

# 현대의 사회 · 문화적 패러다임 변화와 연관된 공공디자인의 신경향 분석에 관한 연구\*

## A Study on the Leading Trends in Contemporary Public Design Analyzed in the Context of Main Social & Cultural Paradigms

**Author** 이정민 Lee, Jeongmin / 정회원, 가천대학교 산업디자인과 조교수, 미술학박사

**Abstract** 21st century has different characters from 20th century which was an era of machine and rationality based on the industrial revolution. With the advent of the digital revolution, it became an era of pluralism, culture, and emotion. The digital technology made it possible to connect the whole world together in real time and brought about the entirely new notion of time and space. It also dramatically altered the world view. Now we have a different set of social and cultural values from the past. This paper researched the influences of these social and cultural changes on public designs. The leading trends of public designs were analyzed and the successful cases were studied. The main research methodologies were the document review and the instrumental case study. The major social & cultural paradigms of a present era were classified as 'pluralism', 'digital & information revolution', 'human-centered value (against machine-centered value of 20th century)', and 'organic world view'. Each of the classified paradigms was analyzed more to find out the influences on the various trends of public designs. 'Pluralism' has influence on 'experiential public design', 'community art', and 'public design of local values'. 'Digital & information revolution' has influence on 'content-centered public design', 'smart public design', 'immaterial public design', and 'performance in public design'. 'Human-centered value' has influence on 'universal design approach in public design', and 'emotional public design'. 'Organic world view' has influence on 'sustainable public design', and 'ecological public design'.

**Keywords** 공공디자인, 신경향, 사회 · 문화 패러다임  
Public Design, Leading Trends, Social & Cultural Paradigm

## 1. 서론

### 1.1. 연구 배경 및 목적

21세기는 여러 면에서 20세기와 구분된다. 산업혁명과 기계문명, 이성의 시대에서 디지털혁명과 다원주의, 감성의 시대로 전환됐다. 20세기 사회가 산업혁명에 기반을 두고 있었던 것처럼 현재 우리가 겪고 있는 변화도 기본적으로는 디지털혁명에 기반을 두고 있다. 그러나 20세기 동안 기계문명의 발달이 단지 인간의 물질문명과 육체적 생활을 편리하게 하는데 그치지 않고 사회, 문화 전반에 걸친 가치관과 사고방식에도 큰 영향을 미쳤듯이, 디지털과 네트워크 기술의 발달은 현대인들의 시공간

개념과 세계관, 가치관을 바꾸어 놓았다. 또한 모더니즘에 대한 반발로 전개되었던 포스트모던시대 디자인도 이제는 진정한 21세기적 특징을 중심으로 전개되고 있다.

본고는 이런 사회 · 문화적 변화가 현대 문화산업의 인프라스트럭처로서 관심을 모으고 있는 공공디자인에 어떤 영향을 미치고 있는가에 대해 연구하고자 한다. 한 시대의 디자인은 그 시대의 사회 · 문화적 특징과 별개로 발달하는 것이 아니라, 그 시대 사회 · 문화적 현상의 하나로서, 거시적인 가치관과 특성을 반영하기 때문이다. 기계문명 기반의 20세기에 도시환경디자인의 주요관심은 기능성과 효율성이었다. 그러나 인간의 욕구는 변화한다. 20세기 동안 인류는 과거에 경험 못했던 물질문명의 풍요를 누렸고 기능성, 유용성 같은 환경의 기본욕구가 해결되었다. 이런 기본욕구가 충족된 후, 시민들은 도시환경에서 21세기적인 가치관과 문화욕구를 표출하게 되었

\* 이 논문은 2012년도 가천대학교 교내연구비 지원에 의한 결과임.  
(GCU-2012-R057)

고 이를 반영하는 공공환경 정책을 필요로 하고 있다.

공공디자인은 다른 환경디자인 분야들에 비해 보수적인 성향을 지닌다. 주로 ‘공공기관’이, ‘공공의 비용’으로, ‘대중’을 대상으로, ‘공공서비스’를 제공하는 것이기 때문이다. 그럼에도 불구하고 현대에는 우리가 20세기 동안 알아왔던 공공디자인의 개념과는 다른 공공디자인 경향들이 선진도시들을 중심으로 진행되고 있다.

본고는 현대 공공디자인의 신경향들을 사회·문화적 패러다임과의 연관성을 중심으로 분류하고 각 경향과 관련된 국내외 성공사례들을 분석하고자 한다. 이를 통해 현대 도시생활의 주요 공공서비스로서의, 또한 문화산업의 주요 기반으로서의 공공디자인이 지니는 사회·문화적 가치와 가능성을 제시하고자 한다.

## 1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 문헌연구와 사례분석 중심으로 진행되었다. 사회·문화적 패러다임을 분석하고 공공디자인의 신경향들을 분류, 분석하는 과정은 문헌연구로 진행하였다. 그리고 도구적 사례연구방법으로 국내외 대표사례들을 분석하였다. 도구적 사례연구방법은 특정한 관심사항, 연구문제 등에 대한 답을 얻고자 할 때 적용하는 방법이다. 예컨대 다윈주의적 특징이 공공디자인에 어떻게 적용되고 있는가에 대해 연구할 때 사례들에서 이와 관련된 부분들을 발췌하여 정보를 수집하는 방법이다.<sup>1)</sup>

공공디자인의 사례선택 시 공공디자인의 범위를 정함에 있어 본고는 다음과 같은 기준을 적용하였다.

첫째, 현대의 공공디자인은 유무형의 개발을 아우르는 다양한 유형이 있다. 이 중에서 본고는 실제공간 연출로서의 공공디자인으로 사례 선택범위를 제한하였다. CI 등 상징성 개발, 기반자료연구 등 콘텐츠 개발로 완료되는 공공디자인 사업은 사례선택 범위에서 제외하였다.

둘째, 해당사례가 공공디자인인가, 사적 영역인가의 구분은 시행주체(공공기관, 사기업, 개인 등)에 의거하기 보다는 사용이 허용된 대상의 범위가 일반대중을 포함하는가로 구분하기로 한다. 예컨대 라스베가스 벨라지오호텔 분수쇼는 사기업에 의해 시행되고 있지만 공공서비스 차원에서 무료쇼로 일반대중에게 개방되고 있는 점, 또한 규모가 커서 길거리, 근처 건물 등에서도 쇼를 볼 수 있는 점 등이 고려되어 공공디자인 사례로 판단하였다.

셋째, 본고에서는 최근 지역 관광자원으로 성공을 거두고 있는 축제, 페스티벌, 이벤트 등도 공공공간에서 연출되어 지역 전체의 이익을 위해 시행된 것은 공공디자인의

범위로 포함한다. 이런 지역축제들은 특히 21세 디자인의 주요 패러다임인 사용자의 체험·참여가 중심이 되는 디자인 경향의 대표적 사례이다. 또한 현대사회의 불확정성, 가변성을 조형에서 수용하면서 나타나는 현상이기도 하다. 즉 과거에 ‘공간예술’로 구분되던 조형이 포스트모던시대 이후로 퍼포먼스, 설치 등의 시도를 통해 ‘시공간예술화’하는 과정을 꾸준히 거쳐 온 것이 공공디자인 영역에서도 표현되고 있는 것이다. 그러므로 본고는 지역축제나 페스티벌의 공간연출만이 아니라 콘텐츠까지를 포함하는 전과정을 공공디자인의 영역으로 간주한다. 21세기의 디자인은 이미 사물과 환경의 외형디자인이라는 한계를 넘어 콘텐츠를 포함하는 개념으로 정립되었기 때문이기도 하다.

## 2. 현대의 주요 사회·문화적 패러다임

### 2.1. 20세기 산업사회와 디자인

우선 20세기 산업사회의 특징을 간략히 정리하여 21세기의 변화된 특징과 비교해 보고자 한다.

<표 1> 20세기 산업사회-모더니즘 디자인의 특징

사회·문화의 주요 패러다임	디자인의 특징		
이성의 시대와 획일주의	보편성의 미학 추구	보편성의 추구, 순수주의	<ul style="list-style-type: none"> <li>본질과 순수한 형태를 추구함으로 시각요소가 적음</li> <li>미스 반 데 로에 “적은 것이 많이 것이다.(Less is more.)”</li> </ul>
		이분법적 사고에 의한 조형적 판단	<ul style="list-style-type: none"> <li>굿(Good) &amp; 배드(Bad) 디자인의 명확한 구분</li> </ul>
		엘리트주의적 예술관	<ul style="list-style-type: none"> <li>아방가르드 엘리트들에 의한 시대사조 중심의 전개</li> <li>유럽과 미국에 의한 조형적 지배 구조 형성</li> </ul>
		국제양식(Internationalism)	<ul style="list-style-type: none"> <li>획일적인 스타일의 국제적인 전개</li> </ul>
산업혁명에 의한 기계문명 & 과학만능주의, 물질만능주의	기계중심적인 디자인 접근 & 물질적·외형적 가치 강조	공급자 중심적인 디자인 접근	<ul style="list-style-type: none"> <li>기계가 대량생산할 표준화된 디자인을 하는 것이 목표</li> </ul>
		기계미학의 발달	<ul style="list-style-type: none"> <li>기계문명의 시대를 대변하는 직선적, 기하학적 형상을 선호</li> </ul>
		기능성, 합리성 강조	<ul style="list-style-type: none"> <li>“형태는 기능을 따른다”가 당시의 지배적인 조형적 사고</li> <li>기능없는 장식을 배척-“장식은 죄악이다.”(로스)</li> </ul>
분석적, 환원주의적 세계관	자연과 분리된 인공적 환경의 건설	디자인의 물질적, 외형적, 시각적 가치 창출 중심	<ul style="list-style-type: none"> <li>디자인의 심리·행태적 측면보다 물질적, 외형적, 시각적 측면에 더 관심</li> <li>디자인을 내용이 완성된 후의 외형디자인 개념으로 이해함</li> <li>물질에 기반을 둔 고정적, 확정적인 형태를 추구</li> </ul>
		인공환경의 극대화 추구	<ul style="list-style-type: none"> <li>자연과 분리된, 자연을 극복하기 위한 인공적인 도시환경을 건설하는데 디자인이 활용됨</li> </ul>

1) 또 다른 방법으로는 본질적 사례연구가 있다. 이는 특정사례를 집중적으로 이해하고자 할 때 적용하는 방법이다.(예 : 도시환경조명에 의한 관광활성화 사업의 벤치마킹-‘리움 도시조명계획’을 집중 분석) 본 연구에서는 각 예시사례에 대한 정보를 수집할 때에 본질적 사례연구 방법으로 수집된 정보도 활용하였다.

