



저작자표시-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2009학년도
박사학위논문

공공디자인의 평가척도어 추출에 관한 연구
Extraction of Evaluation Criterion Descriptions for Public Designs

조선대학교 대학원

디자인경영학과

정 희 정

공공디자인의 평가척도어 추출에 관한 연구
Extraction of Evaluation Criterion Descriptions for Public Designs

지도교수 윤 갑 근

이 논문을 디자인학 박사학위 논문으로 제출함

2009년 6월

조선대학교 대학원

디자인경영학과

정 희 정

정희정의 박사학위논문을 인준함

심사위원

심사위원장

鄭奎金 士 照

심사위원

李奎金 晴 雄

심사위원

金奎金 明 周

심사위원

趙奎金 春 準

심사위원

尹奎金 甲 根

2009년 6월

조선대학교대학원

제 1 장 서 론

- 1.1 연구의 배경 및 목적
- 1.2 연구의 범위 및 방법
- 1.3 연구 개념도



제 2 장 공공디자인의 이론적 고찰

2.1 공공디자인의 정의

2.1.1 공공디자인의 개념과 유래

2.1.2 공공디자인의 현대적 의미

2.2 공공디자인의 변천과 유형

2.2.1 한국의 공공디자인 변천사

2.2.2 공공영역과 공공성의 인식 변화

2.3 선행연구



제 3 장 한국의 공공디자인 현황

3.1 제도와 정책

3.1.1 디자인 정책현황

3.1.2 문화도시를위한 공공디자인정책

3.1.3 공공디자인관련 입법정책

3.2 디자인


3.2.1 공공디자인과 문화

3.2.2 유니버설디자인

3.2.3 배리어프리



제 4 장 국내·외 공공디자인 사례조사

- 4.1 조사 개요
 - 4.1.1 조사대상지
 - 4.1.2 조사방법
 - 4.2 사례조사
 - 4.2.1 공공공간디자인
 - 4.2.2 공공시설물디자인
 - 4.2.3 공공매체디자인
 - 4.2.4 공공철학
 - 4.3 선행사례
 - 4.3.1 국내선행사례
 - 4.3.2 국외선행사례
 - 4.4 소결
- 

제 5 장 공공디자인 평가척도어 추출

5.1 분석방법 개요

5.1.1 설문대상자 선정

5.1.2 분석방법

5.2 분석결과

5.2.1 설문조사분석

- 1) 제1차 전문가집단 예비 설문분석
- 2) 제2차 전문가집단 심층면접 설문분석
- 3) 조사대상자의 일반적 특성

5.2.2 분석그룹의 특성

- 1) 제도 및 정책측면 인식
- 2) 디자인측면 인식
- 3) 교육·문화·사회적측면 인식

5.2.3 평가척도어 추출

- 1) 국내사례를 바탕으로한 평가척도어 추출
- 2) 국외사례를 바탕으로한 평가척도어 추출

5.3 소결

5.3.1 국내사례 평가척도어 추출종합

5.3.2 국외사례 평가척도어 추출종합

5.3.3 공공디자인 평가척도어 추출

제 6 장 결 론

참 고 문 헌

부 록

Abstract

Extraction of Evaluation Criterion Descriptions for Public Designs

Jeong Hee Jeong

Academic Advisor: Professor Yoon Gab Geun

Department of Design Management,

Graduate School of Design

Chosun University

The Korean street environment is shifting rapidly from private region oriented to public region oriented and from economy focused to human focused. Considering design competence of Korea, it is expected that Koreans will soon be able enjoy public facilities with great designs which far exceed those of developed city-states. The public medium based on the characteristics such as identifiability, necessity, manageability, aestheticity, stability, spaciousness, functionality, culturality and formability should also accompany the philosophical and cultural traits including morality and ethics, order and manners. Korean street environment requires the much humanistic 'human focused public designs' for the people living in the 21st century.

To achieve this end, the site studies for public designs in street environment were performed for 40 city-states in 16 countries including both national and international developed city-states. Based on this, for the professional groups, evaluation criterion descriptions for public designs were developed through in-depth interviews and preference analysis was conducted. After these studies, the survey results, which were based on the recognition characteristics of public designs and public design medium, were collected from both professional and unprofessional

groups. Finally, the main evaluation criterion descriptions for public designs were selected to provide the fundamental data to be used in developing and establishing public design medium.

The 2nd chapter specifies the definition, concept and origins, modern definition, changes and types of public designs. It also includes the advanced studies conducted on public designs.

The 3rd chapter underlines Korean systems and policies regarding public designs, describes the current status of public designs through public designs and culture, and includes examples of universal design and barrier free to explain the design strategies.

The 4th chapter includes cases of site-studies conducted in national and international cite-states and illustrates advanced examples of national and international public designs through document study.

The 5th chapter includes the survey results collected from professional and unprofessional groups carefully divided by the level of recognition and professionalism towards public designs. The study results were statistically analyzed and the final evaluation analysis was completed with a systematical correlation study.

The data collected in this study was analyzed as following with the statistics program, SPSS/Win 12.0. Firstly, a frequency analysis was conducted to find the general characteristics of the subject of the study. Secondly, a cross tabulation analysis was performed to test the differences in the level of recognition for professional and unprofessional groups in terms of systems and policies, designs, and education, culture and society. Thirdly, a cross tabulation analysis was conducted to develop and extract the evaluation criterion descriptions for public designs based

on national and international case studies. Lastly, a T-test was carried out to examine the preference based on the inclinations towards the public designs described in the national and international case studies. All of the analysis were assessed with the significance level of $p < .05$, $p < .01$, and $p < .001$.

The 6th chapter, a conclusion, divides the public designs into 8 small categories based on national and international case studies. A T-test was conducted to test the preference among the evaluation criterion descriptions in the aforementioned 8 categories including city environment, public architecture and indoor environment, transportation facility, convenience facility, supply facility, information medium, symbolic medium, and public philosophy. With the significance level of $p < .05$, $p < .01$, and $p < .001$, the test extracted the followings as the most frequently selected descriptions: culturality, communicability, aestheticity, harmonizability, manageability, spaciousness, and environmentality.

Moreover, the design model was adjusted and supplemented with the changes including the design transitions from private region oriented to public region oriented and from economy focused to human focused. The model is to be used as the fundamental data in developing and establishing public design medium. With considerations for others, kindness and social order in mind while utilizing the public facilities, a desirable public designs will be finally settled in Korea and Korea will achieve a competitive advantage in public designs among the developed countries in the world.

The expected purposes of this study are to provide the fundamental data for Korea to achieve a competitive advantage in terms of public designs and to raise the level of country-brand recognition through correct implementation of public designs based on harmony and harmonic communication between the city environment and human.

목 차

Abstract

제1장 서론

1.1 연구의 배경 및 목적	1
1.2 연구의 범위 및 방법	4
1.3 연구 개념도	7

제2장 공공디자인의 이론적 고찰

2.1 공공디자인의 정의	8
2.1.1 공공디자인의 개념과 유래	8
2.1.2 공공디자인의 현대적 의의	16
2.2 공공디자인의 변천과 유형	20
2.2.1 한국의 공공디자인 변천사	20
2.2.2 공공영역과 공공성의 인식변화	22
2.3 선행연구	27

제3장 한국의 공공디자인 현황

3.1 제도와 정책	29
3.1.1 디자인 정책현황	29
3.1.2 문화도시를위한 공공디자인 정책	31
3.1.3 공공디자인관련 입법정책	35
3.2 디자인	39
3.2.1 공공디자인과 문화	39

3.2.2 유니버설디자인	43
3.2.3 배리어프리	47

제4장 국내·외 공공디자인 사례조사

4.1 조사 개요	52
4.1.1 조사대상지	52
4.1.2 조사방법	53
4.2 사례조사	53
4.2.1 공공 공간디자인	53
4.2.2 공공 시설물디자인	86
4.2.3 공공 매체디자인	117
4.2.4 공공철학	140
4.3 선행사례	146
4.3.1 국내 선행사례	146
4.3.2 국외 선행사례	147
4.4 소결	170

제5장 공공디자인 평가척도어 추출

5.1 분석방법 개요	172
5.1.1 설문대상자 선정	172
5.1.2 분석방법	174
5.2 분석결과	175
5.2.1 설문조사 분석	175

1) 제1차 전문가집단 예비 설문분석	175
2) 제2차 전문가집단 심층면접 설문분석	188
3) 조사대상자의 일반적 특성	202
5.2.2 분석그룹의 특성	205
1) 제도 및 정책측면 인식	205
2) 디자인측면 인식	212
3) 교육·문화·사회적측면 인식	216
5.2.3 평가척도어 추출	218
1) 국내사례를 바탕으로한 평가척도어 추출	218
2) 국외사례를 바탕으로한 평가척도어 추출	229
5.3 소결	241
5.3.1 국내사례 평가척도어 추출종합	241
5.3.2 국외사례 평가척도어 추출종합	243
5.3.3 공공디자인 평가척도어 추출	245
제6장 결론	248
참고문헌	254
부 록	260

표 목 차

[표1-1] 공공 공간디자인 연구 범위표	5
[표1-2] 공공시설물 디자인 연구 범위표	5
[표1-3] 공공 매체디자인 연구 범위표	5
[표1-4] 공공철학 연구 범위표	5
[표4-1] 직접조사방문국가	52
[표4-2] 광장 1	55
[표4-3] 광장 2	56
[표4-4] 광장 3	57
[표4-5] 광장 4	58
[표4-6] 공원 1	60
[표4-7] 공원 2	61
[표4-8] 수공간 1	62
[표4-9] 수공간 2	63
[표4-10] 수공간 3	64
[표4-11] 도심 녹지공간 1	65
[표4-12] 도심 녹지공간 2	66
[표4-13] 도심 녹지공간 3	67
[표4-14] 가로수 1	68
[표4-15] 가로수 2	69
[표4-16] 화분대와 화분	70
[표4-17] 노면전차	71
[표4-18] 차전거도로 1	72
[표4-19] 차전거도로 2	72
[표4-20] 차전거도로 3	73

[표4-21] 파출소 1	74
[표4-22] 파출소 2	74
[표4-23] 문화재 1	75
[표4-24] 문화재 2	75
[표4-25] 문화재 3	76
[표4-26] 박물관	77
[표4-27] 미술관	78
[표4-28] 노약자와 장애인시설 1	80
[표4-29] 노약자와 장애인시설 2	80
[표4-30] 노약자와 장애인시설 3	81
[표4-31] 지하철매표소 1	81
[표4-32] 지하철매표소 2	82
[표4-33] 공항 1	82
[표4-34] 공항 2	83
[표4-35] 철도·지하철역 1	84
[표4-36] 철도·지하철역 2	85
[표4-37] 철도·지하철역 3	85
[표4-38] 철도·지하철역 4	86
[표4-39] 가로등 1	88
[표4-40] 가로등 2	89
[표4-41] 자전거 주차대 1	90
[표4-42] 자전거 주차대 2	90
[표4-43] 자전거 주차대 3	90
[표4-44] 자전거 주차대 4	91
[표4-45] 버스정류장 1	91

[표4-46] 버스정류장 2	92
[표4-47] 택시정류장 1	93
[표4-48] 택시정류장 2	94
[표4-49] 횡단보도와 보행신호등 1	95
[표4-50] 횡단보도와 보행신호등 2	96
[표4-51] 횡단보도와 보행신호등 3	97
[표4-52] 핸드레일 1	98
[표4-53] 핸드레일 2	98
[표4-54] 핸드레일 3	98
[표4-55] 신호등 1	99
[표4-56] 신호등 2	100
[표4-57] 주차시설 1	101
[표4-58] 주차시설 2	101
[표4-59] 자전거 신호등	102
[표4-60] 자전거 횡단보도	103
[표4-61] 벤치 1	104
[표4-62] 벤치 2	105
[표4-63] 벤치 3	105
[표4-64] 벤치 4	105
[표4-65] 벤치 5	106
[표4-66] 휴지통 1	107
[표4-67] 휴지통 2	108
[표4-68] 음수대	108
[표4-69] 화장실 1	109
[표4-70] 화장실 2	109

[표4-71] 화장실 3	110
[표4-72] 가판대 1	110
[표4-73] 가판대 2	111
[표4-74] 특산물 판매장	112
[표4-75] 신호전 1	112
[표4-76] 신호전 2	113
[표4-77] 우체통 1	113
[표4-78] 우체통 2	114
[표4-79] 우체통 3	114
[표4-80] 소화전	115
[표4-81] 공중전화 1	116
[표4-82] 공중전화 2	116
[표4-83] 공중전화 3	117
[표4-84] 공중전화 4	117
[표4-85] 공사가림막 1	118
[표4-86] 공사가림막 2	118
[표4-87] 고속도로 이정표	119
[표4-88] 자전거 교통안전표지 1	120
[표4-89] 자전거 교통안전표지 2	121
[표4-90] 자전거 픽토그램	122
[표4-91] 교통안전 표지판 1	123
[표4-92] 교통안전 표지판 2	124
[표4-93] 인포메이션(지역·관광안내도) 1	125
[표4-94] 인포메이션(지역·관광안내도) 2	125
[표4-95] 인포메이션(지역·관광안내도) 3	125

[표4-96] 인포메이션(지역·관광안내도) 4	126
[표4-97] 인포메이션(지역·관광안내도) 5	126
[표4-98] 인포메이션(지역·관광안내도) 6	126
[표4-99] 자동차 번호판 1	127
[표4-100] 자동차 번호판 2	128
[표4-101] 픽토그램 1	129
[표4-102] 픽토그램 2	130
[표4-103] 정보광고 1	131
[표4-104] 정보광고 2	132
[표4-105] 간판 1	134
[표4-106] 간판 2	134
[표4-107] 상징조형물	136
[표4-108] 랜드마크 1	137
[표4-109] 랜드마크 2	137
[표4-110] 환경그래픽 1	139
[표4-111] 환경그래픽 2	139
[표4-112] 환경그래픽 3	140
[표4-113] 도시의 색	142
[표4-114] SOS 1	143
[표4-115] SOS 2	144
[표4-116] SOS 3	144
[표4-117] STOP	145
[표5-1] 전문가 집단의 일반적 특성	175
[표5-2] 공공디자인에 대한 인식	176
[표5-3] 공공디자인 평가 예비척도어	177

[표5-4] 전문가 집단의 일반적 특성	188
[표5-5] 공공디자인에 대한 인식	190
[표5-6] 도시환경 공공디자인 예비 평가척도어	192
[표5-7] 공공건축 및 실내환경 공공디자인 예비 평가척도어	192
[표5-8] 교통시설 공공디자인 예비 평가척도어	193
[표5-9] 편의시설 공공디자인 예비 평가척도어	194
[표5-10] 공급시설 공공디자인 예비 평가척도어	194
[표5-11] 정보매체 공공디자인 예비 평가척도어	195
[표5-12] 상징매체 공공디자인 예비 평가척도어	196
[표5-13] 공공철학 공공디자인 예비 평가척도어	196
[표5-14] 전문가 집단의 일반적 특성	202
[표5-15] 비전문가 집단의 일반적 특성	204
[표5-16] 공공디자인의 중요성	205
[표5-17] 정부기관 위상	206
[표5-18] 공공디자인과 관련 깊은 정부부처	207
[표5-19] 공공디자인의 국가경쟁력을 위한 최우선시 요소	208
[표5-20] 공공도덕과 국민윤리 수준	209
[표5-21] 공공디자인 발전을 위해 가장 시급한 문제	209
[표5-22] 개발필요 척도어	210
[표5-23] 디자인교육 필요성	211
[표5-24] 공공디자인물에서 가장 중요한 요소	212
[표5-25] 공공디자인 매개체들에서 가장 큰 저해 요소	213
[표5-26] 공공디자인물에서의 걱정 색채	213
[표5-27] 중요 이성론적 요소	214
[표5-28] 주변 환경과의 조화	215

[표5-29] 공공디자인물 만족도	216
[표5-30] 공공디자인의 선진국 대비 부족여부	216
[표5-31] 선진국 대비 미흡한 이유	217
[표5-32] 각국의 공공디자인에서 중요하고 받아들여야할점	218
[표5-33] 도시환경	219
[표5-34] 공공건축및 실내환경	220
[표5-35] 교통시설	221
[표5-36] 편의시설	222
[표5-37] 공급시설	223
[표5-38] 정보매체	224
[표5-39] 상징매체	224
[표5-40] 시민의식과 공공의 질서	225
[표5-41] 문화성	226
[표5-42] 소통성	227
[표5-43] 심미성	227
[표5-44] 관리성	228
[표5-45] 조화성	228
[표5-46] 친환경성	229
[표5-47] 장소성	229
[표5-48] 도시환경	230
[표5-49] 공공건축 및 실내환경	231
[표5-50] 교통시설	232
[표5-51] 편의시설	233
[표5-52] 공급시설	234
[표5-53] 정보매체	235

[표5-54] 상징매체	236
[표5-55] 시민의식과 공공의 질서	236
[표5-56] 문화성	237
[표5-57] 소통성	238
[표5-58] 심미성	238
[표5-59] 관리성	239
[표5-60] 조화성	239
[표5-61] 친환경성	240
[표5-62] 장소성	240
[표6-1] 공공디자인 평가척도어 추출	251

그림목차

그림 1-1 연구의 개념도	7
그림 2-1 동경올림픽 포스터	11
그림 3-1 한국의 홍보용 포스터	43
그림 4-1 직접조사 방문국가	52
그림 4-2 서울 소규모 하천현황	62
그림 4-3 뉴욕 Community Identity 적용 사례	153
그림 4-4 Hybrid Product Design+Development 팀의 하이브리드 택시 디자인 제안들	159
그림 4-5 Birsell+ Seck의 뉴욕 택시 디자인 아이디어들	160
그림 4-6 Aritenna Design New York Inc.의 디자인안	160
그림 5-1 설문조사 개념도	174
그림 5-2 공공디자인에 관한 예비척도어	179
그림 5-3 도시환경 디자인평가 선호척도어 선정구성도 (제1차 전문가집단 설문조사)	180
그림 5-4 공공건축 및 실내환경 디자인평가 선호척도어 선정구성도 (제1차 전문가집단 설문조사)	181
그림 5-5 교통시설 디자인평가 선호척도어 선정구성도 (제1차 전문가집단 설문조사)	182
그림 5-6 편의시설 디자인평가 선호척도어 선정구성도 (제1차 전문가집단 설문조사)	183
그림 5-7 공급시설 디자인평가 선호척도어 선정구성도 (제1차 전문가집단 설문조사)	184
그림 5-8 정보매체 디자인평가 선호척도어 선정구성도 (제1차 전문가집단 설문조사)	185
그림 5-9 상징매체 디자인평가 선호척도어 선정구성도 (제1차 전문가집단 설문조사)	186
그림 5-10 공공철학 디자인평가 선호척도어 선정구성도 (제1차 전문가집단 설문조사)	187
그림 5-11 도시환경 디자인평가 예비척도어 선정구성도 (제2차 전문가집단 설문조사)	198
그림 5-12 공공건축 및 실내환경 디자인평가 예비척도어 선정구성도 (제2차 전문가집단 설문조사)	198
그림 5-13 교통시설 디자인평가 예비척도어 선정구성도 (제2차 전문가집단 설문조사)	199
그림 5-14 편의시설 디자인평가 예비척도어 선정구성도 (제2차 전문가집단 설문조사)	199

그림 5-15 공급시설 디자인평가 예비척도어 선정구성도 (제2차 전문가집단 설문조사)	200
그림 5-16 정보매체 디자인평가 예비척도어 선정구성도 (제2차 전문가집단 설문조사)	200
그림 5-17 상징매체 디자인평가 예비척도어 선정구성도 (제2차 전문가집단 설문조사)	201
그림 5-18 공공철학 디자인평가 예비척도어 선정구성도 (제2차 전문가집단 설문조사)	201
그림 5-19 평가척도어 추출 종합_국내	241
그림 5-20 7개 평가척도어 선호도 종합_국내	242
그림 5-21 평가척도어 추출 종합_국외	243
그림 5-22 7개 평가척도어 선호도 종합_국외	244
그림 5-23 공공디자인물 평가척도어1	245
그림 5-24 공공디자인 평가척도어2	246
그림 5-25 공공디자인 평가척도어	246
그림 5-26 성향별 평가척도어 네트워크 구성도	247
그림 6-1 설문조사를 통한 공공디자인 영역별 선호평가어 추출도	250
그림 6-2 디자인 목적의 전환모델	251
그림 6-3 공적영역의 디자인 모델	252

부록목차

부록 1-1 국내·외 공공디자인 사례조사 대표사진 자료표1	260
부록 1-2 국내·외 공공디자인 사례조사 대표사진 자료표2	261
부록 1-3 국내·외 공공디자인 사례조사 대표사진 자료표3	262
제1차 전문가집단 예비 설문조사	263
제2차 전문가집단 심층면접 설문조사	266
제3차 비전문가집단 설문조사	271
제3차 전문가집단 설문조사	280
제3차 전문가집단 설문조사를 통한 평가항목의 중요도 추출표	290

국문초록

공공디자인의 평가척도어 추출에 관한연구

정 희 정

지도교수 윤갑근

디자인경영학과

조선대학교 대학원

한국의 가로환경은 사적영역의 중심에서 공적영역으로, 경제중심에서 인간 중심으로 중심이 빠르게 이동되고 있어 한국의 디자인 역량으로 볼때 선진 도시국가 보다 뛰어난 디자인이 적용된 공공시설물이 가로환경에 속속 등장할것이다. 공공디자인에 있어서 식별성, 필요성, 관리성, 심미성, 안정성, 장소성, 기능성, 문화성, 조형성등을 바탕으로하여 이루어지는 공공매개체들은 이와같은 척도어외에 반드시 도덕과 윤리, 질서, 예절등의 철학적 문화적요인들이 함께하여야 한다. 한국의 가로환경은 21세기를 살아가는 우리에게 보다 인간적인 인간을 위한 인간중심적 공공디자인이 요구되고 있다.

이를 위해 본 연구는 국내와 국외 선진도시국가 16개국 40개의 도시를 직접 방문 사례조사를 실시하여 가로환경에서 보여지는 공공디자인 매개체들의 현황을 살펴보았다. 이를 토대로 전문가집단의 심층면접 설문조사를 통하여 공공디자인 평가 척도어를 개발하고 선호도를 분석하여 이를 전문가집단과 비전문가집단에 대한 설문조사를 바탕으로 공공디자인에 대한 인식특성과 공공디자인개체물에 대하여 공공디자인 평가척도어를 추출하여 공공디자인 매개체의 개발과 설정에 있어 기초자료를 제시하고자 하였다.

제2장에서는 공공디자인의 정의, 공공디자인의 개념과 유래 그리고 공공디자인의 현대적 의의와 공공디자인의 변천과 유형에 대하여 살펴보고 공공디자인

인에 관한 선행연구를 고찰하였다.

제3장에서는 한국에서의 제도와정책 그리고 공공디자인과 문화를 통하여 공공디자인의 현황을 조사하고 공공디자인에 관해 알아보며 공공디자인을 위한 디자인전략으로서 유니버설디자인과 배리어프리에 대하여 서술하였다.

제4장에서는 국내·외 국가들의 직접방문 사례조사를 실시한 사례조사와 문헌조사를 통한 국내·외 공공디자인 선행 사례를 서술한다.

제5장에서는 공공디자인의 인식도와 전문성을 고려하여 크게 전문가집단과 비전문가집단으로 구분하여 설문조사를 실시하였고 설문조사의 피드백 정보에 의하여 생긴 수치들을 수집하고 통계 정리하여 통계수치 및 체계적으로 상호간의 관계를 찾아내고 나아가 결론을 내리고 평가분석을 완성하였다

본 연구에서 수집된 자료는 통계프로그램인 SPSS/Win 12.0을 사용하여 다음과 같이 분석하였다. 첫째, 조사대상자의 일반적 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 공공디자인에 대한 제도와 정책적 측면, 디자인 측면, 교육·문화·사회적 측면에서의 전문가 집단과 비전문가 집단의 인식을 살펴보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 셋째, 국내·외 사례를 바탕으로 한 공공디자인 평가척도어 추출을 위해 교차분석을 실시하였다. 넷째, 국내·외 사례를 바탕으로 한 공공디자인 평가척도어 성향으로 본 선호도 조사를 위해 t-test를 실시하였다.

이상과 같은 분석은 모두 유의수준 $p<.05$, $p<.01$, $p<.001$ 에서 검증하였다.

제6장 결론에서는

국내·외 사례를 바탕으로한 공공디자인 소분류로 8개의 영역을 설정. 즉, 도시환경, 공공건축 및 실내환경, 교통시설, 편의시설, 공급시설, 정보매체, 상징매체, 공공철학에서 평가척도어 성향으로 본 선호도 조사를 위해 t-test를 실시하였다. 이상과 같은 분석은 모두 유의수준 $p<.05$, $p<.01$, $p<.001$ 에서 검증하여 가장 많이 추출된 평가척도어로 문화성, 소통성, 심미성, 조화성, 관리

성, 장소성, 환경성을 추출하였다

아울러 디자인에서 진행되어진 사적영역의 중심에서 공적영역으로, 경제중심에서 인간중심으로 디자인 모델을 수정·보완하였다. 이를 공공디자인 매개체의 개발과 설정에 있어 기초자료로 제안한다. 아울러 훌륭하고 뛰어난 공공시설물의 활용에 있어 남을 위한 배려와 친절 양보와 질서의식이 함께 하였을 때 비로서 한국의 바람직한 공공디자인이 정착될 것이며 세계의 선진 도시국가들의 경쟁에서 우위에 서게 될것이다.

본연구의 기대효과는 도심공간내 공공디자인 매개체의 조화성을 바탕으로 올바른 적용이 적립되고 도시환경과 인간이 조화롭게 소통하여 한국의 브랜드 인지도를 알리며 도시국가의 경쟁력에서 우위에 설 수 있는데 기본지침의 기초자료로 활용하는데 그목적이 있다.

제1장 서론

1.1. 연구의 배경 및 목적

도시는 일종의 언어체계에 비유할 수 있다. 도시는 현재 그 공간을 점유하고 있는 사람들의 삶을 담은 완결된 명사형의 구조로서 존재하며, 도시 곳곳의 다양한 기호와 수식어들로 그 정체성을 표현하고, 무엇보다 역동적으로 변화하는 동사형의 어미를 갖는다. 현대의 도시는 거대한 성장과 변화의 불확실한 결합을 수용하는 대규모 공공영역의 창조로 그 영역을 확장하고 있다. 끊임없는 변화를 거듭하고 있는 도시속 형태들은 고전적인 도시공간에 대한 개념을 새롭게 하기를 요구하고 있다. 사회적 조건의 변화로 국가 단위의 경계가 더 이상 그 의미를 잃게 되면서, 더욱 가속화되고 있는 시·공간적 변화를 읽어내기 위해 보다 작은 규모의 공간 단위인 도시가 주목 받고 있는 것이다.¹⁾ 삶의 질을 개선하고, 국민의 문화적 감수성과 창의성을 고취하며, 나아가 도시와 국가의 경쟁력을 제고 하는 데 있어서 공공디자인이 차지하는 역할을 감안할 때, 이와 같은 공공디자인 열풍은 때늦은 감이 있다.²⁾

한국은 외국의 손님을 맞이하게 된 88올림픽을 계기로 한국의 도시는 가로의 공간 즉 공적영역 에서의 디자인을 인지하고 도약을 했다고 볼 수 있다. 이후에도 크고 작은, 자극과 동력은 있었으나 2005년 서울특별시에서 시행한 청계천 복원사업이 매우 성공적으로 평가된 이후 전국적으로 도시문제를 해결하는 새로운 해법으로 공공디자인이 새롭게 인식되고 있다. 그동안의 공공개발은 도시의 기능 위주로 문제를 해결하는 방법이였으나 이제는 기능뿐만 아니라 심미적이고 문화적인 해결방법으로써 공공디자인의 역할이 주목 받고 있다.³⁾ 우리 국민들 대다수의 마음속에는 이미 국민소득 2만 달러에 육박하며, 공공영역에 설치되는 각종 시설물에 선진국 수준 이상의 디자인과

1) 장기윤 『신문보도 분석을 통한 도시·공공 디자인 담론의 해석적 접근』 디지털디자인학연구 제8권제2호 통권18호(2008년 4월), pp.77-88 성남 : 한국디지털디자인협의회·한국디지털디자인학회, 2008.04.25

2) 한민호 『공공디자인 관련 입법의 바람직한 방향 건축과 사회』 통권 제11호 (2008년 봄), pp.85-91 서울 : 새로운문화를실천하는건축사협의회, 2008.03.20

3) 홍석일 『도시 공공디자인의 의의 및 필요성 도시문제』 서울 : 대한지방행정공제회, 제42권 제467호 (2007년 10월), pp.12-18 2007.10.01

문화를 원하고 있으며, 4) 공공공간의 질 제고는 다름 아닌 우리 일상생활의 질과 밀접한 관련이 있는 문제이다. 5) 서울시는 국제산업디자인단체 총연합회(ICSID) 총회를 통해 많은 경쟁 지역을 제치고 ‘세계 디자인 수도(World Design Capital, WDC)’에 선정되면서 세계무대에 서울시의 디자인 역량을 발휘할 토대를 마련했다. 이에 따라 정부는 도시 공공디자인 관련 업무를 통합·관리하는 디자인서울총괄본부를 중심으로 서울시의 각 부서와 함께 공공디자인에 대한 논의는 물론, 그에 따른 정책의 입안 및 결정과정의 신속성을 일괄하여 도시공공의 미관을 향상시키겠다고 밝혀 앞으로의 추진방향에 귀추가 주목되고 있다. 이미 정부는 현재 ‘디자인’이란 단어를 도시 정책의 키워드로 삼아 여러 정책을 추진하고 있으며 서울시 각 부처에서는 공공디자인 관련 사업들을 활발히 진행하고 있다. 6) 공공 개념의 공간과 시설 그리고 공공시설물은 개인의 차원을 떠나 크게는 한 국가의 이미지를 결정짓는 국가 정체성 확립에 가장 주요한 요소로 작용하며, 이는 한 국가의 선진화를 평가하는 가장 중요한 기준이 되고 있다. 7)

공공디자인에 대한 현재의 폭발적인 관심과 디자인에 대한 사회적 인식의 변화는 그간 디자인 내부에서 활발하게 이루어져왔던 계몽의 노력이 만들어 낸 결과로 볼 수 있다. 그러나 그것을 원인의 전부라고 할 수는 없다. 어떤 사회적 현상이 하나의 원인으로부터 발생하는 경우는 매우 드물기 때문이다. 우리가 경험하는 사회적 현상은 그것이 비록 사소한 것일지라도 복합적이고 다양한 원인들에 의해 만들어진다. 동일한 맥락에서 공공디자인에 대한 관심과 디자인에 대한 사회적 인식의 변화 역시 다양한 원인들과 관계하고 있다고 말할 수 있는 것이다. 테크놀로지의 발전과 정치적 지형의 변화, 디자인의

4) 박찬숙 『디자인으로 여는 매력적인 한국:designed in korea 건축과사회』 통권 제11호 pp.20-23 서울 : 새로운문화를실천하는건축사협의회, (2008년 봄), 2008.03.20

5) 조임식 『공공공간의 질 제고를 위한 협력 : 네덜란드 공간 창출의 문화 건축과사회』 통권 제11호 pp.100-108 서울 : 새로운문화를실천하는건축사협의회, (2008년 봄), 2008.03.20

6) 박진호 『뉴욕 시 공공디자인 정책 사례 고발 건축과사회』 통권 제11호 pp.109-122 서울 : 새로운문화를실천하는건축사협의회, (2008년 봄), 2008.03.20

7) 배지훈 ; 이상화 ; 조정형 『우리나라 공공디자인의 질적 향상을 위한 개선방안 연구: 서울시 가로환경 시설물을 중심으로』 한국디자인문화학회지. 제12권 특별호 1집 pp.11-18 안산 : 한국 디자인문화학회, (2006. 6), 2006.06.30

새로운 역할에 대한 사회적 요구, 다양한 문화를 수용할 수 있는 사회적 역력의 생성과 같은 외부적 요인들은 계몽이라는 디자인 내부의 노력과 함께 현재의 공공디자인 신드롬을 만들어내는 중요한 요인들이라 할 수 있다.

디자인은 ‘우리 인간이 어떻게 하면 아름답고 품격 있게 살 수 있는지에 대한 방법을 찾는 것’이다. 유럽 각국 시청이나 공공기관들은 디자이너를 채용해 플래너(planner)로 활용하고 있다. 아름답고 질서 있는 도시, 효율적인 공공서비스를 위해 디자이너가 팔을 걷어붙이고 있는 것이다. 서울시를 비롯한 모든 지자체가 디자인 전문부서를 신설하고 있다. 바야흐로 디자인이 한국에서 르네상스를 맞고 있다. 디자인은 사람이 하지만 그 디자인은 또다시 사람을 디자인한다.⁸⁾ ‘나’보다는 ‘남’을 배려하고 ‘우리’를 생각하면서, 인간과 자연, 그리고 미래를 생각하는 올바른 공공디자인 문화를 만들어야 한다. 도시는 인간이 살기 위한 곳이다. 그러나 그동안 급하게 산업경제화에만 초점을 맞추다 보니 삶의 근원인 자연과 인간성을 잃게 되었고 결국 이제는 잃어버린 것들을 찾기 위해 더 많은 투자와 설비를 갖추지 않으면 안 되는 상황에 처하게 되었다.⁹⁾ 현대 도시는 단지 국가에 비해 작은 규모를 가지고 있는 개념이 아니라 국가를 대체할만한 복잡성과 다양성을 가지고 있다¹⁰⁾ 사회·문화적인 차원에서 공공디자인은 다원화된 도시 거주자의 요구, 복합화한 도시 환경과 시설물들을 통합하고 조정해주어야 한다.¹¹⁾

이에 본 논문은 국내·외의 공공디자인에 대한 사례조사를 통하여 이해를 고찰하고 공공의 가로에서의 공공디자인물에 대한 공공디자인 평가 척도 어를 추출함으로써 공적영역의 디자인과 인간중심의 삶을 위한 디자인으로써의 디자인계의 발전과 공공디자인 정책의 반영, 아울러 국가경제와 글로벌시대에 도시국가로의 경쟁력을 위한 디자인적용 방안을 모색하기 위한 방법을 제시하는데 그 의의가 있다.

8) 이병문 과학기술부 차장 『포커스 디자인과 국가품격』 신문자료

9) 고희종 『도시문화 속의 길과 거리환경』 문화도시·문화 복지 67(99.9) pp.16-19 한국문화정책개발원

10) 장기운 『신문보도 분석을 통한 도시·공공 디자인 담론의 해석적 접근』 디지털디자인학 연구. 제8권 제2호 통권18호 (2008년 4월), pp.77-88 성남 : 디지털디자인협의회·한국디지털디자인학회, 2005.04.25

11) 이해련 『공공디자인을 적용시킨 도심부 보행공간 조성』 석사학위논문. 홍익대학교/건축대학원/조경설계전공. 2007.

1.2. 연구의 범위 및 방법

공공디자인이라는 단어가 아직도 일반인들에게는 친숙한 개념은 아니다. 하지만 국가가 발전하고 개인 소득도 늘어가면서 나와 가정의 범주를 넘어 내가 살고 있는 도시, 지자체 및 국가의 공간과 환경도 내 삶과 밀접한 관계가 있고 상호 영향을 받는다고 생각하기 시작하였으며 이런 생각들이 모아져 좀 더 쾌적한 도시와 농촌 환경을 만들려는 목적으로 공공디자인이 시작되었다. 좀 더 발전적으로는 공공디자인이 국민의 삶의 질 향상과 사회적 창의력의 원천, 더 나아가 국가 브랜드의 출발점임을 인식하기 시작하였다. 이처럼 공공디자인의 개념과 범위는 생각보다 넓고도 다양하다. 가깝게는 우리가 사용하는 여권, 행정서식, 자동차 번호판, 버스정류장과 지하철 내·외부의 디자인 및 간판과 광고판에서부터 더 멀리는 우리 도시의 색깔, CI(일반적인 의미를 넘어서 Community and Culture Identity의 의미), 조경 및 전체적인 분위기과 느낌까지도 공공디자인의 영역이라고 할 수 있다.¹²⁾ 본 연구는 권영걸 『공공디자인 산책』¹³⁾과 한창준, 김해동, 남수현 『21세기문화시대의 공공디자인연구』 디자인연구¹⁴⁾를 토대로 하여 대분류로 공간디자인, 시설물디자인, 공공매체디자인, 공공철학으로 이를 다시 도시환경, 공공건축과 실내환경, 교통시설, 편의시설, 공급시설, 정보매체, 상징매체, 철학의 8개의 항목으로 소분류하고 이를 통한 상세항목 과 조사영역은 다음의 [표1-1] 공공 공간디자인 연구 범위표, [표1-2] 공공시설물 디자인 연구 범위표, [표1-3] 공공 매체디자인 연구 범위표, [표1-4] 공공철학 연구 범위표 와 같이 분류하고 이를 다시 총51개의 영역으로 분류하여 본 연구의 범위로 설정하였다.

21세기에는 국가 경쟁력을 좌우하는 것은 기술이 아니라 문화에 바탕을 둔 상품개발이라고 한다. 이것은 프랑스 비교문화학자인 ‘소르베르닝’이 한국 IMF의 원인이 문화적 부가가치가 있는 상품을 개발하려는 의지가 부족하였

12) 양성모 『공공디자인 ‘문화 환경디자인’으로 격상시켜야』 (문화·관광)서울. vol.181 pp.74-77 서울 : 한국문화관광정책연구원, (2006. 7), 2006.07.01

13) 권영걸 『권영걸 교수의 공공디자인 산책』 사미헌.2008

14) 한창준 : 김해동 : 남수현 『21세기문화시대의 공공디자인연구』 디자인연구. 통권 제 11호 (2006년), pp/35-56 창원 : 창원대학교 디자인연구소, 2005.12.31

다고 지적한 것과는도 관련된다.¹⁵⁾

[표1-1] 공공 공간디자인 연구 범위표

분류		조사영역
공공 공간 디자인	1)도시 환경	(1)광장 (2)도심공원 (3)수공간 (4)도심녹지공간 (5)가로수 (6)화분대와화분 (7)노면전차 (8)자전거도로
	2)공공 건축 및 실내 환경	(1)파출소 (2)문화재 (3)박물관 (4)미술관 (5)노약자와 장애인시설 (6)지하철매표소 (7)공항 (8)철도·지하철역

[표1-2] 공공시설물 디자인 연구 범위표

분류		조사영역
공공 시설물 디자인	1)교통 시설	(1)가로등 (2)자전거주차대 (3)버스정류장 (4)택시정류장 (5)횡단보도와보행신호등 (6) 핸드레일 (7)신호등 (8)주차시설 (9)자전거신호등과 자전거 횡단보도
	2)편의 시설	(1)벤치 (2)휴지통 (3)음수대 (4)화장실 (5)가판대 (6)특산물판매점
	3)공급 시설	(1)신호전 (2)우체통 (3)소화전 (4)공중전화

[표1-3] 공공 매체디자인 연구 범위표

분류		조사영역
공공 매체 디자인	1)정보 매체	(1)공사가림막 (2)고속도로이정표 (3)자전거교통표지판 (4)자전거픽토그램 (5)교통안전표지판 (6)인포메이션(지역/관광안내도) (7)자동차번호판 (8)픽토그램 (9)정보광고 (10)간판
	2)상징 매체	(1)상징조형물 (2)랜드마크 (3)환경그래픽

[표1-4] 공공철학 연구 범위표

대분류	조사영역
8)공공철학	(1)도시의색 (2)sos (3)stop

15) 홍철순 정한수 『도시에 활기를 주는 생활환경디자인,1 :공공디자인(public design)의 사례를 중심으로』 논문집 제30집 pp.31-41 경남정보대학 (2002.05) 2002.05.30

특히 오늘날 시대적·사회적 필요에서 지역 문화특성이 공공 공간(public space)을 구성하는 소재와 정비요소 그리고 공법 등에 영향을 주게 된다. 조형적 부분에서도 물론 자연환경을 살린 공공 공간(public space)을 하기 위한 제요소, 각국의 사례를 분석·종합함으로써 바람직한 공공디자인(public space)에서의 디자인 평가 척도어를 찾고자한다.

각 장에서 다루게 될 연구의 진행은 다음과 같다.

제1장에서는 연구의 배경 및 목적과 연구의 범위 및 방법을 서술한다.

제2장에서는 세계의 역사를 시작으로 공공디자인의 현대적 의의와 이해, 공공디자인의 변천과 변화등 공공디자인의 선행연구에 대한 이론적 고찰을 서술하며

제3장에서는 한국에서의 제도와 정책 그리고 공공디자인과 문화를 통하여 공공디자인의 현황을 조사하고 공공디자인에 관해 알아보며 공공디자인을 위한 디자인 전략으로서 유니버설디자인과 배리어프리에 대하여 서술하였다.

제4장에서는 국내·외 국가들의 직접방문 사례조사를 실시한 사례조사와 문헌조사를 통한 국내·외 공공디자인 선행 사례를 서술한다.

제5장에서는 설문에 따른 개요와 설문대상자 선정에 대하여 서술하며 설문조사와 분석그룹의 특성을 분석하고 공공디자인의 평가척도어를 추출하였다.

제6장에서는 결론으로 지금까지의 문헌조사와 사례조사, 설문조사를 통하여 공공디자인의 평가척도어를 추출하고 한국의 공공디자인의 발전방향과 추후의 연구방향에 대해 서술한다.

주로 논문과 인터넷, 전문서적과 단행본, 학술지, 정기간행물을 토대로 연구하고 16개국 40개의 도시를 직접방문 사례조사를 실시하였다.

1.3. 연구의 개념도

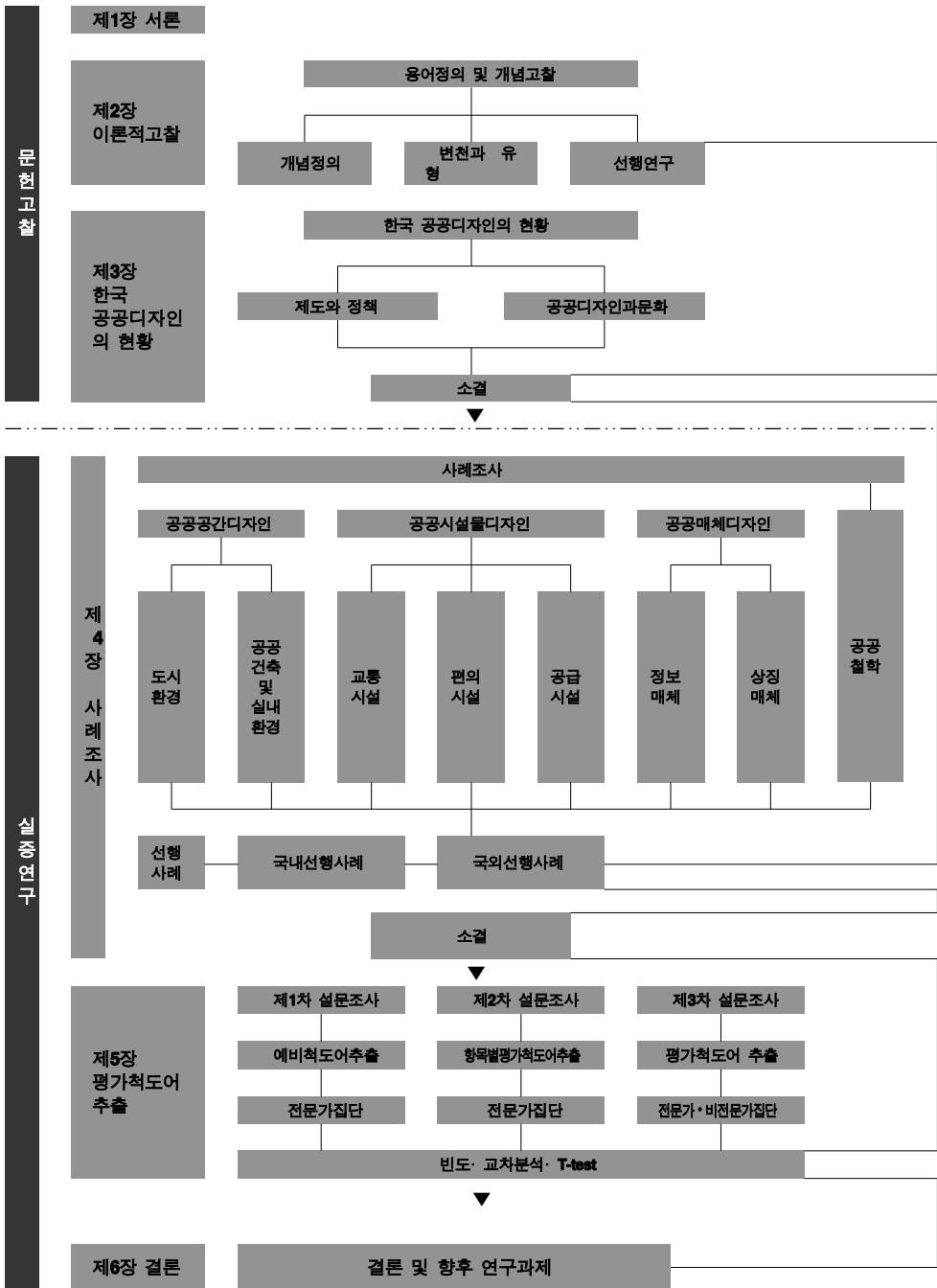


그림 1-1 연구의 개념도

제2장 공공디자인의 이론적 고찰

2.1 공공디자인의 정의

2.1.1 공공디자인의 개념과 유래

공공(公共:Public)의 개념은 서구사회의 사회적 구조와 역사 속에서 형성된 것으로 사회구성원인 시민들의 사회의식에서는 사회 각 계층 간의 이해관계에 있어 개인의 이해보다는 공공의 이익, 즉 공익적 가치가 우선시되는 것이다. 여기에서 공익적 가치란 “타인과 사회에 대한 보다 성숙한 예절과 배려, 질서의식과 같은 정신적 가치”이고 이를 통해 형성되는 공동체의식을 말한다. 다양한 계층과 산업이 복잡하게 교류되고 있는 도시의 사회적 문제를 해결하는 방법은 이를 얼마나 효율적으로 구성하고 소통 시키느냐에 달려 있다고 해도 과언이 아니다. 특히 오랜 역사를 지니고 있는 도시일수록 세월의 흐름에 따라 사회제도, 산업화, 인구팽창에 따른 변화와 함께 많은 갈등요인과 문제를 내포해 오고 있다. 이런 문제들을 사회적으로 해결하는 방법 가운데 1차적으로는 법과 제도가 있지만, 오랜 시간 형성되어 온 전통과 관습, 또는 공동체 의식 또한 길으로 드러나지 않지만 매우 중요한 요소이다. 우리보다 앞서 이런 과정을 거쳐 온 서구 사회는 일찍이 이런 제도와 관습이 정착하여 사회적 시스템을 형성하였고, 비록 흥망성쇠가 있을지언정 오늘날까지도 고유의 특성과 전통을 바탕으로 발전하고 있다. 왕이나 군주가 지배하던 봉건제도 하에는 사회의 근간이 농업을 중심으로 하는 농경사회였으나, 중세 이래 점차 지배계급의 비호아래 상공업과 금융업을 중심으로 그들을 재정적으로 떠받드는 중간계층이 형성되었고, 18세기에 산업혁명이 일어난 이래 왕정을 중심으로 하는 군주제도가 점차 공화정이나 민주주의 국가로 바뀌고 사회가 산업화 되어가면서 이런 중산계층은 산업사회에서의 시민계급을 형성해 나가게 되었다. 시민계급의 형성은 서구사회의 사회적 특성을 보여주는 매우 중요한 변화이다. 로마시대 이래 시민계급은 봉건제도하에서도 자신들의 사회적 권리를 쟁취하기 위해 투쟁도 마다하지 않았으며, 심지어는 왕정에 도전하여 혁명을 일으키기도 하였다. 중세의 중간계급은 점차 지배계급이 누렸

던 여러 사회 문화적 특권을 나누어 가지게 되었으며 재력을 바탕으로 예술과 문화를 창달하는데 일조하였다. 역사의 변화에 따라 지배계급에서 엄격하게 지켜져 내려오던 전통과 관습은 자연스럽게 시민계급이 본받음으로써 보편화되었고 서구사회의 일반적인 사회관습으로 자리 잡게 되었다. 오늘날 서양사회에서는 지배계급에서 통용되었던 엄격한 전통과 관습, 교양과 예절을 통해 이런 삶의 방식을 사회적으로 널리 보급함으로써 보다 품위 있는 삶을 살아가려는 성숙한 시민의식을 가지고 상류사회가 지향하던 고급문화를 누리 고자 애를 쓴다.

한국은 20세기 초까지 왕이 지배하는 전통적인 봉건제도 아래 농업이 중심인 농경사회에 머물러 있었다. 수천 년 지속되어 내려오던 왕정 봉건제도가 불행하게도 일본 군국주의에 의해 하루아침에 무너져 35년 동안 식민 지배를 받았다가 1945년 2차 세계대전의 종전과 함께 서양식 근대 민주주의 국가가 형성되었다. 조선시대까지 봉건사회를 지탱하던 양반제도가 무너지고 나서 바로 전제 군주제도와 다를 것이 없는 식민지배하에 놓임으로써 시민계급이 태동할 수 있는 사회적 여건이 형성되지 못하였다. 1948년 민주주의를 이념으로 하는 대한민국이 건국되었으나 경제적 자립기반을 갖춘 중산계층이 형성되지 못한 사회구조에 머물러 있다가 60~80년대 군사독재와 경제개발시기를 거치면서 비로소 사회적으로 민주주의식과 경제력을 바탕으로 서구의 시민계급에 해당되는 중산층이 형성되었다. 중산층은 교양과 학식을 갖추고 사회, 경제적 기반을 가지고 있으면서 건전한 시민사회를 구성하는 대다수의 시민계급을 뜻한다. 시민계급은 법과 제도를 존중하고 사회적 권리와 의무를 다하며 전통과 관습에 따라 미풍양속을 널리 행하는 계층이다. 그러나 한국 사회를 좀 더 자세히 들여다보면 시민계급을 형성하는 여러 사회적 요건을 갖추고 있으나 시민계급이 형성되는 시기가 짧았기 때문에 아직 서구사회의 그것에 비추어 아직 전통과 사회의식 면에서는 미흡한 점이 많이 있다고 보여 진다.

한편 일본의 경우를 살펴보면 이러한 사회의식은 서구적 전통에서만 비롯

되는 것이 아님을 알 수 있다. 일본인의 전통적인 사회의식 가운데 하나는 '남에게 폐가 되는 일을 해서 안 되는' 특유의 의식구조가 있다. '남에게 폐를 끼치는 행위'는 공동체에서 용납할 수 없는 매우 비사회적인 일로 받아들여지고 있으며 이런 일을 저지르는 사람은 공동체에서 축출되거나 왕따를 당하여 더 이상 구성원으로 함께 살지 못한다고 한다. '국화와 칼'이라는 책에서 '루스 베네딕트'는 '일본인들이 마음속에 담긴 속내를 잘 드러내 보이지 않는 것도 이런 의식구조가 뿌리 깊게 자리 잡고 있어서'이고 '사회의 부조리한 단면을 칼로 다스린 무사계급이 지배해 온 역사적 배경 때문'이라는 분석을 하고 있다. 일본 사회에서 금기시 되고 있는 이런 속성은 우리의 인간적인 '정(情)'이란 미풍양속과 대비되어 일본사회의 몰인정과 삭막한 인간관계를 나타내는 데 인용되어 왔다. 일본은 근대화 과정에서 명치유신 이래 급속한 서구화와 산업화를 추구하면서 군국주의로 치닫게 되었지만, 이런 뿌리 깊은 전통 속에서 좀 가식적이고 지나친 측면이 있다 하더라도 '남에게 대한 지나칠 정도의 배려'는 산업사회에 들어서도 공공의 개념이 비교적 일찍 자리를 잡게 되는 중요한 요인이 되었다.

디자인은 예술적 가치를 추구하는 미술과 공예의 전통이 19세기 후반 산업시대의 대량생산(Mass production) 수단과 맞물려 미술적 가치를 대량 복제과정을 거쳐 대중들에게 대량 전달(Mass Communication)함으로써 예술의 민주화를 이루려는 노력으로 등장하였다. 20세기 들면서 유럽에서 봉건제도가 몰락하고 공화정이 들어서는 등, 정치, 사회적 지형이 크게 바뀌고 끊임없이 새로운 기술이 등장하면서 디자인은 이런 신기술과 결합하여 새로운 시대의 새로운 예술 형식으로써 자리 잡게 되었다. 1919년 '예술과 기술의 결합'이라는 가치 아래 바우하우스(Bauhaus)라는 종합예술학교가 출범함으로써 본격적으로 디자인 교육이 실시되었고, 나치의 압제에 의해 1933년 강제로 문을 닫게 되면서 유럽의 예술가, 건축가, 디자이너들이 미국으로 대거 이주함으로써 세계경제의 중심지가 된 신대륙에서 디자인은 본격적으로 꽃을 피울 수가 있었다. 독일에서는 일찍이 독일공작연맹을 통하여 제품의 대량생산에 알맞은 표준화와 단순화를 통한 효율적 생산 요소를 도입함으로써 디자인의

특성을 분명하게 만들었고, 비록 나치의 사회주의적 정책이긴 했어도 폭스바겐(Wolkswagen)같은 대중적인 자동차를 대량생산하여 보급한다든지, 아우토반과 같은 고속도로망을 건설하고 교통사인시스템을 표준화함으로써 공공디자인에 대한 뛰어난 선례를 남겼다. 1936년에 확립한 독일공업표준규격(DIN)은 아직도 그대로 통용되고 있을 것이다.

2차 세계대전이 끝나고 나서 세계 각국은 경제 질서의 재편과정을 통해 경제성과 효율성을 극대화한 ‘모더니즘’적 사고와 가치관을 추구하였고, 기업의 국제화 과정을 통해 국가와 문화를 초월한 ‘국제주의 스타일’을 디자인에 접목하였다. 또한 교통과 통신수단의 발전은 세계를 1일 생활권으로 좁혔고 서로 다른 문화가 빠르게 혼합하고 교류하였다. 이런 과정에서 서로 다른 문화를 뛰어넘는 시각적 체계가 만들어져 1964년 동경올림픽부터는 언어나 문자를 대신하여 운동경기장을 안내하는 각종 픽토그램(Pictogram)이 만들어져 사용되어 왔으며, 1974년에는 미국의 주요 항만이나 공항, 터미널 등에서 사



그림 2-1 동경
올림픽 포스터

용되는 주요 픽토그램의 표준화가 이루어졌다.우리가 널리 사용하고 있고, 이미 익숙해져 있는 화장실 사인 등은 이때 형태가 만들어진 것으로 이 픽토그램 시스템은 세계적으로 시각디자인 영역에서 표준규격으로 자리 잡게 되었다. 미술과 공예가 예술가의 주관적이고, 개인적인 작품인데 비해 디자인은 태생적으로 객관적이며 공공적인 성격을 가지고 있다. 디자인이 궁극적으로 인간의 삶의 질을 향상시키고자 했을때와 공공의 이익을 위해 공공영역에서 예술적 노력이라고 했을 때 개인적인 영역에서 뿐만 아니라 공공의 이익을 위해 공공영역에서 예술적인 봉사를 하는 것이 공공디자인이다.

한국공공디자인학회 권영걸 회장이 지적하였듯이 공공디자인은

- ① 양적인 삶을 넘어서 질의 삶으로, 더 나아가 격이 있는 삶으로

- ② 개인의 만족을 넘어 사회 공동체의 공동선을 추구하며
- ③ 단순한 도구의 역할을 넘어 새로운 문화적 가치를 창출하고
- ④ 궁극적으로 긍정적 사회 가치를 형성하는 것을 그 의의로 하고 있다.

사회와 경제가 발전할수록 공공영역에서 사회의 안녕과 질서를 유지하기 위한 기본시스템을 어떻게 운영, 관리하느냐가 관건이고, 더 나아가 이런 시스템이 공공의 이익에 부합되도록 효율적으로 봉사하느냐에 그 사회의 완성도와 성숙도가 드러난다고 할 수 있다. 게다가 그 시스템이 사회가 가지고 있는 예술 문화적 가치를 공유할 수 있는 정도에 이르면 공공디자인이 추구하고자 하는 궁극의 목표가 될 것이다.

오늘날의 도시 환경에서 가장 중요한 이슈 가운데 하나로 등장한 것이 공공디자인이다. 현대의 도시들은 산업사회를 추구하는 과정에서 경제성장 위주의 발전을 추구하여 왔고 이 과정에서 도외시되었던 사회 환경을 원래의 모습과 기능으로 회복, 개선시킴으로써 궁극적으로 인간의 삶의 질을 높이고자 하는 것이다. 자동차 위주의 도로 개발에서 육교나 고가 차도를 없애고 자전거 도로나 보행자 건널목을 늘리는 것 같은 일들이 바로 이런 목표에 부합되는 공공디자인이다. 지속적인 발전과 성장을 추구해 왔던 세계 여러 나라의 도시들에 있어 '경제 개발' 못지않게 공공디자인은 이제 중요한 사회적 논제가 되고 있다. 인간은 더 이상 생산을 위한 도구로서의 역할이 아니라 인간답게 살아가는 사회 환경의 복원이 시급하게 대두되었기 때문이다.

우리나라는 그동안 놀라운 경제적 기반을 갖추게 되었지만, 경제성장에 치중한 나머지 공공에서의 사회 의식구조는 아직 성숙되어 있지 않다. 앞에서 언급하였듯이 성숙한 사회의식이 형성될 수 있는 기반이 취약하고 역사가 짧았기 때문이다. 독일이나 미국에서는 자기 집 마당에 서 있는 나무라도 주인 마음대로 자르거나 옮길 수 없게 아예 법으로 규정하여 놓고 있다. 비록 개인의 영역에 있더라도 공공에게 노출되어 있고 대중들의 감상의 대상이 되고 있다면 이미 공공영역의 관리대상에 포함된다는 공개념이 확립되어 있다. 미

국에서는 교차로에 자동차가 진입할 때는 신호등이 없더라도 무조건 일단 정지한 다음 보행자가 없는지 살피고 나서 진행하는 것이 법칙이요 운전자의 불문을처럼 되어 있다. 또한 독일에서는 교통신호등이 교차로 건너편에 있어 신호가 바뀔 무렵 차가 먼저 앞으로 튀어나가는 불합리한 구조를 신호등을 교차로 바로 위에 설치함으로써 교통위반의 소지를 원천적으로 없애고 있다. 인간중심의 사고와 행동양식을 고려한 공공디자인인 것이다. 법을 위반할 소지와 인간적인 실수는 최대한 미리 줄이되 만약 이를 어기고 타인에게 피해를 입혔을 때에는 매우 엄한 벌을 가하는 것이 서구사회의 사회적인 약속이다. 비록 서구사회가 복잡하게 얽혀있는 민족적 구성에서 서로의 이해관계를 조정하기 위해 매우 치밀한 법과 제도를 확립하고 이의 엄정한 집행을 통해 사회를 유지하고 있지만, 어찌 보면 너무 당연한 사회적 규칙과 질서가 사회구성원들의 공동체 인식하에 자리 잡은 것은 바로 구성원들의 성숙한 시민의식과 사회의식이 먼저 선행되어야함을 말해주고 있다.

우리사회는 서구사회에 견주어 시민들의 시민의식이나 공공에 대한 의식이 취약하다고 여겨진다. 그러나 우리가 서구사회와 같이 엄격하지는 않더라도 질서를 충실하게 지키며 사회적으로 남을 먼저 배려하는 공동체의식이 선행되어야만 공공디자인 프로젝트는 성공할 수 있다. 공공디자인이 전국 각 지방자치단체의 사회적 이슈가 된 이래, 가장 먼저 눈에 띄고 관심이 집중되는 ‘간판 바꾸기’같은 행사에 치중하는 경향이 있는데, 우리나라의 상점가운데 한 자리에서 수십 년을 한 가지 업종으로 역사와 전통을 쌓아오는 가게가 얼마 없다는 점을 감안해 보면 일과성 이벤트에 지나쳐 버릴 우려도 없지 않다. 간판 문제에서도 볼 수 있듯이 남보다 내가 우선하고 내가 더 앞서야 된다는 이기적 자세와 사회의식의 결여를 사회구성원들의 성숙한 시민의식이 용납하지 않는다면 이런 간판은 아무리 요란하게 떠들더라도 더 이상 설 자리가 없어질 것이다.

문제는 공공영역에서 디자인이 존재하지 않았기 때문에 공공디자인이 필요한 것이 아니라 인간의 성숙한 삶의 태도에 기여하는 진정한 디자인이 없

었기 때문에 공공디자인이 필요한 것이다. 단지 미적인 문제의 해결방법으로서가 아니라 사회적인 관계 속에서 종합적인 문제해결의 접근방법으로 공공디자인의 필요성은 절실하다.¹⁾ 인간이 소박한 원시 공동체 속에 살고 있을 때에는 다만 자연과 관습에 따라 살아가기만 하면 일상생활에 별다른 지장이 없었다. 그러나 얼마 되지 않아 단세포 사회인 가족도 그들이 일정한 장소에 정착하여 무리를 형성하게 되고 문명의 발달과 함께 도시화가 진행되고, 기능이 한층 분화된 다세포 사회가 발생되면서 개인적인 생활의 장과 병행하여 공공장소에서의 여러 장치나 장비를 보다 합리적으로 계획해야만 했다. 여기에서 생겨난 개념이 바로 공공디자인이다.

공공디자인은 경제적인 이윤이 아니라 시민의 안녕과 행복과 같은 사회-문화적 가치를 추구한다. 특정한 개인이 아닌 모두의 삶의 질을 총체적인 입장에서 향상시키고자 노력하는 것이다. 공공디자인의 또 하나의 역할은 사회에 자리하는 다양한 가치들과 요구들을 조율하고 조정함으로써 사회-문화적인 공공의 가치를 증진시키는데 있다. 공공디자인에 있어 이러한 조율이 중요한 것은 다양한 요구를 가진 개인들로 사회가 구성되어 있기 때문이다. 공공디자인의 일반적 정의는 앞서 말한 바와 같이 공공장소의 여러 장비, 장치를 합리적으로 꾸미는 것으로 제품, 산업디자인 등 사적 영역이 아닌 국가지방 단체 및 공공단체 등이 설치를 관리하는 기반시설, 가로시설물 등을 위한 공적 영역의 디자인이다. 다시 말해서 공공디자인이란 ‘국가 공공기관의 관리 안에서 국민의 다양한 사회, 문화적 가치와 요구를 조절하는 것’이라 할 수 있다.²⁾ 인구가 밀집된 북적거리는 도시일수록 기능적이고 건강하며 안전하며 도시화가 진행됨에 따라 기능이 한층 분화된 복잡한 사회로 발생되면서 개인적인 생활의 장(場)과 병행하여 공공장소에서의 여러 장치나 장비를 보다 합리적으로 계획해야만 하는 시대가 되었다. 여기에서 공공디자인의 개념이 생겼다. 하지만 도시의 가로는 옥외활동의 장(場)이나 도시를 느끼는 시각적 즐

1) 홍석일 『도시 공공디자인의 의의 및 필요성』 도시문제. 제42권 제467호 pp.12-18 서울 : 대한지방행정공제회, (2007년 10월), 2007.10.01

2) 배지훈 ; 이상화 ; 조정형 『우리나라 공공디자인의 질적 향상을 위한 개선방안 연구 : 서울시 가로환경 시설물을 중심으로』 한국디자인문화학회지. 제12권 특별호 1집 pp.11-18 안산 : 한국 디자인문화학회, (2006. 6), 2006.06.30

거움의 통로가 아닌 통과를 위한 목적만 수행하는 공간으로 전락하였다. 그 가로 위의 공공디자인 역시 기능에 치중될 뿐 도시를 표현하고 상징하는 디자인은 찾아보기 힘들다. 오히려 공공시설물이 가로 위의 걸림돌이 되기도 한다.³⁾

공공디자인(Public Design)의 사전적 의미는 환경디자인을 형성하고 있는 하나의 영역으로 우리는 간혹 주위에서 전개되는 각각의 환경 공간 디자인에 있어서 그 영역을 분류하고 범위 및 경계를 끊어버리고, 구성의 맥락을 간과하기도 한다. 따라서 공적 공간과 사적 공간을 따로 설정하고, 공적 공간의 옥외 공간 디자인을 대상으로 하는 이것을 공공디자인(public design)이라는 단어로 표현 할 수 있다. 공적·사적 공간이 가지는 의미가 다르기 때문에 그 디자인 개념 및 디자인의 입장도 다르다. 사적 공간의 경우는 겨우 최근에서야 질적 향상을 확보하게 되었고, 공적 공간의 경우는 공간을 구성하는 모든 요소는 질적으로 충분하지 못하다는 인식에서 출발하는 데 공적 공간에서는 법률·행정·산업·설계 등 관리·운영의 주체가 여러 방면에 걸쳐 교차하고 있어 구성요소 또한 다양하다.⁴⁾ 역사적으로 공공영역은 시민사회의 성장 속에 근대 부르주아들에 의해 요청된 공간으로 등장했다. 시장경제의 발전과 그에 따른 독립된 개별 주체들의 사회적 관계변화로부터 성립된 시민사회는 근대 부르주아들에게 자신들만의 공간을 요청하였던 것이다. 그 공간에서 이들은 자신들의 집단적 이해관계에 대해 비판적이고 반성적인 토론을 거치면서 여론을 형성하고 그것을 통해 자신들만의 정치영역을 구축하고자 했다. 공공영역은 이렇듯 자본주의 발전과 함께 분리되기 시작한 국가와 시민사회(사적 영역)사이에서 긴장관계에 있는 하나의 사회영역으로 출현했다.

공공영역의 핵심적 특징으로는 공개적 논쟁, 비판적 성찰, 확장된 접근성, 국가통제와 시장경쟁으로부터 자유 등을 꼽는다. 국가와 개인을 매개하는 공

3) 이해련 『공공디자인을 적용시킨 도심부 보행공간 조성』 석사학위논문. 홍익대학교/건축대학원/조경설계전공. 2007.

4) 홍철순 정한수 『도시에 활기를 주는 생활환경디자인,1 :공공디자인(public design)의 사례를 중심으로』 논문집 제30집 pp.31-41 경남정보대학 (2002.05) 2002.05.30

공영역이 활성화되면, 국가의 지배 권력은 시민의 삶을 보호하는 권리, 즉 시민권으로 표출되고, 개인은 사적 영역으로 박차고 나와 소통하고 연대하는 주체, 즉 공민으로서 집합적 삶을 살아가게 된다. 공공영역은 이렇게 해서 자의식적 권리를 가지고 살아가는 반성적이고 소통적인 삶이 집합적으로 설정되는 영역이 된다. 체제와 개인, 국가와 시민 사이에서 소통, 연대, 조율 등을 핵심기능으로 하여 작동하는 가운데, 공공영역은 함께 살아가는, 즉 삶의 공공성이 발현되고 보장되는 사회적 영역을 형성하게 된다. 공공성은 공공영역의 본질이라 할 수 있다. 공공디자인과 관련해서 본다면, 공공디자인의 대상인 공공공간, 공공시설, 공공매체 등은 공공영역에 편재하여 국가권력이 시민적(민주적) 권력으로 순화되고 사적 개인이 집합적 주체인 공민으로 살아가는 것을 돕는 것으로 기능해야 한다. 따라서 공공디자인의 공공영역을 구성하고 작동시키는 매개체이면서, 이를 통해 더불어 살아가는 삶의 미학, 즉 ‘공공성’을 숙성시키고 표출하는 것이 되어야 한다.⁵⁾

2.1.2 공공디자인의 현대적의의

일과 생산의 시대였던 20세기는 지나가고 21세기는 욕구와 즐거움 그리고 쾌락을 추구하는 문화의 시대이다. 이러한 문화사회는 공공환경에서의 문화성을 중요시하고 있다. 현대사회는 세계화라는 국가적 정책에 의해 도시의 유사화, 단조화의 부작용을 낳았고 동시에 지방화라는 전략에 의해 서로 비슷비슷한 모습을 하고 있는 도시들에 차별성을 주려고 하고 있다. 세계화와 지방화의 두 가지의 결합을 통해 획일화된 도시간의 경쟁에 있어서 그 도시의 위상을 결정하는데 있어 문화의 질과 그 수준이 결정적인 역할을 하고 있다. 이러한 점에서 문화적 내용을 담을 수 있는 도시공간을 만드는 도구로서의 공공디자인의 역할이 중요하게 등장하였다. 도시는 늘 시대의 사회적, 경제적, 문화적인 종합적 맥락 속에서 구성되고, 따라서 시대가 바뀔 때 따라 도시의 모습이나 요구되는 이미지가 변화하게 마련이다. 그러나 제대로 정립된 공공디자인은 시대의 변화에 따라 그 가치가 변하지 않을 뿐만 아니라, 환경

5) 조명래 『공공디자인, 공공영역을 디자인하라!』 건축과 사회. 통권 제11호 pp.52-56 서울 : 새로운 문화를 실천하는건축사협의회, (2008년 봄), 2005.03.20

의 질에 대한 기준이 시대와 상황, 장소에 따라 항상 변한다 하더라도 공공 디자인의 중요성은 지속될 것이다. 공공디자인은 여러 번의 시행착오를 겪으면서 진화된 도시의 환경을 새롭게 정비하고, 진정한 의미에서의 인간중심적인 도시를 만들기 위한 가장 효과적이고 적극적인 방법이다.⁶⁾ 공공디자인(public design)을 포함하는 환경 디자인은 환경을 구성하는 각 요소의 상관관계 속에서 대립과 부조화의 관계를 포함하고 있다. 이런 종합적인 관점에서 보면 계획·조형하려고 하는 퍼블릭 디자인의 현대적 의의와 위치를 명확하게 해야 하고, 그러기 위해서는 모든 예술의 개화·통합·분화의 매커니즘을 이해해야 한다.

영국 남부 작은 해안도시인 ‘브리스톨’ 시정부는 지난 1999년부터 5년 동안 공공디자인 개선사업을 추진했다. 그 결과 도시가 아름다워지면서 도시를 읽기가 쉬워져 공공디자인 프로젝트를 보러 오는 관광객이 이전에 해안 풍광을 보러 오는 이보다 배나 늘었다. 우리 주변에선 건대입구역 옆 노유거리를 들 수 있다. 패션거리에 걸맞게 간판과 가로시설물을 단장한 후 손님이 50%나 늘었고, 쇼핑을 하지 않아도 구경하는 사람들이 많아져 명물거리가 되었다. 미적이고 상대방에 대한 배려가 깃든 공공디자인을 통해 도시경쟁력이 높아지기 때문이다. 개인적인 생활의 장과 병행하여 공공장소에서의 여러 장치나 장비를 보다 합리적으로 계획해야만 했다. 여기서 생겨난 개념이 바로 공공디자인(Public design)이다. 국민 생활의 질이 높아질수록 더 편하고 쉽게 이용할 수 있는 공공시설물에 대한 요구가 강해지기 마련이다. 특히 기능과 효율을 따지지 않고 무분별하게 설치했던 기존 시설물을 체계적이고 과학적으로 재설치하고 관리해야할 필요성이 강력히 제기되고 있다.⁷⁾ 공공디자인에 대해서 한국공공디자인학회가 발표했던 선언문에서는 다음과 같이 설명하고 있다. “공공디자인은 공공의 이익에 봉사하는 디자인이다. 공공디자인을 공공 디자인이게 하는 것은 그것을 다루는 대상이 아니다. 공공디자인은 무엇이나 하나의 태도이며, 입장인 것이다. 그 태도와 입장은 늘 사회 구성원 모두를

6) 한창준 : 김해동 · 남수현 『21세기문화시대의 공공디자인연구』 디자인연구. 통권 제 11호 pp/35-56 창원 : 창원대학교 디자인연구소, 2005.12.31

7) 박찬숙 『누구를 위한 도시인가』 국정감사 정책보고서, 2호, pp.29 (2005)

위한 세상 만들기에 초점이 맞춰져 있다.” 또한 2006년 박찬숙 국회의원이 발의하여 국회에서 법률안 심의를 하고 있는 ‘공공디자인에 관한 법률안’에서는 공공디자인에 대해 다음과 같이 정의하고 있다.

① 공공디자인이라 함은 공공기관이 조성·제작·설치·운영 및 관리하는 공간·시설·용품·정보 등의 심미적·상징적·기능적 가치를 높이기 위한 행위와 그 결과물을 말한다.

② 공공기관이라 함은 중앙행정기관, 지방자치단체 그 밖에 대통령령이 정하는 기관을 말한다.

한국공공디자인학회의 선언문에서 말하는 태도(Attitude)라는 것은 공공과 공공디자인에 대한 마음가짐과 정서를 말하는 것으로 개인에 있어서는 품위 있고 인간다운 삶에 대한 자세를 추구하고 타인과 사회에 대해서는 보다 성숙한 예절과 배려, 질서 의식과 같은 정신적 가치를 말하는 것이다. ‘공공디자인에 관한 법률’에서 말하는 공공디자인에 대한 정의는 공공디자인을 시행하는데 있어 보다 구체적이고 실천방법을 법률적으로 규정하고 있다.

협회의 공공디자인은 국가·지자체 및 공공단체 등이 소유·설치·관리하는 도시 기반시설·가로시설물·각종상징물·증명서·행정서식 등 공적 영역의 디자인을 말한다. 다시 말해 공공디자인이라는 것은 국가나 지자체가 별도로 새로이 개척해야 할 업무영역이라기 보다는 기왕에 하던 일을 함에 있어서 디자인의 개념을 반영하고 적용하자는 것이다.

한편, 광의의 공공디자인은 협회의 공공디자인에 더하여, 사적 소유물이지만 공공성이 확보되어야 하는 영역의 디자인을 말하며, 건축과 간판 디자인이 대표적인 분야이다. 우리가 공공디자인의 개선을 추구함에 있어서 협회의 공공디자인만 개선하고자 할 경우 부딪치게 될 한계는 너무나 자명하며, 당연히 광의의 공공디자인을 그 정책 대상으로 하지 않을 수 없다.⁸⁾ 인간이 공동생활을 영위하기 위해서는 그것들을 통괄하는 어떠한 의미나 기능을 가지는 공적인 장소를 필요로 한다. 과거에 그것은 부락이나 도시, 또는 지역

8) 한민호 『공공디자인 관련 입법의 바람직한 방향』 건축과 사회 통권 제11호 pp.85-91 새로운문화를실천하는 건축사협의회, (2008년 봄), 2008.03.20

구성원의 심벌(symbol) 공간이었거나 유대의식을 양성하는 장소였다. 그러한 공적인 장소는 '사람과 사람'이 서로 친밀을 교환하기 위한 커뮤니케이션(communication)의 장소이며, 동일종교에 의거한 의식장소이거나 상업을 위한 시장이었다. 그러한 장소는 '사람과 사람'이 서로 친밀히 접할 수 있도록 구성되어야 하며 인간의 행위와 밀접한 상관관계를 가지고 있어야 한다. 따라서 그러한 장소는 사람들과 동화하거나 또는 대치하면서 극히 사용하기 쉽게 되어있어야 한다. 공공 공간은 역사적 사회적 배경이나 풍토성, 민족성에 따라 나타나는 형태가 다르지만, 개괄해 보면 주로 정치적 장소, 종교적 장소, 상업적 장소, 정보교환이나 오락의 장소, 그리고 그것들이 복합화된 장소로 나눌 수 있다.⁹⁾ 우리들은 디자인을 떠나서는 살 수 없다. 매일매일 지속되는 삶이 이루어지는 모든 공간, 그리고 사용하는 모든 물품은 디자인 되어 있고, 이런 디자인이 우리들의 삶에 직접적인 영향을 미치고 있다. 때문에 디자인 문제는 인공물의 환경을 만들어 사용하고 있는 우리들 모두의 문제인 것이다. 이러한 문제는 디자인을 선택할 때 발생한다. 시민들은 자유롭게 사적디자인영역에서 건축디자인 및 산업디자인을 선택, 소비하면서 자신의 취향을 만족시키고 있다. 하지만 공적디자인과 공공디자인 영역에서는 시민들의 취향과 별개로 공무원에 의해 행정적으로 디자인이 선택되어져 왔기 때문에, 국민들의 의사와는 상관없이 싫거나 좋거나 선택되어진 디자인을 받아들일 수밖에 없었다.

공공에서 선택한 디자인 때문에 우리들의 생활문화 환경이 열악한 상황으로 치닫고 있다. 시민들은 세계최고 수준의 삼성휴대폰과 현대자동차, 아파트 등을 누리며 살고 있다. 모두가 '사적디자인'영역에서 취향대로 고른 결과다. 위와 같은 산업디자인 물품들과 서비스들은 극심한 세계시장의 경쟁 속에서 살아남은 우수한 물품으로 검증받을 수 있는 시스템 하에서 출시되고 있다. 하지만 '공공디자인'영역은 무질서한 간판, 질이 떨어지는 공공 공간, 30년 전 그대로의 공공 서식류, 논란을 일으키는 자동차 번호판, 외국친구들에게 보여주기 싫은 여권디자인등, 사적디자인에 비해 너무나 큰 질적 차이를 실감하게 한다.¹⁰⁾ 파리의 에펠탑, 시드니의 오페라 하우스, 뉴욕의 자유의 여신상.

9) 홍철순 정한수 『도시에 활기를 주는 생활환경디자인,1 :공공디자인(public design)의 사례를 중심으로』 논문집 제30집 pp.31-41 경남정보대학 (2002.05) 2002.05.30

이처럼 세계 주요도시를 떠오르는 상징물이 있다. 하지만 이런 상징적인 랜드마크 말고도 도로의 표지판과 신호등, 건물의 간판 등 도시의 소소한 일상에서 쉽게 접하게 되는 시설물 모두가 중국에는 그 도시의 빛과 색으로 어우러져 한 나라의 정체성을 담아내게 된다. 이러한 점을 고려해 볼 때 공적 영역에 문화적 가치를 담은 작업이 바로 공공디자인(Public Design)인 것이다.¹¹⁾ 도시는 우리의 일상적 삶의 현장이다. 결국 공공디자인은 도시의 품격과 시민들의 삶의 질을 총체적으로 향상시키기 위한 것이다. 나아가 그것은 문화적 성숙의 척도이며 경쟁력 제고의 필수조건이 되기에 이르렀다.

2.2 공공디자인의 변천과 유형

2.2.1 한국의 공공디자인 변천사

1) 전후 암흑에서 재건으로의 시작단계 (1945~1970년)

광복 후 바로 전쟁으로 전 국토가 황폐해지고 수많은 전재민과 도시난민을 낳게 된다. 서울로 돌아온 전재민들은 갈 곳 없는 신세가 되었고 주택난 등으로 비참한 처지에 이르게 된다. 이러한 상황에서도 사람들이 모여들어 도시를 재건하였고, 도시는 사람들을 위해 산업을 필요로 하게 되었다. 또한 산업은 생산과 수송을 위해 도로를 필요로 하게 되었다.

