

서울 도시디자인 전략 어떻게 추진할 것인가?

2008. 10. 6 제22호

백선헤 / 서울시정개발연구원 부연구위원
라도삼 / 서울시정개발연구원 연구위원
여혜진 / 서울시정개발연구원 부연구위원

〈 목 차 〉

요약

- I. 부상하는 Design Cities
- II. 시민을 행복하게 하는 도시디자인
- III. 서울시 도시디자인 사업의 향후 과제

요 약

세계 여러 도시들은 그동안 도시 경쟁력 확보를 위해 도시디자인 사업을 적극 추진해 왔다. 도시마케팅의 수단이 도시의 경관과 디자인 등 도시 전반으로 확대되고, 유네스코의 창조도시 네트워크에 디자인도시가 포함되는 최근의 경향은, 매력적인 도시경관과 도시의 브랜드 가치가 밀접한 관계에 있음을 보여준다. 그러나 국제적으로 서울의 도시 브랜드 가치에 대한 평가는 매우 낮은 실정으로 도시디자인과 브랜드 가치 제고가 시급하다.

우리나라는 산업 중심의 근대화 과정을 거치면서 민간 분야의 디자인은 급속히 발달한 반면, 공공디자인은 상대적으로 낙후되어 민간과 공공 간 디자인 수준의 격차가 매우 심각하다. 건축도시전문가들 상당수가 우리나라 도시경관의 품격에 대해 선진국의 70% 수준에 못 미치는 것으로, 중국 또는 동남아 신흥도시와 비교해서도 낮은 것으로 평가하고 있다. 서울시민 역시 86.1%가 도시디자인 개선이 필요하다고 여기고 있다. 민선 4기 출범 이후 서울시는 도시디자인 사업에 역점을 두고, 디자인서울총괄본부를 새롭게 조직하여 80여 개의 다양한 사업을 추진하고 있다. 최근에는 공동주택의 외관디자인 심의 강화 등 도시건축 분야에서도 디자인의 질 향상을 위해 노력하고 있다.

우수한 디자인도시로 꼽히는 뉴욕, 런던, 요코하마 등 해외 도시들은 사람과 자연, 문화를 중심으로 한 도시디자인을 추구하고 있다. 특히 디자인을 통해 생활환경의 즐거움, 편리함, 안락함을 제공하고 시민들의 삶과 도시환경을 개선하는 데 역점을 두고 있다. 또한 근대건축 및 산업유산에 대한 역사보존과 현대적 활용을 접목하고, 도시계획·건축·교통·문화·예술·음악 등 다양한 전문가와 시민들의 자발적 참여를 통해 도시의 장기비전에 맞추어 통합적 디자인을 추구하고 있다.

이와 같은 맥락에서 향후 서울시 도시디자인사업은 도시의 외관을 아름답게 하는 것뿐 아니라 시민이 행복한 도시디자인을 구현하는 데 역점을 둘 필요가 있다. 이를 위해서는 첫째, 도시개발과 도시디자인 사업을 통합하여 문화와 디자인을 생활공간과 연계한다. 둘째, 지역 생활환경 및 낙후지역 개선을 우선으로, 지역의 역사성과 문화적 정체성을 살린 디자인사업을 유도하여 생활밀착형 도시디자인을 실현한다. 현재 추진 중인 디자인서울사업에 대한 서울시민의 인지도가 30%에 불과한 것은 디자인서울사업이 대체로 시민이 직접 체감하기 어려운 사업 위주로 추진되었기 때문이다. 셋째, 민간 스스로의 디자인 역량을 창출할 수 있도록 디자인사업 추진과정에 시민의 참여를 적극 유도하고, 시민의 눈높이에 맞춘 도시디자인 이벤트와 교육프로그램을 단계적으로 운영한다. 도시디자인 사업이 지속적으로 추진되기 위해서는 공공성을 위해 개인의 이익을 양보하는 성숙한 시민의식이 전제되어야 한다는 점에서, 사업추진 과정에 시민 참여를 독려할 수 있도록 제도적 기반 마련과 교육 및 연구에 지속적인 투자가 필요하다.

I. 부상하는 Design Cities

도시 경쟁력의 주요 요인으로 도시디자인이 부상

- 도시디자인은 도시 브랜드를 강화하는 키워드
 - 20세기 후반 이후 많은 세계 주요 도시들은 경쟁력의 우위를 확보하고 창의적 인재와 산업을 끌어들이기 위해 도시 마케팅 전략을 적극적으로 추진
 - 도시 마케팅의 수단이 문화 이벤트와 축제 개최, 상징물 건설에서 도시의 경관과 디자인 등 도시 전반에까지 확대
 - 유네스코의 창조도시 네트워크에 디자인 도시가 포함
- 서울의 도시 매력도나 브랜드 가치는 세계 최하위권
 - 도시의 경관이 매력적일수록 도시 브랜드 가치가 높게 평가되는 경향
 - 건축이나 공원이 아름다운 도시(2006, Anholt)나 세계에서 가장 매력적인 10대 도시(2008, Forbes)는 대부분 도시 브랜드 가치가 상위권
 - 서울은 세계 60개 도시 중 브랜드가치 44위, 경관매력 54위 수준

