그 동안 성장을 거듭해온 각 도시는 최근 거주 인구 감소, 기존 산업 쇠퇴, 공해·매연으로 인한 열악한 환경 등으로 인해 위기를 맞고 있다. 또 한편으로는 가속화된 세계화의 영향으로 국가의 장벽이 서서히 낮아지면서, 도시 간 경쟁이 촉발되고 있다. 국내·외적으로 국책 사업이나 국제 이벤트 등의 유치 경쟁이 지금만큼 치열한 적은 없었으며, 미래산업 확보나 지속가능한 환경 조성 등을 위한 각 지방자치단체들의 각축전은 갈수록 심해지고 있다. 우리가 살고 있는 광주도 이러한 위기 속에 세계 곳곳의 도시들과 경쟁에 나서야 하는 것은 물론이다.

광주일보는 '광주 도시 경쟁력을 높이자'라는 시리즈를 통해 지금까지 광주의 독창적이고, 미래지향적인 정책과 사업들을 점검하고, 도시의 각 분야로 확산시키는 방안을 고민한다. 또 각 분야의 전문가 제언을 통해 도시의 경쟁력을 높이기 위한 구체적인 방안도 아울러 제시할 예정이다.

창조적 발상이 도시와 삶의 質을 바꾼다

1. 프롤로그
2. 사람이 모이는 '공간'이 중요하다
3. 지속가능한 도시를 '디자인'하자
4. '공공프로젝트'가 미래 결정한다
5. 에필로그 - 전문가 좌담

광주는 호남의 대표적인 중심도시로서, 그동안 도시화 과정에서 배후지라고 할 수 있는 전남의 인구를 흡수하면서 비약적인 성장을 보여왔다. 1946년 10만2천명에서, 1970년 50만1천904명, 1988년 111만6천332명 등 빠른 속도로 대도시의 면모를 갖췄던 것이다. 그 때까지는 주로 전남의 농·수·축산물이나 그 생산·소비과정에서 발생한 자금의 집적 기능을 하는 소비도시 성격이 강했으며, 이후 산업 경쟁력이 빈약한 상태에서 전남의 인구 유출 심화, 1차 산업 생산물의 가치 하락 등으로 인해 광주의 인구나 도시 발전은 정체되는 모습을 보였다.

그러나 2000년 초반부터 광주는 산업분야에서 비약적으로 발전하는 모습을 보이며, 그 동안 '소비도시' 이미지를 상당부분 탈피하는 데 성공했다. 채 10년이 안 된 시점에서 산업기반이 거의 없었던 광주에 자동차, 디지털 정보가전 등 기존 산업이 강화되고, 광산업, 첨단부품산업, 문화콘텐츠산업, 디자인산업, 신에너지 산업 등 5대 신산업의 체계가 갖춰진 것이다. 이로 인해 2002년 31억 달러에 불과했던 지역 수출액은 지난 2007년에는 101억 달러를 기록하며, 울산, 인천에 이어 광역시 중 세 번째로 100억 달러를 넘어서는 등의 가시적인 성과를 보이기도 했다.

2005년에 접어들면서 산업경쟁력을 갖추게 된 광주는 '지속가능한 도시 발전'과 '세계 속 도시 경쟁'이라는 또 다른 과제에 직면하게 된다. 이러한 과제는 물론 기존 산업경쟁력을 충분히 유지·발전시키면서, 환경이나 문화 등 다양한 측면에서 시민들 삶의 만족도를 향상시키고, 새로운 인재를 유입하거나 창출하는 등 도시의 경쟁력을 업그레이드하기 위한 것이다.

각 도시들도 이러한 공통적인 과제를 앞두고 창조적이며 창의적인 아이디어에 기반한 자체적인 정책이나 사업, 각종 국책사업 유치, 국제이벤트 개최 등에 나서고 있는 실정이다. 광주가 이 같은 경쟁 속에서 다른 광역시에 비해 수년 앞서 '아시아문화전당 등 문화중심도시 사업', '1000만 그루 나무 심기 사업', '저탄소 녹색성장 시범도시사업', '도심 공공기관 이전지 공원 조성' 등을 추진한 것은, 따라서 이 같은 분야에서 도시 경쟁력을 선점했다는 데 중요한 의미가 있다고 평가할 수 있다. 치열한 경합 속에서 '2015 하계 유니버시아드 대회' 유치에 성공, 광주를 세계 속에 각인시키는 계기를 마련하고, 그것을 통해 도시 경쟁력을 키우려한 것도 세계 속 도시 간 경쟁이라는 추세를 반영한 것이다.

