

광주시 '정책소풍', 민생소통 플랫폼 '자리매김'

민선8기 대표 시책·총 38차례 진행
복지·문화·산업 등 현장형 정책 수립
통합돌봄·공공심야어린이병원 '성과'
강 시장 "민생현장 중심 시정 원동력"

민선8기 광주시의 대표적 정책 소통 플랫폼인 '정책소풍'이 시민 눈높이에 맞게 정책을 조정하는 현장 소통창구 역할을 톡톡히 하고 있다.

7일 광주시에 따르면 시는 2022년 7월 민선8기 강기정 시장 취임과 함께 시장 주재 소통창구인 '정책소풍'을 도입했다. 시민 체감도가 높은 정책사업에 대해 시민·전문가 등 현장의 다양한 의견수렴을 위해 지난 2년 간 복지, 안전, 문화, 환경, 산

업 등 주제를 망라한 총 38차례의 정책소풍을 진행했다.

공공심야어린이병원, 초등 학부모 10시 출근제 등 시민 눈높이에 맞춘 정책 설계를 가능하게 한 일등공신으로 꼽히면서 시장 주재 '소통 플랫폼'으로 자리매김했다는 평가다.

정책소풍은 자립준비청년(보호종료아동) 사회적 보호 정책방안 모색으로 첫발을 뗐다. 보호종료아동의 자립체계 지원 정책을 마련해 본격 시행하기 위해 광주 시의회·광주아동복지협회 등 지역사회 10개 기관이 힘을 모았다.

그 결과, 한전KDN과 한전KPS에서 각 5명씩 청년인턴을 채용하는 등 지역사회가 자립준비청년을 보듬는 계기가 마련됐다. 또 자립수당 확대, 전담인력 확충, 복

지안전망 구축을 위한 '복지등기 우편서비스' 업무협약 등 맞춤형 지원 사업들로 확대되고 있다.

광주형 공공심야어린이병원도 눈에 띄는 성과다. 늦은 밤 아이가 아파 진료를 받기 위해 새벽부터 줄을 서는 부모의 '소아과 오픈런'을 해소하고자 지역 의료계와 정책소풍을 열어 '24시 공공심야 어린이 병원' 조성 계획을 마련하게 됐고, 첫 공공심야어린이병원으로 남구 광주기독병원을 지정, 운영하게 됐다.

이어 올해 4월에는 광산구 센트럴병원을 '달빛병원'으로 지정하는 등 어린이 안심 의료체계를 지속적으로 강화하고 있다.

광주에서 시작해 대한민국 복지표준으로 발돋움하고 있는 '광주다움 통합돌봄'

의 성공에도 기여했다. 강 시장은 대표 공약 중 하나로 시작한 광주다움 통합돌봄의 현장을 찾아 최일선에서 고생하는 관계자들을 격려하고, 다양한 의견 청취를 통해 보완점을 마련하는 등 정책 완성도를 높였다.

기존 국가돌봄망의 틈새를 메운 광주다움 통합돌봄은 국제적으로 인정받아 세계 지방정부연합 국제도시혁신상 최고상을 수상한 데 이어, 타 시도의 벤치마킹 대상이 되고 있다. 국회에서는 이런 흐름에 발맞춰 '지역돌봄의 통합지원에 관한 법률'을 제정하며 광주다움 통합돌봄 확산에 나섰다. 일명 '지각장려금'으로 불리며 광주형 육아지원책으로 인기를 끌고 있는 '초등 학부모 10시 출근제'도 현장 목소리를 반영해 지원 건수와 대상을 대폭 확대

한 사례다.

또 5·18민주화운동교육관에서 연 정책소풍에서는 5·18 관련 시설 집적화, 연계 프로그램 활성화 등을 논의했다. 5·18민주화운동을 기억하고 함께한 모든 이들과 함께 기념하기 위해 5월18일 당일 버스와 지하철 대중교통 무료운영 방안이 나와 시민들로부터 큰 호응을 얻었다.

강기정 광주시장은 "소풍 가듯 편안한 분위기에서 다양한 현장의 목소리를 생생하게 듣고자 정책소풍을 시작했다. 민심의 옷을 입어야만 좋은 정책이 만들어지고, 집단지성의 힘으로 실현된다고 믿는다"며 "광주시는 시민 눈높이에 맞는 현장형 정책 수립으로 시민의 삶이 더욱 빛날 수 있도록 시정을 펴나가겠다"고 밝혔다.

