

- 충남의, 대한민국의 새 디자인 정책연구와 실천 -
‘사회혁신을 위한 새 디자인 정책’

- 사회적 기업 ‘티팟’ 조 주 연 -



충남의, 대한민국의, 새 디자인 정책연구와 실천

사회혁신을 위한 새 디자인정책

사회적기업 티팟 조주연

발제를 시작하면서, 공감하고자 하는

마지막 기회

기회라기 보다는 절명의 위기

사회적 소명

시대와 역사에서 나와 디자인에 대한 질문

이후 디자인의 의미

사람과 사람의 사이에서 어떤 역할을 자임할 것인가?

오늘의 목차

why

목적과 철학을 중심으로 왜 디자인 정책을 해야 하는가를
질문하고 새롭게 뼈대를 세우는 것

사회혁신을 가능하게 하는 디자인, 즉 소셜디자인, 소셜마케팅, 사회적고용을 만드는

- 1 디자인을 중심으로 다양한 사회문제에 접근하는 디자인
- 2 소셜이슈를 새로운 방식으로 혁신하는 과정에 동참하는 디자인

how

어떻게 협업하는 사람들의 자발적 동기를 지속적으로
끌어내는가에 관한 것과 행정 프로세스에 관한 것

밖으로 경계와 역할을 정하고, 안으로 토양과 채소를 살피는

- 1 밖으로, 충남과 충남공공디자인센터, 그리고 디자인계의 역할관계 재정립
- 2안으로, 센터의 내적 전문성을 키우는 '디자인정책 전문가'로서 교육과 경험
- 3 제도에서, 간과해온 공공영역의 디자인 프로세스를 새롭게 하는 과제

새 디자인
정책연구와 실천

what

사업기획과 조정은 기존사업을 위의 관점에서
제대로 이해하고 평가한 후에 조정해도 늦지 않다는 것

시민들을 위해서가 아니라, 시민들과 함께하는

시티갤러리에서 시민청으로, 소통을 이루지 못해온 대규모 시책사업의 문제를
시민들과의 새 소통을 통해 해결하는 디자인의 새 면모를 보여주는 사례

선행 정책 연구에서

새 디자인 정책연구

공공디자인정책의 효과와 문제점

1. 디자인공공성에 대한 상상
2. 초기 공공디자인정책의 수립

창의한국, 새로운 한국의 예술정책 <새예술정책>의 개혁 효과

1. 문화는 “꽃”이 아닌 “토양”이어야 / 21세기 새로운 문화의 비전 발표
2004. 6. 8 / 9개월 소요 / 8개 분과 200여명 참여 / 문화관광부
2. 기초예술을 살리는 “문화예술진흥법” 개정
문화예술진흥원에서 민간주도 “한국문화예술위원회” 전환 / 2005. 9

디자인정책연구소 / 한국디자인문화재단 / 2009. 7

1. 디자인동향: 매월 일간지/국내외 전문지/출판 등의 디자인정보를 요약
문화부 공간디자인과에 이메일 서비스(월1회)
2. 정책포럼: 쟁점에 대해 오프라인에서 토론하는 자리를 만들어서
실질적인 문제를 파악하고 해결책을 모색하는 활동(격월 1회)
-공공영역의 디자인 실행과 행정 프로세스 등
3. 이슈리포트: 분기마다 최신 이슈에 대한 정책 보고서를 문화부에 제공하고
시차를 두고 일반에도 공개하는 것 (분기 1회, *준비만 하고 발행하지 못함)
-그린디자인 정책 등

00 디자인 정책 : 2001년의 반성

2001년 5월 18일
2001년 9월 11~13일
2001년 12월 14일

de-sign korea 디자인 공공성에 대한 상상

>이 제안은 새로운 발상도 주장도
예측도 전망도 아닌,
각성이고 성찰이다.
근대디자인의 시작과 함께
이웃과 시민, 대중에게 약속했던
“예술의 민주적 절차,
문화적 생산의 공유”로서
디자인의 정체성을
회복하려는 것이다.

디자인 공공성에 대한 상상 전은 우리를 둘러싼 환경 및 공공디자인에 대해 디자이너들이 직접 문제를 제기하고 그에 대한 대안적 상상을 모색하기 위해 마련된 전시이다. 이러한 맥락에서 그 동안 수동적인 입장에서 무의식적으로 자연스럽게 받아들여왔던 일상의 공공적 시각 환경에 대해 이제 디자이너로서 혹은 능동적인 디자인 사용자로서 새로운 디자인의 가능성을 탐색해야 한다는 필요성을 나누고자 한다. 증명서로부터 거리상점, 교과서, 정류장, 거리화장실, 도시의 자투리 땅, 사이버공간까지 9 가지 다층적인 공공환경을 아우르고 있는 이 전시는 국가와 시민이 서로 공유할 수 있는 디자인을 상상하는 장이 될 것이다.

이번 전에는 모두 9개의 프로젝트팀이 참가, 그간 진행해 온 각 프로젝트별 결과물들을 선보이게 된다. 이미 지난 5월 18일에 “디자인의 공공성에 대한 상상”이라는 전시 부제와 동일한 주제 하에 포럼이 열렸으며, 9월 12일~14일에는 외부연사와 9개 프로젝트팀의 발표와 토론이 이루어진 심포지엄이 개최된 바 있다.

전시 기간 중에는 참여작가들이 직접 전시에 대한 안내를 하는 작품 설명회가 (1차 2001년 12월 15일~2001년 12월 24일 / 2차 2002년 1월 15일~2002년 1월 24일, 오후 1시~3시) 마련된다. 이 밖에도 9개 프로젝트팀의 연구결과를 함께 엮은 전시 도록이 12월 중에 출간되었다.

전시큐레이터 및 참여작가
큐레이터 - 권혁수(디자인사회연구소 대표), 이유섭(kodas 대표)

참여작가
거리상점-방치된 풍경: 김대영 외(system store 대표)
인문지리정보시스템-21세기 문화서비스: 김경곤 외(정보공학연구소장)
대통령 선거 포스터-키치라는 이름의 스펙터클: 장문정, 김영철 외 (AGI)
정류장-시간이 머무는 공간: 권광성 외(tandem design associates 대표)
증명서-관리에서 호명까지의 도구: 김주성(intergraphic 실장)
교과서-함께 만드는 책: 조주연(gantext 실장)
자투리땅-도시의 허파: 조남석(EDI 환경디자인 대표)
거리화장실-공공에 대한 원초적 예의: 허림(seer's design 대표)
한국. go. kr-사이버 공간의 한국: 이성해(teaminterface 대표)

행사주요일정
2001년 5월 18일: de-sign korea 포럼
2001년 9월 11일~13일: de-sign korea 심포지엄
2001년 12월 14일: 전시개막
2001년 12월 15일~12월 24일: 1차 작품설명회
2002년 1월 15일~1월 24일: 2차 작품설명회

5

00 디자인 정책 : 초기 정책수립 과정

2005년 공공디자인정책 수립

국가 이미지 제고의 필요성
공공디자인 영역의 개념조차
부재한다고 단언

>2005년 12월 공공디자인 진흥방
안 연구(윤종영 한양대학교 교수)
>2005년 12월 ‘공공디자인문화포
럼’ 발족(박찬숙 의원)
>2006년 11월 8일 공공디자인에 관
한 법률안 발의(박찬숙 의원)

디자인산업 육성 ‘한 지붕 두 법안’
산자부 ‘디자인진흥법’ 전면 개정 추진에..
문화부는 공공-민간 분리 의원입법 맞서..
(서울경제: 2007/03/06)

배경

현대사회는 삶의 질을 추구하는 방향으로 변화하고 있다. 쾌적하고 아름다운 도시에서 살면서, 고유의 문화를 가꾸어 자신들이 누리면서, 그것을 경쟁력으로 삼아 발전해가고자 한다. 이러한 인식변화 속에서 크게 주목받는 것이 공공디자인이다. 도시 경쟁력은 물론 국가이미지 제고에도 가장 큰 효과를 거둘 수 있는 영역이라고 할 수 있다. 우리나라의 경우 제품디자인 등 민간영역의 산업디자인은 세계 수준의 경쟁력을 갖추고 있는 것으로 평가받고는 있지만, 공공디자인(public design)영역은 아직 그 개념조차 제대로 정립하지 못하고 있다. 많은 예산이 투입되고 있으나 단순한 양적 확대에 주안점을 두고 있기 때문에 사용자 중심의 편의성과 안정성, 사후관리의 용이성, 심미성 등은 소원한 실정이다. 이는 다양한 소관부처와 관련법률 및 제도의 혼선으로 인해 체계적·종합적 관리운영이 이루어지지 못하고 있는데서 기인하는 것이다. 이러한 배경에서 국민의 기대에 부응하고, 더 나은 도시문화확립을 위한 효율적이고 체계적인 공공디자인의 실현을 위한 정책이 필요하다는 각계의 의견을 수렴하여 공공디자인 정책이 수립되기에 이른다.

경과

문화체육관광부의 디자인공간문화과에서는 공공디자인 진흥을 위해 다양한 정책을 추진 중에 있다. 1년 여에 걸쳐 진행된 ‘아름다운 도시환경을 위한 공공디자인 진흥방안연구(2005년)’ 성과를 바탕으로 그 정책제안을 바탕으로 2005년 12월, <공공디자인 문화포럼>을 발족하였다. 이후 공공디자인 시범 사업을 추진하여 「공공디자인에 관한 법률」을 제정하였다.

