

독자권익위원 칼럼

최충명

독자권익위원
허그림허그인심리상담센터
광주무등점 원장



최근 스타벅스코리아를 둘러싼 일련의 사태는 단순한 마케팅 부주의나 우발적 실수를 넘어선, 우리 사회의 심각한 집단적 트라우마를 자극하고 있다. 5·18 민주화운동 기념일 당일엔 선보인 '탱크메이'와 고문지사 사건을 연상시키는 '책상에 탁'이라는 문구, 세월호 참사 추모일에 배를 난파시키는 신화 속 존재를 내세운 '사이렌 머그' 행사, 그리고 고 노무현 대통령 서거 기일 주간에 걸친 이른바 '중력데이(뉴턴데이)' 논란까지, 역사적 비극과 타인의 고통을 은밀한 유희의 안락로 소비해 온 일부 온라인 커뮤니티에서 특정 혐오 코드를 해석되어 논란이 확산되었다는 사실에 국민들은 깊은 분노와 허탈감을 느끼고 있다. 그러나 대중을 더욱 절망하게 만든 것은 이어진 경영진의 사과 태도였다. "서로 이해하는 사회를 만들자"라는 모호한 화해의 제스처는 진실된 반성이 아닌, 피해자의 목소리를 지우는 또 다른 형태의 심리적 폭력이었기 때문이다.

인지행동치료(CBT) 관점에서는 특정 집단에 대한 왜곡된 신념과 정서적 여과가 혐오 표현을 강화할 수 있다고 본다. 특정 집단이나 역사적 사실을 자의적으로 왜곡하고, 선택적 지각과 공감의 차단이 결합될 때 혐오는 날이 문화의 탈을 쓰고 일상에 침투한다. 스타벅스 사태의 본질은 이러한 인지적 왜곡과 혐오 표현이 기업의 시스템 내부에서 걸러지지 않고 공식화되었다는 점에 있다. 대중이 분노하는 이유는 물리적 피해가 있어서가 아니다. 자신들이 공유하는 역사적 슬픔과 가치가 조롱당했다는 정서적 모멸감, 즉 심리적 안녕감(Psychological Well-being)의 붕괴 때문일 것이다. 이 시점에서 가해 주체가

기고

나종원

공학박사·경영학박사



사람은 누구나 원하는 무언가를 갈망하며 살아간다. 더 나은 삶, 더 큰 성취, 가치 있는 결과물까지 저마다의 목표를 안고 매일을 달린다.

그러나 열망이 크다고 해서 모두가 결실을 보는 것은 아니다. 그저 막연하게 바라는 것만으로는 세상이 움직이지 않기 때문이다. 원하는 일을 현실로 끌어당기는 것은 마법이 아니다. 철저히 전략적이고 치밀하며 정교한 실행의 결과다. 삶은 정직한 법칙 위에서 흐른다. 우리가 오늘 뿌리는 씨앗의 질과 가꾸는 태도에 따라 미래의 풍경을 결정짓는다.

많은 사람들이 실패하는 근본적인 이유는 무엇을 원하는지 스스로도 잘 모르기 때문이다. "성공하고 싶다", "행복해지고 싶다"는 식의 추상적인 문장은 방향이 없는 배와 같다. 목표가 선명하지 않으면 에너지는 사방으로 흩어진다. 목표는 마치 레이저처럼 초점이 맞춰져야 한다. 목표를 설정할 때는 결과물뿐만 아니라 '과정'까지 시각화해야 한다. 목표를 달성했을 때의 구체적인 모습은 어떠한지. 그것이 내 삶의 가치관과 어떻게 연결되는지 정의해보라. 매일의 목표가 구체적인수록 불필요한 고민은 소거되고, 나의 의지는 오직 목적지를 향해 정렬된다.

