특별기고

스포츠, '혁신'이 필요하다

오순근
광주시체육회 사무처장

역사는 이야기로 기록된다. 광주시 선수단은 지난 4일부터 10일까지 서울특별시 일원에서 열린 제100회 전국체육대회에서 원정 사상 최고 성적이라는 낭보를 전했다. 무려 3관왕(최고 성적 10위, 최고 점수 3만3,117점, 최고 메달 180개)이다.

모두의 노력과 열정이 있었기에 가능한 성과다.

'스포츠 도시 광주'를 위한 혁신은 어떤 것이 있을까.

지난 8월 지역에서는 처음으로 대구선수촌이 개소했다. 태릉선수촌과 진천선수촌을 제외하고, 지역에서 선수촌 개념의 시설을 갖춘 곳은 대구가 최초다. 최신 시설을 갖춘 선수촌과 체육행정·선수 훈련 및 휴식·스포츠과학 등이 원스톱 체제로 지원되는 시스템을 마련한 것이다. 이곳에는 대구시체육회관과 장애인국민체육센터, 대구FC 클럽 하우스와 대구스포츠과학센터까지 함께 입주했다. 체육 관련 단체가 한 곳에 집적함으로써 지역 체육의 혁신을 위한 구심점 역할을 수행하게 된다.

대구체육회 새로운 시도

또한 내년 5월에는 직장운동 경기부를 위한 선수 훈련시설 및 합숙소 완공을 추진하고 있으며, 추후 전문체육인뿐만 아니라 일반 시민들도 과학적인 시설들을 이용할 수 있게 그 대상을 확대한다고 한다.

대구시는 국내외 유수의 팀들을 대구로 유치하여 쾌적한 환경에서 각종 시합을 개최할 수 있고, 지역 선수들의 기량 향상은 물론이고 대구 홍보 및 관광 증대를 통한 지역사회 경제발전에도 시너지 효과를 낼 것으로 기대하고 있다고 밝혔다.

민선 7기 이용섭 광주시체육회장 취임 이후 광주시체육회는 5회의 혁신안 회의를 거쳐 총 62건의 혁신안을 발굴하여 추진 중이다. 그중에서 전문체육 분야 혁신 과제였던 '스포츠과학 컨디셔닝 지원사업'은 제100회 전국체전에서 새로운 역사를 달성하는데 든든한 버팀목이 돼주었다. 광주스포츠과학센터의 5년간의 빅 데이터를 활용한 스포츠과학과 컨디셔닝 지원, 전문체육팀의 전략 분석 및 지도자와 선수들의 열정이 시너지 효과를 낼 수 있도록 기여한 것이다.

생텍쥐페리의 '어린 왕자'에서 사막여우는 "중요한 것은 눈에 보이지 않아"라고 알려준다.

산이 높으면 골도 깊다. 광주는 2002년 월드컵, 2015년 하계유니버시아드 대회, 2019년 FINA세계수영대회를 성공적으로 개최한 대한민국 유일의 도시다. 하지만 그에 걸맞은 스포츠 시설과 프로그램 등은 매우 열악한 실정이다.

스포츠는 과학이다. 2015년 9월 개소한 '광주스포츠과학센터'는 현재까지(9월 말 기준) 6,482명에 대한 체격·기초체력·전문체력을 측정하고 운동처방을 지원하였으며, 문화체육관광부 지역스포츠과학센터 운영평가 2년 연속 1위(15~16년) 및 2017년 2위를 달성하여 명실상부한 지역 스포츠 과학 분야의 리더 역할을 해내고 있다. 올해는 9월 말 기준 1,546명(2019년 기준, 110% 달성)에 대한 체격·기초체력·전문체력측정을 지원하고, 전국에서 최초로 상시 컨디셔닝 지원 시스템을 구축하여 총 1,100명에 융복합 지원(트레이닝 662명, 컨디셔닝 438명)을 완료하였다.

'컨디셔닝 센터' 필요성 커

센터는 2018년 광주스포츠과학센터 이용자 설문조사(총 400부, 359부 분석)를 통하여 종목 단체의 건의사항을 분석하였다. 분석 결과, 82.7%가 컨디셔닝 센터 설립을 통한 부상 예방 훈련 및 부상 후 경기력 향상을 위해 종목 특성에 맞는 컨디셔닝 지원을 원한다고 답변했다. 하지만 지난해 예산 부족을 이유로 후순위 사업으로 밀렸다. 2019년 신규 혁신안으로 광주형 일자리사업을 통한 '스포츠과학 컨디셔닝 지원사업'을 추진한 결과 제100회 전국체전에서 그 필요성을 입증해냈다.