City Brand (2006, Anholt)	Beauty Parade (2006, Anholt)	Stylish City (2008, Forbes)
1. 시드니 6. 워싱턴DC 2. 런던 7. 샌프란시스코 3. 파리 8. 멜버른 4. 로마 9. 바르셀로나 5. 뉴욕 10. 제네바	1. 파리 6. 마드리드 2. 로마 7. 상트페테르부르크 3. 시드니 8. 암스테르담 4. 런던 9. 프라하 5. 바르셀로나 10. 샌프란시스코	1. 런던 6. 바르셀로나 2. 파리 7. 멜버른 3. 시드니 8. 베를린 4. 뉴욕 9. 암스테르담 5. 로마 10. 마드리드
44. 서울	54. 서울	

자료: www.citybrandindex.com; www.forbes.com.

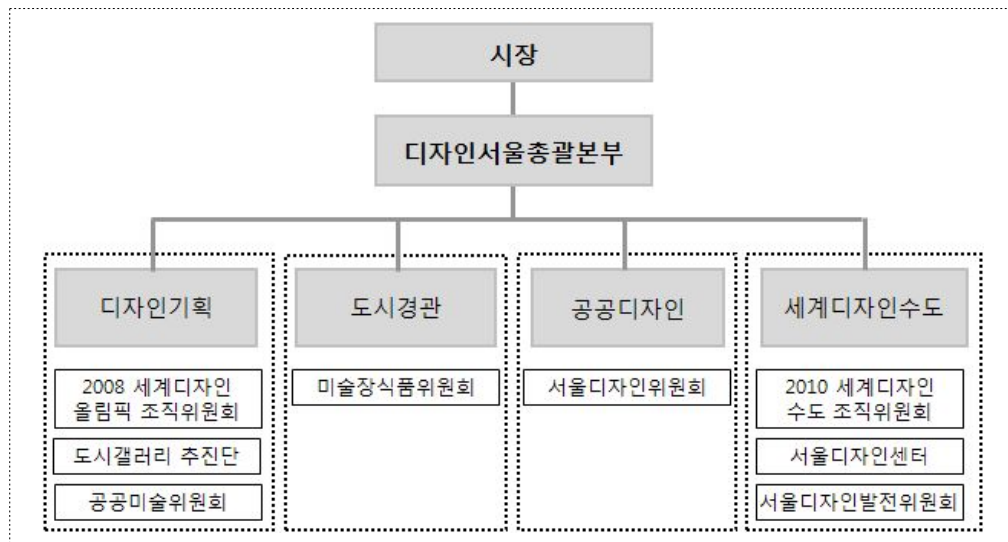
[그림 1] 도시 브랜드 가치와 경관 수준

도시디자인의 정의

도시디자인은 도시공간에서 수행되는 공공디자인으로, 공적 영역을 사회구성원 전체가 이용하기 쉽게 계획하고 실행하는 통합적 디자인 활동. 또한 사적 영역일지라도 공공적 성격을 갖는 한 공공디자인의 대상이 됨.

□ 민선4기 들어 서울시도 Design City를 향해 본격 시동

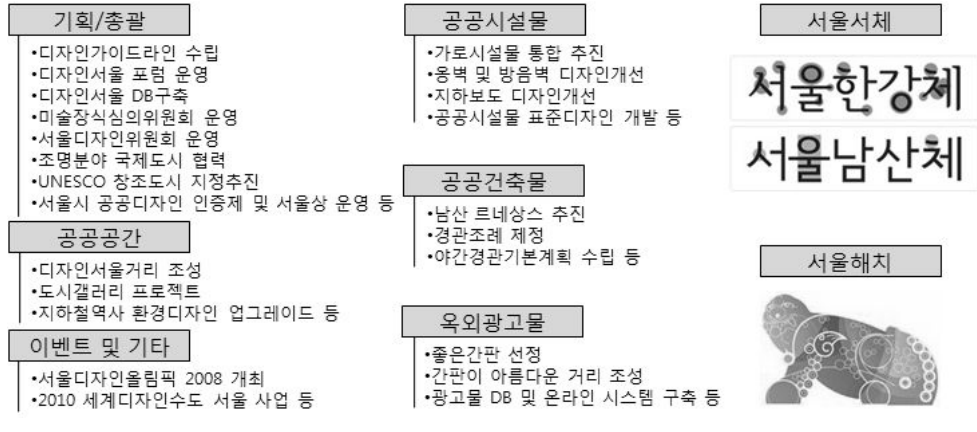
- 서울시의 디자인 사업은 2006년 디자인 조례 제정과 도시디자인 기본계획 수립, 2007년 5월 디자인서울총괄본부 출범을 바탕으로 본격화



[그림 2] 디자인서울총괄본부 조직구성

- 디자인서울총괄본부는 현재 80여 개 사업을 기획·추진하는 등 다양한 사업을 시험 중
 - 디자인서울 가이드라인 수립, 공공시설물 표준디자인 정립, 야간경관사업, 디자인올림픽, 서울서체, 서울상징(해치) 개발 등
- 그러나 품격 있는 도시공간 창출을 위해 장기적 관점에서 지속적인 평가와 보완이 필요

