

DESIGN 2025



* 원문 출처 : 디자인 2025 (싱가포르의 디자인전략. 2016)

디자인의 패턴*

(* 본 보고서의 표지에 사용된 패턴 이미지에 대한 설명임)

이번 표지는 오각형 테셀레이션으로 채워져 있다. 패턴에서 드러나는 풍성한 질감처럼, 2025년 싱가포르에는 우리의 일상과 상식이 디자인을 맴돌았으면 한다. 리포트에 있는 15개의 권고안은 유니크한 하나의 오각형 테셀레이션과 연결되어 있다. 흥미롭게도, 테셀레이션 (꼭대 맞춤은 평면 도형을 겹치지 않으면서 빈틈이 없게 모으는 것) 이 가능한 오각형은 현재로서 15가지가 알려져 있다. 1918에 처음으로 테셀레이션이 가능한 오각형을 발견했으며 67년 이후, 1985년에 14번째 오각형을 발굴하였다. 그 후로부터 30년 뒤, 2015년에 15번째 오각형을 세상으로 알렸지만 언제 또 테셀레이션 오각형을 발견할지 모른다. 우리는 이와 같은 수학적 미스테리를 풀기 위한 끊임없는 노력을 본받아 싱가포르의 혁신적인 문화를 활성화 하기 위해 노력할 것이다. 또한 오각형 테셀레이션처럼 쪽을 연결하며 싱가포르의 통합적 구조를 강화할 것이다.

15가지의 오각형 테셀레이션을 텍스트 마진에서 찾아보라.

29-32 pg - 1918, K. Reinhardt 발견

33, 35 pg - 1968 R. B. Kershner 발견

38 pg (위) - 1975 R. James 발견

36, 38, 40 pg (위) - 1976-1977 M. Rice 발견

40 pg (아래) - 1985 R. Stein 발견

41 pg - 2015 Mann, Mcloud, Von Derau 발견

자연이 만든 디자인

비산-양모키오 공원이 업그레이드가 필요한 시기에 싱가포르의 수자원국과 국립 공원 위원회는 공원을 위한 비전이 뚜렷했다. 비산-양모키오 공원 주변 거주자들과 전체적인 커뮤니티를 위해 전문 디자이너, 엔지니어, 바이오 엔지니어, 원예사를 고용하여 공동 디자인 작업을 실행하고 커뮤니티의 의견을 모아 워크숍 시리즈를 통해 공원 옆 운하를 활용한 재건설을 추진하였다.

칼랑강은 현재 원상태를 되찾아 62 헥타르 가량의 공원에 자리를 차지하고 있다. 방문객과 시민들에게 해롭지 않도록 토양 생체 공학 기술을 이용해 하천 제방의 안정을 되찾았고 자연 정화 특성을 갖고 있는 식물들을 신중하게 골라 화학을 쓰지 않아도 깨끗한 수질을 유지할 수 있도록 했다.

강이 원상태로 돌아와 꽃과 식물들이 번식하며 생물의 다양성이 30% 가량 올랐다. 생기가 가득한 야생화, 인도네시아와 아프리카, 아다만 섬에서 온 철새, 그들의 곁을 맴도는 잠자리 까지도 놀라울 따름이다.

비산-양모키오 공원에서는 픽크닉, 강아지와 산책, 자전거, 조깅 등을 즐길 수 있는 넓은 잔디밭과 함께 커뮤니티 정원도 가꿔져 있다.

어쩌면 물과 자연을 직접적으로 체험할 수 있는게 가장 특별한 포인트인 것 같다. 강을 건널 수 있는 디딤돌과 아이들이 자유롭게 놀 수 있는 물놀이터 그리고 강 옆 전시관까지 한눈에 담지 못 할만큼 아름답다.

아름다운 공원인 만큼 비산-양모키오는 주변 거주자들이 조화를 이루고 평안을 느낄 수 있게 살아있는 생태계가 되었다.

“아이들이 집에서 TV를 보거나 핸드폰을 하는 것 보다는 남편과 함께 공원에서 물 놀이도 하고, 잠자리 잡기, 새 발견하기를 하면서 자연과 어우러지는 모습이 너무 사랑스러워요.”

