

디자이너 에코이즘 안양

“도시에 디자인을 입히다”

1977년 범죄와 경제 불황으로 허덕이던 때 뉴욕시는 ‘I♥NY’이라는 브랜드를 만들고, 본격적으로 새로운 도시 이미지를 만들기 위한 디자인 정책을 펼치기 시작했다. 도시 곳곳에 창조적인 건물이 세워지고, 공공디자인 시설물이 정비되는 등 뉴욕만의 스타일을 창조해 도시를 상품화하는데 성공했고, 그로인한 고부가가치는 숫자로 환산하기 어려울 정도이다. 이는 단순히 도시가 아름다워졌다는 것을 떠나 공공 디자인 정책을 통해 도시에 대한 인식도 바뀌고 더불어 삶에 질이 높아지게 된 것을 의미한다. 세계 도시는 지금 보다 나은 삶의 환경을 위해 디자인과 한바탕 전쟁을 벌이고 있다. 이에 안양시도 아름다운 도시, 행복한 도시 만들기를 위해 점진적으로 디자인 정책을 펼치며 실천하고 있다.

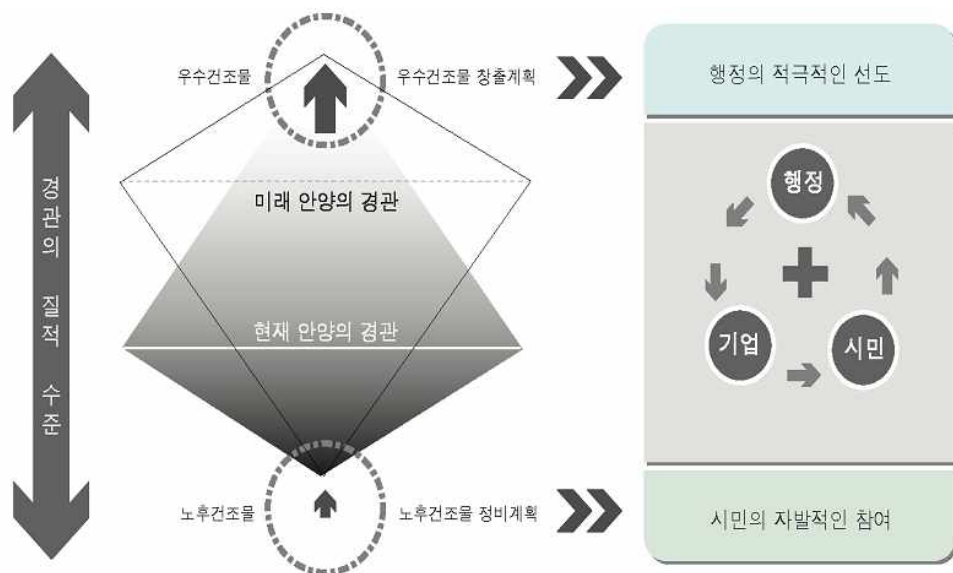
매력적인 도시를 만든다 ‘안양 아트시티 21 프로젝트’

안양시의 도시 디자인 사업의 시작은 2002년으로 거슬러 올라간다. 안양시는 수도권 인접 도시로서 수도권 팽창으로 인한 인구 이동이 빠르게 진행되면서 이에 맞추어 산업화와 도시화가 급속하게 이루어진 도시이다. 짧은 시간 안에 급성장의 성과는 이루어졌지만 이로 인한 부작용도 적지 않았다. 도시 경관에 대해 생각할 여유도 없이 무분별한 개발이 이루어져 자연경관이 축소되고 도시 미관은 황폐해졌기 때문이다. 물질적 풍요를 얻는 방식으로 이루어진 개발은 오히려 시민의 삶의 질까지 떨어뜨리는 결과를 낳은 셈이다.

