데스크 시각

좋은 일자리가 최고 가치다

윤 현 석
경제·행정 부국장

요즘 광주·전남의 경제인들을 만나 이야기를 듣고 있다. 짧게는 30분에서 길게는 한 시간까지 만나기도, 솔직한 의견 듣기도 어려운 그들에게 이 지역이 경제적으로 어떻게 나아가야 할 것인지를 묻고 있다. 대답을 정리하면서 분명히 느낄 수 있었던 한 가지는 대부분 타 지역 출신이거나 타 지역에서 오래 거주했던 이들은 이 지역이 외부 기업, 외지인에게 비우호적이라고 생각하고 있다는 점이다.

외부 기업 투자·외지인 진출 시급

호남은 오랜 기간 정부의 기반시설 설치, 산업·개발 정책에서 소외돼 있었다. 살기 좋은 기후, 천혜의 자원, 뛰어난 인재 등을 가졌지만 교통이 불편하고, 공공 및 민간 서비스의 질은 낮았으며, 무엇보다 일자리가 없었다. 고향을 떠나 타 지역으로 떠나는 자녀, 이웃, 친척들을 지켜보며, 남아 있는 자들은 '먹고 사는' 문제에 더 집착할 수밖에 없었다. 여기에 경제적인 발전이 더딘 탓에 뿌린 대로 거두는 농경 질서, 함께 이익을 나누고 공유하는 공동체 등이 타 지역에 비해 오랜 기간 유지됐고, 일제강점기부터 군사독재기까지 이어진 착취·강압에 대한 경험도 복합적으로 작용했을 것으로 보인다.

지금까지 대한민국 정부를 이끌었던 '세력'들은 하나 같이 서울, 그리고 그것과 공존하는 수도권을 중심에 두고 지방 중에서는 오로지 영남권에 국가 재정을 집중해 기반시설을 설치하고, 산업을 일으켰다. 최근에는 수도권의 구심력이 더 강력해지면서 영남권까지 인구가 감소하는 지경에 이르렀다. 한 국가의 인구 절반 이상이 국토 10분의 1의 면적에 거주하는 이 기이함은 개선될 가능성이나 여지 없이 더 나아갈 기세다. 지방은 쇠락에, 소멸까지 우려되지만 서울시민과 서울을 함께 누릴 수 있는 인천시민·경기도민은 똘똘 뭉쳐 더 가지려 할뿐 나눠줄 생각은 없다.

의회를 장악하고, 정권을 얻으려면 수도권에서 표를 얻어야 하고, 그곳에서 당선된 정치인들은 수도권에 혈세를 쏟아 붓는 사업과 정책을 계속해야 한다. 지방 정치인들은 국회에 들어가 숫적 열세, 경제 논리, 기득권 등에 한계를 느끼고 절대적으로 강력한 이 시스템을 인정할 수밖에 없게 된다.

합쳐도 인구 500만 명이 안 되는 호남은 특히 경제적 규모와 집적의 이익을 갖추기는 불가능에 가깝다. 정부가 철도·도로·항만·공항 등 기반시설, 반도체·인공지능·에너지·바이오 등 미래 전략산업에 대해 호남에 무조건 우선권을 주고 국가 재정을 획기적으로 투입해준다는 전제가 필요하기 때문이다.

그렇다고 손을 놓고 있을 수만은 없는 노릇이다. 광주와 전남, 전북 단체장들이 최근 정읍에서 7년만에 만나 연대를 약속한 것도 절박함의 발로일 것이다. 통합이니 메가시티니 연합이니 하고 있는 판국에 뭐라도 붙잡아야 하는 분위기에서 늦은 감은 있다. 다만 하나의 목소리로 '서울 정부'에 끈질기고 독하게 앗을 수 있는 토대를 만들었다는 점에서, 앞으로 구체적이고 실질적인 전략과 움직임이 있었으면 한다. 지역 내에서도 외부 기업의 투자와 외부인의 진출에 대해 지금까지와는 전혀 다른 태도와 방식이 필요하다.

