

서울시 도시이미지 구축을 위한 서울시 제정 '서울색' 활용방안에 대한 디자인 실무자들의 의식 연구

A Study of Perception on the Use of 'Seoul Color' to Establish an Unique Urban Image of Seoul City among Design Practitioners

Author 이진영 Lee, Jin-Young / 정회원, 중앙대학교 대학원 주거환경전공 석사
김영주 Kim, Young-Joo / 정회원, 중앙대학교 주거환경학과 부교수, 이학박사

Abstract Many cities in developed countries are showing their unique urban image reflecting their own culture, history, and aesthetic tastes. Especially color, one of the major design elements, has greater impact than other visual factors to form an unique urban characteristic. Despite the long history and cultural background, Seoul as a capital city of Korea does not have been successful to show an unique city image with the perspective of color. As a leading city of design, Seoul is trying to make its own urban identity through the symbolic environmental color, 'Seoul Color'. The purpose of this study is to identify the perception on the Seoul Color established by Seoul City among design practitioners and to suggest strategies for implementing the 'Seoul Color' in various fields of environmental design to set up an unique urban image of Seoul City. For this purpose, questionnaire survey was used and 77 questionnaires were analysed. Although most of the respondents did not know the 'Seoul Color', they recognized the importance of it as a major tool of building an unique urban identity of Seoul City. Respondents recognized the representing color image of Seoul as gray. Therefore, it shows a need for environmental policy to make an eco-friendly and lively city image of Seoul instead of current monotonous image. Also in order to make a unique urban image of Seoul city, 'Seoul Color' should be applied to the shape of landscape of Seoul differently. In addition, many strategies including advertisement, education, making up obvious goals for using the 'Seoul Color', and so on were suggested as conclusion.

Keywords 서울색, 도시이미지, 환경, 색채, 서울시
Seoul Color, Urban image, Environment, Color, Seoul City

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

서울은 지난 수십 년간 다양한 국가정책에 따른 개발을 통해 급속한 현대화를 이룬 세계적 도시의 하나이다. 이에 따라 많은 서울 시민들은 물질적 풍요로움과 문화적 혜택을 누릴 수 있게 된 동시에 도시민들의 다양한 라이프스타일을 수용하는 복합적인 공간으로 발전, 변화된 도시에서 수많은 이점을 경험하게 되었다.

그러나 이러한 과정에서 오랜 기간 보존, 지속되어 오던 다양한 자연환경 요소, 역사적 전통성, 문화적 특성들은 그 가치가 지속되지 못한 채 서울의 모습은 기능적 편리함과 경제적 편익 측면만을 강조하는 방향으로 개발

되는 부작용을 낳기도 하였다. 또한 서구의 문화를 무분별하게 받아들임으로써 우리의 전통과 문화, 지리적 환경과 조화되지 못하고 특색 없는 도시이미지로 전락하는 부정적인 결과를 가져왔다.

해외 선진국의 많은 도시들은 그들만의 고유한 문화와 생활풍습, 역사적 전통을 반영한 도시이미지를 형성함으로써 그 도시만의 분위기와 특성을 차별화하고 상징적으로 나타내는데 중요한 역할을 하고 있다.

차별화된 도시이미지를 형성하는 데에는 그 도시의 상징적인 건물과 장소, 음식, 노래, 민족적 특성 등의 자연적, 역사적, 문화적, 생활적 요소들이 다각적으로 작용한다¹⁾. 이러한 요소들을 시각적으로 전달하기 위한 주된

1) 박영순·이현수·김현선, 도시환경과 색채, 안그래픽스, 2008.

방안으로서 통일되고 체계화된 환경색채가 적용되는데, 이는 그 도시를 연상시키는 상징적인 특성으로 인식되어 차별화된 도시이미지를 형성하는데 상당한 기여를 한다. 그러나 서울시는 그동안 도시이미지를 형성함에 있어 환경색채가 가지는 장점과 효과를 제대로 활용하지 못해왔다. 이에 기존의 특색 없는 도시환경을 새롭게 변화시키기 위해 최근 서울시만의 고유한 도시이미지를 형성하기 위한 '서울색'을 제정하기에 이르렀다.

'서울색' 제정은 서울시가 지난해 10월 '2010 세계디자인수도(World Design Capital)로 지정되면서, 이를 계기로 디자인·문화 중심의 도시로 발전하기 위해 추진하고 있는 다양한 도시디자인 사업 중 하나이다. 이는 서울에 소재한 전통 및 근·현대 건축물과 다양한 경관 등에서 추출한 색채를 여러 단계의 체계적인 방법을 통해 최종 도출한 색으로 서울시를 대표하는 색채라는 의미를 갖는다.

그러나 앞으로 서울시의 차별화된 이미지를 형성하기 위해서 '서울색'을 어떻게 활용할 수 있을지에 대한 현실적인 적용방안은 아직 제시되어 있지 않다. 이에 따라 그동안의 급속한 현대화 과정에서 잃어버린 전통과 문화의 접목을 비롯하여 보다 특색있는 서울의 도시이미지를 형성하기 위한 방법의 하나로 이러한 '서울색'의 구체적인 적용방안이 요구된다.

본 연구의 목적은 서울시의 차별화된 도시이미지를 형성한다는 취지로 제정된 '서울색'의 바람직한 활용방안을 모색하기 위한 기초자료 수집을 위해 디자인 실무자들의 의식을 파악하고자 하는 것이다. 구체적으로 현재 서울시 소재한 디자인 관련 회사에서 근무하고 있는 실무자들을 대상으로 서울의 도시이미지, 서울색에 대한 인지도 및 활용도, 서울색의 활용방안 등에 대한 의식조사를 통해 현재 환경색채를 통한 서울시의 도시이미지를 진단하고, 실무자들이 생각하는 이상적인 도시이미지를 파악하는 한편 여기서 나타나는 문제점을 개선하기 위한 '서울색'의 구체적인 활용방안을 알아보고자 한다.

1.2. 연구방법

(1) 조사대상

본 연구의 목적을 위하여 도시이미지 형성과 많은 관련성이 있다고 판단되는 다양한 디자인 분야에서 근무하고 있는 실무자들(건설·건축분야, 인테리어분야, 시각분야, 시설물·건축자재분야, 환경·조경분야 등)로 조사대상의 범위를 한정하였다.

(2) 자료수집 및 분석

연구목적에 위한 자료 수집을 위하여 설문을 이용한 실증조사를 실시하였으며 설문조사 기간은 2009년 5월 26일부터 6월 3일까지였다. 자료수집을 위한 표본추출은

연구자의 판단에 의한 의도적 표집방법(purposive sampling)을 이용하였다. 이에 따라 서울색에 대한 실무자들의 인식이 비교적 높을 것으로 판단되는 서울 소재 디자인관련 회사 6 곳을 섭외한 후, 각 회사의 담당자에게 연락하여 연구의 취지와 목적을 설명하고 자료수집에 대한 협조를 요청한 후 이메일을 통해 직원들 40명에게 설문지를 1차적으로 배포·수거하였다.

또한 서울시 삼성동 코엑스에서 열린 '2009 대한민국 조경박람회'의 행사담당자에게 연락하여 협조를 구한 후 2009년 5월 29일 오전 11시~오후 6시까지 박람회장을 방문한 건축 및 인테리어, 도시환경, 조경 등 다양한 분야의 실무자들에게 추가 설문지 60부를 배포하고 수거하였다.