-자넷, 아이 둘의 엄마

좋은 디자인을 통한 좋은 치료

알렉산드라 건강 시스템의 관리를 받고 있는 쿠텍푸앗 병원은 2010 개장 10 개월 후 보조 침대 수요가 확연히 늘어났다. 하지만 복도에 단순히 침대를 더하여 병원 복잡하게 만드는 대신 헬스케어 시스템을 바꿔 환자들이 본인의 집에서 관리를 받을 수 있도록 디자인했다. ‘Ageing-in-Place’ (AIP) 에이징 인 플레이스 (고령자를 위한 재가 복지 서비스)는 노인들과 중환자들을 상대로 집에서 받을 수 있는 헬스케어 프로그램이다.

AIP 팀은 6 개월 동안 병원에 3 번 이상 입원한 환자 400 명을 대상으로 조사하였다. 환자들의 집을 방문하면서 그들의 잦은 입원은 단순히 아파서 뿐만이 아니라 물질적 환경과 사회적 행동이 입원의 큰 원인을 맡고 있다고 확신할 수 있었다.

퇴원한 환자들이 집에서 건강히 회복할 수 있도록 AIP 팀은 간호사의 전통적인 역할을 뒤집었다. 현재 AIP 간호사들은 직접 환자의 집에 전화를 하여 건강상태를 확인한다. 또한, 약을 제시 시간에 맞추어 먹도록 하고 물리 치료와 상처를 돌볼 수 있게 도와준다. AIP 간호사들은 환자와 간병인, 자원 봉사자, 영양사, 약사, 물리 치료사 사이를 연결하는 다리가 될 수 있도록 각 환자에게 맞는 케어플랜을 개발한다.

병원 침대 수량이 부족하다는 이유 하나로 헬스케어 혁신의 모델이 디자인으로 인해 재탄생한것이다.

“제 간호사에게 전화 한통만으로 조언과 관리를 받을 수 있어서 마음이 편해요. 덕분에 전동 스쿠터를 타고 쇼핑도 하고 친구들과도 만날 수 있어요. 외로울 때면 자원 봉사자들을 보내주셔서 그렇게 조금이나마 외로움을 달랜답니다. 간호사가 너무 친절하고 잘 해주셔서 매번 오실 때 마다 기대를 하곤 하죠.”

-쿠엑, 81 살

디자인의 비즈니스

네이슨 폴은 싱가포르의 가구 디자인과 가구 소매의 기준은 향상하였다. 이것은 결코 작은 성과가 아니지만 더욱 대단한 것은 그의 디자인과 산업을 세계로 펼치려는 노력이었다. 테마섹 폴리텍에서 산업디자인 전공을 한 그는 가구 바이어로서 첫 사회생활을 시작했다. 하지만 필리페 스타크처럼 유명해지는 꿈을 놓지않았다. 1999 년에 자신이 준비가 되었다는 것을 느끼고 친구들과 ‘에어 디비전’ 을 차리고 수입품을 팔며 자신의 디자인도 소개했다. 6 년 뒤, 그는 자신의 디자인을 세계적으로 전시했다. 하지만 자신의 디자인이 관심을 얻기까진 3 년이 더 걸렸고 그의 피나는 노력이 필요했다. 처음으로 관심을 가져준 프랑스의 ‘리뉴 로제’, 네이슨 폴의 돌 모양 조약돌 테이블과 생산을 위한 BREAK 의자 및 텔레펀켄 TV 콘솔을 선택했다. “당시 디자인이 겨우 한 회사에만 팔렸기 때문에 건강하다고 할 수는 없었죠. 인내, 행운과 전략이 끝 없이 필요했습니다,” 라고 말한다¹.

그는 디자인만으로 성공할 수 없다는 것을 이해했다. 세계적으로 인정받는 가구쇼에서도 주문을 받지 못한 채 떠나는 셀러들도 수 없이 많이 보아왔기 때문이다. 따라서 이른 성공과 명성에도 불구하고 해외 회사들과 직접 소통하면서 트레이드쇼도 끊임 없이 참석했기에 지금은 그 노력이 빛을 바라고 있다. 현재 네이슨 폴의 디자인들이 전세계적으로 팔림으로써 싱가포르의 가구 디자인을 세계화 시키고있다.

2009 년 ‘에어 디비전’ 을 팔기 전 네이슨은 호주에서 석사학위를 받았다. 그는 그때의 결정을 돌아보면서 말했다 “석사는 디자인의 비즈니스를 더욱 더 이해하기 위해 밟은 과정이었다. 예를 들면 자신의 작품과 비즈니스를 마케팅 하는 전략이나 디자인 비즈니스 안에서 디자인 역할이 무엇인지 배우기 위해서 였다.”² 그는 졸업 후 ‘네이슨 용 디자인,’ 다 분야 디자인 컨설팅 실무, 폴크스 퍼니처 & 그라펀크트 국제 라벨, 및 지역 소매점을 운영하며 싱가포르 디자인의 선구자가 되었다.

