데스크시각

김 주 정

MB식 '나는 지방자치단체다'

담양의 메타세쿼이아가 뜨거운 감자가 됐다. 메타세쿼이아 가로수 길이 영화와 드라마의 촬영지로 유명세를 타면서 연간 50만 명의 관광객이 몰리자, 담양군이 입장료를 받겠다고 하면서부터다.

담양군은 최근 "10여 년 동안 관리비 91억원이 들었고, 한해 54t의 쓰레기를 치워야 했다"며 "연간 10억 원의 입장료 수입을 올려 생태 보전과 시설 보강에 쓰겠다"고 밀어붙이고 있다. 담양군의 계획대로라면, 메타세쿼이아 가로수 길은 다음달부터 1인당 1000~2000원의 입장료를 내고 구경해야하는 전국 최초의 도로가 된다.

메타세쿼이아를 위한 변명

"고품격 관광 서비스를 하겠다"며 편의시설도 거의 없는 가로수 길을 앞세운 돈벌이로 모처럼 찾아오는 손님들의 발길을 되돌리게 하는 웃지 못할 코미디가 연출될 수 있다는 얘기다.

당연히 비난이 쏟아지고 있다. 출향 인사들이나 관광객들은 "국립공원도 입장료를 없앴는데 도로를 막아놓고 통행료를 받겠다는 것이냐"며 반발하고 있다. '봉이 김선달'식 관광정책 아니냐는 것이다.

담양군은 이런 시선에 '억울하다'는 입장이다. 메타세쿼이아 자체가 명품이고, 군내 버스가 다니지 않아 사실상 도로 기능을 상실한 '자연발생 관광지'라는 주장이다. 일리는 있다. 수혜자가 비용을 부담하는 경제 원리에도 맞다.

실제로 그런 이유 때문에 입장료를 받는 것인가? 아닌 것 같다. 지방자치 20년이 다 되도록 돈 가뭄에 허덕이는 자치단체들의 현실이 '봉이 김선달'을 강요하고 있다는 의혹을 지울 수 없다. 생태관광의 총아로 떠올랐던 메타세쿼이아가 국책사업을 미끼로 무한경쟁을 강요하는 이명박 정부의 지방자치 정책이 만들어낸 '괴물'일 수 있겠다는 '불온한' 생각이 든다.

알다시피 MB식 지방정책은 광역경제권별 지역개발이 핵심이나 지지부진을 면치 못하고 있다. 4대강 수질개선과 수도권 개발에 재정이 집중되면서 나머지 지역은 정부가 나눠주는 국책사업에 경쟁적으로 목을 매는 '구걸자치'로 연명하고 있다. 그나마 가난한 지역은 경쟁에서 이길 수 없는 '빈익빈 부익부' 구도가 일상화된 지 오래다. '균형발전'을 넘어 '지방분권'을 국정목표로 했던 노무현식 지방자치와는 사뭇 다르다.

부작용은 엄청나다. 무엇보다 국제과학비즈니스벨트, 한국토지주택공사 이전, 동남권 신공항 등 초대형 프로젝트에 경쟁원리를 도입하면서 전국이 국책사업 유치 광풍에 휘말렸다. 문화방송의 유명가수 경연 프로그램인 '나는 가수다'는 명함도 못 내밀 정도로 삭발, 단식농성, 초등학생 동원 등이 난무했다.

또 하나는 지자체들이 돈벌이에 혈안이 돼 간다는 것이다. 국세와 지방세 비율이 79 대 21인 '2할 자치' 상황에서 사회복지비용의 기하급수적인 증가, 매칭펀드식 국비 보조의 고착으로 인해 돈 가뭄에 찌든 지자체들이 어떻게든 돈을 벌어야하는 벼랑으로 내몰리고 있다.

'돈 받는 메타세쿼이아'는 담양에만 있는 것이 아니다. 신안, 순천, 곡성, 경남 창녕 등 수많은 지자체가 생태관광지의 입장료를 받고 있거나 거둘 태세다.

