

지역진흥을 위한 디자인개발프로그램 Design Program for the Regional Development

하상오
동아대학교 산업디자인학과

Ha, Sang oh
Dept. of industrial design, Dong-A univ.

◎Keywords: 지방화시대, 지역아이덴티, 지역활성화

1. 서론

디자인을 통해서 지역의 질적 향상을 도모하는 배경에는 현대산업 사회를 축으로 한 거시적인 발상에서 벗어나 지역사회를 중심으로 하는 미시적인 발상이 근원을 이루고 있다. 따라서 지역과 국경을 초월하는 오늘날의 경제활동에 있어서의 지역관은 지역은 마켓이며 기술과 생산의 집적지일뿐 아니라 보다 값싼 노동력을 제공하는 생산의 현장이라는 의미 부여에 관심이 모아지고 있다.

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

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 결집해소를 통해서 지역성립의 원점인 주민들의 정착을 촉진하는 방향으로 작용할 것인가에 따라 지역의 권리회복 가능성 여부가 결정될 수밖에 없는 상황에 이르러진 것이다.

따라서 본 연구는 현재 각 지역에서 지방자치단체를 중심으로 일률적으로 적용되어 지역활성화를 위한 방향이 캐릭터, 지역공동 브랜드, 특산품 개발 등 개별적인 응용아이템 개발위주로 진행됨에 따라 디자인의 역기능이 노출되고 있으므로 이를 최소화하는 한편 지역진흥에 있어서 디자인이 중심적 역할을 담당하기 위해서는 우선적으로 지역의 특성적 요소를 파악한 후 체계적인 디자인 프로세스를 구축하는 것이 지역진흥에 있어서 디자인의 효율성을 극대화시킬 수 있는 것으로 기대된다.

2. 지역아이덴티티의 계획과 자원화

2.1 지역아이덴티티의 계획

지역은 경제(산업구조), 사회(지역구조), 생활(지역문화), 자연(지역환경)등 제각기 독자적 발달, 성장목표와 행동특성을 지닌 주체, 혹은 서브시스템으로 구성되어짐과 동시에 행정(지방자치제)에 의한 그의 조정, 통합이라고 하는 계층적, 다원적 구조를 지닌 토달시스템인 것이다.

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 변형시킬 것인가 하는 것

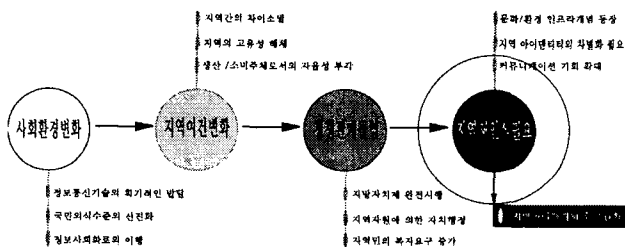
과 더불어 그것들을 상호관련 지우고 지역전체로서의 조화를 이룩하여 발전과 성장을 어떻게 실현해 나갈 것인가하는 지역의 총합적인 미래비전의 구축과 다양한 지역구성원 전체로부터 그에 대한 이해와 공감의 획득이 가장 중요한 과제가 된다.

따라서 종합적 비전, 혹은 기본개념의 토대 위에서 제각기 영역에서의 변혁운동이 전개됨과 동시에 그기에 지역변혁의 토달 프로듀서로서의 행정이 개재됨으로써 개개의 변혁과 개성적 성장을 지역전체의 조화적 발전과 자립적 성장으로 통합해 간다고 하는 복합적인 시점과 방법론이 필요하게 된다.

2.2 지역아이덴티티의 자원화

사회환경과 지역여건의 변화에 따라 지역주민 복지향상과 지역경제의 활성화를 위한 발상의 전환에는 기업의 경영마인드가 도입되어야 하며 지역전반여건의 재인식에 의한 새로운 지역아이덴티티의 창조를 통해 이를 자원화할 필요성이 절실히 요구된다.

• 지역아이덴티티의 재인식



3. 지역진흥프로그램의 전략과제

3.1 지역경쟁력 확보를 위한 과제

지역의 경쟁력 확보를 위해서는 우선적으로 지역의 자립적 성장을 바탕으로 해야 하며, 나아가 지역의 체질강화를 통하여 지역경제활성화를 도모하는 것이 목표가 된다.

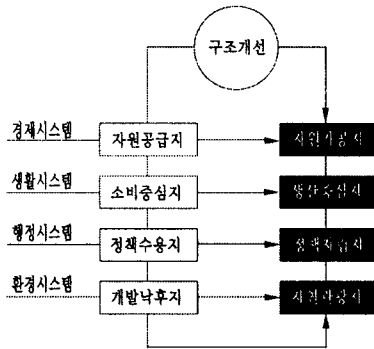
지역경제의 자립적 성장력을 확보하기 위해서는 다음 4가지 과제가 주어진다.

