

소프트 파워 강화를 위한 서울시 추진전략

2010. 10. 4 제73호

라도삼 / 서울시정개발연구원 연구위원

〈 목 차 〉

요약

- I. 소프트 파워의 개념과 서울시 현황
- II. 소프트 파워를 강화하는 해외도시 사례
- III. 서울시 소프트 파워 강화 추진전략

요 약

소프트 파워는 도시경쟁력의 중요 요소

소프트 파워(Soft Power)란 군사력과 경제력 같은 Hard Power를 대체하는 문화력, 즉 교육과 문화의 힘을 의미한다. 1990년 미국 하버드대의 조지프 나이 교수가 주창한 이 개념은 디지털 멀티미디어 기술의 발달로 문화·창조산업이 발전하는 오늘날에 있어 더욱 중시되고 있다. 특히 디자인 등 소프트 경쟁력과 국가 또는 기업의 경쟁력이 상관관계를 갖고 있다는 다양한 여러 국가들의 조사결과를 살펴보면 소프트 파워는 향후 도시의 경쟁력을 좌우하는 중요한 요소로 부각할 것으로 보인다.

디자인 혁신과 창의문화의 전략적 육성이 소프트 파워 강화 전략

소프트 파워 강화를 위해 선진 주요도시가 취하는 전략은 디자인 혁신과 창의문화 육성이라 볼 수 있다. 도시 디자인의 혁신을 통해 창의문화가 형성되는 기반을 조성하고, 이를 통해 창의인재를 육성하고 자원을 유치하여 더욱 더 매력적인 도시로 만들어 간다는 것이 선진 주요도시의 전략이다. 이를 위해 선진 주요도시들은 초기의 선도적 프로젝트를 통해 도시를 혁신하는 단계에서 산업클러스터를 형성하는 단계로, 그리고 국제 간 네트워크를 구성하는 단계로 점차적으로 발전하고 있다. 결국 창조역량을 극대화하여 소프트 파워를 강화한다는 것이 주요 전략으로 나타나고 있다.

서울의 소프트 파워 강화를 위해서는 시민체감 강화 및 전략적 산업육성, 국제교류협력을 통한 창의역량 제고 등이 필요

2006년 이래 서울은 소프트 파워 강화를 위한 ‘소프트 서울’ 전략을 추진해왔다. 2006년 ‘경제문화도시’를 선언한 데 이어 2007년에는 도시환경을 혁신하는 ‘디자인 도시’를 선언하였고, 2008년도에는 창의적 콘텐츠로 도시의 경쟁력을 확보하는 ‘창의문화도시’를 선언한 바 있다. 그 결과 2007년 세계산업디자인단체협의회가 주관하는 ‘2010년 세계디자인수도’에 지정된 데 이어, 2010년에는 ‘유네스코 창조도시 네트워크’ 디자인 도시에 선정된 바 있다.

소프트 파워 제고를 위해서는 지금까지 추진해온 성과를 바탕으로 이제 시민의 체감을 강화하는 정책을 추진할 필요가 있다. 생활환경 개선, 복지 지향의 정책개발 등을 통해 시민에게 소프트 도시 추진성과가 확산되도록 하는 노력이 필요한 것이다. 이와 더불어 경쟁력이 강한 IT 및 콘텐츠 분야를 전략적 산업으로 육성하여 세계에 통할 수 있는 Killer Contents를 개발하는 전략이 필요하다. 그리고 국제적인 교류협력 체계를 공고히 해 실질적인 인재 및 자원 유통의 결절점으로 자리매김할 필요가 있다. 세계 주요 도시 내 서울스튜디오 개발과 같은 교류협력 기반을 마련하여 우리 인재가 육성되고 또 해외의 인재가 서울에 들어와 활동할 수 있도록 만드는 것이 서울의 소프트 파워를 높이는 정책일 것이다.

