

도시 브랜딩 자원 연결하는 링커 LINKER¹⁾

주 혜 진 경제사회연구실 선임연구위원

‘얼마나 많은 자원을 가졌나’에서 ‘누구에게, 어떤 맥락에서, 어떻게 브랜딩 자원을 연결하는가’로 도시 마케팅 방향 변화

도시에 대한 정보와 브랜드화할 수 있는 콘텐츠가 넘쳐나며, 검색창과 시를 이용하면 도시에서 즐길 것들을 방대하게 얻을 수 있는 시대임

자연, 역사문화, 미식, 공간 등 도시 매력 요소를 나열하는 것에서, 소비자를 더 정교하게 분석해서 ‘맥락적으로’ 도시 브랜딩 자원을 자연스럽게 연결하는 마케팅이 중요함

소비자 가까이에서 소비자의 상태와 분위기에 맞는, 즉 ‘맥락을 고려한 자원 연결’을 실행하는 도시 마케팅 인재가 요구됨

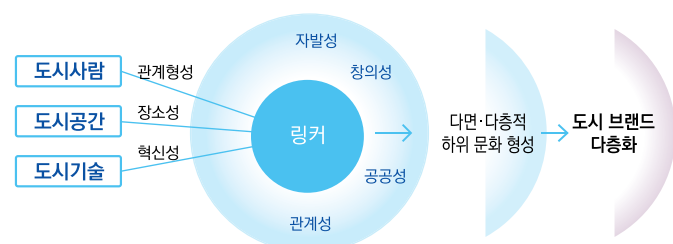
관계형 도시 브랜딩 인재상, 링커²⁾

지역 기반 창의적 소상공인(로컬크리에이터)이 주로 홀로 활동하며 사업적 이익을 추구하는 데 주력한다면, 링커는 관계성과 공공의 가치 실현을 중요하게 여김

마을활동가와도 다른 링커는 창의적 기획력으로 지역 자원을 브랜딩하고 수익 모델을 창출할 수 있는 역량이 있음

도시를 단순한 공간이 아니라 ‘연결과 의미의 도시’로 진화시킬 수 있는 링커는 ‘대전지역의 자원과 사람, 공간, 기술 그리고 문화를 새로운 의미로 연결해 도시 정체성을 설계하고 조직하는 중개자’로 정의할 수 있음

그림 1. 지역 기반 브랜딩 자원 활용(창의인재상-링커)



자발적으로 공공가치 추구, 창의성과 관계 형성 역량 갖춘 하이브리드형 도시 마케터, 링커

링커는 지역사회에 대한 관심과 문제의식에 기반해 공공의 가치를 추구하는 활동을 자발적으로 전개하는 특징이 있음

변화와 혁신을 활동의 방향으로 설정하기 때문에 지역 자원에 대한 창의적인 해석과 실험이 중요함

기존 로컬크리에이터 인터뷰 분석 결과와 달리, 대전지역에서 링커로 활동해 온 사람들의 인터뷰에는 ‘친구’가 중요한 단어로 쓰이고 있음

그림 2. 대전 링커 인터뷰 주요어 TOP100(워드 클라우드)



대전 링커들에게 ‘친구’는 단순히 개인적 친분을 의미하는 것이 아니라, 브랜딩 테마-과학, 철도, 예술, 책 등을 함께 즐기고, 공감하며 확산할 수 있는 일종의 동료(crew)이자 지지자임

자원과 자원, 자원과 사람들을 잇는 일, 즉 관계성을 확보하고 강화하는 링커에게 있어 지지그룹인 ‘친구’의 역할은 공감분 아닌, 링커가 제시한 도시 브랜딩 성과의 지속성을 담보·확산하는 레버리지(leverage)이기도 함

