

시론

왜 우리 지역관광은 선택받지 못하는가?



정성민

더재움 대표·한국전통문화대학교 겸임교수

지역소멸은 더 이상 통계 속 경도가 아니다. 인구는 줄고, 상권은 약해지며, 청년은 떠난다. 그 대안으로 관광이 호출되지만 결과는 기대에 미치지 못한다. 시설은 늘었고 예산은 투입됐지만, 선택받는 지역은 소수에 머문다. 무엇이 잘못됐을까.

필자는 '소멸을 넘는 지역관광의 재구성'을 통해 실재를 닦아보다 구조를 다시 보려고 시도한다. 관성적으로 되풀이돼 온 하드웨어 중심 개발의 한계를 비판하고, '방문'이 아닌 '관계'가 남는 새로운 관광 문법을 모색하려는 것이다. 결핍을 매력으로 바꾸는 발상의 전환과 '사람' 중심의 거버넌스를 통해 소멸 위기를 넘을 대안을 제시한다.

어디를 가도 비슷한 관광지가 되는 이유는?

주말마다 새로운 지역을 찾지만 풍경은 낯설지 않다. 대한민국 지역관광의 지도는 언제부터가 변별력을 잃었다. 강원도에서 성공했다는 출렁다리가 전라도 산자락에 놓이고, 경상도의 벽화마을이 충청도 아귀에 복제된다. 이름표만 바꾸면 어디가 어디인지 알 수 없는 '붕어빵 관광지'의 범람이다. 지자체마다 수백억 원의 예산을 쏟아부으며 '최장', '최고', '최초'라는 수식어에 매몰돼 정작 지역만의 '유일함'을 실종했다. 단언컨대 이러

한 달콤한 모방은 소멸해가는 지역을 살리는 동력이 아니라 자생력을 잠식하는 구조적 오류다.

관광의 패러다임은 이미 거대한 전환을 맞이했다. 과거의 관광이 유명한 장소를 찾아가 사진을 찍고 교양을 쌓는 '시각적 관람'에 머물렀다면, 지금의 여행자는 그곳에서만 가능한 '고유한 경험'을 소비한다. 소비자들은 더 이상 서비스나 상품 그 자체에 열광하지 않는다. 대신 자신의 가치관을 투영하고 삶의 변화를 이끌어낼 수 있는 진정성 있는 체험에 지갑을 연다. 하지만 우리의 관광 정책은 여전히 하드웨어라는 낡은 공식에 갇혀 있다. 건물을 지으면 사람이 올 것이라는 공급자 중심의 환상이 붕어빵 관광을 낳았다.

문제의 본질은 '무엇을 보여줄 것인가'라는 시각 중심의 사고다. 최근 5년간의 관광 트렌드 보고서를 살펴보면 여행자들은 지역의 삶이 묻어나는 '로컬의 정체성'에 더 높은 점수를 준다. 일본의 작은 산골 마을 가미카쓰정(上勝町)의 사례를 주목할 필요가 있다. 이곳은 화려한 랜드마크 하나 없지만 '쓰레기 제로(Zero Waste)'라는 마을의 철학을 관광 상품화했다. 관광객은 기꺼이 불편을 감수하며 재활용을 체험하고 환경적 감성을 얻는다. 출렁다리는 없지만 마을의 '신념'을 경험시킨 것이 지속적으로 방문을 이끄는 차별적 자산이 되었다.

행정 입장에서 검증된 성공 사례를 벤치마킹하는 것이 효율적일 수 있다. 단체장의 임기 내에 눈에 보이는 성과를 내야 하는 정치적 논리도 무시하기 어렵다. 그러나 이 '안전한 선택'의 결과는 참담하다. 한국문화관광연구원이 전국 100m 이상 출렁다리의 조

성·운영 실태를 분석한 결과에 따르면 개장 7년 차부터 방문객이 급감하는 뚜렷한 한계를 보였다. 개장 효과가 끝나는 순간 시설은 빠르게 경쟁력을 상실한다. 유지보수비는 계속 투입되지만 방문객 감소로 인한 수익 저하는 지역 재정 부담으로 되돌아온다.