I . 소프트 파워(Soft Power)의 개념과 서울시 현황

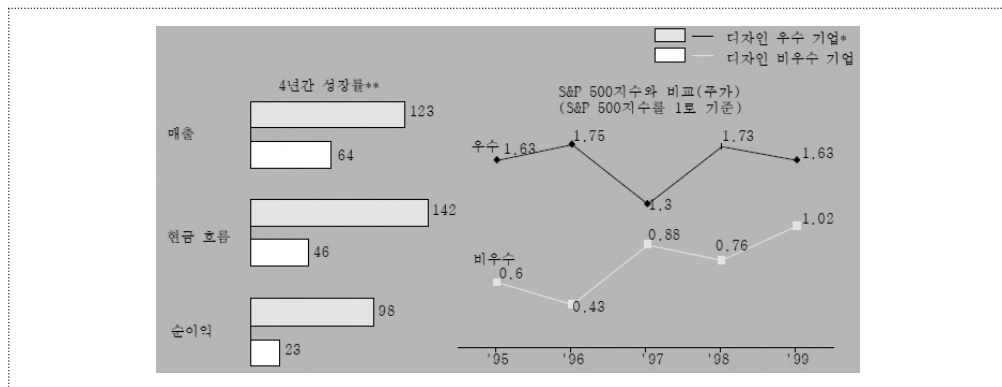
소프트 파워란 문화력을 강조하는 새로운 개념

- 1990년 하버드대 케네디스쿨의 조지프 나이(Joseph S. Nye) 교수가 제기한 것으로 군사력 및 경제력을 나타내는 Hard Power에 대응한 개념
 - 군사력보다는 매력, 명령보다는 자발적 동의가 더 지속가능하다는 견해
 - 그리스, 로마에 비해 몽골이 쉽게 붕괴되었던 것은 교육과 문화가 없었기 때문으로, 21세기 초국가 이슈의 새로운 체스판에서 승리하려면 군사력이 아닌 제도와 가치를 포괄하는 문화적 힘이 필요하다는 의견
- 문화력은 실제 국가와 기업의 경쟁력을 좌우하는 요인으로 작용
 - 영국디자인진흥원(England Design Council)은 1994년부터 2004년까지 디자인선도기업(Design Index Group)의 주가를 조사한 결과, 일반기업에 비해 주가가 높은 현상을 발견
 - 2003년 미국디자인경영원(Design Management Institute)에서 디자인이 우수한 기업과 그렇지 않은 기업을 조사한 결과 매출, 이익, 주가 등이 모두 디자인이 우수한 기업에서 더 높다는 사실을 발견
 - 국가수준에서도 비슷한 결과를 보이고 있는데 뉴질랜드경제연구소 발표에 따르면 디자인경쟁력과 국가경쟁력 간에는 높은 상관관계가 존재



출처: England Design Council, *The Cox Review*, 2005

[그림 1] 디자인선도기업과 일반기업 간의 주가 차이

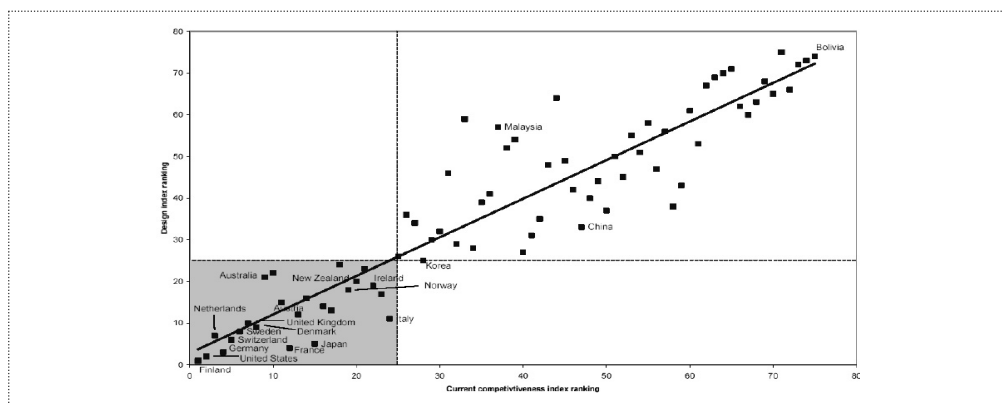


출처: "Valuing Design", *Design Management Journal*, Summer, 2001.

* 가전, 컴퓨터, 자동차, 가구 산업의 51개 기업: Whirlpool, maytag, Apple, IBM, HP, Ford, 3M 등

** 1995년 대비 1999년 성장률

[그림 2] 디자인 역량에 따른 기업성과 비교(1995~1999)



출처: NZIER(New Zealand Institute of Economic Research), 2003(산업자원부, 「산업자원백서」, 2007에서 재인용)

[그림 3] 국가경쟁력과 디자인경쟁력의 상관관계

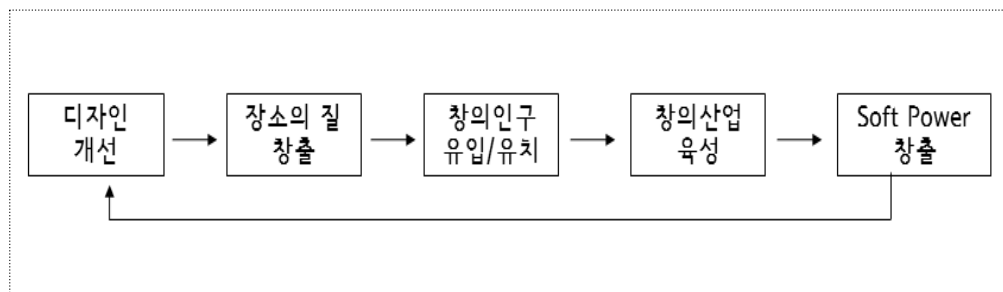
소프트 파워 확장을 위해 세계의 도시들은 창조성 강화에 주력

□ 멀티미디어 기술의 확장은 문화가 가진 힘을 강화

- 최근 가상과 현실을 넘나드는 기술의 발전으로 꿈이 현실로 되는 시대가 등장하면서 가상현실(Virtual Reality)과 증강현실(Augmented Reality)로 인하여 사회 보편성은 사라진 상태
- 꿈이 구현될 정도로 욕망이 다양해짐에 따라 이러한 사회를 통합하는 문화력과 브랜드가 중시될 필요
- 더구나 다양한 멀티미디어가 창출되면서 문화기반의 산업발전을 요구
 - 1990년대 소프트웨어 단계를 넘어 콘텐츠 웨어로 진화한데 이어, 그 원천이 사람을 소중히 여기는 휴먼웨어, 즉 창조성의 단계로 진화한 상태

