지역진흥을 위한 디자인개발 프로그램

Design Program for the Regional Development

하 상 오(Ha, Sang Oh)
동아대학교 산업디자인전공

"이 논문은 1999학년도 동아대학교 학술연구조성비(공모과제)에 의하여 연구되었음"

報告論文 Original Articles ● Received : Dec. 24. 2001 ; Accepted : Feb. 08. 2002

1. 서론

2. 지역 아이덴티티의 계획과 자원화
2-1. 지역 아이덴티티의 계획
2-2. 지역 아이덴티티의 자원화

3. 지역진흥 프로그램의 전략과제
3-1. 지역 경쟁력 확보를 위한 과제
3-2. 지역 특성과 구조개선의 방향

4. 지역 진흥을 위한 컨셉 도출과 디자인프로세스
4-1. 지역 진흥을 위한 컨셉 도출
4-2. 디자인 개발 프로세스

5. 결론

참고문헌

(要約)
본 연구는 현재 각 지역에서 지방자치단체를 중심으로 일률적으로 적용되어 온 지역활성화를 위한 방향이 캐릭터, 지역공동 브랜드, 특산품 개발 등 개별적인 응용아이템 개발위주로 진행됨에 따라 디자인의 역기능이 노출되고 있으므로 이를 최소화하는 한편, 무한 경쟁으로써의 지방 자치단체 개념 변화에 대응하여 기업혁신의 수법으로 이용되어져온 CI계획을 지역 경쟁력 강화 프로그램에 거시적으로 적용함으로서, 지역아이덴티티를 정립하고, 지역자원을 개발하며, 지역경제의 활성화를 위한 새로운 발상전환의 기회를 제공하고자 한다.
따라서, 지역진흥을 도모함에 있어 디자인이 중심적 역할을 도모하기 위해서는 지역성장 방향을 기반으로 하면서 행정조직의 활성화, 행정 이미지 향상, 지역이미지의 개성화라는 보다 복합적인 목표달성 뿐 만 아니라 지역자원으로서의 인재네트워크 개발까지도 시야에 넣는 보다 고도의 다양한 변혁, 표현 프로그램으로서 커뮤니케이션전략의 개발이 필요하다.
특히, 이러한 커뮤니케이션 전략이 효과적으로 수행되기 위해서는 지역의 자기검증 및 인식 작업, 자기 재정의(再定義) 작업, 자기 혁신운동 전개, 지역이미지 통합을 위한 시각화, 디자인 시스템 구축, 프로그램 실행과 확인등 6가지의 단계별 디자인개발 프로세스에 의한 전략적이고 통합적인 지역진흥 프로그램의 운용이 불가피 할 뿐만 아니라, 디자인 프로그램 검증을 통한 지속적인 관리와 피드백에 의한 프로그램의 개선으로 지역 진흥을 목표로 하는 지역의 기본구상이 미래비젼을 담은 지역의 독특한 개성으로 변환시켜 표출케 하는 지역개발 기반 시스템으로서의 활용을 필요로 한다.

(Abstract)
Since policies of each local government toward regional development have been focusing on only development of the individual applied items such as a character merchandise, co-regional brand, and developing a speciality for the region, the adverse effects of design have been came out. So we carried out this research to minimize the adverse effects of design and also we would like to give the opportunity of thinking of a new way to activate local economy, to create regional identity and to develop local resources by applying the CI program which have been used as the way of business improvement coping with the conceptional change of the local self-government to the program to strengthen local competitiveness with a comprehensive view.
Therefore, for design to play an important role in regional development, as standing on the basis of regional development it is necessary to attain the various goals such as activating administrative organization, improving the administrative image, and making the local image unique. And also it is necessary to develop the communicational strategy as an innovative and expressive program which can consider human network development as an regional resource.
To carry out this communicational strategy effectively, in particular, it is not only inevitable to operate the strategic and comprehensive programs promoting the regional development according to the of 6 stages design development program which consists of region's self-verification and self-recognition, self-determination, development of self-innovation, visibility to unify the regional images, creating the design system, and carrying out and verifying the program, but also it is necessary to apply regional development system which can change the regional basic plan, aiming at regional development, into unique regional trait that has an future image by improving the program with constant management and feedback through verifying the design program.

keywords
· Domestic Industry, Regional Identity, Regional Development

1. 서론

디자인을 통해서 지역의 질적 향상을 도모하는 배경에는 현대 산업 사회를 축으로 한 거시적인 발상에서 벗어나 지역사회를 중심으로 하는 미시적인 발상이 근원을 이루고 있다.

특히, 지역과 국경을 초월하는 오늘날의 경제활동에 있어서의 지역관은 지역은 마켓이며 기술과 생산의 집적지일뿐 아니라 보다 값싼 노동력을 제공하는 생산의 현장이라는 의미부여에 관심이 모아지고 있다.

그 결과 지역을 형성하는 물적환경의 영향에 의해 생활문화는 평준화가 진행되고 지역주민들의 의식수준과 생활수준의 향상에 따라 지역의 독자성이 해체의 방향으로 나아가는 가운데 지역이 재인식되어야 한다는 자각이 싹트고 있으며 이러한 지역으로부터 출발하는 발상의 근저에는 주민들의 생활터전인 일정지역을 단위로한 지역적인 한계의 극복과 새로운 가치관의 형성, 자율성과 독자성의 확보가 과제가 되고 있음을 알 수 있다.

또한, 이들 배경에는 현대 모든 기술의 테마가 되고 있는 자연의 위협과 커뮤니케이션 장벽의 불식, 지역간 거리의 극복 등이 이러한 지역 재인식과 미묘한 상관관계를 이루고 있다. 지역의 고유성을 없애는 방향, 즉 지역의 해체로 작용할 것인지 아니면 지역의 생활과 정보, 이동 등의 결점해소를 통해서 지역성립의 원점인 주민들의 정착을 촉진하는 방향으로 작용할 것인가에 따라 지역의 권리회복 가능성 여부가 결정될 수 밖에 없는 상황에 이르게 된 것이다.

한편 우리 나라에서도 1990년대에 이르러 지방자치제가 실시되면서부터 각 지역 지방자치단체를 중심으로 지역진흥을 도모하기 위한 모색 방법으로 다자인의 도입이 점차 활성화되고 있으나 지역의 자율성과 독자성의 결여로 인해 많은 문제점이 노출되고 있다.

