



도시와 디자인 그리고 COLOR

- 디자인서울의 정책과 비전에 대해서

글 | 함나영 | 상품기획부 대리

전화 02-3433-7730 E-mail : naocool@ssyenc.com

1. 개요

2007년 10월 서울시는 샌프란시스코에서 열린 국제산업디자인단체협의회(IDSID) 총회에서 '2010 세계디자인수도(WDC)'로 지정이 되었다. 밀라노, 런던, 뉴욕, 파리 등 세계 유수의 도시들을 제치고 비교적 문화적, 디자인적 인프라가 약한 서울시가 세계디자인수도로 말은바 임무를 수행하기 위해 어떠한 계획을 가지고 어떠한 서울만의 색깔을 입혀야 할지 각국의 도시들의 지역색을 통해 알아보고, 디자인서울의 일환인 서울색 찾기와 더불어 현재 서울시가 추진하고 있는 디자인서울 사업에 대해 소개한다. 세계디자인수도 선정을 계기로 간략하게나마 우리의 삶 속 디자인과 환경색채에 대해 다시 한 번 되돌아보는 바가 되었으면 한다.

2. 도시와 색채

1) 도시와 색의 관계

색채의 기능은 인간의 필요와 밀접한 관계를 가지고 있는데, 이는 색채가 인간의 필요를 만족시킬 수 있는 많은 기능을 가지고 있기 때문이다.

색채의 기능을 크게 안전기능, 은폐기능, 물리적 기능, 생리-심리적 기능, 치료기능, 식별기능, 상징기능과 미적조화 기능으로 본다면 반면 도시의 기능은 정치, 경제, 방위, 교통, 제도, 시장, 주거, 교육, 커뮤니케이션, 문화, 복지 등의 기능으로 나누어 볼 수 있다. 이

두 기능들이 복합적으로 작용하여 만들어 지는 것이 도시의 색채가 되는 것이다.

친환경적 도시색채란 위와 같은 목적에 따라 적절한 계획이 반영되었을 때 비로소 조화롭고 세련된 색채환경이 확보될 수 있는 것이다.

세계디자인수도(WDC:World Design Capital)란?

세계디자인수도는(WDC)는 디자인을 활용하여 도시의 경제와 문화를 발전시키고 시민의 삶의 질을 개선한 성과가 뛰어나고, 그러한 디자인 비전을 수립 실천하고 있는 도시를 의미한다.

세계 각지의 도시를 대상으로 도시의 사회, 문화, 경제적 삶을 발전시키는 과정 속에서 디자인의 역할을 널리 알리기 위하여 2년마다 세계디자인수도국제경쟁(WDC Competition)을 실시하여 선정한다.

국제 디자인 연맹(IDA, International Design Alliance)이 추진하는 프로젝트로 한번 선정되면 1년간 세계디자인수도 자격을 유지한다. 이탈리아의 '토리노(TIRINO)시'가 2008년 시범도시로 선정된 후 2007년 10월 21일 서울시가 처음으로 공식 경쟁을 거쳐 선정되었다.



• 커뮤니케이션 기능

• 안전 기능

• 식별 및 상징 기능

2) 각 국가별 지역색

세계 각 국가와 도시는 각기 다른 토향과 문화를 지니고 있다. 그렇기 때문에 지역적 특성을 적절하게 반영해 색채를 사용하는 것은 고유문화를 나타내는 데 있어 매우 중요한 요소 중 하나로 자리 잡고 있다. 예를 들어 네덜란드의 오렌지색이나, 이탈리아의 초록색, 중국의 붉은색, 지중해의 도시하면 순백의 하얀색을 떠올리게 된다.

또한 지역색은 몇 백 년 몇 천 년을 지니고 내려온 고유한 문화에서 뿐만 아니라 특정 건축물에 의해서도 나타나기도 한다. 시드니의 오페라 하우스, 빌바오의 구겐하임 미술관 등은 건축물 하나에 의해 도시의 이미지와 지역색을 구축하는데 결정적인 작용을 하고 있다.

여기서는 대표적인 도시의 상징색과 그 색을 어떻게 도시 환경에 접목하고 있는지 외국 사례를 통해 알아보고자 한다.



① 런던의 도시색

빨강 : 런던은 색깔을 통해서 도시 브랜드를 만들어간 대표적인 도시이다. 먼저 빨강은 영국의 전통적인 색깔로 현재 런던의 상징색이며 시민들에게 필요한 주요 시설을 빨강색으로 표현하고 있다.



런던 중심의 시설물과 2층 버스

회색, 검정 : 사용빈도가 낮은 시설은 회색과 검정으로 계획하여 시설물에 대해 도심의 건물은 배경이 되도록 조성하고 있다.



• 런던 시청사

• 레스토랑 건물

파랑 : 2012년 런던 올림픽을 대비 '전통과 첨단 도시' 이미지를 만들기 위해 빨강에 파랑을 접목하는 작업을 진행 중이다.