□ 최근 세계의 여러 도시가 추구하는 전략은 도시환경 개선과 창조산업의 육성

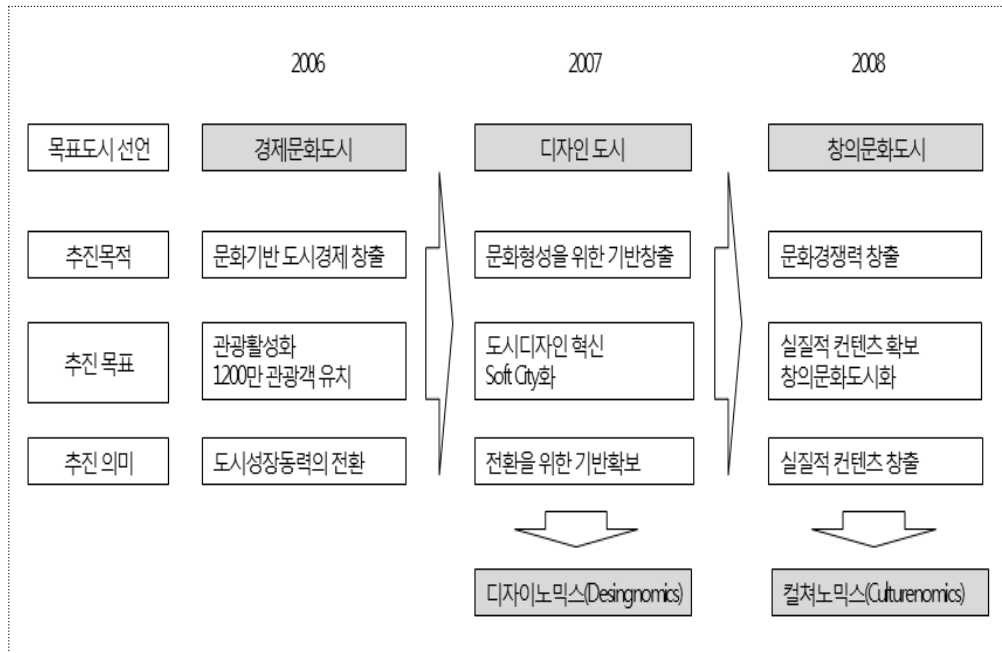
- 디자인 혁신을 통해 '지역의 질'을 개선하고, 창의적 인재와 자원을 모아 창조산업을 육성함으로써 도시의 역량을 제고하려는 게 목적
- 그 결과 디자인 및 창조도시 관련 프로젝트를 추진하는 경향



[그림 4] 세계 도시들의 소프트 파워 창출 전략

서울은 2006년부터 소프트 파워 강화를 위한 전략을 시행

- 2006년 경제문화도시를 선언한 데 이어 2007년 디자인 도시, 2008년 창의 문화도시를 선언
 - 경제문화도시 선언은 도시의 발전을 Hard Power가 아닌 Soft Power로 전환하겠다는 전략
 - “문화와 경제가 유기적으로 엮여져 경제적 부가가치를 창출하는 도시를 만들겠다”(2006년 7월 오세훈 시장 취임사)는 것이 경제문화도시 추진의 목적
 - Soft City로의 전환을 위해 2007년 ‘디자인 도시’를 선언
 - 디자인 도시의 핵심은 도시환경 틀의 혁신
 - 건설과 산업, 기능과 효율이 중심이 된 도시를 ‘문화가 창의될 수 있는 도시로 만드는 것’이 디자인 도시의 목표
 - 창의문화都市는 디자인 도시의 성과 위에 실질적인 성장기반인 콘텐츠를 확보하겠다는 의미
 - 문화의 경제적 가치를 제고하고, Soft City에 걸맞는 콘텐츠와 이를 바탕으로 한 인재를 확보하겠다는 것이 창의문화도시 전략
 - 이를 위해 ‘컬처노믹스 구현’이라는 목표 하에 창작공간 개발 및 문화시장 육성을 위한 다각적 사업을 추진



[그림 5] 서울시의 소프트 시티 조성을 위한 전략적 전개방향

□ 서울시는 Soft City 구현을 위한 조직을 새로이 구성

- 보다 효율적인 사업추진을 위해 문화와 패션, 디자인, 관광 등 소프트 파워 관련한 업무가 모두 통합된 형태의 '문화관광디자인본부'로 새롭게 출발
- 새로운 추진체에 맞는 역할과 정책개발이 필요
 - 특히 사회적 양극화와 같은 새로운 의제에 대응하여 시민복지를 챙기거나 일자리를 창출하는 등 보다 적극적인 차원의 소프트 파워 창출의 정책이 필요

II. 소프트 파워를 강화하는 해외도시 사례

소프트 파워 창출을 위한 전략은 1990년대 중후반에 출현

- 정보미디어 기술이 발달하고 휴먼웨어가 중시되면서 소프트 도시를 위한 정책이 출현
 - 뉴욕이나 런던, 오스틴 등 미디어 산업이 발전한 도시를 중심으로 창조산업 육성을 위한 전략을 수립
- 여러 도시에서 주력했던 것은 소프트 파워 창출을 위한 도시환경의 혁신으로 창조인구와 기업 등이 선호하는 환경을 만드는 게 목적
 - 영국 런던의 템즈 강 개발이 대표적인 사례
 - 템즈 강 남쪽 산업지역 및 시설을 개발하여 밀레니엄 돔과 런던아이, 밀레니엄 브리지, 테이트 모던 등을 조성, 창의산업 기반의 소프트 경제로의 전환을 추진
 - 이때부터 '지역의 질'에 대한 다양한 논의를 시작
 - 영국의 찰스 랜드리(C. Landry)를 비롯한 창조도시론 주창자들이 창조지역이 갖추어야 할 다양한 조건을 제시