이 과정에서 총 89부의 설문지가 수거되었으며, 응답이 불량한 12부를 제외한 77부를 최종 분석 자료로 사용하였다. 수집된 자료는 SPSS 17.0 Program을 이용하여 분석하였다.

(3) 조사내용

본 연구의 목적은 디자인관련 회사의 실무자들을 대상으로 서울시 고유의 도시이미지를 형성하기 위해 서울시가 제정한 '서울색'의 구체적인 활용방안에 대한 인식을 조사하는 것이다. 이에 따라 조사내용은 크게 응답자의 일반사항, 서울시의 현재 및 이상적 도시이미지에 대한 실무자 인식, 서울시 제정 서울색에 대한 실무자 인식, 서울색의 활용방안에 대한 실무자 인식 등 크게 4 부분으로 구성하였다. 구체적으로 조사대상의 사회 인구학적 특성 파악을 위해 응답자의 성별, 연령, 학력 및 전공, 근무회사와 부서, 근무경력을 조사하였다. 그리고 서울의 현재 및 이상적 도시이미지에 대한 인식을 파악하기 위해 관련된 선행연구 문헌을 토대로 도시이미지 평가를 위한 형용사 어휘를 추출하였으며²⁾, 이를 의미분별적도화하여 서울시의 현재 도시이미지와 이상적 도시이미지를 파악하였다. 이와 함께 서울시가 제정한 서울색에 대한 실무자들의 인식을 조사함에 있어 우선 서울의 환경색채에 대한 인식을 파악한 다음, 서울시가 제정한 서울 대표색 10색, 서울기조색 및 상징색의 인지도와 활용도, 적용가능성 등을 5점 척도 문항으로 구성하여 조사하였다. 마지막으로 서울시 도시색채의 문제점을 해결하고 차별화된 도시이미지를 구축하기 위한 방안에 대한 의견을 수집하기 위하여 실무자들이 생각하는 서울시의 색채와 관련된 문제점과 그 이유, 향후 서울시의 차별화된 도시이미지 구축을 위해 필요한 서울색의 적용방안 등에

2) 도시이미지와 관련된 선행연구(변재상 외 3명(2006), 박희경(2007), 정만모(2008), 유정화(2004), 이우중·김남경(2005), 안민호·박철원(2006), 정용문·변재상(2006), 임현혁·이충훈(2005)) 및 도시경관과 관련된 선행연구(목정훈(2005), 주신하·임승빈(2003))에서 사용된 도시이미지 형용사 어휘를 고찰하고, 이 중 56개(28)쌍의 어휘를 추출함.

대하여 선행연구³⁾를 바탕으로 문항을 구성하여 중요도를 1~3순위까지 선택하도록 하였다.

2. 이론적 배경

2.1. 도시이미지의 개념과 형성

이미지의 형성은 그 대상의 실제 파악에서 비롯되어 인지의 과정을 거치면서 인식되어 떠오르는 것으로, 시각적 의미만이 아닌 심상적 의미를 함께 내포한다⁴⁾. 다시 말해 이미지란 인간이 얻게 되는 모든 정보가 심리 및 행태와 작용하여 기억 속에 남게 되는 모습이라 할 수 있다⁵⁾. 도시이미지의 개념은 <표 1>과 같이 국내외 여러 연구자들에 의해 정의되어 왔다. 이 내용을 종합해 보면 도시이미지는 사람들이 갖는 도시에 대한 차별화된 느낌이나 떠오르는 인상, 감정을 말하는 것으로 이러한 느낌이나 인상은 개개인의 주관적인 판단에 의해 결정되지만 ‘대부분의 사람들이 공통적으로 인식하고 있는 공공적 이미지’를 지칭한다고 정리할 수 있다.

<표 1> 연구자별 도시이미지의 개념

연구자	도시이미지의 개념
국외 Kevin Lynch (1960)	사람들에게 효율적인 정보를 전달하고 장소성을 부여하며, 삶의 만족감과 안정감을 주는 것으로, 시민의 대다수가 공유하는 심상임. 다른 도시와 차별되는 정체성을 부여하는 물리적 가독성(legibility)에 의해 나타나는 것으로 도시이미지는 랜드마크, 지역, 통로, 결정점, 경계의 5가지 구성요소에 의해 형성됨.
이우종 김남정 (2005)	사람들이 도시에 대해 느끼는 전체적인 인상을 말함.
국내 김철수 (2006)	시각적 측면에서의 스카이라인과 가로경관 뿐만 아니라 그 도시의 공간적인 구조, 역사적인 사연, 거리에서 풍기는 냄새와 음식의 맛 등 다양한 요소가 복합적으로 함께 작용하는 것임.
임현혁 이충훈 (2005)	그 도시에 대한 시각적 연상 이상의 개념이며, 도시이미지를 구축하는 것은 단순히 지역의 시각적 자원의 동일화를 통해 이루어지는 통합작업이 아니라 정체성을 표현하는 색채, 표현실체로서의 도시이미지 역할에 중점을 두고 색채계획을 통해 형성되는 심상적인 도시이미지의 형성을 찾아가는 계획임

2.2. 디자인 서울 사업과 서울색

서울시는 그동안의 건설과 산업, 기능과 효율 중심의 개발이 우선시되는 하드시티에서 문화와 디자인 중심의 소프트 시티로 변화하기 위해 ‘SOFT SEOUL’이라는 비전아래, 서울의 도시경관을 변화시켜 나가기 위해 비우고(Airy), 통합하고(Integrated), 더불어 하며(Collaborative),

- 3) 임현혁·이충훈(2005)이 수행한 ‘도시이미지 차별화를 위한 색채 활용 방안’ 연구에서 제시된 내용을 근거로 함.
- 4) 김숙진, 장소마케팅이 지역이미지와 경제활성화에 미치는 영향 연구, 서울대학교 석사학위논문, 1999
- 5) 한은실·박상필·김기호, 서울의 물리적 이미지 요소 해석, 한국도시설계학회지, 7(1), 2006.

지속가능한(Sustainable) 디자인서울 전략을 추진 중이다. 이에 따라 디자인서울 사업을 전담할 조직으로 2007년 5월에 디자인서울총괄본부를 설립하였으며, 2007년 10월에는 ‘2010년 세계디자인 수도(World Capital Design)’로 선정되면서 사업이 본격화되었다. 구체적인 사업의 내용으로는 서울시의 이미지 개선을 위한 서울색, 서울서체, 서울상징과 같은 이미지요소를 개발하고, 공공시설물, 공공공간, 옥외광고물 등 공공디자인의 개선을 위한 다양한 사업을 진행하고 있다⁶⁾.

