

이제는 새로운 공공디자인이다!

지역활성화를 위한 공공디자인 콘텐츠 활용현황과 주요 이슈

I. 배경

□ 환경변화에 따른 지역개발 발전방향

- 1997년부터 지방자치제가 본격적으로 시작되면서, 지자체 간 경쟁이 극도의 혼란한 양상을 보임
- 지역 간 경쟁이 점점 심화되고 있고, 지역의 생존과 발전을 위한 지방자치단체의 노력이 강화되고 있음
- 그 과정 중에서 지역 간 경쟁에서 문화적 가치가 더욱 중요하게 부각되었고, 이러한 상황은 장소 또는 지역 마케팅(place marketing)으로 구체화됨
- 지역 활성화를 위한 정책 수단으로서 지역에 기반을 두고 지역주민이 주도하는 풀뿌리형 지역개발 사업 추진이 관련 부처를 중심으로 확산됨 (마을만들기 등)
- 지역개발의 차원에서 지역 활성화 차원의 커뮤니티형 공공디자인 사업을 도입하여 지역발전을 도모할 수 있는 방안이 다양하게 모색되고 있음
- 지역 활성화를 목표로 한 지역개발은 잠재적 가치가 높은 지역자원을 지역 활성화 자원으로 개발함으로써 방문객의 증가와 이용 욕구 충족 및 지역주민의 문화향유 및 삶의 질 증대에 이어 소득증대를 가져옴

□ 지속가능한 개발을 위한 지역문화콘텐츠

- 지역활성화에 관한 연계산업은 대상에 따라서 다양한 활동이 지역은 물론 방문객에게 제공될 수 있으므로, 지역의 다양한 콘텐츠와 공공디자인의 결합이 요구됨
- 특정한 지역이 지니고 있는 문화, 생태 및 자연, 생활풍속, 습관, 먹을거리, 어메니티 등의 지역발전에 대한 가치가 증가됨
- 그 중에 지역특산품과 브랜드, 지역축제 및 이벤트, 마을 만들기와 같은 커뮤니티형 비즈니스가 효과적인 지역 활성화의 수단이 되고 있음

□ 새로운 정책수단 도입 요구 증대

- 지역 축제를 예를 들어보면 모든 지자체가 너나 할 것 없이 축제를 통한 지역개발에 나섬으로써 전국은 동시에 수 천 개의 지역축제가 양산 되었고, 성공적인 사례는 그리 많지 않음
- 이는 축제 전략에 대한 경험과 노하우가 부족할 뿐만 아니라 이를 지속적으로 발전시키기 위한 전략과 기획력, 주민의 의지 등이 부족하기 때문인 것으로 분석
- 이전에는 정부 예산 투입을 통한 직접 지원방식으로 추진되나 예산지원이 중단되면 사업이 답보하거나 중단되는 경우가 대부분이었음. 차후 지역 축제와 같은 활성화 콘텐츠의 개발과 운영의 지속성을 확보하기 위하여 다른 차원의 유도형 지원정책으로 커뮤니티형 공공디자인 사업등을 고려할 필요가 있음
- 지역 활성화를 위한 효과적인 수단으로 커뮤니티 비즈니스 모델이 부각되면서 관련 부처에서 다양한 영역과 연계한 모델을 발굴 지원해야 하며 기초, 광역, 중앙 정부의 역할과 추진 모형이 서로 운영 목적을 달리하여 결합되어야 함.

Ⅱ. 지역개발에서 공공디자인 콘텐츠 활용현황

□ 지역특산품과 브랜드 디자인

○ 강원도 정선군 '아리아리! 정선'을 디자인하다

정선군은 고원관광 휴양단지인 하이원 리조트와 전통 재래시장인 정선5일장, 레일바이크 등이 있는 4계절 레저도시. 2009년 전국지방자치단체 최초로 106종에 이르는 농산물을 '아리아리!정선'이라는 공동브랜드로 단일화하고 포장디자인을 개발. 공동브랜드 관리를 전담하는 기구로 2007년 1월 농업정책과에 농업마케팅팀을 신설하고, 표준규격과 생산자 인적사항 등 품질관리 대책을 행정과 농협이 협력하여 책임지는 「청정·웰빙·진품」의 마케팅 전략 추진. 철도관광상품 연계



<그림2> 아리아리!정선

□ 지역축제 및 이벤트중심의 커뮤니티 디자인

○ 서울시 구로구 벤처인 넥타이 마라톤대회

구로구는 공단에서 디지털도시로 변모한 '디지털구로'의 성공신화를 알리고자 지난 2003년부터 이색 마라톤 대회를 실시. 넥타이를 메고 벤처인과 지역주민들이 화합하는 행사. 2009년 프랑스 '에빌망시엘 대회' 스포츠부분에서 국제 도시상을 수상. '에빌망시엘 대회'란 스포츠, 문화, 지속가능개발 등 3개 분야를 대상으로 한 해 동안 이색적이고 뛰어난 사업을 개최한 도시를 선정하여 수상하는 행사임



<그림5> 넥타이마라톤대회

○ 전남 완도군 청산도 슬로우 걷기축제

새로운 축제브랜드로 '슬로길'이라는 명품길을 탄생시키고 대한민국 최고 명품 섬으로서 위상을 알리는 계기를 마련함. 타 지자체와는 차별화된 '슬로길 컨셉'으로 봄철 대표축제로 자리매김 함. 2010청산도슬로우걷기축제는 스토리가 있는 성공적인 축제로 인정받음



