

사랑을 확인하고 사랑을 완성하는 기념일

작가 에세이

김영석
시인·수필가



'사랑이 시작되는 날, 인생은 결국 사랑으로 시작되고 사랑으로 끝이 난다'. 지난 2010년 개봉된 영화 벨런타인 데이는 단 하루, 사랑을 통해 인생의 의미를 전하는 로맨틱 코미디의 정수다. 벨런타인 데이 아침, 여자 친구 물리에게 결혼을 허락받고 행복한 마음으로 하루를 시작하는 리드. 하지만 그날 오후 갑자기 물리가 떠나고 절망에 빠진 리드는 오랜 방황의 세월을 보낸다. 우여곡절 끝에 다시 물리를 만난 리드. 때로는 진심을 몰라서, 때로는 상대를 이해해서 조금씩 돌아가지만, 리드에게 벨런타인 데이는 사랑의 시작이면서 행복의 출발이었다.

매년 양력 2월 14일은 여성이 좋아하는 남자에게 초콜릿을 선물하는 날, 벨런타인 데이이다. 벨런타인 데이가 유행하면서 1990년대 이후에는 매달 14일을 각종 기념일로 만들어 사랑하는 사람과 선물을 주고 받는 포틴데이가 유행하고 있다. 1월은 다이어리 데이, 2월 벨런타인 데이, 3월 화이트 데이, 4월 블랙 데이, 5월 로즈 데이, 6월 키스 데이, 7월 실버 데이, 8월 그린 데이, 9월 포토 데이, 10월 와인 데이, 11월 무비 데이, 12월 허그 데이 등이다. 인기에 편승해 몇몇 기념일은 국립국어원 신어 자료집에 수록될 만큼 대중화 되기도 했다. 특히 2월 14일의 벨런타인 데이와 남성이 여성에게 선물을 전하는 3월 14일 화이트 데이, 벨런타인 데이와 화이트 데이에 선물을 받지 못한 사람들을 위한 4월 14일 블랙데이는 젊은이들 사이에서는 어느

행사보다 중요한 날이다.

벨런타인 데이의 유래는 3세기 (269년) 로마시대로 거슬러 올라간다. 당시 군인들의 결혼은 황제의 허락 아래 할 수 있었다고 한다. 젊은 청년들이 사랑하는 사람과 결혼하지 못하는 것을 안타까워했던 성 발렌티누스 사제는 황제의 명을 어기고 몇몇 젊은이의 결혼을 성사시켜 주었다가 발각돼 2월 14일 사형을 당하게 됐다. 이후 젊은이들이 중심으로 그가 순교한 이날을 축일로 정하고 해마다 애인들의 날로 기념하

“젊은 연인들, 아내와 남편, 자식과 부모가 하루만이라도 사랑을 고백하고 감사함을 전하면 우리 사회가 더 밝아지고 메마른 인정을 나누는 계기가 된다는 것은 분명하다. 기념일은 형식일 뿐, 서로 배려하고 나누며 사랑을 이어가려는 노력, 여기에 진짜 의미가 있지 않을까.”

여 전해지고 있다. 이날은 여자가 평소 좋아했던 남자에게 고백하는 것이 허락된다. 주로 사랑을 전하는 매개체는 초콜릿이다. 최근에는 초콜릿 이외도 자기만의 개성적인 선물을 준비하는 경우가 많아지고 있다. 벨런타인데이는 1980년대 중반 일본에서 우리나라로 유입되고 일부에서는 젊은이들의 욕구를 악용하는 상흔이 빚어낸 그릇된 사회 현상이라고 비판하고 있지만 남녀가 특정일을 이용해서 서로의 마음을 솔직하게 고백하는 것은 그 자체로서의 매우 아름다운 일이라는 관념이 넓게 자리잡았다.

