

## 특별기고

## 서금석

대한주택관리사협회 광주시회장



악성 민원은 민원이 아니다. 해결 방법 없이 책임을 미뤘었다. 악성 민원에 대한 사회적 공론화가 필요하다. 악성 민원은 사회가 책임져야 한다. ‘악성’과 ‘민원’이 합쳐진 단어가 만들어진 것은 우리가 무책임했기 때문이다. 악성은 악성이고, 민원은 민원이다. 사회가 악성 민원에 관한 연구 뿐만 아니라 그 해결에 대해서도 적극적이지 않았다. 사회적 책임과 지원이 뒤따라야 한다. 악성 민원 연구 대부분은 공공, 특히 공무원과 교사에게 벌어진 민원에 관한 것이다. 공동주택 악성 민원 연구는 없다. 전문 연구자도 없다.

광주 사람 10명 중 7명은 공동주택에서 산다. 주택 공급은 이미 열의 여덟집 이상이 공동주택이다. 예컨대, 집을 짓는 사람은 열의 아홉집 가까이 공동주택을 지어야 먹고 살아왔다는 얘기가. 또 그 집에 들어가 사는 사람은 열의 일곱이 넘는다는 말이다. 그러니 먹고 살면서 불거지는 사회문제 대반은 공동주택에서 벌어진다. 오죽했으면 대한민국을 ‘아파트 공화국’이라고 했을까. 이처럼 공동주택이 어마어마한 주거공간 타이틀을 가지면서도 문제도 많지만, 연구하는 사람이 없다. 거대한 절벽에 둘러싸인 외로운 섬과 같다.

공동주택에서 발생하는 여러 문제 해결을 위한 대안을 내놓은들, 얼마나 효과를 거뒀을까? 그 데이터를 보지 못

## 공동주택 악성 민원 어떻게 할 것인가

했다. 집이 문제인지, 아니면 사람이 문제인지, 법이 문제인지도 간파를 못 한다. 광주는 5개 자치구에서 일어나는 민원실태를 종합적으로 취합하고 분석하고, 이를 바탕으로 마땅한 해결책을 내놓을만한 컨트론타워조차 없다. 공공의 이미지를 씌운 ‘공동’이란 주택이 무색하다. 온갖 행정적, 법률적 잣대만 들이대고 그어대지만, 각종 문제 해결에는 헛돈다. 대한민국이 그렇고, 광주는 더 무디고 답답하다. 마치 그곳에서 사는 사람들끼리 들이박고, 서로 숨 가쁘게 사사건건 해치다가기를 바래 왔다. 이러니 관리 현장은 더 막막하다.

어떻게 할 것인가? 단적인 사례로, 지금 악성 민원인에 대한 대책이 있는가? 아예 없다. 상담사례는 어느 정도 모였을 것이다. 그것의 후속 조치와 갈등 감소 결과는 알 수 없다. 기왕에 하던 대로 담당 안에 사는 사람들에게 떠넘긴다. 흥미롭게도 ‘아파트 공동체’나 ‘도시재생’이니 외치다가 정작 알맹이를 놓친다. 다투고 고소·고발로 치달아도 남일이다. 담배락 안의 사람들끼리 해결하는 수밖에 없다. 책임은 그렇게 묘하게 물린다. 집이 하자면, 집을 잘 짓게 하면 된다. 사람이 문제이면 집에서 살아갈 사람들에게 ‘집 생활’ 교육을 해야 한다. 법이 문제면, 법을 잘 만들고, 현실에 맞게 잘 고치면 된다.

현재까지 지어진 대한민국의 아파트에서 일어나는 층간소음과 주차 문제는 근본적으로 해결할 수 없다. 집을 그렇게 지어놨기 때문이다. 층간소음으로 이웃과 불편해지고, 자동차 수는 눈코 뜰 새 없이 늘어나는데 주차장 대수는 법률로 정해졌기 때문이다. 층간소음으로 이웃과 불편해지고 주차 문제로 서로 다툰다. 피해 해결을 위해 자체적으로 층간소음위원회를 만들어 또 떠넘긴다. 이 정도면

주차위원회도 만들어질 판이다. 결국 사는 사람들이 떠안는다. 정말 아이러니하다.

