



**행복한 창조도시를 위한  
광주폴리 장소마케팅 전략**  
**Place Marketing Strategies of Gwangju Folly  
for the Creative City with Happiness**

**이 무 용**

전남대학교 문화전문대학원 교수/장소마케팅연구센터장  
한국문화예술위원회 위원

[cult@jnu.ac.kr](mailto:cult@jnu.ac.kr)

**디자이너는 질문하는 사람이다**

고객에게 무슨 문제가 있는지

그 문제의 이유가 무엇인지

가장 먼저 무엇을 해야할지

매일매일 질문하라!!

**Why?**  
**왜?**



찰리 케언  
로더아일랜드디자인스쿨 도시계획학과 교수

**디자이너에게 질문이란 일의 심장이다**

**비판**

정치, 사회, 문화, 환경,  
모든 것을 함께 생각하고 이해하는 것이  
디자인의 시작이다

**통합**

분야를 초월한 통합적 사고를 지향한다

**소통**

좋은 디자이너란 소통에 능한 사람이다

광주폴리,

왜?

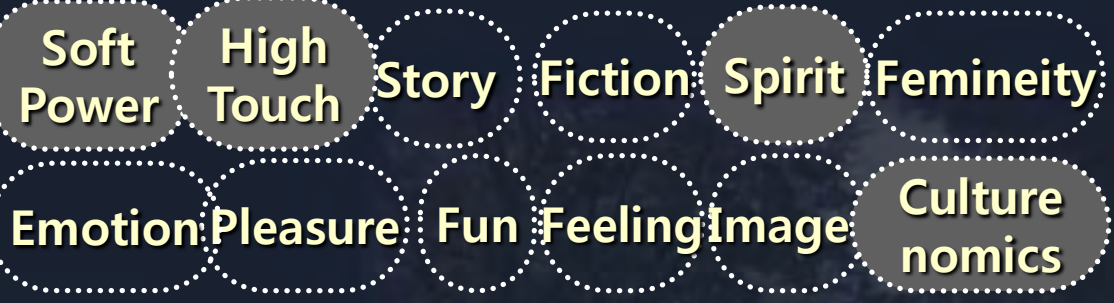
하는 것인가?

누구를 위해?

무슨 문제를  
해결하려는  
것인가?

# Mega Trend Design!!

1 Dream Society



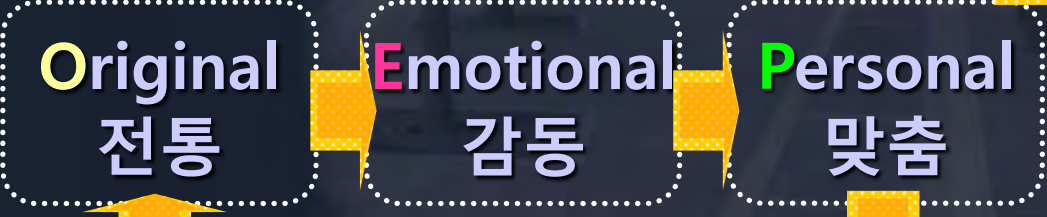
2 Hybrid



3 Identity



창조성 Creativity

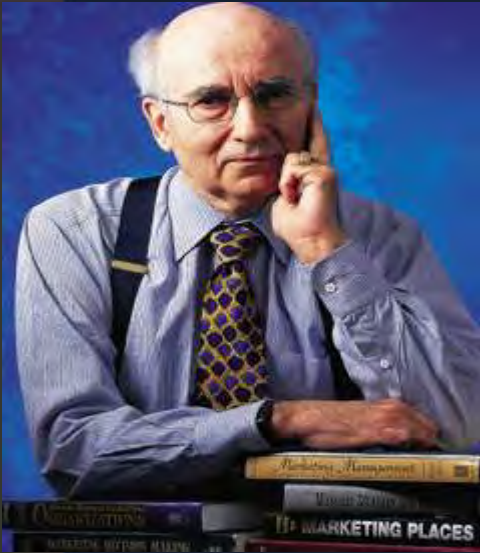


장소성 Place Identity



광주폴리,  
메가트렌드  
어떻게  
반영할  
것인가?  
  
창조적  
장소  
만들기!!

# Spiritual Therapy Design!!



Marketing 1.0

Mind Product

Marketing 2.0

Heart Consumer

Marketing 3.0

Spirit!!  
Human Spirit

고객  
치유자

인류역사 제2부  
고객의 영혼과 마음, 상처를 치유해주는  
Brand Therapy





미래 능력 키워드

High  
Concept  
(가치  
창조능력)

디자인!

스토리

조화



High  
Touch  
(공감유도  
능력)

공감

놀이

의미

광주폴리,

어떠한 가치를  
창조할 것인가?

어떻게 공감을  
유도할 것인가?

# 디자인을 통해 도시의 미래경쟁력을 확보하는 것

세계 디자인  
중심 거점을 만든다



디자인을 통해  
도시의 시스템과  
프로세스를 바꾸고  
도시에 활력을  
불어넣는 것



광주폴리,

도시시스템과  
도시프로세스에

어떻게 활력을  
불어넣을 것인가?