‘관계형 인재’인 링커는 지역 자원과 서사를 재발견하고 재구성함으로써 상업적 성취분 아닌 지역의 장소성과 관계성 형성에도 기여함

1) 이 글은 2025년 수행한 정책연구과제 『지역 브랜딩 자원 링커 현황 파악을 통한 도시 브랜딩 다층화 방안』에 근거함

2) 모두 3,210건의 로컬크리에이터 인터뷰 온라인 텍스트를 openAPI를 활용해 수집하고, python으로 텍스트마이닝해 분석함

대전 기반 링커 126개 사례 발굴과 특성 유형화

• 한 가지 유형보다는 복합적 특성 지닌 융합형 링커가 다수

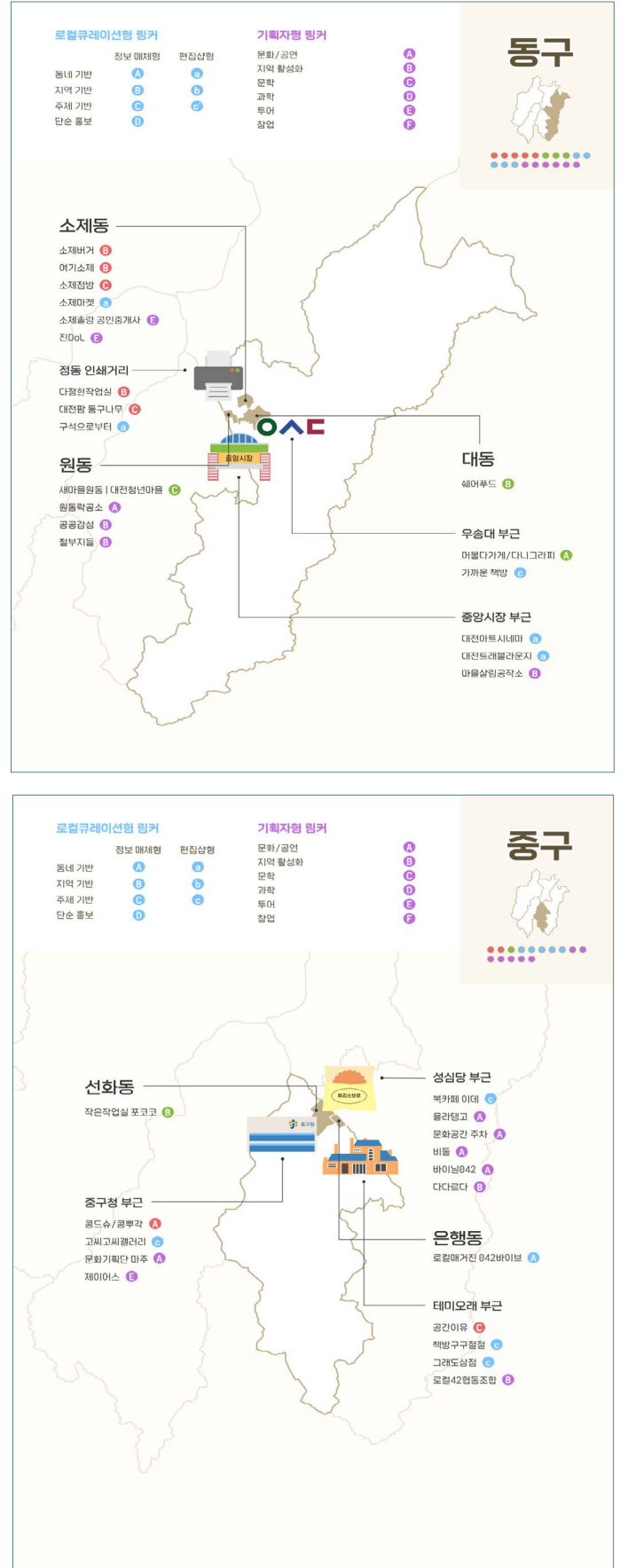
‘크리에이티브형’, ‘커뮤니티형’, ‘로컬큐레이션형’, ‘기획자형’ 링커들은 매장을 사회적 자본 형성의 장으로 활용하고 다양한 공간 활용 실험 추구