대부분 편하게 살려고 아파트에 입주했다. 불편하면 민원이 된다. 당연히 자체적으로 해결할 것이 있고, 해결이 사실상 불가능한 것도 있다. 어렵거나 불가능한 것들은 사회가 책임져야 한다. 주택 정책이 애초에 나라 정책이었기 때문이다. 이를 공공의 문제로 받아들여야 한다. 악성 민원도 마찬가지이다. 해결하기 힘들다. 피해자만 늘린다. 악성 민원에 대한 대처를 위한 법률적 조항도 미흡하다. 공동주택에서 악성은 공공의 이익에 반한다. 반복적이고 지속적인 괴롭힘이 행해져 피해 상당이 발생한다면, 그것이 악성이다. 피해자에게 이것을 해결하라고 강요하는 사회가 되어서는 안 된다. 공동주택이 지어지면서 ‘공공’과 ‘공동’을 배우고, 사회적 책임을 높여야 했다.

일찍이 발레리 줄레조는 ‘한국의 아파트단지’에 대한 연구’로 파리4대학에서 박사학위를 받았다. 한국 사람도 아닌 외국인이기도 놀랍지만, 젊은 대학원생이었던 그 이방인의 눈에 비친 대한민국은 아파트의 나라였다. 그녀는 유럽에서는 볼 수 없었던 거대한 아파트단지를 봤다. 1993년 때의 일이다. 벌써 30년이 넘었다. 이 논문은 한국에서 ‘한국의 아파트 연구’라는 책으로 발간됐다. 2007년 그녀는 다시 ‘아파트 공화국’이라는 책을 썼다. 2025년 대한민국은 아파트 왕국이 됐다.

그녀가 한국의 아파트에 관해 다양한 연구를 했지만, 유독 민원에 대해서는 살피지 못했다. 그녀도 악성 민원을 보지 못했다. 한국의 아파트에서 살지 않았기 때문이다. 그녀는 속재를 남겼다. 우리 몫이다. 사회적 책임의 강도를 높여야 한다.

## 지리산 케이블카, 상생 관광벨트로 가는 첫걸음

유치하고 있다.

이는 케이블카가 무분별한 개발이 아닌, 자연 접근성과 보전을 동시에 달성하는 친환경 인프라임을 방증한다.

특히 기존 탐방로에 인파가 집중되는 문제를 분산시키고, 차량 이동을 줄여 탄소 배출과 교통 혼잡을 완화하는 효과도 기대할 수 있다. ‘덜 걷게 하는 시설’이 아니라 ‘덜 훼손하게 하는 동선’으로 설계하느냐가 관건이다.

이 같은 이유로 지리산권 케이블카 설치 요구는 오래전부터 꾸준히 제기되어 왔다. 그러나 환경부는 지리산권역 5개 시·군에게 ‘협의하여 두 곳만 선택하라’는 입장만을 고수하며 사실상 책임을 지방정부에 떠넘기고 있다.

지리산은 국립공원이며, 국립공원의 관리 책임은 국가에 있다. 국가 정책이 지역 간 갈등의 불씨가 되어서는 안 된다.

환경부는 직접 환경영향평가를 주도하고, 보전 가치와 균형 발전을 모두 고려해 가장 적합한 입지를 공정하게 선정해야 한다. 주민과 전문가, 시민단체가 참여하는 협의체를 통해 의사결정의 신뢰를 높여야 한다.

또한 케이블카가 설치되지 않는 지역 역시 숨 쉴 수 있는 대책이 병행되어야 한다. 지리산이라는 동일한 브랜드를 공유하는 만큼 케이블카 비임지 지역에는 고급 숙박형 생태 리조트나 체류형 관광 인프라를 조성해 지리산권 전체가 상생하는 관광벨트를 구축해야 한다.

이는 특정 지역만의 이익이 아니라 지리산 전체의 브랜

드 가치를 높이는 전략이며, 구례·남원·하동·산청 등 지리산권 도시가 함께 살아가는 길이다. 아울러 ‘1박2일 체류’를 유도할 수 있는 숲 치유·별빛 트레킹·로컬푸드 미식 코스 등 콘텐츠를 연계하면 케이블카의 효과가 당일 관광에 그치지 않고 지역 내 소비로 이어질 수 있다. 교통·주차·서를을 통합한 방문 관리 체계도 함께 설계해야 지속 가능성이 확보된다.