이에 대한 심각성을 인식한 안양시는 체계적인 도시 발전이 필요함을 느꼈다. 문제를 해결하기 위해 시작된 프로젝트가 공공디자인의 근원을 만든 「안양 아트시티 21(Anyang Art City 21, 이하 AAC21로 표기)」이다. ‘AAC21’은 창조적이고 아름다운 도시 공간과 쾌적한 도시 환경을 만들기 위해 계획된 도시경관기본계획 프로젝트로 5단계에 걸쳐 진행되었다.

제 1단계에서는 일본, 미국 등 선진 도시 벤치마킹을 통해 안양시에 맞는 사업 전개 목표를 정하고, 기본계획수립의 방향을 잡았다. 제 2단계에서는 적극적으로 프로젝트를 추진할 전담부서를 신설하고, 제 3단계에서는 도시 계획, 건축, 색채, 조경, 환경, 조명, 교통 분야에 대한 마스터플랜을 완성하였다. 마스터플랜은 보다 더 구체적인 도시환경색채, 집단주거단지, 옥외광고물, 가로시설물, 교량, 일반허가 건축물 등 도시경관에 대한 가이드라인을 완성하고, 시민공청회를 통해 시민들의 적극적 자발 참여 프로그램을 통해 행정, 기업, 시민이 3위 일체가 되어 프로젝트를 진행시켰다. 제 4단계로 전국 최초 학식과 경험이 풍부한 대학교수와 관내 건축사와 관계분야 전문가 6인으로 구성된 ‘AAC21 건축자문단’을 설치하여 질적 향상을 이루도록 했다. 현재까지 건축자문단은 550회 5,500건 이상의 자문을 통해 건축 허가와 착공 전 단계에서 설계에 관한 자문을 통해 우수 건조물이 건립되도록 적극적으로 유도하고 있다. 마지막 5단계로 ‘안양시건축문화상’을 제정하여 매년 페스티벌 형식의

문화행사로 개최해 지역 건축문화 발전과 아울러 아름답고 품격 있는 도시로 거듭날 수 있도록 하였다. 이것은 무엇보다 시민들의 적극적인 참여와 의식의 변화를 가져오는데 큰 역할을 하고 있다. 안양시건축문화상은 안양시건축조례개정(조례 1821호)과 안양시건축문화상 운영규칙 제정(규칙 제1149호)에 근거를 마련하고 있다. 2003년 1회를 시작으로 2008년까지 매년 개최하여 5회에 이르렀으며 2009년 6회 개최를 앞두고 있다. 무엇보다 ‘AAC21’이 성공적인 행진을 할 수 있었던 것은 시민이 공감하는 사업으로 시 전체의 건축물, 가로시설물 및 보행환경의 조사를 바탕으로 개선할 점을 구체적으로 지적하여 실현 가능한 계획으로 이루어졌기 때문이다. 실제 시민들이 눈으로 직접 도시 미관이 달라지는 것을 느꼈기에 적극적인 참여가 이루어질 수 있었다. 또한 부문별·용도별 세분화된 디자인 가이드라인을 제시하여 누구나 시의 홈페이지를 통해 쉽게 이용할 수 있도록 하였다. 이러한 접근성이 쉬운 실천 가능한 시스템이 마련된 ‘AAC21’ 프로젝트는 2008년 건축과로 업무를 분장하여 운영되고 있다.



