

**공공디자인 시범사업
추진실태 및 대응전략**



공공디자인 시범사업 추진실태 및 대응전략

I. 공공디자인의 중요성 및 개념

1. 왜 공공디자인인가?

□ 공공 디자인의 대두

- 강제력보다는 매력을 통해, 명령이 아닌 자발적 동의에 의해 얻어지는 능력으로 21세기는 소프트 파워(Soft Power)가 주도하는 시대
- 소프트 파워의 중요성으로 인해 국가 및 지역 경쟁력을 구성하는 중요한 요소 중 하나로서 디자인의 중요성 증대
 - 양질의 디자인은 특히 개별상품 뿐만 아니라 국가, 지역, 도시 등 공간의 이미지 등 다양한 범위에 걸쳐 파생적인 경쟁력을 강화시키는 것으로 이해
- 세계적으로 문화, 디자인, 삶의 질 등 소프트 파워의 중요성이 증대함에 따라, 실용정부도 국정과제 중의 하나로 디자인 강국을 선언
 - 100대 국정과제 중 세계적인 국가브랜드 가치 창출의 일환으로 창의적인 디자인 강국 구현 및 지속가능한 국토환경디자인 정착 등 세부과제 마련

1. 공공디자인의 중요성 및 개념

< 1 >

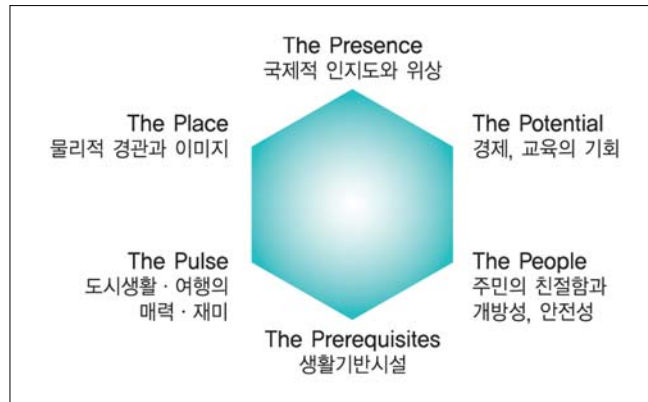
	- ,	
	- 10	
(,)	-	
	-	
	-	
	- 6 30	
	- (	
	-)	
	- /	
	-	
	-	
:	(2008),	100

□ 도시브랜드와 공공디자인

- 도시경쟁력을 나타내는 다양한 지표 가운데 하나로써 도시브랜드(City Brand)는 지역의 소프트파워를 측정하는 대표적인 지표임
 - 여타의 도시경쟁력지표가 다국적 기업의 공장수, 수출품 중 하이테크 제품 비율, 개인금융자산 규모 등 실물경제의 정량지표를 주로 활용하는데 반해, 도시브랜드는 해당 도시가 기업하기 좋은 장소인가 하는 소비자 인식에 기반
- 세계도시브랜드를 측정하는 대표적 도시브랜드지수인 안홀트 도시브랜드지수(Anholt citybrandindex)의 육각형(hexagon) 모델은 도시브랜드를 구성하는 6가지 요소 중 물리적 경관과 이미지를 한 구성요소로 삼고 있음¹⁾
 - 즉 도시브랜드의 가치를 높이는 중요한 한 요소로 도시의 물리적 경관과 이미지를 고려

¹⁾ 이소영(2008), 지역 브랜딩 활용 실태와 실행 전략 연구, 한국지방행정연구원 참조

< 1>



: Anholt (2007:60)

- 국가가 국가브랜드 가치 창출을 위한 전략의 일환으로 국토환경디자인 정착에 노력을 기울
이듯이, 지방정부는 도시브랜드 가치 제고를 위한 전략의 일환으로 지역환경디자인 개선 노력을
기울여야 함
 - 최근 이러한 지역환경디자인 개선을 위한 구체적인 노력들이 공공디자인 정책으로 구현되고
있는 양상임

2. 공공디자인의 개념 및 영역

□ 공공디자인의 개념

- 공공디자인(public design)이라는 용어는 최근 한국에서 등장한 신조어로 위키피디아에서도
그 정의를 찾아보기 어려움
- 다만 유사 용어를 사용하기 시작한 쪽이 예술계임을 감안한다면 이 용어의 시작이 공공예술
(Public art)과 유사한 맥락에서 시작되었음을 유추할 수 있음
- 공공예술이라는 용어는 영국의 존 윌렛(John Willet)이 1967년 ‘도시 속의 예술(Art in a City)’
이라는 책에서 처음 사용²⁾

²⁾ 김소라(2009), 공공미술과 공공디자인, 그리고 도시, 건축, 53(5), 대한건축학회 참조 정리

I. 공공디자인의 중요성 및 개념

- 일반에게 공개된 장소에 설치되거나 전시되는 작품을 일컫게 되는 보편적 공공예술의 개념으로 발전하여, 도시라는 장소를 미술계의 논의대상에 편입시키는 계기가 됨
- 이후 공공예술에서 공공의 개념은 단지 도시라는 물리적 장소로 이해되기보다는 시민과 상호작용을 가능하게 해주는 사회, 문화적 소통의 공간으로 보는 관점으로 확장됨
- 공공디자인의 개념 또한 공공예술의 개념에서 차용하여 시민과의 상호작용을 전제로 한 공공공간을 대상으로 한 디자인으로 이해 가능