이제 전남도가 주도적으로 나서 공동 전략을 수립하고, 이를 바탕으로 중앙정부와 협력해 추진력을 확보해야 한다. 지역 간 소모적 논쟁이 아닌, 지리산을 지키면서도 사람이 돌아오는 지속 가능한 발전 전략을 만들어야 한다.

구례의 슬로컨 ‘자연으로 가는 길’은 자연을 지키며 함께 누리자는 의지를 담고 있다. 지리산 케이블카는 바로 그 슬로건을 실천할 수 있는 현실적이며 미래지향적인 해답이다.

구례군민에게 케이블카는 선택이 아니라 생존 전략이며, 전남 관광의 지평을 새롭게 열 수 있는 핵심 인프라다. 이제는 멈춰 선 논쟁에서 벗어나 앞으로 나아갈 때이다. 자연을 해치지 않고 사람도 떠나지 않게 하는 길, 지역이 다시 숨 쉴 수 있는 길을 만드는 일은 우리 모두의 공동 과제다. 지리산이 다시 사람의 발걸음으로 살아나고, 자연을 보존하면서도 지속 가능한 지역경제를 일구어낼 수 있도록 지혜와 힘을 모아야 할 때다.

## ‘ACC 뉴스트’의 아쉬운 출발

운영비로 실수령액 700만원을 지급한다. ACC 누리집·SNS 게재와 보도자료 배포 등 홍보를 지원하며, 기본 케이터링 명목으로 약 100만원 상당 개막식 비용도 포함된다. 다만 1인(1팀)당 사업기간이 1개월로 설정돼 전시 설치·철수를 포함하면 실제 전시 기간이 한 달이 채 안된다.

물론 국립기관이 지역 작가를 위한 전시 공모를 운영하는 것 자체는 의미가 있다. 지역 미술인 발굴·지원, 지역 기반에 대한 응답이라는 측면에서 필요한 일이다. 문제는 방식이다. ACC 만이 가진 장·제작 기관이라는 강점이 이번 공모에서는 드러나지 않는다. 현재의 지원은 단순히 전시 공간 제공, 전시 운영비 지급, 홍보 지원에만 그치는 수준이다.

전시는 단순히 ‘걸어놓는 일’이 아니다. 기획과 연구, 작품의 화성과 실행이 병행돼야 한다. 그러나 ACC 뉴스트는 선정 작가가 전시 주제는 물론이고, 기획 의도와 작품 목록, 설치 방식, 공간 활용 계획까지 이미 완결된

계획서를 제출하도록 설계돼 있다. 결과적으로 ACC가 개입할 지점은 공간 운영과 행정 지원 정도로 좁아진다. 기관이 아니라 대관처처럼 기능한다는 뜻이다.

더 아쉬운 대목은 선정 작가의 작품세계를 집적으로 확장시키는 장치가 전혀 보이지 않는다는 점이다. 전문가 연계 세미나, 비평·큐레이토리얼 멘토링, 제작기술·재료학 프로그램, 연구 리서치 지원 등 ACC가 가진 네트워크와 인프라를 활용한 확장형 지원이 빠져 있다. 전시 공간만 확보된다면 어디서든 가능한 법한 지원 형태라면, ‘왜 ACC여야 하는가’라는 질문을 피하기는 어려워 보인다.

과연 ACC가 지역 예술인과의 협업을 진정으로 고려했는가, 나아가 지역 고유의 역사·문화 정체성을 반영한 콘텐츠에 방점을 두고 있는가 의문이 들 수 밖에 없다.

ACC의 강점은 ‘창·제작’에 있다. 그 강점을 살리지 못한 채 안전한 지원 즉, 공간 제공과 운영비 지급에만 머무르는 것은 지역과의 관계를 넓히기보다 오히려 알게 만들 가능성이 크다. 필요한 것은 지원의 확대가 아니라 지원의 방식 전환이라는 이야기다. ACC가 지역 작가에게 단지 무대를 내어주는 기관이 아니라, 작품의 탄생과 정교 시유의 확장까지 함께 만드는 기관이 되길 바란다.

## 사설

## 전남 갯벌, CO2 흡수 탁월…보존 관리 철저

전남 갯벌이 지구 온난화의 주범이자 온실가스의 대표 기체인 이산화탄소를 흡수하는 능력이 하루 평균 ‘528t’에 이른다는 연구 결과가 나왔다.