취재수첩

한 표가 만드는 미래

이승홍

경제부 부장



오늘은 지방선거일이다. 지방선거는 대통령선거나 국회의원 선거에 비해 주목도가 떨어진다. 그러나 주민들의 삶에 미치는 영향은 결코 작지 않다. 출퇴근길 도로와 대중교통, 도시 개발, 복지과 교육, 농어촌 지원 정책 등 주민들이 일상에서 체감하는 대부분의 행정은 지방정부의 결정에서 비롯된다. 지방자치단체장과 지방의원은 지역의 현재를 관리하고 미래를 설계하는 역할을 맡는다.

스타벅스 사태, 공감없는 사과라는 폭력

취해야 할 유일한 심리학적 해결책은 '진정성 있는 사과'를 통한 관계의 복원에 대한 '노력이 느껴지고 보이는' 것이다.

그러나 정용진 회장의 사과는 책임을 분산시키는 합리화 형태의 방어기제의 발현에 그쳤다. 심리학에서 '진정한 사과'는 자신의 잘못으로 인해 상대가 입은 고통을 온전히 스스로 '작별'하는 것에서 출발한다. 하지만 "서로 이해하자"라는 언어적 수사는 가해자와 피해자의 위치를 평평한 운동장 위에 나란히 올려놓는 인지적 오류를 범한다. 이는 잘못된 본질을 흐리고, 마치 대중의 분노를 '이해심'이 부족해 발생한 갈등'인 것처럼 프레임을 전환하는 왜곡이다. 고통에 공감하지 못하고 책임을 분산하려는 사과는 피해자에게 '내 고통이 부정당했다'는 무력감을 심어주며, 이는 심리학적으로 1차 가해만큼이나 치명적인 '2차 심리적 외상'을 유발한다.

심리학과 위기 관리커뮤니케이션 연구에서는 세 가지 필수적인 요소가 존재한다. 첫째는 '무조건적인 책임 인정'이다. "오해를 샀다면 죄송하다"라거나 "의도는 없었으나" 같은 조건부 단서는 심리학적으로 책임을 회피하려는 내적 불안의 방증이며 대중에게 즉각적인 거부감으로 느껴져 사과를 차단한다. 둘째는 '구체적인 고통의 공감'이다. 자신이 어떤 사회적 상처를 견뎠고, 그것이 어떻게 집단적 상처를 자극한 표현인지를 명확한 언어로 서술해야 한다. 셋째는 시스템적 차원의 '재발 방지 약속과 구체적인 대책'이다. 이 세 요소가 결합할 때 비로소 대중은 인지적으로 사과의 진정성을 수용하고 분노를 가라앉히게 된다.

해의 기업의 사례는 진정한 사과의 심리학이 기업의 생존에 얼마나 결정적인지 극명하게 보여준다. 2018년, 미국의 스타벅스 본사는 필라델피아 매장에서 음료를 주문하지 않고 앉아 있던 남성 2명을 직원인 신고해 체포된 한 인종차별 논란에 휩싸였다. 당시 CEO는 즉각 행동했다. 그는 비난의 화살을 현장 직원에게 돌리지 않고

"이번 사건은 전적으로 스타벅스 전사적 시스템의 실패이며, 전적인 책임은 CEO인 나에게 있다"라고 책임을 온전히 자신에게 귀인(Attribution)했다. 이어 미국 전역의 8천여 개 매장 문을 닫고 17만 명의 직원에게 인종 편견 예방 교육을 실시하는 구체적인 행동을 이행했다. 가해자가 책임을 완전히 수용하고 고통에 깊이 공감했을 때, 대중의 분노는 진화되었고 브랜드의 신뢰는 회복되었다.

반면, 고통에 공감하지 못해 파국을 맞이한 실패 사례도 존재한다. 2018년 이탈리아의 명품 브랜드 돌체앤가바나(Dolce & Gabbana)는 중국인 모델이 젓가락으로 이태리음식을 어설피게 먹는 광고를 내보내 아시아 문화 모욕 논란을 일으켰다. 초기 디자이너들은 "문화적 차이일 뿐이며, 내 계절이 해킹당했다. 중국 없어도 잘산다"라는 유치한 방어기제를 펼쳤다. 가세 불매운동 직후 부랴부랴 고개를 숙였지만, 이미 진정성을 상실한 사과는 중국 소비자들의 마음을 돌리지 못했다. 이들은 고통받는 대중의 심리를 읽지 못하고 오만하게 대처하다가 거대한 시장에서 '사실상 퇴출당하는' 혹독한 대가를 치렀다.