이중 서울시의 도시이미지를 질서있고 조화롭게 만들기 위한 서울색의 정립을 위하여, 서울 전역에 걸친 9,800여 개의 대표적 이미지 컷에 대한 연구조사와 다단계에 걸친 여론수렴절차를 거쳐 선정된 색채를 대상으로 시민들의 의식조사와 전문가의 자문을 통해 서울 상징색을 비롯한 대표적인 서울의 색채를 추출하였다⁷⁾. 이 과정에서 서울권장색 600, 서울현상색 250, 서울지역색 50, 서울대표색 10, 서울기조색 및 상징색이 선정되었으며, 각 용어의 정의는 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> 서울색 관련 용어 정의

용어	정의
서울권장색 600	서울의 자연환경색과 전통환경색을 근간으로 하여 자연환경과 전통환경의 색채와 배색 조화를 이루는 총 600색을 선정하여 팔레트화 한 것으로 통일감 있고 조화로운 서울의 이미지를 만드는 데 기본이 될 수 있는 환경색채임.
서울현상색 250	서울시에서 보여지는 대표적인 현황의 색채로, 서울시의 자연환경, 인공환경, 인문환경의 총 36개 항목에서 추출됨.
서울지역색 50	서울현상색 250색 중 서울이라는 도시에 역사, 문화, 자연환경, 인공환경 등에 있어서 의미 있는 아름다운 색을 추려 50개를 선정함.
서울대표색 10	서울현상색 250 중 서울을 대표하는 서울지역색 50를 선정하고, 그 중에서도 가장 서울의 이미지를 느끼게 하는 대표적인 색 10개를 선정함.
서울기조색	서울시의 바탕이 되고 기본이 되는 색으로, 서울대표색 10색을 중심으로 일반시민 및 전문가들을 대상으로 의식조사를 실시해 최종적으로 선정됨.
서울상징색	서울대표색 10색을 중심으로 하여 일반시민 및 전문가들을 대상으로 의식조사를 실시해 가장 선호도가 높은 색으로 선정됨.

자료: 디자인서울총괄본부(2008)의 서울색 정립 및 체계화 연구 보고서 내용 중 일부를 발췌하여 재정리함

3. ‘서울색’에 대한 실무자 인식

3.1. 조사대상자들의 일반적 특성

응답자의 사회인구학적 배경 변인으로 성별, 연령, 학력, 전공, 근무회사의 종류 및 업무, 현 회사의 근무경력을 조사한 결과 <표 3>과 같이 나타났다.

성별분포를 보면 남자 45명(58.4%), 여자 32명(41.6%)로 남자의 비율이 약간 더 많았으며, 응답자들의 평균연

- 6) 백선혜, 서울 도시디자인 전략 연구, 서울시정개발연구원, 2008
- 7) 디자인서울총괄본부 보도자료, “서울, 자신의 색을 찾다.”, 2008. 5. 23.

령은 32.1세로 20대 38명(49.4%), 30대 25명(32.5%), 40대 12명(15.6%), 50대 2명(2.6%)의 순이었다. 학력은 대졸이 65명(85.5%)으로 가장 많은 분포를 차지하고 있었으며, 그 다음이 대학원졸 10명(13.2%)의 순으로 나타났다. 전공 파악을 위해 디자인전공(건축, 인테리어, 조경, 시각디자인 등)과 비디자인전공(디자인과 무관한 기타 전공)으로 구분하여 살펴본 결과 디자인전공자가 40명(52.6%)으로 디자인비전공자(36명, 47.4%)보다 약간 더 많았다.

응답자들이 근무하는 회사는 조경 21명(29.6%), 인테리어 14명(19.7%), 건설 및 건축 9명(12.7%), 환경 8명(11.3%), 시각디자인 6명(8.5%), 시설물·건축자재 각 4명(5.6%), 기타 5명(7.0%)의 순으로 나타났다. 응답자들의 담당업무를 살펴보면 설계 및 디자인 41명(57.7%), 관리 및 시공 20명(28.2%), 기획 3명(4.2%), 영업 및 판매 5명(7.0%), 연구개발 2명(2.8%)의 순으로 나타나 디자인 작업에 직접적으로 관련이 있는 업무를 담당하는 사람이 대부분을 차지하고 있었다. 이들의 현 회사 근무기간은 평균 49.9개월(약 4.15년)로 디자인 관련 업무를 비교적 오랜 기간 담당하고 있어 설문조사의 내용을 충분히 이해하고 응답했을 것으로 파악된다.

<표 3> 조사대상자의 일반적 특성 N=77

구분	내용	f	%	계(명)
성별	남자	45	58.4	77
	여자	32	41.6	
연령 (평균 32.1세)	20대	38	49.4	77
	30대	25	32.5	
	40대	12	15.6	
	50대	2	2.6	
학력	고졸이하	1	1.3	76
	대졸	65	85.5	
	대학원졸	10	13.2	
전공	디자인전공	40	52.6	76
	비디자인전공	36	47.4	
근무회사	조경	21	29.6	71
	인테리어	14	19.7	
	건설 및 건축	9	12.7	
	환경디자인	8	11.3	
	시각디자인	6	8.5	
	시설물	4	5.6	
	건축자재	4	5.6	
	기타	5	7.0	
담당업무	설계 및 디자인	41	57.7	71
	관리 및 시공	20	28.2	
	기획	3	4.2	
	영업 및 판매	5	7.0	
	연구개발	2	2.8	
근무기간	평균	49.9개월		70

3.2. 서울시 도시이미지에 대한 실무자 인식

(1) 도시이미지 평가를 위한 요인분석

도시이미지 평가와 관련하여 앞서 조사내용에서 살펴본 바와 같이 선행연구문헌을 토대로 56개(28쌍) 어휘를 최종 선정하였다. 한편 이들 어휘(쌍)들의 요인구조를 파악하기 위해 응답자들이 생각하는 현재와 이상적인 서울시의 도시이미지에 대하여 각각 요인분석을 실시하였다. 요인추출

방법으로는 주성분 분석(principal component analysis)을 이용하였고, 요인 부하치의 단순화를 위해 베리맥스(varimax) 회전을 이용하여 요인을 추출하였으며, 고유값 기준은 1.0으로 하였다. 요인분석 결과, 고유값 1.0 이상인 최종 요인 수는 현재 도시이미지와 이상적 도시이미지 각각에 대해 모두 5개씩 추출되었으며, 그 결과는 다음 <표 4> 및 <표 5>에 제시된 것과 같다.

<표 4> 서울시의 현재 도시이미지 평가 어휘쌍에 대한 요인분석 결과

어휘쌍	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5
계획적인-비계획적인	.810				
창조적인-보수적인	.714				
개발된-낙후된	.667				
진보적인-변화없는	.663				
고급스러운-소박한	.605				
세련된-촌스러운	.588				
현대적인-전통적인	.487				
깨끗한-지저분한		.785			
아름다운-추한		.644			
시원한-답답한		.595			
청정한-오염된		.553			
조화로운-부조화스러운		.525			
밝은-어두운		.515			
문화적인-비문화적인		.490			
부드러운-거친		.455			
정돈된-어수선한			.783		
한적한-복잡한			.694		
여유로운-분주한			.673		
자연적인-인공적인				.737	
평화로운-불안정한				.660	
볼거리가 많은 -볼거리가 없는					.789
재미있는-지루한					.775
개성있는-평범한					.590

<표 4>의 현재 서울시의 도시이미지 표현 어휘쌍에 대한 요인분석 결과 총 5개의 요인구조로 표현어휘들이 분류되었다. 그러나 이상적인 도시이미지 표현 어휘에 대한 요인분석 결과 <표 5>처럼 다소 관련성이 없는 어휘들이 동일한 요인으로 분류되어 나타났다.