2) 산업화와 부흥의 단계 (1970년~1990년)

1972년은 제1차 국토종합개발계획이 시작된 원년이다. 거점개발방식의 채택으로 대규모 공업기지가 도시정비가 이루어졌고, 국토균형발전보다는 경부 중심의 양극화 초래에 따른 국토불균형이 지속되었다. 하지만 이 시대에는 우리나라의 사회 전반에 걸친 급속한 발전시기로 평가되어진다. 도로가 모여 산업사회 인프라가 되었고, 인프라는 대량생산에 날개를 달았다. 자동차는 점점 도시를 차지하며 사람을 밀어내었고, 건물은 전국 어디를 가나 똑같은 얼굴을 갖게 되었다. 이처럼 일률적인 국가정책은 경제성장에 집중되어 도시의

10) 정강화 『도시 공공디자인의 해외 성공사례』 도시문제 제 42권

11) 박찬숙 『공공디자인 국가 경쟁력 드높여』 國會. 통권485호 (2007년04월), pp.26-29 서울 : 國會事務處. 2007.04.05

정치, 외교, 문화 전반에 확산되어간다. 도시는 경제성장에 따른 급속한 변화를 준비하고 있었지만, 개발의 이면에는 도시민들의 어려운 삶이 존재하고 있었다. 불안정한 주거환경과 작업환경은 인간을 위한 도시가 아닌 도시의 성장과 유지를 위한 인간으로서의 귀속화에 따른 도시의 모습이었다.

3) 도시화 속 소외된 인간문화 (1990년~2007년)

대량생산사회는 물질소비문화를 조장하였고, 자동차문화는 도시를 더욱 복잡하게 만들었다. 파행적 도시발전단계를 겪은 국토의 대부분은 불균형적 토지배분과 불평등한 정주체계를 양산하게 된다. 발전위주정책으로 인한 난개발과 환경오염은 인간 생존의 위협요소로 인식되기 시작한다. 1994년 성수대교 붕괴사건, 같은 해의 아현동 도시가스 폭발사건, 1995년 삼풍백화점 붕괴사건 등 도시 발전기반 저층에 깔려 있던 불안요소가 드러나기 시작한다. 국민 복지수준 향상과 환경보전통일에 대비한 기반조성 등 여러 각도로 발전단계에서 도시는 인간다운 삶을 위해 새로운 패러다임을 필요로 하게 되었다.

4) 느낌의 미래 도시문화 (2007~미래)

이제 시민은 예전보다 공공으로 사용하고 처리하는 더 많은 자원, 지식, 능력이 된다. 보다 나은 사회와 좀 더 인간적인 도시건설을 위한 기회를 주어진 것이다.¹²⁾ 그것을 증명이라도 하듯 서울시의 청계천, 복원 대중교통체계 개편, 시청 앞 광장과 서울숲 조성 등 일련의 사업들은 서울 도시공간을 시민의 품으로 돌리고 있다. 이렇게 인간중심사고는 미래도시를 더욱 성숙시킬 것이며, 성숙한 미래 도시는 생태계와 인간의 삶을 건강하게 지켜줄 것이다. 도시는 생물처럼 항상 성장하고 변화하는 유기체라고 비유된다. 도시 공간의 기능과 구조가 한번 형성되면 그것은 역사적 관성을 가지고 맥락이 계속 유지, 발전하는 것임을 나타내는 말이다. 우리나라는 전쟁의 폐허 속에서 급격한 산업화를 겪으며 도시가 발전해 왔다. 도시에서는 왕성한 도시 활동이 전개되었고, 도시전문가들의 노력으로 도시의 문제들은 해결되어 나갔다. 그 과정에서 인간성을 소외시키는 도시문화도 나타나게 되었지만 그것은 동시에

12) 이해련 『공공디자인을 적용시킨 도심부 보행공간 조성』 석사학위논문. 홍익대학교/건축대학원/조경설계전공. 2007.

그 도시에 살고 있는 시민이 도시공간을 만드는데 적극적으로 참여하게 되는 계기가 되었다. 도시로 더욱더 밀집하고 있는 이러한 상황에서 인간이 우선이 되는 도시환경을 만들기 위해 공공디자인의 중요성이 더욱 돋보이는 시점이다.

2.2.2 공공영역과 공공성의 인식 변화

새 정부는 공공디자인을 주요 국정과제로 선정했다. ‘디자인 코리아’란 국정과제가 바로 그러하다. 지난 몇 년 전부터 공공디자인이 서울시를 포함한 지자체의 중요한 정책대상이 되더니, 급기야 국정과제로까지 채택된 것이다. 거친 개발이나 건설만 아니라 생활공간 속 시설과 환경의 형태, 색채, 이미지 등을 관리하는 데까지 공공정책의 작용력이 미치고 있는 것이다. 다른 나라에서 도시디자인, 경관디자인 등으로 일컬어지는 표현이 우리나라에선 ‘공공디자인(public design)’이란 말로 바뀌어 사용되는 것은 우리의 이러한 사정을 반영한다.

휴대폰, 가전 등과 같은 산업제품을 대상으로 민간 기업이 주도하는 ‘산업디자인’과 견줄 때, ‘공공디자인’은 육교, 가로등, 표지판, 벤치 등과 같은 공공영역 속의 시설물을 대상으로 공공당국이 주도하는 디자인이라 할 수 있다. 그래서 사전적 뜻으로 공공디자인은 ‘공공장소의 여러 장비와 장치를 시각, 형태, 기능 측면에서 합리적으로 꾸미는 일’을 의미하며, 이는 대개 시민 생활과 직접 관련되는 정부나 지자체 사업에 디자인을 접목시키는 방식으로 구현된다. 공공디자인은 떠오르는 정책분야이면서 동시에 급성장하는 사업 분야다. 특허청 통계에 따르면 2003년 514건에 불과하던 공공디자인 출원이 2007년 1,525건으로 3년간 약 2배 증가했다. 최근 5년간 공공디자인의 평균 출원 증가율은 31.7%로 전체 출원 증가율보다 2배 이상이나 높다. 사업으로 본다면 공공디자인은 이렇듯 블루오션에 해당하지만, 정책대상과 현실은 여전히 문제점이 많다. 우리나라 공공디자인이 현재 안고 있는 문제점으로는

‘탈맥락성’, ‘통합성의 결여’, ‘공동성의 결여’, ‘차별성의 결여’, ‘관료성’ 등을 꼽을 수 있다. ‘탈맥락성’은 건축물, 시설물, 가로수, 색채, 질감 등과 같은 공공디자인 요소들이 위치되고 표출되는 장소적·시간적 맥락에 부합하지 않거나 어긋나는 측면이 두드러짐을 의미한다. 이는 ‘적절한 디자인’의 부재에 의한 것도 있지만, ‘과도한 디자인’에 의한 것도 포함된다. ‘통합성의 결여’는 다양한 공공디자인의 형태, 색채, 이미지, 재료적 특질, 구성 등이 전체로서 일상공간을 통해 조화롭게 통합되지 못함을 의미한다. 도시공간에 대한 전체적인 관점에서 보다 개별화된 대상물의 관점에서 공공디자인을 접근하기 때문에 생긴 결과다. ‘차별성의 결여’는 공공디자인 요소의 개별적 개성에만 치중하거나 좋은 사례를 기계적으로 모방함으로써 다른 장소·도시·지역과 구분되는 차별성을 갖지 못함을 의미한다. ‘관료성’은 공공디자인이 공공산업으로 이루어지다 보니 관료적 기준과 절차에 의해 통제되어 디자인의 본래적 성질(예, 창의성, 미학적 성 등)이 억압되는 것을 의미한다. 공공디자인을 산업디자인의 확장으로 여기는 우리의 현실은 산자부가 디자인 행정의 주무부서란 점과 무관치 않다는 점에서 관료성을 극명히 보여준다. 이 모든 문제점은 ‘공공영역에 속하는 공간·시설·매체로서의 특질(공공성)이 디자인의 요소, 즉 형태, 기능, 이미지, 색채 등을 통해 제대로 발현하지 못함을 시사한다. 즉, 공공디자인에서 ‘탈맥락성’, ‘통합성의 결여’, ‘차별성의 결여’, ‘관료성’ 등은 모두 공공디자인의 핵심적 가치인 공공성의 발현을 가로막는 요인이 된다. 공공디자인의 공공성 결핍은 공공디자인에 의한 공간, 시설, 매체를 일상적으로 접하고 이용하면서 향유할 수 있는 공공적 삶의 기회만큼 앓아가게 된다. 올바른 공공디자인은 이렇듯 공공디자인이 설정되고 구현되는 무대 혹은 배경으로서 공공영역에 대한 올바른 이해와 관계설정을 필요로 한다.

2006년에는 ‘한국공공디자인학회’가 창립되었고, 국회에 ‘공공디자인문화포럼’이 만들어졌다. 2007년에도 ‘공공디자인협회’가 만들어져 이러한 흐름을 이어가고 있다. 이렇게 만들어진 단체들은 공공디자인 담론의 생산과 실천이라는 구체적인 활동을 펴 나아가고 있다. 공공디자인과 직접적으로 관련되지 않은 학회나 협회에서 공공디자인을 주요한 대상으로 다루고 있다는 사실 역

시 공공디자인이 주요한 화두로 등장하였음을 드러내는 현상이라 할 수 있다. 그 뿐만이 아니다. 정부와 지방자치단체에서는 공공디자인관련 조직을 정비하고, 다양한 공공디자인 사업들을 펼치고 있다. 2005년 8월 문화관광부 내 문화정책국 소속으로 '공간문화과'가 신설되었는데, 이 기관에서는 국가의 공공디자인관련 정책과 사업들을 관장하고 있다. 디자인 진흥원에도 디자인지원팀 내에 '공공디자인파트'라는 관련 조직이 마련되었다. 서울시에서는 시장직속으로 '디자인서울총괄본부'를 만들고 시정에 공공디자인을 주요한 대상이자 수단으로 활용하려는 의지를 드러내고 있다. 일부 국회의원들의 관심 속에 새로운 '공공디자인 관리 및 진흥에 관한 법률'이 만들어지는가 하면, 동시에 기존 '산업디자인진흥법'의 개정 움직임 또한 이루어지고 있다.

공공디자인이 설정되고 구현되는 배경으로 공공영역이란 '하버머스'(Harbermas)에 의하면 공공영역(public sphere)은 개인적 생활, 가족, 노동 등 친밀한 인간관계가 이루어지는 사적 영역(private sphere)과 구분되는, 초개인적으로 구조화된 사회적 행위와 의사소통의 영역에 해당한다. 이러한 공공영역은 국가통치부문, 즉 국가에 의한 통제로부터 자유로우면서 동시에 시장부문, 즉 사적인 경제적 이해관계로부터 자유로운 영역이다. 정치경제적 '체제(system)'로부터도 분리되어 있다는 뜻이다.

공공영역을 구축하고 작동시키는 대상물에 대한 공공디자인은 바로 공공성을 최종적으로 발현시키는 것을 돕고 촉진하는 기능을 가져야 한다. 공공디자인의 문제점들은 바로 공공성의 발현이 가로막혀 있는 '공공디자인의 상태'를 의미하며, 이를 원위치로 돌려내는 것, 즉 '공공디자인에서 맥락성, 통합성, 차별성, 탈관료성의 회복'은 공공디자인의 공공성을 복원하는 것이면서, 나아가 공공영역이 복원되는 것이기도 하다. 이를테면, 공공디자인이 역사성과 장소성의 맥락에 부합하고, 도시전체의 공간적 요소들과 통합하며, 해당도시공간의 개성과 정체성을 부각시켜주고, 시민들이 주체가 된 해석적, 민주적 디자인이 이루어지면, 이 모두는 공공디자인이 공공디자인답게, 공공영역이 공공영역답게 작동하도록 허용해준다. 공공영역을 배경으로 한다는 것은

단순히 이를 배경에 둔다는 소극적인 의미가 아니라, 배경을 두는 것과 함께 공공영역을 형성하고, 나아가 이를 통해 삶의 공공성을 살찌우는 적극적 의미를 전제로 하는 것이다. 따라서 공공영역을 배경으로 하는 공공디자인은 그 자체로서 역동적 인식, 과정적 접근, 민주적·해석적 재현의 방식 등을 필요로 한다.

이러한 의미의 공공디자인은 우선 크게 두 가지 조건을 충족해야 한다.

첫째, 공공디자인의 대상물이 가지는 형태, 색채, 이미지, 기호 등은 모두 국가의 권력에 의한 통제로부터 자유로워야 한다. 국가권력이 일방적으로 표방되거나, 관료적 기준과 절차에 의해 획일적으로 규율되는 것이 아니라, 민간의 공공적 창의성이 발현되고, 시민사회의 다원성이 허용되며, 민주적인 방식과 절차로 디자인이 이루어지는 것이 되어야 한다.

둘째, 디자인의 요소들이 사적인 이해관계를 일방적으로 무질서하게 표방하는 것이 아니라 공동체적 규범과 규칙을 존중하는 방식으로 순화되어 표출되는 '공공의 미학'을 띄어야 한다. 이 두 가지 조건을 충족하는 공공디자인은 공공디자인에 의해 창출되고 기능하는 공공공간, 공공시설, 공공매체를 이용해 소통하고 더불어 살아가는 삶의 환경, 삶의 방식을 만들어 준다. 간판을 예로 들어 설명해보자. 공공영역을 배경으로 하는 간판을 디자인한다는 것은 우선 정부의 법규와 규칙이나 관료적 기준과 절차에 의해 획일적으로 디자인되는 것도 아니고, 혹은 반대로 법규와 규칙이 부적절하거나 공익적 기준과 절차가 적용되지 않는 방식으로 디자인되어서도 아니 된다. 그러면서 동시에 건물주나 광고주의 개인적인 이해관계가 공동체적 규칙이나 기준에 의해 통제받지 않고 그냥 적나라하게 표출되는 것으로 디자인되어서도 아니 된다. 우리의 도시건물에 부착된 간판들이 무질서하여 통일된 미학을 띄지 않는 것은 공공영역에 위치되는 시설물이나 기호로서 간판의 디자인이 위의 두 가지 조건을 충족하지 못함으로써 초래한 필연적 결과라 할 수 있다. 공공영역을 형성하고 작동시키는 이 두가지 조건을 충족하면서 디자인된 간판의 경우, 형태, 색채, 위치, 배열 등 디자인의 모든 요소들이 그 장소의 시공간적 맥락

에 부합할 것이고, 도시의 공간문화적 코드와 일치 할 것이며, 타 도시와 구분되는 해당 도시의 도시다움을 표출할 것이고, 관과 민이 대화하고 협력하는 과정의 미학을 담는 것이 될 것이다. 말하자면, 공공영역을 형성·작동시키는 두 가지 조건을 반영하는 방식의 공공디자인은 ‘맥락성’, ‘통합성’, ‘정체성’, ‘민주성’, 네 요소를 내용물로 담아내고, 형식으로 드러내며, 기능으로 작동시키는 것이 된다. 공공성은, 이런 점에서 이 네 가지 개별 요소들이 디자인의 내용, 형태, 기능으로 통합되어 드러나는 것이라 할 수 있다.

이러한 방식으로 디자인된 간판이 공공공간(public space)인 거리를 따라 설치되면, 우선 그 거리와 건물의 풍경은 공공미학을 자연스럽게 표출한다. 나아가 간판 이용자나 소비자인 시민들은 간판으로부터 무차별의 기호적 자극을 받는 대신 전체 공간 속에서 전달되는 절제된 메시지에 따라 해당 장소 공간을 이용하게 된다. 가령, 파리의 상아리제 거리에 있는 오래된 건물들에는 일층과 이층 사이에 규격화된 간판들이 질서정연하게 부착되어 있다. 이렇게 부착된 간판은 그 자체로서 규칙을 만드는 정부와 그 규칙에 따라 간판을 단 소유주 간의 소통과 합의를 반영하는 것이면서, 동시에 그 거리의 오래된 저층건물이 전체로서 표출하는 아름다움, 즉 전체 공간의 미학에 순응하는 개별 장소의 개성(예, 카페나 레스토랑의 개성)을 기호로서 표방한다. 그러한 간판을 보고, 또한 그 간판의 메시지에 따라 해당 건물이나 장소를 찾게 되는 시민은 파리의 상제리제 거리란 공공공간(public space, 공공영역이 공간화된 것)내에서 개별 장소공간이 갖는 의미를 소비한다. 간판이 만들어내는 이러한 공간소비를 통해 그 이용자는, 간판이 덕지덕지 붙어 있는 가게 속에서 상품을 탐욕스럽게 소비하는 우리의 공간이용방식과 달리, 타인과 예의를 갖추고 소통하고 함께 하는 방식으로 ‘그 시간대의 공간적 삶의 기회’를 향유하게 된다. 비록 사적 공간을 통해서도 삶의 공공성은 구현되는 것이다.¹³⁾

이렇게 볼 때, 공공영역을 배경으로 하는 공공디자인은 형태, 기능, 색채 등으로만 표출되는 것이 아니라, 디자인의 공공적 미학성을 담아내기 위해

13) 조명래 『공공디자인, 공공영역을 디자인하라!』 건축과 사회. 통권 제11호 pp.52-56 서울 : 새로운 문화를 실천하는건축사협의회, (2008년 봄), 2005.03.20

공공(정부)과 민간이 함께 해석과 소통하는 과정이 뒷받침되고, 그러한 과정을 통해 생성된 디자인의 개별요소들이 전체 공간의 질서 속에서 서로 조율되고 통합되며, 끝으로 이러한 디자인 요소들로 구성된 공공공간·시설·매체의 일상적 활용을 통해 삶의 공공성을 살찌우게 한다. ‘디자인의 해석적·민주적 과정’, ‘디자인 요소간의 대화와 통합’, ‘활용을 통한 공공성의 구현’은 바로 공공디자인을 공공디자인 답게 규정하고 존재화하는 세가지 원칙 혹은 요소라 할 수 있다. 앞으로 우리나라에서 활성화될 공공디자인에 관한 논의와 실행은 바로 이 세 원칙 혹은 요소를 반영하고 존중하는 것으로 되어야 할 것이다.

2.3 선행연구

본 장에서는 문헌적 연구방법을 통하여 선행연구들이 가지고 있는 의의 및 역할을 고찰함으로써 본 연구의 밑거름이 되도록 한다.

정봉금은 ‘21세기 문화산업을 위한 공공디자인 정책연구’ 홍익대 박사논문. 2006 에서 한국은 국가적 차원에서 전략적으로 공공디자인 분야를 진흥시켜야 하는 필요성이 더욱 증대되고 있다고 주장한다. 따라서 유용성과 효율성을 가진 공공디자인 정책이 수립되어야 하고, 이러한 가운데 한국의 문화산업은 문화상품이 특성화 되어 있는 각 지역과의 적극적인 협력과 더불어 한국의 문화산업은 문화상품이 특성화 되어 있는 각 지역과의 적극적인 협력과 더불어 한국 정체성을 가진 디자인 강국으로 성장함을 목표로 구성해야 한다고 제시하고 있다.

유경원은 ‘도시환경 공공 공간의 에메니티를 위한 사인커뮤니케이션에 관한 연구’ 홍익대 석사논문 2006 에서 환경 친화적이고 사람과 생명을 존중하는 쾌적한 도시환경을 조성하기 위하여 보다 효율적이고, 도시환경의 아름다움을 돕는 사인시스템의 방안을 모색하는 것을 연구하였다. 공공환경의 편안함, 쾌적함에 대한 사람들의 요구와 환경을 인식하는 의식의 패러다임 변화

에 따라 현 공공환경 사인시스템의 문제를 파악하고, 어메니티 환경사상에 따른 사인시스템을 제시하고 있다.

백승우는 ‘지방자치단체의 특성화전략으로서 공공디자인에 관한 연구’ 경제대 석사논문 2003 에서 ‘Landmark 의미를 지닌 공중화장실의 디자인 제안’에 초점을 두고 지방자치시대의 공공디자인의 현황과 지방자치시대가 추구해야 할 공공디자인의 방향을 제시하고 수원시의 역사성, 문화성, 지역성을 담은 디자인으로 환경디자인 측면에서 접근하여 공중화장실 디자인을 제안하였다.

손문호는 ‘공공디자인에서 환경조형물의 분석방법에 관한 연구’ 동서대, 박사논문, 2007,에서 환경조형물에 대한 인식특성을 통하여 도시건축물 내 환경조형물의 물리적 요소들을 파악하고, 건축물 내에서 환경조형물의 설치현황과 감상자들의 행태를 분석함으로써, 건축물과 환경조형물의 설치에 따른 조화성을 위한 기초자료를 제시하였다.

제3장 한국의 공공디자인 현황

3.1 제도와 정책

3.1.1 디자인 정책현황

디자인 정책은 첫째 문화의 가치성이며 둘째는 부가가치 창출로 나타나는 경제적 요소의 의미를 포함하는 실제성이다. 디자인 정책을 설명하기 위해서 문화적 가치성과 실제성이라는 두 가지의 중요한 맥락에서 디자인을 파악한다. 그중에서도 특히 문화적 가치성에 중점을 두고 있으며, 장기적으로는 경제적 부가가치로 환원되어 돌아오는 것에 뜻을 두고 있다. 디자인 정책은 시민의 문화 활동을 배경으로 문화적 가치성과 경제적 가치획득을 위한 정부의 중장기적 목표의 형성과 그 목표달성을 위한 의도적이며 계획적인 행동 및 그 행동지침으로 정의될 수 있다. 한국에서의 디자인 정책은 경제정책 중에서 산업정책의 한 분야로 다루어져 왔다. 그러한 문제로 물질적 측면의 부가가치를 중점으로 추구했을 뿐 한국문화 정체성과 문화적 주체성 확립의 정신적 측면은 부족하였다. 1998년경에 디자인통합진흥법(가칭)을 마련해야 한다는 여론이 있었고 전경련이 그 대안으로 디자인 진흥의 일관성과 효율성을 위해 '디자인청신설' 안을 내놓으면서 정부부처사이의 디자인 통합문제를 거론했던 시기가 있었다. 하지만 현재까지 국가정책으로 실현되지 못했고 정부부처와 단체 및 기관들은 디자인이라는 공통된 직무내용을 공유하며 업무를 수행하면서도 상호간 유기적 관계가 형성되지 못하는 문제를 안고 있다. 공공디자인 분야의 정책은 어느 한 곳에 편중되기보다 서로 유기적으로 어우러져야함을 전제한다. 한국에서 본격적인 디자인 진흥계획이 발전해온 과정은 다음과 같다.

- ① 1차 디자인 진흥 5개년 계획 1993~1997년으로 디자인발전 원년으로 설정하고 디자인 발전을 위한 사회적 분위기를 조성하였으며
- ② 2차 디자인 진흥 5개년 계획으로 1998~2002년 까지는 디자인교육의 질

적인 향상을 도모하였고 디자인 정보 시스템을 구축하였으며 디자인 전문회사를 육성하고 디자인의 국제화 추진을 위하여 주요 디자인 선진국들과 국제 교류 협력을 강화하였다.

③ Design Korea 2010 은 21세기 지식기반사회의 핵심경쟁력인 디자인 역량강화를 통해 산업 경쟁력 강화와 국가 브랜드 이미지를 제고하여 2010년 세계디자인 리더로써 세계10대 선진국 대열에 합류하는 것을 목표로 2002년 세워진 한국산업디자인진흥원(KIDP)의 정책의 노력등으로 인하여 오늘에 이르게 되었다. 그러나 21세기 문화산업의 핵심으로 한국 공공디자인을 발전시키려는 차원에서 현실의 제반 여건들을 검토해 보면 중앙 정부나 지방 정부의 정책 실무자들, 현장의 디자이너, 그리고 많은 기업들이 여전히 디자인에 관한 여러 가지 문제를 지니고 있음을 알 수 있다. 한국에서 1970년 디자인 진흥업무 개시 이후 35년간 17차례나 되는 디자인 전담부서의 이동경로를 보면 우리의 디자인은 독자적인 진흥대상으로 인식되지 못하였고 부서 역할도 정부산하 진흥기관의 관리감독의 역할을 벗어나지 못하였다는 것을 알 수 있다. 더구나 문화관광부, 과학기술처, 무역진흥공사, 상공회의소등, 각 기업등 정부부처와 단체 및 기관들은 디자인이라는 공통된 직무 내용을 공유하며 함께 그 일을 수행하면서도 유기적 체계가 유지되지 못하고 있다.¹⁾

이제 디자인의 중요성은 잘 알게 되었지만 막상 어떻게 관리하고 발전시키며 적용해 나가야 하는냐에 대해서 방향을 잡지 못하고 있는 형편이다. 디자이너의 의식이 앞서 간다고 해도 정책을 형성하고 집행하는 정책입안자의 의식이 디자인을 좁은 의미의 해석에 둔다면 근 미래적인 정책이 될 수 밖에 없는 것이다. 보다 입체적이고 포괄적인 시각에서의 공공디자인과 산업중심의 디자인 진흥을 뛰어넘어 인간중심의 문화와 정신적 가치로 변화되어야 한다. 그에 따르는 공공디자인의 유연하며 거시적 안목의 디자인 정책이 필요할 때이다.

1) 정봉균 『21세기 문화산업을 위한 공공디자인 정책 연구』 한국학술정보(주) 2007

3.1.2 문화도시를 위한 공공디자인정책

우리가 어느 도시를 방문하고 나면 무슨 이유 때문에 또 다시 방문하고 싶다고 느끼는 것일까 도시의 이미지를 결정하는 요인에는 여러 가지가 존재할 수 있지만 그 도시의 인심이라든지 쾌적함이라는 자연환경을 빼고 나면 공공디자인물, 정확히 말하자면 문화 환경 디자인 물에 매력을 느끼는 경우가 많다. 관광객들의 이야기 속에서나 사진이나 동영상을 보더라도 그 도시와 추억을 매개해 주는 것이 바로 문화 환경 디자인이다. 그것의 크기는 개의치 않는다. 작은 것 하나에서 큰 것까지 모두가 어우러져서 도시의 이미지와 브랜드로 연결된다. 일본 요코하마시의 도시 디자인 목표에 의하면

- ① 보행자를 지키고 안전하고 쾌적한 보행자 공간을 확보함
- ② 사람과 사람이 접촉하는 장, 커뮤니케이션의 장을 늘림
- ③ 거리의 형태적, 시각적 미를 창조함
- ④ 지역의 자연적 특징을 소중히 여김
- ⑤ 시가지 내에 나무를 많이 심고 녹지대와 열린 공간을 풍부하게 조성
- ⑥ 바다, 강, 연못 등 수변 공간을 소중히 여김
- ⑦ 지역의 역사적, 문화적 자산을 풍부하게 만듦

이와 같은 목표 하에 지금도 요코하마의 ‘미나토미라이21’의 프로젝트는 이어지고 있다. 일본의 경우 1964년 도쿄 올림픽을 목표로 수도권에서 고속도로 건설이 가속화 되었을 때 요코하마 상공을 고가 방식으로 지나가게 하는 안이 도시 계획으로 결정되었다(1968년) 이 계획은 당초부터 문제가 되었지만 경제가 고도성장하는 와중에서는 빠르고 싸게 건설하는 것에 역점이 놓여있어 경관을 중시하는 안은 채택되지 못했다.

요코하마 간나이 상공에 고속도로가 건설되면 훗날 요코하마의 도시경관에 큰 화근을 남기게 될 것을 우려하여 당시 요코하마시에 입청한지 얼마 되지 않는 ‘다무라 아키라’ 기획조정실장이 한번 정해진 일은 좀처럼 바꾸기 힘든 더군다나 건설성과의 절충에서 계획을 수정하여 수도권고속 ‘요코하네선’은 지하화 및 수로화되어 있으며 도시의 경관은 계속해서 지켜지고 있다.²⁾ 이의

사례를 통해 보듯이 한국의 관료와 정책입안자의 '다무라'식 용기와 의식의 전환이 필요하며 직장의 상사와 의원이 아닌 공무원의 클라이언트는 시민이라는 의식이 명확해야 한다. 다시 말해 행정 직원의 창조적 자기 개혁이 필요하다.

문화는 21세기 우리 삶의 코드라고 할 수 있다. 하지만 우리 공공디자인은 그저 특색 없이 선진국의 어느 도시를 접목해 놓았다는 느낌 외에 거기서 우리 문화의 체취와 독창적인 해석이 녹아들 여지가 없었다. 이런 이유 때문에 국내의 관광객들에게 다시 오고 싶어 하는 도시와 나라로 만들지 못했다. 21세기는 문화와 브랜드의 복합 시대라고 할 수 있다. 브랜드를 결정짓는 요인 중 하나가 바로 독창적인 문화가 깃들어 있어야 한다. 문화 환경디자인을 통해서 공공디자인에 새로운 삶과 역사 그리고 문화가 가미된다면 훌륭한 관광상품과 브랜드가 되고, 그 브랜드를 보면 도시의 문화 환경디자인과 이미지가 떠오르는 등 상호 윈-윈 효과를 발휘 할 수 있다. 근 시일에 한국의 도시와 국가를 상징할 수 있는 문화 환경 디자인물을 여기저기서 많이 만나고 싶다. 그렇게 되면 지금 우리 도시와 지자체가 널리 홍보하고 있는 농산물이나 축제 정도가 아니라 고품격의 문화환경디자인물을 떠올리면서 그 도시와 지자체의 모습을 연상하게 될 것이다. 왜 우리라고 해서 바라만 보더라도 항상 만족감과 행복감을 주는 멋진 명품 문화 브랜드 디자인물을 만들지 못하겠는가. 다시 한 번 문화적 발상과 상상력으로 우리 도시와 문화 환경 디자인물의 품격을 높여야 한다.³⁾ 뉴욕 시의 공공디자인 정책과 일본의 요코하마시 등 여러 사례를 통하여 프로그램을 진행하는 과정에 있어서 공통적으로 시의 기관, 민간단체, 전문가 집단, 그리고 시민의 역할분담 및 이들 간의 인적 네트워크가 적극적으로 진행되고 있음을 확인 할 수 있었다. 또한 시 정부 주도 하에 일률적으로 일을 처리하는 것이 아니라 각 분야 간 전문가의 충분한 토의와 장기적인 디자인 실험 및 연구를 토대로 디자인을 정책에 반영하며, 이는 다시 시민들에 의한 피드백을 통해 구체적인 디자인 방안이 결

2) Kunibiro Noda. CREATIVE CITY YOKOHAMA 學藝出版社. 2008

3) 양성모 『공공디자인 '문화 환경디자인'으로 격상시켜야』 (문화·관광)너울. vol.181 (2006. 7), pp.74-77 서울 : 한국문화관광정책연구원, 2006.07.01

정되고 있었다. 우선 도시 공공디자인은 어떤 한 부서가 전체를 일괄하여서가 아니라 전문 분야별 부서가 각자의 역할을 분담하고 서로의 영역을 존중함으로써 이루어져야 한다. 예를 들어, 그래픽 디자인이나 산업 디자인 분야가 갖는 도시 디자인에서의 역할이 있을 것이고 건축이나 도시설계에서의 역할이 있을 것이다. 이들은 각자의 분야에서 전문화되고 개성 있는 공공디자인 방안을 개발하고 이를 서로 공유함으로써 도시 미관을 증진시켜 나가야 한다. 또한, 디자인 정책의 추진과정이 관 주도의 하향식 방식만을 고집하기 보다는 주민 공공단체의 참여를 적극 반영하는 방식을 추구해야 한다. 도시의 미관이 관 위주의 획일적 정책에 의해서가 아니라 여러 전문가 그룹, 시민단체, 시민들이 참여하고, 민간과 공공의 협력 속에서 나름대로의 문화를 만들어 나가는 과정 중에 결정되는 것이 진정한 의미의 공공디자인이 될 것이기 때문이다. 그러나 아직 주민 참여에 대한 의식이 보편화 되지 않은 국내의 현실을 고려해 볼 때 이의 실현을 위해서는 충분한 홍보와 노력이 필요한 실정이다.

한국은 각 지자체 마다 공공디자인에 관련된 특성화 사업을 다양하게 실시하고 있다. 하지만 이 공공디자인 사업이 유행에 휩쓸리지 않으며, 도시의 장기적 발전 방안과 지속성을 가지고 있는지에 대해서는 회의적인 목소리가 높다. 영국의 붉은 색 전화박스나 검은색 택시(Black Cab), 뉴욕의 노란색 택시(Yellow Cab)와 같이 100년 정도 안목을 갖고 하는 장기적 디자인 사업이 마련되기를 바라며, 단순히 과시적인 성과를 이루려거나 단시간 내에 큰 결과를 이루려는 과도한 사업은 지양되어야 하겠다.

이제 우리는, 정부와 정책에 있어 이러한 개선점을 토대로 공공디자인의 발전을 이끌며, 확고하고 미래의 비전을 지닌 지속 가능한 정책방향을 제시하기를 기대해본다. WDC로 선정된 만큼 서울시를 앞으로 세계무대에 경쟁력 있는 디자인 도시로堂堂하게 성장시키기 위해서는 개발시대에 난립하던 근시안적인 디자인 행정은 지양해야 할 것이다. 장기적인 안목을 가진 공공디자인의 정책의 설정과 수립, 디자인결정 과정의 합리화, 민간, 공공, 비영리단체, 전문가 그룹, 시민 등이 참여하는 워크숍과 토론회 등의 과정을 통한

의견수렴과 결과물에 대한 충분한 논의를 바탕으로 하는 민주적 과정이 가장 중요한 시점이 되어야 한다.⁴⁾ 네덜란드의 건축 집단 유엔스튜디오(UN Studio)의 ‘벤 반 버클’(Ben van Berkel)은 정책에 대해 다음과 같이 설명하고 있다. ‘정책은 정적이거나 확고한 목표가 아니라 선택과 비전에 대한 확인인 것이다(Not static per se and not identified with a solid goal, policy is the affirmation of choice and vision. -UN Studio, 1999).’ 정책은 우리가 선택한 비전에 대한 공동의 합의이며 유연하게 현실을 반응하면서 선택한 비전을 향해 나아가는 데에 일관된 방향성을 제시하는 역할을 한다. 좋은 공공디자인 정책은 우선적으로 공익을 고려하며 질 높은 공공공간을 창출하는 데에 기여해야 한다. 이는 영역주의 및 배제적인 사용을 사전에 방지하고, 모든 사람들에게 열려 있고 다양한 사람들이 만나고 즐길 수 있는 공공공간의 생산을 유도함으로써 촉진되는 것이다. 동시에 공공공간은 모든 사람이 공동으로 책임 의식을 가질 때 그 기능을 제대로 발휘할 수 있다. 선진도시 국가 중 네덜란드 환경계획 수준은 중앙, 지방, 민간의 다양한 참여자들이 공동의 책임 하에 도시와 지방에 투자되는 공공디자인 작업들에 양질의 디자인이 보장되도록 공동으로 노력한 결과인 것이다. 오늘날 이것은 단순히 미학적 수준을 뜻하는 것이 아니라 공익성, 문화적 가치, 그리고 미래를 위한 의의 등을 포괄하는 전반적인 품질의 보장을 의미한다. 공공디자인의 품질은 단순한 미 (beauty)를 초월하여 그 이상을 의미하는 것이기 때문이다.⁵⁾ 도시라는 인류 공동의 환경이 형성된 이래 도시는 인간에 의해 양적·질적으로 성장을 거듭해오고 있다. 하지만 경제적 풍요의 전제 아래 계획된 도시 환경은 도시의 질적 가치 추구 보다는 양적 확대의 방향으로 전개되어 국토 불균형, 무분별한 개발 등의 부작용을 야기시켰다. 또한 도시의 계획에 있어서도, 거리환경의 경우 여러 시설물들이 무분별하게 설치되어 사람을 위한 가로로서의 기능을 수행하지 못하고 있으며 미관을 고려하지 않은 각종 광고물들은 시각 공해를 유발시켜 도시를 더욱 혼란스럽게 만들고 있다. 뿐만 아니라 도시의 정체성이 제대로 정립되지 않아 그 지역 특유의 차별화된 지역성이 표현되지 못하고 있다. 유럽의 경우 문화수도 프로그램이나 문화예술을 중심으로 하는

4) 박진호 『뉴욕시 공공디자인 정책사례고발』

5) 조임석 『공공공간의 질 제고를 위한협력』 (네덜란드 공간창출의 문화)

도시재생과 문화도시, 창조도시 등을 통해 공공환경에 문화성과 상징성을 부여하고, 이를 통해 도시와 국가의 이미지를 향상시켜 나가고 있다. 미래학자 앨빈 토플러를 비롯한 세계의 많은 석학들이 강조해왔던 것처럼 경제성이 아닌 문화가 한 나라의 수준과 위상을 결정짓는 중요한 기준으로 등장하면서 그 중요성이 점점 커지고 있다. 이제 문화는 21세기 도시와 환경정책분야에서도 큰 부분을 차지하고 있다. 이러한 외국의 사례를 바탕으로 국내에서도 도시와 도시 내 공공환경의 질적 개선을 위해 문화성을 바탕으로 한 다양한 시도가 이루어지고 있다. 그 중 공공디자인은 간접적이지만 가장 효과적인 방안의 하나로서 도시와 그 제반 시설들에 디자인을 적용함으로써 좀 더 쾌적하고 효율적인 공간을 창조해나가고 있다.⁶⁾ 한국에서 공공디자인이라 함은 주로 지자체나 건설교통부, 환경부등이 담당부서로서 지금까지 고유 업무영역의 모호성으로 인해 효과적·질적 관리가 불가능하였다. 이에 일관성 있는 중앙부서의 업무추진, 그리고 문화공간 서비스를 통한 선진화된 새로운 문화창출이 새로운 과제로 대두되고 있다. 이처럼 분절된 공공 시설물들은 동일한 시간과 공간 속에서 서로 충돌하면서 과거와 현재 그리고 미래로 자연스럽게 이어지지 못하고 있으며, 길거리, 건물, 간판, 가로시설물, 도로구조물 등은 어우러지지 못하고 행정편의 위주로 되었다. 빠르게 변화되어 가는 도시에서는 공공디자인의 역할이 특히 중요하다. 공공디자인은 21세기 사회의 다양한 시대정신을 공공이란 그릇에 담아내는 것이다.

3.1.3 공공디자인 관련 입법정책

우리가 사는 도시를 아름답고 쾌적하게 만드는 도시미관과 공공디자인은 뗄 수 없는 관계이며 그 대상이 매우 다양하고 포괄적이다. 이러한 이유로 정부의 각 부처에서도 도시 미관에 관심을 갖다 보니 공공디자인 관련 주요 법령이 상충될 우려가 있다. 2006년 문화관광부에서 발표한 우리나라 공공디자인의 문제점과 개선방안 보고서에서 제시한 공공디자인 개선을 위한 정부의 정책방안은 다음과 같다.

6) 한창준·김해동·남수현 『21세기문화시대의 공공디자인연구』 디자인연구. 통권제11호 (2006년), pp/35-56
 창원 : 창원대학교 디자인연구소, 2005.12.31

첫째, 종합적 정책추진체계 구축 : 공공디자인에 관한 법률 제정

국가 및 지자체의 공공디자인 정책추진 법적 근거를 마련하고 국가공공디자인위원회를 구성, 중앙단위 부처별, 기관별 공공디자인 계획을 수립하고 시행한다.

둘째, 대한민국 국가 브랜드, 국가 이미지의 전략적, 통합적 정책추진

국가 브랜드 이미지 형성에 주요한 시각적 매체를 대상으로 전략적, 통합적 접근을 위한 정책을 추진한다.

셋째, 도시자원의 전략적, 통합적 공공디자인을 위한 조례제정

공공디자인 조례제정 및 계획수립, 지역공공디자인위원회를 구성, 지역적 변용 가능성을 유보한 중앙차원의 디자인 결정을 통해 중앙집권적, 규제 위주 간판관리를 지방분권, 주민자치의 간판문화 패러다임으로 전환한다. 이를 위해서는 '옥외광고물등급관리법'의 전면개정이 필요하다.

넷째, 과학적, 문화적 공공디자인을 위한 '공공디자인연구센터'설립

직접공공디자인을 개발하거나 적용하는 기능이 아니라 분야별 공공디자인이 지켜야 할 원칙과 가이드라인을 연구하고 문화인류학을 비롯해 심리학, 디자인, 공학, 건축, 토목구조 전문가 등이 참여한다.

다섯째, 예산편성시 디자인 비용 계상 의무화

무엇보다 예산이 뒷받침되어야 실행을 할 수 있듯이 국가, 지자체 공공디자인 관련사업 예산편성시 디자인 비용을 의무화해야 한다.

이러한 정책추진을 통해 지금까지 정책적 개념이 부재한 상태에서 도시 전체의 환경과 여건에 대한 고려 없이 산발적으로 추진되어 온 공공디자인의 한계를 극복해야 한다. 또한 미술에 대한 접근성을 높이기 위해서는 민간이 추진하는 공공미술 프로젝트 사업을 지방자치단체가 지원할 필요가 있으며, 이러한 지원 사업은 지역문화재단이나 지역문화예술위원회가 신규 지원 사업을 개발하여 운영하는 것이 바람직하다. 즉, 지방자치단체 역시 공공미술 디자인을 지원, 공공미술 프로젝트를 의뢰하는 주체이자 민간부문에서 자발적으로 생겨나는 공공미술에 욕구를 실현할 수 있도록 공공미술 디자인을 지원하는 사업 또한 마련되어야 한다.⁷⁾

7) 송진희 『문화도시 경쟁력과 공공디자인』 p96~p97. 기문당. 2007

이외에도 한국의 도시에서의 미시적 의미의 공공디자인과 간판문화 및 건축문화등 각 영역과 관련된 법률체계는 대대적인 정비가 필요하다. 각 영역을 규율하는 법령들이 상충되거나 중복됨으로써 불필요한 국력의 낭비는 물론이고 지방정부와 민간에 혼란을 야기하고 있음을 부인할 수 없다. 문제는 의외로 간단하다. 공공디자인을 무엇으로 볼 것이냐에 해답이 있다고 본다. 좁은 의미의 공공디자인, 간판문화, 건축문화를 그 물리적 결과에 착안해서 볼 경우에는 어느 부처에서 담당을 하여도 외관상의 차이가 없다. 그러나 장기적인 관점에서 지속가능성과 질적 수준을 기준으로 평가할 경우에는 문화부와 여러 부처가 하는 일에 커다란 차이가 있을 수 있다. 문화부는 같은 일을 하더라도 그 과정과 시민의 의식 즉, 문화의 형성을 중시한다. 요즘 각 지자체가 경쟁적으로 추진하고 있는 간판정비를 비롯한 공공디자인 관련 사업들을 보면 외형적·과시적 결과만을 중시하는 정책이 얼마나 근시안적이고 단기적인지 잘 알 수 있다. 중소상점들의 경영자와 업종 교체가 빈번한 우리나라에서 정부가 주도적으로 간판을 새로 달아주는 것이 얼마나 지속가능하며 얼마나 문화적일 수 있겠는가. 2003년 7월부터 2005년 9월까지 진행된 청계천 간판정비사업이 대표적인 경우이다. 청계천 점포주 50명을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 사업에 대한 불만족이 92%(46명)였다. 원인은 간판디자인이 너무 획일적이다 38%(19명), 내 간판이라는 소유감이 없다 36%(18명), 간판이 눈에 띄지 않는다 18%(9명)등이었다. 청계천 주변의 나무 밑동에 인근 점포 주인들이 자기네 간판을 가린다고 뜨거운 물을 부어 고사시키려 한다는 괴담은 우리를 슬프게 한다. 몇몇 지자체들이 의욕적으로 추진하고 있는 야간경관 조명사업도 관광객 유치 효과에 의문시되는 가운데 생태계와 주민들에게 악영향이 우려되는 실정이다.⁸⁾ 또한 전국의 여러 지자체가 야간경관 조명사업을 경쟁적으로 추진하면서 회소가치도 사라졌다. 이 모든 우행(愚行)들이 공공디자인을 주민과 함께 만들어가야하는 '문화'가 아니라 지자체가 돈을 들여 급조할 수 있는 '결과물'이라고 착각한데서 출발했다. 프랑스 문화부가 관장하는 건축법 제1조는 "건축은 문화의 한 표현이다"라고 선언한다. 영국의 CABE(Commission for Architecture and the Built Environment)는

8) 연합뉴스. "목포 야간경관 조명사업, 약인가 독인가", 2007.09.16

우리나라의 문화부에 해당하는 문화·매체·스포츠부(Department for Culture, Media and Sport)와 부수상실(Office of the Deputy Prime Minister)의 자금 지원을 받아 설립된 기구로서, 건축, 도시디자인, 공공공간(Public space) 조성 등과 관련해서 정부에 자문을 해주고, 공공이나 민간이 주도하는 대규모 도시개발이나 건축프로젝트를 통한 물리적 환경개선과 도시의 공공성 증진을 담당하는 막강한 기구이다. 네덜란드는 '산업디자인 진흥센터'를 폐지하고, 문화부 주도의 '네덜란드 디자인 재단' 등을 설립해서 디자인정책을 추진하고 있다.⁹⁾

이명박 대통령 후보의 디자인 분야 공약¹⁰⁾ 으로는 “디자인으로 여는 매력적인 한국-<Designed in Korea>”을 위해서는

① 문화 창조산업의 기반인 공공디자인 분야의 제도개선을 모색하고 디자인산업의 전략적 진흥을 통한 국가이미지(Korea Branding) 구축과 문화 정체성 확립을 필요로 하며

② 정책대안으로 국가디자인위원회(NDC:National Design Council) 설치·운영 집중과 선택을 통한 '디자인 통합주의'를 추구함과 동시에 산자부, 문화부, 건교부, 행자부 등 분산된 디자인업무 조정을 통한 시너지 효과 창출 및 효율적인 정책·예산운용을 추진하며 아울러 공공디자인에 대한 인식 제고와 확산운동을 통해 '창조적 삶의 공간 조성'과 '쾌적한 도시', '정체성 있는 매력적인 대한민국'을 구현하여야 한다.

③ 디자인교육 강화로 스타디자이너 발굴 및 세계시장진출 지원
 -디자인 조기교육 및 특성화교육(마이스터고교 등)
 -디자인 고급전문인력 집중양성 및 특성화대학 지원
 -디자인 전문기업 육성을 위한 기술개발 및 지식기반 구축
 -국가 R&D 예산 비율 확대등 당시 국회의 박찬숙의원은 디자인 공약의 밑그림을 그리면서, 한 가지 더 착안했던 것은 대한민국 디자인의 터전이 될

9) 한민호 『공공디자인 관련 입법의 바람직한 방향』 건축과사회. 통권 제11호 pp.85-91 서울:새로운 문화를 실천하는 건축사 협의회, (2008년 봄), 2008.03.20

10) 박찬숙 『디자인으로 여는 매력적인 한국:Designed in Korea』 건축과 사회. 통권 제11호 pp.20-23 서울:새로운문화를실천하는건축사협의회, (2008년 봄), 2008.03.20

상징적인 공간을 마련하는 것이었다. 이를 위해, 일제 강점기 이후 화력발전소 역할을 해왔던 '당안리 화력발전소'를 '디자인창작발전소'로 명명해 영국의 데이트모던처럼 '디자인역사박물관'을 비롯해 대한민국 디자인의 심장으로 삼도록 하는 방안을 제안한 바 있다. 이것이 실현되면, 용산공원과 남산, 동대문, 청계천, 광화문으로 이어지는 축과 절두산 성지, 상암동, 하늘공원, 홍대, 신촌으로 이어지는 축이 양쪽에 날개축으로 자리잡게 되어 새로운 관광명소로 거듭날 것을 논하였다.

3.2. 디자인

3.2.1 공공디자인과 문화

선진 도시국가들에 비하여 우리나라 공공디자인은 미흡하기 이를 데 없다. 우리의 상황을 돌아보면, 삼성과 LG, 현대자동차처럼 제품디자인은 이미 세계적 수준의 역량을 보여주고 있다. 그러나 국민의 세금 수십조 원이 투입되는 공공부분의 디자인은 여전히 걸음마 단계에 머물러 있는 실정이다. 정작 이용자인 국민은 철저히 배제되고, 법과 제도의 불비, 정부부처 상호간의 이기주의와 단절된 행정편의주의의 폐해만 부각될 뿐이다. 최근 문제가 되었던 신권화폐 도입 과정에서의 디자인 논란이나 지금 이 시각에도 전국을 누비고 있는 5종류의 자동차 번호판과 관련된 논란도 어찌 보면 종합적인 공공디자인 정책의 부재로 인한 필연적인 혼란이라 하지 않을 수 없다. 건물마다, 거리마다 덕지덕지 나붙은 조잡한 간판들, 그리고 거친 상업적 메시지 투성의 네온사인으로 뻑뻑한 우리 도시의 황폐함은 폭력에 다름 아니다. 공적 영역의 멋진 디자인 하나가 국가의 아이덴티티를 좌우하기도 하고, 지역의 경제를 활성화하며, 중국에는 세금을 절감할 수 있다는 사실에 새롭게 눈을 떠야 할 때다. 공공디자인의 평가 기준에는 심미성, 기능성, 독창성, 합목적성 뿐만 아니라 공학적인 타당성과 편의성, 나아가 소외된 이들에 대한 배려와 불특정 다수 시민을 위한 높은 접근성이 포함된다. 그렇기 때문에 우리의 공공디자인에 대한 관심은 공적 부분의 심미성은 물론 합목적성과 효율성까지 제고하기 위한 것이 되어야 한다. 주체와 지향하는 가치를 통해 공공디자인을 정의할 때, 공공디자인은 우리에게 새로운 디자인 이해의 가능성을 열어준다.

그것의 가장 큰 역할 중의 하나는 앞서 지적한 바와 같이 디자인이 이해의 가능성을 열어주며 다양한 지향점을 가질 수 있다는 점을 드러낸다는 사실이다. 디자인을 새롭게 볼 수 있도록 하는 공공디자인의 역할은 공공디자인이 가지는 매우 중요한 기능이다.

한 나라의 도시를 대상으로 공공디자인의 실태를 간단명료하게 진단하여 설명하기는 쉬운 일이 아니다. 특히 한국의 경우 그러한 시도는 더욱 어려운 문제일 수 있다. 지금까지 한국의 도시는 공공디자인이라는 개념을 충분히 인식하고 만들어져 오지 않았기 때문에 어느 날 갑자기 공공디자인이란 새로운 척도를 가지고 기존의 도시를 판단하고 평가하는 것은 분명히 어려운 문제이며, 동시에 바람직하지 않을 수 있다. 흔히 도시나 거리의 모습은 그 사회의 얼굴이라고 한다. 도시나 거리라는 공적인 공간은 다양한 사회 구성원들의 생각과 문화, 생활의 모습이 그대로 나타나있는 공간이다. 따라서 도시의 공공디자인 현황을 진단하기 위해서는 단순히 외형적으로 나타나는 모습만을 보고 진단하기보다는 그 사회의 내면에 존재하는 구조적 특징을 종합적으로 이해하며 접근하는 것이 중요하다. 우리 사회도 과거의 물질만능주의, 개인중심주의 사회에서 차츰 생활환경의 질적인 가치를 중요하게 생각하고, 남과 더불어 사는 사회로 관심이 이동해 가며 공공디자인이라는 용어가 최근에 자연스럽게 사회적 이슈가 되고 있다. 궁극적으로 도시라는 공간은 특정 개인을 위한 공간이 아닌 모두를 위한 개방된 공적 공간이므로 공공디자인이라는 용어에 익숙하지 않을 뿐 현재는 물론이고 과거에도 도시를 형성하는데 공공디자인의 개념은 이미 직·간접적으로 반영되어 왔다고 할 수 있다. 그렇다면 도시의 공공디자인 현황을 진단하는데 시대성은 중요한 의미를 가진다. 현재 우리들이 주변의 생활 공간속에서 쉽게 접하고 있는 각종 교량이나 육교, 가로수, 벤치, 공원, 건축물, 야간조명, 사인 등과 같은 도시의 공공디자인 요소들은 당시의 사회적 상황을 고스란히 담고 있다. 따라서 현재의 가치 기준만으로 그것이 좋고 나쁘다고 판단하는 것은 바람직하지 않은 일이다. 예를 들어 청계천을 복개해 만든 고가도로의 경우도 당시에는 충분한 사회적 필요에 의해 계획되어졌고, 시민들도 그로인한 실질적인 혜택을 받은 것이

사실이다. 그러나 시대가 바뀌어 생활환경의 질적 가치에 대한 관심이 증대되고, 지하철과 같은 새로운 교통수단의 도입과 생활패턴의 변화 등으로 인해 도시 공간을 바라보는 일반 시민들의 인식이 바뀌며 청계천을 바라보는 시각도 달라진 것이다. 지금의 청계천은 고가도로가 철거되고 다시 맑은 물이 흐르게 되었지만 그렇다고 그 고가도로가 처음부터 잘못되었다고 평가하는 것은 부적절하다고 할 수 있다. 당시의 많은 사람들은 그 고가도로를 바라보며 우리나라 경제성장의 상징물로서 마음 뿌듯해 했고, 기능적인 면에서도 고가도로는 도시의 교통순환을 원활하게 해주는 도시공공구조물로서 역할을 충실하게 수행했기 때문이다. 그러므로 현재 우리들이 살고 있는 도시라는 공간 속에서 접하게 되는 다양한 공공디자인 요소들을 오로지 그 자체만을 가지고 진단하거나, 처음부터 대상을 문제점만을 찾아내려는 의도된 시각을 가지고 바라보는 것은 많은 사람들의 공감을 얻어 낼 수 있는 객관적인 진단이 될 수 없다. 그 이유는 그러한 상황이 만들어지게 된 우리 사회의 구조적 특징과 사회 구성원들의 생각을 고려하지 않은 표면적인 접근에 지나지 않기 때문이다. 도시라는 공간은 끊임없이 변화해 가고 있는 살아있는 생명체와 같은 존재이다.

현재 우리나라 도시의 공공디자인 현황을 진단한다는 것은 어떠한 기준을 가지고 바라볼 것인가를 먼저 명확히 하는 것이 중요하다. 그러한 점에서 '우리나라 도시 공공디자인의 실태와 문제점'이란 제목은 처음부터 부정적인 선입견을 가지고 우리 사회를 바라보게 될 가능성이 많다. 그러나 현재의 상황이 만족스럽진 그렇지 않진, 아니면 문화 선진국과 비교하여 상대적으로 부족한 것이 있진 없진 간에 중요한 것은 현재 우리나라의 거리에서 접하게 되는 모든 상황들이 현재의 우리를 나타내는 가장 자연스러운 모습이라는 점이다. 따라서 현재를 무조건 부정하기보다는 왜 그렇게 되었고, 그렇게 될 수밖에 없는지에 대해 근본적인 관점에서 접근하려는 자세가 필요하다. 하나의 대상을 진단하기 위해서는 다양한 기준이 있을 수 있다. 도시의 공공디자인도 어떠한 기준을 가지고 바라보느냐에 따라 동일한 대상에 대해서도 각각 상반된 평가가 나올 수 있다. 예를 들어 하나의 공공시설물에 대해서도 성인

이나 어린이, 장애인, 노약자 또는 내국인이나 외국인 등과 같이 사용자가 누군가에 따라 결과가 달라질 수 있다. 그 외에도 디자인적 측면이나 유지·관리적 측면, 경제적 측면등과 같이 그 기준은 무한히 많을 수 있고, 진단의 깊이 역시 다양할 수 밖에 없다. 따라서 우리나라 도시 공공디자인의 현재를 진단하기 위해서는 먼저 기준을 설정하는 것이 선행되어야 한다. 많은 접근 방법이 있을 수 있겠지만 관련 분야의 전문적인 지식이 없어도 모두가 함께 공유할 수 있도록 도시 공공디자인의 디자인적 관점으로 시야를 좁혀 접근하여야 한다.¹¹⁾

디자인의 문화적 전환(Cultural Turn)은 이제 디자인이 산업을 위한 수단이기 이전에 삶을 위한 디자인(Design for Life)으로서 디자인이 곧 문화주체라는 것을 인식하는 것이 중요하다. 한국은 선진국과 비교하여 디자인의 공공성이 외면되어 왔으며 공공디자인이 매우 낙후되어 있다. 문화생산자로서 디자이너는 산업이라는 매개 이전에 공공성을 위한 디자인, 새로운 정체성으로서 디자인이라는 문화적 차원을 공유해가는 것을 목표로 해야 한다. 문화산업을 위한 공공디자인은 디자인 패러다임의 전환에 능동적으로 대응하면서 한국 사회에서 디자인의 새로운 가치가 실현될 수 있도록 하는 기반이 될 것이다. 공공디자인은 인간의 삶에 공통된 영역과 관계를 맺기 때문에 우리 사회의 문화적 토대를 이루는 것이다. 디자인 문화란 공공성을 기반으로 하는 것이며 한국의 국가 경쟁력 역시 공공성의 실현여부에 달려 있다고 하겠다. 우리의 문화산업에서 디자인을 체계적으로 지원·시행할 수 있는 국가 지원체계가 구축되어야 한다. 한국은 문화적 가치를 다루는 디자인 진흥 및 육성을 위한 국가적 차원의 지원체계가 미흡했다. 우리사회의 디자인 문화를 발전시키기 위해서는 디자인의 공공성을 제고하는 것이 절실하며 모든 정책은 공공정책이어야 하지만 특히 디자인의 경우 문화정책의 중심은 공공성을 기반으로 하여야한다 디자인 문화정책이 디자인 산업정책과 차별화되는 핵심이기 때문이다¹²⁾ 선진 도시국가¹³⁾들은 공공영역과 사적영역의 디자인이 고르게

11) 정희정·윤갑근 『공공디자인을 위한 자전거 교통안전 표지디자인 연구』 기초조형학회. Vo1.10.NO.2. 2009.4

12) 정봉균 『21세기 문화산업을 위한 공공디자인 정책 연구』 한국학술정보(주) 2007

13) 도시국가: 미래에는 도시의 역할이 커지면서 도시국가가 번성했던 중세에 비견되는 신(新)중세시대가

발달되어 있음을 알 수 있는데 그것이 가능한 것은 공공영역에 대한 사회적 합의를 바탕으로 국가와 공공 주체가 체계적인 접근과 엄격한 관리를 실행하고 있기 때문이다. 이에 비해 한국은 공공성에 대한 인식의 결여는 물론이고 국가가 시민들의 사적 영역에 대해서는 상당히 광범위한 규제를 행하면서도 정작 공공 영역에 대해서는 자유방임적으로 대처 하는 경향이 있기 때문에 그 모순이 심각하다.

공공디자인은 하나의 국가 문화적 정체성이 상징적으로 드러나는 부분이며 파급효과가 큰 한나라 디자인의 문화 인프라다. 한국 디자인에서 가장 취약한 부분이 공공디자인이며 이를 국가가 주도하여 제도적으로 개입, 개선하여야 한다. 한국은 국가디자인 및 공공디자인에 대한 국가적 지원 시스템이 구축되지 않은 실정이다. 그나마 국가디자인은 그중요성이 인식되어서 국가적 차원에서도 적극 추진되고 있으나 공공디자인 분야는 미비한 실정이다. 다이내믹 코리아(Dynamic Korea)라는 이미지를 통해 세계에 홍보하고 있으나, 표면적인 국가 이미지 홍보만이 아닌 근본적인 차원에서 국가 이미지 수립이 절실하다.



그림3-1 한국의 홍보용포스터

정이다. 다이내믹 코리아(Dynamic Korea)라는 이미지를 통해 세계에 홍보하고 있으나, 표면적인 국가 이미지 홍보만이 아닌 근본적인 차원에서 국가 이미지 수립이 절실하다.

3.2.2 유니버설디자인(Universal Design)

도래할 것이라고 포인플리시는 내다봤다. 현재도 40개 주요 도시 권역이 세계 경제활동의 3분의2, 혁신의 90%를 각각 차지하고 있는데 이런 현상이 더욱 강화돼 국가보다는 도시가 세계를 이끌어갈게 된다는 것이다. 중세때 독일 북부 연안과 발트 해 연안 도시들이 결성한 한자동맹처럼 독일 함부르크와 아랍에미리트 두바이 등의 도시들이 상업동맹을 맺을 수 도 있다. 여기에 국부펀드와 민병조직까지 갖추면 국가 못지않은 도시국가가 탄생한다며 오늘날 도시가 국가대신 세계경제를 견인하고 금융위기가 끝난 뒤 신(新)중세시대가 온다고 예견했다. 동아일보2009.4.23 A18면.

1980년대 이후 지구촌의 핵심화두는 국가경쟁력이다. 이 개념은 도시경쟁력으로 확장되어 국가경쟁력보다 중요하다는 인식이 점점 늘고 있다. 오늘날 40개 주요 도시권역이 세계 경제활동의 3분의2, 혁신의 90%를 차지하는데 이런 현상이 더욱 강화되어 국가보다 도시가 세계를 이끌어간다는 지적이다. 도시경쟁력은 국가경쟁력을 대변하지만 역할과 기능면에서 더욱 큰 비중을 차지한다. 도시브랜드 가치를 돈으로 환산할 경우 2007년 기준 서울은 126조9000억으로 런던(399조원)의 3분의1에 미치지 못한다.

서울시의 도시브랜드 순위를 세계 60개 도시 중 44위로 평가했다. 동아일보2009.4.25 A27면.

인간은 태어나서 사망할 때 까지 다양한 성장단계를 거치게 되고, 이중 사고나 질병, 임신 등으로 신체적이나 정신적으로 어려움을 느끼는 시기가 있다. 환경은 인간이 처할 수 있는 모든 조건 하에서 차별 없이 생활할 수 있도록 제공되어야 한다는 생각이 유니버설디자인이다. 자신이 장애를 가지고 있는 미국 노스캐롤라이나 주립대학의 로널드 L.메이스(Ronald L. Mace)가 1990년대 디자인에 대한 이상이나 사고방식을 제창한 것이 시초라고 본다. 사전에서 ‘universal’ 이란 단어를 찾아보면 ‘만인의’, ‘보편적인’ 이라고 나와 있듯이, 로널드는 유니버설디자인을 ‘특수한 개조나 특수설계를 하지 않고 모든 사람들이 가능한 최대한까지 이용할 수 있도록 배려한, 환경디자인’이라 정의하였다.¹⁴⁾ 바이스만(Weisman, 2000)은 포괄성을 강조하는 유니버설디자인은 디자인 분야에서 거대한 움직임의 한 측면을 나타내고 있으며, 유니버설디자인의 가치를 추구해 나가는 것은 새로운 디자인 윤리철학을 창출하며, 디자인의 도덕적, 책임적 측면을 강조하는 것이라고 하였다. 또한 유니버설디자인은 디자이너 중심이 아닌 사용자 중심적인 디자인이며 평등, 융통성, 기능성이 강조되고, 이윤추구에 집착하기보다는 좀 더 사회 지향적인 성격을 지닌다고 하였다. 이는 유니버설 디자인에 대한 중심이 사용자임을 강조하고, 사회 지향적 성격을 통하여 보편화시켜야 함을 강조하였다.

1) 유니버설디자인의 기본원리

학자들마다 약간씩 차이가 있다. 이 중에서 가장 일반적으로 사용되고 있는 널과 체리(Null&Cherry)의 4가지 원리와 코넬(Connell)의 7가지 원리에 대하여 살펴보고자 한다. 코넬의 의견은 유니버설디자인 센터에서 사용하는 원리와 같다.

(1) 널과 체리의 원리

① 기능적 지원성이 높은 디자인 (Supportive Design), 유니버설디자인의 첫 번째 조건으로, 기능상 필요한 도움을 제공해야하고, 그러한 도움을 제공해주는데 있어서 사용자가 불필요한 어떠한 부담도 야기해서는 안 된다.

14) 유니버설디자인연구회, 『유니버설디자인연구』 부산: 유니버설디자인연구센터, 2006 pp.28~29

② 수용 가능한 디자인 (Adaptable Design), 상품이나 환경이 다양하게 변하는 대다수의 사람들의 요구를 충족시켜 주어야 한다.

③ 접근 가능한 디자인 (Accessible Design), 장애물이 제거된 상태를 말한다. 폭넓은 인간능력의 범위를 망라하는 유니버설디자인은 일반적으로 많은 사람들에게 방해가 되거나 위협적인 물리적 환경을 변화시킬 수 있도록 해준다. 대부분의 장애물들은 많은 사람들을 방해하기 때문에, 유니버설디자인은 접근가능성을 장려한다. 예를 들어 보도의 연석은 휠체어 사용자뿐만 아니라 자전거를 타는 사람과 환자들이 탈 것을 밀 수 있도록 되어 있어야 한다.

④ 안전한 디자인(Safety-oriented Design), 건강과 복지의 증진을 위한 디자인으로 예를 들어 대조적인 색채와 패턴을 사용하여 넘어져서 발생하는 상해를 예방하고, 사용자에게 높은 수준의 능력을 갖게끔 해주어 심리적인 건강도 지원한다.

(2)코넬의 원리

① 공평한 사용(Equitable Use), 디자인의 결과물은 능력이 서로 다른 사람에게 유용하고 판매가 가능하여야 한다는 것이다. 이를 위한 구체적인 디자인지침으로는 모든 사용자들에게 동일한 사용방법을 제공하고, 모든 사용자들에게 프라이버시와 안전, 보안을 동등하게 제공할 수 있도록 하며, 사용자들에게 어필할 수 있는 디자인이어야 한다.

② 사용상의 융통성(Flexibility in Use), 디자인 결과물이 개인의 다양한 기호와 능력을 광범위하게 수용 하여야함을 의미한다. 이를 위한 구체적 디자인지침으로는 사용방법상의 선택이 가능하도록 하여야 하며, 사용자의 정확성과 정밀성이 그다지 요구하지 않도록 하고, 사용자의 속도에 적응 할 수 있도록 한다.

③ 간단하고 직관적인 사용(Simple and Intuitive Use), 디자인 결과물이 사용자의 경험과 지식, 언어능력, 현재 집중도와는 상관없이 쉽게 이해할 수 있는 것이어야 함을 의미한다. 이를 위해 구체적 디자인지침으로는 불필요한 복잡함을 없애고, 사용자의 기대와 직관에 부응하고, 보다 폭 넓은 교육 및 언어능력을 가진 사람들이 이용할 수 있어야 한다. 또한 효과적으로 자극하

고 작업을 하는 동안이나 작업이 완료된 후에 효과적인 피드백을 제공하는 것이어야 한다.

④ 쉽게 인지할 수 있는 정보(Perceptible Information), 디자인 결과물이 사용자의 지각능력이나 계속 변화하는 조건과는 상관없이, 사용자에게 효과적으로 필요한 정보를 제공하는 것을 의미한다. 이를 위한 구체적 디자인지침으로는 필요한 정보를 충분히 노출시키기 위하여 다양한 모드(시각적, 언어적, 촉각적 방법)를 사용하며, 필요한 정보를 최대한 읽기 쉽도록 하고, 감각적 제한이 있는 사람들이 사용하는 다양한 기술이나 장치를 잘 사용할 수 있도록 한다.

⑤ 오류에 대한 포용력(Tolerance for Error), 디자인 결과물이 우연적이거나 예기치 않은 행동에 따른 결과와 위험을 최소화하는 것이어야 함을 의미한다. 이를 위한 구체적인 디자인지침으로 위험과 실수를 최소화하는 부분을 조정하는 것으로, 가장 사용하기 쉬운 요소이며 접근하기 쉬운 곳에 배치하고, 위험한 요소는 분리, 제거, 또는 막아 놓도록 한다. 그리고 위험과 오류에 대한 경고를 사전에 주고, 조심할 필요가 있는 상황에 있어서는 무의식적인 행동을 취하지 않도록 한다.

⑥ 물리적 노력의 최소화(Low Physical Effort), 디자인 결과물이 사용자의 피로를 최소화하고 편리하며 효과적으로 사용할 수 있도록 함을 의미한다. 이를 위한 구체적인 디자인지침으로는 사용자들이 자연스러운 신체자세로 사용할 수 있도록 하고, 물리적인 힘을 지속적으로 가하는 것과 같은 반복적인 조절행위를 최소화시킨다.

⑦ 접근, 이용을 위한 크기와 공간(Size and Space for Approach and Use), 사용자의 신체크기, 위치, 기동성과는 상관없이 손에 닿기 쉽고, 잡을 수 있고, 조작이 용이하도록 디자인 결과물의 적정 크기와 공간이 제공되어야 함을 의미한다. 이를 위한 구체적 디자인지침으로는 앉아있거나 서 있는 것에 상관없이 사용자들에게 중요한 대상을 시야범위에 두며, 손이 닿을 수 있도록 한다. 또한 사용자의 손 크기의 다양한 범위를 수용할 수 있도록 디자인되어야 하며, 보조 장치를 사용하거나 보조인의 도움을 받을 경우를 고려하여 적정한 공간을 제공하여야 한다. 이러한 원리의 유니버설 디자인은

공공디자인의 개념에서 큰 위치를 차지하고 있다. 이 원칙에 맞게 디자인을 실현하기란 상당한 노력이 필요할 것이다.¹⁵⁾

3.2.3 배리어 프리(Barrier-Free)

1) 배리어 프리의 개념

1981년 국제연맹 장애자의 해 이후, 장애를 가진 사람들도 보통 사람들과 마찬가지로 자립하여 사회참가를 한다는 “Normalisation”의 사고방식이 뿌리 내렸다. 장애자가 일상생활을 하는데 있어서는 여러 가지 곤란이 기다리고 있다. 주택에서의 예를 들면, 먼저 현관에 있는 단차도 있으며, 목욕탕이나 화장실을 사용하는 것도 어렵다. 한 발짝 밖으로 나가면 보차도의 단차를 넘을 수 없다. 역의 긴 계단, 읽기 힘든 표지판 등 세어본다면 한정이 없다. 다양한 공업제품은 장애자에 대한 배려가 결여되어 있는 실정이다. 이와 같이 장애자의 사회참가를 거부하는 여러 가지 곤란을 배리어(Barrier)라고 하고, 이러한 배리어를 없앤 상태를 “Barrier-Free(장애가 없는)”이라 한다. 미국에서는 1990년에 ‘장애를 가진 미국 국민법’이 만들어져, 장애가 없는 환경을 정비하는 것이 특별하게 행해지는 복지차원의 것이 아니라, 무엇을 하던지 전제조건이 이루어져야 한다고 하고 있다. 그리고 기본원칙으로는 어쩔 수 없이 대응할 수 없는 경우에 한하여 장애자에 대한 복지차원에서의 해결책을 취하도록 하고 있다. 장애가 없는 환경이라는 것은, ‘특별한’ 환경을 만드는 것이 아니라, 장애자로 대표되는 약자에 대한 배려가 당연하다는 것으로 하는 환경을 의미하는 것이다.

(1) 배리어 프리 환경의 필요성

첫 번째로 고령자(65세 이상)의 증가를 들 수 있다. 2000년 유엔이 정한 고령화 사회(65세 이상 노인이 전체인구의 7%이상을 차지)로 접어든 한국은 고령사회(65세 이상 인구비중이 14%이상을 차지)로 갈때까지 걸리는 시간은 19년(2019년)에 불과하다. 이 때문에 장애가 없는 환경조성이 불가피하다. 두

15) 이해련 『공공디자인을 적용시킨 도심부 보행공간 조성』 석사학위논문 . 홍익대학교/건축대학원/조경설계전공. 2007.

번째로, 장애를 가진 사람들의 생활에 대한 사고방식의 변화를 들 수 있다. 지역사회와 격리된 병원이나 복지시설에서 살고 있는 장애를 가진 사람들에게 스스로 생활할 수 있는 환경을 보장해줄 필요가 있다. 장애가 없는 환경을 만든다는 것은 단지 고령자나 장애를 가진 사람들의 생활을 쾌적한 것으로 하는 것뿐만 아니라, 일시적으로 장애를 갖게 되는 부상이나 질병, 임신 중인 사람들에게도 마찬가지로 혜택을 주는 것이다¹⁶⁾

(2) 배리어 프리 환경을 필요로 하고 있는 사람들의 특징

① 시각기능의 저하는 40세 정도부터 시작되며, 시야의 폭도 좁아진다. 특히 눈보다 높은 곳이 잘 안보이게 되며, 원근감의 지각이 어렵게 된다. 또 명암에 대한 순응력과 색을 식별하는 힘이 떨어진다. 수정체가 흐려지는 녹내장은 고령자 대다수에게서 보이는 현상으로, 청색이나 녹색이 잘 안보이며, 흰색과 황색이 이상하게 보인다. 적색, 핑크, 오렌지색 등 파장이 긴 색은 비교적 변화가 적으나, 명도, 채도가 낮은 것은 잘 보이지 않는다. 이러한 시력 저하를 감안하여 디자인해야 할 필요가 있다. 표시를 확실하게 보여주기 위해서나, 단차의 유무를 살리기 위해서 등 안전을 확보하기 위해서는 고령화 때문에라도 식별능력에 변화가 적은 색을 의식적으로 선택하는 디자인이 효과를 발휘한다.

② 청각기능의 저하고령화와 함께 고음이 듣기 어렵게 되며, 소음 중에서의 소리나 말을 이해하는 것이 어렵게 된다. 단지 볼륨을 올리면 되는 것이 아니라 저음의 방송을 귀기울여가며 듣게 하는 배려가 바람직하다. 주택의 경우라면 소음이 적은 위치에 거실을 배치하거나, 벨이나 전화의 설치장소를 고려하는 것이 바람직하다.

③ 후각기능의 저하 후각은 전체적으로 둔해지고 가스누출에 따른 냄새나 타는 냄새를 민감하게 구별하는 것이 어렵게 된다. 시각이나 청각에서도 인식할 수 있는 가스누출 경보기나 소화설비의 설치 등이 필요하다.

④ 촉각기능의 저하 촉각도 둔해지므로 화상 등의 위험도 높아진다. 마감재료의 선택이 중요한 포인트가 된다.

16) 배현미, 김종하, 『환경디자인』 보문당, 2002, pp.203-208)

⑤ 기타 근육에서 위축현상이 일어나고 동작이 둔해진다. 뼈나 관절도 얇어지고 저항력이 약해진다. 그 때문에 넘어진 경우에는 골절되기 쉽다. 고령자는 일단 부상을 입으면 치료하기 힘들기 때문에 세심한 주의를 기울여 안전을 지키는 디자인을 할 필요가 있다. 단차를 없애거나, 손잡이를 달거나, 마감 재료를 유연한 것으로 하는 것은 고령자의 부상을 최소화하기 위한 안전대책이다.

(3) 장애를 가진 사람들을 위한 디자인상의 유의점

장애를 가진 사람들을 둘러싼 다양한 환경을 디자인함에 있어 가장 어려운 점은 장애의 종류나 정도가 사람마다 다르다는 것이다. 때로는 이해가 상반되는 경우도 발생한다. 예를 들면 점자블록은 시각장애자에게 있어서는 상당히 도움이 되는 것이지만, 휠체어를 이용한다면 진동이 일어난다. 마찬가지로 램프는 휠체어로 이동하는 경우에 없어서는 안 되는 시설이지만, 경사가 급하면 비나 눈이 내렸을 때 정상인이 넘어져 부상을 당하는 사태가 발생하기도 한다. 특히 불특정 다수의 사람들이 이용하는 공공시설을 디자인하는 경우에는, 쌍방의 이해를 냉정하게 판단하는 균형 감각이 필요하다.

3.3 소결

공공디자인이 가장 근본적이고 중요하게 다루는 것은 삶의 질과 관련된 공간환경이다. 학교, 병원, 도서관과 같은 공공 서비스공간과 공원, 녹지, 보행자전용도로, 자전거도로와 같은 옥외 오픈스페이스가 우선적으로 다뤄지고 지역사회 커뮤니티를 위한 개발이나 주택단지 개발도 포함된다. 기획, 디자인 선정, 프로세스 디자인, 디자인 평가, 사업자 선정, 사용후 평가 등의 전 과정에 전문가를 파견하여 지원하고 도와주며, 각 단계에서 필요한 선진사례에 대한 자료와 지침서 제공, 사용자 주체그룹과의 협의 미팅을 통해 디자인된 공간과 장소가 정말 사회 구성원이 원하는 환경이 될 수 있도록 사업의 핵심과 디자인의 중요성 등의 이해를 돕는다. 케이브가 다루는 공공디자인의

영역은, 공공디자인이 보다 좋은 물리적 환경의 디자인을 통해 보다 나은 도시민의 삶의 질을 이끌어내는 소통의 언어임을 드러낸다. 나쁜 디자인은 결국 다음 세대에게 또 다른 비용을 전가하는 것이지만 좋은 디자인은 다음 세대에게 많은 혜택을 부여한다. 이는 결국 좋은 디자인이나 나쁜 디자인이 건축가나 디자이너의 역량이나 개인적 기호에 의해 결정되는 것이 아니라 사회적 조정과 합의로 결정되기에, 좋은 디자인은 결과적으로 무한한 사회적 가치를 만들어내기 때문이다. 사회적인 가치는 결코 한 두 사람의 계획이나 디자이너의 통찰력에 의해 이루어지지 않는다. 행정에서부터 디자인, 사업의 절차와 과정, 예산과 일정, 사용자의 참여, 지역사회의 요구와 필요, 지속적인 사용과 가치의 확산 등에 의해 만들어지는 사회적 가치는 그 가치의 생산과 사용과정에 개입된 모든 주체들의 참여와 협력, 소통과 협조에 의해 이루어진다. 이러한 노력은 결국 좋은 디자인이 가치를 생산해내는 원동력이라는 점에 대한 사회적 이해와 동의를 구하는 작업이라고 이야기할 수 있다. 케이브17)를 통한 공공디자인의 제도와 정책에서 주목할 것은 공공디자인의 주체와 가치설정이다. 공공성의 주체로서의 공공의 의미가 공공성을 제공하는 공공기관을 의미하는 경향이 강하며, 동시에 공공디자인이 공공기관에 의해 독점되는 경향이 강하다. 그래서 생기는 의문중의 하나가 ‘공공디자인은 관이 주도하는 것이 타당한가.이다. 공공디자인을 아무리 떠들어도 관이 주체가 되어 공공디자인을 실행하고 그 결과를 치적으로 삼으려는 정치적 의도가 강할 경우 공공 디자인에서의 공공성은 디자인에 의해 조작되기 쉽다. 즉 공공디자인이 시민의 생활공간과 연계될 수 있도록, 그리고 공공디자인이 기존의 시민들이 사용하는 공용공간의 활용도를 더 높일 수 있는 역할을 하도록 행정상의 난제를 풀어주고 공공디자인의 실현과정에서 다양한 이해관계들이 서로 상충되지 않도록 갈등을 조정하고 서로를 소통할 수 있도록 중재해주는 조정자의 역할을 해야 한다.

17) 공공디자인 전문가 자문기구 케이브(CABE) 공공이나 민간이 주도하는 대규모 도시개발이나 건축프로젝트가 실현되는 과정에서 보다 나은 건물과 공간, 그리고 장소를 조성하여 도시민의 삶과 도시 환경의 질을 향상시키고자 하는 목적을 갖고 활동하는 케이브는 영국 중앙정부 및 지방정부를 위한 전문가 자문기구이다.

그리고 공공디자인의 대상과 가치가 물리적 환경에만 국한되어서는 안 된다. 공원이나 보행 녹지공간을 좋은 공공디자인을 통해 조성하는 것이 시각적으로 매력적인 도시환경을 만들기 위해서가 아니라는 이야기다. 공공디자인이 시민들의 생활 속에서 그 지속가능성이 유지되거나 공공디자인을 통해 또 다른 사회적·공간적 가치를 파생시키거나 개선할 수 있도록 하는 것이 중요하다. 즉 공공디자인이 그 물리적 대상에만 가치를 한정시켜서는 안 되며 공공디자인을 통한 도시민의 삶을 윤택하게 해주는 사회적 파생가치의 문제를 중요하게 다루어야 한다.