서울시 도시디자인의 대표사업



사적 건축디자인에 비해 취약한 공적 도시건축 디자인

- 건강한 사회를 이룩하고 선진도시로 진입하기 위해서는 사적 영역과 공적 영역의 디자인이 균형 있게 발달할 필요
- 선진국의 도시들은 사적 영역과 공적 영역의 디자인이 고르게 발달. 공공 영역에 대한 사회적 합의를 바탕으로 국가와 공공주체가 체계적인 접근과 엄격한 관리를 시행



런던 시청



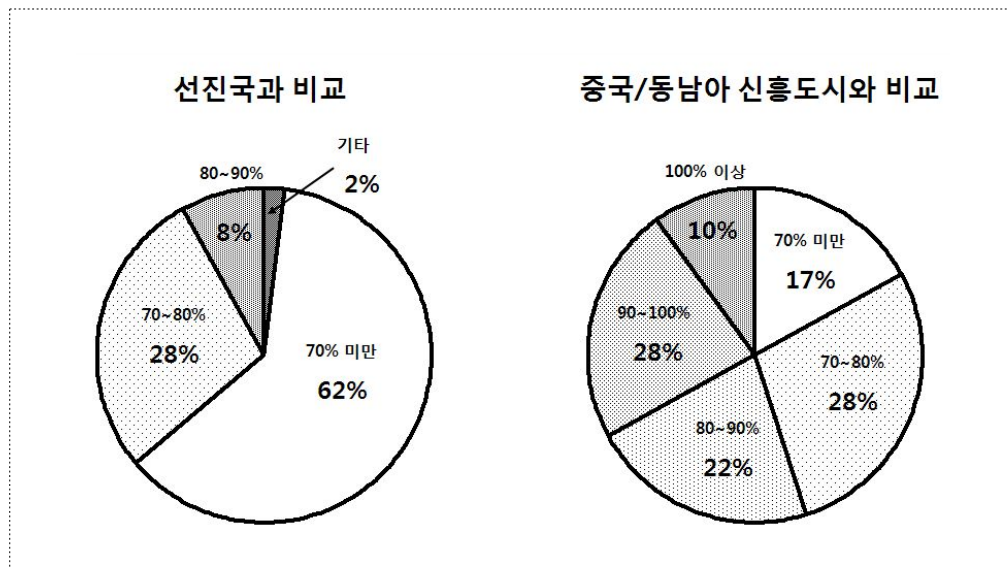
구마모토 경찰서(아트폴리스)

[그림 3] 세계적 수준의 공공디자인

- 우리나라는 사적영역의 디자인과 공적영역의 디자인 간 불균형이 매우 심각
- 산업 중심의 근대화 과정을 거치면서 대기업·민간 영역 중심의 사적 영역의 디자인은 빠르게 발전한 반면, 공적 영역의 디자인은 상대적으로 낙후

□ 우리나라 도시경관의 품격은 선진국의 70% 미만 수준

- 건축, 도시, 조경, 환경 분야 전문가들은 우리나라 도시경관의 품격에 대해 선진국은 물론 중국이나 동남아 신흥도시보다도 낮게 평가
- 전문가 중 62%는 우리나라 도시경관의 품격이 선진국의 70% 미만 수준, 28%는 70~80% 수준으로 인식. 반면, 90% 이상이라는 인식은 2%에 불과
- 중국 또는 동남아 신흥도시(상하이, 쿠알라룸푸르 등)와의 비교에서도 단지 10%만이 높은 것으로 평가



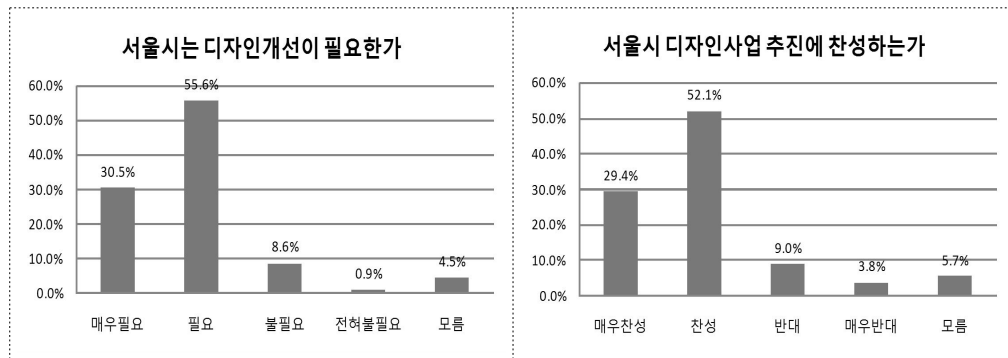
자료: 대통령자문 건설기술·건축문화위원회, 2006, '건설기술·건축문화수준 및 발전방안' 전문가설문

[그림 4] 우리나라와 외국의 도시경관 수준 비교(전문가)