따라서 본 연구는 현재 각 지역에서 지방자치단체를 중심으로 일률적으로 적용되어 온 지역활성화를 위한 방향이 캐릭터, 지역공동 브랜드, 특산품 개발 등 개별적인 응용아이템 개발 위주로 진행됨에 따라 디자인의 역기능이 노출되고 있으므로 이를 최소화하는 한편, 무한 경쟁으로서의 지방 자치단체 개념 변화에 대응하여 기업혁신의 수법으로 이용되어져온 CI계획을 지역 경쟁력 강화 프로그램에 거시적으로 적용함으로서, 지역아이덴티티를 정립하고, 지역자원을 개발하며, 지역경제의 활성화를 위한 새로운 발상전환의 기회를 제공하고자 한다.

2. 지역아이덴티티의 계획과 자원화

2.1 지역아이덴티티의 계획

근래에 들어와서 기업변혁 수법으로서의 CI계획을 이용한 지역재생, 활성화 운동이 전개되고 있다. 기업의 CI계획은 시대의 요청에 응해서 기업을 어떻게 변혁시킬 것인가 하는 자기변혁과 자신의 가치와 개성을 어떻게 표현하고 그 공유화를 도모할 것인가 하는 자기표현을 동시 복합적으로 전개함으로써 기업의 환경적응력 강화를 도모하는데 있으므로 이와 같은 수법이 동일한 인간집합체인 지역에 있어서도 적용가능한 것으로 볼 수 있다.

그러나 지역재생을 위한 아이덴티티 계획(RI : Regional Identity)에 있어서는 지역을 구성하고 있는 아이덴티티 주체의 복합성이라는 지역고유의 문제가 존재하고 있기 때문에 그로 인하여 기업 CI계획에 비해서 지역아이덴티티 계획은 보다 점진적이고 다각적인 접근방법이 요구되므로 계획 수립 시 다음과 같은 원칙을 고려하는 것이 필요하다.[1)]

① 주민, 지역권리 주체의 원칙 - 지역사회의 주체적인 참가에 의해 진행할 것.

② 생활환경정비의 원칙 - 부분적인 개선으로부터 시작하여 단계적으로 조직화 해 나갈 것.

③ 점진성의 원칙 - 끊임없는 개선의 프로세스로 진행할 것.

④ 문화와 지역성 중시의 원칙 - 지역 고유의 역사와 문화를 중요시 할 것.

⑤ 총합성의 원칙 - 교육, 복지, 산업진흥과 일체화 할 것.

⑥ 파터너 쉽(partner ship)의 원칙 - 지역주민을 중심으로 다양한 계층의 사람이 지역 진흥을 지지할 것.

⑦ 자기개발의 원칙 - 참가하는 주민이 자기개발을 통하여 새로운 가치를 창조할 것.

더욱이 지역활성화의 본질적 의미가 단순한 지역 산업진흥이나 종래와 같은 중앙 의존형의 성장에서 벗어나 지역을 구성하는 다양한 측면과 영역이 균형을 이룬 자립적 성장의 기초를 확립하는 것을 목표로 한다면 지역의 구조변혁과 커뮤니케이션 전략이 연동한 통일적 프로그램의 전개가 요구되어 질 수밖에 없는 것이다.

지역은 경제(산업구조), 사회(지역구조), 생활(지역문화), 자연(지역환경)등 제각기 독자의 발달, 성장목표와 행동특성을 지닌 주체, 혹은 서브시스템으로 구성되어짐과 동시에 행정(지방자치체)에 의한 그의 조정, 통합이라고 하는 계층적, 다원적 구조를 지닌 토탈시스템인 것이다.[2)]

이와같은 지역의 다원적 구조는 지역의 아이덴티티 계획을 수립할 때 기업의 아이덴티티 계획과는 또 다른 시점과 전개 방법이 요청되어 진다. 지역의 아이덴티티 계획에서는 이들 개별적 서브시스템을 어떻게 변혁시킬 것인가 하는 것과 더불어 그것들을 상호관련 지우고 지역전체로서의 조화를 이룩하여 발전과 성장을 어떻게 실현해 나갈 것 인가하는 지역의 종합적인 미래비전의 구축과 다양한 지역구성원 전체로부터 그에 대한 이해와 공감의 획득이 가장 중요한 과제가 된다.

따라서 총합적 비전, 혹은 기본컨셉의 토대 위에서 제각기 영역에서의 변혁운동이 전개됨과 동시에 지역변혁의 토탈 프로듀서로서의 행정이 개재됨으로써 개개의 변혁과 개성적 성장을 지역전체의 조화적 발전과 자립적 성장에로 통합해 간다고 하는 복합적인 시점과 방법론이 필요하게 된다.

2.2 지역아이덴티티의 자원화

최근에 들어와서 고령화, 정보화, 국제화의 진전과 경제구조의 변동에 의해 지역을 둘러싸고 있는 사회환경이 급속히 변화하고 있으며, 특히 이 가운데서도 정보통신기술의 획기적인 발전과 보급에 의해 정보 사회로에의 이행이 촉진된 결과 각 지역간의 격차가 소멸되고 지역의 문화와 고유성이 해체되는 방향으로 나아감에 따라 앞으로 지역이 당면해야할 과제는 한

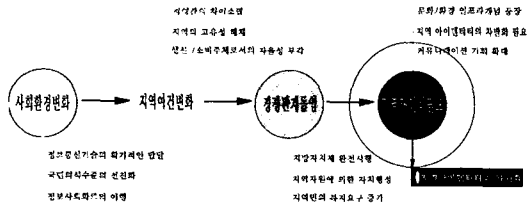
1) 佐藤 滋 : まちづくりの科學、 鹿島出版會. 12-21 (1999)

2) 渋谷 邦男 : 北海島における地域振興とデザイン、デザイン学研究特集号第2巻、20-23.(1994)

층 증대하고 복잡화 할 것으로 예상된다.