내용

문화체육관광부는 공공디자인 정책을 수립하여 효과적으로 진행해 나가기 위해, 먼저 한국문화관광정책연구위원회에 의뢰하여 ‘아름다운 도시환경을 위한 공공디자인 진흥방안 연구’를 진행하였다. 이 연구에 참여한 각계 전문가들은 현재 우리나라 공공디자인의 현황과 문제점을 진단하고, 영국과 일본 등 해외의 공공미술의 성공사례와 추진방법을 분석하여, 향후 공공디자인 정책이 나아갈 다양한 정책적 제안을 하였다. 그들의 제안을 바탕으로 2005년 12월, 공공디자인 진흥을 보다 체계적이고 정책적으로 추진하고자 국회, 정부, 학계 등 관련분야가 참여하는 ‘공공디자인 문화포럼’을 발족하였다. 이 기구를 통하여 공공디자인 확산을 위한 기반을 마련하기 위한 작업을 추진하였다. 우선 관련기관 및 유망기업 등에게 공공디자인을 구축하였고, 보다 실용성 있는 진흥방안 모색을 위한 공공디자인 시범사업을 추진하였다. 첫 번째로 추진된 사업은 ‘영등포 가로환경을 위한 공공디자인 시범사업’이다. 시범사업구간에 대한 통합적 디자인과 아름답고 쾌적한 가로환경 조성을 목표로 하는 마스터플랜 하에 가로등, 각종 표지판 등 가로시설물 등 가로 공공 디자인을 개선하여 공공디자인의 적용에 따른 파급효과를 파악하였다. 지금까지의 사업의 성과를 반영하여 보다 체계적인 시행이 될 수 있도록 「공공디자인에 관한 법률」을 제정하였다. 국가차원에서 공공디자인을 체계적으로 관리하고 발전시킬 방안을 담은 「공공디자인에 관한 법률」은 국회 문화관광위원회 소속 박찬숙 의원에 의해 2006년 11월 8일 발의되었는데 주요 내용은 다음과 같다. 공공디자인에 관한 종합계획의 수립 사항, 공공디자인의 발전에 관한 정책의 수립 및 조정, 공공디자인에 관한 법률 제도의 개선 등에 관한 사항을 심의하기 위하여 국무총리 소속하에 공공디자인 위원회를 두도록 하였다. 또한 지방자치단체의 장이 지역의 공공디자인 진흥을 위한 조례를 제정할 수 있도록 하여 조례가 정하는 바에 따라 지역공공디자인계획을 수립·시행 변경할 수 있도록 규정하였다. 공공기관의 장이 공공기관의 공간시설 용품정보 등을 제작 설치함에 있어 소요되는 비용의 일정부비를 이 상을 공공디자인에 관한 비용으로 계상하도록 하여 공공디자인의 확대에 도움이 되도록 하였다.

※ 국가기록원 자료

6

00 디자인 정책 : 도시 또는 국가 경쟁력이라는 목표

2007년

공공디자인 포럼 흥행
공공디자인 사업 본격 제도

공공디자인의 싹은 틔웠는데
어떤 꽃이 피려나?

>2007년 5월 서울시 디자인서울총
괄본부 발족(본부장 권영걸 교수) 및
디자인서울 본격 착수

>2007년 국회 공공디자인문화포럼
'대한민국 공공디자인-제4회 아침세
미나'에서 오세훈 서울시장 "이제
디자인 전쟁이 시작됐다. 서울을 디자
인이 앞선 도시로 만들겠다"

>2007년 한국디자인진흥원
공공디자인 자원사업 본격 추진

공공디자인은 도시 경쟁력, 각 지자체 자구책 마련에 부주

도시 개발에 있어서 도시의 안정성, 건강성, 문화성 등의 추구와 함께 부각되고 있는 것이 지역 활성화와 지역 균형개발이다. 이를 위한 새로운 개념으로 뉴 거버넌스(New Governance) 개념이 도입되고 있다. 지난 3월 29일에는 '지역 성장 동력으로서의 디자인'이라는 주제로 한국디자인 진흥원에서 '지역과 함께 하는 디자인 세미나포럼' 행사가 있었다. 경원대학교(퍼블릭 디자인 혁신센터)와 김태연 의원(성남시 수 정국 국회의원)이 공동 기획한 이 행사는 행정전문가, 지역디자인전문가 등 지역디자인을 수행하는 전문 가를 초청하여 지역을 발전시키는 동력으로서의 디자인에 대한 중요 의견과 지역디자인 성공사례를 집중 소개했다. 그러가 하면 지난 4월 13일에는 도시환경을 변화시키기 위해 지역 디자인 전문가들이 모여 '부 산국제환경디자인문화포럼' 창립총회를 개최했다. '부산국제환경디자인문화포럼'은 부산, 경남 지역 환경디자인분야 교수 50명과 관련 업체 대표 7명 등 총 57명으로 구성되어 있다. 포럼 의장인 동아대 이 수봉 교수는 "일관성 있는 계획 등의 부족으로 도시의 특성을 잃어버린 부산시 전체의 공간 계획이나 디자 인을 문화, 풍토, 지리적 특성 등을 고려해 새로운 모습으로 바꿔보자는데 의의를 두고 있다"며 창립 배경을 설명하고 "포럼의 과제를 공공 공간 디자인, 공공시설물 디자인, 공공 시각매체디자인 등의 영역으로 세분화해 환경 디자인을 통해 부산시민의 생활의 질이 향상 될 수 있도록 할 계획"이라고 밝혔다. 포럼은 환경디자인 분야에 대한 학술연구, 정책적 제언, 연구과제 조성과 수행 등 다양한 사업을 계획하고 있으며, 현재 추진 중인 부산시민공원, 북항 재개발 등에 따라 주변 지역이 무분별하게 개발되는 것을 막기 위해 디 자인 가이드라인도 제시해 부산시 정책에 반영토록 할 방침이다.

서울시 도시디자인기획단 확대·개편, 신임단장에 권영걸 교수 선정

한편 서울시는 올해를 서울 브랜드마케팅 원년의 해로 선포하고 도시 전체 디자인을 개선하기 위해 도시 경관과 미관을 위한 관련 부서와 전문 위원회를 대폭 강화하고 있다. 시는 지난 4월 도시디자인과를 '도시 디자인기획단'으로 확대·개편하고 공모를 통해 신임 도시기획단장을 임명했다. 이번에 개편된 도시디자인 기획단은 도시경관담당관과 공공디자인담당관 두 개의 부서로 나뉘어 운영되며 도시디자인기획단 신임단 장으로는 서울대학교 권영걸 교수가 선정됐다. 권영걸 교수는 서울대학교 미래 학장 겸 (사)공공디자인학 회 회장을 역임하고 있으며, 현재 또 일간지에 '공공디자인 산책'이라는 칼럼을 연재해 대중적으로 잘 알 려져 있는 인물이다. 도시디자인기획단장은 서울도시디자인 기본계획 시행과 도시공공디자인 국제 협력 및 교류사업, 도시·공공디자인 데이터베이스 구축 및 표준디자인 개발, 야간경관 조명개선사업과 공공디 자인위원회 및 포럼운영, 공공디자인 진흥을 위한 각종 사업의 연구·개발 지원 등 서울의 도시디자인 전반 에 걸친 업무를 총괄하게 된다.

공공디자인 개선사업 자원과제 디자인 개발자 모집

지자체 못지 않게 산자부와 한국디자인진흥원의 공공디자인 자원 사업도 활발하게 진행중이다. 한국디자 인진흥원은 19가지 공공디자인개선사업 지원과제를 수행할 디자인개발자 모집 공고를 내 4월 13일까지 접수 를 받았다. 이 사업은 공공이미지, 공공공간, 공공시설물 등 시민이 향유하는 공공영역의 디자인 개선 을 통한 국민의 삶의 질 향상 및 국가 이미지 제고를 마련된 것으로 산업디자인진흥원 제 9조의 규정에 의 한 산업디자인 전문회사를 대상으로 한다. 이어 산업디자인부와 한국디자인진흥원은 공공디자인 개선사업과 제를 활동할 지자체와 공공기관도 모집하고 있다. 2007년도 산업디자인개발사업 시행계획은 특화된 공공 디자인 개선을 통한 국민의 삶의 질 향상과 지역문화자원 기반의 지역특화상품/브랜드개발 지원 등으로 지역산업을 육성하고자 마련된 것으로, 공공영역의 사업에 대한 디자인적 고려를 필요로 하는 지방자치단 체 및 공공기관을 대상으로 한다.

7

00 디자인 정책 : 간과한 것들에 대한 비판

무엇이 디자인인가?

디자인 코리아에서 나타나는 정부의 통치 담론 정책, '디자인 경쟁' 같은 새로운 경영 담론 또는 상징에서 흔히 볼 수 있는 '디자인리스 에디션' 류의 상품, '성공하는 삶을 디자인하라'는 식의 자기개발 담론 등에서 우리는 끊임없이 디 자인이란 언표와 조우한다. (중략) 디자인은 사물, 당연히 자본주의 사회에서는 상품일 그것을 제조하고 소비하는 사 회적 행위이며 타당하다는 것이 아니다. 가장 놀라운 점은 디자인이 일상생활을 둘러싼 모든 곳에 스며들었다는 대 입을 것이다. (서동진, <디자인 벨랑콜리아>) 전문가들도 혼란에 빠질 만큼 급격히 한국사회의 허공을 뒤덮은 디자 인 담론의 정체는 무엇일까. 디자인 관련 공공사업과 행사에서 단서를 찾아 봤다. '디자인 서울'은 그 취지를 이렇게 밝힌다. "21세기는 강성을 따는 디자인의 시대입니다. 누구나 한번 찾고 싶은 관광도시, 가장 살고 싶은 명품 도시, 디자인 수도 서울을 만들기 위해 디자인서울총괄본부의 행보가 시작됩니다." 2003년부터 지식경제부 주축로 열리고 있는 '디자인 코리아'에서 디자인은 '최신 기술력과 융합을 통해 환경과 인간을 배려하며 새로운 가치와 트렌드 를 창출해 온 21세기 지식기반 경제시대의 주요한 성장 동력'이다. 두드러지는 것은 디자인에 대한 기대다. 디자인 은 도시 경쟁력과 경제적 부가가치로 통하는 만능 열쇠처럼 이야기된다. 지자체 단위로 정치가 재편되고 성장이 침 체된 상황을 극복하려는 그 구조적 기대들이 디자인을 둘러싸고 있는 것이다. 한번 휘두르면 독막 보물을 만들어내는 도깨비 방망이 같은 점사로서의 디자인의 새로운 지위는 이로부터 비롯된다.

