

지역발전의 진정한 의미와 발전을 위한 서곡(序曲)

강 형기 (충북대 교수)

I. 지역발전의 진정한 의미는 무엇인가

우리는 ‘지역의 발전을 위하여’ 또는 ‘국가의 발전을 위하여’라는 말을 자주 쓴다. 그러나 인간에게 발전한다는 것은 무엇을 의미하는가. 한 지역이 발전한다는 것은 어떠한 상태에 이르는 것인가. 우리는 이러한 질문에 대답도 하지 못하면서 ‘개인의 발전을 위해서’ 또는 ‘지역의 발전을 위해서’라는 말을 너무 쉽게 써온 것은 아닌가?



발전이란 보다 많은 물건, 도로, 학교, 병원을 만드는 것인가. 주택가가 상업가로 바뀌고, 농지가 아파트로 변하는 것인가. 발전이란 정신적 독립을 의미하는가 물질적 자립을 의미하는 것인가. 아니면 이 두 가지가 조화된 상태인가.

영어로 발전한다는 것을 의미하는 『develop』의 반대어는 『envelop』이다. 『envelop』이 꾸러미를 싸거나(包) 짐을 묶는 것을 의미한다. 반면 『develop』은 푸는 것 또는 묶음에서 해방시키는 것을 의미한다. 식물의 경우로 말하자면 종자가 싹을 내고, 싹이 줄기와 잎으로 발전해 나가는 것이 발전해나가는 것이다. 곤충으로 말한다면 알이 유충으로, 유충이 번데기로, 번데기가 성충으로 변하는 것을 발전해 간다고 말한다.

그러나 나무가 책상으로 변한 것을 발전했다던가 아니면 성장했다고 말하지 않는다. 외부로부터의 압력으로 변형되어지는 것을 가지고는 발전이라고 말하지 않기 때문이다. 지역의 발전이나 개인의 발전도 마찬가지이다. 발전이란 내재하고 있는 개성을 특화 시키고 내재하고 있는 자원을 개화시키는 것이다. 지역발전의 근본은 외부에서 공장을 유치하거나 정부기관을 이전해 오는 것이 아니다. 지역에 내재하고 있는 능력을 특화시키는 것이다.

발전의 개념을 이렇게 정립하고 보면 현재 우리의 지방이 추구하는 발전 전략에는 많은 문제가 있음을 알 수 있다. 많은 지방들이 토착문화를 육성하고 지역의 여건을 토대로 산업을 육성하기보다도 공공사업과 외부로부터

기업을 유치하는 데에만 주력하고 있기 때문이다 지역경제를 발전시키기

이러한 관점에서 볼 때 지역발전이라는 개념 속에는 다음과 같은 다섯 가지의 내용이 함축되어 있다.

첫째, 발전한다는 것은 기본적 욕구(Need-oriented)의 충족도를 높인다는 것

발전을 한다는 것은 물질적으로 그리고 정신적으로 인간이 살아가는 데에 필요한 기본적 조건을 충족시켜 나가면서 인간이면 누구나 향유해야 할 기본적 권리의 실현을 지향하는 것이다. 따라서 발전한다는 것은 의식주·교육·위생 등 기본적 수요를 충족시킴으로써, 경제적·사회적·문화적 권리가 신장되어 나가는 것이다. 발전의 궁극적 목표는 모든 인간이 자기표현, 창조, 평등, 공생 등에 필요하고 또한 자기 자신의 운명을 자기 스스로 결정할 조건을 충족시켜 주는 것에 있기 때문이다.

둘째, 발전한다는 것은 자립(Self-reliant)해 나가고 있다는 것

인간은 높은 소득만으로 행복해지는 것이 아니다. 물질적 풍요와 함께 스스로 유복하다고 느끼는 감정, 즉 웰빙감각 속에서 사람들은 행복해 진다. ‘부에서 웰빙’으로 그 가치의 초점이 바뀌어감에 따라 그저 시간을 때우는 것이 아니라 행복하고 의미 있는 시간을 살아가고 싶어 한다. 따라서 개인 이 이기인 게서 기리인 치한요 모시한 사테세서 경제적이 프오드마 노이리

중앙집권적 발전을 배제하고 자력갱생(self-reliance)에 기반 한 지역적 발전을 지향해야 하는 이유도 여기에 있다. 그리고 외부의 기업에 의존하려고 보다는 주민 스스로의 노력과 창의에 의하여 산업을 진흥해야 하는 이유도 여기에 있다. 따라서 외부자본이나 보조금을 도입하는 경우도 지역경제가 이를 주체적으로 관리할 수 있는 범위 내에서 추진해야 한다.