지역의 질

- 지역의 질이란 리처드 플로리다(Richard Florida)가 제기한 개념으로 세계는 '뽀족한'(Spiky) 장소를 중심으로 재편될 것이라는 주장
 - 세계의 장래가 '숫구치는 봉우리, 꺼져가는 계곡, 변화가 심한 언덕 간의 긴장'에 좌우된다는 점에서, 혁신을 낳고 인재를 흡수하는 능력을 '가진 지역'과 인재가 유출되는 '가지지 못한 지역'으로 나뉠 것이라는 지적(Richard Florida, *Who's Your City*, 2008)
- 지역을 구성하는 세가지 차원은 '무엇이 있는가'와 '누가 있는가', '무슨 일이 일어나고 있는가' 등 세 가지 차원
 - 이를 중심으로 창의성이 출몰할 수 있는 도시환경을 갖추어야 한다는 주장

<표> 지역의 질의 세 가지 차원

무엇이 있는가?	인공환경과 자연환경의 결합 즉 창조적 삶을 추구하기 위한 적절한 환경
누가 있는가?	다양한 종류의 사람들과 상호작용 누구나 그 공동체에 들어와 삶을 영위할 수 있는 계기를 제공하는 상호작용
무슨 일이 일어나고 있는가?	거리생활, 카페문화, 예술·음악 등의 활력

- 유사한 창조도시 주창자들 또한 비슷한 형태로 인재 및 자원이 몰려드는 지역의 질 주장

<표> 창조도시 주창자들의 지역의 질에 대한 주장

주창자	랜드리	에베르트 등	사사키	플로리다
시기	1995	1994	2001	2005
조건	개인의 자질, 의지와 리더십, 조직문화, 다양한 재능을 가진 사람과의 접근성, 강한 지역정체성, 도시공간과 시설, 네트워크 및 연대구조	하드웨어, 소프트웨어, 위기, 의사결정자의 개방성, 상호작용, 창조적 공간, 협력능력, 학습자산	유연한 지역경제시스템, 창조지원 인프라, 생산과 소비 간 균형발전, 어메니티, 주민참여시스템, 재정자주권	두터운 노동시장, 생활양식, 사회적 상호작용, 다양성, 진정성, 정체성

출처: 임상오 외, 『창조지역 도입 기본구상』, 2010

□ Hard Power 시설을 Soft Power로 활용하는 것 또한 이 시기의 전략

- 각 도시들은 공장이나 창고, 발전소 등을 창작공간 및 공연장, 미술관, 박물관 등으로 활용
 - 런던의 '테이트 모던 갤러리', 버밍엄의 '카스타드 팩토리', 북경의 '다산 쑤 798공장지대' 등이 대표적인 사례

<표 1> 공장 및 역사적 건물을 활용한 소프트 파워 창출 전략

도시	지역	내용
런던 (영국)	테이트 모던 갤러리	Southwark지역 배터지 화력발전소를 리모델링 현대예술을 전시하는 미술관으로 건립 연간 400만명이 넘는 관람객 유치 및 Southwark지역 재생에 기여
버밍엄 (영국)	카스타드 팩토리	카스타드 공장을 200개 스튜디오, 350명의 예술가 공간으로 변용
헬싱키 (핀란드)	케이블 팩토리	60여 명의 (비)영리단체가 입주한 예술지구로 개발
더블린 (아일랜드)	템플 바	제임스 조이스, 브랜 스토크, 사우엘 버켓 등의 생존 당시와 똑같은 주점을 복원
미들랜드 (호주)	레일웨이 워크숍	호주 최초의 열차 작업장을 중심으로 250 헥타아르에 이르는 마들랜드 아틀리에 조성
토론토 (캐나다)	증류소 지구	토론토 증류소를 비롯해 45개의 19세기 건물이 밀집된 13에이커의 장소를 개발, '역사적 증류소 지구'로 재탄생
요코하마 (일본)	뱅크아트 1929	1929년 건립된 제일은행과 산업은행 건물을 시민문화예술활동의 거점으로 개발
가나자와 (일본)	시민예술촌	낡은 방직공장을 리모델링하여 24시간 운영하는 문화시설 건립
베이징 (중국)	다산쯔 798예술특구	인공위성 공장지대를 개발하여 세계 각국의 100여 개의 갤러리, 200여 개의 작업장이 밀집된 예술지구 개발
상하이 (중국)	M50	방직공장과 창고들로 폐허된 모간산로 50번지를 개발하여 80여 개의 창조시설 건립

출처: 지역발전위원회, 『창조지역 가이드북』, 2010

- 다른 한편으로는 대규모 문화시설 건립을 통한 도시브랜드 혁신 전략 추진
- 스페인 빌바오는 '구겐하임미술관'을 유치(1997)하여 테러도시에서 문화도시로 전환
 - 1997년 이후 10년 간 986만명 유입 성과를 창출
 - 향후 10년 간 6천만 유로를 투자, 미술관 옆 네르비온 강을 정비하는 한편 새로운 콘서트홀과 미술관, 박물관을 건립하는 계획 추진
 - 영국의 게이츠 헤드 또한 '밀레니엄 브리지'와 '세이즈음악당', '볼틱미술관' 건립을 통해 창조도시로 브랜드화

2000년대 중반 이후 상징전략에서 산업전략으로 전환

□ 소프트 파워를 창출하는 산업육성의 목적

- 독일의 베를린은 문화를 중심으로 소프트 경제를 창출하기 위해 2008년 도시를 '성취지구'와 '변화와 시작지구'로 구분
- 지역별 여건에 맞는 맞춤형 전략을 통해 2009년 창조산업 규모를 200억 유로 규모로 확대

