

특집 서비스 디자인 워크숍

원고 '매력적인 광주만들기' - 충장로문화를 찾아라! 충장스타일을 만들자!

한우일(디자인아이디오 대표)



1 서론

지역의 문화자원을 산업화하기 위해서는 무엇보다도 지역문화유산을 발굴하고, 문화자원을 개발해 나가야 한다. 문화유산을 활용하는 문화산업은 자체적인 기술과 인력을 바탕으로 그 지역에서 나오는 것으로, 관광자원으로의 경제적 가치도 높고, 또한 지역주민들의 문화적 자긍심을 심어줄 수 있다. 따라서 기존의 유·무형의 지역문화유산에 대한 새로운 의미를 부여해서 발굴·개발하는 것이 필요하다. 현재 충장로의 골목들이 각종 건설 사업으로 변모해가고 있는데 혹시라도 중요한 문화적 자산들이 이로 인해 훼손되거나 자취도 없이 사라지는 일이 발생하는 일을 미연에 방지해야만 한다.

또다른 방법으로 사실을 배경으로 새로운 이야기를 만드는 스토리텔링 기법을 활용하여 얼마든지 지역의 명소를 만들어 낼 수 있다. 외국의 사례에서도 핀란드 '산타크로스마을', 독일 '로렐라이 언던', 코펜하겐 '인어동상' 등이 지역관광산업과 연결되어 지역경제에 상당한 역할을 해내고 있는 것을 볼 수 있다. 이처럼 지역에서 전래되는 전설, 설화, 인물, 자연적 혹은 인위적인 상징물에 의미를 부여함으로써 문화자원을 개발할 때 고려해야 할 점은 지역성을 충분히 반영해서 다른 지역과는 차별적인 독특한 문화콘텐츠를 개발해야만 경쟁력을 확보할 수 있고 도시의 브랜드 가치를 높일 수 있다.¹⁾

이런 의미에서 충장로를 새로운 관광자원으로

활용하고 광주의 대표적인 문화거리로 만들기 위해 자발적으로 모인 다학제적인 전문가들이 서비스디자인을 통해 지역 시민들이 문화를 향유할 수 있는 '매력적인 광주만들기 서비스디자인 워크숍'을 시작하게 되었다. 충장로 일대는 과거 화려한 상권을 유지하며 눈부시게 확장되어오다 2005년 구 전라남도청의 무안 이전 이후 도심 공동화로 인한 유입 인구의 감소로 상권은 쇠퇴하고 과거의 화려했던 명성은 찾아보기 어렵게 되었다.

하지만 최근 국립아시아문화전당이 구 도청을 중심으로 약 5조3천억 규모의 국비, 지방비, 민자 등으로 조성되고 있고 2014년 일부 개관하고 2023년 최종마무리를 준비하고 있다. 이로 인해 상인들의 기대감이 높아지면서 부동산 시장으로부터 다시 상권이 살아날 징후를 보이고 있으며, 국립아시아문화전당을 중심으로 한 일대를 정비한다는 정보가 흘러나오면서 주변 교통문제와 고객의 이용 편의, 상가이용의 획기적인 환경 개선을 고객 입장에서의 해결이 필요하게 되었으며, 다음과 같은 워크숍의 목표로 진행하게 된다.

- 디자인중심 사회혁신 사례 발굴.
- 문화와 디자인과 서비스와 환경의 융합비즈니스 모델을 발굴.
- 다학제적이고 통합적인 인재 양성.
- 시민들의 삶의 가치를 높이는 계기로 활용

2 충장로의 문화를 찾아서

광주광역시 구도심 옛 전라남도 도청 부지에

1) '문화도시의 도시재생과 문화콘텐츠', 주정민, 서준교, 이효원 공저, 전남대학교출판부, 2005

국립아시아문화전당이 건설되고 있고 전당과 마주 보는 동서측 방향으로 중심 도로인 금남로가 있다. 이곳은 '5·18 광주민주화운동'이라는 역사적 사건을 거치면서 민주, 인권, 평화를 상징하는 공간이 되었다. 상업중심의 충장로는 금남로 남쪽으로 한 블록 아래에 있고, 예술의 거리는 금남로 남쪽으로 한 블록 위에 있다. 이들 공간이 광주전남의 역사성, 지역성, 장소성 이외에 민주화 과정에서의 상징성을 갖고 있는 점을 고려한다면, 충장로 일대는 그 자체로 큰 의미를 지닌 도시 공간이다.²⁾