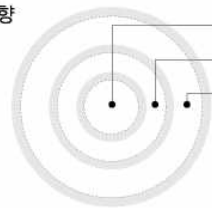
<도표설명> ‘AAC21’ 도시경관 기본 계획

간판이 아름다운 도시

도시 미관의 해치는 요인으로 가장 많이 거론되고 있는 무분별한 간판에 대한 정비 사업은 2005년 기본계획 수립과 실시용역 현상공모를 통해 시작되었다. 중앙로 1.5km 1개 노선과 주요 도로변 8.4km 4개 구간, 안양1번가 1.95km 9개 구간으로 총 13.45km 14개 노선으로 사업 구간을 정하고, 사업비 151억 3천 6백만원을 지원받아 진행되었다. 가장 힘들었던 것은 고정된 주민들의 인식을 바꾸고 설득시키는 작업이었다. 사업지역 주민들을 대상으로 광고물 프로젝트에 대한 주민설명회를 갖고, 간판클리닉을 통한 아름다운 간판이 도시 경관뿐만 아니라 점포의 이미지 상승에도 얼마나 영향을 주는지 이해와 설득을 통해 광고물 정비와 교체에 들어갔다. 간판 디자인도 블록 단위로 거리에 테마를 주어 이야기가 있는 도시,

견고 싶은 도시, 활기찬 거리와 나아가 문화적 의미 맥락을 형성하여 거리에 대한 문화적 자긍심을 고취할 수 있도록 하였고, 3개의 사업 구간을 안양 ‘미래의 거리, 나무의 거리, 예술의 거리’로 테마를 두어 각각 주제에 맞는 소재와 형태로 디자인되어 정비가 되었다. 새로운 간판 설치에 대한 명확한 디자인과 가이드라인을 통해 쉽게 이해할 수 있도록 하였다. 또한 아름다운 간판에 대한 인식의 변화를 위해 간판에 대한 정의를 쉽게 정리하여 주민들의 인식 변화와 이해에 도움이 되도록 했다. 무엇보다 간판 정비의 성공적인 추진은 주민들의 인식 변화를 위한 끊임없는 교육과 홍보 그리고 설득이라 할 수 있다. 현재 안양시 간판 정비 사업은 중앙로 100%, 주요 도로변 87%, 안양 1번가 19%가 완성 되었고, 2009년까지 남은 사업구간을 모두 완성할 예정이다.

• 디자인 방향



- A: 블록 단위로 거리에 테마 부여: 이야기가 있는 거리 / 견고 싶은 거리
- B: 거리의 문화적 의미 맥락 형성: 거리에 대한 문화적 자긍심 고취
- C: 활성화된 거리: 살아나는 상권의 거리

• Design Concept

안양여고 사거리 / 중앙 사거리	안양미래의 거리 Anyang Future Block
중앙 사거리 / 벽산 사거리	안양나무의 거리 Anyang Tree Block
벽산 사거리 / 우체국 사거리	안양예술의 거리 Anyang Art Block



<도표설명> 간판이 아름다운 도시를 위한 간판 디자인 방향 및 컨셉

아름다운 간판에 대한 생각

간판은 문화적 감수성의 표현이다.
 간판은 이제 하나의 미학이다.
 간판은 가게의 이미지를 결정짓는 중요한 요소이다.
 간판은 도시의 이미지를 새롭게 만들고 있다.
 간판은 단순한 시각적 첨가물이 아니다.
 간판은 업주의 사회적 책임이다.
 간판은 이제 옆집 간판과의 경쟁이 아닌 조화를 이뤄야 한다.
 간판은 우리 사회의 모습이다.
 간판은 단순한 홍보물이 아닌 비주얼 아트이다.
 간판은 디자인 에너지로 다시 태어나고 있다.

<내용설명> 안양시 아름다운 간판에 대한 정의



<사진설명>

안양1번가 만안로 간판이 정비된 모습.

파니플렉스 간판을 철거하고 LED 발글자형으로 교체하여 깔끔한 도시 미관을 만들었다.