### 2.2. 21세기 후기산업사회와 디자인

20세기 말 무렵부터 우리는 디지털 기술의 발전, 사회·문화적 코드의 다변화, 그에 따른 인간 삶의 양식과

사고의 변화 등 여러 사회·문화적 변화를 겪게 되었다. 디자인 또한 시야의 폭을 넓혀 사회와 문화를 바라보게 되었다. 이 절에서는 21세기의 주요한 사회·문화적 변화에 대해 파악하고 이런 변화들이 새로운 디자인 경향들과 맺고 있는 연관성을 파악하고자 한다.

<표 2> 21세기 후기산업사회-사회·문화의 주요 패러다임

사회·문화의 주요 패러다임	특징	
다원주의	탈중심주의적 사고	<ul style="list-style-type: none"> <li>엘리트주의로부터의 탈피-독점적인 세력의 독재성, 배타성을 거부</li> <li>타자(the others)에 대한 수용-주변적 영역들에 의한 다자구조로의 변화</li> </ul>
	복수적, 상대적 가치관	<ul style="list-style-type: none"> <li>이성의 시대가 추구하던 본질과 획일성, 보편성을 거부</li> <li>상대성, 주관성, 다양성에 대한 수용-개인적·다문화적인 이질성과 가치에 대한 인정</li> </ul>
	지역성에 대한 존중	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역성, 정체성, 전통에 대한 존중</li> <li>글로벌리즘의 시대-각 지역의 문화적 정체성을 바탕으로 한 세계화 경향</li> </ul>
디지털·정보 혁명	비물질적, 문화적, 지적 가치의 강조	<ul style="list-style-type: none"> <li>정보와 창의성, 소프트웨어경쟁력의 중요성 확대</li> <li>물질중심의 사고에서 벗어나 정신적 가치, 문화적 가치가 중시됨</li> </ul>
	불확정성의 수용	<ul style="list-style-type: none"> <li>불확정적인 것과 측정할 수 없는 것, 유연적인 것을 수용하는 사고체계로 변화</li> </ul>
	스마트 환경의 발달	<ul style="list-style-type: none"> <li>컴퓨팅과 네트워크 기술이 접목된 유비쿼터스 환경의 실현. 시공간의 제약없이 사물, 환경과 커뮤니케이션이 가능</li> <li>상호작용적인 커뮤니케이션 문화 : 양방향적 커뮤니케이션을 위한 환경과 기술이 조성됨</li> </ul>
인간중심적 사고	사용자 중심적인 사고	<ul style="list-style-type: none"> <li>기계가 생산해 내는 물질에 초점을 맞추기보다는 이의 사용자인 인간에 주목</li> </ul>
	정신적, 심리적 가치 및 감성의 강조	<ul style="list-style-type: none"> <li>사용자가 느끼는 심리적 가치 중시</li> <li>개인의 개성과 창의성 중시</li> <li>감성의 가치와 역할에 대한 새로운 인식</li> </ul>
유기체적 세계관	유기체적, 종합적, 순환적 세계관	<ul style="list-style-type: none"> <li>자연과 우주를 무수한 생명체와 사물들이 상호 연결된 역동적 유기체로 인식</li> <li>인간을 자연의 한 부분으로 인식</li> <li>전문영역을 간의 배타적 경계 약화-영역 간의 융복합 경향의 강화</li> </ul>
	환경문제 및 생태적 라이프스타일 에 대한 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경 파괴의 결과를 경험 : 환경보호 시작</li> <li>자연에 가까운 라이프스타일을 추구</li> </ul>

### (1) 다원주의(Pluralism)의 영향

오늘날 사회의 중요한 특징 중 하나가 다원성이다. 다원주의는 독점적인 세력의 독재성, 배타성을 거부하고 변방의 것들을 열린 시각으로 본다. 그러므로 21세기 다원주의는 다양한 문화의 가치를 새롭게 인식할 수 있게 해 주었다. 이에 따르면 모든 문화는 나름의 존재 이유가 있고 독특한 가치와 태도를 가지고 있으므로 한 문화를 다른 문화의 기준으로 평가할 수 없다. 이처럼 21세기는 모더니즘시대의 보편성과 획일성이 해체되고, 주관성, 상대성, 다양성을 인정하는 방향으로 변화되었다.

이런 다원주의의 영향으로 현대의 디자이너들은 더 이상 시대정신을 대표하는 양식을 생산해 내려는 필연성을 느끼지 않는다. 오히려 대중문화로부터 찾아낸 여러 가능성들에 더 주목한다. 다양하고 끊임없이 변화하는 대중의 요구에 순응하는 일과 그 대중을 만족시킬 디자인

을 창출해 내는 일을 중요시 한다. 그러므로 이 시대의 디자이너들은 공학 영역으로, 또 비즈니스 영역으로 자신의 위치를 발전시켜 가면서 미디어의 영향력과 함께 대중문화를 선도하는 위치에 오르게 되었다.<sup>2)</sup>

지역주의가 등장하고 문화와 역사의 정체성을 강조하는 경향도 다원주의가 가져온 변화이다. 오늘날 세계는 획일성과 확정성을 거부하고 다문화적인 이질성, 지역성, 차이성, 유연성, 개성 등을 강조한다. 획일적인 스타일의 인터넷서널리즘이 지양되면서 지역의 문화적 정체성을 바탕으로 한 글로벌리즘(Glocalism : Global+Local)이 자리 잡았다. 이것은 고유문화의 계승발전을 통해 각 지역의 문화 정체성을 확립하는 일과 함께 이를 세계와 조화시킬 수 있는 국제적 감각이 병행되어야 함을 의미한다.

### (2) 디지털·정보 혁명의 영향

20세기 사회가 기계문명에 기반을 둔 물질적 가치와 관련되어 있었던 반면, 21세기 사회는 디지털·정보혁명을 기반으로 그 중심 가치가 비물질적, 정신적 가치로 이전하였다. 현시대는 효과적으로 정보와 지식을 수집하고 가공하여 새로운 지식을 창출할 수 있는 능력, 즉 소프트웨어경쟁력이 중요한 시대가 되었다. 이에 따라 21세기에는 물질생산보다는 문화와 라이프스타일의 창출을 위한 개념적 접근이 중요해졌다. 그리고 새로운 제안을 할 수 있는 창의력과 상상력이 경제적 원동력이 되었다.

디지털미디어에 의해 원본과 차이가 없는 복제생산이 가능해진 현시대는 본질과 비본질, 실제와 비실재의 차이 또한 소멸시키고 있다. 이에 따라 이 시대가 지향하는 가치는 확정적인 것에서 불확정적인 것, 고정적인 것에서 가변적인 것, 물질적인 것에서 탈물질적인 것, 합리적인 것에서 역설적인 것, 모호한 것으로 재편되었다.

디지털·정보혁명과 관련해 현재 우리가 현재 가장 크게 경험하고 있는 것은 컴퓨팅과 네트워크 기술에 의한 유비쿼터스환경의 실현이다. 이것은 시간과 장소에 구애받지 않고 정보통신망에 접속하여 다양한 서비스를 활용할 수 있는 환경을 말한다. 또한, 일상생활 속에 편재해 있는 사물이나 기기에 컴퓨터와 정보통신 기술을 통합하여 사용자가 언제, 어디서나 이 사물들과 커뮤니케이션할 수 있는 환경을 의미한다. 예컨대 스마트폰, 클라우드 서비스 등은 유비쿼터스 기술을 기반으로 하고 있다.

이처럼 디지털 네트워크 기술의 발달은 인간의 삶에서 시간과 물리적 공간의 제약을 제거하고 있다. 이에 따라 디자인에서의 전통적인 시공간 개념도 약화되었다. 즉, 인간의 활동이 시공간의 제약을 벗어나기 시작하면서 시간-공간에 대한 구축적이고 확정적인 가치가 붕괴되었다. 이들을 대신하여 새롭게 부각되는 가치는 시간적 차

2) 전선자, 대중문화에 따른 디자인의 변화, 한국디자인학회 디자인학 연구 vol.41, 2001, p.34

원에서의 일시적인 가설성과 유동성이다. 이처럼 현대사회는 불확정적인 것을 수용하는 사고체계로 변화되었다.

**(3) 인간중심적 사고의 영향**

물질에 대한 욕구가 충족되면 인간은 필연적으로 내용상의 질을 갈구한다. 산업혁명을 통해 물질문명의 충족이 이루어진 후에 20세기말부터는 인간에 초점을 맞춘 휴먼웨어의 특징이 나타나기 시작하였다. 즉 기계가 생산해 내는 물질에 초점을 맞추기보다는 이의 사용자인 인간에 주목하기 시작한 것이다. 이에 따라 소비자의 개성과 창의성이 존중되기 시작했고 사용자가 느끼는 정신적, 심리적 가치가 주요 고려대상이 되었다.

인간중심적인 사고에서 가장 주목을 받았던 것은 감성의 재인식이었다. 이성의 시대였던 20세기 동안 감성은 이성에 의해 억제되었다. 디자인도 사용상의 편리함, 유지·관리의 용이함, 안전성과 내구성 등 물질적, 경제적 가치의 창출에 초점을 맞추었다. 그러나 기술의 발달로 품질과 기능이 상향평준화된 오늘날에는 이러한 가치 외에 시각적 쾌감, 상징적·정신적 가치의 만족도 제공하는 감성디자인이 요구되고 있다.<sup>3)</sup> 억제되었던 상상력과 감성이 폭발적으로 분출된 것이다. 오늘날에는 감성이 질 높은 삶의 근본적 요소라는 인식이 확대되면서 경제, 사회, 정치, 문화 전반에 걸쳐 감성을 반영하게 되었다.

하지만 현대사회는 점차 이성과 감성의 통합으로 가고 있다. 뇌과학도 이성과 감성, 분석적 사고와 직관적 감수성은 대립쌍이 아니라 보완적 관계임을 증명하고 있다.