○ 경북 영천시 보현산 별빛축제와 마을미술

국내 유일의 별을 테마로 한 관광자원. 3일이라는 짧은 축제기간동안 10만 명 이상의 관광객이 꾸준히 참여하고 있으며, 보현산 천문대 방문객 및 등산객, 천문과학관 방문객, 별빛마을 등 연중 수많은 관광객이 보현산 일대를 방문하고 있음. 2009년도 개장한 보현산 천문과학관, 농촌생태마을로 조성된 정각리 별빛마을, 별빛나이트 투어, 스타파티 등 별을 보며 체험할 수 있는 가족단위 체험관광지. 2010년 제7회를 계기로 순수과학 교육이 꿈나무 축제로 전화되고 있으며, 당일형 축제가 아닌라 체류형 축제로 성장



□ 지역커뮤니티 비즈니스

○ 울산광역시 태화강 대공원 공공디자인

방치되어있던 태화강 태화들의 재생으로 도심 하천의 새로운 가치와 개발패러다임을 개척함. 십리대숲, 백리물결을 테마로 한 생태형 공원. 태화강을 선행모델로 삼아서 울산의 회야강, 외항강, 동천 등 도심 하천을 도심생태공간으로 계획



○ 경북 울진군 굴구지 산촌마을 커뮤니티 디자인

2007년 산촌생태마을 조성사업이 착수되자 굴구지 주민들이 구산3리 산촌마을회를 조직하여 산촌체험센터 조성을 위한 부지를 매입. 울진군과 지역주민들이 합의해 원시에 가까운 아름다운 자연환경을 훼손하지 않는 친환경적인 개발을 함. 2008년에는 주민들이 자발적으로 '왕피천피래미축제'를 계획하여 마을공동기금을 마련하고, 마을조적을 중심으로 축제를 운영함. '왕피천피래미축제'는 관주도가 아닌 민간주도의 새로운 축제유형으로 평가받고 있음. 산촌생태마을 조성사업, 연관사업의 지속적 투자와 축제의 성공은 주민들에게 자신감과 자부심을 심어줌



◦ 전북 진안군 (주)공정여행 풍덩_사회적기업디자인

진안지역 향토해설사회의 회원 중 주주로 참여하여 공동출자금을 창업자본금으로 확보함. 진안군 내 11개 읍면의 지역주민이 중심이 되어 지역 자원에 관한 학습동아리 활동을 시작함. 인구 2만5,000명의 농경 산촌지역으로 경제적, 문화적으로 낙후지역으로 인식되었으나, 농경사회 중심의 지역 내 전통문화는 마을 공동체를 통해서 명맥을 유지하고 있으며, 지역 내 생태자원으로 인하여 최근 지역의 가치가 재조명되고 있음
2010년 매출액은 약 1천5백 만 원으로 이중 70%가 진안군 내 마을 및 지역주민에게 환원됨

Ⅲ. 시사점 및 정책제언

□ 지속가능한 발전을 위한 지역 디자인 사업

- 지리적 표시제 등 지역 특성에 중점을 둔 콘텐츠 활용이 많았지만, 지속가능한 발전을 위해서는 지역의 특성만을 너무 강조하지 말아야 함
예를 들면 스페인 빌바오시의 '구겐하임미술관' 사례처럼 빌바오시와는 직접적인 관련이 없지만 사업성이 중요하게 반영된 성공적인 사례임
- 기획단계에서부터 타당성 평가가 고려되어야 함
 - 1차: 기술적, 지역적, 경제적 타당성 평가
 - 2차: 사업수행초기단계에서 사전컨설팅, 타 지역 성공사례 벤치마킹 도입
 - 3차: 사업 진행 중 매년 평가를 통해서 사업 조정 권고
- 지역 주민 등 관련 단체(지역 커뮤니티)들과 합의 도출
사업 준비 단계부터 지역주민 등 관련 단체와의 동의와 참여가 필요함
- 사업비 배분
평등의 법칙보다는 장기적인 전략을 가지고 선택과 집중할 수 있는 기초자치단체에 지원해야 함

□ 가치 있는 것에 대한 투자와 자발적 움직임

- 1995년 지방자치제가 시작하면서, 각 지역마다 축제와 같은 지역 활성화사업이 난립하기 시작하였고, 더불어 무분별한 콘텐츠기술의 도입을 통한 박물관, 기념관 등의 조성사업이 시작됨

- 지역활성화 사업은 지역의 문화자원을 활성화 콘텐츠로 구성하여 방문객들을 유치하여 지역경제를 활성화시키고, 지역의 이미지를 제고하는데 중요한 역할을 하고 있음
- 그러나, 지역의 문화자원을 상품화하고, 지역의 정체성을 부각시키는 사업에 대한 전략적 접근이 부족하기 때문에 지역활성화를 위한 사업들이 대부분 연례행사로 전략함
- 지속성장에 대한 논의가 활발하게 이루어지고 있고, 지역차원에서 책임, 공정, 상생에 대한 중요성이 대두되고 있음
- 지역 간 경쟁이 치열해지고 있는 환경 속에서 지역콘텐츠디자인을 극대화하기 위해서는 향후 지역기반형 커뮤니티 디자인이 지역 발전의 핵심가치로 작용해야 함
- 또한 정부주도 사업에서 커뮤니티 중심의 민간주도 사업의 패러다임으로 변화되는 중요한 시점임
- 지역 디자인 콘텐츠도 트렌드를 읽는 힘이 시장경쟁력이고, 가장 중요한 자원은 이러한 과업과 비전을 추진할 리더쉽을 가진 사람임을 인식하고 다양한 참여자의 역량강화를 노력해야 함