¹매진의 자부심 <https://singaporepropertyhighlights.wordpress.com/2012/08/20/proud-to-sell-out/>

² 네이슨 용 인터뷰 <http://www.designcurial.com/news/nathan-yong-4197474>

“디자이너들은 비즈니스 마인드를 가지고 있어야 한다. 자신의 브랜드나 자신의 제품을 구입한 브랜드, 혹은 자기를 사로잡은 브랜드를 알며 브랜드 관리를 이해해야한다.”

-네이슨 용, 디자인 기업가

2016년 2월 25일

야곱 이브라힘 박사가 통신 및 정보 장관님께

싱가포르를 디자인을 통한 혁신, 성장 및 삶의 질리티를 높이는 세계적인 디자인의 도시로 발전시키기 위해 2015년 5월 ‘디자인 마스터 플랜 위원회’를 설립하셨습니다. 그리고 위원회 구성을 위해 각각 다른 디자인 지역을 대표하는 리더들을 모으셨습니다. 위원회는 권고 사항을 공식화 하기 위해 인터뷰와 포커스 그룹 토론을 통해 산업 및 공공 부문 관계자들과 적극적으로 협의했습니다. 그들의 관점을 통해 마스터 플랜이 산업계의 요구사항을 해결하는지 안심하고 ‘스마트 네이션,’ ‘스킬스퓨처,’ ‘퓨처 이커너미’ 등 국가 정부 주도와의 연계를 보장했습니다.

위원회는 업무를 마치고 정부의 고려를 위해 ‘디자인 2025’를 제출합니다. 이 보고서는 기존의 계획을 더욱 개발했으며 다섯 개의 광범위한 전략을 추천하고 있습니다. 첫째는 국가의 역량에 디자인이 스며들으로써 다음 세대의 디자인 인재들을 키우는 것. 둘째는 민간 산업과 정부 영역에 디자인의 역할 홍보하고 확대 하는 것. 셋째는 디자인기업의 전문성 강화하며 혁신적인 제품과 브랜드 구성을 위한 지원을 하는 것. 넷째는 디자인과 커뮤니티의 친밀성을 높이고 다섯째는 싱가포르의 디자인 브랜드를 국내 및 국제적으로 강화하는 것입니다.

디자인 2025의 비전은 혁신적인 경제를 가진, 사랑을 받는 싱가포르가 되는 것입니다. 저희는 싱가포르가 디자인에 의한 디자인의 리더가 될 수 있다고 확신합니다. 2015년 12월에 싱가포르가 UNESCO ‘크레이티브 시티 오브 디자인’을 받음으로써 이에 대한 가능성을 충분히 보였습니다.

싱가포르 디자인의 원활한 발달을 위해 기여할 기회를 주셔서 영광입니다.

감사합니다.

디자인 마스터 플랜 위원회 회장

베 스오완 진 박사 올림.

2016년 3월 10일

디자인 마스터 플랜 위원회 회장 스오완 진 박사에게

박사님을 비롯한 디자인 마스터 위원회 멤버들이 ‘디자인 2025’ 출판을 위해 노력해 주신 점에 진심으로 감사드립니다.

디자인 발전의 전체적인 조사와 민간 및 공공 부문 관계자들의 관점을 고려한 결과 ‘디자인 2025’ 보고서와 추천된 디자인 발전 전략을 수락합니다.

디자인은 싱가포르의 성장과 성공의 중심에 서 있습니다. 날마다 디자인을 채용하여 혁신적인 제품과 서비스를 제공하려는 비즈니스와 정부기관들이 증가함으로 우리는 국가 사고 방식에 디자인이 삽입 되도록 더더욱 디자인에 투자를 해야 되며 새로운 가치를 설립하기 위해 경쟁력을 강화하고 국민을 위해 삶의 퀄리티를 높여야 합니다.

우리는 싱가포르의 미래를 준비하며 민첩성 유지, 또한 새로운 기회를 사로잡고 도전정신을 가지며 발전에 대응해야 됩니다. 따라서 디자인 산업, 부문 챔피언 및 관계자들과 협력하여 제안된 전략들을 더 자세히 관찰하고 개선하겠습니다.

위원회의 제안들로 인하여 디자인 산업이 활성화 되며 회사들이 기회를 놓치지 않고 국민들의 삶이 높아질 것이라고 생각합니다.