**(4) 유기체적 세계관의 영향**

20세기말부터 서양의 기계론적, 환원주의적 세계관에 대한 반성이 제기되었다. 환원주의적 세계관은 세상의 각 부분을 따로 떼어서 분석적 사고로 이해한 것들을 합한 것으로 전체를 파악할 수 있다고 보는 관점이다. 그러나 현대인들은 자연계가 무수한 생명체와 사물들이 상호 밀접하게 연결된 세계라는 것을 인식하게 되었다. 즉 전체는 부분의 합, 그 이상이라는 것이다. 이런 인식을 통해 현대사회는 인간을 자연의 한 부분으로 인식하는 유기체적 세계관을 수용하게 되었다. 동양적 세계관이 수용된 유기체적 세계관은 우주 내의 모든 부분들이 상호 연결되어 있다는 관점이다. 이는 세상의 각 부분들을 따로 떼어서 분석적인 사고로 이해한 것들을 합한 것으로는 전체를 제대로 파악할 수 없다고 본다.

이런 종합적 세계관은 인간의 활동영역에 대한 인식도 재편하고 있다. 즉 각 전문영역 간의 배타적 경계가 약화되어 융복합 경향이 강화되고 있다. 세상을 구성하는 요소들 간에 상호 영향을 주고받는 유기체적 관계가 존재하듯이, 이전에 확고히 구분되던 전문영역들도 유기적

관계로 상호 연결되어 있다는 인식에서 출발하여 이제는 각 분야 간 통섭이 대세로 자리잡았다.

인간을 자연의 일부로 파악하는 세계관으로의 변화에 따라 친환경에 대한 인식도 높아지고 있다. 친환경은 두 가지 관점에서 이루어지고 있다. 첫째, 인공환경의 확대에 의해 야기된 환경파괴의 속도를 줄이고자 하는 관점이다. 재활용, 자원절약, 환경오염물질 방출 억제 등이 이에 속한다. 둘째, 인간과 자연의 유기체적 삶의 연결성을 회복하고자 하는 관점이다. 자연에 가까운 생태적인 라이프스타일을 회복하고자 하는 노력이 이에 속한다.

이러한 유기체적 세계관이 디자인에 미친 영향으로 인해 디자인 작업은 인간과 환경체계와의 조화롭고 상호 유기적인 관계를 이루어주는 지적, 물적 가치의 창조로 새롭게 조명되고 있으며 에코디자인에 대한 인식이 강화되었다. 환경문제에 대한 위기 의식에 의해 환경보호적인 차원에서 시작된 에코디자인은 이제 우리의 삶 자체를 환경과의 유기체적인 입장에서 파악하고 이와 함께 호흡하는 방향으로 확대되고 있다.<sup>4)</sup>

<표 3>은 사회·문화적 패러다임의 변화가 디자인에 미친 영향을 세분하여 정리한 것이다.

<표 3> 21세기 후기 산업사회-디자인의 특징

사회·문화의 주요패러다임	디자인의 특징	
다원주의	디자인에서의 다원주의	<ul style="list-style-type: none"> <li>탈중심적, 대중주의적인 예술관</li> <li>엘리트주의적 조형관으로부터 탈피</li> <li>대중의 욕구와 취향을 반영, 대중에 의한 참여적 디자인</li> </ul>
	절충주의, 혼성적 표현	<ul style="list-style-type: none"> <li>대립적인 것들의 공존-고급과 저급 문화, 순수미술과 디자인의 혼합 등</li> <li>순수한 형태를 추구하지 않음으로 시각적 정보량이 많음.</li> </ul>
	글로벌리즘 (Glocalism)으로의 변화	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역주의의 등장. 문화적 정체성을 바탕으로 한 세계화 경향</li> <li>다문화적 이질성의 상호존중</li> </ul>
디지털·정보 혁명	비물질적, 콘텐츠 중심 디자인의 발달	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화적 가치와 소프트웨어 경쟁력 증시-디자인에서 새로운 지식의 창출 및 이의 문화적 가치로의 전환능력 증시</li> <li>디자인작업의 영역확대-외형에 앞서 디자인의 목적, 의미, 내용까지 포함</li> </ul>
	비물질적 표현 매체의 활용	<ul style="list-style-type: none"> <li>디자인 표현매체와 형식의 빛물질화-디지털매체, 영상, 빛 등 비물질적 디자인 매체의 활용이 확대됨</li> </ul>
	시간중심주의와 불확정성, 가변성의 수용	<ul style="list-style-type: none"> <li>조형의 시공간에술화-시간의 변화에 따라 이미지가 변화되어 나옴</li> <li>탈확정성. 가변성의 수용-맥락에 따라 가변적인 혼합미학의 수용</li> </ul>
인간중심적 사고	사용자 지향적 디자인 접근	<ul style="list-style-type: none"> <li>사용자의 심리적 욕구와 행태, 인지 등에 대한 고려가 우선</li> </ul>
	감성과 개성 강조	<ul style="list-style-type: none"> <li>주관적 취향, 개성, 개인적 맥락 인정</li> <li>기호학적, 상징적인 표현력과 의미 전달력을 증시</li> </ul>
유기체적 세계관	환경친화 디자인의 발달	<ul style="list-style-type: none"> <li>친환경적 접근</li> <li>물리적, 심리적 차원에서 환경과 인간의 조화로운 공존 추구</li> <li>디자인은 인간과 환경과의 조화로운 관계를 이루기 위한 유기적 시스템으로 인식되기 시작</li> </ul>

3) 강범규·고정욱·예민주, 감성디자인을 통한 감성마케팅의 실증적 사례 연구, 한국감성과학회 감성과학 Vol.10 No.3, 2007, p.358

4) 이정민·홍의택·임중훈, 공간디자인에 있어 에코디자인적 접근의 유형과 사상적 배경에 관한 연구; 동서양 자연관의 비교연구를 중심으로, 한국실내디자인학회논문집 Vol.14 No.1, 2005, p.49

물론 이 4가지 패러다임은 서로 명확하게 구분되는 것은 아니고 상호 중첩되며 영향을 주고받는다. 예컨대 다원주의가 인간중심적 사고에도 영향이 끼쳐 이성의 절대적 지배에서 감성을 해방시키는 배경이 되기도 한다. 또한 디지털·정보기술의 발달은 인간중심적 디자인이나 친환경디자인에 영향을 미친다. 다만 본 연구는 이러한 영향들이 중첩되는 중에도 현재 디자인계의 변화양상을 가능하면 명확하게 설명하고자 각 경향의 주요특징들을 중심으로 이와 같은 분류를 시도하였다.

### 3. 현대 공공디자인의 주요 신경향 분류

2장에서 정리한 사회·문화적 패러다임과 디자인의 변화양상은 공공디자인에도 영향을 미치고 있다. <표 4>는 현대 공공디자인의 주요 신경향들을 사회·문화적 패러다임과 연관지어 분류한 것이다. 앞서도 언급했듯이 여러 경향들은 상호 중첩되며 영향을 주고받는다. 각 신경향 분류별 공공디자인 사례는 4장에서 제시할 것이다.

<표 4> 사회·문화적 패러다임과 연관된 현대 공공디자인의 주요 신경향

사회·문화의 주요패러다임	디자인 특징	공공디자인 주요 신경향
다원주의	탈중심적, 대중주의적인 예술관	• 체험·참여형 공공디자인 • 커뮤니티 아트(Community Art)
	절충주의, 혼성적 표현	
	글로벌리즘 (Glocalism)	• 지역정체성 표현형 공공디자인
디지털·정보혁명	비시각적, 내적 가치 창출 능력 중시	• 콘텐츠 중심형 공공디자인
	비물질적 표현매체의 활용 시간중심주의와 불확정성, 가변성의 수용	• 스마트기술 적용의 공공디자인 • 비물질 매체 활용의 공공디자인 • 퍼포먼스형 공공디자인
인간중심적 사고	사용자 지향적 디자인 접근	• 공공디자인에서의 유니버설디자인
	감성과 개성 강조	• 감성형 공공디자인
유기체적 세계관	친환경적 접근	• 지속가능형 공공디자인 • 생태형 공공디자인

#### 3.1. 다원주의의 영향

##### (1) 체험·참여형 공공디자인

탈엘리트주의적, 대중지향적인 디자인의 영향으로 사용자의 체험, 참여가 기반이 되는 디자인 경향이 발달하고 있다. 이런 경향은 사용자 중심적인 디자인을 위한 방법으로도 인식되고 있다. 최근 많이 시행되는 축제, 이벤트, 페어 등은 체험 기반의 공공디자인이다. 또한 사용자가 공공디자인에 직접 참여하는 경우도 있다.

이들 디자인에서 중요한 것은 사용자의 심리적, 감성적 요구를 잘 파악하여 디자인에 반영하는 것이다. 또한 사용자의 인지, 행태, 심리적 요소들을 어떻게 디자인 요소로 구성할 것인가에 대한 지식도 필요하다. 사용자의 적극적 몰입과 의도된 행태, 이에 의해 발생하는 심리적 만족감 등을 적극적으로 고려해야 한다. 이런 면에서 인간중심적 사고의 발달도 이에 영향을 미치고 있다.

##### (2) 커뮤니티 아트(Community Art)

포스트모던시대 이후에는 디자인과 순수미술의 절충적 표현이 일반화되었다. 그런 경향이 공공디자인과 결부되어 진행되고 있는 것이 커뮤니티 아트이다. 이것은 예술이 더 이상 미술관에 머무르지 않음을, 더 이상 예술을 감상할 줄 아는 지식층, 상류층만을 대상으로 하지 않음을 의미한다. 이는 예술에서 제외되었던 커뮤니티의 대중을 대상으로, 커뮤니티를 기반으로, 그리고 커뮤니티라는 공간적 세팅에서 실행되는 예술활동이며 모든 종류의 예술형태를 포함한다. 또한 커뮤니티 사람들과의 인터랙션, 이들의 참여 내지 협조를 중요시한다.

커뮤니티는 지역환경 및 공공공간의 질 향상이라는 디자인 목표, 사회적 상호작용을 촉진하는 참여형 디자인이라는 디자인 방법, 행동적 환경 또는 장소라는 디자인 대상과 관계를 가짐으로써 효과적으로 강화될 수 있다.<sup>5)</sup> 예컨대 최근 공공디자인과 연관되어 많이 볼 수 있는 커뮤니티 아트는 벽화 프로젝트이다. 주로 낙후, 소외 지역의 회생을 지원하기 위해 수행되고 있다.

##### (3) 지역 정체성 표현형 공공디자인

현대가 글로벌 사회라고 해도 각 민족이 오랜 세월 쌓아온 관습과 가치관은 쉽게 변화하지 않는다. 다원주의의 발달로 세계는 서양문화 중심적인 관점에서 벗어나 각 지역의 다문화적인 이질성을 상호 존중하는 글로벌리즘으로 변화하였다. 이에 의해 지역의 정체성을 바탕으로 한 디자인에 대해서도 새롭게 인식하게 되었다.