이러한 측면에서 우리는 ‘지역자원의 상품화’를 지역의 발전이라고 착각해서는 안 된다. 지역자원의 상품화와 노동생산물의 상품화는 전혀 다른 것이다. 명태나 감자전분과 같은 노동생산물이 상품으로서 시장에서 팔릴 때 지역의 주인인 어민과 농민들의 자립 가능성은 커진다. 그러나 노동에 의해 그 재생산이 어려운 어장(漁場)이나 농지와 같은 지역자원의 상품화가 진전되어지면 주민들은 점점 예측의 상태로 전락하게 된다. 주민들은 자신들의 생활이 가격을 결정하는 自立의 상태에서, 가격이 주민들의 삶을 결정하는 從屬의 상태에 떨어지면서 그들의 삶이 휘둘리게 되기 때문이다.

투기바람이 일어난 토지에서 근면한 농부들이 밀려나고, 아무리 열심히 고기를 잡아도 투기바람이 지나간 어장을 사들일 수 있는 어부는 없다. 투기바람으로 지역자원의 상품화가 진전되면 오래 세월 그 지역에서 살던 사람들은 지역의 의사결정 무대에서 밀려나고 그 삶은 종속의 길로 접어들게 된다. 그러한 지역에는 지역자원의 상품화로 이익을 보려는 외부 투기꾼들의 기대이익에 가로막혀 새로운 많은 가능성이 봉쇄당한다.

인간의 행복이나 만족을 위해서는 물질적인 부의 증대만큼이나 자립성의 증대 또한 중요하다. 이러한 사실은 지역에 있어서도 그대로 적용된다. 이렇게 볼 때 지역의 경제적 자립은 다음과 같은 세 가지로 성립된다. 자급자족으로서의 자립, 자원과 생산물의 배분에 관한 자기결정권으로서의 자립, 지역의 경제과정이 지배적인 시스템으로부터 자립하는 것이 그것이다.

셋째, 발전한다는 것은 내발성(Endogenous)에 기반을 두고 변해 나간다는 것

발전한다는 것은 개성을 특화시켜 나가는 것이다. 한 지역의 발전은 그 지역 고유의 문화와 개성에 의해 방향 지워져야 한다. 발전에 있어서 가장 중요한 것은 개성을 살리는 것이기 때문이다. 지역의 특성과 조건을 고려하지 않은 채 성공한 지역의 모델만 따른다면 그것은 발전으로 가는 길이 아니다. 발전이란 가치중립적이기 보다는 오히려 가치지향적인 것이다.

발전이 내발적이어야 한다는 것은 타율적 · 지배적 발전이 아니어야 한

다는 것을 의미한다. 이렇게 볼 때 우리는 발전과 개발을 엄밀히 구분해야 한다. 영어로 표현할 때 발전과 개발은 동일한 단어인 development이다. 그러나 우리말로 표현할 때 발전과 개발은 아주 다른 말이다. 예컨대 ‘농장을 개발 한다’, ‘자원을 개발 한다’는 말을 발전이라는 말로 바꾸어 표현할 수는 없다. 마찬가지로 ‘사건이 발전 한다’, ‘남여관계가 발전 한다’는 말을 개발로 바꾸어서 표현할 수가 없다.

우리는 행위의 대상에 초점을 맞출 경우에는 개발이라는 말을 쓴다. 행위의 주체에 초점을 둘 때에는 발전이라는 말을 쓴다. 인간을 두고 표현할 때, 인간을 단지 대상으로만 취급하지 않을 경우에는 발전이라는 말이 적합하다. 인간을 대상으로서 볼 경우(예컨대, 경제적 관심의 대상으로 취급할 때)에는 개발이라는 용어가 어울린다. 인간을 포함한 지역사회를 대상으로서 그리고 수단으로 받아들이는 개발과 인간을 대상이 아닌 스스로가 살아 있는 주체로서 인식하는 발전은 근본적으로 다른 것이다.

발전이라는 용어와 개발이라는 용어의 선택 그 자체로써도 하나의 분명한 태도가 정립된다. 인간을 주체로 할 것이냐 아니면 경제를 주체로 할 것이냐의 선택이 요구되고 있는 것이다. 이렇게 볼 때 발전이란 단지 개발의 기법이나 방식만의 문제로 이해할 것이 아니다. 사상의 변화와 살아가는 자세의 전환으로서 고려하고 받아들여야 한다.