공공성 우선이라는 행정의 기본이 여기에 끼어들 틈은 없다. 기업식 수익창출만이 최고선이다. 담양의 경우 메타세쿼이아에서 돈을 벌어 인근에 기후변화체험관, 생태식물원, 전통놀이마당 등을 조성하겠다는 의도를 숨기지 않고 있다.

'나가수'보다 더한 경쟁 구도

MB정부가 신봉하는 '경쟁신화'가 만들어낸 망국적인 지역갈등에 공공성마저 포기한 지방자치로의 추락이다.

이대로 둘 순 없다. 정부가 나서서 지방재정에 숨통을 터줘야 한다. 중앙에서 재정을 틀어쥐고 그때그때 사업을 지역에 나눠줄 것이 아니라, 지방이 자율적으로 지역발전 정책을 펼 수 있는 구조를 만들어야 한다. 분권형 국가구조로 전환하는 국가적 결단이 요구된다.

지방자치단체도 사생결단식 경쟁에만 목맬 일은 아니다. 입장료를 챙기기나 '너 죽고 나 살자'는 국비 구걸 경쟁보다는 자발적인 환경보전 유도나 지자체별 연대를 통한 공동유치도 고려할 때가 됐다.

"경쟁은 이기려고 애쓰는 것일 뿐, 일을 잘하는 것은 아니다. 목표 달성을 위해선 협력이 유리하다"는 미국의 교육학자 앨피 콘의 말을 새겼으면 한다.

/여론매체부장 jjnews@kwangju.co.kr

사설

목포 평화광장 시설·관리 엉망이라니

목포시 주민들의 대표적인 휴식공간인 평화광장이 관리에 혼선을 빚고 있는데다 시설이 매우 열악해 전반적인 수술이 필요하다는 여론이다. 조성된지 12년 된 평화광장은 각종 행사의 공간이자 근린공원으로 시민들이 많이 찾다 보니 각종 민원을 양산하는 등 역기능도 만만치 않다는 지적이다.

현재 평화광장 관리는 목포시청 8개 부서에서 도로와 무대, 음악분수, 화장실 등은 물론 노점상 단속과 교통통제 등을 각기 담당하고 있어 시민들이 민원을 제기하는데 불편이 크고 해결도 제대로 안되고 있는 실정이다.

화장실과 매점 등 일부 시설은 노후화된지 이미 오래다. 매점과 한 건물에 있는 화장실은 비좁은데다 관리마저 안돼 이용객들이 큰 불편을 겪고 있다. 외지인들도 많이 찾는 평화공원의 화장실이 이 정도라면 목포시의 이미지 손상은 불 보듯한 일이다.

밤이 되면 평화광장엔 자전거, 전동 오토바이, 인라인 스케이트 등 각종 놀이기구와 노점상이 즐비하고 사행성 게임까지 등장하면서 각종 민원과 이로 인한 폐해도 적지 않다고 한다. 취객과 무질서 등 성숙하지 못한 시민의식도 문제다.

평화광장은 목포시의 대표적 명소이자 주민들의 휴식공간으로서 삶의 질 제고에 큰 몫을 해온 만큼 이제는 그 역할에 걸맞는 손질이 필요한 시점이다. 목포시는 우선 관리부서를 대폭 축소하거나 일원화해 효율성을 높여야 할 것이다.

첫 인상을 좌우하는 화장실 신축·확대 또한 더 이상 머뭇거릴 사안이 아니다. 많은 소득을 올리면서도 세금 한 푼 내지 않는 놀이기구와 노점상을 차라리 양성화시켜 세원 확보와 체계적인 관리를 위한 방안도 적극 검토할 필요가 있다.

목포시는 외지인들에게도 잘 알려진 평화광장의 브랜드 가치를 높이는 것만이 시의 자산이자 경제적 효과를 가져올 수 있다는 사실을 유념해야 할 것이다.

시·도, 동복댐 정비사업 합의점 찾아내야

광주시의 상수원인 동복댐 주변 정비사업이 10년째 난항을 겪으면서 애꿎은 주민만 피해를 보고 있다고 한다. 동복댐 인근 지역 주민을 위한 각종 정비사업 재원 마련을 놓고 광주시와 전남도가 합의점을 찾지 못해 주민들이 개발행위 제한 등으로 재산권 행사를 못하고 있다는 것이다.