충남 지역의 전망대 높이 경쟁도 획일화의 민낯을 보여준다. 한 지역이 51m를 세우자 인근은 65m, 또 다른 곳은 70m를 세웠다. 높이는 달라졌지만 경험은 달라지지 않았다. 몇 미터 더 높아졌다고 해서 지역의 매력이 깊어지는 것은 아니다. 경쟁은 타이틀을 남기지 못한다.

이제 지역관광의 문법을 근본적으로 재구성해야 한다. 첫째, 하드웨어 설계 전 로컬의 삶과 기억, 정체성을 큐레이션하고, 흉내낼 수 없는 자원을 찾아 '경험'을 설계해야 한다. 2025년 유네스코 세계유산 종묘를 모티브로 '거대한 나무 아래서 책을 읽는 경험'을 건축적으로 구현해 낸 전북 고창군의 '고창황윤 석도서관'은 훌륭한 사례다. 둘째, 신규 사업 심사 시 타 지역과의 유사성을 검토하는 '차별성 지표'를 도입해야 한다. 지역의 고유성이 없는 사업에는 과감히 제동을 걸 필요가 있다.

결국 지역관광의 승부처는 '최고' 경쟁이 아닌 '유일함'에 있다. 붕어빵처럼 찍어낸 풍경으로는 까다로운 현대 여행자의 마음을 사로잡을 수 없다. 우리 지역에서 어떤 삶의 변화를 경험하게 할지 치열하게 고민해야 한다.

관광은 건축물이 아니라 기억을 남기는 일이다. 복제된 화려함 뒤에 숨겨진 지역의 진정성을 복원하는 것, 그것이 소멸을 넘어서는 첫 출발점이다.

자치칼럼

통합 20조원, '미래 투자'·'자치 분권' 마중물로



김용민

송원대학교 교수·한국행정학회 부회장

'전남광주통합특별시' 설치를 위한 특별법'이 법률제2446호, 3월5일 제정됐다. 인구 감소와 지역 소멸이라는 절체절명의 위기 속에서 단행된 이번 통합은 단순한 행정 구역의 결합을 넘어, 호남권의 제도약을 위한 마지막 승부수라 같다.

이제 시도민의 시선은 정부가 약속한 20조 원 규모의 통합 인센티브로 향하고 있다. 매년 5조 원이라는 이자금을 어떻게 배분하고 집행할 것인가에 대한 철저한 원칙 수립이 시급하다. 필자는 상생과 번영의 마중물이 되기 위한 핵심 원칙과 '주민자치'의 가치를 담은 제언을 하고자 한다.

첫째, 기본권의 평등 즉 최저 행정서비스 보장제이다. 통합특별시의 가장 큰 숙제는 지역 간 격차 해소다. 광주 도심과 전남의 도서 산간 지역 어디에 살든 시민으로서 누려야 할 최소한의 기본권은 평등해야 한다. 이를 위해 '최저 행정서비스 보장제'를 도입해야 한다. 상하수도 보급률, 응급의료 접근성, 소방차 도착 시간 등 생명과 직결된 기초 지표가 낮은 낙후 지역에 예산을 '0순위'로 강제 배정해야 한다. '어디에 살든 생명값은 같다'는 원칙이 통합의 첫 번째 정의가 돼야 하

며, 이는 통합특별시의 정당성을 확보하는 근간이 될 것이다.

둘째, 소외 없는 성장의 로드맵 마련이다. 즉 거점별 '순환 투자' 시스템이다. 20조 원이라는 거액을 한꺼번에 모든 지역에 뿌리는 것은 예산의 효율성을 떨어뜨리고, 오히려 "우리 지역은 왜 빠졌느냐"는 상대적 박탈감을 부추길 수 있다. 따라서 권역별(광주·서부·동부·중남부권) 대형 프로젝트의 착공 시기를 엇갈리게 배치하는 '순환 투자 시스템'이 필요하다. 올해는 서부권 의료, 내년은 동부권 문화 식으로 순번을 정해 예측 가능성을 높인다면, 모든 지역이 "기다리면 반드시 우리 차례가 온다"는 확신 속에 통합의 시너지를 기다릴 수 있다.

셋째, 시너지의 극대화를 위해 '융합 사업' 가산점과 비주류 보호이다. 광주의 첨단 AI 기술을 전남의 양식장과 농가에 접목하고, 전남의 천혜 관광 자원을 광주의 숙박 인프라와 연결하는 식의 '시·도 융합 사업'에 예산 우선권을 부여해야 한다. 또한, 거대 SOC 사업에 밀려 문화, 예술, 장애인 복지 등 소프트웨어 분야의 예산이 삭감되지 않도록 '비주류 분야 예산 쿼터제'를 도입해 삶의 질을 결정하는 세밀한 복지망을 수호해야 한다.