누구를 위한 디자인인가

이런 상황의 심각성은 시민이자 소비자인 우리를 위한다는 명목으로 전개되고 있고, 실제로 삶의 환경을 바꾸고 있 다는 데 있다. 아마도 올해 디자인에 대한 일반인들의 인지도를 높이는 데 가장 기여했을 디자인 서울 사업 과정은 디자인을 둘러싼 오해가 일상 문화에 어떤 영향을 미치는지까지 잘 보여줬다. 디자인에 대한 서울시의 과도한 기대 는 '공공 디자인'을 '공공 기관의 디자인'으로 오해하는 결과를 낳았다. 서울의 지도는 빠르게 바뀌었고 시민과의 소 통 없이 추진된 사업들은 종종 마찰을 일으켰다. 이에 대한 문화적 반발도 나타났다. 작가 그룹인 FF는 서울 곳곳을 도배하지시미한 '디자인 때문에 살 맛 나요', '서울이 좋아요' 문구 홍보물에 시민들에게서 제안받은 문구 스티커를 붙이는 피포먼스를 했다가 '불발'이라는 서울시의 경고를 받기도 했고, '디자인 서울' 때문에 오히려 디자인 올림중에 걸린 미술 작가와 디자이너들이 모여 <디자인 올림피아는 글에달이 없다> 전을 열기도 했다. '디자인 서울'에서의 공공 디자인의 처지는 부풀려진 디자인 담론에 질식한 디자인과 서먹해진 우리 자신의 처지와 비슷하다. 명분과는 다르게 이런 디자인 담론은 시민이자 소비자인 우리에게 별로 필요 없다. 오히려 혼란에 빠진 우리에게 디자인에 대 해 선택할 여지는 예쁘고 강박한 상품을 사거나 공공 디자인이라고 주장되는 볼거리를 구경하는 것뿐이다. 디자인은 이렇게 중요하다는데 우리에게 권리가 없다

디자인 때문에 살 맛 나는 세상을 위해

오늘날 공공 디자인, 유니버설 디자인 등 사회적 책임을 강조한 디자인이 각광받는 것도 그 때문이다. 세상엔 디자인 으로 돈을 벌거나 힘을 얻으려는 사람뿐만 있는 것이 아니다. 많은 디자인은 세상을 더 공정하고 건강하게 만들려는 노력이다. 정치적 의미에 방점을 찍은 디자인도 있다. 플리머스 예술대학 교수인 알라스타어 워드 루크는 <디자인 액티비즘>에서 환경과 인간을 중심으로 두고 지속 가능한 세상을 만드는 데 기여하는 전역으로서의 디자인을 소개한 다. 2008년 내셔널 디자인 어워드를 수상한 단체 인간을 위한 건축은 도움이 필요한 전 세계 곳곳에서 디자인 논쟁 을 발원한다. 코소보 난민을 위한 집을 짓고, 재해 지역을 복구하고, 아프리카에 세인트 확산을 막기 위한 이동식 보 건소를 도입하기도 했다. 세인트를 통해 디자이너들로부터 제안받은 아이디어를 바탕으로 한 이 디자인들은 현지 에서 조달할 수 있는 기술과 자원을 통해 현지인들이 스스로 문제를 해결할 수 있도록 지원한 사례라는 점에서 눈에 띄게 밝아지고 있다. 한국에서도 이런 디자인이 가능할까. 그것이야말로 문화의 문제다. 상품이 아닌 사고력과 상상력, 소동으로서의 디자인이 대중문화가 될 때 우리는 비로소 '디자인 때문에 살 맛 난다'고 외칠 수 있을 것이다. 서동진 개편디자인에대해한 교수는 <디자인 벨랑콜리아>에서 "오늘날 디자인은 우리가 어떤 세계에 살고 있기에 대한 상상적 재현"이라고 말한다. 언젠가 소설과 영화가 담당한 그 역할이 디자인으로 넘어왔다는 것이다. 그렇다면 디 자인은 더 이상 그들만의 리그가 아닐 것이다. '디자인은 지금 여기서 마음껏 아플만큼 행복하고 말한다. 그러나 그러한 디자인의 능력을 반전시킨다면? 우리가 살아가지기 때문에 살 맛 난다고 외칠 수 있을 것이다. 는 세계를 상 상적으로 재현할 수 있는 디자인의 능력에 정치와 만날 수 있다면? 디자인이 민주주의와 조우할 수 있다면?'이라는 질문, 디자인의 권리를 지키는 자신의 삶을 선택하고 싶은 우리 모두의 몫이 되었다. 주간한국 박우진 기자

8

00 디자인 정책 : 그래도 공공디자인은 좋은 것?

일관성 있는 공공디자인 사업의 확산에 기여하기 위한 심포지엄이 열렸다. 문화체육관광부가 주최하고 (재)한국공예·디자인문화진흥원에서 주관하는 '2010 공공디자인 심포지엄'이 지난 6월 14일 국립중앙박물관 대강당에서 개최됐다. 글·사진 | 설현진 기자

국내외 전문가들의 지식과 경험을 활용

이번 심포지엄에서는 일본의 사토 마사루(규슈예술공과대학교 교수)와 네덜란드의 미셸 드 보어(Michel de Boer, 스튜디오 동바 디렉터)가 각각 일본과 네덜란드의 공공디자인 사례를 통해 향후 과제를 제시했다. 사토 마사루 교수는 이용자들을 배려한 디자인, 사용하는 사람들이 들어와서 완성되는 디자인, 금자를 호의적인 유도로 바꾼 사례 등을 통해 공공디자인의 바람직한 방향을 제시했다. 그는 특히 "미묘한 차이가 디자인을 다르게 한다"는 점을 강조했다. 사토 마사루 교수는 "한국의 공공디자인은 너무 서두르는 경향이 있는데 이는 국민성에 따른 차이로 보이며, 더 많은 도전과 시도를 할 수 있다는 장점도 있다고 본다"며 "다만 지역의 특성을 살리고, 전통을 활용할 수 있는 방법 모색 등이 필요하여 이러한 노력이 축적되면 예측 가능한 지속가능한 매우 좋은 도시가 될 것"이라고 전망했다.

이어 박기준 KDA 소장이 '우리나라 공공디자인 시스템의 개선방안'이라는 주제로 공공디자인 사업의 현실적 문제점과 개선방안에 대해 주제 발표를 진행했다. 박기준 소장은 짧은 입찰기간, 실적주의와 자격제하에 따른 신규 작가 진입의 어려움, 감리 부재 등 입찰제도의 문제점을 주요 지적하는 한편, "약 500억의 예산이 디자인비로 책정되고 있지만, 제작비에 대한 투자는 전혀 이뤄지지 않고 있다"며 "그 때문에 제작을 할 수 없는 디자인만 만들어내고 있다"고 지적했다. 그는 특히 "전국 지자체에서 저마다의 정체성을 살린 공공시설물들을 끊임없이 만들어내고 있는데, 스트리트 퍼니처는 정체성이 없어지고, 단순히 기능만 있어도 된다"라고 강조했다. 토론자로선 장동련(홍익대학교 디자인학부 교수), 이윤경(한국문화관광연구원 책임연구원)이 참여해 주제발표를 토대로 한 상황 분석과 일관된 공공디자인 평가지표의 필요성 및 개선방향에 대한 논의가 이어졌다.

합리적·체계적 미래평가지표를 위한 키워드 제시

이번 발표자로 참여한 국내외 전문가들은 합리적이고 체계적인 미래평가지표를 위한 키워드를 제시해 눈길을 끌었다. 먼저 박기준 소장은 <질하지 마라>, <용접하지 마라>, <없애라>, <만들지 마라>를 키워드로 제시했다. 인위적인 페인트의 개발과 적용으로 지금의 도시의 색이 만들어진 만큼 자연적인 색 사용을 강조했다. 손쉽고 값싸게 만들 수 있는 용접된 제품들이 아닌 제작에도 투자하고, 각 지자체에서 무수히 만들어내는 제각각의 디자인을 '없애라'라고 주장하며, 디자인하지 않는 것이 디자인인 만큼 '만들지 말라'고 강조했다. 한편, 미셸 드 보어 디렉터는 <독창성>, <선택>, <소수의 전문가>, <좋은 전략>, <시장 특성 고려>, <지속가능성> 등을 꼽았다. 그는 특히 통용가능한 지속가능성 못지 않게 디자인에도 충분히 활용할 수 있는 디자인을 하는 것도 중요하다고 언급했다. 이어 "혁신과 디자인은 동전의 양면, 뒷면과 앞면"과 "독창성 있고 혁신적인 디자인을 받아들이는 데는 많은 시간이 걸리는 만큼, 혁신적인 공공디자인을 허용하기 위해서는 독창성을 기반으로 소신을 가지고 실행해야 하며, 소수의 전문 인재들이 이를 이끌어 가야 한다."고 말했다. 사토 마사루 교수 역시 <독창성>을 꼽았다. 하지만 디자인 위의 독창성이 아닌 새로운 가치관을 부여하는 '독창성'이라는 점을 강조했다. 또한 모양과 형태 못지않은 <감성디자인>, 시스템으로 연관되어 <관계성>을 가지고, 전체적인 <방향성>을 제시하는 디자인, 그것이 필요한지, 또 누가 필요로 하는 자를 <전천하> 생각하는 디자인을 주요 키워드로 제시했다.

9

00 디자인 정책 : 공공디자인의 바른 목표는...