<사진설명>

좌)안양1번가 만안로 간판이 정비된 모습, 우) 정비된 간판에 조명이 들어온 야간의 모습

도시의 거리, 공원이 미술관

안양시는 2002년 'AAC21'를 시작으로 '건물이 아름다운 도시'를 조성하면서 국내 최초로 '공공예술프로젝트'를 도입했다. 지난 2005년 제1회 안양 공공 예술 프로젝트(Anyang Public Art Project2005, 이하 APAP2005로 표기)를 통해 당시 안양유원지를 안양예술공원으로 바꾸고 국제적 명소로 만들었다. 제1회 공공예술 프로젝트가 열린 과거 안양유원지는 50년대 관악산과 삼성산 골짜기에 흘러내리는 물로 만든 안양유원지 수영장으로 처음 문을 열었던 곳이다. 이어 60년대 오락시설을 갖춰놓고, 안양 특산물인 포도, 딸기를 싼 가격에

구입할 수 있어 유명세를 탔다. 보트, 그네, 전자오락실과 어린이용 놀이기구를 함께 갖춰 여름이면 최대 8만 명의 나들이객이 찾았다. 그러나 80년대 들어서 과천 서울대공원을 비롯해 수도권에 놀이공원과 동물원이 잇따라 생기자 안양유원지는 쇠퇴의 길로 들어섰다. 음식점이 무질서하게 들어섰고, 계곡물도 더러워져 환경 훼손이 심각했다. 이에 더 이상 훼손되어지는 것을 볼 수 없어 안양시는 묘책을 생각해냈다. 그것이 바로 공공예술프로젝트의 시작인 것이다. 안양시는 APAP 프로젝트를 위해 도로 정비와 계곡 수질 개선에도 440억을 투자했다. 안양유원지의 개발 사업은 도시개발과 공공예술을 접목한 성공 모델이라 할 수 있다. 이들 작품은 대상지역을 방문한 작가들이 장소를 고르고 작품을 구상해 도면 또는 스케치 형식으로 제안으로 하면 시에서 제작, 설치하는 방식으로 만들어졌다. 작가·주민·제작자 사이의 협의를 거쳐 장소가 설정되고 이루어졌다.

제1회 때는 국외 38명의 작가와 국내 73명의 작가가 참여해 70억원을 들여 영구 작품 52점을 비롯한 97점의 작품을 설치했고, 제2회에는 평촌 신도시를 무대로 옮겨 현대 예술을 통해 도시의 정체성을 재발견할 수 있도록 새롭게 제안하였다. 2006년 1월부터 2007년 12월까지 평촌로와 시민로 주변에서 42명의 작가가 참여해 43억원을 들여 45개 작품을 설치했다. 이렇게 안양은 국내외 유명 작가의 수준 높은 공공예술작품을 보유하면서 ‘공공미술 1번지’로 자리매김하게 되었다. 안양공공예술이 성공할 수 있었던 요인은 세계적 작가들의 예술작품을 안양에서 볼 수 있도록 모았기 때문이다. 평촌 중앙공원에 있는 독일의 대표적인 설치미술가 ‘글로리아 프리드만’의 ‘시간의 파수꾼’, 안양예술공원에 설치된 네덜란드 대표 디자인 그룹 ‘MVRDV’의 작품인 ‘안양 전망대(Anyang Peak)’등 동시대 세계 거장들의 작품을 가까이서 느낄 수 있다. 미술관으로 가지 않아도 일상적으로 작품을 대할 수 있고, 시 차원에서 공공미술 프로젝트를 하는 모습이 주민들에게도 좋은 인상을 주게 되었다.

공공시설과 공간에 대한 공공미술 행위를 비롯한 건축, 조형, 디자인, 조경 등이 혼합된 예술 작업은 안양을 더욱 매력적인 도시 환경으로 만들었다. 주민들이 예술작품을 직접 만져보고 가까이서 편안히 즐길 수 있도록 한 도심 전체를 미술관으로 만든 전략이 성공한 셈이다.