여기서 중요한 것은 지역의 전통을 과거 유산으로 여기는 것에 머물지 않고 현대에 수용될 수 있는 것으로 재창조하는 것이다. 즉 전통에 대해 수동적, 과거지향적인 시각이 아니라 적극적, 미래지향적인 시각으로 접근하는 것이다. 전통을 현대의 문화 창조에 이바지 할 수 있는 것으로, 또한 세계와 공유할 수 있는 것으로 재창조 하는 것이다. 그러므로 현대의 디자인은 '세계문화의 보편성'과 '지역문화의 특수성'에 대한 이해가 창조적으로 결합되어야 하는 어려운 과제를 안고 있다.

현재 세계 각 지역들은 지역의 독특한 문화를 활용해 매력적인 지역이미지와 공공공간을 창출함으로써 지역의 경제와 문화 활성화에 활용하고 있다. 이를 위한 지역상품과 서비스에는 지역의 문화, 장소성과 관련된 분위기, 정보가 포함되어야 한다. 비경제적 가치, 즉 문화코드와 상징적 요소를 추가함으로써 차별성을 제시해야 한다.<sup>6)</sup>

#### 3.2. 디지털·정보혁명의 영향

5) 광동화·이석현, 지역커뮤니티를 위한 참여형 디자인프로세스의 평가에 관한 연구, 한국디자인학회 디자인학연구 Vol.24 No.4, 2011, p.125

6) 노영성, 지역문화 마케팅의 체계 : 지역문화마케팅의 프레임워크와 지역문화의 산업화 모델, 지역발전연구 Vol.7 No.1, 2007, p.138

### (1) 콘텐츠 중심형 공공디자인

21세기는 정보혁명에 의해 비물질적, 지적, 문화적 가치가 중시되는 사회로 전환되었다. 이에 따라 기계문명에서 중요시되던 첨단 기술력 대신 창조적인 관점과 컨셉을 제안할 수 있는 상상력이 경제, 사회, 문화 전반에 걸쳐 더 조명을 받기 시작하였다. 이런 현상은 디자인에도 영향을 미쳐 형태, 색채, 질감 등을 통해 구축하던 시각적 조형 일변도의 디자인 작업이 이를 초월해 컨셉과 콘텐츠 구성을 모두 포함하는 범위로 확대되고 있다.

이런 경향은 공공디자인에서도 무형자원이나 정신적 자산을 활용하는 경향으로 나타나고 있다. 과거처럼 역사적 유물이나 아름다운 자연환경이 있어야 관광지로 주목받던 시대는 지났다. 최근에는 지역과 결부된 매력 있는 스토리텔링을 활용하여 문화적 콘텐츠를 생성해 내고 이를 문화상품화 함으로써 명소가 되는 곳이 늘고 있다.

이것은 오늘날 소비자들이 이야기가 들어있는 공간과 상품에 열광하며 이들을 향유하기를 원하기 때문이다. 그들은 단지 기능이 뛰어난 상품보다는 자신의 꿈과 감성을 만족시켜 주는 이야기가 담긴 상품과 공간을 원한다. 즉 상품 그 자체보다 상품에 얽힌 이야기를 사는 것이다. 스토리텔링을 통해 소비자는 상품과 공간에 담긴 이야기를 즐기고, 그 문화와 감성을 소비하는 것이다.<sup>7)</sup>

### (2) 스마트기술 적용의 공공디자인

유비쿼터스 환경의 실현은 인간의 삶이 물리적 공간과 시간의 제약을 벗어나도록 지원하고 있다. 이런 스마트 기술은 다양한 디자인 영역에도 도입되어 융합화, 네트워크화, 개인화, 스마트화, 정보화의 방향으로 나아가고 있다.<sup>8)</sup> 특히 사용자의 개성과 다양성을 인식한 서비스를 지원함에 주목할 만하다. 스마트기술을 바탕으로 사용자의 요구에 정확하게 부합하는 지능형 디자인을 만드는 것이 가능해진 것이다. 그러므로 스마트디자인은 사용자 주도성과 소통의 확장성을 특징으로 한다. 이들 디자인에서는 콘텐츠디자인이 더 중요하게 부각되어야 하기 때문에 외형의 조형성은 단순화되는 경향이 있다.<sup>9)</sup>

공공디자인 또한 스마트화 되고 있다. 공공디자인에서 스마트환경을 실현한다 함은 기본적으로 정보의 공공디

자인화를 의미한다. 무엇보다 디자인화 할 정보콘텐츠의 구성이 중요하며 이를 공공디자인의 물리적 공간과 어떻게 연결시킬 것인지에 대한 고려가 필요하다. 유비쿼터스환경의 실현은 공공디자인에서의 정보와 물리적 공간의 연결을 실현시켜 사용자의 개인적 필요와 욕구에 대한 맞춤형 공공디자인의 실현을 가능하게 하고 있다.

### (3) 비물질 매체 활용의 공공디자인

디지털미디어의 발달로 인해 이 시대의 디자인이 지향하는 가치는 불확정적, 가변적인 것으로 재편되었고 실재와 비실재 간의 구분이 모호한 비물질화된 특성을 보이고 있다. 디자이너들은 물질적인 디자인과 더불어 한편으로는 비물질적인 디자인을 지향하고 있으며 재료도 갈수록 비물질적인 어떤 것에 속하고 있다. 이처럼 현대 디자인은 첨단테크놀로지의 다양한 매체들을 탐구하고 이들을 통한 새로운 표현을 시도하고 있다.

공공디자인에서도 빛, 영상, 물, 안개, 소리, 움직임 등 비물질적인 매체의 활용이 두드러지고 있다. 이들 대부분은 첨단테크놀로지에 의해 디자인 재료화하며 이들이 가지는 비물질적인 특성 때문에 가변성, 유동성이라는 현시대의 가치를 표출하는 매체로 활용된다. 특히 경관 조형디자인은 공공디자인의 주요 분야가 되었다. 첨단기술에 의해 조정되는 빛이라는 비물질 재료를 활용하는 21세기의 환경디자인 전문영역이 발생한 것이다. 이에 의해 낮과는 다른 빛의 예술품으로서의 경관이 연출되면서 공공공간의 활용을 야간으로 확대시키고 있다.

### (4) 퍼포먼스(Performance)형 공공디자인

현대의 디자인은 미디어화, 비물질화 하는 과정을 거치고 있으며 시간적 차원에서의 일시적인 가설성, 유동성과 가벼움, 이미지 발생의 동시성과 중첩이 부각되고 있다. 즉 디자인이 시공간예술로서의 퍼포먼스적인 디자인을 지향하고 있는 것이다. 조형예술에서는 이미 30여년 전에 퍼포먼스가 등장했다. 전통적으로 공간예술로만 취급되던 조형이 시공간예술로의 변화를 선언한 것이었으며 이로부터 시간예술적 특성을 포함하는 다양한 매체들이 조형의 도구로 사용되게 되었다.

디지털시대가 자리를 잡아감에 따라 구축적, 확정적인 물질재료만을 사용하던 공간디자인도 마침내 시간예술적 속성을 수용하고 있다. 공공디자인에서의 시간예술적 퍼포먼스 경향은 비물질적 매체를 활용한 가변성의 추구로 나타난다. 경관조명, 분수퍼포먼스, 미디어아트 등이 자주 활용된다. 이들은 오감을 활용한 시공간 작품으로 연출되면서 사람들을 그 공간에 좀 더 오랜 시간 머무르게 하는 어트랙션(attraction)으로 작용하고 있다.

## 3.3. 인간중심적 사고의 영향

### (1) 공공디자인에서의 유니버설디자인

산업시대 동안 기계가 대량생산할 표준화된 디자인을

7) 최진식, 실내디자인의 감성적 접근을 위한 스토리텔링의 적용방법에 관한 연구, 한국기초조형학회 기초조형학연구 Vol.8 No.4, 2007, p.733

8) 최명식·장세은, 유비쿼터스 컴퓨팅 환경에서의 제품디자인 전략방향에 관한 연구, 경희대학교 디자인연구원 디자인연구 Vol.7 No.2, 2005, pp.99-101

- 융합화-서로 다른 기술이나 서비스, 제품들의 복합화를 의미
- 네트워크화-네트워크가 여러 디자인이 가진 기능을 공유하도록 유도하여 모두가 긴밀하게 연결된 하나의 시스템화 하는 것
- 개인화-개인의 취향에 맞는, 자신만을 위한 디자인을 갖게 되는 것
- 스마트화-인간 두뇌기능의 연장으로써 제품에 지능을 부여하는 것
- 정보화-필요정보를 언제, 어디서나 얻을 수 있는 환경 조성을 의미

9) 이성훈·홍유란, 스마트디자인의 개념과 표현특성에 관한 연구, 한국기초조형학회 기초조형학연구 Vol.12 No.4, 2011, p.249

해야 했던 디자이너의 역할은 이제 사용자 지향적인 디자인을 하는 것으로 변화되었다. 이런 인간중심적 디자인의 입장에서 발전하고 있는 접근법 중의 하나가 유니버설디자인이다. 유니버설디자인은 처음에는 장애인을 위한 무장애디자인에서 시작하였으나, 장애인과 비장애인, 평균적인 일반성과 더불어 어린이, 노인까지 모든 사람을 수용할 수 있는 디자인(Design for All, Inclusive Design)이란 개념으로 확장되었다. 즉 유니버설디자인은 사람의 능력, 신체 크기, 나이 등에 상관없이 가능한 많은 사람들이 활용할 수 있는 디자인을 목표로 한다.