경로·배려 수준 탈피 노인들 가치 인정
독창적 발상 산물 빛고을노인건강타운
광주 이미지 높이고 '노령화 시대' 선점

특히 최근 전국 최대 규모로 남구 노대동에 조성된 '빛고을 노인건강타운(이하 노인타운)'은 창조적이고 창의적인 아이디어를 통해 도시 경쟁력이 얼마만큼 업그레이드될 수 있을 것인지를 여실히 보여준 사례가 되고 있다.

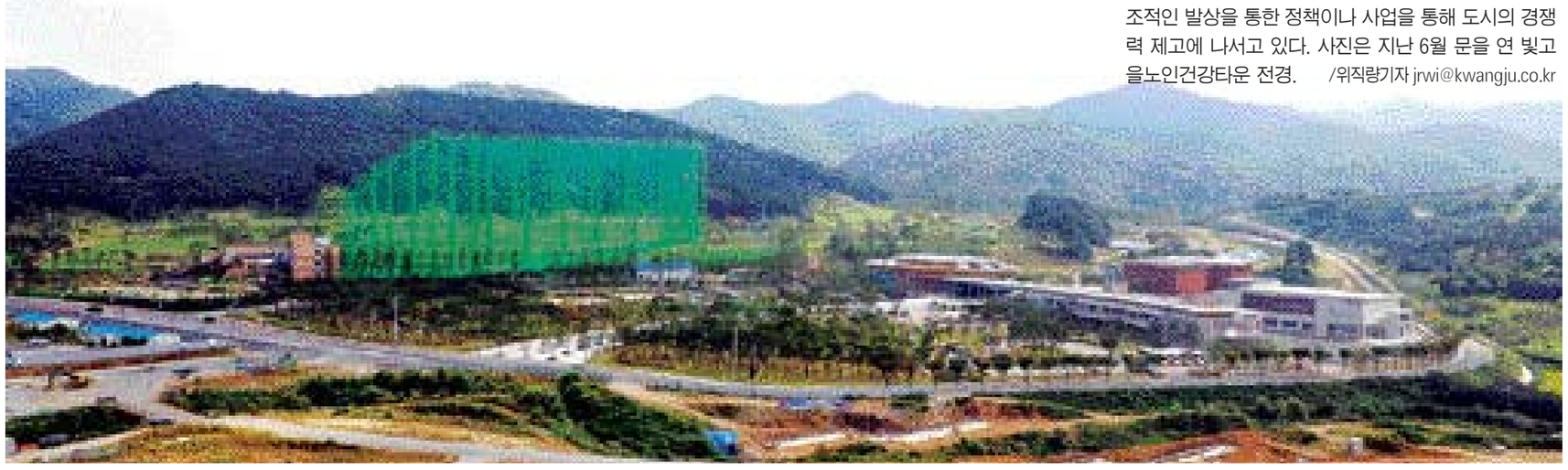
노인타운은 광주시가 지난 2003년부터 2011년까지 총사업비 1천800억원을 투입할 사업으로, 690억원을 들인 1단계 시설인 복지관, 문화관, 체육관, 후생관 등 문화체육시설이 우선 지난 6월 10일 문을 열었다. 이 시설이 전국적으로 주목을 받은 이유는 노인에 대한 그 동안의 경직된 시각에서 벗어나 행정기관이 노인들이 저렴하고 편하게 치료받으며, 즐길 수 있도록 대규모 공간을 제공한 데 있다. 단순히 '경로'나 '배려'의 수준을 벗어나 노인들이 자신들의 가치를 인정받을 수 있도록 한 것이다. 게다가 인근에 골프장을 설치해 그 이익 중 일부를 운영자금으로 하면서 지속가능한 관리·운영체계를 구축했으며, 3단계 시설인 퇴행성질환 전문병원과 시립 치매병원, 고령친화제품 종합체험관 등 의료서비스단지가 들어설 경우 전국적으로 그 유래가 없는 대규모 노인 전용공간이 탄생하게 된다.

다른 지자체 관계자, 사회복지 및 노인 전문가, 시민사회단체, 그 밖의 외지인들이 벤치마킹을 위해 노인타운을 찾고 있으며, 이들은 추후 정책이나 사업을 실시하거나 또는 보고서를 작성할 때 '광주'의 '빛고을노인건강타운'을 우수사례로 거론할 것이 틀림없다.

이 같은 독창적인 아이디어가 가미돼 모범 사례를 양산하는 도시, 광주를 위해서는 시민단체, 전문가, 시민 개개인의 참여는 필수조건이 된다. 한 사람의 아이디어, 공무원의 생각보다, 여러 사람의 아이디어, 각 분야의 전문가 혹은 관계자 등의 생각이 서로 융합됐을 때 아이디어와 생각은 구체화되고, 그 가치가 높아지기 때문이다.

창조성과 창의성이 발현되고, 그것을 시민들이 느낄 수 있도록 행정체계를 구축하는 데, 광주시와 각 자치구의 노력도 필요한 시점이다.