## 행복한 창조도시 만들기

이미지/정체성  
만들기

창조경제모델  
만들기

커뮤니티/삶의 양식  
만들기



Human  
Design

광주폴리  
디자인

Identity  
Design

Place  
Design



S1

# Gwangju Folly Place Marketing?

고객이 신뢰할 수 있는  
차별화된 장소가치 창조!!

도시이미지/정체성

창조경제/창조관광

커뮤니티/라이프스타일



마케팅  
브랜딩

광주폴리  
장소마케팅

장소성  
만들기

문화콘텐츠  
만들기

공약의 문화정체성

브랜드경영



# 광주폴리(GF) 미션 설정 하기!



아시아문화중심도시를 이끌어가는 GF!!



문화+인권+산업  
행복 창조도시

인권문화창조도시를 이끌어가는 GF!!



문화예술혁신도시를 이끌어가는 GF!!

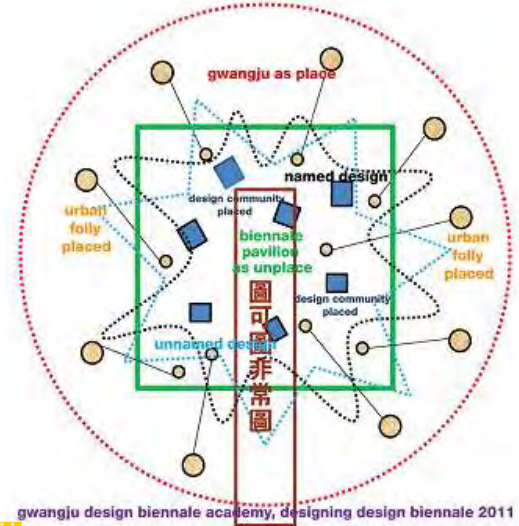
d = D ≠ d

~~도가도비상도~~

圖可圖非常圖

디자인이디자인이면.

디자인이아니다



gwangju design biennale academy, designing design biennale 2011

장소(광주)와 사람(시민)의 관계 디자인!!  
폴리가 폴리면 폴리가 아니다!!

# 행복창조도시 광주폴리 미션 설정!



행복한 삶  
즐거움 삶  
가치있는 삶



장애요인 제거

긍정요인 강화

욕망  
(魂)

표현  
(創)

소통  
(通)

가슴뛰는 꿈  
폴리\_그림  
Visioning

신명나는 실천  
폴리\_가꿈  
Incubating

뿌듯한 나눔  
폴리\_나눔  
Sharing

의의  
1

건축물 활용 장소만들기 중장기 프로젝트  
세계 건축가와 한국\_지역건축가 협업모델



의의  
2

都市史(읍성)의 문화적 활용가능성 제시



의의  
3

오월사적지의 예술작품화 가능성 제시  
5.18민중항쟁사적지 7호



# 광주폴리(GF) 의 한계와 과제

## 과제 1

### 작품과 장소성의 조응 및 조화

- 장소성에 대한 충분한 조사(공간소통, 이용자분석)
- 장소 이해주체들과의 협업시스템(상권협력)
- 작품 선정 개수와 예산, 준비기간 조정(작품의 질)

**장소5/ 작가 :** 피터 아이젠만(Peter Eisenman), 미국  
**위치 :** 충청도 대흥초

특이 (장소 특이): 특이성의 배후 공간인 이태원(서울)의 문화 예술사(구 대흥초)였다. 이곳은 원래는 학교를 통해 도시로 연결되는 지점이기 때문이다. 그러나 1970년대 이후 도시의 붕괴로 이태원(서울)의 문화 예술사(구 대흥초)는 기존 용도 기능을 유지하면서도 건물 구조를 구성한다.



## 과제 2

### 작품 활용을 통한 시민일상공간화

- 소통·교감하는 소프트웨어·프로그램
- 건축+다양한 예술장르(퍼포먼스 등)
- 생활편의시설화, 관광프로그램화

**장소9/ 작가 :** 프란시스코 샴쉬(Francisco Sami), 미국  
**위치 :** 이시야엔 차전당 앞



플러는 할 주로, 세련된 구조, 큰 규모의 현대적 건축, 2005년 개관 그리고 문화예술의 구상(이재명)에 다양한 공로를 세웠다. 하지만 지역의 불景气 있고, 인근 주민들의 입장을 얻을 수 있는 장소가 될 수도 있다. 하지만 지역(이재명)은 예술을 반영하는 역할을 할 수 있을 것이다. 과거와 현재의 전하는 것(이재명)은 모든 시민들의 열매, 열매, 열매, 열매(이재명)를 위한 장소(이재명) 또한 좋은 장소(이재명)로 다양하게 활용할 수 있을 것이다.

## 과제 3

### 평가진단시스템을 통한 도시브랜딩

- 광주형 모델 만들기
- 다양한 도시브랜드 만들기(인권폴리 등)
- 프로세스형 진화 브랜드 만들기



주체

일상

문화

공간

세대

계층

젠더

종족

거주

노동

소비

교육

여가

커뮤니티

교통/소통

욕망

표현

소통

Good Space

Bad Space

- 주거공간
- 거리공간
- 세대공간
- 소비공간
- 여가공간
- 야간공간
- 젠더공간
- 언어경관
- 매체공간
- 소수공간
- 교육공간
- 가상공간

광주폴리로 해결할 도시문화의제 설정!!

