

**사 설**

**민주 공천가산점, 중앙정치 예측 우려된다**

더불어민주당이 오는 6월 지방선거를 앞두고 여성과 청년, 정치신인 등에 대해 공천가산점을 주는 것을 뼈대로 하는 당규를 개정했다.

**정치신인·여성·청년·장애인 등 가산점 강화  
입지자들 중앙정치권 줄 대기 불보듯 뻔해**

경선 과정에서 가산점을 주는 제도와 사례는 있으나 공천과정에 가산점을 주는 것은 처음이라고 한다.

공천심사과정의 가산점 부여로 민주당 공천과정에 지역변동이 예상된다. 특히 민주당 공천이 곧 당선으로 인식되는 전북지역 선거 판도에도 큰 변화가 불가피해 보인다.

민주당이 개정한 당규를 보면 '여성, 청년, 노인, 장애인, 다문화이주민, 사무직 당직자, 보좌진 및 당에 특별한 공로가 있는 자에 대하여 심사 결과의 100분의 10 이상 100분의 25 이하의 범위에서 가산'한다는 거다. 또 정치신인은 '심사 결과의 100분의 10 이상 100분의 20 이하의 범위에서 가산'한다고 규정을 개정했다.

국회 보좌진 역시 8년 이상 근무경력에 대해 가산한다는 거다. 정당이 여성이나 정치신인, 보좌진 등에 대해 가산점을 주는 건 당연하다. 이

런 제도가 공천 과정에서 약자일 수밖에 없는 여성과 정치신인의 정치권 진입문을 확대한다는 측면에서 고무적이다.

특히 그간 경선 과정에서 가산점을 주긴 했지만 이미 지명도를 쌓고, 권리당원을 모집하고 관리해온 기성정치인에 비해 상대적으로 열위에 있었던 게 사실이다.

더구나 경선에서 얻은 점수에서 일정 비율의 가점을 주는 제도는 기성정치인의 벽을 넘기 어려웠던 게 사실이다.

그러나 이번 공천과정의 가산점 제도가 자칫 지방자치의 중앙정치 예측을 심화하는 결과를 빚을 것이라는 우려다.

공천 심사는 대부분 중앙당의 실력자들이 직접 혹은 대리인을 통해 결정하는 과정이다. 공천 심사기준이 있다고는 하지만 이 과정에서 유력자의 입김이 불가피하다. 입지자들의 중앙정치권 줄 대기가 뻔하다. 좋은 의도에서 마련한 제도가 중앙정치 예측을 심화시키는 우를 범해서야 되겠는가.

**전북 '금융피해 분야' 증가 막아야**

코로나19 장기간에 따라 경기불황, 물가인상 등의 원인으로 인해 지난해 전북지역 소비자 피해 접수 중 금융피해가 52.4%로 큰 폭으로 증가했다.

**코로나 장기화로 금융분야 상담 52.4% 증가  
디지털전환기에 취약계층 차별받지 않도록 역량 강화**

한국여성소비자연합 전주·전북지회 소비자정보센터에 따르면 2021년 접수된 소비자 상담은 모두 1만8,768건으로 집계됐다. 지난해 코로나19 장기화와 경기불황 등의 영향으로 전북지역 소비자 피해 접수가 전년에 비해 크게 감소한 것으로 나타났다.

상담 사유별로 계약해제·해지 및 위약금 관련이 3,892건(20.7%)으로 가장 많았고, 상담 문의 정보요청 3,538건(18.9%), 품질 2,988건(15.9%), 계약불이행(불안전이행) 2,475건(13.2%), 청약 철회 1,690건(9%), 부당행위 1,271건(6.8%) 등의 순이었다.

품목별 현황의 경우, 정보통신서비스(인터넷 및 모바일 정보서비스, 이동통신, 초고속 인터넷 서비스 등)이 2091건(11.1%)으로 1순위를 차지했다. 이어 코로나19로 인한 예약장 및 돌잔치 등 연회 취소, 외식 및 음식 서비스 등에 대한 분쟁이 1,851건(9.9%)으로 지속해서 피해가 발생한 것으로 조사됐다.

안타깝게도 지난해에는 코로나19 장기화로 인해 금융 분야(유사투자자문, 상품권 미사용 피해, 모바일상품권 및 쿠폰 분쟁 등)와 관련한 상담이 52.4%로 큰 폭으로 증가했다.

단체에 접수한 소비자 상담은 1차 상담으로 진행되며, 소비자에게 발생

한 문제 상황에 대처하는 방법 및 해결 기준, 법률 등에 대해 정보제공 차원의 상담이 진행된다. 이후 분쟁 해당 사업자와의 중재 및 조정이 이뤄지며, 만약 단체를 통한 중재 및 조정이 불가할 경우 한국소비자단체협의회 자율분쟁조정위원회 또는 한국소비자원의 피해구제팀으로 이관되는 체계를 갖추고 있다.

