

문화산책

박기복

영화감독



대한민국 지방도시들은 지금 중대한 전환점에 서 있다. 저출생과 고령화로 인한 인구 감소, 청년층의 수도권 유출, 소비와 산업의 집중 현상은 지방도시의 존립 자체를 위협하고 있다. 과거처럼 산업단지 조성이나 대규모 건설사업만으로는 도시 경쟁력을 확보하기 어려운 시대가 되었다. 이제 도시의 미래는 얼마나 많은 건물을 짓느냐가 아니라 얼마나 차별화된 문화와 콘텐츠를 보유하고 있는가에 의해 결정된다.

세계 주요 도시들은 이미 문화와 콘텐츠를 핵심 성장동력으로 삼고 있다. 관광산업 역시 불거리를 제공하는 시대를 넘어 체험과 스토리, 감성을 소비하는 산업으로 변화하고 있다. 그러나 많은 지방자치단체들은 여전히 시설 중심의 관광정책에 머물러 있다. 수백여 원의 예산을 들여 시설을 조성하고도 지속적인 방문객과 소비를 만들어내지 못하는 이유가 여기에 있다. 관광객은 건물을 보러 오는 것이 아니라 이야기를 경험하기 위해 방문하기 때문이다.

광주는 이러한 한계를 극복할 수 있는 특별한 자산을 보유하고 있다. 바로 우치공원이다. 약 36만 평 규모의 우치공원은 광주를 대표하는 공공자산이자 시민들의 추억이 담긴 공간이다. 동물원과 놀이시설을 중심으로 오랫동안 사랑받아 왔지만, 이제는 시민 휴식공간을 넘어 문화·관광·교육·콘텐츠 산업이 융합된 대한민국 대표 문화경제 플랫폼으로 재탄생해야 한다.

특히 우치공원이 가진 가장 큰 경쟁력은 시설이 아니라

추억이 일자리가 되는 우치공원

콘텐츠다. 현재 확보된 약 70만평 규모의 근현대 원형 그대로 보존하고 있는 민속생활유물은 전국적으로도 유례를 찾기 어려운 수준이다. 오래된 이발소와 사진관, 방앗간, 연탄가게, 음악다방, 만화방 등은 단순한 전시품이 아니다. 대한민국 산업화와 근대화 과정을 살아온 국민들의 기억이며, 다음 세대에게 전달해야 할 생활문화유산이다.

오늘날 사람들은 박물관에서 볼건을 보기보다 자신의 기억과 감정을 만나기를 원한다. 따라서 우치공원은 생활민속박물관의 개념을 넘어 대한민국의 시간을 체험하는 '생활문화 콘텐츠 파크'로 조성되어야 한다.

이를 위해 첫째, 근현대 생활문화 체험지구 조성이 필요하다. 시대별 거리와 상징, 주거공간을 재현하여 방문객들이 직접 체험하고 참여할 수 있는 공간을 구축해야 한다. 단순 전시가 아닌 체험형 콘텐츠를 통해 전국 어디에서도 경험할 수 없는 차별화된 관광자원을 만들 수 있다. 이는 광주만의 독창적인 브랜드가 될 것이다. 둘째, 대한민국 최초의 AI 영화·영상 아카데미를 구축해야 한다. AI 기술이 콘텐츠 산업의 핵심 경쟁력으로 부상하는 시대에 광주와 전남의 어린이와 청소년들이 AI, 드론, 영상 기술을 활용하여 지역의 역사와 문화를 콘텐츠로 제작할 수 있도록 지원해야 한다. 국내외 청소년들이 광주를 찾아와 배우고 교류하는 글로벌 문화교육도시로 발전할 수 있는 기반이 된다.

셋째, 영화·드라마·OTT 콘텐츠 제작을 위한 오픈세트장과 소품산업을 육성해야 한다. 근현대 생활문화 공간은 자연스럽게 영상 촬영 인프라로 활용될 수 있다. 시대별 거리와 건축물, 생활소품은 제작비 절감 효과를 제공하며 콘텐츠 제작사 유치에도 큰 경쟁력이 된다. 이는 영상산업과 관광산업을 동시에 성장시키는 기반이 될 것이다.