우리나라에도 '연인의 날'이 있다. 별

레들이 겨울잠에서 깨어난다는 경칩(양력3월 6일 경)이 그날이었다. 경칩이 되면 옛 조상들은 정을 돋우고 싶은 부부나 멀어진 정을 다시 잇고 싶은 부부, 사랑하고 싶은 처녀 총각들이 은밀히 숨어서 은행을 나눠 먹었다. 음력 7월 7일, 칠석날도 견우와 직녀가 은하를 가로질러 상봉한 날로 이 또한 연인의 날이라 할 수 있다. 이날 밤 처녀들은 반원형의 달뿔을 빗어 놓고 베짜는 솜씨와 바느질 솜씨를 비는 민속이 있다. 실속은 좋아하는 이의 마음이 자신에게 찾아오게 해 달라거나 사랑의 기도였음은 옛 잡가나 속요를 통해서 확인할 수 있다. 벨런타인 데이에서 시작된 포틴 데이부터 우리 전통 세시풍속인 경칩과 칠월 칠석 모두가 사랑을 확인하고 사랑을 완성하는 소중한 기념일인 셈이다.

그런데 여성이 남성에게 사랑을 고백하는 날로 알려진 벨런타인 데이가 최근에는 감사의 마음을 전하는 날로 바뀌고 있다. 마침 이 시기는 한 학년을 마무리하는 시기와 겹친다. 어린이들은 한 학년을 마치는 아쉬움과 고마움을 친구와 선생님에게 초콜릿으로 전한다. 새해를 맞아 새로운 마음가짐으로 1년을 시작한다는 의미로 1년 동안 사용할 다이어리를 선물하는 다이어리 데이나, 사랑하는 사람에게 장미꽃을 전하는 5월의 로스데이가 주는 의미도 결국은 누군가에게 감사를 전한다는 의미에서 행복한 일이다. 일부에서는 이런 기념일을 두고 상업성을 띠고 있다 비난하지만 젊은 연인들, 아내와 남편, 자식과 부모가 이날 하루만이라도 사랑을 고백하고 감사함을 전하면 우리 사회가 더 밝아지고 메마른 인정을 나누는 계기가 된다는 것은 분명하다. 기념일은 형식일 뿐, 서로 배려하고 나누며 사랑을 이어가려는 노력, 여기에 포틴 데이의 진짜 의미가 있지 않을까.

의정단상 나광국 전남도의원



지방소멸 해법, 일자리사업 혁신 산업육성 투 트랙으로 가자

인구감소와 그에 따른 지방소멸의 시대다. 작년 11월 산업연구원에서는 전국 228개 시·군·구 인구 변화를 조사한 결과 지방소멸 위험도가 높은 소멸 위기 지역 59곳을 분류했다. 59곳의 소멸 위기 지역 중 전남이 13곳으로 가장 많았다.

모두가 알다시피 전남 인구는 계속 줄고 있다. 2018년 약 188만2000명이었던 전남도민은 지난해에 약 182만7000명으로 6만5000여명 줄었다. 18세부터 39세까지의 청년인구도 2018년 약 45만8000명에서 지난해 약 39만1000명까지 줄었다.

청년들이 한 지역에 정착하게 만드는 가장 큰 요인은 일자리다. 내가 집도 사고 결혼도 해서 아이를 낳아 기를 수 있는 수준의 임금을 받을 수 있는 일자리가 있는 곳. 청년들은 먹이를 찾아 떠나는 철새처럼 양질의 일자리를 찾아 수도권 대도시로 떠나는 것이다.

그렇다면 전남 일자리의 현주소는 어떠할까? 호남지방통계청에서 발표한 2022년 연간 전라남도 고용동향에 따르면 작년 전남의 전체 취업자는 101만명이다. 이 중 농림어업 취업자가 23만4000명, 자영업자는 31만5000명이다. 비중으로 따지면 각각 23.1%, 32%인데 결국 전남 취업자의 55%가 농림어업에 종사하거나 자영업에 하는 것이다. 반면 작년 제조업 취업자는 9만9000명으로 자영업자에 비해 3분의1 수준에 불과했다.

일자리가 농림어업과 자영업으로 양극화된 현실에서 노동시장의 공급과 수요의 불일치 현상을 뜻하는 '일자리 미스매치' 또한 심각하다.

도내 곳곳에서 구직자는 일자리가 없다고 하고 기업에서는 일할 사람이 없다고 아우성이다. 풍력, 태양광 등 전남도에서 야심 차게 육성하는 재생에너지 분야뿐 아니라 역대 최고의 수주를 받은 조선업에서도 3D업종이라는 인식 때문에 일할 사람이 없어 '지역특화형 비자 시범사업'을 통해 외국인 근로자를 고용할 예정이다.