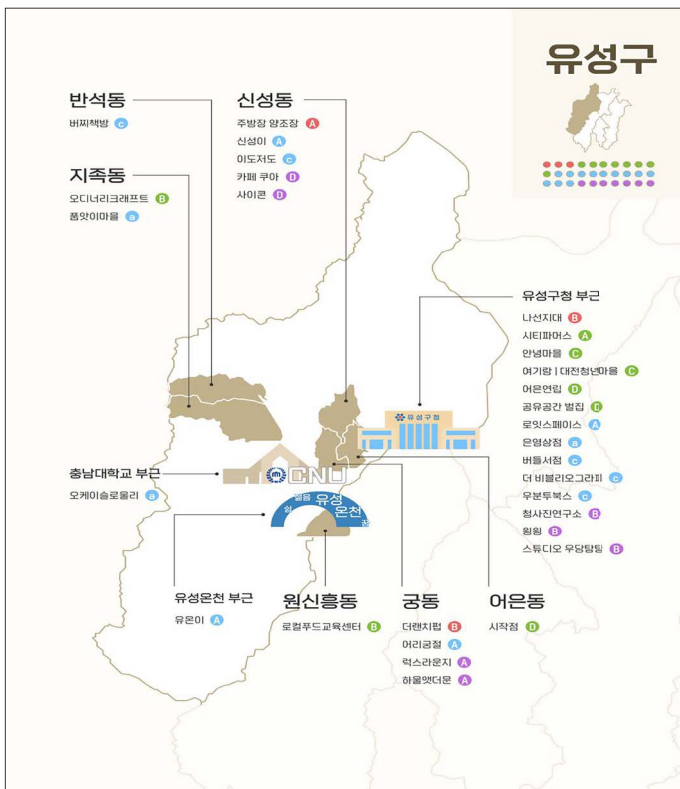
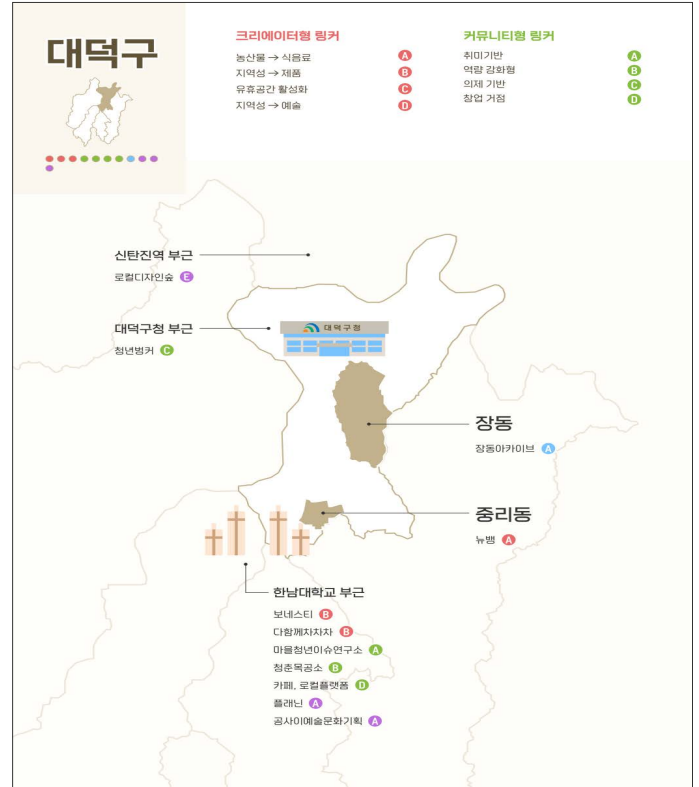
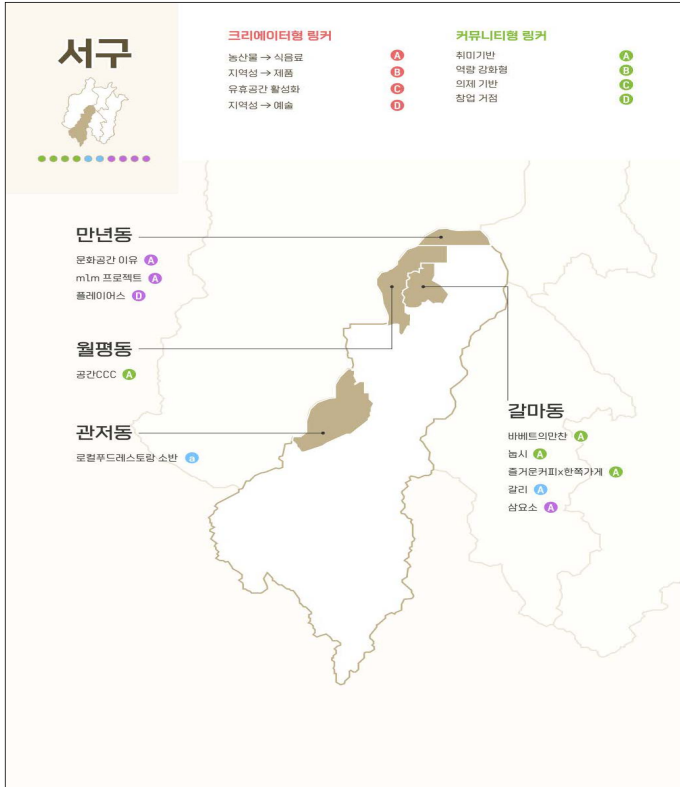
그림 3. 대전 링커 사례의 유형화와 특성