이에 대한 원인으로 설문조사 방식의 문제점을 지적할 수 있다. 즉 응답자들이 설문에 응답하는 과정에서 첫 번째 질문인 현재 서울시의 도시이미지를 표현하는 형용사 어휘쌍에 대해서는 충실히 답하였으나, 두 번째 질문인 이상적 도시이미지에 대해서는 동일한 질문이 반복됨에 따라 지루하게 느껴 부실하게 응답함으로써 이처럼 상이한 결과가 나온 것으로 판단된다. 따라서 이상적인 서울의 도시이미지 표현 어휘에 대한 요인분석 결과는 신뢰성이 떨어지는 것으로 판단하여 서울시의 도시이미지를 평가하기 위한 어휘의 요인구조는 <표 4>의 요인분석 결과를 토대로 분류하였다. 이 과정에서 56개(28쌍) 어휘

중 ‘도회적인-전원적인’, ‘새로운-오래된’, ‘소비적인-생산적인’, ‘잠재력있는-잠재력없는’, ‘편리한-불편한’ 형용사 10개(5쌍)는 다른 어휘들과의 관련성이 적은 것으로 판단되어 최종적인 요인구조에서 누락시켰다.

이상과 같은 과정을 통해 도출된 도시이미지 표현어휘쌍에 대한 내용분석을 통해 서울의 도시이미지 평가에 활용될 수 있는 요인을 <표 6>과 같이 총 5개로 구분, 명명하였다. 각각의 요인은 세부적으로 포함된 어휘의 공통된 속성에 근거하여 ‘개발성’, ‘청정성’, ‘복잡성’, ‘자연성’, ‘다양성’으로 명명하였으며, 각 요인에 속한 도시이미지 표현 어휘는 응답자들이 서울시의 도시이미지에 대한 인식정도를 분석하는데 사용하였다.

<표 5> 이상적 도시이미지 표현 어휘쌍에 대한 요인분석 결과

도시이미지 표현 어휘	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5
밝은-어두운	.768				
아름다운-추한	.724				
깨끗한-지저분한	.683				
청정한-오염된	.682				
조화로운-부조화스러운	.658				
문화적인-비문화적인	.635				
재미있는-지루한	.615				
정돈된-어수선한	.585				
개발된-낙후된	.571				
시원한-답답한	.566				
개성있는-평범한	.558				
계획적인-비계획적인	.528				
세련된-촌스러운	.490				
부드러운-거친	.434				
진보적인-변화없는	.426				
여유로운-분주한		.786			
한적한-복잡한		.768			
현대적인-전통적인			.868		
고급스러운-소박한			.529		
창조적인-보수적인				.881	
볼거리가 많은-볼거리가 없는				.846	
자연적인-인공적인					.786
평화로운-불안정한					.701

<표 6> 서울의 도시이미지 평가 요인

요인명	도시이미지 표현 어휘
개발성	계획적인-비계획적인, 창조적인-보수적인, 개발된-낙후된, 진보적인-변화없는, 고급스러운-소박한, 세련된-촌스러운, 현대적인-전통적인
청정성	깨끗한-지저분한, 아름다운-추한, 시원한-답답한, 청정한-오염된, 조화로운-부조화스러운, 밝은-어두운, 문화적인-비문화적인, 부드러운-거친
복잡성	정돈된-어수선한, 한적한-복잡한, 여유로운-분주한
자연성	자연적인-인공적인, 평화로운-불안정한
다양성	볼거리가 많은-볼거리가 없는, 재미있는-지루한, 개성있는-평범한

(2) 서울시의 현재/이상적 도시이미지에 대한 인식

서울시의 도시이미지 평가와 관련하여 기추출된 형용사 어휘 28쌍에 대해 응답자들이 생각하는 서울의 현재 도시이미지와 이상적인 도시이미지에 대한 인식에 어떠

한 차이가 있는지 살펴본 결과 <표 7>과 같이 나타났다. 5점 척도로 조사한 각 문항에 대해 응답자들은 현재 서울의 도시이미지가 현대적이고(2.03) 도회적이며(2.00) 개발이 되었으나(2.16), 매우 분주하고(4.31) 복잡한(4.38) 도시로 인식하고 있었다. 또한 전반적으로는 지금과 같은 서울시의 도시이미지가 앞으로도 지속되기를 바라고 있었다.

이 내용을 좀 더 구체적으로 살펴보면 ‘평화로운-불안정한’ 어휘쌍의 경우 현재와 이상적 이미지 간에 가장 큰 차이를 나타낸 반면, ‘개발된-낙후된’ 어휘쌍에 대해서는 현재와 이상적 이미지 간에 가장 적은 차이를 보였다. 이는 곧 대다수의 응답자들이 생각할 때 현재 서울은 충분히 개발이 되어 현대적이고 도회적인 도시의 모습을 갖추고 있지만, 상당히 분주하고 불안정한 도시로 인식하고 있음을 보여주는 결과이다. 또한 ‘현대적인-전통적인’, ‘도회적인-전원적인’, ‘소비적인-생산적인’이라는 어휘쌍에 대해서는 현재 인식도와 이상적 요구정도가 반대로 나타났다. 다시 말해 앞으로 응답자들의 의식 속에서 서울의 도시이미지는 지금까지의 도회적이고 현대적이며 소비지향적인 모습에서 벗어나 우리의 전통과 문화에 근거한 역사성 있는 도시의 모습을 갖추어야 할 필요성이 있음을 반영하는 것이라고도 할 수 있다.

<표 7> 서울시 도시이미지에 대한 현재-이상적 인식점수

도시이미지 형용사	현재 인식도(A)	이상적 요구도(B)	(A)-(B)
평화로운-불안정한	3.91	1.56	2.35
여유로운-분주한	4.31	1.99	2.32
조화로운-부조화스러운	3.81	1.61	2.20
시원한-답답한	3.84	1.69	2.15
정돈된-어수선한	3.91	1.78	2.13
청정한-오염된	3.58	1.48	2.10
자연적인-인공적인	3.96	1.91	2.05
한적한-복잡한	4.38	2.43	1.95
깨끗한-지저분한	3.22	1.47	1.75
부드러운-거친	3.48	1.79	1.69
개성있는-평범한	3.14	1.53	1.61
밝은-어두운	2.94	1.49	1.45
계획적인-비계획적인	3.01	1.57	1.44
재미있는-지루한	3.01	1.64	1.37
창조적인-보수적인	2.92	1.56	1.36
아름다운-추한	2.88	1.53	1.35
문화적인-비문화적인	2.64	1.43	1.21
볼거리가 많은-볼거리가 없는	2.60	1.39	1.21
편리한-불편한	2.47	1.42	1.05
잠재력있는-잠재력없는	2.52	1.55	0.97
진보적인-변화없는	2.58	1.79	0.79
세련된-촌스러운	2.44	1.71	0.73
새로운-오래된	2.66	2.06	0.60
고급스러운-소박한	2.69	2.29	0.49
개발된-낙후된	2.16	1.81	0.35
현대적인-전통적인	2.03	2.49	-0.46
도회적인-전원적인	2.00	2.48	-0.48
소비적인-생산적인	2.09	2.71	-0.62

(3) 서울시의 도시이미지에 대한 집단별 인식 차이

앞서 요인분석을 통해 도출된 5개 도시이미지 평가 요인별 평균점수(5점 만점)를 이용하여 응답자의 성별에

다른 인식 차이를 비교한 결과 <표 8>, <표 9>과 같이 나타났다. <표 8>에서 남녀에 따른 각 도시이미지 평가 요인별 평균점수를 살펴보면 개발성, 청정성, 자연성, 다양성 항목에서는 여자보다 남자의 인식수준이 더 높게 나타났으며, 복잡성 항목에서는 남자보다 여자가 더 높게 나타났다. <표 9>에 나타난 바와 같이 각 요인에 속한 세부 항목(어휘쌍)에 대하여 성별에 따른 두 집단의 평균차이를 비교해 본 결과 복잡성 요인에 포함되는 '한적한-복잡한', '정돈된-어수선한', '여유로운-분주한' 항목에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 곧 여자가 남자보다 서울의 현재이미지를 더 복잡하고 어수선하게 인식하고 있음을 보여주는 것이다.