또한 작년 10월5일 한국은행 광주전남본부에서 발표한 보고서에선 "광주·전남은 서울보다 고학력 비중이 높은 산업의 비중이 작다"며 청년들이 일할 만한 기업이 없는 열악한 산업구조에 대해 지적한 바 있다.

양질의 일자리는 부족하고 그나마 농림어업과 자영업이라는 선택지밖에 없는 청년들에게 고향을 떠나지 말라고 하는 것도 무리한 요구인지도 모른다.

결국 일자리 양극화와 미스매치로 인한 인구 유출과 이에 따른 지방소멸의 해법은 양질의 일자리 창출에 있다.

이제는 제도권이 나서야 할 때다. 양질의 일자리를 제공하는 주체는 기업이지만 이들을 유치하고 좋은 일자리를 만들어 낼 수 있는 환경을 조성하는 것은 의회와 지자체 같은 제도권이다.

서남권의 해상풍력 및 조선산업, 동부권의 철강·화학 산업, 중부권의 바이오산업 등 기반산업과 미래산업을 함께 육성하면서 이를 지원할 일자리 정책을 새롭게 마련해야 한다.

특히 올해에만 2654억원에 달하는 전남의 취·창업 및 기업 지원사업의 대대적인 혁신이 필요하다. 매년 사업별로 투입된 사업예산 대비 성과를 실증적으로 분석하여 성과가 부족한 사업은 과감히 정리하고, 일자리 양극화와 미스매치 문제 해결에 도움이 될 새로운 사업을 발굴해야 한다. 이 과정에서 의회는 각종 보조금 지급, 세금 감면 같은 혜택을 지원할 수 있는 조례를 만들거나, 기업·학계·시민사회 등 사회 구성원과 소통하며 각종 정책 방안을 마련해야 할 것이다.

2020년부터 사망자 수가 신생아 수를 추월하기 시작하면서 지방소멸을 넘어 국가의 소멸을 걱정해야 하는 때가 왔다. 이제는 정말 시간이 없다. 1000년 넘게 이어온 '전라도'라는 지명이 사라지기 전에 지역을 살리기 위한 일자리 사업의 혁신과 산업의 육성이 꼭 필요한 시점이다.

“특자 의견을 환영합니다”

전남일보 e-mail
webmaster@jnilbo.com

전화
(062)510-0321

기고

이용규

전 전남일보 논설실장



정책의 힘은 일방통행 아닌 소통과 경청에서

반대하고 의문을 제기하는 부분에 대해 끝까지 설명하고 합의를 이끌어내는 데 중점을 두고 있다.

최근 광주시의 건축물 층수 규제 해제 방침을 놓고 와덴해의 경관 정책이 새삼 떠오른 이유다.

광주시가 지난 2월 21일 발표한 민선 8기 도심 건축 규제 개선안은 지역사회의 핫이슈이다. 당장 '주거지구 30층, 상업지구 40층'이라는 절대 기준을 없앤다고 하니 지역사회가 첨예한 대치 전선을 형성하고, 특혜라는 '양념'이 가미돼 부풀어지고 있다.

그러나 광주시의 층수 제한 해제 논란은 지나치게 소모적인 모양새다. 이번 발표안의 핵심은 건물 층수 높이를 제한한 선을 제거하는 대신에 디자인적 요소에 방침을 뒀다. 획일적 높이의 구조가 아니라 건물 층수에 대한 강약을 주는 창의적 설계로 새로운 도시 건축문화를 만들어보겠다는 정책 의지로 읽혀진다. 굳이 스카이라인과 랜드마크 등 전문 용어를 차용하지 않아도 건축물이 조형 예술로서 가치가 높아지는 현실을 감안하면 색안경을 끼고 볼 상황은 아니다.