• 런던 밀레니엄 돔

• 런던 타워힐

② 토론토의 도시색

토론토는 다른 도시에 비해 전통이 깊은 도시는 아니지만 입체벽화(3D mural)를 이용하여 건물 외벽에 새로운 생명을 부여하여 하나의 예술로 자리 잡고 토론토만의 색깔을 만들어 가는 동시에 시민들의 눈과 마음을 즐겁게 하고 있다.



토론토시와 퀘벡시에 있는 뮤럴 작품이 적용된 건물들

③ 베를린의 도시색

독일은 통일 후 수도를 베를린으로 옮기면서 엄청난 예산을 들여 새로운 도시를 만들고 있다. 국회의사당, 국립미술관 등 유명 건축가들의 최첨단 건물들이 선보이면서 적은 색채를 사용하여 단순성을 표방하고 있다. 베를린은 미스 반 데어 로에의 'less is more' 즉 한 두 가지의 강한 색을 사용해 훌륭한 환경 색채를 만들 수 있다는 의미를 가장 잘 내포하고 있는 도시라고 할 수 있다.



• 베를린 국립미술관

• 국회의사당 돔과 베를린 장벽의 벽화

④ 일본 도시색

일본은 2003년 3월 '아름다운 나라 만들기 정책 대강'을 국토교통성에서 발표한 이래 2005년 6월부터 세부정책으로 경관녹삼법을 발표, 시행하고 있다.



• 고베시 경관계획

• 일본의 유니버설 디자인



이는 국토를 국민의 자산으로 여겨 일본의 자연과 조화를 이루어 정비하고 물려준다는 이념 하에 각 분야별 경관형성을 위한 가이드라인을 책정하여 시행하고 있다. 특히 가이드라인에는 의장 및 색채 계획과 시공방법 등을 지역특성에 따라 적용하도록 책정되어 있어 획일화된 정책이 아니라 지역의 특색을 고려한 총체적 정책이라 할 수 있다.

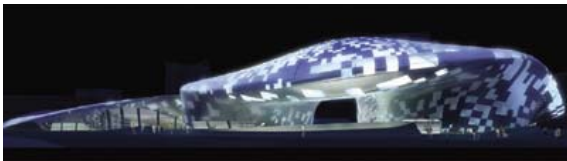
3. 세계디자인수도 서울의 디자인 정책과 비전

서울시는 2010년 WDC의 개막과 함께 세계 시민들을 대상으로 서울 디자인 선언문을 발표하였다. 선언문에서는 좁은 의미의 디자인에 국한하지 않으며 서울의 기본 기능과 중심 가치를 확대하고 산업과 인간의 유기적 조화 속에 도시의 미래 가치를 극대화하는 통합적 의미를 추구함을 표방했으며 이에 따른 추진 사업을 발표하였다.

1) 세계디자인수도 서울 대표 추진사업

① 월드디자인 플라자

디자인 산업육성으로 동대문운동장 자리에 월드디자인플라자 건립을 추진하고 있다. 세계적인 건축가 자하하디드가 설계한 월드디자인플라자는 서울도심의 랜드마크이자 아시아 디자인비즈니스 중심 거점으로 일반인을 위한 문화공간이자 기업들의 디자인상품 테스트베드와 국제교류를 위한 플랫폼의 기능을 가지게 될 예정이다.



② 서울디자인 자산 발굴

서울은 우수한 문화를 계승 발전시켜 온 서울의 역사적, 문화적, 물리적 자산을 디자인을 통해 재해석하고 고유한 서울디자인의 원형을 발굴하고, 이를 재현, 재구성, 재창조하여 디자인문화의 토대를 구축하는 연구개발사업을 추진하고자 한다.



2) 디자인 서울 비전과 전략

① 디자인 서울 비전



- 건강한 생체도시 : 자연과 환경
- 품격 있는 문화도시 : 역사와 문화
- 역동적인 첨단도시 : 기술과 산업
- 지식 기반의 세계도시 : 인간과 건강

② 디자인 서울 전략

디자인서울의 세부 전략으로 아래와 같이 4가지의 콘셉트를 가지고 서울 고유의 브랜드를 창출하여 도시 경쟁력을 제고한다는 것이 서울시의 계획이다.