이와 같은 상황하에서 지역을 붕괴로부터 재생에로 전환함에 있어서 디자인의 역할이 증대되어가고 있는 추세임은 분명하지만 한편으로는 그 어느 때보다도 지역진흥을 위한 디자인계획의 수립에 있어서 핵심요소가 되는 지역아이덴티티에 대한 재인식이 필요한 시점이라고 볼 수 있다.(그림 1)

(그림 1) 지역아이덴티티의 재인식



이러한 배경에는 지역아이덴티티의 확립을 통한 지역 나름대로의 새로운 산업활동의 전개, 지역의 독자적인 소비생활양식의 형성등 지역이 생산과 소비의 주도권을 행사하는 토대위에서 만이 디자인이 지역진흥의 중심역할을 기대할 수 있다는 인식이 자리잡아가고 있기 때문이다.

지역진흥을 위한 디자인 정책의 수립은 지역에 따라 차이가 있다. 그것은 지역을 둘러싸고 있는 환경과 주민의 살아가는 방식에 따라 그 "지역다움"을 형성하는 요인이 달라지기 때문이다. "지역다움" 즉, 지역이 독특한 아이덴티티를 지니지 못하면 지역활성화를 위한 디자인개발계획의 기본토대가 형성되지 못하므로 디자인 정책수립이 불가능해 진다. 다시 말하자면 지역스스로가 발신하는 일관된 주의, 주장, 테마를 갖고 독특한 문화양식을 지니고 있는 지역은 스스로가 자생적으로 경쟁력 있는 생존방식을 취하게 됨으로써 지역활성화에 따른 새로운 아이디어의 창출을 용이하게 할 뿐 아니라 이는 지역 차별성을 강조하는 컨셉으로 이어지게 되어 궁극적으로는 그 지역의 특성을 표현하고 가시화하는 디자인 단계에 있어서 실제적으로 구현화 할 수 있는 명확한 단서를 제공하여 타 지역과 차별화 되는 고유하고 독특한 아이덴티티를 표출할 수 있게 된다.

나아가 지역진흥을 촉진함에 있어 지역의 산업, 자연환경, 주민생활을 바탕으로 한 지역 고유의 자원을 바탕으로 하여 독창적인 아이덴티티 요소의 개발이 이루어져야 하며 이를 통하여 경쟁력 있는 지역이미지 자산으로서의 새로운 가치 창출을 도모함과 아울러 지속적인 홍보를 통해 아이덴티티를 강화할 필요성이 있다.

이를 바탕으로 지역의 특성을 강조한 산업자원개발, 환경자원의 활성화를 통한 관광산업의 육성, 지역 아이덴티티를 이용한 캐릭터, 지역이미지를 활용한 새로운 산업, 생산활동 창출에로 지역진흥운동이 파급됨으로써 결과적으로는 자연환경 보존으로 주민들의 쾌적한 삶이 보장될 뿐만 아니라 지역 경쟁력 향상으로 주민소득증대를 가져오게 되어 자립경제, 자치행정을 기반으로 한 주민의 자긍심 고취와 더불어 고품질 생활양식이 형성될 수 있는 것이다.

3.지역진흥프로그램의 전략과제

3.1지역경쟁력 확보를 위한 과제

현대기업의 아이덴티티 계획은 기업이 세계기 성장단계에 있어서 직면하는 자기확인과 자기표현이라는 2가지 기본적 발달과제에 통일적으로 대응하기 위해 새로운 성장을 향한 목표창조, 자기혁신운동이지만 이에 비해서 지역진흥을 위한 아이덴티티 계획은 시대의 요청에 따른 지역의 새로운 성장을 목표로 지역을 어떻게 변혁시킬 것인가 하는 자기변혁과 동시에, 지역의 가치와 개성을 지역내외에 어떻게 표현하고 그것을 공유할 것인가 하는 2가지 기본 과제를 안고 있으며 이의 해결없이는 지역 발전을 기대할 수 없는 급박한 상황에 놓여있다.

그러나 이러한 시대적 요청에도 불구하고 지역은 도시에 비해 상대적으로 낙후되어 있으며, 날로 침체화 되어가고 있는 지역의 공통된 특징은 주민의식 가운데 자리잡고 있는 불만감과 체념의 혼재에 기인하고 있다고 할 수 있다. 그 커다란 원인은 지역행정 책임자나 지역재계의 유력자 등 지역선도그룹의 비전 창조와 표현노력의 결여에 주된 요인이 있다. 즉 지역의 성장과 발달을 뒷받침하는 것은 자신 스스로라는 주체적 의식에 앞서 중앙정부의 행정적 지원이나 대기업의 경제적 논리에 의존하는 성향이 강하므로 그로 인해 현 상태에 있어서의 불만을 지역 재생에로의 도전의식으로 승화시키지 못하고 체념하는 악순환이 되풀이되고 있다.

따라서 지역재생을 위한 우선적 과제는 지역의 문제를 공유하여 주체적으로 그 해결에 도전한다고 하는 주민의식의 활성화가 필요하며 이를 위해서는 지역 내에서의 커뮤니케이션 활성화와 인적 네트워의 개발이 전제가 되어야 한다.

나아가 지역진흥은 지역의 물적인 환경을 중심으로 주민복지와 지역산업, 교육, 환경문제 등 다양한 문제를 통합적으로 포착하여 해결해야만 하는 일련의 복합적인 행동양식을 지니고 있으므로 아래와 같이 단계적이고 전략적인 접근방식을 필요로 한다.

① 지역내부로부터 사업을 창조한다.

지역자원을 정확하게 파악하고 발굴함으로써 지역자원을 다각적으로 활용하는 한편 지역자원의 재배치에 의해 자원을 효율적으로 이용할 수 있는 기회를 확대하여 지역의 자립적 성장을 도모한다.

② 테크노 인프라를 구축한다.

지역에 축적되어 있는 기술, 정보를 통합하고 인재 네트워을 형성함으로써 기술, 정보, 인재의 자립도를 강화하고 이를 위한 교육, 훈련 프로그램을 도입하여 지역 경쟁력을 확보한다.

③ 소프트 인프라를 확립한다.

지역 내 경제순환기능을 강화하기 위해 물류, 통신, 교통 시스템을 고도화하는 한편 사람, 물품, 자금, 정보의 흐름을 체계화하여 지역체질을 강화한다.

④ 시장의 창출기회를 확대한다.

지역 내 상업활동을 확대하고 1차 산업중심에서 2,3차 생활산업 개발로 전환함과 아울러 주민과 도시민의 건전한 소비기회확대를 통하여 경제활성화를 도모한다.

