

도시 브랜드 가치 향상을 위한 공공 예술품의 문화적 특성에 대한 연구

Study growth of city brand value in cultural characteristic of public art

조가심

동서대학교 디자인 & IT 디자인 전문 대학원

Zhao ke-xin

Dongseo University Design & IT Institute

요약

도시의 문화 속성은 도시의 발전수준을 대표할 수 있다. 한 도시에 풍부한 창의 및 대표적인 공공 예술과 대중들이 참여하는 상대적으로 광범한 예술의 분위기가 있는지, 그리고 적당한 비율의 예술의 분위기로 가득 찬 문화의 교류 및 심미 및 휴가를 보내고 오락을 즐기는 공공공간이 있는지는 이미 한 도시의 문화품질의 높고 낮음을 측정하는 중요한 지표로 되었다. 이 연구는 사례 연구를 통해서 공공예술품의 예술 특성은 도시 브랜드의 가치를 향상시킬 수 있다고 증명한다.

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

21세기에 들어서서 경제의 전 세계화와 세계 도시화의 시대 배경 하에서 세계는 막을 수 없는 고속도, 대규모 도시화의 물결을 직면하게 된다. 이것은 경제, 금융과 기술 영역과 영향이 있을 뿐만 아니라 인류의 문화와 정신적 영역에도 영향을 준다. 신제도의 경제학이 흥성함에 따라 문화는 사회경제가 발전하는 일종의 제약 혹은 가동의 힘으로 여긴다. 특히 지방의 문화는 자본과 기술의 거시적 제어력을 초월하여 전략적인 의미를 더욱 나타낸다. 각 도시는 이미 도시 브랜드의 핵심 경쟁력의 작용을 뚜렷하게 인식하여 모두 도시 브랜드의 건설을 문화실력의 전략적인 높이로 제고하였다. 우수한 공공예술품의 디자인은 바로 문화 실력의 일종 상징이고 또한 문화의 각도에서 도시의 브랜드 가치를 높였다.

1.2 연구의 방법 및 범위

본문은 승공 사례를 연구 통해 경험을 추억에의 도시 공공 예술품의 관점에서이 보고서 대표성 있는 공공 예술품은 특정 지역에서의 문화와 경제 사회 발전에는 중요한 전환과 인도 작용을 밝히다. 따라서 도시 브랜드 가치가 높이된 중요 전략적 목적을 실현한다.

2. 본문

우수한 공공예술품은 한 도시 더 나아가서 한 나라의 상징적인 대표로 될 수 있을까?



프랑스 에펠탑



미국여신상

만일 노트르담이 고대 파리의 상징이라면 에펠탑은

현대 파리의 상징이다. 에펠탑은 파리지 중심의 세느강의 남쪽 기슭에 있고 세계에서 처음으로 강철 구조로 된 높은 탑이 며 파리의 표지적인 상징이다. 철탑의 디자인은 새롭고 독특하며 예술성이 매우 강하고 세계 건축사의 기술 및 예술이 완벽하게 결합한 걸작이다. 파리의 새로 세운 모든 건물처럼 에펠탑도 처음에 대부분 파리인의 냉담과 거절을 당하였고 건축가와 도시계획 전문가의 신랄한 비판은 말할 나위가 없다. 하지만 백년 후에 그렇게 반대하던 사람들도 절대로 생각을 못한 것은 에펠탑이 프랑스와 파리의 중요한 유람지와 돌출한 상징으로 되었고 해 마다 참관하는 인수는 800만을 넘었으며 에펠탑은 이미 파리의 상징적인 건축물로 되었고 유람객은 파리에 오면 반드시 이 백년된 거탑을 참관한다.

의 강철 골격은 파리의 철탑을 디자인한 에펠이 디자인한 것이고 조각상은 프랑스의 조각가 바로톨디가 디자인한 것이며 파리에서 완성하였다. 프랑스 정부는 자유를 상징하는 이 기념상을 미국 독립100주년의 선물로 미국에 증여하여 1886년 완공된 후에 뉴욕 항구의 입구에 높이 솟아 있다.