## 일상공간읽기

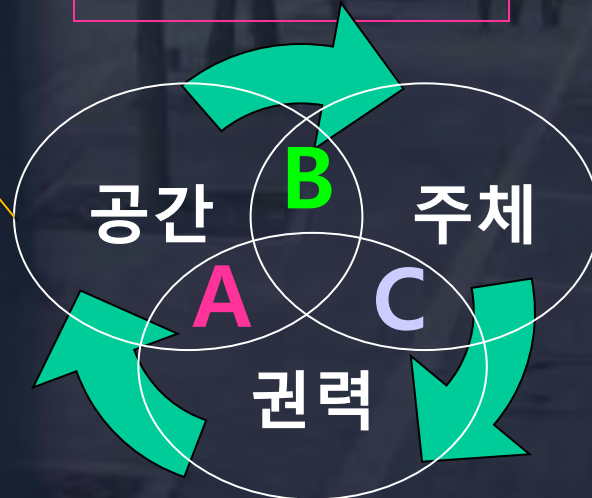
- 주거공간문화
- 거리공간문화
- 세대공간문화
- 소비공간문화
- 여가공간문화
- 야간공간문화
- 젠더공간문화
- 언어경관문화
- 매체공간문화
- 소수문화공간
- 교육공간문화
- 가상공간문화

## 공간문화분석

- 공간의 역사
- 공간의 형태
- 공간의 기능
- 공간의 정서
- 공간의 재현
- 공간의 주체
- 공간의 갈등

## 감각경관읽기

- Landscape
- Soundscape
- Smellscape
- Tastescape
- Ideoscape
- Ethnoscape
- Mediascape



## 문화정치읽기

## [Gwangju Identity]

지리적 광주성

서남권의 중심, 호남 거점, 지명 (빛의 도시)

역사적 광주성

민주, 인권, 평화의 도시

문화적 광주성

의향, 예향, 미향의 도시

정치적 광주성

문화수도, 아시아문화중심도시

산업적 광주성

LED시범도시, 저탄소시범도시



# 광주폴리 핵심가치 디자인!

## 광주 라이트노믹스(Lightnomics)

삶에 대한 애정과 열정과 정성으로  
고통과 희생을 감내하며  
혼(soul)이 담긴 도시문화를 꽃피우는  
**빛**

그 빛으로 도시의 가치를 높이고  
그 빛으로 고부가가치를 창출하며  
그 빛으로 도시를 업그레이드하여  
광주를 **창조적 빛의 도시**로 만드는  
도시운영의 기반이자 **철학브랜드**



반고흐-별이 **빛** 나는 밤에

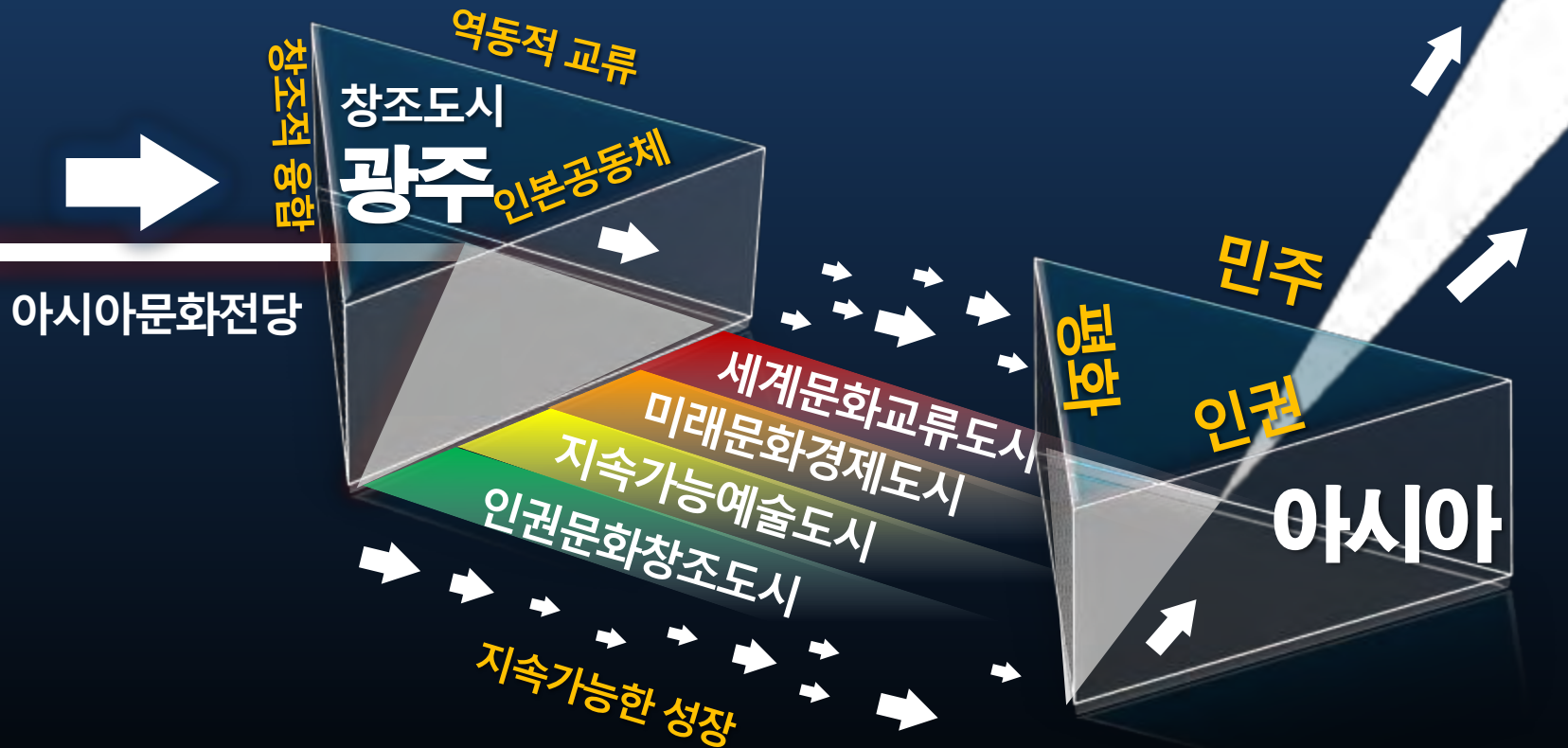
이제는 알것 같아요. 당신이 내게 하려했던 말이 무엇이였는지  
당신이 온전하게 살기위해 얼마나 고통받았었는지  
그리고 또 사람들을 자유롭게 해주기 위해 얼마나 노력했었는지  
당신 말은 들으려하지 않았죠.  
지금도 들으려 하지 않네요.  
아마.. 앞으로도 들으려하지 않을지 몰라요