공공디자인 시비

공공디자인이라는 단어가 우리 사회에서 널리 쓰인 지도 꽤나 되어 이제는 아무도 이 단어에 대해 시비를 거는 이가 없는 듯하다. 그러나 나는 아직도 이 단어의 정체를 알지 못한다. 더욱이 이 단어를 **옹호**로 까지 번역하여 'Public Design'이라고 쓰는 것도 봤지만, 그 뜻을 알기 위해 위키피디아를 찾았을 때 '당신이 그 뜻을 만드시오'라고 나와 있으니, 이는 영어에도 없는 단어인 게 분명하다. 그럼에도 **학교**에서는 공공디자인이라고 하는 것을 설명하고 이를 연합한 학회도 만들어 학문적 정당성까지 부여하고 있는 것에 대해 나는 참으로 의문스럽다. 도대체 이 단어의 뜻을 어떻게 해석하고 있는 것일까. 공공이 디자인한다는 말인가, 혹은 공공을 디자인한다는 말인가. 급기야, 중앙정부부터 해서 모든 지방자치단체에서도 막대한 비용을 투입하여 '공공디자인' 사업을 왕성하게 전개하고 있으니, 단어 사용의 오류로 인한 잘못된 사업의 피해를 고스란히 시민이 떠안는다는 것이 매우 심각한 문제로 보인다. 서울을 비롯한 지방 도시들이 공공디자인을 한답시고 위원회도 만들면서 하는 일은 대개 도로 환경을 예쁘게 꾸미는 일이다. 도로 포장을 바꾸고, 가로등과 버스정류장, 거리 간판 등을 세련된 디자인으로 바꾸거나 혹은 예쁜 공공 건축물을 세워 시민들의 시각적 즐거움을 증대시키는 게 그 주된 내용이다. 이렇게 시각적으로 도시환경을 바꾸는 것이 팔팔할 만한 업적이 된다고 여긴 것일 게다. 만약 이런 일이 목적이려면 '공공디자인'이란 단어는 '공공시설물디자인'으로 바뀌어야 한다. 그래야 단어의 뜻과 사업내용이 일치되고 분명하다. 그러나 문제는 정작 여기에 있다. 그런 시각적 세련됨으로는, 도시가 존재하는 첫 번째 목적인 공공성을 조금도 진전시킬 수 없다는 것이다. 예를 들어, 내가 사는 서울의 **대형**로에 방송 **통신**대학이 있는데 전체가 보기 심은 담장으로 둘러 막힌 터라, 지역의 소통을 방해하고 있는 이 담장의 철거가 참으로 요긴하였다. 그런데 어느 날 이 담장을 우습지도 않은 그림을 그려서 벽화라고 하며 그 존재 가치를 공인하고 말았으니 이는 '공공디자인'이란 이름으로 자행한 공공성에 대한 폭행이었다. 혹시 디자인이라는 단어가 너무도 흔해 빠진 나머지 그저 분칠하거나 립스틱 칠하는 정도, 혹은 잘 봐주어 세련된 시설물을 갖다 놓는 것으로 이해하고 있는 것은 아닐까. 그러면 우리가 행복해질까, 나는 이에 대해 대단히 부정적일 수밖에 없다. 아마도 애초에 공공디자인을 도입한 까닭이 도시를 보다 풍요로운 환경으로 만들어 보기 위한 일 게다. 그렇다면 지엄할 단적인 공공시설물디자인이 아니라 '공공영역'에 대한 디자인이 되어야 한다. 도시는 농촌과 달리 서로 모르는 사람들이 이익을 찾아 모여 만든 사회이다. 혈연을 바탕으로 하는 농촌 사회는 친분이나 인연으로 그 공동체를 지속시켜왔지만, 익명성을 특징한 도시는 조화로운 공동체를 이루기 위해 사회적 규율이나 모두가 인정하는 법이 필요하다. 이 규율과 법을 도시 속에서 공간적으로 구체화한 게 바로 도시의 공공영역이다. 도로나 광장이나 공원, 혹은 비어 있는 공간 등, 사유의 공간을 제외한 모든 공공적 영역에서 우리는 글로 된 법조문을 들고 있지 않아도 그 공간의 구성원에게 따라 행동하게 된다. 소위 선진도시라 이 공공영역이 고도의 세련된 방법으로 만들어지고 다른 공공영역과 함께 조직되고 연결되어 있는 도시이며, 후진도시로 갈수록 그 연결이 파편적이어서 시민의 공간적 삶이 보장되지 않는 것이다. 예컨대 산책을 하고 싶은 사람에게는 그가 원할 때까지 끊임없이 산책할 수 있는 안전한 보도나 풍부한 녹지의 연결로 그 소박한 일상의 희망을 이를 수 있도록 배려해야 하고, 문화활동을 즐기자 하면 아주 쉽게 원하는 문화시설에 도달할 수 있게 해 주어야 하며, 이웃과 **모임**을 가지고자 하면 언제든지 그들이 안정되게 모일 수 있는 공공의 정소를 제공할 수 있는 도시가 바로 선진 도시라는 것이다. 이들의 공간적 효용이 끊기지 않도록 구축하고 조정하는 일이 도시디자인이고 소위 공공디자인이어야 한다. 벤치나 가로등, 택시정류장 등의 **색채**나 모양 글자는 어디까지나 부차적인 것이며, 언제든지 옮기거나 제거할 수 있는 이런 유의 시설로는, 우리 삶의 지속을 목표로 하는 공공의 안녕과 복지를 결단코 **담보**할 수 없다. 눈에 어른거리는 부질없는 게 디자인이 아니라, 우리의 진실함과 선함과 아름다움을 다시 발견케 하는 내면적 **고양이** 디자인의 바른 목표인 것이다.

송효상(건축가·2011광주디자인비엔날레 총감독)

10

2010년 6월 문화관광부 공공디자인심포지엄 지속 가능한 공공디자인 평가지표 구축

> 일관성 있는 공공디자인 확산 이 아직도 유효하다고?

2011년 > 현재의 '공공디자인'이란 단어 는 '공공시설물디자인'으로 바뀌어야 한다

> 벤치나 가로등, 택시정류장 등의 디자인은 부차적인 것이며, 언제든 옮기거나 제거할 수 있는 시설로서, 이것으로 공공의 안녕과 복지를 담보할 수 없다.

한편 2003년부터 문화정책은 획기적인 정책변화를 시도

문화정책

창의한국-21세기 새로운 문화의 비전

2004년 6월 8일

9개월, 8개 분과, 200여명 참여

‘꽃’이 아닌 ‘도양’
창의성을 키우는 인큐베이터, 문화

개인<지역<국가
창의성의 핵심동력은 개인에서 국가로

“문화한국 문화시명”

문화관광
포럼

보도자료

- 문화 2004 -
- 문화관광부 기획총괄담당관실 유별채
- Tel 02-3704-9212
- ydh911@mct.go.kr
- 2004. 6. 8 배포
- 사진 없음
- 총 11 쪽

문화는 “꽃”이 아닌 “도양”이어야

* 「창의한국-21세기 새로운 문화의 비전」 발표

- “창의성”을 새로운 문화정책(체육, 청소년 포함)의 화두로 설정
- 광의의 문화 개념을 통해 정책영역의 확대와 정책영역간 소통 강화
 - 문화관광부만의 “문화”가 아니라, 교육, 복지, 경제와의 관계속의 문화
- 기존 문화창조와 문화경제 중심의 정책과 함께 “개인·지역·국가”라는 문화정책의 새로운 중심축을 설정
 - 문화예술 창조와 문화관광·스포츠산업의 자양분인 개인의 창의성,

기초예술을 살리는 문화예술진흥법

문화예술진흥원에서 민간주도 한국문화예술위원회로 전환

"문화한국 문화시만"

시민의 문화예술 향유와 창의력을 위한 문화예술교육진흥법

문화예술교육위원회 및 한국문화예술교육진흥원 설립

분권, 자율, 참여에 입각한 지역문화진흥법

민간중심 지역문화예술위원회 설치

문화관광 보도자료	■ 문화 2004 - ■ 문화관광부 예술진흥과 문영호 Tel 02-3704-9518 myh@mct.go.kr
	■ 2004. 6. 8 배포 ■ 사진 없음 ■ 총 28쪽

21세기를 가늠하는 예술진흥 중장기 계획

"새로운 한국의 예술정책" 수립, 발표

- 예술의 힘, 미래를 창조합니다-

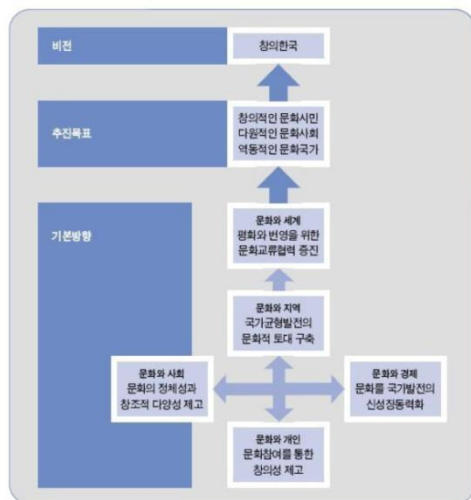
- ▷ 「창의적인 시민」, 「창의적인 지역공동체」, 「창의적인 국가」를 건설
- ▷ 2008년까지 14대 역점 추진과제·100여개의 단위사업 추진

문화관광부는 참여정부 출범 이후 약 9개월여 동안 문화예술 전문가, 연구

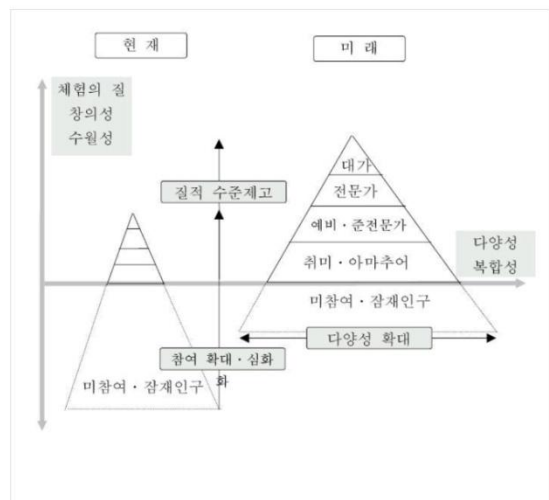
서울디자인재단에서 새 디자인 정책연구

창의한국, 새로운 한국의 예술정책 <새예술정책>

문화비전과 목표



미래 문화예술계 구조개편 방향



토양을 개선한 예술계의 새 작가들의 반란?

플라잉시티 /
2007년에
청계디자인센터라는
입장동의 역사와
일하는 생태를
'청계천성'이라는
테마로 미술작업 /
예술계 중심에 등장



배영환 / '노숙자 수첩' 등의 실험적 공공미술작가 / 예술계 중심에 등장



마케팅과 공공의 “꽃”이 아닌
디자인 “토양”을 만드는 정책을 위해

충남공공디자인의 정책연구와 실천이 필요

why

사회혁신을 가능하게 하는 디자인 즉 소셜디자인, 소셜마케팅, 사회적고용을 만드는

- 1 디자인을 중심으로 다양한 사회문제에 접근하는 디자인
- 2 소셜이슈를 새로운 방식으로 혁신하는 과정에 동참하는 디자인

영국 디자인카운슬의 dott07

디자인이 시민의 일상 생활에 어떠한 변화를 가져다 줄 수 있는가 라는
질문에서 시작하는 10년 간 지속하는 프로젝트
디자인을 사회문제 해결의 전략적인 수단으로 활용하는 움직임

목표 1) 지역 주민들이 여러 디자인 프로젝트에 활동적으로 참여할 수 있도록 한다.

목표 2) 그들을 위한 디자인 행사와 전시를 통해 평범한 사람들도 좋은 디자인의 효과를 느낄 수 있도록 한다.