디자인 마스터 플랜 위원회는 개인 및 공공 협력의 중요성과 유익함을 보여주셨습니다.

앞으로도 위원회와 산업의 변함 없는 지원과 적극적 참여를 부탁드립니다.

야곱 이브라힘 박사 올림.

목차

12: 요약

16: Part I – 디자인의 필요성

디자인의 역할

싱가포르 속 디자인

성공의 모습

26: Part II – ‘디자인 2025’ 제안

마스터 플랜 개요

28: 1. 국가 역량에 디자인 투입

#1 다음 세대를 위한 창의력 및 디자인 교육

#2 다 학제 역량을 갖춘 디자이너 파이프라인 개발

#3 디자이너 전문성 강화

31: 2. 비즈니스 및 정부 디자인 활용 확대

#4 디자인 홍보 유닛

#5 우수한 디자인 서비스

#6 공무원을 위한 디자인 혁신

34: 3. 디자인기업의 경쟁력 강화

#7 기업가 정신과 혁신을 통한 디자인

#8 국립디자인센터 (NDC)와 비즈니스센터

#9 물질적/가상 디자인 활동 및 비즈니스간의 클러스터 형성

37: 4. 커뮤니티 속 디자인 개발

#10 지역사회 봉사활동

#11 디자인을 통한 국민 협력

#12 디자인 이야기, 거리 및 지역

39: 5. 싱가포르 디자인 브랜드 개발

#13 싱가포르 디자인워크 및 대통령 디자인 상 아시아 부문

#14 해외 싱가포르 박람회

15 싱가포르 디자인 마크 (SG-Mark)

42: 모두를 위한 디자인

‘디자인 2025’의 다른 점

관계자들의 이익

44: 감사인사

“디자인을 생각하는 것은 어렵지만 생각하지 않으면 불행해집니다.”

-랄프 카플랜, 베테랑 디자인 기자, ‘By Design’ 작가

요약

2025 년, 혁신적인 경제를 가진, 사랑을 받는 싱가포르가 될 것 입니다.

우리 회사들은 빛의 속도로 바뀌고 성장하는 사회를 따라가기 위해 충실히 자기 개발을 하고 새로운 기업, 기회 및 직업을 창업하고 시장에서 성공하기 위해 디자인을 활용한 전략을 통해 싱가포르가 세계 경제에 앞설 수 있도록 노력할 것 입니다.

모든 사람이 미적 아름다움을 뛰어 넘은 디자인의 가치를 인정하게 될 것 입니다. 커뮤니티가 협력하여 더 좋은 환경을 꾸리기 위해 디자인의 가치를 받아들임으로써 자부심과 소속감을 느낄 수 있게 될 것 입니다. 오직 사람을 위한 서비스와 좋은 경험을 제공하기를 원합니다.

디자인은 싱가포르의 국가 브랜드 레벨을 높이고 국가의 정체성을 형성할 것 입니다.

싱가포르의 국민들은 싱가포르가 살기도 좋고 사랑스러운 국가라는 자신감을 갖게 될 것 입니다.

‘디자인 2025’는 이 비전을 실현하기 위해 탄생했습니다.

2015 년 5 월, 디자인 마스터 플랜 위원회는 디자인 산업, 비즈니스, 학계, 및 정부를 대표하는 16 명으로 구성되었습니다. 각 분야의 리더들인 위원회 멤버들에게는 디자인을 통해 산업과 정부가 협력하여 이루는 보다 밝고 경쟁력 있는 싱가포르를 이루기 위한 마스터 플랜 개발 임무가 주어졌습니다. 아이디어와 제안들은 산업 관계자들을 통하여 조사 및 검증 하였습니다.

국가의 디자인 역량 및 커뮤니티 디자인 활용부터 비즈니스와 정부의 디자인 활성화, 디자인 기업 경쟁력 강화까지 디자인 도시 선도자인 싱가포르에 알맞은 디자인 브랜드 개발을 위해 5 가지의 추진 전략과 15 가지 실행 과제들을 수립하였습니다.