3.2 지역특성과 구조개선의 방향

지역 재생활성화운동의 기본적 과제는 지역의 경제시스템(산업구조), 생활시스템(지역문화), 행정시스템(행정조직), 환경시스템(자연환경) 등 지역을 구성하고 있는 이들 4가지 시스템을 시대의 요청에 의해서 어떻게 변혁시켜 서로간에 관계정립을 할 것인가에 있다.[3)]

① 경제 시스템(산업구조)의 개선

현재 지역에 있어서 산업구조의 본질적 문제는 지역에 있어서 가치의 생산과 소비불균형의 확대에 있으며, 가치소비가운데서 생겨나는 새로운 가치, 생산기회의 결여에 그 원인이 있다. 즉 우리 나라에서 생산되어지고 있는 가치의 소비기회가 중앙에 집중화되고 그 결과 중앙에서는 새로운 사업 창조기회를 확대하는 한편 지방에 있어서는 자립적 경제 성장력의 상실을 가져오고 있다.

따라서 지역진흥에 따른 경제 시스템 변혁의 기본적 과제는 대기업에 의존한 새로운 산업기반의 도입과 산업구조의 변혁에 있는 것이 아니라 지역 내에 있는 가치의 생산과 소비의 균형화에 의한 자립적 경제 성장력의 회복, 확립에 있다.

그것은 지역경제의 자급자족화를 의미하는 것이 아니라 지역내에 확립되어진 자립적 성장구조를 바탕으로 하면서 각 지역이 대등하게 네트웍화 함에 따라서 현재의 관광사업에서 볼 수 있듯이 주민부재의 여건 하에서 과도한 지역간 경합과 중앙에 대해 지역에서 흔히 볼 수 있는 지배, 종속적 관계를 배제한 조화로운 경제성장을 실현해야 만 한다.

② 생활시스템(지역문화)의 개선

지역진흥에 있어서 생활 시스템변혁의 기본적 과제는 주민의식의 활성화와 지역문화의 재발견, 나아가 이질적 문화와의 융합에 의한 새로운 지역문화 창조의 2가지이다.

한편, 지역 활성화는 인공적으로 전혀 새로운 것을 만들어 내는 것이 아니라 지역의 끊임없는 성장과 발달에 의해서만 가능하다는 것이다.

이를 위해서는 역사가운데서 숨쉬어온 지역의 생활과 문화만이 가장 중요한 기반이 된다고하는 의식을 지녀야 한다. 그것은 단순히 과거의 문화를 지키고 유지하는 것이라는 의미에서 벗어나 문화를 키워온 지역의 생활역사를 되돌아보고 현대 생활과 사회와의 융합을 도모함으로써 더욱 새로운 지역 문화를 창조해나가는 것이 되지 않으면 안되기 때문이다.

③ 환경시스템(자연환경)의 개선

지역은 풍부한 자연에 둘러싸여 있는 곳이 많다. 숲과 바다, 강 등 자연환경의 보호 및 강화는 지역 산업화 과정에서도 유지되어야만 하지만 동시에 자연환경을 지역재생의 전략적 자원으로 보는 시점이 필요하다.

지역의 자연환경을 기반으로 한 관광, 레저 산업개발이 성행하고 있지만 앞으로 관광, 레저의 주요한 요인이 되는 것은 자연 그 자체가 아니라 그러한 자연 가운데서 가꾸어져온 생활과 문화인 것이다. 따라서 지역의 생활과 문화와 자연환경과의 융합이야말로 관광사업개발의 최대과제이며 도시로부터 손님을 끌어들이는 행위에 그치기보다는 도시민이 자연을 즐길 수 있는 장소와 기회의 개발이 더 중요시되어야 할 것이다.

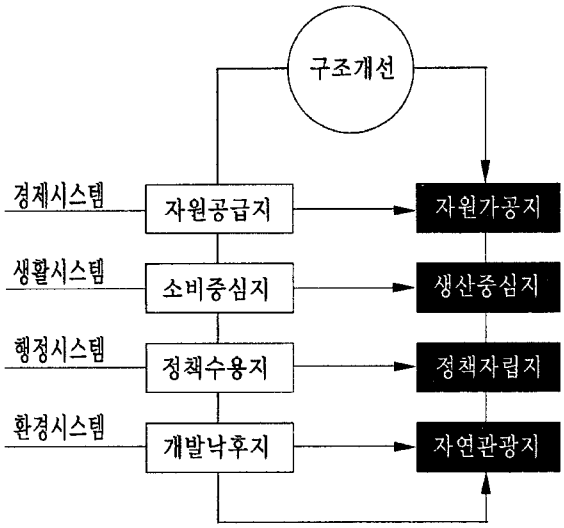
④ 행정시스템(행정조직)의 개선

지역진흥을 향한 행정시스템 변혁의 기본적 과제는 관리중심형 행정으로부터의 탈피와 지역의 성장을 향한 목표의 창조로부터 그 실현까지를 종합적으로 통솔하고 지원해 나가는 것을 가능케 하는 창조력과 행동력이 넘치는 전략적 지역경영에로 이행하는데 있다.

이를 위해서는 전략경영을 가능케 하는 전략개발, 기획 시스템의 도입과 종적조직을 횡적조직으로 바꾸어 전면적인 조정을 가능케 하는 통합기구의 확충, 강화, 서비스 업무, 리더십 업무를 보충하는 등, 다양하면서도 전문적인 인재의 확보, 육성, 활용뿐만 아니라 인재배치의 기동성과 직원의식의 개혁, 정보교육강화에 이어 시대감각과 커뮤니케이션 능력 개발, 지역사회와의 쌍방향적 커뮤니케이션 프로그램의 구축을 필요로 한다.

이상과 같은 경제, 생활, 환경, 행정시스템의 구조분석과 개선을 통하여 지역을 자원 공급지에서 자원가공지로, 소비중심지에서 생산중심지로, 정책 수용지 에서 정책자립지로 전환시켜 지역의 소재를 이용한 특산품을 개발하고, 지역생활문화를 관광자원화하며 나아가 경영마인드를 지역행정에 도입함으로써 주민들의 생활수준향상과 복지 증진에 기여할 수 있도록 한다.(그림 2)

(그림 2) 지역특성과 구조개선의 방향



4.지역진흥을 위한 컨셉도출과 디자인개발프로세스

4.1지역진흥을 위한 컨셉도출

지역진흥을 위한 디자인개발프로세스 가운데서 지역의 특성과 구조개선의 방향을 통해 얻어진 결과를 보다 구체적으로 지역 진흥에 구현화 할 수 있는 핵심적인 단계가 바로 그 지역의 컨셉을 도출하는 과정에 있다고 볼 수 있으며, 이를 통하여 그 지역만이 지닐 수 있는 차별화된 특성을 어떻게 하면 가장 효과적으로 표현할 것인가 하는 것이 지역컨셉 만들기의 주목적이다.