비우는 디자인서울 (Airy)	- 쾌적하고 여유있는 공공공간 - 저밀도, 고품질 공공시설물 디자인
통합하는 디자인서울 (Integrated)	- 다기능, 다목적 공공디자인 - 통합된 도시디자인 실행체계
더불어하는 디자인서울 (Collaborative)	- 시민, 전문가, 행정, 파트너십 형성 - 참여형, 체험형 디자인사업 추진
지속가능한 디자인서울 (Sustainable)	- 자연과 인간친화적 디자인 - 미래지향의 순환 가능한 디자인 - 지속적 사후평가 및 환류 시스템

3) 디자인서울과 서울의 색

서울시는 디자인서울의 세부정책으로 디자인서울 가이드라인을 만들어 옥외시설물 및 광고물, 공공공간과 공공 건축물 등 난무해 있던 환경디자인에 원칙과 표준을 만들어가는 일을 진행하고 있다. 이와 함께 서울상징과 서울색, 서울서체 등 디자인 가이드라인의 기초가 되는 아이템을 발굴, 재정비하여 서울 르네상스를 도래한다는 목표를 가지고 있다.

① 디자인 가이드 라인

디자인 가이드라인 : 2007년 공공시설물 6종을 선정하여 디자인 개선 사업을 시행한 이후 2008년 3월 옥외광고물 가이드라인과 5월 현재 공공 건축물, 공공시각매체, 공공공간 가이드 라인을 수립 중에 있다. 수립된 가이드라인은 외부 환경에 대해 체계적이고 일관성 있는 방향과 목표를 설정하여 서울디자인위원회의 분야별 심의기준으로 활용하고 있다.



• 2007년 사업대상 시설물 디자인

• 옥외광고물 가이드라인 (2008)

② 서울의 상징과 색과 서체

- 서울의 상징 : 서울만의 고유한 특징과 이미지를 담은 독창적 상징을 개발하여 도시 마케팅 및 브랜딩에 활용을 위한 목적으로 연차별 사업을 추진 중이며 지난 5월 13일 상상속의 동물 '해치'를 서울의 상징으로 선정 기본 디자인안을 발표하였다.
- 서울의 색 : 서울색 정립을 통하여 무분별한 도시환경 색채를 개선하고 도시의 정체성을 확립한다는 취지 하에 서울에 대한 현황 조사 및 여론조사, 전문가 자문 등을 통하여 서울의 상징색으로 '단청빨간색'과 함께 10개 대표색, 600개 권장색을 발표하였다. 서울의 대표색은 앞으로 건축물 및 가로시설물, 조형물 등에 적용되어 서울의 일관된 이미지를 구성하는데 사용될 예정이다.
- 서울의 서체 : 영국의 브리스틀이나 독일의 도시들은 각종 시각 매체의 글씨체를 통일되게 만들어 그 도시만의 개성을 느끼도록 조성되어 있다. 이처럼 서울시도 디자인 관련 사업의 지속적 확대에 따라 서울서체를 개발하여 활용을 앞두고 있다. 서울서체는 보는 사람들에게 '열린 마음'과 '선비 정신'의 이미지를 보여주는 데 주안점을 두어 기존 일반 글씨체보다 자음 크기를 크게 줄여 자음과 모음 사이에 여유 공간이 커지는 효과를 만들어 '열린 공간'이라는 느낌을 받도록 디자인 되었다.



• 5월22일 발표된 서울 대표색 10색



• 6월부터 단계적으로 적용될 서울서체

4. 맺는말

흔하게 하는 말들로 '디자인 홍수 속에 살고 있다' 라거나 '소리 없는 디자인 전쟁 중이다', '디자인이 경쟁력이다' 등 디자인의 중요성에 대해 수없이 많은 말들을 소리 높여 하고 있다.

그러나 정작 그 안에는 어떤 디자인이 좋은 디자인이며 경쟁력 있는 디자인을 만들기 위해 어떤 실천을 해나가야 하는지에 대해서는 모두 함구하고 있었던 게 사실이다.

특히 건설 환경 분야에서 새롭게 디자인과 색채에 대한 인식이 부각되어 여러 부분에서 적용하고 있기는 하나 대다수의 건설사가 내가 먼저 나간다고 보다는 닦아 놓은 길을 따라가고 있는 것이 자금의 현실일 것이다.

세계도시를 제치고 서울이 세계디자인수도로 지정된 것은 이미 좋은 디자인 인프라를 구축하고 있어서라기보다는 앞으로 여러 디자인 개발 사업을 통하여 한발 앞서가는 디자인을 보여줄 수 있는 가능성을 보았기 때문일 것이다.

서울시가 디자인서울 계획을 추진해 나감으로써 환경 디자인에 대한 체계적인 정책이 수립되기를 바라며, 이는 비단 환경 디자인이라는 단편에 그치는 것이 아니라 도시의 경쟁력과 정체성을 확립하는데 커다란 모티브가 될 수 있기를 기대해 본다. S

참고문헌

1. 도시환경과 색채(2005), 안그래픽스
2. 환경색채계획론(2001), 이화여자대학교 색채디자인연구소
3. 한·일 환경색채디자인 세미나(2008, 3, 26)
4. 서울시 디자인서울 총괄본부(<http://design.seoul.go.kr>)
5. WDC SEOUL 2010(<http://wdc2010.seoul.go.kr>)