명분만 강조하기보다 실리도 살펴 호남을 유지·성장하는 것에 초점을 맞춰야 한다. 기업이 보다 쉽게 투자할 수 있게 여건을 만들고, 외지인의 시선에서 서비스의 수준을 높일 필요도 있다. 지역과 지역민에게 장기간 좋은 일자리를 주고, 성장·발전할 수 있는 계기를 주며, 미래 자녀들까지도 혜택을 받을 수 있다면 모든 것을 다해 지역으로 이끌어 와야 한다.

더 이상 청년을 떠나보낼 순 없다

동시에 지역에서 오랜 기간 자리를 지켜온 제조업, 유통업 등의 지속가능성을 높여주기 위한 아낌없는 지원도 필수적이다. 지방자치단체 업무 전반의 초점을 지역 일자리 창출에 맞추고, 그 실적을 정기적으로 공개하며 의미 있는 성과를 낸 기업, 공직자 등의 노고를 지역 전체가 치하하는 것도 좋은 방법이다.

인허가에 있어 혜택이 필요한 개발사업의 경우 업체 수익, 지역 기여 등을 보다 치밀하게 계산하고, 그들의 이익이 지역 밖으로 유출되는 것을 최대한 억제해야 할 것이다. 개발에 필요한 고금리 자금 대부분이 금융기관, 증권사 등에서 흘러 들어온 것이기 때문이다. 결과적으로 지역 자금이 수도권으로 흡수되는 것이며, 지역에는 일자리와 아무런 연관이 없는 고가의 고층아파트만 즐비할 뿐 공장, 사무실, 상점 등은 사라지는 원인이 되고 있다.

광주·전남·전북의 청년들이 더 이상 직장을 찾아 수도권이나 다른 지역으로 이주하는 일이 없었으면 한다. 단체장, 지역 정치권, 경제계, 시·도민 모두 좋은 일자리를 만드는데 혼신의 노력을 기울여야 할 때다.

社 說

정부 '광주 패싱' 야당 도시 낙인 효과 우려

현 정부 들어 광주시가 추진하는 주요 사업들이 배제되거나 예산이 축소되면서 '광주 패싱'이란 말이 공공연하게 나오고 있다. 정부의 광주 패싱이란 말이 나오는 것 자체가 광주시와 시민들이 느끼는 소외감을 반영한다고 할 것이다. 심지어 '야당 도시' 낙인 효과를 우려하는 목소리까지 들린다.

광주시와 시민들의 소외감은 현 정부들어 주요 사업들이 줄줄이 배제되면서 심화되고 있다. 광주시와 전남도의 공동 1호 사업인 반도체 특화단지 선정 배제를 시작으로 인공지능 실증밸리 조성 사업 예비타당성 조사 면제와 윤석열 대통령의 대선 공약인 복합쇼핑몰 입점 예정지 일대 교통 인프라 확충, 민간·군 공항 이전 추진 사업 등이 정부의 무관심으로 전혀 진척이 되지 않고 있다.

타 지역에 비해 심한 국비 지원 축소도 광주 패싱이란 상실감을 자극하는 요인이다. 현 정부는 아시아문화중심도시 국비 보조금을 역대급으로 줄이고 있는데 올해는 전년보다 절반 이상이나 삭감했다. 지난 1일 개소한 광주 '국립 국가폭력 트라우마 치유센터' 운영비의 절반을 지방비로 분담하도록 요구하는 등 국가 시설의 운영비까지 떠넘기려 하고 있다. 5·18 정신의 헌법전문 수록 역시 대통령의 개헌 발의가 첫 단계이지만 한발짝도 나아가지 못하고 있다.

이런 상황에서 광주시가 광역시 가운데 유일하게 아직까지 개최하지 못한 대통령의 민생토론회 개최를 정부 측에 수차례 요구하고 있다. 오죽 답답했으면 그랬을까 이해도 되지만 한편으론 구걸하는 것처럼 비춰져 광주시민들의 자존심에 상처를 준다는 지적이 나온다. 무엇보다도 정부는 패싱을 통해 광주를 야당 도시로 낙인 찍는 일은 없는지 되돌아 보아야 한다. 야당인 더불어민주당도 별다른 대응을 하지 않고 있는데 호남정치의 복원 필요성을 실감하게 한다. 지역 국회의원을 중심으로 한 정치권의 역할이 어느 때보다 절실한 시점이다.