공공서비스로 제공되는 공공디자인에서 유니버설디자인이 기반이 되어야 한다는 인식이 일반화되고 있다. 복지와 약자에 대한 배려를 공공디자인에도 반영하는 것이다. 공공디자인에서의 유니버설디자인은 단순히 물리적 장애를 제거하고 편리함을 제공하는 것을 넘어 도움을 받는다는 것에 대한 마음의 부담을 느끼지 않도록 심리적 장애의 제거도 고려해야 한다.<sup>10)</sup> 공공디자인에 적용되어야 할 유니버설디자인의 기본원칙으로는 수용성(공평한 사용), 사용성(사용상의 융통성, 간단하고 직관적인 사용), 정보성(쉽게 인지할 수 있는 정보), 안전성(오류에 대한 포용력), 쾌적성(적은 물리적 노력), 접근성(접근과 사용을 위한 크기와 공간)이 있다.<sup>11)</sup>

## (2) 감성형 공공디자인

현대인들에게 영향을 미치는 지배적 요소는 경제나 테크놀로지의 문제를 넘어 '인간'의 문제가 되었다. 디자인도 사용자의 물적, 기능적, 기술적 측면에서의 욕구 충족을 넘어 심미적, 심리적, 행태적 욕구 충족에 더 많은 관심을 두게 되었다. 이처럼 현대는 소비의 판단기준이 이성에서 감성으로 넘어간 감성소비의 시대이다. 이러한 디자인 환경의 변화는 디자인에서 사용자들이 공감할 수 있는 감성적 언어와 상징성의 창출을 요구하고 있다. 감성디자인은 사용자의 정서적, 심리적 만족, 기분좋은 등과 같은 측면에 중점을 둔다.

이런 경향은 공공디자인에서도 다양하게 전개되고 있다. 공공디자인의 콘텐츠로 감성적 스토리텔링을 활용하기도 하고 참여와 체험을 통한 개인적인 카타르시스를 이용하기도 한다. 앞서 논의한 체험·참여형 공공디자인 경우가 후자에 속한다. 즉 참여형 페스티벌이나 페어 등은 대중주의적 예술관의 반영이기도 하면서 사용자들의 감성적 만족과 이에 따르는 소비행태를 자극하기 위한 스토리텔링과 행태지원성을 함유하는 공공디자인이다.

## 3.4. 유기체적 세계관의 영향

10) 민병아·이수진·이연숙, 서울시 공공디자인 가이드라인의 유니버설 디자인 특성 분석 - 공공공간을 중심으로, 대한건축학회논문집(계획계) 제25권 제8호, 2009, p.72

11) Ibid., p.68

## (1) 지속가능형 공공디자인 (Sustainability)

친환경적 접근은 이미 사회의 모든 분야에서 대세이다. 이는 환경보호적 관점에서 출발하였다. 디자인에서도 자연환경을 보호하고 이에 대한 사회적 책임을 강조하는 것으로 시작되었으며 디자인의 전 과정에서 환경에 대한 피해가 최소화되도록 디자인하는 것을 강조한다.

공공디자인에 있어서도 지속가능성의 도입은 필수요소로 인식되고 있다. 특히 기능을 상실한 시설의 재활용, 건축자재의 유해물 방출억제, 에너지 및 자원절약 등의 적용에 중점을 두고 디자인을 개발한다.

지속가능한 도시를 만드는 것은 공공디자인이 지니는 중요한 가치이다. 이러한 지속가능성이 적용되어야 할 공공디자인에 대한 개념은 공공건축과 공공공간에서 도시계획, 재생사업, 도로체계 등 보이지 않는 사업까지를 포함하는 것으로 확대되고 있다.<sup>12)</sup>

## (2) 생태형 공공디자인 (Oneness with nature)

또 다른 친환경디자인의 접근방식으로 인간과 자연의 친화관계 회복의 관점이 있다. 이 관점은 디자인의 정신적, 생태적인 측면을 강조하며 인간의 삶과 사고체계를 자연에 동화된 삶으로 회복시키고자 한다. 생태학에서 자연환경을 대상으로 정립된 생태계의 원리가 도시환경의 디자인에 이용되기 시작한 것이다. 이러한 개념은 인간생태학, 생태적 환경계획으로 이어지면서 인간과 자연이 조화를 이루는 생태계의 계획을 지원하고 있다.<sup>13)</sup>

자연에 대한 그리움은 인간의 무의식적 욕구이며 자연물과의 접촉은 인간에게 정신적, 육체적 회복 효과가 있다. 따라서 자연을 접하기 어려운 인공적인 도시환경에서 자연과 상호작용하는 환경으로서의 공공공간을 제공하는 것은 공공기관의 중요한 정책적 서비스가 되었다.

그러나 21세기의 진정한 환경가치의 실현을 위해서는 위에서 언급한 두 가지 측면, 자연에 대한 책임과 자연에의 동경심, 모두에 대한 충족이 필요하다. 즉 자연과의 관계에 있어 물리적 측면과 정신적 측면의 회복이 모두 필요하다. 현대의 공공디자인은 환경의 지속가능성과 생태형 환경이라는 두 가지 관점의 융합을 지향하고 있다.

## 4. 공공디자인 신경향별 예시사례 분석

### 4.1. 사례 분석방법 설정 및 예시사례 선정

이번 장에서는 신경향 유형별로 예시사례를 제시하고자 한다. 사례의 분석방법은 공공디자인 전략설정 단계별로 구분하여 특징을 분석하는 방법을 택하였다. 이를

12) 엄나너·이광영, 지속가능한 도시재생을 고려한 공공디자인 접근체계 및 방법에 관한 연구, 디자인융복합학회 디자인융복합연구 No.29, 2011, p.50

13) 윤수미·김연정, 생태적 도시 환경을 위한 수변공간 디자인 연구, 한국디자인학회 디자인학회 Vol.23 No.5, 2010, p.213

통해 신경향과의 연관성이 좀 더 구체적으로 드러날 수 있도록 하였다. 사례의 분석틀은 공공디자인의 전략에 대한 기존연구들<sup>14)</sup>을 기반으로 설정하였다.<표 5 & 표 6>

<표 5> 기존연구에서 제시하는 공공디자인의 전략설정 단계

기본 단계	세부 단계	
	단계명	기획 내용
장 소 전략	리소스	지역자원 분석단계, 장소를 구성하는 다양한 요소들에 대한 분석을 시행. 이에 근거해 공공디자인에 활용될 컨텐츠 분석을 수행
	미션	공공디자인 개발의 구체적 목적을 규정, 지역사회 통합, 경제 활성화, 지역의 문화 및 자원의 보존과 개발 등
	타겟팅	목표집단의 구체화 단계. 지역,세대,계층별로 목표집단을 세분화
마 케 팅 전략	추진조직	개발을 추진하는 주체 및 파트너십 유형을 설정. 지역 내 공공단체, 민간단체, 이해집단, 거주민들의 적극적 참여로 기획해야 함
	이미지 포지셔닝	공공디자인에 활용할 지역의 차별화된 이미지 구축 과정. 지역자원 분석결과 및 지역의 정체성, 감정, 기회요인을 바탕으로 함
	상품 포인트	지역 문화상품을 기획하여 브랜드화하는 단계. 지역이 지니고 있는 모든 유형원의 자원들이 상품으로써의 잠재력을 지니고 있음
	커뮤니케이션채널	지역문화상품 판매촉진의 수단을 선택하는 과정. 개발된 상품포인트를 타겟집단에게 전달하기 위한 소통과 홍보 수단을 선택함

<표 6> 본고에서 설정한 예시사례의 분석틀

연관된 공공 디자인 신경향	사업명	(공공디자인 프로젝트 명) (완료연도)
		추진기관
	개발목표	(분석 내용)
	주요 활용자원	(분석 내용)
	타겟팅	(분석 내용)
	이미지 포지셔닝	(분석 내용)
	개발된 상품	(분석 내용)
	신경향과의 연관성	(분석 내용)

- 사례 및 관련 정보는 아래 방법들을 통해 수집되었다.
- 논문, 도서, 정기간행물 검색 : 공공디자인, 환경디자인, 도시디자인, 장소마케팅 관련
  - 관련 기사 수집 : 방송사, 언론사 홈페이지 검색
  - 관련부처 및 지자체의 사업보고서, 보도자료 수집
  - 전문가에게 관련사업의 목록을 자문받음
  - 관련 키워드 및 사업명으로 인터넷 검색

<표 7>은 선택된 예시사례이다. 국제적 수상경력이나 주요언론에의 기사화 이력이 있는 사례를 중심으로 선정

<표 8> 신경향별 예시사례 분석

사업명	한국 서울 청계천 소망의 벽(2005)	
	추진기관	서울시
개발목표	시민의 공간으로 다시 태어나는 청계천변에 시민들의 꿈과 소망을 담음으로써 시민의 공간으로서의 의미를 강조하고자 함	
주요 활용자원	-황학동 황학교와 비우당교 사이 청계천 복원구간 양쪽 하천변	-가로, 세로 10cm의 개인용 타일 & 참가자들의 소망
	-가로, 세로 10cm의 개인용 타일 & 참가자들의 소망	
타겟팅	서울시민, 국내외 관광객	
이미지포지셔닝	참여와 화합	
개발된 상품	-서울시민과 지방 국민, 해외동포, 외국인까지 다양한 사람들의 다양한 소망을 그린 타일로 된 벽. -서울시 홈페이지나 청계천 홍보관을 방문해 그림이나 글씨를 그려 신청하였고 1300도에서 구워져 부착되었음	
신경향과 연관성	-대중주의적 예술관의 반영 : 시민이 완성된 공공디자인을 수동적으로 사용하는 것이 아니라, 적극적으로 참여하여 함께 조성하는 디자인으로 개발 -디자이너의 역할은 시민의 참여를 이끌어내는 방법 및 전체 구조안을 내는 것이고 시민은 그것의 컨텐츠를 실제화하는 역할을 담당	

14) 이무용, 지역발전의 새로운 패러다임 장소마케팅 전략, 논형, 2006, pp.98-127  
이정민·홍의택, 문화중심형 공공디자인의 전략프로그램 지원모델 개발에 관한 연구-프로토타입 단계 설정을 중심으로, 한국실내디자인학회논문집 Vol.19 No.5, 2010, p.95-104

했고 국내현황 파악을 위한 사례도 30% 정도 배정했다.