따라서 그 지역다움을 표현할 수 있는 독특한 컨셉을 개발하기 위해서는 먼저 급격히 변화하고 있는 지역, 국가, 나아가 국제적 지역에 대한 소비자들의 요구가 어떠한 방향으로 나아가고 있는가를 살펴볼

3) 境 忠廣 : 企業變革とCI 計畵、 電通. 413-418 (1994)

필요성이 있다.

우리나라는 한국전쟁 전후의 물품부족시대로부터 생활 필수품의 충족, 고도 경제 성장기의 내구 소비재의 획득, 그리고 최근에 이르러서 나타나고 있는 과잉소비시대의 흐름가운데서 소비자들의 요구는 다양화, 고도화되어 왔으며 이러한 현상은 소비자들에게 자신의 마음에 드는 물건을 갖고 싶어하는 「진품지향」, 마음에 드는 것이라도 다른 사람이 갖지 않은 것을 갖고 싶어하는 하는「차별화지향」의 심화를 가져오게 하여 지역이 발신하는 "새로운 생활의 제안, 주장"을 통해 생활의 활력소를 불어넣는 요인으로 작용할 것을 기대하고 있다.

이러한 사회적 현상에 편승하여 지역활성화에 따른 대응은 "지역의 독특한 생활문화의 발신"이 요건이 되기 때문에「개성적인 지역만들기」와 일체가 되는 전개를 전제로 하지 않으면 안되게 되었다.

특히 특별히 내세울만한 돌출자원이 없는 지역은「지역의 관광화와 관광의 조화」를 위하여 지역 만들기로부터의 관광, 지역활성화를 통한 관광으로의 전환이 필요한 시점으로 보여지며 이러한 관점에서 본다면 지역에 대한 소비자의 요구는 다음과 같이 집약할 수 있다.

① 자연지향

탈 도회현상에 편승하여 자연가운데 회귀하고, 자신을 돌이켜 보는 시간을 갖게 됨으로써 삶에 대한 자발적 욕구유발과 더불어 지구환경의 문제를 포함하여 자연을 사랑하는 지향성이 강해진다.

② 건강지향

과중한 업무에 시달리는 현대 도시인은 스스로 건강관리에 의문을 느끼고 있으며 식생활을 포함하여 건강에 대한 관심이 높아지고 있다.

③ 문화지향

지적 욕구를 포함해서 관광 레크레이션 분야에 있어서도 단순한 휴식의 개념에 한정되지 않고 그 지역의 문화에 대해 보다 심도 깊게 알거나 배우고자 하는 문화학습적 욕구가 높아진다.

④ 리조트 지향

여가시간의 증대와 함께 여유를 즐길 수 있는 리조트와 시간의 구애를 받지 않고 반복적으로 즐길 수 있는 레크레이션 활동이 증대된다.

한편으로는 고도의 경제성장, 석유파동, 안정성장, 거품경기, 그리고 붕괴의 과정에서 나타난 사회, 경제환경의 변화 가운데서 지역의 활성화에 가장 큰 비중을 차지하고 있는 관광수요의 동향에 따른 지역진흥의 전개방향은 다음과 같은 사회적 추세를 고려한 가운데 진행됨이 바람직 할 것으로 예측된다.

① 고령자, 장애자에의 대응

인구증가의 정체, 고령화사회의 도래에 즈음하여 관광, 교류의 방향 설정이 강하게 요구됨에 따라 고령자, 장애자에 대응한 지역의 구조개선과 정비가 전제되어야 한다.

② 주말관광과 4계절형 관광리조트

최근에 우리나라에서도 논의되고 있는 주5일 근무제가 실시되면 주말휴가 2-3일, 4계절 휴가는 2주일 이내로 정착하게 된다. 따라서 작은 규모의 리조트와 4계절형 관광리조트 수요가 증가하게 되며 후자는 해외 여행과 경합되는 측면이 많아진다.

③ 관광 네트웍의 대두

관광수요는 다양화, 개성화, 지역화하고 있으며, 개성관광의 시대가 진전된다. 따라서 관광객 유치력이 강한 탁월한 자원이 없이도 지역의 특성, 개성적인 소규모 자원을 여유롭게 체험하고 즐길 수 있는 수요가 증대하기 때문에 지역의 개성을 발신하는 것으로 고객유치에 직결할 수 있다. 그러한 의미에서 개성적인 소규모 관광지의 네트워크가 등장하는 시대가 도래할 것이다.

그러나 이상과 같은 지역에 대한 소비자의 요구와 수요에 따른 트랜드(Trend)의 변화는 제한적이고 정체된 개념이 아니라 다가올 라이프스타일의 변화가운데서 생겨나기 때문에 지역 컨셉의 방향은 현대도시인이 갈구하는「여유」,「윤택」,「즐거움」,「질적 충실」등의 키워드 가운데서 찾아볼 수도 있을 것이다.

뿐만아니라 현대의 라이프 스타일을 주도하고 있는 D.I.Y(Do It Your Self)[4]의 진전과 관광리조트 라이프의 충실, 국제적 시야에서의 교류의 활성화, 환경지향을 포함한 문화성의 풍부함과 생활에 유의한 지역특성화 상품의 개발과 제공양식은 지역 활성화에 따른 컨셉설정에 있어서 반드시 고려해야할 중요한 요소로 인식되어야 할 것이다.[5]

나아가 이러한 소비자의 요구와 지역 또는 주변 상황에 대한 인식을 바탕으로 구체적이고 차별화된 지역의 컨셉을 도출해야 하므로 이를 위해서는 다음과 같은 단계적이고 계획적인 절차와 방법에 의해 지역의 정체성과 아이덴티티를 확보하는 것이 중요하다.

