

아버지의 자리

문화향기

김강

호남대 교수



오늘 다시 어버이날이다. 이제는 달력에 빨간 날이 아닌 검정으로 표기된 아버지, 아니 어버이날이다. 절반인 어머니 날에서 아버지를 생각해 어버이날로 고쳤지만 점점 약화되는 아버지의 위상이 달력에도 비친 듯 언제부터인가 '검은 날'이 되었다.

시인 김현승은 '아버지의 마음' (1970)이란 시를 통해 아버지를 세상에서 가장 외로운 존재로 묘사한다. 전선에 앉은 참새의 마음처럼 어린 것들의 앞날을 생각하는 사람이 아버지라고 말한다.

"아버지의 눈에는 눈물이 보이지 않으나/ 아버지가 마시는 술에는 항상/ 보이지 않는 눈물이 절반이다"라는 시행에서 가족에 대한 사랑과 희생을 강조한다. 권위적인 겉모습과는 달리 자신의 존재에 대한 허무감과 가족들에 대한 걱정으로 괴로워하는 사람이 아버지의 실체라는 것이다. 당시 이 시는 가부장제 상황에서 파격적인 작품으로 평가받았다.

박목월 시인도 '가정' (1968)이란 시에서 힘겨운 삶을 살아가는 아버지의 의식을 토로한다. "굴욕과 굶주림과 추운 길을 걸어/ 내가 왔다/ 아버지가 왔다/ 아니 십구 문반의 신발이 왔다/ 아니 지상에는/ 아버지라는 어설픈 것이/ 존재한다/ 미소하는/ 내 얼굴을 보아라." 이 시에는 가족을 위해 온갖 수모를 감수하면서도 자신의 존재는 하찮은 것으로 평가받는 것에 대한 아버지의 복합적인 심리가 스며있다.

지난 시절 아버지는 엄했지만 존경의 대상이었다. 기분 좋을 땀 헛기침으로, 겁이 날 땀 너털웃음을 짓는 모순적 존재였다.

아버지 마음은 마치 '찐뚱'한 차 유리처럼 속을 험사리 드러내지 않았고 가족이 들여보기도 어려웠다. 서럽고 힘들어도 마땅한 울 곳이 없어 더 슬픈 사람이

아버지라는 것을 크면서 깨달았다. 아버지의 마음은 심연처럼 깊었고 그는 늘 높은 곳에 홀로 서 있었다.

그러나 먹고 살기 넉넉해진 지금에도 아버지의 자리는 찾기 어렵다. 오죽하면 "한겨울에도 아파트 베란다에 반딧불이가 살고 있어 밤마다 빨간불이 처량하게 깜박거린다"라는 우스갯소리까지 생겨났을까.

미국사를 잠깐 들여다보자. 개척시대 미국인은 사나운 자연의 극복, 적대적 인디언을 비롯한 인간끼리의 투쟁 등 모든 생존의 문제를 스스로 결정하고 해결했기에 자기신뢰 혹은 독립독행의 자세를 쌓았다. 그것에 기초하여 미국의 전통가치 중 하나인 개인주의가 형성됐다. 직접 책임지며 타인의 구속을 거부하는 개인주의 정신은 '개인적 영역'에 대한 강한 의식을 부여했다. 이는 미국인들에게 개인 각자가 특정한 공간을 소유할 수 있다는 권리를 보장했다.

자녀의 방이 따로 있고, 부엌은 주부의 공간이다. 아버지 역시 거실에 본인이 애용하는 특별한 가구를 놓거나 혹은 지하실 창고나 차고에 자신의 작업실을 차린다. 미국 영화에서 자녀와 갈등에 지지거나 부인과 언쟁에 피곤한 아버지가 맥주 한 병 꺼내 들고 심란한 마음을 달래는 곳이 바로 그런 장소다. 친구를 불러 바비큐를 하고 그동안 틈틈이 장만하여 광나게 뒹아놓은 비장의 무기를, 자동차 수리장장, 주택보수 장비, 잔디 깎기 최신기계 등을 연연중에 자랑하는 곳도 차고 앞이다. 미국 아버지들은 변잡한 일상에서 벗어나 잠시나마 자신들의 영혼을 위로할 수 있는 특정한 공간을 집안에 확보한 셈이다.