□ 공공디자인의 정책적 개념

- 공공디자인의 정책적 개념은 일반적으로 ‘공공공간과 시설, 정보 등 공공적으로 사용되는 모든 영역과 대상의 디자인’을 가리킴
 - 개별적인 소비재를 중심으로 시장을 통해 매개되는 사적영역의 디자인과 구별
 - 그 자체가 공공재이거나 또는 사유물이라 할지라도 공공적 성격을 띠는 것, 즉 건물의 외관이나 옥외광고물 등을 포함함
- 공공디자인의 영역과 대상은 공공공간 디자인, 공공시설 디자인, 공공정보 디자인, 공공용품 디자인으로 분류되어 오고 있음
 - 문화관광부(2005)의 분류체계를 이후 국무총리실(2008), 행정안전부(2010)에서도 수용하고 있음
- 정책적 개념으로 사용되어 오고 있는 공공디자인의 개념 및 영역이 <표 2>와 같이 광범위함
 - 이 결과 공공디자인 대상영역이 넓게는 도로, 운하 등 도시 및 지역 공간 전체를 아우르는 대상에서부터 좁게는 자치단체가 사용하는 서류 봉투까지 포함
 - 공공디자인을 향상시키고자 하는 자치단체의 정책 영역이 매우 광범위할 수밖에 없음
- 여기서는 공공디자인의 개선 및 확산을 위해 범부처별로 추진하고 있는 공공디자인 시범사업을 중심으로 추진실태를 살펴봄으로써 공공디자인 관련 정책영역을 보다 명확히 하고 이에 대응하는 자치단체의 대응전략을 모색하는 것으로 범위를 한정하도록 함

< 2>

(Public Space Design)	- : - : - : - (open space): , , - : - : , - -
(Public Equipment Design)	- (street furniture): - :
(Public Information & Sign Design)	- : - : , , , , , - : , , , , , , , - : - : - : CI - : , - : , - : ,
(Public Supplies Design)	- : - : - : - :

: (2005),

II. 공공디자인 시범사업 추진실태

II. 공공디자인 시범사업 추진실태

1. 문화체육관광부의 공공디자인 시범도시 지정 및 조성사업

□ 추진목적

- 2006년부터 추진해오고 있는 문화부의 공공디자인 시범사업은 현재 공공디자인 시범도시 지정 및 조성사업으로 추진되고 있음
- 지역의 문화와 역사, 자연환경에 바탕을 둔 쾌적하고 지속가능한 공공공간을 조성, 관광자원 발굴 및 지역경제 활성화를 위한 것으로 '주민참여 디자인에 의한 지역문화 커뮤니티 공간 조성'을 위한 공모사업

□ 추진방법

- 2011년 공공디자인 시범도시의 지정은 전년도(2010년)에 확정
 - 시군구 사업공모계획서 제출 → 1차 서면심사 → 2차 현지 실사 → 사업선정
 - 2010년 27개 사업이 응모하여 4개 사업이 최종 선정
- 지원내용
 - 마스터플랜 수립 및 기본설시설계 사업비 1억 5천만원 (전년도 배정)
 - 사업별 3~5억원 차등 지원 (총 사업비의 50% 사업년도 배정)

□ 추진내용

- 2011년 공공디자인 시범도시 4개 선정지역
- 강원도 정선군 '구판장과 옛 이웃들'
 - 석탄촌 생활풍경 보존, 국토건설단 막사, 예미극장 등 1960년대 근대문화유산 보존
- 전라북도 진안군 '전통과 현대가 어우러진 문화 동네 만들기'
 - 마을문화 갤러리 공간조성으로 제비마을 정미소 박물관 재생, 마을 모정 갤러리 쉼터 조성, 여행자정보센터 운영, 청소년 문화공간 조성
- 경기 부천시 '공공디자인 2.0'
 - 원미구 상동의 도심 속 인공하천인 '시민의 강' 일대를 중심으로 한 시민참여형 사업
- 경북 상주시 '어린이와 약자를 위한 스쿨존 조성'

□ 추진특징

- 문화부의 공공디자인 시범사업은 문화부의 기능에 맞게 ‘지역문화 커뮤니티 공간 조성’을 위한 시범사업으로 추진
 - 그러나 ‘지역문화’에 대한 범위가 지역의 문화와 역사뿐만 아니라 자연환경에까지 이르는 폭넓은 개념으로 이해되어 부천시의 사례처럼 인공하천 주변 디자인 개선사업까지 포함됨