<표 7> 공공디자인 신경향별 예시사례 및 선정이유

공공디자인 신경향 유형	예시사례	선정 이유
체험·참여형 공공디자인	한국 서울 청계천 소망의 벽	-청계천 : 개장 두달만에 방문자 1천만명 돌파 -서울시에서 시민참여 공공디자인을 시행한 것으로 주요 언론에서 보도됨 -높은 시민 호응도 및 참여율, 외국인, 해외동포까지 참여.
커뮤니티 아트	한국 통영 동피랑 벽화마을	-원래 철거예정이던 지역이 벽화마을로 유명해지면서 통영시가 철거방침을 철회하게 됨 -새로운 관광명소로 변모, 오히려 보존지구가 됨
지역정체성 표현형 공공디자인	중국 상하이 신천지 광장	-미국건축가협회의 문화유산건축상(2002), Urban Land Institution of the Award of Excellence상(2003), 중국문화부의 국가문화유산시범기지상(2004) -도시 개조사업의 성공사례로 국내외에 기사화
컨텐츠 중심형 공공디자인	핀란드 라플란드 산타마을	-연간 100만 명의 관광객이 방문 -영국BBC의 보도
스마트기술 적용의 공공디자인	한국 서울 북촌 한옥마을 모바일 안내시스템	-주민과 지자체의 성공적인 협력사례로 기사화 -서울시의 주요관광코스, 연 20만 명 이상의 관광객(외국인 9만 명)
비물질 매체 활용의 공공디자인	프랑스 리옹 도시조명 계획 및 빛축제	-세계적 체험관광 콘텐츠(매년 수십만 관광객) -리옹시는 이 사업을 계기로 조명기술의 국제적인 개발,협력을 위해 국제조명도시연합을 조직
퍼포먼스형 공공디자인	미국 라스베가스 벨라지오호텔 분수쇼	-트래블매거진(Travel Magazine)에 의해 세계 베스트호텔 4개 중의 하나로 선정된 호텔 -세계최고의 분수쇼: 필수관광코스, 라스베가스 최고의 무료어트랙션이며 스트립의 상징이 됨
공공디자인에서의 유니버설 디자인	브라질 꾸리찌바 버스체계	-지속적, 일관성 있는 정책수립과 실천으로 교통시스템에 있어 국제적 명성을 얻음 -영국Building and Social Housing Foundation수상
감성형 공공디자인	이탈리아 베로나 로미오와 줄리엣 테마도시	-연구 26만 명의 도시에 연 외국인 관광객 550만 명
지속가능형 공공디자인	독일 뒤스부르크 노드공원	-유네스코에 의해 '세계문화유산'으로 지정 -연 70만 명이 넘는 관광객 방문
생태형 공공디자인	한국 함평 나비축제	-2009, 2010 문체부 대한민국최우수축제로 지정 -지난 10여 년간 500억 원 이상의 직간접적 경제효과 창출. 2011년 연 방문객 20만 명 -낙후지역을 명소로 바꾼 성공사례로 기사화


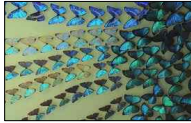

## 4.2. 신경향별 예시사례 분석

<표 8>은 예시사례들을 분석한 내용이다.



커뮤니티 아트 사례	사업명	한국 통영 동피랑 벽화마을(2007)	
	추진기관	푸른통영21 (시민단체)	
	개발목표	동피랑은 이순신이 설치한 통제영의 동포루가 있던 자리. 통영시는 낙후된 마을을 철거해 동포루를 복원하고 주변공원을 조성할 계획이었음. 그러자 푸른통영21이 마을보존을 위해 벽화조성사업을 시행. 이후 벽화마을로 유명해지면서 마을보존 여론이 형성됨. 통영시는 동포루 복원에 필요한 꼭대기 3채만을 철거 철거계획을 철회함	
	주요 활용자원	-구불구불한 옛날 골목을 온전하게 간직한 마을 -강구항이 한눈에 내려다보이는 마을(동피랑 : 동쪽 벼랑이라는 뜻)	
	타겟팅	처음에는 마을과 마을주민들을 보호하는 것이 목적이었으나 벽화마을에 대한 입소문이 나기 시작하면서 관광객들이 몰려들기 시작함	
	이미지포지셔닝	푸른통영21은 "달동네도 가꾸면 아름다워질 수 있다"며 공공미술의 기치를 들고 벽화조성사업을 시행	
지역 정체성 표현형 공공 디자인 사례	사업명	중국 상하이 신천지 광장(2001)	
	추진기관	상하이시 노만구 정부	
	개발목표	무분별한 개발로 사라질 위기에 처한 석고문 이농주택의 밀집지역을 국제 수준의 문화, 오락 공간으로 개조하고자 함	
	주요 활용자원	신천지 광장은 근대시기에 건축된 석고문 이농주택들이 모여 있던 지역. 상하이가 현대적인 상업도시로 발전하면서 무분별한 철거와 개조로 사라질 위기에 직면. 상하이시는 이를 근대시기 상하이를 대표하는 중요한 문화유산으로 인식하게 됨	
	타겟팅	세계화를 목표로 함 : 상하이 시민 및 거주외국인, 국내외 관광객 모두를 위한 문화공간을 조성하고자 함	
	이미지포지셔닝	전통에 대한 완벽한 복원, 보존의 개념보다는 문화유산의 현대화, 세계화를 추구함. 이에 따라 프로젝트 기본방향은 석고문 이농주택의 원래 주거기능을 바꾸어 상업적인 기능을 부여하는 것으로 설정	
컨텐츠 중심형 공공 디자인 사례	사업명	핀란드 라플란드 산타마을(Santa Claus Village)(1985)	
	추진기관	라플란드 지방정부	
	개발목표	동심의 상업화를 통한 관광자원 개발	
	주요 활용자원	-라플란드를 배경으로 한 동화적 인물 : 산타클로스, 눈의 여왕 -순록의 땅이며 일 년 중 반이 겨울. 사계절 존재 -극지방으로 넘어가는 경계선과 극지방 특유의 자연현상(오로라 등)	
	타겟팅	연 100만 명의 관광객, 어린 아이들을 동반한 가족 관광객 위주.	
	이미지포지셔닝	동화 속의 마을 : 어린이들이 산타클로스와 산타클로스가 산다는 북극마을에 대한 동경을 눈으로 확인하고 체험하도록 함	
스마트 기술 적용의 공공 디자인 사례	사업명	한국 서울 북촌 한옥마을 모바일 안내시스템(2010)	
	추진기관	민간기관 (사)북촌가꾸기회가 서울시에 지원을 요청하여 북촌정비가 시작. 서울의 주요관광자원이 되어 지속적으로 관리, 정비가 시행됨	
	개발목표	-관광객을 위해 기존의 사인시설물 개선과 더불어 한옥 정보를 편리하게 전달할 수 있는 스마트 사인시스템을 개발 -대다수 비개방인 한옥의 다양한 모습을 즐길 수 있도록 개발	
	주요 활용자원	-1408동의 한옥밀집지역, 조선시대 고급 살림집터. 근방에 백악산과 삼청공원, 창덕궁, 경복궁 소재. 남산이 보이는 전망. 사적 5곳. 서울시 민속자료 4곳. 유형문화재 1곳. 삼청동의 갤러리와 먹거리, 특색있는 상점, 조선시대부터 형성된 옛길과 물길 흔적 등 -북촌에 대해 구축된 멀티미디어 자료와 GPS 기술을 탑재한 PDA	
	타겟팅	연 20여만 명의 국내외 관광객	
	이미지포지셔닝	조선시대 사대부들의 가옥촌이라는 전통성, 역사성 지향의 장소 이미지를 최첨단 테크노이미지와 결합	
비물질 매체 활용의 공공 디자인 사례	사업명	프랑스 리옹 도시조명계획 및 빛축제(1989)	
	추진기관	리옹시 주도(시에산의 1.5%를 5년간 집행). 지역 조명산업체와 공동으로 조명기구를 개발하여 사용. 유명한 환경조명디자이너들이 참여	
	개발목표	-관광상품 개발 : 숙박하는 관광객(통과지역에 비해 최대 6배의 지출)을 늘리기 위해 야간경관을 관광상품으로 개발 -문화자원의 개발 : 조명 연출에 있어 리옹의 역사, 문화유산 강조 -문화향유 시설의 개발 : 리옹시민들의 문화적 삶의 질 향상을 추구	
	주요 활용자원	-역사유적지 : 로마, 로마네스크, 고딕, 르네상스 시대의 유적이 300여 채 보존(세계문화유산 등록) -유명 현대건축물: 국제컨벤션센터(피아노), 리옹공항(칼라트라바) 등 -리옹의 대표적인 다리, 산책로, 도로, 가로공간 등	
	타겟팅	연 20여만 명의 국내외 관광객	
	이미지포지셔닝	조선시대 사대부들의 가옥촌이라는 전통성, 역사성 지향의 장소 이미지를 최첨단 테크노이미지와 결합	
신경향과 연관성	사업명	핀란드 라플란드 산타마을(Santa Claus Village)(1985)	
	추진기관	라플란드 지방정부	
	개발목표	동심의 상업화를 통한 관광자원 개발	
	주요 활용자원	-라플란드를 배경으로 한 동화적 인물 : 산타클로스, 눈의 여왕 -순록의 땅이며 일 년 중 반이 겨울. 사계절 존재 -극지방으로 넘어가는 경계선과 극지방 특유의 자연현상(오로라 등)	
	타겟팅	연 100만 명의 관광객, 어린 아이들을 동반한 가족 관광객 위주.	
	이미지포지셔닝	동화 속의 마을 : 어린이들이 산타클로스와 산타클로스가 산다는 북극마을에 대한 동경을 눈으로 확인하고 체험하도록 함	
신경향과 연관성	사업명	중국 상하이 신천지 광장(2001)	
	추진기관	상하이시 노만구 정부	
	개발목표	무분별한 개발로 사라질 위기에 처한 석고문 이농주택의 밀집지역을 국제 수준의 문화, 오락 공간으로 개조하고자 함	
	주요 활용자원	신천지 광장은 근대시기에 건축된 석고문 이농주택들이 모여 있던 지역. 상하이가 현대적인 상업도시로 발전하면서 무분별한 철거와 개조로 사라질 위기에 직면. 상하이시는 이를 근대시기 상하이를 대표하는 중요한 문화유산으로 인식하게 됨	
	타겟팅	세계화를 목표로 함 : 상하이 시민 및 거주외국인, 국내외 관광객 모두를 위한 문화공간을 조성하고자 함	
	이미지포지셔닝	전통에 대한 완벽한 복원, 보존의 개념보다는 문화유산의 현대화, 세계화를 추구함. 이에 따라 프로젝트 기본방향은 석고문 이농주택의 원래 주거기능을 바꾸어 상업적인 기능을 부여하는 것으로 설정	
신경향과 연관성	사업명	핀란드 라플란드 산타마을(Santa Claus Village)(1985)	
	추진기관	라플란드 지방정부	
	개발목표	동심의 상업화를 통한 관광자원 개발	
	주요 활용자원	-라플란드를 배경으로 한 동화적 인물 : 산타클로스, 눈의 여왕 -순록의 땅이며 일 년 중 반이 겨울. 사계절 존재 -극지방으로 넘어가는 경계선과 극지방 특유의 자연현상(오로라 등)	
	타겟팅	연 100만 명의 관광객, 어린 아이들을 동반한 가족 관광객 위주.	
	이미지포지셔닝	동화 속의 마을 : 어린이들이 산타클로스와 산타클로스가 산다는 북극마을에 대한 동경을 눈으로 확인하고 체험하도록 함	
신경향과 연관성	사업명	한국 서울 북촌 한옥마을 모바일 안내시스템(2010)	
	추진기관	민간기관 (사)북촌가꾸기회가 서울시에 지원을 요청하여 북촌정비가 시작. 서울의 주요관광자원이 되어 지속적으로 관리, 정비가 시행됨	
	개발목표	-관광객을 위해 기존의 사인시설물 개선과 더불어 한옥 정보를 편리하게 전달할 수 있는 스마트 사인시스템을 개발 -대다수 비개방인 한옥의 다양한 모습을 즐길 수 있도록 개발	
	주요 활용자원	-1408동의 한옥밀집지역, 조선시대 고급 살림집터. 근방에 백악산과 삼청공원, 창덕궁, 경복궁 소재. 남산이 보이는 전망. 사적 5곳. 서울시 민속자료 4곳. 유형문화재 1곳. 삼청동의 갤러리와 먹거리, 특색있는 상점, 조선시대부터 형성된 옛길과 물길 흔적 등 -북촌에 대해 구축된 멀티미디어 자료와 GPS 기술을 탑재한 PDA	
	타겟팅	연 20여만 명의 국내외 관광객	
	이미지포지셔닝	조선시대 사대부들의 가옥촌이라는 전통성, 역사성 지향의 장소 이미지를 최첨단 테크노이미지와 결합	
신경향과 연관성	사업명	프랑스 리옹 도시조명계획 및 빛축제(1989)	
	추진기관	리옹시 주도(시에산의 1.5%를 5년간 집행). 지역 조명산업체와 공동으로 조명기구를 개발하여 사용. 유명한 환경조명디자이너들이 참여	
	개발목표	-관광상품 개발 : 숙박하는 관광객(통과지역에 비해 최대 6배의 지출)을 늘리기 위해 야간경관을 관광상품으로 개발 -문화자원의 개발 : 조명 연출에 있어 리옹의 역사, 문화유산 강조 -문화향유 시설의 개발 : 리옹시민들의 문화적 삶의 질 향상을 추구	
	주요 활용자원	-역사유적지 : 로마, 로마네스크, 고딕, 르네상스 시대의 유적이 300여 채 보존(세계문화유산 등록) -유명 현대건축물: 국제컨벤션센터(피아노), 리옹공항(칼라트라바) 등 -리옹의 대표적인 다리, 산책로, 도로, 가로공간 등	
	타겟팅	연 20여만 명의 국내외 관광객	
	이미지포지셔닝	조선시대 사대부들의 가옥촌이라는 전통성, 역사성 지향의 장소 이미지를 최첨단 테크노이미지와 결합	