시작이 반이다. 저예산으로 고효율을 달성하기란 쉽지 않다. 스포츠 분야는 더욱 그렇다.

이번 전국체전의 성과를 바탕으로 지도자들과 선수들이 염원하는 전국 최초 '스포츠과학 컨디셔닝 센터'가 설립되어 '스포츠 도시, 광주'의 역사를 새로 써 나가길 기대해본다. 이것이 '광주다움의 진정한 스포츠 혁신 모델'이다.

기고

서민경제의 든든한 동반자 '봉고Ⅲ 트럭'

김형석
현대기아자동차 홍보팀 차장

가을을 맞이한 시골 들녘! 수확한 농산물이 가득 실린 봉고트럭이 시골길을 누빈다. 시원한 바람이 좋은 주말 오후 공원에는 맛있는 간식을 파는 푸드트럭 영업이 한창이다. 시장에는 무, 배추 등 각종 채소를 실은 트럭이 부지런히 오간다. 우리 주위를 둘러보면 어떤 길이건 그리고 어디에서건 서민들의 꿈을 안고 달리는 차가 보인다. 바로 '봉고트럭'이다.

드넓은 초원과 산길을 마음껏 뛰어다니는 아프리카 산양을 뜻하는 '봉고(BONG GO)'라는 이름은 기아자동차의 역사에 있어 매우 중요한 의미가 있는 이름이다. 1980년대 기아자동차는 '봉고'의 대히트로 국내 굴지의 자동차 기업으로 성장할 수 있었고, 당시 승합차는 생산회사와 차종을 불문하고 일반 고객들로부터 모두 다 '봉고'로 불릴 정도였다. 이른바 기아차의 '봉고 신화' 탄생의 주역이다.

이렇듯 많은 이들이 '봉고'라고 하면 원래 이름이 '봉고 코치'였던 과거 승합차만을 떠올리는 사람도 많지만 원래 봉고의 시작은 1톤 트럭부터였다. 한 때 인기를 끌던 승합차는 자동차 트렌드가 바뀌어감에 따라 현재 모두 단종되어 국내 시장에서의 명맥은 끊어진 상황. 하지만 '봉고'라는 이름만큼은 현재 기아차 광주 3공장에서 생산하고 있는 봉고Ⅲ트럭으로 계속 이어져 내려오고 있다.

봉고Ⅲ트럭은 원래 경기도 광명에 위치한 소하리 공장에서 생산되던 봉고 프런티어가 현재는 스포티지가 생산되고 있는 광주 2공장으로 이관되었던 차종이었다. 이때만 해도 광주공장이 상용차 전문공장으로 수익성 등이 지금과는 비교할 수도 없을 정도로 낮았던 시절로 당시 광주 2공장은 프라이드, 타우너, 봉고 프런티어, 레토나를 생산했다. 말 그대로 다품종 소량생산체제 시설 얘기다.

그러던 중 2002년 10월부터 시작된 광주공장 라인합리화 사업을 통해 2004년 광주 3공장이 광주 3개 공장 중 가장 먼저 봉고트럭 전문공장으로 탄생하면서부터 봉고Ⅲ트럭은 현재 광주 3공장의 주력 차종으로 생산되고 있다. 봉고Ⅲ트럭은 현재의 광주공장을 탄생시킨 라인합리화 사업의 첫 번째 성과물이라는 점에서 큰 의미가 있다.

봉고트럭은 쏘울 부스터나 셀토스, 스포티지 등에 비해서 화려하거나 스포트라이트를 받는 차종은 아니지만 어려운 경제위기 속에서도 서민경제의 동반자로 예나 지금이나 많은 사랑을 받고 있는 차종이다. 현재 1톤 시장은 사실상 현대차 포터와 기아차 봉고트럭이 양분하고 있다.

그런데 대부분 사람들이 잘 모르는 사실 중 하나가 이들 1톤 트럭이 내수시장에서 판매 TOP 10 안에 드는 인기 차종이라는 것이다. 1톤 트럭의 인기비결은 아마 잘 아시리라. 그만큼 쓰임새가 많다. 어떤 짐이든 적재가 가능하고 어떤 길이든 갈 수 있는 봉고트럭은 자영업, 푸드트럭, 택배, 자재 및 물류 운송은 물론 농업에서도 빠질 수 없는 재산목록 1호로 그 역할을 톡톡히 하고 있다.