<사진설명>

좌)네덜란드 디자인 그룹 ‘MVRDV’의 ‘안양 전망대’, 우)‘글로리아 프리드만’의 ‘시간의 파수꾼’

자연친화적 그린환경과 디자인 · 예술 도시로 전환

안양시는 만안구 일원을 대상으로 문화체육관광부의 지원을 받아 2007년부터 2011년까지 5년간 총사업비 100억원(국비50억·시비50억)이 투입되는 중장기 프로젝트인 공공디자인 시범도시 사업을 진행 중이다. 이를 위해 안양시는 산하에 예술도시기획단, 공공예술재단을 설립해 공업도시에서 예술문화 도시로 변모시키는 중장기적인 도시 공공디자인 계획을 수립, 실천해 나가고 있다. 현재 사업의 기초를 이루는 기본구상과 컨셉 플랜이 완성되었고, 공공디자인 시설물 통합디자인 가이드라인 및 기본 설계 개발이 이루어진 상태이다.

안양시 만안구 공공디자인사업(APDP:Anyang Public Design Project)의 컨셉 플랜은 자연친화적 생활환경 즉, 도시정원을 만들고, 미래 안양의 모습을 보여주는 일이다. 안양시는 2011 상반기 실시설계를 완성하여 2012년 막바지 공사마무리 작업 중이다.

그 첫 번째 완성물로 APDP의 대상지 중 한 곳인 삼덕공원 옆 보도 공사가 최근 마무리되었다. 안양시의 최초의 디자인 거리인 썸이다. 만안구 삼덕공원 둘레의 220m 보도로 2010년 4월 22일 삼덕공원 개장에 맞춰 공사를 마친 보도는 벌써부터 독특한 디자인으로 시민들의 사랑을 받고 있다. 안양시는 삼덕공원과 조화를 이루는 보도를 만들기 위해 기존의 전형적인 보도 패턴에서 벗어나 다양한 소재를 사용하여 편안하고 재미있는 거리로 바꾸었다. 보행을 위한 별도의 보도가 아닌 마치 공원 속 오솔길을 걷고 있는 것 같은 공원의 연장선 안에 있도록 느끼게 하는 것이 이 거리의 디자인 컨셉이었다. 이에 철저히 공원의 디자인에 사용된 소재와 컬러를 분석하여 어울리도록 하였고, 부드럽고 따뜻한 공원의 이미지에 어울리게 나선형 패턴으로 보도를 디자인하였다. 내구성이 좋은 친환경 소재인 합성우드를 이용하여 부드럽고 따뜻한 우드길을 만들고, 투수블럭과 사고석을 이용하여 고급스럽고, 세련된 이미지를 연출하였다. 가로수 아래에는 인공적인 별도의 가로수 덮개 대신 도심의 황폐한 환경속에서도 강인하며 푸름을 만들 수 있는 맥문동을 심어 도시 정원을 지키기 위해 노력했다.





<사진설명>

안양시에 처음으로 시도된 삼덕공원 옆에 조성된 디자인 거리.

기존의 직선의 딱딱했던 보도 패턴이 아닌 라운드의 부드럽고 리드미컬한 디자인과 합성우드, 투수블럭, 사고석 등 3가지 이상의 재료들을 조화롭게 사용하여 마치 공원 속의 오솔길처럼 아름다운 디자인 거리를 만들었다.

이 외에도 안양역을 중심으로 병목안길(안양역 광장, 안양역 광장~중앙로)과, 중앙로 일부 구간(수암천 복개천~우체국사거리, 우체국사거리 지하보도), 벽산로(중앙성당, 장래1로 교차점~중앙로, 중앙로~만안로)에 대한 디자인 거리는 완료상태이며, 도시정원, 만안(萬安)한 길, 창조도시 안양'을 만들겠다는 디자인 컨셉플랜을 주제로 안양시의 구도심지인 만안 지역을 재생시키겠다는 야심찬 계획이다. 사람, 동·식물, 거리, 건물 등 도시 안의 모든 객체들의 경계를 없애고, 더불어 살기 좋은 공존공생의 도시, 다양성이 함께 공존하는 도시로 만드는 것이다.