천연기념물 희생 막을 '로드킬' 대책 마련해야

코로나 엔데믹 이후 야외 활동이 급증하면서 국립공원에서 도로를 지나는 동물이 차에 치여 숨지는 '로드킬(Road kill)'이 늘고 있다. 노루와 살모사, 다람쥐, 청설모 등 일반 동물에서부터 천연기념물인 수달과 멸종위기종인 담비에 이르기까지 다양한 동물들이 이동중 차량에 치여 죽는 사고가 증가하고 있다. 심지어 하늘을 날다 차량에 부딪혀 죽는 조류도 상당수에 이른다. 동물의 목숨이 안타까운 것도 사실이지만 로드킬로 인해 교통사고 우려도 높은 실정이다.

광주일보가 국립공원공단으로부터 입수한 '광주·전남지역 국립공원 로드킬' 통계에 따르면 무등산·지리산·월출산·다도해 등 광주·전남지역 국립공원에서는 지난 한해에만 94건의 로드킬이 발생했다. 로드킬은 2019년에는 144건이었지만 코로나19가 시작되면서 2020년 54건, 2021년 34건, 2022년 42건 등으로 감소했다. 그러나 코로나 엔데믹 이후 국립공원 방문객들이 늘면서 로드킬이 1년 만에 배 이상 증가했으며, 향후 상승세는 지속될 전망된다. 이중 다도해해상국립공원에서는 사방이 확 트인 하늘을 비행중 차량에 부딪힌 숲새, 쏙독새 등 조류의 희생이 많았다.

현재 로드킬을 막는 가장 효율적인 방법은 도로에 첨단센서와 스마트 CCTV를 설치, 감지된 야생동물을 특정 구간에 설치된 LED전광판에 표출해 운전자에게 미리 고지하는 프로그램인 '야생동물 로드킬 예방 및 모니터링' 시스템이다. 하지만 이 시스템은 한려해상국립공원에만 적용중이며, 예산 상의 문제 등으로 다른 국립공원에는 설치하지 못한 상태이다.

건강한 환경 생태계의 보존은 미래를 위한 투자이다. 예산 마련이 부담된다면 사고 다발 구역에 우선적으로 첨단 시스템을 적용하는 한편 생태 통로를 대폭 확대하고, 선진 사례를 참고해 로드킬 발생을 최소화해야 할 것이다.

은펜칼럼

'욜드' 대신 우리 새말 '청노년'

박 행 순
전남대 명예교수
전 네팔 카트만두대 객원교수

출석하는 교회에서 노인들을 위한 프로그램을 개설하였다. 이름 하여 '소망 아카데미'이고 주제는 '욜드'(Yold) 세대이다. 70세 이상이 대상이니 과거에 '노인대학'이라고 했으나 지금은 칠순 어르신들도 노인이라거나 동네 아이들이 할아버지, 할머니로 부르는 것을 달갑잖게 여기는 분위기가 역력해서 '노인대학'이라는 용어는 거의 찾아보기 어렵다.

욜드(Yold)는 young과 old의 합성어로서 직역하면 '젊은 노인'이다. 2차 세계대전 이후 출생한 베이비부머(1946~1964년 생)들, 즉 60에서 70대 후반 사이의 세대를 가리킨다.

처음 욜드라는 단어가 우리나라에 등장한 것은 2019년 11월, '아주경제'의 한 기사였다. 일본에서 사용하기 시작하였고 영국 이코노미스트가 펴낸 '2020년 세계경제대전망'에서 '욜드시대가 도래 했다'고 소개한 후, 얼마간 국제적으로 쓰이기도 했지만 지금은 우리나라에서만 활발하게 사용한다고 소개되었다. 이코노미스트에 따르면 욜드는 이전 세대와 비교해서 더 건강하고 높은 교육수준을 갖추고 있으며 그 숫자도 많아서 세계는 이들이 새로운 경제부흥을 이끌 것으로 기대한다고 했다. 이러한 기대는 우리나라의 노년층에 의한 시장 규모가 가파르게 상승하는 것으로도 확인된다.