디자인 2025

싱가포르를 위한 희망사항



혁신적인 경제

좋은 직장
지속 가능 기업
새로운 시장



사랑 받는 도시

사랑스러운 집
매력적인 커뮤니티
사람 중심 서비스

비전 실현을 위한 디자인의 역할

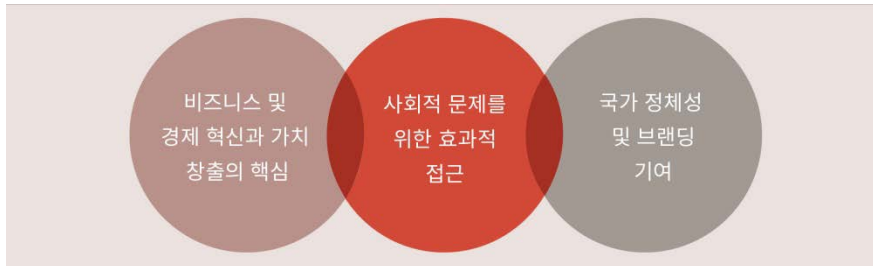


비전을 이루기 위한 5가지 추진 전략



Part I – 디자인의 필요성

디자인의 역할



디자인과 디자인 혁신은 제품의 ‘美’ 만이 중요한 것은 아니다. 어떠한 사람이 그 제품이나 서비스를 받고 사용했을 때의 경험을 분석하고 이해하며 그 경험을 어떤 방식으로 개선할지를 생각하는 것도 중요하다.

디자인은 비즈니스 및 경제 혁신과 가치 창출의 핵심이다.

비즈니스가 경쟁력이 생기려면 디자인과 혁신을 통해 새로운 가치와 시장을 만들어야 한다. 오늘날 컴퓨팅, 금융 서비스, 소비재 등을 제공하는 기업들은 더욱더 디자인과 비즈니스 전략을 활용하고 있다. 그중 여러 기업들은 디자인 스튜디오를 설립하고 디자인 책임자 (CDOs) 들을 임명하여 새로운 제품 발달 기술, 해결책 및 성장을 지원하고 있다. 2014 년 ‘포춘’ 125 회사들 중 10% 는 경영진의 디자인 지원을 받고있다. 현 나이키 CEO 인 마크 파커 마저도 디자이너로 시작했다.

“지난 세기에는 과학과 기술이 경제를 바꿨다면 21 세기에는 미술과 디자인이 우리의 경제의 변화를 책임질 것이라 믿습니다.”

-존 마에이다, ‘Kleiner Perkins Caufield & Byers’의 디자인 파트너

2010 년부터 2015 년 Google, Facebook, Yahoo!, Adobe, Dropbox, 및 LinkedIn 같은 대형 기업들이 디자이너들이 설립한 실리콘 밸리 기업들을 인수하였다. 또한 Pinterest,

Airbnb 등 같은 여러 VC 후원 벤처 기업들 사이에서는 디자이너 공동 설립자들이 흔하고, 벤처 캐피탈 기업 자체에서도 디자이너 고용이 증가하고있다.³

³디자인 기술 리포트 2015: 존 마에이다 SXSW <https://www.youtube.com/watch?v=TvgVvHd0RJs>

은행서비스 디자인하기

Gen Y 고객들을 더욱 사로잡을 수 있는 은행 서비스 체험을 위하여 OCBC (Oversea-Chinese Banking Corporation Limited) 혁신팀은 ONG&ONG 체험 디자인팀과 협력하였다.

15 개월 가량의 사용자 조사를 통해 얻은 정보:

- 밀레니얼 세대는 은행의 투명함과 정직성을 원함
- 젊은 층에게는 사회적 영향과 비슷한 또래의 의견이 중요함
- Gen Y 를 사용하는 대부분의 고객은 개인 재정을 기록하지 않음
- 개성 표현의 필요성은 개별적인 맞춤을 제공하는 제품 선호를 뜻함

가용 예산에 부합하는 은행 디자인 도전 과제:

- 성격과 이름의 이중 의미 부여하며 FRANK by OCBC' 으로 브랜드 개편
- 은행 환경을 마치 힙한 음악 가게처럼 만듦으로써 친숙함 및 매력 향상
- FRANK 갤러리에 있는 100 개 이상의 디자인을 고르고 개인화 하기
- 고객 쇼핑 습관에 맞는 블로그샵과 협동하여 FRANK 리워드 포인트 시스템 설립
- 저축 목표를 달성할 수 있도록 ATM 에서는 접근할 수 없는 계좌나 이와 같은 유인책 개발 필요

OCBC 혁신팀은 내면에서부터 디자인된 해결책들을 통해 전통적인 은행 서비스 체험을 변형하고 고객들과 더욱 더 가깝게 연결하고 소통 할 수 있었다.