<표 2> 베를린의 창조경제 육성전략

지역	특정 및 지원
성취지구	<ul style="list-style-type: none"> - 이미 창의성과 문화적 특수성을 성취한 창조경제구역 <ul style="list-style-type: none"> • 문화·예술·디자인 생산 및 시장 확대를 위한 지원 • 베를린의 주요 관광 지역으로 개발 • 시가 관리하는 부동산에 창조경제 업종이나 관련업 선별·임대
변화와 시작지구	<ul style="list-style-type: none"> - 창조경제 분야에서 활발한 변화를 보여주는 지구 <ul style="list-style-type: none"> • 저렴한 임대료로 인해 젊은 예술가와 디자이너들이 입주하고, 작은 아뜰리에나 소규모 기업의 개업이 눈에 띄게 늘어나는 지역 • 주요 지원 <ul style="list-style-type: none"> ① 갤러리, 디자인 상점 및 디자인 사무실 개업 지원 ② 시의 관리를 통해 빈 상가들을 용도지정될 때까지 문화창조경제 용도로 활용 ③ 비어 있거나 폐쇄된 옛 가내 수공업장이나 공장 건물들의 문화적 용도변경(예: 전차 차고를 전시장으로, 폐업 양조장을 문화이벤트장으로, 옛 계란 냉장보관소를 음반회사로) ④ 문화 및 창조 경제 테마와 연관한 지역구 마케팅 지원

- 핀란드의 헬싱키는 도심지역을 '디자인 지역'으로 지정하는 한편, '아라비안란타 지구 조성 사업'(Arabianranta HVV)을 추진
- '디자인 지역'은 170여 개의 갤러리 및 디자인 숍, 호텔, 스튜디오 등이 밀집된 도심 중심지역을 소프트 경제의 핵심으로 육성하려는 구상
- '아라비안란타 HVV'는 헬싱키 근방 '아라비안란타 지구'를 예술과 디자인 중심의 U-City로 재구성하여 가상과 현실을 결합한 산업지구로 조성하려는 계획

헬싱키의 아라비안란타 HVV(Helsinki Virtual Village)

- 아라비안란타 지역은 헬싱키 팝(pop)과 재즈문화의 온실로서 200여 개의 디자인 기업과 쇼룸, 디자인 샵과 뮤지엄이 위치한 지역
 - 헬싱키는 이 지역을 예술과 디자인 지역으로 개발한다는 구상
- 특히 IT를 기반으로 한 세계 최초의 유비쿼티스 도시 건설 추구
 - 완공 후 1만여 명의 주민과 6,000여 명의 학생들이 현실도시와 가상도시 속에서 공존하는 일체화된 도시를 만들겠다는 것이 HVV 구상

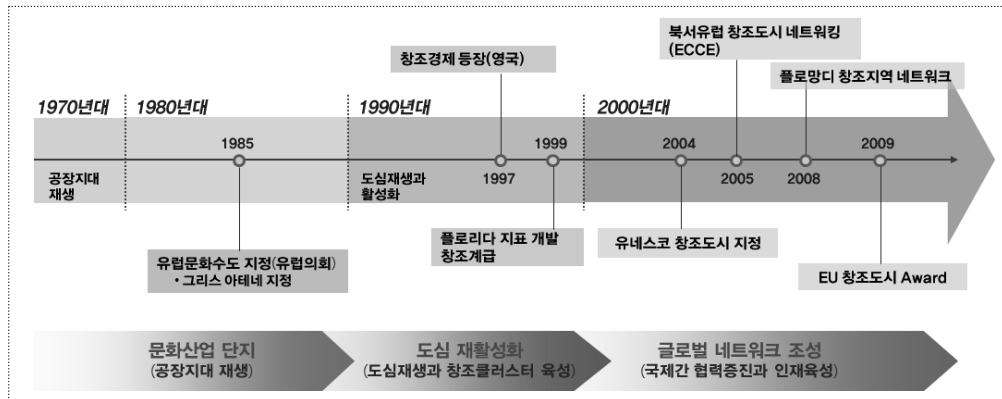
최근에는 도시 간 협력 및 국제네트워크 구성 추진에 집중

□ 인재개발 및 교류협력을 위해 다양한 유형의 이벤트를 개발

- 핀란드 헬싱키는 2010년 8월 27일부터 9월 5일까지를 디자인 주간으로 지정하고 'PechaCucha Night'(일본어로 대화소리를 의미) 프로그램을 통해 공학자와 과학자, 디자이너들이 만나 토론하는 장을 개발
 - 2009년에는 3개의 대학이 연합한 Alto University를 설립하여 디자인과 공학, 경제학 등이 융합한 형태의 교육을 추진
- 독일의 베를린은 'DMY Berlin'이란 국제네트워크를 구성하여 페스티벌 및 공모전을 개최
 - 국제전시회 및 단기 프로젝트, 워크숍 개최 등도 추진

□ 다양한 국제네트워크 조성 또한 현재의 추세

- 2004년 유네스코는 '창조도시 네트워크 지정'을 추진
 - 이어 유럽을 중심으로 한 다양한 네트워크가 구성되고 있는 상태



[그림 6] 소프트 파워 강화를 위한 창조도시 형성의 주요 흐름

다양한 유형의 소프트 파워 관련 국제도시 네트워크

① 유네스코 창조도시 프로젝트

- 2004년 '문화다양성을 위한 지구연대'(Global Alliance for Cultural Diversity)의 일환으로 시작
· 디자인, 민속예술, 문학, 미디어 예술, 음악, 음식, 영화 등 총 7개 분야를 대상으로 선정