반면에 우리의 아버지는 어떤 형편인가. 비약적인 경제발전으로 물질주의와 금권관능주의가 팽배하니 아버지의 역할이 갈수록 힘들다. 예전이면 해묵은 가방에 도시락을 담아 들고 일터에 나서는 아버지의 우직함과 매일의 수고에 대해서 한없는 존경과 감사의 마음을 지녔다.

하지만 요새 아이들은 아버지의 차종이 무엇인지, 아파트가 얼마인지, 고가 스마트폰이나 고성능 전자제품을 얼마

나 빨리 자주 사줄 수 있는지에 따라 아버지의 가격을 '흥정'한다. 또한 부인은 간혹 남편의 연봉과 자녀교육 액수에 따라 집안 무드와 서비스가 달라진다.

아버지는 집에서도 마음 편히 쉴 곳이 마땅치 않다. 부엌은 여전히 부인의 공간이며 TV 광고는 연일 최고급 주방기와 생활 편의를 강요한다. 자녀들은 각자의 방에서 아버지가 부재한 '가상 현실'에 몰두하며 지내고, 거실마저도 가족회관이지 아버지의 전용 자리는 결코 아니다. 옛날에는 사랑방이라도 있었지만, 요새는 주택 구조상 어렵없는 사치다. 갈 데라고는 결국 베란다뿐이다.

지금 아버지의 역할과 가치가 확실히 변하는 중이다. 역설적이지만, 유교적 교육 프레임이 붕괴되면서 아버지의 자리를 보전할 부인과 자식의 보호막이 사라진 것이다.

아내와 함께 육아와 가사를 분담하고, 아이들의 '베프'는 당연한 사명이다. '굿파더'를 위한 모임이 번성하고, 언론은 앞다퉈 '좋은 아빠 10계명'을 선포한다. 직장에서는 남보다 앞서기 위해 당연한 굴욕을 참아야 하고 심신이 괴로운 마당에 주말에는 가족 나들이에 앞장서며, 시류의 '선동'에 따라 때로는 '일요일엔 짜짜구리'도 요리한다. 그야말로 '아빠가제트'가 대세다.

아버지라는 존재가 시대의 입맛에 따라 변한다지만 역시 그는 고산의 큰 바위 마냥 등적해야 하는 게 아닐까. 하지만 물화적 욕망이 넘실대는 현실 앞에서 하릴없이 무력해지는 것은 아버지 마음인 것만 같아 가슴이 시리다. 이제 또 어디로 나서야 할까.

어린이날과 어버이날이 하필 공존하는 가정의 달 5월, 어머니는 우리가 죽기 전까지 마음속 못내 사무친 대상이지만 아버지는 그저 한적한 산중 무덤 속에 고독히 남겨진다.

어머니날에 함께 묻어가지만 어쩔거나 어버이날 만세! 금지옥엽처럼 키운 자식들이 단 몇 초라도 부모의 마음을 진심으로 이해하는 그 찰나의 순간을 느낄 수만 있다면 더없이 감사하고 고마운 명절이다.

社說

대우위니아 임금 체불 조속한 해결을

검찰 '114억 체불' 경영진 기소

검찰이 대우위니아 그룹 계열사 노동자들의 114억 원대 임금·퇴직금을 체불한 박영우 회장을 비롯한 경영진 4명을 추가 기소했다. 이미 박 회장은 그룹 내 다른 계열사 2곳 소속 노동자 738명의 임금·퇴직금 398억여 원을 체불한 혐의로 지난 3월 구속 기소돼 수원지법 성남지원에서 재판이 한창이다.

광주지검 공공수사부는 7일 근로기준법·근로자퇴직급여 보장법 위반 등 혐의를 받는 대우위니아그룹 박 회장과 계열사인 위니아전자 매뉴팩처링 소속 전·현직 경영진 3명을 기소했다. 이들은 지난 2022년부터 지난해까지 위니아전자 매뉴팩처링 소속 노동자 251명의 임금과 퇴직금 114억여 원을 체불한 혐의 등으로 기소됐다. 수사 결과 회장이 그룹 비서실을 통해 계열사를 직접 경영한 사실, 노동자들이 1년 6개월여 동안 체불 임금에 따른 생활고에 시달린 피해 등을 확인했다고 검찰은 밝혔다.