공공성은 제공하는 주체와 사용하는 주체가 다를 수 있어서 공공성이 갖는 이념과 명분이 현실의 요구를 외면하기 쉽다. 그래서 행정과 전문가가 제공하는 공공성이 도시와 시민이 원하는 공공성과 어떻게 일치시킬 것인가에 대한 고민은 결국 도시의 공공공간을 제공하는 일의 가장 근본적인 과제이다. 모두가 같은 공공성의 가치를 공유하지만 각자가 그리는 공공성의 개념과 그 실천은 다를 것이다. 공공디자인의 법과 제도의 성패는 결국 이들이 그리는 조금씩 다른 공공성의 의미와 가치의 최대공약수를 어떻게 공간적 삶의 형태로 실천해내느냐에 달려 있다.

제4장 국내·외 공공디자인의 사례조사

4.1 조사개요

4.1.1 조사대상지

1) 국내사례

서울과 경기도 분당, 광주광역시를 대상으로 실시하였다

2) 국외사례

미국, 프랑스, 이탈리아, 네덜란드, 벨기에, 독일, 오스트리아, 룩셈부르크, 스위스, 모나코, 영국, 대만, 필리핀, 일본, 중국을 국외사례의 대상으로 실시하였다.

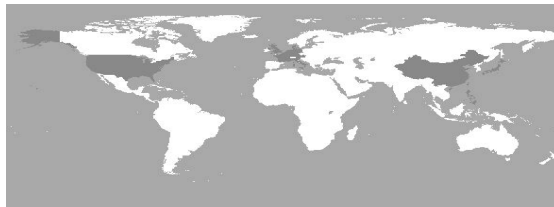


그림4-1 직접조사방문국가

[표4-1] 직접조사방문

조사국가	조사도시	방문시기	방문회수
미국	화와이, 뉴욕	2006.8-2008.3	2
프랑스	파리, 디종, 니스, 피사	2004.9-2008.10	2
이탈리아	밀라노, 베네치아, 로마, 폼페이 쏘렌토, 나폴리, 피렌체, 바티칸	2008.10	2
네덜란드	암스테르담	2008.10	1
벨기에	브르셀	2008.10	1
독일	뮌헨, 프랑크푸르트, 하이델베르크, 뮌헨	2004.9-2008.10	2
오스트리아	인스부르크	2008.10.	1
룩셈부르크	룩셈부르크	2008.10.	1
스위스	제노바, 루체른	2004.9-2008.10	2
모나코	모나코	2008.10	1
영국	런던	2004.9-2008.10	2
대만	타이페이	2007.10	1
필리핀	마닐라	2006.9	1
일본	동경, 나라, 교토, 오사카, 구마모토, 후쿠오카	2004.10-2008.10	23
중국	상하이, 서안, 소주, 항주, 연길	2004.10-2008.10	7

4.1.2 조사방법

본 조사는 도시환경에서 공공디자인 매개체를 조사대상으로 하여 선정된 사진은 Canon EOS 5D Digital Camera 20,000화소를 이용하여 사진의 해상도는 1,500×1,200Pixel로 설정하고 촬영하였으며 지상1.5m 높이로 고정하였으며 공공디자인 영역의 분류에 따라 그 높이를 달리한 항목도 포함되어있다. 그림자의 길이가 짧은 오전10시에서 오후 4시 사이에 촬영을 우선하였다.

공공디자인의 평가척도어 어휘개발과 추출을 위하여 주변의 환경과 어떻게 조화롭게 연관되어 있는가를 관찰하기 위하여 화각은 주변의 풍경과 환경 등을 포함시켜 촬영하였다.

4.2 사례조사

4.2.1 공공 공간디자인

1) 도시환경

(1) 광장

사전적의미로는 많은 사람이 모일 수 있게 거리에 만들어 놓은 넓은 빈터이다. 18세기 영국에서 산업혁명이 일어났을 때 노동자의 피로를 해소시켜주기 위한 목적으로 휴식을 취할 수 있는 장소인 ‘공공의 정원’으로 설계한 것이 공원의 시작이다. 도시의 공원은 도시 내에서 청정한 공기와 쾌적함을 공급하고 빌딩의 연속인 삭막함 속에서 문화와 여가의 공간을 제공한다.

또한 도시에 녹지가 차지하는 비중에 따라 그 도시의 삶의 수준과 환경에 대한 평가가 이루어지고 있어 녹지시설의 확충은 도시의 이미지 개선에도 큰 역할을 하고 있다. 공원과 광장을 생각했을 때 가장 먼저 떠오르는 이미지는 녹색이라는 시각적 상징이다. 세계에서 제일 유명한 공원으로 일컬어지는 뉴욕의 센트럴 파크는 끝없이 이어지는 빌딩들로 자칫 회색빛으로 물들 수 있는 도시에 시각적 청량감을 주고 접근성이 용이하여 뉴욕의 시민들에게 최적의 휴식공간을 제공함으로써 뉴욕의 대표적 상징이 되고 있다. 반면 도시를 생각할 때에 일반적으로는 건물들의 시설에 시선이 간다. 그렇지만 ‘오픈 스페이스’는 중요하다. 그것은 ‘오픈스페이스’가 시설물들을 연결해주고 도시적

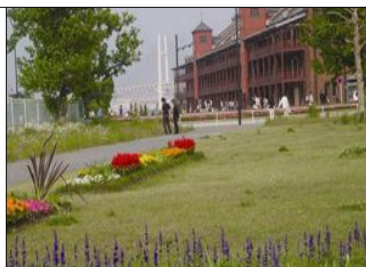

인 연속을 만들어 주기 때문이다. 또 '오픈스페이스'에 따라서 도시의 경관적인 측면이 나타난다. 공원이나 녹지는 자연계의 공간으로 볼 필요성도 있지만 녹지 이외의 '오픈스페이스'인 광장의 중요성과 필요성은 절실하다¹⁾

광장문화가 발달된 유럽의 문화를 살펴보면 도시(都市)속에 있는 공공적(公共的)인 공지를 가리키는 말로써 중세의 도시에서의 광장은 대성당이나 교회 앞의 교회광장(教會廣場), 왕후나 주요 직분의 저택으로 둘러싸인 시뇨리아(signoria)라는 시민광장(市民廣場), 상업 활동이 행해지는 시장광장(市場廣場) 등 3가지로 나누어졌다. 시민광장이나 시장광장은 조각이나 기념물, 수반(水盤), 분수 등으로 장식되었다. 르네상스 이후 근세의 도시 광장은 그 기능적인 면에서 전정광장(前庭廣場)·기념광장(紀念廣場)·시장광장·교통광장(交通廣場)·근린광장(近隣廣場) 등으로 구분되었다. 산업혁명(産業革命) 이후에 자본주의 도시가 일어나는 근대에는 시민들의 광장에 대한 흥미는 쇠퇴하였고, 광장 대신에 철도나 공장·빌딩 등 산업시설이 도심지에 건설되었다. 그 후 광장의 필요성이 다시 대두된 것은 20세기 후반 공업화와 자동차교통으로 황폐해진 현대도시가 황폐해지면서 부터이다. 새로운 도시 광장은 재개발되는 도심과 새로 건설되는 주택지의 중심지에 나타난다. 어느 것이나 자동차교통을 거부하고, 시민들의 보행과 쇼핑이나 산책을 중심으로 한 새로운 형태의 광장이다. 넓은 광장은 웅장한 관청이나 중세의 높은 교회 또는 성당 앞에 조성되어 있는 경우가 많다 그 차체는 수직적인 공간이고 시민이 모여들 때 광장은 수평적공간이 된다. 시민은 광장에서 소통하고 교환하고 축제한다. 공공디자인은 광장에서 그 시작과 끝이 있다고 볼 수 있다. 광장은 디자인되어야 하며 그 광장에서 소통하는 시민의식도 디자인되어야 한다. 선진도시국가들은 어디를 가나 크고 작은 광장이 시민의 가까이 존재한다. 수천년된 고색창연한 문화재를 단지 바라보는 관점에서 그치지 않고 이를 체험하며 생활 속에 존재한다. 시민들은 광장으로 모인다. 광장을 통하여 건물간의 이동을 행한다. 그 광장에는 언제나 크고 작은 문화예술과 공연행사가 열린다. 도심의 광장에서 이루어지는 공연은 삶에 지친 우리의 도시민들에게 피로를 해소시키며 삶에 활력을 주기에 충분하다. 한국의 광장은 인위적인 건축공간의 좁

1) Narumi Kunihiro 『URBAN DESIGN』 p14. 學藝出版社. 1995

은 면으로만 형성되어 그 역할을 다하지 못하는 실정이다. 21세기가 요구하는 새로운 삶의 패러다임에 따라 광장의 문화는 이제 건축 환경의 내부에도 그 필요성이 절실하다. [표4-2] 광장1에서 보여지는 일본의 록본기 힐즈 ‘아레나’는 디자인 측면에서 몇 가지의 의미 있는 구성을 가지고 있다. 록본기 힐즈 지층부 공간의 중심축 역할을 하며 단지 내 이동시 가로지르는 길이 모두 만나는 지점에 광장을 구성함으로써 보행자들의 가로질러 견고자하는 행태심리를 반영하는 동시에 그 걸음을 느리게 이완시켜 관객으로 만든다. 또한 만남의 장인 이 광장은 상층부의 열린 공간에서 쉽게 조망됨으로써 폭넓은 시선의 상호작용을 만들어 공간의 연계성을 강화시킨다.2)

[표4-2] 광장 1

<p>외국 사례</p>		<p>‘아카렌가소고’ 1902년 화물보관 보세창고로 지어진 두 개동의 붉은색 벽돌건물의 원형을 최대한 보존하여 요코하마 ‘미나토미라이21’ 프로젝트중 일부로 현대식으로 리모델링하여 쇼핑몰과 레스토랑으로 운영하고 있다. 또한 중고등학생과 대학생들까지 학생들을 위주한 문구 및 생활 쇼핑센터로 복적이며 삭막한 도심에 쇼핑센터의 기능만이 아닌 광장을 조성 잔디공원과 꽃밭 그리고 수공 간등을 형성하여 삶의 여유와 꿈이 있는 도심 속의 광장 문화를 보여준다.</p>
<p>광장 요코하마 일본 도시환경</p>		
<p>외국 사례</p>		<p>새로운 개념의 광장인 록본기 힐즈 ‘아레나’는 전체공간의 중심부에 대규모로 위치하여 이벤트를 제공해주고있다. 당장의 임대수익보다는 지역전체의 발전을 위한 합리적 숙고와 공공성에 대한 배려가 배어 있다.3) 광장에 마련된 수공간과 음악분수 그리고 꽃과 과일시장이 열린다. 상설시장이 아니며 여러 행사가 이루어지며 인위적인 건축공간에 인간미가 흐르는 감성공간으로 변모하여 활기찬 도시환경을 연출한다.</p>
<p>광장 록본기 일본 도시환경</p>		
<p>공공공간디자인</p>		

2) 박찬숙, 권영걸 『일본경제 공공디자인으로 다시 살아난다』 도서출판가인. 2008


[표4-3] 광장 2

<p>외국 사례</p>		<p>‘사크레페르사원’의 계단식 광장 평지로 이루어진 파리의 유일한 산 해발129m의 몽마르트 언덕 순교자의 언덕으로 불리며, 르누아르, 고흐, 피타스등 예술가들이 모여들던 예술촌이었지만 지금은 상업화의 풍토에 밀려 환락의 거리로 바뀌었다 수많은 사람의 사랑을 받는 북적임과 작은 공연과 연주회가 이루어진다.</p>
<p>광장 파리 프랑스</p>		
<p>외국 사례</p>		<p>‘판테온’광장 ‘아우구스투스’황제때 ‘아그라파’에 의해 건립되었으나 화재로 서기118년‘아드리아노’황제가 재건립하였다. 유럽선진도시국가들의 광장문화는 생활 속의 시민과 밀접한 관계에서 소통한다. 공연과 축제 그리고 쉼터가 되며 친구와 연인과 약속의 장소가 되며 문화재와 역사속 고건축물과 어우러져 생활한다. 그럼에도 유지관리되는 것은 시민의식이 기초되어있기 때문일 것이다.</p>
<p>광장 로마 이탈리아</p>		
<p>외국 사례</p>		<p>암스테르담 17세기 황금시대의 영화와 예술의 진면목을 보여주는 고전주의풍건물 1648년 ‘자콥반 캄펜’에 의해지어진 왕궁. 지금은 국빈을 맞는 영빈관이다 울타리도 일반시민들과의 경계의 영역이 너무나도 자유롭고 시민들은 광장에서 여유롭다.</p>
<p>광장 암스테르담 네덜란드</p>		
<p>외국 사례</p>		<p>‘요꼬하마’ 선박건조용 도크로 쓰이던곳을 리모델링하여 도크야드 가든(Dockyard Garden)이라는 관광자원으로 새롭게 태어난 광장. 호텔과 즐비한 쇼핑센터의 중앙에 형성되어있는 지하의 수공간의 광장과 지상 그리고 계단을 거느린 2층형 지상의 입체적 광장에서는 미니공연이 이루어진다. 몇 명뿐이던 관람객은 잠깐만에 만원이 된다. 도심의 공연은 삶에 지친 도시민의 피로회복 역할을 수행함에 분명하다. 평지형의 공터에서 입체적인 광장의 디자인은 공공디자인영역에서 심중히 고려되어야 한다.</p>
<p>광장 요꼬하마 일본</p>		
<p>도시환경</p>		
<p>공공공간디자인</p>		

[표4-4] 광장 3

<p>외국 사례</p>			<p>‘스페인광장’과 ‘꼰도띠거리’ 바로크양식의 137개의계단 과 교회, 영화(로마의 휴일)로 인하여 전 세계인들에게 관광명소가 되었다 쇼핑가의 ‘꼰도띠거리’와 ‘스페인광장’과의 영역이동의 동선도 자유롭게 소통한다.</p>
<p>광장 로마 이탈리아 도시환경 공공 공간디자인</p>			
<p>외국 사례</p>		<p>동경 긴자의 중심상업지역으로 주말에는 차량통행을 금지시키고 시민들의 보행도로로 만들어 가벼운 광장문화를 보여준다.</p>	 <p>세상에서 가장아름다운광장이라는 유네스코 지정 보존지역인 ‘그랑팔라스광장. 광장전체가 꽃으로 뒤덮이는 축제가 열리는 등 문화재의 공간 안에서 시민은 소통한다.</p>
<p>광장 긴자 일본 도시환경 공공 공간디자인</p>			
<p>외국 사례</p>			
<p>세계3대 박물관인 루브르 박물관앞 광장과 ‘사크레페르사원’의 계단식 광장 평지로 이루어진 파리의 유일한 산 해발129m의 몽마르트 언덕에서의 시민들의 휴식은 삶을 풍요롭게 한다. 선진도시국가들은 박물관과 미술관이 도심과 가까이 연계돼 서로 소통하며 문화재와 예술품이 관람이 아닌 생활 속에 자리한 일상생활이다. 문화재나 역사의 도시들은 영화한편으로도 도시국가의 경쟁력과 국가의 브랜드가치는 상승한다.</p> <p style="text-align: center;">파리 프랑스 도시환경 공공 공간디자인</p>			

[표4-5] 광장 4

외국 사례	
	<p>‘시노리아 광장’ 피렌체에서는 보기 드문 광장 과거 도시의 구심점으로 시민들이 토론을 벌이거나 거수로 정사를 결정하기도 했던 곳이다. 소통하고 축제하는 광장의 문화는 쉼터이다 문화재에 딸린 광장과 공원에 어김없이 자리한 노천 카페, 제도와 행정 속에서 제한적인 자유는 오히려 삶을 풍요롭고 여유롭게 한다. 우리나라에서는 보기 드문 불법 도로점용이 유럽의 선진도시 국가에서는 이름답다 우리나라도 서울이나 분당등 신도시 지역에서 눈에 띄는 길거리카페는 많은 사람이 공감하여 동참하는 ‘생활의 여유’라는 새로운 경험적 가치를 제공함으로써 우리의 삶에 영향을 미치는것 경제효과와 마음의 여유가 생기는것 이것이야말로 진정한 트렌드일 것이다⁴⁾</p>
광장 피렌체 이탈리아 도시환경 공공 공간디자인	

(2) 공원

공공녹지로서 자연지(自然地)나 또는 인공적으로 조성한 후생적 조경지 전자를 자연공원, 후자를 도시공원이라고 한다. 또한 자연공원은 국립공원과 도립공원으로 분류한다. 국가 또는 지방자치단체가 자연풍경지(自然風景地)를 보호하고 국민이나 주민의 보건휴양 및 정서생활의 향상에 기여할 목적으로 관리한다. 근대공원은 중세 이후 영국의 왕후·귀족이 소유·독점 사용하던 수렵장이나 대규모 정원을 19세기 중반에 일반에게 공개한 것에서 비롯된다. 이 경향은 차차 유럽 전체로 확대되었다. 런던의 하이드파크·리젠트파크, 파리의 부아 드 블로뉴·퐁텐블로·빈의 프라터, 베를린의 티르가르텐 등이 그 예이다. 산업혁명 이후의 불결한 도시환경에서의 구제조치였으며, 깨끗한 공기와 푸른 녹지의 중요성을 인식하게 된 결과라고 할 수 있다. 그 후 대도시의 시민에게 쾌적한 자연환경을 만들어 주어 심신의 휴양을 할 수 있도록 계획적으로 공원을 설치하기에 이르렀다. 뉴욕의 중앙에 있는 센트럴파크가 그 좋은 예인데, 340ha의 광대한 넓이로 조성되어 있다. 그 후 다른 여러 나라에

4) 나진. 도시풍경바꾸는 카페의외출.시사저널 2006.11.21 제891호 p77

서도 도시의 내부 또는 주변에 공원을 설치하게 되었고, 근대도시계획에 의한 공원계통이 확립된 것은 20세기에 들어와서의 일이다. 한국에서의 사전적 의미의 공원은 국가나 지방공공단체가 공중의 보건 휴양놀이 따위를 위하여 마련한 정원, 유원지, 동산들의 사설시설물이다. 도시민의 삶의 질을 향상시키기 위해서는 문화를 향유할 수 있는 공간이 필요하다. 도시 내 녹지공간은 도시구조를 생태적으로 재편성 하여 도시 자체는 물론 도시민 생활수준을 업그레이드시킬 수 있는 좋은 방법이다. 그러나 기존 도시공원은 효율성이 떨어지며, 새로운 공간을 확보하기에는 재정상의 어려움이 있다. 녹지는 존재 그 자체로 자연의 소중함을 일깨워주고, 도시민의 쉼터라는 존재가치를 가지고 있다. 시민들 사이에서도 녹지의 필요성은 충분히 공감되었고, 공원유치를 희망하는 여러 운동이 벌어지고 있지만 도시민들이 원하는 공원은 더 이상 똑같은 기능만을 수행해서는 안 된다. 생태공간을 기본 개념으로 하되 입지 특성과 설립목적, 이용객에 따라 뚜렷한 정체성을 가진 맞춤형 공원이 필요하다⁵⁾.



선진도시국가들의 공공공간, 가로와 공원들에는 언제나 푸르름이 있다 그리고 어김없이 피로에 지친 도시민들의 쉼터가 자리해있다 가까운 이웃 일본은 단한평의 땅이라도 내버려두지 않고 꽃과 식물을 심는 것을 쉽게 발견할 수 있다 선진도시국가들의 환경은 쾌적하다. 공공의 공간에 필수적인 공원은 거시적 안목으로 도시설계에서부터 입안되어야 할 것이며 이를 사용하는 국민의 의식수준 국민의 도덕과 윤리가 바탕이 되어야 우리나라도 선진도시국가로의 경쟁력에서 우위에 설 수 있을 것이다. 왜 공원은 연로하신 어르신들과 때론 행려자들의 아지트가 되어야 하는가 남녀노소 할 것 없이 푸르름을 마시고 넓은 시야의 공원에서 건강한 삶을 살 수 있도록 이 또한 추후 연구되어야 할 과제이다. 보이는 외적모습이 아닌 진정 인간이 영위하는 풍요로운 삶을 위한 체험 속에 생활 속에 배어 있는 그런 공원이 절실하다.

5) 세계공원연구소 <http://www.makehope.org/greenspace>

[표4-6] 공원 1

<p>국내 사례</p>		<p>도심 생태계의 복원과 녹지의 확대를 통한 도시생활의 질적 향상은 지속가능한 사회를 위해 필수적인 요건으로 21세기 도심재생 프로젝트의 주요화두이다. 녹지는 경관적 측면이나 피폐해진 시민들에게 삶의 여유를 돌려준다는 측면뿐 아니라 도시생태파괴로 인한 열섬 현상을 해소하고 도시홍수를 방지한다는 기능적 측면에서도 매우 중요하다. 한국은 아직 자연녹지의 의미와 자연환경보다 건설 중심의 의미에서 크게 벗어나 있지 못하다. 한국의 가로에서의 자연녹지가 절실히 요구된다.</p> <p>분당 한국</p>
<p>도시환경</p>		
<p>외국 사례</p>		
<p>룩본기 미드타운의 '히노키쇼'공원, 초고층건물의 뒤편에 마련된 친환경 자연생태공원 선진도시국가들은 회색빛 건축물만이 존재하지 않는다. 나무와 물과 그리고 잔디 친환경 그린디자인을 반영하여 현대의 건축적요구와 환경을 고려한 도심의 구성은 왜 우리에게 미흡한가. 우리는 움직임에 따른 견적울을 건축에만 활용한다. 녹지공간과 문화공간이 같이 발전된다면 우리의 삶은 풍요로워 질 것이며 살기 좋은 도시국가로의 경쟁력은 높아질 것이다</p> <p>공원 룩본기 일본</p>		
<p>도시환경</p>		
<p>외국 사례</p>		
<p>밀라노 도심 의 공원으로 선진도시국가들은 상징조형물이든 역사적인물의 동상이든 어김없이 벤치와 쉼터가 조성되어있다 우리의 도심에 있는 조형물은 어떠한가. 감히 근접할 수 없는 준엄함과 존귀함이 있으며 금지와 단절의 바리케이트를 설치하여 역사 문화와의 소통을 단절시킨다.</p> <p>공원 밀라노 이탈리아</p>		
<p>도시환경 공공공간디자인</p>		
<p>공원 동경 일본</p>		<p>도심중앙에 위치한 동경의 우에노공원 미니 야외 연주회가 열리고 있다.</p>

[표4-7] 공원 2

외국 사례		
	<p>‘요코하마’ 항구 근처의 구릉전체를 방무목으로 데크를 설치하였다 이런 공공영역에 투자할 수 있는 일본의 경제력에 놀라고 공공의 영역에 이러한 시도를 할 수 있는 사고를 가질 수 있다는 것은 역사적 배경으로 막연한 거부감이 아니라 배워야 할 공공디자인의 기본일 것이다.</p>	<p>‘요코하마’ 랜드마크타워 남쪽 요코하마 항구와 연결된 수로에 정박한 1930년형 ‘니혼마루’가 정박되어 있다 온통장미꽃으로 형성된 장미공원 해질 무렵 풍겨오던 장미향을 잊을 수 없었던 살아 있는 행복함이 깃어들던 공원. 선진도시국가들의 과거는 모두가 문화와 역사의 관광자원이다.</p>
공원 록본기 일본		
도시환경		
공공 공간디자인		

(3) 수공간

생명의 근원 정신건강을 맑게 해주며 공기를 청정하게 해주는 수공간, 가까운 이웃나라 일본은 [표4-9] 수공간2와 [표4-10] 수공간3 에 삽입된 그림과 같은 수공간은 공공의 공간이나 사적인 공간이거나 어디든지 여러 형태로 존재하며 관리나 유지가 잘 이루어진다. 일본신주쿠 지하도의 경우 지하철역과 쇼팽센타 인근호텔의 로비까지 연결되는 통로가 있으며 삭막하고 폐쇄된 지하도에 수공간을 형성하여 보행자들에게 폐쇄된 지하철도의 불안심리를 해소시키고 공기 청정을 해주고 있어 쾌적한 공공디자인 사례를 보여준다.

수공간이 있는 지하도를 걷는 또 다른 매력이 존재한다. 그것이 우리가 추구해야 할 인간의 삶을 쾌적하고 행복하게 할 공공디자인일것이다 우리나라도 이제 많은 도시에서 훌륭한 분수나 수공간을 볼 수 있어 바람직한 현상으로 보아진다 한 가지 아쉬운 점으로는 대도시와 소도시는 경제적 차이를 지닌 도시의 공공시설물이 현저한 차이가 있다는 것이다. 공공에 의한 공공을 위한 공공시설물에 차별이 있어서는 안 된다. 서울시의 경우 도시개발 과정에서 방치되어온 서울시내의 소규모 하천54개를 단계적으로 2020년까지 물이

흐르는 자연하천으로 바뀌어 시민의 품으로 돌릴 계획이다. 장기적으로는 버

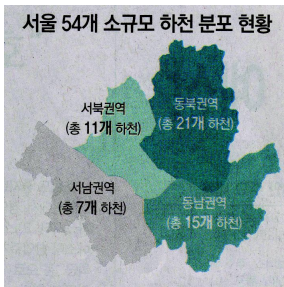


그림4-2 서울소규모하천현황

려지거나 복개된 모든 하천의 복원을 목표로 하며 더 나아가 복원불가능여건시 기존 복개구조물위에 실개천을 만들어 물이 복개 구조물의 상부와 하부 등 2곳을 흐르는 '이중하천'을 조성할 계획이다. 도시의 하천이 시민생활 곳곳에 흐르는 '수변도시 서울'을 만들 계획이다 계곡에서 한강까지 물 흐름이 이어지고 산책로가 연결되면 변두리로 인식 되던 하천일대가 지역의 경제, 산업, 문화 활동의

중심축으로 자리 잡을 것이라고 보고 있다.⁶⁾ 복개하천 총62km에 3조원의 천문학적 예산이 들어 서울시는 타당성 용역조사를 실시한 뒤 충분한 시간을 들여 추진한다고 한다. 계획에서만 끝맺지 않고 기능과 효율 중심의 경직된 도시에서 인간·문화·예술 중심의 부드러운 도시로의 전환을 목적으로 시민·전문·행정가들이 파트너십을 형성, 자연과 인간친화적인 디자인을 통한 살기 좋은 친환경 자연생태도시로 발전되어 도시국가의 경쟁력에서 우위에 설수있어야 할것이다 이것이 국가경쟁력이다.

[표4-8] 수공간 1

<p>국내 사례</p>		<p>생명의 근원 정신건강을 맑게 해주며 공기를 청정하게 해주는 수공간 물이 흐르는 계단의 용산역사 시원한 물줄기가 흘러 메마른 도시에 삶의 여유 속에서 시민들은 소통하며 축제하는 바람직한 사례이다.</p>
<p>서울 한국 도시환경 공공 공간디자인</p>		

6) 서울시 자연하천으로 복원계획. 동아일보.2008.12.11 A17면

[표4-9] 수공간 2

<p>국외 사례</p>			
<p>초고층빌딩 록본기의 힐빌딩에 정원과 광장의 수공간이다. 건축물의 견폐율을 줄이고 넓은 공간을 공원과 산책로 수공간등 공공의 공간으로 시민에게 신선한 활력을 주고 있다</p>		<p>‘요코하마’에 있는 빨간벽돌창고(아카레가스고)라고 불리는 쇼핑센터의 광장에 설치된 수공간</p>	
<p>요코하마 일본</p>			
<p>국외 사례</p>			
<p>신주쿠 도심의 지하도이다. 지하도에서 호텔의 로비까지도 통로가 연결된다. 지하공간이지만 수공간을 설치하여 폐쇄적 공간에 물소리란 매개로 공간의 확장성과 공기청정의 역할도 기대된다.</p>		<p>요코하마 항구의 여객터미널로 향하는 계단을 따라 흐르는 수공간, 신선한 삶의 활력을 주기에 충분한 공공디자인 적용사례이다</p>	
<p>동경 일본</p>		<p>요코하마 일본</p>	
<p>국외 사례</p>			
<p>약속의 ‘트레비분수’연인들의 꿈과 낭만이 있는 도심 속의 생명 공간 으로 시민은 물론 세계에서 몰려든 관광객들로 북적이며 축제 한다 .</p>		<p>‘요코하마 ‘미나토미라이’에 있는 호텔밀집지역에 가로와 경계의 구획 없이 구성된 수공간과 수공간을 가로지르는 보행도로 또한 조형적이다.</p>	
<p>로마 이탈리아</p>		<p>요코하마 일본</p>	
<p>도시환경 공공 공간디자인</p>			

[표4-10] 수공간 3

국외 사례			
	신주쿠 상업공간 입구에 설치된 감각적인 수공간. 이러한 수공간을 흔히 볼 수 있다.	‘요코하마’ ‘미나토미라이’에 있는 FAN호텔 로비의 수공간.	요코하마 미술관 정원의 수공간. 가로 계획 없는 물안개 분수가 시원한 물줄기를 내뿜는다.
도시환경 공공 공간디자인			

(4) 도심 녹지공간

녹지는 다음과 같은 기능을 갖고 있다.

① 도시개발 형태 유도: 도시 외곽의 공간녹지는 도시의 무질서한 외연적 확대를 방지하고, 시가지의 팽창을 저지하는 개발 제한적 성격을 갖는다. ② 환경보전: 복사열의 흡수, 직사광선의 완화 등으로 기후를 개선하고 대기오염 정화, 소음·진동의 차단·흡수·완충 효과가 있다. ③ 생산기능: 농경지·산림·임야 등은 농산물·임산물의 생산 공간이며, 수려한 자연경관과 역사적 시설물은 관광객을 유인하는 생산기능을 가져온다. ④ 위락기능: 녹지는 심리적 안정감을 가져다주고 독특한 자연경관을 형성하여 도시주민의 휴양과 레크리에이션을 제공하는 공간이 된다. ⑤ 방재(防災)기능: 수목과 공한지(空閑地)가 확보됨으로써 공공재해를 억제·방지하고 재해발생시 대피처 역할을 하며 화재를 억제하는 기능을 한다. 일부 지방자치단체는 ‘지금까지는 도심권내 부족한 녹지공간을 손쉽게 확충할 수 있는 학교공원화사업, 소규모 공유지를 녹화하는 자투리땅녹화사업 등을 지속적으로 시행해왔다.’며, ‘앞으로는 시설물이 노후되고 이용이 저조한 마을마당 및 쉼터공간에 대해서도 연차적으로 최신 시설물로 정비하여 주민들이 즐겨 찾는 공간이 될 수 있도록 만들어 가고자 한다.’ 도심 속 녹지공간은 소음을 줄여 조용하고 휴식하기 좋은 환경을 만들며 환경오염을 줄인다. 경기도 파주시의 경우 2008년12월부터 공장, 근린생활시설, 주택, 야적장 등으로 건축주는 면적에 따라 화단 등 일정 규모의 녹지공

간을 확보해야 한다는 지침을 마련했다 개발하는 대지 면적이 2000㎡ 이상인 경우 대지면적의 15% 이상, 1000㎡ 이상 2000㎡ 미만은 10% 이상, 1000㎡ 미만은 5% 이상 녹지공간을 확보하도록 할 계획이다 파주시 건축조례 범위에서 녹지공간 최대 확보 녹지공간 조성은 담이나 부지 내에 2m 이상 나무를 심거나 화단을 조성하여야 하며 바닥도 콘크리트나 아스콘을 지양하고 생태 재질을 사용하고 개발행위 허가 때 녹지공간 의무화 기준을 제시, 조건부 허가하는 방법으로 참여를 유도 도시 미관을 살리기 위해 시 건축조례에 벗어나지 않는 범위 내에서 녹지공간 확보를 의무화 할 방침이다⁷⁾ 환영해야 할 반가운 일이다 [표4-11] 도심녹지공간1 에 삽입된 여러 그림에서 보듯이 유럽의 선진도시국가 들의 고속도로 중앙분리대는 우리의 큼지막한 콘크리트 구조물이 없어 시야가 확보되며 중앙분리대 하단에 식물을 심어 고속도로에도 환경 친화적인 녹지공간 적용하였다 [표4-12] 도심녹지공간2 의 사진은 일본의 친환경 녹지공간 적용사례이다 계획에 의한 타의에 의함이 아닌 자발적인 너무도 당연하고 몸에베어있는 친환경사례이다 인공건축물을 세우기 위하여 나무를 훼손하기보다 공존하는 방법의 체험이 요구된다.

단 한평의 빈 땅이라도 그냥 남김없이 꽃과 식물을 심는 선진도시국가들의 시민들은 쾌적하고 건강한 삶을 살아가고 있는 것이다.

[표4-11] 도심 녹지공간 1

국외 사례				
	브르셀 벨기에	인스브르크 오스트리아	암스테르담 네덜란드	하이델베르크 독일
유럽의 선진도시국가 들의 고속도로 환경이다 중앙분리대의 방법이 우리와 다르게 큼지막한 콘크리트구조물 또는 일자형 더블식 중앙분리대의 구조와 다른 즉, 중앙분리대의 높이를 낮추고 추돌사고에 대비한 구조로 중앙웍스를 힘의 역학에 의한 알파벳 '에이치'자형 프레임을 중앙에 또 다른 공간을 두고 더블구조 로 처리되었다 그리고 중앙분리대는 식물을 심어 환경 친화적인 녹지공간을 형성하고 있다. 우리나라의 고속도로 환경과 눈여겨 비교해볼 이유가 있다 유럽의 선진 도시국가들은 이러한 녹지 환경으로 공기가 맑아 여행이 편안하며 피로감이 들지 않는다.				
도시환경				

7) 파주시, 녹지공간 확보 의무화.2008.10.28 10:24 . <http://cafe.naver.com/toziinfo/16581>

[표4-12] 도심 녹지공간 2

국외 사례			
	다이칸야마 일본	다이칸야마 일본	요꼬하마 일본
일본의 친환경 녹지공간 적용사례이다. 제도나 행정이 아닌 자발적인 생활 속에 자리해있는 녹지공간과 자연환경 친화 사례이다. 인공건축물을 건축하기 위하여 나무를 훼손하기보다 공존하며 공생하는 체험의 산 교육장 같다.			

도시환경

국외 사례			
	록본기 일본		

록본기의 힐즈의 '모리공원', 정신적 만족감을 높이고 선택적 사회활동을 늘림과 동시에 도심기 온상승 억제와 깨끗한 공기를 만드는 도시의 허파로서의 기능을 충실히 수행하고 있으며 거대한 건물을 지을 수 있는 면적을 과감히 정원으로 배치하여 관광객과 시민들에게 좋은 휴식처가 되고 있다 당장의 임대수익보다는 지역전체의 발전을 위한 합리적 숙고와 공공성에 대한 배려가 이러한 새로운 방식을 가능하게 하였으며 이것이 사람들을 이끈 도시 속의 도시로 끊임없이 불러들이는 근원점이 되고 있다.8)

도시환경

국외 사례		
	런던 영국	베네치아 이탈리아
단절과 금지 경계의 녹지공간 적용사례이다 건축구조물의 담장은 일찍이 없었던거 같은 자연의 나무로 경계의 임무를 충실히 수행하고있다		

도시환경

8) 박찬숙, 권영걸 『일본경계 공공디자인으로 다시 살아난다.』 도서출판가인. 2008

[표4-13] 도심 녹지공간 3

국외 사례			
	록본기 일본	요코하마 일본	
단 한 평의 빈 땅이라도 그냥 남김없이 꽃과 식물을 심는 일본 요코하마 지하철역의 녹지공간 록본기 미드타운 내 도로의 녹지공간으로 요코하마 가로에는 금속구조물과 잘 어울리게 녹지공간으로 식물담장을 조성하고 있다.			
도시환경 공공 공간디자인			

(5) 가로수

시가(市街)와 노변(路邊)에 심은 수목. 가로수는 고대 이집트의 상형문자에 도로 위에 나무가 있는 형태를 나타내는 것이 있고, BC 5세기경 중국에서 '열수(列樹)'라는 말을 사용했던 것으로 미루어 가로수의 역사는 매우 오래된 것으로 짐작된다. 가로수는 도로법상 도로 부속물 중의 하나로 취급되어 건설부에서 조성, 관리하다가 내무부를 거쳐 현재 산림청에서 조성·유지·관리·운영하고 있다. 서울시의 경우 유럽의 직사각형과 반원형, 타원형 가지치기 방식을 적용해 가로수를 '디자인'한다고 한다.⁹⁾ 왜, 차도에는 가로수가 있는가? 가로수가 우리에게 주는 도움은 무엇인가? 가로수는 도시미화, 환경정화 등에 효과가 있다 가로수의 기능은 여섯 가지로 생각할 수 있다. 보행자나 운전자, 그리고 기타 사람들에게 쾌적한 느낌과 심리적 안정감을 제공하고 태양열을 흡수하고, 눈·비·안개 등을 차단하거나 감소시키고, 바람의 영향을 완화시켜 미세기후(微細氣候) 조절효과를 제공한다. 수관의 가지와 잎이 먼지와 분진 등을 흡착하고 유해가스를 흡수하여 공기를 정화한다. 조형물체로서 아름다운 선형미(線形美)를 지니고, 수벽(樹壁)과 배경용으로 사용하여 장식효과를 지니며, 도시 건축물의 육중한 느낌을 부드럽게 한다. 건축효과로서 생활공간을 주위의 다른 지역으로부터 분리시켜 사생활을 보호하고, 가로수를 이용하여 공간을 효율적으로 분할, 이용할 수 있다. 공학적 효과로서 토양안

9) 동아일보 2008.12.18.목요일 A16면

정화에 따른 침식을 방지하고, 소음을 차단하여 방음효과를 주며, 방화대(防火帶)의 기능도 갖는다. 물론 녹지조성으로 가장 좋은건 공원이나 도시 전체를 공원으로 만들 수 없고, 그러기에 나온 것이 가로수이다. 가로수는 도시미화, 환경정화 등에 효과가 있다. 도시에 심겨진 가로수는 도시의 바깥 모양을 아름답게 꾸며주고, 여름철에는 쉴 수 있는 그늘을 제공하며 공기를 깨끗이 해주는 직접적인 효과는 물론 삭막한 콘크리트 건물에서 느끼지 못하는 정서적인 안정감을 주기 때문에 가로수의 중요성은 더욱 강조되어 왔다. 반면 일부의 시민들은 홍보에 절대적인 수단인 건축물의 외관이나 간판 등을 울창한 가로수가 막고 있어 큰 고민으로 등장하기도 한다.¹⁰⁾

[표4-14] 가로수1

국내 사례		<p>수목 보호대는 나무를 보호하기 위해 설치되지만 도시경관의 장식적인 효과도 크며 다른 공공시설물의 역할을 겸하기도 한다. 예로써 공원의 입구에 있는 수목 보호대 중에는 나무를 보호 하면서 동시에 벤치의 역할을 할 수 있도록 디자인된 것이 있다. 메마른 도시환경이 주는 스트레스와 오염에 대해 자연물의 도입으로 쾌적한 환경을 조성하고 생태적 불균형을 해소하려는 노력을 기울이고 있어 바람직하다.</p>	
서울 한국			
도시환경			
공공 공간디자인			
국외 사례			
신주쿠 일본			
제네바 스위스			
피리 프랑스			
도시환경			
공공 공간디자인			

10) <http://bh.knu.ac.krhtm>

[표4-15] 가로수2

국외 사례				
	파리 프랑스	신주쿠 일본	다이칸야마 일본	신주쿠 일본
				
	요코하마 일본		록본기 일본	
<p>가로수의 주변에 여유 공간을 구성하여 노면포장으로부터 가로수의 토지 정착을 도와주며 화초나 잔디를 심어줌으로써 가로수는 보다 여유롭게 친환경적인 도시 환경을 조성하고 있다.</p>				
<p>도시환경 공공 공간디자인</p>				

(6) 화분대와 화분

오늘날 메마른 도시에 자연친화적인 생태도시의 중요성이 화두가 되면서 화분대와 화분은 녹지공간의 조성이 여의치 않은 공간이나 실내의 건축 환경과 도시환경에 다채롭게 사용되고 있다. 도시는 나뭇대로 도시의 얼굴을 보다 자연스럽게 만들 수 있는 방법을 알고 있다. 마치 사막의 오아시스처럼 도시의 화분과 수목들 그리고 분수는 도시를 자연스럽게 자연과 연결시켜 준다. 꽃이 심어져 있는 화분대와 화분은 메마른 도시에 활력을 주기도 하고 길 가의 주차 방지 의 용도로도 쓰이고 있으나 한국의 경우 자동차 중심인 반면에 선진 도시국가들은 보행자를 중심으로 하여 손이 닿을 수 도있는 근접거리에 화분과 화분대를 설치하며 시민에게 가깝고 친근하게 소통하며 교감한다. 일본 록본기의 경우 건축물의 원형기둥에 줄기 식물이 번식할 수 있도록 원형을 따라 웬스를 설치하였다. 메마른 회색도시에 녹색식물이 가득한 친환경 생태도시로의 모범사례이다.

[표4-16] 화분대와 화분

국외 사례			
	동경 일본		브뤼셀 벨기에
보행도로와 인간중심의 화분대와 화분 도시환경 공공 공간디자인			

(7) 노면전차

유럽의 도시에서 볼 수 있는 노면전차가 한국에도 등장할 예정이다. 국토해양부는 노면전차를 도입하는 내용의 '울산 도시철도 1호선 기본계획'을 중앙도시교통정책심의위원회 심의를 거쳐 최종 확정했다고 밝혔다. 흔히 '트램 (Tram)'이라고 불리는 노면전차는 도로 위에 궤도를 놓고 달리는 차량 시스템이다. 국내에서는 1898년 12월 서울 서대문~청량리 구간에 노면전차가 처음 개통된 뒤 서대문 안을 중심으로 운영됐으나 자동차 등 교통량의 증가로 1968년 모두 폐기됐다. 노면전차는 지하철 등 다른 도시철도 시스템에 비해 건설비용이 적게 들고, 지상에서 직접 타고 내릴 수 있어 장애인이나 노약자가 이용하기에도 편리하다. 울산 도시철도 1호선의 노선은 기존 동해남부선 효문역에서 굴화까지로 연장 15.95km, 21개 정거장이다. 4690억 원을 들여 2011년 착공해 2015년 운영을 시작할 계획이다.¹¹⁾

11) 동아일보 2008.10.23.A14면

[표4-17] 노면전차

국외 사례			
	이탈리아	암스테르담 네덜란드	
영화 속이나 등장하는 노면전차 아날로그적 감성과 서정적인 풍경을 연출하는 유럽의 도시국가들의 거시적인 대도시 교통정책의 벤치마킹을 고려하여야 한다. 노면전차는 지하철 등 다른 도시철도 시스템에 비해 건설비용이 적게 들고, 지상에서 직접 타고 내릴 수 있어 장애인이나 노약자가 이용하기에도 편리하다. 비워지고 정리된 도시를 노면전차가 달릴 수 있을 것이다. 도시의 풍경, 가로의 환경도 관광자원이며 관광 상품이다.			
도시환경			
공공 공간디자인			

(8) 자전거 도로

21세기 도시는 에너지나 환경문제에 적절하게 대응하지 못하면 성장을 기대할 수 없다¹²⁾ 첫째, 경제의 불안과 유류가격의 변동으로 인하여 대체에너지, 자가발전 에너지 등의 에너지요인. 둘째, 도시마다 만성적인 교통정체, 소음, 대기오염 등의 공해요인. 셋째, 인간의 건강과 안녕을 위한 친환경적인 요인으로 인하여 오늘날 자전거 이용활성화 목소리가 여러 곳에서 마치 경쟁이라도 하듯이 핫이슈로 떠오르고 있다. 자전거는 승용차대비 1/8의 면적비율과 1/20의 주차공간에 따른 도시공간의 효율 활용¹³⁾에 좋으며 전 세계적인 친환경 시대의 요구에 맞추어 한국의 의식과 인식도 변화하여 인간에 의한 인간을 위한 자연 친화형 이동수단으로 자전거 이용의 당위성과 그 필요성이 요구 되고 있다. 한국의 바람직한 자전거 친화도시, 자전거 활성화를 통한 교통 부담률의 증가를 위해서는 여러 분야의 문제점들이 개선되어야 한다. 공공디자인 분야로 한국의 가로에는 디자인은 고려하지 않은 채 기능에만 치우친 자전거 픽토그램¹⁴⁾과 자전거 교통안내 표지판 등 기타 공공의 시설물들에

12) 동아일보. 2008.10.22. A16.

13) 권영걸. 『공공디자인산책』 미진사. 2008. p228.

14) 아드리안 프루티거 (정신영옮김) 『인간과기호』 홍디자인 2007 '형상에 대한 기억들은 습관이 된다. 심미성 있고 친근한 자전거 픽토그램은 자전거이용 활성화를 위한 시민참여와 홍보를 유도할 수 있다

정연희 『국내 공공안내용 픽토그램 디자인에 관한연구』 성균관대학교 미술학과. 1999. '인류가 출현함과 동시에 픽토그램도 생겨 났으며 현재까지도 매우 광범위하게 활용되고 있다. 픽토그램은 그림으로 된 기호전반을 가리키는 말로써 일상생활에서 흔히 볼 수 있는 교통 표지판부터 각종기기류, 포장, 자동차

서 잘 나타나고 있다. 자전거의 교통안전 표지는 커뮤니케이션의 수단이며 시각언어임이 분명하다.¹⁵⁾

[표4-18] 자전거 도로 1

국내 사례					
	①분당 한국		②분당 한국		
	①건물에 밀착하여 가로지르는 자전거도로는 보행자와 자전거 이용자의 동선이 교차되며 혼란스럽고 건물을 이용하는 보행자와 자전거 이용자의 시야가 확보되지 않아 안전사고가 우려된다. ②주변 시설물들에 의한 간섭과 방해로 안전사고가 우려되며 도로가 조각나있어 자전거의 연속적인 진행이 어렵고 폭이 좁아 자전거 도로의 기능수행이 어렵다. ¹⁶⁾				
도시환경 공공 공간디자인					

[표4-19] 자전거 도로 2

국외 사례			
	암스테르담 네덜란드	브뤼셀 벨기에	스위스
	자전거가 도시의 주인이다. 자전거이용에 제약과 간섭의 요인도, 안전사고의 위험요소도 보이지 않으며 물 흐르듯 자전거는 도심을 흐른다.보행자도로와 자동차도로 할 것 없이 수많은 교통 표지판들은 인간과 소통하며 친절하다 많은 교통안전 시설물들은 어느 하나 자전거도로에 간섭과 방해를 주지 않으며 자전거 이용자에게 정보를 제공하며 소통한다. 도로위에서 자전거는 자동차와 동등하게 인정받고 있다. ¹⁷⁾		
도시환경 공공 공간디자인			

계 기관에 이르기까지 그것은 다양한 모습으로 우리에게 편익을 제공해 주고 있다.

이봉원 『시각언어로서 픽토그램의 의미작용에 관한연구』 홍익대학교 대학원 시각디자인과. 2003. ‘픽토그램은 그간 시각기호로서 그 표현이나 양식적인 면이 주로 다루어져 왔지만, 그 본질은 커뮤니케이션을 위한 수단이며 시각언어이다’

15)정희정·윤갑근 『공공디자인을 위한 자전거 교통안전 표지디자인 연구』 기초조형학회. Vo1.10.NO.2. 2009.4

16) 한국공공디자인학회 『공공디자인강좌』 가인디자인랩. 2009.

17) 정희정 한국기초조형학회

[표4-20] 자전거 도로 3


국외 사례					
	인스브르크 오스트리아	암스테르담 네덜란드	룩셈부르크	암스테르담 네덜란드	파리 프랑스
자전거 진행에 장애요소가 없다. 우리나라와 달리 자전거 사용자중심의 시선에서 인지할 수 있는 가로 형으로 프린트된 자전거의 픽토그램 노면표지는 시민의 참여와 홍보에 기여한다.					
도시환경 공공 공간디자인					

2) 공공건축및 실내환경

(1) 파출소

세계의 도시국가 중에서도 치안유지가 비교적 잘 되어있는 한국과 일본 그렇지만 한국의 경찰관은 차량순찰을 하며 일본의 경찰은 자전거순찰을 한다. 그것은 곧 시민과 가까이서 소통한다는 의미이기도 하다. 일본의 파출소는 도시환경의 건축물로써도 쾌적하며 파격적 디자인을 적용한다. 한국과는 다른 다양한 건축물의 외관과 건축 재료가 사용되고 있으며 그러한 자연스럽고 친근한 내면에서도 파출소 고유의 임무에 충실하다. 일본의 파출소는 계단의 단 차이를 없애고 경사로를 만들어 휠체어를 사용하는 장애인과 노약자나 어린이의 출입이 쉽도록 되어있다. 도시의 공공건축물 및 실내 환경에 유니버설디자인이 적용된 바람직한 사례이다.

[표4-21] 파출소 1

국내 사례		<p>파출소는 계단의 단 차이를 없애고 경사로를 만들어 휠체어를 사용하는 장애인과 노약자나 어린이의 출입이 쉽도록 하여야하지만 아직도 한국의 많은 파출소는 장애인과 거동불편자는 접근이 어려운 계단이 형성되어 있으며 경사로의 경사 폭이 급하고 좁아 안전사고가 우려된다.</p>
	<p>서울 한국 공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>	

[표4-22] 파출소 2

국외 사례				
	<p>동경 일본 일본의 파출소는 단속과 검문검색의 기능보다 시민의 보호와 알림·홍보·안내의 기능을 수행하며 가로에서는 길안내 도우미로 시민들과 친숙하게 소통한다. 공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>			

(2) 문화재


고고학 · 선사학 · 역사학 · 문학 · 예술 · 과학 · 종교 · 민속 · 생활양식 등에서 문화적 가치가 있다고 인정되는 인류 문화 활동의 소산(所産). 한국은 1995년 현행 문화재보호법에 의하여 문화재는 유형문화재 · 무형문화재 · 기념물 · 민속자료로 분류한다. 유형문화재는 건조물 · 전적(典籍) · 서적(書蹟) · 고문서 · 회화 · 조각 · 공예품 등 유형의 문화적 소산으로서 역사상 또는 예술상 가치가 큰 것과 이에 준하는 고고자료를 말한다. 무형문화재는 연극 · 음악 · 무용 · 공예 기술 등 무형의 문화적 소산으로서 역사상 또는 예술상 가치가 큰 것을 말한다. 문화재는 종류와 가치에 따라 국보 · 보물 · 사적 · 명승 · 천연기념물 · 중요 무형문화재 · 중요민속자료 · 보호물 · 보호구역으로 지정된다. 이러한 문화재는

조사와 발굴뿐만 아니라 복원과 복구, 올바른 관리와 보호, 그리고 전시 등을 통한 홍보와 국민교육 등이 필요하다. 천재지변이 아닌 지키고 보호해야 할 시민의 손에 의하여 우리는 얼마 전 국보1호인 '숭례문(崇禮門)'을 잃었다. 선진 도시국가들의 문화재에 대한 보수·유지·관리공사에는 금지란 단어는 어디에서도 찾아볼 수 없다 공사 진행 중에도 만져 볼 수 있으며 만져볼 수 없으면 가까이서 바랄 볼 수 있게 배려하며 그것도 여의치 않을시 멀리서라도 그 또한 형편이 어려우면 공사 가림막을 설치하고 가림 막에는 가려진 문화재의 그림이미지를 프린트하여 문화재와 단절 없는 소통을 도와준다. 선진 도시국가들은 공공건축과 실내환경에 금지와 단절이 없다. 타협도 없다 그저 허락과 소통이 그리고 서로에 대한 배려와 친절과 질서가 존재한다.



[표4-23] 문화재 1

국내 사례		<p>디자인강국, 디자인수도 서울. GDP세계13위의 경제대국으로 진입한 한국의 문화재이다. 한국의 근현대사의 역사적보고인 서울역이 문화재로 지정되고 구조 변경을 위하여 업체가 선정되어 설계진행중인 동안의 방치인가. 옛것을 소중히 여기며 전통을 존중하는 한국의 현주소이다.</p>
	<p>서울 한국 공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>	

[표4-24] 문화재 2

국외 사례			
	<p>루체른 스위스</p> <p>루체른의 상징 1,333년에 세워진 현존하는 유럽의 가장 오래된 목조다리다. 화재로 일부가 유실되었다 복원되었으며 지금도 시민들의 일상에 사용되고 있다 세계의 선진도시국가들은 문화재가 일상과 함께한다. 공존과 소통의 기초에는 시민의 공공에 대한 질서와 배려가 존재함으로써 가능한 일이다.</p>		<p>하이델베르크 독일</p> <p>선진 도시국가들의 문화재는 시민들과 근거리에서 친숙하게 소통한다. 보수공사가 진행되어도 문화재를 찾는 관광객과 시민들은 있는 그대로의 환경을 체험하며 또 다른 교훈을 배운다.</p>
<p>공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>			

[표4-25] 문화재 3

국외 사례		
	로마 이탈리아	피사 이탈리아
건축물이 기울어진 문화재마저도 관광 상품이 되고 있다. 지금은 더 이상 기울어지지 않도록 하였으나 기울어가는 고건축물에 대한 관심과 노력이 만들어낸 결과이다 하루에도 전 세계에서 수많은 관광객이 모여든다.		
공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인		

(3) 박물관

역사·예술·민속·산업·과학 등 고고학자료·미술품, 기타 인문·자연에 관한 학술적 자료를 수집·보관·진열하여 교육적 배려 하에 일반 민중의 전람에 이바지하고, 또 그들의 자료에 대하여 조사 연구하는 시설로써 교양·조사연구·레크리에이션 등에 자료를 제공하기 위하여 필요한 사업을 추진하고, 아울러 이들의 자료에 관한 조사연구를 목적으로 하는 기관이다. 국제박물관협의회(International Council of Museums:ICOM)에서는 “문화적 또는 학술적 의의가 깊은 자료를 수집하여 그것들을 연구·교육 및 취락(趣樂)을 위하여 보관하고 전시하는 상설기관은 모두 박물관으로 간주한다.”라고 정의하고 있다. 이 정의에서는 ① 공공도서관 및 문서관에 의해 경영되는 상설전시관, ② 일반 시민에게 공개되고 있는 사원·궁전·분묘 등의 보물류, 사적(史蹟)·유적·자연경관 등과 같은 역사적 기념물과 그 부속물, ③ 살아 있는 자료를 전시하고 있는 식물원·동물원·수족관(水族館)·생태사육관(生態飼育館) 및 그와 유사한 기관, ④ 자연보호 지구 등이 포함된다. 세계의 선진 도시국가들은 고전적 건축물을 점진적으로 진화시키며 일상생활에 적합하게 활용시킨다. 과거와 현재와 미래의 연속성과 그 문화를 공유할 수 있는 시민의식 그것이 국가경쟁력이다.

[표4-26] 박물관

<p>국외 사례</p>	
	<p style="text-align: center;">바티칸시국</p> <p>인구 1,000명이 안 되는 세계에서 제일 작은 나라 로마교황(教皇)이 통치(統治)하는 세속적(世俗的) 영역(領域)인 바티칸시국. 매일 이른 아침부터 길게는 1km 이상 줄을 선후에야 바티칸 박물관에 입장 가능하다. 국가 브랜드이며 경쟁력임에 틀림없다.</p>
<p>공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>	
<p>국외 사례</p>	
	<p style="text-align: center;">루브르박물관 파리 프랑스</p> <p>세계의 3대미술관인 루브르 박물관 로비. 피라미드형 유리 돔으로 지하 채광과 입체적이며 복층형 광장을 형성되어 시민과 소통한다. 복층광장의 형태는 한국의 공공건축 및 실내환경의 영역에서 심층히 고려하여 우리의 환경에도 적용하여야 한다. 루브르 박물관 광장에는 보행자와 자전거들이 자유롭게 소통하며 축제한다. 단절과 끊임이 없는 연속적인 흐름이 존재한다.</p>
<p>공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>	

(4) 미술관

미술품을 진열·전시하는 박물관. 미술박물관의 약칭으로, 회화·조각·공예품 등의 문화유산을 수집하여 감상·계몽·연구를 위해 전시하는 곳이다. 그리스 예술의 여신 무사이의 신전인 무세이온(mouseion)이 어원이며, 고대의 유명한 박물관으로는 BC 280년 프톨레마이오스 2세가 완성한 무세이온이지만 미술박물관이 조직된 것은 18세기의 일이다. 르네상스시대에는 고대 그리스나 로마에의 동경이 미술품 수집이라는 형태로 나타났다. 미술품은 왕이나 귀족들이 점유하였고, 프랑스혁명 이후에도 같은 현상을 보였다. 그것이 점차 미

술관에 진열되고 일반에게 공개되기 시작한 것은 시민사회의 형성과 밀접한 관계가 있다. 이탈리아의 피렌체에 우피치미술관이 창설되고 공개된 것은 1737년이고, 로마의 바티칸미술관이 1773년, 런던의 대영박물관이 1759년, 프랑스의 루브르미술관이 1793년이다. 초기에는 기술적 도구 또는 역사적 문화 재까지도 총괄했던 경향이 차차 과학박물관·역사박물관·민속박물관 그리고 미술박물관으로 나누어졌다. 이와 같은 미술박물관의 독립이나 분화는 다른 박물관과는 달라서 단순히 지식을 얻게 할 뿐만 아니라 감상을 돕는다는 데 중점의 역할을 하며 이에 필요한 환경이나 설비가 요구되었다. 그리하여 최근의 박물관학(博物館學)은 미술박물관을 중심으로 발달하였다. 예컨대 박물관학에서 채광 문제가 중요시된 것도 미술품의 감상에 광선이 중요하기 때문이다. 진열실에 난방이나 환기, 그리고 습도조절과 같은 설비를 하여 작품 보존에 과학적 배려를 한다든지, 실내에 화초를 배치하고 음악을 곁들이는 것도 미술 감상에 알맞은 분위기를 조성하기 위한 것이다. 미술박물관은 다른 박물관에 비해서 귀중한 것이 많고 그 보관에 대하여도 한층 주의가 요구되어, 탈색이나 해충의 피해를 고려해야 하고 적당한 설비도 요구되어 보존기술연구소의 부설이 필요하게 되었다.

[표4-27] 미술관

<p>국외 사례</p>		
	<p style="text-align: center;">동경시립미술관 록본기 일본</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>외부의 건축 환경은 시민들에게 공원으로써의 기능을 제공해주며 비전시 실내공간은 시민에게 휴식공간으로 제공한다. 복층형 통로의 다리와 외딴섬형태의 구조물로써 연결은 공간 안에 또 다른 입체의 소통을 의미한다. 미술관의 기능을 초월하여 건축물의 내·외부에서 시민에게 문화를 제공하며 교환하고 소통하는 이것이 바로 도시국가의 차별화된 경쟁력일 것이다</p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>미술관 입구에 설치된 심폐소생기이다. 여러 나라의 언어로 해석되어 있으며 시민들의 건강과 안녕이 지켜질 수 있으며 시민들은 보는 것만으로도 안전성이 확보된다. 시민에 대한 배려 이것이 진정한 공공디자인이 추구하는 문화이다.</p> </td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>	<p>외부의 건축 환경은 시민들에게 공원으로써의 기능을 제공해주며 비전시 실내공간은 시민에게 휴식공간으로 제공한다. 복층형 통로의 다리와 외딴섬형태의 구조물로써 연결은 공간 안에 또 다른 입체의 소통을 의미한다. 미술관의 기능을 초월하여 건축물의 내·외부에서 시민에게 문화를 제공하며 교환하고 소통하는 이것이 바로 도시국가의 차별화된 경쟁력일 것이다</p>
<p>외부의 건축 환경은 시민들에게 공원으로써의 기능을 제공해주며 비전시 실내공간은 시민에게 휴식공간으로 제공한다. 복층형 통로의 다리와 외딴섬형태의 구조물로써 연결은 공간 안에 또 다른 입체의 소통을 의미한다. 미술관의 기능을 초월하여 건축물의 내·외부에서 시민에게 문화를 제공하며 교환하고 소통하는 이것이 바로 도시국가의 차별화된 경쟁력일 것이다</p>	<p>미술관 입구에 설치된 심폐소생기이다. 여러 나라의 언어로 해석되어 있으며 시민들의 건강과 안녕이 지켜질 수 있으며 시민들은 보는 것만으로도 안전성이 확보된다. 시민에 대한 배려 이것이 진정한 공공디자인이 추구하는 문화이다.</p>	

(5) 노약자와 장애인시설


장애인 이동권은 물리적 장애, 특히 대중교통 이용에서의 장애를 없애, 장애인의 자유로운 이동을 보장하는 권리이다. 그러나 이동권의 상위 개념인 접근권에 대한 법 조항이 마련되어 있고, 그것을 보장하기 위한 각종 시행령이 발효되어 시행되고 있지만, 연이은 각종 리프트 추락사고 등에서 알 수 있듯이 현재의 장애인 이동권은 제대로 보장받지 못하는 허울뿐인 권리임이 분명하다. 2000년 장애인실태조사에 의하면 장애인의 집밖 활동시 불편한 이유로 '대중교통수단의 편의시설 부족'을 이유로 든 장애인이 전체 응답자의 52.5%나 되었다. 이는 등록 장애인 1,307,484명으로 환산하여 계산했을 때, 무려 501,097명의 장애인이 대중교통 이용 시의 불편함 때문에 집밖 활동을 못한다는 사례이다. 대중교통 이용 시의 불편함은 결국 장애인의 교육, 노동, 문화 등 다양한 사회 영역에의 참여를 박탈하고 국가에서 제공하는 각종 기회를 누릴 수 없게 되는 사회적 차별로 이어진다.

현재 대중교통 시설에서 설치된 장애인 편의시설에는 지하철역사에 설치된 계단 난간 형태의 레일을 부착해 이동하게 하는 고정형 리프트, 간이형 엘리베이터라고 할 수 있는 수직형 리프트, 그리고 엘리베이터가 있다. 그러나 고정형 리프트는 지하철을 한 번 이용하기 위해 보통 20~30 분의 시간이 소요될 뿐만 아니라 잦은 안전사고에 시달리고 있다. 또한 비용이 적게 든다는 이유로 엘리베이터 대신 최근에 설치되기 시작한 수직형 리프트 역시 아무런 설치기준, 안전기준이 존재하지 않아, 매우 위험하다. 2001년 1월에 발생한 오이도역의 수직리프트 추락참사는 어쩌면 예견된 것이나 다름없었다. 수직리프트와 고정형리프트 이외에 안전하고 편리한 것으로 인식되어 있는 엘리베이터의 경우 매우 부족한 수치로 나타나고 있다.




가장 일반적인 대중교통이라고 할 수 있는 버스의 경우 단지 비장애인들에게만 '대중'교통일 뿐, 대부분의 장애인들에게는 원천적인 접근이 불가능한 교통수단인 것이다. 외국의 경우, 1980년대부터 지상버스가 보편화되고 있는데, 버스 밑바닥이 매우 낮게 설계된 지상버스는 마치 길에서 걷는 듯 탈 수

있어 장애인은 물론 노인, 임산부, 아동 등 모든 이동약자에게도 안전하고 편리한 교통수단이라 할 수 있다. 한국에서도 지상버스가 생산은 되고 있지만 정부의 정책 부재로 인해 아직까지 실제로 운행되는 지상버스는 한 대도 없는 것이 우리 사회의 현실이다.

[표4-28] 노약자와 장애인시설 1

국내 사례		<p>현재 대중교통 시설에 설치된 장애인 편의시설에는 지하철역사에 설치된 계단 난간 형태의 레일을 부착해 이동하게 하는 고정형 리프트, 그러나 고정형 리프트는 지하철을 한 번 이용하기 위해 보통 20 - 30 분의 시간이 소요될 뿐만 아니라 잦은 안전사고에 시달리고 있으며 한눈에 보아도 유지·관리·보수가 원활하지 않음을 알 수 있다. 같은 시설물이지만 [표4-29]의 사진이미지에서 알 수 있듯이 일본의 경우와는 대조적이다.</p>
서울 한국 공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인		

[표4-29] 노약자와 장애인시설 2

국외 사례			
	①요코하마 일본	②신주쿠 일본	③록본기 일본
	<p>①일본 요코하마역에 설치된 장애인시설은 높은 경사가 우려되어 좌우 횡형으로 많은 면적과 시설에 대한 수고를 아끼지 않고 경사를 최소화시키려는 노력이 보인다. 장애인과 노약자를 위한 이웃 일본의 사례를 통해본 공공디자인은 우리에게 시사 하는 바가 매우 크다.</p> <p>② 한국에서도 쉽게 발견할 수 있는 장애인 시설물이지만 한국과는 달리 시설물의 이용이 활성화 되어있다. 쉽게 사용하고 언제든지 사용할 수 있도록 잘 정비되고 관리 되어있다.</p> <p>③ 화장실 세면대는 장애인과 노약자의 입장에서 잘 연구되어 간단하며 단순하며 한국의 투박한 금속구조물과는 확연히 다르게 진화되어있다. 공공의 공간에서 장애인과 노약자는 특별한 사람이 아닌 평범한 시민으로 당연히 사용되는 공공시설물로 인식되어야 한다. 글로벌시대에 국가의 경계가 허물어져가는 자유로운 도시국가로의 이동속에서 이도시의 경쟁력은 우위이다.</p>		
공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인			

[표4-30] 노약자와 장애인시설 3

국외 사례			
	암스테르담 네덜란드		런던 영국
	공함과 공공의 건축물에 구비된 전동차나 휠체어가 전시용이나 구석진 곳에 있는게 아니라 일반시민들의 동선 속에 자리하고 있어 비장애인이라 하더라도 거동이 불편한 시민은 이용할 수 있도록 자율 운영된다.		
공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인			

(6) 지하철매표소

오늘날 대도시의 대중교통 이용 상황으로 볼 때 지하철은 그 편리성을 인정받고 있다. 대중교통시설은 매일매일 이용하는 시민과 다소 넓은 간격으로 또는 타도시나 외국인도 편리하고 쉽게 이용할 수 있어야한다. 지하철이 잘 발달되어 있는 일본의 경우 시설물뿐만이 아닌 지하철 역무원등 지하철 관계자들의 근무 자세에서도 높은 수준의 문화의식과 그에 따른 도시국가 경쟁력을 느낄 수 있다. 일본의 경우 시각장애인을 위한 점자판이며 컴퓨터 모니터에 익숙하지 못한 시민들을 위한 발권수량을 알리는 사람형상의 픽토그램등은 친근하며 간단하고 쉽다. 권위적이며 거만하지 않은 안내원은 일본의 모든 역사에 상주하며 교통안내 도우미로써 시민들과 친절하게 소통한다.

[표4-31] 지하철매표소 1

국내 사례			
	①분당 한국	②분당 한국	③분당 한국
	①,③시각적 배려와 인체공학적 스케일이 적용되지 않았으며 직각 처리된 노선표는 식별이 어렵고 매표소와 자동매표기와의 소통 또한 어려워 보인다. ②권위적이며 불친절한 매표소는 구조자체가 시민들과의 소통과 조화를 단절시키고 있으며 시민들과의 친절과는 거리가 멀다.		
공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인			


[표4-32] 지하철매표소 2

국외 사례		
	신주쿠 일본	신주쿠 일본
	<p>시각장애인을 위한 점자판과 시각언어인 픽토그램또한 적용하여 쉽게 사용할 수 있는 일본의 자동매표기 사례이다</p>	<p>일본의 경우 어느 지하철역사든지 역무원이 일어서서 근무하며 시민과 친절하게 안내하며 교통안내 도우미로 시민들과 소통한다.</p>
공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인		

(7) 공항

인류는 과학의 발달로 인하여 대량·고속 수송시대를 맞이하였으며 각국의 경제발전과 국제교류의 증대에 따라 항공여객이나 화물의 수송량이 증가하고, 앞으로는 더욱 증가하리라 예상된다. 이와 같은 하늘의 대량·고속 수송시대에 대응해서 현재 각국의 주요 공항은 기능정비와 첨단시설을 갖추고 있다. 선진도시국가들의 공항 실내환경은 시각언어인 픽토그램과 사인활용이 돋보인다. 공항이용의 주목적인 단순한 출국과 입국 두 가지의 행위와 연결된 부속적 패턴을 분석하여 표지판과 안내사인등이 명료성 있고 연결성이 있으며 식별성이 뛰어나다. 입국시 검색과 수화물 수취, 화장실과 출입구 등의 큰 목적은 눈에 잘 띄는 색상과 크기로 주된 위치에서 소통하며 쉽고 단순하다. 공항은 도시국가의 첫 번째 관문이며 첫발을 내딛는 느낌은 고스란히 국가의 이미지와 그 도시국가의 브랜드 이미지로 새겨질 것이다. 일본의 나라따 국제공항에 마련된 인간중심의 탑승대기홀은 시사한 바가 크다.

[표4-33] 공항1

국내 사례		<p>공항은 국가의 관문이다. 입국을 위한 출국을 행하는 공항 구석구석과 공항의 주변은 국가의 이미지와 직결되며 국가브랜드 이미지로 강하게 작용하여 국가의 부가가치에 작용한다. 출국대기를 위한 휴게시설의 위치는 공항의 전망대 역할로 시야를 확보하고 있으나 소파는 유지·관리·보수가 미흡하다. 한국제품을 구입 시 AS에 대한 걱정을 떠올릴 수도 있다는 연상은 본 연구자의 억측만은 아닐 것이다.</p>
	서울 한국 공공건축 및 실내환경	

[표4-34] 공항2

<p>국외 사례</p>	 <p>암스테르담 국제공항 네덜란드</p> <p>표지판과 안내사인 등이 간단명료하며 연결성과 식별성 또한 뛰어나고 모든 안내표지판의 높이가 낮아 편안하며 친근하다.</p>
<p>공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>	
<p>국외 사례</p>	 <p>나리따국제공항 일본</p> <p>최근 리노베이션된 탑승대기홀로 세계의 국제공항들과 차별화될 두어 인간중심의 쉼터가 되었다 유니버설디자인의 적용으로 높낮이가 다른 소파를 배치하여 앉거나 드러눕거나 기대어 편히 쉴 수 있도록 하였다 공항의 대기실이라고 생각할 수 없는 공간배열과 실내디자인 그리고 조도까지의 세심한 배려가 적용된 사례이다. 허브공항을 위한 국제공항간의 경쟁을 위해서는 이러한 인간 중심적인 공공건축과 실내 환경에서의 편의시설이 제공되어야 한다.</p>
<p>공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>	

(8) 철도·지하철역

전철역(電鐵驛)은 도시 철도나 광역 철도의 정거장으로, 고가상에 있거나 지하에 위치하며. 백화점이나 영화관 같은 대형 건물의 지하와 연결되기도 하며 대중교통이용수단으로 이용하고 있다 이루 헤아릴 수 없는 수많은 시민이 소통하고 통행하는 곳 바람직한 공공디자인의 정착이 시급한 곳이다. [표 4-35]의 이미지는 건축특성상 지하층은 기둥이 절대 요소이지만 그 기둥에 공공기관의 안내 및 홍보 또는 사기업의 임대 광고판으로 적극 활용함으로써 시민에게 광고와 정보를 제공하며 어두운 지하 환경을 쾌적하고 활기차게 바꾸어주는 사례이다. 비워진 기둥과 벽면을 활용한 광고수익으로 더 쾌적한 역사 환경 개선을 위하여 공공디자인 매개체에 재투자할 수도 있을 것이다. 한국의 가로에 자리 잡고 있는 지하철 출입구나 환기구 같은 시설이 차츰 사

라질 것으로 전망된다. 서울시는 보도에 설치된 지하철 출입구와 환기구 등 시설물을 인접한 건물 내는 대지 내로 이전, 설치할 수 있도록 적극 유도할 계획이라고 한다. 현재 서울의 경우 239개의 지하철역과 출입구 1448개 중 97%인 1405개가 보도에 설치돼 있다. 또 환풍기등 부속시설물도 보도에 위치해 있어 시민들이 통행에 불편을 겪는 것은 물론 도시미관도 해치고 있다. 선진 도시국가들의 경우 도시 건축물의 지상 층은 공공의 공간으로 인식되어져 있으며 일본의 경우 최근에는 2층까지 확장되어 지는 추세이다. 건축물의 2~3층부터 실질적인 사적영역을 적용하고 있다.





[표4-35] 철도·지하철역 1

국내 사례	
	<p style="text-align: center;">분당 한국</p> <p>지하철 역사는 이제 이동만을 위한 공간이 아닌 도시생활의 한 부분이 되어가고 있다. 최근 역사의 한 자투리를 공연, 이벤트, 전시를 위한 문화공간으로 활용하거나 휴식공간으로 활용하고있다. 사진 이미지는 한국의 대표적인 신도시 분당선 지하철 역사의 실내환경이다. 공공디자인이 적용되지 않아 후진국스러운 종합안내도와 응급구조를 위한 비상용 공기흡입기가 기둥에 달랑 매달려있다.</p>
<p>공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>	
국외 사례	
	<p style="text-align: center;">런던 영국</p> <p>런던에서 벨기에와 파리로 향하는 유로스타 국제철도역사의 실내환경이다. 바닥은 딱딱한 대리석에서 나무판재로 마감하여 여행객의 피로를 덜어주며 여러 방향에서 접근이 용이한 의자와 열차 대기 시간을 활용하기위한 업무용 테이블이 배치된 사례이다.</p>
<p>공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>	

[표4-36] 철도·지하철역 2

국외 사례			
	시도메 일본	신주쿠 일본	
비워진 기둥을 활용한 정보 광고판 시민에게 광고와 정보를 제공하며 어두운 지하 환경을 쾌적하고 활기차게 바꾸어주는 사례이다.			
공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인			

[표4-37] 철도·지하철역 3

국외 사례					
	신주쿠 일본	요코하마 일본	록본기 일본	런던 영국	
도시국가 마다 각각의 지하철 픽토그램이 존재한다. 이러한 픽토그램은 시민들의 눈에 잘 띄는 곳에 위치한다. 절대다수의 대중이 이용하는 공공시설물에서 휴대폰을 진동으로 그리고 사용을 절제하자는 안내 픽토그램과 선로에 떨어진 물건을 주워준다는 안내픽토그램이 재미있다. 공공디자인이란 거대하고 거창한 게 아닌 우리 일상의 소소한 것들이다.					
공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인					

국외 사례					
	신주쿠 일본	신주쿠 일본	록본기 일본	신주쿠 일본	신주쿠 일본
선은 경계의 의미와 안내의 의미를 함께한다. 선진 도시국가들의 지하철역사에서 이루어지는 선은 명료하며 연속적이며 식별성이 뛰어나다.					
공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인					

[표4-38] 철도·지하철역 4

국외 사례				
	동경 일본	런던 영국	tokyo 일본	파리 프랑스
<p>출입구의 역할은 그다음에 올 공간에 대한 암시이다. 그것은 또한 거주자가 갖게 되는 그들 공간의 첫인상이다. 또한 지나친 장식은 혼동을 불러일으키고 너무 자극을 주며 피곤하게 한다.¹⁸⁾ 공원화된 주변의 녹색식물 사이로 형성된 밝고 투명한 지하철 출입구. 선진 도시국가들의 지하철 출입구의 케노피는 단순하고 간단하며 도시의 건축 환경과 조화롭다</p> <p>공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>				
국외 사례				
	동경 일본	시오도메 일본	동경 일본	
<p>지리에 익숙치 않은 초행자도 이정표를 통하여 목적지를 찾을 수 있고 노약자와 장애인도 쉽게 볼 수 있는 높이로 설치되어 있는 인간중심의 지하철 안내사인과 음수대 와 지하철역 실내환경에 친환경 그린디자인을 적용하였다 지하란 생각을 잠시 잊게 해주는 공간의 미학이 스며있다.</p> <p>공공건축 및 실내환경 공공 공간디자인</p>				

4.2.2 공공 시설물디자인

1)교통시설

(1) 가로등

가로에서의 안전과 보안을 위하여 설치한 조명시설로 가로등은 고속도로, 시가지의 주요도로, 상업지구 도로, 주택지구 도로 등 설치장소에 따라 그에 알맞은 종류가 사용된다. 가로등 전주의 형식에는 여러 가지가 있는데, 전주의 끝부분을 구부려서 그 끝에 등을 다는 하이웨이형(型), 전주의 끝부분에 가로로 가지를 뺄게 하여 거기에 등을 다는 브래킷형(型), 전주의 꼭대기에 등을 다는 주두형(柱頭型) 등이 있다. 광원(光源)으로는 고압수은등(高壓水銀

18) 한영호 『실내디자인의 미학』 p12.p107. 도서출판국제. 1996.

燈) ·형광등 ·나트륨등 ·보통 전구(電球) 등이 있으며 최근에는 LED가 개발되었다.

도시조명의 문제는 단순히 어두운 길을 밝혀주는 일차적 목적의 가로등 몇 개를 설치하는 차원의 이야기가 아니다. 도시의 총체적인 이미지를 반영하는 과학이자 예술이다. 도시에 살고 있는 주민들에게는 포근한 안식처의 느낌을, 그리고 그곳을 지나가는 외국인에게는 평생 잊을 수 없는 추억을 선사할 수 있는 것이 가로등이다. ‘산타바바라’ ‘Milpas’ 거리에 새로운 교통 로터리를 만들 때 ‘David Shelton’은 해당 프로젝트의 예술적 요소로서 지역특산품인 옥수수 모양의 가로등을 디자인 하였다. ‘Milpas’란 스페인어로 옥수수를 재배하는 곳이란 뜻으로 지역사회에서 옥수수를 재배하였던 해당 장소에 적절히 어울리는 사례이다. 산타 바바라 카운티 예술위원회에서 해당 프로젝트를 지원하였으며 처음 이러한 가로등이 설치 되었을 때 홍보를 위해 ‘옥수수 축제’를 구성하여 옥수수를 주제로 한 티셔츠를 나눠주기도 하였다.¹⁹⁾ 현대도시의 조명은 이런 가로등 외에 도시의 품위를 높여줌으로써 도시문화의 척도로 인식되어 가고 있다. 세계 각국은 도시경관의 중요성에 대한 인식이 확산되면서 특히 야간조명에 대한 관심이 날로 높아지고 있다. 각국의 주요도시에서는 역사적인 건물이나 교량을 투광 조명하는 라이트업(Light Up)이나 도로, 광장, 공원 등의 경관조명으로 아름다운 도시를 조성하는 일들이 활발하게 추진되고 있다. 낮에는 보이지 않던 건물들이 경관조명과 함께 도시의 역사나 도시특성의 상징으로서 부각되고 있다. 장식조명은 일찍이 유럽에서 옥외조명이라는 개념으로 확산되기 시작했으며 프랑스의 경우 루이14세 시절 법으로 각 가정에서 밤에는 창문에 등을 켜두도록 했다. 이것이 가로등으로 발전했다.²⁰⁾ 사진자료 이미지에서 보듯이 선진 도시국가들의 가로등은 안내표지와 화분걸이 정보안내와 이정표등의 여러 복합적인 기능을 동시 수행한다.