< 2 >



- 이는 문화부의 공공디자인 시범사업은 주민참여형 디자인 수법의 적용을 강조하였기 때문임
 - 2009년까지 추진되어 오다가 2010년부터 산업단지 공공디자인 개선에 초점을 맞추고 추진 중인 지식경제부의 공공디자인 개발사업이 디자인 자체 개선에 초점을 맞춘 것이라면 문화부의 공공디자인 시범사업은 참여적 디자인에 보다 초점이 맞추어진 것임
- 즉 주민참여 디자인에 의한 지역문화 커뮤니티 공간 조성은 ‘공간 조성’이라는 인위적인 물리적 환경 개선에 있기보다는 주민참여형 디자인을 통한 ‘커뮤니티 공간 조성’에 의의를 두었다고 볼 수 있음

2. 국토해양부 국토환경디자인 시범사업

□ 추진목적

- 건축·도시디자인을 통한 도시의 정체성 확립 및 브랜드 가치 제고를 위해 2009년부터 시행
- 2011년은 공공건축물, 공공공간과 건축·도시 관련 각종 사업계획간의 연계·통합에 초점

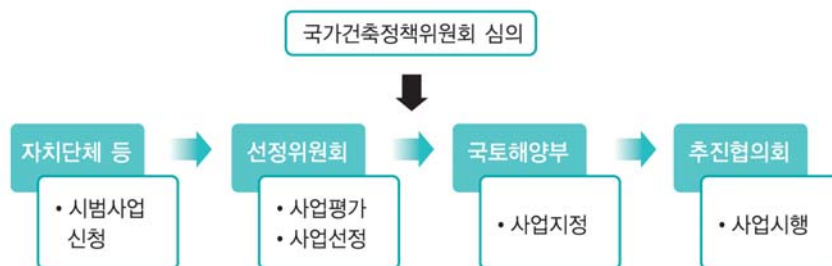
II. 공공디자인 시범사업 추진실태

- 2010년은 수변공간, 기반시설, 녹색건축 등 개별사업에 초점을 두어 공모
- 지역에 분산된 기존 공공건축물, 공공공간과 건축·도시 관련 각종 사업계획간의 연계, 통합에 초점을 두어 지자체로부터 통합 마스터 플랜 수립을 위한 공모 받음

□ 추진방법

- 사업응모자격
 - 자치단체 중심으로 응모
 - 민간의 경우 특별건축구역(건축법 69조), 미관 및 경관지구(국계법 37조)내 사업 응모가능
- 사업응모방법
 - 기획단계에서부터 주민의견 반영을 유도하기 위해 국토환경디자인 시범사업 추진협의회를 구성하여 응모
- 대상사업
 - 공공건축, 주택, 공공공간, 기반시설, 수변공간 및 기타 등 5개 분야
- 사업선정
 - 선정위원회 구성 및 사업평가·선정
 - 국가건축정책위원회 심의
- 선정사업 지원
 - 마스터플랜 비용(1~2억) 지원
 - 계획수립과정에서 디자인 총괄계획가 및 디자인 검토위원 등 민간전문가 지원
 - 2011년 시범사업은 4월22일까지 공모를 접수받아, 5월 말경에 선정예정
 - 2009년은 10개 사업에 총15억원, 2010년은 6개 사업에 총10억원 사업지원

< 3 >



< 3>

('09)

			3	9	40	
			3			
			3			
			3	9		
			3			
			3			
		3	7			
		4				
			5	15		
		, ,	5			
			5			
			5	9	30	
		,	4			
			5	15		
			5			
			5			
			3	6		
		. .	3			
				5		10
				5		
			.	2		10
			2			
.			2			
			2			
			2			
			5	10		
		5				
					100	

II. 공공디자인 시범사업 추진실태

□ 추진내용

- 2009년에는 공공공간 유형이 6건으로 가장 많이 선정되었으며, 2010년에는 기반시설 및 기타 분야의 사업유형이 5건으로 가장 많이 선정됨

< 4 >

				()	
'09				2	
				2	
				2	
				2	
				2	
				1	
		&		1	
				1	
		-		1	
		‘ , ’		1	
'10				2	
				2	
				1.5	
		! Redesign		1.5	
		‘ , ’		1.5	
				1.5	

□ 추진특징

- 국토환경디자인 시범사업은 실용정부의 국정과제의 일환으로 추진된 것이어서 ‘건축도시디자인을 통한 도시의 정체성 확립 및 브랜드 가치 제고를 위한 것’으로 추진목적을 명시
 - 100대 국정과제 중 세계적인 국가브랜드 가치 창출의 일환으로 지속가능한 국토환경디자인 정착 등 세부과제가 마련되었으며, 세부추진내용으로 ‘국토환경디자인 가이드라인 마련’, ‘경관협정 및 경관사업 표준모델 개발’, ‘국토환경디자인 시범사업 실시’ 등이 기 제시되어 왔음
- 이같은 국정과제의 추진을 위해 2008년 건축기본법 제정, 국가건축정책위원회가 설립되었으며, 2009년부터 국토환경디자인 시범사업이 실시됨
 - 건축기본법 제22조에 건축디자인 시범사업의 실시를 규정하고 있으며, 시행령 제20조에서는 국가건축정책위원회의 사업 심의, 건축디자인조정위원회의 구성·운영 등을 규정
- 즉 국토환경디자인 시범사업은 국토환경디자인 정책 확산을 위한 시범사업이어서, 시범사업 선정의 주요 평가항목 중 ‘디자인정책’에 대한 평가항목이 포함되어 있음
 - 건축디자인기준 구축계획, 건축디자인 기준의 목표, 민간 전문가 참여 등 건축기본법에 명시하고 있는 국토환경디자인정책의 추진기반을 확립하고 있는가를 평가함
- 또한 문화부나 행안부의 관련 사업은 시범사업의 구체적 사업내역에 국고를 지원하는데 반해, 국토부의 시범사업은 통합 마스터 플랜 수립에 대해서만 국고를 지원함