병원과 집사이 격차 잇기

심장마비 환자들은 의사 지시의 불이행, 투약 불규칙 및 물 섭취와 식이 요법 통제 불능으로 인해 재입원하는 환자들이 많다. 또한 지속된 병과 염증 문제로 재입원한다. 2014년 11월에 필립스는 ‘이스턴 헬스 얼라이언스’ 및 장기 종합 병원과 협력하여 싱가포르 최초로 심장마비 환자 재입원 문제를 해결하기 위해 텔레헬스 프로그램을 만들었고 현재도 운영중이다.

환자들이 집에서 치료 계획에 성실히 하고 라이프 스타일을 바꾸기 위해서는 이에 알맞은 교육과 모니터링이 필수다. 환자들에게는 개인 헬스 태블릿, 저울 및 혈압 측정기가 주어진다. 각 기계의 사용방법 교육 후 환자들은 혼자서도 자신의 건강 상태를 확인 할 수 있다. 측정된 환자의 생체신호는 텔레케어 간호사들이 모니터 할 수 있도록 자동으로 중앙 시스템에 업로드 되고 간호사들은 이 정보를 통해 환자들을 관리해주고 만약 악화된 상태가 발견되면 개입 할 수도 있다.

120 명의 환자들을 상대로 실험한 결과, 데이터의 신뢰가 매우 높음이 입증 되었다. 환자들은 텔레헬스 프로그램을 통해 향상된 삶의 퀄리티를 즐길 수 있었으며 자신의 건강 상태를 더욱 자세히 이해하고 새로운 자신감으로 자기 관리를 실천 할 수 있었다. 필립스는 또 다른 헬스케어 파트너와의 콜라보 혁신들 통해 만성질환을 앓고 있는 환자들을 위해 전체론적인 프로그램을 개발하여 싱가포르의 헬스 시스템을 발전시켰다.

디자인은 복잡한 사회적 문제를 풀 수 있는 효과적인 접근이다.

영국 디자인 카운슬 보고서에 의하면 영국 정부가 혁신 서비스 디자인에 투자하는 £1 마다 약 £26 가량의 예산 절감과 헬스케어, 활성화된 노화 및 청소년 직업 고용을 비롯한 공공서비스를 창출 할 수 있었다고 한다.

영국 외에도 국민을 디자인 프로세스의 중심에 놓고 더 좋은 해결책과 사회적 문제를 위한 새로운 가능성을 만드는 나라가 많다. 예를 들면 덴마크의 공공 부문 혁신 연구소 ‘마인드랩’은 정부 기관들과 합동하여 정책 수립 및 시행을 위한 디자인을 획득 할 수 있도록 한다.

네덜란드의 ‘프로레일 & NS 더치 레일웨이’는 ‘STBY’ 연구소와 ‘에덴스피에커맨’ 디자인

기관과 협력했고 세 회사는 기차 관광 손님들의 의견을 모아 기차 플랫폼 위에 180m LED 디스플레이를 만들어 관광객들이 다음 열차, 좌석표, 및 장애인 경사로 정보를 한눈에 볼 수 있게 연출했다.

디자인을 효과적으로 배치했을 경우 국가 정체성과 나라 건축에 기여한다.

일부 국가들, 특히 대한민국과 일본은 문화 수출 가능성을 반영해 성공적으로 전국에 ‘소프트 파워’ 를 나타내며 국가 정체성을 강화했다. 대한민국의 한류는 2011 년 한국 경제에 US\$ 약 52 억 6 천을 기여했다⁴. 2002 년 일본에는 다분야 캠페인을 ‘쿨 제팬’ 콘셉트로 일본의 창의성 수출을 홍보했다. 2011 년 일본 창조 산업 매상은 JP¥ 약 44 조 였다⁵.

스칸디나비아 국가들은 전세계에서 알아보는 ‘美’와 경쟁력을 가지고 있는 디자인 산업들을 키웠다. 국가 브랜드와 정체성을 강화하는 덴마크 디자인은 겸손, 자연에 대한 의식 및 평등주의 사회를 본 받아 심플하며 기능성 있고 아름답다. 전후 핀란드의 경우, 특히 정치적으로 불안한 냉전 기간 동안 세계적으로 인정받은 핀란드 디자인은 국가 정체성과 자신감을 확고했다⁶.

덴마크와 핀란드 사람들은 디자인을 문화 외교 도구로 사용했다. 예를 들어 덴마크 외국 서비스는 전시 대신 뉴욕 현대미술관 ‘MoMA’ 공공장소에서 실제로 사용한 가구와 악세사리를 스폰서한 덴마크 디자이너와 디자인 제조업자들과 일했다.