넷째, 청년 일자리와 시니어 일자리를 함께 창출해야 한다. 청년들은 영상 제작과 문화기획, 디지털 콘텐츠 분야

에서 활동하고, 노년층은 생활문화 해설사와 체험프로그램 운영자로 참여할 수 있다. 세대 간 협력을 통해 지역공동체를 활성화하는 새로운 모델이 될 수 있다.

다섯째, ESG 가치를 실현하는 탄소중립 문화공원으로 발전시켜야 한다. 철거 예정 건축물의 자재와 생활유산을 재활용하여 전시공간과 체험시설로 활용한다면 자원순환과 문화보존을 동시에 달성할 수 있다. 버려질 자원을 문화자산으로 전환하는 모델은 전국적인 관심을 받을 수 있으며 광주의 새로운 도시 브랜드가 될 수 있다. 여섯째, 체류형 관광도시의 거점을 구축해야 한다. 상설 어린이 뮤지컬과 가족극, 미디어아트 전시, 야외공연, 야간 경관 콘텐츠를 운영한다면 우치공원은 더 이상 낮에만 찾는 공간이 아니다. 관광객의 체류시간이 늘어나면 숙박·외식·교통·쇼핑 등 지역경제 전반에 걸쳐 소비가 확대된다.

무엇보다 중요한 것은 우치공원 사업이 단순한 공원 재 정비 사업이 아니라는 점이다. 이는 광주의 미래 먹거리를 창출하는 문화산업 전략이며, 도시의 기억을 경제적 가치로 전환하는 혁신 프로젝트다. 문화는 더 이상 소비성 예산이 아니다. 관광산업과 콘텐츠산업, 교육산업, 창업생태계를 연결하는 미래 성장산업이다.

광주는 민주·인권·예술의 도시라는 강력한 정체성을 가지고 있다. 여기에 대한민국 생활문화의 기억과 미래 AI 콘텐츠 산업이 결합한다면 세계 어디에도 없는 독창적인 문화도시 모델을 구축할 수 있다. 지방소멸 시대에 필요한 것은 더 많은 건물이 아니라 더 강력한 콘텐츠이며, 더 큰 개발사업이 아니라 사람을 끌어들이는 이야기다.

이제 우치공원은 단순한 공원이 아니라 대한민국의 시간을 전시하고 미래산업을 창조하는 문화경제 플랫폼이 되어야 한다. 문화가 돈이 되고, 추억이 관광이 되며, 기억이 일자리가 되는 도시, 광주가 대한민국 최초로 그 길을 열어야 할 때다.

기고

최진실

광주문화재단 시민생활문화팀 주임



시청에 들어서자 평소와는 다른 풍경이 시민들을 반겨 주고 있었다. 알록달록한 풍선과 '문화다양성의 날' 아치 문 너머로, 초록빛 공간 위에 모여 앉은 시민들은 그림을 그리고 색칠하며 자연스럽게 어우러지고 있었다. 지난 달 광주시청은 그렇게 서로 다른 표정과 색깔들이 모인 공간으로 변했다.

문화다양성의 날은 서로 다른 국가, 전통, 언어, 성별, 가치관, 세대를 존중하고 이해하며 문화 간 공존과 상생의 가치를 확산하기 위해 유네스코가 제정한 날로, 한국에서도 2014년 문화다양성법 제정과 함께 매년 5월 21일을 '문화다양성의 날'로 정해 기념하고 있다. 이번 행사를 위해 광주시와 광주문화재단, 문화다양성협의체 10여 개 단체들은 시민들에게 문화다양성의 의미를 어떻게 더 가깝고 자연스럽게 전할 수 있을지 함께 고민했다.

과거에는 '다양한 문화 소개하기'라는 말이 다소 특별한 과제처럼 느껴졌다면, 이제는 우리 삶 가까이 존재하는 자연스러운 풍경이 되어가고 있기에 문화다양성 행사는 단순히 특정 문화를 소개하는 데 그쳐서는 안 된다고 생각했다. 서로 다른 배경을 가진 이들이 그 차이를 낯설어하지 않고, 자연스럽게 이해하며 존중하는 감각을 만

'다름'을 색칠해 하나의 작품을 완성한 하루

-광주 문화다양성의 날을 마치며

들어가기 한다는 공간 속에서 이번 행사는 '교육'보다는 '체험'에 더 집중했다. 설명으로 이해시키기보다 직접 부딪히고, 느끼고, 경험할 수 있도록 말이다.