Don McLean – Starry starry night **중에서**



## “아시아를 통해 세계를 비추는 빛”

Gwangju - Light up the WORLD through ASIA



# 광주폴리 핵심가치?

광주광역시 도시디자인 정책기조를

인본(Humanity), 조화(Harmony), 고유(Identity)로 설정하고

여기에 비움, 통합, 연계, 지속의 4대 디자인 기본원칙을 제시하고 추진해오고 있습니다.

## 비움은

공공시설물의 크기와 수량의 축소, 고저차, 경사도 완화 형태의 단순성 사용재료의 투명성 색채의 절제를 추구하는 보편적 중심의 도시공간구조를

## 통합은

공간구조간의 통합과 설치 및 관리체계의 일원화 표준화를

## 연계는

시설과 공간간의 관계에서부터 시설물의 휴먼스케일 확보, 시스템상의 유기적 연계를

## 지속은

시설의 내구성과 정력의 밀접성 감소저감형의 친환경성을 의미하는 것으로, 이는 우리가 공공공간에 설치되는 모든 시설물의 디자인에 적용되어 우리 광주민의 상징성과 정체성을 살려나가는 것입니다.

### ▶ 디자인광주 비전

#### 인본디자인 창조도시 실현

**Humanity** 민주·인권 평화의 사람중심 디자인 도시

**Community** 소통 교류·만남의 예술 디자인 도시

**Sustainability** 지속가능한 친환경 디자인 도시

### ▶ 4대 기본전략

환경 친화적인 디자인 광주 ↔ 건강한 광주

- 도시를 자연과 인간친화적인 디자인
- 미래지향의 지속 가능한 디자인
- 사람중심의 자연 순화성 생태도시 디자인

함께하는 디자인 광주 ↔ 친절 소통의 광주

- 참여형 체험형, 커뮤니티 디자인
- 시민, 전문가, 행정 파트너쉽 형성
- 네트워크가 생성되는 소통의 디자인

문화가 집적화된 디자인 광주 ↔ 예향의 광주

- 광주의 역사와 문화가 살아숨쉬는 경관디자인
- 전통문화 보존 창조하는 디자인
- 한국문화가 광주에 모이는 문화수도 전략 연계 추진

통합 비움의 디자인 광주 ↔ 쾌적한 광주

- 쾌적하고 안전한 공공 공간 조성
- 저밀도 고효율의 공공시설물 디자인
- 통합된 도시디자인 실행 체계 구축

인본

조화

고유

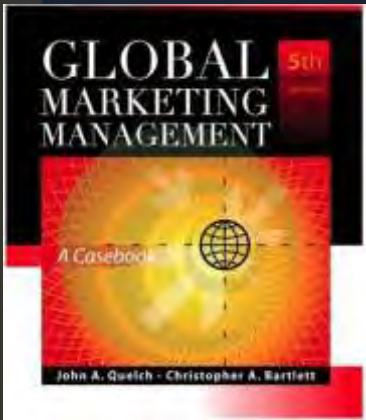
비움

통합

지속

소통

## Global Brand를 만드는 사회공헌사업 CSR Marketing + Public Marketing



# 광주폴리 비전&전략: 통융합마케팅!

문화전략/정책/기획/가치의 흐름변화



통융합적, 문화계획적 접근

## 도시 프로젝트

도시문화, 도시재생, 장소마케팅

공간문화  
문화생태  
문화경관  
문화행정

## 생활 프로젝트

주거, 복지, 교육, 여가, 교통, 생태, 공원, 녹지 등 생활문화

문화철학  
문화활동  
문화복지  
여가문화

## 산업 프로젝트

문화콘텐츠, 문화산업, 문화브랜드

문화산업  
문화콘텐츠  
문화관광  
문화행사

## 예술 프로젝트

예술진흥, 문화향수진흥

문화예술  
문화창작  
문화교육  
역사문화

준비기

성장기

성숙기

## 문화전략 의제의 변화

문화예술환경 => 생활환경  
부문 전략 => 총체적 전략  
물리적 공간 => 감성적 장소  
현상, 형태 => 과정, 거버넌스

Urban Culture  
Cultural Planning  
Cultural Review  
Place Identity  
Process & Network