충장로는 경제 및 문화 분야에서 그동안 지역의 구심적 역할을 해 온 대표 장소임과 동시에 시민의 애환과 추억이 담긴 거리이며 여전히 시민들이 선호하는 광주의 대표적 거리이다. 또한 매년 10월이면 '7080 충장 축제'가 열리고 '프린지 페스티벌', '광주 국제영화제' 등의 축제가 열리는 곳으로 그동안 많은 시민들의 사랑을 받고 있는 충장로를 광주시의 각종 지원 사업으로 골목길을 정비하는 등 다양한 사업을 시행해왔지만 여전히 상인들도 시민들도 만족하지 못하고 있는 실정이다.

한편, 시민들의 오랜 문화쉼터인 충장서림이 경영난을 이유로 최근에 문들 닫게 되었을 때 시민들의 반응은 무척 아쉬워하며 많은 사랑을 표현해 주었던 것을 기억한다. "8월31일 '충장서림'이 문닫는다는 소식은 그러했다. 어리둥절한 채로 생생해지는 서운함과 상실감, 마음 한구석이 찢리는 자책을 동반했다."(전라도 닷컴 2012년 10월호) 이는 충장로를 이용하는 고객들이 단지 서점하나가 없어진 것 이상의 문화에 대한 의식의 표현이고 문화적 공감대를 위한 공간에 대한 필요(need)이다. 이러한 의식을 살려낸다면 충장로를 향유하는 시민들에게는 문화를 소비하고 상인들에게는 다양한 계층의 고객들이 충장로를 찾아오게 하는 효과를, 그리고 이 지역을 관할하고 있는 광주광역시 및 동구청 등에게는 관광자원으로서의 충장로를 개발하고 경제적인 효과까지 유발하게 하는 효과를 기대할 수 있어 다양한 이해관계자 모두에게 가치 있는 결과를 만들어 낼 수 있다.



그림1] 충장로 1-3가 파사드

3. 문제의 정의

서비스디자인은 스타일로 대별되는 제품의 모양을 결정하는 것으로부터 미래를 만드는 사람을 위한 기술로 그 역할이 확장되어가고 있다. 즉, 상상력과 창의성을 기초로 미래지향점을 제시하고 고객 잠재욕구를 찾는 방법으로 사용되고 있다.

가치창출의 프로세스가 기술 중심에서 수요자 경험 중심으로 이동하고 있다. 이는 좋은 국민을 만드는 것이고, 생각을 변화시키는 것이며, 행동을 유도함으로써 에너지를 절약한다든가, 쓰레기를 편리하게 처리한다든가, 교통질서를 지키게 한다든가 하는 방법으로 활용되고 있다

'디자인은 행동의 변화를 이끈다'는 말처럼 '디자인 사고 design thinking'나 '사회적 혁신 social innovation' '서비스 디자인 service design' 등의 용어의 부상이 일관되게 의미하는 것은, 소비자의 행동을 직접적으로 변화시키는 데 힘을 쏟게 되었다는 점이다.³⁾

1960년대에는 존비에즈는 노래로 젊은이들을 행동하게 했고, 2012년 현대에는 디자인을 통해 세상을 혁신하고 사회문제를 해결하기에 이르렀다. 서울시의 경우는 공공서비스의 설계에 수요자들이 직접 참여하여 서비스의 대상 고객을 관찰하고 수요자가 중심이 된 새로운 서비스 프로세스와 고객 접점을 디자인하는 서비스디자인 워크숍 디자인다이브 design DIVE'는 'design DIVE 2020' 프로젝트, 에버랜드 리조트의 새로운 서비스를 기획하는 'design DIVE in Everland' 프로젝트, 광주시 아시아문화전당을 대상으로 수요자 중심의 서비스를 제안하는 워크숍 'design DIVE 아시아문화전당' 프로젝트를 실행하였고, 최근 몸을 움직이지 못하는 환자와의 커뮤니케이션을 위한 안구 마우스 서비스

2) 도시 가로정비에 대한 집단별 인식에 관한 연구- 광주광역시 충장로를 대상으로- 윤대환

3) 'The Design comedy: In Defence of Irony' core77게재 글 중, 2010.6.3. Tim Parsons

디자인 ‘design DIVE eyecan’ 프로젝트가 진행되었고 이와 별개로 최근에는 범죄예방디자인으로 우범지역으로 분류되었던 염리동을 ‘소금길’이라는 이름으로 범죄예방은 물론 주민들의 아름다운 산책로로 새로 태어났다.