내발적발전을 논의한다는 것은 인간이 살아가는 방식에 관해 논의를 하는 것이다. 여기에서 하나의 결론에 이르게 된다. 우리가 한 지역의 행복을 논의하는 마당에서는 개발을 논할 것이 아니라 발전을 논해야 한다. 한 지역을 대상화(對象化)하고 수단으로 생각하는 ‘개발의 사상’에서 벗어나야 한다. 이제는 지역의 주민이 주체가 되어 전개하는 ‘발전의 사상’을 토대로 지역을 일구어야 한다.

넷째, 발전한다는 것은 생태적 건전성(Ecologically sound)이 커진다는 것

발전한다는 것은 지속가능성(Sustainability)이 커진다는 것이다. 자연과 인간이 형성하는 생명의 순환시스템, 즉 생태계라는 관점에서 지역의 부존자원을 활용해야 하기 때문이다. 지역의 발전을 바라보는 새로운 렌즈인 지속가능성이라는 말은 우리에게 세대 간 공평이라는 개념을 떠올리게 한다. 자손들로부터 빌려 쓰고 있는 환경자원과 생태계를 파괴하고 미래 세대들의 빈곤을 초래하는 개발을 발전으로 착각해서는 안 된다.

한 지역의 발전은 그 지방의 생태계를 이용해야 하는 다음 세대들을 배려하고, 현 세대와 다음 세대가 다 함께 환경자원에서부터 최대한의 이익을 얻으며, 다함께 이용하는 길을 합리적으로 모색해야 한다. 다음 세대의 자원과 번영을 저해하지 않으면서도 현재를 살고 있는 사람들의 이익을 추구하는 발전을 도모해야 한다. 진정한 발전이 되려면 지역이 보유하고 있는 일체의 자원을 그 구성원 모두가 공정하게 이용할 기회를 보장하는 것이어야 한다. 지역발전이란 지역 주민들이 공간적 · 시간적으로 최적의 생활공동체를 형성하게 하는 것이기 때문이다.

생태적으로 건전한 발전은 단지 소극적으로 오염지표를 만드는 등 개인의 생존규범으로서 공해방지를 도모하는 것만으로 이루어 질 수 없다. 그리고 사회의 기본적 생활규범으로서 생활의 질을 높이기 위한 생활환경을 정비하는 것만으로도 확보될 수 없다. 주민이 만족하는 쾌적한 환경을 창조하려면 경제규범과 문화적인 정서규범을 정립하고 아울러 지구환경보전에 동참하려는 자세를 견지할 때 달성되는 것이다.

다섯째, 발전한다는 것은 풍토적으로 건전해지고 있다는 것

지역발전의 최대자원은 인재(人材)이다. 따라서 발전의 출발점은 인재를 발굴하고 육성하는 것이다. 그리고 육성된 인재가 창조적으로 협력해 나가는 풍토를 만드는 것으로 마무리 된다. 이처럼 지역발전의 성공은 그 풍토를 경작하는 것에 달려 있다. 그러나 지금까지 우리나라에서의 발전전략은 이와 반대되는 방향성을 가지고 있었다. 중앙집권에 의한 「성장의 극」(growth pole)을 대도시나 특정지역에 만들어내고, 그 파급효과 또는 균점효과(均霑效果)를 차 하위의 지역에 파급시키려 했다

그 결과 우리의 지역 풍토는 점점 더 조악해지면서 의존할 뿐 책임지지 않는 인간들의 소굴로 변해왔다. 그러나 지역발전의 출발점은 그 지역을 스스로 책임 질 인재를 키우고 이러한 인재들의 능력이 발휘될 수 있는 내부의 시스템을 정비하는 것에서 비롯해야 하는 것이다. 발전한다는 것은 그 지역의 풍토가 더욱 건전해 지고 있다는 것이다.

한 지역이 발전하고 있다는 것은 그 지역의 사람들이 ‘수혜자로서의 주민’에서 ‘책임지는 주민’으로 성숙해가고 있다는 것을 의미한다. 서로 협력하고 양보하는 풍토야말로 지역발전의 이상적 상태이기 때문이다. 한 지역이 발전하는 모습은 그 주민들이 문제를 제기하는 데에만 열심이지 않고 해결책을 찾는 주역으로 살아가는 모습에서 찾을 수 있다. 주민들이 지역의 가능

[illegible]

워크와 상호신뢰 그리고 협력이라는 사회자본을 통하여 효율성을 발휘하게 된다. 지역이 경쟁력을 가지려면 인적자원을 불러들이고 이들 간의 상호관계를 긴밀히 하도록 해야 한다.