전남도보건환경연구원이 최근 신안군 지도면 비식생 갯벌 탄소감축원 인증을 위한 이산화탄소 흡수능력 연구를 전국 최초로 72시간 연속 측정해 결과, 이같이 나타난 것이다.

올해 시책사업으로 이 연구를 지난 2~7월 중 4회에 걸쳐 수행했다. 기존 연구와 달리 이번에는 갯벌 표면에서 온실가스 흡수·배출량을 측정하는 개방형 역학 챔버를 이용해 일정한 농도의 이산화탄소를 챔버에 주입하면서 72시간동안 5분 단위로 연속 자동측정했다.

이는 갯벌의 경우 공기중 탄소흡수량이 광합성량과 미생물 호흡에 의한 영향으로 시간에 따라 측정값의 차이가 커 장기간 주·야간 연속측정을 한 것이다.

즉, 호흡이 주로 이뤄지는 야간 시간대를 고려하지 않고 측정할 경우 탄소흡수량이 과대 산정되는 우를 범할 가능성이 있다.

그 결과 갯벌의 탄소 흡수능력은 평균 1㎡에서 시간당 9㎍을 흡수한 것으로 확인됐다.

여기에 전남의 갯벌 면적 총 2443.3㎢에 하루 24시간을 추가해 계산할 경우 일일 이산화탄소 평균흡수량은 528t으로 승용차 기준으로 약 5만5000대 배출량에 달한다. 지난 11일 기준 한국배출권 거래가격 1만500원을 반영하면 하루에 약 554만원에 달하는 경제효과가 있다는 얘기다. 특히 이번 연구는 해양수산부가 추진 중인 비식생 갯벌의 블루카본 인증을 뒷받침할 수 있는 과학적 연구 결과라는 점에서 상당한 가치가 있다고 판단된다.

블루카본은 연안 해양 생태계가 대기 중 이산화탄소를 흡수·저장하는 탄소를 뜻한다.

사실 전체 갯벌의 40%가 넘는 전남 갯벌은 지난 2021년 세계자연유산에 등재된 중요한 지역, 아니 우리나라 자산이다.

이같은 탄소 흡수원 역할도 있지만 지질학적 보전가치가 있는데다 갯벌 생태관광지 조성 등 지역경제 활성화와 해양관광자원으로 활용가치가 높다.

전남도가 오는 2029년까지 1조원 가까운 예산을 투입해 갯벌 세계자연유산 보전본부 유치와 갯벌 보전·관리에 총력을 기울이는 것도 그만큼 지켜야 할 보고(寶庫)라는 뜻이다.

## KIA 성적 좋아야 광주 야구장 상권 사는데

국내 프로야구단 성적과 홈 경기장 관중수, 그리고 주변 상가 매출간의 상관관계를 보여주는 분석결과가 나왔다.

올해 역대 최대 관중 신기록을 세우며 흥행해 대부분의 야구장 관중수가 늘었지만 유독 광주 야구장만 관중수가 줄어든 것으로 나타나 눈에 띈다.

한국신용데이터의 ‘데이터로 읽는 2025년 KBO 시즌 야구장 상권 트렌드’분석 결과를 보면, 올해 광주 기아 챔피언스필드 일평균 관중수는 1만5258명으로 지난해 1만7359명 대비 2101명 감소했다. 지난해 통합 우승에서 올해 8위로 추락하는 등 성적부진이 가장 큰 이유로 꼽힌다.

반면 광주를 제외한 나머지 야구장 관중수는 크게 늘었다. 국내 9개 야구장 일평균 관중수가 지난해보다 13.7% 증가했는데 특히 19년 만에 한국시리즈에 진출한 한화와의 대전 야구장은 46.4%로 증가 폭이 가장 컸다. 이어 대구도 26.0%, 부산 사직 14.9% 증가했다.

문제는 KIA의 저조한 성적이 야구장 인근 상권에도 악영향을 미쳤다는 데 있다.

야구장 반경 1.5㎞ 이내 외식업 사업장의 카드 매출 분석 결과, 홈경기가 있는 날 매출이 ‘없는 날’보다 0.01% 낮게 나타난 것이다.

이에 반해 부산 사직구장 19.0%, 창원은 11.4%, 대전 6.9% 등 대부분 야구장 인근 상가 매출은 홈 경기때 증가세를 보였다.