안대로 눈을 가린 채 글씨를 쓰고 냄새를 맡으며 시각이 차단되었을 때 다른 감각들이 어떻게 살아나는지 시각장애인의 입장이 되어 보기도 하고, 모두가 차별 없이 이용하는 '모두의 화장실'을 체험하며 다양한 약자의 시선으로 화장실을 재정의해 보는 시간도 갖도록 했다. 다양한 아시아 국적의 자원봉사자들과 함께 보드게임을 하고 전통 악기를 연주하며 타국의 문화를 가까이에서 마주할 수 있었다. 한 번도 입어보지 않았던 각종 전통의상을 입고 사진을 찍으며 웃고 떠드는 동안 시민들은 낯설었던 문화를 어느새 편안하게 받아들이기 시작했다.

이번 체험의 가장 큰 의미는 어쩌면 '낯설어하지 않기'에 있었을지도 모른다. 낯설음을 익숙함이 되게 하면, 익숙함은 이해가 되고 이해는 결국 존중으로 이어진다. 그렇게 서로의 다름을 자연스럽게 받아들이는 '무의식적인 감각'을 만들어가는 것, 가깝게 들어온 발견음이 행사장을 나갈 때면 자신도 모르게 이해와 존중이라는 감각을 조금씩 묻히고 갔을 것이다.

특히 이번 행사에서는 '다양한 얼굴, 하나의 우리' 그림판 체험에 많은 시민의 참여가 이어졌다. 참여자들은 서로 다른 형태의 얼굴 밑그림 가운데 원하는 모습을 자유

롭게 선택해 각자의 개성과 생각을 표현했다. 하얀 얼굴과 노란 얼굴, 동그란 얼굴과 세모난 얼굴까지 다양한 모습들이 한자리에 모여졌지만 그 안에는 정해진 기준이나 정답이 없었다.

준비된 밑그림이 예상보다 빠르게 소진되자 시민들은 빈 백지 위에 더욱 자유롭게 자신만의 얼굴을 그려냈다. 누군가는 동물로, 또 다른 누군가는 무지개와 나무로 자신을 표현하며 각자의 이야기를 담아냈고 그렇게 완성된 그림들은 하나의 대형 그림판 위에서 자연스럽게 어우러져 하나의 작품이 되었다. 모두 다른 색과 모양이었지만 서로의 다름은 충돌하지 않았고 오히려 조화를 이루며 더 풍성한 풍경을 만들어냈다. 이번 체험은 '같이집'이 아니라 서로의 차이를 인정하고 존중하는 과정이 더 중요하다는 메시지를 시민들에게 자연스럽게 전해주고 있었다. 무채색의 공간도 여러 색이 더해질 때 비로소 아름다운 그림이 되듯, 우리 사회 역시 다양한 사람들과 문화가 함께 할 때 더욱 풍요롭고 따뜻한 공동체가 될 수 있을 것이다.

서로 다른 얼굴들이 모여 하나의 공동체를 이루는 일은 가장한 구조에서 시작되지 않는다.

서로의 문화를 한 번 더 바라보고, 한 번 더 말을 건네는 작은 경험이 시작되어 어느새 커져서 쌓여 있을 것이다. 이번 광주 문화다양성의 날 행사가 그런 마음들이 되었기를 기대해본다.

취재수첩

광주와 전남, 하나의 문화권으로 가는 길

정재경

문화체육부 차장대우



전남광주통합특별시의 첫 수장이 결정되면서 지역 문화예술계가 중요한 전환점 앞에 섰다. 행정통합이 현실화되면 문화예산과 지원체계, 문화기관의 역할의 변화가 불가피하다. 통합은 단순한 행정구역 개편을 넘어 광주와 전남의 문화자산과 역량이 결합해 새로운 가치를 만들어낼 출발선이기도 하다.