# 광주폴리 비전&전략: 통융합디자인!

## 도시브랜드파워?

경제+문화+환경+여가생활+시민성+관광인프라

미션

분야

문화가치

전략

욕망

표현

소통

예술디자인

교육디자인

산업디자인

관광디자인

공간디자인

복지디자인

행정디자인

창조성/예술성/심미성

정체성/역사성/고유성

다양성/개성/접근성

쾌적성/생태성/편리성

장소성/일상성/공동체성

통합성/형평성/복지성

참여성/자율성/자발성

네트워크  
접속  
횡단의  
창조적  
디자인전략

Holistic Approach!!

전체를 보는 시각으로 접근하라!!

# 광주폴리 비전&전략: Product Design Triangle!

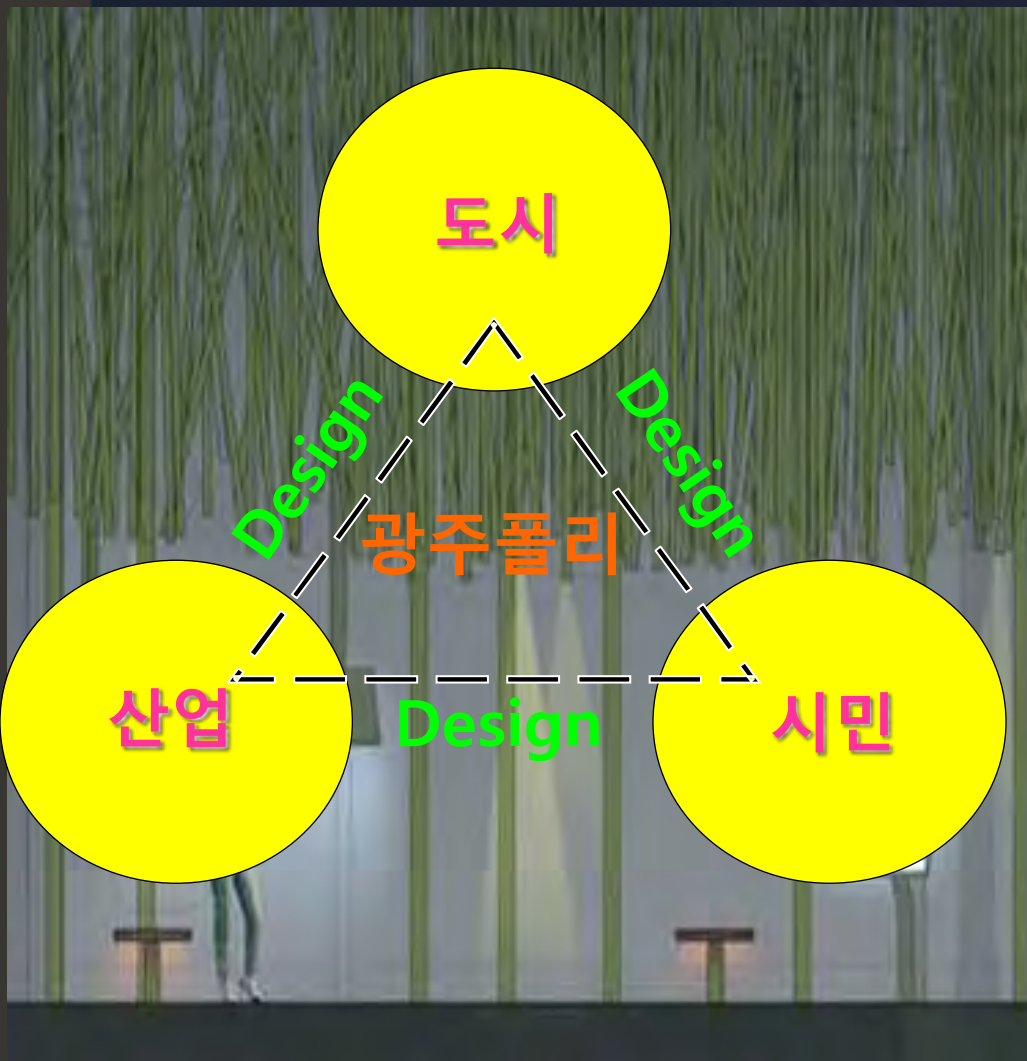


폴리디자이너 발굴  
창조기업-디자이너 매칭

폴리디자인 상품개발  
및 마케팅 지원

폴리디자인 R&D센터  
운영

# 광주폴리 비전&전략: City Design Triangle!



## 도시디자인경쟁력 평가지표

공공시설/건축 디자인 수준

도시 경관

디자인 문화시설 활용도

디자인 부서 유무

디자인 공교육 수준

지자체 디자인 진흥 수준

디자인 법제 수준

디자인 등록 용이성

## 행복을 창조하는 빛의 도시 광주폴리

3대  
핵심아이디어

Light  
Nomics  
(철학)

Green  
Prism  
(동력)

Human  
Window  
(소통)