여신은 입술을 꼭 다물고 사방에 빛이 나는 황관을 쓰고 로마식 넓은 두루마기를 입고 오른손에는 자유를 상징하는 몇 미터 길이의 횃불을 높이 들며 왼손에는 동전을 꼭 쥐고 위에 《미국독립선언》이 발표된 일기—기원1776년 7월 4일 로마 숫자로 새겨 있다. 또한 발에는 이미 끊어진 쇠사슬이 흩어져 있고 오른쪽 발뒤축을 들고 형벌을 받고 있는 상태이며 전체는 족쇄를 벗어나 몸이 앞으로 향하여 반항자의 이미지이고 여신은 기개가 비범하며 강인한 자태로 사람에게 능름하고 침범하지 못하는 느낌을 주며 단아하고 풍만 한 체형은 고대 그리스 미녀의 친절하고 자연스러운 느낌을 주었다. 조각상의 내부에는 전등이 설치되어 야간의 횃불, 화관은 밝고 사방은 환하며 핑크 그린색의 조각상은 아득한 야밤의 바다에 떠오르게 하여 신화같은 색채를 가하고, 조화롭고 아늑하며 묵묵히 예술의 풍채를 발산한다. 《자유여신상》은 미국에서 가장 지역적인 대표성을 지닌 조각 작품이고 미국의 국가 정신을 대표하고 예술 및 과학기술이 결합한 거대한 힘을 대표하기도 한다.

중국의 도시 건설은 매우 빨리 승운하여 중국 대지에 토목 열풍의 열광적인 운동이 휩쓸었다. 미장 타일부터 유럽의 풍경까지 “높이”에서 사치에까지, 고전주의 부각이 현대 건축문 앞에 우뚝 솟아 있는 한 쌍의 돌사자

로 범람하는 데까지 공공예술이 비 이기적인 수요를 나타낼 때 고유 속성을 배치하는 길로 걸었다. 예를 들면 20세기 90년대에 수도 북경에서 유행하는 천정이 매우 높고 수역을 투자한 북경의 새 기차역이 바로 가장 전형적인 실패이다. 그것은 도시 기체의 발전이 후퇴하는 고립적인 단원이고 또한 실재는 이익의 수요로 공공예술의 왜곡된 해석과 무식을 폭로하였다. 이런 관원들의 의지의 조종으로 인하여 원래보다 더 심각하게 변하고 악한 결과를 더욱 격화시키며 건축, 예술, 문화, 전통, 현대관념의 고립적인 대우, 기계조립, 도시의 문맥을 절단하여 오히려 우리에게 당대의 공공예술은 실제상 도시의 문맥을 싣는 중요한 사명이며 공공의식의 성숙 및 예술관념의 다원적인 포용을 요구한다는 것을 일깨워 주었다. 실재를 강구하면 상해의 90년대 고가도로를 건설하고 그 후에 금모건물, 동방명주 등의 상징적인 건물이 사람들의 공감대를 형성하였다. 2010년 세박회의 주최권을 얻은 오늘날 상해는 멀지 않은 미래에 도시로 하여금 과거와 미래를 연결하게 하고 동방 및 서방의 신형 캐리어는 자각적으로 공공예술을 관심하기 시작한다. 또한 공공예술이 이 도시의 맥동을 연결 하고 눈에 띄고 사람들의 주목을 끌게 하며 전체 도시 브랜드의 가치를 이끌어 나가 길 바란다.

3. 결론

문화가 없는 도시는 영혼이 없는 도시이고 세계에는 천차만별의 도시가 있으며 근본적인 차이는 도시의 문화가 다르다. 한 도시에 풍부한 창의 및 대표적인 공공 예술과 대중들이 참여하는 상대적으로 광범한 예술의 분위기가 있는지, 그리고 적당한 비율의 예술의 분위기로 가득 찬 문화의 교류 및 심미 및 휴가를 보내고 오락을 즐기는 공공공간이 있는지는 이미 한 도시의 문화 품질의 높고 낮음을 측정하는 중요한 지표로 되었다. 그들의 많고 적음과 변영의 여부는 이 도시 주민들이 생존하는 형태 심미흥취 심지어 전체 문화의 정신을 구현하고 이 도시 브랜드의 가치를 더욱 대표한다. 만일 건축물은 도시의 “면”이고 도로는 도시의 “선”이라고 한다면 공공예술품은 바로 도시의 “점”이다. 그것은 특유한 지혜를 응결하고 특유한 언어를 대표하여 매 도시의 매 관념을 말하여 사람들이 일종의 독특한 가치관념, 심미흥취와 문화정서를 시식하게 하고 세계로 하여금

이해하고 접수하며 이 도시를 기억하게 한다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 미국) 나이제얼·홀리스 (Nigel Hollis) , 《The Global brands》 2009-07-01
- [2] 뉴욕시 정부측 레이더 사이트
http://www.nyc.gov/portal/site/nycgov/?/front_door=true
- [3] 미국)국가 공원관리소 사이트
<http://www.nps.gov/stli/index.htm>
- [4] 파리시정부 사이트
http://www.paris.fr/portail/accueil/Portal.lut?page_id=1