- ① 지역자원을 파악, 발굴하여 그 다각적 활용에 의한 지역 내부로부터의 사업창조
- ② 지역내에 축적되어 있는 기술, 정보, 지혜, 인재의 집적화와 그들의 지역내에의 확산, 네트워크화
- ③ 지역내의 금융기관 특히 지역 내 경제순환의 강화, 지역의 물류, 통신, 교통시스템의 고도화 등 지역내의 사람, 물건, 화폐, 정보의 흐름을 만들어 내는 소프트 인프라의 확립
- ④ 지역내의 상업집적의 확대와 생활산업의 개발에 의한 지역의 생활발달, 소비기회의 확충과 그에 따른 지역시장의 창출확대

3.2 지역특성과 구조개선의 방향

그 지역의 경제, 생활, 행정시스템, 환경의 구조분석을 통하여 자원공급지에서 자원가공지로, 소비중심지에서 생산중심지로, 정책수용지에서 정책자립지로 전환시켜, 지역의 소재를 이용한 특산품을 개발하고, 지역생활 문화를 관광자원화하며 나아가 경영마인드를 지역행정에 도입함으로써 주민들의 생활수준향상과 복지증진에 기여 할 수 있도록 지역의 구조를 개선한다.

• 지역특성과 구조개선의 방향



4. 지역진흥을 위한 컨셉도출과 디자인개발프로세스

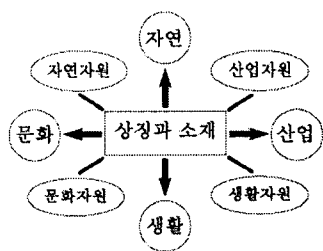
4.1 지역진흥을 위한 컨셉도출

그 지역만이 가질 수 있는 차별화된 특성을 어떻게 하면 가장 효과적으로 표현할 것인가 하는 것이 지역컨셉 만들기의 주목적이다.

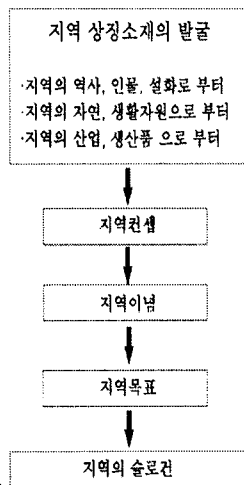
① 첫번째 단계에서는 그 지역의 자원조사와 평가를 행한 다음 자연, 문화, 산업, 생활의 4가지 영역으로 분류하여 제각기의 장래성, 독자성, 지역성, 포괄성, 구상성의 5가지 항목으로 평가한다.

② 이들의 상관관계를 도표로서 정리하여 그 지역의 상징성을 대표하는 소재를 추출한 후 그 지역만이 가질 수 있는 몇 가지 핵심적인 단어나 문장으로 함축시킨 다음 최종적으로 그 "지역다움"을 결정하는 작업에 들어가게 된다.

③ 이상의 과정에서 도출된 지역 상징소재로부터 발상, 전개가 가능하며 지역아이덴티티에 적합한 형태를 함축시키고 정리해서 그 지역의 키워드를 추출한 다음 지역 슬로건을 개발한다.



• 지역상징소재의 4가지 분야에의 전개

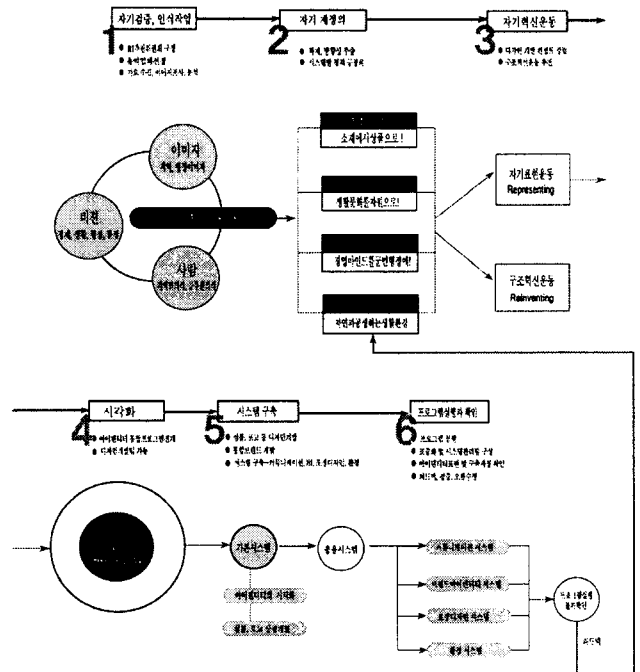


• 지역설정컨셉의 프로세스

4.2 디자인개발 프로세스

지역진흥을 위한 디자인개발은 그 지역의 사회, 환경, 생활, 행정시스템의 변혁과제와 더불어 통합적으로 운용할 필요가 있지만 동시전개가 거의 불가능하므로 명확한 시차별, 계열별 프로그램을 바탕으로 점진적이고 계획적으로 접근해야 할 필요가 있다.

• 지역 RI(Regional Identity) 프로그램



5. 결론

지역의 아이덴티티 계획에 있어서는 각 지역에 따라 행동주체와 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 이미지향상, 지역이미지의 개성화라는 보다 복합적인 목표달성 뿐 만 아니라 지역자원으로서의 인제네트워크의 개발까지도 시야에 넣는 보다 고도의 다양한 변혁, 표현 프로그램으로서의 커뮤니케이션 전략의 개발이 필요하다.

특히 지역진흥효과를 촉진하기 위해서는 지역자원의 재분배에 의한 구조적 변혁운동과 더불어 커뮤니케이션 전략을 주요 수법으로 하는 지역아이덴티티 디자인 개발 프로세스의 구축이 지역진흥의 초기단계에 있어서 유효한 수단이 되는 것이다.