⁴K-pop: 팝 음악 산업이 사회를 바꾼다. 오인규, 이효정. 교차류: 동아시아 역사 문화 리뷰, 제 3 권 1 호

⁵에미코 카키우치 & 키요시 타케우치, 창조 산업: 일본의 현실과 가능성, GRIPS 회의 자료 14-04 (2014), Pg 6

⁶산업 정체성 개발을 위한 디자인: 1950-1960년도 핀란드 디자인의 획기적인 발전.

http://www.academia.edu/2077943/Design_in_Building_an_Industrial_Identity_The_Breakthrough_of_Finnish_Design_in_the_1950s_and_1960s

국가 브랜딩을 위한 디자인

20 세기 중반 덴마크 디자이너들은 나라의 공예 문화와 산업 기술을 결합하여 디자인 운동을

시작했다. ‘데니시 모던’이라는 기능적인 미니멀리스트 디자인이 출현했고 나라에 끼친 뛰어난 영향 덕분에 국가 정체성의 특징이 되었다.

덴마크 디자인은 1960년대부터 지금까지 전세계적으로 전시되며 혁신적인 국가라는 명성을 키웠다. 따라서 정부는 디자인의 중요성을 인정하여 수출하고 성장을 위한 전국적 전략에도 디자인을 반영했다.

2002년 덴마크 문화부는 디자인학교와 건축학교들과 함께 예산 2천만 DKK로 디자인 연구원을 설립해 덴마크 디자인 연구를 더 활성화시켰다. 디자인 연구원은 디자인 정보와 노하우를 후원하여 디자인 산업과 그 외 디자인 채용 산업들에게 이익이 됐다.

‘데니시 모던’ 현대화하기

덴마크의 디자인을 한층 더 높이기 위해 국가는 획기적인 디자인 혁신 전략과 정책에 신경을 썼다. 덴마크디자인센터는 디자인의 가치에 대한 의식을 향상하고 디자인 주도 기업을 개발하며 디자인을 통한 혁신을 추구했다.

덴마크의 사회와 비즈니스를 관찰하면 디자인과 경제가 연결 되어있다는 것을 확인 할 수 있다. 예를 들어 ‘INDEX: 삶을 위한 디자인’은 지속 가능한 좋은 디자인을 홍보하는 덴마크의 비영리 조직이고 세계에서 가장 큰 디자인 상인 ‘INDEX: 어워드’를 구성하고 2년마다 개최한다.

덴마크 사람들은 디자인의 중요성을 강조하며 체계적으로 그들의 경제 성장을 창출하고 세계 시장에서 위치를 확보한다.

싱가포르의 디자인

2003년에 경제 심의 위원회는 디자인 부문을 새로운 성장 분야 및 기업들을 위한 차별화 역량임을 인정했고 이것을 구현하기 위해 2003년에 ‘Design Singapore Council’ (Dsg)이 탄생했다.

최근에는 싱가포르가 도시화의 모범 및 새로운 아이디어 영감을 주는 살기 좋은 도시로

전세계가 칭찬하고 있다. 정체된 외딴곳에서 변화한 대도시가 되기까지 우리의 국가 건설에 대한 접근은 가끔 세계 최고의 디자이너와 혁신가들의 작품으로 비유 할 수 있다.

2015년 12월에 싱가포르가 ‘UNESCO Creative City of Design’ 이라는 영광을 얻었다⁷. 이 성취는 우리가 10년동안 디자인 부문을 홍보하고 개선한 좋은 일들을 격려와 긍정 해주었지만 우리는 아직 할 일이 많다.

디자인의 가치와 진가에 대한 인정이 특히 젊은 층에서 늘어나고 있다. 초등학교 예술 교육과 중학교 디자인 및 기술 강의는 가장 기본 시각 구성 기술만 가르치고 있어 아직 발전할 부분이 많다. 현재 훈련된 교사도 몇몇 없기에 교육 시스템 디자인의 확장을 막고 있다.

디자인 기업의 85%는 자원과 비즈니스 경험이 부족하여 세계로 뻗어 나가기 힘든 소규모의 중소기업들이다. Dsg의 설문에 따르면 겨우 45%의 디자인 기업만이 해외 시장 수입이 들어오고 전체 수입에 약 30% 밖에 안된다⁸. 해외로 뻗어 나가기를 원하는 기업들이 하루 빨리 진출 할 수 있도록 더욱 조화로운 접근이 필요하다.