/윤현석기자 chadol@kwangju.co.kr



'지속가능한 도시 발전'과 '세계 속 도시 경쟁'이라는 새로운 과제에 직면한 광주가 빛고을노인건강타운 등 창조적인 발상을 통한 정책이나 사업을 통해 도시의 경쟁력 제고에 나서고 있다. 사진은 지난 6월 문을 연 빛고을노인건강타운 전경. /위직량기자 jrwi@kwangju.co.kr

전문가 제언

장상근
〈광주시 종합건설본부장〉

역사적 흐름을 살펴보면 세계적으로 경쟁력을 갖춘 도시들은 새로운 패러다임과 창조적 발상으로 도시 랜드마크를 만들어왔다. 도시 랜드마크는 단순히 높은 건축물이나 웅장한 구조물이 아니라 곧 그 도시의 창조성의 상징이며, 도시브랜드가 됐다.

광주시도 2015년 하계 유니버시아드 대회 개최를 앞두고, 국제도시로서 도시경쟁력을 갖추기 위한 방안이 무엇인지 고민하고 있다. 파리의 에펠탑, 뉴욕의 자유여신상, 샌프란시스코의 금문교, 시드니의 오페라하우스 등 지금 세계적으로 각광을 받고 있는 랜드마크는 이미 우리에게도 친숙할 정도로 세계 공통적인 것이 됐으며, 그렇다면 세계도시로 나아가는 광주도 이러한 세계 공통적인 가치를 지닌 무엇인가를 창출해내야 하기 때문이다.

랜드마크의 유형은 시대에 따라 변화하고 있다. 과거에는 도시를 대표하는 초고층 빌딩이나 시드니 오페라하우스처럼 문화적 상징물이 랜드마크가 됐지만, 요즘은 이 같은 상징성 강한 단일건물보다는 비즈니스와 문화가 공존하는 단지나 도시 그 자체를 랜드마크로 하는 공간개발 개념으로 패러다임이 바뀌고 있는 것이다.

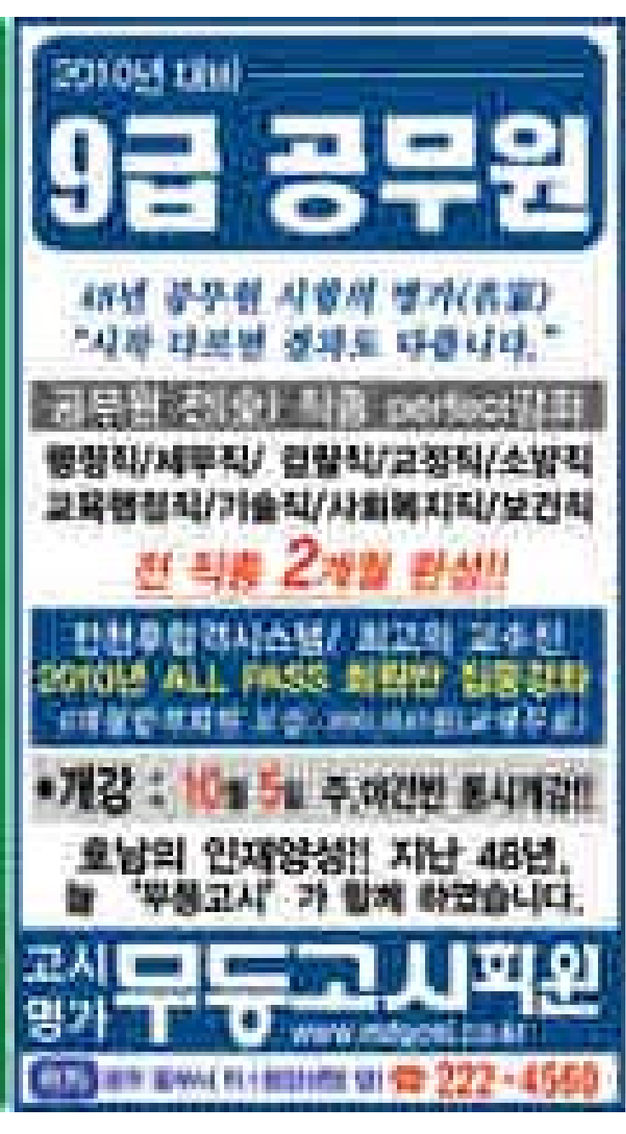
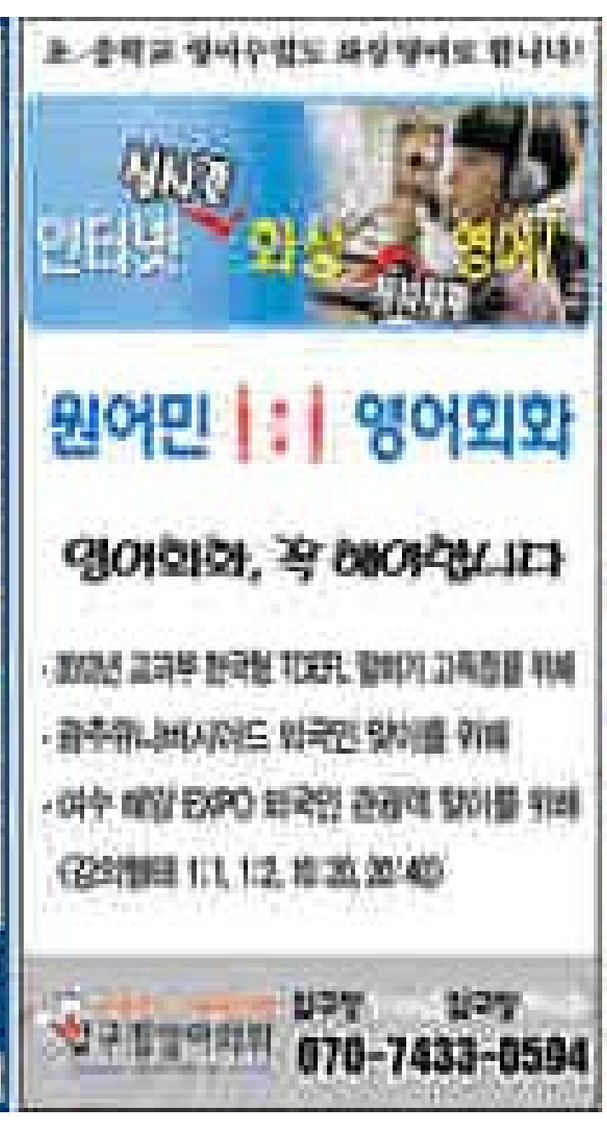
그리고 시대적 가치도 변화하고 있다. 에펠탑과 같은 위압적인 기념비적 건축물에서, 퐁피두센터, 빌바오 구겐하임미술관 등과 같은 창조적 건축물로 이어져 내려오는 도시브랜드로서의 랜드마크는 그 시대적 가치를 반영하며, 도시의 '심장'이 된 것이다.