센터는 지난해에는 김치냉장고 화재에 따른 결합보상 리콜 정보제공, 전주 지역 대형 뷔페업체 폐업으로 인한 채권 신고 안내, 코로나19로 전자상거래를 통한 식품 피해 주의 등 다양한 소비자 이슈에 대해 언론보도를 통해 소비자 정보제공에 주력했던 한해였다고 한다.

전화금융사기 예방을 위한 다양한 홍보컨텐츠를 개발하고, 도내 지자체·금감원 등 유관기관과 협업체제를 강화하는 등 전화금융사기로부터 국민의 소중한 재산을 지키기 위해 각종 홍보활동을 강화해 나가기 바란다.

도내 버스업체와 협업, 승차차 승객을 대상으로 전화금융사기 예방을 위한 안내방송도 수시 송출해야 한다.

디지털 전환기에 취약계층이 차별받지 않도록 역량 강화에 다양한 프로그램을 진행해야 함은 물론 언택트 시기에 생기는 신유형 소비자 분쟁에 발 빠르게 모두가 대응해야 한다.



**오늘과 내일**

**닭, 치즈, 호두**

**두 재 균**

전주 소피아여성병원 원장

닭, 치즈, 호두 제목이 이상하지요. 무엇을 말하려고 제가 이런 제목을 달았을까요?

먼저 닭 이야기입니다. 닭 하면 이 지역을 대표하는 '하림'이라는 기업이 제일 먼저 떠오르지요. 그렇다면 이 기업이 성장하는데 가장 큰 역할을 한 것이 무엇일까 하는 생각을 해 보았습니다. 물론 창업주인 김홍국 회장의 남다른 비즈니스 감각과 노력의 결과라는 것에 대해서는 저도 전적으로 동의합니다. 예전에 '하림'에 대한 스토리를 TV에서 본적이 있었는데 김회장이 어린 시절에 병아리 몇 마리를 선물로 받아서 이를 키워가지고 오늘날의 '하림' 그룹을 이루게 됐다는 전설적인 이야기입니다. 그럼 병아리를 선물로 받은 사람이 어디 이 세상에 김회장 뿐이었겠습니까? 아니지요. 하지만 그분은 어려서부터 남다른 사업가적인 기질을 가지고 있어서 고등학교 재학 시절에도 이미 축산관련 회사를 운영하고 있어서 수업 받다가 쉬는 시간에 회사 직원인 어른이 학교에 찾아와 복도에서 기다리다가 결재도 받았다는 일화가 소개되는 것을 본적이 있습니다.

얇든 닭 하면 하림, 하림하면 닭이라는 등식은 불변의 가치가 되었습니다. 하지만 김회장에서 아무리 사업수완이 뛰어났다고 해도 닭 소비에 대한 폭발적인 수요가 창출되지 않았다면 하림이라는 회사가 이렇게까지 큰 회사가 되지는 않았을 것입니다. 전통적으로 우리나라 사람들의 닭 소비 형태는 백숙이나 기적해야 닭도리탕(볶음탕)이 주 메뉴였습니다. 이러한 요리 형태로는 닭을 대량으로 소비한다는 것이 불가능 합니다. 그러다가 어느 날 갑자기 미국에서 새롭게 개발되어서 우리나라에 들어온 후라이드 치킨(닭고기)에 밀가루, 겨자가루, 소금, 후추를 묻혀 기름으로 튀긴 미국식 요리)이 오늘날의 하림을 만들었다고 저는 생각합니다.

이에 대한 일화도 있습니다. 제가 전북 의대를 졸업하고 서울대학교 보건대학원에서 예방의학을 전공하던 시절의 이야기입니다. 지금은 고인이 되셨지만 서울대학교 수의과 대학을 졸업하고 서울대학교 보건대학원에서 보건통계학을 전공한 후 전북의대 예방의학 교실에서 교수로 재직했던 모 교수님에 대한 이야기입니다. 아마도 1980년경으로 기억됩니다. 그분께서 미국

것입니다. 여기에 맥주와 함께하는 치맥이라는 용어도 생겼고 배달이라는 판매방법을 겸하고 있는 수없이 많은 전국의 후라이드 치킨점 덕분에 닭 소비는 가히 폭발적으로 일어나지 않았나 저는 생각합니다. 네 그렇습니다. 닭을 조각내서 기름에 튀겨내는 요리법이 미국에서 개발되어서 한국에 들어오고 그 결과 대량으로 닭을 소비하는 산업형태를 낳았으며 이러한 요인이 오늘날의 하림이라는 회사가 만들어지는데 결정적인 역할을 하였다고 저는 굳게 믿고 있습니다.

