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 상점가로 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 발전전략에는 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 위해 외부로부터 기업과 공공기관을 유치해 오는 것은 물론 중요하다. 그러나 이보다 더 중요한 것은 지역에 내재하고 있는 능력을 발휘시키는 것이다. 공공사업과 공공기관의 유치는 지역에 내재하는 능력을 북돋우는 보조수단으로서 추구해야 하는 것이다. 본질은 없고 보조수단만을 강조하는 발전전략은 성공할 여지가 없기 때문이다.

발전이란 인간이 개인으로서 그리고 사회적 존재로서의 해방과 자기전개(自己展開)를 지향하는 것이다. 따라서 인간과 사회에 있어서의 발전은 각자 그가 처한 사회의 내부에서 발현하는 것이어야 한다. 예컨대, 지역경제의 발전이란 지역사회에 내재하는 능력을 해방하는 것이다. 지역발전이란 각각의 지역이 처해 있는 생태계에 적합하고, 그 주민이 살아가는 생활의 필요에 입각하여 주민의 창의와 노력이 어우러지는 가운데, 지방의 문화에 뿌리를 두면서 외래의 지식과 기술 그리고 제도 등을 활용하고 창조해 나가는 것이다. 따라서 지역의 발전을 위해서는 정신적 각성과 지적 창조성을 통해 지역주민이 지역발전의 주체로서 살아갈 수 있는 조건을 확보해야 한다.

발전이란 인간이 자기 자신의 생활양식과 발전방법에 관한 자율성을 전제로 한 것이다. 그리고 다른 사람이나 집단에 의존하지 않으려는 인간 또는 이러한 인간들이 추구하는 것이어야 한다. 이처럼 발전은 원래 그 존재의 내부에서 발현하는 내발적 또는 내생적인 것이다. 우리가 사용하는 내생적 발전(內生的發展)이라는 말도 발전이라는 말의 동어 반복적 표현에 지나지 않는 것이다. 그럼에도 불구하고 그냥 『발전』이라고 말하지 않고 의식적으로 동어 반복어인 내생적발전이라는 표현을 쓰는 이유는 무엇인가? 그것은 현재 거의 대부분의 지방에서 지역발전의 원동력과 추진력을 공공기관과 외부투자의 유치와 및 국가의 특별한 지원에 기대하고 있는 분위기 때문이다.

내생적발전(endogenous development)은 스스로를 폐쇄적으로 한정시키려는 것이 아니다. 자기 자신의 전통에 토대를 두는 주체성 하에 외래의 모델을 스스로의 조건에 적합하게 하려고 개조해나가는 지향을 갖는 것이다. 따라서 이는 발전의 요인을 외부에 두는 외생적 발전(exogenous development)과는 다른 것이다. 그리고 자력갱생(self-reliance)이 주로 지방 · 국가 · 국제적인 레벨에서 사용되는 것과는 달리, 내생적 발전은 집단의 레벨과 개인의 레벨을 연결하는 개념이기도 하다.

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 개인의 의지와 개성 그리고 취향을 무시한 상태에서 경제적인 풍요도만 높인다고 해서 그러한 상태를 발전이라고 말하지 않는다.

발전한다는 것은 그 사회구성원이 갖는 활력을 높이고, 기본적으로 그 사회가 보유하고 있는 자원을 활용함으로써 그 사회의 자립능력을 높여가는 것이다. 그리하여 경제적으로는 자급률을 높이고 문화적으로는 고유성을 확립해 나가는 과정이어야 한다.

자립적이어야 한다는 것은 자기완결적 자급론이나 불록화를 의미하는 것이 아니다. 이것을 국제적 차원에서 본다면, 국제분업론에 의해 타 단위가 갖는 각종 자원을 처음부터 자신의 경제성장의 기본 요소로 삼아 나가는 발전의 양식은 국내외에 걸친 지배-종속관계를 빚어낼 가능성이 있음에 대한 경계심을 나타내는 것이다. 마찬가지로 지역발전의 기본 요소를 중앙의 지원이나 지역이 유도·조정할 수 없는 주체의 시혜(施惠)에 의존해서는 안된다는 의미이다.

자립경제의 형성은 국민경제의 차원이나 국제경제의 차원 지다적 자력개

중앙집권적 발전을 배제하고 자력갱생(self-reliance)에 기반 한 지역적 발전을 지향해야 하는 이유도 여기에 있다. 그리고 외부의 기업에 의존하려기보다는 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 예속의 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 살아있는 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 기

한 지역의 발전은 그 지방의 생태계를 이용해야 하는 다음 세대들을 배려하고, 현 세대와 다음 세대가 다 함께 환경자원으로부터 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

성에 주목을 하고 장애물보다는 기회를 중시한다면 그곳의 발전은 보장되어 있다. 그러나 우리가 훌륭한 아이디어를 실행하는 데에 쏟는 힘보다도 회의적인 사람들을 설득하고 믿게 하는 데에 더 많은 투자를 해야 한다면 발전한 지역에 살고 있는 것이 아니다.