첫 번째 단계에서는 그 지역의 자원 현황을 파악하고 그 활용 가능성을 분석함으로써 저 이용자원을 이용할 수 있는 방안을 모색함과 동시에 지역의 새로운 자원발굴을 통해 지역컨셉으로 연결시킬 수 있는 단서를 찾는다. (표 1)

두 번째 단계에서는 지역의 자원을 자연, 문화, 산업, 생활의 4가지 영역으로 분류하여 제각기의 장래성, 독자성, 지역성, 포괄성, 구상성의 5가지 항목으로 평가한다.

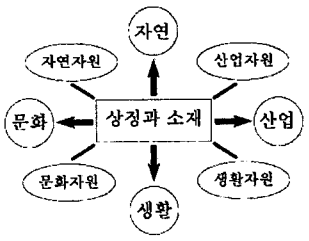
4) 개성과 자유로움을 추구하는 현대인의 생활양식을 함축한 슬로건

5) 三宅 隆之 : コンセプとづくりの実践手法、日本実業出版社、104-105. (1994)

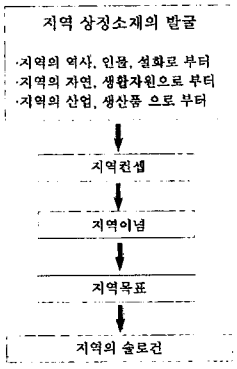
(표 1) 지역자원의 유형

구분		내용
자연계 자원	해양계 자원	해양식물, 수산물, 해양스포츠, 레져
	산림계 자원	야생동물, 희귀식물, 산악스포츠, 레저, 산림휴양시설
	기타 자연계 자원	천문관측, 특수지형
역사문화계 자원		설화, 민요 등 전승 민속자원, 고찰, 고분, 유적
산업계 자원		지역특화 산업, 특산물, 토산물, 체험농원
생활복지계 자원		복지제도 및 시설, 각종 지역자치단체의 활동
인적 자원		저명학자, 예술가, 인간문화재, 지역의 인재
국제성이 있는 자원		타민족과의 교류역사, 역사적 사원, 건물
지역경관 환경 자원		지역의 우수한 경관, 특색 있는 환경자원
기타		그 지역만이 지니고 있는 독특한 문화, 풍습, 종교 등

세 번째 단계에서는 이 들의 상관관계를 도표로서 정리하여 그 지역의 상징성을 대표하는 소재를 추출한후 그 지역만이 가질수 있는 몇가지 핵심적인 단어나 문장으로 함축시킨 다음 최종적으로 그 "지역다움'을 결정하는 작업에 들어가게 된다.(그림 3,4)



(그림 3) 지역상징소재의 4가지 분야의 전개



(그림 4) 지역컨셉설정의 프로세스

마지막으로 이상의 과정에서 도출된 지역 상징소재로부터 발상, 전개가 가능하며 지역의 아이덴티티에 적합한 형태를 함축시키고 정리해서 그 지역의 키워드를 추출한 다음 지역 슬로건의 제정과 함께 모든 어플리케이션에 적용 가능한 V.I(Visual Identily)를 개발한다.[6]

4.2 디자인개발 프로세스

지역활성화가 단순한 지역산업진흥, 혹은 종래와 같은 중앙의존형의 성장방식에서 탈피하여 지역을 구성하는 다양한 측면과 영역이 균형을 이룬 자립적 성장기초의 확립을 목표로 한다면 지역에 내재되어 있는 구조의 변혁과 커뮤니케이션 전략이 연동한 통일적 디자인 프로그램의 전개가 필요할 것이다.

따라서 지역진흥과 활성화에 있어서도 새로운 비전을 향한 발전적 과제에의 통일적 대응이라는 측면에 있어서는 현대의 CI계획과 공통되는 과제와 구조를 지니고 있다고 볼 수 있으나 단순한 도시 심볼개발과 지역경관, 행정에의 CI적 개발 수법을 적용하는 것에서 벗어나 다음과 같은 지역진흥운동 그 자체의 종합적인 아이덴티티 계획에 따른 단계적 적용이 뒤따라야 할 것으로 보여진다.

1단계 : 자기 검증 인식 작업

산업구조, 지역구조, 행정구조의 개혁과 지역의식, 공무원의식을 개선하여 지역과 지역행정이미지 쇄신으로 자기검증 및 확인 작업을 실시함과 동시에 지역 및 타지역의 조사분석에 의한 과제의 추출, 구조화 및 대응방향을 확인하는 한편 지역주민과 행정기관을 중심으로 RI 추진위원회를 구성하여 RI를 수행할 용역 업체를 선정한다.

2단계 : 자기재정의(自己再定義) 작업

미래 비전의 가설과 기본 컨셉설정을 위하여 지역활성화 대응방향의 집약, 구조화에 의한 미래 비전과 기본컨셉의 개발, 혹은 커뮤니케이션의 기본골격을 완성하여 경제, 생활, 행정, 환경시스템의 활성화를 도모한다.

3단계 : 자기혁신 운동 전개

지역의 방향성 모색을 위한 자기혁신운동을 지속적으로 강화시켜나가기 위해서는 지역구조변혁운동과 자기 표현운동이 균형적으로 전개되어야 함은 물론 이를 통해서 지역의 기본구상을 지역의 독특한 개성으로 변환하여 표출시킬 수 있는 특징적 요소를 발굴할 수 있도록 한다.

4단계 : 자역이미지 통합을 위한 시각화작업

지역심볼의 개발과 디자인, 시스템의 통일을 위한 기본컨셉, 기본구상을 포함한 커뮤니케이션 컨셉의 개발로 지역의 기본구상을 구현화 시킴과 동시에 지역경영이념을 실체화한다. 이때부터 디자인개발팀을 본격적으로 가동시켜 아이덴티티 통합 프로그램 운영에 돌입한다.

5단계 : 디자인 시스템 구축

지역산업정책, 지역정책의 책정과 실행에 따른 커뮤니케이션 전략프로그램과 커뮤니케이션 툴(tool)의 개발 및 심볼, 로고 등 디자인 개발, 통합브랜드 개발을 통한 커뮤니케이션 시스템(BI, 포장, 환경디자인) 심볼산업, 이벤트의 발굴, 개발을 실시하며 조직, 제도 변혁, 지역서비스, 네트워크재편, 사회, 문화시책의 책정과 실행을 위하여 자체 커뮤니케이션 전략프로그램 개발과 커뮤니케이션 시스템의 개발, 조직풍토개선, 나아가 지역활성화 운동의 기획 개발, 실시를 행한다.