지난 1985년 준공된 동복댐은 광주시 상수도사업본부가 관리하고 있다. 하지만 동복댐 건설로 화순군 이서·북·동복면 일대가 상수원보호구역으로 묶이면서 이 일대 189㎢에 거주하는 지역민들은 재산권 행사는 물론 생활 기반 및 편의시설 설치에 많은 제약을 받고 있다.

이에 따라 전남도는 지난 2001년 제정된 '댐 건설 및 주변 지역 지원에 관한 법률'에 의거해 광주시에 댐 인근 지역주민을 위한 생산기반조성·복지문화시설·공공시설사업 등에 필요한 지원을 해 줄 것을 요구하고 있다. 댐 수혜지역인 광주시가 댐 건설로 피해를 보고 있는 주민에 대한 보상에 나서야 한다는 것이다.

이에 대해 광주시는 열악한 재정형편을 들어 지원에 난색을 표하고 있다. 댐 건설 당시 부채를 현재까지 상환 중이어서 지원 여력이 없다는 이유에서다. 또한 사업비 지원은 강제조항이 아닌 임의규정으로 반드시 이행해야 할 책임이 없다는 것이 광주시의 설명이다.

댐 주변 지역의 사회·경제적 안정과 지역 기반 정비를 위해 투자를 하는 것은 너무도 당연하다. 특히 상수원의 경우 수혜지역 지자체가 댐 인근 지역민의 피해 보상에 적극 나서야 한다. 수자원공사가 광주의 또 다른 상수원인 주암댐에 지난해까지 300억 원을 지원한 사례도 있다.

광주시와 전남도는 동복댐 주변 지역민의 보상을 위한 합리적인 해결책을 서둘러 찾아야 한다. 광주시민을 위해 재산상·환경상 불이익을 당하고 있는 주민들을 광주시가 지원하지 않으면 누가 보호하겠는가.

특별기고

위기의 광주 LED산업 기회로 활용하자

조규종

'10년이면 강산도 변한다'는 말이 있다. 과학과 기술이 급속히 발달되면서 10년이라는 시간은 우리사회에 엄청난 변화를 몰고 왔다.

광주 첨단산업단지는 불과 10여년전만 하더라도 논과 밭이 전부였다해도 과언이 아닐 것이다. 하지만 지역전략산업인 광산업이 뿌리를 내리면서 이제 '광산업의 메카'로 화려한 변신에 성공했다.

광주 광산업은 전세계적인 인터넷보급 확산과 녹색성장이라는 화두가 제기되면서 눈부신 성장을 이어오고 있으며, 광통신부품과 LED제품이 쌍두마차로 광산업의 성장세를 견인하고 있다.

특히 LED의 경우 광산업 육성 초기인 2000년 초에는 LED업체가 전무하였으나 2005년도에 광산업육성 2단계 사업이 시작됐다. 2010년 말 기준 LED업체는 131개사로 광주 광산업체 중 37%를 차지하고 있다. 국내 LED 업체 834개사 중 약 16%를 차지하고 있어 업체수만 보더라도 큰 성장을 하고 있음을 알 수 있다.

이렇듯 광산업 육성 사업의 성과가 실질적으로 나타나고 있지만 최근 국내 대기업들의 잇따른 LED산업 진출로 인해 중소업체 위주인 광주 LED산업은 경쟁력 약화라는 최대의 위기를 맞고 있다.

이러한 경쟁력 약화의 주요 요인으로는 중소기업 영역으로 간주되어온 LED조명산업 시장에 대기업의 진출이라는 악재가 있다.

하지만 보다 더 근본적인 요인들이 있다. 첨단기술력을 바탕으로 하는 칩, 패키징, 모듈, SMPS제조 분야보다는 첨단기술력이 없더라도 사업 참여가 가능한 LED응용 분야에 광주지역 LED업체중 약 90%를 차지하고 있다. 이들 업체 대부분이 각 지방자치단체들이 발주한 야간경관조성사업에 참여해왔으나 최근 사회적분위기와 에너지절약정책에 따른 사업축소로 일손을 놓고 있는 실정이다.