3. 행정안전부 생활형 지역공공디자인 시범사업

□ 추진목적

- 2011년부터 추진하고 있는 생활형 지역공공디자인 시범사업은 도시 및 지역공간 조성사업에 공공디자인을 적용시키는 사업으로서 창의적인 공공디자인의 확산을 통하여 국가 이미지 제고와 국민의 문화수준 향상에 기여하기 위해 추진
 - 선도모델지역을 육성함으로써 지자체 공공디자인 정책의 선진화 및 확산에 목표를 둠
- 바람직한 정주환경 개선 및 생활안전 등 생활형 공공디자인 개선사업을 통해 주민의 삶의 질 향상 기여
 - 타 부처 주관 공공디자인 사업의 사각지대 보완



II. 공공디자인

❏ 추진방법

- 사업기간: 2011년 5월~12월 (8개월)
- 사업유형예시
 - 지역 정주공간 개선사업, 생활안전 디자인사업, 가로환경 정비사업, 생태공간 조성사업
- 사업공모방식
 - 주민·전문가 의견수렴 등을 거쳐 시군구당 1개 제안서 작성후 시도 제출
 - 시도 주관 1차심사: 시도별 자체심사를 거쳐 3개 지역 이내 선정
 - 행정안전부 2차심사: 중앙심사위원회 구성, 서류심사를 통해 2배수 선정, 서류심사를 통과한 지역을 대상으로 현지실사, 최종 시범지역 선정
- 사업지원
 - 10개소에 총 40억원 지원 (지방비 매칭펀드 40억)
 - 개소당 3~5억원 차등지원 (지방비 포함 총 사업비는 6~10억원)
 - 사업집행과정에서 지역공공디자인 포럼위원 등 전문 자문단의 컨설팅 지원

< 5>

(2011)

	- - - -
	- - - - - -
	- () - - ()

< 4 >



□ 추진내용

- 2011년 선정된 10개 사업 중 정주공간 개선유형이 4건으로 가장 많았으며, 디자인 특화지역 조성 4건, 안전디자인 1건, 가로경관 개선 1건 등으로 나타남

< 6 >

		“ , ^^ ”		()
				,
				, ()
		“ ”		(, ,),
		C3 Space Design Plan		() ,
				, , ,
				,
				,
				(, , ,), ,



II. 공공디자인 시범사업 추진실태

□ 추진특징

- 행안부의 생활형 지역공공디자인 시범사업은 ‘생활형’이라는 사업명의 제시에서도 알 수 있듯이, 바람직한 정주환경 개선 및 생활안전 등 생활형 공공디자인 개선사업을 통한 주민의 삶의 질 향상이 사업목적임
 - 즉 공공디자인을 활용한 주민의 삶의 질 향상에 사업의 추진목적이 있는 것이지, 디자인 개선 사업에 목적을 둔 것이 아님
- 또한 문화부, 국토부의 기존 추진사업과의 차별성을 위해, ‘타 부처 주관 공공디자인 사업의 사각지대 보완’을 명시
 - 마스터 플랜 수립 지원에 한정된 국토부의 시범사업에 비해서는 보다 폭넓은 사업지원을 제시
 - 지역문화 커뮤니티 공간 조성에 한정된 문화부의 시범사업에 비해서는 보다 폭넓은 사업영역을 제시
 - 과거 지식경제부가 추진하여 오던 지역형 공공디자인 개발사업과 일견 유사한 측면이 있으나, 행안부의 사업은 디자인 개선보다는 일상생활환경의 개선을 통한 삶의 질 향상에 목표를 두었다는 점에서 목적을 달리함
- 단, 타 시범사업에 비해 사업기간이 짧아 단기간에 사업을 추진해야 하는 애로점이 있음