세 가지를 읽고 세 가지를 대비해야 한다

지역발전의 출발은 지역에서 활용할 수 있는 자원을 발견하는 것으로 시작한다. 지역을 발전시킨다는 것은 그 지역의 자원을 발견하고 이를 육성해 나가는 것이기 때문이다. 그러나 지역의 잠재적인 자원을 발견하고 이를 창조적으로 활용하기 위해서는 지식과 지혜 그리고 감성을 키워야 한다. 그리고 무엇보다도 먼저 시대를 읽고, 장소를 읽으며, 사람을 읽을 수 있어야 한다.

먼저, 天의 時를 살려야 한다. 따라서 시대를 읽어야한다. 원동력은 시대에 있다.

지역을 발전시키려면 먼저 시대의 흐름을 읽어야 한다. 지역을 키우려면 그리고 미래를 개척하려면 세상 사람들은 지금 무엇을 바라며 앞으로는 무엇을 필요하게 될 것인가를 읽어야 한다. 미래의 세대들이 무엇을 기대하며 무엇을 꿈꾸고 있는 지를 읽어야 한다. 사람들이 품고 있는 추상적이고 막연한 수요를 구체적인 모습으로 형상화시켜야 한다. 지역과 세상에 공기처럼 퍼져있는 막연한 욕구와 희망을 결집하여 유형적인 정책으로 구체화할 수 있어야 한다. 그리고 이를 고체처럼 분명한 시책으로 전환시켜 현실의 사업으로 실천할 수 있어야 한다.

이를 위해서는 사람을 읽을 수 있어야 한다. 팔고 싶은 제품이 아니라 사고 싶은 상품을 만들어야 한다. 이를 위해서는 시대의 구매자가 무엇을 생각하고 무엇을 필요로 하는지를 읽어야 한다. 브랜드로 어필할 대상을 분명히 정립하는 것도 중요하다. 모든 사람 모든 계층을 대상으로 한 브랜드는 최고의 브랜드가 아니다. 모두를 시야에 둔 브랜드란 아무도 시야에 두지 않은 브랜드와 같다. 지역브랜드를 만들 때에는 먼저 전략적인 고객층을 설정해 두어야 한다.

지금 우리는 어떤 시대에 살고 있는가? 수만km 떨어진 이름도 모르는 어떤 나라의 보다 값싼 노동력이 우리 지역의 공장 문을 닫게 한다. 중국 농부들이 풍작의 기쁨을 만끽하는 순간 우리 농민들은 양과 밭을 갈아엎는다. 수송과 통신수단의 혁명적 발전은 청바지 한 벌을 만드는 데에 소요되는 부품도 여러 나라에서 납품을 받게 하는 시대를 만들었다. 할리우드에서 디

자인된 월트 디즈니의 애니메이션이 아시아의 도시에서 마무리되고, 선진국의 도서관 목록을 작성하는 일거리를 따기 위해 개발도상국의 도시들이 경합한다. 아침 뉴스로 전해진 미국의 주식시장 소식은 그냥 그대로 우리의 주식가격에 연동되고, 중동에서 일어나는 사건의 무게를 출근길 주유소에서 직감한다. 우리는 말 그대로의 글로벌화한 세상을 살고 있다.

이러한 시대를 살아가기 위해서는 어떻게 해야 하는가. 세계의 흐름이 어떻게 전개되고, 국가정책의 기조와 시대의 주인공들은 무엇을 요구하고 있는지, 시대를 읽고 소비자가 기대하는 패러다임을 찾아야 한다. 앞으로 인류는 어떠한 일을 직업으로 삼고 살아갈 것인지 장래의 직업구조를 예측해 보아야 한다. 이처럼 시대의 변화를 적확(的確)히 포착하여 지금까지의 경향에 발목 잡히지 않고 또 미래의 모습을 그리면서 대비하는 안목도 필요하다. 과거와 현재 그리고 미래라는 시대를 읽을 수 있어야 하는 것이다.

둘째, 地의 利를 살려야 한다. 이를 위해서는 장소를 읽을 수 있어야 한다. 자원은 현장에 있기 때문이다.

