎡ 이하로 20% 축소했다. 아울러 270실 이상의 숙박 시설과 18만㎡ 이상 휴양-문화 시설 조성도 의무화했다.

광주시는 또 협의 이행 보증금을 토지-상가 비용을 제외한 총사업비의 10%로 정했다. 공모안을 적용하면 신세계프라퍼티 측은 694억 원가량을 보증금으로 내야 한다. 신세계프라퍼티 측은 그동안 자신의 계획이 반영되지 않으면 사업 추진이 어렵다는 의사를 밝혀 온 만큼 공모 참여 여부가 주목된다.

결국 유통 기업들의 실제 투자를 이끌어내고 지역 상인들과 상생 방안을 찾는 것이 사업 순환의 관건이 될 전망이다. 어등산 관광단지 개발은 지난 18년간 사업자가 다섯 번씩이나 바뀌며 표류를 거듭해 왔다. 이번에는 투자자 수익성을 고려해 상가 면적을 기존안보다는 크게 확대한 만큼 사업이 정상 궤도에 오를 수 있도록 치밀하게 추진해야 한다. 투명하고 공정한 사업자 공모로 시민 편익은 물론 고용 창출, 지역 경제 활성화에도 기여하도록 해야 할 것이다.

無等鼓

벨기에 브뤼셀에는 지역의 명물인 '오줌싸개 소년' 동상이 있다. 동상이 내뿜는 것은 물줄기가 아니라 지역의 특산품인 램빅이라는 맥주다. 여기에는 다음과 같은 이야기가 전해 내려온다. 12세기 중세 무렵 지금의 벨기에 인근은 복잡한 정치 지형에 놓여 있었다. 특히 중부에는 브라반트 공국이 자리했는데 행정 중심 도시는 브뤼셀이었다. 당시 주변의 상업 도시들은 세금 문제로 인해 곧잘 공국을 상대로 반란을 일으켰다. 1114년에 태어난 왕

국 고트프리 군대가 대승을 거두게 된다. 무더위가 기승을 부리는 이맘때면 시원한 맥주를 찾는 이들이 많다. 흥미로운 것은 맥주를 모티브로 하는 지역 축제가 곳곳에서 열린다는 점이다. 광주 동구는 총장45마을 협동조합 주최로 지난 28-29일 '총장길맥' 축제를, 광주 서구는 양동건어물시장 일대에서 29일 '양동 건맥 축제'를 열었다. 이번 주에는 서구 차평동 김대중컨벤션 센터 일대에서 '비어페스트 광주'가 예정돼 있다.

장마 이후 우후죽순 맥주 축제가 열리고 있지만 반응은 뜨뜻미지근하다. 지역 특색을 살린 콘텐츠를 내세우기보다 포맷 등이 전

편일뿐이라는 지적이다. 흥행에만 신경을 쓰다 보니 유인책으로 써야 할 맥주를 과도하게 중심에 둔 나머지 콘텐츠 알맹이가 없다는 얘기도.

앞서 언급한 오줌싸개 동상은 지역의 고유한 스토리를 지닌 콘텐츠다. 세계인들은 램빅 맥주 하면 오줌싸개 동상이 있는 브뤼셀을 떠올린다. 지역의 맥주 축제가 '거품 빠진' 맥주의 이미지로 굳어질까 우려스럽다.

/\*박성천 문화부장 편집국 부국장skypark@

Table with 4 columns: 光州日報, The Kwangju Ilbo, 회장·발행인 金汝彬, 논설주간 程厚植, 편집총괄국장 崔宰豪, 1952년 4월 20일 創社 1980년 11월 29일 등록번호 광주기 1(일간), 우 61482 광주광역시 동구 금남로 224, 대표전화 222-8111 / 220-0551 (지사 지국 (구독 신청 배달 안내) 광고문의 062-227-9600), 편집국안내 (대표 FAX 222-4918), 경영지원국 220-0515, 문화사업국 220-0541, 편집부 220-0649, 문화부 220-0661, (FAX 222-8005), (FAX 222-0195), 정치부 220-0652, 예향부 220-0692, 기획관리국 227-9600, 업무국 220-0551, 경제부 220-0663, 사진부 220-0693, (FAX 222-0195), (FAX 222-0195), 사회부 220-0642, 체육부 220-0621, 디자인실 220-0536, 서울지사 02-773-9331, (FAX 02-773-9335), 전남본부 220-0680, ※구독료 월정 15,000원 1부 800원, 본지는 신문윤리강령 및 실천요강을 준수합니다