이에 현재 시에서는 보행자 중심의 걷고 싶은 거리 환경을 만들기 위해 안양역을 중심으로 차선 변경 계획을 계획하고 있다. 이에 현재의 교통 흐름을 더욱 원활하게 하긴 위한 방법을 찾고자 전문업체에 교통에 관한 용역을 의뢰하고, 다양한 디자인으로 새로운 도시의 모습을 꾀하고 있다. 성공적인 사업을 위해 모든 사업에 대한 내용은 한 달에 2~3번 이상 집행위원회 모임을 통해 각 분야 전문가들을 통해 지속적인 자문으로 이루어지고 있다. 디자인을 통해 사용자 중심의 편안하고, 아름다운 도시로의 변신하고 있다.

— 한글형

— 한문형

— 특수형



<사진설명>

안양시 공공디자인 PI이다. ‘처음처럼’의 캘리그래피로 유명한 신영복 교수의 글씨로 디자인되었다. 모두가 편안한 도시를 만들기 위한 의미를 글씨에 담아 집과 도시에서 편안하게 쉬고, 걷는 사람의 모습을 표현했다. 컬러는 땅과 녹색의 자연을 상징한다.

안양천 명소화를 위한 Happy Walking

안양천은 과거 오염하천으로 불렸던 오명을 벗고자 2001년부터 안양천 살리기 종합계획을 수립하고 수질개선, 수량확보, 생태복원 등 중장기 사업을 통해 체계적으로 진행 중이다. 그리고 안양천을 명소로 만들고, 시민과 좀 더 가까이 다가가기 위해 ‘안양천 Happy Walking’ 사업을 통해 안양천을 찾는 시민들에게 다양한 볼거리와 휴식 공간의 제공하려는 계획을 수행 중에 있다. 이에 공공디자인을 적용한 경관개선과 공간·건축·랜드 디자인으로 안양천 랜드마크 조성 및 보행에 안전하고 데이트 코스로 사랑 받을 수 있는 구간별 야간 경관 조명계획 등 다양하고 특색 있는 사업으로 안양천 브랜드화 사업을 추진 중이다.

시는 이를 위해 한국디자인진흥원과 공동으로 올 상반기에 디자인 개발을 마친 뒤 2011년까지 40억원을 투자하였다. 이번 사업은 하천을 생태 공간에서 나아가 볼거리와 문화휴식 공간으로 업그레이드하기 위한 것으로 안양, 학의천에 홍물로 지적받고 있는 교량과 교각, 독, 석축, 주차장 등 5개 분야 10곳이다. 이에 따라 비산대교, 비산교, 덕천교 등 3곳의 경우 공간 디자인 개념이 도입돼 시민들이 편안하게 휴식할 수 있도록 깔끔한 디자인으로 덧칠한 다양한 휴식, 테마공간으로 만들었다. 또 양명교 하부, 안일교 주변, 쌍개울 데크 주변에는 교각이나 석축, 징검다리를 이용한 다양한 경관 보행 조명이 설치돼 아름다운 밤 풍경을 연출하였다. 이 밖에 경남아너스빌 옆과 충훈2교 독에는 테마 화장실 등을 갖춘 건축디자인이 도입되었고 안양2동 대우아파트, 학의천 중앙초등학교 주변은 억새풀, 관찰 데크 등을 활용한 랜드 디자인이 도입되었다.

시는 하천 범람 시 유속에 방해되지 않도록 공학적으로 디자인을 개발하고 시설물 수량을 간소화하고, 하천 독에 다양한 꽃과 나무를 심고 바닥 포장 역시 하천과 어울리는 친환경 소재를 활용하여 친환경 디자인으로 만들었다

만남, 이벤트, 전망공간이 있는 ‘문화 공간’과 휴식, 산책, 자연학습공간이 있는 ‘친환경 공간’, 운동, 놀이, 관람 공간이 있는 ‘휴식의 공간’ 등 3가지 테마 컨셉과 디자인이 어울어진 밝고 건강한 안양천으로 만들었다.