영국 디자인카운슬의 dott07

이슈	결과물	주요내용
Health & Wellbeing	The DaSH, Alzheimer100	에이즈 등 성적질환 치료, 노인 간병인의 삶의 질 향상
Food & Nutrition	Urban Farming	현지/학교에서 과일·야채 직접 재배 : Food miles 감소
School & Community	Our New School	중·고등학교 디자인 수업(design lab.) 운영 : 현업 디자이너들과 'ECO Design Challenge' 진행
Energy & Environment	Low carb lane	가정에서의 에너지 사용 60% 절감 : Home energy dashboard(에너지사용량 TV 모니터링)
Sustainable tourism	Sustainable tourism	주민과 관광코스 디자인
Mobility & Access	The Move Me	효율적인 대중교통 시스템 디자인

Food & Nutrition / Urban Farming

- 지역음식의 소비를 늘리고, food miles를 줄이기 위한 프로젝트
- 음식을 직접 길러봄으로써, 마을이나 시에서 음식을 기르는 것에 대한 효과와 기회를 인식하기 위한
- 지역 생산자는 현존하는 시장을 찾거나 새로운 시장을 개척하여, 시내와 시외 사이에 새로운 관계가 형성



1 디자인을 중심으로 다양한 사회문제에 접근하는 디자인

미국 뉴욕 Active design guidelines of NY

디자인으로 시민들의 신체 활동과 건강을 증진시키는 것을 목적으로 하는 정책

의학이나 정책이 아닌, 디자인으로 시민들의 신체 활동과 건강을 증진시킬 수 있다는 것이 핵심. 더 건강한 건물과 거리, 그리고 도시 공간을 만들어갈 수 있는 전략들이 담겨있음. 적절한 신체 활동과 건강한 식습관을 증진시키는데 건축 및 도시 계획이 큰 영향을 끼칠 수 있다는 연구 결과를 반영.

뉴욕시의 디자인 및 건설국(DDC, Departments of Design and Construction), 건강과 정신 및 위생국(Departments of Health and Mental Hygiene), 교통국(Departments of Transportation), 도시 기획과 예산 관리국(City Planning and the Office of Management and Budget), 그리고 학계 등 다양한 분야의 협력과 교류를 통해 개발



어린이를 위한 공간
Physical Activity 유도
Material-Use 최소화

2 소셜이슈를 새로운 방식으로 혁신하는 과정에 동참하는 디자인

일본의 NPO 주식회사 <이타운>과 <코난다이>가 만들어가는 커뮤니티 비즈니스
코난다이 카페를 중심으로 한 마을만들기

재개발 지역 주민들 간의 교류단절 문제를 소통공간 기획, 지역마케팅 창출,
지역 고용으로 극복하는 마을 공동체 활동
지역포털사이트와 지역신문 창간과 운영, 지역커뮤니티 카페,
지역축제, 지역문화상품 개발 등의 커뮤니티 비즈니스 활동을 통해서

자기 소개

주식회사 이타운 : 대표이사

- 요코하마 코난구 지역 정보 사이트 e-town 운영
- 코난다이 타운 카페 운영



사람이나 지역과 관계 맺을 수 있는 「계기만들기」를 돕고자 하는
구상에서 출발해, 따뜻함이 느껴지는 ICT나, 커뮤니티 카페의
활용을 제안하고 있습니다 *

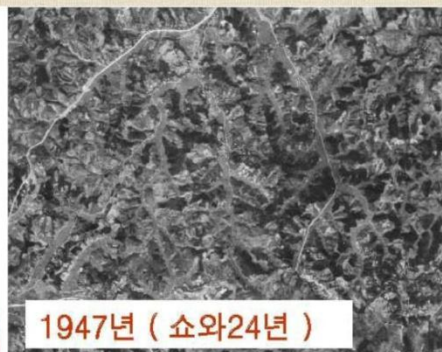
21

일본의 사회적 배경

1950년대~70년대 전반 : 고도 경제성장기
1980년 이후 : 소자녀화·핵가족화 가속
1980년대 중반~90년대 전반 : 버블 경기



※各年10月1日現在の国勢調査及び推計人口調査による人口です。※平成19年については、8月1日現在です。



(실은, 지역의 사무국입니다!)

지역 코디네이트 및 지역정보 발신



누구라도 쉽게 들를 수 있는 카페를 활용
마을만들기 프로젝트 실시
지역의 교류거점

23

진열장 쏘 - 비즈니스 모델



- 진열장 쏘 수 : 약 100여 개
- 수제품/수공예품이 90%를 차지함
 전시 및 현지상점 기업의 상품, 지역 복지 작업장 제품 등
- 이용료 평균 : 3,500엔/月 + 판매수수료 20%



24

캔들나이트 in 코난다이



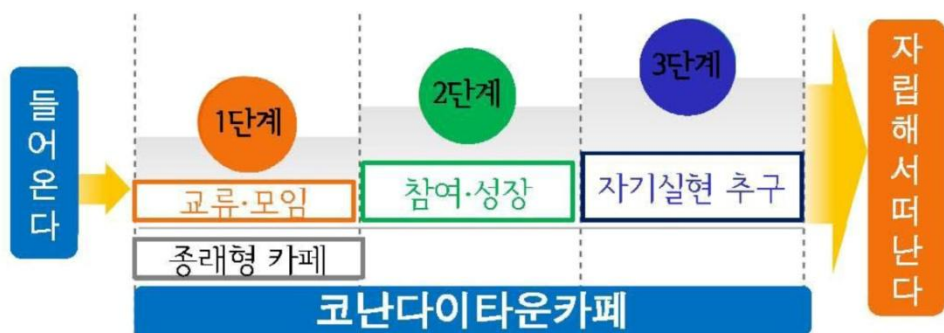
잡담에서 시작한 것이
지역의 큰 활동으로 이어졌다



2010년 9월에는 625명의 방문자, 40명의 운영스태프, 40사의 찬동 기업/단체들이 참여한 대규모 이벤트로 성장했습니다.

25

머무는 곳으로부터 발전할 수 있는 장소로



26

지역을 연결하거나 상호 지원하는 중간지원 활동



코난다이 타운 카페의 사고방식



누가 시켜서 만들어진 것이 아니라,
지역사회에 이러한 대책이 필요하다고 느낀
사람들의 자주적인 참여로 운영하고 있습니다.

그렇기 때문에 필요한 사람이나 조직, 장소,
사업, 정보, 네트워크는 미리 준비되는 것이
아니라 지혜를 서로 내놓고 함께 육성하고
고민·생각·상의하여 시행착오를 겪으면서
하나씩 쌓아가는 프로세스가 중요하다고
생각합니다.

광역관동권 커뮤니티비즈니스 추진협의회



전국 9개 권역으로
지역 커뮤니티비즈니스/소셜비즈니스
추진협의회가 발족함



29

Why의 결론은 사회혁신 디자인

우선 무엇을 할 것인지에 대한 '새 사업 아이템 찾기' 보다는

시대정신에 주목하는 디자인의 '목적과 철학', 그리고 '개념'을 새롭게 정립해야 합니다

제가 생각하는 새 디자인은 '산업 대 문화', '공공 대 상업'이라는 기능적 디자인 패러다임을 넘어서서
"사회적 혁신"을 가능하게 하는 디자인, 즉 "소셜디자인"을 통해 대안적 시장, 즉 "소셜마켓"을 만들어 내고,
그와 연동되어 현재와 미래의 새로운 일자리, 즉 "사회적 고용"이 만들어 지는 것입니다.

사회혁신 디자인의 주제는 '교육', '복지', '공동체', '소통행정' 등 등, 현재 사회혁신 의제와 맞닿아 있습니다

여기에 관여된 많은 전문가와 협업하고, 사업들과 연결해서 이들을 보다 창조적으로 혁신하는 과정과 결과를 만들어 갑니다

이 지점에서 중요한 점은 디자인이 이런 시대정신을 서포트하거나 뒤따라 가는 것이 아니라,

"같이 가거나 리드하는 역할로 나서는 것"이라고 봅니다.

30

how

밖으로 경계와 역할을 정하고, 안으로 토양과 채소를 살피는

- 1 밖으로, 충남과 충남공공디자인센터, 그리고 디자인계가 역할관계를 재정립
- 2안으로, 재단의 내적 전문성을 키우는 '디자인정책 전문가'로서 교육과 경험
- 3제도에서, 간과해온 공공영역의 디자인 프로세스를 새롭게 하는 과제

31



1 밖으로, 충남과 충남공공디자인센터, 그리고 디자인계가 역할관계 재정립

충남과 충남공공디자인센터의 행정적 역할에 대한 질문

충남공공디자인센터가 전문기관으로서의 위상을 세우려면,
주관기관으로서 역할을 수행할 수 있는 '관계정립'이 우선되어야 함

현재까지 충남도가 정책, 사업기획, 디자인행정을 모두 담당하고
공공디자인센터는 디자인사업 실행(컨설팅, 교육 등)을 하고 있는 실정(서울, 경기, 인천 모두 동일함)
디자인센터 실무자들은 충남도를 클라이언트로 디자인업체와 함께 사업수행을 하는 역할
도-센터-단체-업체-디자이너 등등이 갑과 을과 병의 관계로
당연히 정책기획과 실행을 하는 '큰 협업 프로세스' 부재

32

1 밖으로, 충남과 충남공공디자인센터, 그리고 디자인계가 역할관계 재정립

새예술정책에서 관계와 역할 정립

<표-1> 문화예술위원회, 문화관광부, 지역문화예술위원회 간 역할분담

문화예술위원회	문화관광부
- 예술인 및 예술단체의 활동 지원	- 문화예술정책에 관한 종합계획의 수립, 조정, 시행 - 문화예술 관련 법률 및 제도 정비 - 국립문화예술기관의 설치, 지도·감독 및 평가 - 문화예술 관련 시설 확충, 운영 지원, 평가
문화예술위원회	지역문화예술위원회
- 활동거점 지역 및 발표 지역을 한정하지 않으며 - 지원 신청한 사업의 수월성에 근거하여 지원하고 - 지역 및 민간부문 지원기구 간 협력체계 구축 운영	- 해당 지역에 활동거점이 있거나 그 지역에서 공연, 전시, 상영하고자 하는 예술가 및 예술단체로 한정하며 - 해당 지역의 아마추어, 동호회, 일반시민 등이 주관하거나 참여하는 문화예술 관련 행사나 사업에 대해서도 지원

<그림-1> 지원주체와 지원대상에 따른 지원영역의 구분
(지원주체) 공공



**충남도는 디자인행정을 중심으로, 센터는 디자인정책을 중심으로,
디자인 단체, 회사, 디자이너는 기획과 실행을 하는 '큰 거버넌스 프로세스'를 정립해야 함**

33

2 안으로, 센터의 내적 전문성을 키우는 '디자인정책 전문가'로서 교육과 경험

센터의 내적 전문성과 자긍심을 키우는 '디자인정책 전문가'로서의 경험과

교육기회를 지속적으로 제공해서 성장시켜야 함 :