2015년까지 공공부문의 조명 30%를 LED로 교체한다는 정부계획 역시 예산투입이 되지 않아 시장수요가 막혀있는 상황이다.

더욱이 정부나 공공기관에서 발주하는 사업에 참여하기 위해서는 필수적으로 취득해야하는 KC(전기안전인증), KS(품질인증), 고효율 에너지기자재인증에 있어서도 중소기업이 감당하기에 벅찬 비용과 시간이 든다. 또 생산설비 및 전문인력확보 등 장벽이 높으며 틈새시장을 확보하기 위해 필요한 연구개발자금지원에 있어서도 현재 추진중인 광산업육성 3단계 사업의 경우 1, 2단계사업비 규모에 비해 약 15% 수준에 불과한 상황이다.

광역경제권 선도산업지원사업에서도 연구개발 사업에 참여하기 위해서는 매출액이 100억원이상 기업만 참여가 가능하도록 되어 있어 광주지역 LED중소기업의 경우 참여자체가 원천적으로 봉쇄되어 있는 구조적인 문제점을 안고 있는 게 사실이다.

그러나 광주시와 한국광산업진흥회에서는 이미 이러한 문제점을 간파하고 광주 LED산업 경쟁력강화방안을 수립하고 작년 말부터 시행해오고 있다.

강운태 시장이 말레이시아, 미국, 유럽지역 국가들을 방문하면서 투자유치활동과 병행하여 LED수출계약 및 MOU를 체결하는 일련의 노력들 역시 광주지역 LED기업의 해외시장진출을 통한 매출증진 등 경쟁력강화전략이다.

지난 5월 11일, 6월 8일자로 중앙정부에서 발표한 'LED산업 제2도약전략'과 '녹색 LED조명 보급 활성화방안'도 그동안 한국광산업진흥회, 한국광기술원의 참여하에 도출해낸 LED산업육성계획으로서 궁극적으로는 광주지역 LED산업경쟁력강화에도 촉매제가 될 것이다.

그러나 더욱 중요한 과제는 광주지역 LED업계 내부의 자구노력이다. 유사동종 생산아이템 업체간 전략적인 M&A, 양산체계구축을 위한 규모의 경제 달성차원의 원자재 공동구매와 공동생산 협업화, 심화된 경쟁체계를 탈피한 상생협력, 1사 1주력특화제품 발굴, 틈새시장확보를 위한 자체 연구개발 노력이 병행될 때 위기의 광주 LED산업이 기회로 작용할 것임을 믿어 의심치 않는다.

〈한국광산업진흥회 상근부회장〉

기고

뚝배기보다 장맛

유순남

광주시 모 구청은 금년 들어서 구를 상징하는 상징마크와 캐릭터를 바꿨다. 두 가지나 되는 상징마크를 두고 왜 또 다시 예산을 들여야만 했는지 안타깝다. 그 구청은 8년 전만해도 구청을 상징하는 그 어떤 상징물도 없었다. 그런데 불과 8년 만에 벌써 3가지 상징물들이 등장하게된 것이다.

첫 번째 상징물은 2002년 가을 CIP(이미지통일사업 추진위원회)를 구성하여 6개월 이상의 회의를 거쳐 주민들에게 설문조사를 하고, 전문가들의 도움을 받아 1여년 만에 제정했다. 상징마크와 캐릭터는 물론이고, 구민헌장과 구민의 노래, 구기 등 기타 상징물들도 만들었다.

수피아여중에서 대남로로 가는 내리막길을 갈 때마다 두 머리를 부딪치며 찡긋 웃고 있는 '고싸움을 본뜬 상징물'이 그려진 제설함을 보며 나도 따라 웃었다. 그것이 첫 번째 상징물이다. 고싸움은 해당 구에서 보존 전승하는 중요무형문화재 제33호로 지정된 민속놀이다.