이러한 흐름에 발맞추어 광주에서도 자발적인 참여자들로 구성된 서비스디자인전문가들과 다양한 전문가, 교수들로 구성된 다학제팀이 모여 광주디자인센터에서 의미 있는 워크숍 킥오프 행사가 진행되었는데 그 명칭이 ‘매력적인 광주 만들기 서비스디자인 워크숍’이다. 참가자 20여명이 모여 2개 팀으로 구성하여 6주 동안 워크숍 4번 심포지엄 2회 현장관찰 1회로 매주 모여 진행되며, ‘충장으로 문화를 찾아라! 충장스타일을 만들자!’라는 미션으로 워크숍이 진행되고 있다. 이외에도 ‘시니어를 위한 문화만들기’ 등 다양한 사례를 발굴하고, 진행되고 있다.

4. 서비스디자인 방법론을 활용

서비스디자인 방법론의 시초는 1982년 유럽 마케팅 저널에 소개된 린 쇼스타크(Lynn G Shostack)의 ‘서비스를 디자인하는 방법’이라는 논문을 통해서 알려지게 되었다. 그 이후 2005년에 영국 디자인협회에서 발표한 서비스디자인 방법론인 Double Diamond는 Discover > Define > Develop > Deliver의 4단계의 과정을 통해서 혁신서비스를 도출하는 방법론으로 각각의 이니셜을 따서 형식상 4D Process를 갖춰지게 되었다. 이 방법론의 특징은 확산과 수렴이라는 디자인씽킹에 민족지학(民族誌)이라는 ethnography라는 관찰기법으로 디자이너들의 예민한 감수성을 통해서 문제점을 찾아내고 기발한 아이디어를 구체화시켜 혁신서비스로 만들어 가는 과정이다.

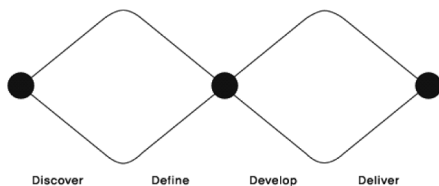


그림2] 2005년에 영국 디자인협회에서 발표한 Double Diamond 서비스디자인 방법론

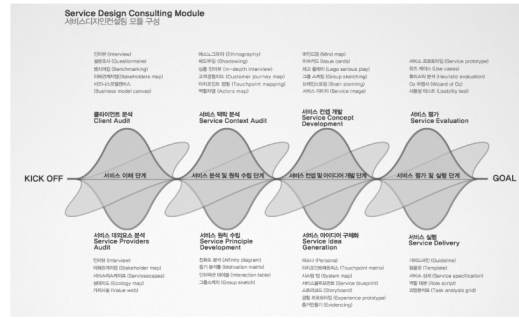


그림3] 2012 디자인진흥원에서 발표한 서비스디자인컨설팅 활용 가이드 북 참조

공공서비스 서비스디자인 경험자를 중심으로 운영진을 구성하고 관련 서비스 분야의 제공자가 참가자로 직접 참여하거나 외부 전문가로서 공동 워크숍, 인터뷰 등에 함께 참여한다. 서비스디자인 방법에 있어 이해관계자간 문제점을 파악하기 위해서는 개발 과정에서 실제 서비스 제공자와 수요자가 함께 참여하도록 하는 것이 매우 중요한 의미를 가지기 때문이다.

그렇다면 공공서비스를 수요자 중심으로 혁신하기 위한 조건은 무엇일까? 공급자 중심의 사고를 어떻게 깨트릴 것인지, 수요자와 어떻게 새로운 관계를 형성해 갈 것인지, 수요자들의 욕구를 정책에 담아 낼 수 있는 새로운 프레임워크는 어떻게 만들어 갈 것인지... 서비스의 특징인 무형성, 이질성, 비분리성, 소멸성 등은 서비스 이해관계자들이 처한 맥락(context)에 따라 각각의 경우마다 서로 다른 가치로 소통(기대, 요구, 생산, 사용)한다. 각각의 맥락 속에서 제공자(provider)와 사용자(customer) 사이에 형성된 공감대(sympathy)를 기반으로 서비스는 가치를 생산하며, 이러한 공감대는 일방적이거나 단기간에 형성될 수 있는 것이 아님으로 일정한 시간 동안 지속적 관계 속 소통을 바탕으로 이뤄진 다양한 구성원(이해관계자)간 합의(social consensus)를 바탕으로 한다.⁴⁾