<표> 유네스코 지정도시 현황

주제	지정도시 현황
디자인	베를린(독일, 2005), 부에노스 아이레스(아르헨티나, 2005), 몬트리올(캐나다, 2006), 고베(일본, 2008), 나고야(일본, 2008), 선전(중국, 2009), 서울(한국, 2010), 상해(중국, 2010)
민속예술	아스완(이집트, 2006), 산타페(미국, 2005), 가나자와(일본, 2009)
문학	에딘버러(영국, 2004), 멜버른(호주, 2008), 아이오와 시티(미국, 2008)
미디어 예술	리옹(프랑스, 2008)
음악	볼로냐(이탈리아, 2006), 세비아(스페인, 2006), 글래스고우(영국, 2008), 겐트(벨기에, 2009)
음식	포파얀(콜롬비아, 2005)
영화	브래드포드(영국, 2009)

② 낭트 메트로 폴 ECCE 프로젝트: 북서유럽 창조지역 네트워크

- 2005년 프랑스의 낭트시가 주도한 '문화기업들의 경제 클러스터 개발 프로젝트'
· 낭트, 렌, 양제(프랑스), 허더스필드(영국), 아헨(독일), 아인트호벤, 위트레흐트(네덜란드) 등 북서유럽의 7개 도시를 연결

③ 플랑드르 창조권역(Flanders District of Creativity)

- 2004년 네덜란드 플랑드르 정부를 중심으로 형성된 4대륙 12개 지역 네트워크
· 퀘벡, 오클라호마(북미), 스코틀랜드, 바덴-뷔르템베르그, 카탈루냐, 노르드 빠 드 갈레, 론 알프스, 롬바르디아(유럽), 카르나타카(인도), 상하이, 칭다오(중국) 등이 가입

시민체감 제고 또한 주목할 만한 현상

□ 영국의 경우 2008년 시민의 생활을 개선하는 ‘굿 디자인 계획’(Good Design Plan)을 수립

- 생활친화형 디자인 사업을 통해 시민체감을 강화하는 것이 주요 내용

Dott07(Design of the time)

- 일상생활환경 전반에 걸쳐 디자인을 통한 해결책 제시
 - 건강과 웰빙(Health), 식품과 영양(Food), 학교와 커뮤니티(Schools), 에너지와 환경(Energy), 지속가능한 관광과 이동성 및 접근(Movement)의 5대 주제를 가지고 추진

RED

- 디자인적 사고를 통해 문제를 개선하는 것이 목적
 - 새로운 생각과 실행을 개발하고자 사용자 시각에서 공공서비스를 바라보고 디자인을 개선하는 사업

Design Out Crime

- 지역사회 안전을 위한 범죄예방 프로그램
 - 국가적·세계적 문제들을 혁신의 기회로 바꾸기 위한 도전과제(Challenges Project) 중 하나로 추진

Design Bugs Out

- 굿 디자인으로 환자들이 기대하는 깨끗하고 안전한 환경을 조성하는 것이 목적
 - 병원시설이나 기구들을 깨끗하고 사용하기 편리하게 디자인해 감염요소를 최소화하는 것이 목적

Design for London

- 런던 시내 100여개 지역의 디자인을 재생하여, 범죄 등을 줄이는 정책
 - 영국 내 강도사건 발생률 1위였던 Hackney 지역에 조성한 Gillett Square, 런던 도심과 템스강 사이 보행환경을 개선한 Victoria Embankment Gardens, 사우스뱅크 지역의 새로운 공공공간을 조성하는 Potters Fields, Euston 지하도를 재디자인하여 새로운 보행로를 갖춘 공공공간으로 창출하는 Euston underpass 등이 대표사례

□ 싱가포르 시민참여 프로젝트 및 생활환경 개선 사업으로 시민지지 기반 확대에 주력

- 도시환경을 혁신하는 ‘10 Touchpoints’는 시민들의 제기로 추진된 사업
 - 시민이 추천한 디자인 혁신이 필요한 지역을 선정하여 전문디자이너로 하여금 지역환경을 개선하도록 하는 것이 사업의 목적

10 Touchpoints

- 시민의 욕구를 반영하여, 보다 나은 생활환경을 창출하는 프로그램
 - 1단계: 디자인 혁신이 필요하다고 시민들이 제시한 장소 중 10개를 사업대상으로 선정
 - 2단계: 선정된 10개 장소를 대상으로 디자인 전문가들에게 각종 제안 접수
 - 3단계: 제안된 아이디어 중 심의를 거쳐 최종안 선정 → 선정된 안으로 디자인 혁신 추진

□ 캐나다 몬트리올은 기업 지원의 성과를 시민에게 환원하는 'Open House Program'을 운영

- 정부가 지원한 기업을 일정 기간 시민에게 개방하여 디자이너와 시민과의 대화를 통해 서로를 이해하는 시간을 제공
 - 2007년 처음 시도한 데 이어 2009년부터 청소년들이 참여하는 'Young Design' 분야로 확대