Ⅲ. 지역공공디자인 사업추진을 위한 지방의 대응전략

1. 기본방향

□ 참여적 디자인의 실현

- 전통적 디자인(Design 1.0), 협업적 디자인(Design 2.0)의 시대를 지나 참여적 디자인(Design 3.0)으로 디자인의 패러다임이 전환
 - 디자인 1.0은 대중을 상대로 한 전통적 디자인 방법으로 디자이너의 손에 모든 책임이 부여되며, 소비자의 선택을 강요하는 방식
 - 디자인 2.0은 소극적인 참여 디자인의 방법으로 디자이너가 사용자를 고려하여 전문분야내에서 협업하는 방식
 - 디자인 3.0은 적극적인 참여 디자인의 방법으로 사용자가 적극적으로 디자인 과정에 참여하여 소통의 과정을 통하여 함께 디자인을 생산하는 방식
 - 즉 참여적 디자인이란 사용자가 단순한 공급의 대상, 소비의 대상이 아니라, 디자인 생산과정에 적극적으로 참여하는 디자인을 주도하는 한 축으로서 위상이 변경되는 것임
- 참여적 디자인이 실현되기 위해서는 디자인이 생산자, 즉 디자이너 중심의 디자인에서 소비자, 즉 사용자가 중심이 되는 디자인으로 패러다임 전환 필요
 - 디자인 실력이 출중한 디자이너보다는 사용자와 소통할 수 있는 디자이너가 더 중요
- 디자인 영역에서 이러한 패러다임의 변화는 공공공간을 대상으로 하는 공공디자인 영역에서 더욱 중요한 과제로 대두됨
 - 이에 따라 각 부처의 시범사업 추진에 있어서도 주민의 참여를 전제하고 있음

□ 통합 디자인의 실현

- 통합 디자인(Total Design)이라는 개념을 사용하게 된 이론적 배경은 컨버전스(Convergence)에 있음³⁾
 - 종래 정보통신 산업분야간의 분리가 디지털 기술 발전으로 인해 서비스 영역 및 이에 대한 제도 범위의 경계가 불분명해지면서 제기된 용어임
 - 컨버전스 시대에는 이종산업간의 융합이 본격화되고 기능이 복잡해지면서 공통의 인터페이스에

³⁾ 장동련, 차승희(2008), 공공을 위한 도시의 통합 디자인 전략에 대한 제언, 기초조형학연구, 기초조형학 9(4) 참조 정리

Ⅲ. 지역공공디자인 사업추진을 위한 지방의 대응전략

- 대한 필요성이 높음
- 여기에 플랫폼적 접근방식의 필요성이 등장하는데, 플랫폼이란 예컨대 하나의 자동차 본체가 여러 가지 모델에 활용되듯이, 공통 활용요소를 바탕으로 보완적인 파생제품이나 서비스를 개발, 제조할 수 있는 기반을 의미
- 이러한 통합성이 도시 및 지역, 즉 공간영역에 적용되어 다양한 기능을 내재하는 도시의 전반적인 이미지 제고를 위해 통합디자인 기술을 적용
- 통합디자인은 주로 지속적인 기업이미지 제고를 위해 실시되어 왔으며, 디자인 통합을 바탕으로 하여 지금까지 기업, 지역, 국가에 이르기까지 디자인 영역에서 아이덴티티를 구축해 옴
- 즉 도시, 지역, 국가 브랜드 이미지 제고를 위해 통합디자인을 적용, 공공공간의 디자인 개선을 위한 노력들이 시도됨
- 지역공공디자인 사업의 추진에 있어 통합디자인 접근이 중요한 이유는 사업의 대상인 공공 공간의 영역이 공적 영역 뿐만 아니라 사적 영역까지 포함하며, 그와 관계된 다양한 이해 관계인들이 경합하는 일상생활의 장소이기 때문임
- 일례로 상업가로환경 개선의 경우, 가로변의 건물주, 상인, 이용자, 보행자 등 다양한 주체들 뿐만 아니라, 가로내에 놓인 가로등, 전신주, 공중전화기, 배전반, 가로시설물 등 다양한 시설물 관리 주체 등 다양한 이해관계인이 관계됨
- 다양성의 공간의 디자인 개선을 위해서는 통합적 기술을 적용한 디자인의 적용도 중요하겠지만 그에 앞서 다양한 이해관계자간의 공동의 노력이 전제되어야 함
- 따라서 통합 디자인에 있어서도 주민 참여는 여전히 중요한 문제이며, 거리의 다양한 관리 주체들간의 통합적 접근을 유도하는 통합적 디자인 전략이 중요한데, 이를 위해서는 다양한 영역, 즉 건축, 도시설계, 조경, 산업디자인, 공공예술가 등 디자인 생산 영역에서 다양한 주체들간의 협력적 디자인 생산(Co-design)이 무엇보다도 중요
 - 지역공공디자인 사업을 추진하고자 하는 자치단체의 경우에도 건축, 도시, 조경, 문화 등 다양한 영역을 담당하는 부서들간의 협력적 업무 추진이 중요한 과제임
- 이에 따라 각 부처의 시범사업 추진에 있어서도 다양한 영역의 전문가의 참여 및 공공디자인 전담부서 등을 중요하게 평가하고 있음