디자인서울에 대한 서울시민의 높은 열망

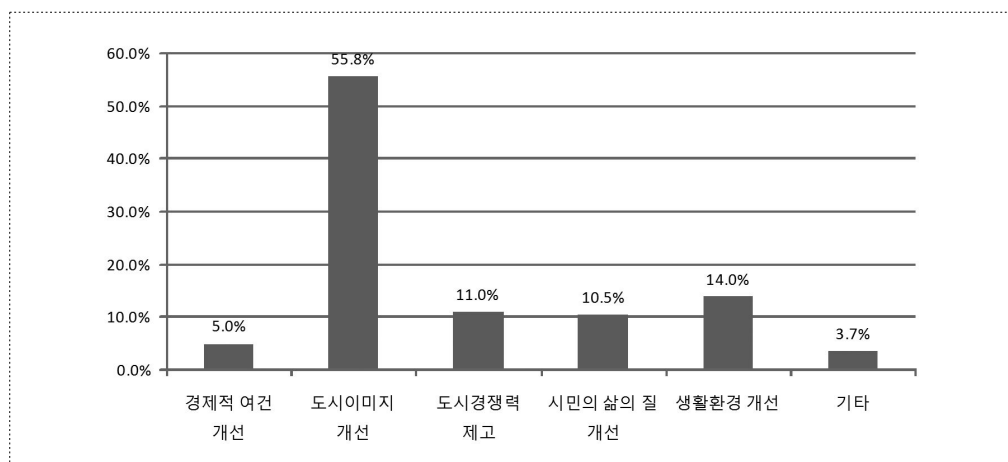
□ 서울시민 80% 이상이 서울시의 디자인 개선과 디자인서울 사업이 필요하다고 인식

- 서울시에 디자인 개선이 필요 86.1%(매우필요 30.5%, 필요 55.6%)
- 서울시의 디자인사업 추진에 찬성 81.5%(매우찬성 29.4%, 찬성 52.1%)



[그림 5] 서울시 디자인 개선과 사업추진에 대한 인식

- 디자인서울 사업의 추진에 따른 효과로 서울시민 55.8%가 도시 이미지 개선을 기대



[그림 6] 디자인서울사업 추진에 따른 기대효과

II. 시민을 행복하게 하는 도시디자인

디자인 선진도시의 조건

- 사람, 자연, 문화를 중심으로 한 도시디자인
- 도시환경을 개선하여 사물의 즐거움, 편리함, 안락함을 제공함으로써 도시민의 감성과 삶의 질을 향상
- 역사성 보존과 현대적 활용을 접목
- 성숙한 시민의식의 뒷받침과 광범한 전문가 참여
- 도시계획, 건축, 교통, 문화, 예술, 음악 등 다양한 분야의 전문가들이 협력하여 도시디자인에 기여
- 도시의 장기비전과 결합한 통합적 디자인의 추진
- 사업 간, 장소 간 연계

뉴욕: 민간의 창의성을 극대화하는 탄탄한 공공의 역할

- ☐ 공공의 조닝(Zoning) 제도에 충실하면서 융통성 있는 가이드라인을 제시
 - 도시공간의 공공성 증진을 위한 지속적인 제도 개선과 민간 참여 유도
 - 1916년 조닝제도 도입으로 층고 및 셋백(set-back) 등 단순한 건물형태 규제에 대한 관심에서 출발
 - 1961년 인센티브 조닝으로 변화하면서 POPS(Privately Owned Public Space)의 공공성 증진을 위한 다양한 실현 요소를 구체화
 - 공공의 제도와 디자인원칙을 일관성 있게 지킴으로써 사적 및 공적 영역 디자인이 질적으로 향상, 시민 공감대 형성, 민간영역의 공공의식 심화를 추구
- ☐ 민간이 주도하는 도시디자인
 - 시정부가 주도하는 디자인진흥기관 없이 자연스러운 경쟁관계에 있는 순수민간 디자인단체가 자율적으로 도시디자인을 주도하고 정부가 지원하는 형식

- Design Trust for Public Space
 - 1995년 설립된 뉴욕의 비영리기구로, 시민에게서 디자인 개선방안에 대한 제안을 수집하고 공공기관, 전문가들과 협력
 - 2005년 지속가능한 뉴욕시 프로젝트, 2006년 뉴욕시 택시디자인 등을 진행
- '하이라인 친구들'(Friends of the High Line)
 - 맨해튼 미드타운 지역의 고가철도 하이라인을 생태공원화하기 위해 1999년 결성된 시민조직
 - 뉴욕시와 협력하여 디자인계획 수립과 기금마련 운동을 진행. 2006년 4월 생태공원화 공사가 시작되어 2008년 완공 예정. 미드타운 인근의 유일한 오픈스페이스로 기대
- '미트패킹 지역 살리기 모임'(Meatpacking District Initiative)
 - 대형 육가공업체와 정육점들이 모여 있는 미트패킹 지역만의 분위기를 유지하기 위해 2003년 지역 상인들이 결성: 'Keep the meat'
 - 정육점, 명품숍, 갤러리, 고급레스토랑 등이 공존하는 특이한 경관과 분위기로 과거의 빈민가가 맨해튼에서 가장 매력적이고 트렌디한 거리로 부상