대우위니아 측은 지난해 법정관리

에 들어간 이후 회생방안에 주력하고 있다. 대우위니아의 주력 상품인 김치냉장고 '딤체' 양산에 나서며 매출을 서서히 끌어올리고 있다. 하지만 은행권 대출이 막히면서 자금이 원활하지 못해 생산에 필요한 자재를 수급하는데 어려움을 겪고 있다. 이로 인해 계열사 노동자의 임금도 30~50% 가량 밖에 지급하지 못하고 있다. 구속된 박 회장은 자사 골프장 등을 매각해 임금 체불 문제를 해결하겠다고 지난해 국정감사에서 밝힌 바 있다. 하지만 골프장 매각이 이뤄졌지만 체불임금은 해소되지 않았다고 한다. 박 회장은 구속이후 추가 기소됐지만 남은 직원들은 적게는 수개월, 많게는 수년치의 임금을 받지 못해 생활고를 겪고 있다. 자녀 보험까지 해약해 생활비로 쓰고 생존을 위해 아르바이트나 부업을 뛰는 웃지 못할 상황을 겪는 중이다.

하루빨리 경영 정상화로 임금 체불로 생계를 위협받는 노동자들의 신속한 피해 회복이 이뤄져야 할 때다. 또한 노동자들을 고통으로 내몬 경영진에 대해 무관용 원칙에 따라 엄벌에 처해야 할 것이다.

전남 블루오션 커피산업 'K커피' 키워야

전남도 '커피 세계화' 비전 제시

전남도가 국내 음료류 판매액 1위인 커피 산업 선전에 나서기로 했다는 소식이다. 연간 3조 원, 세계 3대 소비자 시장으로 성장한 국내 커피시장을 노리고 국제공동연구 등 K(케이)-커피를 선점하겠다는 것이 전남도의 설명이다. 오래전부터 소홀할 수 없는 비즈니스로 성장한 커피. 국내 시장을 넘어 글로벌 시장과의 경쟁을 통해 'K-커피'의 가치를 알리겠다는 전남도의 도전이 반갑다.

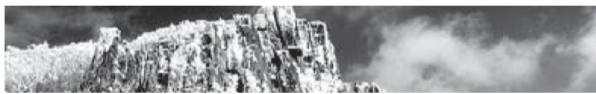
7일 전남도에 따르면 국내 음료류 판매액 1위는 커피류로, 시장 규모가 연간 3조 1000억 원대에 이른다. 33%의 점유율을 차지하는 커피는 2위인 탄산음료를 9%p나 앞선다. 우리나라 커피 시장도 세계 3위 소비국으로 성장했다. 소비 트렌드 변화와 코로나19로 인한 배달 수요가 늘면서 5년 만에 소비량이 23%나 증가했다. 전국적인 커피 재배면적도 2017년 3ha에서 2019년 6.8ha, 2022년 8.6%로 늘어났다. 특히 전남은 국내 커피 재배면적의 50%가 넘는 4.4ha를 차

지고 있다.

기후 위기 시대 전남은 커피 산업의 블루오션이다. 따뜻한 기후와 아름다운 자연, 드넓은 평야까지 커피 산업의 발전을 위한 인프라가 어느 지역보다 풍부하기 때문이다. 다양한 문화와 관광이 어우러진 전남의 독특하고 창의적인 커피 문화를 만들어 낼 경우 지역 특색을 살린 커피 산업의 원동력이 될 수 있다는 의미도 크다. 지역 특산물과 커피를 결합한 로컬 브랜드 커피를 육성하고, 항구와 공항, 철도 등 완벽한 인프라를 통해 전남산 커피의 세계화도 가능하다.

남은 과제는 전남의 숨겨진 자산인 커피를 적극 활용해 한국 커피산업의 주도권을 확보하는 것이다. 커피 주산지인 국제공동연구를 통해 국내형 품종을 개발하고 재배기술을 확립하는 'K커피'의 세계화가 그 첫 걸음이다. 일반적으로 유통되는 국내·외 프랜차이즈 커피를 뛰어넘는 품질의 고급화와 브랜드 개발, 유통망 효율화에도 행정력을 집중해야 한다. 커피산업은 기업 유치에 버금가는 경제적 효과로 늘어났다. 특히 전남은 국내 커피 재배면적의 50%가 넘는 4.4ha를 차

서석대



인류가 우주로 나간지 63년이 지났다. 미국과 소련의 냉전의 산물인 '우주경쟁'은 이젠 희귀광물, 우주여행 등 우주산업 형태로 빠르게 바뀌고 있다.