현재 두 번의 팀 미팅과 두 번의 현장방문을 통해 이용고객의 흐름을 파악하고 고객을 정의하고, 이해관계자 맵을 작성하고 주제를 선정하여 관찰과

4) 공공서비스디자인을 위한 ‘커머셜 서비스디자인 사례 들여다 보기’ 참조

쉐도잉을 통해 고객의 문제를 정의하는 단계에 이르고 있다. 핵심유저로 지목하고 있는 중·고등학생과 대학생을 대상으로 인터뷰와 쉐도잉을 진행하여 현재 고객의 흐름을 파악할 수 있는 저니맵을 작성하여 새로운 서비스를 위한 다양한 아이디어를 구상을 위한 자료를 수집 중에 있다.

-사회적 환경의 변화

사회의 다원화가 지속적으로 진행됨에 따라 물질주의적 경향과 삶의 질에 대한 논의가 활발해지면서 공공의 개념이 대중(mass)에서 다중(multi)으로 바뀌어 지고 이는 구성원(이해관계자)간 합의(social consensus)를 이끌어 내고, 공공의 니즈를 찾아가는데 고려해야할 맥락은 하나의 고정적인 덩어리(mass)가 아니라 다양한 정황(multi context)이다. 사회 구성원들은 스스로의 필요에 의해 수평적 네트워크를 형성하고 그 안에서 결합과 분리를 반복하며 각자의 이익에 관련된 활동을 수행하면서 각자의 사회적 영향력을 지속적으로 높여 가고 있다. 옛 광주읍성을 중심으로 광주폴리가 10곳에 세워졌다. 이 폴리가 광주의 지역적 특성을 살리는 순 기능과는 별도로 충장로 상인들에게는 부정적이요 소로 작용하는 것도 자세히 들여다보면 상인들의 이익에 반하는 것이라는 인식에서 비롯되었다. 구성원간의 합의가 부족한 공급자적 개념이 낳은 결과이다.



그림4] 2011 디자인비엔날레의 광주폴리가 충장로 상가의 간판을 가리고 보행에 불편함을 초래하여 작품설치 중단된 작품

- 공공이익 창출방안

이러한 맥락에서 공공의 이익 창출 방안으로 공중도덕, 공공질서 등의 대중을 향한 통제의 맥락(entity)에서 주민을 다양한 니즈의 소비자(costumer)로 인지하고 함께 협력해야 한다는 소비자주의(consumerism)가 적용된 공공 서비스지향모델(public service orientation model)이 대

두되고 있다. 즉 공공 서비스에 대한 관심을 갖고 높은 기준을 요구하는 소비자로 간주하며, 동시에 공공에게 단순 소비자주의를 넘어 참여(participation)와 공공책임성(public accountability)을 요구하는 대응적(responsive), 소규모와 분권화된(small and decentralized), 협력기반(cooperated), 소비자에 의해 관리되는(consumer-controlled), 과정을 중요하게 여기는(concerned with process) 공공서비스시스템의 구축이 새롭게 요구되고 있는 것이다⁵⁾

충장로를 고객층을 정의해보면 보행자 집단의 특성에 따른 분류에 의하면 16~20세 37.2%, 21~25세 31.8%의 학생 및 직장인들이 찾는 젊은이들이 주 고객층으로 분류되고 있다.⁶⁾ 실제로 이 연령층의 대학생을 인터뷰한 결과 친구를 만나기 위해 충장로를 방문하고 특별한 목적 없이 이곳, 저곳을 배회하다가 카페에서 만나 수다를 하는 것으로 들어났다. 이러한 과정의 문제를 토대로 가치 있는 행위로 이어질 수 있는 서비스를 개발하여 충장로만의 고유의 특성으로 살려낸다면 충장로는 타 지역과 차별화 하는 문화가 만들어질 것이고 이때 광주가 지향하는 민주, 인권, 평화의 정신을 담아낼 수 있을 것이다. 어떻게 하면 충장로를 찾는 젊은이들이 가치 있는 체험을 할 수 있을까? 상인들에게는 어떤 이익을 공유하게 할 것인가? 이 지역을 관장하는 지방자치단체에게는 어떤 효과를 낳아서 더 가치 있는 시민들의 장소로 만들 것인가? 다양한 이해관계자에게 가치 있는 서비스를 제공할 것인가를 고민해야할 이유이다.