자료: www.streetsblog.org

[그림 7] 미트패킹 지역의 변신

□ 하이터치 로테크의 디자인을 추구

- 기술보다는 감성적 접근을 통해 문화를 심어가는 '하이터치 로테크'(high touch-low tech)의 도시디자인을 지향
 - 부수고 새로 짓는 도시디자인은 거부하고, 오래된 시설과 장소의 역사성을 보존하면서 내부는 새로운 기능의 공간으로 변화를 도모
 - 겉으로는 화려해 보이지 않으나 깊은 내용을 갖춘 성숙한 개념의 디자인
- 첼시 마켓(Chelsea Market): 1890년대의 과자공장이 새로운 문화공간으로 재탄생
 - 건물의 외관은 그대로 둔 채 28개의 공장벽을 허물어 하나의 공간으로 잇고, 곳곳에 과거 산업시대의 흔적을 남김
 - 최상급 식재료상과 레스토랑, 푸드 네트워크, 메이저리그 본사, 마이클잭슨 전용 녹음스튜디오 등이 함께 입점



자료: <http://businesstv.chosun.com/city>

[그림 8] 첼시마켓의 외관과 내부

런던: 오랜 전통과 정부 주도의 강력한 신디자인 정책을 추진

□ 인류 역사상 유례없는 거대 공공디자인 밀레니엄 프로젝트를 추진

- 밀레니엄 프로젝트를 위해 1993년 밀레니엄 커미션을 설립
 - 산업화시대를 주도한 영국 대표도시들의 쇠퇴를 극복하는 도시재생 전략으로 도시디자인을 부각
 - 밀레니엄 프로젝트의 선정 조건은 기존과 다른 개성과 디자인으로, 교량·공원·극장 등 전국적으로 3000여 개, 런던에서만 200여 개 가까운 공공건물 신축·리모델링 사업을 심사
- 낙후된 템스강 이남을 활성화하기 위해 추진한 런던 밀레니엄 프로젝트는 2000년 이후 런던시 활성화의 단초
 - 런던아이(London Eye): 세계 최대의 회전관람차로 사우스뱅크의 대표적 상징물로 정착, 연간 3500만 명의 관광객을 유치
 - 테이트모던(Tate Modern): 뱅크사이드의 화력발전소를 현대미술관으로 탈바꿈하자 연간 400만 명의 관람객이 방문
 - 밀레니엄 브리지(Millennium Bridge): 노먼 포스터가 디자인한 보행자 전용교로, 런던 최대 낙후지역이었던 서더크 지역을 재생



자료: <http://businesstv.chosun.com/city>

[그림 9] 테이트모던과 밀레니엄브리지(왼쪽), 런던아이(오른쪽)

- 런던시는 총체적인 도시개발 마스터플랜과 도시디자인 전략을 결합
 - 살기좋은 도시(city for people) 구현을 위해 디자인을 통한 시민의 삶과 생활환경 개선을 추진
 - 건축가 리처드 로저스, 디자인 전문가 피터 비숍 등 전문가로 구성된 런던 시장 직속기관 'Design for London'이 주도적인 역할을 수행
 - 도시가 더욱 발전하고 친환경적이며 지속가능하기 위해 건축과 도시디자인이 중요한 톨이라는 인식에 기반을 두어 조직
 - 런던시 전체의 도시디자인 프로젝트를 지원하며, 개발 전 과정에 건축가와 도시디자이너가 참여하도록 장려
 - 심미성, 접근성, 친환경성, 다양한 인종과 문화유산 존중을 원칙으로 제시
 - 2002년 공공공간 100대 개발 프로젝트 착수
 - 낙후된 100개 지역에 도서관, 광장, 공원 등 공공공간을 조성하여 그 효과가 지역에 점차적으로 파급되도록 고안

런던 공공공간 100대 개발 프로그램의 주요 사례

- Gillett Square: 영국 내 강도사건 발생률 1위였던 Hackney 지역에 조성한 문화광장
- Victoria Embankment Gardens: 런던 도심과 템즈강 사이 보행환경 개선을 위한 공원
- Potters Fields: 사우스뱅크 지역의 새로운 공공공간이 될 공원
- Euston underpass: Euston 지하도를 재디자인하여 새로운 보행로를 갖춘 공공공간 창출



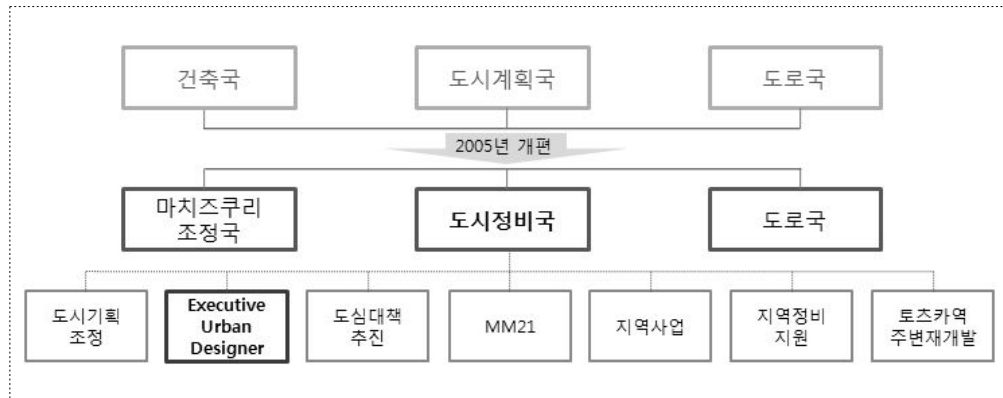
자료: <http://businessstv.chosun.com/city>