19) Ronald Lee Fleming 『THE ART OF PLACEMAKING』 p259.Merrell. 2007

20) 김옥조. 『회색도시의 미소』 대동문화 p172. 2003

[표4-39] 가로등 1

<p>국내 사례</p>		<p>비교적 경비가 많이 들지 않으면서도 거리에 활기를 불어일으키고 범죄 예방에 한몫을 담당하며 도시의 이미지를 부각시켜 주는 공공디자인 편의시설물중 하나가 가로등이다. 도시의 시설물에 정서적 의미를 부여하는 사람이 많을수록 도심의 가로환경은 쾌적해질 것이다. 따라서 가로등은 다른 구조물보다 더욱 신중하게 고려되고 검토된 후에 설치되어야 한다.</p>					
<p>서울 한국 교통시설 공공 시설물 디자인</p>							
<p>국외 사례</p>							
<p>①오다이바 일본</p>		<p>②파리 프랑스</p>					
<p>①가로등과 벤치 이정표 등의 기능을 하나의 지주에서 동시에 수행하고 있는 일본의 사례 ②조형미가 뛰어난 자동차도로의 가로등의 사례이다. 공공 공간의 환경에서는 서로의 영역이 단절되어서는 안 된다. 공적이고 사적인 영역 없이 조화롭게 소통하여야 한다. 사적영역인 상업시설의 건축 환경에서 보이는 가로등은 선진 도시국가다운 조화와 소통의 면모를 나타낸다.</p>							
<p>교통시설 공공 시설물 디자인</p>							
<p>국외 사례</p>							
<p>스위스</p>		<p>브뤼셀 벨기에</p>		<p>룩셈부르크</p>		<p>룩본기 일본</p>	
<p>안내표지와 화분걸이 정보안내와 이정표 등의 복합적인 기능을 동시 수행하는 가로등의 사례이다.</p>							
<p>교통시설 공공 시설물 디자인</p>							

[표4-40] 가로등 2

국외 사례					
	일본	런던 영국		파리 프랑스	
벤치와 연결된 키낮은 가로등은 야간도시 경관을 더욱 아름답게 도와주며 크기와 형태가 너무 크거나 과하지 않아 시민들과 친근하며 주위의 가로환경과 조화롭다.					
교통시설 공공 시설을 디자인					

(2) 자전거 주차대

21세기 도시는 에너지나 환경문제에 적절하게 대응하지 못하면 성장을 기대할 수 없다²¹⁾ 첫째, 경제의 불안과 유류가격의 변동으로 인하여 대체에너지, 자가발전 에너지 등의 에너지요인. 둘째, 도시마다 만성적인 교통정체, 소음, 대기오염 등의 공해요인. 셋째, 인간의 건강과 안녕을 위한 친환경적인 요인으로 인하여 오늘날 자전거 이용활성화 목소리가 여러 곳에서 마치 경쟁이라도 하듯이 핫이슈로 떠오르고 있다.²²⁾ 자전거는 승용차대비 1/8의 면적비율과 1/20의 주차공간에 따른 도시공간의 효율 활용²³⁾에 좋으며 전 세계적인 친환경 시대의 요구에 맞추어 한국의 의식과 인식도 변화하여 인간에 의한 인간을 위한 자연 친화형 이동수단으로 자전거 이용의 당위성과 그 필요성이 요구 되고 있다. 선진 도시국가들의 자전거 주차대에서 시민의식과 질서 그리고 성숙한 문화수준을 엿볼 수 있다. 제도와 행정의 일방적 노력이 아닌 시민의 생활자체가 자전거와 친숙하다. 대중교통수단을 이용하고 대중교통을 활성화 시키며 근거리 이동은 자전거를 이용하며 확보된 지상의 공간은 친환경 생태공원으로 만들어 가고 있는 선진도시 국가들에게 숙연함 마저 든다. 대도시와 소도시별 그 규모와 사용자 크기에 적합하게 다양한 규모의 주차 대와 주차장을 운영한다.

21) 동아일보. 2008.10.22. A16.

22) 정희정·윤갑근 『공공디자인을 위한 자전거 교통안전 표지디자인 연구』 기초조형학회. Vo1.10.NO.2. 2009.4

23) 권영걸. 『공공디자인산책』 미진사. 2008. p228.

[표4-41] 자전거 주차대 1

국내 사례			
	로마 이탈리아	동경 일본	암스테르담 네덜란드
<p>설치로 끝나는 것이 아니라 운영과정에서도 보다 세심한 관리가 요망되어진다. 자전거 주차이용 가능대수에 비해 비효율적·비합리적인 주차대로 채광을 고려한 투명한 지붕은 관리 부실로 또 다른 저해 요소가 되고 있으며 사용하는 시민들의 질서 의식이 올바르게 확립되어 있지 않다.</p>			
교통시설			

[표4-42] 자전거 주차대 2

국외 사례			
	암스테르담 네덜란드	스위스	
<p>네덜란드는 대다수의 국민들이 자전거를 일상적인 교통수단으로 이용해 온 대표적인 국가로 자전거에 대한 오랜 전통을 갖고 있다. 자전거 보유대수 국민1.33인당 1대 비율 1,100만대(전 국민의 75%)를 보유하고 있으며 전 국민의 80% 정도가 출퇴근 및 일상생활에서 자전거 이용을 생활화하고 있다. ① 자전거 주차 빌딩과 노면주차장 특별한 보조시설이 없지만 질서정연하다</p>			
교통시설			
공공 시설물 디자인			

[표4-43] 자전거 주차대 3

국외 사례			
	①동경 일본	스위스	
<p>① 협소한 집합주택 입구에 복층형으로 설치된 자전거 주차장으로 노약자도 쉽게 오르내릴 수 있는 구조로 제작되어있다. 일본에서는 쉽게 접할 수 있는 공공시설물로서 유지와 관리, 보수가 원활하여 시민들은 일상생활에 편리하게 사용한다.</p>			
교통시설			
공공 시설물 디자인			

[표4-44] 자전거 주차대 4

국외 사례					
	로마 이탈리아	① 록본기 일본	스위스	② 파리 프랑스	
<p>① 좌우로 간격조절이 가능하여 입출고가 수월하며 질서정연하게 보관할 수 있는 주차대의 사례이다 ②프랑스의 자전거 렌탈서비스로 ‘벨리브’(Ve-lib:velo[자전거]+liberte[자유]의 합성어)로써 도심 곳곳에 자전거 터미널을 만들고 신용카드 등으로 무인결제를 통해 언제 어디서나 자전거를 빌리고 반납할 수 있는 시스템으로 큰 호응을 얻어 ‘자전거 혁명’으로 불리며 전 세계의 벤치마킹 대상이다. 우리나라도 근 시일에 도입하여 실시 예정이나 공공의 시설물을 사용하는 시민의 문화수준이 뒷받침 되어야 한다.</p>					
<p>교통시설 공공 시설물 디자인</p>					












(3) 버스 정류장

선진 도시국가들의 버스정류장은 버스 정차의 노선번호 안내에 그치지 않고 버스의 도착 시간표가 자세히 기록되어있다. 한국의 버스 승차장과 그 운영은 비슷하나 차이점은 공공의 시설물을 사용하는 시민의 문화의식이다. 상세하고 세부적이며 청결하고 편안하며 친절하게 모든 공공의 시설물들은 시민들과 친밀하게 소통한다.

[표4-45] 버스 정류장 1

국내 사례		한국의 도시환경에도 선진 도시국가 이상으로 버스정류장의 공공 시설물들은 그 면모를 갖추고 있으나 공공시설물을 사용하는 시민들의 준법정신과 시민의식이 절실히 요구된다.
	<p>서울 한국 편의시설 공공 시설물 디자인</p>	

[표4-46] 버스 정류장 2

국외 사례					
	브뤼셀 벨기에	하이델베르크 독일	이탈리아		
반듯하고 청결하게 유지·관리되고 사용되는 선진 도시국가들의 버스정류장 사례					
교통시설					
공공 시설물 디자인					
국외 사례					
	파리 프랑스	암스테르담 네덜란드			
반듯하고 청결하게 유지·관리되고 사용되는 선진 도시국가들의 버스정류장 사례					
교통시설					
공공 시설물 디자인					
국외 사례					
	모나코	런던 영국		파리 프랑스	
도시의 가로환경에서 여러 공공 시설물들과 조화를 이루는 버스 정류장 사례이다.					
교통시설					
공공 시설물 디자인					

(4) 택시 정류장

도시의 도로를 활보하는 수많은 택시들의 외관요소인 형태와 색상은 도시의 색이된다. 런던의 ‘블랙캡’ 뉴욕의 ‘엘로우캡’이 대표적인 사례이다. 최근 서울의 택시로 해치의 컨셉택시가 이르면 2009년 5월부터 서울의 가로에 적용될 예정이라고 한다. 서울 택시를 명물로 만들고 택시 산업을 발전시키기 위하여 2008년 9월부터 현황 조사 분석과 공청회, 시민여론조사등을 거쳐 해치택시가 탄생되었다. 그러나 본 연구자의 시각에서는 등장한 해치택시는 ‘엘로우캡’이나 ‘블랙캡’과 비하여 색채 면적비율과 택시표시등의 크기를 확대하였다고 하나 기존의 택시와 경찰차와 시민들이 선호하는 흰색승용차와 주간에 원거리에서의 구별을 위한 가독성과 명시성 명료성 등에 있어서 미흡해 보이지 않나 우려된다. 좀 더 다른 차량들과 차별화된 면적의 색채구성을 계획하였으면 싶다. 제2의 자동차 번호판 같은 오류가 나오지 않았으면 한다. 계절의 변화에 대응하는 계절 색과 주변색 도심의 건축 환경과 조화로운 환경색등 유사색이든 보색이든 도시의 환경과 우리의 자연풍토와 어울리는 색상의 택시가 등장하여야 한다. 선진도시국가들의 공공디자인물을 체험하고 관계 공무원들의 선진도시 시찰과 벤치마킹을 통하여 선진 도시국가들과 동등한 공공 디자인물들이 등장하고 있으나 본 사례조사에서 가장 두드러진 차이점은 질서와 도덕 그리고 시민의 문화수준의 중요성 이었다.

[표4-47] 택시 정류장 1

국내 사례			한국의 공공디자인 매개체 또한 선진 도시국가들과 비교하여 손색이 없게 속속 등장하고 있지만 도시간의 수준차이가 좁혀져야 하며 유지·관리·보수가 유지되어야 한다.
	서울 한국	분당 경기 교통시설 공공 시설물 디자인	

[표4-48] 택시 정류장 2

			
<p>국외 사례</p>	<p>뉴욕 미국</p>	<p>런던 영국</p>	<p>동경 일본</p>
	<p>외관요소인 형태와 색상은 도시의 색이 된다. 런던의 ‘블랙캡’ 뉴욕의 ‘옐로우캡’이 대표적인 사례이다. 런던을 대표하는 대중교통으로는 지하철이 있지만 런던을 상징하는 대표적인 색채를 가진 것은 이층버스와 블랙캡 택시이다. 런던의 2층버스는 1947년 개발되어 반세기가 넘도록 런던의 상징으로 자리 잡았다. 런던의 도심은 어두운 중성색으로 대중교통을 통하여 강조 색을 더한 것이 런던이다. 그러나 이러한 이층버스도 노후하였고 사고의 위험이 커지자 2005년 관광용으로만 남겨두고 정식운행을 폐지하였다. 이제는 굴절버스와 신형이층버스로 대체되었으나 색채에 있어서는 전통을 유지했다. 런던의 택시인 블랙캡도 변화를 맞이하였다. 검은색 중심의 택시가 다양한 색채로 확장되었고 여성을 위한 전용택시도 만들어져 핑크색으로 도장하였다. 그러나 아직도 검은색이 주류를 이루고 있으며 시가지 경관과 조화를 이루고 있다. 특히 차종이 오랜 시간동안 동일하였기 때문에 색채뿐만 아니라 형태에 있어서도 일관성과 정체성을 지켜왔다 런던은 지하철, 버스, 택시 등의 색채일관성을 통하여 공공디자인의 선진국으로 명성을 가지고 있다. 뉴욕에서의 택시는 색채 적으로 하나의 코드이며 문화로 자리 잡았다. 많은 도시에서 택시색채 디자인을 할 경우 항상 벤치마킹 대상이 되며 런던의 블랙캡과 함께 세계적인 명물이다.</p>		
<p>교통시설</p>			
<p>공공 시설물 디자인</p>			
<p>국외 사례</p>			
	<p>파리 프랑스</p>	<p>브뤼셀 벨기에</p>	<p>동경 일본</p>
<p>택시정류장으로써 독립형지주가 아닌 주변의 지주에 여러 교통안전표지판과 안내표지판 심지어 휴지통을 매달아 사용하고 있으며 택시정류장 안내표지판 또한 통합지주에 덧붙여 사용하고 있다.</p>			
<p>교통시설</p>			
<p>공공 시설물 디자인</p>			

(5) 횡단보도와 보행신호등








횡단보도 노면표지의 표현 양식과 방법은 간격과 크기가 다르고 때론 점선으로만 형성되기도 하며 때론 색상이 다르게 선택되긴 하지만 세계의 도시 국가들은 단연 스트라이프로 구성되어 사용되고 있다. 선진 도시국가들의 횡단보도는 안전요소를 비단 노면 표지에만 두지 않고 신호등의 위치와 신호등

의 높이, 색상, 그리고 횡단보도의 중간지점에 신호등을 추가로 설치하여 신호등의 지주중간부분 즉, 시민의 눈높이에 보조신호등을 추가 설치하여 운전자와 보행자간의 주목성을 높여 안정성이 보장된다. 횡단보도의 보행 신호등에는 세계의 도시국가들도 공통적으로 적신호, 청신호, 주의와 대기신호등인 황색 신호를 기본으로 하고 있으나 몇몇의 선진 도시국가들은 자전거 신호등을 운영하고 있으며 [표4-49]의 사진 이미지에서 보이듯이 노약자와 장애인 그리고 어린이를 위하여 눈높이의 작은 미니 신호등을 동시에 운영하고 있어 시민들의 인지성 주목성과 안전성에서 매우 뛰어난 사례를 보여주고 있다. 또한 모든 신호기의 높이가 낮게 설치되어 자동차 운전자와 보행자가 신호등에 대한 인지력이 높아 도로가 편안하며 안전하다.

[표4-49] 횡단보도와 보행신호등 1

국내 사례	 <p style="text-align: center;">서울 한국</p>		
국외 사례	 <p style="text-align: center;">암스테르담 네덜란드 자전거와 보행자 겸용 횡단보도 사례.</p>	 <p style="text-align: center;">쏘렌토 이탈리아 3면 통합신호등 사례.</p>	
국외 사례	 <p style="text-align: center;">암스테르담 네덜란드 자전거와 보행자 겸용 횡단보도 사례.</p>	 <p style="text-align: center;">동경 일본 다중 교차로 횡단보도 사례.</p>	
교통시설 공공 공간디자인			

[표4-50] 횡단보도와 보행신호등 2

국외 사례			
	스위스	동경 일본	스위스
횡단보도 노면표지 사례 교통시설 공공 공간디자인			
국외 사례			
	브뤼셀 벨기에	밀라노 이탈리아	
횡단보도의 중앙에 추가 설치된 신호등 사례이다. 또한 도로중앙에 위치한 신호등의 수직형 지주에는 세계적 주의표지인 스트라이프 무늬를 프린팅 하여 운전자로부터 주위를 환기시켜 시선을 집중시키는 역할을 수행하며 한국과는 차별화된 키낮은 신호등은 운전자와 보행자의 안전을 보장 하고 있다.			
교통시설 공공 시설물 디자인			
국외 사례			
	파리 프랑스	암스테르담 네덜란드	
노약자와 장애인 그리고 어린이를 위하여 눈높이의 미니 신호등을 동시에 운영하고 있어 시민들의 인지성 주목성과 안전성에서 매우 뛰어난 사례이다. 또한 모든 신호기의 높이가 낮게 설치되어 자동차운전자와 보행자가 신호등에 대한 인지력이 높아 도로가 편안하며 안전하다			
교통시설 공공 시설물 디자인			

[표4-51] 횡단보도와 보행신호등 3

국외 사례					
	네덜란드	벨기에	이탈리아	룩셈부르크	영국
횡단보도의 중앙에 추가 설치된 신호등과 횡단보도 노면표지 사례.					
교통시설					
공공 시설물 디자인					

(6) 핸드레일

사선적 또는 수직적 이동이 요구되는 계단에서 필수요소인 계단난간대로 한국의 경우 공공영역과 사적영역 모두 한 줄로 형성되어 있으며 평균적인 높이로 제한되어 있어 여러 시민의 요구에 대응하기 어렵다. 이를 위하여 유니버설디자인²⁴⁾이 적용 되어야 한다. 또한 재료면에서는 금속이 대부분으로 녹이 나지 않는 스테인레스 스틸로 대부분 제작되어 너무 차가우며 섬뜩한 느낌마저 느끼게 한다. 노약자나 장애인의 입장에서 금속성 핸드레일을 접해보고 이를 충분히 고려하고 반영하여 인간중심의 공공디자인물로 등장 시켜야 한다. 세계의 선진 도시국가들의 도시환경에서의 핸드레일은 시민의 손이 닿는 부분에는 친환경 재료인 목재나 목재가 여의치 않을시 플라스틱 소재로 마감 하는 등 시민과 친숙한 재료로 선택되어 사용되고 있으며 시민의 키 높이와 개인 상황에 맞게 선택 할 수 있는 높이가 다른 손잡이가 2단으로 설치 되어있어 시민들은 보다 인간적이며 친근한 도시를 체험하며 소통할 수 있다. 이러한 소소함 또한 소홀히 해서는 안 되는 시각적 요소를 뛰어넘는 휴먼스케일이 적용된 인간 중심의 공공디자인이다.

24) 유니버설디자인: 인간은 태어나서 사망할 때 까지 다양한 성장단계를 거치게 되고, 이중 사고나 질병, 임신 등으로 신체적이나 정신적으로 어려움을 느끼는 시기가 있다. 환경은 인간이 처할 수 있는 모든 조건 하에서 차별 없이 생활할 수 있도록 제공되어야 한다는 생각이 유니버설디자인이다.


[표4-52] 핸드레일 1

국내 사례	
	서울 한국 교통시설

[표4-53] 핸드레일 2

국외 사례			
	오다이바 일본	신주쿠 일본	
유니버설 디자인의 사례로써 시민들의 개인적 요구에 만족 시킬 수 있도록 배려된 친절한 핸드레일로 장애인과 노약자 그리고 어린이들이 안전하게 사용할 수 있다			
교통시설 공공 시설물 디자인			

[표4-54] 핸드레일 3

국외 사례					
	신주쿠 일본	오다이바 일본	록본기 일본		
인간중심 디자인적용 사례이다. 시민들의 손이 직접 맞닿은 손잡이 부분은 차가운 금속성보다 목재 또는 플라스틱 재료를 사용하여 시민들과 친근하다.					
교통시설 공공 시설물 디자인					

(7) 신호등

교통 신호등은 도심의 ‘거리가구’ 시설물에 필수적 요소로서 교통질서와 보행자 안전을 위해 설치되며, 지역마다 특징 있는 신호등 디자인을 볼 수

있다. 주변 환경과의 연계성과 도시와 지역 특징을 고려해 디자인되는 것이 바람직하며 원거리와 근접거리에서도 볼 수 있게 디자인되는 것이 특징이다.²⁵⁾한국의 신호등에는 신호기의 설치 형태에 따른 현수식, 측주식(중형, 횡형) 중앙 지주와 문형식의 네 가지 형태가 있으며 신호등의 배열순서로 차량등은 4색등화 3색등화 보행등은 2색등화로 이루어져 있어 세계의 선진 도시국가들과 큰 차이는 없지만 선진 도시국가들의 신호등은 높이도 낮으며 횡단 보도에서는 횡단보도의 중앙에 추가로 낮은 신호등을 설치하여 보행자와 자동차가 근거리에서 도로와 신호상황을 쉽게 인식할 수 있도록 유도하여 교통사고의 위험요소를 줄이고 신호등의 크기도 작고 높이도 낮으며 직선도로, 보도, 인도 할 것 없이 코너마다 셀 수 없이 많은데도 질서 정연하고 교통시설물들의 마감도 정갈하며 친근하다. 거부감 없이 소통하며 친숙하다. 그것은 기능성과 심미성이 잘 조화된 ‘공공디자인’의 결과물 일 것이다.

[표4-55] 신호등 1

국내 사례					
	서울 한국				
	교통시설				
국외 사례					
	브뤼셀 벨기에	암스테르담 네덜란드	브뤼셀 벨기에		
	동쪽과 서쪽방향의 신호등 배경에 검정색 바탕으로 햇볕 차단물을 설치하여 아침과 저녁햇살에 신호등을 쉽게 식별하고 인식할 수 있도록 돕고 있다				
	교통시설				
	공공 시설물 디자인				

25) 고희종·장은석 『도시환경과 거리가구 디자인』 미진사. 2001

[표4-56] 신호등 2

국외 사례					
	브뤼셀 벨기에	니스 프랑스	로마 이탈리아	파리 프랑스	뷔센 독일
<p>서양인은 신체적 구조에서 한국보다 평균 신장이 훨씬 크며 단연 눈높이도 높아야 하지만 신호기와 신호등의 높이는 한국보다 낮게 설치되어 있어 쉽게 식별하고 인식 할 수 있다. 선진 도시 국가들의 도시환경은 절제된 색채 환경을 사용하지만 한국의 색채 환경은 자유로워 주변의 상업 간판과 현란한 사인조명으로 안전과 직결된 신호등을 인지하기가 매우 어려우며 혼란스럽다. 사진 이미지에서 보듯이 신호등의 높이가 낮아 식별이 용이함으로써 도시환경은 안전하다.</p>					
교통시설					
공공 시설물 디자인					

(8) 주차시설

환경 친화적이며 대중교통 이용에 대한 관심으로 자동차에 대한 관심과 배려 또한 절대필요하다. 몇몇 선진 도시국가들은 도심접근을 일정근처까지 제한하며 어떤 도시는 부담되는 도심 진입 요금을 부과하여 대중교통 이용을 장려하기도 한다. 주차장문화에 있어서도 선진 도시국가들은 친절하다.

버스와 승용차의 차종별 주차가능 여부를 안내하며 가로에서 주차장을 찾기 또한 용이하다. 주차가능 현황과 주차장 이용시간을 상세히 픽토그램과 문자와 디지털 전광판 등을 통하여 실시간 알려주고 있다. 주차장을 찾기 위한 도시의 반복주행과 서행 등은 또 다른 도시 교통의 저해 요소이며 교통사고의 원인이 될 수 있다²⁶⁾

26) 한국공공디자인학회 『공공디자인강좌』 가인디자인랩, 2009.

[표4-57] 주차시설 1

국외 사례				
	브뤼셀 벨기에	니스 프랑스	브뤼셀 벨기에	룩본기 일본
버스와 승용차등 차종별 주차가능 여부까지도 알려주는 주차장안내 표지판				
교통시설				
공공 시설물 디자인				

[표4-58] 주차시설 2

국외 사례				
	니스 프랑스	동경 일본	뮌헨 독일	스위스
주차가능 현황과 주차장 이용시간등의 정보를 사전에 제공 하고 있다				
교통시설				
공공 시설물 디자인				

(9) 자전거 신호등과 자전거 횡단보도

네덜란드와 영국등 자전거 선진 국가들은 교통신호기 시스템이 정착 되어 있다. 유럽의 선진 도시국가들의 작고 예쁜 동화 같은 자전거 교통신호등과 자전거 교통 표지판은 우리나라의 권위적이며 비조형적인 과대 크기가 아닌 모습으로 시민들의 눈높이에서 소통하고 대화하며 소통하는 시민의식 또한 디자인 되어있다. [표4-59] 네덜란드 암스테르담의 자전거 신호등의 이미지에서 보듯이 그러한 이유에서 유럽의 도시국가들의 교통표지와 신호등은 직선 도로, 보도, 인도 할 것 없이 코너마다 셀 수 없이 많은데도 질서 정연하고 교통 시설물들의 마감도 정갈하며 친근하다. 거부감 없이 '커뮤니케이션'하며 친숙하다. 그것은 기능성과 심미성이 잘 조화된 '공공디자인'의 결과물 일 것이다.

[표4-59] 자전거 신호등

국외 사례				수 없이 많은 공공의 매개체와 색채환경속에서 그 중요도가 높은 신호등의 설치높이가 눈높이에 맞추어 낮게 설치되어 주목성과 인지성이 좋으며 크기 또한 거부감 없이 자연스럽다. 신호기의 지주 하단에는 노약자와 장애인, 어린이를 위한 작은 신호등이 설치되어 인간중심의 배려와 친절은 우리에게 시사하는 바가 크다.
	암스테르담 네덜란드	런던 영국	프랑스	
교통시설				
공공 시설물 디자인				

한국에서의 도로교통에서는 ‘자전거’를 ‘차’로 정의하고 단순한 탈 것 또는 놀이기구가 아닌 이동수단으로서의 법적 지위를 부여하고 있으나 자전거의 안전한 통행 등을 위한 구체적 조항이 없어 보완이 필요하다. 일본의 도로교통법은 안전한 통행보장을 위한 내용들을 구체적으로 규정하여 교통대체수단으로서의 자전거에 대한 기대와 가치를 높여주고 있다. 자전거의 도난방지와 방치자전거의 관리를 위한 자전거방범등록제도, 자전거이용자의 안전을 제도적으로 보장하고 있다. 우리나라의 자전거 교통수송분담률은 일본등 자전거 선진국에 비하면 걸음마 수준이다. 이와 같은 격차는 자전거를 대하는 인식의 차이에서 비롯된다. 즉, 선진국에서는 자전거를 근거리 교통수단으로 인식하는데 반해 우리나라에서는 단순히 레포츠의 도구로 인식하기 때문이다. 자전거 주 이용목적의 과반수가 레저라는 한 통계자료가 이를 뒷받침한다. 우리나라의 도시를 주행하는 자전거는 고가의 레저용 자전거가 우위를 차지하고 있다. 또한 우리사회에서 자전거는 약자의 위치에 놓여있다. 법률상으로 차마로 구분되어 인도로 다닐 수 없으나 그렇다고 차도로 마음 놓고 다닐 수도 없는 형편이다.²⁷⁾ 이렇게 자전거가 약자의 위치에 있을 수밖에 없는 근본적인 이유는 아직까지 자전거가 인정받는 교통수단이 되지 못했기 때문이다. 자전거이용이 활성화된 유럽의 경우 자동차 중심의 교통체계에서 오는 심각한 환경문제를 해결하기 위한 수단으로 자전거를 선택하였으며, 시민들 사이에서 환경문제를 해결해야 한다는 공감대가 형성되었고, 이를 바탕으로 행정

27) [http://sports.khan.co.kr/news\(2008.10\)](http://sports.khan.co.kr/news(2008.10))

당국과 시민단체들은 자전거를 유효한 교통수단으로 만들어냈다. 일본의 경우 1970년대 이전까지는 자전거는 빈자들을 위한 것으로 여겨졌다. 그러던 것이 1973년의 오일쇼크 등 경제적 환경의 변화에 대응하는 수단으로서 자전거의 효용성이 시민들 사이에서 공감대가 형성되면서 자전거이용이 급속히 증가했다. 이에 반해 우리나라는 시민들이 자동차를 뒤로하고 자전거를 타야 한다는 데에 공감하지 못하고 있는 실정이다. 그것이 환경에 좋고, 운동도 되고, 경제적으로도 좋다는 것을 알고 있으나 자전거는 지금 자전거를 적극적으로 이용하고 있는 사람을 제외하고는 교통수단으로 인정받지 못하고 있는 것이 현실이다.²⁸⁾

[표4-60] 자전거 횡단보도

국 외 사 례			
	인스부르크 오스트리아	① 암스테르담 네덜란드	② 신주쿠 일본
① 교차로 횡단보도로 보행자의 진행과 자전거의 진행 동선을 별도로 운영하여 원활한 흐름을 유도하고 있으며 신호등과 표지판 등의 세로형 지주식 시설물에 횡단보도와 동일한 패턴을 프린트하여 횡단보도에 주의력을 주어 보행자의 안전을 확보하고 있다 ② 자전거 횡단보도를 만들고 자전거의 노면표지를 그려 넣어 질서를 유도하고 보행자와 자전거간 마찰을 피하여 원활한 자전거의 진행을 돕고 있다 ²⁹⁾			
교통시설 공공 시설물 디자인			

2) 편의시설

(1) 벤치


도심공간에서 시민들은 휴식·독서·대화·사색·기다림·관상(觀賞)·식사(食事) 등 다양한 용도로 사용되며 설치장소로서는 나무그늘·잔디밭·화단·부근·물가, 휴게소의 안팎, 건물의 내·외부공간 등 벤치는 일상생활에서 다

28) <http://cafe.naver.com/bpbike> (2008.10)




29) 한국공공디자인학회 『공공디자인강좌』 가인디자인랩, 2009.

양한 장소와 형태 그리고 다양한 재료로 형성된다. 인간이 사회생활을 하면서 가장 먼저 접할 수 있는 공공시설물을 떠올린다면 도로, 공원, 가로등 등이 먼저 생각나겠지만 가장 밀접한 요소는 벤치라고 할 수 있을지도 모른다. 벤치는 의자가 발전한 모습이며 두명 이상이 함께 앉을 수 있는 도구이다. 일반적으로 의자는 건축물 등의 실내에 위치하면서 불특정다수가 사용할 수 있도록 설치되는 경우가 대부분이다. 따라서 벤치를 사용하는 다양한 계층의 사람들의 요구조건과 외부의 자연환경, 그리고 유지관리에 필요한 기본적인 요건을 만족해야 하는 시설물이다. 벤치는 도시의 많은 장소에 사용되고 있다. 가로변에서 살펴보면 보도위, 건축물의 공개 공지, 버스 쉼터, 도로 중앙의 썸지공원 등에 설치되며, 넓은 공간에서 보면 공원과 수변 공간 및 광장 등에 많이 설치되고 있다. 그래서 다양한 위치와 필요성에 따라 형태와 모양 및 재질의 차이를 보이고 일률적이며 통일성만 강조할 수 없는 시설물이라고 생각된다. 다시 말해 벤치는 시민에게 가장 친밀하게 다가서는 시설물이기 때문에 빈자와 부자를 가리지 않고 남녀노소를 구분하지 않는 시설물이 되어야 한다. 벤치의 설치에는 안전성과 내구성이 가장 중요한 요소이고, 더불어 미적 요소와 인간공학적 감각을 만족시켜야 할 필요성이 요구된다.

[표4-61] 벤치 1

<p>국내 사례</p>		<p>집에서 사용하는 의자도 평범한 의자, 발판용 의자, 팔걸이의자, 편안하게 쉴 수 있는 소파, 여럿이 앉을 수 있는 긴 의자등 다양 하듯이 도시공간에서의 의자도 마찬가지다. 등받이 없는 의자는 관리하기도 좋고 깔끔해서 좋지만 대부분의 사람들은 등받이와 팔걸이를 원하기 마련이다. 일반적으로 휴식공간은 보행자를 도로의 노선으로부터 보호해야 하며 태양을 좋아하는 사람과 그늘을 좋아하는 사람 둘 다 고려해야 한다. 약간 높은 곳에 있는 좌석을 선호하는 사람도 고려해야 한다. 벤치는 손상되기 쉽고 페인트나 도금이 벗겨졌을 경우에도 철거하기 어려운 거리가구이다. 무엇보다 관리가 중요하지만 설치하기 전부터 이런 점들을 주의하면 관리 및 유지 보수비용을 절감할 수 있다.</p>
<p>서울 한국</p>		
<p>편의시설 공공 시설물 디자인</p>		




[표4-62] 벤치 2

국외 사례			
	룩셈부르크	룩본기 일본	①신주쿠 일본
<p>도시설계와 건축물 설계 단계부터 계획된 편의시설물의 사례이다 ①건물의 옥상에 조성된 자연 환경의 옥상녹화로 나무의 화분역할을 하면서 동시에 벤치로 활용된다. 선진 도시국가들은 해변에는 돌 의자, 도심에는 나무의자, 돌 의자와 금속의자 등으로 주변 환경과 조화롭게 여러 재료와 다양한 크기와 형태로 시민들의 피곤을 씻어주는 가로의 벤치에서 도시는 쾌적하다 선진 도시국가에서는 직접만지고 경험하는 조형물에서부터 다양한 형태로 시민과 소통한다. 뉴욕의 센트럴파크 공원의 벤치 정책에는 벤치를 기업과 시민들에게 기증받으며 기증자의 이름과 사연을 담은 문구를 벤치에 새겨 넣어 시민들로부터 큰 호응을 받고 있다.</p>			
편의시설			
공공 시설물 디자인			

[표4-63] 벤치 3

국외 사례			
	룩본기 일본	오다이바 일본	룩본기 일본
<p>건축 구조물과 연속되어 친밀하며 조화로운 형태와 재료로 시민에게 휴식을 제공한다.</p>			
편의시설			
공공 시설물 디자인			

[표4-64] 벤치 4

국외 사례			
	① 신주쿠 일본	② 요코하마 일본	
<p>① 화분보호대와 벤치 ② 야간조명등과 벤치등 복합적 기능을 수행한다.</p>			
편의시설			
공공 시설물 디자인			

[표4-65] 벤치 5

국외 사례					
	오다이바 일본		록본기 일본		이탈리아
주변 환경과 조화로운 벤치 편의시설 공공 시설물 디자인					

(2) 휴지통




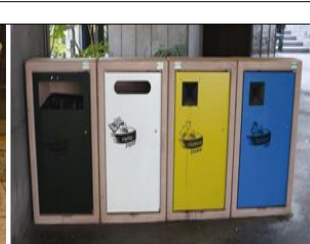






도시의 빼놓을 수 없는 가구 중에서도 쓰레기통은 아주 유용한 도시 설치물에 속한다. 그럼에도 불구하고 쓰레기통만큼 팔시와 천대를 받는 가구도 드물 것이다. 다른 환경구조물에 비하여 쓰레기통은 기능과 편리 이상의 것으로 인식되기 힘들거나 필요악적인 존재로 생각될 수도 있기 때문이다. 그렇다고 해서 쓰레기통을 아무렇게나 만들고 설치할 수 없는 것은 조잡한 쓰레기통이 도시의 미관을 해치고 이미지를 흐리게 하는 주원인이 되기 때문이다. 따라서 디자인의 역할과 영향력이 특히 필요한 시설물이다. 휴지통은 시민의 일상에서 절대 필요와 가로의 구성요소로써 도시의 이미지를 좌우하는 중요 요소이다. 휴지통의 종류에는 크게 일반 보행자를 위한 휴지통과 지역민을 위한 공용휴지통이 있다.³⁰⁾ 휴지통은 사람들이 거리에서 이동하는 동안 발생하는 각종 쓰레기를 효율적으로 수거하여 깨끗한 거리를 유지하기 위해 사용된다. 휴지통 디자인은 크게 시민의 편의와 관리자의 편의, 두 가지 측면에서 고려되어야 한다.

일반 거리의 휴지통은 버스 정류장 등 유동인구가 많은 지역에 적당한 간격으로 배치한다. 각 도시국가 별로 선호하는 색상과 디자인을 적용하여 도시의 색을 만들어낸다. 선진 도시국가들의 휴지통은 반듯하고 정갈하게 유지관리되고 있으며 때로는 주변의 공공시설물과 복합적으로 연관되어 구성되며 테러 등의 위험요소가 따르는 도시에서는 투명비닐로 저마다 관리가 용이한

30) 박찬숙·권영걸외 『유럽의 도시 공공디자인을 읽다』 가인공공. 2008

재료로 디자인 하며 편리하고 친절하게 시민과 소통한다.

[표4-66] 휴지통 1

국내 사례	 <p>휴지통의 기능이 아무리 뛰어나다고 해도 거리를 공유하는 시민들의 시민의식과 관리자의 책임감이 따라주지 않으면 제 기능을 발휘할 수 없다. 정확한 장소에 적합한 수량이 설치되고 청결한 관리가 이루어져야한다. 시민들의 공공공간인 거리를 존중할 때 쓰레기통 역시 제 역할을 다 할 수 있을 것이다</p>					
서울 한국						
편의시설						
공공 시설물 디자인						
국외 사례	 <p>룩본기 일본</p>	 <p>브뤼셀 벨기에</p>	 <p>뵘페이 이탈리아</p>	<p>분리수거를 위하여 만들어진 휴지통으로 국가별로 선호색을 통하여 폐기와 재활용을 분류하며 면적이 넓고 시야가 확보된 휴지통의 전면에는 픽토그램을 개발하여 적용 시키고 있다.</p>		
편의시설						
공공 시설물 디자인						
국외 사례	 <p>프랑스</p>	 <p>영국</p>	 <p>이탈리아</p>	 <p>이탈리아</p>	 <p>스위스</p>	 <p>스위스</p>
<p>선진 도시국가들의 휴지통은 바닥에 닿아있지 않고 벽체나 가로등, 교통표지판등에 부착된 경우로 휴지통 주변에 쓰레기가 고이는 것을 막고 청소 차량에 방해가 되지 않도록 하기 위한 것들이 많으며 독립적 형태가 아닌 주변의 공공물과 복합적 기능을 수행하는 휴지통사례로써 건물의 벽체나 교통신호기 교통표지판등 공공 시설물에 단정하고 견고하게 부착되어져 있다. 프랑스의 경우 기본구조에 투명한 비닐로 되어있는데 이는 테러의 위험에 대비하기 위한 것이라고 하는데 관리 측면에서 볼 때 매우 경제적이고, 위생적 측면에서도 효율적이다. 쓰레기 봉지가 쉽게 교체 가능하고 휴지통에 쓰레기가 남지 않아 냄새가 없으며 휴지통이 채워진 상황을 쉽게 파악할 수 있어 교체시기가 정확하여 가로환경에서의 쾌적성을 유지시킨다.</p>						
편의시설						
공공 시설물 디자인						

[표4-67] 휴지통 2

국외 사례					
	일본	런던	모나코	프랑스	이탈리아
목적성과 도시의 기호에 맞추어 형태와 색상을 달리하며 도시환경에서 시민과 소통하는 선진 도시국가들의 휴지통은 견고하고 반듯하게 설치·유지·관리되고 있다.					
편의시설					
공공 시설물 디자인					

(3) 음수대

음수대는 도심 공공지역보다는 공원 학교 등의 장소에 설치하는 것이 적절하다. 음수대는 갈증 나는 도심의 생활과 공간에 목을 적셔준다. 여름에는 꼭 필요한 시설물 중의 하나이며 사용자에게 의한 인간공학적 디자인이 이루어져야 한다. 선진 도시국가의 경우 공원과 광장 그리고 박물관 미술관등 공공의 시설물이 있는 곳에 심지어 지하철 역사의 대기홀 벤치 옆에도 음수대가 갖추어져 있다.

[표4-68] 음수대


국외 사례					
	스위스	이탈리아	동경 일본		
공원과 광장 그리고 박물관 미술관등 공공의 시설물이 있는 곳에 심지어 지하철 역사의 대기홀 벤치 옆에도 음수대가 갖추어져 있는 일본의 도시편의시설이다.					
편의시설					
공공 시설물 디자인					

(4) 화장실

공공의 화장실을 통해서도 그 도시국가의 문화수준을 알 수 있다. 한국도

실내 환경과 시설은 선진국수준 그 이상이지만 그 시설물을 사용하는 시민의 수준은 미흡하다. 유럽의 여러 도시국가에서의 화장실 소변기에는 별이나 파리 한 마리가 소변기의 정중앙에서 새겨진 것을 흔히 발견한다. 남자 화장실에만 있는 소변의 정조준을 위한 코믹 안내와 홍보가 지혜롭다. 이러한 사례들이 자연스러운 공공의 질서와 예절의 교육이며 홍보일 것이다 일본의 경우 화장실에 들어서면 이나라의 배려와 친절 인간중심의 높은 문화수준을 알 수 있다. 아이를 위한 보조기구며 양변기나 소변기에 장애인이나 노약자가 의지할 수 있는 보조기구는 한국처럼 차가운 금속성 재료가 아닌 플라스틱재질로 만들어 느낌이 편안하다 단순하고 간단하면서 편리하고 쉬운 보조기구들 이러한 요소가 선진 도시국가들이 적용한 공공디자인 사례이다.

[표4-69] 화장실 1

국내 사례		필요이상의 면적을 차지하고 있으면서도 장애인이나 거동이 불편한 사회적 약자들은 공중화장실로의 진입이 어려운 사례이다. 이작은 차이로 시민들로 하여금 이용을 주저하게 한다. 공중화장실은 시민 모두 안전하고 평등하게 사용할 수 있도록 되어야 하며 이용자나 보행자에게 거부감 없는 자연스러운 시설물이 되도록 내부위생에 안전을 기하고, 외관은 주변과 조화를 이루어 도시경관을 돋보이게 해야 한다.
분당 경기		
편의시설		
공공 시설물 디자인		

[표4-70] 화장실 2

국외 사례					
북본기 일본			암스테르담 네덜란드		
유아를 위한 어린이와 장애인과 노약자등 약자를 위한 배려가 돋보이는 일본의 화장실 문화이다. 모든 보조 구조물의 재료는 한국의 스테인레스 스틸의 차가운 금속과는 다른 플라스틱으로 제작되어 만지는 느낌이 편안하다.			남자화장실의 소변기로 변기에 파리나 벌등을 그려 넣어 소변의 정조준을 위한 코믹 안내와 홍보가 지혜롭고 재미있는 사례이다.		
편의시설					
공공 시설물 디자인					


[표4-71] 화장실 3

국외 사례	
	<p style="text-align: center;">디종 프랑스</p> <p>프랑스에서 흔히 볼 수 있는 무인 자동화장실이다. 대부분 짙은 녹색의 몸체와 은색 출입구로 되어있어 가로 판매대, 버스정류장등 다른 공공시설물에 일관적인 색채를 구성하고 있으나 밝은 색조로 변하고 있다. 동전 투입에 의해 출입문이 열리고 사용 후에는 변기와 내부공간이 자동 세척된다. 수시로 청소와 점검이 필요한 공중화장실에 유지관리가 쉽고 위생상태가 좋아 선진 도시국가들은 무인자동 화장실을 확충해 나가고 있다. 버스 주차장 주변에 있는 유료화장실로 작은 면적에 심플하면서 사용이 간편한 공공의 공중화장실 사례이다.</p> <p style="text-align: center;">편의시설 공공 시설물 디자인</p>

(5) 가판대

영국의 노팅힐, 뉴욕의 소호, 일본의 하라주쿠와 같이 노점상도 도시의 명물이 될 수 있다. 한국도 불법노점상의 단속만을 할 게 아니라 일정한 경계를 주어 관리할 수 있으면 한다. 간이 점포는 설치와 구조가 단순하며 최대의 기능을 생각하고 계획되어야 한다. 열면 다양한 형태가 되어 판매의 편리를 도모하여야 하며 쉽게 작동되어야 한다. 강한 햇빛이 차단될 수 있도록 지붕과 벽면재질이 잘 선택되어야 한다. 한국의 가로에서 보이는 도시환경과는 다르게 선진 도시국가들의 가판대는 단정하게 정리정돈 되어있어 도시환경의 저해요소 보다 오히려 도시의 가로에 활기를 주는 역할을 하고 있다.

[표4-72] 가판대 1

국내 사례		<p>서울 도심 거리에 설치된 매점. 아직까지 영세하지만 하다. 거리의 구조적 시설물은 시에서 정책적으로 개선해야할 우선 과제이다.</p> <p style="text-align: center;">서울 한국 편의시설 공공 시설물 디자인</p>
	<p style="text-align: center;">서울 한국 편의시설 공공 시설물 디자인</p>	

[표4-73] 가판대 2

국외 사례			
	파리 프랑스	모나코	이탈리아
질서정연한 선진 도시국가들의 거리관리대는 거리환경에 활력을 주기도 한다. 편의시설 공공 시설물 디자인			

(6) 특산물 판매장

도시나 지역의 특성을 담고 있는 관광기념품은 도시 이미지를 가장 오래 기억 하게 하는 매우 유용한 수단이자 도시 이미지를 확산시키는 수단이다. 도시문화의 향기를 담아내는 관광 기념품 개발은 도시 이미지 형성과 개선에 중요한 역할을 한다. 그러므로 특산물이나 기술을 바탕으로 창조된 세계적인 관광기념품들이 자치단체 경제 활성화를 위해 매우 중요하다. 유명 관광지나 낯선 도시를 방문했을 때, 특히 그곳이 자주 가기 어려운 외국일 경우에는 무엇이든 그 도시를 기억할 수 있게 해주는 것을 기념으로 소유하고 싶어 한다. 이런 욕구를 충족 시켜주는 것은 무엇보다도 그 도시의 이미지 상품들이다. 각국의 많은 도시들이 차별화된 이미지를 담은 관광기념품 개발에 심혈을 기울이고 있으며 우리도 국가적인 차원에서 한류의 멋을 담은 문화상품 개발에 많은 연구와 노력을 하고 있다. 중요한 것은 전국 어디서나 흔히 볼 수 있는 것이 아니고 그곳에서만 구입이 가능한 독창적인 관광기념품을 만들어 내는 것이 우리의 과제이다. 어느 도시에서나 그 도시만의 차별화된 관광 자원 및 특산품과 특산물이 존재한다. 세계의 선진 도시국가들은 소소한 특산물까지도 지역특산품으로 개발하여 이를 발전시켜 관광자원으로 만들어낸다.

[표4-74] 특산물 판매장

국외 사례			
	동경 일본	암스테르담 네덜란드	독일
차별화된 문화상품은 부가가치를 창출하며 관광객들에게 색다른 재미를 연출해준다.			
편의시설			
공공 시설물 디자인			

3) 공급시설

(1) 신호전

한국의 공공시설물은 신호전 뿐만 아닌 많은 시설물들이 넘어지고 기울어지고 휘어져있다 한국의 자연환경의 특성을 파악하고 연구하여 집중호우등 토지 침하 등의 지변 가능성까지 고려한 시공 방법이 모색 되어야 한다. 선진 도시국가들의 신호전은 첫째, 도시환경과 조화롭고 후퇴 색을 활용하며 둘째, 크기가 작으며 셋째, 견고한 시공으로 인하여 노면 침하에서 오는 기울어짐 등의 부실시공 현상이 없으며 노면과 공공의 공급시설물인 신호전과의 마감이 견고하고 깨끗하다.

[표4-75] 신호전 1

국내 사례			
	서울 한국		
한국의 가로환경에서 손쉽게 볼 수 있는 사례이다. 휘어지고 기울어지고 패이고 반듯하지 못한 가로환경의 공공디자인 매개체들을 바로세우기가 공공환경의 첫째 과제일 것이다. 신호전의 디자인과 컬러는 21세기 현대사회의 가로환경과는 조화롭지 못하며 한국의 디자인능력에 미치지 못하는 공적영역의 대표적 사례이다.			
공급시설			
공공 시설물 디자인			

[표4-76] 신호전 2

국외 사례		
	런던 영국	동경 일본
<p>선진 도시국가들의 공급시설물들은 가로의 도시환경과 조화로우며 후퇴 색을 사용하며 도시환경에서 조연의 역할을 묵묵히 수행한다.</p>		
<p>공급시설 공공 시설물 디자인</p>		

(2) 우체통

컴퓨터의 등장으로 인류의 통신수단이던 우체통의 기능이 급격이 저하되며 그 사용이 현저히 줄어들어 한국에서도 많은 수량을 점진적으로 철거할 예정이다. 선진 도시국가들의 우체통에서도 우리가 배워야할 공공디자인의 사례가 발견된다. 높이가 다른 우체통의 배열과 일본의 경우 일반우편 빠른우편의 분류와 우편물 수거시간등을 상세하게 기록하여 알려주는 섬세한 배려와 친절이 돋보이며 각 국가별 선호 색상과 형태에 따라 활용되고 있다. 선진 도시국가들의 우체통은 기울어짐 없이 시공과 유지관리가 잘되고 있다

[표4-77] 우체통 1

국내 사례		
	서울 한국	
<p>기울어진 우체통 바르지 못한 노면환경 보도블록의 돌출과 노면 침하에 안간힘을 쓰며 견디어 내고 있는 한국의 우체통. 선진 도시국가들의 공급시설물들은 노면과 견고하게 마감되어져 있으며 유지·관리된다.</p>		
<p>공급시설 공공시설물 디자인</p>		

[표4-78] 우체통 2

국외 사례			
	① 암스테르담 네덜란드		② 동경 일본
① 유니버설디자인이 적용된 우체통 사용자 중심의 높낮이를 차별화한 우체통과 ② 소화전과 우체통이 같은 배열에 자리하고 있어 효율적이다.			
공급시설 공공시설물 디자인			

[표4-79] 우체통 3

국외 사례					
	뉴욕 미국	프랑스	런던 영국	일본	
기호 색과 기호형태에 따라 우체통들은 저마다 도시의 색을 연출하고 있다.				일반우편물과 빠른우편물의구분, 우편물의 수거시간등을 상세하게 알려주어 시민과 소통한다.	
공급시설 공공시설물 디자인					

(3) 소화전

한국은 시대상황적인 어려움 속에서도 온 국민의 값진 땀의 결실로 짧은 기간에 급속한 경제성장과 발달을 이루어왔으나 동시성장을 이루지 못한 몇 가지의 중요한 내적요인이 있다. 첫째로 공중의 도덕이며, 둘째로 공적영역의 디자인 부재로써 한국의 도시환경은 미흡한 부분이 많이 발견된다. 소화전의 경우 경기도 분당 신도심의 경우는 한국의 대표적인 신도심으로 초고층건물과 녹지공간 공원화와 주거환경이 잘 계획되어진 신형 도시이지만 보행도로의 중간에 자전거 전용도로와 겹치는 등 계획적이지 못한 위치에 소화전은

매립되어 있으며 자동차도로나 인도의 경계에 걸린 소화전은 자동차의 추돌에 대비하기 위하여 구조물로 투박하게 보호되어 있어 도시의 미관을 해치고 있다. 선진 도시국가들은 예고 없는 동발상황시 시민들이 초기에 대응할 수 있는 소화시설들이 지혜롭게 활용되며 관리되어 지고 있다. 선진 도시국가들의 소방 점검의날은 일상이다.

[표4-80] 소화전

국내 사례			
	서울 한국	분당 경기	서울 한국
<p>보행도로의 한복판에서 갑자기 튀어나와 시민의 안전을 위협하고 있는 공공시설물인 소화전.</p> <p>홍물스러우며 도시경관의 방해요인이 되고 있다. 도시형성 당시부터 철저히 계획되어야 하는 제도와 행정의 부재에서 비롯된 결과일 것이다. 철감옷을 두른 듯 비효율적인 소화전의 보호 구조물은 한국의 가로환경에서 보이는 일반적인 공공디자인 현실이다.</p>			
공급시설 공공시설물 디자인			

국외 사례				
	① 일본	② 스위스	네덜란드	일본
<p>① 맨홀뚜껑과 소화전의 공급시설물간의 효율적 배치 사례이다. ② 자동차 도로와 보행도로에 전혀 방해요소가 되지 않는 선진 도시국가의 가로에서 소화전과 소방 설비 공급시설 사례이다.</p>				<p>소화전과 우체통이 같은 배열에 자리하고 있어 효율적이다.</p>
공급시설 공공시설물 디자인				

(4) 공중전화

공중전화는 우체통과 함께 도심을 장식하던 도시환경의 필수적 통신시설

이었으나 한국의 경우 보편화된 이동전화로 인하여 점점 가로에서 그 수가 현저히 줄어 필요시 당황할 때가 많다. 선진 도시국가의 경우 공중전화는 사라지지 않고 진화를 통하여 다시태어 난다고 했듯이 예전의 아날로그적인 기능을 수행하면서 일부는 인터넷 서비스를 제공하고 있다. 우리도 가로에서 기존의 공중전화를 활용한 복합멀티 서비스를 개발하는 방안도 마련하면 좋을 듯싶다. 선진 도시국가 예서는 장애인만을 위한 오로지 장애인시설로 고정하지 않는다. 다만 우선적으로 이용할 권리를 부여하며 시민끼리 양보하며 소통한다. 비어있으며 사용하지 않을 땐 꼭 휠체어를 타고 있고 의료보조기구를 하고 있지 않아도 시민 누구나 커다란 가방을 들거나 어린아이와 함께 하고 있을 때 넓게 마련된 공중전화나 화장실 등의 장애인시설 용도를 사용하는 행동학적 유니버설 디자인이 현대사회의 가로에서는 그 중요성이 요구된다.

[표4-81] 공중전화 1

국내 사례			한국의 가로환경에서 이제는 보기 드문 공중전화박스이다. 잔존한 공중전화박스중 장애인을 위한 공중전화박스로 그폭이넓어 휠체어의 입출 입을 통하여 장애인이 사용할 수 있도록 설치된 시설물이지만 10센티미터 높이의 턱이 형성되어있어 휠체어의 진입이 불가능하다 공공디자인 시설물에는 장애가 없어야 한다.
	서울 한국	분당 한국	
공급시설			
공공 시설물 디자인			

[표4-82] 공중전화 2

국외 사례			
	육본기 일본	암스테르담 네덜란드	시오도메 일본
심플하면서 간단한 형태로 도시환경과 조화로운 선진 도시국가들의 공중전화이다. 높이가 다른 유니버설디자인이 적용되어 남녀노소 할 것 없이 시민들은 친근하고 편리하게 소통하는 공중전화 사례이다.			
공급시설			
공공 시설물 디자인			

[표4-83] 공중전화 3

국외 사례					
	루체른 스위스	바티칸시국	밀라노 이탈리아		
인터넷사용을 할 수 있으며 외관의 형태를 투명하게 하여 도시환경을 투명시킨다.					
공급시설					
공공 시설물 디자인					

[표4-84] 공중전화 4

국외 사례					
	네덜란드	모나코	① 프랑스	② 독일	③ 프랑스
① 도시의 색이 되며 활기찬 도시환경의 촉매가 된다. ② 인터넷 전화로 진화하며 ③ 삼각형의 평면을 형성하고 있어 여러 방향에서의 접근이 가능하도록 하여 사용자 관점과 사용자 중심의 공중전화 설치 사례이다.					
공급시설					
공공 시설물 디자인					

4.2.3 공공매체 디자인




1) 정보매체

(1) 공사가림막



인류가 수치를 느끼며 옷을 입기 시작 했던 것처럼 세계의 선진 도시국가들의 도시환경에서는 공사 가림막 이라는 옷을 입기 시작했다. 한국에서도 옷을 입기 시작했다. 처음에는 분진과 오염물질 그리고 안전사고의 예방 차원에서 시작되었으나 그저 공사 환경을 가린다는 원시성에서 벗어나 최근에는 다채로운 프린트와 나아가 예술작품으로까지 발전되고 있다. 선진도시국가들의 공사가림막은 '소통'이란 문화적 의미를 가미하여 정지되고 멈추어 단

절됨이 아닌 현재 진행형으로 소통한다.

[표4-85] 공사가림막 1

국외 사례			
	밀라노 이탈리아	하이델베르크 독일	동경 일본
선진 도시국가들은 공공건축과 실내 환경에 금지와 단절이 없다. 타협도 없다 그저 허락과 소통이 그리고 서로에 대한 배려와 친절과 질서가 존재한다.			
정보매체			
공공 매체 디자인			

[표4-86] 공사가림막 2

국외 사례		
	동경 일본	하이델베르크 독일
선진 도시국가들의 문화재에 대한 보수·유지·관리공사에는 금지란 단어는 어디에서도 찾아볼 수 없다. 공사 진행 중에도 만져 볼 수 있으며 만져볼 수 없으면 가까이서 바랄 볼 수 있게 배려하며 그것도 여의치 않을시 멀리서라도 그 또한 형편이 어려우면 공사 가림막을 설치하고 가림 막에는 가려진 문화재의 그림이미지를 프린트 하여 문화재와 단절 없는 소통을 도와준다.		
정보매체		
공공 매체 디자인		

(2) 고속도로 이정표

고속도로로 주행하는 고속도로에서의 교통사인과 이정표는 운전자에게 법규, 규칙, 주의, 예고, 방향, 유도 등을 알려주며 지체 없는 물흐르는듯한 고속주행이 이루어져야한다. 선진도시국가들의 고속도로 이정표는 간단명료하며 도로의 대지가 확보되어 이정표를 고속도로주행면에서 옆으로 이동시켜 설치의 높이를 낮게 설치하여 운전자의 눈높이에서 고속도로 이정표에 대한 인지력이 뛰어나다.

[표4-87] 고속도로 이정표

<p>국내 사례</p>	 <p>한국의 고속도로 이정표는 한국어와 영문을 동시에 명시함으로 제한된 크기에 문자의 수가 많이 배열되어 산만하며 가독성이 떨어지는 단점을 지니고 있다. 대체적으로 선진도시국가들의 도로환경에 비하여 우위이나 정확한 장소와 설치위치가 부족하고 친절하지 못한 이정표로 인하여 목적지를 혼돈할 때가 빈번히 발생하여 조속한 조치가 요구된다.</p>		
<p>서울 한국 정보매체</p>			
<p>국외 사례</p>	 <p>피렌체 이탈리아</p>	 <p>① 하이델베르크 독일</p>	 <p>피렌체 이탈리아</p>
<p>① 다리나 육교등 특정지역을 숫자로 표시하여 고속도로 운행중 일어나는 상황을 파악하는 역할을 한다.</p>			
<p>정보매체</p>			
<p>국외 사례</p>	 <p>피렌체 이탈리아</p>	 <p>파리 프랑스</p>	
<p>한국의 고속도로 표지판에 비하여 간단명료하며 설치된 장소성이 뛰어나 인지하기가 용이하며 가독성이 뛰어나다.</p>			
<p>정보매체</p>			
<p>국외 사례</p>	 <p>프랑스</p>	 <p>뷔센 독일</p>	 <p>니스 프랑스</p>
<p>고속도로 표지판의 높이가 운전자중심의 눈높이에 맞도록 설치되어 편안하며 안전하다</p>			
<p>정보매체 공공 매체 디자인</p>			

(3) 자전거 교통안전표지

친환경 시대의 요구에 맞추어 한국의 의식과 인식도 변화하여 인간에 의한 인간을 위한 자연 친화형 이동수단으로 자전거 이용의 당위성과 그 필요성이 요구 되고 있다. 한국의 자전거 교통안전 표지는 주의표지 1개, 규제표지 1개, 지시표지 4개, 노면지시표지 1개, 횡단보도표지 1개로 총8개의 자전거 교통안전 표지가 있어 일본의 교통안전 지시표지보다 2개가 많고 룩셈부르크, 프랑스, 스위스와는 비슷하며 이탈리아와 영국보다는 지시표지가 부족한 편이다. [표4-88] 자전거 교통안전표지1 과 [표4-90] 자전거 픽토그램 이미지 사진에서 보여지듯이 자전거의 노면표지 그리고 자전거 교통표지의 활용도는 선진 도시국가들에 비하여 조형적 수준이 미흡하다.³¹⁾

[표4-88] 자전거 교통안전표지 1

국내 사례					
	분당 한국		광주 한국		
<p>자전거 교통표지판의 크기에 통일감이 없으며 원형의 크기가 너무 크고 설치의 높이가 너무 높아 인지와 주목성이 떨어지고 교통 표지판이 자동차 도로 쪽을 향하여 자전거 이용자가 아닌 자동차 운전자를 위한 교통표지판으로 보아진다. 시민의 편리와 친절을 위한 표지로는 미흡하다고 판단된다. 또한 시설물의 유지관리와 보수가 철저히 요구된다.</p>					
정보매체					
국내 사례					
	분당 한국				
<p>사진 이미지는 경기도 분당 교통요충지의 사거리에 설치된 자전거 교통안전 표지판으로 자전거 주차표지, 자전거 도로표지, 자전거횡단 지시표지, 보행자겸용 지시표지판에 적용된 자전거의 픽토그램은 모두 제각각 다른 디자인을 보이고 있으며 각 지방 자치제별로 그 크기와 형태가 다르게 표현되고 있으며 대도시와 소도시의 자전거 픽토그램은 많은 차이를 보이고 있다.</p>					
정보매체					

31) 정희정·윤갑근 『공공디자인을 위한 자전거 교통안전 표지디자인 연구』 기초조형학회, Vo1.10.NO.2, 2009.4

[표4-89] 자전거 교통안전표지 2

국외 사례					
	① 룩셈부르크	② 룩셈부르크	벨기에	프랑스	영국
① 가로등, 신호등과 자전거 교통안전 지시 표지판 하나의 지주에 통합되어 복합적 기능을 수행하며 효율적이고 합리적이며 편안하고 친근하다 ②자전거의 진행방향과 목적지의 정보를 설명하는 친절하고 질서정연한 자전거 교통안전 표지시설로 우리나라 가로의 시설물들과는 다르게 반듯하고 견고하며 교통안전 표지의 크기가 작고 낮게 설치 되어있다. ³²⁾					
정보매체					
공공 매체 디자인					

(4) 자전거 픽토그램

디자인은 고려하지 않은 채 기능에만 치우친 자전거 픽토그램³³⁾과 자전거 교통안내 표지판 등 기타 공공의 시설물들을 가로에서 쉽게 발견할 수 있다. 자전거의 픽토그램은 커뮤니케이션의 수단이며 시각언어이다. 한국의 자전거 픽토그램은 시각언어으로써 전달성이란 표지판의 임무를 수행하기는 하지만 사용자 중심의 높이와 가독성, 심미성, 그리고 현대사회가 요구하는 문화성에 비추어 미흡하다. 비교조사 국가들은 자전거 픽토그램과 간략화한 자전거 픽토그램의 노면표지를 매뉴얼화 하여 자전거 픽토그램의 디자인을 통일감 있게 시설물에 적용하고 있으며, 매뉴얼화된 자전거 픽토그램의 응용표지들을 왜곡없이 다양하게 가로에 적용하고 있다. [표4-90] 사진이미지들은 한국의 동일한 도시에 적용된 자전거 노면 표지이나 통일성이나 일체성이 없이

32) 정희정·윤갑근 『공공디자인을 위한 자전거 교통안전 표지디자인 연구』 기초조형학회. Vo1.10.NO.2. 2009.4

33) 아드리안프루터거 (정신영옮김) 『인간과 기호』 홍디자인 2007 '형상에 대한 기억들은 습관이 된다. 심미성 있고 친근한 자전거 픽토그램은 자전거이용 활성화를 위한 시민참여와 홍보를 유도할 수 있다






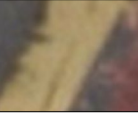
정연희 『국내 공공안내용 픽토그램 디자인에 관한연구』 성균관대학교 미술학과. 1999. '인류가 출현함과 동시에 픽토그램도 생겨났으며 현재까지도 매우 광범위하게 활용되고 있다. 픽토그램은 그림으로 된 기호전반을 가리키는 말로써 일상생활에서 흔히 볼 수 있는 교통 표지판부터 각종기기류, 포장, 자동차 계기판에 이르기까지 그것은 다양한 모습으로 우리에게 편익을 제공해 주고 있다.

이봉원 『시각언어로서 픽토그램의 의미작용에 관한연구』 홍익대학교 대학원 시각디자인과. 2003. '픽토그램은 그간 시각기호로서 그 표현이나 양식적인 면이 주로 다루어져 왔지만, 그 본질은 커뮤니케이션을 위한 수단이며 시각언어이다'

제각각이며 자전거 픽토그램의 조형수준이 미흡하며 잘 살펴보아야만 자전거 임을 인식할 수 있으며 유지·관리·보수가 미흡하다.

[표4-90] 자전거 픽토그램

국내 사례	
	한국
	한국의 자전거 픽토그램은 시각언어로써 전달성이란 표지판의 임무를 수행하기는 하지만 사용자 중심의 높이와 가독성, 심미성, 그리고 현대사회가 요구하는 문화성에 비추어 미흡하다. 시진 이미지는 한국의 동일한 도시에 적용된 자전거 노면 표지이나 통일성이나 일체성이 없이 제각각이며 자전거 픽토그램의 수준도 원시적이며 잘 살펴보아야만 자전거임을 인식할 수 있으며 유지·관리·보수가 미흡하다
정보매체	
공공 매체 디자인	

국외 사례						
	일본	룩셈부르크	이탈리아	프랑스	영국	스위스
	선진 도시국가들은 자전거 픽토그램과 간략화시킨 자전거 픽토그램의 노면표지를 매뉴얼화 하여 자전거 픽토그램의 디자인을 통일감 있게 시설물에 적용하고 있으며, 매뉴얼화된 자전거 픽토그램의 응용표지들을 왜곡 없이 다양하게 가로에 적용하고 있다.					
정보매체						
공공 매체 디자인						

(5) 교통안전 표지판

교통사인은 운전자에게 지역의 법규, 규칙, 주의, 예고, 방향, 유도 등을 알려주며 보행자에게는 편리한 환경과 보행을 도와주는 역할을 한다. 지역별로 각기 다른 디자인이 설치되며 설치의 목적, 위치, 크기, 장소, 환경 디자인 등이 고려되어 운전자나 보행자에게 최대의 편리와 안전을 제공할 수 있어야 한다.³⁴⁾ 선진 도시국가들의 차도와 보행도로에는 많은 교통안전 표지판이 설

34) 고희종·장은석 『도시환경과 거리가구 디자인』 미진사, 2001

[표4-92] 교통안전 표지판 2

국외 사례					
	모나코		룩셈부르크		① 모나코
하나의 지주에 다양하고 복합적인 통합지주로 활용된다. ① 교통표지판의 뒷면도 표면 못지않은 관리가 필요하다 그러한 소소함이 공공디자인의 시작이다					
정보매체 공공매체 디자인					



(6) 인포메이션 (지역·관광 안내도)

간판디자인 못지않게 도시에서의 길 찾기(Wayfinding)를 도와주는 유도 안내사인시스템과 교통 사인시스템등이 잘 되어 있고, 도시환경이 잘 정비되어 있을 때 비로소 그 도시는 '읽기 쉬운 도시'라고 말할 수 있다. 표지판이나 지도 등이 잘되어 있어 낯선 곳에서도 쉽게 목적지를 찾아갈 수 있는 도시가 요구된다. 글로벌시대에 전 세계는 1일 생활권에 있으며 국가의 경계는 약해지며 세계인들은 도시국가로의 영역이동이 잦으며 영역이 확장되었다. 국가내 지역별로도 상황은 마찬가지이다. 낯선거리. 생소한 도시환경이지만 인포메이션 체제가 정립된다면 도시환경은 보다 친숙하게 될 것이다. 선진 도시국가들의 인포메이션 환경은 ①적절한 장소에 위치하며, ②인포메이션의 커뮤니케이션 방법에 있어서 지도와 그림 문자등 여러 가지 방법으로 표현을 시도하며, ③다양한 재료와 형태이며, ④인포메이션 환경의 높이가 낮아 편안하고 친근하며, ⑤분류와 구분이 이루어지며 상세하고 세부적인 내용까지의 정보를 제공해주어 친절하다. ⑥설치된 공공의 시설물에 대한 유지·관리·보수의 후차적인 요구가 충족되며 기울어지거나 파손되어 있지 않아 시민의 의식과 문화 또한 돋보인다.

[표4-93] 인포메이션 (지역·관광 안내도) 1

국내 사례				
	분당 한국 인포메이션환경의 위치와 크기·높이 그리고 공공매체 구조물의 재료 또한 원시적이다. 정보매체 공공 매체 디자인			

[표4-94] 인포메이션 (지역·관광 안내도) 2

국외 사례				
	런던 영국		동경 일본	
선진 도시국가들은 한국의 스테인레스 스틸과는 다른 여러 가지 재료의 공공디자인 구조물을 사용하며 내용물보다 구조물 자체가 현란하게 반사되지 않으며 도시환경과 서로가 양보하며 조화롭다.				
정보매체 공공 매체 디자인				






[표4-95] 인포메이션 (지역·관광 안내도) 3

국외 사례		
	① 동경 일본	② 동경 일본
① 지하철역 입구나 사거리에 설치된 인포메이션 사례와 ② 어두운 지하 환경에서는 발광판 또는 사인용 간판을 활용하여 시민들에게 정보를 제공한다.		
정보매체 공공 매체 디자인		

[표4-96] 인포메이션 (지역·관광 안내도) 4

국외 사례			
	모나코	룩본기 일본	스위스
<p>공공영역의 디자인은 시대적 흐름에 맞추어 진화되고 개선 되어야한다. 주변의 시야를 보장하고 도시경관과 조화롭게 디자인의 합목적성과 기능을 잘 나타내고 있다. 최소한의 두께로 만들어져 주변의 경관을 방해하지 않는다. 도심의 거리에서는 아무리 아름다운 거리기구나 활자라도 도심주변의 건물이나 환경을 방해해서는 안 된다.</p> <p>정보매체 공공 담매체 디자인</p>			

[표4-97] 인포메이션 (지역·관광 안내도) 5

국외 사례					
	요코하마 일본	인스부르크 오스트리아	인스부르크 오스트리아	하이델베르크 독일	하이델베르크 독일
<p>친절한 인포메이션 환경은 다시 방문하고 싶게 만들 수 있는 도시의 경쟁력이 된다.</p> <p>정보매체 공공매체 디자인</p>					

[표4-98] 인포메이션 (지역·관광 안내도) 6

국외 사례					
	인스부르크 오스트리아	요코하마 일본	시오도메 일본	스위스	신주쿠 일본
<p>친절한 인포메이션 환경은 도시를 친근하며 편안하게 만든다.</p> <p>정보매체 공공매체 디자인</p>					

(7) 자동차 번호판

도시의 가로에서 움직이는 수많은 자동차의 번호판은 움직이는 도시의 색이며 도시의 이미지가 된다. 세계의 도시국가들의 자동차 번호판은 그 크기가 조형적이며 새겨진 숫자나 문자의 가독성과 식별성이 좋다. 한국의 경우 얼마 전 바뀌게 된 자동차 번호판은 또 하나의 잘못된 공공디자인 정책의 대표적 사례이다. 오랜 기간 동안 많은 각계 전문가들이 의견을 모아 제시한 선진국형인 반사식 번호판이 단지 야간에 속도 감시카메라에 찍히지 않는다는 이유로 또다시 채택되지 않고, 시대에 역행하는 페인트식 번호판으로 다시 회귀하는 어처구니없는 일이 발생되었다. 자동차 번호판은 감시나 관리의 대상이 아닌 지역의 고유한 정체성을 담고 있으며 지역민의 결속력과 자부심을 통한 공동체 의식을 갖게 한다. 현행과 같은 페인트 방식일 경우 제작상의 한계로 인하여 두 가지의 색상밖에는 적용할 수밖에 없는 한계를 지니고 있다. 세련되고 디자인적인 그래픽의 표현은 원천적으로 적용이 불가능하다.³⁵⁾

[표4-99] 자동차 번호판 1

국내 사례	
	한국
	정보매체 공공 매체 디자인

35) 박찬숙·권영걸외 『유럽의 도시 공공디자인을 읽다』 가인공공. 2008

[표4-100] 자동차 번호판 2


국외 사례			
	룩셈부르크		
	룩셈부르크	필리핀	모나코
	이탈리아		벨기에
	벨기에		
프랑스	네덜란드	프랑스	
일본			
정보매체			
공공 매체 디자인			

(8) 픽토그램

시각전달 디자인(Visual Communication Design)의 본래 목적은 문자에 의존하지 않고 메시지를 표현하고 전달하는 것이다. 앞으로 국제화가 급속도로 진행되는 동안 회화적이고 다양한 표현기법으로 개발된 그림기호의 역할은 더욱 커지게 되었다. 우리사회 역시 세계화의 일환으로 국제적인 감각의 픽토그램 개발로 한국을 찾아오는 방문객을 위해 공공디자인 분야에 픽토그램의 도입이 적극적으로 확대되어야 하는 시대가 왔다. 사인에서 가장 중요한 요소를 묻는 질문에서 국외 전문가 그룹은 서체를 국내 전문가 그룹은 사인 체계로 답하였으나 픽토그램과 서체의 의존도에서는 국내·외 전문가 모두 픽토그램을 국내전문가 86%가 픽토그램에 의존하며 국내·외전문가 90%이상 픽토그램의 의존에 높은 선호도로 보여 주었고 사인이 요소 중 가장먼저 보는

것으로 픽토그램을 꼽았다³⁶⁾ 는 연구 결과에서 보여지듯이 픽토그램은 인류의 시작부터 존재해 왔으며 현대의 도시 환경에서 필수적 요소이다 선진 도시국가들의 픽토그램은 하나하나가 조형적이며 심미적이다 이웃의 일본에는 픽토그램확회가 활동 중이며 일본 각지와 해외에서 모아온 픽토그램의 목격 사진을 기재하고 그 생태에 대해 고려한 세계에서 처음한 연구서³⁷⁾ 등을 통하여 새롭게 진화하는 도시환경의 요구에 대응하고 있다.

[표4-101] 픽토그램 1

<p>국내 사례</p>		<p>픽토그램은 오늘날 일상생활에 없어서는 안 될 중요한 커뮤니케이션의 하나가 되어있지만 한국의 가로환경에서 보이는 픽토그램의 수준의 미흡하기만하다.</p>
	<p>서울 한국 정보매체 공공매체 디자인</p>	

36) 안상락 유니버설 디자인 관점에서의 공공사인 커뮤니케이션 지각효과연구 홍익대학교대학원 광고홍보학과 박사논문 2007.12.28 p116

37) 内海慶一. ピクトさんの本. 日本ピクトさん學會. 2007. 만약 당신이 비쿠토상이란 이름을 들어본 적이 없더라도 비쿠토상을 본적은 있을 것이다 도로, 역, 공사현장, 백화점, 각종시설 동네의 여러 곳에 비쿠토상은 있다. 그러나 아마도 비쿠토상이 얼마나 불쌍한 존재인지 신경 쓰지 못하고 있을 것이다 비쿠토상은 언제나 위험에 부딪혀있다. 넘어지고 머리에 부딪치고 떨어지고 끼이고 자신의 몸을 희생해서 길가는 사람에게 가르쳐주고 있다. 우리들은 그 아픔을 지닌 메시지를 경의를 가지고 받아들이지 않으면 안 된다 비쿠토상들의 영감성과 위험한일을 충분히 보아주시고 위험을 무릅쓴 그 태도에 우리 모두가 마음을 울릴 것이다 위험을 무서워 하지 않는 용기 어떤 고난에도 견디는 정신력 페이지를 넘길 때마다 비쿠토상의 위대함을 점점 느낄 것이다. 잘볼수 있는 타입의 비쿠토상을 10종류로 분류해 그것들에 대해 해설하며 또10종류에서 빠진 비쿠토상과 개별로 감상하고픈 비쿠토상의 연구라는 항목으로 여러 가지를 소개하고 있다.

국외 사례			
	일본	시오도메 일본	프랑스
시민들과 친밀하게 소통할 수 있는 재미있고 다채로우면서도 안내와 위험과 주의들의 안내기능을 정확하게 전달하여 주고 있다.			
정보매체 공공 매체 디자인			

[표4-102] 픽토그램 2

국외 사례					
	암스테르담 네덜란드	신주쿠 일본	밀라노 이탈리아	모나코	
식별이 용이하고 다채로운 픽토그램으로 시민들과 소통한다.					
정보매체 공공매체 디자인					

국외 사례					
	룩본기 일본	런던 영국		디종 프랑스	
식별이 용이하고 다채로운 픽토그램으로 시민들과 소통한다.					
정보매체 공공매체 디자인					

(9) 정보 광고

간판은 도시의 얼굴이다. 한국이든 유럽이든 세계 어느 곳을 가더라도 가장 먼저 눈에 띄는 건 거리의 간판과 사인이다. 비록 그 형태가 상업적이라 하더라도 간판과 광고물은 보는 사람에게 정서적 영향을 준다는 면에서 공공

성을 띄고 있다고 할 수 있다. 그렇기 때문에 간판을 제작하는 업체나 광고주는 디자인에 대한 사회적 책임감을 가져야 한다. 일반적으로 한국에서의 광고물은 옥외광고물 등 관리법 시행령 제10조에 의거하여 광고물의 표시 금지지역과 장소에서는 광고물의 설치를 제한하고 있다 그러나 공공시설물 이용 광고물은 광고물의 표시 금지 지역과 장소에 불구하고 표시할 수 있도록 시행령으로 규정하고 있다. 따라서 운전자의 시각을 방해하여 안전운전에 지장을 줄 수 있고 법적용에 있어서도 일반 광고물과의 형평성과 맞지 않는다. 또한 일반 광고물의 경우 그 종류별로 규모를 제한하고 있으나, 공공시설물 이용 광고물의 경우 규모제한이 없고 표시면적을 해당 공공시설물 면적의 4분의 1로만 규정하고 있어 공공시설물의 면적이 크면 클수록 광고물의 표시면적이 커지는 불합리한 점이 있다. 이 규정에 따라 최근 민선자치 단체장들이 지역 홍보를 위한 수단으로 공공시설물을 이용하고 있으며, 해당 자치단체의 고속도로 등 주요 도로변에 대형 공공시설물 이용 광고물(가로20m, 세로10m, 높이40m)이 늘어나고 있어 사회적으로 문제가 되고 있다. 이에 반해 파리시에서는 확대광고 지역에서는 자동차전용도로, 고속도로에서 광고내용이 보이는 비조명 지주 이용 광고물은 지상 6m를 초과할 수 없고, 그 외의 장소에서는 10m를 초과할 수 없도록 제한하고 있으며 광고물의 면적도 16㎡를 초과하지 못하도록 제한하고 설치 장소와 규모를 제한하고 있어 한국과 비교해 볼 때 광고물의 자체가 소형으로 이루어진다. 선진 도시국가들은 수많은 정보와 광고를 질서정연하며 체계적으로 관리한다.