광주시의 민선 7기에서 도심 건물 층수 규제는 멈춤 줄 모르는 아파트 콘크리트 숲에 대한 일단 멈춤의 성격이 강했다. 표를 먹고사는 단체장으로서 자살골과 다름 없는 규제에 의한 주택 정책을 건드렸으니 반발이 거셀 수밖에 없었다. 결과적으로 광주시도 이를 의식해 2023년 '2040 도시 기본계획'이나 '도시경관계획' 수립으로 지역에 맞게 탄력적 적용 방침을 밝혔다. 잇그제 광주시 발표도 이 연장 선상에서 나온 것으로서 이해돼야 함이 마땅하다. 층수를 높게 했으니 건설업자의 민원만 들어준 꼴이라고 목청을 높이는 것도 그럴 듯 하긴하다. 그러나 층수는 풀고 디자인을 강조하는 이번 광주시 발표, 다시 말해 가로 구역별 높이 제한이나 현행 400%인 용적률을 그대로 두고, 아파트를 짓기 위해 1종지역(4층미만)을 2종으로 종상향을 허용치도 않은 상태에서 특혜라고 말하는 것은 무리이다. 사실 광주 시내 주거용지에서 적용받는 용적률(220%)을 충족할 수 있는 '넓은 땅'이 많지 않아, 지금도 30층이 들어서는 것은 현실적으로 무리라는 것이 관련 업계의 설명이다. 건축 전문가들이 모든 방안을 강구해서 얻을 수 있는

용적률은 최대 180%선에 불과하다는 주장에 비춰보면 층수 해제를 놓고 인식차이를 단적으로 보여준다. 오히려 디자인을 강조하다보니 경관 심의 절차가 관련 종사자들에게 또 다른 족쇄가 되지 않을까 하는 심정도 읽혀진다. 단적으로 차별적인 디자인의 경우 현재 준주거지 용적률을 200~240% 까지 적용 시켜준다는 '당근'은 또 다른 복병이 될 개연성이 높다. 수많은 판단 요소들이 개입될 수밖에 없는 경관 심의는 사업주나 이를 실행하는 이들에게는 최대 과제일 수밖에 없다. 경관심의 위원들의 주관적이고 자의적 판단을 어떻게 객관화 시킬 수 있느냐에 대해 걱정하는 것은 당연하다. 보기좋은 떡이 먹기도 좋다고 디자인적 요소를 강조하나, 그렇다고 소비자 입장에서 분양가 상승으로 이어질 수밖에 없어 마냥 반갑지 않은 않다.

우리에게 꿈의 도시로 알려진 브라질库里찌바시는 보전 및 시민 정신으로 도시 환경을 개선한 대표적 도시로 꼽힌다. 혁신적인 발상으로 25년간 시정을 이끈 레르네르 시장의 개인기만이 아닌 관행을 과감히 벗어 던지고 시민과 함께 하려는

공직자와 시민들의 능동적 참여가 있어 가능했다. 공무원들은 도시 문제를 스스로 현장에서 확인하고 주요 이슈에 대해 주민들과 부단히 토론하고, 이를 토대로 도시를 전반적으로 변화시켜 나갔다. 현장 중심 활동은 탁상 위에서는 좀처럼 발 견되지 않는 통찰력을 제공했다. 지금처럼 행정이 탁상에서 일방적으로 만들어놓고 선심 쓰듯 한 두차례 전화해서 의견을 일방적으로 전달하는 것으로는 만들어질 수 없다. 광주시가 만드는 도시경관계획안은 그 자체가 범접할 수 없는 막강한 규범이 될 것이다. 도시를 아름답게 하는 건축물이 대중문화 작품으로서 생명력을 갖기 위해선 기반한 발상들이 건축물에 스며들 수 있게 하는 다양한 사안들을 담아내는 것이 중요하다.

지난 번 광주시의 선언적 상징성은 앞으로 그 여백을 어떻게 채우느냐에 따라 성패가 달려있다. 여기에는 시민, 지역사회 시민단체, 학계, 관련 업계의 주장과 권의 상황에 소홀함이 없어야 한다. 이해 관계인 모두 충족시킬 수 없어도 최대한 교집합을 찾을 수 있도록 귀 기울여 듣는 열린 행정이 필요할 때다. 더 이상 깎깎소와 나를 따르라는 식의 일방통행으로는 1187m 무등산 조망권을 지켜낼 수 없다. 진정으로 시민들의 소통과 공감대에서만 가능하다.