넷째, 아래로부터의 통합을 위해 주민자치와 '주민참여예산 쿼터제'가 필요하다. 정부 지원금 20조 원이 온 주도의 하향식 배분에 그친다면, 통합의 완기는 시민의 삶 구체화 석까지 전달되지 못할 것이다. 진정한 통합은 '행정의 결합'을 넘어 '주민의 결속'으로

완성된다.

이를 위해 '주민자치 강화 예산'을 별도로 편성해야 한다. 읍·면·동 단위의 주민자치회가 지역의 문제를 스스로 진단하고 해결할 수 있도록 실질적인 예산 결정권을 부여하는 것이다. 마을 도서관의 운영 방향, 소규모 마을 도로 정비, 지역 특화 축제 기획 등은 주민들이 가장 잘 아는 영역이다. 20조 원 중 일정 비율을 '주민참여예산'으로 고정 배정해, 주민들이 예산 집행의 주체가 될 때 비로소 통합특별시에 대한 소속감과 자부심이 싹틀 수 있다.

다섯째, '소모적 복지'에서 '수익형 투자'로의 패러다임 전환이다. 가장 중요한 본질은 20조 원이 단순한 '지원금'이 아닌 '투자금'이 되어야 한다는 점이다. 단순히 나눠주고 사라지는 예산은 일시적인 처방일 뿐이다. 에너지 신산업, 미래 모빌리티, 지능형 농수산업 등 수익 창출이 가능한 구조에 우선 투자해야 한다.

여기서 한 발 더 나아가, 발생한 수익금의 일부를 '지역상생기금'으로 적립하여 주민자치 사업이나 사회적 약자 지원에 재투자하는 순환 구조를 만들어야 한다. "세금으로 퍼주는 통합"이 아니라 "투자로 스스로 일어서는 통합"이 되어야 한다는 뜻이다.

20조 원은 전남광주특별시의 100년 대계를 세울 천금 같은 기회다. 철저한 행정 서비스의 균형, 전략적인 순환 투자, 그리고 무엇보다 주민이 주인 되는 자치의 원칙이 바로 설 때, 전남광주특별시는 대한민국 국가 균형발전의 찬란한 이정표가 될 것이다.

독자투고

공정하고 깨끗한 지방선거를 위해 우리가 할 일



다가오는 6월3일에는 제9회 전국동시지방선거가 치러진다. 선출 대상만 해도 시·도지사 및 교육감은 물론 시·도의원, 구·군 의원, 시장·군수 등 총 4천 여명에 달한다.

매회 선거철만 되면 어느 후보가 금품을 살포했다거나 상대 후보에 대해 허위 사실을 공표했다는 등 네거티브 선거운동 사례가 뉴스를 장식해왔다. 굳이 국내외 정치 상황을 고려하지 않더라도 현재 우리나라는 급변

하는 시대 흐름에 맞춰 국민이 하나 돼 내실을 튼튼히 다지고 세계 속으로 도약해야 하는 중요한 시기임이 틀림없다. 이러한 때에 지역의 일꾼이 되겠다는 후보자들이 상대방을 비난하거나 금품 등을 이용해 당선되려 한다면 국가적 바람은 묘연해질 것이다.

후보자들은 상대 후보를 비난할 것이 아니라, 지역 특성에 맞는 발전적 비전을 제시하고 그에 맞는 정책을 공약해야 한다. 아울러 선거법 저촉 여부를 면밀히 살펴 법이 허용

하는 범위 내에서 선거운동을 펼쳐야 한다. 유권자들 역시 비전이나 정책의 타당성을 냉정히 평가해 후보를 선택하는 현명한 주권 행사를 해야 한다.