센터 연구원을 대상으로 하는 '디자인정책학교' 필요성 제기

스스로 성장하는 디자인 교육 프로그램의 필요

철학과 목표의 전환에 따른 충남도 디자인 컨설팅과 교육에 대한 새로운 기획 관점 필요

여기에 디자인정책학교 필요

소셜디자인스쿨, 희망제작소 참고

34

3 지난 10년간 펼쳐진 정부와 지자체의 공공디자인정책에서 간과한 공공영역의 디자인 프로세스를 새롭게 하는 과제

공공디자인이 토건중심 하드웨어 사업으로 결론지어지게 된 핵심적 실수는 토목과 건축의 행정프로세스를 그대로 공유했기 때문

토목과 건축은 하드웨어 중심장르지만, 디자인은 소프트웨어와 휴먼웨어, 그리고 하드웨어의 결합을 통해 만들어 지는데도 불구하고, "기본계획-기본설계-실시설계-시공이라는 토건의 행정프로세스를 그대로 사용했기에, 디자인이 하드웨어 중심으로 갈 수 밖에 없는 구조적 문제를 야기함

따라서 소프트웨어, 휴먼웨어, 하드웨어를 포함하는 '문화예술' 행정 프로세스와 '토건'의 프로세스를 통합하는 새로운 디자인 행정 프로세스를 만들어서 조례화해야 함

공공미술, 새 장르 공공 미술, 도시갤러리, 아트인시티, 시장을 살리는 문전성시 등 다양한 프로세스의 고민들

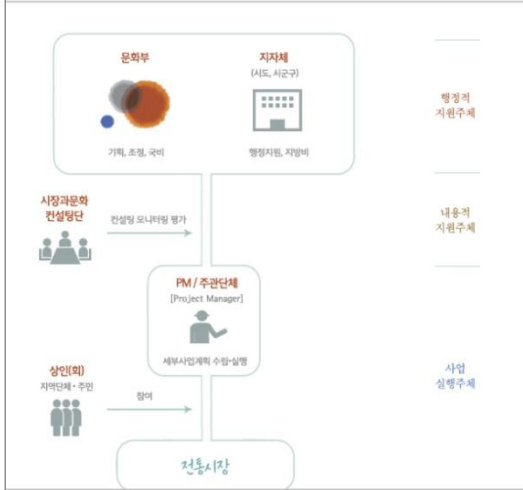
1 장소 속의 미술, 2 장소로서의 미술, 3 새장르 공공미술로 구분하고, 그에 걸맞는 행정 프로세스(계약, 과업, 결과납품 등)를 실험함

- 1 장소 속의 미술(도시속의 조형물)은 기획과 창작은 예술가가 하고, 제작과 설치하는 엔지니어가 하는 프로세스
- 2 장소로서의 미술(도시시설 자체가 작품)은 작품결과와 양상에 따라 달라지는데, 1번 프로세스와 3번을 모두 수용하는 방법
- 3 새장르 공공미술(참여하는 미술)은 광범위하고 다양한 관객과 함께 그들의 삶과 직접 관련된 이슈들에 관해 의견을 나누고 상호작용하는 시각예술이기 때문에 '결과보다는 과정 중시, 특히 주민참여가 필수적인 요소, 미술을 통한 시민간의 커뮤니케이션 확대와 시민 문화 공동체 형성'이 목적이므로 모든 과정을 예술가와 시민들이 함께 진행하는 프로그램임 따라서 구체적인 결과가 나오지 않는 경우가 많기 때문에 전 과정을 예술작품으로 인정하는 프로세스, 시간예술을 지원하는 것과 흡사함

3 제도에서, 간과해온 공공영역의 디자인 프로세스를 새롭게 하는 과제

문화부의 "문전성시" 프로젝트에서, 중기청의 문화시장 프로젝트로

이것은 문화부 산하 시장컨설팅단을 구성해서 각 사업의 PM을 선정하고, 이 PM에 일임해서 사업의 결과를 내게하는 모델



주체	역할
문화체육관광부	<ul style="list-style-type: none"> 문화를 통한 전통시장 활성화 사업 추진계획 수립 국비 지원 및 각 주체간 협력체계 구축 컨설팅단의 자문을 토대로 시범사업 전반에 대한 기획, 조정
컨설팅단	<ul style="list-style-type: none"> 사업 추진방향 및 추진계획 검토·자문 시범사업 선정기준 마련, 시장실사 등 시범사업 심사 사업실행계획 수립 및 시행시 자문 사업 모니터링·성과평가 및 차년도 사업계획 수립 검토·자문
지자체	<ul style="list-style-type: none"> 시범사업 대상(전통시장, PM 등) 추천 상인회, 지역주민, 관련단체 등 지역 협조체계 구축 시범사업에 대한 예산 교부 및 관리, 행정 지원 사업 종료 후 지속화 방안 마련 및 시행
주관단체/PM	<ul style="list-style-type: none"> 컨설팅단 자문을 통해 사업실행계획 수립 지자체로부터 사업비를 보조받아 사업추진 및 정산 시장상인, 지역주민, 지역전문가, 지역단체 등 사업추진체계 구축 시장분석, 시장상인 및 이용고객 수요조사, 워크숍 실시
시장상인회	<ul style="list-style-type: none"> 컨설팅단 및 사업실행주체(PM)과의 협력관계 구축 시장상인회를 중심으로 한 사업협의체 구성 사업 수행을 위한 장소 협조 및 동참

what

시민들을 위해서가 아니라,
시민들과 함께하는

시티갤러리에서 시민청으로, 소통을 이루지 못해온 대규모 시책사업의 문제를
시민들과의 새 소통을 통해 해결하는 디자인의 새 면모를 보여주는 사례

서울시 신청사 2500평의 지하공간을

보여주기 위한 ‘시티갤러리’에서 시민이 직접 운영하는 ‘시민청’으로 탈바꿈시키는 기획

39

2013년 1월 12일 시민청 개관



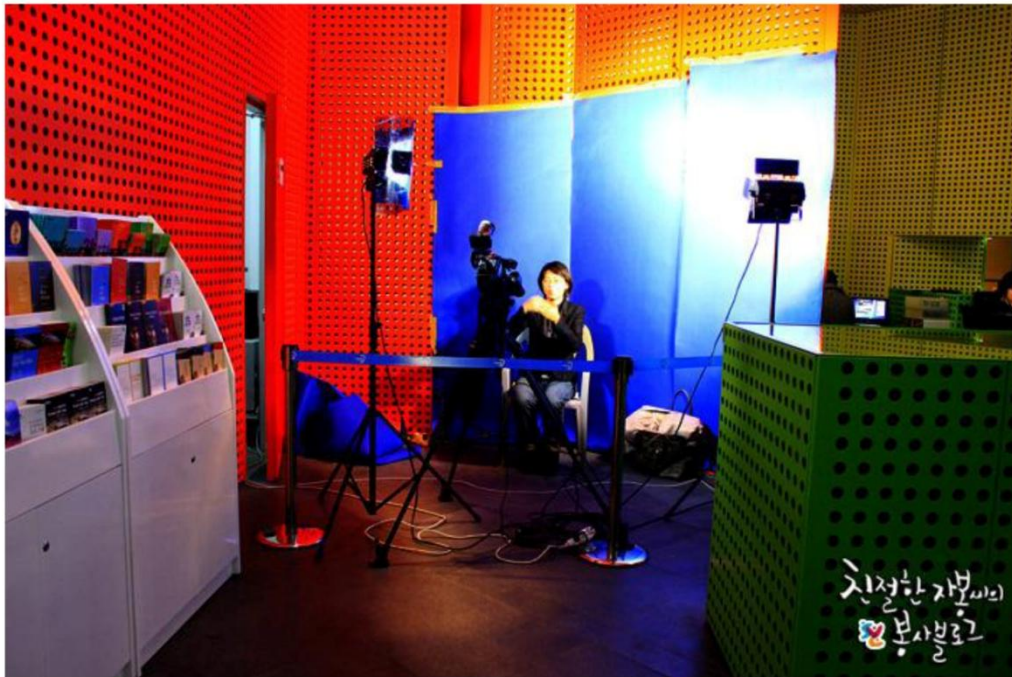
시민청 결혼식



한마음 나눔장, 활력 콘서트



시민청 갤러리



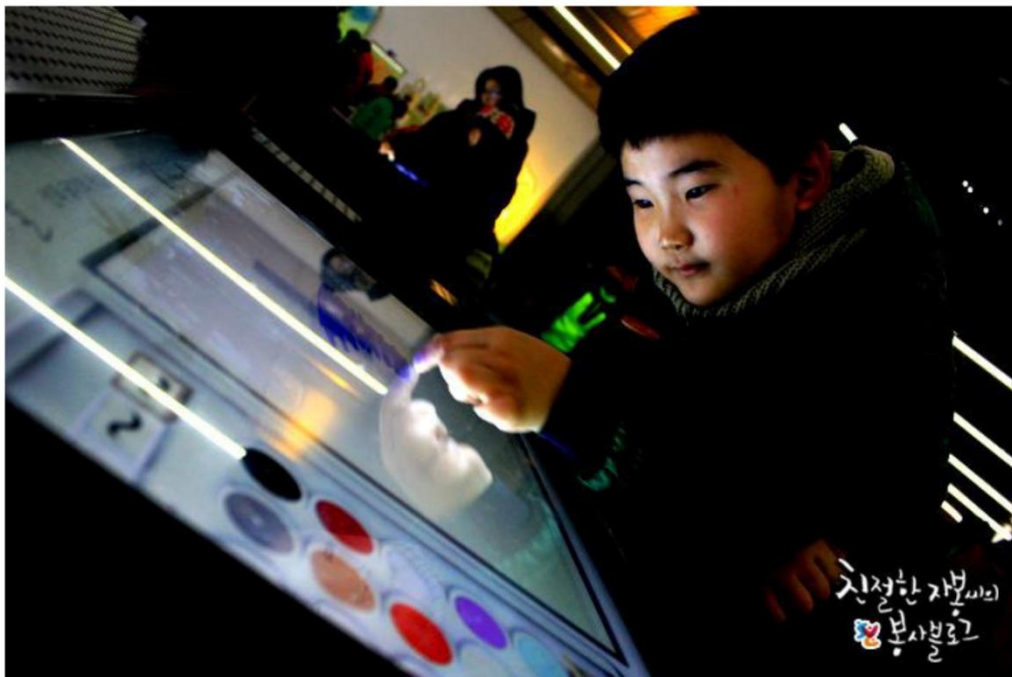
1인 자유무대



공정무역카페



낙서테이블



하지만, 이 공간은...