[표4-103] 정보 광고 1

<p>국내 사례</p>		<p>옆집보다 더 크고 화려하고 튀게 보이려는 간판들은 그 간판과 직접적으로 관련이 없는 사람들과 피곤하게 한다. 간판의 디자인이나 형태에 대해 걸로 드러난 모습만 가지고 조형적 완성도를 논하는 것은 의미가 없다. 선진 도시국가들은 간판과 사인물등이 건물과 주변 환경과 조화를 이루며 전혀 부담스럽게 느껴지지 않는다.</p>
	<p>분당 한국</p> <p>도시공간에 심플하면서 간단한 공공전화 사례 정보매체 공공매체 디자인</p>	

국외 사례			
	시오도메 일본	밀라노 이탈리아	
지하철역과 지하도에 설치된 발광식 광고판에는 도시환경과 조화로운 형태와 색채로 존재한다.			
정보매체			
공공 매체 디자인			

[표4-104] 정보 광고 2

국외 사례					
	프랑스 파리	스위스	시오도메 일본	네덜란드	하이델베르크 독일
일본 디자인계의 거장 '가메쿠라 유사쿠'는 포스터는 길거리 미술의 상징이며 대중의 이미지이다. 오가는 사람들은 포스터 앞에 잡아 두기는 매우 힘들지만 잠깐 주의를 끌게 하는 것이 정보 광고의 목적이다. 회화나 미술은 신사가 현관을 방문하는 것이라면 정보와 광고에서의 포스터는 강도가 도끼를 들고 창문으로 침입하는 것과 같다 ³⁸⁾ 고 말해 정보 광고의 시각적 강도를 표현하고 있다. 이는 가로에서의 정보 광고가 환경에 날카로운 시각장애가 될 수도 있다는 점을 알 수 있다.					
정보매체					
공공매체 디자인					

(10) 간판

한국에서의 간판들은 간판주 자신의 사유물로 생각하는 경향이 있다. 그러나 시민의 시각에 노출된 모든 시설물과 거리경관은 사회의 공공자산이다. 시민의 시선은 간판을 피할 수 없다. 자극적인 간판의 과다정보로 시민들의 스트레스를 과증시키는 가로환경은 시각공해이자 폭력이다.³⁹⁾

공공영역을 배경으로 하는 간판을 디자인한다는 것은 우선 정부의 법규와 규칙이나 관료적 기준과 절차에 의해 확일적으로 디자인되는 것도 아니고,

38) 박효신역. 가메쿠라 유사쿠저 『일본디자인의 신화 가메쿠라 유사쿠』 p42 디자인하우스. 2003


39) 권영걸 『공공디자인산책』 p240 사미헌. 2008

혹은 반대로 법규와 규칙이 부적절하거나 공익적 기준과 절차가 적용되지 않는 방식으로 디자인되어서도 아니 된다. 그러면서 동시에 건물주나 광고주의 개인적인 이해관계가 공동체적 규칙이나 기준에 의해 통제받지 않고 그냥 적나라하게 표출되는 것으로 디자인되어서도 아니 된다. 우리의 도시건물에 부착된 간판들이 무질서하여 통일된 미학을 띄지 않는 것은 공공영역에 위치되는 시설물이나 기호로서 간판의 디자인이 위의 두 가지 조건을 충족하지 못함으로써 초래한 필연적 결과라 할 수 있다.⁴⁰⁾




선진 도시국가들은 도시미관의 중요요소인 간판에 대한 심의제도를 운영한다. 로마에서는 식당 간판을 설치하는데 수개월의 기간이 소요되며 일본의 나라와 교토에서는 레드가 메인 로고색이지만 일본 지방자치의 심의로 문화재와의 조화를 위하여 주변 색을 사용하게 하여 브라운컬러가 바뀐 사례를 유념하여야 한다. 또한 프랑스의 경우 빨간색, 파란색, 노란색등 원색을 자제하고 무채색 간판이 주를 이룬다. 파리의 옥외광고는 미관을 위해 건물과 간판의 색깔까지 규제한다. 상가의 빌딩도 2층 이상에는 거의 간판을 달지 않는다. 상가앞 보행자 보호구역에는 돌출간판이나 스탠드 사인판(입간판 등)이 거의 없기 때문에 자유로운 공간 확보가 되어 카페나 레스토랑에서 거리에 의자를 내놓고 해질녘에 그들만의 낭만을 팔고 있다. 손님의 배를 채우는 마케팅이 아니라 마음을 사로잡는 감성 마케팅을 하고 있는 것이다. 이처럼 우리가 살고 있는 역사적인 도시들은 저마다 색다른 얼굴, 즉 문화를 가지고 있다. 거리의 사인 물은 도시의 방문객들에게 첫 인상을 좌우하는 요소가 된다.

40) 조명래 『공공디자인, 공공영역을 디자인하라!』 건축과 사회. 통권 제11호 pp.52-56 서울 : 새로운 문화를 실천하는건축사협의회, (2008년 봄), 2005.03.20

[표4-105] 간판 1

국내 사례			
	분당 한국		
<p>사인 물들은 단순히 정보를 전달해줄 뿐만 아니라, 그 형태와 색채의 조화를 통해 그 나라 또는 도시의 문화 수준을 판가름하는 척도가 된다. 그러나 아직도 상당수의 사인류는 조형적 요소나 전체적인 디자인 수준이 높지 않아 시민들의 기대에 못 미치고 있다. 우리나라 사인 제작물의 양은 업소당 평균3.17개로 선진 국가보다 월등히 많다. 이처럼 과도하게 우리의 사인 물들은 정보전달의 순기능보다는 오히려 시각적 환경공해라는 역기능을 유발시키고 있는 실정이다. 한 조사에 의하면 국내 사인이 도시경관과 조화를 이룬 예는 30%정도에 불과하고 도시에 활기를 주는 요소로는 27% 그리고 도시 이미지 요소로서 기능을 하는 것은 5% 정도에 그치고 있다. 나머지38%는 모두 도시미관을 저해하는 시각공해로 분류되고 있는 실정이다⁴¹⁾ 우리나라에서는 간판의 도시미관 저해가 위험수위를 넘은 지 오래이나, 우리는 날로 커져가는 간판을 보고도 그 심각성을 알지도 못할 정도로 불감증에 걸려있다. 한국의 간판은 대부분 직사각형에 고딕체로 상호를 표시한 친편일률적인 것들이다. 이렇게 된 일차적인 원인은 영세한 간판 제작시장 탓이다. 서울시 도시정비반장은 달랑 휴대전화 하나 들고 영업하는 영세업자가 넘쳐난다. 여기에는 디자인 개념이 끼어들 여지가 없다고 말했다. 이에 '간판이 두드러져야 돈벌이가 된다.'는 상인들의 경쟁 심리까지 가세해 주변경관과 상관없이 무조건 크고 눈에 잘 띄어야 한다는 시민의 의식이 뿌리내린 한국의 도시풍경이다.</p>			
정보매체			
공공 매체 디자인			

[표4-106] 간판 2

국외 사례			
	신주쿠 일본	스위스	신주쿠 일본
<p>건축설계 단계에서부터 간판의 설치위치와 크기 등을 산출하여 총별로 균등하게 분할하여 관리하므로 하나의 건축물에서의 간판은 질서정연하다.</p>			
정보매체			
공공 매체 디자인			

41) 송진희 『문화도시 경쟁력과 디자인』 p44, p464. 기문당. 2007

국외 사례			
	동경 일본	네덜란드	
독보적 시선집중의 경쟁이 아닌 주위환경과 조화로움을 경쟁하는 듯 한 선진 도시국가들의 간판 문화이다. 정해진 틀 안에서 규격화된 크기와 색채의 질서가 느껴진다.			
정보매체			
공공매체 디자인			

2) 상징매체

(1) 상징조형물

도시환경을 위한 미술품은 개인의 예술적 표현도 중요하지만 일상의 생활 환경을 구성하는 요소인 만큼 그 주변 환경과 조화를 이루어야 한다. 환경미술, 환경조형미술로도 불리며 현대 도시공간 안팎에서 마주치는 미술품들은 그것이 전시장 이외의 장소 속에 위치하면서 또 다른 미술 장르처럼 인식되어왔다. 이런 유형의 미술품들이 환경이라는 모호한 낱말과 결합되면서 얻어지는 부가가치는 현대인들에게 때로는 긍정적으로 도시의 한 시각적 언어로 등장한 것이다. 그런데 특히 조각품이나 조형물의 경우는 사진이나 회화작품과는 달리 도시공간의 일정 장소에 머무르는 경우가 많기 때문에, 높은 수준의 공공성이 요구되고 있다. 원래 건축물 앞의 조각품은 도시미관을 위하여 건물의 심미성과 상징성을 강조하는 역할을 주로해왔다. 근래에 와서는 이 기능의 중요성이 더욱 강조되면서 도시환경에서의 개인적인 것이거나 소수집단의 전유물이 되어서는 안 된다. 어떤 미술품이라도 특별한 대상의 건축물 하나만을 위해서 작업을 하는 근시안적 미술장식품의 개념을 탈피하여 주변 환경과 조화를 이루고 문화공간 가꾸기 차원에서 공공미술의 기능을 발휘하도록 해야 한다.⁴²⁾

42) 송진희 『문화도시 경쟁력과 공공디자인』 p90. 기문당. 2007

[표4-107] 상징조형물

국내 사례		<p>상징조형물은 기존의 건축 환경의 정면에 세워져 상징성만을 이야기 하는 의무적 조항에서 벗어나야한다. 바라만 보는 조형물에서 시민들과 조화롭게 소통하며 만지고 체험하는 교감하는 건축물과 하나의 덩어리를 이루는 조형물로 발전 되어야 할 것이다.</p>	
	서울 한국		
상징매체			
공공매체 디자인			
국외 사례			
	암스테르담 네덜란드	신주쿠 일본	요코하마 일본
<p>특정한 건물을 지칭하는 상징조형물이 아닌 도시의 가로환경인 광장과 공원 썬지공원과 시민의 쉼터에 존재하며 주변의 건축물과 커다란 덩어리를 형성하여 이루어지는 선진 도시국가들의 사례이다.</p>			
상징매체			
공공 매체 디자인			

(2) 랜드마크

랜드마크(Landmark)는 사전적 의미로는 표지물을 가리킨다. 그러나 도시에서는 일반적으로 주위 경관 중에서 두드러지게 눈에 띄기 쉬운 특이성을 가진 건축물이나 기념물을 가리킨다. 랜드마크의 유형에는 역사성이 있는 랜드마크, 조형적으로 뛰어난 랜드마크, 사건이나 이야기에 의해서 생긴 랜드마크 등이 있다. 그러나 도시가 공간적으로 랜드마크를 갖기 위해서는 많은 시간이 소요되기 때문에 최근에는 도시를 전략적으로 랜드마크를 구축하는 사례가 많아졌다. 도시에서는 위치적으로 성격이 다른 랜드마크를 갖게된다. 우선 도시의 중심에 있는 산은 자연스럽게 랜드마크로 작용한다. 두바이에 세워지고 있는 초고층빌딩도 완공도 되기 전에 랜드마크로의 역할을 하고 있다. 그러나 진정한 그 도시의 랜드마크가 되기 위해서는 양적이고 스케일의 문제만 중요한 것이 아니라 도시스토리과 역사적 맥락이 존중되어야 한다.⁴³⁾

43) 최인규 『공공디자인 펀더멘털』 시공문화사. 2008

[표4-108] 랜드마크 1

국외 사례					
	런던 영국	로마 이탈리아	모나코	뷔센독일	
도시에는 강이나 산 등과 같은 자연환경요소, 성, 궁, 문화재 등과 같은 전통문화요소 그리고 현대건축물, 조형물, 시장지역 등과 같은 도시문화 요소들이 복합적으로 존재한다. 도시에 따라서 자연환경, 전통문화, 도시문화 등이 발달되거나 랜드마크의 역할을 하고있다. ⁴⁴⁾					
상징매체					
공공매체 디자인					

[표4-109] 랜드마크 2

국외 사례			
	파리 프랑스		
누구나 알 수 있는 대표적인 랜드마크이다.			
상징매체			
공공매체 디자인			

(3) 환경그래픽

환경그래픽이라는 용어는 영어로 Environmental Graphic Design 또는 Urban Space Graphysm이라 하며 건축물의 외부, 인테리어, 도시의 사인, 전시 공간, 조형물의 그래픽 등 폭넓은 의미로 사용하고 있다. 일반적으로 벽화가 도시공간 속에서 좀 더 확대된 것을 의미하며 재료나 기법도 현대적인 것을 사용하는 것이 특징이다. 이것은 건물의 표면이나 공간의 표정을 드라마틱한 표현 방법을 사용하기도 하며 Super Graphic, Big Art, Space Graphic, Giant Graphic 유럽 지역에서는 Wall Graphic Art, Mural Art, 라는 용어로도

불린다. 벽화와 환경그래픽의 개념을 정확하게 구분하기에 모호한 면이 있지만 현대를 사는 우리들이 선사 이전의 동굴벽화나 암각화를 통해 배우듯이 벽화의 역사적 가치는 매우 크다. 오늘날 벽화는 환경그래픽을 실천하는 가장 중요한 매체라 할 수 있다.


벽화는 가장 오래된 공공미술이자 공공미술을 대표하는 장르라 할 수 있다. 디자인과 공공영역이 만나면 공공디자인이 되듯이 미술과 공공성이 만나게 될 때 공공미술이라 한다. 엄밀한 의미에서 보면 벽화와 조형물은 공공미술의 범주에 들어간다. 그러나 공공미술과 공공디자인의 경계는 뚜렷하지 않다. 공공성이라는 것을 중심에 놓고 볼 때 미술과 디자인의 장르적인 구분은 무의미할 수 있다. 중요한 것은 매체와 장르를 넘어서 공공영역을 아름답고 쾌적하게 만드는 것이다. 벽화는 설치된 장소나 지역의 특성을 담는다. 벽화는 사회변화 흐름을 타고 거대화되는 도시 곳곳의 회색 벽을 채워간다. 이는 인근 지역민이나 공공기관의 특성과 활동내용을 홍보하고 확산시켜 생산적인 여론을 이끌어가는 계도성을 갖고 있다.⁴⁵⁾ 공공미술은 도시와 공간, 사회라는 문맥에서 벗어날 수 없는 근원적 한계가 있다. 미술관과 달리 공공장소에서 미술 작품을 볼 때 우리는 작품이 놓이는 도시와 공간, 사회의 패턴을 함께 읽게 된다. 머물고 싶지 않은 공간에 놓인 작품은 태생 자체가 부인될 수밖에 없다. 공공미술은 머물고 싶고 살만한 사회와 공간을 만드는 일을 우선 전제한다. 간명하고 순수한 순수미술과 달리 복잡하고 불순하며 모순된 맥락 속에 놓이는 미술과 사회의 관계는 쇼펜하우어의 고슴도치처럼 이율배반적이다. 추운겨울을 나는 고슴도치 두 마리는 너무 떨어져 있으면 추워서 얼어 죽고, 너무 가까이 있으면 상대의 가시에 찔려 고통으로 죽는다. 그래서 그들은 가까워지고 멀어지기를 순하게 반복한 뒤 마침내 생명을 잇는 긴장의 균형을 만들어낸다. 공공과 미술의 관계가 바로 이러하지 않을까. 고통을 감내 하면서 생명을 잇는 예술은 성찰과 비판으로 삶의 터전이자 미술의 문맥인 도시와 공간, 사회를 자극하면서 생명의 혈기를 순환시켜야 한다. 예술은 도시, 공간, 사회의 결핍과 싸우는 고통을 통해 미술시장이 아니라 우리시대, 우리사회에 삶다운 삶을 낳아야 한다.⁴⁶⁾ 영국의 디자인 위원회는 도시의 장

45) 송진희 『문화도시 경쟁력과 디자인』 p80~P81.기문당 2007

46) 박삼철 『왜공공미술인가』 p19.학고재. 2008

식적인 면모에서 도시벽화를 소개하고 있다. 도시벽화는 그 자체로 조형물 혹은 구조물일 수 있겠지만 이정표일 수도 있다. 그러나 더 중요한 것은 도시의 여러개 얼굴 중 가장 정체성 있는 얼굴일 수 있다는 것이다.⁴⁷⁾ 벽화를 그리면 어두운 지역이 활기가 넘치게 된다. 환경그래픽에서 중심을 이루는 것은 벽화라고 할 수 있다.

[표4-110] 환경그래픽 1

<p>국내 사례</p>		<p>죽은 마을도 살리는 도깨비 방망이 공공미술 프로젝트. 공공미술로 세상 관심밖에 있던 달동네가 관광객이 늘고 마을에도 활력이 넘치게 되어 세상과의 소통에 행복해 하고 있다 충북 청주시의 달동네인 수동에서도 한국민속예술인 총연합 충북지역회 주최로 최근 '수동 아카이브전'이 열렸다. 지역작가 24명이 참여한 이 공공미술 프로젝트에서는 주민과의 소통을 위해 벽화작업 외에 지역사진관을 만들어 '어르신 사진 찍어드리기 행사'를 계획하고 있다. 공공미술의 슈퍼그래픽은 지방자치별로의 새로운 문화관광 상품이 되고 있다.</p> <p style="text-align: center;">서울 한국 상징매체</p>
--------------	---	---

<p>국외 사례</p>			
	<p>디종 프랑스</p>	<p>밀라노 이탈리아</p>	<p>브뤼셀 벨기에</p>
	<p>도시 공급시설과 회색도시 공간에 그려진 환경그래픽으로 사적공간과 공적공간의 특이한 차이 없이 서로 조화롭게 소통한다.</p>		
	<p style="text-align: center;">상징매체</p>		

[표4-111] 환경그래픽 2

<p>국외 사례</p>			
	<p>스위스</p>	<p>암스테르담 네덜란드</p>	<p>디종 프랑스</p>
	<p>선진 도시국가들은 생활 속의 일부가 되어버린 환경그래픽을 적절하게 활용하여 감성적인 예술 도시로 거듭나며 또 다른 환경조화물로 도시경관을 아름답게 꾸며간다.</p>		
	<p style="text-align: center;">상징매체 공공 매체 디자인</p>		

47) 고편종 『거리환경 디자인』 p190. 미진사. 1997

[표4-112] 환경그래픽 3

국외 사례					
	신주쿠 일본	브뤼셀 벨기에	스위스	파리 프랑스	
도시환경과의 조화성을 위하여 순색을 배제하며 후퇴 색을 주조 색으로 환경그래픽을 실천한다.					
상징매체					
공공매체 디자인					

4.2.4 공공 철학

(1) 도시의색

유럽의 도시 건축물에서는 유난히도 차분한 느낌을 받게 된다. 그 이유는 먼저 건물의 외관 디자인이 대부분 고풍스러운 느낌을 지니고 있어 외형적인 색상이나 형태면에서 시대적 전통과 통일감으로 인한 아름다움을 느끼기 때문이다. 또한 도심 상가나 주택단지등 권역별로 건물의 높이가 대부분 규제를 받기 때문에 스카이라인이 통일되어 있어 편안함을 느끼게 한다. 그리고 건물에 설치된 간판이나 건물 앞의 사인 물을 살펴보면 도시가 차분한 이유를 발견하게 된다. 규모와 위치, 색상 등에서 대부분 비슷하게 규제를 하고 있어 통일감을 느낀다. 우리에게 결정적으로 편안함을 느끼게 하는 중요한 요소는 간판의 크기가 아주 작다는 것이다. 그렇다고 모든 간판이 다 똑같은 것은 아니다 비슷한 규모로 통일된 가운데 상점마다 다양한 간판은 관광객들에게 또 하나의 볼거리를 제공하고 있다. 이는 통일성 안에서 다양성을 충분히 만족하게 하는 개성 있고 예술적인 간판들이 많기 때문이다.⁴⁸⁾ 도시는 하나의 유기체와 같다. 세포분열 하는 유기체처럼 증식한다. 도시는 또 다른 도시를 복제하기도 한다. 복제 유기체처럼 도시 역시 복제가 가능하되 결코 같은 도시가 되지는 않는다. 환경과 후천적인 영향에 의해 스스로의 운행궤도를 가지는 도시가 된다.⁴⁹⁾ 사람들은 도시에 나름대로의 아이덴티티를 가지고

48) 송진희 『문화도시 경쟁력과 디자인』 p80~P81.기문당 2007

49) 고필중 『거리환경 디자인』 p9. 미진사. 1997

있다. 사람들의 마음속에 형성되어 있는 이미지는 쉽게 변하지 않으며 좋은 이미지는 많은 부분에서 긍정적으로 작용한다. 이미지의 대상으로 인간뿐만 아니라 사건, 사물, 자연 등도 포함시키면서, 집단에 대한 이미지가 도시 또는 지역주민을 대상으로 형성될 경우 그것이 바로 도시이미지라고 설명하였다. 그 밖에도 도시 이미지를 한 사람이나 집단이 대상지역에 대하여 갖는 일련의 신념으로 보는 시각과, 도시의 개별적 부분인 건축물, 자연환경, 자연경관 등이 갖는 이미지가 총체적으로 결합되어 형성된 것으로 보는 시각 등이 있다. 도시상징은 그 의미가 복잡해서 정의 및 분류 역시 다양하게 존재한다. 그러나 이렇게 다의적인 특성을 지닌 상징은 그 다양한 의미들을 종합해주는 기능을 가지고 있어서, 복잡한 의미를 특정의 대상이나 행동으로 압축하고 그 사물 자체의 한계를 뛰어넘어 전체와 일치시키고 나아가 전체를 제시하는 힘을 지닌다.⁵⁰⁾ 일본의 경우 각도시에 개성이 없어지고 어디나 같은 풍경이 되고있어 도시만의 매력을 시민이 자랑할 수 있는 거리로 만들자는 움직임이 일어 모방에서 자기 것을 만드는 방법을 반복했다. 긴자라는 거리는 유럽을 모방해 만들었다⁵¹⁾ 일본의 경우 새로운 도시디자인을 만들고자 할때 선진사례를 보고 연구하고 경우에 따라서 일부분과 전부를 모방하기도 한다. 새로운것에 도전하는 질 높은 모방을 하지않으면 도시경관의 향상은 없을것이다 라고 말해 선진도시의 벤치마킹을 장려하고 있으며 잘한 모방이라는 것은 독자적인 창의성을 바탕으로 질 높은 모방을 이야기 하고있다. 20세기 도시가 경제도시라면 21세기는 도시문화다. 그래서 도시경관의 아름다움을 위해 건축가나 조형가가 아티스트적인 생각으로 첨부하게된다⁵²⁾

50) 최인규 『공공디자인 펀더멘탈』 시공문화사. 2008

51) はなわ ひさじ 『都市景観のデザイン』 p18 Gagocima. 1989

52) ひぐち しょういちろう 『都市景観と造形の未来』 p7.Gagocima出版社.1997

[표4-113] 도시의색



(2) SOS

자동차가 주행하는 도로 특히나 고속으로 주행하는 고속도로에서는 자의든 타의든 언제나 위험요소와 고장과 운전자의 건강등 긴급한 상황이 발생할

수 있으며 정차 또는 주차시 갓길이라 하더라도 자칫 대형사고로 이어질 수 있다. 한국과는 확연히 다른 선진 도시국가들의 고속도로에는 이렇 헤아릴 수 없는 SOS 안전지대가 설치되어있다. 구조전화와 안전지대를 알리는 표지판은 운전자가 식별하기 쉬운 높이와 색상으로 안내한다. 시민들의 안전은 도심의 건축 환경에서도 마찬가지로 보호받는다. 어느 연구결과에 의하면 주위에서 발생하는 응급환자는 가벼운 심폐소생술 만으로 사망까지의 극한 상황을 피할 수 있다고 한다. 한국의 공공공간과 공연집회 시설, 도시환경에서의 응급구조 장비는 많은 시민이 왕래하는 지하철역사와 극장등에서 목격되었지만 비치된 장비는 시건창치된 일회용 산소호흡기가 설치되어있다. 선진 도시국가들은 식별이 용이하며 적합한 장소에 잘 관리되어지고 있다. 일본의 경우 3개 국어로 심폐소생기의 사용방법이 설명되어있어 언제라도 누구든지 위급상황시 사용할 수 있어 안전하고 여유롭다. 국가의 경쟁력은 이러한 작은 배려에서부터 시작 되어야한다. 한국은 지하철 중심으로 설치되어있는 구조신호벨은 선진 도시국가들은 공공의 가로에서 흔히 볼 수 있다. 한적한 공원의 벤치 옆에 건물이 밀집된 도심의 골목에도 시민의 안전은 보장되어있다.

[표4-114] SOS 1

국내 사례			
	① 분당 한국	② 고속도로한국	
① 수많은 시민이 왕래하는 한국의 지하철역이다. 누구만을 위한 공기호흡기 인가? ② 고속도로에 설치된 SOS표지판의 높이가 너무 높고 청색 계열의 색상으로 식별성이 약하며 야간에는 그 상황이 더욱 심각하다			
공공철학			

[표4-115] SOS 2

국외 사례			
	신주쿠 일본	① 밀라노 이탈리아	② 록본기 일본
① 고속도로의 SOS안전지대로써 안전지대의 표지판이 낮게 설치되어 있어 인지성이 좋으며 표지판의 보색인 적색으로 SOS의 표식을 통하여 명시성과 가독성이 용이하다. ② 공공시설과 건축 환경에 설치된 심폐소생기는 3개국어로 사용방법이 설명되어있어 언제라도 누구든지 위급상황시 사용할 수 있어 안전하고 여유롭다.			
공공철학			


[표4-116] SOS 3




국외 사례					
	런던 영국	프랑스	일본	영국	이탈리아
한국에서는 지하철 중심으로 설치되어있는 구조소호벨을 선진 도시국가들은 공공의 가로에서 흔히 볼 수 있다. 한적한 공원의 벤치 옆이나 건물이 밀집된 도심의 골목에도 시민들의 안전과 위급상황에 대체할 수 있는 인간중심의 공공시설물 사례이다.					
공공철학					




(3) STOP

시민의 생활환경에는 초자연의 자연환경과 인공적인 도시환경이 존재한다. 그러나 인간은 자연재해는 멈추게 할 수 없지만 인간의 도시환경의 시설물들은 위급상황시 정지시킬 수 있다. 선진 도시국가들의 긴급 STOP버튼은 식별이 쉽고 시민의 왕래가 많은 장소에 설치되어 있어 누구나 위급한 상황시 버튼을 눌러 안전사고를 예방 할 수 있다. 에스컬레이터, 자동문등 장애인과 노약자 우리사회의 약자에 대하여 서로가 보호하며 돌보아야 한다. 적합한 위치에 식별성이 뛰어난 형태와 색상등 도시환경에서의 공공디자인이 국가 경쟁력이다.

[표4-117] STOP

국내 사례		<p>한국의 에스컬레이터의 비상정지 버튼은 일반인들은 어느 곳에 있는지 찾기가 어렵다. 에스컬레이터에 옷자락이 끼이거나 노약자나 장애인 어린이가 넘어지거나 기타 위급한 상황시 손쓸 겨를이 없다. 시민누구나 신속하게 비상정지 버튼을 작동시켜 위험으로부터 보호하여야 하지만 한국의 공공시설물에서는 그러한 인간중심적인 배려가 미흡하다.</p>
서울 한국 공공철학		

국외 사례			
런던 영국		룩본기 일본	
<p>위급상황에 직면하였을때 누구나 손쉽게 비상정지 버튼을 작동시킬 수 있도록 식별성이 용이하며 조작이 손쉬운 위치와 높이에 설치되어 있어 시민의 건강과 안녕을 보호하며 남녀노소 모두의 시민들은 그러한 공공 시설물들을 내 것처럼 보호하고 지키며 질서와 규칙을 준수 한다. 공공디자인의 완성은 결국 시민들의 의식수준이 바탕이 되어야한다.</p>			
공공철학			

국외 사례			
암스테르담	영국	일본	
공공철학			

4.3 선행사례

4.3.1 국내선행 사례

1) 한국 도심의 워터프론트 신천(新川)

대구의 동서로 길게 가르는 신천의 경우는 관 주도의 환경구축정책이 효과를 보게 된 것으로 자연을 거슬리지 않는 환경 친화적 공공 디자인의 효과가 다면적으로 나타나고 있다. 대구는 물을 흐르게 한 신천 덕택에 분지이며 혹서지역이었지만, 인구 250만 명이 살고 있는 대구의 여름 평균 기온이 1-2°C 내려갔다고 한다. '도시하천은 물과 공간이 어우러져 시민의 삶을 더욱 살찌울 수 있도록 개발되어야 한다'며 일본 등 선진국에서 볼 수 있는 주민참여에 의한 '자연형 하천 가꾸기'에 대한 필요성을 지적하고 있다. 하천개발은 어디까지나 치수기능을 유지하고 증진해 나가면서 하천 생태와 환경기능에 관한 공학적 규명을 통해 최대한 자연환경을 보존하고 재생하며 창출하도록 되어야 한다는 것이다. 물이 필요한 이유는 고온 건조화된 인공 환경에 물이 가진 냉각작용이나 습윤 작용 등이 쾌적함과 아름다움을 만들어 내고 있기 때문이다. 또한 폭포의 그 박력 있는 움직임과 소리와 물보라는 인간의 시각적, 청각적, 촉각적 쾌감을 영속시킨다. 인공적인 도시의 여러 가지 소리는 소량에도 불쾌감을 느끼게 하지만 폭포의 음은 평음이지만 자연의 소리이기 때문에 인간에게 상쾌한 감을 준다. 이런 효과를 이용해서 대구의 신천에는 분수가 장소를 구성하는 중요한 요소로 사용되고 있다.⁵³⁾

2) 청계천

2004년 도심의 한복판에 청계천이 복구되었다. 하루 평균 30만 명의 인과들이 찾는다. 그곳은 예전과는 다른 자연과 휴식, 문화의 공공적인 장소가 되었다. 청계천 복원계획은 거대한 공공디자인의 계획이라고도 할 수 있다. 공공디자인에서는 가로시설물, 조형물 등의 장치물 디자인조차도 주변 환경과 어떻게 조화를 이루게 할 것인지에 중점을 두어야 한다. 즉, 관계와 어울

53) 홍철순 : 정한수 『도시에 활기를 주는 생활환경디자인,1 :공공디자인(public design)의 사례를 중심으로』 논문집 제30집 pp.31-41 경남정보대학 (2002.05) 2002.05.30

림 속의 디자인인 것이다. 청계천에는 여러 요소가 담겨져 있다. 흐르는 물과 징검다리, 청계천 곳곳의 조형물들, 물 위의 22개의 다리, 하천주변의 건물들과 도로, 정보를 알려주는 표지판과 그리고 그곳의 사람들이 있다. 물론 아직 까지도 디자인과 자연이라는 쟁점에서 자유롭지 못한 곳이지만 이런 곳을 재생시켰다는 것만으로도 공공디자인의 발전과정이라고 해석되고 있다.

3) 선유도

‘선유도 공원’은 효용을 다한 기존 정수장시설의 흔적을 보존하고 재생하여 역사성을 살렸으며 영역별 테마가 절제된 디자인으로 세련되게 표현되었을 뿐 아니라 각각의 공간이 연속적이고 긴밀하게 연계되었고 산책로 등 휴식공간 뿐만 아니라 생태체험장이나 교육장 등 환경과 조화되는 다양한 공간 계획이 세밀하게 반영되었다. 선유도 공원은 버려진 땅을 새로운 문화공간으로 재창조하여 시민의 품으로 되돌려준 공공 프로젝트의 훌륭한 선례라 할 수 있다.

4) 노유거리

의류상점이 많은 서울 광진구 건국대 앞 노유거리는 2년 전 ‘패션거리’의 이미지에 걸맞게 간판을 정비했다. 광진구청에 따르면 간판 정비전에 비해 손님이 50%이상 늘었고 꼭 쇼핑을 하지 않아도 구경하는 사람이 많아져 거리가 하나의 명물이 되었다.⁵⁴⁾

4.3.2 국외선행 사례

1) 영국

(1) 디자인 진흥정책

제조업 비중이 갈수록 줄어드는 영국에선 디자인을 필두로 한 창조산업

54) 이해련 『공공디자인을 적용시킨 도심부 보행공간 조성』 석사학위논문. 홍익대학교/건축대학원/조경설계전공. 2007.

이 급속히 성장하고 있다. 1980년대 초 마거릿 대처 당시 총리는 “디자인을 모르면 그만두라(Design or Resign!)”며 각료들에게 디자인 진흥정책을 강조했다. 토니 블레어 현 총리 역시 1997년 취임 일성으로 ‘창조적 영국(Creative Britain)’ ‘멋진 영국(Cool Britain)’을 슬로건으로 내걸고 “영국을 세계의 디자인 공장”으로 만들자”고 역설했다. 그 결과 영국은 디자인을 통해 해외에서 벌어들인 수입만 지난해에 무려 8억 파운드(약 1조4625억원)를 넘어섰다. 현재 약 8만명 정도가 디자인산업에 종사하고 있으며, 디자인 등 창조산업이 GDP에서 차지하는 비중이 무려 8%에 달하는 등 이제 영국은 EU를 비롯해 전 세계 속에서 가장 강력한 경쟁력을 갖춘 디자인 강국이 되었다.⁵⁵⁾

(2) 공공디자인 전문가 자문기구 케이브(CABE)

공공이나 민간이 주도하는 대규모 도시개발이나 건축프로젝트가 실현되는 과정에서 보다 나은 건물과 공간, 그리고 장소를 조성하여 도시민의 삶과 도시 환경의 질을 향상시키고자 하는 목적을 갖고 활동하는 케이브는 영국 중앙정부 및 지방정부를 위한 전문가 자문기구이다. 인간의 삶의 모든 부분에 영향을 미치기에 정말 좋은 건축디자인이란 일단 보기에 좋은 것만이 아니라, 건축을 통해 인간 삶의 질을 향상시키고 공동체를 함양할 수 있어야 한다는 믿음에서 출발한 케이브는 도시 재개발을 통한 지역경제 활성화의 가능성, 도시범죄 및 반사회적 행위를 줄일 수 있는 가능성, 지속가능한 환경개발의 가능성, 누구에게나 열린 공공공간의 개발 가능성, 지역적 특성의 발굴과 지역주민들의 장소 가꾸기의 가능성, 건물의 경제적 가치를 향상시키고 보다 나은 경제활동환경을 제공할 수 있는 가능성, 건축미학과 매력적인 건축문화 창조를 위해 활동한다. 케이브는 1999년 창설된 법적 기구로서 초기에는 12명의 ‘커미셔너’와 38명의 ‘스텝’ 으로 시작하였다. 2008년 현재 16명의 ‘커미셔너’와 100여 명의 사무국 직원이 함께 일하는 케이브는 연간 1200만 파운드(한화 240억원)의 예산을 사용하며, 이 예산은 문화체육부에 의해 주로 지원되며 추가적으로 행정자치부에 의해 보조 지원된다.

케이브의 주된 활동은 디자인리뷰, 프로젝트 지원, 교육 및 개발, 조사연구

55) 박찬숙 『공공디자인 국가 경쟁력 드높여』 國會. 통권485호 (2007년04월), pp.26-29 서울 : 國會事務處. 2007.04.05

및 정책개발, 케이브 스페이스로 크게 구분되며, 현재 케이브는 '지금 우리가 하는 일이 올바른 일인가', 그리고 '이 올바른 일을 어떻게 할 것인가'에 대한 고민을 갖고 향후 3년 동안은 주로 주택 및 지역사회, 병원, 학교, 공원 및 녹지공간, 기후변화와 지속가능성, 문화적 변화의 6개 핵심 분야에서 중점적으로 활동할 계획이다.

케이브는 문화체육부와 부수상실(ODPM : Office of Deputy Prime Minister)에 의한 중앙정부의 지원으로 그 활동이 시작되었다. 따라서 초기의 케이브는 문화체육부의 주된 분야인 문화, 체육, 관광과 관련된 공간환경과 지역민의 삶의 질에 개입하고, 부수상실의 주된 업무분야인 지속가능한 지역 가꾸기와 관련된 분야에 개입하여 디자인의 지속가능성을 끌어 올리는 노력을 경주하였다. 2002년부터 활동을 시작한 케이브의 다양한 활동은 건축과 도시환경의 좋은 디자인을 통해 도시민의 삶과 공간환경의 질이 개선된다는 판단에 근거하고 있다.⁵⁶⁾

2) 네덜란드

네덜란드 환경계획의 질이 단지 몇몇 건축가의 뛰어난 작품에서 비롯된 것이 아니라 중앙, 지방, 시 당국과 민간센터의 공동 책임 하에 도시와 지방에 투자되는 건축 작업들에 양질의 디자인이 보장되도록 공동으로 노력한 결과라는 사실을 알게 되었고, 건축정책을 통한 지원을 통해 설립된 다수의 지역 건축센터들과 건축지원 프로그램 등 현재 네덜란드의 건축문화를 이루는 원동력을 이루며 혁신적인 다수의 공공건축물을 가진 나라로 성장하는 밑거름을 마련하였다.

네덜란드는 국가 차원에서 적극적으로 건축지원 정책을 펼치는 나라이다. 네덜란드 정부는 '90년대 초 건축정책의 수립을 통해 폭넓은 건축인프라를 구축할 수 있었고, 디자인 영역 내에서의 지식 개발과 확산, 그리고 일반 대중의 건축에 대한 관심을 유도하는 다양한 정책적 육성책을 지원하며 지속적으로 이를 발전시켜 나가고 있다. 네덜란드의 선진화된 건축과 도시환경의

56) 이영범 『영국 공공디자인 제도의 핵심은 좋은 디자인을 통한 삶의 질 향상』 건축과 사회 통권 제11호 pp.92-99 서울:새로운문화를실천하는건축사협의회, (2008년 봄) 2008.03.20

배후에는 세계 최초의 정부 주도 건축정책을 수립하며 국가 차원의 적극적인 건축 지원 정책을 이끌어 나가는 정부의 의지, 건축, 도시 관련 분야에 있어서 구체적이고 실질적인 자문을 통해 건축의 공공성을 확보하고 사회전반에 걸쳐 폭넓은 논의를 이끌어 내는 국가건축가의 전문가적 매개역할, 그리고 지역과 가장 밀접한 관계 속에서 건축, 디자인에 대한 열정을 전달하고 폭넓은 커뮤니티의 관심과 참여를 유도하는 지역건축센터의 활동, 이러한 복합적인 역할과 그 공공의 협력 관계가 있었던 것이다. 일관된 비전의 수립으로 정부가 앞장서서 일관되고 체계적인 기틀을 마련하고 이의 실현을 위한 가장 적극적인 지원가자 된다. 네덜란드 정부는 2001년에 개정된 건축정책에서 건축의 공공성을 그 주요 기조로 삼고 있다. 위에서 언급한 정책 기조문은 건축을 '본질적으로 공공적 작업(architecture is an intrinsically public affair)'으로 규정하며, '모든 이들의 삶에 영향을 미치는 예술형태(architecture is an art from that impinges on everyone's life)'임을 강조하면서 건축이 내포하고 있는 공공적 의의를 정책의 핵심기조로 표방하는 네덜란드 정부의 의지를 단적으로 드러낸다. 그리고 바로 이러한 의지가 네덜란드를 오늘날 가장 국제적인 건축문화의 선진국으로 자리매김 시킨 원동력이 되었음을 우리는 주목할 필요가 있다. 네덜란드에서 1980년대부터 '문화'로서의 건축에 대한 중요성이 부각됨으로써 1991년에 교육문화과학부(OCW : Ministry of Education, Culture and Science)와 주택공간계획환경부(VROM : Ministry of Housing, Spatial Planning and the Environment)가 공동으로 제1차 건축정책 '건축을 위한 공간(Space for Architecture)'을 공식적으로 발표하게 된다. 이는 세계 최초의 정부 주도 건축정책을 시행한 것으로서의 의의가 있으며 두 부서간의 공동 정책 수립은 건축정책을 문화정책과 건설정책 사이의 중심축으로 인식함을 나타낸다고 볼 수 있다. 현재까지 세 차례에 걸쳐 개정이 이루어지면서, 점차 규모를 넓혀 도시 개발과 조경, 기반시설까지 아우르게 되었으며, 설계자의 역할과 좋은 발주방식에 대한 강조와 함께 이러한 기반을 확립시키기 위한 정책의 시행에 강력한 초점을 맞추고 있다. 가장 최근에 도입된 '공간계획과 문화에 대한 실천 프로그램(Action Programme on Spatial Planning and Culture)'⁵⁷⁾에서는 모범사례를 만들어내고, 다양한 참여를 장려·지지하

며, 좋은 설계발주에 대한 지식을 개발하는 정부의 역할 이외에도, 디자인 영역의 사회기여를 촉진시키기 위해 실무자와 건축 관련 기관 등의 활동에 대한 지원을 그 핵심원리로 표방하고 있다. 특히 이 프로그램에서는 '공간의 질을 위한 공동의 작업(Working on spatial quality together)'을 강조하며, 중앙, 지방 및 민간 전문 조직들 간의 긴밀한 네트워크 구축에 초점을 맞추고 있다. 또한 이 정책안에서는 '디자인 연구'와 '설계발주방식'에 대한 선도정책 사업을 시행하고 있는데, '디자인 연구(Design Study)'는 주의를 요하는 개발에 미래에 대한 분명한 비전과 통합된 접근을 장려하여 기존 공공환경에 대한 철저한 분석을 통해 이미 자리 잡은 개념을 보다 강화하거나 기존 개념을 깨는 디자인의 개발을 유도한다. '디자인 연구'는 도시와 농촌지역을 변화시킬 수 있는 방법 연구에 초점을 맞춘다. 중요한 것은 옛 것과 새로운 것, 문화적 특이성과 현대적 특성을 다양한 영역에 걸쳐 조화롭게 엮는 것이다.

디자인 연구를 수행하는 것을 공공디자인의 품질을 보호하기 위한 안전장치로 간주하며 현대적 디자인에서 역사를 다룰 수 있는 방법으로 보고, 디자인과 연구에 상호 상관관계를 창출함으로써 미래와 예측 불가능함, 그리고 개발의 여지를 남길 수 있는 설득력 있는 디자인을 창조해 낼 수 있도록 독려하고 있다. '설계발주방식(Commissioning Practice)'에 대한 선도 사업에서는 발주자가 사업 목적을 보다 창조적으로 세우고 발전시켜 나갈 수 있게 하는 전문가의 존재를 프로젝트의 중요한 성공 요소로 보고 전반적인 설계발주방식을 개선하는 방안 마련에 주력하고 있다. 전문가의 역할로 건축·도시 디자인 전문가의 적극적 개입을 통해 질 높은 공공디자인에 대한 조언과 조율의 역할을 담당하게 한다.

네덜란드는 국가건축가(Chief Government Architect)라고 하는 독특한 제도를 이미 200년 전부터 도입함으로써 국가의 공간정책의 방향설정 수립 및 그 실현에 있어 핵심적인 주축으로 폭넓은 사회·건축적 역량을 가진 민간건

57) 2005년 5월에 수립된 이 실천프로그램은 주택공간계획환경부(VROM), 교육문화과학부(OCW), 농업자연식품부(LNV), 교통공공시설수자원관리부(VenW), 경제부(EZ), 외무부(BUZA), 국방부 등 일곱 개 정부 부처에 의해 승인되었으며 이 부처들은 프로그램을 효과적으로 시행하는 데 있어 공동의 책임을 가지고 있다. 이 프로그램은 건축 정책과 공간 계획에 문화·역사적인 측면을 강조하는 문화(Belvedere) 정책의 조합으로서 다양한 정책 제언과 구체적인 시행 계획을 고안하는 틀이 된다.

축가를 임명하여 국가의 건축정책의 작성과 시행에 있어서 핵심 코디네이터 역할을 담당하게 한다. 국가건축가직은 네덜란드 공공건축의 질을 제고시키기 위해 있으며 이는 중앙 정부가 관여하는 건축뿐만이 아니라 그 이상의 전반적인 건축을 모두 포함한다. 건축, 예술, 도시계획에 대해 정부의 조언자로서, 건축의 공공성과 디자인의 질을 보장하는 자문과 사회전반에 걸쳐 폭넓은 논의를 이끌어 내는 조율자의 역할을 수행하는데 이와 같은 모델은 세계 어디에서도 동일한 형태를 찾아 볼 수 없는 유일무이한 제도이다. 국가건축가는 주택공간계획환경부(Ministry of Housing, Spatial Planning and the Environment) 산하인 국가건설청(Government Buildings Agency)에 소속되어 있는데 국가건설청이 직접 관여하는 프로젝트는 추진 초기에 반드시 디자인 요소를 고려, 투입하며, 국가건설청이 관여하지 않는 프로젝트의 경우에도 디자인 영향력을 중요시하고 있다. 최근에 중앙정부는 작은 정부를 지향하며 직접적인 관여를 하지 않는 것이 추세이지만, 독립적인 국가건축가 자문단의 역할에 대한 수요는 오히려 커지고 있다. 2004년 이래로 국가건축가는 국가자문위원회(Board of Government Advisors)의 의장직을 맡아 오고 있다. 이 국가자문위원회는 디자인 연구와 설계의 자문과 유도, 특히 공공의 설계발주 개선, 품질의 보장 등에 주력하고 있다. 국가자문위원회를 통하여 국가건축가는 내·외부 컨설턴트와 함께 융통성 있고 프로젝트 중심의 접근방식을 독려하고 있다.⁵⁸⁾ 접수된 지원서를 검토한 후 국가건축가사무소는 후보자 명단에 오른 디자이너들을 입찰 공고에 명시된 여섯 개 그룹으로 분류한다. 선발 후보자 명단은 각기 다른 프로젝트들을 다루게 된다. 프로젝트는 용도, 위치, 환경, 속성(신축, 리노베이션, 재건, 확장, 실내디자인), 유형, 창의성, 지속가능성, 목표예산, 프로그램, 계획, 구체적 특성, 정치적 연관성 또는 기타 복잡한

58) 중요한 점은 각 담당부서의 목적과 관여해서 디자인에 대한 토론을 거치며, 토론의 결과가 구체적 실천 계획과 예산을 결정한다. 한편 국가건축가는 중앙 또는 지방정부가 직접 발주하거나 재정적으로 관여되어 있는 공공시설과 기반시설 프로젝트에 대해 양질의 건축물 확보를 위한 최상의 환경을 창출하기 위해 자문을 하는데 여기에는 건축가 선정에 대한 추천 업무도 포함된다. 네덜란드의 EU 입찰(발주)에 대한 건축가의 선정 과정을 보면, 국가건축가사무소가 다음해에 진행될 공공프로젝트, 지원 현황 및 전년도 선정된 프로젝트 목록 등을, 입찰지원서 및 첨부 지원양식과 함께 매년 12월에 웹 사이트에 공고하여 그 해 12월까지 한 해 동안 관심 있는 사무소들의 지원을 받는다. 입찰에 응하고자 하는 디자이너는 당해 연도 해당 지원서 양식과 첨부 서류, 구체적 진술서, 첨부편지(Cover letter)를 접수해야 하며 접수자 중 최소한의 필요조건을 만족시키는 이는 선발 후보자 명단에 오르게 된다.

요인 등에 따라 상당히 다양하다. 또한 선발후보자 명단에 올랐다고 하여 지명이 결정되는 것은 아니다. 후보자 명단에 올랐다는 것은 프로젝트의 심사과정 또는 EU 입찰이 필요하지 않은 프로젝트에 참여할 수 있는 기회를 얻었다는 의미이다. 이러한 사전승인 과정을 거쳐 특정 프로젝트를 담당하게 될 설계자를 선택할 시기가 되면 국가건축가사무소는 프로젝트의 성격이 제시하는 기준에 따라 10~15명 정도의 적합한 후보자를 우선 선출한다. 이 중 5~7명 정도의 후보자가 공모 과정에 초대되어 프로젝트 발주자와 논의를 하는 등 과정을 밟게 된다. 심사과정은 5~7명 정도로 압축된 건축가들에게 과제의 세부사항과 목표에 관한 자료가 제공되며 참여 건축가들은 특정 프로젝트 추진에 대한 구체적 질문을 받게 된다. 후보자는 참여에 대한 실비 지원을 받으므로 재정적 부담이 없으며 입찰 과정 참여에 관한 법적 조항과 참가비용에 관해서는 사전에 정한다. 국가건축가사무소는 '건축가선정심사위원회'를 구성하며 국가건축가가 위원장직을 맡고 선정위원회는 프로젝트 발주자, (프로젝트 해당 도시)계획가, 지방의회의원, 독립적 외부 전문가 등으로 구성된다. 국가건축가사무소는 선정심사위원회의 추천에 근거하여 특정 프로젝트에 대한 건축가를 최종적으로 선정하게 된다. EU 입찰이 필요 없는 작은 프로젝트의 건축가 선정의 경우에는 국가건축가가 프로젝트의 속성, 규모, 위치 등을 바탕으로 하여 1~3명 정도의 건축가를 선발한다. 그런 후에 선정된 건축가들이 프로젝트 발주자 앞에서 프리젠테이션을 하는 과정을 거치고, 최종적으로 프로젝트 발주자와 의논하여 최종 건축가를 선발하게 된다.⁵⁹⁾

3) 뉴욕

(1) Community Identity

도시의 정체성을 표현하여 지역의 인지도를 높이고, 경쟁력을 향상시키기 위해 그 지역의 고유 이미지를 시각적으로 구체화하는 것이 CI작업이다. CI는 포괄적 개념으로 'Community Identity' 또는 'communication Identity'를 의미한다. 지역을 대표하는 브랜드로서의 차별화된 이미지를 디자인하고, 이를 표현하고 로고, 슬로건, 마스코트 등의 다양한 표현매체를 통해 도시의 이

59) 조임석 『공공디자인의 질 제고를 위한 협력(네덜란드 공간 창출의 문화)』 건축과 사회. 통권 제11호 pp.92-99. 2008.3

미지를 향상시키는 수단으로서 CI의 기능이 중요시되고 있다. 또한 CI를 통해 기존에 없었던 이미지를 창출하거나 혹은 지역의 부정적인 이미지를 긍정적으로 변화 시키고자 할 때에도 지역의 CI가 사용된다. 즉 새로운 슬로건이나 로고 등을 통해 변화하고자 하는 지역의 비전이나 이미지를 표출할 수 있다. 한 도시의 상징을 표현하기 위해서는 그 지역만의 고유한 지역성을 발견하고 이를 발전시켜야 한다. 역사성이나 문화성이 있는 도시의 조형물이나 구조물은 하나의 랜드마크(Landmark)로서의 기능을 수행함과 동시에 도시의 상징이 된다. 도시의 상징이라고 하는 경우, 도시의 중심에 있는 광장이나 교량 등의 사회 기반시설이나 건축물, 탑 등의 인공 구조물, 시가지에서 바라볼 수 있는 산이나 하천, 호수 등의 자연과 그 경관, 그리고 전통적인 도시의 경우라면 그 가로경관이나 전통공예 등의 지역 산업이나 축제 등 여러 가지의 것들이 상징의 대상일수 있다. 선진 도시국가들은 역사적인 건축물과 시설들을 엄격한 통제 속에서 유지함으로써 각 국가의 관광 사업에 큰 영향을 주고 있다. 역사성을 바탕으로 하는 상징화는 그 나라와 도시의 이미지를 개선하는 대표적인 방법이지만, 역사성이 결여되었다 하더라도 도시를 상징하는 건축물이나 조형물을 새롭게 제작함으로써 도시의 상징을 디자인할 수 있다.⁶⁰⁾

(2) 타임스퀘어

거대하고 화려한 간판들로 가득한 뉴욕 도심 타임스퀘어는 상업과 공연의 중심지라는 뉴욕의 이미지를 대표하는 거리다.



그림4-3 뉴욕 Community Identity 적용 사례

1980년대만 해도 사창가, 포르노 가게 등이 모여 있는 범죄 다발 지역이었는데, 이곳의 무미건조한 고층건물 벽면에 번쩍이는 대형 광고 간판을 달아 거리를 24시간 밝힘으로써 한밤중에도 타임스퀘어를 확보할 수 있게 됐다. 광고간판이 도심 경관을 해친다는 이유로 일부 예술가들은 부정적인 반응을 보이기도 하지만, 뉴욕을 찾은 수많은 관광객들은 타임스퀘어 거리를 가장 기억에 남는 거리로

60) 한창준 : 김해동 : 남수현 『21세기문화시대의 공공디자인연구』 디자인연구. 통권 제 11호 (2006년), pp/35-56 창원 : 창원대학교 디자인연구소, 2005.12.31

꼽는다. 타임스퀘어가 화려한 현대적 문화도시라는 뉴욕의 이미지를 가장 잘 표출하고 있기 때문이다.⁶¹⁾ 뉴욕 시에는 공공디자인을 관장하는 통합 시스템으로서의 공공디자인위원회가 없는 것으로 안다. 어떤 한 부서가 전체 공공디자인을 총괄하는 것이 아니라 시의 각 부서들은 부서별 전문성을 존중하며 그들의 각 영역 및 전문분야에서 공공디자인을 개발하고 증진하려 하고 있다. 예를 들면 교통국(Department of Transportation)은 인도나 보도, 거리환경, 공공광장, 공공공간, 간판, 교통신호등, 가로등 등과 관련된 공공디자인을 관장하고 있다. 또한 시의 해당 부서와 시민 및 여러 민간 전문가 그룹이 참여하는 비영리단체의 역할에 대한 연구는 앞으로 한국이 풀어야 할 과제들에 대한 방향을 제시해 줄 수 있을 것으로 생각된다.

(3) 블룸버그 뉴욕 시장의 공공디자인 정책

“최상의 디자인과 건설을 위한 발의(The Design and Construction Excellence Initiation, D+CEI)”와 비영리 단체인 The Design Trust for Public Space의 역할과 성과물에 대해 구체적으로 살펴보고, 나아가 이를 통해 우리의 공공디자인 정책과 실행 방향에 대한 시사점을 찾아보고자 한다.⁶²⁾

① 뉴욕 시에 예술작품을 공원이나 거리에 설치할 경우

사전에 The Art Commission에서 작품의 심사 및 평가를 받아야 한다. 여기에는 각 부분별(건축, 조경, 화가, 조각가, 박물관 직원, 도서관 직원등) 11명의 전문가들이 위원으로 참가하고 있다. 이 위원회는 매달 공개 청문회를 가지며 해당 건에 대해서는 2차례의 심의 과정을 거친다.

작품을 The Art Commission에 상정하는 과정은, 예를 들어 예술가가 시 공원에 작품을 설치하고 싶다면, 시의 공원 및 레크레이션국으로부터 The Art Commission에 지원서를 내야 한다. 유사하게 지역 공동체에서 기념패를

61) 이해련 『공공디자인을 적용시킨 도심부 보행공간 조성』 석사학위논문 . 홍익대학교/건축대학원/조경 설계전공. 2007

62) The Design and Construction Excellence Initiation (D+CEI) 뉴욕 시의 디자인 평가 기관인 The Art Commission(원본각주-The Art Commission은 뉴욕 시의 디자인 비평 대행기관으로 1898년 세워져 뉴욕 시 소유의 미술품, 건축 등을 평가한다.

시의 보도에 설치하고 싶다면 지원서는 시 교통국에서 The Art Commission 로 제출하여 허가를 받아야 한다.)국과 함께, 블룸버그(Michael R.Bloomberg) 뉴욕시장은 2004년 “최상의 디자인과 건설을 위한 발의(D+CEI)”를 발표하고 공공건축물 및 도시의 질을 높이기 위한 작업에 착수하였다. 그리고 이 발의를 바탕으로 건축가 데이비드 버니(David J.Burney)를 뉴욕 시 디자인 및 건설국(The Department of Design and Construction,DDC)⁶³⁾의 국장으로 임명하며 그 초석을 다졌다.

이 발의의 목표는 뉴욕 시의 여러 기관들의 크고 작은 공공 시설물에 높은 수준의 탁월한 디자인을 얻는 데 있었다. 이를 위해 뉴욕 시장은 과거의 최저가 낙찰제와는 다른 방법론을 통해 디자인 안을 선정하는 방식을 선택하였다. 즉, 뉴욕에서 가장 실력이 뛰어난 디자이너, 엔지니어, 건설업자, 건축가 등의 명부를 만들어 인재 풀(pool)을 확보한 후 이들에게 사안별 프로젝트 제안서를 받아 그 중 탁월한 안을 선정하고, 선정된 건축가와 디자인 컨설턴트들과의 계약을 통해 수준 높은 건축디자인을 이끌어 내는 방식이다. 또한 소수 인종, 여성사업자를 포함하여 작거나 경험이 부족한 회사들에게도 참여할 수 있게 하는 등 다양한 인재 풀(pool)을 활용하였다. 따라서 이는 젊고 유능한 건축가들에게 그들의 디자인 능력을 십분 발휘할 기회를 주고, 뉴욕시에 최상의 디자인을 얻어 일거양득의 효과를 얻어 낼 수 있는 시스템으로 평가받고 있다. 블룸버그 시장은 뉴욕시의 공공디자인이 세계적인 도시로서의 뉴욕의 지위를 반영하여야 한다고 강조한다. 그리고 기존의 계약방식에서 탈피하는 대신, 뉴욕시가 무엇을 원하는지를 분명히 밝히고 또한 건축가들에게 일일이 설명하여 그 해결책을 얻음으로써 보다 나은 공공디자인을 시민에게 제공할겠다는 취지를 밝힌 바 있다.

② The Design Trust for Public Space

63) DDC는 뉴욕 시의 여러 기관들에게 발주하는 프로젝트를 총 관리 감독하는 주무부서로서, 블룸버그 시장이 주관한 D+CEI의 첫 예비 건축과 명단을 발표한 곳이기도 하다. DDC는 이후 이 예비 명단에 오른 건축가들에게 프로젝트를 바로 부여하지 않고, 2년에 걸쳐 인재 풀로 활용하며 공공디자인 프로젝트를 주관하였다.)

The Design Trust는 뉴욕 시의 공원, 광장, 거리, 그리고 공공건물의 디자인을 개발하고 이를 적극적으로 지원하기 위해 만들어진 비영리 단체로서 회비와 기부금으로 운영되고 있다. 1995년에 시작된 이 단체는 공공기관과 디자인 전문가 및 지역 주민들을 한데 묶어 뉴욕 시를 아름답고 보다 지속 가능한 도시로 만드는 데 그 목적을 두고 있다. 이들은 도시 공공공간디자인에 있어서 탁월한 디자인과 과정도 물론 중요하지만, 최고의 디자인을 위해서는 공공과 민간의 긴밀한 협력 관계가 결정적인 역할을 한다고 주장한다. 그리하여 공공과 민간의 강력한 상호 협력 관계를 구축함으로써 복잡한 도시 공공공간 속의 다양한 난제들에 대해 주목할 만한 해결책들을 제시하는데 앞장서고 있다. 이러한 협력 관계를 바탕으로, 우선 이 단체는 시의 주무부서와 함께 논의 하여 시의 크고 작은 공공디자인 문제의 해결을 위한 제안서를 선택하게 된다. 팔목할 것은, 개인이나 민간업체로부터의 독자적 제안서를 받는 것이 아닌, 지역공동체나 시청의 부서로부터의 가능성 있고 전망이 밝은 제안서를 선정하여 공동작업 후 평가위원회에 상정한다는 점이다. 즉, 심사 과정을 거쳐 도시 전체적으로 그 효과가 더욱 극대화 될 가능성이 있는 제안서만을 다시 선택하고 이를 통해 구체적인 아이디어를 구상하는 과정을 거치는 것이다. 상정된 제안서들은 여러 전문가로 구성된 심사위원회에 의해 심의되고 평가된다. 이 심사위원회도 공모에 의해 구성되는데, 이 심사위원의 구성을 보면 특정 위원들에게 국한하여 디자인 평가위원을 한정하거나 제한하지 않고, 건축, 도시계획, 조경, 그래픽디자이너, 사진가, 언론계, 경제학자 등 전문가라면 누구나 참여의사를 밝힐 수 있고, 또한 다른 이들이 이 분야의 전문가들을 추천할 수 있도록 문호를 개방해 놓고 있다. 이 심사위원들은 매해 두세 가지의 제안서를 선택하여 심사하게 된다. 최종적으로 완성된 대부분의 연구 프로젝트의 결과물이나 디자인 아이디어는 뉴욕 시의 장기디자인 전략으로 이용되거나 실제 적용되며, 공공정책에 영향을 줄 수 있도록 책자나 세미나, 그리고 전시회 등으로 정리된다. 그리고 어떤 프로젝트는 실제화 되기도 하는데 이는 그것이 불러일으킬 수 있는 파급효과를 고려한 시험 프로젝트(pilot project) 형식으로 구현된다. 넓은 의미에서 이러한 결과물은 뉴욕 시의 공공공간을 새로이 창출하거나, 가꾸는 데 있어서 긍정적인 변화를 일으

키는 중요한 가교 역할을 하게 된다. 나아가 단체는 그들이 주최하는 전시회나 주민 공청회와 같은 행사에 시민들의 관심을 유도하고, 프로젝트에 대한 유용한 정보들을 출판물에 담아 출간하는 등 디자인 결과물들을 적극 홍보함으로써 시민들의 참여를 적극적으로 권장하게 된다. 이러한 과정을 통하여 The Design Trust는 지난 10여 년간 20개 정도의 공공디자인 프로젝트를 성공적으로 수행할 수 있었다.

- 대표적 프로젝트를 소개하자면, 뉴욕의 공공공간의 안전성 확보를 위한 디자인 개발 프로젝트인 ‘Designing for Security’(1997), 뉴욕의 저소득층 지역에 지역공동 마당 디자인과 관련된 ‘Designing for Children in Community Gardens’ 프로젝트(1997), 2년간 친환경적이고 에너지 절약형 도로, 보도, 인도 및 도시 조경 디자인의 가이드라인을 제시한 ‘Greening Infrastructure in the Public Right-of-Way’ 프로젝트(2003),

- 타임스퀘어지역의 거리 환경 개선을 위한 ‘Time Square: Streetscape Improvement’(2003), 뉴욕의 택시 디자인 개선을 위한 장기계획인 ‘Designing the Taxi program’(2005) 등이 그러하다.

③ Designing the Taxi Program(2005)⁶⁴

이 프로젝트는 뉴욕 시의 명물인 Yellow Cab의 100주년인 2007년을 기념하여, 디자인을 개량하기 위한 목표로 시작되었다. Yellow Cab은 뉴욕 시민의 자부심, 뉴욕에 산다는 기쁨 등을 가장 잘 표현해온 상징물로서, 뉴욕 도시 이미지의 중요한 일부를 차지하며 100년 전 최초의 디자인을 지금까지 거의 그대로 유지해왔다. 따라서 그 가치를 더욱 고취시키기 위하여 The Design Trust와 뉴욕 택시 및 리무진위원회가 공동으로 주최하여 2005년부터

64) Time Square : Streetscape Improvement(2003) 이 프로젝트는 타임스퀘어 연합(Time Square Alliance)이 The Design Trust와 더불어 약 25명의 디자이너, 도시계획가, 도시설계전문가, 예술가들과 함께 타임스퀘어의 특성과 문제점을 파악하고 보다 나은 거리 환경을 조성하기 위한 대안들을 제시하고자 시작되었다. 뉴욕의 중심부인 타임스퀘어 주변은 세계적인 관광명소임에도 불구하고 관광객과 시민들에게 휴식과 여가를 제공하기 위한 충분한 공공공간을 제공하지 못하고 있었다. 또한 타임스퀘어주변은 무절제한 차의 통행에 의해 수많은 보행자들의 흐름이 마비되어 극도로 혼잡한 보도 공간으로 전락하고 말았다. 이로 인한 보행전용의 부재 때문에 사람들은 차도로 내몰리게 되었고, 주변의 교차로에서는 교통사고가 다른 곳의 3배에 이른다는 결과까지 낳게 되었다.

진행하기 시작하였다. 이들은 우선, 택시 운영 시스템과 디자인을 재고하기 위하여 전국에서 최고의 전문가들을 참여시키고 그들의 경험과 전문성을 바탕으로 한 워크숍과 발표회를 개최하였다. 여기에는 뉴욕의 파슨스(Parsons) 디자인 학교, 뉴욕 시의 택시 통제위원, 택시회사 사장, 운전자, 도시계획가, 자동차 디자이너, 그래픽 디자이너, 뉴욕 시의 택시 및 리무진 대표자 등 총 50여 명의 전문가들이 참여하였다. 이를 통해 다양한 디자인 아이디어 결과물을 얻어낼 수 있었으며 그 내용 중 대표적 프로젝트를 소개하자면 다음과 같다.

- Hybrid Product Design+Development팀은 녹색 미니 택시 개념을 통해 훨씬 작고 가벼우며, 그림으로써 에너지 절약에 효과적인 택시 시스템을 제안하였다. 특히 이 미니 택시는 하이브리드 방식의 자동차로 디자인된다. 뉴욕에는 앞서, 현재 13,000대의 개인택시에서 엄청난 스모그 관련 물질을 배출하고 있다는 보고에 따라 2005년 10월 뉴욕 전체 택시를 하이브리드 자동차로 바꾸자는 계획안이 발표된 바 있다. 이에 따라 Hybrid Product Design은 이 개념을 적극 도입하고, 나아가 하이브리드 자동차의 경량화 필요성을 주장하며 이러한 미니 택시 시스템을 구축하게 된다. 녹색 미니 택시는 운전석 아래에 엔진이 놓여 있고, 대형용량이 아닌 평균 정도의 동력 공급원 역할을 하는 엔진을 사용함으로써 무게 1135kg(2500파운드), 폭 1.7m에 길이 3.66m, 그리고 높이 2m로 디자인 되었다.

Birsal+Seck은 택시에 관련하여 택시 지붕 표시등 디자인, 좌석 디자인, 유아용 카시트 디자인, 택시 정차장 디자인 등 다양한 아이디어를 제안하였다. 이 중 택시 지붕에 설치될 로고 표시등은 빈 택시일 때

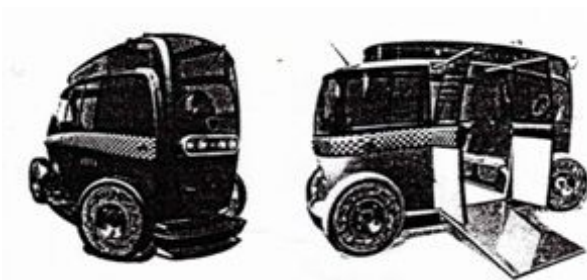


그림4-4 Hybrid Product Design+Development 팀의 하이브리드 택시 디자인 제안들

가운데 동그라미 속의 스마일 표시에 노란색 불이 들어오고, 손님이 타고 있

을 때 왼쪽 빨간 동그라미의 'no' 표시에 불이 들어오며, 영업을 하지 않을 경우는 'off' 표시에 푸른 불이 켜지게 하여 밤에도 쉽게 알아볼 수 있도록 디자인하였다. 그리고 택시 내부 디자인에 관하여는 운전석을 좀 더 편하고 실용적인 공간으로, 운전

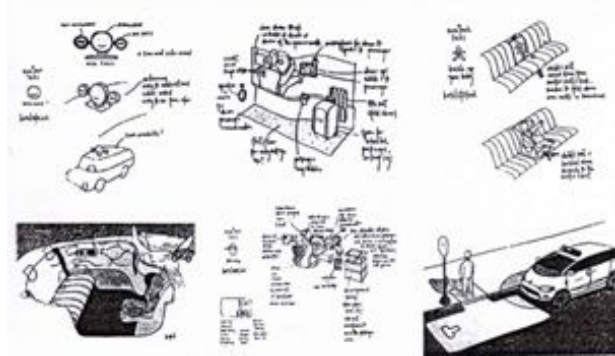


그림4-5 Birsell+Seck의 뉴욕 택시 디자인 아이디어들

석 옆 좌석은 승객이 편리하게 사용할 공간으로 더욱 개선하여 다양한 서비스를 제공할 수 있도록 제안하였다. 또한 택시 정차장은 도로와 인도가 같은 색으로 연계시켜 사람이 기다리는 장소와 택시가 정차할 장소를 참신한 아이디어로 디자인하였다.

Antenna Design New York은 차량 번호를 택시 지붕의 표시



그림4-6 Aritenna Design New York Inc.의 디자인안

등 중앙에 배치하고 그 옆에서 낮에도 선명하게 보이며 원거리에서도 판독이 가능한 LED등을 설치함으로써 차량 내부 정보를 표시하는 디자인을 제시하였다. 또한 차량의 후면에는 안전 표시기가 설치되어 다른 택시운전자에게 승객이 택시에서 타고 내림을 알리는 역할을 하게끔 디자인되었다. 그리고 차량의 측면에는 기존의 손잡이 대신 닿으면 문이 자동적으로 감응하는 패널이 설치되도록 하였다.

이 결과물들을 바탕으로 하여 뉴욕 택시 및 리무진위원회 사이에서는 Yellow Cab의 개선을 위한 지속적인 대화가 이루어졌다. 나아가 The Design Trust는 뉴욕 시를 도와 Yellow Cab의 100주년을 기념한 디자인 개선에 힘을

보태기 위하여 여러 조직들의 연합체인 Taxi07을 발족하였으며, 이는 2005년 이후 Designing the Taxi Program에서 제시된 결과물들을 발전시키고 적용시키는 데 주력하고 있다.

4) 일본

(1) 룩본기 힐스

룩본기 힐스는 17년에 걸쳐 개발대상지역 주민들을 설득해 토지를 매입하고 문화예술을 주제로 재개발한 복잡한 도시이자 계획도시이다. 이 구역 안에는 일터와 주거지, 놀이 공간과 휴식처, 문화와 교육 시설이 모두 존재한다. ‘문화’는 룩본기 힐스의 콘셉트다. 이들이 내세우는 문화란 예술만이 아니라 음악, 엔터테인먼트, 음식, 패션, 라이프스타일부터 교육과 연구, 비즈니스에 이르는 인간의 모든 지적 활동을 포괄한다. 이를 위해 유명 예술인들을 초빙해 ‘퍼블릭 퍼니처(Public Furniture)’라고 불리는 벤치 시리즈를 만들어 거리를 꾸몄다. 룩본기 힐스는 성공적인 도심 재개발 사업으로, 도시의 정화와 더불어 문화예술의 집약지이자 중심지로서 도쿄의 새로운 상징이자 랜드마크로 자리 잡고 있다. 일본의 경우 일본인 특유의 친절함은 하나의 문화로 인식되고 그 나라의 상징성으로 이어지며 다시 방문하고 싶은 도시의 이미지와 그 물리적 환경을 위해서는 이를 주도해 수행하는 정부의 역할도 중요하지만 그 지역의 주민들도 적극적인 역할을 담당해야 한다. 도시의 존재 자체가 인간을 위한 다는 전제와 같이 도시의 제반 시스템이 원활하고 효율적으로 운영되기 위해서는 도시환경에서의 적절한 계획과 배치가 필수적이고 이러한 것들을 기능적, 시각적으로 실재화 시킬 수 있는 도구가 바로 디자인이다.⁶⁵⁾

② 유니크(unique)한 공공 디자인

시대와 기술의 변화에 대응이 빠른 일본은 특유의 유니크(unique)한 공공 디자인으로 치밀한 계획과 완벽한 기술력으로 지하철역과 지상건물의 벽에 음원을 가진 악기의 부조가 설치되어 있어 이곳을 지나가는 많은 사람들을

65) 한창준 : 김해동 : 남수현 『21세기문화시대의 공공디자인연구』 디자인연구. 통권 제 11호 (2006년), pp/35-56 창원 : 창원대학교 디자인연구소, 2005.12.31

동심으로 돌아가게 한다. 도시의 콘크리트 밀림에 사는 사람들이 원하는 것 중의 하나는 즐거움, 변화함, 활력이 있는 공간이며 생활이다. 이러한 새로운 축제와도 같은 분위기를 원하는 사람들의 요구를 바탕으로 둔 일본에서는 도시 공공 디자인의 활성화에 활력을 주기 위해 다양한 시도가 곳곳에서 행하여지고 있다. 지금은 “이벤트가 아니면 사람이 모이지 않는다”라고 말해지고 있지만, 일반적으로 남의 눈을 끌어서 사람을 불러 모으는 것에 그치지 않고 일회성 공공 디자인(Public design)에 점점 식상해가고 있는 시민들에게 참여형 조형물로서 활력을 주는 사례가 있다.⁶⁶⁾

③ 요코하마 ‘미나토미라이21’

요코하마는 동경에서 약 30Km 아래 위치하고 있어서, 수도권 도시라고 하는 위성 도시적 성격을 가질 수밖에 없는 상황이었다. 그러나 이런 위성의 핸디캡을 극복하고 요코하마시의 독자성과 자립성을 만들어, 새로운 도시의 활력을 창조해 내는 것이 목표가 되었고, 이를 바탕으로 요코하마의 ‘매력 있는 도시 만들기’가 시작되었다. 이에 요코하마 시는 미국의 시스템을 받아들여 도시디자인을 전문적으로 관리하고 집행할 조직을 1971년에 설치하게 된다. 도시디자인팀은 잠정조직이었지만 일본의 도시행정으로서는 희귀하게 전문가(도시디자이너)를 배치한 조직으로, 성과를 더해 가면서 현재의 도시디자인실로 성장하였다. 또한 다양한 시험을 성공시켜 지금까지 36년간 도시디자인 활동을 계속해 오고 있다. 이렇듯 요코하마 시의 도시디자인 활동은 일본의 타도시를 선도하는 역할을 해 왔다고 볼 수 있으며 이러한 도시디자인 활동의 성과로서 요코하마만의 매력적인 도심부의 경관이 만들어져 있다. 2006년에는 요코하마의 도시디자인 활동이 일본 굿디자인상 금상을 수상하는 등 사회적으로 좋은 평가를 받고 있다. 요코하마시 도시디자인팀의 특색이라면, 요코하마만의 매력적인 도시디자인을 만들기 위해 다양한 공공사업과 민간사업을 지구별 디자인 이념 및 기획에 따라 조정하는 종합 조정자(Total Planner)의 역할을 가지고 있다고 말할 수 있다. 도심부 재정비 사업, 항만 매립 정비사업, 항구 및 뉴타운 건설사업, 고속도로 건설사업, 고속철도(지하

66) 홍철순 : 정한수 『도시에 활기를 주는 생활환경디자인,1 :공공디자인(public design)의 사례를 중심으로』 논문집 제30집 pp.31-41 경남정보대학 (2002.05) 2002.05.30

철)건설사업, 교량 건설사업 등과 같이 국가, 공단 시 등 다양한 공공단체에 의한 기반시설의 정비를 공공디자인의 관점에서 ‘프로듀스’ 하고 있다. 또한 민간사업의 컨트롤 분야에서도 민간이 주택지 등을 개발할 때 도로, 공원, 학원용지 등의 제공을 의무화하는 등 양질의 개발을 꾀하는 다양한 디자인 규제유도 시스템을 운용하여 매력적이고 요코하마다운 경관 만들기에 주력하고 있는 것이다. ‘요코하마다운 개성 있는 도시공간의 형성’을 요코하마시의 구체적 도시 디자인 활동이념으로 다음 7개의 활동 목표를 내세웠다.

- 안전하고 쾌적한 보행공간을 확보한다.
- 지역의 지형 및 식생 등 자연적 특성을 소중히 생각한다.
- 지역의 역사적, 문화적 유산을 소중히 생각한다.
- 오픈스페이스 및 그린(Green)을 풍부하게 만든다.
- 바다, 강 등 수변공간을 소중히 생각한다.
- 사람들이 교류할 수 있도록 커뮤니케이션의 장을 증가시킨다.
- 형태적, 시각적 아름다움을 추구한다.

그리고 특히 보행자 공간의 네트워크 형성 및 공공시설의 디자인 향상을 위한 ‘프로듀스’ 거리의 경관 가이드라인 운용에 의한 지구별 경관연출, 역사유산 보존활용 등 실험적 활동을 계속하여 중점적 성과 만들기에 치중했다. 여기서 특기할 사항은, 사업을 추진하는 부서들이 공공과 민간을 합친 다수이고, 많은 이해 관계자들이 있기 때문에 커뮤니케이션에 특히 신경을 쓴다는 점이다. 하나의 도시디자인의 성공사례를 만들기 위해서는 다양한 부서의 사람들이 서로 이해할 수 있도록 충분한 시간을 가지고 접근해야 한다는 방식이다. 이 점은 요코하마 도시디자인의 하나의 특성이 되고 있다. 이처럼 요코하마의 공공디자인 성공방식은, 우선 공공디자인 전문조직(도시디자인팀)을 만들어 종합조정(Total Design)을 실현했다는 점, 공공과 민간이 커뮤니케이션을 중시하여 서로가 윈-윈 할 수 있는 좋은 결과로 유도했다는 점, 마지막으로 강제가 아닌 신사업정에 의한 경관유도 정책을 실행시켜 왔다는 점 등에서 특색을 가진다.⁶⁷⁾ 이러한 성과가 매년 4000만명 가까운 관광객이 찾은

매력 있는 디자인 명품 도시로 나타나고 있다고 생각한다.

5) 프랑스

① 라데팡스

라데팡스는 1958년부터 파리의 인구 분산과 도심 업무시설 이전을 목적으로 개발된 다기능 목적 도시다. 개선문을 바라보면 멀리 보이는 ‘라데팡스’는 중후한 멋을 풍기는 파리 구시가지와는 전혀 다른 세상이다. ‘알렉산더 구스타브 에펠’에 의해 철저히 계획된 도시 디자인은 미래도시의 이미지를 보여주는 동시에 구시가지와도 일체성을 가진다. 보행자를 위해 전선을 땅 속에 묻고, 전철과 차량이 모두 지하로 다니게 해 지상 공간은 넓어졌다. 도심 곳곳에 자리 잡은 공원에는 후향 미로등 유명 미술가들의 작품이 전시되어 있다. 경쾌한 색상과 모던한 디자인의 건축물들은 첨단 도시의 분위기를 풍긴다.⁶⁷⁾

② 리옹(Lyon)

‘어린왕자’의 작가 생텍쥐페리가 태어난 유서 깊은 역사의 고도(古都) 리옹(Lyon)은 프랑스 남쪽에 위치한 프랑스 제2의 도시로서, 론(Rhone)주의 주도이며 론(Rhone)강과 손(Saone)강의 교차점인 구릉에 위치하고 있다. 리옹 시내와 근교, 위성 도시를 합한 대도시권의 인구는 약 165만 명으로, 프랑스에서 파리 대도시권 다음으로 크다. 또한 레지스탕스의 본거지이자, 실크를 중심으로 하는 면직공업이 성하여 역사가 깊으며, 프랑스 요리계를 주름 잡는 유명 레스토랑과 요리사들로 유명하기도 하다. 이렇듯 많은 특징들이 있지만, 지금의 리옹에서 빼놓을 수 없는 자랑거리는 바로 ‘빛(Lumieres)’이다. 1989년 당시의 시장에 의해 만들어진 도시조명계획(City Lighting Plan)은 도시계획과 공공공간 정비계획, 즉 공공디자인 계획의 일환으로 시작되었다. 리옹의 조명계획은 도시환경과 시민들의 삶의 질 모두를 높이는데 목적을 두었으며, 특히 로마시대부터 물려받은 그들의 아름다운 문화유산을 강조하는데 역점이

67) 정강화 『도시 공공디자인의 해외 성공사례』 도시문제. 제 42권

68) 이해련 『공공디자인을 적용시킨 도심부 보행공간 조성』 석사학위논문. 홍익대학교/건축대학원/조경설계전공. 2007.

두어졌다. 리용의 도시조명계획은 매년 시 예산의 1.5%를 5년간 집행한다는 당시로서도 획기적인 시도였다. 구체적으로 아랑 귀로(Alain Guilhot)와 같은 프랑스를 대표하는 조명디자이너들이 참가하여 리용의 대표적인 다리들과 산책로들을 각기 다른 조명방식으로 밝혔다. 공공 도로 및 가로 공간의 조명도 개선되었는데, wid 미셸 윌모트(Jean-Michel Wilmotte)와 루이 끌레르(Louis Clair)팀이 간결하고 현대적인 3가지 스타일의 가로등을 디자인하여 시내 중심부와 외곽지역에 통일성을 부여하였다.

사실, 리용이 빛을 도시디자인 정책으로 받아들인 데는 나름대로 고민이 있었기 때문이다. 리용은 아름다운 역사적인 문화유산들 외에도, 렌조 피아노(Renzo Piano)가 설계한 리용국제컨벤션센터와 산티아고 칼라트라바(Santiago Calatrava)가 설계한 리용공항역사(Lyon Airport Station) 등 현대적인 건축물을 통해 관광과 컨벤션의 도시가 되기를 원했다.