Ⅲ. 서울시 소프트 파워 강화 추진전략

서울의 소프트 파워 강화전략은 다양한 성과를 창출

□ Soft City를 위한 도시환경 개선과 기반을 확충

- 디자인 혁신과 창의문화역량을 확보하는 가시적 성과가 창출

<표 3> 디자인 서울 및 창의문화도시 성과

분야	사업	주요 성과
디자인 혁신	창의적 도시환경 조성	한강 4대 특화공원 조성
		광화문 광장 등 도심 4축 조성
		남산접근환경 개선
	공공디자인 개선	총 50개의 디자인 가로 조성
		78개의 일반형, 12개의 표준형 공공시설물 디자인 개발
	간판개선	20개 거리 총 2,987개 업소간판 개선
창의문화 역량 확보	도시갤러리 조성	총 78개 작품 설치 완료
	서울상징 개발	서울색, 서울서체, 해치 등 개발완료
	창작공간 조성	총 8개소 신규 조성
	문화예술공간 조성	2009년 현재 44개소 조성(2007년 대비 260% 증가)
	문화인프라 확충	총 9개소의 문화시설 건립
	문화예술지원 확대	2009년 182억원 지원

□ 세계디자인수도 및 유네스코 창의도시 네트워크의 '디자인 도시'로 선정

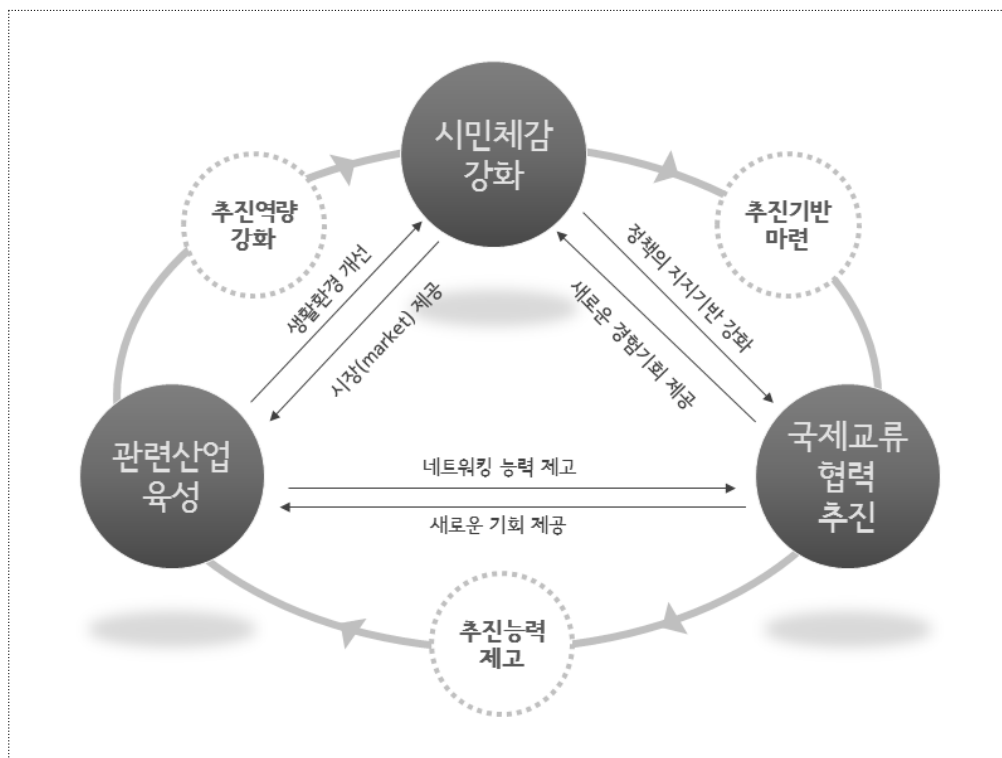
- 두 단체가 주관하는 네트워크에 동시에 선정된 유일한 도시

<표 4> 디자인 관련 도시 지정현황

선정기관	선정도시
세계디자인수도 (세계산업디자인단체협의회)	토리노(2008, 시범도시), 서울(2010), 헬싱키(2012)
유네스코 창의도시 네트워크 디자인 도시	베를린(독일), 부에노스아이레스(아르헨티나), 몬트리올(캐나다), 고베(일본), 나고야(일본), 선전(중국), 서울(한국), 상해(중국)

지속적 성과창출을 위해선 3대 전략이 필요

- 시민체감과 산업역량의 강화, 그리고 국제협력 공고화 등이 필요 전략
 - 이를 통해 지속가능한 추진기반의 마련과 추진역량의 개발 및 추진능력의 제고 등이 가능