□ 커뮤니티 디자인의 실현

- 이상의 참여적 공공공간 디자인, 통합적 공공공간 디자인의 구체적인 실현은 커뮤니티 디자인으로 구현
- 커뮤니티 디자인은 엄밀하게 말하면, 커뮤니티에 의한 디자인(Design by Community)을 의미⁴⁾
 - 공동체가 주체가 되어 자신들의 생활공간을 디자인한다는 커뮤니티 디자인은 곧 주민참여 디자인과 맥락을 같이 함
 - 만약 커뮤니티 디자인의 두 단어를 순서를 바꿔 디자인 커뮤니티(Design Community)로 변형해 보면 커뮤니티 디자인은 말 그대로 공동체를 디자인한다는 것을 의미
 - 공동체를 디자인한다는 것은 좁게는 공동체 공간을 디자인함을 뜻하지만, 넓게는 주민들의 공존과 공유의 삶의 관계망을 디자인함을 의미
- 우리나라의 커뮤니티 디자인은 마을 만들기과 맥을 같이 함
 - 한국의 초기 마을 만들기 사례로 손꼽히는 대구 삼덕동의 담장 가꾸기, 도심 한복판의 오랜 역사적 장소를 보존하기 위하여 노력하였던 서울 인사동과 북촌의 마을 만들기, 쇠퇴한 재래 시장을 살리기 위하여 상인들이 두 발 벗은 부평 문화의 거리 만들기, 그리고 최근 마을 만들기 전담팀까지 조직적으로 구성하며 농촌형 마을 만들기 우수사례로 손꼽히고 있는 진안군의 마을 만들기에 이르기까지 마을 만들기 과정을 면밀히 살펴보면 그 속에 커뮤니티 디자인 활동이 담겨 있음
- 사실 디자인 커뮤니티의 의미를 담고 있는 커뮤니티 디자인 자체가 마을 만들기에 다름 아니지만 보다 명확한 개념 정의를 위하여 커뮤니티 디자인을 마을 만들기과 구분하여 사용한다면, 커뮤니티 디자인은 마을 만들기 중에서도 구체적인 생활공간의 물리적 디자인에 초점을 맞춘 것이라고 볼 수 있음
 - 공동체 만들기를 지향하는 커뮤니티 디자인의 개념을 보다 정확히 이해하기 위해서 일반 디자인에 대비되는 커뮤니티 디자인의 특성을 살펴보면 <표>와 같음
- 다양한 영역을 대상으로 다양한 주체들이 참여하여 추진될 수밖에 없는 지역공공디자인 사업은 커뮤니티 디자인의 방식을 통하여 디자인을 통한 지역주민들의 실질적인 삶의 질 제고에 기여해야 함
 - 이에 따라 각 부처의 시범사업 추진에 있어서도 지역주민의 삶의 질 향상에 대한 기여를 고려하고 있음

⁴⁾ 커뮤니티디자인센터(2009), 커뮤니티 디자인을 하다, 나무도서를 참조하여 정리



III. 지역공

< 7 >

	()	(+ +)
	.	,

: (2009:27),

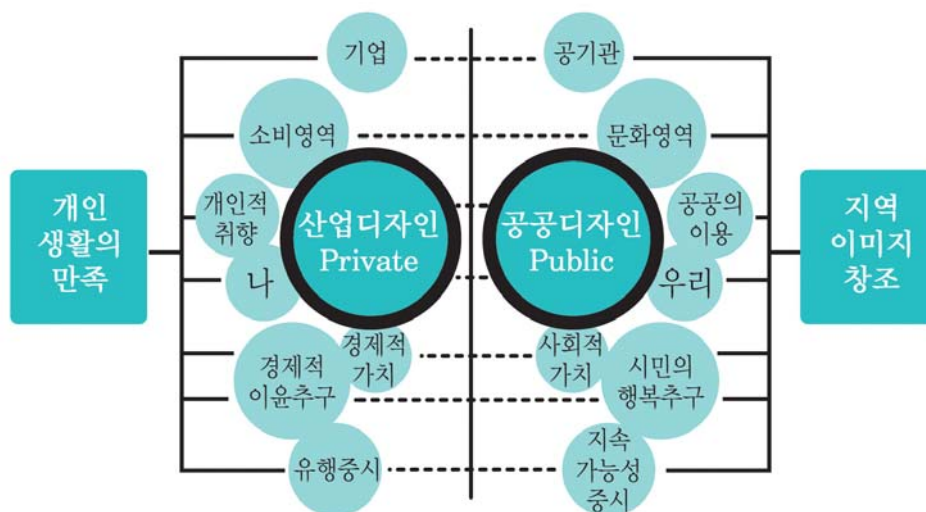
2. 지방자치단체의 지역공공디자인 사업 추진전략

□ 지역공공디자인 대상영역의 명확화

- 각 자치단체별로 정도의 차이는 다르지만, 공공디자인에 대한 개념을 명확히 이해하고 있지 못한 현실임
 - 그동안 공공디자인은 사적디자인과 그 차이점을 명확하게 구분짓지 못한 채 혼용되어 사용
 - 예를 들어 많은 자치단체들이 공공디자인을 도시꾸미기와 유사한 개념으로 사용하여 사용자의 안전성, 관리의 어려움, 노약자에 대한 배려 등을 도외시한 채, 오로지 미적 아름다움 혹은 과대포장만을 지향