처음으로 구 상징마크를 갖게 된 주민들은 보기만 해도 즐거운 마크를 좋아하는 분위기였다. 그런데 몇 개월 지나지 않아 그 상징물이 구민들에게 익숙해지기도 전에 당시 구청장은 많은 예산을 낭비하며 또 다른 상징마크를 만들었다. 그로인해 청사 건물을 비롯한 공공시설물, 공용차량, 기념품, 관광안내판, 공문 등에 두 가지의 상징물이 섞여있어서 주민들은 무척 혼란스러워했다. 거기에 또 다른 상징물이라니….

상징마크는 물질보다 더 중요한 정신세계의 문제이다. 구청 마크는 나라를 상징하는 국기와 다르지 않다고 생각한다. 대통령이 바뀌었다고 해서 국기를 바꾸는 나라가 있었는가? 또 꼭 바꾸어야할 이유가 있었다면 주민에게 그 뜻을 물었어야 하지 않았을까?

개인적인 생각으로는 새로운 상징물을 만들기보다는 시간이 지나거나 청장이 바뀌어도 문제가 없는 맨 처음에 만들었던 상징마크를 사용했더라면 더 좋지 않았을까 하는 아쉬움이 있다. 구 상징마크는 말 그대로 구를 상징하는 것이지 청장의 정책과 맞아떨어져야한다고 생각되지 않는다. '뚝배기보다 장맛'이라는 말도 있지 않는가?

취임한 지 채 1년밖에 되지 않아 아직 말하기는 조심스럽지만 장애인복지관, 노인전문병원, 도서관 건립 등 피부에 와 닿는 행정을 펼치는 청장을 내심 기대하며 응원하고 있다. 그래서 더욱 상징마크 변경이 청장의 업적에 '옥에 티'가 되지 않을까 걱정이다.

몇 년 전 모 국회의원이 선거공약으로 "○○을 하지 않겠습니다!" 라는 공약을 내놓은 적이 있었다. "환경을 파괴 하지 않겠다! 자연을 훼손하지 않겠다! 있는 것 버리고 새로 만들지 않겠다!" 등등. 이 얼마나 아름답고 중차대한 공약인가.

정치든 개인사든 무언가를 잘하기보다는 잘못한 일이 없게 하는 것이 더욱 중요하지 않을까?

〈해남공업고등학교 기간제교사〉

無等鼓

영웅의 몰락

아일랜드의 전설 속 영웅이자 거인인 오이신(oisin)은 어느 날 부하들과 '에린의 숲'에서 사냥을 하던 중 '청춘의 나라' 공주를 만난다. 마법에 걸려 아름다운 여인의 몸에 돼지머리를 한 공주는 오이신과 결혼을 함으로써 저주에서 풀려난다.

청춘의 나라 왕이 되어 3년을 지낸 오이신은 자신의 초자연적 아내에게 고향에 다녀오겠다는 뜻을 밝힌다. 아내는 "이 곳의 3년은 바깥 세상의 300년"이라며 "꼭 다녀오려면 백마를 타고 가되 결코 땅을 밟지 말 것"을 당부한다. 오이신은 마침내 에린의 숲에 도착하지만, 땅에 떨어져 있는 뿔나팔을 주우려다 무의식 중에 한 발로 땅을 딛고 만다. 순간 백마는 사라지고, 오이신은 땅바닥에 누운 눈먼 장님으로 변한다.

천마를 타고 어머니를 뵈러 온 나무꾼이 뜨거운 팥죽을 말 등에 엎지르는 바람에 땅에 떨어져, 다시는 하늘에 오르지 못하고 수탉으로 변했다는 우리나라 '선녀와 나무꾼' 이야기를 연상케 하는 신화다.

일본의 고지키(古事記)에는 태고의 신 이자나기가 죽은 누이이자 배우자인 이자나미를 구하기 위해 황천으로 내려갔다가 '결코 봐서는 안 된다'는 약속을 깨고, 구더기가 슬어 썩어가는 이자나미를 바라보는 바람에 구출 시도가 수포로 돌아갔다는 신화가 기록되어 있다.

아내 에우뤼디케를 구하러 지옥으로 갔다가 약속을 깨고 뒤를 돌아봄으로써 결국 실패한 오르페우스 이야기도 유명하다.