그동안 광주는 국립아시아문화전당, 광주비엔날레, 디자인비엔날레, 프리즈페스티벌 등 도시형 문화콘텐츠

를 중심으로 성장해왔다. 전남은 남도극, 천년사찰, 섬과 바다, 생태 및 역사문화 자원을 바탕으로 지역 밀착형 문화정책을 추진해왔다. 서로 다른 강점이 하나의 문화권으로 묶인다면 문화예술과 관광, 역사와 콘텐츠 산업이 연결되는 광역 문화생태계 구축이 가능하다.

하지만 통합이 곧 문화예술의 발전을 보장하는 것은 아니다. 규모와 효율성에만 치우칠 경우 소규모 예술단체나 지역 문화공간이 소외될 수 있다. 특히 전남 22개 시·군이 지닌 고유한 문화적 특성과 공동체의 기억이 광주 중심 체계 속에서 희미해질 수 있다.

문화는 행정구역처럼 쉽게 합쳐지지 않는다. 지역마다 축적된 역사와 삶의 방식, 정서가 달라서다. 따라서 통합특별시 시대 문화정책의 핵심은 규모의 확대를 넘어 다양성의 보존과 상생에 있어야 한다. 광주와 전남

을 하나로 묶는 정책과 함께 각 지역의 고유성을 지켜내는 균형감 있는 접근이 필요하다.

이 과정에서 광주문화재단과 전남문화재단의 역할은 더욱 중요해진다. 두 기관은 단순한 지원기관을 넘어 통합시대 문화정책의 방향을 설계하는 플랫폼이 되어야 한다. 예술인들이 안정적으로 창작할 수 있는 환경을 만들고, 지역 간 문화격차를 줄이며, 문화예술을 미래 성장산업과 연결하는 역할을 맡아야 한다.

통합특별시는 행정의 결합만으로 완성되지 않는다. 시민들이 문화 속에서 공동체 의식을 공유하고 서로를 이해할 때 비로소 의미를 갖는다. 그런 점에서 문화예술은 통합의 결과물이 아니라 통합을 완성하는 과정 그 자체다.

새로운 수장이 결정된 지금, 광주와 전남 문화예술계는 질적 도약의 갈림길에 서 있다. 필요한 것은 실질적인 변화다. 통합특별시가 문화예술의 양적 확대를 넘어 광주와 전남이 함께 대한민국을 대표하는 문화권으로 성장하기를 희망한다.

사설

통합특별시, 지역경제계 제언 반영해야

오는 7월 출범하는 전남광주통합특별시의 수장이 마침내 선출됐다. 민형배 더불어민주당 후보가 지난 3일 열린 제9회 지방선거에서 79.01%라는 전국 최고 득표율이라는 압도적인 지지를 받으며 통합특별시장에 당선된 것이다. 그만큼 민 당선인에 대한 지역민의 기대가 크다는 뜻이다.

이날 지역경제계가 출범을 앞둔 '통합특별시가 해야 하는 일'을 잇따라 제언해 눈에 띈다.

광주경영자총협회는 보도자료에서 통합특별시의 확대된 도시 경쟁력을 실질적인 경제 성장으로 연결하기 위해서는 적극적인 기업 유치 정책이 필요하다고 주장했다. 다시 말해 지역 산업을 견인할 앵커 기업과 첨단 미래산업 기업 유치를 위해 파격적인 세제 혜택과 부지 제공, 투자 인프라 구축 등 전방위적인 지원이 절실히라는 것이다.

또 인공지능(AI)과 미래형 모빌리티, 가전산업 등 지역 주력산업의 고도화와 글로벌 공급망 불안과 원자재 가격 상승 등으로 어려움을 겪고 있는 제조업 중소기업에 대한 밀착 지원도 잊지 않았다.

이어 기업 유치와 연계한 고용 인센티브 확대, 주거와 문화 등 정주 인프라 확충을 통해 청년 인재 유출 문제도 해결해야 한다고 말했다.

광주상공회의소도 '전남광주통합특별시장에게 바란다'에서 "통합특별시 출범이 단순한 행정구역 통합에 머물러서는 안 된다"며 "산업과 인프라, 인재와 자원을 하나로 연결해 새로운 성장 동력을 만들어야 한다"고 제언했다. 이를 위한 핵심 성장 전략으로는 AI와 에너지, 모빌리티를 중심으로 한 미래 산업 육성을 들었고 핵심 과제로는 군공항 이전 문제 해결과 광역교통망 확충, 안정적인 전력 공급체계 구축 등을 꼽았다.