그러나 현실적으로 로마시대에 만들어진 좁고 복잡한 도로 탓에 교통지옥이라는 부정적 이미지를 가지고 있었고, 고속철도(TGV)의 발달로 파리에 많은 숙박 손님을 빼앗기고 있었다. 관광산업에 있어서 어느 도시에 숙박을 정하는가가 매우 중요한데, 이는 통과지역에 비해 숙박지역에서 손님들의 지출하는 돈이 최대 6배에 달한다는 통계수치에 기초한 것이다. 결국 어느 도시를 숙박지로 정하게 되는가가 중요하고 그 때문에 야경사업은 선택이 아닌 필수가 되었다. 도시조명에 투자한 리용의 계획은 커다란 성공을 거두게 된다. 1989년부터 1993년까지 5년간 실시되어 완성 예정이었던 조명계획은 이후로도 계속 추진되고 있으며, 현재는 150개의 주목할 만한 완성된 프로젝트가 리용의 도시조명 프로젝트 총 책임자인 안토니오 부쉐(Antoine Bouchet)의 지휘 아래 관리되고 있다. 매년 리용은 밤의 이미지를 조금씩 변화시켜 도시의 이미지를 크게 개선시켰으며, 조명으로 인해 리용이 아름답다는 인상이 크게 높아졌고, 호텔과 관광업계에 많은 수혜(2001년 당시 안토니오 부쉐와의 인터뷰 때, 조명덕분에 호텔투숙객 및 리용 방문자 수가 약 25% 상승했다고 말했다)를 주었다. 또 당시 '시장 공약 가운데 가장 잘한 일이 무엇인가?'라는 설문조사에 98%의 시민들이 '도시조명사업'이라고 답을 하였다. 이

는 실로 경이적인 수치이며, 이를 보더라도 조명은 관광사업 뿐 아니라 시민 생활의 질과 산업 등의 관련분야에 엄청난 파급효과를 가진 '핵심사업'이라는 점을 잘 이해할 수 있다. 리용에 앞서 세계 여러 도시들이 도시조명 정책을 수립하고 실천했지만, 리용만큼 많은 성공사례를 만들어 낸 경우도 흔하지 않다. 밤이 아름다운 리용을 캐치프레이즈로 하여 관광산업을 육성시켰고, 시민들의 삶의 질을 향상시켰으며, 나아가 지역 조명산업체와 공동으로 조명기구를 개발하여 사용하고 수출까지 하게 됨으로써 지역경제를 활성화 시키는 등 놀라운 성과를 거두게 되었다.

리용은 여기서 그치지 않았다. 1995년 리용시는 그들의 경험을 살려 러시아 성페테스부르크(St. Petesburg)의 겨울궁전을 조명하는데 디자인과 기술을 수출하였다. 또 1997년 쿠바의 하나바에 있는 '모로요새(Castillo del Morro)'를 조명하였고, 1998년에는 베트남의 호치민 시립박물관의 조명을 디자인하였다. 여기서 리용은 외국의 다른 도시에 도시 조명 관련 기술을 제공함으로써 국제적인 공헌을 한다고 하는 발상의 토대를 만들었다. 이런 국제적인 협력 사업을 진행하고, 또 많은 해외 도시들이 리용의 성공사례를 배우러 오게 되면서 자신을 얻은 리용은 야심찬 프로젝트를 진행하게 된다. 그것이 바로 루씨(LUCI:Lighting Urban Community of International), 국제조명도시공동체의 창설이다. 2001년 12월, 헝가리의 부다페스트에서 열린 국제 조명도시 공동체의 첫 회의에서 리용시(Lyon)가 대표도시로 선임되었다. 다음해 2002년 프랑스 리용시의 주도로 국제도시조명공동체, 즉 루씨(LUCI)가 결성되었다. 이 때 협회설립 회원단체는 15개 도시였다. 그러나 현재는 유럽, 미주, 아시아, 아프리카, 중동 등 약 50여개의 국제도시와 20여개의 산업체, 학교가 참가하고 있으며, 전 세계 유수의 단체 및 파트너십을 협력단체로 하여 활동을 지원하고 있다. 예를 들면 2007년 글로벌 도시포럼(Global City Forum), 프로페셔널 조명회의(Professional Lighting Convention), 각종 국제조명박람회 등에 직접 혹은 간접적으로 참여하면서 그 영향력을 증대시키고 있다. 루씨(LUCI)는 '빛의 연출과 디자인을 기반으로 국제 도시 간 교류, 협력, 회의를 통하여 축적된 경험, 기술, 트렌드 등을 공유하고 발전시키기 위한 협력체'로

본부는 리용시(Lyon)에 두었고, 리용시의 부시장인 장 미셸 다크린(Jean-Michel Daclin)이 회장직을 맡고 있다. 구체적인 설립취지를 한마디로 정의하자면 ‘조명을 통한 국제적 변화모색(Developing the international Exchanges)’이다. 조명과 관련된 주제를 가지고 도시 간 디자인/경관/도로조명의 발전을 위하여 네트워크를 구성하여 회원도시들 간의 경험과 기술을 공유하고 더욱 발전시키고자하는 구체적인 목표를 가지고 있다. 또한 도시조명을 통하여 관광, 도시홍보, 도시마케팅을 강화하여 도시의 발전을 도모하며, 빛을 통한 도시문화의 재조명 및 문화의 전반적인 발전에 대안을 마련하며, 동시에 회원도시들의 조명을 통한 도시의 디자인, 환경, 경제발전에 기여함을 목표로 하고 있는 것이다. 루씨(LUCI)는 그야말로 조명을 통해 또 하나의 ‘로마제국’을 건설하려는 듯이 보인다. 이 정치적인 색채는 여러 가지 루씨의 행사에 잘 나타나고 있다. 이러한 국제적 행사를 기획하고 활용함으로써, 리용은 정치적 헤게모니를 유지하려고 힘쓰는 것이 아닐까? 리용은 한걸음 더 나아가 자신들의 조명 전통을 통합적으로 부각시키려 애쓰고 있다. 리용은 확실히 도시조명의 성지(Palestine)가 되어가고 있다. 항상 파리의 그늘에 가려져 있던 리용의 자존심이 살아나고 있는 것이다. 리용은 이를 토대로 다양한 공공디자인 정책을 하나 둘씩 실현해 가고 있다. 도시의 야간경관이 차지하는 비중이 점점 더 높아져 가고 있는 오늘날, 리용은 파이의 가장 맛있는 부분 가운데 하나를 차지하여, ‘빛(Lumieres)’를 통해 도시 공공디자인의 블루오션을 개척해 성공한 것으로 보인다.⁶⁹⁾

6)독일

공공디자인에 투자하는 세계의 도시들중 대규모 국제박람회를 유치하고도 주목 받지 못했던 독일의 경제도시 ‘하노버’가 공공디자인 전문가에게 버스정류장 구조 변경을 의뢰한 후 세계적 명소로 거듭났던 예는 우리에게 공공디자인이 얼마나 중요하고 왜 필요한지에 대해 적지 않은 시사점을 준다.⁷⁰⁾

69) 정강화 『도시 공공디자인의 해외 성공사례』 도시문제. 제 42권

70) 박찬숙 『공공디자인 국가 경쟁력 드높여』 國會. 통권485호 (2007년04월), pp.26-29 서울 : 國會事務處. 2007.04.05

7) 스페인

지역의 정체성과 상징성을 나타내는 또 하나의 방법이 바로 축제이다. 매년 8월이면 전선계의 관심이 스페인의 브놀로 집중된다. 바로 토마토 축제 때문이다. 단지 토마토를 던지고 맞는 것이 전부인 이 축제는 작은 시골 도시였던 브놀이 세계적으로 유명한 관광지로 재탄생하였고, 해마다 관광객이 끊이지 않고 있다. 이는 곧 지역경제를 활성화시키고 나아가 스페인하면 토마토 축제를 떠올릴 정도로 도시와 국가의 이미지를 대표하는 브랜드로 자리 잡았다. 지역의 문화행사 및 이벤트는 그 규모에 관계없이 지역의 이미지를 상승하는 공통의 효과를 가지고 있다. 따라서 지역 고유의 축제를 통해 지역의 정체성을 형성하여 상징성으로 표현될 수 있도록 힘써야 할 것이다.⁷¹⁾

① 바르셀로나 천재 건축가 안토니 가우디의 작품을 박물관이 아닌 길거리에서 만날 수 있는 스페인 바르셀로나는 세계에서 손꼽히는 관광도시 중 하나다. 바르셀로나 거리 곳곳에서 저명한 건축가들의 아름답고 창의성 넘치는 주택들을 만날 수 있다. 특히 가우디가 설계한 건축물들은 상상 속의 공간을 현실에서 보여준다. 창문, 문, 계단 등 모든 선들이 곡선으로 살아 움직인다. 이러한 건축물들 덕분에 바르셀로나를 특별하게 기억하게 만들어준다.

②스페인 빌바오 시 구겐하임 미술관 스페인 북부 비스카야 주의 주도(主都)인 빌바오 시는 ‘구겐하임 미술관’의 도시다. 시 인구는 약 35만 명이지만 미술관을 찾는 사람은 연간 100만 명이 넘는다. 미술관은 1997년 10월에 문을 열었다. 티타늄과 유리, 석회암을 주재료로 만들어 아침이면 온통 황금빛으로 빛난다. 티타늄 조각은 물고기 비늘처럼 반짝이며 네르비온 강가에 반사된다. 주변은 산책로와 공원, 어린이 놀이터. 미술관 주변에서 산책하거나 책을 읽는 시민의 모습이 여유롭기만 하다. 이 건물을 설계한 사람은 캐나다 출신 미국 건축가인 프랭크 게리 씨. 직선은 거의 찾기 힘들다. 꽃잎처럼 이리저리 휘어진 모양이어서 별명이 메탈 플라워(금속꽃)다. 크기와 모양이 다른 19개의 전시장을 갖췄다. 소장품이나 전시품보다 미술관 건물을 보러 오

71) 한창준 : 김해동 : 남수현 『21세기문화시대의 공공디자인연구』 디자인연구. 통권 제 11호 (2006년), pp/35-56 창원 : 창원대학교 디자인연구소, 2005.12.31

는 사람이 더 많다. 빌바오는 1850년대부터 공업도시로 번창했던 곳이다. 현재까지도 네르비온 강 양편으로 조선소와 철강 공장이 늘어서 있다. 1980년대 이들 산업이 쇠퇴하면서 위기를 맞았다. 공장지대는 폐허가 됐고 직장을 잃은 사람은 시위대로 변했다. 빌바오 시와 비스카야 주정부, 바스크 지방 정부는 미래 도시가 살 수 있는 길은 '문화 도시'라고 결론 내리고. 민간과 합심해 죽어가는 네르비온 강을 되살리고 빌바오를 세계에서 가장 아름다운 도시로 되살리기로 했다. 뉴욕 구겐하임 미술관 분원을 유치하자는 계획을 세웠다. 빌바오 시는 공장 창고였던 미술관 용지 2만2000㎡를 무상으로 제공했다. 1억3200만 유로(약 2064억 원)에 이르는 비용도 모두 부담했다. 처음에는 위험한 도박이라는 의견이 적지 않았다. 10년이 지난 요즘 구겐하임 미술관은 도시의 자부심이 됐다. 빌바오 시는 네르비온 강 양 편에 남아있는 공장 건물을 세계적인 건축물로 계속 리모델링할 계획이다. 장기적으로는 시의 일정 구역을 '스페인의 맨해튼' 같은 금융 중심지로 육성할 계획이다. 빌바오 시의 변신은 이제 시작한 셈이다.

8) 스위스

① 스위스의 소도시 거리풍경은 어느 나라보다도 규제나 통제와는 관계없이 자연발생적으로 주민이 참여하여 역사와 지역성을 반영한 아름다운 거리 풍경을 가지고 있다. 스위스의 소도시 거리에서는 자연을 배경으로 한 계획적이지 않는 지역주민의 소박하고 아름다운 마음을 볼 수 있다. 자신의 주변에 꽃을 가꾸고 이를 밖에서 볼 수 있도록 테라스와 문 앞에 두는 모습을 볼 수 있는데, 담장이나 울타리에 자연스럽게 피어 있는 꽃이나 식물들은 자연스러움 그 자체이다. 최근의 도시 조성에는 지역의 부흥과 쾌적한 환경이라는 말이 잘 사용된다. 사람들은 생활의 질이 향상됨에 따라 그 자체에 만족하는 것이 아니고, 일상생활 공간 안에서 지속되는 거주지의 좋은 점이나 새로운 가치를 발견하는 것에서 진정한 풍요로움을 느끼고 싶어 한다. '생활의 질'은 경제적 수입만이 아니라 도시의 거주지와 여가 선용을 위한 '도시 분위기'에 의해서 평가된다. 풍요로움, 편리함, 주거생활, 편안함, 쾌적함 등 정의하기 어려운 '도시 분위기' 조성에 도시가 옛날에 버렸던 자연이나 흙의 냄새

에 둘러싸인 ‘고향’이라는 이미지가 오늘날 다시 요구되고 있는 것이다. 예컨대 도시에서 계절감의 연출을 위해 흙냄새가 나는 옛 고향 이미지가 나도록 일부 한정된 공간에 자연을 끼워 넣어 시각적인 것으로 만들어 내기도 한다. 더욱이 도시의 성숙화가 진행되고 지구 규모의 환경문제가 국제적 과제로 되고 있다. 이러한 상황 속에서 도시의 숲은 환경보전, 방재, 레크레이션, 경관 등 시점이 다른 여러 각도에서 그 중요성이 재평가 되고 있다.

도시에는 공원, 도로, 수변, 빌딩사이드, 주택지 등 용도나 스케일이 다른 다양한 숲이 혼재하고 있다. 각각의 숲을 아름답고, 기능적으로 디자인함과 동시에 지역적인 확대를 가진 도시의 시점에서 숲을 재인식하고, 구조적으로 또는 볼거리를 위한 숲의 네트워크(net-work)를 형성하는 것이 중요하다. 스위스는 공공공간은 주민에 의한 자발적이며, 지역풍토를 반영한 연속성을 가진 시간과 자연과 인공이 조화를 이루는 좋은 사례이다.⁷²⁾

4.4 소결

20세기가 국가 간 경쟁의 시대였다면 21세기는 도시 간 경쟁의 시대다. 국가 간 경쟁의 시대에는 경제가 발전하면 자연스럽게 문화가 꽃피게 된다는 견해가 지배적이었다. 이제는 도시가 문화적인 매력을 갖지 않는 한 기업의 투자는 물론이고 창조적인 인력을 유치하기 어려운 시대이다. 성공한 도시를 잘 관찰하면 도시만의 고유한 매력을 잘 간직하면서도 관용성과 개방성의 문화를 갖고 있음을 알게 된다. 최근 부상하는 창조도시는 지역의 잠재능력에 대한 재평가와 함께 문화와 경제의 선순환 구조를 정착시키는 데 정책의 최우선 순위를 둔다. 창조경제 시대를 본격적으로 주도하는 도시는 아시아에서 서울, 도쿄, 홍콩, 싱가포르, 베이징, 상하이, 등인데 창조성을 둘러싼 경쟁이 본격화되고 있다. 문화를 원천으로 고부가가치를 창출하고 도시의 경쟁력을 높이려는 서울의 컬처노믹스(Culturenomics)전략 역시 도시 간 경쟁의 산물이다. ‘글로벌 톱10 도시’의 달성을 목표로 하는 ‘서울 컬처노믹스’가 성공을

72) 홍철순 : 정한수 『도시에 활기를 주는 생활환경디자인,1 :공공디자인(public design)의 사례를 중심으로』 논문집 제30집 pp.31-41 경남정보대학 (2002.05) 2002.05.30

거두기 위해서는 자기 도시만의 고유한 색깔을 찾는 작업에서 출발해야 한다. “그것이 좋든 싫든, 과거의 기억을 지우지 않는 것에서 출발할 필요가 있다”는 창조도시의 대가 ‘찰스 랜드리’의 주장에 귀 기울일 필요가 있다. 창조도시가 던지는 메시지는 시민의 열린 마음과 상상력에 불을 지피는 데 있다. 도시가 가진 최대의 자원은 토지도, 자본도, 단순 노동도 아니라 시민이 가진 지성과 재능과 열망과 동기와 창조성이다. 지역부존자원에 대한 생각을 근본적으로 바꾸는 일이야말로 창조도시의 출발이다. 도시의 창조성을 기르기 위해서는 우선 창조의 장을 마련할 필요가 있다. 예술가를 위한 창조공간을 마련해서 다양한 배경을 가진 사람이 자유롭게 커뮤니케이션하도록 만들어야 한다. 외국의 사례에서 보듯이, 낡은 공장 같은 유휴 시설의 창조적인 활용은 예술적 창조성을 공간적으로 확대하는 데 중요한 역할을 수행한다. 창조적인 인력을 유치할 수 있는 환경의 조성 역시 창조도시의 필수조건이다. 창조적인 인력은 지역을 선택할 때 자신의 생활양식에 부합하는 지역으로 이동하는 경향을 갖는다. 이들은 삶의 현장 곳곳에서 흥미와 상상력을 불러일으키는 도시를 선호한다. 특히 다양성과 관용성과 개방성을 가진 도시를 환영한다.

뉴욕은 문예예술로 끌어들이는 관광객이 1년에 4600만 명에 이르며 연 212억 달러의 경제효과를 창출한다. 이렇듯 ‘문화가 돈이 되는 시대’가 되었다. 하지만 전제가 있다. 시민이 삶의 현장 곳곳에서 ‘생활의 예술화’를 통해 자신의 주변 지역을 바꾸는 데 동참할 때만 가능하다. 문화란 예술가와 문화산업 영역에만 머물지 않고 시민의 삶의 현장과 함께한다는 점을 인식해야 컬처노믹스의 성장 과실이 도시 전체로 파급될 것이다. 공공디자인은 한마디로 창의적이고 쾌적한 삶의 공간을 만들어 국가브랜드를 높이기 위한 노력인 것이다.

제5장. 공공디자인 평가척도어 추출

5.1 분석방법 개요

5.1.1 설문대상자 선정

1) 1차 설문조사

(1) 조사내용

본 연구를 위하여 공공디자인물에 대한 형태와 공간에 관한이미지 언어인 평가척도어는 주요어휘목록중 1차에 걸친 예비조사를 통하여 90개의 예비 평가척도어를 추출하고 이를 전문가집단 예비 설문조사를 통하여 공공디자인 평가시 적용가능한 척도어 32개를 추출하였다.

(2) 조사기간

2008년3월28일부터 2008년4월11일까지(총15일간)

(3) 조사집단

전문가집단의 예비 설문조사는 실내디자인전공 교수3인, 제품디자인전공 교수2인, 시각디자인전공 교수3인, 디자인전문회사디자이너2인, 디자인전공 박사과정2인 총인원12인을 대상으로 실시하였다.

2) 2차 설문조사

(1) 조사내용

전문가집단 심층면접 설문조사로써 1차 전문가집단 예비 설문조사를 통하여 공공디자인 평가척도어로 17개의 평가 예비척도어를 추출하였다. 추출된 예비평가 척도어는 공공디자인 8개의 영역별 소분류 특성에 적합한 각영역별로 다섯 개의 예비척도어로 추출하였다. 이를 통하여 공공디자인의 방대한 범위와 그 가름할 수 없는 한계에 근접하고자 하였다.

(2) 조사기간

2008년9월1일부터 2008년9월20일까지(총20일간)

(3) 조사집단

전문가집단의 심층면접 설문조사는 유관공무원3인, 실내디자인 교수6인, 제품디자인 교수2인, 시각디자인전공 교수3인, 디자인전문회사 디자이너5인, 디자인전공 박사과정3인, 디자인전공 석사과정5인, 디자인전공 학부생5인 총 인원 32인을 대상으로 실시하였다.

3) 3차 설문조사**(1) 조사내용**

전문가집단과 비전문가 집단 설문조사로써 ① 일반사항 ② 제도와 정책적 측면 ③디자인적 측면 ④교육·사회·문화적 측면 ⑤ 제2차 전문가집단 심층면접 설문조사를 통하여 국내·외별 공공디자인 8개의 영역별 소분류 특성에 적합한 각 영역별로 다섯 개의 예비척도어를 추출하였다 이를 분석하여 추출된 2차 척도어중 반복되는 상위순서 7개의 척도어를 선정하였다.

(2) 조사기간

2008년12월10부터 2009년3월10일까지 (총00일간)

(3) 조사 집단

전문가집단과 비전문가 집단의 병행조사를 실시하였다.

① 먼저 전문가 집단으로는 서울과 광역시 소재의 대학교 대학원 석사 박사와 디자인전문회사와 기업의 디자인담당자 프리랜서디자이너 등 총177명을 대상으로 실시하였다.

② 비전문가 집단으로는 서울과 광역시 소재의 대학교 3~4학년과 외국의 출입국이 많은 경기도 성남시 분당구 에 거주하는 일반시민 을 선정하였다.

회수한 설문지 가운데 불성실한 설문지 20여장을 제외한183명의 평가 실험결과를 분석의 자료로 사용하였다. 전문가집단 177명, 비전문가집단 183명, 총합계 360명을 대상으로 실시하였다.

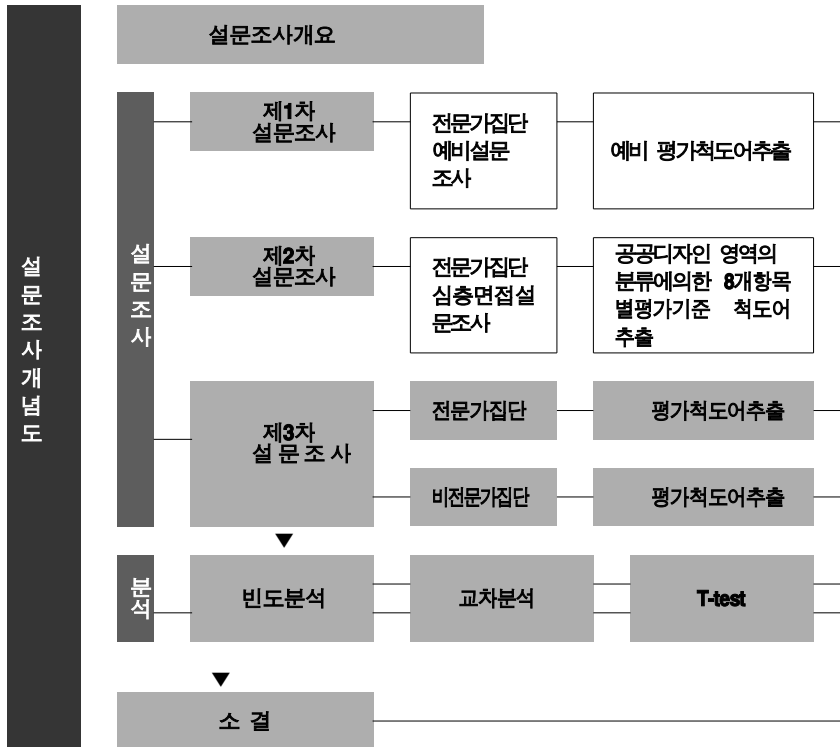


그림5-1 설문조사 개념도

5.1.2 분석방법

본 연구에서 수집된 자료는 통계프로그램인 SPSS/Win 12.0을 사용하여 다음과 같이 분석하였다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 공공디자인에 대한 제도와 정책적 측면, 디자인 측면, 교육·문화·사회적 측면에서의 전문가 집단과 비전문가 집단의 인식을 살펴보기 위하여

교차분석을 실시하였다.

셋째, 국내·외 사례를 바탕으로 한 공공디자인 평가척도어 추출을 위해 교차분석을 실시하였다.

넷째, 국내·외 사례를 바탕으로 한 공공디자인 평가척도어 성향으로 본 선호도 조사를 위해 t-test를 실시하였다.

이상과 같은 분석은 모두 유의수준 $p < .05$, $p < .01$, $p < .001$ 에서 검증하였다.

5.2 분석결과

5.2.1 설문조사 분석

1) 제1차 전문가집단 예비 설문분석

(1) 조사대상자의 일반적 특성

본 연구 1차 전문가 집단의 일반적 특성을 살펴보면 다음 표<5-1>과 같다. 먼저 성별로는 남자 58.3%(7명), 여자 41.7%(5명)로 남자가 다소 많았다. 연령별로는 40대가 33.3%(4명), 50대가 66.7%(8명)로 50대가 다소 많았으며, 20대나 60대는 없었다. 디자인 관련 실무 근무기간별로는 20년 이상이 전체의 50.0%(8명)로 가장 많았으며, 다음으로 10-15년 33.3%(4명), 30년 이상 16.7%(2명)의 순이었다. 종사 디자인 분야는 환경디자인이 전체의 41.7%(5명)로 가장 많았으며, 다음으로 시각디자인 33.3%(4명), 산업디자인 25.0%(3명)의 순이었다.

[표 5-1] 전문가 집단의 일반적 특성

구 분		빈 도	비율(%)
성별	남	7	58.3
	여	5	41.7
연령	20대	0	0.0
	30대	0	0.0
	40대	4	33.3
	50대	8	66.7
	60대 이상	0	0.0
	60대 이상	0	0.0
근무기간	1-5년	0	0.0
	5-10년	0	0.0
	10-15년	4	33.3
	20년 이상	6	50.0
	30년 이상	2	16.7

종사 디자인 분야	시각디자인	4	33.3
	산업디자인	3	25.0
	환경디자인	5	41.7
	디지털디자인	0	0.0
	패션/섬유디자인	0	0.0
	공예디자인	0	0.0
	기타	0	0.0

(2) 공공디자인에 대한 인식

본 연구에서는 전문가 집단의 공공디자인에 대한 인식을 살펴보았는데, 그 결과는 다음 <표 5-2>와 같다.

먼저 전문가 집단의 국가경쟁력에 있어 공공디자인의 중요성에 대한 인식을 살펴보면 '매우 중요하다'라는 응답이 83.3%(10명), '중요하다'라는 응답이 16.7%(2명)로 응답자 모두 공공디자인이 국가 경쟁력에 있어 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다. 다음으로 전문가 집단의 한국의 공공디자인 경쟁력 수준에 대한 인식을 살펴보면 '아주 낙후되어있다'라는 응답이 66.7%(8명), '낙후되어있다'라는 응답이 33.3%(4명)로 응답자 모두 낙후되어있다고 생각하는 것으로 나타났다. 우리나라의 공공도덕과 국민의 윤리는 어느 정도 수준이라고 생각하는지에 대해 살펴보면 '낙후되어있다'라는 응답이 58.3%(7명), '아주 낙후되어있다'라는 응답이 41.7%(5명)로 응답자 모두 낙후되어있다고 생각하는 것으로 나타났다. 공공디자인 발전을 위해 가장 시급한 문제에 대해서는 철학적 요인이 전체의 41.7%(5명)로 가장 많았으며, 다음으로 교육적 요인 33.3(4명), 제도적 요인 25.0%(3명)의 순으로 나타났다.

[표 5-2] 공공디자인에 대한 인식

구 분		빈 도	비율(%)
공공디자인 중요성	매우 중요하다	10	83.3
	중요하다	2	16.7
	중요하지 않다	0	0.0
	매우 중요하지 않다	0	0.0
한국의 공공디자인 수준	아주 낙후되어 있다	8	66.7
	낙후되어 있다	4	33.3
	보통이다	0	0.0

한국의 공공도덕과 국민의 윤리 수준	선진국 수준이다	0	0.0
	잘 모르겠다	0	0.0
	아주 낙후되어 있다	5	41.7
	낙후되어 있다	7	58.3
	보통이다	0	0.0
	선진국 수준이다	0	0.0
	잘 모르겠다	0	0.0
공공디자인 발전을 위해 시급한 문제	인적요인	0	0.0
	질적요인	0	0.0
	제도적 요인	3	25.0
	교육적 요인	4	33.3
	철학적 요인	5	41.7
전 체	12	100.0	

(3) 공공디자인 평가 예비척도어

본 연구에서는 공공디자인 사례조사를 통한 사진 이미지 자료를 토대로 전문가에게 본 연구자가 추출한 공공디자인 평가기준을 제시하고 이를 통해 공공디자인 평가기준을 위한 척도어를 무제한 추출하도록 하여 다음 <표 5-3>과 같은 예비 척도어를 추출하였다.

즉 전문가 집단 12명이 무제한 추출한 예비척도어 가운데 전문가의 70이상인 9명 이상의 전문가가 선정한 예비척도어 17개를 추출하였다. 선정된 예비척도어는 식별성, 심미성, 관리성, 장소성, 안전성, 문화성, 명료성, 조화성, 주목성, 일관성, 적합성, 가독성, 전달성, 연속성, 소통성, 친환경성, 상징성 등이다.

[표 5-3] 공공디자인 평가 예비척도어

문 항	빈 도	비 율
식별성	12	5.2
심미성	9	5.6
기능성	2	1.3
조형성	5	3.1
필요성	6	3.8
관리성	9	5.6
장소성	10	6.3
안전성	11	6.9
문화성	9	5.6
명료성	10	6.3
조화성	12	7.5
주목성	10	6.3
예술성	3	1.9

간결성	2	1.3
일관성	9	5.6
접근성	6	3.8
적합성	9	5.6
목적성	6	3.8
실용성	1	0.6
통일성	4	2.5
대조성	1	0.6
가독성	9	5.6
인지성	5	3.1
시사성	3	1.9
전달성	10	6.3
방향성	3	1.9
공간성	5	3.1
친밀성	6	3.8
연속성	9	5.6
소통성	12	7.5
친환경성	11	6.9
상징성	10	6.3
기타(전통성)	2	1.3
계	231	100.0

예 비 평 가 척 도 어	1. 식별성	▶	다른 공공디자인물과 확연히 식별이 가능한가
	2. 심미성	▶	아름다운 외형과 디자인을 가지고있는가
	3. 기능성	▶	주어진 조건을 충족시킬 가능성을 가지고 있는가
	4. 조형성	▶	조형원리를 반영하였는가
	5. 필요성	▶	없어서는 안 될 꼭 필요성이 있는가
	6. 관리성	▶	유지 관리 보수가 용이한가
	7. 장소성	▶	적절한 위치에 정확하게 자리하였는가
	8. 안정성	▶	위험한 요소는 없는가
	9. 문화성	▶	인간중심적인 도덕 친절 윤리가 반영되었는가
	10. 명료성	▶	복잡하지 않고 간단 명료한가
	11. 조화성	▶	주위의 공공디자인물과 잘 조화되는가
	12. 주목성	▶	시선을 집중시키는가
	13. 예술성	▶	차별화된 감성이 바탕하였는가
	14. 간결성	▶	간단하고 깔끔한가
	15. 일관성	▶	유사한 요소들이 하나로 통합되었는가
	16. 접근성	▶	접근이 용이한가
	17. 적합성	▶	요구하는 목적에 적절한가
	18. 목적성	▶	요구하는 목적이 분명한가
	19. 실용성	▶	사용하기 용이한가
	20. 통일성	▶	일괄성이 있으며 통합되어 있는가
	21. 대조성	▶	다른 공공디자인물과 대비되어 있는가
	22. 가독성	▶	쉽고 빠르게 읽히는가
	23. 인지성	▶	잘 이해되며 적용하기 쉬운가
	24. 시사성	▶	알려지는 기능이 분명한가
	25. 전달성	▶	잘 전달되는가
	26. 방향성	▶	의도하는 방향이 잘 표현 되었는가
	27. 공간성	▶	너무 크거나 작지않게 공간감은 적절한가
	28. 친밀성	▶	조화롭고 주위의 공공디자인물과 친화적인가
	29. 연속성	▶	반복적인 유도가 이루어 지는가
	30. 소통성	▶	인간과 공공디자인물간의 커뮤니케이션이 원활한가
	31. 친환경	▶	환경친화적 아이템과 재료를 사용하였는가
	32. 상징성	▶	국가와 지역을 나타낼 수 있는 상징요소가 있는가
	33. 기타	▶	기타

그림5-2 공공디자인에 관한 예비척도어

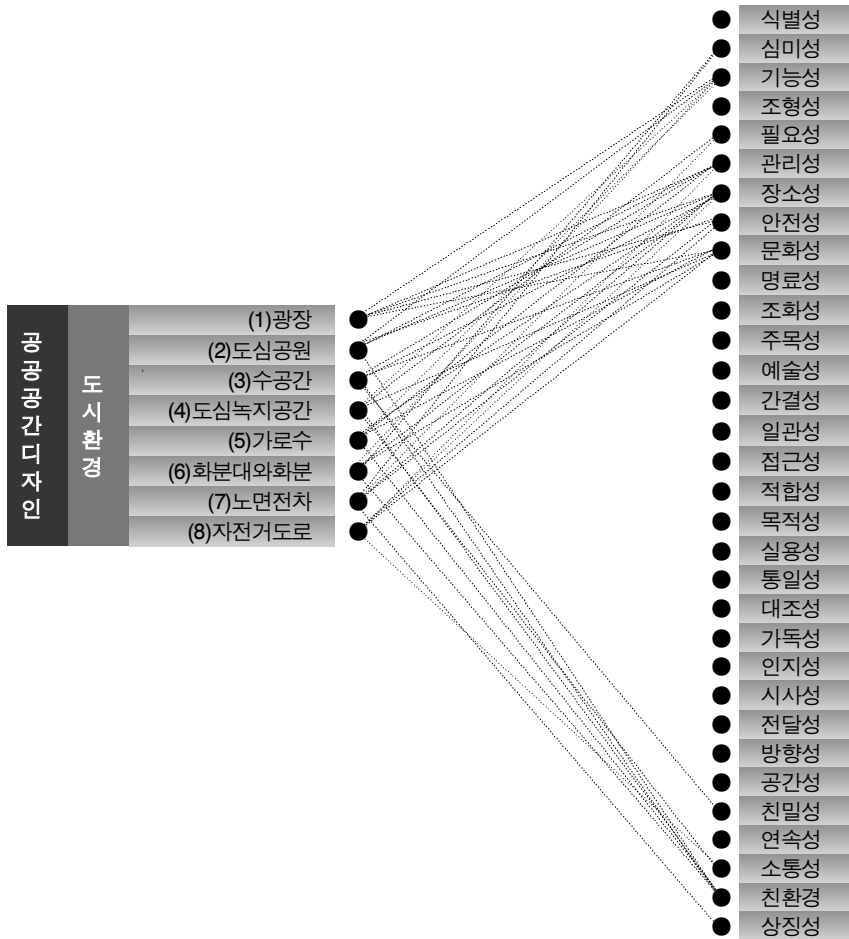


그림5-3 도시환경 디자인평가 선호척도어 선정구성도
(제1차 전문가집단 설문조사)

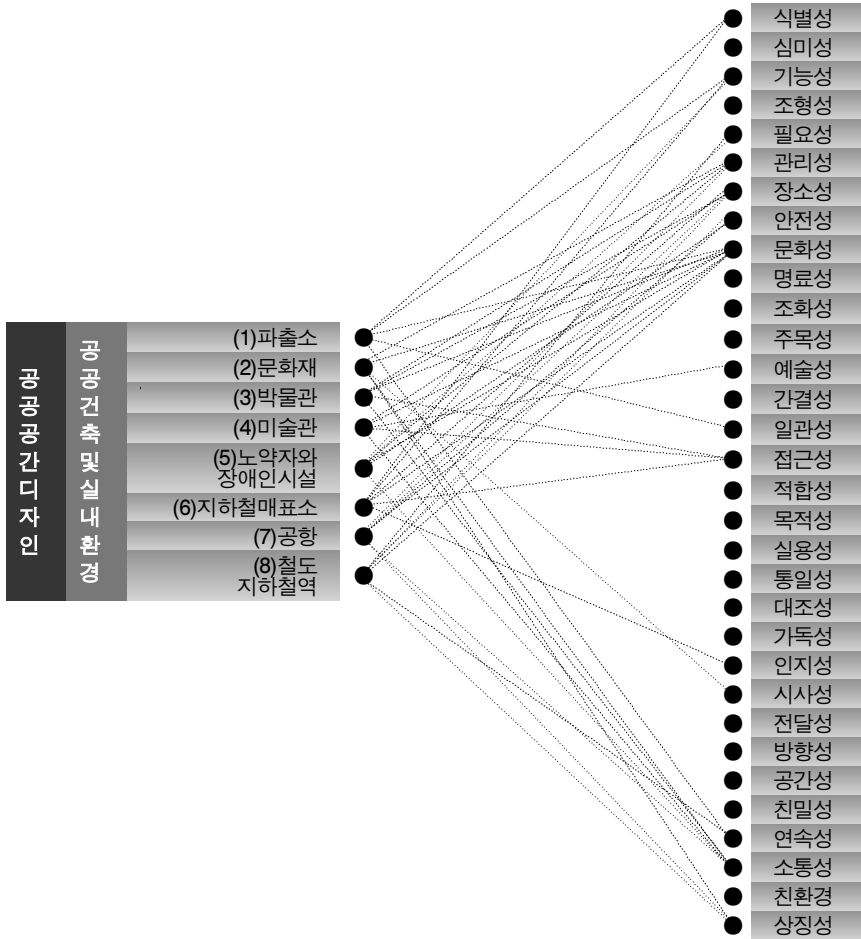


그림5-4 공공건축 및 실내환경 디자인평가 선호척도어 선정구성도
(제1차 전문가집단 설문조사)

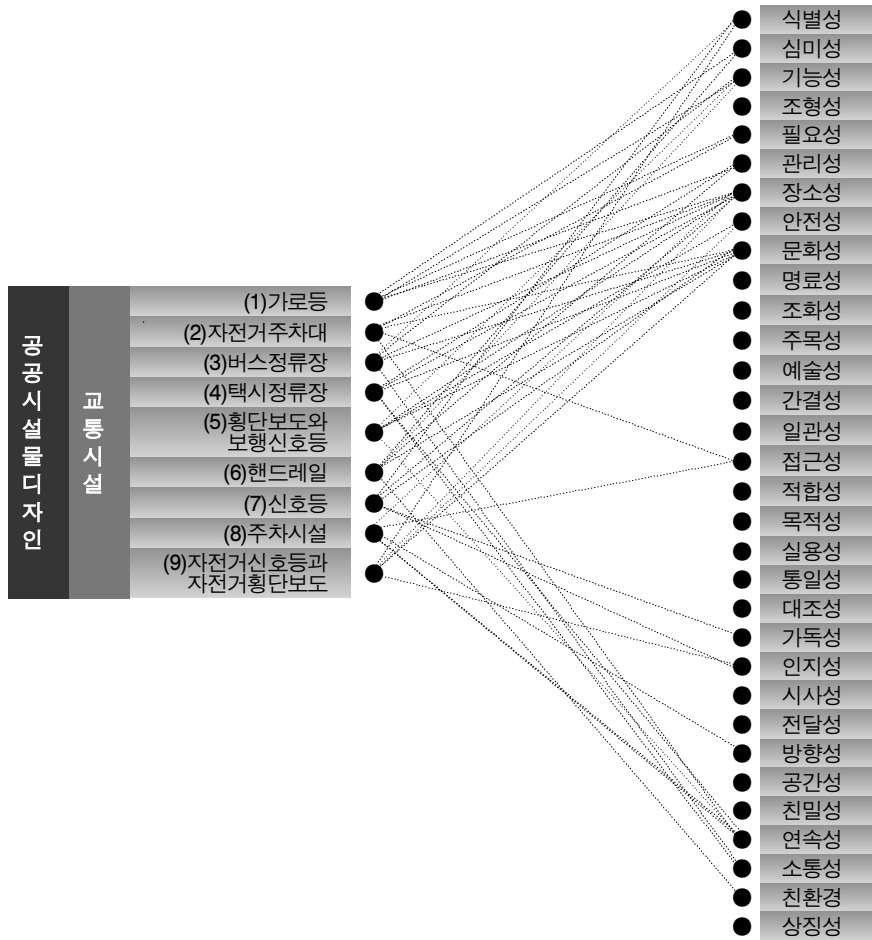


그림5-5 교통시설 디자인평가 선호척도어 선정구성도
(제1차 전문가집단 설문조사)

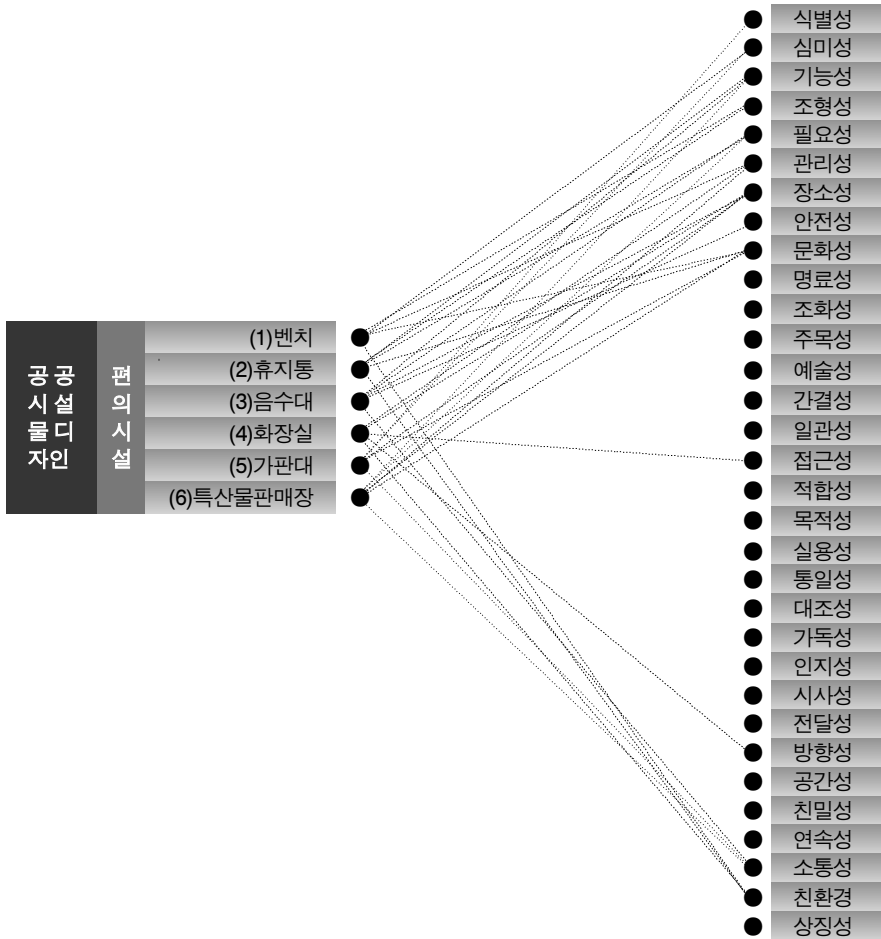


그림5-6 편의시설 디자인평가 선호척도어 선정구성도
(제1차 전문가집단 설문조사)

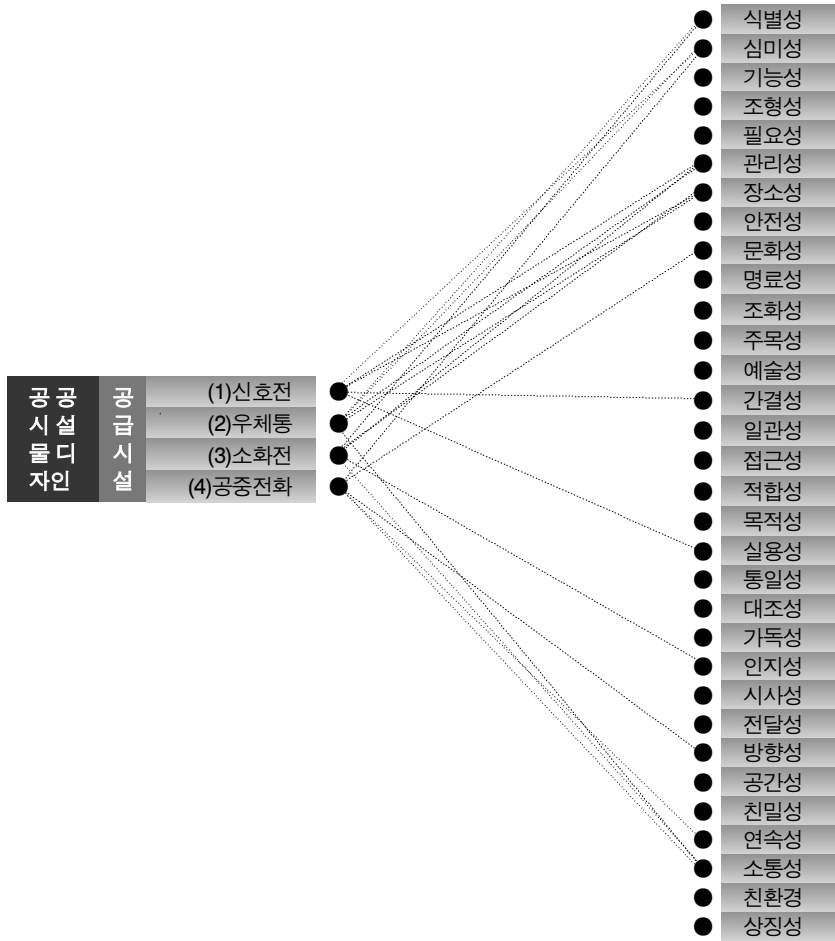


그림5-7 공급시설 디자인평가 선호척도어 선정구성도
(제1차 전문가집단 설문조사)

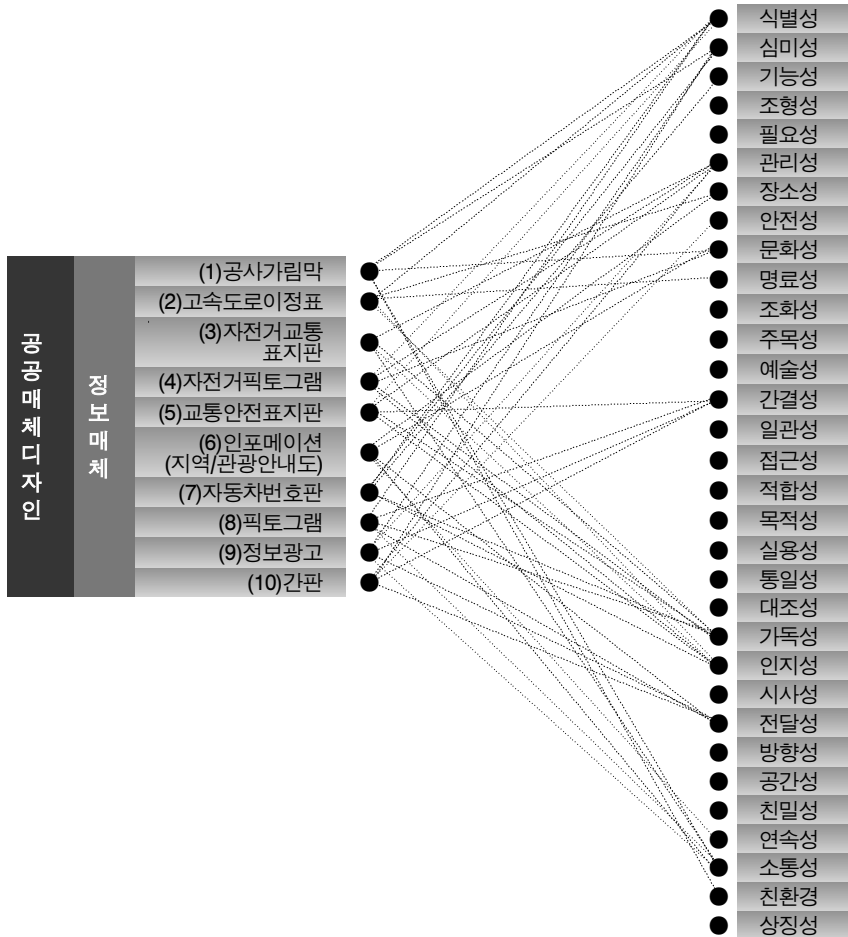


그림5-8 정보매체 디자인평가 선호척도어 선정구성도
(제1차 전문가집단 설문조사)

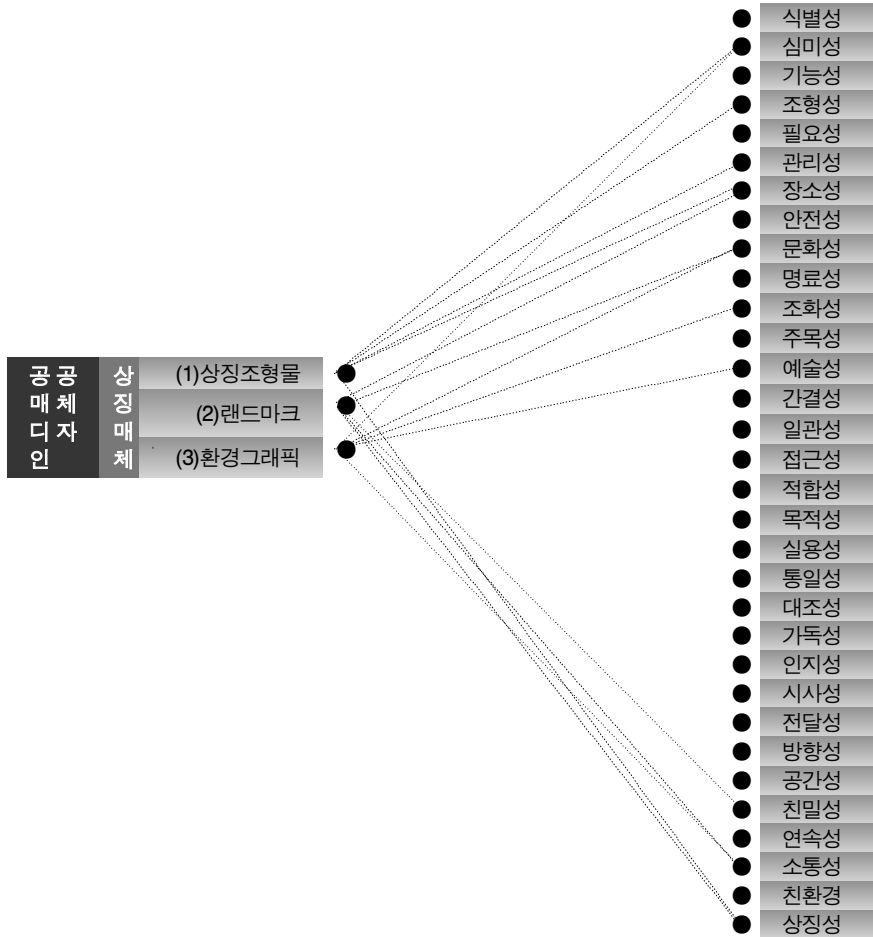


그림5-9 상징매체 디자인평가 선호척도어 선정구성도
(제1차 전문가집단 설문조사)

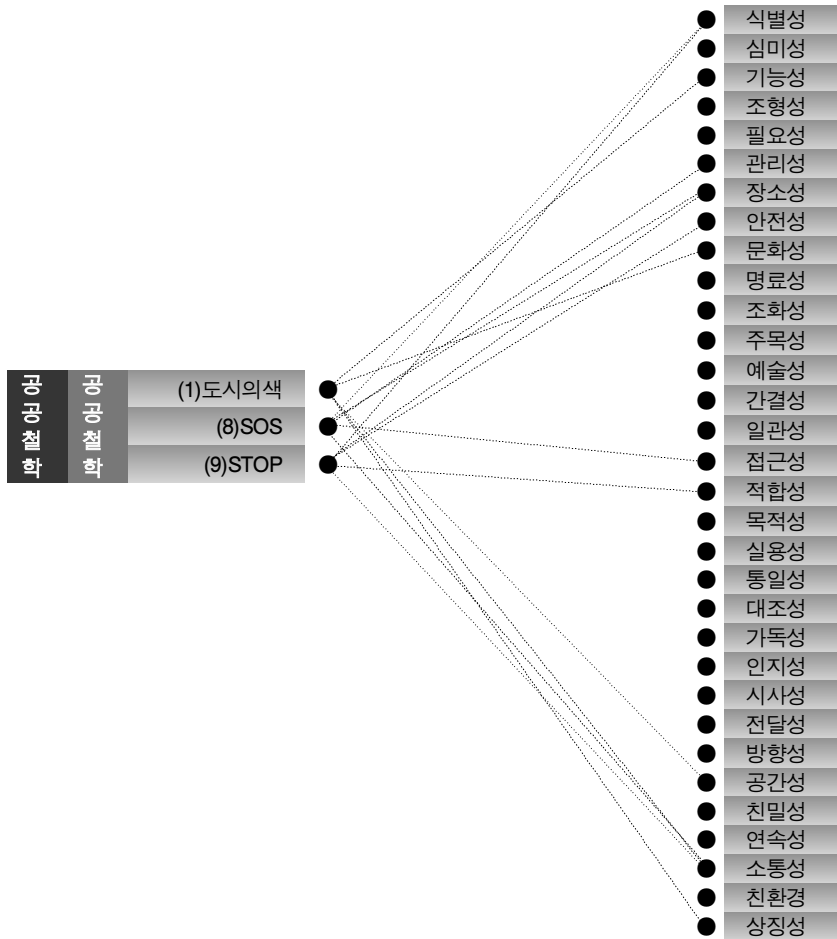


그림5-10 공공철학 디자인평가 선호척도어 선정구성도
(제1차 전문가집단 설문조사)

2) 제2차 전문가집단 심층면접 설문분석

(1) 조사대상자의 일반적 특성

본 연구의 2차 전문가 집단 의 일반적 특성을 살펴보면 다음 [표5-4]와 같다. 먼저 성별로는 남자 40.6%(13명), 여자 59.4%(19명)로 여자가 다소 많았다. 연령별로는 20대가 40.6%(13명)로 가장 많았으며, 다음으로 40대 28.1%(9명), 30대 18.8%(6명), 50대 12.5%(4명)의 순으로 나타났다. 디자인 관련 실무 근무기간별로는 10-15년이 전체의 32.0%(8명)로 가장 많았으며, 다음으로 20년 이상 28.0%(7명), 5-10년 24.0%(6명), 1-5년 12.0%(3명), 30년 이상 4.0%(1명)의 순이었다. 직업별로는 교수가 전체의 43.8%(14명)로 가장 많았으며, 다음으로 디자인 전공학생 25.0%(8명), 기업디자이너 15.6%(5명), 디자인전문회사 디자이너 9.4%(3명), 프리랜서 6.3%(2명)의 순이었다. 거주지별로는 서울이 전체의 46.9%(15명)로 가장 많았으며, 다음으로 수도권도시/중소도시 31.3%(10명), 광역시 21.9%(7명)의 순이었다. 종사 디자인 분야는 환경디자인이 전체의 43.8%(14명)로 가장 많았으며, 다음으로 시각디자인과 산업디자인 각 18.8%(각 6명), 기타 9.4%(3명), 공예디자인 6.3%(2명), 디지털디자인 3.1%(1명)의 순이었다. 방문국가수별로는 10개국 이하 전체의 43.8%(14명)로 가장 많았으며, 다음으로 5개국 37.5%(12명), 30개국 이상 15.6%(5명), 미방문 3.1%(1명)의 순이었다.

[표 5-4] 전문가 집단의 일반적 특성

구분		빈도	비율(%)
성별	남	13	40.6
	여	19	59.4
연령	20대	13	40.6
	30대	6	18.8
	40대	9	28.1
	50대	4	12.5
	60대 이상	0	0.0
근무기간	1-5년	3	12.0
	5-10년	6	24.0
	10-15년	8	32.0
	20년 이상	7	28.0

	30년 이상	1	4.0
직업	디자인 전공학생	8	25.0
	교수	14	43.8
	기업디자이너	5	15.6
	디자인 전문회사 디자이너	3	9.4
	프리랜서	2	6.3
거주지	서울	15	46.9
	광역시	7	21.9
	수도권도시/중소도시	10	31.3
종사 디자인 분야	시각디자인	6	18.8
	산업디자인	6	18.8
	환경디자인	14	43.8
	디지털디자인	1	3.1
	패션/섬유디자인	0	0.0
	공예디자인	2	6.3
	기타	3	9.4
방문 국가수	없다	1	3.1
	5개국	12	37.5
	10개국	14	43.8
	30개국 이상	5	15.6
	50개국 이상	0	0.0

(2) 공공디자인에 대한 인식

본 연구에서는 전문가 집단의 공공디자인에 대한 인식을 살펴보았는데, 그 결과는 다음 [표 5-5]와 같다.

먼저 전문가 집단의 한국의 공공디자인 수준에 대한 인식을 살펴보면 '아주 낙후되어있다'라는 응답이 66.7%(21명), '낙후되어있다'라는 응답이 34.4%(11명)로 응답자 모두 낙후되어있다고 생각하는 것으로 나타났다. 전문가 집단의 국가경쟁력에 있어 공공디자인의 중요성에 대한 인식을 살펴보면 '매우 중요하다'라는 응답이 90.6%(29명), '중요하다'라는 응답이 9.4%(3명)로 응답자 모두 공공디자인이 국가 경쟁력에 있어 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다. 우리나라의 공공도덕과 국민의 윤리는 어느 정도 수준이라고 생각하는지에 대해 살펴보면 '아주 낙후되어있다'라는 응답이 56.3%(18명)로 가장 많았으며, 다음으로 '낙후되어있다' 37.5%(12명), '선진국 수준이다' 6.3%(2명)의 순으로 나타나 응답자의 대부분이 낙후되어있다고 생각하는 것으로 나타났다. 공공디자인 발전을 위해 가장 시급한 문제에 대해서는 철학적 요인이 전체의 43.8%(14명)로 가장 많았으며, 다음으로 교육적 요인 31.3%(10명), 제도적 요인 25.0%(8명)의 순으로 나타났다. 위의 질문에서 철학적 요인을 바탕

으로 한 척도어 개발에 대해서는 문화성 57.1%(8명), 도덕성 42.9%(6명)으로 나타났다. 공공디자인 관련 유관기관 및 공무원의 디자인교육 필요성에 대해서는 '절실히 필요하다'라는 응답이 81.2%(26명), '절실히 필요하다'라는 응답이 18.8%(6명)로 응답자 모두 절실히 필요하다고 응답하였다. 공공디자인 정책 주관 정부기구의 위상에 대해서는 기타가 50.0%(16명)로 가장 많았으며, 다음으로 주무부처 장관직속 34.4%(11명), 각 지방자치 15.6%(5명)의 순이었다. 공공디자인 주무부처에 대해서는 행정자치부가 전체의 34.4%(11명)로 가장 많았으며, 다음으로 문화관광부 25.0%(8명), 건설교통부 21.9%(7명), 산업자원부 18.8%(6명)의 순이었다.

[표 5-5] 공공디자인에 대한 인식

구 분		빈 도	비율(%)
한국의 공공디자인 수준	아주 낙후되어 있다	21	65.6
	낙후되어 있다	11	34.4
	보통이다	0	0.0
	선진국 수준이다	0	0.0
	잘 모르겠다	0	0.0
공공디자인 중요성	매우 중요하다	29	90.6
	중요하다	3	9.4
	중요하지 않다	0	0.0
	매우 중요하지 않다	0	0.0
한국의 공공도덕과 국민의 윤리 수준	아주 낙후되어 있다	18	56.3
	낙후되어 있다	12	37.5
	보통이다	2	6.3
	선진국 수준이다	0	0.0
	잘 모르겠다	0	0.0
공공디자인 발전을 위해 시급한 문제	인적요인	0	0.0
	질적요인	0	0.0
	제도적 요인	8	25.0
	교육적 요인	10	31.3
	철학적 요인	14	43.8
철학적인 바탕 척도어	친절성	0	0.0
	도덕성	6	42.9
	예절성	0	0.0
	문화성	8	57.1

	기타	0	0.0
디자인 교육의 필요성	절실히 필요하다	26	81.3
	필요하다	6	18.8
	필요하지 않다	0	0.0
	전혀 필요하지 않다	0	0.0
	잘 모르겠다	0	0.0
공공디자인 정책 주관 정부기구 위상	대통령 직속	0	0.0
	총리직속	0	0.0
	주무장관 직속	11	34.4
	각 지방자치	5	15.6
	기타	16	50.0
공공디자인과 관련 깊은 정부부처	문화관광부	8	25.0
	건설교통부	7	21.9
	행정자치부	11	34.4
	산업자원부	6	18.8
	환경부	0	0.0
전 체		32	100.0

(3) 공공디자인 평가 예비척도어

본 연구에서는 공공디자인 사례조사를 통한 사진 이미지 자료를 토대로 전문가에게 1차 설문조사를 통해 추출된 예비척도어를 제시하고 이를 통해 공공디자인 대분류로 공간디자인, 시설물디자인, 공공매체디자인, 공공철학으로 이를 다시 도시환경, 공공건축과 실내환경, 교통시설, 편의시설, 공급시설, 정보매체, 상징매체, 철학의 8개항목으로 소분류 하여 8개의 소분류별로 각각 공공디자인 평가기준을 위한 척도어를 5개 추출하도록 하여 예비 척도어를 추출하였다.

① 도시환경 공공디자인 예비 평가척도어

도시환경 공공디자인 평가척도어는 다음 [표 5-6]과 같이, 전문가 집단 32명이 무제한 추출한 예비척도어 가운데 전문가의 선택이 10이상인 예비척도어 5개를 추출하였다. 선정된 예비척도어는 관리성, 문화성, 조화성, 심미성, 친환경성 등이다.

[표 5-6] 도시환경 공공디자인 예비 평가척도어

문항	빈도	비율(%)
식별성	4	2.5
관리성	17	10.6
장소성	5	3.1
안전성	6	3.8
문화성	20	12.5
명료성	5	3.1
조화성	18	11.3
주목성	8	5.0
일관성	5	3.1
적합성	6	3.8
가독성	4	2.5
전달성	5	3.1
연속성	4	2.5
심미성	16	10.0
소통성	11	6.9
친환경성	18	11.3
상징성	8	5.0
계	160	100.0

② 공공건축 및 실내환경 공공디자인 예비 평가척도어

공공건축 및 실내환경 공공디자인 예비 평가척도어는 다음 [표 5-7]과 같이, 전문가 집단 32명이 무제한 추출한 예비척도어 가운데 전문가의 선택이 10이상인 예비척도어 5개를 추출하였다. 선정된 예비척도어는 장소성, 안전성, 문화성, 조화성, 친환경성 등이다.

[표 5-7] 공공건축 및 실내환경 공공디자인 예비 평가척도어

문항	빈도	비율(%)
식별성	7	4.4
관리성	4	2.5
장소성	18	11.3
안전성	25	15.6
문화성	16	10.0
명료성	4	2.5
조화성	29	18.1
주목성	6	3.8
일관성	4	2.5

적합성	3	1.9
가독성	5	3.1
전달성	4	2.5
연속성	2	1.3
심미성	4	2.5
소통성	3	1.9
친환경성	23	14.4
상징성	3	1.9
계	160	100.0

③ 교통시설 공공디자인 예비 평가척도어

교통시설 공공디자인 예비 평가척도어는 다음 [표 5-8]과 같이, 전문가 집단 32명이 무제한 추출한 예비척도어 가운데 전문가의 선택이 10이상인 예비척도어 5개를 추출하였다. 선정된 예비척도어는 식별성, 안전성, 문화성, 가독성, 전달성 등이다.

[표 5-8] 교통시설 공공디자인 예비 평가척도어

문항	빈도	비율(%)
식별성	18	11.3
관리성	3	1.9
장소성	4	2.5
안전성	19	11.9
문화성	17	10.6
명료성	8	5.0
조화성	6	3.8
주목성	8	5.0
일관성	9	5.6
적합성	6	3.8
가독성	20	12.5
전달성	26	16.3
연속성	4	2.5
심미성	3	1.9
소통성	9	5.6
친환경성	0	0.0
상징성	0	0.0
계	160	100.0

④ 편의시설 공공디자인 예비 평가척도어

편의시설 공공디자인 예비 평가척도어는 다음 [표 5-9]와 같이, 전문가 집단 32명이 무제한 추출한 예비척도어 가운데 전문가의 선택이 10이상인 예비척도어 5개를 추출하였다. 선정된 예비척도어는 관리성, 문화성, 심미성, 소통

성, 친환경성 등이다.

[표 5-9] 편의시설 공공디자인 예비 평가척도어

문 항	빈 도	비 율(%)
식별성	6	3.8
관리성	28	17.5
장소성	14	8.8
안전성	15	9.4
문화성	22	13.8
명료성	0	0.0
조화성	6	3.8
주목성	2	1.3
일관성	0	0.0
적합성	3	1.9
가독성	1	0.6
전달성	0	0.0
연속성	5	3.1
심미성	16	10.0
소통성	20	12.5
친환경성	19	11.9
상징성	3	1.9
계	160	100.0

⑤ 공급시설 공공디자인 예비 평가척도어

공급시설 공공디자인 예비 평가척도어는 다음 [표 5-10]과 같이, 전문가 집단 32명이 무제한 추출한 예비척도어 가운데 전문가의 선택이 10이상인 예비척도어 5개를 추출하였다. 선정된 예비척도어는 관리성, 장소성, 문화성, 조화성, 적합성 등이다.

[표 5-10] 공급시설 공공디자인 예비 평가척도어

문 항	빈 도	비 율(%)
식별성	4	2.5
관리성	25	15.6
장소성	19	11.9
안전성	12	7.5
문화성	22	13.8
명료성	0	0.0
조화성	18	11.3
주 목성	3	1.9
일관성	2	1.3

적합성	29	18.1
가독성	0	0.0
전달성	1	0.6
연속성	2	1.3
심미성	5	3.1
소통성	8	5.0
친환경성	10	6.3
상징성	0	0.0
계	160	100.0

⑥ 정보매체 공공디자인 예비 평가척도어

정보매체 공공디자인 예비 평가척도어는 다음 [표 5-11]과 같이, 전문가 집단 32명이 무제한 추출한 예비척도어 가운데 전문가의 선택이 10이상인 예비척도어 5개를 추출하였다. 선정된 예비척도어는 장소성, 명료성, 전달성, 심미성, 소통성 등이다.

[표 5-11] 정보매체 공공디자인 예비 평가척도어

문항	빈도	비율(%)
식별성	4	2.5
관리성	5	3.1
장소성	19	11.9
안전성	5	3.1
문화성	7	4.4
명료성	23	14.4
조화성	3	1.9
주목성	4	2.5
일관성	2	1.3
적합성	2	1.3
가독성	4	2.5
전달성	30	18.8
연속성	2	1.3
심미성	19	11.9
소통성	27	16.9
친환경성	3	1.9
상징성	1	0.6
계	160	100.0

⑦ 상징매체 공공디자인 예비 평가척도어

상징매체 공공디자인 예비 평가척도어는 다음 [표 5-12]와 같이, 전문가 집단 32명이 무제한 추출한 예비척도어 가운데 전문가의 선택이 10이상인 예비척도어 5개를 추출하였다. 선정된 예비척도어는 문화성, 적합성, 심미성, 소통

성, 상징성 등이다.

[표 5-12] 상징매체 공공디자인 예비 평가척도어

문항	빈도	비율(%)
식별성	2	1.3
관리성	3	1.9
장소성	7	4.4
안전성	9	5.6
문화성	25	15.6
명료성	0	0.0
조화성	10	6.3
주목성	0	0.0
일관성	0	0.0
적합성	19	11.9
가독성	3	1.9
전달성	5	3.1
연속성	0	0.0
심미성	19	11.9
소통성	16	10.0
친환경성	15	9.4
상징성	27	16.9
계	160	100.0

⑧ 공공철학 공공디자인 예비 평가척도어

공공철학 공공디자인 예비 평가척도어는 다음 [표 5-13]과 같이, 전문가 집단 32명이 무제한 추출한 예비척도어 가운데 전문가의 선택이 10이상인 예비척도어 5개를 추출하였다. 선정된 예비척도어는 관리성, 문화성, 조화성, 소통성, 친환경성 등이다.

[표 5-13] 공공철학 공공디자인 예비 평가척도어

문항	빈도	비율(%)
식별성	0	0.0
관리성	20	12.5
장소성	0	0.0
안전성	6	3.8
문화성	32	20.0
명료성	0	0.0
조화성	27	16.9
주목성	9	5.6
일관성	0	0.0

적합성	5	3.1
가독성	4	2.5
전달성	4	2.5
연속성	2	1.3
심미성	1	0.6
소통성	30	18.8
친환경성	19	11.9
상징성	1	0.6
계	160	100.0

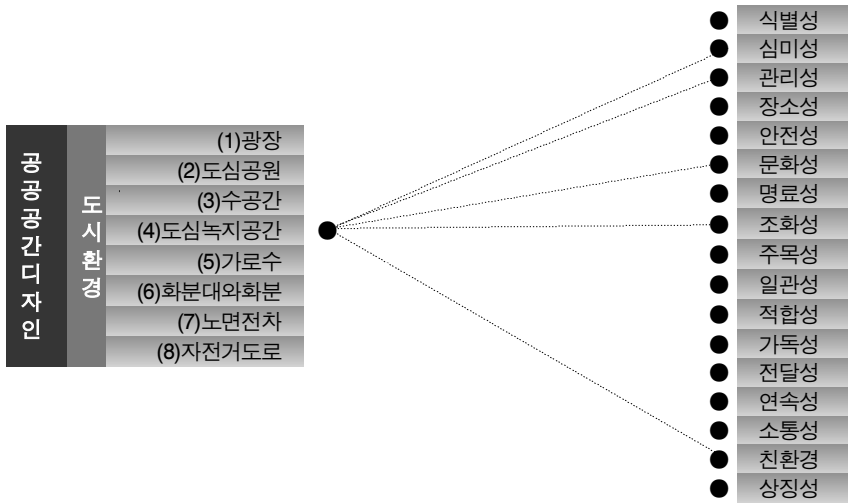


그림5-11 도시환경 디자인평가 예비척도어 선정구성도
(제2차 전문가집단 설문조사)

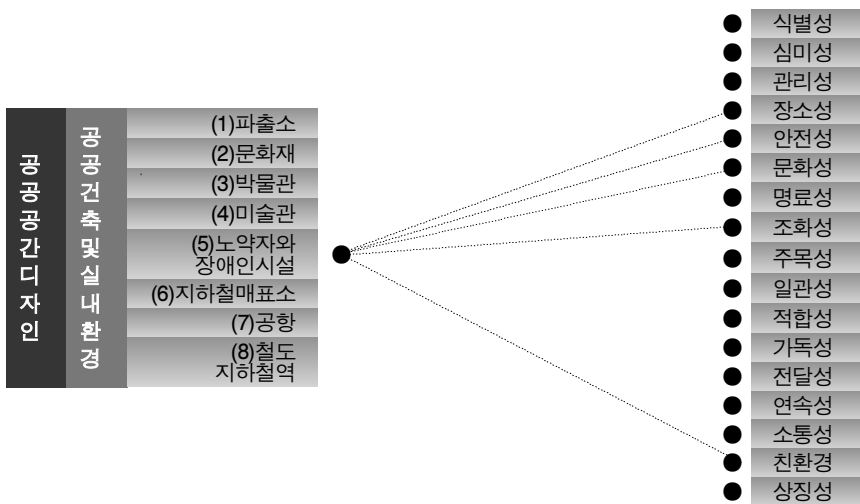


그림5-12 공공건축 및 실내환경 디자인평가 예비척도어 선정구성도
(제2차 전문가집단 설문조사)

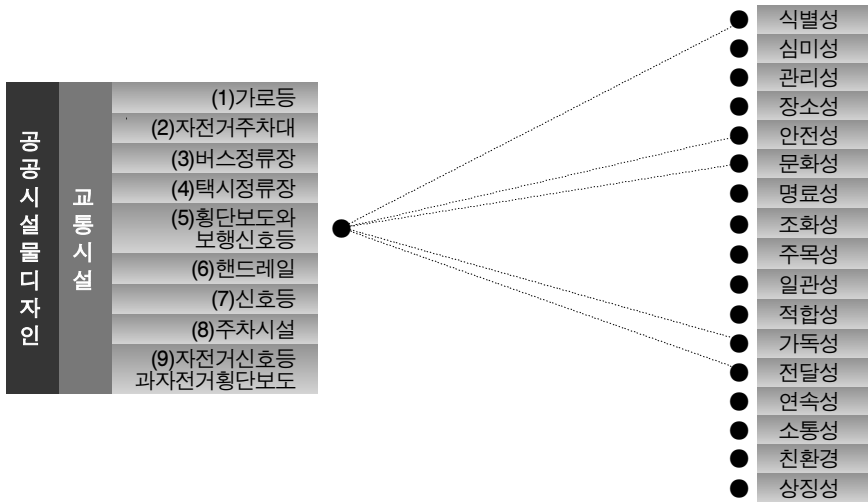


그림5-13 교통시설 디자인평가 예비척도어 선정구성도
(제2차 전문가집단 설문조사)

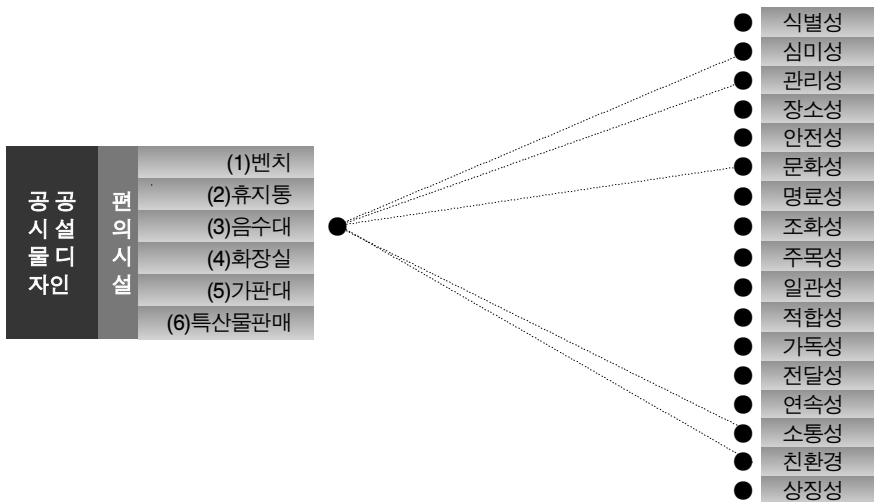


그림5-14 편의시설 디자인평가 예비척도어 선정구성도
(제2차 전문가집단 설문조사)

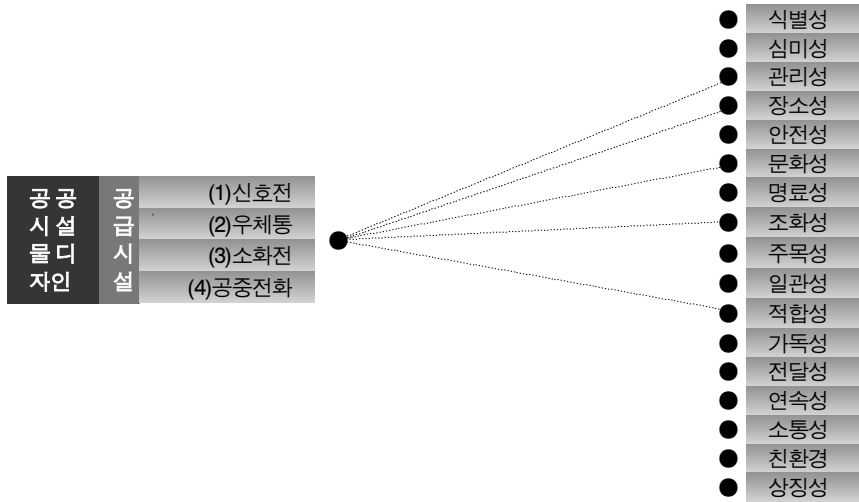


그림5-15 공급시설 디자인평가 예비척도어 선정구성도
(제2차 전문가집단 설문조사)

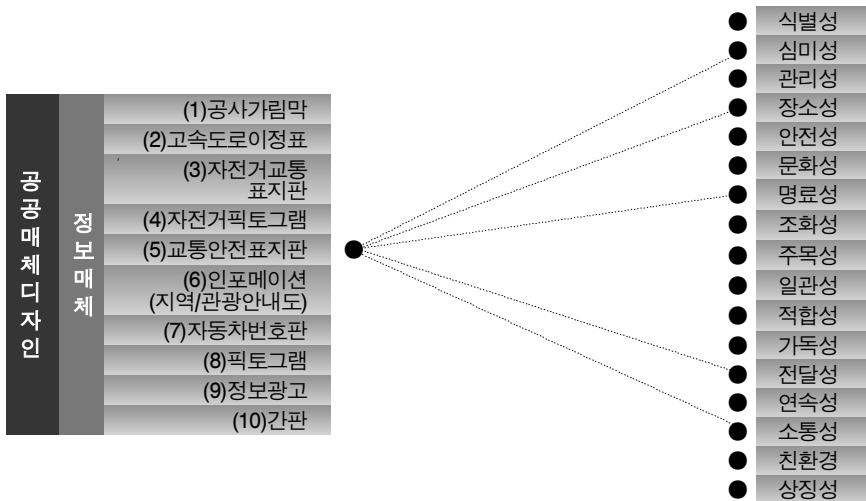


그림5-16 정보매체 디자인평가 예비척도어 선정구성도
(제2차 전문가집단 설문조사)

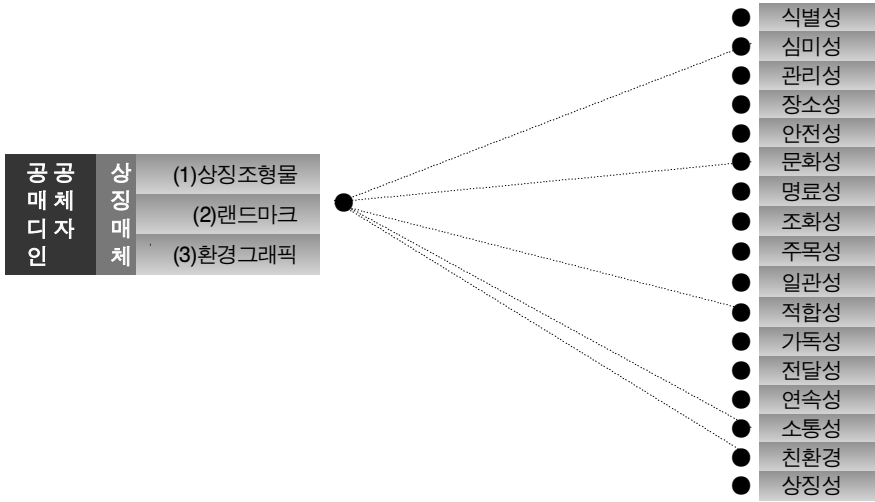


그림5-17 상징매체 디자인평가 예비척도어 선정구성도
(제2차 전문가집단 설문조사)

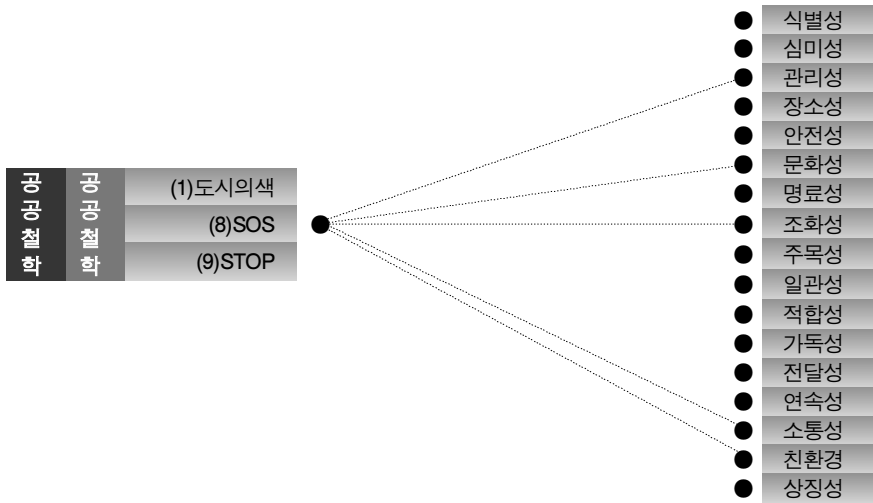


그림5-18 공공철학 디자인평가 예비척도어 선정구성도
(제2차 전문가집단 설문조사)

3) 조사대상자의 일반적 특성

(1) 전문가 집단의 일반적 특성

본 연구 조사대상자인 전문가 집단의 일반적 특성을 살펴보면 다음 표 [5-14]와 같다.