[그림 7] 서울시 소프트 파워 창출을 위한 3대 전략

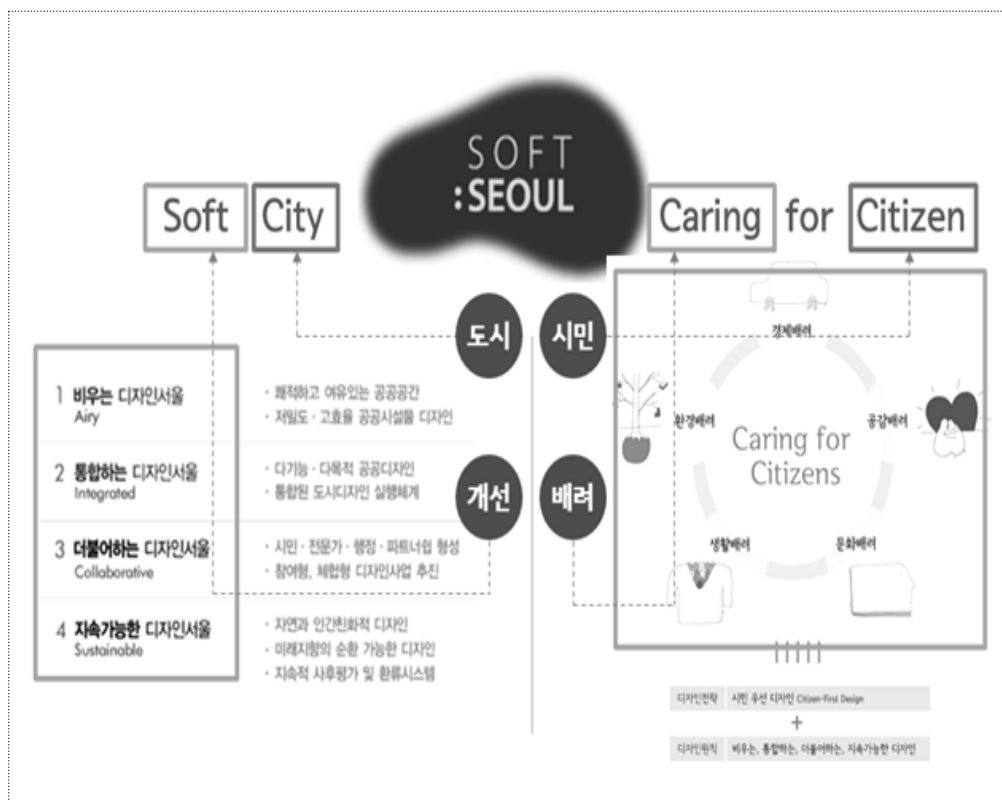
전략 1 : 추진기반을 강화하는 시민체감 강화

- 소프트 도시로의 전환을 위해서는 광범위한 시민 지지기반 형성이 중요
 - 당장의 먹고사는 것과 관계없는 만큼 시급한 현안 발생 시 우선순위가 밀리는 게 현실

- 특히 지역혁신 사업을 추진할 경우 다양한 이해가 충돌하면서 갈등하는 양상을 노출하여 사업 자체를 와해시키는 현상이 종종 발생

□ 서울은 특히 시민의 체감을 높이는 정책이 필요

- 도시의 급속한 팽창 결과 공적 이익보다는 사적 이해를 우선 중시
- 공익을 위해 지역을 혁신하는 경우 시민의 이해와 충돌
- 시민체감 강화를 위해 2008년 공공 개선을 우선하는 'Soft City'에서 시민을 배려하는 'Caring for Citizen'으로 전략 수정
- 생활과 경제, 문화, 환경, 공감 등을 배려하겠다는 것이 전환의 목적



[그림 8] Soft City에서 Caring for Citizen으로 전환

- 선도프로젝트 중심에서 생활 및 복지 의제로 전환하여 시민지지를 이끌어내는 체감정책의 개발이 필요
- 상징적 공간에서 벗어나 생활공간으로 들어가는 생활환경 개선 및 복지 지향의 정책개발 등을 통해 시민에게 소프트 도시 추진성과가 확산되도록 하는 노력이 필요

전략 2 : 추진역량을 강화하는 산업육성

- ☐ 소프트 도시로의 전환을 위해서는 이를 추진할 역량 제고가 필요
 - 디자인 및 문화산업 등은 소프트 도시로의 전환 역량을 제고하는 한편, 새로운 경쟁력의 원천을 제공
 - 특히 관련 산업의 높은 성장률에 따라 세계 시장을 지배할 가능성 제기
- ☐ 디자인 및 문화산업 육성을 위해 디자인노믹스와 컬처노믹스를 추진
 - 디자인노믹스는 '동대문디자인플라자'(DDP) 건립 및 디자인클러스터(강남, 홍대, 동대문, 구로 등 4개 지역) 육성을 추진
 - 컬처노믹스는 예술창의역량 강화를 위한 '창작공간 및 문화밀집지역 육성', 문화예술시장 강화를 위한 '예술지원 프로그램 확대', 도시가치 제고를 위한 '상징문화시설 건립 및 콘텐츠 개발' 등에 주력
- ☐ 이제는 서울만의 Killer Contents 개발이 필요
 - IT 및 미디어 관련 산업을 중심으로 한 서울상징 산업의 개발
 - 특히 영세한 산업적 기반을 보완하고 국제적 경쟁력을 제고하기 위한 관련 산업 지원 및 클러스터 조성, 국제교류 프로그램 개발 등이 필요

전략 3 : 추진능력 제고를 위한 국제협력 및 교류추진

- ☐ 서울은 디자인 도시 전략의 일환으로 '세계디자인도시서밋'을 개최
 - 2010년 디자인 수도 프로젝트로 '서울디자인도시 선언'을 추진하며 개최
 - 향후 '서울디자인재단'에 사무국을 두고, 격년제로 도시를 순회하며 개최할 계획
- ☐ 다른 한편, 국제교류 행사로 '서울디자인한마당' 개최
 - 국제디자인 축제로 정착시키는 한편 디자인 마켓 및 일자리 창출과 신진디자인 발굴이 주요한 목적
- ☐ 추진능력 제고를 위해서는 도시 간 협력을 통한 인적 자원 교류가 필요
 - 부족한 창조역량을 혁신하고 새로운 의제를 개발하는 전략으로 추진
 - 선진 주요도시 내 스튜디오를 개발하여 교류여건을 확보하는 등의 실질적 정책추진이 필요

라도삼 | 서울시정개발연구원 연구위원

02-2149-1257

kuber21@sdi.re.kr