	타겟팅	체류형 국내의 관광객 및 리옹 시민	
	이미지포지셔닝	-역사 도시라는 전통이미지에 야간경관의 예술적인 이미지를 결합. '밤이 아름다운 리옹'을 캐치프레이즈로 관광산업 육성	
	개발된 상품	-예술적인 야간경관 창출: 기존자원들에 야간경관조명을 더하여 관광자원의 기능을 야간으로 확대시킴으로써 관광수입 증가에 성공 -조명연출에 있어 로마시대부터 물려받은 문화유산을 특히 강조 -매년 빛축제 개최 : 세계적인 체험관광상품으로 성공 -도시조명 디자인과 기술을 공유하기 위한 국제조명도시연합 조직	
	신경향과 연관성	기존관광자원들을 경관조명이라는 비물질매체로 재디자인해 새로운 관광자원으로 개발함으로써 기존자원의 기능을 야간까지 확대시킴	
퍼포먼스형 공공 디자인 사례	사업명	미국 라스베가스 벨라지오 호텔 분수쇼(1998)	
	추진기관	라스베가스의 벨라지오(Bellagio) 호텔. 카지노호텔 산업의 제왕인 스티브 윈(Steve Wynn)이 세움. 현재 소유는 MGM-Mirage 그룹	
	개발목표	라스베가스에서 고급지향의 호텔시대 개막을 알리는 벨라지오호텔의 흥보를 위한 어트랙션(attraction) 제공. 스트립의 상징이 되는 쇼 제공	
	주요 활용자원	-이탈리아 벨라지오의 코모호수(Lake Como) 리조트를 컨셉으로 한 벨라지오호텔과 이를 배경으로 한 3.6 헥타르의 인공 호수 -뮤지컬 분수대	
	타겟팅	라스베가스 관광객	
	이미지포지셔닝	벨라지오호텔이 컨셉으로 한 호수 휴양지의 이미지를 강화	
	개발된 상품	-그 자체가 거대한 테마파크인 호텔 : 고전적 낭만과 현대적 건축미가 조화. 세계적 다른 모습의 실내정원. 세계최고 쇼 중 하나로 꼽히는 'O'. 피카소, 고흐, 모네 등의 작품이 전시된 미술관 등 -호텔 앞 인공호수의 뮤지컬 분수대 : 음악과 빛에 맞춰 쇼를 연출. 분수구 1,200여 개, 전구 4,500여 개, 26층 높이까지 치솟기도 함. 클래식, 대중음악, 뮤지컬 음악 등 다양하게 선곡. -무료쇼로 제공 : 정오~8시까지 매 30분, 8시~자정까지 매 15분마다 진행. 규모가 커서 길거리, 근처 건물 등에서도 쇼를 볼 수 있음	
	신경향과 연관성	디자인의 시간간예술화, 가변화, 비물질화의 사례-단순하게 물이 솟아오르는, 장식으로서의 분수가 아니라 음악과 디자인이 결합되어 발레나 댄스 쇼를 보는 것 같은 예술적인 퍼포먼스 분수쇼를 연출함	
공공 디자인 에서의 유니 버설 디자인 사례	사업명	브라질 꾸리찌바(Curitiba) 버스체계	
	추진기관	꾸리찌바 시	
	개발목표	-공공교통수단 개발: 중앙정부 재정지원 없이는 만들기 힘든 지하철을 대신할 교통시스템의 개발. 낮은 운영비와 고품질서비스의 결합 -외곽도시들과의 상호연계 문제의 원활한 해결	
	주요 활용자원	기존의 도로망 활용	
	타겟팅	꾸리찌바 및 외곽도시의 서민 & 장애인	
	이미지포지셔닝	서민위주, 인간 위주의 교통시스템	
	개발된 상품	-튜브형 버스정류장 : 800m 간격으로 설치. 버스 문높이와 승강장 높이를 같게 만들어 장애인의 승하차 가능. 정류장 접근도 경사로나 소형엘리베이터를 설치. 미리 요금을 받음으로써 승하차 시 대기시간을 축소. 대기객들이 기댈 수 있는 바(Bar)를 벽면에 설치하는 등 이용객에 대한 배려를 한 디자인 -장대버스 개발 : 늘어나는 이용자의 수용 -총 58km에 이르는 교통 시스템 & 환승지역은 270km의 간선도로와 구간도로 185km와 상호 연결. 도시 65%가 이 시스템으로 연결 -버스 중앙차선 설치 : 각 도로 한 가운데에 버스전용차선	
	신경향과 연관성	꾸리찌바의 교통시스템이 찬사를 받는 이유 중의 하나는 장애인들에 대한 섬세한 배려 때문. 튜브형 정류장이 갖춘 유니버설디자인은 세계 각국 교통시스템 개발에 있어 벤치마킹 대상이 되고 있음	
감성형 공공 디자인 사례	사업명	이탈리아 베로나 로미오와 줄리엣 테마도시	
	추진기관	베로나 시정부 주도. 베로나시 상공인모임인 라이온스클럽의 협조	
	개발목표	로미오와 줄리엣을 테마로 한 관광자원개발을 위해 도시 전체를 정비	
	주요 활용자원	-비극적 사랑을 그린 셰익스피어의 '로미오와 줄리엣'의 배경도시라는 무형의 자산. 옛날에 실제로 베로나에 문테규가와 케플렛가가 존재했다고 두 집안 사이의 불화도 실존했다고 함. -로마시대와 중세시대의 유산 : 아레나(로마시대 원형경기장), 아디제강의 다리, 중세시대 건물 등 -매년 여름 아레나에서 개최되는 오페라축제 : 90여년 역사의 유명한 축제. 야외오페라의 묘미. 독특한 분위기와 음색의 공연장. 매일 다른 초호화 작품들의 공연 -15~16세기 회화의 중심지였던 역사	
	타겟팅	외부 방문객. 특히 젊은 층과 커플 대상	
	이미지포지셔닝	도시의 테마를 감성적 테마인 '영원한 사랑'으로 결정 - 로미오와 줄리엣의 테마를 가진 사랑의 도시	
	개발된 상품	-베로나에 있는 고풍스런 13세기 벽돌저택을 '줄리에타의 집'으로 꾸밈 : 로미오와 줄리엣이 만났던 베란다. 오른쪽 가슴을 만지면 사랑이 이루어진다는 줄리엣 동상. 영원한 사랑을 지켜준다는 소문으로 인해 전 세계어로 된 사랑의 낙서가 가득한 담벼락 등 -줄리엣과 로미오의 무덤도 조성 -줄리엣 동상의 가슴을 만지면 어떤 사랑도 이루어진다, 줄리엣의 집 담에 이름을 쓰면 영원히 사랑이 지속된다 등의 소문을 만들 -셰익스피어 연극제 개최 및 아레나 오페라 축제와 연계관광	
	신경향과 연관성	유명한 러브스토리를 기반으로 감성적 관광자원을 조성. 관광객들로 하여금 극적인 러브스토리의 현장에 있다는 감성적 체험감을 제공	
지속 가능형 공공 디자인 사례	사업명	독일 뒤스부르크 노드(Nord)공원(1997)	
	추진기관	노르트라인 베스트팔렌 주정부, 피터 라츠(Peter Latz)의 설계	
	개발목표	-철강, 탄광산업이 쇠락하면서 위기에 처한 지역의 재생 -과거 산업시설을 활용해 친환경적인 도시 조성: 옛 공장시설의 재활용방안 모색 -시민의 삶의 질 향상을 위한 편의, 문화 공간 제공	
	주요 활용자원	-과거 독일 산업혁명의 심장부라는 무형의 자원 : 풍부한 지하자원을 중심으로 한 공업지대였음. -산업구조의 변화에 따른 폐공장 지대 : 폐기되어 오염된 티센그룹의 철강공장. 고가의 철거비용 때문에 철거도 못하고 있었음.	
	타겟팅	연 70여만 명의 관광객, 지역주민	
	이미지포지셔닝	-폐공장, 환경오염 지역이라는 기존의 부정적인 이미지를 긍정적인 이미지로 전환하고자 함 -과거와 현재 시간의 조화 : 미래지향적인 친환경 이미지와 과거산업을 테마로 한 엔터테인먼트 이미지의 조화 & 과거 산업혁명기를 살아온 노년층과 현재 세대의 조화	
	개발된 상품	-폐공장의 리모델링 : 광석 저장병커를 개조한 암벽등반장. 가스저장탱크에 물을 채워 만든 다이빙센터. 가스엔진 공장을 재활용한 컨벤션센터, 공장사무실을 개조한 유스호텔 등 -녹지, 산책 공원 조성 & 염된 토양은 식물을 이용한 환경 정화 방식으로 복구 -영국 디자이너 조나단 파크(Jonathan Park)의 야간경관조명 연출	
	신경향과 연관성	건축폐기물의 재활용, 오염환경 복구, 근대문화유산 보존 등 환경보존적 정책을 적극 적용함. 유네스코 세계문화유산으로 지정됨	