매년 2000개 이상의 우주 발사체들이 우주로 보내지고, 현재 지구 주변을 돌고 있는 위성은 1만개가 넘는다. 그 중 여전히 활동 중인 위성은 약 8800개라고 한다.

문제는 기능을 잃고 떠도는 위성들이다. 일명 '우주쓰레기'인 이들 위성조각들이 이미 100조개가 넘는 것으로 추정된다. 게다가 밤하늘에서 가장 빛나는 물체로 인공위성이 꼽히게 되면서 천문연구에도 방해가 된다는 주장도 제기된 바 있다.

최근 해결책으로 등장한 것이 나무로 만든 '목재 위성'이다. 일본 우주항공연구개발기구 JAXA와 미국 항공우주국 NASA는 환경친화적인 '리그노셋 탐사선 (LignoSat Probe)'을 개발해 올 여름 지구 궤도에 배치한다. 나무위성은 금속과 달리, 지구 대기권으로 재진입할 때 완전히 타버리기 때문에 우주 쓰레기를 남기지 않는다. 이 기반한 발상이 통한다면, 곧 세계 첫 목재위성의 등장과 함께 우주 쓰레기를 줄일 수 있는 획기적 대안이 될 것으로 보인다. 나무위성이 '클린 우주'를 만드는 좋은 아이디어

일 뿐 성공여부는 장담할 수 없다. 과거에도 우주쓰레기를 없애기 위한 다양한 구상들이 나오기도 했다. 지난 1980년대 로켓을 디자인한 짐 홀로페터는 우주 쓰레기에 물을 분사해 지구로 떨어뜨리는 일명 '우주 샤워', 거대한 그물망이나 전자파를 이용해 쓰레기를 모으는 일명 '우주 빗자루'는 SF 영화에서나 나올 법한 것들이었다.

과거 공룡시대를 멸망시킨 소행성과의 충돌보다 인간이 버린 인공우주물체를 더 걱정해야 할 상황이다. 미국의 한 가정

집의 지붕을 뚫고 들어온 국제우주정거장(ISS)에서 버려진 파편 덩어리와 호주 양 목장에 떨어진 스페이스X 드래곤 캡슐의 일부도 그중 하나다. 인간이 만든 우주 쓰레기가 지구를 강타한 사건들이다.

환경오염과 기후위기에 이어 우주 위험 시나리오가 현실적 위협으로 다가오고 있는 셈이다. 결국 해법은 "우주에 쓰레기를 버리지 않는 것이 가장 효과적"이라고 과학자들은 말한다. 무분별한 우주쓰레기가 넘쳐난다면 우주여행이 생활화되는 먼 미래엔 우주에도 국립공원처럼 관리 구역이 생길지도 모르겠다.

김성수 논설위원

全南日報	사장·발행·편집인 이재욱	논설실장 이용환	편집국장 박성원
민주주의 구현 진실보도 실천 지역개발 선도	대표전화 (062)527-0015 기사제보 (062)510-0331	경영지원팀 (062)510-0421 광고영업팀 (062)519-0710	
	편집부 (062)510-0412 취재1부 (062)510-0380 취재2부 (062)510-0394 정치부 (062)510-0340	문화체육부 (062)510-0351 온라인뉴스부 (062)510-0461 사진부 (062)510-0391	
www.jnilbo.com m.jnilbo.com	구독료 월 1만5천원 1부 800원	1988년 4월25일 등록번호 광주가-2호 (일간) 우편번호 61474 광주광역시 동구 제봉로 137	
	구독신청 (062)510-0471	광고문의 (062)512-0100	
	FAX (062)510-0436	서울지사 (02)725-8890	
	본지는 신문윤리강령 및 그 실천 요강을 준수합니다		

☐ 독자 의견을 환영합니다 (e-메일) webmaster@jnilbo.com