• 대학을 중심으로 활동하는 유성구 링커들, 대전역과 원도심 연계한 동구와 중구의 링커들

문화 기획의 중심지 역할하는 중구의 링커들은 기획자형이 좀 더 많고, 지역의 새로운 모습을 발굴하고 정보화해 소개하는 큐레이션형은 유성구에 상대적으로 더 분포함





대전시의 링커 발굴과 지원 정책 추진의 방향은 네 가지 원칙을 기반해야 함: ①연결 기반 도시 브랜딩 체계 구축, ②생활권 단위 로컬브랜딩과의 정합성 확보, ③링커 발굴과 지원을 위한 중간지원조직 중심 운영체계 구축, ④지속 가능한 관내·외 협력 네트워크 구축

• 도시 브랜딩 협의체 구성하고 중간지원조직 통한 체계적 링커 발굴과 양성, 지원 기반 도시 브랜딩 고도화 필요한 시기

지역혁신중심 대학지원체계(RISE)를 통해 링커형 인재 꾸준히 양성하고 기존 링커들의 활동 지속성 담보할 수 있는 네트워크 구축 등 지원 필요함

표 1. 링커 유형별 핵심 역할과 활동 예시

구분	핵심 역할	주요 활동 영역
크리에이티브형	• 지역 자원을 창의 콘텐츠로 재해석·제작	• 로컬브랜드 디자인, 제품기획, 문화콘텐츠 개발 - 도시 상징물과 홍보콘텐츠 개발 시 공동 제작자로 참여
커뮤니티형	• 지역 내 네트워크를 구축하고 관계 매개	• 공동체 프로젝트, 마을 행사, 사회적경제 협업 - 돌봄, 환경 사업 등 사회적 기여, 문제해결형 프로젝트 운영
로컬 큐레이션형	• 지역의 스토리·자산을 발굴·기획·전시 • 특정 이슈와 관심사 집중 정보 전달	• 지역 기억 아카이브, 도시 서사 기반 전시회, 집지 발행 - 대전학연구, 문화유산의 현대적 해석 매거진 제작
기획자형	• 다양한 자원을 통합·운영하며 새로운 경험 설계 • 공간운영, 축제·행사 기획, 정책 컨설팅	• 문화 테마: 철도와 관사촌 • 과학 테마: 과학자와 과학지식탐구 • 융합 테마: 과학과 예술, 역사인문학과 과학 • 식도락 테마: 성심당에서 연결된 하위문화형성(베이커리, 로컬푸드 체임)

링커들이 만드는 세밀한 하위문화는 대전 도시 브랜딩 다층화 이끌 것

취향과 가치관을 가지고 소비자를 직접 만나는 링커들이 도시 자원을 소비자에게 이을 수 있도록 지원할 필요 있음