[그림 10] 우범지대를 변모시킨 Gillett Square

요코하마: 전통과 현대가 결합한 도시디자인의 교과서

□ 장기적이고 체계적인 도시디자인 사업을 추진

- 1971년 일본 최초로 시 산하에 도시디자인 전담팀인 도시디자인실을 설치
 - 1960년대에 요코하마시가 도쿄의 베드타운으로 전락할 것이라는 위기감에서 도시디자인 준비를 시작
 - 지난 40년 간 도시디자인과 관련된 1000여 개의 프로젝트가 일관된 정책 기조로 진행
 - 시청 내 조직의 횡적 연계를 중시하여, 도시디자인실은 자체 소관사업 없이 다른 부처의 사업에 결합하는 형식으로 작동



[그림 11] 요코하마 도시·건축·디자인 관련 조직 개편도(2005년)

□ 자발적 주민 참여가 기반이 된 도시디자인

- 인간적 도시, 과거와 미래가 공존하는 도시공간의 창조를 목표로 설정
 - 색채 선호도 조사, 경관의식 조사, 공청회, 시민협의 등을 통해 시민의 이해와 참여를 유도
 - 바사미치 지역 재정비: 디자인전문가, 상점주인, 도시디자인팀이 3자 협의체를 구성
- 경관을 해치는 건축물에 대해서는 주민이 자발적으로 제재
 - 각 지역별로 시민과 협동으로 경관협정을 수립

□ 창조도시 요코하마 프로젝트 추진

- 도시 외관을 디자인하는 것에서 더 나아가 그 내부에 담길 문화콘텐츠와 인력을 함께 양성하여 문화예술도시를 추구
 - 요코하마만이 할 수 있는 도시디자인으로 근대건축물을 매입해 예술교육 시설, 아트스튜디오, 갤러리 등을 재생하여 문화거점으로 활용
 - 창조도시 프로젝트의 경제적 부가가치는 연 60억 엔으로 추정



자료: www.city.yokohaka.jp

[그림 12] 근대 건축물을 창작공간화한 BankART 1929(왼쪽)와 ZAIM 프로젝트(오른쪽)

- 근대건축 및 산업유산을 대상으로 역사자산을 적극적으로 보호
 - 요코하마시가 직접 역사적 건축물을 매입·보존하거나, 지원금을 조성하여 민간 차원의 보존을 유도
- 역사와 현대가 공존하는 미래도시 프로젝트로 미나토미라이21 지구를 건립
 - 랜드마크 타워를 중심으로 바다로부터 상승되는 스카이라인으로 주변의 역사경관과 조화



자료: 요코하마 관광컨벤션뷰로

[그림 13] 역사와 현대가 공존하는 미나토미라이21

Ⅲ. 서울시 도시디자인 사업의 향후 과제

시민이 행복한 도시디자인 구현

- ☐ 도시의 외관을 아름답게 하는 것뿐 아니라 시민의 삶의 질을 향상할 수 있는 성숙한 개념의 도시디자인 전략으로 서울의 도시 품격을 업그레이드
 - 디자인 선진도시들은 도시디자인을 통하여 지역의 장소적 맥락과 역사성을 지키고 문화적 활동이 풍부히 일어나는 도시를 지향
 - 일상생활과 직접 관련된 영역의 디자인 개선을 우선하고, 시민참여를 통해 도시디자인에 대한 시민의 인지도와 지속가능성을 제고
- ☐ 시민이 행복한 도시디자인을 위한 서울시의 전략

- 도시개발과 도시디자인사업의 통합
 - 도시개발 마스터플랜에 기초한 서울시 도시디자인 기본계획 재구성
- 과시형 전략에서 생활밀착형 전략으로
 - 지역생활환경 개선 및 낙후지역 우선 사업을 통한 시민인지도 향상
 - 지역의 역사성과 문화적 정체성을 살린 디자인
- 민간 스스로의 디자인역량을 창출
 - 성숙한 시민의식의 토양 마련
 - 도시디자인 사업에 대한 시민참여 유도 및 교육 및 연구투자

도시개발과 도시디자인사업의 통합

- ☐ 대규모 도시개발과 밀착된 도시디자인 사업의 추진
 - 도시의 공간구조를 변화시키고 새로운 지역사회 중심을 형성하는 대규모 도시개발사업과 밀착되어 도시디자인 사업 구상 필요