의료기술의 발달로 요즘 퇴직자들은 아직도 비교적 건강하며 의욕은 여전하고 각종 실전 경험을 갖추고 있으나 직업전선을 떠난다. 이들은 우리 역사상 가장 많은 자산을 가지고 퇴직하는 세대로서 안정된 경제력과 시간적 여유가 있으니 다양한 분야에 새롭게 배우고자 하는 학구열도 있다. 그리하여 이들이 IT 학습을 위한 교육, 식품, 여행과 관광 등의 레저 산업, 헬스 케어 등 여러 산업계의 중요한 마케팅 대상으로 부상하고 있다.

우리나라의 욜드 인구는 2030년에는 1000만 명을 넘어설 것으로 예상한다. 이들은 독립적이고 주체적인 삶을 살며 활발한 사회활동, 다양한 취미를 즐기고 적극적으로 미래를 개척하는 것이 특징이다. 올드(Old) 세대는 가족을 위하여 희생하고 봉사하며 산 결과 자신의 노후 준비가 부실한 반면, 욜드(Yold) 세대는 가족을 위한 희생 봉사에 상한선을 설정하고 노후를 스스로 준비하며 자신의 행복과 미래를 설계하는 경향이 뚜렷하다. 특히 주택연금을 활용하여 자녀들의 경제적 지원을 받기보다는 주택문제를 해결함과 동시에 여생 동안 일정금액을 수령하며 경제적 자립을 도모한다. 과거에 부모에게 효도했으나 자녀들에게 효도를 기대할 수 없는 낀 세대, 소위 효도 부도 세대가 취하는 자구책이기도 하다.

강진군에서는 한 술 더 떠서 은퇴한 노인들을 위한 '신청년 욜드 대학'을 운영한다는 기사를 올렸다. 다양한 교육과 일자리까지 연계시켜서 호평을 받는다. 유엔이 2015년에 발표한 생애 연령기준에 의하면 18~65세를 청년, 66~79세를 중년, 80~99세는 노인, 100세 이상은 장수노인이다. 따라서 후기 청년기와 중년기 전체를 아우르는 세대를 '신청년'이라고 칭하는 강진군이 크게 엇나간 것 같지는 않다.

욜드를 대체할 순우리말로 젊은 노년, 젊노인, 젊노족, 청노인, 청노년, 푸노인, 금퇴족 등이 거론되었다. '새말 모임'에서 여론 조사를 한 결과, '청노년'이 가장 높은 지지를 얻어 새말로 최종 선정되었다. '금퇴족'은 경제력을 갖고 은퇴를 한 부류로서 여가를 즐기는 사람들을 의미한다. 새말 모임에서 '알기 쉬운 우리 새말'로 욜드 대신 청노년을 사용하자고 제안하며 기사화 한 것이 2023년 7월 25일, 일 년 전이다.

욜드의 사전적 의미는 '잘 속는 사람, 멍청이'이다. 나이 들면서 기억력이 현저히 감소하는 것은 자연적인 노화의 과정이고 부정할 수 없는 현실이다. 피싱 사기꾼들에게 속으며 멍청한 짓을 하는 것이 노인들만은 아닐지라도 단어의 의미를 알고 나니 꽤 씁쓸하다. 하루빨리 욜드 대신 우리 새말, '청노년'을 언론과 사회 전반에서 사용하기를 기대한다.

무등고

無 等 鼓

마음 읽기

'국민 멘토', '육아 대통령', '국민 상담사'로 불리는 오은영 박사는 정신건강의학과 의사다. TV 프로그램 '요즘 육아 금쪽같은 내 새끼', '오은영 리포트-결혼 지옥' 등을 통해 자녀의 문제행동으로 어려움을 겪는 부모, 갈등을 겪는 부부의 고민에 솔루션을 제시한다. 정신과 전문의인 그의 인기는 연예인 못지않다.