생태형 공공 디자인 사례	사업명	한국 합평 나비축제(1999~)			
	추진기관	함평군			
	개발목표	별다른 산업자원, 관광자원이 없는 낙후지역의 경제 활성화 : 친환경 지역인 함평에서 생산된 농특산물 판매로 지역경제 활성화를 꾀하기 위해 홍보수단이 필요했음. 이를 위해 친환경적 축제를 개최			
	주요 활용자원	꽃, 나비, 곤충과 자연을 소재로 새롭게 친환경 지역자원을 구축			
	타겟팅	연 20여만 명의 국내외 관광객			
	이미지포지셔닝	생태를 체험하는 환경친화적 축제를 통해 '친환경적'이라는 지역 이미지를 강화			
	개발된 상품	-꽃, 나비, 곤충을 소재로 한 전시, 문화, 체험 콘텐츠 개발 : 친환경 전시행사(나비·곤충생태관, 황금박쥐생태전시관, 다육식물전시관, 농업의 세계관, 특별전시관 등), 곤충생태학교(체험학습 제공, 누에고치 활용 곤충만들기, 나비 곤충 표본만들기, 나비 한살이 액자만들기 등) -축제장과 인근을 유채꽃, 안개초, 꽃창포, 자색채 등 봄꽃으로 연출, 거리 페레이드의 개막행사 및 다양한 관광객 참여행사(중앙무대) -축제장 인근의 관광자원과 연계(한옥마을, 독립운동역사관 등). 그간 500여억 원대의 직간접적 경제효과 창출			
신경향과 연관성	축제의 주요 주제는 자연과 인간 간의 교류와 친화관계 회복. 자연을 느끼고 배울 수 있도록 자연테마의 다양한 콘텐츠를 개발				

## 5. 결론

본고는 현대 공공디자인에서 일어나고 있는 현상을 21세기 사회·문화적 패러다임 변화와 연관된 현상으로 파악하는 연구를 진행했다. 이에 따라 먼저 21세기 사회·문화적 패러다임 및 디자인계의 변화를 분석했다. 그리고 그것이 현대문화산업의 인프라스트럭처로서 인식되고 있는 공공디자인에서는 어떤 양상으로 일어나고 있는지를 분석했다. <표 9>는 본고의 분석결과(신경향 분류)이다. 본고는 각 유형별 대표사례도 논증자료로 제시했다.

<표 9> 21세기 사회·문화적 패러다임과 연관된 공공디자인 주요 신경향

사회·문화적 패러다임	분석된 공공디자인 주요 신경향	각 신경향별 논증 예시 사례	신경향과의 연관성
다원주의	체험·참여형 공공디자인	서울 정계천 소망의 벽	대중주의적 예술관의 반영. 사용자가 수동적이 아닌 적극적으로 참여하는 공공디자인으로 개발
	커뮤니티 아트	통영 등피랑 벽화마을	순수미술과 공공디자인의 만남. 대중주의적 예술관 반영. 철거대상 동네가 예술가들의 벽화로 매력적인 공간으로 개발
	지역정체성 표현형 공공디자인	상하이 신천지 광장	지역정체성의 세계화. 근대 상하이인의 삶을 대표하는 문화유산을 적극 활용해 세계적인 관광지로의 자원화에 성공
디지털·정보 혁명	컨텐츠 중심형 공공디자인	라플란드 산타마을	이 지역과 연관된 유형의 자원인 동화 속 인물을 관광컨텐츠로 재구성하고 이와 관련된 동심을 자극하는 공간, 서비스 제공
	스마트기술 적용의 공공디자인	서울 북촌 한옥마을을 모바일 안내시스템	장소상품을 위한 안내시스템을 구비함에 있어서, 개인의 취향에 따른 차별화된 안내를 제공하기 위해 스마트 기술을 채용
	비물질 매체 활용의 공공디자인	리용 도시조명계획 및 빛축제	기존관광자원들을 경관조명이라는 비물질매체로 재디자인함으로써 기존자원의 기능을 야간까지 확대시킴
	퍼포먼스형 공공디자인	라스베가스 벨라지오 호텔 분수쇼	디자인의 시공간예술화, 가변화, 비물질화 사례. 음악과 결합. 발레나 댄스쇼를 보는 것 같은 예술적인 퍼포먼스 연출
인간 중심적 사고	공공디자인에서의 유니버설디자인	꾸리찌바(Curitiba) 버스체계	장애인에 대한 섬세한 배려. 튜브형 정류장이 갖춘 유니버설디자인은 세계각국 교통시스템개발에 있어 벤치마킹대상
	감성형 공공디자인	베로나 로미오와 줄리엣 테마도시	유명한 러브스토리를 기반으로 감성적 관광자원 조성. 관광객에게 극적인 러브스토리의 현장에 있다는 감성적 체험감제공
유기체적 세계관	지속가능형 공공디자인	뒤스부르크 노드공원	건축폐기물재활용, 오염환경복구, 근대문화유산보존 등 환경보존정책을 적극 적용
	생태형 공공디자인	함평 나비축제	자연을 느끼고 배울 수 있도록 자연테마의 다양한 축제 콘텐츠를 개발

이와 같은 연구를 통해 본고는 현재 공공디자인에서 일어나고 있는 모든 변화는 사회·문화적 변화와 밀접한 연관성을 갖고 있음을 확인하였다. 공공서비스라는 정책

적 측면을 갖기에 다소 보수적이며 변화에 더딜 것이라고 생각되는 공공디자인에서도 이런 21세기의 주요 사회·문화적 패러다임은 이미 반영되고 있었다.

앞으로 이런 21세기형 공공디자인의 경향은 더욱 강화될 것이다. 따라서 사례분석에서 제시하였던 전략설정단계를 신경향 유형별로 구체화하여 공공디자인 기획에 활용할 수 있는 시스템을 개발하는 것은 본고의 논제와 연관된 미래 연구과제가 될 수 있을 것으로 기대한다.

## 참고문헌

- 강범규·고정욱·예민주, 감성디자인을 통한 감성마케팅의 실증적 사례 연구, 한국감성과학회 감성과학 Vol.10 No.3, 2007
- 곽동화·이석현, 지역커뮤니티를 위한 참여형 디자인프로세스의 평가에 관한 연구, 한국디자인학회 디자인학연구 Vol.24 No.4, 2011
- 권영걸, 공간디자인 16강, 도서출판 국제, 2001
- 노영성, 지역문화 마케팅의 체계 : 지역문화마케팅의 프레임워크와 지역문화의 산업화 모델, 지역발전연구 Vol.7 No.1, 2007
- 민병아·이수진·이연숙, 서울시 공공디자인 가이드라인의 유니버설디자인 특성 분석 - 공공공간을 중심으로, 대한건축학회 논문집(계획계) 제25권 제8호(통권250호), 2009
- 엄나나·이광영, 지속가능한 도시재생을 고려한 공공디자인 접근체계 및 방법에 관한 연구, 디자인융복합학회 디자인융복합연구 No.29, 2011
- 윤수미·김연정, 생태적 도시 환경을 위한 수변공간 디자인 연구, 한국디자인학회 디자인학연구 Vol.23 No.5, 2010
- 윤태동, 환경과 교통의 세계적인 모범도시, 브라질의 꾸리찌바, 한국외국어대학교 외국학종합연구센터 국제지역정보 Vol.6 No.10, 2002
- 이무용, 지역발전의 새로운 패러다임 장소마케팅 전략, 논형, 2006
- 이성훈·홍유란, 스마트디자인의 개념과 표현특성에 관한 연구, 한국기초조형학회 기초조형학연구 Vol.12 No.4, 2011
- 이정민·홍의택, 문화중심형 공공디자인의 전략프로그램 지원 모델 개발에 관한 연구-프로토타입 단계 설정을 중심으로, 한국실내디자인학회논문집 Vol.19 No.5, 2010
- 이정민·홍의택·임종훈, 공간디자인에 있어 에코디자인적 접근의 유형과 사상적 배경에 관한 연구; 동서양 자연관의 비교연구를 중심으로, 한국실내디자인학회논문집 Vol.14 No.1, 2005
- 전선자, 대중문화에 따른 디자인의 변화, 한국디자인학회 디자인학 연구 vol.41, 2001
- 최명식·장세은, 유비쿼터스 컴퓨팅 환경에서의 제품디자인 전략방향에 관한 연구, 경희대학교 디자인연구원 디자인연구 Vol.7 No.2, 2005
- 최진식, 실내디자인의 감성적 접근을 위한 스토리텔링의 적용방법에 관한 연구, 한국기초조형학회 기초조형학연구 Vol.8 No.4, 2007
- 피터 드러커, next society, 이계규 역, 한국경제신문사, 2002

[논문집수 : 2012. 03. 30]

[1차 심사 : 2012. 04. 19]

[게재확정 : 2012. 05. 04]