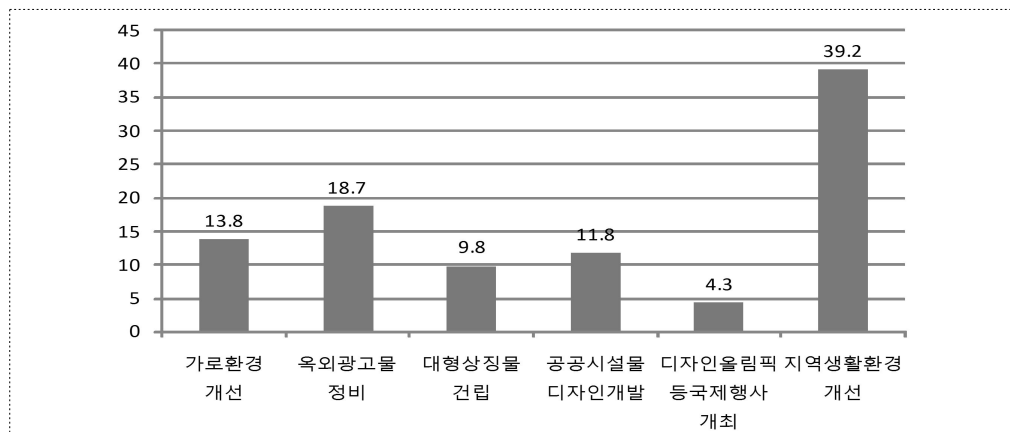
- 하드한 사업과 소프트한 사업 간 연계로 문화·디자인을 생활공간과 연계
- 작은 스케일의 사업과 큰 스케일의 사업이 집약되어 오브제적 디자인 개선이 아니라 입체적이고 종합적인 도시공간 환경 개선 필요
- 도시디자인 관련 기본계획으로서 서울 도시디자인 기본계획과 디자인서울 가이드라인이 있으나 전체적인 방향성을 제시하기에 부족, 서울시 도시계획과 도시디자인 사업의 통합적 추진을 위한 기본계획 재구상 필요
- 도시디자인 마스터플랜을 통해 계획의 목표와 운영·관리까지 가이드라인 제시
- 디자인 추세를 반영하여 장기적이고 지속적으로 업데이트할 수 있는 계획의 융통성 고려
- 도시디자인 사업을 선택 및 집중하여 가시성과를 증대
- 도시공간구조적으로 중요한 입체복합개발사업에 우선적으로 도시디자인 사업을 접목
- 최근 용산·상암 등 부도심과 8개 균형발전촉진지구 등에서 복합개발이 추진 중에 있는데, 도시공간의 질적 향상을 위해 도시디자인 전략 접목이 시급한 실정
- 오세훈 서울시장은 용산국제업무지구 조성사업이 한강르네상스를 실현하는 중심축이며, 강북 활성화의 시발점이자 대규모 관광수요를 창출하는 경제문화의 허브, 서울이 세계 10대 도시로 나아가기 위한 토대라고 규정
- 그러나 용산이 향후 서울시 미래성장기반의 전략거점이 되기 위해서는 주변과의 단절을 극복하는 도시공간구조적 접근과 함께 공간의 질적 향상을 위한 세계적 수준의 디자인 접목이 필요

- 관련 부처 간 횡적 협력채널과 업무분담체계 재정비로 통합디자인사업의 실효성 모델 구축
 - 도시디자인사업은 디자인서울총괄본부, 주택국, 도시계획국, 푸른도시국, 문화국, 한강사업본부 등 대부분의 서울시 조직과 관련되며 자치구의 담당 부서까지 부서 간 다양한 이해관계 조율이 관건
 - 최근 도시·건축공동위원회 심의에서 공동주택의 외관 디자인을 다양화하는 방향으로 심의기준을 강화하는 등 도시 및 건축분야에서 디자인에 대한 요구를 충족하려는 노력을 지속
 - 도시디자인사업이 추구하는 목표 중 하나인 '통합 디자인'을 위해 관련 부처의 통합과 협의체제를 명확히 할 필요
 - 요코하마시는 건축·도시·교통부서를 새롭게 재편하면서 도시디자인실을 도시정비국 내에 두어 도시계획사업과 도시디자인사업의 위계와 우선순위를 명확히 하고 담당부서 간 원활한 횡적연계망을 구축