5대  
전략영역

치유하는  
평화공동체

풍요로운  
경제공동체

멋들어진  
문화공동체

혼이깃든  
생태공동체

함께하는  
자치공동체

5대  
창조브랜드

오월(인권)  
폴리브랜드

문화공단  
폴리브랜드

미디어아트  
폴리브랜드

역사에코  
폴리브랜드

커뮤니티아트  
폴리브랜드



# 오월(인권) 폴리브랜드



## 광주 5·18 사적지 26곳



- 사적 1호 전남대학교 정문
- 사적 2호 광주역 광장
- 사적 3호 구 시외버스 공용터미널 일대
- 사적 4호 금남로 일대
- 사적 5호 구 전남도청 / 518민주광장
- 사적 6호 광주YMCA 옛터
- 사적 7호 광주MBC 옛터
- 사적 8호 녹두서점 옛터
- 사적 9호 전남대병원
- 사적 10호 광주기동병원
- 사적 11호 구 광주적십자병원
- 사적 12호 조선대학교
- 사적 13호 배고픈다리
- 사적 14호 주남마을 인근 양민학살지
- 사적 15호 광목간 양민학살지
- 사적 16호 농성광장 격전지
- 사적 17호 상무대 옛터
- 사적 18호 무등경기장 정문
- 사적 19호 양동시장
- 사적 20호 광주공원광장 - 시민군편성지
- 사적 21호 518 최초발포지 - 광주고교 앞
- 사적 22호 광주교도소
- 사적 23호 구 국군광주병원
- 사적 24호 518 구요지
- 사적 25호 남동상당
- 사적 26호 506 보안부대 옛터