<표 8> 성별에 따른 서울시 도시이미지 평가요인별 평균점수

항목	남자(n=45)	여자(n=32)
개발성	2.57	2.51
청정성	3.30	3.29
복잡성	3.99	4.49
자연성	3.99	3.89
다양성	2.99	2.81

<표 9> 성별에 따른 현재 서울시 도시이미지에 대한 t-test 결과

요인별 세부항목(어휘쌍)	평균		표준편차		t값	p값	
	남자(n=45)	여자(n=32)	남자	여자			
개발성	세련된-촌스러운	2.38	2.53	0.86	0.80	-793	N.S
	현대적인-전통적인	1.98	2.09	0.66	0.53	-825	N.S
	고급스러운-소박한	2.56	2.88	0.81	0.55	-1.925	N.S
	계획적인-비계획적인	3.09	2.91	1.14	1.25	.663	N.S
	개발된-낙후된	2.29	1.97	0.97	0.86	1.496	N.S
	진보적인-변화없는	2.67	2.47	0.95	0.80	.957	N.S
청정성	창조적인-보수적인	3.07	2.72	1.07	1.02	1.428	N.S
	조화로운-부조화스러운	3.76	3.88	0.91	0.94	-.560	N.S
	깨끗한-지저분한	3.20	3.25	1.06	1.02	-.208	N.S
	청정한-오염된	3.44	3.78	0.81	0.83	-1.774	N.S
	밝은-어두운	3.02	2.81	0.81	0.82	1.112	N.S
	아름다운-추한	3.04	2.66	0.71	0.55	2.606	.011
복잡성	부드러운-거친	3.42	3.56	0.78	0.67	-.822	N.S
	시원한-답답한	3.82	3.88	0.81	1.16	-.236	N.S
	문화적인-비문화적인	2.76	2.47	1.13	1.11	1.106	N.S
	한적한-복잡한	4.16	4.69	0.93	0.54	-2.913	.005
	정돈된-어수선한	3.67	4.25	1.02	0.72	-2.775	.007
	여유로운-분주한	4.16	4.53	0.67	0.67	-2.417	.018
자연성	자연적인-인공적인	4.04	3.84	0.93	0.88	.954	N.S
	평화로운-불안정한	3.91	3.91	0.82	0.86	.025	N.S
다양성	개성있는-평범한	3.11	3.19	1.09	1.18	-.293	N.S
	재미있는-지루한	3.11	1.05	2.88	1.07	.965	N.S
	볼거리가 많은-볼거리가 없는	2.76	2.38	1.17	1.10	1.441	N.S

N.S: Not Significant

한편 응답자들의 전공에 따라 디자인전공자와 비디자인전공자로 구분하여 집단 간의 차이를 살펴본 결과 서

울시 도시이미지에 대한 집단간의 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다.

3.3. 서울색에 대한 실무자 인식

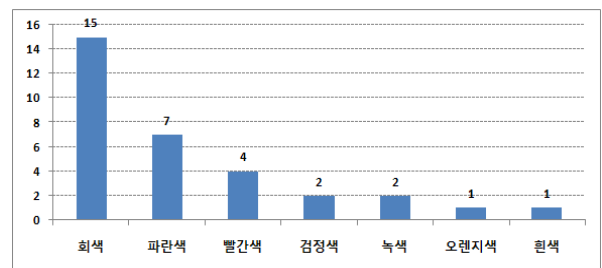
(1) 서울시 환경색채에 대한 인식

현재 서울시의 도시환경색채에 대한 생각을 알아보기 위해 응답자들에게 서울시하면 떠오르는 연상색채가 있는지 질문한 결과 <표 10>과 같이 나타났다. 이를 보면 응답자의 59.7%가 서울시하면 딱히 연상되는 색채가 없다고 하였으며, 연상되는 색채가 있다고 답한 응답자는 40.3%로 나타났다. 한편 서울시하면 연상되는 색채가 있다고 답한 31명의 응답자들에게 구체적으로 떠오르는 색을 기입하도록 한 결과 <그림 1>에서 보여지는 것처럼 회색이 15명(19.5%)으로 가장 많았으며, 그 다음은 파란색(7명, 9.1%), 빨간색(4명, 5.2%), 검정색과 녹색(각 2명, 2.6%), 오렌지색과 흰색(각 1명, 1.3%)의 순으로 나타났다. 이는 앞서 조사한 서울시의 도시이미지에 대한 의식 조사결과에서 현재 서울의 도시이미지를 현대적이고 도회적이며 복잡한 도시로 인식하고 있었던 것과도 연관되는 내용이다.

안민호·박천일(2006)의 「다차원 분석법을 활용한 서울과 8개 주요 도시 이미지 비교분석 연구」⁸⁾결과를 보면 서울은 조사대상 9개 도시 가운데 가장 교통체증이 심하고 복잡하며 공해가 심한 이미지를 가지고 있어 여유롭고 쾌적하며 매력적이고 아름다운 도시이미지와는 가장 거리가 먼 것으로 나타났다. 본 연구에서 응답자의 대다수가 서울시의 대표적인 환경색채를 회색으로 연상하고 있는 것 역시 이와 유사한 결과를 나타낸 것이라고 하겠다.

<표 10> 서울시에 대한 연상색 유무

구분	f	%
연상되는 색채가 있다	31	40.3
연상되는 색채가 없다	46	59.7
계	77	100



<그림 1> 서울시 연상색채(복수응답)

8) 안민호·박천일(2006)의 연구에서는 우리나라의 수도권 서울의 도시 이미지를 구성하는데 영향을 끼치는 요인을 검토하고 세계 속에서 서울시가 가지는 상대적 이미지에 관한 체계적인 비교분석을 위해 부산, 춘천, 뉴욕, 도쿄, 북경, 런던, 파리, LA의 8개 도시를 선정하였다.

(2) 서울시 제정 서울색에 대한 인식

서울시에서 제정한 서울색에 대한 응답자들의 인지도와 활용도를 조사한 결과 <표 11>과 같이 나타났다. 서울색에 대한 인지도 면에서 응답자의 76.7%가 거의 모르거나 전혀 모르고 있다고 답하였으며 매우 잘 알고 있다고 답한 응답자는 한 명도 없는 것으로 나타난 전체적으로 서울색에 대한 홍보가 상당히 미흡한 수준인 것으로 나타났다.

