

세계화 시대의 지역과 지역정체성 의미 고찰

The Meaning of the Region and Regional Identity in the Era of Globalization

최재현(건국대학교 지리학과, choijh@konkuk.ac.kr)

지역 환경의 변화와 함께 세계화 시대에 지역의 개념은 전통개념과 분명히 다르다. 그러면 세계화 시대에서 지역 개념은 어떻게 이해되며, 지역정체성의 의미는 무엇일까? 세계화와 관련된 지역의 논의는 세계성에 따라 지역차이가 말살될 것이라고 보는 견해와(Ohmae, 1995), 이에 반하여 지역성이 새롭게 등장할 것으로 해석하는 견해로 나누어진다(Storper, 1997; Porter, 1990).

첫째, 세계화시대의 지역개념은 전통적인 지역개념에 대한 해석과 다르다. 전통적 시각에서는 단지 발견의 대상으로서의 지역개념을 강조하는 반면, 1980년대 이후 등장한 신지역지역적 견해에서는 사회적 과정과 공간적 과정간의 변증법적 관계에 의해 형성되는 공간으로 지역을 이해한다. 사회적 조직이 공간 변이를 발생시키는 기본요소이지만 일반화의 과정보다는 구체성을 강조하면서 지역을 이해하는 것이다. 제도조직적 차원(institutional dimension)에서의 지역논의는 토착화된 지역환경이 제도적인 발달과정과 관례를 제어하는 역할을 하는 것으로 이해한다. 지역은 법, 권력, 신뢰 등의 제도적 구조들을 규범적 요소로 하여 만들어지는 것이며, 개인과 집단간의 이념적 물질적 복합체이고, 불가역적 특성을 가지는 정치적 문화적 특성, 제도적 중첩성, 사회정의의 공간적 구현 등이 지역에 내재되어 있다.

둘째, 세계화 시대의 지역개념은 스케일(scale)의 문제와 관련이 있다. 지역개념은 단순한 지역규모와 경계설정에 의해 이해될 수 없는 것으로, 스케일은 지역의 규모뿐만 아니라 분석의 차원을 나타낸다. 지역은 세계화 시대에서의 활동공간으로서 세계적(global) 스케일과 국지적(local) 스케일을 넘나드는 특성을 지니며, 네트워크개념을 탄생시킨다. 행위자 네트워크 이론(actor-network theory)은 근접성(proximity)보다는 연결성(connectivity)을 강조하는 네트워크 공간의 중요성을 일깨워준다. 세계적 차원은 국지적 차원에서 토착화(embeddedness)과정을 통해 지역에 투영되게 된다.

셋째, 세계화 시대의 지역개념은 장소와 장소성과 관련되어 있다. 개인적 차원으로 공간적 스케일을 내리면, 개인의 의미가 부여된 경험적인 공간으로서의 장소에 도달한다. 장소는 독특한 상황을 지닌 삶의 연줄 속에서 출현하는 개인의 공간경험이 누적되어 개념화된 것으로, 개인의 경험이 이루어지는 다차원적인 공간성을 가지는 지역이다. 장소는 자본주의의 전개 방식에서 생산관계로서, 다양한 개인과 조직간의 상호작용에 의해 구체화되는 장소의 특징을 가지는 로칼리티(locality) 개념으로 구체화되어 연구될 수 있다(Cooke, 1989).

지역정체성은 지역에 살고 있는 사람(people), 자연 및 인문환경의 틀(setting), 그리고 의미(meaning)로 구성된다. 사회 및 공간적인 실체가 개인과 집합적 생산 활동에서 어떻게 개념화되는가 하는 것이 중

요하다. 지역정체성은 자연특성, 문화 사람들의 특징에 의해 지역간에 구분을 목적으로 하는 개념으로, 사람들에게 의해 인식되는 제도적 행위, 담론, 상징성 등에 의한 기대구조로서 지역을 형성하는 제도적 과정을 의미하는 지역정체감과 구분된다. 지역정체성은 문화·역사적, 정치·경제적인 내용이 결합되며, 사회문화적 과정, 세계화된 경제와 지역적 대응 등의 다양한 연구주제를 가진다.

첫째, 지역정체성은 제도적 입장에서 그 지역이 가지는 제도적인 특성과 깊은 관련이 있다. 지역이 자연 및 인문적 환경에 의해 조건화된 인간의 사회적 활동에 의해 형성되므로 사회적 공간적인 변증법적 상호작용의 산물(socio-spatial dialectics)이 지역정체성이다. 둘째, 인본주의적 시각에서 보면 지역정체성은 장소성을 가지는 공간으로 이해된다. 개인의 자각과 자의식, 타인과의 연대감 등에 의해 인간이 사회와 연결되는 방식, 사회적 행동의 결과로 형성되는 것이 바로 지역정체성이며, 구체성, 주관성, 상징성, 의도성, 문화적 관계가 중요하다. 셋째, 지역정체성을 주민들이 장소에 부여한 향토애라고 보면 사회정체성의 형성과정인 연속성(continuity), 자기존중(self esteem), 독특성(distinctiveness), 자립도(self-efficacy)에 의해 만들어진다(Twigger_Ross & Uzzell, 1996).

지역정체성의 성격은 ① 과거 지향적이고 고정된 것이 아니라, 현재의 수요와 미래의 기대를 충족시키는 방향에서 새롭게 창조될 수 있는 양방향적인 성격을 가진다.

② 장소와 지역의 차별성에 기인한 시장에서의 비교 우위의 확보가 중요하다. 관광은 지역문화를 재해석하여 정체성을 확립하고 새로운 의미를 전달하며 지역문화를 판매하는 통로이다. 입지특성을 고려한 문화적 경관의 재형상화는 다양한 장소와 경관을 만드는 원동력이다. ③ 지역정체성은 문화와 깊은 관계가 있다. 문화는 상징자본(symbolic capital)으로서, 문화 상품화를 통해 소비되므로 사회적 지위나 경제적 지위에 따라 차별화된 상품화를 필요로 한다. 문화에 초점을 둔 장소의 의미는 상품화, 산업화, 공간화를 통하여 소비와 판매의 대상이 되고, 세계화된 경쟁 속에서 경쟁을 위한 중요한 요소로 자리 잡고 있으며(Harvey, 1996), 장소마케팅으로 개념화되어 이어진다. ④ 지역정체성은 시간에 따른 다차원적 요소를 가진다. 지역이 과거와 단절된 것이 아니라, 발전과정 자체가 연속적인 경로 의존성(path dependency)을 가지고 있기 때문에, 지역정체성을 도출하기 위해서는 지역간 차원(inter-regional scale)에서 시간적 변화에 따른 정체성의 변화 요소와 함께, 지역내 차원(intra-regional scale)에서 공동체의 정체성을 지속시키는 요인을 함께 고려하는 것이 중요하다.