한 지역을 발전시키려면 발전의 원동력을 받아들이는 창조적인 환경을 만들어야 한다. 마을 전체로 창의적인 사고를 확대해야 한다. 이를 위해서는 먼저 마을에 창조적인 생각을 가진 사람을 발굴하고 육성해 나가야 한다. 이러한 지역에서는 사람들이 미래의 문제에 전향적으로 대처하면서 신뢰 속에서 협력해 나가기 때문이다.

지역의 정치가 우선 당장의 성과만 재촉하지 않고 미래의 세대도 생각할 때 발전이라는 꽃은 피어난다. 미래의 문제에 전향적으로 대처하지 않는 지역은 '내일의 기회가 아닌 어제의 문제처리'에 급급하게 된다. 따라서 깊은 통찰 그리고 잠재성을 고려하지도 않고 당장 눈에 보이는 금전적 계산에만 초점을 맞추는 지역에 미래는 없다.

Ⅱ. 지역발전의 출발, 그것은 지역자원의 발견과 육성

지금 우리가 살고 있는 지역이 발전하는 원동력은 극적으로 바뀌었다. 인간의 지혜, 욕망, 동기, 상상력, 창조력이라는 요소는 지금까지 도시의 중요한 자원으로서 기능해 왔던 입지, 자연자원, 시장의 접근성보다도 더 중요해졌다. 우리는 도시에 살면서 도시를 경영하는 사람의 창의성이 미래의 성공을 결정하는 시대를 살고 있다.

지역발전의 원동력이 근본적으로 바뀌었다

지금 우리의 도시는 패러다임의 전환에 이르는 극적변화를 겪고 있다. 이러한 지역이 서서히 침몰해 가고 있는 상황에서도 지역의 의사결정자가 과거의 정책을 되풀이 한다면 어떻게 될 것인가? 어느 시대에서도 그 쇠퇴는 물질보다도 심성에 각인된 요인에서 비롯했다. 그럼에도 불구하고 21세기의 문제를 20세기의 사고방식으로 풀려고 한다면 결코 절망의 늪에서 벗어날 수가 없다.

산업사회의 지역은 광물이나 특산물과 같은 지역의 자연자본과 시설인프라와 같은 물적자본으로 경쟁을 했다. 그러나 21세기의 지역은 인재들이 펼치는 기량과 재능이라는 인적자본으로 차별화된다. 그리고 인적자본은 네트

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? 수만㎞ 떨어진 이름도 모르는 어떤 나라의 보다 값싼 노동력이 우리 지역의 공장 문을 닫게 한다. 중국 농부들이 풍작의 기쁨을 만끽하는 순간 우리 농민들은 양파 밭을 갈아엎는다.

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 외

성숙한 공무원들에게 일을 시키면 '돈이 없다', '권한이 없다' 는 말부터 한다.

주민들이 주인의식을 갖고 있지 않은 지역을 개발하려고 하면, '돈을 내라', '시설을 해 달라'는 요구부터 한다. 이러한 지역일수록 구성원들은 서로를 헐뜯는다. 구성원들이 서로를 헐뜯게 되면 그 사회는 헐벗게 된다. 가난하고 삶이 힘겨운 마을의 사람들은 소망하고 이루고 싶은 것이 있어도 그

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 서울로

힘을 합해 함께 추구하는 수완이 뛰어나며, 그러한 지식과 능력을 더욱 많은 대상에 적용하는 사람들이 살고 있는 국가이다." (Alexis De Tocqueville, Democracy in America).

지역을 발전시키는 과업을 시장이나 군수의 힘만으로 할 수는 없다. 공무원의 힘을 합하는 것만으로 해결할 수 있는 것도 아니다. 지도자와 공무원 그리고 주민과 많은 협력자들의 참여와 연대를 기반으로 해야 한다. 지역을 바꾼다는 것은 수많은 사람들의 지혜를 모우고 협력을 연출한다는 것을 말한다. 지역발전이란 수많은 사람들의 힘을 연대시키고 다양한 사람들의 지혜와 노력을 하나로 통합할 때 성취되는 작업이기 때문이다.