경제계의 이런 제언은 기업의 경쟁력 강화 없이는 통합특별시 출범 효과가 극히 제한적일 수밖에 없다는 위기의식에서 비롯된 것으로 분석된다. 즉, 기업이 투자하고 청년이 정착할 수 있는 경제 생태계를 구축할 때 비로소 통합의 효과를 체감할 수 있다는 것이다.

실제로 광주·전남은 AI와 에너지, 미래형 모빌리티 등 국가 전략산업 기반을 갖추고 있지만 수도권과 비교하면 기업 투자와 일자리 창출 측면에서는 여전히 한계를 보이고 있다.

통합특별시는 지역 경제계의 바람이 깃든 이런 제언들을 정책에 적극 반영해 나가길 바란다.

전국화된 강진 반값여행 여전히 진화 중

전국 최초로 '반값여행'을 도입해 대한민국 관광정책의 판을 바꾼 강진군이 또 한 번의 진화에 나선다고 한다.

문화체육관광부·한국관광공사와 함께 10일부터 이를 본격 운영하면서 특히 청년 관광객에게 여행경비의 70%를 지원키로 했기 때문이다. 타 지역 거주 청년(1992년 4월 1~2007년 4월 1일 출생자)이 혼자 여행을 경우 사용금액의 70%, 최대 14만원을 모바일 강진사랑상품권으로 주는 파격 혜택을 내놓은 것이다.

이는 반값여행을 단순 일회성 이벤트가 아닌 연중 운영정책으로 만들겠다는 의도로 풀이되고 있다. 물론 일반 관광객에게도 기존과 동일하게 여행경비의 50%를 지원하는데 개인은 최대 10만원, 2인 이상 팀은 최대 20만원까지 받을 수 있다.

지난 2024년 도입된 '강진 반값여행'은 관광객이 지역에서 사용한 숙박비·식비·체험비 등 여행 경비의 일부를 지역화폐로 환급받는 전국 최초 체류형 관광정책이다. 당시 지방소멸 위기와 지역경기 침체를 극복하기 위해 도입됐는데 그동안 그 취지대로 지역 소상공인 매출 증가와 지역경제 활성화에 큰 역할을 했다.

무엇보다 관광객의 비용절감과 동시에 지역 상권 활성화라는 선순환 구조를 만들었다는 점은 고무적이다.

실제로 올들어 지난 5월까지 2만3665개 팀이 사전신청을 했고 이중 1만6292개 팀이 방문했다. 관광객들이 지역에서 사용한 금액은 약 49억 7000만원에 달했다. 방문 인구도 2024년 577만명에서 지난해 2025년 602만명으로 꾸준히 증가세를 보이고 있다.

온라인 쇼핑물 매출은 크게 늘었다. 지난해 말 기준 지역 농특산물 온라인 매출이 33억8400만원으로 지난 2024년 28억2700만원보다 20%, 시행전인 2023년 매출 1억 300만원보다는 무려 34배나 증가했다.

이런 반값여행의 성공은 이재명 대통령과 정부의 관심으로 이어졌고 이전 '전국화' 절차를 밟고 있다.

정부와 한국관광공사가 올해 65억원의 예산을 투입해 강진군, 영암군 등 전국 16개 농어촌 인구감소지역을 대상으로 반값여행의 전국화된 이름인 '지역사랑 휴가지원' 제도를 시범사업으로 추진하고 있기 때문이다.

관광활성화를 통해 인구 소멸을 막기 위해 도입된 강진 반값여행의 또 다른 변신도 성공하길 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
1995년 12월 12일 창간	2012년 5월 3일 등록번호 광주 가-52(일간지)	정 치 부 370-7040	경 제 부 370-7020	산 업 부 370-7010	사 회 부 370-7030	문화체육부 370-7234
		편 집 부 370-7082	사 진 부 370-7050	독자관리국 370-7080	서울지사 ☎978-7090	

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