더불어 관련 공무원들은 정치적 중립을 엄격히 지키며 언행에 유의하고 공직자로서의 책무를 다해야 할 것이다. 이번 선거만큼은 그 누구도 공직선거법을 위반하는 사례 없이 공명정대한 지방선거로 기록되기를 기대한다. (김병서·정충경찰서 수사과)

社說

더더욱 치밀하게 설계돼야 할 전남·광주 교육통합

전남·광주 행정통합을 위한 특별법이 국무회의를 통과했다. 6·3지방선거에서 특별시장과 함께 교육감을 선출, 7월1일 공식 출범하게 됐다. 광주시·전남도교육청 또한 통합에 속도를 내야 하는 상황에서 실무 추진단이 첫 회의를 열고 동등한 협력자로서 공감대를 이뤘다고 한다. 특히 학생·학부모·교직원 불이의 제로, 흔들림 없는 협력자로서 공감대를 이뤘다고 한다. 특히 학생·학부모·교직원 불이의 제로, 흔들림 없는 협력자로서 공감대를 이뤘다고 한다.

전국 최초의 사례인 만큼 교육계의 관심도 지대하다. 조직을 합치는 문제가 아니다. 체감하는 변화를 만드는 출발선에 섰다. 일각의 우려를 불식하고 긍정적 시너지를 창출해야 하는 숙제를 안은 셈이다. 학교 현장과 대민 행정에 있어 혼란을 막고, 줄이기 위한 적극적인 협력, 상생의 정신에 역량을 집중해야 한다. 단순한 자문기구를 넘어선 비전위원회 구성·운영에 기대하는 바도 적지 않다. 다양한 목소리를 더 많이 담아내는 역할에 총심해야 한다. 보다 민주적인 속의 과정을 거쳐 대한민국 교육 자치의 새로운 모델을 도출해야 한다.

특별법과 특례 조항에 따른 자치법규, 재정,

조직, 인사 등 통합의 골격을 세우는 일이다. 역점 과제와 쟁점을 중심으로 혼선을 최소화해야 한다. 이전에 전례가 없는데다 미래 100년을 내다보는 발전 전략을 구상해야 한다. 그리 쉽지는 않음에도 진통도 불가피하겠지만 꼭 가야 하는 길이다. 철저한 준비없이 성급하게 추진된다면 고스란히 학생들의 피해로 이어진다. 광주와 전남은 교육 여건의 차이가 두드러져 통합 직후 특정 지역으로의 자원 쏠림 현상이 발생할 개연성도 있다. 역사적인 중대 전환점이다. 백년대계(百年大計) 이상의 '큰 그림'을 그려야 한다. 교육주체들의 충분한 논의와 합의가 선행돼야 할 것이다.

시·도교육청은 매주 1회씩 만나기로 했다. 책무감을 갖고 장기적 관점에서 올바른 교육의 방향을 설정해야 한다. 구제 로드맵을 수립하고 이에 따라 차근차근 진행돼야 한다. 광역 행정통합은 수도권 집중에 대응하고 국가균형발전을 실현할 토대다. 다음 세대를 위한 소명이다. 공동체의 걱정을 말씀하 찾아내야 한다. 치밀하게 설계돼야 한다. 완벽한 교육통합에도 반드시 성공해야 한다.

리터당 200원 경중 중동전쟁 특탄 주유소 기름값

석유류 가격이 급등하고 있다. 전국 평균 휘발유 값은 1당 1천800원을 넘어섰다. 3년7개월 만의 일이다. 경유 상승도 가파르다. 중동 지역의 지정학적 긴장 고조로 국제유가 변동성이 높아진 가운데 불안 심리로 수요가 늘었다. 통상적으로 2-3주의 시차를 두고 국내에 반영되는 것과도 사뭇 다른 흐름이다.

사실상 못된 암재킷이다. 앞으로도 추가 인상 가능성을 배제할 수 없다. 정부가 관리에 들어가는 모습이다. 이재명 대통령은 지난 주 청와대에서 주재한 임시 국무회의에서 "객관적으로 심각한 차질이 벌어진 것도 아닌데 갑자기 폭등했다"며 "아무리 '돈이 마귀'라고 하지만 조금 심하지 않느냐"고 지적했다. 그러면서 "최고가를 일률적으로, 전국적으로 지정하기 어렵다면 지역별·유류 종류별로 적용하는 등 현실적 방법을 찾아 신속하게 지정하도록 해달라"고 지시했다.