한편 서울시의 도시이미지를 개선하고 다양한 도시디자인 사업을 추진하는데 있어 앞으로 서울대표색이 어느 정도 활용될 수 있을지 질문한 결과 응답자의 59.8%가 약간 활용되거나 매우 잘 활용될 수 있을 것이라는 긍정적인 대답을 하였다. 그러나 서울대표색이 잘 활용되지 못할 것이라고 답한 경우 그 이유로는 역시 이에 대한 홍보가 부족하고 행정기관의 전사적인 사업 추진으로 인해 구체적이고 체계적인 사업이 진행되지 않고 있다는 점이 지적되었다. 이러한 내용은 서울 시민들과 전문가 집단(서울소재 대학 건축, 도시계획, 디자인 관련학과 교수)을 대상으로 서울시정개발연구원에서 실시한 설문조사 결과와도 일치하는 것이다.⁹⁾ 아직은 서울색이 개발, 제정된 지가 오래되지 않은 만큼 서울색 개발 사업에 대한 인지도가 낮기는 하지만 전반적으로 사업의 필요성과 활용도는 높게 평가되고 있는 점으로 미루어 볼 때 앞으로 보다 많은 분야의 사람들이 서울색을 제대로 인지하고 활용할 수 있도록 행정기관과 전문가들이 다양한 활용방안과 실질적인 가이드라인 및 제도를 마련하여 적극적으로 홍보하는 것이 필요함을 시사하는 것이라고 하겠다.

<표 11> 서울색 인지도 및 활용도

정도		f	%
인 지 도	전혀 모른다	22	28.6
	거의 모른다	37	48.1
	보통이다	8	10.4
	약간 안다	10	13.0
	매우 잘 안다	0	0
	계	77	100.0
활 용 도	전혀 활용이 안 될 것이다.	0	0
	거의 활용이 안 될 것이다	10	13.0
	보통이다	21	27.3
	약간 활용될 수 있을 것이다.	29	37.7
	매우 잘 활용될 수 있을 것이다.	17	22.1
	계	77	100.0

응답자의 성별에 따라 서울색의 인지도와 활용도에 대한 생각에 차이가 있는지 t-test를 실시한 결과 <표 12>와 같이 나타났다. 이를 보면 남자보다 여자가 서울색에

대해 좀 더 많이 인지하고 있었으며 활용도 또한 더 높게 평가하고 있었으나, 집단 간에 통계적으로 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다.

<표 12> 성별에 따른 서울색 인지도와 활용도의 차이

항목	성별	f	평균	표준편차	t값	p값
서울색 인지도	남자	45	1.93	.78	-1.589	N.S.
	여자	32	2.28	1.14		
서울색 활용도	남자	45	3.58	.94	-1.197	N.S.
	여자	32	3.84	.99		

N.S.: Not Significant

이밖에 응답자의 전공별로 디자인전공자와 비디자인전공자로 구분하여 서울색의 인지도와 활용도에 대한 집단 간 차이를 살펴본 결과 <표 13>과 같이 나타났다. 이를 보면 디자인전공자의 경우 비디자인전공자에 비해 서울색의 인지도와 활용도의 평균점수가 모두 높게 나왔으며 이러한 차이는 통계적으로 유의미하였다. 이러한 결과는 곧 디자인 실무자 중에서도 디자인 전공 교육의 수혜여부에 따라 서울색을 비롯한 디자인 관련 사업에 대한 관심과 지식 정도에 차이가 있음을 보여주는 것이라고 하겠다. 따라서 앞으로는 관련 실무자들을 대상으로 이 사업에 대한 인지도를 보다 높일 수 있는 지속적인 교육 및 홍보방안이 필요하다고 사료된다.

<표 13> 전공에 따른 서울색 인지도와 활용도의 차이

항목	전공	f	평균	표준편차	t값	p값
서울색 인지도	디자인전공	40	2.35	1.0990	2.693	.009
	비디자인전공	36	1.77	.6808		
서울색 활용도	디자인전공	40	3.75	.9268	.380	N.S.
	비디자인전공	36	3.66	.9856		

N.S.: Not Significant

(3) 서울색의 서울시 이미지 반영정도에 대한 인식

서울대표색 중 서울기조색과 서울상징색으로 선정된 '한강은백색'과 '단청빨간색'이 서울시의 이미지를 어느 정도 반영하고 있다고 생각하는지 그 정도를 5점 척도로 조사한 결과 <표 14>와 같이 나타났다. 서울기조색의 경우 평균 3.29점으로 전체 응답자 중 76.3%가 보통 이상으로 서울의 이미지를 잘 반영하는 색이라고 인지하였다. 서울상징색의 경우 평균 3.36점으로 63.1%의 응답자

<표 14> 서울기조색과 서울상징색의 서울시 이미지 반영 정도

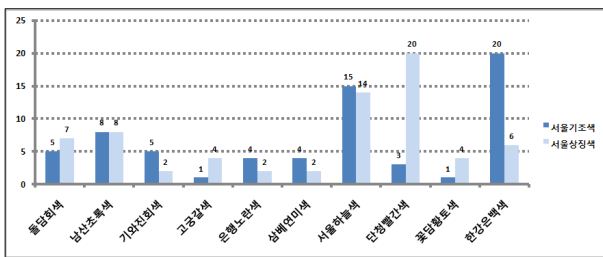
반영 정도	서울기조색		서울상징색	
	f	%	f	%
전혀 반영하지 못한다	1	1.3	1	1.3
거의 반영하지 못한다	17	22.1	17	22.4
보통이다	24	31.2	22	28.9
약간 반영한다	29	37.7	26	34.2
매우 잘 반영한다	6	7.8	10	13.2
계	77	100.0	76	100.0

9) 백선혜(2008) 등이 수행한 서울시정개발연구원의 「서울 도시디자인 전략 연구」에 따르면 현재 서울시가 추진하고 있는 대표적인 도시디자인 사업 중 서울서체, 서울색, 서울상징 개발에 대한 인지도는 시민의 78.2%, 전문가의 28.9%가 모른다고 하였으나, 그 사업의 필요성에 대해서는 시민의 63.7%, 전문가의 57.1%가 필요하거나 매우 필요하다고 답하였다.

가 보통 이상의 서울의 이미지를 반영한다고 답하였다

서울시에서 기 선정된 서울기조색 및 상징색과 응답자들이 생각하는 서울기조색 및 상징색 간에 차이가 있는지 알아보기 위해 서울대표색 10색을 보여준 후 이 중에서 응답자들이 생각하기에 서울기조색과 상징색으로 적합하다고 생각하는 색을 각각 기입하도록 한 결과 다음 <그림 2>와 같이 나타났다.

즉 서울기조색으로는 ‘한강은백색’이, 서울상징색으로는 ‘단청빨간색’을 기입한 비율이 각각 26%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는 서울기조색과 상징색 모두 ‘서울하늘색’을 선택한 응답자가 많았다. 이는 앞서 조사한 현재 서울의 도시이미지에서 회색이 가장 많이 연상되고 있으며, 앞으로 자연적이고 청정하며 깨끗한 이미지로 변화하기를 희망하였던 내용과도 일치하는 것으로 해석된다.



<그림 2> 응답자가 생각하는 서울기조색과 서울상징색

3.4. 서울색 활용방안에 대한 실무자 인식

(1) 색채를 통한 서울시 도시이미지 형성의 문제점과 이유

응답자가 생각하기에 현재 색채를 통한 서울시의 도시이미지 형성 정도는 평균 2.61점(5점 만점)으로, 응답자의 80.5%는 색채를 통한 서울시의 도시이미지 형성 정도가 보통 이하로 낮거나 또는 전혀 형성되어 있지 않다고 생각하는 것으로 나타났다. 또한 매우 잘 형성되어 있다고 답한 응답자는 한 명도 없는 것으로 나타나 앞으로 기 개발된 서울색을 잘 활용하여 서울시만의 차별화된 도시이미지를 형성하는 것이 시급한 것으로 나타났다 <표 15>.