"시대 가치 반영한 창조성 상징이 그 도시의 브랜드이자 랜드마크"

이러한 측면에서 우리시의 각종 공공건설사업의 결과물이 세계적으로 경쟁력을 지닌 랜드마크로 거듭나기 위한 필요조건을 설정하는 것은 매우 중요하다.

첫째, 시대적 패러다임이 '심장'에서 '허파'로 변화하고 있다. 이미 미국 뉴욕은 센트럴파크를, 낭만의 도시 파리는 녹색공원인 라빌레트를 도심 속에 조성했다. 이러한 도시보다 규모는 작지만 광주에서도 구 한국은행부지에 조성된 금남로 공원을 시작으로 최근에는 시청 앞 미관광장을 공원으로 변모시켰다. 따라서 이러한 성과를 곧 시대의 패러다임인 '도시의 허파 ' 확산으로, 다시 이를 도시브랜드 향상으로 연계시키고자 한다.

둘째, 크고 높게 하는 대규모도 중요하지만 '시대가치'가 반영돼야 한다. '녹색성장'이란 미래가치를 비전으로 설정하고 도시를 관리한 브라질 '꾸리찌바'가 문화유산 하나 없는 지극히 평범한 인구 50만명의 도시에서 인구 270만명의 대도시로 성장한 것은 바로 이 시대 가치를 정확히 읽고 그것을 반영했기 때문이다. '녹색성장' 이후의 시대가치가 '고령사회 준비'인 것이 확실한 이 시점에서 '광주시 빛고을 노인건강타운'은 도시 랜드마크로서 전혀 손색이 없다.

셋째, 이러한 시대가치를 '창의적인 발상'으로 전환할 필요가 있다. 철강산업의 쇠퇴로 몰락의 길을 가던 인구 50만명의 도시 '빌바오'는 구겐하임미술관 건립에 성공하면서 세계 도시로 성장하고 있다. 우리시는 전국 최초로 공공디자인 조례를 제정해 공공건축물, 교량 등에 적용함으로써 빌바오와 같은 창조적인 경쟁력을 갖춰가고 있다고 자평한다. 공공디자인으로 축적된 자산과 국민 아이디어 공모나 국제 설계경기 등 창의적인 발상이 서로 융합될 경우 광주는 곧 세계 도시 반열에 들어설 것이라고도 자신한다.

물론 우리시의 모든 공공건축물, 공공공간들을 세계적인 랜드마크로 인식시키고, 또한 도시 경쟁력을 한층 높이기 위해 공공기관만이 아니라 시민, 시민단체, 전문가 등 각계의 연구와 노력은 필수조건일 것이다.