봉고트럭을 그냥 1톤 트럭이라고만 말하지만 현재 기아차 광주 3공장에서는 1톤과 1.4톤 트럭, LPI 트럭 라인업을 보유하고 있고 국내 유일의 1.2톤 봉고트럭 모델도 생산하고 있다. 특히 올 9월에는 요소수 시스템을 적용해 배출가스 환경규제인 '강화된 유로 6' 기준을 충족하고 연비 향상과 안정성, 편의성을 더욱 강화한 상품성 개선 모델인 '더 뉴 봉고Ⅲ'를 출시해 현재 판매하고 있다.

2004년부터 광주3공장에서부터 생산된 봉고Ⅲ트럭의 광주공장 누적 생산량은 올해 9월까지 총 140만7,787대에 달한다. 누적 생산량만 봐도 스포티지, 쏘울과 함께 그동안 광주공장을 이끌어온 광주공장의 든든한 3두 마차 중 하나이다. 기아차 광주공장의 효자 차종이자 지역의 또 하나의 명차인 봉고트럭은 지금 이 순간에도 서민과 농민들의 부푼 꿈을 안고 전국 방방곡곡을 누비고 있다.

독자광장

날로 은밀해지는 몰래카메라 범죄 예방법

광주세계수영선수권대회가 한창이던 지난 7월 일본인 관광객이 수구선수 6명의 특정 신체 부위를 고성능 디지털카메라로 확대 촬영한 혐의로 입건됐다. 경찰이 압수한 카메라에서 민망한 장면이 담긴 20개의 동영상이 발견되는 등 이 남성은 성폭력범죄의 처벌에 관한 특례법(카메라 등 이용 촬영)위반으로 불구속 기소됐다.

이밖에도 지난 8월 이화여대로 교환학생을 온 일본인이 이화여대 샤워실에 들어가 몰카를 촬영하다 경찰에 적발 되는 등 불법촬영은 언제, 어디서 촬영당할지 모르고, 누구나 피해자가 될 수 있다는 불안감이 점차 커지고 있다.

몰카에 사용되는 도구도 시계, 안경, 라이터, 휴대용 보조배터리 등 일상생활 속에 누구나 흔히 가지고 있을 만한 도구들이 사용돼 범죄의 형태가 은밀해지고 있다.

통계에 따르면 몰카 범죄는 2011년 1,523건에서 매년 늘어 2018년에는 5,185건으로 3배 이상 늘었고 전체 성범죄에서 차지하는 비율도 2006년 3.6%에서 2018년 27.5%로 급증하는 추세이다.

이에 경찰청에서는 전문 탐지 장비를 활용 불법 카메라 설치 여부를 집중 점검·단속을 하는 등 몰카 범죄 근절을 위해 노력하고 있으며, 몰래카메라 112 신고가 들어올 시 즉시 출동하는 등 날로 발전하는 범죄에 대응하고 있다.

그러나 생활 속에서 예방 수칙을 숙지하고 준수하려는 적극적인 노력이 없다면 무용지물이 될 수밖에 없다. 일상생활 속에서 몰래카메라 범죄를 예방할 수 있는 방법을 알아보자.

첫째, 몰래카메라는 화장실에 설치돼 있는 경우가 가장 많다. 칸막이 위아래를 보고 불빛이 반짝이는 물체가 보이면 몰래카메라를 확인해야 한다.

둘째, 에스컬레이터나 계단 이용 시 누군가 뒤에 있는지를 살피고, 뒤를 책이나 핸드백으로 자연스럽게 가려서 올라간다.

셋째, 대중교통 이용 시 주변을 맴도는 사람이 있는지 주의하고 치마를 입고 버스나 지하철에 탈 때는 밑단을 잡고 노출을 막아 주의하면 되겠다.

날로 은밀한 몰래카메라 기술에 범인을 잡는 것도 좋지만 가장 좋은 것은 범죄를 예방하는 노력을 하는 것이다. 몰카의 위험으로부터 벗어나기 위한 노력을 기울일 때, 범죄가 예방될 수 있다.