<표 15> 현재 서울시의 도시색채 형성 정도

형성 정도	f	%
전혀 형성되어 있지 않다	10	13.0
거의 형성되어 있지 않다	25	32.5
보통이다	27	35.0
약간 형성되어 있다	15	19.5
매우 잘 형성되어 있다	0	0
계	77	100.0

현재 서울시의 도시이미지가 뚜렷한 환경색채의 특성을 나타내지 못하는 이유를 알아보기 위해 선행연구¹⁰⁾에

서 도출한 다양한 도시색채의 문제점을 근거로 문항을 구성하고 그 중 중요한 순서대로 선택하도록 하였다. 그 결과 <표 16>과 같이 ‘시민들의 의식부족’이 가장 많이 선택되었으며, ‘지자체의 색채관리 목표 부재’, ‘광고물의 난립과 관리 부족’이 그 다음 순으로 선택되었다. 즉 앞으로 서울시만의 차별화된 도시이미지를 형성하기 위해서는 여러 가지 도시디자인사업을 무조건 진행시키기에 앞서 시민들이 스스로 관심을 가지고 도시이미지 가꾸기에 자발적으로 참여하며 성숙된 디자인문화를 형성할 수 있도록 의식을 고취시키는 작업이 선행되어야 함을 시사하는 것이라고 할 수 있다. 이와 함께 실제로 도시디자인사업을 계획하고 추진하는 서울시 및 각 지자체들 역시 환경색채관리를 위한 명확한 목표와 계획을 수립하여 전시적이고 일회성에 그치는 것이 아닌 실질적이고 체계적인 사업이 이루어질 수 있도록 장기적인 계획을 수립해야 할 것이다.

<표 16> 색채를 통한 서울시 도시이미지 형성의 문제점

문제점	f	%
시민들이 의식부족	32	41.6
지자체의 색채관리 목표 부재	28	36.4
광고물의 난립과 관리부족	27	35.1
도로기반시설물의 난립	20	26.0
무계획적인 대형구조물 설치	18	23.4
개별건축물의 낮은 색채수준	17	22.1
색채관련 조직구성 미비	16	20.8
업무 담당 행정전문가의 전문성부재	16	20.8
자연환경과 색채부조화	16	20.8
임의변경에 따른 가로수준의 색채부조화	13	16.9
색채계획에 대한 전문적인 교육부재	11	14.3
건축심의 위원회의 운영문제	9	11.7
아파트 단지 색채의 무계획적 관리	7	9.1
기타	1	1.3
합계	231	300.0

(2) 서울시 도시이미지 형성을 위한 서울색 적용방안

현재 서울시가 제정한 서울색을 이용해 향후 차별화된 도시이미지를 형성하기 위해서 어떻게 적용하는 것이 바람직한지에 대한 응답자들의 의식을 파악하기 위해 <표 17>에 제시된 것처럼 도시를 구성하는 다양한 범주를 제시한 후 이 중 중요도에 따라 서울색의 적용범위를 선택하도록 하였다. 그 결과 응답자들의 대부분은 ‘경관형태별로 서울색의 적용범위와 내용을 차별화를 해야 한다.’는 항목을 가장 많이 꼽았으며, 그 다음으로는 ‘공공시설물 및 편의시설을 중심으로 차별화해야 한다’, ‘가로공간 및 특성화 거리를 중심으로 차별화해야 한다’는 항목의 순으로 선택하였다. 서울시에서 발표한 서울색 정립 및 체계화 연구보고서(2008)에는 서울시 색채가이드라인을 적용하는 범주를 자연녹지경관, 수변경관, 역사문화경관, 시가지경관으로 분류하여 각각의 색채적용 기본방향과 권장배색 및 권장색채사용범위 등 다양한 색채사용 방향을 제시하고 있다. 이는 도시경관별로 차별화된

10) 임현혁·이충훈(2005)이 수행한 ‘도시이미지 차별화를 위한 색채 활용방안’ 연구에서 제시된 내용을 근거로 함.

환경색채관리의 중요성을 잘 보여주는 내용으로, 앞으로 이러한 내용을 참고하여 서울시를 구성하는 각각의 경관에 따른 차별화된 색채계획과 관리가 신중하게 이루어져야 할 것이다.

마지막으로 응답자들에게 서울시가 색채를 통해 향후 차별화된 도시이미지를 형성하기 위해서 필요한 사항이 무엇인지 질문한 결과 <표 18>과 같이 응답하였다. 이를 보면 가장 먼저 필요한 것으로 '도시환경색채의 명확한 목표 수립이 이루어져야 함'을 꼽았다. 이는 앞서 조사한 서울시의 도시이미지 형성의 문제점에서 지자체의 색채관리 목표 부재가 지적되었던 것과도 일맥상통하는 결과이다. 한편 도시이미지 형성에 필요한 사항 중 두 번째로는 '도시환경색채의 홍보 및 실천전략 수립'이 선택되었다. 앞서 조사한 서울색의 인지도 및 활용도 문항에서 응답자들의 대부분이 서울색의 개발 및 제정 사실은 잘 모르고 있었으나, 그 활용도는 높게 평가하고 있었던 결과 등으로 미루어볼 때 앞으로 서울색을 효율적으로 홍보하고 교육함으로써 시민들이 이를 적극적으로 활용할 수 있도록 하는 시당국의 적극적인 지원활동이 이루어져야 할 것으로 사료된다.

<표 17> 서울색의 적용범위

적용범위	f	%
경관형태별 차별화	49	63.7
공공시설물 및 편의시설 중심으로 차별화	48	62.4
가로 공간 및 특성화 거리 중심으로 차별화	43	55.9
행정구역별 차별화	31	40.3
건축물 용도별 차별화	29	37.7
옥외광고물의 색채적용범위 및 가이드라인을 통한 가로경관 질서화	29	37.7
기타	2	2.6
계	231	300.0

<표 18> 차별화된 서울시 도시이미지 형성을 위한 개선방안

개선방안	f	%
도시환경색채의 명확한 목표 수립	55	71.5
도시환경색채의 홍보 및 실천전략 수립	40	52.0
시민들의 인식수준 고양	34	44.2
행정주체의 인식수준 고양	29	37.7
전문가 집단의 참여와 지원	26	33.8
도시색채 관련 행정조직 및 기준 설정	24	31.2
도시색채 적용관련 심의제도 활성화	18	23.4
기타	5	6.5
계	231	300.0

4. 결론 및 제언

도시는 시대에 따라 다양한 모습으로 개발되었고 도시민들에게 수많은 이점을 제공하는 방식으로 발전되었지

만, 그 과정에서 그 도시만의 고유한 문화와 역사적 특성을 잃어버린 채 기능적인 편익 측면만 강조되어 왔다. 서울은 그동안의 산업화와 현대화 과정 속에서 놀라운 발전의 모습을 보여주었으나, 결국 특색을 잃어버린 도시로 개발되는 부작용을 안게 되었다.

본 연구는 서울시가 환경색채를 통해 차별화된 도시이미지를 구축하기 위한 목적으로 개발, 제정한 서울색의 활용방안을 모색하는 것이었다. 이러한 목적을 위해 현재 서울시에 소재한 다양한 디자인관련 분야에 종사하는 실무자들을 대상으로 서울의 환경색채 및 서울의 도시이미지, 서울색 활용방안에 대한 의식을 다각적으로 조사하였으며 그 결과를 통해 다음과 같은 결론을 내린다.