여기서 한 가지 아쉬운 점은 그 교수님께서 미국 KFC의 제안을 그때 받아들였다면 지금쯤 큰 부자가 될 수 있었는데 그 기회를 노렸다는 것 같습니다. 그게 운명이라면 어쩔 수 없는 일이지 않겠습니까. 여기서 누가 어떻게 해서 부자가 되지 못하였는가는 그리 중요한 이야기

**새로운 가치 창조를 위한  
노사연의 만남이 필연이 되는**

을 다녀오신 뒤에 저를 불러서 한 가지를 들려주었습니다. 이번에 미국에 갔더니 닭과 관련한 프랜차이즈 사업이 미국에서 굉장한 인기로 성장하고 있는데 그쪽에서 당신한테 한국 총판권을 줄테니 한번 해볼 의향이 있다고 물어왔다는 거예요. 그것이 바로 오늘날의 KFC입니다.

역사적으로는 한국에 공식적으로 KFC가 상륙한 것은 1983년 두산음료와 미국 Kentucky Fried Chicken International Holdings간에 정식으로 도입계약을 체결하면서 부터입니다. 그리고는 1984년에 드디어 서울 종로에 제 1호점이 열었다고 합니다. 이후부터는 우후죽순 격으로 수많은 후라이드 치킨 국산브랜드도 생겨났고 이제는 프랜차이즈 사업으로 아마도 가장 많은 가게들이 전국적으로 문을 열고 있을

것입니다. 사람도 누구를 만났느냐에 따라서 인생이 확 달라지는 것처럼, 닭이 후라이드 치킨을 만나서 달린 것처럼 이와 유사한 것이 또 있는데 그것은 바로 치즈와 호두가 아닌가 합니다.

치즈가 피자를 만난 일입니다. 치즈가 술안주로나 소비되었다면 과연 오늘날의 치즈처럼 대량 소비가 일어났을까요? 또 있습니다. 호두과자입니다. 견과류로만 가지고는 안되는데 오늘날 호두과자의 탄생이 호두의 대량 소비를 만들어 낸 것을 저는 말하고자 합니다.

이제 대량의 2022년이 시작 되었습니다. 노사연이 부른 '만남'처럼 여러분도 올해에는 호두, 무엇을 만나는 것을 필연처럼 꿈꾸어서 새로운 가치를 창조하는데 동참해 보세요.

**은누리**

**모바일 임용장**

는 뜻으로 교지 임용장을 제작했다고 밝혔다. 붓글씨로 정성스럽게 제작된 교지 임용장을 받은 사무관들은 조선시대 청백리 자세와 자부심을 갖고 면사무소 면장으로 근무하게 된다.

교신(告身)은 조선시대에 1~9품 관원에 게 품계와 관직을 수여할 때 발급하던 임명장이다. 경국대전과 조선왕조실록, 그리고 남아 있는 조선시대 임명장을 통해 확인할 수 있다.

'경국대전' 이전(吏典)의 교신조(告身條), 예전(禮典)의 '문무관 4품 이상 교신식(文武官四品以上告身式)', '문무관 5품 이하 고

신식(文武官五品以下告身式)'에 규정되어 있다. 고신에는 두 종류가 있었다. 4품을 기준으로, 그 이상에게는 교지(敎旨) 형식으로 문서를 작성하고 왕의 어보인 시명지(施命之寶)를 찍어 관교를 발급했다.

5품에서 9품 관원에게는 왕의 명을 받아 이조와 병조에서 임명하는 형식으로 임명장을 작성하고 관인은 이조지인(吏曹之印)과 병조지인(兵曹之印)을 찍어 교첩을 발급했다.

안양시는 최근 정보발령자에게 임용장을 수여하지 않고 있고, 코로나19가 발생했던 2020년부터 사회적 거리두기 차원에서 6급 이하 승진자에 대해 임용장을 만들지 않고 있다.

모바일 임용장이 공식사회 소속감을 부여하고 능력을 최대한 발휘하게 하는 하나의 계기가 되면 좋겠다. 아울러 스마트 대한민국답게 비대면 디지털행정 서비스에도 주력하기 바란다.

(/이종근(문화교육부장))

전주시 덕진구 사평로 49  
010-3632-3233

# 서정우 삼익악기 · Viscount

**전공자용 올드 바이올린, 첼로, 파이프 오르간 전문 취급**

**김스기타 전문 총판**

버들피리악기와 서정우악기가 함께합니다

“43년 전통” 버들피리악기가  
서정우삼익악기 2층으로 확장이전!

STRUMENTI **서정우**