

시민·사회단체 어우러진 가치소비축제의 장

여름 내내 사용했던 소형 선풍기 기증하기, 비건 음식 나누기, 놀이로 전통의 맛 배우기, 이주민에 대해 알아보기.

지난 1일 전일빌딩 245에서 열린 '제2회 광주시민사회박람회' 현장은 시민과 사회단체가 함께 어우러진 축제의 장이었다. 참가자들은 환경, 여성, 마을자치 등 시민사회단체가 준비한 35개 부스에서 직접 공익활동을 체험하고 다양한 미션 완수 후 받은 시민페이로 시민 단체를 지원하며 서로 연결됐다.

‘제2회 광주시민사회박람회’ 성황
환경·여성·마을자치 등 35개 부스
에너지·식생활 분야 공익활동 체험
광주일보사·문화기획사 라우 진행
자원 회수 이벤트 ‘한 번 더 캠페인’

※지구를 생각하는 환경·에너지 단체



‘지금 내가 소비하는 것들은 다시 쓰고, 아껴 써서 미래세대에게 물려줘야 할 소중한 자원입니다.’

이날 박람회에서는 지구 환경과 에너지 문제 등에 대해 한번쯤 생각해 보게 만드는 단체들의 부스가 눈에 띄었다. 시민생활환경회의는 껌데기는 빼고 알맹이만 주고 받는 순환 경제를 꿈꾸며 ‘소분 shop 소분소분’을 운영했다. 집에서 쓰던 주방세제 용기를 가져오면 친환경 주방 물비누를 무료로 담아갈 수 있는 행사였다.

첨단 전환마을 네트워크는 나와 이웃, 마을로부터 에너지 쓰레기, 교통, 식생활, 경제활동 등 생활 전반에서 삶의 방식을 전환해 기후위기에 대응하고 지속가능한 사회 만들기를 꿈꾸는 단체다. 태양으로 구운 계란을 소개하는 ‘태양, 그 알이 알고 싶다’ 행사에는 특히 어린이가 체험자들이 많았다.

기후행동비건네트워크는 ‘채식하면 지구가 쿨해져요’라는 캐치프레이즈를 내걸고 ‘지구와 나를 위한 하루 한끼 채식’ 무료 시식 행사를 진행했으며 광주시민센터는 미세플라스틱 없는 식물 수세미 만들기 행사를 진행했다. 또



광주불교환경연대가 진행한 지구등 만들기 행사 모습.

광주전남불교환경연대는 멸종위기 동물 캐릭터를 활용해 나만의 예쁜 지구등을 만드는 체험 행사를 진행했다.

그밖에 두바퀴라이드사회적협동조합은 자전거로 만나는 따뜻한 세상을 소개했으며 ‘광주생물탐구 생활-알쏭달쏭 환경 퀴즈’(광주환경운동연합), ‘나뭇잎 그림 엮서 체험’(광주전남녹색소비자연대) 등 다양한 프로그램이 진행됐다.

※쓰레기 없는 친환경 프로젝트 ‘한 번 더 캠페인’

광주일보사와 문화기획사 라우가 진행하고 있는 ‘한 번 더 캠페인’은 이날 ‘움직이는 우리 동네 회수 센터’로 시민들을 만났다. 한번 만들어진 자원의 쓰임과 순환을 고민하는 캠페인 협업 단체 유어스텝(한결음 가게)과 함께



광주일보사와 문화기획사 라우, 유어스텝이 함께 진행한 ‘움직이는 우리 동네 회수 센터’ 행사에는 많은 시민들이 방문했다.

기획한 프로그램이다.

이날 행사에서는 모두 네 가지 물품을 집중적으로 회수했다. 충전식 선풍기나 소형 조명 등 충전식 폐소형 가전, 충전 케이블, 어댑터 등 폐전선, 종이팩(일반팩과 멸균팩), 쇼핑백이다. 특히 참여자에게는 실생활에서 환경을 생각하며 사용할 수 있는 제로웨이스트 제품을 제공, 참여를 독려했다.

현장에는 함께 모은 우유팩을 깨끗이 씻어 가져오고 휴대폰을 바꾸며 사용할 수 없게 된 어댑터 등을 회수함에 놓고 가는 등 시민들의 발길이 이어졌다. 또 박람회장에서 열린 다양한 체험프로그램에 사용했던 종이팩 등도 함께 수거했으며 뜨개실, 바늘, 지퍼, 끈 등 패션 부자재 나눔 행사도 진행됐다.

한결음 가게 김지현 대표는

“이번 자원 회수 이벤트를 통해 참가자들이 지구 환경에 대해 한 번쯤 생각하는 기회가 되었길 바란다”며 “모인 물품들은 ‘한 걸음 부스’에서 활용할 계획”이라고 말했다.

‘한 번 더 캠페인’은 오는 8일 광주극장 영화의 집에서 열리는 ‘지구농장터’ 행사장에서 ‘한 번 더 부스’를 운영하며 11월 한달 간 ‘한 번 더 부스’와 관련한 1대 1 컨설팅, 찾아가는 수리소도 진행할 계획이다.

한편 박람회에서는 그밖에 ‘모두를 위한 화장실’(광주인권지기 활짝), ‘전통의 맛, 놀이로 배우다’(늘봄교육공동체), ‘귀로 보는 나의 건강’(몸담살림마을공동체), ‘마음 토닥임 캘리그라피 수렁’(마을기업연합회), ‘슬기로운 5·18 역사왜곡 대응 실험실’, ‘오월의 청년 윤성원의 향기’(윤성원기념사업회) 등 다양한 부스가 운영됐다.