첫째, 서울시는 그동안 다양한 도시개발정책을 통해 오늘날의 현대적인 모습을 갖추게 되었으며, 시민들로 하여금 편리하고 풍요로운 생활을 할 수 있도록 하는 데에는 분명히 큰 기여를 해왔다. 그러나 조사결과 디자인 실무자들은 환경색채라는 측면에서 서울시가 고유한 도시이미지를 보여주고 있지 못한 것으로 인식하고 있었다. 즉 도시의 개발과 발전에 따른 부작용으로 오늘날의 서울은 복잡하고 어수선하며 불안정한 도시이미지를 지니게 되었다고 하겠다. 이에 앞으로는 우리의 문화를 잘 살리고 역사성 있는 도시의 모습을 부각시킬 수 있는 방향으로 서울시만의 고유한 도시이미지를 부각시킬 수 있는 환경색채를 개발하고 적용하는 작업이 필요할 것이다.

둘째, 대다수 응답자들이 기 개발, 제정된 서울색에 대해 잘 알고 있지는 못했지만 그 필요성과 활용도는 높게 평가하고 있었다. 이를 근거로 향후 시 당국에서는 디자인 관련 실무자를 비롯한 시민들의 서울색에 대한 관심을 유도하는 방안을 모색해야 한다. 구체적으로 보다 일상적이고 자발적인 방식으로 서울시의 도시이미지를 구축하는 크고 작은 디자인사업에 시민이 참여하도록 하는 다양한 체험행사 및 교육프로그램을 활성화시키는 등 적극적이고 지속적인 홍보 및 교육프로그램을 제공하는 방식도 가능할 것이다. 이는 작게는 시민들의 참여를 유도하고 크게는 성숙된 시민의식을 고취할 수 있다는 점에서 그 효과가 클 것으로 예상된다.

셋째, 많은 응답자들이 현재 서울시의 이미지를 잘 반영하는 서울기조색과 상징색으로 '한강은백색'과 '단청빨간색' 다음으로 '서울하늘색'을 선택하였다. 그밖에 서울하면 떠오르는 대표적인 도시이미지로서 응답자들 대부분이 회색이 가장 많이 연상된다고 하였다. 이러한 결과를 통해 볼 때 앞으로 서울이 갖고 있는 오염되고 공해가 심한 도시이미지에서 벗어나 친환경적인 도시로 탈바꿈하기 위한 다양한 환경정책이 병행될 필요가 있다.

넷째, 실무자들을 대상으로 한 조사 결과 현재 서울시는 도시환경색채 면에서 뚜렷이 부각되는 특징을 갖고 있지 못한 것으로 나타났다. 여기에는 여러 원인이 있을

수 있겠으나 그중 대다수 시민들의 환경색채에 대한 의식부족도 하나의 원인으로 생각해 볼 수 있다. 이에 따라 앞으로 성공적인 도시디자인사업을 진행하기 위해서는 정책적인 측면에서의 일방적인 사업진행을 배제하고 시민들이 함께 만들어가는 창조하는 디자인문화를 형성할 수 있도록 일상생활 속에서 환경색채를 익히고 배우며 훈련할 수 있는 분위기를 조성하는 것이 필요하다.

다섯째, 본 연구조사 결과 대다수 응답자들이 지적하였듯이 앞으로 서울시가 색채를 통해 차별화된 도시이미지를 형성하기 위해서는 무엇보다도 도시환경색채의 명확한 목표를 수립하는 것이 필요하며, 이는 도시의 경관형태별로 차별화하여 실질적이고 체계적인 목표를 통해 사업을 진행해야 할 것으로 판단된다.

본 연구의 목적을 위해 실시한 설문조사 대상은 서울시 소재 디자인관련 회사의 실무자이며, 연구자의 판단에 근거한 의도적 표집 방법으로, 본 연구의 결과를 전체 디자인 관련 실무자의 의견으로 확대해석하기에는 무리가 있다. 또한 설문을 이용한 실증조사 방법을 이용하여 서울시의 차별화된 도시이미지 구축을 위해 서울색을 적용하는 구체적인 방안을 도출하는 데에는 한계가 있으므로 향후 이에 대한 내용을 보강하기 위한 연구방법상의 보완도 요구된다. 그밖에 디자인관련 실무자 이외에 여러 분야의 실무자 및 다양한 연령층의 일반 시민들을 대상으로 좀 더 심층적인 의식조사가 이루어져야 할 것이다. 또한 현재 서울시의 다양한 도시디자인사업들이 진행과정에 있기 때문에 사업이 종결된 이후에 서울색의 적용 및 활용도, 이에 대한 사업성과를 평가하는 후속연구가 필요하다.

참고문헌

1. 박영순·이현수·김현선, 도시환경과 색채, 안그래픽스, 2008
2. 김숙진, 장소마케팅이 지역이미지와 경제활성화에 미치는 영향 연구, 서울대학교 석사학위논문, 1999
3. 한은실·박상필·김기호, 서울의 물리적 이미지 요소 해석, 한국도시계획학회지 7(1), 2006
4. Lynch, K., The Image of the City, Cambridge, Mass.: M.I.T.Press, 1960
5. 이우종·김남경, 도시브랜드 이미지의 구성요소와 영향에 관한 연구, 대한국토·도시계획학회지 40(6), 2005
6. 김철수, 도시공간의 이해, 기문당, 2006
7. 임현혁·이충훈, 도시이미지 차별화를 위한 색채 활용방안, 경희대학교 부설디자인연구원 논문집 8(2), 2005
8. 백선훈, 서울 도시디자인 전략 연구, 서울시정개발연구원, 2008
9. 디자인서울총괄본부 보도자료, “서울, 자신의 색을 찾다.”, 2008. 5. 23.
10. 서울특별시 디자인서울총괄본부, 서울색 정립 및 체계화, 2008
11. 변재상·최형석·이정원·임승빈, 도시이미지에 기초한 도시유형 분류, 대한국토·도시계획학회지 41(3), 2006
12. 박희경, 삼청동 지역색 분석을 통한 도시이미지 색채가이드라인에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, 2007
13. 정만모, 신도시 도시이미지의 형성요소가 도시환경 인지에 미치는 영향에 관한 연구, 경원대학교 대학원 박사학위논문, 2008

14. 유정화, 도시이미지 형성에 색채가 미치는 영향에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 2004
15. 안민호·박천일, 다차원 분석법을 활용한 서울과 8개 주요 도시 이미지 비교 분석 연구, 서울도시연구 7(4), 2006
16. 정용문·변재상, 시민의식에 기초한 공주시 도시이미지 분석: 도시와 랜드마크의 형용사 이미지 포지셔닝, 한국조경학회지 33(3), 2006
17. 목정훈, 서울의 도시경관에 대한 시민의식과 정책적 시사점, 서울시정개발연구원 서울연구포커스, 2005
18. 주신하·임승빈, 도시경관분석을 위한 경관형용사 목록 작성, 한국조경학회지 31(1), 2003
19. 한영호·정진우 공역, 도시환경디자인, 광문각, 2003

[논문접수 : 2009. 10. 06]

[1차 심사 : 2009. 11. 20]

[2차 심사 : 2009. 11. 28]

[게재확정 : 2009. 12. 10]