사과는 언어적 기술이나 위기 모범을 위한 도구가 아니다. 깨어진 신뢰를 회복하고 사회적 유대감을 다시 있는 고도의 정서적 치유 과정이다. 스타벅스코리아가 진정으로 국민의 분노를 가라앉히고자 한다면, "서로 이해하자"는 식의 훈계형 수사 뒤로 숨어서는 안 된다. 자신들의 시스템이 왜 극우적 혐오의 놀이터가 되었는지 뼈저리게 직면해야 한다. 상처 입은 대중의 마음을 어루만지는 진실된 고백과 철저한 인적·시스템적 쇄신만이 집단적 분노를 가라앉히는 유일한 심리학적 해법이다. 고통에 공감하지 못하는 기업은 시장에서 살아남을 자격이 없다. 긴 심리학적 분석을 이해하지 못하면 무용지물이다. 관리커뮤니케이션 하나 이해하지 못하는 기업이 뭘든 제대로 해낼까? 하긴, 긴 무지한 척 피하는 것도 병법 중 하나이니 하니.

*이 기사는 지역신문발전기금을 지원받았습니다.

사설

오늘은 선택의 날... 소중한 한 표 행사해야

마침내 유권자 선택의 날이 밝았다. 지난 2월 3일 시·도지사 교육감 예비후보 등록신청으로 시작된 6·3 지방선거는 공식 선거운동 돌입, 사전투표 등을 거쳐 3일 본투표를 마지막으로 잠정 4개월간의 대장정의 막을 내린다.

이날 투표는 광주 359곳, 전남 785곳 등 1144개 투표소에서 오전 6시부터 오후 6시까지 실시된다.

선거일 현재 18세 이상의 국민이면 주민등록증, 여권, 운전면허증 등 실물 신분증과 모바일 신분증을 지참, 지정된 투표소에서 투표하면 된다.

지역 유권자 수는 광주 118만9519명, 전남은 155만8206명 등 모두 274만7725명이며 초대 전남광주통합특별시장과 통합교육감, 기초단체장, 광주 광산을 국회의원 등 모두 441명을 선출한다.

광주·전남의 경우 이번 선거가 갖는 의미는 남다르다.

광주·전남이 분리된 지 40년 만에 하나가 돼 첫 전남광주통합특별시장 등을 선출하기 때문이다.

또 이재명 정부 출범 이후 처음 치러지는 전국 단위 선거에서 더불어 민주당 텃밭인 광주·전남은 어떤 결과를 내놓을지도 관심이 되고 있다.

이런저런 이유 때문인지 이번 선거 사전투표 열기는 그 어느때 보다 뜨거웠다. 전남은 38.95%로 전국 17개 시·도 중 1위를 차지했고 광주는 27.83%로 전국 3위를 보였다. 이들 모두 전국 평균 23.51%를 크게 웃돈 것이다.

2022년 지방선거에서 투표율 37.7%로 전국 최저 투표율을 기록한 광주는 적정 지방선거 사전투표율(17.28%)보다 무려 10.55%p 상승했고 전남도 직전(31.04%)보다 7.91%p 올랐다.

물론 이번 사전 투표를 상승에는 전남지역 상당수 기초단체장 선거에서 민주당 후보와 조국혁신당 후보 또는 무소속 후보가 박빙 구도를 형성하며 지지층을 결집한 효과를 보인 것도 한몫했지만 말이다.

이날 투표는 통합특별시장 출범 이후 광주·전남의 정치 지형과 행정 방향을 결정하는 첫 선택이라는 점에서 그 어느 때보다 중요하다.