2009년 10월, 서울 시티갤러리 추진계획 수립

2010년 9월, 서울시티갤러리 공모 및 당선작 선정

2011년 5월, 기본설계 승인 및 콘텐츠 기본구성안 확정

2011년 10월, 실시설계안 확정

■ 시티갤러리 개요

○ 규 모 : 총 7,842㎡ (2,376평)

○ 위 치 : 신청사 지하1층, 지하2층 및 지하4층 일부

공간	지하1층	5,167㎡ (1,565평)
	지하2층	2,194㎡ (664평)
	지하4층	481㎡ (145평)

○ 사업기간 : 2010.09 ~ 2012.05 (당초 예정)

○ 사업예산 : 142.5억 원 (도시기반시설본부의 신청사 건립비에 포함)

☞ **디자인서울갤러리** : 서울시티갤러리 포함, 서울시내 공원 등 12곳에 설치(선유도 공원, 서울 숲 공원, 월드컵공원, 어린이대공원, 서울대공원, 북 서울 꿈의 숲, 한강쪽 섬공원, 역사박물관, 청계천문화관, DDP홍보관, 월드컵경기장, 신청사건립관)

디자인서울갤러리	노동 어린이아리수 홍보관	동대문디자인포자 & 파크(DDP)	마곡홍보관	상업동DMC홍보관	청계천문화관
<p>개요</p>  <p>위탁: 서울시갤러리 포함 서울시내 공원 등 12곳에 설치 (신유도공원, 서울 숲 공원, 일도대공원, 어린이대공원, 서울대공원, 북서울꿈의숲, 한강대공원, 역사박물관, 청계천문화관, DDP홍보관, 일도대공원, 신유도공원) 개관: 2008. 9. 신유도 공원 ~ 2009. 4. 신유도 공원</p> <p>프로그램 및 콘텐츠</p> <p>주변 홍보물과 디자인서울 홍보전시 및 모형전시</p>	<p>개요</p>  <p>위탁: 서울시 노동 어린이아리수 홍보관 내 개관: 2010. 10. 목적: 노동 체험을 통한 서울 수호를 홍보</p> <p>프로그램 및 콘텐츠</p> <p>1층 전시 및 체험놀이: 아리수 생산 공급과정 전시 및 물품도 등 체험 기구 설치 2층 주제상영관: 아리수 개척과정 수자원 보호 3D영상 상영</p> <p>운영현황</p> <p>총면적 880㎡/지상2층, 지하1층 시설비 50억7천/유치비 122천 이용객 하루 3백여 명</p>	<p>개요</p>  <p>위탁: 동대문디자인홍보관 및, DDP 주차 내 개관: 2008. 4. 목적: DDP 홍보, 주변지역 발전상 소개 및 DDP 공사 과정에서 발생한 역사유물 과 발굴과정 연계 전시</p> <p>프로그램 및 콘텐츠</p> <p>DOP 전입 배경과 목적 홍보 및 DDP 특수공법, 3D 영상도형 전시 DOP 공사장 및 주변상권 조망 위한 전망대 및 휴식 공간</p> <p>서울디자인갤러리 전시 및 시공 소개 설거라전, 발굴유물 소개 전시 및 티셔스크린 영상 상영</p> <p>운영현황</p> <p>면적 642㎡/지상3층 공사비 3396천/운영비 연 3955천/ 조문인차량 3명 방문객 하루 1100여 명</p>	<p>개요</p>  <p>위탁: 강사구 2관과 동 마곡개발지구 개관: 2008. 10. 목적: 한강리노베이션 계획 일러스트 파크워터프론트 홍보</p> <p>프로그램 및 콘텐츠</p> <p>지하1,2,3층 공실, 2층에 마곡지구 역사와 한강리노베이션 홍보 벽면 전시물 전시, 관람시간 10분 이내</p> <p>운영현황</p> <p>면적 2,033㎡/지상3층 시설비 73억/운영비 연1억5천/ 직원 7명 관람객 하루 300명 2011년 휴관 뒤 시업관으로 변경</p>	<p>개요</p>  <p>위탁: 마곡구 상업동 택지 개발지구 내 개관: 2002. 10. 재개관: 2010. 10. 목적: 상업동 DMC단지 소개 및 최첨단 정보통신기술 전시와 3D를 통한 서울의 미래 체험</p> <p>프로그램 및 콘텐츠</p> <p>지하 12m의 마곡리노베이션 디자인파크 (Dip Road) 구조물에서 유아케이스 상설전시관(다기능 미디어 스트리트와 다양한 IT 세상을 체험할 수 있는 공간 제공)</p> <p>운영현황</p> <p>총면적 1천715㎡/지상3층/ 공사비 3996천 방문객 연 427천여 명 연간 3988천여 명의 높은 운영비가 소요됨</p>	<p>개요</p>  <p>위탁: 청계천 마곡동 사설관리공단 내 개관: 2005. 9. 목적: 청계천 북한 홍보 및 청계천 600년 역사 자료 전시</p> <p>프로그램 및 콘텐츠</p> <p>조선시대 청계천/ 1980~70년대 복개과정 영상모형/ 청계천도시 과정의 결과 전시/ 어린이에게 친숙한 구성한 시간 미디어지, 3D영상 등 전시</p> <p>운영현황</p> <p>총면적 1,728㎡/지상4층, 지하2층 시설비 130억/운영비 연 16억/ 직원 7명 인선 사람의 입적 홍보라는 자적이 있어 논란이 있음</p>
<p>→</p> <p>- 기존 홍보관 활용 재조, 기존 홍보전시장의 콘텐츠 - 접근성의 문제/개인 관람객의 접근성 낮아 방문객 저감</p> <p>- 일방적 홍보 차질(도사계획 및 콘텐츠 중심 - 재미요소/체험이벤트 부족), 소동 부재</p> <p>- 시티갤러리는 처음 서울디자인갤러리의 하나로 기획되었으나, 기존 홍보관과 차별화된 정체성 및 방향성 구축 필요</p>					

시티갤러리 '通' 공간활용 보완 계획

■ 실시설계안 지하1층 공간배치계획(안)



■ 실시설계안 지하2층 공간배치계획(안)



53

2011년 10월
당초 실시설계가 완료되었으나,
새로운 시정 출발과 함께
시민중심 공간의 확대 필요성 논의로
보완 재검토 요청
2012년 1월 20일

2012년 2월 말
보완이나 조정이 불가능하고,
전면적인 재설계가 필요하다는 결정
2달 동안 시티갤러리 기본계획을
다시 수립하는 프로젝트 착수
2012년 3월

**질문! 왜, 늘 공공은
시민을 그런 수동적인 존재로
대우하는 것일까?**

**이미 시민은 그런 존재가 아닌데...
공공은 늘 그 인식에 머물러 있다.**

**이 관계 자체를 혁신하는
새로운 공간을 기획한다!**

시민을 위해 봉사하는 집 ‘시청廳’

시민을 위한, 시민에 의한, 경청의 마당 ‘시민청聽’

-서로의 이야기를 상호경청하는 서울의 ‘큰 귀(The Big Ear)’ : 소통을 하려면 ‘말하기’와 ‘들어주기’가 조화롭게 이루어져야 한다.

-시민의 이야기를 편견 없이 들어줄 수 있는 서울의 ‘진정성 있는 귀(The Ear of Sincerity)’ : 시가 시민과 소통을 하려면 먼저 시민의 이야기를 들어주는 단계가 필요하다.

-시민이 자유롭게 또한 창의적으로, 자신의 생각을 표현하도록 초대된 공간

경청傾聽이라는 테마와의 연계를 위한 ‘무엇’ :

자유로운 자기표현의 장

[시민의 목소리]

‘경청’을 테마로 한 시각 상징물

말로 표현하는 행위

성숙한 의사표현의 연습

[다양한 형편의 이야기]

감동적인 이야기, 재미난 이야기, 억울한 이야기, 사소한 이야기, 고민 이야기..

서로의 이야기를 들어주는 연습

[소리로 표현하는 다양한 감정]

웃음소리, 울음소리, 비명소리, 고향소리..



[생활의 소리]

도란도란, 시끌벅적, 왁자지껄, 수란수란, 웅성웅성..

[도시의 소리]

자동차소리, 안내방송소리, TV소리..

[자연의 소리]

물소리, 빗소리, 바람소리, 새소리..

[적막의 소리]

[내면의 소리]

소리로 감상하는 갤러리

귀기울여 듣는 행위

사라져버릴 소리를 기록하는 행위

‘서울의 소리’ 아카이브

[시민이 만들어내는 소리]

녹음스튜디오

시민을 위한 아시아 최고의 녹음시설을 가진 시청

- 영국 ‘Abbey Road Studio’ 설계자가 깊은 관심을 보임

- 시민이 대안하여 사용할 수 있는 스튜디오 > 시민창의산업 지원행위

시민을 위해 사용할 수 있는 소리저작권 발생

- 서울시 산하 관공서 건물의 엘리베이터, 지하철 등의 알람음으로 사용

- 시민이 무료로 사용할 수 있는 전화기 킬러링 사운드 등



서울광장 > 시민청 표현의 공간 > 경청의 공간

1인자유무대

개인의 생각, 의견, 재능 등을 대중 앞에 자유로이 발표할 수 있는 일인 무대. 공연도덕과 예의를 준수하는 한 어떤 주제라 표현도 모두 허용함

[한마음나눔장]

시민발의에 의해 도움이 필요한 이웃을 위한 기금 마련을 목적으로 한마음으로 물려 운영되는 나눔장터

[활력콘서트]

시민의 삶에 활력을 더하기 위한 언더그라운드 시민 뮤지션들의 공연. 장르의 구분을 두지 않음.