먼저 성별로는 남자 23.7%(42명), 여자 76.3%(135명)로 여자가 대부분이었다. 연령별로는 20대가 전체의 67.2%(119명)로 가장 많았으며, 다음으로 30대 19.8%(35명), 40대 13.0%(23명)의 순이었다. 한편 50대와 60대 이상은 없었다. 직업별로는 디자인 전공학생이 전체의 58.2%(103명)로 가장 많았으며, 다음으로 디자인 전문회사 디자이너 14.2%(25명), 기업 디자이너 12.4%(22명), 프리랜서 10.7%(19명)의 순이었다. 즉 전문가 집단은 학생(58.2%)과 디자이너(37.3%)가 대부분이었다. 종사 디자인 분야는 환경디자인이 전체의 70.6%(125명)로 가장 많았으며, 다음으로 시각디자인 15.8%(28명), 기타 6.8%(12명), 산업디자인 5.1%(9명), 공예디자인 1.7%(3명)의 순이었다. 근무기간별로는 1-3년이 전체의 46.3%(82명)로 가장 많았으며, 다음으로 4-5년 28.8%(51명), 6-10년 14.7%(26명), 10년 이상 15명(8.5%), 20년 이상 1.7%(3명)의 순이었다. 방문국가 수별로는 5개국 이하가 전체의 52.5%(93명)로 가장 많았으며, 다음으로 없다 39.0%(69명), 10개국 이하 6.8%(12명), 30개국 이상 1.7%(3명)의 순이었다.

한편 전문가 집단의 한국의 공공디자인 경쟁력 수준에 대한 인식을 살펴보면 '낙후되어 있다'라는 응답이 전체의 64.4%(114명)로 가장 많았으며, 다음으로 '잘 모르겠다' 13.5%(24명), '선진국 수준이다' 11.9%(21명), '아주 낙후되어 있다' 10.2%(18명)의 순으로 나타나 대부분 우리나라의 공공디자인 수준은 낙후되어 있다(74.6%)고 생각하는 것으로 보인다.

[표 5-14] 전문가 집단의 일반적 특성

구분		빈도	비율(%)
성별	남	42	23.7
	여	135	76.3
연령	20대	119	67.2
	30대	35	19.8
	40대	23	13.0

	50대	0	0.0
	60대 이상	0	0.0
직업	디자인 전공학생	103	58.2
	교수	8	4.5
	기업디자이너	22	12.4
	디자인 전문회사 디자이너	25	14.2
	프리랜서	19	10.7
종사 디자인 분야	시각디자인	28	15.8
	산업디자인	9	5.1
	환경디자인	125	70.6
	공예디자인	3	1.7
	기타	12	6.8
근무기간	1-3년	82	46.3
	4-5년	51	28.8
	6-10년	26	14.7
	10년 이상	15	8.5
	20년 이상	3	1.7
방문 국가수	없다	69	39.0
	5개국	93	52.5
	10개국	12	6.8
	30개국 이상	3	1.7
	50개국 이상	0	0.0
한국의 공공디자인 경쟁력 수준	아주 낙후되어 있다	18	10.2
	낙후되어 있다	114	64.4
	보통이다	0	0.0
	선진국 수준이다	21	11.9
	잘 모르겠다	24	13.5
전 체		177	100.0

(2) 비전문가 집단의 일반적 특성

본 연구 조사대상자인 비전문가 집단의 일반적 특성을 살펴보면 다음 표 [5-15]와 같다.

먼저 성별로는 남자 21.3%(39명), 여자 78.7%(144명)로 전문가 집단과 마찬가지로 여자가 대부분이었다. 연령별로는 20대가 전체의 42.6%(78명)로 가장 많았으며, 다음으로 30대 34.4%(63명), 40대 23.0%(42명)의 순이었다. 이는 전문가 집단과 구성비는 유사하나 다소 연령층이 높았다. 학력별로는 4년제 대학 또는 졸업이 전체의 48.1%(88명)로 가장 많았으며, 다음으로 전문대 재학 또는 졸업 20.2%(37명), 고졸 15.3%(28명), 대학원 석사 12.0%(22명), 대학원 박사 4.4%(8명)의 순이었다. 직업별로는 학생이 전체의 36.6%(67명)로 가장 많았으며, 다음으로 회사원 23.0% (42명), 공무원 18.6%(34명), 자영업 15.8%(29명), 디자인 관련 6.0%(11명)의 순이었다. 즉 비전문가 집단은 전문가

집단과 달리 회사원 등(63.4%)이 대부분이었다. 거주지별로는 광역시 거주 96.7%(177명), 수도권 도시 및 중소도시 거주 3.3%(6명)로 대부분 광역시에 거주하였다.

방문국가 수별로는 없다가 전체의 73.8%(135명)로 가장 많았으며, 다음으로 5개국 24.6%(45명), 10개국 이하 1.6%(3명)의 순이었다. 즉 전문가 집단에 비해 해외 방문국가 경험이 적었다.

한편 비전문가 집단의 한국의 공공디자인 경쟁력 수준에 대한 인식을 살펴보면 '낙후되어 있다'라는 응답이 전체의 67.2%(123명)로 가장 많았으며, 다음으로 '잘 모르겠다' 14.8%(27명), '아주 낙후되어 있다' 9.8%(18명), '선진국 수준이다' 8.2%(15명)의 순으로 나타나 전문가 집단과 마찬가지로 대부분 우리나라의 공공디자인 수준은 낙후되어 있다(77.0%)고 생각하는 것으로 보인다.

[표 5-15] 비전문가 집단의 일반적 특성

구 분		빈 도	비율(%)
성별	남	39	21.3
	여	144	78.7
연령	20대	78	42.6
	30대	63	34.4
	40대	42	23.0
	50대	0	0.0
	60대 이상	0	0.0
학력	고졸	28	15.3
	전문대재·졸	37	20.2
	4년대재·졸	88	48.1
	대학원 석사	22	12.0
	대학원 박사	8	4.4
직업	학생	67	36.6
	공무원	34	18.6
	회사원	42	23.0
	디자인 관련	11	6.0
	자영업	29	15.8
거주지	광역시	177	96.7
	수도권도시/중소도시	6	3.3
방문 국가수	없다	135	73.8

	5개국	45	24.6
	10개국	3	1.6
	30개국 이상	0	0.0
	50개국 이상	0	0.0
한국의 공공디자인 경쟁력 수준	아주 낙후되어 있다	18	9.8
	낙후되어 있다	123	67.2
	보통이다	0	0.0
	선진국 수준이다	15	8.2
	잘 모르겠다	27	14.8
전 체		183	100.0

5.2.2 분석그룹의 특성

1) 제도 및 정책 측면 인식

(1) 공공디자인의 중요성

본 연구에서는 공공디자인의 제도와 정책 측면에서, 국가경쟁력에 있어 공공디자인의 중요성을 어떻게 보는지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-16]과 같다.

즉 '매우 중요하다'라고 응답한 비율이 전체의 50.0%로 가장 많았으며, 다음으로 '중요하다' 47.5%, '매우 중요하지 않다' 2.5%의 순이었다. 따라서 전체의 97.5%가 국가경쟁력에 있어 공공디자인이 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다.

한편 전문가의 62.7%가 '매우 중요하다'고 응답하여 공공디자인의 중요성을 강조한 반면 비전문가의 경우는 37.7%만이 '매우 중요하다'고 응답하여, 비전문가에 비해 전문가가 공공디자인을 더 중요시하는 것으로 나타났으며, 이는 통계적으로도 유의미한 차이($p < .001$)를 보였다.

[표 5-16] 공공디자인의 중요성

구 분		전문가	비전문가	전체	χ^2	p
매우 중요하다	빈도	111	69	180	25.918	.000***
	%	62.7%	37.7%	50.0%		
중요하다	빈도	60	111	171		
	%	33.9%	60.7%	47.5%		

매우 중요하지 않다	빈도	6	3	9		
	%	3.4%	1.6%	2.5%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

*** p<.001

(2) 공공디자인 정책 주관 정부기관 위상

본 연구에서는 공공디자인 정책을 주관하는 정부기구의 위상에 대해 살펴 보았는데, 그 결과는 다음 [표 5-17]과 같다. 즉 '각 지방자치'라고 응답한 비율이 전체의 49.2%로 가장 많았으며, 다음으로 주무부처 장관 직속 34.2%, 대통령 직속과 총리 직속 각 6.7%, 기타 3.3%의 순이었다. 따라서 대체로 각 지방자치단체에서 공공디자인 정책을 주관하는 것이 좋다고 생각하는 것으로 나타났다. 한편 전문가와 비전문가 모두 각 지방자치라고 응답한 비율이 많았으나, 전문가의 경우 대통령 직속(10.2%), 총리 직속(8.5%)이라고 응답한 비율이 비전문가(각 3.3%, 4.9%)에 비해 상대적으로 높아 통계적으로 유의미한 차이(p<.01)를 보였다. 이는 전문가의 경우 비전문가에 비해 공공디자인을 더 중요시 생각함에 따라 주관 정부 기구의 위상도 더 격상되어야 한다고 생각하는 것으로 보인다.

[표 5-17] 정부기관 위상

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
대통령 직속	빈도	18	6	24		
	%	10.2%	3.3%	6.7%		
총리 직속	빈도	15	9	24		
	%	8.5%	4.9%	6.7%		
주무부처 장관 직속	빈도	57	66	123		
	%	32.2%	36.1%	34.2%		
각 지방 자치	빈도	78	99	177		
	%	44.1%	54.1%	49.2%		
기타	빈도	9	3	12		
	%	5.1%	1.6%	3.3%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

** p<.01

(3) 공공디자인과 관련 깊은 정부부처

본 연구에서는 공공디자인 주무부처로 관련이 가장 깊다고 생각되는 정부 부처는 어디인지에 대해 살펴보았는데, 그 결과는 다음 [표 5-18]과 같다.

즉 '문화관광부'라고 응답한 비율이 전체의 63.3%로 가장 많았으며, 다음으로 환경부 23.3%, 산업자원부 7.5%, 건설교통부 5.0%, 행정자치부 0.8%의 순이었다. 따라서 대부분 문화관광부가 공공디자인 주무부처로 적절하다고 생각하는 것으로 나타났다.

한편 전문가와 비전문가 모두 문화관광부라고 응답한 비율이 많았으나, 비전문가의 경우 산업자원부(11.5%)라고 응답한 비율이 전문가(3.4%)에 비해 상대적으로 높아 통계적으로 유의미한 차이($p<.05$)를 보였다. 이는 비전문가의 경우 일반적으로 디자인과 관련된 주관을 산업자원부에서 행하고 있어 이에 대한 영향을 받은 것으로 보인다.

[표 5-18] 공공디자인과 관련 깊은 정부부처

구 분		전문가	비전문가	전체	χ^2	p
문화관광부	빈도	114	114	228	11.665	.020*
	%	64.4%	62.3%	63.3%		
건설교통부	빈도	9	9	18		
	%	5.1%	4.9%	5.0%		
행정자치부	빈도	3	0	3		
	%	1.7%	0.0%	0.8%		
산업자원부	빈도	6	21	27		
	%	3.4%	11.5%	7.5%		
환경부	빈도	45	39	84		
	%	25.4%	21.3%	23.3%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

* $p<.05$

(4) 공공디자인의 국가경쟁력을 위한 최우선시 요소

본 연구에서는 공공디자인의 국가경쟁력을 위해 최우선시 되어야 할 요소는 무엇이라고 생각하는지에 대해 살펴보았는데, 그 결과는 다음 [표 5-19]와 같다.

즉 '공공공간(도시환경, 공공건축, 실내환경)'이라고 응답한 비율이 전체의 40.8%로 가장 많았으며, 다음으로 공공시설물(교통시설, 편의시설, 공급시설)

37.5%, 철학·문학적 요소 20.0%, 공공매체와 '잘 모르겠다' 각 0.8%의 순이었다. 대체로 공공공간과 공공시설물이 공공디자인의 국가경쟁력을 위해 최우선시 되어야 할 것이라고 생각하는 것으로 나타났다.

한편 전문가(25.4%)가 비전문가(14.8%)에 비해 철학·문학적 요소를 중요시 하는 비율이 높았으나, 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-19] 공공디자인의 국가경쟁력을 위한 최우선시 요소

구 분		전문가	비전문가	전체	χ^2	p
공공공간	빈도	75	72	147	15.866	.003
	%	42.4%	39.3%	40.8%		
공공시설물	빈도	54	81	135		
	%	30.5%	44.3%	37.5%		
공공매체	빈도	3	0	3		
	%	1.7%	0.0%	0.8%		
철학·문학적 요소	빈도	45	27	72		
	%	25.4%	14.8%	20.0%		
잘 모르겠다	빈도	0	3	3		
	%	0.0%	1.6%	0.8%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

(5) 공공도덕과 국민윤리 수준

본 연구에서는 우리나라의 공공도덕과 국민의 윤리는 어느 정도 수준이라고 생각하는지에 대해 살펴보았는데, 그 결과는 다음 [표 5-20]과 같다.

즉 '낙후되어있다'라고 응답한 비율이 전체의 73.3%로 가장 많았으며, 다음으로 '선진국 수준이다' 16.7%, '아주 낙후되어있다' 5.8%, '잘 모르겠다' 3.3%, '선진국 수준이상이다' 0.8%의 순이었다. 따라서 대체로 우리나라의 공공도덕과 국민의 윤리 수준은 낙후되어있다고 생각하는 것으로 나타났다.

한편 전문가와 비전문가 모두 낙후되었다는 응답이 가장 많았으나, 비전문가의 경우 '아주 낙후되어있다'(8.2%)라고 응답한 비율이 전문가(3.4%)에 비해 상대적으로 높아 통계적으로 유의미한 차이(p<.05)를 보였다.

[표 5-20] 공공도덕과 국민윤리 수준

구 분		전문가	비전문가	전체	χ^2	p
이주 낙후되어있다	빈도	6	15	21	9.760	.045*
	%	3.4%	8.2%	5.8%		
낙후되어있다	빈도	132	132	264		
	%	74.6%	72.1%	73.3%		
선진국 수준이다	빈도	30	30	60		
	%	16.9%	16.4%	16.7%		
선진국 수준이상이다	빈도	0	3	3		
	%	0.0%	1.6%	0.8%		
잘 모르겠다	빈도	9	3	12		
	%	5.1%	1.6%	3.3%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

* p<.05

(6) 공공디자인 발전을 위해 가장 시급한 문제

본 연구에서는 공공디자인 발전을 위해 가장 시급한 문제는 어떤 것인지에 대해 살펴보았는데, 그 결과는 다음 [표 5-21]과 같다.

즉 제도적 요인이 전체의 58.3%로 가장 많았으며, 다음으로 교육적 요인 15.8%, 철학적 요인 10.8%, 물적요인 9.2%, 인적요인 5.8%의 순이었다. 따라서 대체로 제도적 요인을 공공디자인의 발전을 위해 시급히 개선되어야 할 것으로 생각하는 것으로 나타났다.

한편 전문가와 비전문가 모두 제도적 요인을 가장 시급한 문제로 생각하였으나, 전문가의 경우 교육적 요인(22.0%)도 시급한 문제로 생각하였으며, 비전문가의 경우 철학적 요인(14.8%)도 제도적 요인 다음으로 시급한 문제로 생각하는 것으로 나타나 통계적으로 유의미한 차이(p<.01)를 보였다. 즉 전문가의 경우 교육수준의 낙후와 인식수준 미비와 같은 교육적 요인도 제도적 요인 못지않게 중요하게 생각한 반면 비전문가는 도덕윤리 질서예절과 같은 철학적 요인도 중요시하는 것으로 보인다.

[표 5-21] 공공디자인 발전을 위해 가장 시급한 문제

구 분		전문가	비전문가	전체	χ^2	p
인적요인	빈도	12	9	21	16.465	.002**

	%	6.8%	4.9%	5.8%		
물적요인	빈도	12	21	33		
	%	6.8%	11.5%	9.2%		
제도적요인	빈도	102	108	210		
	%	57.6%	59.0%	58.3%		
교육적요인	빈도	39	18	57		
	%	22.0%	9.8%	15.8%		
철학적요인	빈도	12	27	39		
	%	6.8%	14.8%	10.8%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

** p<.01

(7) 개발필요 척도어

본 연구에서는 앞서의 공공디자인 발전을 위해 가장 시급한 문제는 어떤 것인지에 대한 질문에서 '철학적 요인'으로 응답한 응답자를 대상으로 개발이 필요한 척도어가 무엇이라고 생각하는지에 대해 살펴보았는데, 그 결과는 다음 [표 5-22]와 같다.

즉 문화성이 전체의 47.2%로 가장 많았으며, 다음으로 도덕성 30.6%, 친절성과 예절성 각 11.1%의 순이었다. 따라서 대체로 문화성과 도덕성을 척도어로 개발할 필요가 있는 것으로 생각하는 것으로 나타났다.

한편 전문가는 문화성(60.0%), 비전문가는 도덕성(43.8%)이 가장 많아 유의미한 차이(p<.01)를 보였다. 즉 전문가의 경우 공공디자인에 참여하는 입장에서 문화성이 강조되어야 한다고 생각하는 것으로 보이며, 비전문가의 경우 시민의 입장에서 공중도덕이 강조되어야 한다고 생각하는 것으로 보인다.

[표 5-22] 개발필요 척도어

구 분		전문가	비전문가	전체	χ^2	p
친절성	빈도	9	3	12	15.965	.001**
	%	15.0%	6.3%	11.1%		
도덕성	빈도	12	21	33		
	%	20.0%	43.8%	30.6%		
예절성	빈도	3	9	12		
	%	5.0%	18.8%	11.1%		
문화성	빈도	36	15	51		
	%	60.0%	31.3%	47.2%		
전체	빈도	60	48	108		

	%	100.0%	100.0%	100.0%		
--	---	--------	--------	--------	--	--

** p<.01

(8) 디자인 교육 필요성

본 연구에서는 공공디자인 관련 유관기관 및 공무원의 디자인 교육의 필요성에 대해 어떻게 생각하는지에 대해 살펴보았는데, 그 결과는 다음 [표 5-23]과 같다.

즉 '필요하다'라는 응답이 전체의 65.8%로 가장 많았으며, 다음으로 '절실히 필요하다' 25.8%, '필요하지 않다' 4.2%, '잘 모르겠다' 3.3%, '전혀 필요하지 않다' 0.8%의 순이었다. 따라서 대체로 디자인 교육이 필요하다고 생각하는 것으로 나타났다.

한편 디자인 교육이 필요하다고 보는 응답자가 전문가의 경우 전체의 98.3%에 달했으나, 비전문가의 경우는 85.3%로 나타나 전문가가 비전문가에 비해 교육의 필요성을 보다 절실히 인식하는 것으로 나타나 비전문가와 유의미한 차이(p<.001)를 보였다.

[표 5-23] 디자인 교육 필요성

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
절실히 필요하다	빈도	63	30	93		
	%	35.6%	16.4%	25.8%		
필요하다	빈도	111	126	237		
	%	62.7%	68.9%	65.8%		
필요하지 않다	빈도	3	12	15		
	%	1.7%	6.6%	4.2%		
전혀 필요하지 않다	빈도	0	3	3		
	%	0.0%	1.6%	0.8%		
잘 모르겠다	빈도	0	12	12		
	%	0.0%	6.6%	3.3%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

*** p<.001

2) 디자인측면 인식

(1) 공공디자인물에서 가장 중요한 요소

본 연구에서는 공공디자인의 디자인 측면에서, 공공디자인물에서 가장 중요한 요소가 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-24]와 같다.

즉 형태가 전체의 49.2%로 가장 많았으며, 다음으로 위치 27.5%, 색채 24.2%, 크기 3.3%, 재료 0.8%의 순이었다. 따라서 대체로 공공디자인물에 있어서는 형태가 중요한 요소로 생각하는 것으로 나타났다.

한편 전문가의 경우 공공디자인물의 크기는 중요한 요소로 고려치 않는 반면 비전문가는 소수(6.6%)이긴 하나 고려하고 있으며, 또한 비전문가의 경우 재료는 크기는 중요한 요소로 고려치 않는 반면 전문가는 매우 소수(1.7%)이긴 하나 고려하는 것으로 나타났으며, 이는 통계적으로 유의미한 차이($p < .001$)를 보였다.

[표 5-24] 공공디자인물에서 가장 중요한 요소

구 분		전문가	비전문가	전체	χ^2	p
형태	빈도	69	90	159		
	%	39.0%	49.2%	44.2%		
크기	빈도	0	12	12		
	%	0.0%	6.6%	3.3%		
색채	빈도	51	36	87		
	%	28.8%	19.7%	24.2%		
재료	빈도	3	0	3		
	%	1.7%	0.0%	0.8%		
위치	빈도	54	45	99		
	%	30.5%	24.6%	27.5%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

*** $p < .001$

(2) 공공디자인 매개체들에서 가장 큰 저해 요소

본 연구에서는 공공디자인 매개체들에서 가장 큰 저해 요소가 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-25]와 같다.

즉 위치가 전체의 30.8%로 가장 많았으며, 다음으로 크기 20.0%, 형태

19.2%, 색채 15.8%, 재료 14.2%의 순이었다. 따라서 대체로 공공디자인 매개체에 있어서 위치를 가장 큰 저해로 생각하는 것으로 나타났다.

한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다.

[표 5-25] 공공디자인 매개체들에서 가장 큰 저해 요소

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
형태	빈도	33	36	69		
	%	18.6%	19.7%	19.2%		
크기	빈도	33	39	72		
	%	18.6%	21.3%	20.0%		
색채	빈도	24	33	57		
	%	13.6%	18.0%	15.8%		
재료	빈도	24	27	51		
	%	13.6%	14.8%	14.2%		
위치	빈도	63	48	111		
	%	35.6%	26.2%	30.8%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

(3) 공공디자인물에서의 적정 색채

본 연구에서는 공공디자인물에서 어떤 색채가 가장 적당하다고 생각하는 지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-26]과 같다.

즉 자연색이 전체의 59.2%로 가장 많았으며, 다음으로 순색 20.8%, 복합색 8.3%, 무채색 6.7%, 인공색 5.0%의 순이었다. 따라서 대체로 자연색이 공공디자인물의 색채가 적합하다고 생각하는 것으로 나타났다.

한편 비전문가의 경우 자연색이 70.5%로 가장 많았으나, 전문가의 경우 자연색이 47.5%로 비전문가에 비해 다소 낮고, 순색(27.1%)이 다소 많아 차이를 보였으며, 이는 통계적으로도 유의미한 차이(p<.001)를 보였다.

[표 5-26] 공공디자인물에서의 적정 색채

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
자연색	빈도	84	129	213		
	%	47.5%	70.5%	59.2%		
인공색	빈도	12	6	18		
	%	6.8%	3.3%	5.0%		
순색	빈도	48	27	75		
	%	27.1%	15.0%	21.0%		

	%	27.1%	14.8%	20.8%		
복합색	빈도	15	15	30		
	%	8.5%	8.2%	8.3%		
무채색	빈도	18	6	24		
	%	10.2%	3.3%	6.7%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

*** p<.001

(4) 중요 이성론적 요소

본 연구에서는 공공디자인 수준을 결정하는 이성론적 요소에서 가장 중요한 요인이 무엇이라고 생각하는 지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-27]과 같다.

즉 환경친화성이 전체의 52.5%로 가장 많았으며, 다음으로 매체물의 기능성 31.78%, 필요성 10.0%, 마감성 5.0%, 제품가격의 경쟁성 0.8%의 순이었다. 따라서 대체로 환경친화성이 이성론적 요소에서 가장 중요한 요인으로 생각하는 것으로 나타났다.

한편 전문가와 비전문가 모두 환경친화성을 중요시 하였으나, 전문가의 경우 매체물의 기능성도 비전문가에 비해 다소 더 중요하다고 생각하는 것으로 나타나 비전문가와 유의미한 차이(p<.05)를 보였다.

[표 5-27] 중요 이성론적 요소

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
매체물의 기능성	빈도	66	48	114		
	%	37.3%	26.2%	31.7%		
제작가격의 경쟁성	빈도	0	3	3		
	%	0.0%	1.6%	0.8%		
환경친화성	빈도	90	99	189		
	%	50.8%	54.1%	52.5%		
필요성	빈도	12	24	36		
	%	6.8%	13.1%	10.0%		
마감성	빈도	9	9	18		
	%	5.1%	4.9%	5.0%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

* p<.05

(5) 주변 환경과의 조화

본 연구에서는 우리나라의 공공시설물들이 주변 환경과 조화롭다고 생각하는 지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-28]과 같다.

즉 '조화롭지 않다'라는 응답이 전체의 46.7%로 가장 많았으며, 다음으로 '보통이다' 43.3%, '매우 조화롭지 않다' 6.7%, '조화롭다' 3.3%의 순이었다. 따라서 우리나라 공공시설물들은 대체로 주변환경과 조화를 이루지 못하고 있다고 생각하는 것으로 나타났다.

특히 전문가의 10.2%가 매우 조화롭지 않다고 생각하여 비전문가(3.3%)보다 그 정도가 더 큰 것으로 나타나 전문가와 비전문가간에 다소 유의미한 차이(p<.05)를 보였다.

[표 5-28] 주변 환경과의 조화

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
매우 조화롭다	빈도	0	0	0		
	%	0.0%	0.0%	0.0%		
조화롭다	빈도	3	9	12		
	%	1.7%	4.9%	3.3%		
보통이다	빈도	75	81	156		
	%	42.4%	44.3%	43.3%		
조화롭지않다	빈도	81	87	168		
	%	45.8%	47.5%	46.7%		
매우 조화롭지않다	빈도	18	6	24		
	%	10.2%	3.3%	6.7%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

* p<.05

(6) 공공디자인물 만족도

본 연구에서는 우리나라의 공공시설물들에 만족하는 지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-29]와 같다.

즉 '불만족이다'라는 응답이 전체의 48.3%로 가장 많았으며, 다음으로 '보통이다' 44.2%, '매우 불만족이다' 5.0%, '만족한다' 1.7%의 순이었다. 따라서 우리나라 공공디자인물들에 대해 대체로 만족하지 못하고 있는 것으로 나타났다.

한편 전문가와 비전문가 간에는 만족도에 통계적으로 유의미한 차이가 없

는 것으로 나타났다.

[표 5-29] 공공디자인물 만족도

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
매우 만족한다	빈도	3	0	3		
	%	1.7%	0.0%	0.8%		
만족한다	빈도	6	0	6		
	%	3.4%	0.0%	1.7%		
보통이다	빈도	63	96	159		
	%	35.6%	52.5%	44.2%		
불만족이다	빈도	90	84	174		
	%	50.8%	45.9%	48.3%		
매우 불만족이다	빈도	15	3	18		
	%	8.5%	1.6%	5.0%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

3) 교육 · 문화 · 사회적측면 인식

(1) 공공디자인의 선진국 대비 부족여부

본 연구에서는 교육, 문화, 사회적 측면에서, 공공디자인에 있어 우리나라와 선진도시 국가와 비교해 볼 때 우리나라가 선진국 보다 여러분야에서 부족하다고 생각하는 지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-30]과 같다.

즉 '예'라는 응답이 전체의 92.5%이었으며, '아니오'라는 응답은 7.5%에 불과한 것으로 나타났다. 따라서 공공디자인에 있어 우리나라와 선진도시 국가와 비교해 볼 때 우리나라가 선진국에 비해 매우 부족하다고 생각하는 것으로 나타났다.

한편 전문가와 비전문가 간에는 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

[표 5-30] 공공디자인의 선진국 대비 부족여부

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
예	빈도	162	171	333		
	%	91.5%	93.4%	92.5%		

아니오	빈도	15	12	27		
	%	8.5%	6.6%	7.5%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

(2) 선진국 대비 미흡한 이유

본 연구에서는 앞서의 질문에서 선진국에 비해 부족하다고 응답한 응답자를 대상으로 우리나라의 공공디자인이 선진 도시국가들보다 미흡한 가장 큰 이유가 무엇이라고 생각하는 지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-31]과 같다.

즉 국민의 인식과 의식이 전체의 43.9%로 가장 많았으며, 다음으로 제도와 행정 28.8%, 디자인 역량 부족 19.8%, 공무원의 인식과 의식 9.9%의 순이었다. 따라서 대체적으로 국민의 인식과 의식 부족으로 인해 우리나라의 공공디자인이 선진 도시국가에 비해 미흡하다고 생각하는 것으로 나타났다.

한편 전문가는 국민의 인식과 의식 다음으로 제도와 행정(33.3%)이 원인이라고 생각하였으나, 비전문가는 디자인 역량 부족(26.3%)을 원인으로 지적하여 유의미한 차이(p<.001)를 보였다.

[표 5-31] 선진국 대비 미흡한 이유

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
공무원의 인식과 의식	빈도	24	9	33		
	%	14.8%	5.3%	9.9%		
국민의 인식과 의식	빈도	63	75	138		
	%	38.9%	43.9%	41.4%		
디자인 역량 부족	빈도	21	45	66		
	%	13.0%	26.3%	19.8%		
제도와 행정	빈도	54	42	96		
	%	33.3%	24.6%	28.8%		
잘 모르겠다	빈도	0	0	0		
	%	0.0%	0.0%	0.0%		
전체	빈도	162	171	333		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

*** p<.001

(3) 각국의 공공디자인에서 중요하고 받아들여야할 점

본 연구에서는 각국의 공공디자인에서 중요하고 받아들여야할 점은 무엇

이라고 생각하는 지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-32]와 같다.

즉 디자인 요인이 전체의 35.8%로 가장 많았으며, 다음으로 제도적 요인 28.3%, 철학·문학적 요소 27.5%, 교육적 요인 5.8%, 잘 모르겠다 2.5%의 순이었다.

한편 전문가와 비전문가 간에는 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

[표 5-32] 각국의 공공디자인에서 중요하고 받아들여야할점

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
제도적 요인	빈도	57	45	102		
	%	32.2%	24.6%	28.3%		
교육적 요인	빈도	12	9	21		
	%	6.8%	4.9%	5.8%		
철학·문학적 요소	빈도	42	57	99		
	%	23.7%	31.1%	27.5%		
디자인 요인	빈도	63	66	129		
	%	35.6%	36.1%	35.8%		
잘 모르겠다	빈도	3	6	9		
	%	1.7%	3.3%	2.5%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		

5.2.3 평가척도어 추출

1) 국내사례를 바탕으로한 평가척도어 추출

(1) 영역별 적합 평가척도어

본 연구에서는 국내 사례를 바탕으로 공공디자인 평가척도어 추출을 위해 공공디자인의 영역 분류별 평가척도어 선호도를 살펴보았다.

① 공공 공간 디자인 영역

● 도시환경

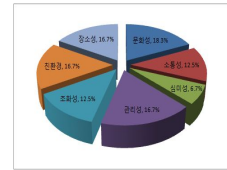
본 연구에서는 공공 공간 디자인 영역에서 먼저 도시환경(광장, 쌈지공원, 보행도로, 자전거도로 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-33]과 같다.

즉 문화성이 전체의 18.3%로 가장 많았으며, 다음으로 관리성, 친환경, 장소성 각 16.7%, 소통성, 조화성 각 12.5%의 순이었다. 따라서 도시환경에 가장 적합한 평가척도어는 문화성인 것으로 나타났다.

한편 전문가는 문화성(22.0%)를 가장 적합한 평가척도어로 선정한 반면 비전문가는 소통성과 관리성(각 18.0%)를 가장 적합한 평가척도어로 선정하여 유의미한 차이(p<.05)를 보였다. 따라서 디자인 전문가는 공공시설물 디자인에 있어 수요자인 비전문가가 중요시 하는 소통성과 관리성에 대해 어느정도 고려할 필요가 있는 것으로 보인다.

[표 5-33] 도시환경

구분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
문화성	빈도	39	27	66		
	%	22.0%	14.8%	18.3%		
소통성	빈도	12	33	45		
	%	6.8%	18.0%	12.5%		
심미성	빈도	12	12	24		
	%	6.8%	6.6%	6.7%		
관리성	빈도	27	33	60		
	%	15.3%	18.0%	16.7%		
조화성	빈도	21	24	45		
	%	11.9%	13.1%	12.5%		
친환경	빈도	33	27	60		
	%	18.6%	14.8%	16.7%		
장소성	빈도	33	27	60		
	%	18.6%	14.8%	16.7%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



* p<.05

● 공공건축 및 실내환경

본 연구에서는 공공 공간 디자인 영역 가운데 공공건축 및 실내환경(박물관·미술관·공항·지하철 역 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-34]와 같다.

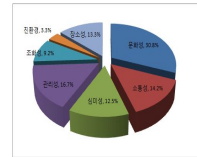
즉 문화성이 전체의 30.8%로 가장 많았으며, 다음으로 관리성 16.7%, 소통성 14.2%, 장소성 13.3%, 심미성 12.5%, 조화성 9.2%, 친환경 3.3%의 순이었

다. 따라서 공공건축 및 실내환경 영역에서 가장 적합한 평가척도어는 도시 환경과 마찬가지로 문화성인 것으로 나타났다.

한편 전문가(28.8%)와 비전문가(32.8%) 모두 문화성을 가장 적합한 평가척도어로 선정하였으나, 전문가의 경우 장소성(18.6%)도 비전문가(8.2%)에 비해 적합한 평가척도어로 선정하여 유의미한 차이(p<.05)를 보였다.

[표 5-34] 공공건축 및 실내환경

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
문화성	빈도	51	60	111		
	%	28.8%	32.8%	30.8%		
소통성	빈도	21	30	51		
	%	11.9%	16.4%	14.2%		
심미성	빈도	27	18	45		
	%	15.3%	9.8%	12.5%		
관리성	빈도	24	36	60		
	%	13.6%	19.7%	16.7%		
조화성	빈도	12	21	33		
	%	6.8%	11.5%	9.2%		
친환경	빈도	9	3	12		
	%	5.1%	1.6%	3.3%		
장소성	빈도	33	15	48		
	%	18.6%	8.2%	13.3%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



** p<.01

② 공공 시설물 디자인 영역

● 교통시설

본 연구에서는 공공 시설물 디자인 영역에서 우선 교통시설(가로등 · 버스 승차장 · 신호등 · 횡단보도 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-35]와 같다.

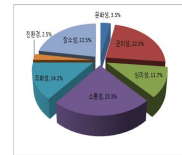
즉 소통성이 전체의 23.3%로 가장 많았으며, 다음으로 장소성과 관리성 각 22.5%, 조화성 14.2%, 심미성 11.7%, 문화성 3.3%, 친환경 2.5%의 순이었다. 따라서 교통시설에서 가장 적합한 평가척도어는 소통성인 것으로 나타났다.

한편 전문가는 소통성(32.2%)를 가장 적합한 평가척도어로 선정한 반면 비전문가는 장소성(27.9%)를 가장 적합한 평가척도어로 선정하여 유의미한 차

이($p < .001$)를 보였다. 즉 전문가는 교통시설의 경우 시민들에게 정보를 정확히 제공하는 소통에 중점을 두고 있는 반면 비전문가는 제공되는 정보를 잘 보일 수 있도록 하는 장소성에 더 중점을 두는 것으로 보인다.

[표 5-35] 교통시설

구분		전문가	비전문가	전체	χ^2	p
문화성	빈도	0	12	12		
	%	0.0%	6.6%	3.3%		
소통성	빈도	57	27	84		
	%	32.2%	14.8%	23.3%		
심미성	빈도	24	18	42		
	%	13.6%	9.8%	11.7%		
관리성	빈도	45	36	81		
	%	25.4%	19.7%	22.5%		
조화성	빈도	21	30	51		
	%	11.9%	16.4%	14.2%		
친환경	빈도	0	9	9		
	%	0.0%	4.9%	2.5%		
장소성	빈도	30	51	81		
	%	16.9%	27.9%	22.5%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



*** $p < .001$

● 편의시설

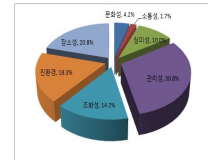
본 연구에서는 공공 시설물 디자인 영역 가운데 편의시설(벤치·환경미화원·음수대·화장실 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-36]과 같다.

즉 관리성이 전체의 30.8%로 가장 많았으며, 다음으로 장소성 20.8%, 친환경, 18.3%, 조화성 14.2%, 심미성 10.0%, 문화성 4.2%, 소통성 1.7%의 순이었다. 따라서 편의시설에서 가장 적합한 평가척도어는 관리성인 것으로 나타났다.

한편 전문가와 비전문가 모두 관리성을 가장 적합한 평가척도어로 선정하였으나, 다음으로 전문가는 조화성(22.0%)을, 비전문가는 장소성(24.6%)을 가장 적합한 평가척도어로 선정하여 유의미한 차이($p < .001$)를 보였다.

[표 5-36] 편의시설

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
문화성	빈도	9	6	15		
	%	5.1%	3.3%	4.2%		
소통성	빈도	3	3	6		
	%	1.7%	1.6%	1.7%		
심미성	빈도	21	15	36		
	%	11.9%	8.2%	10.0%		
관리성	빈도	54	57	111		
	%	30.5%	31.1%	30.8%		
조화성	빈도	39	12	51		
	%	22.0%	6.6%	14.2%		
친환경	빈도	21	45	66		
	%	11.9%	24.6%	18.3%		
장소성	빈도	30	45	75		
	%	16.9%	24.6%	20.8%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



*** p<.001

● 공급시설

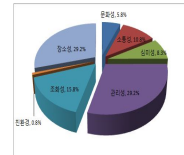
본 연구에서는 공공 시설물 디자인 영역 가운데 공급시설(신호전·우체통·소화전·공중전화 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-37]과 같다.

즉 관리성과 장소성이 전체의 각 29.2%로 가장 많았으며, 다음으로 조화성 15.8%, 소통성, 10.8%, 심미성 8.3%, 문화성 5.8%, 친환경 0.8%의 순이었다. 따라서 공급시설에서 가장 적합한 평가척도어는 관리성과 장소성인 것으로 나타났다.

한편 전문가는 관리성(32.2%)를 비전문가는 장소성(34.4%)를 가장 적합한 평가척도어로 선정하여 유의미한 차이(p<.001)를 보였다. 즉 공급시설에 있어 전문가는 관리가 중요한 것으로 인식하는 반면, 비전문가는 공급시설의 위치를 더 중요시 하는 것으로 보인다.

[표 5-37] 공급시설

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
문화성	빈도	6	15	21		
	%	3.4%	8.2%	5.8%		
소통성	빈도	30	9	39		
	%	16.9%	4.9%	10.8%		
심미성	빈도	12	18	30		
	%	6.8%	9.8%	8.3%		
관리성	빈도	57	48	105		
	%	32.2%	26.2%	29.2%		
조화성	빈도	30	27	57		
	%	16.9%	14.8%	15.8%		
친환경	빈도	0	3	3		
	%	0.0%	1.6%	0.8%		
장소성	빈도	42	63	105		
	%	23.7%	34.4%	29.2%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



*** p<.001

③ 공공매체 디자인 영역

● 정보매체

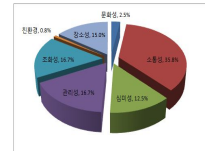
본 연구에서는 공공매체 디자인 영역에서 우선 정보매체(공사가림막·교통 표지판·안내도 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-38]과 같다.

즉 소통성이 전체의 35.8%로 가장 많았으며, 다음으로 관리성과 조화성 각 16.7%, 장소성 15.0%, 심미성 12.5%, 문화성 2.5%, 친환경 0.8%의 순이었다. 따라서 정보매체에서 가장 적합한 평가척도어는 소통성인 것으로 나타났다.

한편 전문가와 비전문가 간에 정보매체의 평가척도어에서는 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-38] 정보매체

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
문화성	빈도	9	0	9		
	%	5.1%	0.0%	2.5%		
소통성	빈도	72	57	129		
	%	40.7%	31.1%	35.8%		
심미성	빈도	24	21	45		
	%	13.6%	11.5%	12.5%		
관리성	빈도	27	33	60		
	%	15.3%	18.0%	16.7%		
조화성	빈도	27	33	60		
	%	15.3%	18.0%	16.7%		
친환경	빈도	3	0	3		
	%	1.7%	0.0%	0.8%		
장소성	빈도	15	39	54		
	%	8.5%	21.3%	15.0%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



● 상징매체

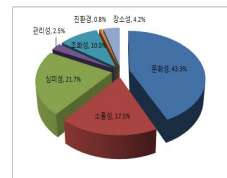
본 연구에서는 공공 매체 디자인 영역 가운데 상징매체(상징조형물 · 국가 랜드마크 · 슈퍼그래픽 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-39]와 같다.

즉 문화성이 전체의 43.3%로 가장 많았으며, 다음으로 심미성 21.7%, 소통성 17.5%, 조화성 10.0%, 장소성 4.2%, 관리성 2.5%, 친환경 0.8%의 순이었다. 따라서 상징매체에서 가장 적합한 평가척도어는 문화성인 것으로 나타났다.

한편 전문가와 비전문가 간에 정보매체의 평가척도어에서는 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-39] 상징매체

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
문화성	빈도	81	75	156		
	%	45.8%	41.0%	43.3%		
소통성	빈도	30	33	63		
	%	16.9%	18.0%	17.5%		
심미성	빈도	36	42	78		
	%	20.3%	23.0%	21.7%		
관리성	빈도	6	3	9		
	%	3.4%	1.6%	2.5%		



	%	3.4%	1.6%	2.5%			
조화성	빈도	18	18	36			
	%	10.2%	9.8%	10.0%			
친환경	빈도	0	3	3			
	%	0.0%	1.6%	0.8%			
장소성	빈도	6	9	15			
	%	3.4%	4.9%	4.2%			
전체	빈도	177	183	360			
	%	100.0%	100.0%	100.0%			

④ 공공철학 영역

● 시민의식과 공공의 질서

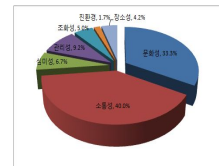
본 연구에서는 공공 철학 영역에서 시민의식과 공공의 질서(SOS·디자인 교육·STOP·인간중심적 매체)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-40]과 같다.

즉 소통성이 전체의 40.0%로 가장 많았으며, 다음으로 문화성 33.3%, 관리성 9.2%, 심미성 6.7%, 조화성 5.0%, 장소성 4.2%, 친환경 1.7%의 순이었다. 따라서 교통시설에서 가장 적합한 평가척도어는 소통성인 것으로 나타났다.

한편 전문가와 비전문가 간에 정보매체의 평가척도어에서는 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-40] 시민의식과 공공의 질서

구 분		전문가	비전문가	전체	χ^2	p
문화성	빈도	57	63	120	9.371	.154
	%	32.2%	34.4%	33.3%		
소통성	빈도	75	69	144		
	%	42.4%	37.7%	40.0%		
심미성	빈도	15	9	24		
	%	8.5%	4.9%	6.7%		
관리성	빈도	9	24	33		
	%	5.1%	13.1%	9.2%		
조화성	빈도	9	9	18		
	%	5.1%	4.9%	5.0%		
친환경	빈도	3	3	6		
	%	1.7%	1.6%	1.7%		
장소성	빈도	9	6	15		
	%	5.1%	3.3%	4.2%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



(2) 평가척도어 선호도

본 연구에서는 국내 사례를 바탕으로 공공디자인 평가척도어 성향에 따라 각 평가 척도어에 대한 선호도를 살펴보았다.

① 문화성

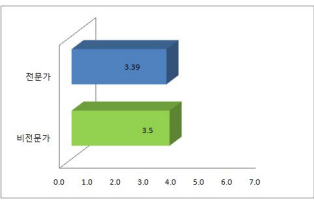
문화성 즉 인간중심적인 도덕과 질서가 적용되고 있는지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-41]과 같다.

즉 문화성에 있어 전문가는 평균 3.39점으로 보통이하로 평가하였으며, 비전문가는 평균 3.50점으로 보통 수준으로 평가하였다. 따라서 우리나라의 공공디자인에 있어 문화성은 보통 또는 보통보다 다소 낮은 수준인 것으로 보인다.

한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-41] 문화성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	3.39	1.03	-1.071	.285
비전문가	183	3.50	.92		



② 소통성

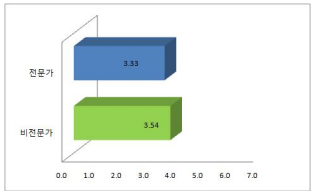
소통성 즉 인간과 공공디자인 매개체간의 커뮤니케이션이 원활한지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-42]와 같다.

즉 소통성에 있어 전문가는 평균 3.33점으로 보통이하로 평가하였으며, 비전문가는 평균 3.54점으로 보통 수준으로 평가하였다. 따라서 우리나라의 공공디자인에 있어 소통성은 보통 또는 보통보다 다소 낮은 수준인 것으로 보인다.

한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-42] 소통성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	3.33	1.16	-1.853	.650
비전문가	183	3.54	.99		



③ 심미성

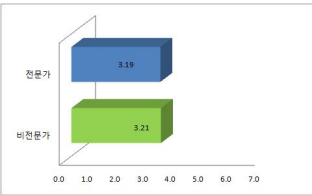
심미성 즉 아름다운 외형과 디자인을 가지고 있는지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-43]과 같다.

즉 심미성에 있어 전문가와 비전문가 모두 각 평균 3.19점, 평균 3.21점으로 보통이하로 평가하였다. 따라서 우리나라의 공공디자인에 있어 심미성은 보통보다 다소 낮은 수준인 것으로 보인다.

한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-43] 심미성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	3.19	1.32	-.203	.840
비전문가	183	3.21	1.17		



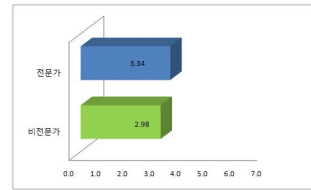
④ 관리성

관리성 즉 유지·관리·보수가 용이한지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-44]와 같다. 즉 관리성에 있어 전문가는 평균 3.34점으로 보통이하로 평가하였으며, 비전문가는 평균 2.94점으로 미흡한 수준으로 평가하였다. 따라서 우리나라의 공공디자인에 있어 관리성은 다소 미흡한 수준인 것으로 보인다.

한편 전문가에 비해 비전문가가 더 낮은 수준으로 평가하여 다소 유의미한 차이(p<.05)를 보였다.

[표 5-44] 관리성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	3.34	1.42	2.603	.010*
비전문가	183	2.98	1.22		



* p<.05

⑤ 조화성

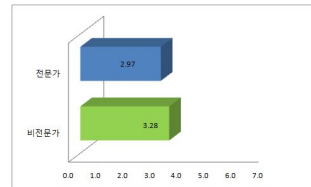
조화성 즉 주위의 공공디자인물들과 잘 조화되는지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-45]와 같다.

즉 조화성에 있어 전문가는 평균 2.97점으로 미흡한 수준으로 평가하였으며, 비전문가는 평균 3.28점으로 보통이하 수준으로 평가하였다. 따라서 우리나라의 공공디자인에 있어 조화성은 다소 미흡한 수준인 것으로 보인다.

한편 비전문가에 비해 전문가가 더 낮은 수준으로 평가하여 다소 유의미한 차이(p<.05)를 보였다.

[표 5-45] 조화성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	2.97	1.35	-2.315	.021*
비전문가	183	3.28	1.21		



* p<.05

⑥ 친환경성

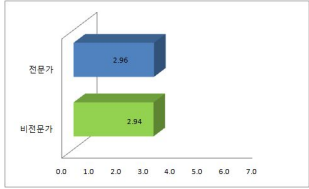
친환경성 즉 환경 친화적 아이템과 친환경적 재료를 사용하였는지에 대해 살펴보면 다음 <표 5-46>과 같다.

즉 친환경성에 있어 전문가와 비전문가 모두 각 평균 2.96점, 평균 2.94점으로 미흡한 수준으로 평가하였다. 따라서 우리나라의 공공디자인에 있어 친환경성은 다소 미흡한 수준인 것으로 보인다.

한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-46] 친환경성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	2.96	1.07	.124	.902
비전문가	183	2.94	1.22		



⑦ 장소성

장소성 즉 적절한 위치에 정확하게 자리하였는지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-47]과 같다.

즉 장소성에 있어 전문가는 평균 3.98점으로 보통정도 수준으로 평가하였으며, 비전문가는 평균 4.15점으로 보통이상 수준으로 평가하였다. 따라서 우리나라의 공공디자인에 있어 장소성은 다소 좋은 수준인 것으로 보인다.

한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-47] 장소성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	3.98	1.20	-1.402	.162
비전문가	183	4.15	1.14		



2) 국외사례를 바탕으로 한 평가척도어 추출

본 연구에서는 국내 사례에 이어 국외사례를 바탕으로 공공디자인 평가척도어 추출을 위해 공공디자인의 영역 분류별 평가척도어 선호도를 살펴보았다.

(1) 영역별 적합 평가척도어

① 공공 공간 디자인 영역

● 도시환경

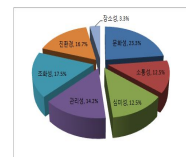
본 연구에서는 공공 공간 디자인 영역에서 먼저 도시환경(광장, 쌈지공원, 보행도로, 자전거도로 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-48]과 같다.

즉 문화성이 전체의 23.3%로 가장 많았으며, 다음으로 조화성 17.5%, 친환경 16.7%, 소통성과 심미성 각 12.5%, 장소성 3.3%의 순이었다. 따라서 도시 환경에 가장 적합한 평가척도어는 문화성인 것으로 나타났다.

한편 전문가는 문화성(27.1%)을 가장 적합한 평가척도어로 선정한 반면 비전문가는 친환경(21.3%)을 가장 적합한 평가척도어로 선정하여 유의미한 차이(p<.001)를 보였다. 따라서 디자인 전문가는 공공시설물 디자인에 있어 국외의 사례에 따라 수요자인 비전문가가 중요시 하는 친환경에 대해 어느 정도 고려할 필요가 있는 것으로 보인다.

[표 5-48] 도시환경

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
문화성	빈도	48	36	84		
	%	27.1%	19.7%	23.3%		
소통성	빈도	18	27	45		
	%	10.2%	14.8%	12.5%		
심미성	빈도	12	33	45		
	%	6.8%	18.0%	12.5%		
관리성	빈도	27	24	51		
	%	15.3%	13.1%	14.2%		
조화성	빈도	42	21	63		
	%	23.7%	11.5%	17.5%		
친환경	빈도	21	39	60		
	%	11.9%	21.3%	16.7%		
장소성	빈도	9	3	12		
	%	5.1%	1.6%	3.3%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



*** p<.001

● 공공건축 및 실내환경

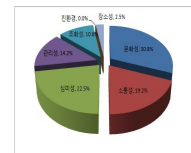
본 연구에서는 공공 공간 디자인 영역 가운데 공공건축 및 실내환경(박물관·미술관·공항·지하철 역 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-49]와 같다.

즉 문화성이 전체의 30.8%로 가장 많았으며, 다음으로 심미성 22.5%, 소통성 19.2%, 관리성 14.2%, 조화성 10.8%, 장소성 2.5%의 순이었다. 따라서 공공건축 및 실내환경 영역에서 가장 적합한 평가척도어는 도시환경과 마찬가지로 문화성인 것으로 나타났다.

한편 전문가는 문화성(39.0%)를 가장 적합한 평가척도어로 선정한 반면 비전문가는 심미성(27.9%)를 가장 적합한 평가척도어로 선정하여 유의미한 차이(p<.01)를 보였다.

[표 5-49] 공공건축 및 실내환경

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
문화성	빈도	69	42	111		
	%	39.0%	23.0%	30.8%		
소통성	빈도	36	33	69		
	%	20.3%	18.0%	19.2%		
심미성	빈도	30	51	81		
	%	16.9%	27.9%	22.5%		
관리성	빈도	15	36	51		
	%	8.5%	19.7%	14.2%		
조화성	빈도	21	18	39		
	%	11.9%	9.8%	10.8%		
친환경	빈도	0	0	0		
	%	0.0%	0.0%	0.0%		
장소성	빈도	6	3	9		
	%	3.4%	1.6%	2.5%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



** p<.01

② 공공 시설물 디자인 영역

● 교통시설

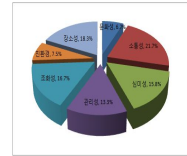
본 연구에서는 공공 시설물 디자인 영역에서 우선 교통시설(가로등·버스승차장·신호등·횡단보도 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-50]과 같다.

즉 소통성이 전체의 21.7%로 가장 많았으며, 다음으로 장소성 18.3%, 조화성 16.7%, 심미성 15.8%, 친환경 7.5%, 문화성 6.7의 순이었다. 따라서 교통시설에서 가장 적합한 평가척도어는 소통성인 것으로 나타났다.

한편 전문가는 소통성(27.1%)을 가장 적합한 평가척도어로 선정한 반면 비전문가는 심미성(21.3%)을 가장 적합한 평가척도어로 선정하여 유의미한 차이(p<.05)를 보였다. 즉 전문가는 국외사례를 통해 국내사례와 마찬가지로 교통시설의 경우 시민들에게 정보를 정확히 제공하는 소통에 중점을 두고 있는 반면 비전문가는 국내사례와는 달리 아름다운 외형과 디자인의 심미성에 더 중점을 두는 것으로 보인다.

[표 5-50] 교통시설

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
문화성	빈도	15	9	24		
	%	8.5%	4.9%	6.7%		
소통성	빈도	48	30	78		
	%	27.1%	16.4%	21.7%		
심미성	빈도	18	39	57		
	%	10.2%	21.3%	15.8%		
관리성	빈도	24	24	48		
	%	13.6%	13.1%	13.3%		
조화성	빈도	30	30	60		
	%	16.9%	16.4%	16.7%		
친환경	빈도	9	18	27		
	%	5.1%	9.8%	7.5%		
장소성	빈도	33	33	66		
	%	18.6%	18.0%	18.3%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



* p<.05

● 편의시설

본 연구에서는 공공 시설물 디자인 영역 가운데 편의시설(벤치·환경미화원·음수대·화장실 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-51과 같다.

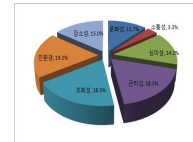
즉 친환경이 전체의 19.2%로 가장 많았으며, 다음으로 관리성과 조화성 각 18.3%, 장소성 15.0%, 심미성 14.2%, 문화성 11.7%, 소통성 3.3%의 순이었다. 따라서 편의시설에서 가장 적합한 평가척도어는 친환경인 것으로 나타나, 국

내사례에서 관리성으로 나타난 것과 다소 차이를 보였다. 이는 국외사례의 경우 디자인이 환경 친화적인 것에 더 중점을 두는 것으로 보인다.

한편 전문가는 관리성(20.3%을, 비전문가는 친환경(23.0%)을 가장 적합한 평가척도어로 선정하여 유의미한 차이(p<.05)를 보였다.

[표 5-51] 편의시설

구분		전문가	비전문가	전체	χ^2	p
문화성	빈도	15	27	42	12.939	.044*
	%	8.5%	14.8%	11.7%		
소통성	빈도	3	9	12		
	%	1.7%	4.9%	3.3%		
심미성	빈도	30	21	51		
	%	16.9%	11.5%	14.2%		
관리성	빈도	36	30	66		
	%	20.3%	16.4%	18.3%		
조화성	빈도	36	30	66		
	%	20.3%	16.4%	18.3%		
친환경	빈도	27	42	69		
	%	15.3%	23.0%	19.2%		
장소성	빈도	30	24	54		
	%	16.9%	13.1%	15.0%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



* p<.05

● 공급시설

본 연구에서는 공공 시설물 디자인 영역 가운데 공급시설(신호전·우체통·소화전·공중전화 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-52]와 같다.

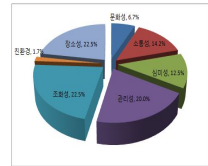
즉 조화성과 장소성이 전체의 각 22.5%로 가장 많았으며, 다음으로 관리성 20.0%, 소통성 14.2%, 심미성 12.5%, 문화성 6.7%, 친환경 1.7%의 순이었다. 따라서 공급시설에서 가장 적합한 평가척도어는 조화성과 장소성인 것으로 나타났다. 국내 사례에서는 관리성과 조화성이 가장 적합한 평가척도어로 선정되었으나, 국외사례에서는 관리성보다 조화성이 더 적합한 평가척도어로 선정되어 다소 차이를 보였다. 이는 국외사례의 경우 조화성이 국내보다 다

소 강조되는 것으로 보인다.

한편 전문가는 장소성(28.8%)을 비전문가는 관리성(26.2%)를 가장 적합한 평가척도어로 선정하여 유의미한 차이(p<.01)를 보였다.

[표 5-52] 공급시설

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
문화성	빈도	9	15	24		
	%	5.1%	8.2%	6.7%		
소통성	빈도	27	24	51		
	%	15.3%	13.1%	14.2%		
심미성	빈도	18	27	45		
	%	10.2%	14.8%	12.5%		
관리성	빈도	24	48	72		
	%	13.6%	26.2%	20.0%		
조화성	빈도	45	36	81		
	%	25.4%	19.7%	22.5%		
친환경	빈도	3	3	6		
	%	1.7%	1.6%	1.7%		
장소성	빈도	51	30	81		
	%	28.8%	16.4%	22.5%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



** p<.01

③ 공공매체 디자인 영역

● 정보매체

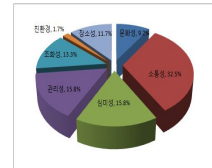
본 연구에서는 공공매체 디자인 영역에서 우선 정보매체(공사가림막 · 교통 표지판 · 안내도 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-53]과 같다.

즉 소통성이 전체의 32.5%로 가장 많았으며, 다음으로 심미성과 관리성 각 15.8%, 조화성 13.3%, 장소성 11.7%, 문화성 9.2%, 친환경 1.7%의 순이었다. 따라서 정보매체에서 가장 적합한 평가척도어는 소통성인 것으로 나타났다. 이는 국내사례와 차이가 없었다.

한편 전문가와 비전문가 모두 소통성을 가장 적합한 평가척도어로 선정하여 차이는 없었으나, 다음으로 전문가는 심미성(18.6%)를, 비전문가는 관리성 (18.0%)를 선정하여 다소 유의미한 차이(p<.05)를 보였다

[표 5-53] 정보매체

구 분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
문화성	빈도	18	15	33		
	%	10.2%	8.2%	9.2%		
소통성	빈도	54	63	117		
	%	30.5%	34.4%	32.5%		
심미성	빈도	33	24	57		
	%	18.6%	13.1%	15.8%		
관리성	빈도	24	33	57		
	%	13.6%	18.0%	15.8%		
조화성	빈도	27	21	48		
	%	15.3%	11.5%	13.3%		
친환경	빈도	6	0	6		
	%	3.4%	0.0%	1.7%		
장소성	빈도	15	27	42		
	%	8.5%	14.8%	11.7%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



* p<.05

● 상징매체

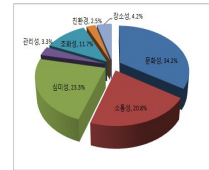
본 연구에서는 공공 매체 디자인 영역 가운데 상징매체(상징조형물·국가 랜드마크·슈퍼그래픽 등)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-54]와 같다.

즉 문화성이 전체의 34.2%로 가장 많았으며, 다음으로 심미성 23.3%, 소통성 20.8%, 조화성 11.7%, 장소성 4.2%, 관리성 3.3%, 친환경 2.5%의 순이었다. 따라서 상징매체에서 가장 적합한 평가척도어는 문화성인 것으로 나타났다. 이는 국내의 사례와 차이를 보이지 않았다.

한편 전문가는 문화성(33.9%)과 심미성(33.9%)을 가장 적합한 평가척도어로 선정하였으나, 비전문가는 문화성(34.4%)을 가장 적합한 평가척도어로 선정하여 다소 유의미한 차이(p<.001)를 보였다.

[표 5-54] 상징매체

구분		전문가	비전문가	전체	χ ²	p
문화성	빈도	60	63	123		
	%	33.9%	34.4%	34.2%		
소통성	빈도	27	48	75		
	%	15.3%	26.2%	20.8%		
심미성	빈도	60	24	84		
	%	33.9%	13.1%	23.3%		
관리성	빈도	6	6	12		
	%	3.4%	3.3%	3.3%		
조화성	빈도	12	30	42		
	%	6.8%	16.4%	11.7%		
친환경	빈도	3	6	9		
	%	1.7%	3.3%	2.5%		
장소성	빈도	9	6	15		
	%	5.1%	3.3%	4.2%		
전체	빈도	177	183	360		
	%	100.0%	100.0%	100.0%		



*** p<.001

④ 공공철학 영역

본 연구에서는 공공 철학 영역에서 시민의식과 공공의 질서(SOS·디자인 교육·STOP·인간중심적 매체)에서 평가척도어로 가장 적합한 것이 무엇인지에 대해 살펴보았는데 그 결과는 다음 [표 5-55]와 같다.

즉 문화성이 전체의 37.5%로 가장 많았으며, 다음으로 소통성 34.2%, 심미성 10.8%, 장소성 5.8%, 조화성 5.0%, 관리성과 친환경 0.8%의 순이었다. 따라서 교통시설에서 가장 적합한 평가척도어는 문화성인 것으로 나타났다. 이는 국내사례에서의 경우 소통성이었던 것과는 다소 차이를 보였다.

한편 전문가와 비전문가 간에 정보매체의 평가척도어에서는 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-55] 시민의식과 공공의 질서

구분	전문가	비전문가	전체	χ ²	p
----	-----	------	----	----------------	---

문화성	빈도	75	60	135	13.73 2	.056	
	%	42.4%	32.8%	37.5%			
소통성	빈도	60	63	123			
	%	33.9%	34.4%	34.2%			
심미성	빈도	21	18	39			
	%	11.9%	9.8%	10.8%			
관리성	빈도	0	3	3			
	%	0.0%	1.6%	0.8%			
조화성	빈도	9	9	18			
	%	5.1%	4.9%	5.0%			
친환경	빈도	0	3	3			
	%	0.0%	1.6%	0.8%			
장소성	빈도	6	15	21			
	%	3.4%	8.2%	5.8%			
전체	빈도	177	183	360			
	%	100.0%	100.0%	100.0%			

(2) 평가척도어 선호도

본 연구에서는 국외 사례를 바탕으로 공공디자인 평가척도어 성향에 따라 각 평가 척도어에 대한 선호도를 살펴보았다.

① 문화성

문화성 즉 인간중심적인 도덕과 질서가 적용되고 있는지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-56]과 같다.

즉 문화성에 있어 전문가와 비전문가가 각각 평균 4.98점과 5.06점으로 보통이상으로 평가하였다. 따라서 국외사례의 공공디자인은 인간중심적인 도덕과 질서가 적용되게 디자인되어 있는 것으로 보인다.

한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-56] 문화성

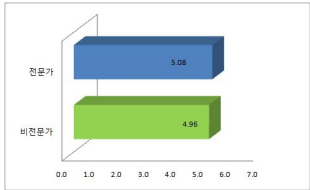
구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	4.98	1.162	-.730	.466
비전문가	183	5.06	.99		

② 소통성

소통성 즉 인간과 공공디자인 매개체간의 커뮤니케이션이 원활한지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-57]과 같다. 즉 소통성에 있어 전문가와 비전문가 모두 평균 5.08점과 평균 4.96점으로 다소 우수한 수준으로 평가하였다. 따라서 국외 사례의 공공디자인은 인간과 공공디자인 매개체간의 커뮤니케이션이 원활하게 디자인되어 있는 것으로 보인다. 한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-57] 소통성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	5.08	1.21	.933	.351
비전문가	183	4.96	1.17		



③ 심미성

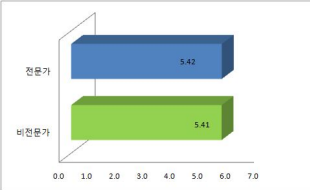
심미성 즉 아름다운 외형과 디자인을 가지고 있는지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-58]과 같다.

즉 심미성에 있어 전문가와 비전문가 모두 평균 5.42점과 평균 5.41점으로 다소 우수한 수준으로 평가하였다. 따라서 국외 사례의 공공디자인은 국내사례와 달리 아름다운 외형과 디자인을 가지고 있는 것으로 보인다.

한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-58] 심미성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	5.42	1.23	.044	.965
비전문가	183	5.41	1.10		



④ 관리성

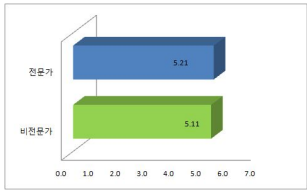
관리성 즉 유지·관리·보수가 용이한지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-59]와 같다.

즉 관리성에 있어 전문가와 비전문가 모두 평균 5.21점과 평균 5.11점으로 다소 우수한 수준으로 평가하였다. 따라서 국외 사례의 공공디자인은 유지·관리·보수가 용이하게 디자인되어 있는 것으로 보인다.

한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-59] 관리성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	5.21	1.33	.822	.412
비전문가	183	5.11	1.10		



⑤ 조화성

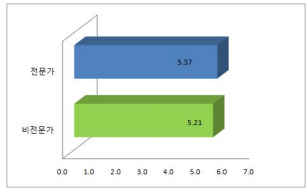
조화성 즉 주위의 공공디자인물들과 잘 조화되는지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-60]과 같다.

즉 조화성에 있어 전문가와 비전문가 모두 평균 5.37점과 평균 5.21점으로 다소 우수한 수준으로 평가하였다. 따라서 국외 사례의 공공디자인은 주위의 공공디자인물들과 잘 조화되게 디자인되어 있는 것으로 보인다.

한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-60] 조화성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	5.37	1.40	1.278	.202
비전문가	183	5.21	1.08		



⑥ 친환경성

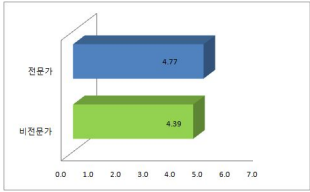
친환경성 즉 환경 친화적 아이템과 친환경적 재료를 사용하였는지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-61]과 같다.

즉 친환경성에 있어 전문가는 평균 4.7점으로 보통이상 수준으로 평가하였으며, 비전문가는 평균 4.39점으로 보통정도로 평가하였다. 따라서 국외 사례의 공공디자인에 있어 환경 친화적 아이템과 친환경적 재료의 사용은 보통정도인 것으로 보인다.

한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이(p<.05)를 보였다.

[표 5-61] 친환경성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	4.77	1.07	2.99	.003**
비전문가	183	4.39	1.35		



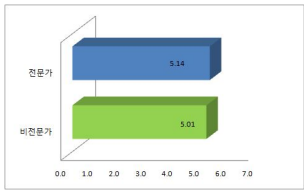
* p<.05

⑦ 장소성

장소성 즉 적절한 위치에 정확하게 자리하였는지에 대해 살펴보면 다음 [표 5-62]와 같다. 즉 장소성에 있어 전문가와 비전문가 모두 평균 5.14점과 평균 5.01점으로 다소 우수한 수준으로 평가하였다. 따라서 국외 사례의 공공디자인은 적절한 위치에 정확하게 자리하고 있는 것으로 보인다. 한편 전문가와 비전문가 간에 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

[표 5-62] 장소성

구 분	N	평균	표준편차	t	p
전문가	177	5.14	1.02	1.159	.247
비전문가	183	5.01	1.06		



5.3 소결

5.3.1 국내사례 평가척도어 추출 종합

1) 8개 영역별 평가척도어 추출 종합

본 연구에서는 국내사례를 바탕으로 한 8개 영역 즉 도시환경, 공공건축 및 실내환경, 교통시설, 편의시설, 공급시설, 정보매체, 상징매체, 시민의식과 공공질서에서 가장 많이 추출된 평가척도어를 종합하여 살펴보면 다음 그림 5-20과 같다.

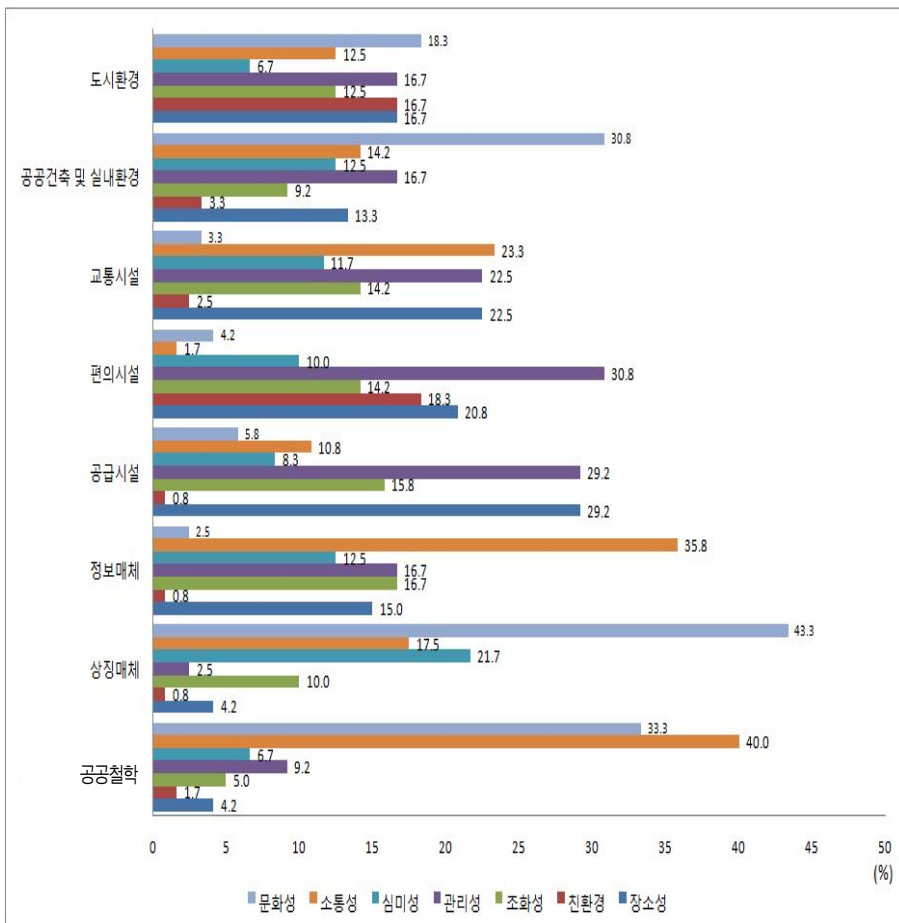


그림 5-19 평가척도어 추출 종합_국내

즉 도시환경 영역에서는 문화성이 평가척도어로 추출되었으며, 공공건축 및 실내환경 영역에서도 역시 문화성이 평가척도어로 추출되었다. 교통시설 영역에서는 장소성과 관리성, 공급시설 영역에서는 장소성이 평가척도어로 추출되었다. 정보매체 영역에서는 소통성이, 상징매체과 시민의식·공공질서 영역에서는 각각 문화성이 평가척도어로 추출되었다. 따라서 국내영역에서는 4개영역에서 문화성이 가장 많은 평가척도어로 추출되었다.

2) 8개 평가척도어에 대한 선호도 종합

본 연구에서는 국내사례를 바탕으로 한 7개 평가척도어 즉 문화성, 소통성, 심미성, 관리성, 조화성, 친환경, 장소성에 대한 선호도를 종합하여 살펴보면 다음 그림 5-21과 같다.

즉 장소성이 평균 4.06점으로 가장 높았으며, 다음으로 문화성 평균 3.45 점, 소통성 평균 3.44점, 심미성 평균 3.20점, 관리성 평균 3.15점, 조화성 평균 3.13점, 친환경성 평균 2.95점의 순이었다.

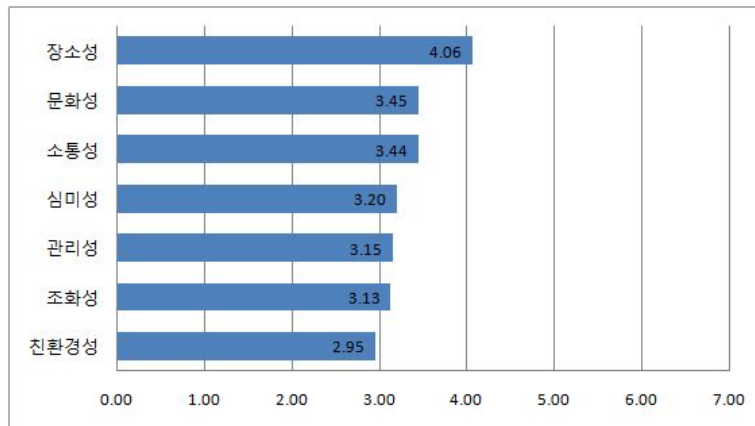


그림 5-20 7개 평가척도어 선호도 종합_국내

5.3.2 국외사례 평가척도어 추출 종합

1) 8개 영역별 평가척도어 추출 종합

본 연구에서는 국외사례를 바탕으로 한 8개 영역 즉 도시환경, 공공건축 및 실내환경, 교통시설, 편의시설, 공급시설, 정보매체, 상징매체, 시민의식과 공공질서에서 가장 많이 추출된 평가척도어를 종합하여 살펴보면 다음 그림 5-22와 같다.

즉 도시환경 영역에서는 문화성이 평가척도어로 추출되었으며, 공공건축 및 실내환경 영역에서도 역시 문화성이 평가척도어로 추출되었다.

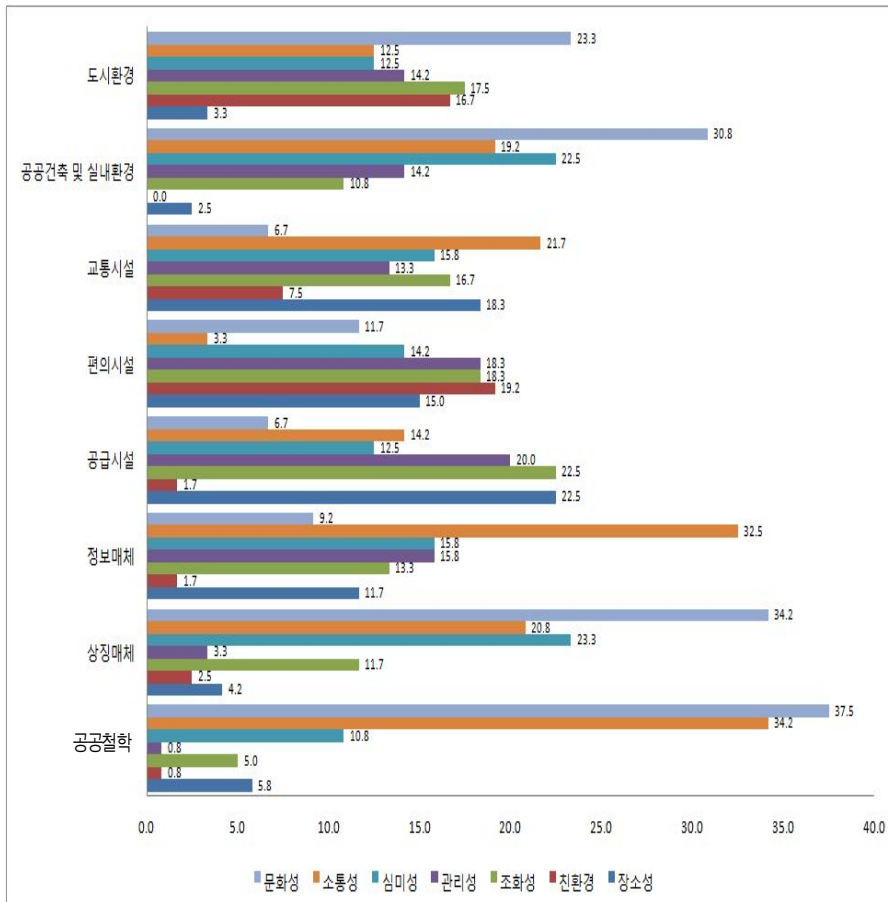


그림 5-21 평가척도어 추출 종합_국외

교통시설영역에서는 소통성, 공급시설 영역에서는 장소성이 평가척도어로 추출되었다. 정보매체 영역에서는 소통성이, 상징매체와 시민의식·공공질서 영역에서는 각각 문화성이 평가척도어로 추출되었다. 따라서 국내영역에서와 마찬가지로 4개영역에서 문화성이 가장 많은 평가척도어로 추출되었다.

2) 8개 평가척도어에 대한 선호도 종합

본 연구에서는 국외사례를 바탕으로 한 7개 평가척도어 즉 문화성, 소통성, 심미성, 관리성, 조화성, 친환경, 장소성에 대한 선호도를 종합하여 살펴보면 다음 그림 5-23과 같다.

즉 심미성이 평균 5.40점으로 가장 높았으며, 다음으로 조화성 평균 5.29점, 관리성 평균 5.16점, 장소성 평균 5.07점, 문화성과 소통성 각 평균 5.02점, 친환경성 평균 4.58점의 순이었다.