6단계 : 프로그램 실행과 확인, 검증

프로그램 실행에 있어서 오류를 줄이기 위하여 표준화 시스템을 구성, 관리하고 아이덴티티 표현 및 구축과정을 확인하는 가운데 디자인 프로그램의 검증, 오류수정을 통해 지속적으로 피드백 활동을 전개한다.(별첨 1,2)

이상과 같은 체계적인 디자인 개발 프로세스를 통해

6) 黒田宏治+ (株) GK : デザインの産業パフォーマンス、 鹿島出版会、 129-131. (1996)

얻어질 수 있는 지역진흥디자인의 최종목표는 지역 산업의 현상과 과제, 혹은 디자인이 지닌 특성을 포착하여 기본적으로는「지역의 자주 개발력의 향상」과「지역 개성의 창출·요구」의 2가지 방향으로 귀결될 수 있다.

5. 결론

오늘날 지역을 붕괴로부터 재생에로 전환함에 있어서 디자인에 커다란 역할이 기대되고 있는 지역 활성화를 위한 각종 디자인의 전개방법과 방향을 재검토할 필요성이 절실하게 요구되고 있으며, 그 가운데에서도 지역 아이덴티티의 확립은 지역진흥을 도모함에 있어서 선결되어야 할 핵심적인 과제일뿐아니라, 이를 바탕으로 지역에 따른 새로운 형태의 산업활동의 전개와 더불어 지역 독자의 생활양식이 형성하게 되므로 지역의 아이덴티티 계획에 있어서는 각 지역에 따라 행동주제와 성장목표의 다원성이라는 보다 광범위하면서도 정교한 프로그램 개발을 요청하게 된다.

따라서, 지역진흥을 도모함에 있어 디자인이 중심적 역할을 도모하기 위해서는 지역성장 방향을 기반으로 하면서 행정조직의 활성화, 행정 이미지 향상, 지역이미지의 개성화라는 보다 복합적인 목표달성 뿐만 아니라 지역자원으로서의 인재 네트워크 개발까지도 시야에 넣는 보다 고도의 다양한 변혁, 표현 프로그램으로서의 커뮤니케이션전략의 개발이 필요하다.

특히, 이러한 커뮤니케이션 전략이 효과적으로 수행되기 위해서는 지역의 자기검증 및 인식 작업, 자기재정의 작업, 자기 혁신운동 전개, 지역이미지 통합을 위한 시각화, 디자인 시스템 구축, 프로그램 실행과 확인 등 6가지의 단계별 디자인개발 프로세스에 의한 전략적이고 통합적인 지역진흥 프로그램의 운용이 불가피 할 뿐만 아니라, 디자인 프로그램 검증을 통한 지속적인 관리와 피드백에 의한 프로그램의 개선으로 지역 진흥을 목표로 하는 지역의 기본구상에 미래비전을 담은 지역의 독특한 개성으로 변환시켜 표출케하는 지역개발 기반 시스템의 활용을 필요로 한다.

더욱이 지역 진흥효과를 촉진함에 있어서는 지역자원의 재분배에 의한 구조적 변혁운동과 더불어 커뮤니케이션 전략을 주요 수법으로 하는 지역 아이덴티티 디자인 개발 프로세스의 구축이 지역 진흥의 초기 단계에 있어서 가장 유효한 수단이 되는 것이다.

참고문헌

・서영진 : 지방경영시대의 선택, 나남출판사. (1994)

・한국디자인학회 : 지역문화와 디자인 산업, 2001,한국디자인학회 봄학술대회 주제발표집. (2001)

・黑田 宏治+ (株) GK : デザインの産業パフォーマンズ、 鹿島出版會. (1996)

・境 忠廣 : 企業變革とCI 計畵、 電通. (1994)

・佐藤 滋 : まちづくりの科學、 鹿島出版會. (1999)

・鎭西町商工會 : 鎭西町商業活性化ビジョン報告書. (1997)

・鎭西町地域活性化推進委員會 : 鎭西町山村等 活性化ビジョン. (1996)

・日本デザイン學會 : 北の風土とデザイン、 デザイン學研究、 デザイン學研究 特集号第5卷 1号通卷17号. (2001)

・日本デザイン學會 : 傳統的工藝品産業におけるデザインの役割、 デザイン學研究 特集号 第8卷2号通卷30号. (1994)