**민주화 물길 24**

도로거리 총 50 km  
소요 시간 총 36 hrs



# 문화공단 폴리브랜드



## 창조 문화 공단

광주산단  
아트팩토리

- 공단 예술공방 조성
- 산단공간문화콘텐츠개발
- 공단-예술가 파트너십

공단  
비엔날레

- 광주공단 비엔날레 개최
- 공단 폴리 조성

다문화  
예술공단

- 다문화예술공방
- 다문화커뮤니티프로그램
- 다문화-공단 파트너십

# 광아트산업 특화지구

## ▶ 아시아 아트로드 :

- 아트로드 주변 미술작품 전시
- 아트로드 일대 미디어아트 폴리 설치
- 아트로드 거리투어 가이드북 제작



# 역사에코 폴리브랜드



시민회관  
광주향교 주변

국군광주병원  
505보안부대

광주극장  
현대극장

증양초교  
광주여고

광주기계/현대비철금속  
미니스톱 송정역점

광주정밀/지영정밀  
일신당/종합유통

광주교도소  
전남일신방식

양림동역사문화공간  
동부소방서

전라남도교육청  
광주학생회관

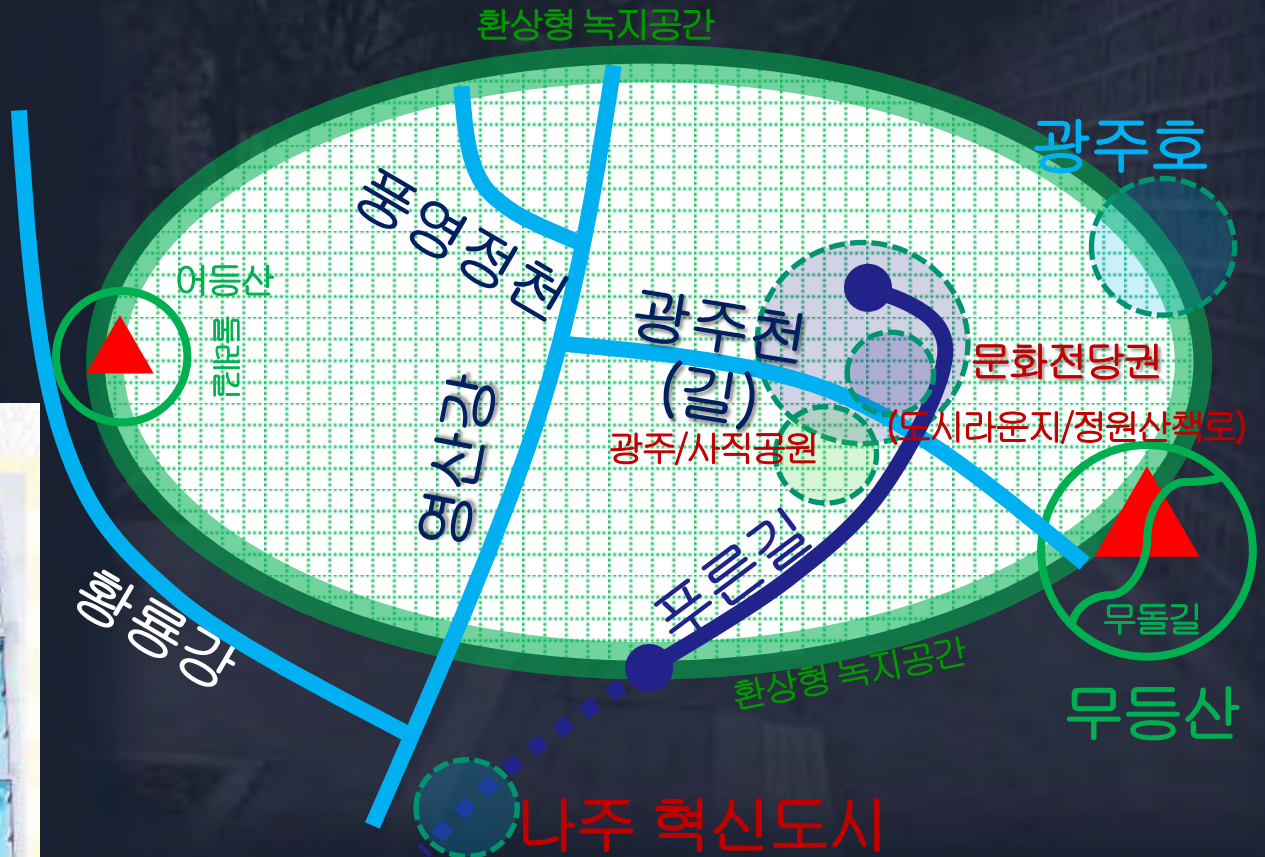
구도청 일대  
충장로증양우체국

광주교대박물관  
대우전기

광주천 일대  
무등산 일대

## 역사공간 창조브랜드

양림동 문화지도



## 커뮤니티 아트 프로젝트 / 아시아예술터발 프로젝트

- 동네특성에 맞는 문행동(문화로행복한동네) 프로젝트
- 예술가 고향 정착 커뮤니티 아트 프로젝트
- 도심 커뮤니티 가든 / 텃밭 테마파크 광주 프로젝트

### ▶ 도심커뮤니티가든 : 도심농업(시민) + 문화경관예술(예술가)



### ▶ 텃밭테마파크 : 도시내 빈집, 골목, 푸른길 텃밭조성



## Design Governance with PAN + W.A.S.F



Human Networking Platform\_광주폴리

# 광주폴리 네트워크 만들기!

## 네트워크 (Networker)

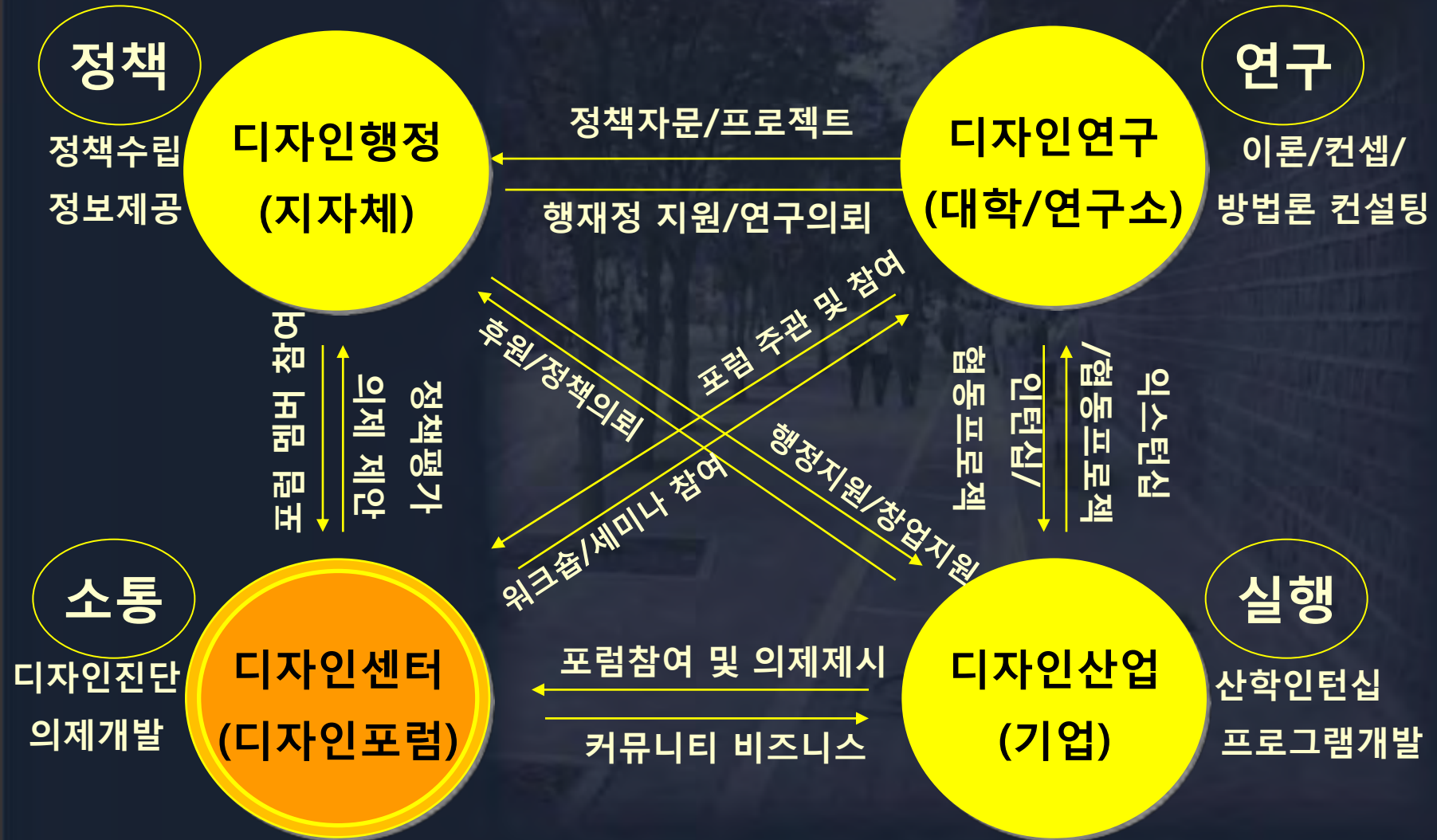
- = 네트워크 프로듀서
- = 네트워크 코디네이터
- = 상상가/디자이너
- = 도시문화연금술사