<사진설명> 안양천을 이용하는 시민들이 가장 불편하게 여겼던 화장실의 문제를 해결하고자 구 삼익아파트 앞에 세워지게 될 공중 화장실 시뮬레이션. 화장실뿐만 아니라 휴식공간을 겸한 카페테리아와 하천의 생태계와 환경을 살펴볼 수 있는 전망데크를 설치한 것이 특징이다.



<사진설명> 친환경소재를 적극 활용한, 자연 하천의 경관과 자연스러운 어울림을 강조한 충훈2교에 설립될 화장실 디자인 경관 시뮬레이션. 화장실 주변으로 전망데크를 넓게 조성하여 화장실 이용뿐 아니라 데크에 서서 안양천을 전망할 수 있도록 디자인 되었다. 데크의 모습도 안양천의 리드미컬한 물결처럼 부드러운 라운드로 디자인하여 생동감있는 모습을 만들었다.



<사진설명> 이번 안양천 해피워킹 사업에서는 교각 밑의 어둡고 음침했던 공간들을 밝고 재미있는 공간으로 연출한 것이 특징이다. 사진은 비산교 하부의 모습으로 산뜻한 조경 조성과 계단형 우드 벤치를 두어 편안한 쉼터를 조성하였다. 우드길, 자전거도로, 일반 보도 3가지 유형으로 보도를 조성하여 즐거운 보도 문화를 만들고 있다.



<사진설명> 양명교의 야간조명 시뮬레이션. 안양천의 전체적인 야간조명은 안양천의 전체적인 디자인 컨셉의 리더미컬한 통일된 아이덴티티를 유지하며, 밝고 건강한 안양천의 모습을 보여주도록 디자인된 것이 특징이다.



<사진설명> 안양천에 세워질 시설물들. 천연우드와 돌 등 친환경 소재를 그대로 사용한 디자인을 적용하여 안양천의 자연경관과 조화를 이루도록 한 것이 특징이다.

공공디자인의 열풍은 여름 한 낮의 일장춘몽이 아니다. 도시 미래의 희망과 삶을 행복하게 불어 넣는 매개체이다. 디자인이 단순히 예쁘게 치장하는 멋 내기라는 오해에서 벗어나 시민들이 안전하고, 편리한 생활을 영위할 수 있는 삶을 만드는 것이라고 인식하고, 시민의 입장에서 한 번 더 생각하고 개발되고 추진되어야 할 것이다. 사용자 중심의 디자인과 지속 가능한 디자인으로 도시가 가꾸어질 때 도시는 더욱 아름다워지고 경쟁력이 생길 것이다. 또한 공공디자인은 특정한 지역이 가진 장소성과 지역의 주민들에 대한 면밀한 연구와 욕구를 이해하고 이에 맞춰 조화를 이루며 개발되어야 한다. 지역의 특성이 고려되지 않는 무분별한 개발과 베끼기식 디자인은 이제 자제되어야 한다. 그러나 지역의 특성을 고려한다고 지역 특산물을 그대로 모형을 떠서 만든 가로등과 버스쉼터, 조형물 등이 지역 곳곳에 배치하고 있는 것은 공공디자인을 이해하지 못해서 생기는 안타까운 현실이다. 지역의 특성을 고려하라는 이야기는 그 곳에 거주하는 주민들과의 소통, 자연 및 주변 환경, 동·식물과의 소통을 통한 디자인을 모색하는 것이다.

다행히 안양시는 APAP사업을 통한 해외 수준 있는 작가들의 작품 유치 및 아트시티21 경관계획 등을 통해 비교적 수준 높은 공공디자인 사업을 펼칠 수 있는 기반이 다져져 있는 곳이다. 안양시는 제3회 2010APAP(안양아트프로젝트), APDP(안양공공디자인프로젝트), 안양천 해피워킹 프로젝트 등을 통해 한 층 더 수준 높은 공공디자인 성공 사례를 선보이고 있다.