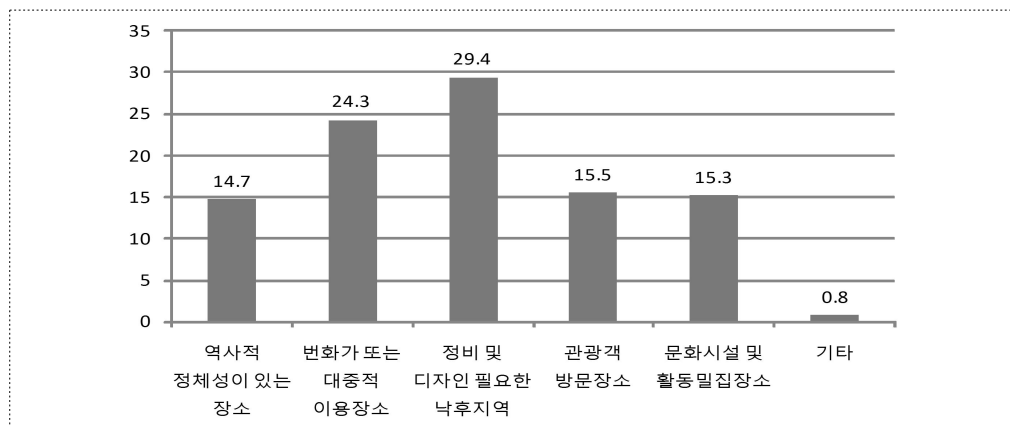
과시형 전략에서 생활밀착형 전략으로

- 지역생활환경 개선 및 낙후지역 우선 사업을 통한 시민인지도 향상
 - 서울시민의 디자인서울사업에 대한 인지도는 평균 30% 정도로 매우 낮아, 사업의 필요성에 대한 강한 열망과 대조적
 - 그동안 시범적 가로환경 개선이나 대형 상징물 건립, 국제적 행사의 유치 등 시민이 직접 체감하기 어려운 사업 위주로 디자인서울사업을 추진한 결과
 - 서울시민은 우리가 살고 있는 지역 생활환경의 개선이나 낙후지역에 대한 개선이 우선되어야 한다고 생각하므로 사업내용을 시민의 요구사항과 조율할 필요

- 시민의 일상생활장소에 우선적으로 디자인사업을 실시하여 시민체감도 증진
 - 동사무소, 학교, 놀이터 등 생활기반시설에 대한 디자인 개선으로 시민 삶의 질이 디자인을 통하여 개선된 점 부각
 - 생활권단위 역세권 및 대규모 아파트 단지 주변 가로공간의 공공성 증진으로 생활밀착형 디자인 중심공간 조성



[그림 14] 디자인사업 우선순위



[그림 15] 디자인사업 우선지역

□ 지역의 역사성과 문화적 정체성을 살린 디자인사업

- 장소적 정체성과 역사적 맥락을 중요하게 생각하는 성숙한 개념의 도시디자인 추구

- 부수고 새로운 것을 짓기보다는 역사성을 살리는 가운데 현대적 활용을 가능하게 하는 디자인을 우선
- 단기적으로 성과를 내기 어렵더라도 주민과 함께 하는 디자인사업 추구
- 커뮤니티의 문화적 중심장소가 될 수 있는 개방공간, 광장, 보행공간을 집중 조성하고, 지역주민간의 문화적 교류 활성화를 통한 문화적 분위기 창출 유도

민간 스스로의 디자인 역량을 창출

- 도시디자인 사업추진 과정에 적극적으로 시민참여를 유도
 - 도시디자인 사업이 지속가능하기 위해서는 주민의 참여와 이해, 그리고 공공성을 위해 개인의 이익을 양보하는 성숙한 시민의식이 절대적
 - 공공의 디자인 사업에 대한 시민의 이해도와 자발적 참여가 낮은 것이 사업 추진을 저해
 - 영국의 Dott 프로그램처럼 서울시 도시디자인의 비전과 필요성에 대한 인식제고와 참여를 독려하는 이벤트와 교육 프로그램의 단계적 운영 필요
 - 장기적 관점에서 사업을 추진하고 시민의견 수렴과정을 우선하여 시행
 - 일본 도시디자인 사업은 주민의 이해와 합의를 위해 매우 많은 시간과 노력을 투자하는 반면 우리는 실제 사업에서 시민참여율이 저조
 - 사업추진 과정에서 주민협의체 구성이나 주민협정을 유도하고 인센티브를 부여하는 등 제도적 지원 필요. 주민협의체와의 협의에 충분한 시간을 배정하여 사업을 운영할 수 있도록 담당공무원 혹은 비영리단체 역할 강화

디자인서울총괄본부의 시민대상 홍보와 참여사업

- 시민게시판, 서울서체 의견게시판, 해외통신 블로그 운영 등 인터넷을 활용한 시민의견 수렴 채널 구축
- 인터넷에서 공공디자인, 도시경관, 아름다운 다리, 서울 모습 기록사진전, 도시갤러리 추진상황의 이미지 자료 제공
- 시민 자유제안(도시갤러리 사업)
- 주민협의체 구성(디자인 서울거리 사업)
- 시민참여 축제프로그램 (디자인올림픽 사업), 디자인 시민운동(세계디자인수도사업)

□ 교육 및 연구투자를 통해 장기적 관점에서 디자인기반을 구축

- 도시디자인과 관련된 교육과 연구투자를 지속함으로써 민간의 디자인역량 고취
 - 공공이 선도하고 민간이 따르는 것이 아니라 민간의 힘에 의해 주도되고 공공이 지원하는 도시디자인사업 지향
- '공공디자인샤렛'(Charrette) 운영
 - 국제적 건축가·도시설계가·조경가와 국내의 차세대 건축가·도시설계가·조경가, 그리고 학생과 시민이 함께 참여하는 집단적 토론문화 형성
 - 시민과 전문가가 함께 고민하고 교류하여 공공디자인의 수준 향상과 인식 제고

백선헤 | 서울시정개발연구원 부연구위원

02-2149-1294

seonbaik@sdi.re.kr

라도삼 | 서울시정개발연구원 연구위원

02-2149-1257

kuber21@sdi.re.kr

여혜진 | 서울시정개발연구원 부연구위원

02-2149-1307

hgy@sdi.re.kr