/글·사진=김미은 기자 mekim@kwangju.co.kr

※ 이 기사는 지역신문발전기금 지원을 받았습니다.

투사회보를 들고 있는 윤상원 열사를 만나는 윤상원기념사업회 행사.

쿠팡플레이, 국내 OTT 이용자수 2위... 넷플릭스 맹추격



쿠팡플레이가 국내 OTT(온라인 동영상 서비스) 월간 활성 이용자수(MAU)에서 넷플릭스에 이어 2위를 차지한 것으로 나타났다.

4일 쿠팡플레이에 따르면, 데이터 테크기업 아이지아이웍스의 모바일인덱스가 발표한 지난달 OTT MAU에서 넷플릭스가 1504만 3143명으로 1위, 쿠팡플레이가 795만 5477명

으로 2위로 나타났다.

이어 티빙이 764만 9491명, 웨이브 424만 7680명, 디즈니플러스 261만 4385명 순으로 추산됐다.

와이즈앱·리테일 자료에서도 쿠팡플레이의 10월 MAU는 830만 5766명으로 넷플릭스(1444만 2338명)에 이어 2번째로 많은 것으

로 나타났다.

쿠팡플레이 측은 영상 ‘저스트 메이크업’의 흥행 등 콘텐츠 경쟁력이 활성 이용자 수 증가를 가져왔다고 분석했다.

지난달 3일 방영을 시작한 K-뷰티 서바이벌 프로그램 ‘저스트 메이크업’은 공개 첫 주 대비 시청률이 748% 급증하며 5주 연속 쿠팡플레이

인기작 1위, 예능 콘텐츠 시청 만족도 1위를 기록하고 있다고 쿠팡플레이는 전했다.

쿠팡플레이는 또 HBO와 HBO Max의 최신 오리지널 콘텐츠를 비롯해 파라마운트 플러스, 소니 픽처스, 중국·일본 콘텐츠 등 글로벌 콘텐츠와 영국 프리미어리그에 더해 지난달 시작된 미국프로농구(NBA) 2025-26 정규 시즌 주요 경기 한국어 해설 중계 등 스포츠 콘텐츠를 강화한 것이 긍정적인 영향을 미치고 있다고 설명했다. /연합뉴스



쏟아 IT 정보

‘2026 카카오 점자 달력’ 제작

카카오가 4일 점자의 날을 맞아 ‘2026 카카오 점자 달력’을 제작했다. 카카오 점자 달력은 ‘더 가깝게, 카카오’라는 슬로건 아래 지난해부터 추진돼온 상생 사업이다.

올해는 전년 대비 수량을 167% 확대한 8천부를 제작했다. 카카오는 전국 시각장애 특수학교에 2천200부, 한국시각장애인연합회 등 시각장애 기관에 5천200부를 배포한다. 지난해와 달리 성인 시각장애인에게도 배포하고 비장애인도 경험할 수 있도록 카카오메이커스에서 600부를 판매한다.

달력은 시각장애인이 손끝으로 캐릭터를 느낄 수 있도록 설명을 점자로 만들고, 라인업 어퍼치 등 캐릭터 위에 촉각선을 넣은 것이 특징이다.

LGU+, AI 네트워크 자동 설치

LG유플러스가 아마존웹서비스(AWS)와 함께 에이전트AI를 활용해 클라우드 네이티브 네트워크 소프트웨어를 자동 설치하는 기술을 개발했다고 4일 밝혔다. 클라우드 네이티브 네트워크 소프트웨어는 클라우드 환경에서 실제 네트워크 장비처럼 동작할 수 있도록 코드로 구현된 가상 장비이다.

양사가 개발한 기술은 이를 에이전트AI가 자동으로 설치해주며 설치 시간은 기존 대비 최대 80% 단축된다. AI가 네트워크 설계 문서를 학습해 설치와 설정, 문제 해결까지 스스로 수행한다.

아이폰·에어팟 한국어 번역기능

애플이 아이폰 일부 앱과 에어팟에 한국어·중국어·일본어 실시간 번역 기능을 추가한다고 4일 밝혔다. 이 기능은 에어팟 프로 2세대와 4세대(액티브 노이즈 캔슬링)에서 사용할 수 있으며, 메시지·전화·페이스타임 등 주요 앱에서도 적용된다.

메시지 앱에서는 사용자가 입력 중인 답장이 자동으로 번역돼 상대방의 언어로 전송된다. 전화 앱에서는 통화 내용을 번역된 음성으로 들을 수 있고, 화면 자막으로도 확인할 수 있다.

애플은 모든 실시간 번역은 온디바이스 방식으로 처리돼 사용자의 개인 대화 내용이 안전하게 보호된다고 설명했다.

유튜브, 오늘의 집 등 쇼핑 제휴

유튜브가 쇼핑 제휴 프로그램 파트너에 컬러, 쿠팡, 오늘의집을 추가했다고 4일 밝혔다.

유튜브 쇼핑 제휴 프로그램은 크리에이터의 수익 창출을 지원하는 프로그램으로 참여 크리에이터는 이날부터 컬러와 쿠팡의 상품을 콘텐츠에 태그해 유튜브에서 소개할 수 있다.

내주 초부터는 오늘의집 상품도 태그할 수 있다. 지난 6월 기준 자격 요건을 충족한 국내 크리에이터의 45% 이상이 유튜브 쇼핑 제휴 프로그램에 참여했고, 지난 3월 기준 95만개 이상 동영상에 제품 태그가 적용됐다. /연합뉴스

wilo

대한민국 판매 1위 펌프 윌로펌프

강력한 성능! 합리적 가격!
농사용 펌프도 역시 윌로펌프

전국 132개 서비스망

