

장소마케팅을 위한 시민참여형 지역정보시스템 구축에 관한 연구

The Framework of the Public Participatory Regional Information System for Place Marketing

임은선(국토연구원 GIS연구센터 책임연구원, esim@krihs.re.kr)

1. 연구목적

최근 급속히 진행되는 정보화 추세와 함께 많은 지방자치단체에서 장소마케팅을 위한 노력으로 다양한 지역정보시스템을 개발하고 있다. 그러나 시스템을 사용하는 수요자의 요구와 지자체의 지원체계에 대한 심도있는 연구없이 마치 유행처럼 앞다투어 시스템을 개발함에 따라 여러 문제점들이 도출되고 있다.

본 연구의 목적은 지방자치단체들이 장소마케팅을 위해 지역정보시스템을 구축할 때 필요한 구성요건 및 구축방안을 모색하는 것으로, 특히 시민참여형 GIS(Public Participation GIS)모델을 도입한 시스템 구축방안을 제시하고자 한다. 이를 위해 국내외의 장소마케팅을 위한 지역정보시스템 구축사례를 조사하고, 시스템에 포함된 정보목록과 기능들을 분석하였다. 성공적인 지역정보시스템 구축을 위해서 지방정부주도형의 하향식 시스템의 단점을 보완하기 위하여 민간 및 시민참여형의 상향식 시스템 구축 방안을 모색하고, 시스템의 프로토타입을 개발하는데 초점을 두었다.

2. 정보화시대의 장소마케팅

지난 10여년 동안 인터넷과 정보통신기술의 비약적인 발전으로 세상이 빠르게 바뀌고 있다. 컴퓨터를 가진 사람이면 누구나 인터넷을 통해서 원하는 정보를 얻을 수 있을 뿐만아니라, 앞으로는 모든 곳과 사물에 컴퓨터나 전자칩이 내장되어 사람과 사람, 사람과 사물, 사물과 사물간의 커뮤니케이션(communication)이 시간과 공간을 넘어서 자유롭게 이루어지는 세상이 오고 있다. 이러한 정보화시대에는 실시간 정보전달, 쌍방향 커뮤니케이션, 멀티미디어 활용 등이 보편화되면서 정보시스템 역시 그래픽, 오디오, 비디오 등 가능한 모든 매체가 통합되고 매체에 관계없이 상호연결되기 때문에 홍보나 마케팅에 일대 혁신을 일으키고 있다.

이와 같은 기술변화는 사회·문화적 변화를 가져오기 때문에 성공적인 장소마케팅을 위해서는 정보통신기술을 수용하지 않고는 성공할 수 없는 실정이다. 때문에 최근 각 지방자치단체들도 보다 적극적인 홍보와 마케팅을 위해서 지역정보센터를 설립하고 홈페이지를 통해서 지역의 자연환경, 상품, 특산물, 문화, 행사 등을 적극적으로 홍보하고 있다.

3. 장소마케팅을 위한 지역정보시스템의 역할과 구축현황

지방자치단체가 장소마케팅을 위해 구축한 지역정보시스템은 지역발전과 정보화촉진을 위한 지역정보화사업의 일환으로 수행되고 있다. 지역정보화사업 중 장소마케팅을 위한 지역정보시스템은 지역의 장소 자산 또는 장소제품-고유한 문화, 역사, 자연, 경관, 특산물, 인물 등-에 대한 소개, 홍보, 거래 참여 등과 같이 명시적 또는 묵시적으로 지역전체 또는 지역 내 상품패키지를 판촉할 목적과 성격을 지닌 시스템을 말한다(김선기, 2003). 현재까지 구축된 장소마케팅을 위한 지역정보시스템은 그 기능에 따라 정보·안내·거래 등 포털 서비스를 제공하거나, 가상·체험공간의 구축, DB구축 등 유형으로 구축되고 있으며, 이중 가상체험을 제공하는 시스템이 절반정도를 차지하고 있다. 경기도 등 일부 자치단체들은 지역정보를 제공하기 위해 GIS시스템을 기반으로 하여 사용자에게 지도형태로 지역정보를 공급하고 있다.

4. 시민참여형 지역정보시스템 구축방안 및 프로토타입 개발

지금까지 구축된 대부분의 지역정보시스템은 공급자 위주의 정부주도형 단방향 시스템이 많았기 때문에 지역내 장소의 이미지를 창출하거나 장소상품과 직접 관계되어 있는 민간이나 시민들의 참여가 부족할 실정이었다. 이러한 점을 보완하는 방법으로 시민참여형 GIS(Public Participation GIS)모델을 도입할 수 있다. PPGIS는 공간의사결정분야에서 도시계획 및 토지개발정책 등에 정책투명성을 높이려는 목적으로 사용되어 왔으나, 최근 비전문가 그룹의 참여를 유도한 커뮤니케이션 지향 분야에서 많이 도입하고 있는 방법론이다.

본 연구에서는 장소마케팅을 위한 웹기반 지역정보 GIS시스템 구축방안을 제시하고, 장소마케팅 과정에 민간과 시민의 적극적 참여를 유도하여 양방향 커뮤니케이션의 장으로서 지역정보시스템 구축방안을 제시하였다. 또한 장소마케팅 효과를 극대화하기 위해서 사용자가 해당지역을 가상체험할 수 있도록 사이버도시 또는 사이버공간을 제공하는 방안과 이를 위해 VRGIS(Virtual Reality GIS)기술들을 소개하고, 시스템의 프로토타입을 개발하는데 초점을 두었다.

5. 맺음말

앞으로 각 지자체가 장소마케팅을 위한 시민참여형 지역정보시스템을 개발하기 위해서는 웹환경에서의 양방향 정보교환기술과 가상도시체험을 지원할 수 있는 관련 기술개발이 이루어져야 한다. 또한 시민참여형 지역정보시스템의 활성화를 위한 제도적 기반에 관한 연구도 수행되어야 한다.