지역의 비전실현에 있어서 지방자치단체의 역할은 아무리 강조해도 모자라지 않는다. 그러나 지방자치단체가 적극적으로 개입하는 경우에도 주민이 할 수 있는 것까지 행정이 해서는 안 된다. 행정이 해주니까 주민들은 손을 놓게 되고 그러다가 점점 더 못하게 되는 사태를 만들어서는 안 된다. 행정의 소명은 주민들이 스스로 할 수 있도록 해 주는 것이다. 주민이 스스로 하려고 한다면 그리고 이러한 주민들이 손을 잡고 힘을 합친다면 큰 힘이 생긴다. 행정의 역할은 주민이 할 수 있는 가능역역을 키우고 그 환경을 정비하여 주역인 주민들이 스스로 할 수 있도록 하는 것이다.

주민을 앞장세우는 것만큼 중요한 것은 이들이 연대하게 하는 것이다. 확실하고도 효과적인 실행을 보증하기 위해서는 연대(連帶)를 보다 넓혀야 한다. 활동의 지원체제로서 민과 관의 특징을 살릴 수 있도록 균형 잡힌 체제를 구축하는 것도 하나의 방법이다. 행정과 전문 NGO 그리고 지연조직의 연대를 통해 문제를 해결해 나갈 필요도 있다. 연대를 통해 상승효과를 발휘할 수 있다면 손을 잡아야 한다. 동일한 과제를 가진 자치단체가 연대하여 공동으로 대응하는 개방된 자세가 필요하다. 테마에 따라서는 멀리 떨어져 있는 단체와도 연계할 필요가 있다.

셋째, 모으고 집중해야 한다 - 돈 없다 말 말고, 돈만큼 하지 말라

모으고 집중할 때 비로소 개성은 창조된다. 한 지역에 산이 많다고 해서 산이 곧 지역의 개성이 되는 것이 아니다. 지역 사람들 모두가 산이 많다는 것을 지역의 특성이라고 생각하고 산의 의미를 살리려 할 때 비로소 그 산

만들어지는 것이다.

지역을 새롭게 창조하려면 하나의 큰 이념 하에 자원을 모으고 집중시켜야 한다. 그리고 현재의 역량과 제한된 자원의 한계를 넘으려면 시간을 들이고 정성을 모아야 한다. 따라서 돈 없다고 말하지 말고 제발 돈만큼 해서는 안 된다. 돈이 없으면 시간과 정성을 더욱 투자하여 그 한계를 메워야 한다. 지역창조의 원대한 꿈을 현재의 재정형편에 구속된 상태로 구상해서는 안 된다. 지금 할 수 있는 것은 전체의 일부분일지라도 큰 구상 하에 담대하게 시작해야 한다. 계획은 담대(膽大)하게 실천은 치밀해야 한다.

아름다운 감동을 발신하는 지역은 '위대한 단순'으로 만들어 진다. 100년 후에 쓸 재목이라면 100년을 내다보고 나무를 심어야 한다. 그리고는 의심없이 끊임없이 100년간 물을 주어야 한다. 그러한 위대한 단순반복만이 큰 일을 하게 한다. 지역창조의 기본정신은 10만원짜리 싼 물건을 매년 사기보다는 몇 년 걸리더라도 제대로 된 100만원짜리 하나를 사듯이 그리고 혼자서 들 수 없는 것을 열 명이서 함께 들듯이 모우고 집중시켜 힘을 발휘시키는 것이다.

넷째, 역사를 보고 일해야 한다 - 현재에 빠지지 말라

지역을 경영하는 사업은 역사를 경영하는 역사산업이다. 역사를 보고 일을 해야 한다. 이는 현재의 필요만이 아니라 미래의 주민을 생각하고 미래세대와도 대화를 해야 한다는 말이다. 지역의 오리지널리티를 발견하려면 먼저 역사를 읽어야 한다. 과거의 역사를 읽어야 한다는 것은 미래의 역사에 책임져야 한다는 말이다. 지금 존재하는 것은 앞으로 몇 백 년, 몇 천 년 이어져 가는 역사의 연속선상의 그 어디에 위치하고 있는 것이다. 과거의 것을 전수받은 우리는 그것을 다음 세대로 또 다시 전해주지 않으면 안 된다. 우리는 이를 역사의 릴레이라고 한다.

지역고유의 산업과 자원은 그 역사로 배양되어온 문화 속에 녹아 있다. 지역의 문화란 '지역의 컨센서스'를 말한다. 그 지역에 살고 있는 사람들이 암묵적으로 공유하면서 즐기는 놀이와 그 일하는 방식을 포함한 생활방식은 지역브랜드의 제1차적 요소가 된다는 것이다. 그러나 지역의 컨센서스는 그 자체로서 브랜드가 되는 것이 아니다. 지역의 사실과 속성을 다른 지역의 사람들에게 그리고 미래의 세대들에게도 의미 있는 것으로 발전시켜야 한다.