/광주서부경찰서 여성청소년계 나태환

사설

권오봉 시장 '혈세로 얼굴 알리기' 사실인가

권오봉 여수시장이 광양만권경제자유구역청장으로 재직하면서 전례 없는 광고비를 들여 '얼굴 알리기'를 했다는 의혹이 제기됐다. 청장 사퇴 직전 추경예산까지 세워 이례적으로 과도한 광고비를 집행했다는 것이다. 이후 청장을 사퇴하고 무소속으로 여수시장 선거에 출마, 당선돼 누가 봐도 선거를 위한 사전 '얼굴 알리기' 였다는 지적이 그것이다. 실제로 광양만청은 지난 2017년 언론홍보 광고비로 2억200만원을 집행했다. 이는 한 해 평균 1억4,000만원에 그치던 광고비를 무려 44%나 증액한 금액이다. 눈길을 끄는 것은 당초 본예산에 잡혀 있던 1억5,200만원에 추경예산까지 편성 6,000만원을 추가한 점이다. 평균 예산보다 많은 본예산이 있었음에도 추경까지 편성, 홍보에 집중한 이유가 무엇인지 의문이 가는 대목이다. 광고비는 대부분 방송광고에 집중됐으며, 권 전 청장은 이후 TV대담 프로에 출연, 프로필과 함께 전파를 탄 것으로 확인됐다. 실제로 방송광고비로 9,300만원이 집행됐으며, 이는 전년도 3,600만원에 비해 2배 이상 증가한 것이다. 세부적으로 A방송사에 4,500만원, B방송사에 1,500만원, C사에 1,100만원 등이다. 특히 방송광고는 대부분 권 전 청장의 퇴임 전후에 집중됐으며, 광고 시점과 맞물려 대담도 이어진 것으로 확인됐다. 광고를 주면서 의도적으로 혈세로 '얼굴 알리기'를 한 것 아니냐는 의혹이 제기되는 대목이다. 이후 권 전 청장은 청장직을 사퇴하고 정치에 입문, 지난해 6월 지방선거에서 무소속으로 출마, 여수시장에 당선됐다. 공직자가 자신의 정치적 목적을 위해 국민혈세를 남용했다면 불·탈법을 떠나 비난받아 마땅하다. 권오봉 시장은 사실 여부를 명확히 밝혀야 할 것이다.

고시출신 공무원 지방에만 안주 안된다

광주시 고시 출신 고위직 공무원들이 중앙에 진출하려는 노력은 접어 둔 채 지방에만 안주하려 한다는 지적이 일고 있다. 지방에서 고위직에 앉아 그저 편안(?) 하게 공직 생활을 하려 한다는 얘기다. 개인의 사생활을 탓 할바는 아니지만 그러나 이들이 지역 주요 인재이고, 이들의 성장이 곧 지역발전과 직결 된다는 점에서 문제 제기를 하는 것이다. 실제로 중앙부처를 경험하고 광주에 내려와 지역발전 소임을 다한 뒤 퇴임한 한 퇴직공무원은 이 같은 상황을 크게 우려했다. 후배들의 보다 진취적이고 도전적인 자세가 아쉽다는 얘기다. 고시 출신으로 중앙부처에 올라가 많은 경험과 인맥을 쌓고 고위직으로 승진하려는 꿈을 가져야 한다는 게 그의 주장이다. 그래야만 자신의 발전은 물론 지역 인재로서 지역발전에 기여할 수 있다는 얘기다. 그럼에도 불구 상당수 고시 출신 공무원들이 지역에 안주 '우물 안 개구리'로 살아가는 게 안타깝다는 게 그의 주장이다. 이 같은 지적은 최근 광주시의회에서도 제기됐다. 김용집 의원(민주당·남구1)은 시정질의를 통해 이 같은 문제점을 지적하고 이용섭 시장의 인사혁신을 주문했다. 김 의원에 따르면 현재 광주시 3급(부이사관) 이상 고위공무원 중 고시 출신은 10명으로 전체 16명(교육·파견 제외)의 62.5%를 차지하고 있다. 이들 중 중앙부처를 다녀온 공무원은 1명에 불과한 것으로 나타났다. 9명이 중앙부처 근무 경험이 없는 것이다. 4급 이상으로 확대하더라도 총 21명의 고시 출신 중 단 2명에 불과하다. 고시 출신은 지역발전에 필요한 주요 인재들이다. 사무관 때부터 중앙부처에 진출해 두루 경험을 쌓고 고위공직자로 성장, 지역발전에 필요한 역할을 해야 한다. 차제에 광주시는 합리적인 인사혁신 방안을 마련해 주길 바란다.

권오봉 여수시장 시정에 책임감 갖길

기자수첩

김영민
정치부 부장

권오봉 여수시장의 독단적인 현안 추진과 여론 몰이식 시정운영으로 지역민의 눈총을 사고 있다.