소중한 한 표를 행사하는 것이 지역의 미래를 바꾸는 힘이 될 수 있기 때문이다. 그만큼 유권자의 참여가 절실하다는 얘기다.

전남도 합계출산율 독보적 1위...비결은

전남도의 합계출산율이 독보적이다. 2026년 1분기 합계출산율 1.30명을 기록하며 전국 17개 시·도 중 1위를 보이고 있다. 전국 평균은 0.95명이다.

한 여자가 가임기간(15~49세)에 낳을 것으로 기대되는 평균 출생아 수를 말하는 합계 출산율 1.3명대는 2019년 1분기 이후 7년 만이라고 한다.

또 1분기 출생아 수는 2569명으로 지난해 같은 기간(2228명)보다 15.3%(341명)나 증가했다.

특히 전남이 2023년 이후 줄곧 합계출산율 상위지역을 보이고 있다는 점은 고무적인 현상이다.

이는 전남도가 양육 부담을 근본적으로 해소할 수 있게 현금 지원은 물론 보육 인프라 구축도 적극 추진하고 있는 게 큰 역할을 했다.

먼저 태어난 아이가 1세(생후 12개월)가 되는 시점부터 18세까지, 18년간 매월 20만원(전남도 10만원, 시·군 10만원)을 지급하는 '전남 출생 기본소득'제도를 전국 최초로 도입, 운영하고 있다.

또 전국 최대 규모인 '공공산후조리원'의 경우 기존 5개소에서 올해 7개소로 확대 운영하고 있다. 주당 이용료 80만원의 저렴한 가격에 고품질 서비스를 제공하며, 취약계층은 70% 감면 혜택까지 받을 수 있어 산모들의 만족도가 매우 높다고 한다.

횡수 제한 없는 난임 시술비 지원, 전국 최초 한방 난임치료 지원 등 난임 부부를 위한 지원도 대폭 강화했고 올해부터는 신혼부부 건강검진 비 지원을 1인당 7만원으로 인상하고, 외국인 배우자를 둔 다문화 가정까지 지원 대상을 확대했다.

분산된 지원 정보를 한 눈에 확인할 수 있는 온라인 통합 플랫폼 '전남 아이톡'도 운영하고 있다.

여기에 일선 시·군의 출산장려금 정책도 한몫했다.

실제로 강진군은 자녀 수와 상관없이 84개월간 매월 60만원씩 총 5040만원을 지원하며 전국 최고 수준의 혜택을 제공하고 있고 영광군도 최대 3500만원을 지급하는 등 대부분의 시·군들이 2000만원 안팎의 지원금을 내걸고 출산을 적극 지원하고 있다.

2025년 합계출산율 1.1명으로 전국 1위를 차지한 전남도의 총총하고 든든한 출산 지원 정책이 앞으로도 이어지길 바란다.

광남일보 www.GwangNam.co.kr

회장 양진석	대표이사 발행인 차재진	사장 편집인 이승배	주필 김상훈	편집국장 최현수
광주광역시 북구 무등로 254 우편번호 61234 대표전화 (062) 370-7000 팩스 (062) 385-5400		정치부 370-7040 경제부 370-7020 산업부 370-7010 사회부 370-7030 문화체육부 370-7234	논설실 370-7200 임원실 370-7000 총무국 370-7093 사업국 370-7090 광고국 370-7070	독자관리국 370-7080 서울지사 ☎978-7090
1995년 12월 12일 창간 2012년 5월 3일 등록번호 광주 가-52(일간)				
본지는 한국신문윤리위원회의 서약서로서 신문윤리강령을 준수합니다. 구독료 월 15,000원 1부 800원				
본지는 드림투데이와 기사 제휴해 제작합니다. 기사 이메일 도메인으로 광남일보(gwangnam.co.kr)와 드림투데이(gjdream.com) 소속 매체를 구분합니다.				
기사제보·기고 보내실 곳		전화 062-370-7030 팩스 062-385-5400 이메일 gndn2018@naver.com		