그런 그가 요즘 전국을 다니며 토크 콘서트를 열고 있다. '당당하게 살기 어려운 세상이지만 더할 나위 없이 충분한 당신들이기에 날마다 당당하게 살아가라'는 메시지를 전하고 있다. 지난 14일 광주에서도 콘서트가 진행됐다. TV를 통해서만 보던 멘토를 직접 볼 수 있다는 소식에 장맛비가 내리는 날씨에도 광주와 전남북에서 많은 이들이 한걸음에 달려왔다. 엄마, 아빠 손을 잡고 온 8살 어린이부터 머리가 희끗희끗한 어머니까지. 두 손을 꼬옥 잡아주고 따뜻하게 안아주고 아이컨텍을 해주는 오 박사의 행동 하나하나에 참석자들은 큰 위로를 받은 듯 했다.

오 박사가 대중들의 사랑을 받는 이유는 상처 입은 마음을 어루만져 주기 때문이다. 누구에게도 말하지 못하고 내면 깊숙이 숨겨두었던 슬픔과 불안, 설움과 무력감을 꺼내어 읽어주고 위로해주는 말 한마디는 기대 이상의 큰 힘이 된다.

마음 읽기는 사실 어려운 일이 아니다. 이해하고 귀 기울이는 것만으로도 상대방의 마음을 이해할 수 있다. 화나는 마음을 분노로 표출하는 아이의 진짜 마음에 귀 기울여서 이야기를 나눈다든가, 언제부터인지 모르게 대화가 끊긴 부부라면 용기를 내어 저녁식사를 함께 하며 일상 이야기부터 시작해보는 것도 방법이다.

이를 위해서는 내 마음 읽기가 먼저다. 내 마음이 안정되고 평화로워야 타인의 마음을 들여다볼 수 있는 여유가 생기기 때문이다.

요즘 극장가에 심리치료제 같은 영화가 인기를 끌고 있다. 마음 속 여러 감정을 캐릭터화 한 애니메이션 '인사이드아웃 2'는 아이뿐만 아니라 어른들에게도 위로의 메시지를 전해준다. 영화 속 명대사가 유독 와닿는 요즘이다. "작은 것들에서 기쁨을 찾아, 그것들이 모여 큰 행복이 돼." "슬퍼도 괜찮아, 그것이 우리로 하여금 행복한 순간들을 더 소중하게 느끼게 해줘."

/이보람 예향부 차장 boram@

기　고

우리 지역 '최애 스타'를 키워내는, 청춘마이크

이 한 호
(주)쥬스컴퍼니 대표

지난해 대중음악·뮤지컬·연극·클래식 등 공연시장 티켓 판매액은 약 1조 2697억원으로, 이는 영화계의 한 해 총매출액을 처음으로 넘어선 수치라며 큰 이슈가 됐다. 거대 자본이 투입된 대형공연, 팬덤을 거느린 대중가수들을 중심으로 일궈낸 이 빛나는 성과는 고무적이다.

다만 한국의 문화예술계에는 흥행이 보증되지 않는 비인기 장르나 전통예술, 아직 이름을 알리지 못해 팬이 적은 공연예술인들이 훨씬 다수라는 점도 생각해볼 일이다. 하물며 그 중에서도 비수도권, 즉 지역(로컬)에서 활동하는 신진 예술인들은 관객을 만나는 무대의 기회가 더욱 적다.

이들을 위한 문화정책사업으로 문화체육관광부가 주최하고 지역문화진흥원이 주관하는 '청춘마이크'가 있다. 청춘마이크는 경력 기간이 짧거나 전문 문화예술 시장에 처음으로 진출하는 청년예술가들이 지역의 다양한 장소를 찾아 공연을 펼치는 사업이다. 전국의 거리, 광장 등 주민 접근성이 좋은 일상적인 장소에서 펼쳐지는 청년예술가들의 거리공연을 통해 지역 시민들에게는 문화 향유의 기회를, 청년예술가에게는 공연 기회와 더불어 성장의 발판이 되어주는 소중한 사업이기도 하다. 매년 청춘마이크를 통해 전국 곳곳에서 1000회에 가까운 공연무대가 펼쳐진다.