여수시의회가 100억원이 투입되는 국립해양기상과학관 건립에 대해 '신중한 결정'을 요구한 데, 권 시장은 '발목잡기'라고 비판하면서 여론의 화살이 여수시로 향하고 있다.

권 시장은 최근 기자간담회를 갖고 "정부 측에서 과학관 부지 무상제공이 불가하다는 입장을 전달 받았다"며 "활용 가능 면적도 1900㎡에 불과해 당초 계획한 건축물이 들어설 수 없고, 어린이 공원 부지도 관련법에 따라 문화공원으로 변경 시 건폐율이 20%밖에 안 돼 공원 전체면적을 과학관 부지로 활용해야 하는 문제가 있다"고 주장했다.

그러나 이같은 권 시장의 주장과 달리 시의회는 시정책임자로서의 자질을 의심하고 있다.

시의회가 예산 심의를 무작정 보류하는 것이 아니라, 무상사용을 위해 권 시장이 어떠한 노력도 하지 않았다는 것.

서완석 여수시의회 의장은 "과학관 부지매입 안건이 지난달 시의회에서 부결된 것은 부지를 막대한 시비로 매입할 것이 아니라, 시장이 건립부지 무상사용을 위해 해양수산부장관과 박람회재단 이사장을 직접 만나 협조를 구하는 등 노력하라는 것"이라며 권 시장의 소극적 행정을 비판했다.

서 의장은 "과학관은 여수세계박람회 개최목적과 정신을 계승하기 위해 국가기관인 기상청이 건립하고 운영하는 국가사무이고 따라서 건립부지도 국가가 제공하는 것이 당연하다"며 "시민들의 뜻에 부응하고 정책대안을 제시하는 시의회 역할에 맞게 시민의 혈세인 100억여 원으로 부지를 매입하는 것을 반대한다"고 강조했다.

양측의 논리에 빈틈이 없고, 지역발전을 서둘러야 한다는 지역민의 염원도 다를 바 없다.

하지만 '아껴서 잘 살아보자'는 제안이 잘못된 것인지, 각종 현안비리로 사정기관의 칼날이 향해 있는 여수시의 행정에 과연 100억원의 예산이 제대로 쓰일 수 있는지 의심에 찬 지역민의 시선을 권오봉 시장은 인식해야 할 것이다.

또 시장의 자리에서 핑계를 찾기보다는 책임감 있는 모습도 요구된다.

생활정보전화		긴급전화	
▲이주여성 긴급전화	1577-1366	▲기상예보	131
▲응급질병상담	1339	▲법률구조상담	132
▲미아·가출인 신고	182	▲인광 알코올 상담센터	222-5666
▲여성 긴급전화	1366	▲광주 남성의 전화	673-9001
▲청소년 상담 지원센터	1388	▲광주 여성의 전화	363-7739
▲아동보호전문기관	1577-1391	▲수도 고장신고	121
▲노인보호전문기관	1577-1389	▲전기고장 신고	123
▲응급의료센터	1339	▲가스사고 신고	383-0019

※외부 필자의 글은 본지 편집 방향과 다를 수도 있습니다.

1989년 6월 29일 창간 **전남매일** 2005년 9월 21일 등록번호 광주가 14(일간)
회장 朴哲弘 대표이사·발행인·편집인 金善男 주필 李斗憲 편집국장 朴元雨
대표전화 062) 720-1000 구독 신청 및 배달안내 720-1098, 010-4601-5323

정치부 (062) 720-1060~62	편집부 (062) 720-1070	기사제보
경제부 (062) 720-1066~67	기획실 (062) 720-1005	•TEL (062) 720-1050~54
사회부 (062) 720-1050~54	논설실 (062) 720-1032	•FAX (062) 720-1080~82
사회2부 (062) 720-1043~45	월간국 (062) 720-1006~07	•E-mail jndn@chol.com
동부권본부 (061) 743-4200~01	관리국 (062) 720-1012	광고문의
서부권본부 (061) 285-9816~17	판매국 (062) 720-1098	•TEL (062) 720-1016~17
문화체육부 (062) 720-1071~72	사업국 (062) 720-1011	•FAX (062) 720-1020
사진부 (062) 720-1040	광고국 (062) 720-1016~17	•E-mail jnmi1000@hanmail.net

본지는 신문윤리강령 및 그 실천 요강을 준수한다
우) 61234 광주광역시 북구 제봉로 322(중흥동, 삼산빌딩) / 구독료 월 10,000원 (1부 500원) | 인쇄처 주식회사 광주일보사