- 공공디자인은 경제적 이윤을 지향하기보다는 시민의 안전, 행복과 같은 사회적 가치를 추구⁵⁾
 - 개인 차원을 넘어서 대다수 시민의 삶의 질을 향상시키고 도시 공공성의 질적 수준을 높여주는 도시 인프라를 만드는 것
 - 따라서 공공디자인은 개인적 취향, 특정계층의 요구, 유행을 따라가기보다는 객관적 보편성과 지속가능성에 초점을 두어야 함

< 5 >



: (2010:53)

- 지역공공디자인의 논의의 핵심은 시민이 함께 공유하는 영역에 대해 시민과 상호작용을 통해 미학적 측면 뿐만 아니라 기능적 유용성을 고려한 디자인 기법의 도입에 있으므로, ‘공공의 가치’가 ‘디자인 제고’에 우선하는 정책이 실현되어야 함⁶⁾
 - 즉 자치단체의 지역공공디자인의 정책목표에서 무엇보다도 중요한 것은 공공디자인을 누리며 향유하는 지역주민의 시선과 그들의 삶의 질 제고에 목표를 둔 공공디자인의 실현임

⁵⁾ 구자훈(2010), 도시설계적 관점에서 본 공공디자인 정책의 평가, 건축 대한건축학회 54(5). 참조 정리

⁶⁾ 이소영(2010), 지역주민의 삶을 질을 높이는 지역공공디자인 추진방안, 지역의 삶의 질을 높이는 지역공공디자인 세미나 자료집(2010.12.17), 한국지방행정연구원 참조 정리

Ⅲ. 지역공공디자인 사업추진을 위한 지방의 대응전략

- 공공디자인(public design)이란 실제로 시민들이 삶을 영위하는 장소, 즉 도시, 지역, 지구, 마을 등에서 수행되는 공적인 디자인으로서, 공적영역 사회 구성원 전체가 이용하기 쉽게 계획하고 실행하는 통합적인 디자인 활동을 의미
 - 공공디자인의 분류체계 가운데에서 시민의 일상적 삶의 공간과는 밀접한 관계가 없는 공공용품 디자인의 경우 공적 영역이라 할지라도 지역공공디자인 정책영역에서 제외하고 일반디자인 정책영역에서 다루는 것이 바람직
 - 한편 사적 영역일지라도 공공적 성격을 갖는 디자인은 공공디자인에 포함시킬 수 있음
 - 예컨대, 사적 영역에 해당하는 주거나 상업공간에서 지나가는 행인을 배려하기 위해 화분을 밖으로 내어 건다거나, 지붕이나 외벽에 다양한 시각적 설치물을 구현해 내었다면, 이는 공공 디자인의 영역에 속한다고 볼 수 있음
 - 따라서 지역공공디자인의 공간적 범위는 자치단체의 행정구역을 전체를 대상으로 하는 도시/지역 디자인에서부터 이웃과 소통하는 가장 작은 단위로 내 집/상점 주변 공간에 이르기까지 다양할 수 있음

< 8>

		, , , , , , , ,	
			(, ,), ,

: (2010:90)

- 개념적 정의로서 공공디자인은 사적 디자인과 대별되는 공적 영역의 디자인으로서 국가, 지방자치단체 등의 공적 기관이 공공공간을 대상으로 하는 공적인 디자인임
 - 현실 정책에서 공공디자인정책은 지구단위 디자인, 가로환경 디자인, 가로시설물 디자인, 간판 디자인 등의 정책으로 실행되어 옴

- 이로 인하여 공공디자인의 정책영역을 도시디자인의 한 영역으로 이해하는 경향도 있으나(구자훈, 2010) 엄밀한 의미의 공공디자인은 넓게는 국토디자인에서부터 지역디자인, 도시디자인, 마을디자인, 가로디자인 등 다양한 공간 위계를 모두 포함하는 것임
- 부처의 시범사업을 살펴보아도 지역공공디자인의 정책영역은 좁게는 가로 단위에서 넓게는 도시디자인의 영역까지 포괄하는 경우가 많음
- 따라서 지역공공디자인 사업을 추진하고자 하는 지방자치단체도 각 지역의 여건에 따라 지역에 적합한 공공디자인의 영역을 설정해야 함
- 즉 지역여건에 따라 도시디자인, 건축디자인, 공공디자인 등 다양한 전담부서가 사업을 수행할 수 있음

□ 커뮤니티 디자인 수법의 도입

- 다양한 영역을 대상으로 다양한 주체들이 참여하여 추진될 수밖에 없는 지역공공디자인 사업의 성공적인 추진을 위해 자치단체의 해당 사업부서는 커뮤니티 디자인 수법의 도입을 고려해야 함
- 지역공공디자인 사업의 목표는 디자인의 개선에 있기보다는 주민의 삶의 질 제고에 있기 때문에 사회적 가치를 실현하는데 노력을 기울여야 함
- 지역공공디자인의 공공의 가치 추구를 위해 도입을 적극 고려해야 하는 커뮤니티 디자인의 과제는 다음과 같음⁷⁾
 - 첫째, 시민의 생활 공공성 영역과 작가의 디자인 창의성 영역을 어떻게 통합할 것인지에 대한 설정 필요
 - 둘째, 디자인의 최종성과를 강조하기보다는 디자인이 해결해야 할 문제를 어떻게 조직화할 것인가에 보다 더 주목할 필요가 있음
 - 셋째, 다루는 대상지의 문제가 도시 전체가 갖는 보편적 문제인지, 아니면 대상지만의 특수한 환경인지 파악하여야 하며, 만약 보편적 가치를 가지는 해답이 되는 디자인은 다른 대상지에도 적용될 수 있으므로 이를 제도화할 것인지 하나의 사례로 참조할 것인지 판단해야 함
 - 넷째, 영역으로서 전체와 부분과의 관계가 치밀하게 다루어져야 함