최권범 기자 kwonbeom.choi@jnilbo.com

"전남, 마을돌봄으로 초등돌봄 공백 해소"

여성가족재단, 정책정보 2호 발간
"늘봄학교·돌봄시설 사업 확충해야"

전남여성가족재단은 '전남 초등돌봄 잠재 수요 대비 이용 현황과 시사점'을 주제로 정책정보 2호를 발간, 지역별 학교돌봄과 마을돌봄의 수요와 시설·서비스 현황 분석을 통해 마을돌봄 강화 필요성을 제시했다.

전남여성가족재단은 2013년부터 여성·가족, 성평등 분야 통계 현황을 살펴보고, 시의성 있는 정책추진 근거 자료를 제공하기 위해 '전남여성가족 정책정보'를 발간하고 있다.

이번 정책정보에선 도내 22개 시군별로 3자녀 이상 가구, 한부모 가구, 조손 가구, 맞벌이 가구, 저소득 가구 등 돌봄 수요가 상대적으로 큰 집단 현황과 공적 초등돌봄서비스 공급 실태를 분석했다.

분석 결과 전남의 초등학생 수는 전반적으로 감소하고 있으나 추가적인 돌봄서비스 수요가 예상되는 가구 비중이 크고, 정도 차이도 지역에 따라 편차가 심한 것으로 나타났다.

전체 초등학생 수 대비 초등 공적 돌봄 서비스 이용 학생 수는 학교 돌봄과 마을 돌봄(지역아동센터 등)을 합해 평균 31.4%로 분석됐다. 이 중 학교 돌봄 17.8%, 마을 돌봄 13.6%로, 공적 돌봄서비스에서 학교 돌봄과 마을 돌봄이 차지하는 비중이 6대 4 정도다.

마을 돌봄 비중은 시 지역에서는 평균 40.0%, 군 지역에서는 46.9%로, 특히 군 지역에서 마을돌봄의 비중이 높아 초등돌봄서비스에서 중요한 역할을 하고 있음이 파악됐다.

이에 전남여성가족재단은 정책정보를 통해 초등돌봄서비스 확대와 개선에 있어 학교 돌봄뿐 아니라 마을 돌봄에도 주목할 필요가 있음을 강조했다. 늘봄학교 운영에 마을과 지역사회 자원을 적극적으로 활용하는 것 외에도 마을 돌봄 시설과 서비스를 확충하고 프로그램의 질과 시설·환경을 개선하는 데 공적 지원이 충분히 투입될 필요가 있다는 것이다. 마을돌봄에는 종래의 돌봄 시설뿐 아니라 아동·청소년이 문화와 여가를 즐길 수 있는 다양한 프로그램과 시설들도 포함된다. 오지현 기자



전일 체크인파티 가족단위 시민들이 지난 6일 광주 동구 전일빌딩245에서 열린 시민문화체험 특화 프로그램 '전일 체크인 파티'에서 무드등 만들기 체험을 하고 있다. 나건호 기자

광주시 지정문화유산 '도은선생집' 보물 승격

조선시대 왕명 간행 첫 문집
중국학자 서문·발문 '희귀본'

조선시대 왕명으로 간행된 첫 문집으로, 광주시 지정문화유산인 '도은선생집(陶隱先生集)'(사진)이 국가지정문화유산(보물)으로 승격됐다.

'도은선생집'은 고려 삼은(三隱) 중 한 사람인 도은 이숭인(1347~1392)의 시문집이다. 1406년 조선 태종의 명에 따라 변계량이 시집 3권과 문집 2권으로 편집·간행하고, 권근이 서문을 지어 금속활자로 간행했다.

고려 삼은(三隱)은 고려 말기에 절의를 지킨 목은 이색, 포은 정몽주, 도은 이숭인 등 세 학자를 일컫는 말이다.



국가지정문화유산으로 승격된 시 지정문화유산 '도은선생집'은 전남대학교 도서관 소장본으로, 금속활자 간행 후 제작된 목판본이다. 목판본은 9행 15자본, 11행 19자본 두 종류가 있는데, 전남대 소장본은 11행 19자본이다.

다른 목판본과 달리 주탁·정도전·권근의 서문, 이색·장부·고손지의 발문이 온전히 실려 있는 것이 특징이다. 권근의 서문을 제외하고는 명나라 지식인들에게 이숭인이 직접 받은 것으로 내용의 결락(缺

落)도 가장 적어 가치를 지닌다.