-서비스디자인 방법론 필요

일반적인 서비스, 보호적 서비스, 사회보장 서비스, 발전적 서비스(수행하는 사회적 기능에 따른 분류: Lucy 분류) 등 다양한 공공서비스의 장르와 이해관계자의 맥락의 다양성 등은 제공자와 사용자간 지속적 관계형성과 협력을 통한 가치 생성(value co-creation)을 필요로 하며, 이를 가능하게 하기 위해 기관의 문화적 변화(organization cultural

5) 공공서비스에 대한 주민 평가_조은경

6) 도시 가로정비에 대한 집단별 인식에 관한 연구_윤대환_충장로 보행자 집단의 특성 표7 참조

shift) 또한 요구되고 있다는 점이다.⁷⁾ 이러한 공공서비스지향모델(public service orientation model) 적용을 위한 방법론에서 전체적(holistic), 다학제적 (multidisciplinary), 협력적(co-creative) 방법론의 필요성이 강조되고 있으며, 이는 공공서비스디자인에서 서비스디자인 역할의 확대로 이어지고 있다.

5. 실행을 위한 예상되는 방안

본 글은 광주에서 지리적 및 인식적으로 중요한 위치를 점유해 왔고, 4층 이하의 건축물이 대부분이며 주변 지역의 젊은이들이 쇼핑과 만남의 주목적으로 이용하는 충장로 향유자들이 문화전당 개관과 함께 문화도시로서의 의미와 결합되는 가치를 다음과 같이 부여하여 충장로만의 문화로 발전해 가기를 기대해 본다.

첫째, 공급자적 시각으로 만들어지는 다양한 물리적인 공간의 정비를 향유자의 편의와 가치를 부여하는 수요자를 위한 서비스로 전환되어야 한다.

둘째, 단편적이고 물리적인 방법으로의 문제인식을 지속가능한 해결책을 통해 지속적인 서비스 개선안을 만들어야 한다.

셋째, 다양한 이해관계자의 참여를 통해 자발적인 협업과 해결책을 찾아 공동으로 문제를 해결한다.

넷째, 이러한 모든 문제를 책상위에서 해결하기 보다는 현장에서 문제를 찾고 해결하는 방안을 마련한다.

이러한 결과를 통해 문제해결 방식의 접근 방식을 시민들과 충장로 향유자로부터 찾아내고 서비스디자인 방법론을 통한 문제해결이 추구하는 참가자들의 혁신은 다음과 같다.

- 1) 최소의 비용으로 실현 가능할 것
- 2) 쉽게 적용이 가능할 것
- 3) 지속가능하며 선한 것일 것
- 4) 디자인적 강점(창의, 감성, 가시성)이 강조된 해결책일 것.

이러한 결과는 광주서비스디자인연구회에서 계속 연구 될 것이며, ‘매력적인 광주만들기’는 앞으로도 충장로 문제를 시작으로 시니어문제, 범죄예방문제, 재난예방문제 등 다양한 주제로 계속 될 것이다.

7) 공공서비스 민간위탁의 이론과 실제_ 황혜신



그림5] ‘매력적인 광주만들기’ 서비스디자인 워크숍 키오프 행사 장면

참고문헌

1. 김영기, 김종현, 류재한, 정근식, “광주복합문화센터를 찾아서” 2003, 전남대학교 출판부
2. 주정민, 서준교, 이효원 “문화도시의 도시재생과 문화콘텐츠” 2005, 전남대 문화예술 사업단
3. 정우양, 류재한, 오세규 “유럽생태·문화도시 읽기” 2005, 전남대 문화예술 특성화 사업단
4. 윤대한, “도시 가로정비에 대한 집단별 인식에 관한 연구” -광주광역시 충장로를 대상으로-, 2012
5. 윤성원, 정인에 “월간 지방자치” 연재 공공서비스디자인하라! 서비스디자인 워크숍 광주 아시아문화전당 ‘design dive’ 현장 중계 사례소개 참조
6. (사)한국디자인경영학회 + (사)서비스디자인협의회 “2012 춘계학술대회 “ 참조
7. 최영현, 이창호, 나경, “서비스디자인 방법론을 활용한 국립아시아문화전당 통합브랜드 전략개발” 논문 참조
6. <http://cafe.naver.com/usable>