⁷⁾ 이영범(2010), 통합디자인의 가치와 가치창출형 통합디자인 정책의 방향, 건축 대한건축학회 54(5). 참조 정리

Ⅲ. 지역공공디자인 사업추진을 위한 지방의 대응전략

- 이상의 과제를 해결할 수 있는 커뮤니티 디자인의 원칙은 다음과 같음(이영범, 2009:24-26).
 - 첫째 커뮤니티 디자인은 쉽게 접근 가능해야 함(public access)
 - 둘째 커뮤니티 디자인은 쉽게 사용 가능해야 함(public use)
 - 셋째 커뮤니티 디자인은 모두가 참여 가능해야 함(public participation)
 - 넷째 커뮤니티 디자인은 서로가 소통 가능해야 함(public communication)
 - 다섯째 커뮤니티 디자인은 공공의 장소를 기반으로 함(public place)
 - 여섯째 커뮤니티 디자인은 공공의 지원이 가능해야 함(public support)
 - 일곱째 커뮤니티 디자인은 공공 디자인이어야 함(public design)
 - 여덟째 커뮤니티 디자인은 쉽게 가꿀 수 있어야 함(public maintenance)

□ 커뮤니티 디자인 시범사업을 통한 추진역량 강화

- 한국의 몇몇 사례에서 커뮤니티 디자인 방식이 추진되고 있으며, 이러한 경험들이 이론적, 실제적으로 논의되는 수준에 이르렀으나 지역주민이 자율적으로 커뮤니티 디자인을 시도하기란 어려운 여건임
 - 따라서 지역이 주도적으로 커뮤니티 디자인 사업을 추진하기에 앞서, 커뮤니티 디자인 사업의 모범적 전형을 선정하여 지원하는 커뮤니티 디자인 시범사업이 실시될 필요가 있음
 - 중앙부처의 관련 시범사업에 응모하여 선정되어 추진되는 방법도 있겠으나, 추진의지만 있다면 지방자치단체의 자체사업으로서도 추진 가능
- 커뮤니티 디자인 시범사업의 추진을 위해서는 커뮤니티 디자인 전문가가 필요함(이소영, 2010:112-113)
 - 커뮤니티 디자이너는 기존 전문 디자이너의 역량에 더하여 지역주민과 소통할 수 있는 커뮤니케이션 능력을 갖추어야 함으로 디자인 능력도 중요하지만 주민참여 프로그램을 기획하고 주민참여를 유도해내는 테크닉도 갖추어야 함
 - 기존의 사례들을 살펴보면, 디자인과 소통이라는 두 가지 역할을 모두 수행해내기 위하여 대체로 전문가집단과 시민단체 또는 주민단체들이 협력체계를 구축하여 커뮤니티 디자인 활동을 수행해나가고 있음
 - 이 경우 디자인 전문가들은 대체로 소통의 경험들이 일천하며, 시민단체들은 디자인이라는 전문성이 취약
 - 커뮤니티 디자인 전문가 양성이 필요한데, 이를 위해서는 한편으로는 전문 디자인 및 생산자들을 대상으로 하는 주민참여 프로그램 교육 및 워크숍을 통한 상호학습과정이 도모되어야 하며, 주민 소통을 매개할 수 있는 매개집단에 대해서는 디자인 전문가를 영입할 수 있는 구조들이

지원되어야 함

- 지역주민들의 마을 만들기 경험이 보다 축적될 필요가 있음
 - 한국의 성공적인 커뮤니티 디자인 활동들은 모두 마을 만들기의 경험이 축적된 곳에서 발생
 - 커뮤니티 디자인의 도입과 육성은 마을 만들기 제도와 연계될 필요가 있음
 - 진안군의 마을 만들기 전담팀 및 안산시의 마을 만들기 지원센터 등에서처럼 관련 조직이 형성되어 있는 경우에는 현재의 조직내에서 커뮤니티 디자인 사업을 육성하면 될 것임
 - 마을 만들기가 제도적으로 지원될 수 없는 자치단체에서는 주민자치센터, 평생학습센터, 노인 복지센터 등과 연계하여 커뮤니티 디자인 방식의 주민참여 프로그램을 운영하여, 지역주민들의 마을 만들기 활동들을 지원해줄 필요가 있음
- 마지막으로 커뮤니티 디자인의 성공은 지역주민의 참여에 있으므로, 지역주민이 커뮤니티 디자인에 보다 관심을 가지고 참여할 수 있도록 이에 대한 적극적인 홍보가 필요함