또 전남대 도서관 소장본은 국보 '합천 해인사 대장경판'의 이운(移運) 시기와 인출 불사(印出佛事) 등을 밝힐 수 있는 내용이 기재돼 있다. 이는 '고려사', '고려사절요', '태조실록', '태종실록' 등 관찬 사서(官撰史書)에는 포함되지 않은 원천 정보여서 학계의 주목을 받고 있다.

광주시는 '덕립사 목조지장보살삼존상'의 국가지정문화유산 승격을 비롯해 양림동 일원의 기독교유산과 국가무형유산 칠석고싸움놀이를 유네스코 세계유산과 유네스코 인류무형유산으로 등재하기 위해 노력하는 등 지역국가유산의 보전·활용정책을 적극 펼치고 있다.

최권범 기자

'전남 사랑애 서포터즈' 가입자 50만명 돌파

온·오프라인 전방위 홍보 주도
도 "글로벌 확산·가맹점 확대"

전남도는 농수축산물 판촉, 관광 활성화 등 지역 발전에 필요한 신성장동력 확보를 위해 중점 추진 중인 '전남 사랑애(愛) 서포터즈'가 가입자 50만 명을 넘어섰다고 밝혔다.

이는 전남도와 시군 모두 혼연일체가 돼 모집 캠페인에 참여하고 특히 올해 진해 군항제 등 전국을 돌며 현장 중심의 열띤 고향사랑실천 홍보 활동을 펼친 것이 주효했다는 분석이다.

또한 서포터즈 홍보영상, 숏폼 등 이목을 끄는 콘텐츠를 제작하고 인스타그램·블로그 등 다양한 온라인 매체를 활용한 전방위적 홍보를 진행해 전국단위 붐 조성을 이끌어낸 것도 한 몫했다.

누리집 개편을 통한 자유·후기게시판 신설로 서포터즈와 양방향 소통을 강화하고 국외 가입자 탭 신설, 이메일 인증제 도입으로 외국인도 서포터즈에 가입하도록 하는 등 지속가능한 운영체계를 구축한 것도 한 원인으로 꼽힌다.

전남도는 올 하반기 모집 캠페인 시즌 2를 전개해 서포터즈 글로벌 확산과 할인 가맹점 확대에 총력을 기울여 서포터즈 100만 명 달성을 앞당기겠다는 방침이다.

특히 8일 김영록 전남도지사의 중국 항저우 방문을 기점으로 세계 각국 호남향우와 서포터즈 가입 협력을 강화하고 해외 유명 유튜브와 협업을 통한 외국인 대상 바이럴 마케팅 진행, 국가별 특색을 반영한 전남사랑도민증 제작·제공을 통해 서포터즈 글로벌 확산을 꾀할 계획이다. 전남사랑도민증 할인가맹점도 연말까지 1000개소, 2026년 6월까지 3000개소로 확대하는 등 혜택을 강화해 서포터즈 자발적 가입과 전남 방문을 높이기에도 총력을 다한다.

김 지사는 "도·시군 직원과 향우회 등의 적극적인 홍보와 참여로 50만 명을 넘어선 전남 사랑애 서포터즈는 전남 발전을 견인하는 마중물이 될 것"이라며 "서포터즈와 전남을 더 끈끈하게 연결하는 다양한 방안을 강구할 계획"이라고 말했다.

오지현 기자

광주브랜드학교 전시회...12일까지 시청 로비

광주시가 홍보 브랜딩 기획자 양성 과정인 '광주브랜드학교' 전시회를 시청 1층 로비에서 오는 12일까지 개최한다.

이번 전시회는 3개월 간 교육을 마친 광주브랜드학교 수료생들이 광주에서 보고 듣고 느끼는 도시 일상의 경험을 시각이

미지로 표현한 작품으로 구성했다.

수료생들은 광주의 에너지, 생기, 무등산 수박의 시원함, 친구들과의 추억 등 일상의 면면이 담긴 도시 홍보물 시안을 제안해 도시브랜딩 기획자로서 역량을 엿볼 수 있다.

광주브랜드학교 일부 수료자들은 지속적이고 심도 있는 도시브랜드 활동을 진행하기 위한 '광주브랜드클럽'을 운영한다.

광주브랜드학교는 시각디자이너와 전공자, 문화기획자, 홍보 분야 종사자, 공직자 등이 참여해 도시사물디자인, 도시언어디자인, 도시경험디자인 등 3개 분야에서 최종 46명이 수료했다. 최권범 기자