국가적으로 기름값 안정에 정책을 집중하는 건 당연한 처사다. 불확실성이 고조되는 상황에서 악질적인 매점매석, 담합 등을 통한 과도한 폭리는 명백히 반사회적 범죄다. 엄정하고 단호하게 무관용 원칙으로 다스려야 하는 것이다. 관

련해 이 대통령은 화석연료에 대한 의존도를 최소화하는 측면에서 재생에너지로 대대적인 전환을 제안해 향후 실현 여부도 주목된다.

미국과 이스라엘이 이란의 핵을 비롯한 군사 시설 등에 대한 대규모 공습을 이어가고, 이란은 석유 해상 교역량의 27%가 지나는 핵심 수송로 호르무즈 해협 봉쇄로 결사항전 의지를 드러내고 있다. 우리나라는 중동산 원유 도입 비중이 전체의 70%에 육박하며, 이 중 95%가 이곳을 지난다. 당국은 200일 이상의 비축분을 확보하고, 아랍에미리트(UAE)에서 대체 항만을 이용해 긴급히 인도받기로 해 단기적으로는 영향이 제한적일 것이라 입장이다. 그러나 문제는 전쟁이 장기화할 경우다. 전 세계 경제에 상당한 타격이 미친다. 그야말로 '불가항력'이다.

경제·산업분야에 직·간접 파급이 현실화되고 있다. 특히 서민 생활과 직결된 바, 유가 안정을 위해 모든 조치를 강구해야 한다. 국민 불안감을 확산시키고 시장을 교란하는 바가지지를 결코 용납하지 말아야 한다. 민생을 좀먹는 물염치, 강력 제재해야 한다. 나라 전체의 위기다. 슬기롭게 극복해야 한다. 에너지 안보를 더욱 탄탄히 다져야 하겠다.

아침물어는 詩

나

최명란



혼자서는 넘어져도 안 울어요 누군가 보고 있으면 울어요 (동시집 '우리는 분명 연결된 거다', 창비, 2018)

[시의 눈]

왜 관심을 받고 싶어할까? 관심을 받고 싶은 욕구는 누구나 예외가 아니다. 생리적·안정의 욕구를 넘어 소속의 욕구쯤에 해당한다. 굳이 따지자면, 관심, 그것은 다분히 이목을 끌고 싶다는 차원을 넘어선다. 인간의 기본 정서 욕구 중 존재 확인과 감속이 끈이 달아있다. 관심 받는다는 건 이미 누군가에게 의미있는 존재라는 것을 확인시킨 검증 절차를 밟았음이다. 관심 받고 싶은 자와 관심과 시선을 건넨 자 사이에 연결고리가 형성된 것임을 의미하기에.

관심을 받는다는 건 세상에 나 혼자가 아니라는 자위를 가능케 해준다. 이런 거들된 확인은 도파민 보상회로를 자극한다. 동기, 의욕, 안정감, 자아효능감으로 이어진다. 긍정적 에너지의 냉골을 쪽쪽 빼고 한다. 동심주체 '나'는 관심을 끌기 위한 의도적 행위를 보인다. 타인의 반응이 스스로의 감정 상태에 지대한 영향을 끼치게 될 것임을 의식하고 있다. 그러므로 혼자 넘어질 때 울 필요가 없다. '누군가/보고 있으면 울어요' 이 대목이 관심 받고자 하는 내적 에너지가 응기되는 지점이다. 관심을 받지 못하면 무기력해지고 위축이 된다. 동심은 성인보다 솔직하다. 관심받고 싶은 만큼 운다. 성인은 누군가 보고 있으면 울음을 감춘다. 아니면 더 고귀 액션을 취한다. <윤상현·시인>

광주매일신문 1991년 11월 1일 창간 http://www.kjdaily.com
부회장 馬讚皓 사장·발행·편집인 李庚秀 논설실장 金鍾民 편집국장 朴恩成
(우)161636 광주광역시 남구 천변로338번길 16 대표전화 (062)650-2000 구독신청·배달안내 (062)650-2022
편집부 650-2090 지역특집부 650-2060 광고문의 650-2099 FAX
정치부 650-2030 사진부 650-2080 마케팅본부 650-2070 광고국 650-2016
경제부 650-2050 논설실 650-2006 경영지원국 650-2011 편집국 650-2017
사회부 650-2040 TV본부 650-2009 사업본부 650-2007 업무국 650-2019
문체부 650-2065 서울지사(02) 786-9488 업무국 650-2020