한 지역의 발전방향은 현장을 토대로 발상하고 현장을 토대로 그 경영자원을 발견함으로써 출발한다. 한 지역을 발전시키려면 지역의 구석구석을 세밀하게 조사하여 그 지역이 가지고 있는 특성을 활용하고, 지역에 내재하고 있는 자원을 토대로 개성을 연출해야 한다. 그 토지가 가지고 있는 역사와 풍토에 토대를 둔 좌표축을 설정하고, 옛날부터 지역에 있었던 기억, 그 장소가 가지고 있는 독특한 분위기를 읽을 수 있어야 한다. 그리고 앞으로 그곳이 어떤 장소가 되어야 할 것인지, 그 장소 스스로가 말하고 있는 무언의 암시에서 비전을 이끌어 내어야 한다. 이처럼 지역을 발전시키기 위해서는 지역을 읽고 지역을 알아야 한다.

지역을 성공적으로 경영하고 있는 도시를 보면 그곳의 중심을 이루는 사업이나 시책에는 지역적 근거가 있다. 지역의 필연성에 토대를 두고 그 지역이 매진해야 할 사업이 무엇인지를 세밀히 음미해 나가면서 사업을 전개하고 있다. 결코 우발적이거나 충동적으로 무슨 사업을 추진하지 않았다. 그 지역만이 가질 수 있는 오리지날리티가 무엇인지를 철저하게 분석하고 발굴했던 것이다.

자신의 오리지날리티를 간직하고 있지 않은 지역은 없다. 어느 지역에도 그 지역만이 가지는 독자의 매력은 반드시 있다. 문제는 잠자고 있는 자원을 발굴하여 빛을 발하게 하는 능력이다. 지역의 산과 강 그리고 자연 등의

자원과 이들로부터 이야기로 전해지고 있는 문화자원(축제 · 기술 등)을 주시하고 활용해야 한다. 지역 내에서는 너무 흔한 것이라고 생각하는 것도 외부에서 볼 때에는 매력적인 자원이 될 수 있는 것도 있다.

아름다운 자연자원, 박력 있는 이야기, 오랜 세월 그 가치를 쌓은 역사, 누구나 인정하는 문화자원과 같은 것이 없어도 낙담할 필요는 없다. 지역과 연고를 가진 인물, 지역을 대표하는 산업, 스포츠 활동, 음식도 좋은 자원이다. 축제나 산 그리고 강처럼 눈에 보이는 것만이 자원인 것은 아니다. 눈에 보이지 않는 특유의 자원에도 관심을 가져야 한다. 지역을 방문하는 외부 인사들에 대한 접객태도도 지역의 자원이다. 지역의 각종 지표를 다른 지역과 비교하여 특성을 도출할 수도 있다. 여러 사람이 앞으로 지역에 대하여 기대하는 생각이 합쳐지는 것에서 방향을 설정할 수도 있다 지역에

섯순하 공무원들에게 익을 시키며 돈이 없다 권하이 없다 는 말부터 하

오늘날 지역이 발전한다는 것은 다른 지역과는 다른 개성을 연출할 때에만 가능해 진다. 지역발전의 원동력은 독창성에 있는 것이다. 한 지역이 하나의 고유한 브랜드로서 발전하는 것은 그것이 유일한 존재(only one)일 때이다. 따라서 『넘버 원』(number one)이 아니라 『온리 원』을 추구해야하는 것이다. 자신이 서 있는 지역을 면밀히 읽어서 무엇이 가능할 것인지를 독창적으로 도출해야 하는 것이다.

지금까지의 우리의 지역들은 부지불식간에 서울을 의식하면서 사업을 추진해 왔다. 지방에 살면서도 서울의 이미지를 가진 서비스를 향수하고 서울로부터 인정받는 것을 그 목표로 삼았다. 그러나 지역발전의 목표는 서울로부터 인정받는 것이 아니다. 서울을 초월하고 한국을 넘어 세계로 진출하고 세계로부터 인정받는 것에 그 목표를 두어야 한다. 가장 지역적인 것이 가장 세계적이라는 자각과 긍지를 가지고 지역브랜드를 만들어야 한다.

새로운 창조를 위해서는 세상의 흐름을 간파하고 외부에서 새로운 재능을 도입하는 것도 중요하다. 다른 지역의 사례를 검토하고 다른 사람이 해하

힘을 함해 함께 추구하는 수완이 뛰어나며 그러한 지식과 능력을 더욱 많은

만들어지는 것이다.

지역을 새롭게 창조하려면 하나의 큰 이념 하에 자원을 모으고 집중시켜
시·군·구·읍·면·동·리·마을·마을단위·마을위원회·마을자치위원회·마을자치