톡톡 디자인샵 & 갤러리

- 톡톡 튀는 아이디어가 돋보이는 디자인제품샵
- Tag It 디자인제품 전시/판매
- 사회적기업, 청년창업 우수제품 전시/판매

인포허브스테이션

- 시민청 소개 및 서울시 시민생활마당 정보(문화/예술/교육/관광 등)를 검색할 수 있는 키오스크
- 시민청의 다양한 프로그램에 대한 투표/참여 신청을 할 수 있는 시민청 온라인 플랫폼 제공

[동행이벤트]

- 성인식/결혼식/회혼식 등 시민의 삶의 소중한 순간을 축하하고 격려하기 위한 이벤트 프로그램 제공
- 시민 삶의 여정과 함께 하는 시청

도란도란카페 & 담벼락미디어

- 도란도란카페 : 실시간으로 찍을 자어 도란도란 이야기를 나눌 수 있는 카페
- 개개인의 자유로운 표현을 위해 자유롭게 낙서를 했다 지웠다 할 수 있는 테이블 비치
- 담벼락미디어 : 시민 누구나가 참여할 수 있는 영상전. 자기 삶의 소중한 기록이 담긴 이 순간을 스마트폰으로 촬영하여 보내면 담벼락 미디어 화면을 통해 실시간으로 공유

[사랑방워크숍]

시민에 의해 발의된 일상 속 속 작은 삶의 문제를 주제로 한 토론 및 창의적 시민연극 방식의 워크숍 프로그램

이벤트홀

플라자

씨름틀, 워크숍룸

시민에 의한, 시민에 대한, 시민을 위한

돈구름갤러리 기획전

플라자공간의 천장에 설치된 다수의 스크린 화면을 이용, 소리없이 영상으로만 감상할 수 있는 작품 전시

활짝라운지

- 시민에게 활짝 열린 휴식/교류/관람 공간
- Adjustable Dock을 이용, 정제되어있는 공간을 활짝 펼쳐 다양한 연출

[정책카페|시민포럼]

시민이 서울시 정책제안의 적극적 주체가 되어 문제제기와 해결방안을 함께 모색, 이를 정책에 반영케 하기위한 통로

태평홀

경 청 의 마 당
시민[청]
Program & Space

3갤러리

소리갤러리 기획전+아카이브

'경청의 마당'이라는 시민청의 정체성을 대변, '청각'을 통해 감상하는 소리작품 갤러리

2갤러리

시민청갤러리 기획전

'서울'과 '서울시민의 삶'을 테마로 한 기획 전시, 연중 2-4회 개최

스튜디오

0갤러리

1갤러리

바스락 스튜디오 & 콘서트룸 대어공간

- 시민이 이용할 수 있는 아시아 최고의 녹음시설
- 서울시 저작권의 서울(시민의 소리 아카이브) 구축, 이를 시민을 위한 공간에 다양하게 활용가능케 함
- 시민이 이용할 수 있는 미니콘서트룸

유구갤러리 상설전

신항사 건축 과정에 발전된 유구 전시실

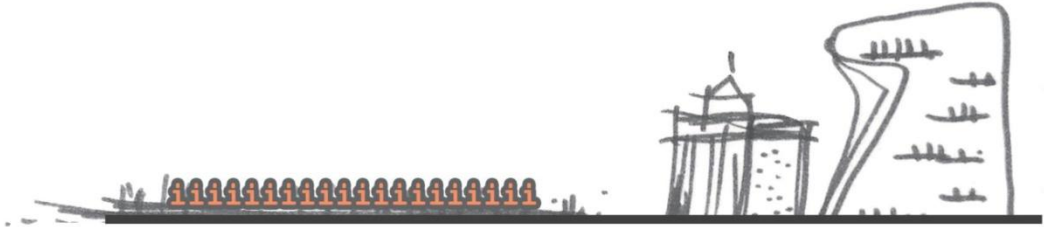
시티갤러리 상설전

- 신청사 컨셉트/설립과정/건축도면 등 전시
- 기초공사 복원공간 - 주요문서 전시 - 미래유산 전시

다양한 시민을 위한, 다양한 표현의 공간

서울광장 : 동일한 목적의 표현을 위해 모인 대중적 시민의 공간

경청의 마당, 시민청 : 다양한 목적, 다양한 표현을 위해 열린 개별적 시민의 공간

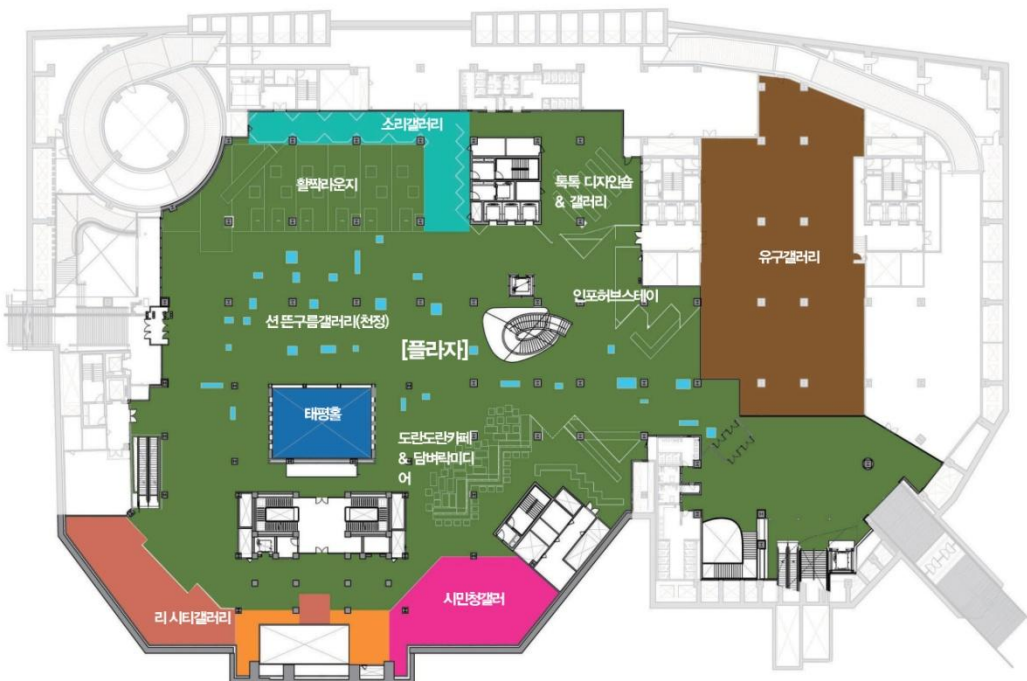


B1_친화프로그램 공간 : 뚜렷한 목적 없이도 누구나 부담없이 참여할 수 있는 프로그램들로 구성, (시민청갤러리, 소리갤러리, 한미음나눔장터, 도란도란카페 & 담바락미디어 등)

B2_심화프로그램 공간 : 보다 구체적인 목적을 가진 시민들이 몰입하여 활동을 펼칠 수 있는 공간 (정학카페, 시낭송워크숍, 바스락스튜디오, 미니콘서트 등)



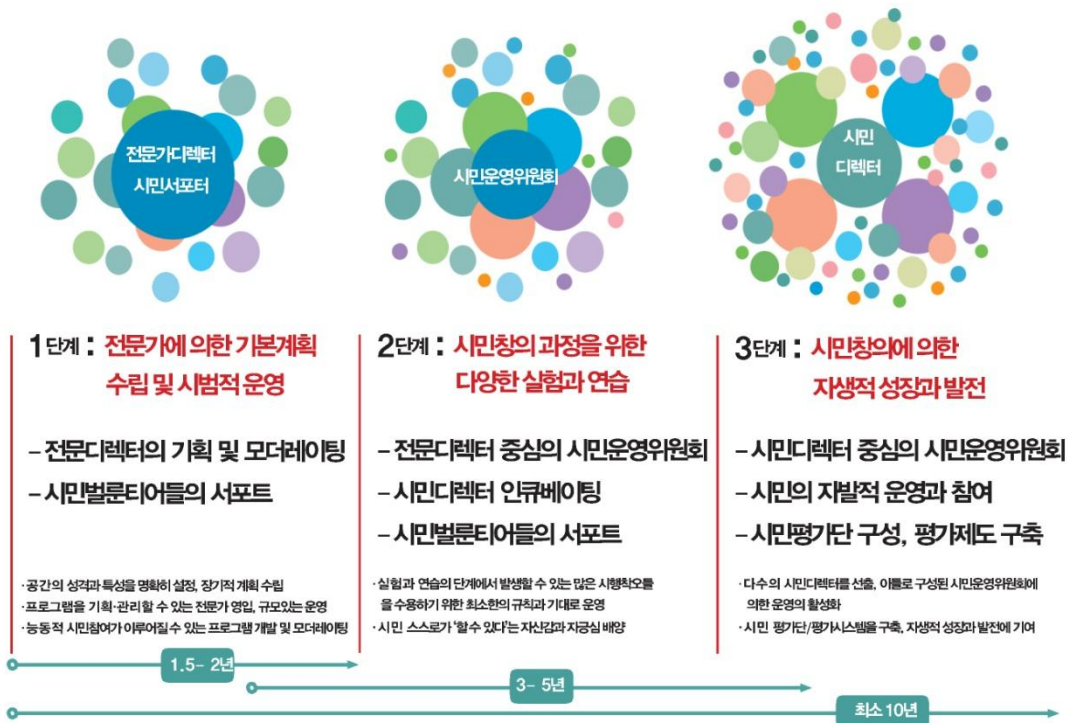
3. 공간기획 2. B1_ 친화프로그램공간_ Floor Plan_ 다양한 시민활동을 유도하는 '비움'과 '유연성'의 공간



3. 공간기획 5-1. B2_ 심화프로그램공간_Floor Plan



4. 실행기획 1. 시민의 자발적 참여를 유도하는 단계별 운영 모형



경청하는 소통기계 ‘여보세요’







why

목적과 철학을 중심으로 왜 디자인 정책을 해야 하는가를
질문하고 새롭게 뼈대를 세우는 것

사회혁신을 가능하게 하는 디자인, 즉 소셜디자인, 소셜마케팅, 사회적고용을 만드는

- 1 디자인을 중심으로 다양한 사회문제에 접근하는 디자인
- 2 소셜이슈를 새로운 방식으로 혁신하는 과정에 동참하는 디자인

how

어떻게 협업하는 사람들의 자발적 동기를 지속적으로
끌어내는가에 관한 것과 행정 프로세스에 관한 것

밖으로 경계와 역할을 정하고, 안으로 토양과 채소를 살피는

- 1 밖으로, 충남과 충남공공디자인센터, 그리고 디자인계의 역할관계 재정립
- 2안으로, 센터의 내적 전문성을 키우는 '디자인정책 전문가'로서 교육과 경험
- 3 제도에서, 간과해온 공공영역의 디자인 프로세스를 새롭게 하는 과제

충남의 새 디자인
정책연구와 실천

what

사업기획과 조정은 기존사업을 위의 관점에서
제대로 이해하고 평가한 후에 조정해도 늦지 않다는 것

시민들을 위해서가 아니라, 시민들과 함께하는

시티갤러리에서 시민청으로, 소통을 이루지 못해온 대규모 시책사업의 문제를
시민들과의 새 소통을 통해 해결하는 디자인의 새 면모를 보여주는 사례

감사합니다
사회를 변화시키는
디자인 정책
같이 하시죠!