우리의 문화적 저력은 K컬처의 가장 뿌리에 있는 '지역 문화', '일상 속 문화'를 튼튼히 하는 데서 시작된다. 실험적인 작은 공연들, 뛰어난 자질을 가진 신진 예술가들을 품어주는 로컬의 무대가 우리에게 반드시 필요한 이유다.

올해 청춘마이크는 기존 방식에서 나아가 지역 기반 문화기획사가 기획성 있는 무대를 만드는 방식으로 진행된다. 이중 청춘마이크 전라·제주권역은 독특한 슬로건을 내세웠다. 이른바 'J로컬스타'. 지역이 합심해 '지역 최애 청년 예술가 유닛'을 발굴하는 이색적인 기획이다. 여기서 'J'는 전라, 제주, 광주 영문명에 공통적으로 포함된 J와 지역을 뛰어넘는 'Jump' 등 다양한 의미를 가진다.

매월 '문화가 있는 날' 주간에 진행되는 공연 무대를 통해 자질있는 예술인을 소개하는 것과 더불어, 예술인-청년문화기획자-기초지자체가 협력하는 기획유닛팀이 만들어 지는 것이 올해 특징이다. 이렇게 만들어진 기획유닛팀은 해당 지역의 고유성과 예술인의 창의성을 담아 무대를 창작하고, 이들이 우리 지역의 로컬 스타로 키워진다는 개념이다. 청춘마이크 무대를 통해 남원의, 군산의, 장흥의, 진도의, 광주의 간판스타들이 탄생하는 것이다.

지난 6월에는 광주 첨단산업단지, 광양예술창고, 목포평화광장, 곡성 뚝방마켓, 광주 김대중컨벤션센터, 담양 담빛음악당, 무안 남악중앙공원, 장수 누리파크에서 다양한 장르의 공연이 펼쳐져 관객들의 호응을 받았다.

J로컬스타는 우리 지역에서 단단히 뿌리를 내리고 활동할, 지역의 팬덤을 기반으로 글로벌까지 뻗어나갈 수 있는 뛰어난 자질을 가진 예비 스타들이다. 우리 지역의 최애를 찾는 시간, 청춘마이크 무대에서 J로컬스타 찾기에 지역민들이 즐겁게 동참해 주기를 바란다.

독자투고·기고 환영합니다
독자투고·기고를 기다립니다. 주변의 작은 이야기들, 생활의 경험, 불편 사항 등을 보내주십시오. 원고를 보내실 때는 이름, 주소, 전화번호를 함께 적어 주십시오.
우) 61482 광주광역시 동구 금남로 224 광주일보 오피니언 담당자 전화 062 220 0621 / 팩스 062 222 4918 / e메일 opinion@kwangju.co.kr

光 州 日 報 The Kwangju Ilbo
회장·발행인 **金汝松** | 편집인 **崔宰豪** 논설실장 **蔡熙鍾** 편집국장 **崔權一** 제작국장 **柳濟寬**
1952년 4월 20일 창간 1980년 11월 29일 등록번호 광주가 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
		〈FAX 222-8005〉	〈FAX 222-0195〉
편집부 220-0649	문화부 220-0661	기획관리국 227-9600	업무국 220-0551
정치부 220-0652	예향부 220-0692	〈FAX 222-0195〉	〈FAX 222-0195〉
경제부 220-0663	사진부 220-0693	디자인실 220-0536	서울지사 02-773-9331
사회부 220-0664	체육부 220-0697		〈FAX 02-773-9335〉
전남본부 220-0680		※구독료 월정 15,000원 1부 800원	

본지는 신문윤리 강령 및 그 실천요강을 준수합니다