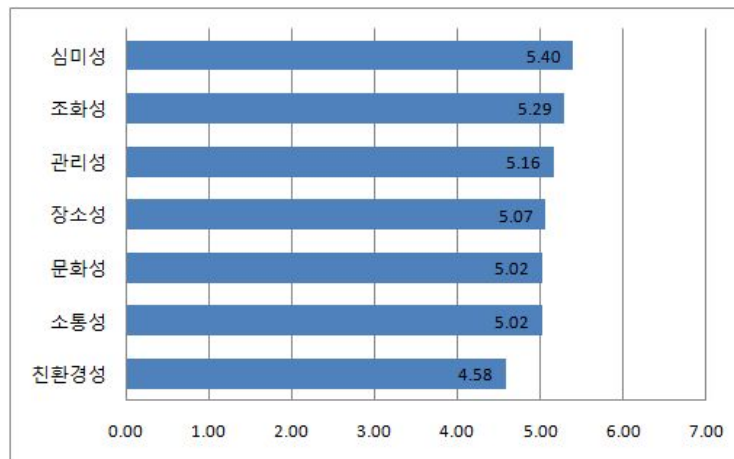


그림 5-22 7개 평가척도어 선호도 종합_국외

5.3.3 공공디자인 평가척도어 추출

국내·외 사례를 바탕으로한 공공디자인 소분류로 8개의 영역을 설정. 즉, 도시환경, 공공건축 및 실내환경, 교통시설, 편의시설, 공급시설, 정보매체, 상징매체, 시민의식과 공공질서에서 평가척도어 성향으로 본 선호도 조사를 위해 t-test를 실시하였다. 이상과 같은 분석은 모두 유의수준 $p < .05$, $p < .01$, $p < .001$ 에서 검증하여 가장 많이 추출된 평가척도어로 문화성, 소통성, 심미성, 조화성, 관리성, 장소성, 환경성을 추출하였다

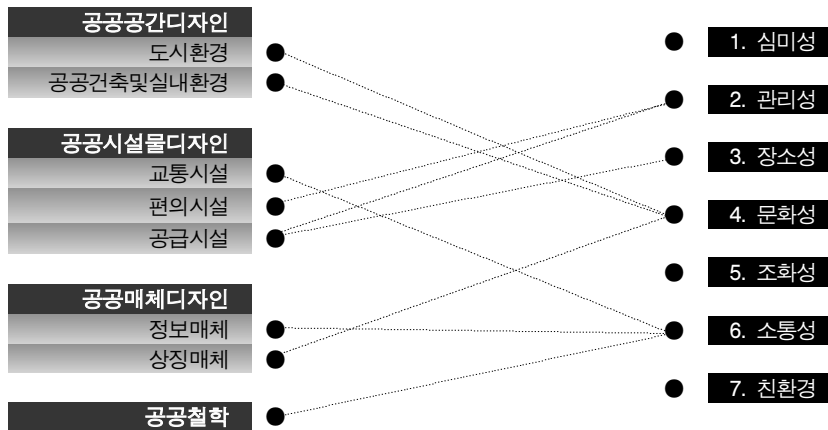


그림5-23 공공디자인 평가척도어 1
(제3차 설문조사를 통한 국내 공공디자인)

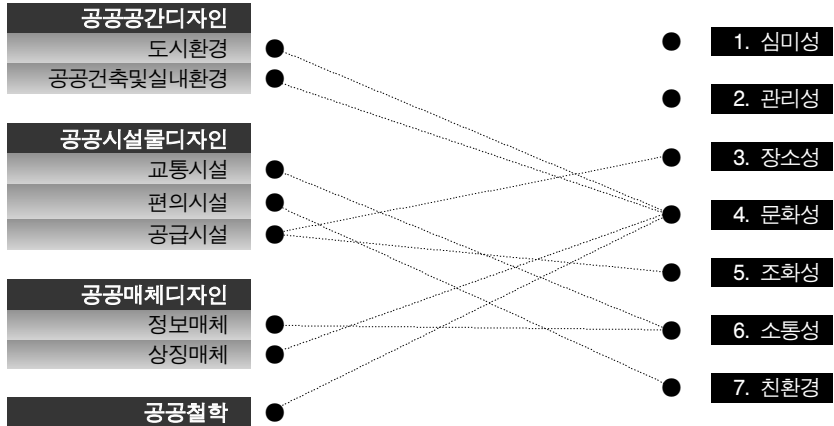


그림5-24 공공디자인 평가척도어 2
(제3차 설문조사를 통한 국외 공공디자인)



그림5-25 공공디자인 평가척도어

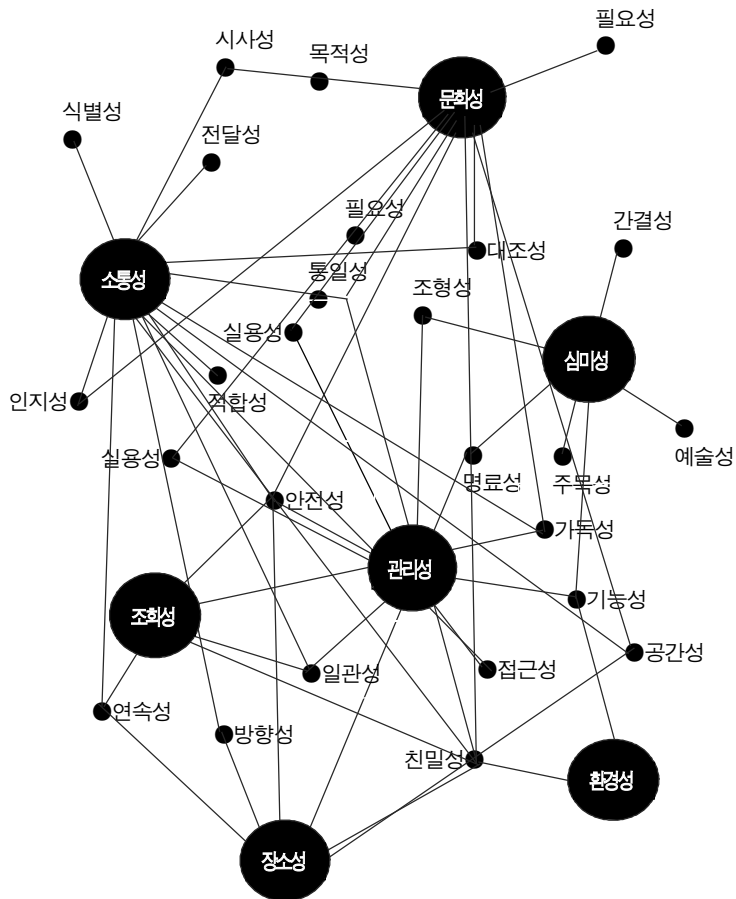


그림5-26 성향별 평가척도어 네트워크 구성도

제6장 결론

공공디자인의 목적지는 어디인가. 공공디자인의 목표는 존재 하겠지만 최종목적지는 없는 끝없는 평행적 관계에서 인류의 편리와 쾌적성을 위하여 서비스를 제공해야함은 디자인계의 사명이다. 지금껏 우리는 남을 위한 배려와 양보, 친절이 없이 나만을 위하여 살아왔으며 상업중심, 물질중심, 경제위주의 삶을 살아오면서 진정한 인간중심의 환경을 만들지 못한 게 사실이다. 한국은 한국의 디자인 역량에 비하여 가로의 환경에서 보여지는 공공디자인물들을 대하면서 한국의 공공디자인 수준은 너무나 미흡함을 깨닫게 되었다. 최대민국에서 이만큼의 성장을 이루어온것은 비단 경제 성장만은 아닐 것이며 디자인 또한 급격한 발전을 이루어 온 것은 사실이다. 어떤 한 분야의 우위만으로 선진국이 되는 것은 아니다. 여러 분야에서 균등하고 조화로운 발전이 평행선상을 유지할 때 바람직하고 살기 좋은 선진도시국가가 되는 것이며 그 바탕에서는 인간을 위한 인간중심의 친절과 양보, 배려 등의 도덕적, 교양교육이 바탕이 되어야한다.

한국은 여러 분야에서 속속 선진국이 갖추어야할 모든 산업의 평행선상에 진입하고 있어 참으로 바람직하다고 본다. 그러한 반면 디자인은 어떠한가. 그러한 물음에 한국의 가로에서 쉽게 해답을 찾을 수 있을 것이다. 가장 큰 예로 간판 문제를 들 수 있다. 벌써 일각에서 활발한 문제제시를 시작한지가 십 수 년 전부터 이었지만 한국의 가로환경에서의 간판은 변화된 게 아무것도 없다. 기껏해야 지방자치에서 전폭적인 지원을 통하여 천편일률적인 간판 정비 사업은 바람직하지 못한 결과를 보여주며 또 다른 시각적 장애요소가 되었으며 세계의 어느 도시국가에서 유례없는 대형자동차 선호는, 인간의 편리만을 위한 편파적인 개발과 발전으로 오염을 발생시켜 부메랑 되어 돌아오며 오히려 인류에게 해가 되어 돌아오는 현실을 직시하여야 한다.

본 연구는 16개국 40개 도시의 사례조사를 통하여 선진 도시국가들의 가

로환경에서 보이는 공공디자인물 들을 살펴보고 장단점을 분석하여 이를 전문가집단의 심층면접설문조사를 통하여 예비추출된 공공디자인 평가척도어를 전문가집단과 비전문가 집단의 설문조사를 통하여 한국의 공공디자인물 매개체의 개발과 설정에 있어 기초자료를 제시하고자 공공디자인물 평가척도에 대하여 [표6-1]과 같은 최종 공공디자인 평가척도어로 결론을 얻을 수 있었다.

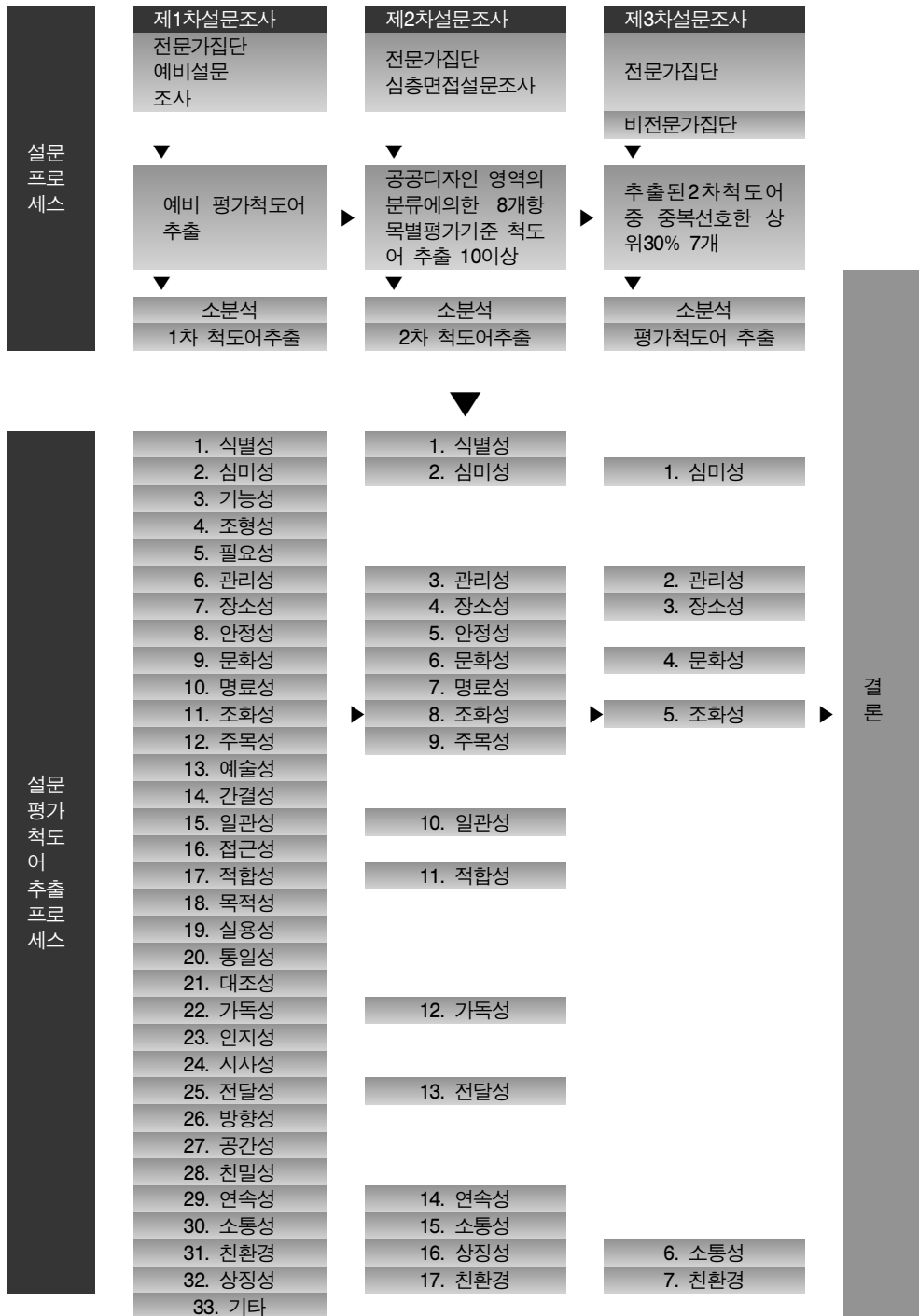


그림6-1 설문조사를 통한 공공디자인 영역별 선호평가어 추출도

공공디자인 (Public design)	① 문화성	인간중심적인 도덕 친절 윤리가 반영되었는가?
	② 소통성	인간과 공공디자인물간의 커뮤니케이션이 원활한가?
	③ 심미성	이름다운 외형과 디자인을 가지고있는가?
	④ 조화성	주위의 공공디자인물과 잘 조화되는가?
	⑤ 관리성	유지 관리 보수가 용이한가?
	⑥ 장소성	적절한 위치에 정확하게 자리하였는가?
	⑦ 환경성	환경친화적 아이템과 재료를 사용하였는가?

[표6-1] 공공디자인 평가척도어 추출

아울러 공공디자인에서 진행되어진 산업을 위한 사적영역의 디자인 모델을 삶을 위한 공적영역의 관점에서 수정·보완하고 이를 바탕으로 공공디자인 적용 방안을 모색하고자 그림6-3 디자인 목적의 전환 모델 과 그림6-4 공적 영역의 디자인 모델을 최종 결론으로 정리하여 이를 공공디자인 매개체의 개발과 설정에 있어 기초자료로 제언 하고자 한다.



그림6-2 디자인 목적의 전환 모델



그림6-3 공적영역의 디자인 모델

좋은 ‘공공디자인’이 곧 국부를 창출한다. 공공디자인의 훌륭한 사례가 그 나라의 문화를 고양시키고 나아가 새로운 국가경쟁력을 만들어 낼 수 있으며 이러한 사례는 세계에서 얼마든지 찾아볼 수 있다.

공공 디자인은 개인의 입장보다는 자연환경에 순응하면서도 지역사회의 아이덴티티(Identity)를 반영하고 공익이 우선되는 조화를 중요시하는 것이 요구되며 또한 공공 디자인이 생활의 질을 높이는 데 기여하기 위해서는 거시적 관점에서 설치·시공 전에 주변상황의 변화추이를 고려하고 계획하여 완성도를 높이는데 주력하여야 한다.

공공디자인을 개선하는 것은 단지 생활환경의 외관을 ‘정비’하는 데 그치는 것이 아니라 우리 개개인의 인격과 심성을 바꾸고 사람과 사람 간의 관계 맺음의 양식을 바꾸는 것이다. 아름다운 공간이 아름다운 사람을 만들고 아름다운 사회를 만든다는 원대한 비전이 담겨져 있음을 알수 있다. 그런 점에서 공공디자인정책은 철학이자 도덕이라고 하지 않을 수 없다.

이제 인간중심이 되어야 한다. 인간이 느낄 수 있는 감각기관중 오감이 존재한다. 시각, 청각, 후각, 촉각, 미각의 순서대로 인간과 가깝게 근접한다. 이제 디자인은 깨무는 디자인이 되어야 한다는 2009 공공디자인 학술대회에

서 전 문화관광부 이어령 장관이 했던 말이 귓가에 쟁쟁하다.

한국의 가로환경은 사적영역의 중심에서 공적영역으로, 경제중심에서 인간 중심으로 중심이 빠르게 이동되고 있어 한국의 디자인 역량으로 볼 때 선진 도시국가 보다 뛰어난 디자인이 적용된 공공시설물이 가로환경에 속속 등장할 것이다. 훌륭하고 뛰어난 공공시설물의 활용에 있어 남을 위한 배려와 친절 양보와 질서의식이 함께 하였을 때 비로소 한국의 바람직한 공공디자인이 정착될 것이며 세계의 선진 도시국가들의 경쟁에서 우위에 서게 될 것이다.

금후연구과제

지금까지의 공공디자인에 관한 논의는 주로 해외사례를 통한 사회분위기 제고 차원의 단계였다면 앞으로는 우리가 살아가는 우리가로의 문제로 논의의 중심을 이동시켜야 할 것이다. 글로벌 경쟁시대에 도시의 국제적 경쟁력 확보를 위해 한국을 비롯하여 세계 각국의 주요 도시들이 도시디자인을 핵심 전략 수단으로 삼고 있다. 세계 각국의 도시들이 추구하는 각 공익의 성격은 다르지만 한 가지 공통적으로 추구하는 공익의 개념은 지속가능발전(sustainable development)이다. 그러므로 우리의 도시디자인이 세계적인 경쟁력을 확보하기 위해서는 지속가능발전에 대한 이해와 활용방안에 대한 모색이 필요하며 연구에 더 많은 관심이 모아져야 한다.

미처 자세히 기술하지 못한 공공디자인의 다양한 논점과 발전방향에 대해서는 후속 연구를 통해 또 다른 차원의 접근을 시도 할 수 있을 것으로 생각한다.

참고문헌

(국내외 단행본)

- 박찬숙·권영걸 『일본경제 공공디자인으로 다시 살아난다』 도서출판가인. 2008
- 최인규 『역사로보는도시문화디자인』 도서출판가인. 2008
- 박찬숙·권영걸외 『유럽의 도시 공공디자인을 읽다』 가인공공. 2008
- 최인규 『공공디자인 편더멘털』 시공문화사. 2008
- 송진희 『문화도시 경쟁력과 공공디자인』 p71. 기문당. 2007
- 아드리안 프루티거 (정신영 옮김) 『인간과기호』 홍디자인 2007
- 박삼철 『왜공공미술인가』 p19.학고재. 2008
- 고필종 『거리환경 디자인』 p190. 미진사. 1997
- 배현미, 김종하, 『환경디자인』 보문당, 2002, pp.203-208)
- 김옥조. 『회색도시의 미소』 대동문화 p172. 2003
- 정봉금 『 21세기 문화산업을 위한 공공디자인 정책연구』 한국학술정보(주). 2007.
- 한국공공디자인학회 『공공디자인강좌』 가인디자인랩. 2009.
- 권영걸 『공공디자인산책』 사미헌. 2008.
- 강건희역 Yoshinobu Ashihare 『外部空間의 美學』 기문당. 1999.
- 고필종·장은석 『도시환경과 거리가구 디자인』 미진사. 2001.
- 강건희 『외부공간의 미학』 기문당. 1999.
- 박효신역. 가메쿠라 유사쿠저 『일본디자인의 신화 가메쿠라 유사쿠』 p42.디자인하우스. 2003
- M. Carmona, T. Heath, T. Oc, and S.Tiesdell. 『Public Places Urban spaces』 Elsevier. 2004.
- HenryShaftoe 『Convival urban spacescreating effective public places』 Earthscan. 2008.
- 内海廈一 『ピクトさんの本』 日本ピクトさん學會. 2007.
- Kunibiro Noda 『CREATIVE CITY YOKOHAMA』 學藝出版社. 2008.

- Narumi Kunihiro 『URBAN DESIGN』 學藝出版社. 1995.
- Ronald Lee Fleming 『THE ART OF PLACEMAKING』 Merrell. 2007.
- Kitazawa takeru 『都市 のデザインマネジメント』 學藝出版社. 2002.
- はなわ ひさじ 『都市景觀のデザイン』 Gagocima出版社. 1989.
- ひぐち しょういちろう 『都市景觀と造形の未來』 Gagocima出版社.1997.
- 정신영역. Adrian Frutiger 『인간과기호』 흥디자인. 2007.
- 한영호 『실내디자인의 미학』 p12.p107. 도서출판국제. 1996.
- Ronald Lee Fleming 『THE ART OF PLACEMAKING』 p259.Merrell. 2007.
- Florida, R, The Rise of the Creative Class, Harper Collins Publisher, 2002.
- Florida, R, The Rise of the Creative Class, Basic Books, 2002.
- Mark Leonard, Britain TM: Renewing our identity, Demos, 1997.
- Hawkins, J., Creative Economy-How people make money from ideas, Penguin Books. p.213. 2001.
- Landry, C., The Creative City, Comedia, 2000
- Landry, C., The Art of City Making, Earthscan, 2006, pp.249-253

학위논문

(박사학위논문)

- 윤갑근 『建築物 内·外部 DESIGN要素의 認知特性에 相關關係分析』 박사학위논문. 원광대학교. 건축공학과. 2006.
- 정봉금 『21세기 문화산업을 위한 공공디자인 정책 연구』 박사학위논문. 홍익대학교/광고홍보학과. 2005.
- 안상락 『유니버설 디자인관점에서의 공공사인 커뮤니케이션 지각효과 연구』 박사학위논문. 홍익대학교/광고홍보학과. 2007
- 박일우 『픽토그램의 기호학적 연구』 박사학위논문. 경북대. 1990.
- 손문호 『공공디자인에서 환경조형물의 분석방법에 관한 연구』 박사학위논문. 동서대학교. 2007.

- 김성호 『도시문화 환경을 위한 공공디자인 콘텐츠 비교분석 연구』 박사학위논문. 동국대학교. 2008.

(석사학위논문)

- 최연희 『지하철에 적용되는 어린이를 위한 공공디자인에 관한 연구』 석사학위논문. 서울시립대. 2007.
- 김지애 『도시경관 조성을 위한 Color Image 개선방안에 관한 연구』 석사학위논문. 조선대학교 일반대학원. 2009.
- 박세희 『도시 문화환경 개선을 위한 보행자 거리의 계획방법에 관한 연구』 석사학위논문. 연세대학교. 1997.
- 이봉원 『시각언어로서 픽토그램의 의미작용에 관한 연구』 석사학위논문. 홍익대학교. 2003.
- 박경 『문화적 아이덴티티를 반영한 현대 픽토그램에 관한 연구』 석사학위논문. 홍익대학교. 2005.
- 정연희 『국내 공공안내용 Pictogram Design에 관한 연구』 석사학위논문. 성균관대학교. 1999.
- 은이선 『한국문화의 기호학적 해석과 도시문화공간디자인에의 적용에 관한 연구』 석사학위논문 이화여자대학교. 1997.
- 이해련 『공공디자인을 적용시킨 도심부 보행공간 조성』 석사학위논문 . 홍익대학교/건축대학원/조경설계전공. 2007.

(정기간행물)

- 정희정·윤갑근 『공공디자인을 위한 자전거 교통안전 표지디자인 연구』 기초조형학회. Vo1.10.NO.2. 2009.4
- 박진호 『뉴욕시 공공디자인 정책사례고발』
- 조임석 『공공공간의 질제고를 위한협력』 (네덜란드 공간창출의 문화)
- 장기윤 『신문보도 분석을 통한 도시·공공 디자인 담론의 해석적 접근』 디지털디자인학연구 제8권제2호 통권18호(2008년 4월), pp.77-88 성남 : 한국디지털디자인협의회·한국디지털디자인학회, 2008.04.25

- 한민호 『공공디자인 관련 입법의 바람직한 방향 건축과 사회』 통권 제11호(2008년봄), pp.85-91 서울:새로운문화를실천하는건축사협의회, 2008.03.20
- 홍석일 『도시 공공디자인의 의의 및 필요성 도시문제』 서울 : 대한지방행정공제회, 제42권 제467호 (2007년 10월), pp.12-18 2007.10.01
- 박찬숙 『디자인으로 여는 매력적인 한국:designed in korea 건축과사회』 통권 제11호 pp.20-23 서울 : 새로운문화를실천하는건축사협의회, (2008년 봄), 2008.03.20
- 조임식 『공공공간의 질 제고를 위한 협력 : 네덜란드 공간 창출의 문화 건축과사회』 통권 제11호 pp.100-108 서울:새로운문화를실천하는건축사협의회, (2008년 봄), 2008.03.20
- 박진호 『뉴욕 시 공공디자인 정책 사례 고발 건축과사회』 통권 제11호 pp.109-122 서울: 새로운문화를실천하는건축사협의회, (2008년 봄), 2008.03.20
- 배지훈:이상화:조정형 『우리나라 공공디자인의 질적 향상을 위한 개선 방안 연구:서울시 가로환경시설물을 중심으로』 한국디자인문화학회지. 제12권 특별호 1집 pp.11-18 안산:한국 디자인문화학회. 2006.06.30
- 고필중 『도시문화 속의 길과 거리환경』 문화도시·문화 복지 67호 pp.16-19 한국문화정책개발원. 1999.
- 장기윤 『신문보도 분석을 통한 도시·공공 디자인 담론의 해석적 접근』 디지털디자인학 연구. 제8권 제2호 통권18호 (2008년 4월), pp.77-88 성남:디지털디자인협회·한국디지털디자인학회, 2005.04.25
- 양성모 『공공디자인 ‘문화 환경디자인’으로 격상시켜야』 (문화·관광)너울. vol.181 pp.74-77 서울 : 한국문화관광정책연구원. 2006.07.01
- 한창준:김해동: 남수현 『21세기문화시대의 공공디자인연구』 디자인연구. 통권 제 11호. pp/35-56. 2006.
- 홍철순 정한수 『도시에 활기를 주는 생활환경디자인,1 :공공디자인 (public design)의 사례를 중심으로』 논문집 제30집 pp.31-41 경남정보대학. 2002.

- 홍석일 『도시 공공디자인의 의의 및 필요성』 도시문제. 제42권 제467호 pp.12-18 서울 : 대한지방행정공제회, (2007년 10월), 2007.10.01
- 조명래 『공공디자인, 공공영역을 디자인하라!』 건축과 사회. 통권 제11호 pp.52-56 서울 : 새로운문화를 실천하는건축사협의회, (2008년 봄), 2005.03.20
- 한창준 : 김해동 : 남수현 『21세기문화시대의 공공디자인연구』 디자인연구. 통권 제 11호 pp/35-56 창원 : 창원대학교 디자인연구소, (2006년), 2005.12.31
- 박찬숙 『누구를 위한 도시인가』 국정감사 정책보고서, 2호, pp.29 (2005)
- 한민호 『공공디자인 관련 입법의 바람직한 방향』 건축과 사회 통권 제 11호 pp.85-91 새로운문화를실천하는 건축사협의회, (2008년봄), 2008.03.20
- 정강화 『도시 공공디자인의 해외 성공사례』 도시문제 제 42권
- 박찬숙 『공공디자인 국가 경쟁력 드높여』 國會-. 통권485호 (2007년04월), pp.26-29 서울 : 國會事務處. 2007.04.05
- 조명래 『공공디자인, 공공영역을 디자인하라!』 건축과 사회. 통권 제11호 pp.52-56 서울 : 새로운문화를 실천하는건축사협의회, (2008년 봄), 2005.03.20
- 정봉금 『21세기 문화산업을 위한 공공디자인 정책 연구』 한국학술정보 (주) 2007
- 장기윤 『신문보도 분석을 통한 도시·공공디자인 담론의 해석적 접근』 디지털디자인학 연구. 제8권 제2호 통권 18호 pp.77-88 성남 : 한국디지털디자인협회·한국디지털디자인학회,(2008년 4월), 2008, 04.25
- 이영범 『영국 공공디자인 제도의 핵심은 좋은 디자인을 통한 삶의 질 향상』 건축과 사회 통권 제11호 pp.92-99 서울:새로운문화를실천하는건축사협의회, (2008년 봄) 2008,03,20
- 조임석 『공공디자인의 질 제고를 위한 협력(네덜란드 공간 창출의 문화)』 건축과 사회. 통권 제11호 pp.92-99. 2008.3
- 홍철순: 정한수 『도시에 활기를 주는 생활환경디자인,1 :공공디자인

(public design)의 사례를 중심으로』 논문집 제30집 pp.31-41 경남정보 대학 (2002.05) 2002.05.30

- 정강화 『도시 공공디자인의 해외 성공사례』 도시문제. 제 42권
- 나건 『도시풍경바꾸는 카페의외출 시사저널』 2006.11.21 제891호 p77

(비정기간행물)

- 유니버설디자인연구회, 『유니버설디자인연구』 부산:유니버설디자인연구센터, 2006 pp.28~29

(웹사이트)




- <http://www.makehope.org/greenspace>
- <http://cafe.naver.com/toziinfo/16581>
- [http://sports.khan.co.kr/news\(2008.10\)](http://sports.khan.co.kr/news(2008.10))
- <http://cafe.naver.com/bpbike> (2008.10)
- <http://www.demos.co.uk/files/britaintm.pdf>

부록 1-1 공공 공간디자인											
(1) 양광			도시환경								
국내사례		서울 한국	국내사례		부산 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		런던 영국
국외사례		로마 이탈리아	국외사례		도쿄 일본	국외사례		서울 한국	국외사례		요코하마 일본
(4) 지면 활용			공공건축 및 생태환경								
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		드레스덴 독일	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
(7) 보행도로			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국		
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		오사카 일본	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
(16) 미술관			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국		
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
부록 1-2 공공 시설물디자인											
(19) 노약자 편의 시설			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국		
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
(22) 생활커트			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국		
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
(25) 공항			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국		
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
(27) 카운터			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국		
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
(30) 버스정류장			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국		
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
(33) 에스컬레이터			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국			국립현대미술관 한국		
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국
국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국	국내사례		서울 한국
국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국	국외사례		서울 한국

부록 1-2 국내·외 공공디자인 사례조사 대표사진 자료표2

<p>(36) 신호등</p> <p>국내사례 서울 광주 한국</p> <p>국외사례 프랑스</p>		<p>(37) 주차 시설</p> <p>국내사례 한국</p> <p>국외사례 스위스</p>		<p>(38) 자진 초도 주차권</p> <p>국내사례 한국</p> <p>국외사례 왕스태르담 네덜란드</p>		<p>(43) 음주대</p> <p>국내사례 한국</p> <p>국외사례 신주쿠 일본</p>		<p>(44) 화장실</p> <p>국내사례 서울 한국</p> <p>국외사례 디폴 프랑스</p>		<p>(45) 가판대</p> <p>국내사례 서울 한국</p> <p>국외사례 피리 프랑스</p>	
		<p>(38) 정오차의 열매</p> <p>국내사례 서울 한국</p> <p>국외사례 런던 영국</p>				<p>(46) 녹산물건</p> <p>국내사례 한국</p> <p>국외사례 왕스태르담 네덜란드</p>					
<p>(40) 벤치</p> <p>국내사례 서울 한국</p> <p>국외사례 독본기 일본</p>		<p>(41) 환경미화관</p> <p>국내사례 서울 한국</p> <p>국외사례 로마 이탈리아</p>		<p>(42) 휴지통</p> <p>국내사례 서울 한국</p> <p>국외사례 브뤼셀 벨기에</p>		<p>중급시설</p> <p>국내사례 한국</p> <p>국외사례 왕스태르담 네덜란드</p>		<p>(47) 배수 뚜껑</p> <p>국내사례 분당 한국</p> <p>국외사례 신주쿠 일본</p>		<p>(48) 산초진</p> <p>국내사례 분당 한국</p> <p>국외사례 신주쿠 일본</p>	
						<p>(49) 주체통</p> <p>국내사례 분당 한국</p> <p>국외사례 동경 일본</p>					
<p>(50) 소화전</p> <p>국내사례 분당 한국</p> <p>국외사례 신주쿠 일본</p>		<p>(51) 안전진화</p> <p>국내사례 서울 한국</p> <p>국외사례 왕스태르담 네덜란드</p>				<p>(56) 자동차번호판</p> <p>국내사례 02다 6300</p> <p>국외사례 서울 한국</p> <p>프랑스외벨기에</p>		<p>(59) 교통그림판</p> <p>국내사례 서울 한국</p> <p>국외사례 동경 일본</p>		<p>(60) 지도 M4p</p> <p>국내사례 한국</p> <p>국외사례 요코하마 일본</p>	
<p>부록 1-3 공공매체 디자인</p>						<p>(61) 정보광고</p> <p>국내사례 분당 한국</p> <p>국외사례 스위스</p>		<p>(62) 간판</p> <p>국내사례 분당 한국</p> <p>국외사례 신주쿠 일본</p>			
<p>(52) 온사기원막</p> <p>국내사례 서울 한국</p> <p>국외사례 동경 일본</p>		<p>(53) 고속도로 이정표</p> <p>국내사례 서울 한국</p> <p>국외사례 프랑스</p>		<p>(54) 자진 교통표지판</p> <p>국내사례 광주 한국</p> <p>국외사례 뉘른베르크</p>		<p>(63) 상점매체</p> <p>국내사례 분당 한국</p> <p>국외사례 왕스태르담 네덜란드</p>		<p>(64) 광고매체</p> <p>국내사례 한국</p> <p>국외사례 피리 프랑스</p>		<p>(65) 주회그래피</p> <p>국내사례 서울 한국</p> <p>국외사례 스위스</p>	
<p>(55) 자진 사비트그림</p> <p>국내사례 뉘른베르크</p> <p>국외사례 한국</p>		<p>(56) 교통표지판</p> <p>국내사례 서울 한국</p> <p>국외사례 모나코</p>		<p>(57) 교통표지판</p> <p>국내사례 분당 한국</p> <p>국외사례 시우도에 일본</p>							

부록 1-3 국내·외 공공디자인 사례조사 대표사진 자료표3

부록 1-4 공공일학			
정보매체			
<p>국내사례</p> <p>(66) 도시의색</p>  <p>서울 한국</p>	<p>국내사례</p> <p>(67) 시민의대안(신원외곽리)</p>  <p>서울 한국</p>	<p>국내사례</p> <p>(68) 타자인교육</p>  <p>한국</p>	<p>국내사례</p> <p>?</p> <p>한국</p>
<p>국외사례</p>  <p>런던 영국</p>	<p>국외사례</p>  <p>동경 일본</p>	<p>국외사례</p>  <p>일본</p>	
<p>국내사례</p> <p>?</p> <p>한국</p>	<p>국내사례</p> <p>(70) 인공중심의공간디자인</p>  <p>한국</p>	<p>국내사례</p> <p>(71) 부산광역</p>  <p>한국</p>	<p>국내사례</p> <p>?</p> <p>한국</p>
<p>국외사례</p> <p>(69) 보관함</p>  <p>신주쿠 일본</p>	<p>국외사례</p>  <p>동경 일본</p>	<p>국외사례</p>  <p>후쿠지 일본</p>	
<p>국내사례</p> <p>?</p> <p>한국</p>	<p>국내사례</p> <p>(73) SCS</p>  <p>한국</p>	<p>국내사례</p> <p>(74) STOP</p>  <p>서울 한국</p>	<p>국내사례</p>  <p>후쿠지 일본</p>
<p>국외사례</p>  <p>후쿠지 일본</p>	<p>국외사례</p>  <p>이탈리아</p>	<p>국외사례</p>  <p>암스테르담 네덜란드</p>	

제1차 전문가집단 예비설문조사

□ 공공디자인 평가척도어 개발을 위한 전문가집단 예비 설문조사

안녕하십니까?

바쁘신 가운데 소중한 시간을 내어 주셔서 감사합니다.

본 설문은 '도시국가 경쟁력을 위한 공공디자인'에 있어서 공공디자인물에 대한 평가기준을 위한 '척도어' 개발을 위하여 준비되었습니다. 국내·외 사례조사 사진 이미지를 통하여 공공디자인물을 살펴보고 설문에 답변하여 주시기 바랍니다. 응답은 무기명에 의해 통계 처리 되며 오로지 학문적인 목적을 위해서만 사용될 것을 약속드립니다. 바쁘신 중이라도 설문지의 각 항목에 대해서 귀하가 느끼는 바를 성실하고 솔직하게 답변해 주시면 감사하겠습니다. 귀하와 귀사에 무궁한 발전이 함께 하시길 기원합니다.

지도교수 : 조선대학교 실내디자인학과 교수 윤갑근

연구자 : 조선대학교 디자인경영학과 박사과정 정희정

연락처 : yesdesign@hanmail.net

010-3666-2404

공공디자인 사례조사를 통한 사진자료 이미지를 보시고 해당하는 항목의 안에 표를 해주시기 바랍니다.

1. 일반사항

(1) 귀하의 성별은

1 남 2 여

(2) 귀하의 연령은?

1 20대 2 30대 3 40대 4 50대 5 60대이상

(3) 디자인관련 실무 근무기간은 어느 정도입니까?

1 1~5년 2 5~10년 3 10~15년 4 20년이상 5 30년이상

(4) 귀하가 종사하는 디자인 분야는 어디에 해당 합니까?

1 시각디자인: 브랜드, 출판/편집, 광고, 포장, 영상

- 2 산업디자인: 제품, 공공기기, 운송기기디자인
- 3 환경디자인: 실내/외디자인, 디스플레이/전시, 도시환경디자인
- 4 디지털디자인: 컴퓨터그래픽, 게임, 애니메이션, 인터페이스, 웹기반 디자인
- 5 패션/섬유디자인: 패션, 텍스타일/섬유디자인
- 6 공예디자인: 목공예, 금속공예, 도자공예
- 7 기타:()

(5) 귀하는 국가경쟁력에 있어 공공디자인의 중요성을 어떻게 보십니까?

- 1 매우중요하다 2 중요하다 3 중요하지않다 4 매우 중요하지 않다
- 5 잘모르겠다

(6) 귀하는 한국의 공공디자인은 어느정도의 수준이라고 생각하십니까?

- 1 아주낙후되어있다 2 낙후되어있다 3 선진국수준이다
- 4 선진국 수준이상이다 5 잘모르겠다

(7) 귀하는 한국의 공공도덕과 국민의 윤리는 어느정도의 수준이라고 생각하십니까?

- 1 아주낙후되어있다 2 낙후되어있다 3 선진국수준이다
- 4 선진국 수준이상이다 5 잘모르겠다

(8) 공공디자인 발전을 위해 가장 시급한 문제는 어떤것이라고 생각하십니까?

- 1 인적요인 : 전문디자이너 양성
- 2 물적요인: 시설과 장비
- 3 제도적요인 : 정부정책부재와 인식의 변화
- 4 교육적요인 : 교육수준의 낙후와 인식수준미비
- 5 철학적요인 : 도덕 윤리 질서 예절

2. 공공디자인 평가 예비척도어

(1) 다음은 연구자가 추출한 공공디자인 평가기준을 위한 예비척도어입니다. 공공디자인 사례조사를 통한 사진자료 이미지를 보시고 다음 항목중 공공디자인 평가기준을 위한 척도어로 선정하고자 하는 모든 항목의 안에 표를 해주시기 바랍니다.

- 1 다른 공공디자인물과 확연히 식별이 가능한가 - 식별성
- 2 아름다운 외형과 디자인을 가지고있는가 - 심미성
- 3 주어진 조건을 충족시킬 가능성을 가지고 있는가 - 기능성

- 4 조형원리를 반영하였는가 - 조형성
- 5 없어서는 안될 꼭 필요성이 있는가 - 필요성
- 6 유지 관리 보수가 용이한가 - 관리성
- 7 적절한 위치에 정확하게 자리하였는가 - 장소성
- 8 위험한 요소는 없는가 _ 안전성
- 9 인간중심적인 도덕 친절 윤리가 반영되었는가 - 문화성
- 10 복잡하지 않고 간단 명료한가 - 명료성
- 11 주위의 공공디자인물과 잘 조화되는가 - 조화성
- 12 시선을 집중시키는가 - 주목성
- 13 차별화된 감성이 바탕하였는가 -예술성
- 14 간단하고 깔끔한가 - 간결성
- 15 유사한 요소들이 하나로 통합되었는가 - 일관성
- 16 접근이 용이한가 - 접근성
- 17 요구하는 목적에 적절한가 - 적합성
- 18 요구하는 목적이 분명한가 - 목적성
- 19 사용하기 용이한가 - 실용성
- 20 일괄성이 있으며 통합되어 있는가 - 통일성
- 21 다른 공공디자인물과 대비되어 있는가 - 대조성
- 22 쉽고 빠르게 읽히는가 - 가독성
- 23 잘 이해되며 적용하기 쉬운가 -인지성
- 24 알려지는 기능이 분명한가 - 시사성
- 25 잘 전달되는가 - 전달성
- 26 의도하는 방향이 잘 표현 되었는가 - 방향성
- 27 너무 크거나 작지않게 공간감은 적절한가 - 공간성
- 28 조화롭고 주위의 공공디자인물과 친화적인가 - 친밀성
- 29 반복적인 유도가 이루어 지는가 - 연속성
- 30 인간과 공공디자인물간의 커뮤니케이션이 원활한가- 소통성
- 31 환경친화적 아이템과 재료를 사용하였는가 - 친환경성
- 32 국가와 지역을 나타낼 수 있는 상징요소가 있는가 - 상징성
- 33 기타()

귀하의 성의 있는 답변에 감사드립니다.

설문자 정 희 정

제2차 전문가집단 심층면접 설문조사

공공디자인 영역분류에 있어 소분류별 특성에 따른 공공디자인 평가척도
어 추출을 위한 전문가집단 심층면접 설문조사

안녕하십니까?

바쁘신 가운데 소중한 시간을 내어 주셔서 감사합니다.

본 설문은 '도시국가 경쟁력을 위한 공공디자인'에 있어서 대분류로 공간 디자인, 시설물디자인, 공공매체디자인, 공공철학으로 이를 다시 도시환경, 공공건축과 실내환경, 교통시설, 편의시설, 공급시설, 정보매체, 상징매체, 철학의 8개의 항목으로 소분류하여 소분류별 특성에 적합한 공공디자인 평가 척도어 추출을 위하여 준비되었습니다. 국내·외 사례조사 사진 이미지를 통하여 공공디자인물을 살펴보고 설문에 답변하여 주시기 바랍니다. 응답은 무기명에 의해 통계 처리 되며 오로지 학문적인 목적을 위해서만 사용될 것을 약속드립니다. 바쁘신 중이라도 설문지의 각 항목에 대해서 귀하가 느끼는 바를 성실하고 솔직하게 답변해 주시면 감사하겠습니다. 귀하와 귀사에 무궁한 발전이 함께 하시길 기원합니다.

지도교수 : 조선대학교 실내디자인학과 교수 윤갑근

연구자 : 조선대학교 디자인경영학과 박사과정 정희정

연락처 : yesdesign@hanmail.net

010-3666-2404

귀하에 대한 질문입니다. 해당되는 분야에 대하여 안에 표를 해주시기 바랍니다.

1. 일반적인 질문

(1) 귀하의 성별은

1 남 2 여

(2) 귀하의 연령은?

1 20대 2 30대 3 40대 4 50대 5 60대이상

(3) 디자인관련 실무 근무기간은 어느 정도입니까?

1 1~5년 2 5~10년 3 10~15년 4 20년이상 5 30년이상

(4) 귀하의 직업은 무엇입니까?

1 디자인 전공학생 2 교수(교육자) 3 기업디자이너 4 디자인전문
회사 디자이너 5 프리랜서

(5) 귀하의 거주지는?

1 외국거주 2 서울 3 광역시 4 수도권도시/중소도시
5 군.읍.면 소재지

(6) 귀하가 종사하는 디자인 분야는 어디에 해당 합니까?

1 시각디자인: 브랜드, 출판/편집, 광고, 포장,영상
2 산업디자인: 제품, 공공기기, 운송기기디자인
3 환경디자인: 실내/외디자인, 디스플레이/전시, 도시환경디자인
4 디지털디자인: 컴퓨터그래픽, 게임, 애니메이션, 인터페이스, 웹기반 디자인
5 패션/섬유디자인: 패션, 텍스타일/섬유디자인
6 공예디자인: 목공예, 금속공예, 도자공예
7 기타:()

(7) 귀하는 세계의 국가 중 몇 개의 국가를 방문해 보셨습니까?

1 없다(미방문) 2 5개국 3 10개국 4 30개국이상
5 50개국이상

(8) 귀하가 방문하여본 국가와 비교하여 볼 때 한국의 공공디자인은 어느정도의
수준이라고 생각하십니까?

1 아주낙후되어있다 2 낙후되어있다 3 선진국수준이다
4 선진국 수준이상이다 5 잘모르겠다

(9) 귀하는 국가경쟁력에 있어 공공디자인의 중요성을 어떻게 보십니까?

1 매우중요하다 2 중요하다 3 중요하지않다 4 매우 중요하지 않다
5 잘모르겠다

(10) 귀하는 한국의 공공도덕과 국민의윤리는 어느정도의 수준이라고 생각하십니까?

- 1 아주낙후되어있다 2 낙후되어있다 3 선진국수준이다
4 선진국 수준이상이다 5 잘모르겠다

(11) 공공디자인 발전을 위해 가장 시급한 문제는 어떤것이라고 생각합니까?

- 1 인적요인 : 전문디자이너 양성
2 물적요인: 시설과 장비
3 제도적요인 : 정부정책부재와 인식의 변화
4 교육적요인 : 교육수준의 낙후와 인식수준미비
5 철학적요인 : 도덕 윤리 질서 예절

(12) 11번항 질문에 5번 철학적요인에 답하신 분께 드리는 질문입니다. 본 연구자는 공공디자인에는 반드시 도덕·윤리·질서·예절등의 철학적요인이 바탕이 되어야 한다고 생각합니다. 척도어를 개발한다면 다음중 어떤것이라고 생각합니까?

- 1 친절성 2 도덕성 3 예절성 4 문화성 5 기타()

(13) 공공디자인관련 유관기관및 공무원의 디자인교육의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 1 절실히 필요하다 2 필요하다 3 필요하지 않다 4 전혀필요하지않다
5 잘모르겠다

(14) 공공디자인 정책을 주관하는 정부 기구의 위상은 다음중 어디여야 한다고 생각하십니까?

- 1 대통령직속 2 총리직속 3 주무부처 장관직속 4 각지방자치
5 기타()

(15) 공공디자인 주무부처로 관련이 가장 깊다고 생각되는 정부 부처는 어디라고 생각하십니까?

- 1 문화관광부 2 건설교통부 3 행정자치부 4 산업자원부
4 환경부 4 기타()

2. 공공디자인의 영역적 소분류에 따른 척도어추출

다음은 1차설문조사를 통하여 추출된 예비척도어입니다. 공공디자인 사례조사를 통한 사진자료 이미지를 보시고 다음 항목중 소분류별 특성에 적합한 항목 다섯가지를 골라서 안에 표를 해주시기 바랍니다.

(1) 도시환경에 있어서의 공공디자인 평가척도어로 적합한 다섯항목은 무엇입니까?

- 1 식별성 2 관리성 3 장소성 4 안전성 5 문화성
 6 명료성 7 조화성 8 주목성 9 일관성 10 적합성
 11 가독성 12 전달성 13 연속성 14 심미성 15 소통성
 16 친환경성 17 상징성

(2) 공공건축 및 실내환경에 있어서의 공공디자인 평가척도어로 적합한 다섯항목은 무엇입니까?

- 1 식별성 2 관리성 3 장소성 4 안전성 5 문화성
 6 명료성 7 조화성 8 주목성 9 일관성 10 적합성
 11 가독성 12 전달성 13 연속성 14 심미성 15 소통성
 16 친환경성 17 상징성

(3) 교통시설에 있어서의 공공디자인 평가척도어로 적합한 다섯항목은 무엇입니까?

- 1 식별성 2 관리성 3 장소성 4 안전성 5 문화성
 6 명료성 7 조화성 8 주목성 9 일관성 10 적합성
 11 가독성 12 전달성 13 연속성 14 심미성 15 소통성
 16 친환경성 17 상징성

(4) 편의시설에 있어서의 공공디자인 평가척도어로 적합한 다섯항목은 무엇입니까?

- 1 식별성 2 관리성 3 장소성 4 안전성 5 문화성
 6 명료성 7 조화성 8 주목성 9 일관성 10 적합성
 11 가독성 12 전달성 13 연속성 14 심미성 15 소통성
 16 친환경성 17 상징성

(5) 공급시설에 있어서의 공공디자인 평가척도어로 적합한 다섯항목은 무엇입니까?

- 1 식별성 2 관리성 3 장소성 4 안전성 5 문화성
 6 명료성 7 조화성 8 주목성 9 일관성 10 적합성
 11 가독성 12 전달성 13 연속성 14 심미성 15 소통성

16 친환경성 17 상징성

(6) 정보매체에 있어서의 공공디자인 평가척도어로 적합한 다섯항목은 무엇입니까?

- 1 식별성 2 관리성 3 장소성 4 안전성 5 문화성
 6 명료성 7 조화성 8 주목성 9 일관성 10 적합성
 11 가독성 12 전달성 13 연속성 14 심미성 15 소통성
 16 친환경성 17 상징성

(7) 상징매체에 있어서의 공공디자인 평가척도어로 적합한 다섯항목은 무엇입니까?

- 1 식별성 2 관리성 3 장소성 4 안전성 5 문화성
 6 명료성 7 조화성 8 주목성 9 일관성 10 적합성
 11 가독성 12 전달성 13 연속성 14 심미성 15 소통성
 16 친환경성 17 상징성

(8) 공공철학에 있어서의 공공디자인 평가척도어로 적합한 다섯항목은 무엇입니까?

- 1 식별성 2 관리성 3 장소성 4 안전성 5 문화성
 6 명료성 7 조화성 8 주목성 9 일관성 10 적합성
 11 가독성 12 전달성 13 연속성 14 심미성 15 소통성
 16 친환경성 17 상징성

귀하의 성의 있는 답변에 감사드립니다.

설문자 정 희 정

□ 공공디자인 평가 척도어 선정을 위한 비전문가집단 설문조사

안녕하십니까?

바쁘신 가운데 소중한 시간을 내어 주셔서 감사합니다.

본 설문은 '도시국가 경쟁력을 위한 공공디자인' 연구를 위하여 만들어진 것으로 귀하의 의견을 바탕으로 연구자의 박사학위 논문을 위한 기초 자료와 공공디자인물에 대한 '평가척도어 선정'을 위하여 준비되었습니다. 최근 들어 공적영역의 디자인과 삶을위한 디자인의 필요성은 디자인계의 발전과 공공디자인 정책의 반영 아울러 국가경제와 글로벌시대에 도시국가로의 경쟁력에도 많은 영향을 미칠것으로 예상됩니다.

본 설문지는 정답이 없으며 각 문항을 잘 읽으시고 평소의 생각과 의견을 솔직히 답변해 주시기 바랍니다. 여러분께서 응답해 주신 내용은 연구 결과를 산출하기 위한 통계의 목적으로만 사용됩니다.

바쁘신 가운데도 불구하고 본 조사에 소중한 시간을 내어 주신데 대해서 머리숙여 깊이 감사드립니다

연구를 성공적으로 마감할 수 있도록 많은 격려와 협조를 부탁드립니다. 아울러 본 조사와 관련하여 의문사항이나 의견이 있으시면 연락 주시기 바랍니다.

지도교수 : 조선대학교 실내디자인학과 교수 윤갑근

연구자 : 조선대학교 대학원 디자인경영학과 박사과정 정희정

E-.mail : yesdesign@hanmail.net

연락처 : 010-3666-2404

귀하에 대한 질문입니다. 해당되는 분야에 대하여 □ 안에 √표를 해주시기 바랍니다.

1.일반사항

(1) 귀하의 성별은

1 남 2 여

(2) 귀하의 연령은?

1 20대 2 30대 3 40대 4 50대 5 60대이상

(3) 귀하의 학력은?

1 고졸 2 전문대졸 3 4년대졸 4 대학원석사 5 대학원박사

(4) 귀하의 직업은 무엇입니까?

1 학생 2 공무원 3 회사원 4 디자인관련 5 자영업

(5) 귀하의 거주지는?

1 외국거주 2 서울 3 광역시 4 수도권도시/중소도시

5 군.읍.면 소재지

(6) 귀하는 세계의 도시국가 중 몇 개의 국가를 방문해 보셨습니까?

1 없다(미방문) 2 5개국 3 10개국 4 30개국이상 5 50개국이상

(7) 귀하가 방문하여본 도시국가와 비교하여 볼 때 한국의 공공디자인 경쟁력이 어느정도의 수준이라고 생각하십니까?

1 아주낙후되어있다 2 낙후되어있다 3 선진국수준이다

4 선진국 수준이상이다 5 잘모르겠다

2.제도와 정책적측면에 관한 설문입니다

(1) 귀하는 국가경쟁력에 있어 공공디자인의 중요성을 어떻게 보십니까?

1 매우중요하다 2 중요하다 3 중요하지않다 4 매우 중요하지 않다

5 잘모르겠다

(2) 공공디자인 정책을 주관하는 정부 기구의 위상은 다음 중 어디여야 한다고 생각하십니까?

1 대통령직속 2 총리직속 3 주무부처 장관직속 4 각지방자치

5 기타

(3) 공공디자인 주무부처로 관련이 가장 깊다고 생각되는 정부 부처는 어디라고 생각하십니까?

- 1 문화관광부 2 건설교통부 3 행정자치부 4 산업자원부
5 환경부

(4) 공공디자인의 국가경쟁력을 위해 최우선시 되어야할 요소는 무엇이라고 생각하십니까?

- 1 공공공간(도시환경.공공건축.실내환경)
2 공공시설물(교통시설.편의시설.공급시설)
3 공공매체(정보.상징매체)
4 철학.문화적요소(시민의식.공공의도덕)교육홍보를 통한인식의변환
5 잘모르겠다

(5) 귀하는 한국의 공공도덕과 국민의윤리는 어느정도의 수준이라고 생각하십니까?

- 1 아주낙후되어있다 2 낙후되어있다 3 선진국수준이다
4 선진국 수준이상이다 5 잘모르겠다

(6) 공공디자인 발전을 위해 가장 시급한 문제는 어떤것이라고 생각합니까?

- 1 인적요인 : 전문디자이너 양성
2 물적요인: 시설과 장비
3 제도적요인 : 정부정책부재와 인식의 변화
4 교육적요인 : 교육수준의 낙후와 인식수준미비
5 철학적요인 : 도덕 윤리 질서 예절

(7) 6번 문항의 질문에 5번 철학적으로인에 답하신 분께 드리는 질문입니다 본 연구자는 공공디자인에는 반드시 도덕,윤리,질서,예절등의 철학적으로인이 바탕이 되어야 한다고 생각합니다. 척도어를 개발한다면 다음중 어떤것이라고 생각합니까?

- 1 친절성 2 도덕성 3 예절성 4 문화성 5 기타()

(8) 공공디자인관련 유관기관및 공무원의 디자인교육의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 1 절실히 필요하다 2 필요하다 3 필요하지 않다 4 전혀필요하지않다

5 잘모르겠다

3. 디자인적측면

(1) 공공디자인물들에서 가장 중요한 요소는 무엇이라 생각하십니까?

1 형태 2 크기 3 색채 4 재료 5 위치

(2) 공공디자인 매개체들에서 가장 큰 저해요소는 무엇이라 생각하십니까?

1 형태 2 크기 3 색채 4 재료 5 위치

(3) 공공디자인물들에서는 어떤 색채가 가장 적당하다고 생각하십니까?

1 자연색 2 인공색 3 순색 4 복합색 5 무채색

(4) 귀하는 공공디자인 수준을 결정하는 다음의 이성론적요소에 있어 가장 중요한 요인이 무엇이라고 생각하십니까?

1 매체물의 기능성 2 제작가격의 경쟁성 3 환경친화성
4 필요성 5 마감성

(5) 한국의 공공시설물들은 주변 환경과 조화롭다고 생각하십니까?

1 매우 조화롭다 2 조화롭다 3 보통이다 4 조화롭지않다
5 매우조화롭지않다

(6) 한국의 공공디자인물들에 만족하다고 생각하십니까?

1 매우 만족한다 2 만족한다 3 보통이다 4 불만족이다
5 매우 불만족이다

4. 교육·문화·사회적측면

(1) 국내·외 사례조사 사진 이미지를 통해 본 공공디자인에 있어 한국과 선진도시 국가와 비교하여 볼 때 한국이 선진국보다 여러분야에서 부족하다고 보십니까?

1 예 2 아니오

(2) 1번 문항에 ①예라고 답하신 분에 대한 질문입니다.

한국의 공공디자인이 선진 도시국가들보다 미흡한 가장 큰 이유는 무엇이라고 생

각하십니까?

- 1 공무원의 인식과 의식 2 국민의 인식과 의식 3 디자인역량부족
4 제도와 행정 5 잘모르겠다

(3) 1번 문항에 ②아니오 라고 답하신 분에 대한 질문입니다.

한국의 공공디자인이 선진 도시국가보다 부족하지 않다는 이유는 무엇인지 간단한 답변을 부탁드립니다.

()

(4) 사례조사 사진 이미지를 통하여 본 각국의 공공디자인 매체 중 가장 인상적이며 기억에 남는 분야는 무엇 또는 어떤 것입니까?

()

(5) 선진 도시국가들의 공공디자인이 우리와 다른점은 무엇이라고 생각하십니까?

()

(6) 선진 도시국가들의 공공디자인은 무엇을 중요시하였으며 우리는 무엇을 중요시 하여야 한다고 생각하십니까?

()

(7) 사례조사 사진 이미지를 통하여 본 각국의 공공디자인에 있어서 우리가 가장 중요하고 절실히 받아들여야할 점은 무엇이라고 생각하십니까?

- 1 제도적요인 2 교육적요인 3 철학.문화적요소(시민의식.공공의도덕)
4 디자인요인 5 잘모르겠다

5. 국내사례를 바탕으로한 공공디자인 평가척도어 추출

(1) 다음은 공공디자인의 영역분류별 평가척도어 선호도 조사를 위한 설문입니다.
 국내의 공공디자인 사례조사 사진 이미지를 자세히 살펴보시어 영역별 평가척도어로 가장 적합한 항목의 안에 표를 해주시기 바랍니다. **(한국의 현황)**

번호	공공디자인 영역분류	① 문화성	② 소통성	③ 심미성	④ 관리성	⑤ 조화성	⑥ 친환경	⑦ 장소성	번호
1.	공공 공간디자인 도시환경 (광장·쌈지공원·보행도 로·자전거도로 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	 공공건축 및 실내환경 (박물관·미술관·공항· 지하철역 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	 교통시설 (가로등·버스승차장·신 호등·횡단보도 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	공공시설물 디자인 편의시설 (벤치·환경미화원·음수 대·화장실 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	 공급시설 (신호전·우체통·소화 전·공중전화 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	공공매체 디자인 정보매체 (공사가림막·교통표지 판·안내도 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	 상징매체 (상징조형물·국가랜드 마크·슈퍼그래픽 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	공공철학 시민의식과 공공의질서 (SOS·디자인교육·STOP 인간중심적 매체)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(2) 다음은 국내의 공공디자인 사례조사 사진 이미지를 통해본 공공디자인에 대하여

평가척도어 성향으로본 선호도 조사입니다. 면밀히 살펴보시어 해당하는 곳에 √표를 해주시기 바랍니다. **(한국의 현황)**

번 호	평가요인	매우 그렇 지않 다	1	2	3	4	5	6	7	매우 그렇 다	점 수
1.	문화성 (인간중심적인 도덕과 질서가 적용되었는가?)										<input type="checkbox"/>
2.	소통성 (인간과 공공디자인 매개체간의 커뮤니케이션이 원활한가?)										<input type="checkbox"/>
3.	심미성 (아름다운 외형과 디자인을 가지고 있는가?)										<input type="checkbox"/>
4.	관리성 (유지·관리·보수가 용이하겠는가?)										<input type="checkbox"/>
5.	조화성 (주위의 공공디자인물 들과 잘 조화되는가?)										<input type="checkbox"/>
6.	친환경성 (환경친화적 아이템과 친환경적 재료를 사용하였는가?)										<input type="checkbox"/>
7.	장소성 (적절한 위치에 정확하게 자리하였는가?)										<input type="checkbox"/>

6. 국외사례를 바탕으로한 공공디자인 평가척도어 추출

(1) 다음은 공공디자인의 영역분류별 평가척도어 선호도 조사를 위한 설문입니다. 국내의 공공디자인 사례조사 사진 이미지를 자세히 살펴보시어 영역별 평가척도어로 가장 적합한 항목의 안에 표를 해주시기 바랍니다. **(국외의 현황)**

번호	공공디자인 영역분류		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	번호
			문화성	소통성	심미성	관리성	조화성	친환경	장소성	
1.	공공 공간디자인	도시환경 (광장·섬지공원·보행도 로·자전거도로 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.		공공건축 및 실내환경 (박물관·미술관·공항· 지하철역 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.		교통시설 (가로등·버스승차장·신 호등·횡단보도 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	공공시설물 디자인	편의시설 (벤치·환경미화원·음수 대·화장실 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.		공급시설 (신호전·우체통·소화 전·공중전화 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	공공매체 디자인	정보매체 (공사가림막·교통표지 판·안내도 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.		상징매체 (상징조형물·국가랜드 마크·슈퍼그래픽 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	공공철학	시민의식과 공공의질서 (SOS·디자인교육·STOP 인간중심적 매체)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(2) 다음은 국외의 공공디자인 사례조사 사진 이미지를 통해본 공공디자인에 대하여 평가척도어 성향으로본 선호도 조사입니다. 면밀히 살펴보시어 해당하는 곳에 √표를 해주시기 바랍니다. **(국외의 현황)**

번호	평가요인	매우 그렇지 않다							매우 그렇다	점수
		1	2	3	4	5	6	7		
1.	문화성 (인간중심적인 도덕과 질서가 적용되었는가?)	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>	
2.	소통성 (인간과 공공디자인 매개체간의 커뮤니케이션이 원활한가?)	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>	
3.	심미성 (아름다운 외형과 디자인을 가지고 있는가?)	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>	
4.	관리성 (유지·관리·보수가 용이하겠는가?)	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>	
5.	조화성 (주위의 공공디자인물 들과 잘 조화되는가?)	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>	
6.	친환경성 (환경친화적 아이템과 친환경적 재료를 사용하였는가?)	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>	
7.	장소성 (적절한 위치에 정확하게 자리하였는가?)	1	2	3	4	5	6	7	<input type="checkbox"/>	

귀하의 정의 있는 답변에 감사드립니다.

설문자 정 희 정

제3차 전문가집단 설문조사

□ 공공디자인 평가 척도어 선정을 위한 전문가집단 설문조사

안녕하십니까?

바쁘신 가운데 소중한 시간을 내어 주셔서 감사합니다.

본 설문은 '도시국가 경쟁력을 위한 공공디자인'에 있어서 공공디자인물에 대한 '평가척도어 선정'을 위하여 준비되었습니다. 최근들어 공적영역의 디자인과 삶을위한 디자인의 필요성이 절실히 요구되고 있습니다. 이것은 디자인계의 발전과 공공디자인 정책의 반영 아울러 국가경제와 글로벌시대에 도시국가로의 경쟁력에도 많은 영향을 미칠것으로 예상됩니다. 국내·외 사례조사 사진이미지를 통하여 공공디자인물을 살펴보고 설문에 답변하여 주시기 바랍니다. 응답은 무기명에 의해 통계 처리 되며 오로지 학문적인 목적을 위해서만 사용될 것을 약속드립니다. 바쁘신 중이라도 설문지의 각 항목에 대해서 귀하가 느끼는 바를 성실하고 솔직하게 답변해 주시면 감사하겠습니다. 귀하와 귀사에 무궁한 발전이 함께 하시길 기원합니다.

지도교수 : 조선대학교 실내디자인학과 교수 윤갑근

연구자 : 조선대학교 디자인경영학과 박사과정 정희정

연락처 : yesdesign@hanmail.net

010-3666-2404

귀하에 대한 질문입니다. 해당되는 분야에 대하여 □ 안에 √표를 해주시기 바랍니다.

1. 일반사항

(1) 귀하의 성별은

1 □ 남 2 □ 여

(2) 귀하의 연령은?

1 □ 20대 2 □ 30대 3 □ 40대 4 □ 50대 5 □ 60대이상

(3) 귀하의 직업은 무엇입니까?

- 1 디자인 전공학생 2 교수(교육자) 3 기업디자이너 4 디자인전문
회사 디자이너 5 프리랜서

(4) 귀하가 종사하는 디자인 분야는 어디에 해당 합니까?

- 1 시각디자인: 브랜드, 출판/편집, 광고, 포장, 영상
2 산업디자인: 제품, 공공기기, 운송기기디자인
3 환경디자인: 실내/외디자인, 디스플레이/전시, 도시환경디자인
4 공예디자인: 목공예, 금속공예, 도자공예
5 기타:()

(5) 디자인관련 실무 근무기간은 어느 정도입니까?

- 1 1~3년 2 4~5년 3 6~10년 4 10년이상 5 20년이상

(6) 귀하는 세계의 도시국가중 몇 개의 국가를 방문하셨습니다?

- 1 없다(미방문) 2 5개국 3 10개국 4 30개국이상 5 50개국이상

(7) 귀하가 방문하여본 도시국가와 비교하여 볼때 한국의 공공디자인 경쟁력이 어느정도의 수준이라고 생각하십니까?

- 1 아주낙후되어있다 2 낙후되어있다 3 선진국수준이다
4 선진국 수준이상이다 5 잘모르겠다

2. 제도와 정책적측면에 관한 설문입니다

(1) 귀하는 국가경쟁력에 있어 공공디자인의 중요성을 어떻게 보십니까?

- 1 매우중요하다 2 중요하다 3 중요하지않다 4 매우 중요하지 않다
5 잘모르겠다

(2) 공공디자인 정책을 주관하는 정부 기구의 위상은 다음중 어디여야 한다고 생각하십니까?

- 1 대통령직속 2 총리직속 3 주무부처 장관직속 4 각지방자치
5 기타

(3) 공공디자인 주무부처로 관련이 가장 깊다고 생각되는 정부 부처는 어디라고

생각하십니까?

- 1 문화관광부 2 건설교통부 3 행정자치부 4 산업자원부
5 환경부

(4) 공공디자인의 국가경쟁력을 위해 최우선시 되어야할 요소는 무엇이라고 생각하십니까?

- 1 공공공간(도시환경.공공건축.실내환경)
2 공공시설물(교통시설.편의시설.공급시설)
3 공공매체(정보.상징매체)
4 철학.문화적요소(시민의식.공공의도덕)교육홍보를 통한인식의변환
5 잘모르겠다

(5) 귀하는 한국의 공공도덕과 국민의윤리는 어느정도의 수준이라고 생각하십니까?

- 1 아주낙후되어있다 2 낙후되어있다 3 선진국수준이다
4 선진국 수준이상이다 5 잘모르겠다

(6) 공공디자인 발전을 위해 가장 시급한 문제는 어떤것이라고 생각하십니까?

- 1 인적요인 : 전문디자이너 양성
2 물적요인: 시설과 장비
3 제도적요인 : 정부정책부재와 인식의 변화
4 교육적요인 : 교육수준의 낙후와 인식수준미비
5 철학적요인 : 도덕 윤리 질서 예절

(7) 6번항목의 질문에 5번 철학적요인에 답하신 분께 드리는 질문입니다 본 연구자는 공공디자인에는 반드시 도덕,윤리,질서,예절등의 철학적요인이 바탕이 되어야 한다고 생각합니다. 척도어를 개발한다면 다음중 어떤것이라고 생각하십니까?

- 1 친절성 2 도덕성 3 예절성 4 문화성 5 기타()

(8) 공공디자인관련 유관기관및 공무원의 디자인교육의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 1 절실히 필요하다 2 필요하다 3 필요하지 않다 4 전혀필요하지않다
5 잘모르겠다

3. 디자인적측면

(1) 공공디자인물들에서 가장 중요한 요소는 무엇이라 생각하십니까?

1 형태 2 크기 3 색채 4 재료 5 위치

(2) 공공디자인 매개체들에서 가장 큰 저해요소는 무엇이라 생각하십니까?

1 형태 2 크기 3 색채 4 재료 5 위치

(3) 공공디자인물들 에서는 어떤 색채가 가장 적당하다고 생각하십니까?

1 자연색 2 인공색 3 순색 4 복합색 5 무채색

(4) 귀하는 공공디자인 수준을 결정하는 다음의 이성론적요소에 있어 가장중요한 요인이 무엇이라고 생각하십니까?

1 매체물의 기능성 2 제작가격의 경쟁성 3 환경친화성
4 필요성 5 마감성

(5) 한국의 공공시설물들은 주변 환경과 조화롭다고 생각하십니까

1 매우 조화롭다 2 조화롭다 3 보통이다 4 조화롭지않다
5 매우조화롭지않다

(6) 한국의 공공디자인물들에 만족하다고 생각하십니까?

1 매우 만족한다 2 만족한다 3 보통이다 4 불만족이다
5 매우 불만족이다

4. 교육,문화,사회적측면

(1) 국내·외 사례조사 사진 이미지를 통해본 공공디자인에 있어 한국과 선진도시 국가와 비교하여 볼 때 한국이 선진국보다 여러분야에서 부족하다고 보십니까?

1 예 2 아니오

(2) 1번 문항에 ①예라고 답하신 분에 대한 질문입니다.

한국의 공공디자인이 선진 도시국가들보다 미흡한 가장 큰 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

1 공무원의 인식과 의식 2 국민의 인식과 의식 3 디자인역량부족
4 제도와 행정 5 잘모르겠다

(3) 1번 문항에 ②아니오 라고 답하신 분에 대한 질문입니다.

한국의 공공디자인이 선진 도시국가보다 부족하지 않다는 이유는 무엇인지 간단한 답변을 부탁드립니다.

()

(4) 사례조사 사진 이미지를 통하여 본 각국의 공공디자인 매체중 가장 인상적이며 기억에 남는 분야는 무엇 또는 어떤 것입니까?

()

(5) 선진 도시국가들의 공공디자인이 우리와 다른점은 무엇이라고 생각하십니까?

()

(6) 선진 도시국가들의 공공디자인은 무엇을 중요시하였으며 우리는 무엇을 중요시 하여야 한다고 생각하십니까?

()

(7) 사례조사 사진 이미지를 통하여 본 각국의 공공디자인에 있어서 우리가 가장 중요하고 절실히 받아들여야할 점은 무엇이라고 생각하십니까?

1 제도적요인 2 교육적요인 3 철학.문화적요소(시민의식.공공의도덕)

4 디자인요인 5 잘모르겠다

5. 국내사례를 바탕으로한 공공디자인 평가척도어 추출

(1) 다음은 공공디자인의 영역분류별 평가척도어 선호도 조사를 위한 설문입니다. 국내의 공공디자인 사례조사 사진 이미지를 자세히 살펴보시어 영역별 평가척도어로 가장 적합한 항목의 안에 표를 해주시기 바랍니다. **(한국의 현황)**

번호	공공디자인 영역분류		① 문화성	② 소통성	③ 심미성	④ 관리성	⑤ 조화성	⑥ 친환경	⑦ 장소성	번호
1.	공공 공간디자인	도시환경 (광장·섬지공원·보행도 로·자전거도로 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.		공공건축 및 실내환경 (박물관·미술관·공항· 지하철역 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.		교통시설 (가로등·버스승차장·신 호등·횡단보도 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	공공시설물 디자인	편의시설 (벤치·환경미화원·음수 대·화장실 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.		공급시설 (신호전·우체통·소화 전·공중전화 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.		공공매체 디자인	정보매체 (공사가림막·교통표지 판·안내도 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>
7.	상징매체 (상징조형물·국가랜드 마크·슈퍼그래픽 등)		① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	공공철학	시민의식과 공공의질서 (SOS·디자인교육·STOP 인간중심적 매체)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(2) 다음은 국내의 공공디자인 사례조사 사진 이미지를 통해본 공공디자인에 대하여 평가척도어 성향으로본 선호도 조사입니다. 면밀히 살펴보시어 해당하는 곳에 표를

해주시기 바랍니다. **(한국의 현황)**

번호	평가요인	매우 그렇지 않다							보통							매우 그렇다							점수
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	
1.	문화성 (인간중심적인 도덕과 질서가 적용되었는가?)																						<input type="text"/>
2.	소통성 (인간과 공공디자인 매개체간의 커뮤니케이션이 원활한가?)																						<input type="text"/>
3.	심미성 (아름다운 외형과 디자인을 가지고 있는가?)																						<input type="text"/>
4.	관리성 (유지·관리·보수가 용이하겠는가?)																						<input type="text"/>
5.	조화성 (주위의 공공디자인물 들과 잘 조화되는가?)																						<input type="text"/>
6.	친환경성 (환경친화적 아이템과 친환경적 재료를 사용하였는가?)																						<input type="text"/>
7.	장소성 (적절한 위치에 정확하게 자리하였는가?)																						<input type="text"/>

6. 국외사례를 바탕으로한 공공디자인 평가척도어 추출

(1) 다음은 공공디자인의 영역분류별 평가척도어 선호도 조사를 위한 설문입니다. 국내의 공공디자인 사례조사 사진 이미지를 자세히 살펴보시어 영역별 평가척도어로 가장 적합한 항목의 안에 표를 해주시기 바랍니다. (국외의 현황)

번호	공공디자인 영역분류		① 문화성	② 소통성	③ 심미성	④ 관리성	⑤ 조화성	⑥ 친환경	⑦ 장소성	번호
1.	공공 공간디자인	도시환경 (광장·섬지공원·보행도 로·자전거도로 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.		공공건축 및 실내환경 (박물관·미술관·공항· 지하철역 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.		교통시설 (가로등·버스승차장·신 호등·횡단보도 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	공공시설물 디자인	편의시설 (벤치·환경미화원·음수 대·화장실 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.		공급시설 (신호전·우체통·소화 전·공중전화 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.		정보매체 (공사가림막·교통표지 판·안내도 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.		상징매체 (상징조형물·국가랜드 마크·슈퍼그래픽 등)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	공공철학	시민의식과 공공의질서 (SOS·디자인교육·STOP 인간중심적 매체)	① 문화성 <input type="checkbox"/>	② 소통성 <input type="checkbox"/>	③ 심미성 <input type="checkbox"/>	④ 관리성 <input type="checkbox"/>	⑤ 조화성 <input type="checkbox"/>	⑥ 친환경 <input type="checkbox"/>	⑦ 장소성 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(2) 다음은 국외의 공공디자인 사례조사 사진 이미지를 통해본 공공디자인에 대하여 평가척도어 성향으로본 선호도 조사입니다. 면밀히 살펴보시어 해당하는 곳에 표를

해주시기 바랍니다. **(국외의 현황)**

번호	평가요인	매우 그렇 지않 다	1	2	3	4	5	6	7	매우 그렇 다	점 수
1.	문화성 (인간중심적인 도덕과 질서가 적용되었는가?)										<input type="text"/>
2.	소통성 (인간과 공공디자인 매개체간의 커뮤니케이션이 원활한가?)										<input type="text"/>
3.	심미성 (아름다운 외형과 디자인을 가지고 있는가?)										<input type="text"/>
4.	관리성 (유지·관리·보수가 용이하겠는가?)										<input type="text"/>
5.	조화성 (주위의 공공디자인물 들과 잘 조화되는가?)										<input type="text"/>
6.	친환경성 (환경친화적 아이템과 친환경적 재료를 사용하였는가?)										<input type="text"/>
7.	장소성 (적절한 위치에 정확하게 자리하였는가?)										<input type="text"/>

귀하의 성의 있는 답변에 감사드립니다.
설문자 정 희 정

0-0. 제2차 심층면접설문조사를 통한 디자인평가척도어 추출표

순번	평가항목	공공디자인 영역의 분류							
		공간 디자인		시설물 디자인			공공매체 디자인		공공 철학
		도시 환경	공공 건축 실내 환경	교통 시설	편의 시설	공급 시설	정보 매체	상징 매체	철학
1	공공매개체의 명료성	X	X	■	X	■	■	X	■
2	공공매개체의 개방성	■	■	X	■	■	X	■	■
3	공공매개체의 일관성	■	X	■	X	■	■	X	■
4	공공매개체의 식별성	■	■	■	■	■	■	■	■
5	공공매개체의 접근성	■	■	■	■	■	X	■	■
6	공공매개체의 가독성	X	■	■	X	■	■	X	■
7	공공매개체의 조화성	■	■	X	■	■	■	■	■
8	공공매개체의 적합성	■	■	■	■	■	■	X	■
9	공공매개체의 필요성	■	■	■	■	■	■	■	■
10	공공매개체의 사용성	■	■	X	■	■	■	■	■
11	공공매개체의 관리성	■	■	■	■	■	■	■	■
12	공공매개체의 심미성	■	■	■	■	■	■	■	■
13	공공매개체의 안정성	■	■	■	■	■	■	■	■
14	공공매개체의 친근성	■	■	X	■	■	■	■	■
15	공공매개체의 장소성	■	■	■	■	■	■	■	■
16	공공매개체의 상징성	X	■	X	X	X	X	■	■
17	공공매개체의 기능성	■	■	■	■	■	■	■	■
18	공공매개체의 문화성	■	■	■	■	■	■	■	■
19	공공매개체의 주목성	X	■	■	X	■	■	X	■
20	공공매개체의 인지성	■	■	■	■	■	■	■	■
21	공공매개체의 목적성	■	■	■	■	■	■	■	■
22	공공매개체의 환경성	■	■	■	■	■	X	■	■
23	공공매개체의 실용성	X	■	■	X	■	X	X	■
24	공공매개체의 전달성	X	■	■	X	■	■	■	■
25	공공매개체의 시사성	X	■	X	X	X	■	■	■
26	공공매개체의 조형성	■	■	■	■	■	■	■	■
27	공공매개체의 예술성	■	■	X	■	■	■	■	■
28	공공매개체의 공간성	■	■	■	■	■	X	■	■
29	공공매개체의 통일성	■	■	■	X	■	■	X	■
30	공공매개체의 방향성	X	■	■	X	X	■	X	■
31	공공매개체의 연속성	X	■	■	X	X	■	X	■
32	공공매개체의 친밀성	■	■	X	X	■	■	■	■
33	공공매개체의 대조성	X	X	■	X	X	■	X	■

■ 적용 X 미적용 ■ 개념어선정

0-0 제3차 전문가집단 설문조사를 통한 평가항목의 중요도 추출표

순번	평가항목	1	2	3	4	5
		매우 중요	중요	보통	중요치않 음	매우중요 치않음
1	공공매개체의 명료성		■			
2	공공매개체의 개방성			■		
3	공공매개체의 일관성			■		
4	공공매개체의 식별성	■				
5	공공매개체의 접근성	■				
6	공공매개체의 가독성	■				
7	공공매개체의 조화성	■				
8	공공매개체의 적합성	■				
9	공공매개체의 필요성	■				
10	공공매개체의 사용성		■			
11	공공매개체의 관리성	■				
12	공공매개체의 심미성	■				
13	공공매개체의 안정성	■				
14	공공매개체의 친근성	■				
15	공공매개체의 장소성	■				
16	공공매개체의 상징성		■			
17	공공매개체의 기능성	■				
18	공공매개체의 문화성	■				
19	공공매개체의 주목성		■			
20	공공매개체의 인지성		■			
21	공공매개체의 목적성		■			
22	공공매개체의 환경성	■				
23	공공매개체의 실용성		■			
24	공공매개체의 전달성	■				
25	공공매개체의 시사성			■		
26	공공매개체의 조형성	■				
27	공공매개체의 예술성		■			
28	공공매개체의 공간성			■		
29	공공매개체의 통일성		■			
30	공공매개체의 방향성			■		
31	공공매개체의 연속성			■		
32	공공매개체의 친밀성		■			
33	공공매개체의 대조성			■		

저작물 이용 허락서

학 과	디자인경영학과	학 번	10341197	과 정	박사
성 명	한글 : 정 희 정 한문 : 鄭 熙 靜 영문 : Jeong Hee Jeong				
주 소	서울시 강남구 논현동 213-20 103				
연락처	E-MAIL : yesdesign@hanmail.net				
논문제목	한글 : 공공디자인의 평가척도어 추출에 관한연구 영어 : Extraction of Evaluation Criterion Descriptions for Public Designs				

본인이 저작한 위의 저작물에 대하여 다음과 같은 조건아래 조선대학교가 저작물을 이용할 수 있도록 허락하고 동의합니다.

- 다 음 -

1. 저작물의 DB구축 및 인터넷을 포함한 정보통신망에의 공개를 위한 저작물의 복제, 기억장치에의 저장, 전송 등을 허락함
2. 위의 목적을 위하여 필요한 범위 내에서의 편집·형식상의 변경을 허락함. 다만, 저작물의 내용변경은 금지함.
3. 배포·전송된 저작물의 영리적 목적을 위한 복제, 저장, 전송 등은 금지함.
4. 저작물에 대한 이용기간은 5년으로 하고, 기간종료 3개월 이내에 별도의 의사표시가 없을 경우에는 저작물의 이용기간을 계속 연장함.
5. 해당 저작물의 저작권을 타인에게 양도하거나 또는 출판을 허락을 하였을 경우에는 1개월 이내에 대학에 이를 통보함.
6. 조선대학교는 저작물의 이용허락 이후 해당 저작물로 인하여 발생하는 타인에 의한권리 침해에 대하여 일체의 법적 책임을 지지 않음
7. 소속대학의 협정기관에 저작물의 제공 및 인터넷 등 정보통신망을 이용한 저작물의 전송·출력을 허락함.

2009년 6 월 20 일

저작자: 정 희 정(인)

조선대학교 총장 귀하