광주만 유일하게 감소세를 보인 셈이다. 당연히 이는 지난해 광주 홈경기 인근 상가 일 평균 매출보다 3.7% 줄어든 수치다.

이처럼 광주 야구장 주변 대부분 상가 매출이 줄거나 보합세였지만 주류 판매량은 지난해보다 크게 늘어난다 이상현상이 나타났다. 막걸리 판매가 43.4%, 기타주류 18.7%, 소주는 11.6% 증가한 것으로 야구광인 광주시민들이 기아타이거즈의 부진한 성적을 술로 달래며 위로했다는 것이다.

경기장 인근 외식업 사업장의 카드 매출로 살펴본 이번 분석은 그만큼 이제는 야구장이 단순한 스포츠 시설이 아닌 지역 상권에 실질적인 경제 효과를 미치는 핵심 인프라라는 점을 보여주고 있다.

동계 훈련에 돌입하는 기아타이거즈는 내년 시즌 반드시 좋은 성적을 거둬 경기장 지역 상권을 활성화해 도움을 주길 바란다.

## 기고

## 이현창

전남도의원



지리산은 대한민국을 대표하는 산이자 전남도의 소중한 자연 자산이다. 그러나 국립공원 지정 이후 50년 넘게 지속된 각종 규제로 인해 지리산 자락의 중심지인 구례는 인구 유출과 지역경제 침체라는 이중고에 시달려 왔다.

노인 인구 비율은 40%에 육박해 전국 평균의 두 배 수준이며, 젊은 인구는 일자리를 찾아 떠나고 지역 소멸의 위협은 현실로 다가오고 있다. 자연을 지키기 위한 제도가 오히려 지역을 떠나게 만들었다는 역설 앞에서 이제는 새로운 해답을 모색해야 한다.

국내외 여러 사례는 케이블카가 자연 보전과 지역 활력을 동시에 실현할 수 있는 대안임을 보여준다. 통영 미륵산 케이블카는 개통 이후 누적 방문객 1600만명을 넘어서며 연간 1500억 이상의 경제적 파급효과를 창출하였다. 전남 목포 해상 케이블카 역시 코로나19라는 악조건 속에서도 400만 명 이상이 방문해 지역 소상공인의 매출을 끌어올리는 효과 시설로 자리매김했다.

해외의 이탈리아 남티롤 지역은 무려 354개의 케이블카 라인을 운영하면서도 친환경 설계와 철저한 환경관리를 통해 자연 훼손 없이 연간 800만 명 이상의 관광객을

## 취재수첩

## ‘ACC 뉴스트’의 아쉬운 출발

정 채 경

문화체육부 차장대우



아시아 문화허브를 지향해온 국립아시아문화전당(ACC)이 최근 새롭게 선보인 작가 지원 공모 프로그램 ‘ACC 뉴스트(ACC NEWST)’에 참여할 작가를 최종 선정했다.

ACC 뉴스트는 광주·전남에서 3년 이상 거주한 작가(개인 또는 팀)가 지원 대상으로, 지역 작가만이 지원할 수 있는 전시 공모여서 지역 안팎의 주목을 받았다. ‘지역과 동떨어져 있다’는 평을 받아온 ACC가 내놓은 일종의 자구책처럼 읽힌 까닭이다.

지원 개요를 살펴보면, 내년 2월까지 완공 예정인 문화창조원 복합전시 7관을 전시 공간으로 활용하고, 전시

회장 양진석	대표이사 발행인 차재진	사 장 편집인 이승배	주필 김상훈	편집국장 최현수
<b>광주광역시 북구 무등로 254</b> 우편번호 61234 대표전화 (062) 370-7000 팩스 (062) 385-5400				
정 치 부 370-7040		는 설 실	370-7200	
경 제 부 370-7020		임 원 실	370-7000	
산 업 부 370-7010		총 무 국	370-7093	
사 회 부 370-7030		사 업 국	370-7090	
문화체육부 370-7234		광 고 국	370-7070	
전 집 부 370-7082		독자관리국	370-7080	
사 진 부 370-7050		서울지사 ☎978-7090		

본지는 한국신문윤리위원회의 서약서로서 신문윤리강령을 준수합니다

구독료 월 15,000원 1부 800원