이처럼 신화 속 영웅에게 실패를 안기는 장애물들은 대부분이 사소한 실수, 즉 '인간의 약점'에서 비롯된 것들이다. 어이없는 부주의, 무책임한 호기심, 근거 없는 두려움, 그리고 어리석은 사랑 등이 그것이다.

세계 유명인사들의 불륜 스캔들이 잇따르고 있다. 자신의 분야에서 '영웅'으로 떠받들어지는 이들의 몰락 역시 신화 속 영웅의 그것처럼 '인간의 약점'에서 비롯됐다는 점에서 어쩔 수 없는 인간의 한계를 새삼 느끼게 된다.

/홍행기 정경부 차장redplane@

외국인 혐오 사이트 극단적 민족주의 경계해야

최근 황당한 이메일을 받았다. 메일을 열어봤더니 외국인 노동자가 국내에서 저지른 각종 범죄 사건 등을 잔뜩 열거한 뒤 "외국인을 전부 한국땅에서 추방해야 범죄가 없어진다"는 내용이었다.

마치 총기난사사건이 난 미국에서 한국인은 위험하니 전부 추방해야 한다고 주장하는 꼴이었다.

자칫 이런 극단적인 생각을 하는 사람들이 아무 죄없는 외국인들에게 테러를 저지르지 않을까하는 걱정이 앞선다.

한국사회는 급속도로 다문화사회로 변모하고 있다. 하지만 일부에서는 외국인 추방을 주장하며 극단적 민족주의를 부르짖고 있다. 이 같은 문제는 우리가 경계해야 한다.

인터넷 검색창에서 '외국인' '추방' 등의 단어를 치면 외국인 혐오 사이트를 찾을 수 있다.

이 사이트 게시판에는 "동남아시아 열등인종들 다 죽여라", "대한민국을 더럽히는 외국인을 몰아내자" 등의 극단적인 글들이 올라와 있다.

학교와 가정에서 어린 자녀들에게 인종차별에 대한 나쁜 인식을 버리고, 외국인을 포용할 수 있는 성숙한 시민의식을 가르쳐야 하겠다.

우리가 백인우월주의에 사로잡혀 있는 일부 국가에서 당하는 인종차별의 설움을 생각해 본다면 이런 교육은 더더욱 중요하다.

▲나윤성·광주시 남구 봉선2동

◇ 독자투고 환영합니다

독자투고를 기다립니다. 주변의 작은 이야기들, 생활의 경험 등 어떤 내용의 원고나 사진, 만화, 만평도 환영합니다. 채택된 원고는 고료를 지급합니다. 원고를 보내실 때는 이름, 주소, 전화번호를 함께 적어 주십시오.

501-711 광주광역시 동구 금남로 2가 20-2 광주일보 오피니언 담당자

전화 062-2200-628 팩스 062-222-4918

e메일 opinion@kwangju.co.kr

光州日報 The Kwangju Ilbo

회장 金鐘宅 사장·발행·편집·인쇄인 柳濟喆 논설주간 申港樂 편집국장 曺庚完

1952년 4월 20일 創社 1980년 11월 29일 등록번호 광주가1(일간) | 광주광역시 동구 금남로 2가 20-2(우편번호 501-711)

대표전화 222-8111·2200-551〈지사·지국(구독신청·배달안내)〉 광고문의 062-227-9600

편집국안내
〈대표 FAX 222-4918〉 문화생활부 2200-661
편 집 부 2200-649 여론매체부 2200-621
정 경 부 2200-612 체 육 팀 2200-697
〈대표 FAX 222-4918〉 사 진 부 2200-693
사 회 부 2200-616 조 사 부 2200-571
〈대표 FAX 222-4267〉 전 산 팀 2200-685

경영지원국 2200-515 문화홍보국 2200-541
〈FAX 222-8005〉 〈FAX 222-0195〉
광고마케팅국 227-9600 독자서비스국 2200-551
〈FAX 227-9500〉 〈FAX 227-9500〉
디 자 인 2200-536 서 울 지 사 02-773-9331
기획사업국 2200-555 〈FAX 02-773-9335〉

※구독료 월정 10,000원 1부 500원

본지는 신문윤리 강령 및 그 실천요강을 준수합니다