C3 Designer  
Creativity  
Coordination  
Communication



# 광주폴리 디자인 거버넌스 시스템 갖추기!

## 광주폴리 디자인 창조전략그룹(CSG) 운영

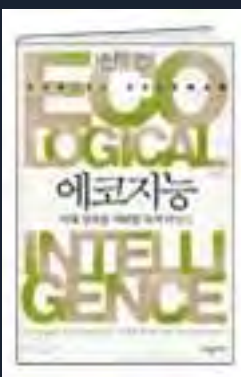
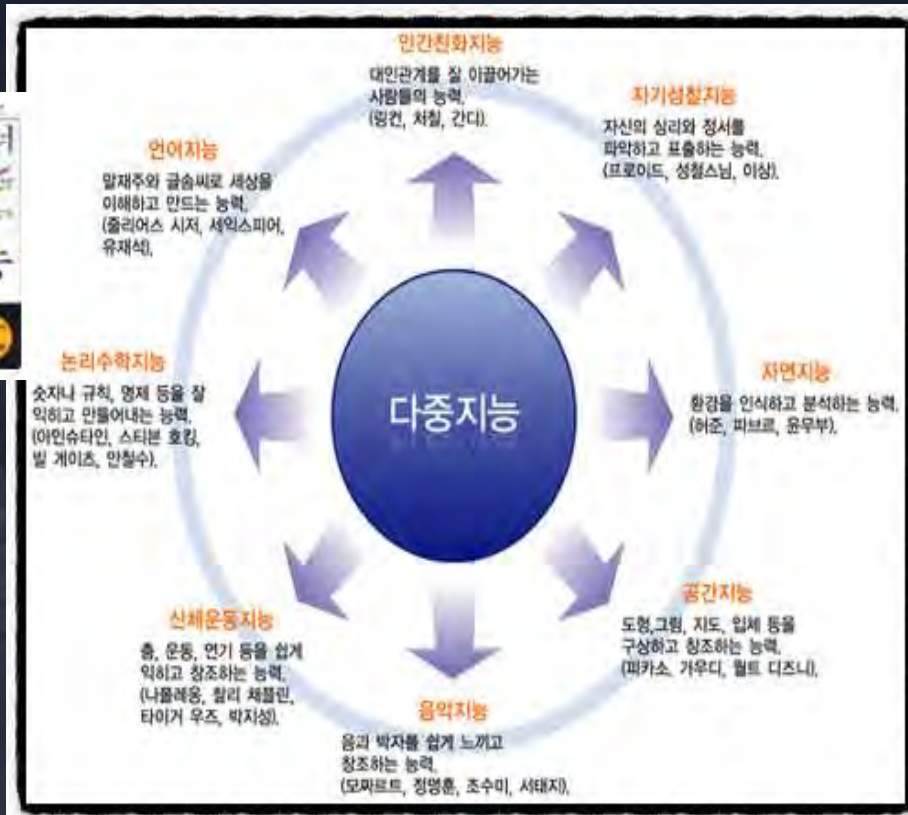




# 광주디자인 7대 기관 네트워크!



자기계발을 통해 진정한 행복을 위해 정신적 삶의 가치를 추구하는 인간



**내공**

**통합**      **존중**

**창조**      **윤리**



Spiritual Value

Eco Lifestyle

Simple Life

Self Discipline



# S11

# 광주폴리 평가모니터링 지표 만들기!

모니터링 지표 (SAUNE 요소)		키워드	내용
정치적	<b>지속성</b> (Sustainability)	비전 상황	장기적 <b>비전</b> 수립 및 공유 <b>상황</b> 에 대한 정확한 인식
문화적	<b>진정성</b> (Authenticity)	고유성 정체성	<b>고유</b> 한 이미지, 상품 개발 <b>장소정체성</b> 이 왜곡되지 않는 이미지, 상품 개발 자신, 고객, 경쟁자에 대한 <b>명확</b> 한 인식
사회적	<b>통합성</b> (Unitiveness)	참여 분배	전략 수립 과정에의 <b>주민 참여</b> 및 합의 <b>고객의 요구</b> 에 맞춘 상품 정비 장소마케팅 혜택의 <b>계층적</b> 분배
조직/ 공간적	<b>연계성</b> (Network)	화합 파트너십	장소마케팅 추진 조직의 <b>파트너십</b> 연계 조직간 네트워킹을 통한 <b>하나의 목소리</b> 장소마케팅 추진 지역 내외간 <b>공간적</b> 연계
경제적	<b>효율성</b> (Efficiency)	효용성 경쟁력	장소마케팅 <b>재원</b> 조달 지역경제에 끼친 <b>양,질적</b> 파급효과 경제적 효과의 <b>계층적</b> 분배 지역문화자산의 <b>관광자원화</b> 정도