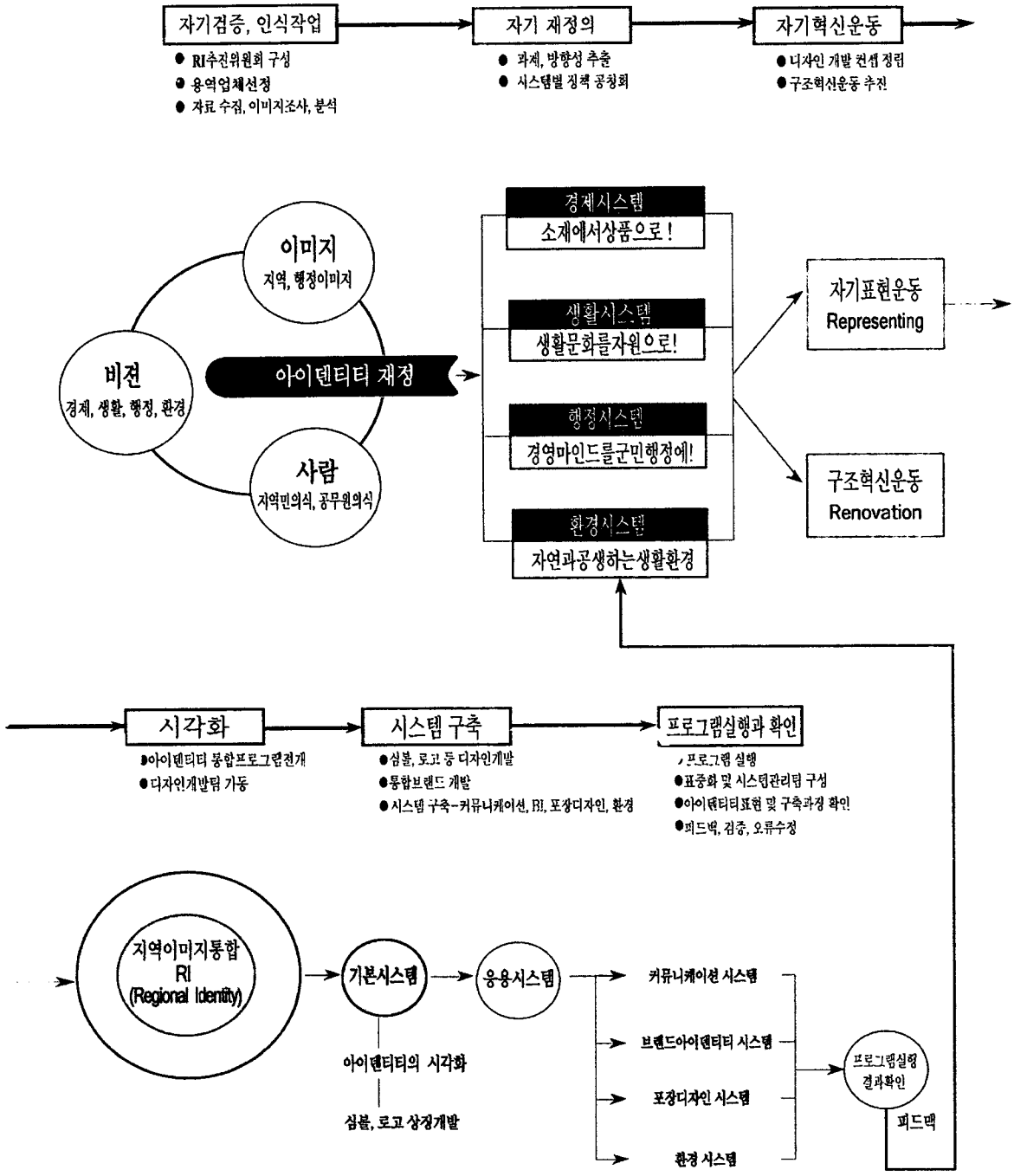
・日本デザイン學會 : 地域の「華」 づくりとデザイン、 デザイン學研究 特集号 第2卷1号 通卷5号. (1994)

・三宅 隆之 : コンセプトづくりの實踐手法、 日本實業出版社. (1994)

・財團法人 地方自治機構、 玄海地域離島産業活性化方策調查. (1996)

・若宮町商工會 : "虹のかかる町をめざして"PartⅡ-Ⅳ. (1994 - 1996)

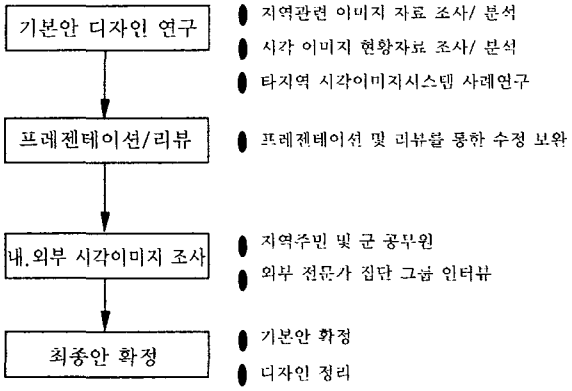
별첨 1 RI(Regional Identity) 단계별 개발 프로세스



별첨 2 RI(Regional Identity) 시스템별 디자인 연구내용

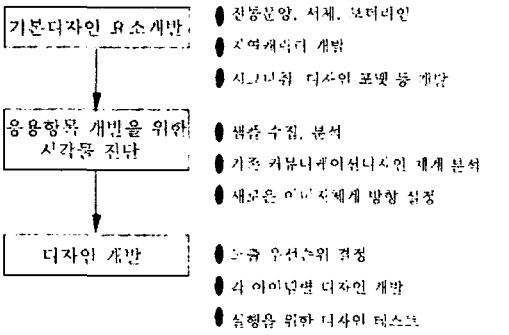
기본시스템

시각이미지 시스템 -주요 기본요소 개발

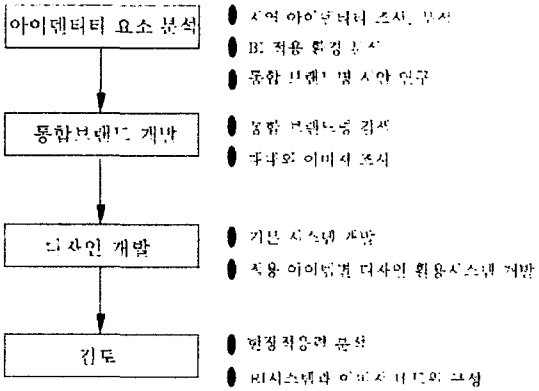


응용시스템

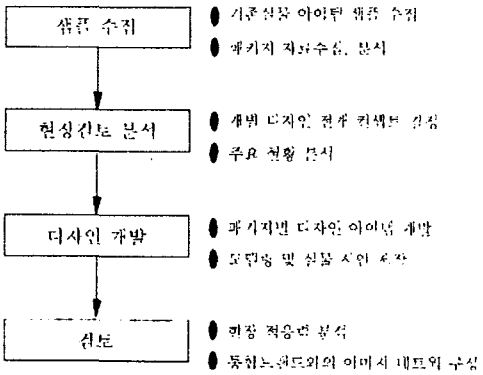
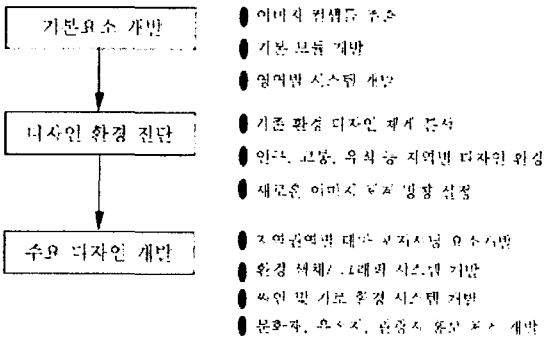
1. 커뮤니케이션시스템- 서식, 차량, 유니폼 등
지역의 이미지 커뮤니케이션 관련 항목개발



2. BI(Brand Identity)시스템
- 지역 통합 브랜드 및 그래픽 요소 개발



3. 포장디자인 시스템
- 지역 농, 특산물 포장 디자인 관련 항목 개발



4. 환경 시스템- 지역환경에 관련된 항목 개발