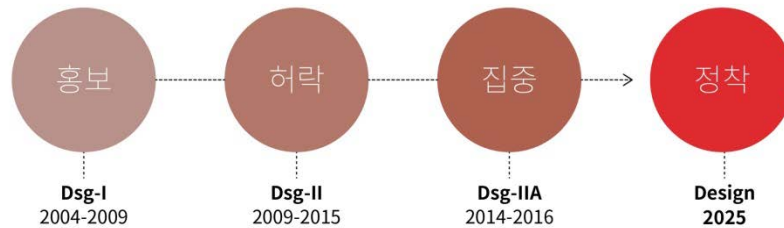
디자인에 의한 혁신을 시도하는 기업과 정부 기관이 증가하고 있다. 특히 IT와 자원 쪽 기업들이 ‘인-하우스’ 디자인팀들을 개설하고 확대하고 있다. 공공기관들 또한 최근에 프로젝트 진행에 디자인 혁신을 사용하지만 싱가포르의 한층 성숙해지고 있는 경제 및 점점 심해지는 세계 제품/서비스 시장 경쟁 때문에 디자인 혁신의 필요성이 더욱 다급 해지고 있다. ‘Internet of Things’ 같은 파격적인 트렌드 출현 마저 변화의 속도를 촉진시킬 뿐이다. 사회 전선에서는 도시화, 인구통계학 시프트 및 기후 변화가 새로운 도전장을 내어 신선한 전망과 기회 및 해결 방법들을 일으킬 것이다.

디자인은 그 어느 때보다 더욱 중요해지고 있으며 싱가포르의 국제 정부 주도인 ‘Smart Nation’, ‘Skills Future’, ‘Future Economy’에 상당한 기여를 할 것이다.

2015년 5월 ‘디자인 2025’라는 새로운 마스터 플랜을 발달하기 위해 디자인 산업, 비즈니스, 아카데미아 및 정부에 속한 16명의 리더들이 모였다. 이들은 싱가포르의 디자인 부문을 성장시키고 디자인의 역할을 확대하려 했으며 ‘DesignSingapore Council’ 와 경제개발위원회는 이들의 노력을 지원했다. ‘디자인 2025’는 기존의 계획을 더욱 발전시켜 만들었다.

⁷ 싱가포르는 반둥 (인도네시아), 부다페스트 (헝가리), 디트로이트 (미국), 카우나스 (리투아니아), 푸에블라 (멕시코) 와 함께 ‘UNESCO Creative Cities Network’ (UCCN) 에 속한 ‘Cities of Design’인 베이징 (중국), 베를린 (독일), 던디 (영국), 헬싱키 (핀란드), 코베 (일본), 서울 (한국) 등을 합류하였다. UCCN 은 창의성과 전략을 이용한 개선을 시도하는 여러 도시간에 협력을 돕기 위해 2004 년에 설립되었다.

⁸ 국제 디자인 산업 조사 2014



성공의 모습



혁신 주도 경제

2025년의 싱가포르 혁신으로 가치를 만드는 기업들과 인력으로 이루어진 경제로 알려질 것이다.

사용자에게 필요한 것들을 제공하며 즐거울 수 있도록 기업들은 차별화된 제품, 서비스 및 경험을 만들기 위해 디자인을 활용 할 것이다.

프로젝트 계획, 결정, 및 실행을 할 때 탐구와 실험을 하는 디자인 인재를 고용하는 기업과 조직들은 모든 분야에서 영향을 받을 것이다.

이로써 스타트업 현장은 번창하고 뒤쳐지지 않는 새 벤처를 소개하며 이미 인정을 받고 자리를 잡은 기업들은 계속해서 획기적인 아이디어를 내며 비즈니스를 재해석 및 개선하고 새로운 기회와 수익을 사로잡을 수 있을 것이다. 싱가포르에서는 세계가 인정하는 우수한 퀄리티를 뽐내는 디자인을 제공하는 산업 리더들이 부각되고 새로운 산업도 형성 할 것이다. 결과적으로 우리 경제는 빠르게 변화하는 시장을 상대로 무너지지 않을 것이다.

디자인 부문은 창의적인 인재들로 인해 활발하고 밝게 빛날 것이며 세계로 뻗어나갈 것이다. 우리 디자이너들은 싱가포르를 비롯해 전세계의 다양한 파트너들과 더욱 뜻 깊은 일을 할 수 있을 것이다.

디자인으로 사랑 받는 도시

싱가포르는 2025년에 거주자와 관광객 모두에게 기쁨을 주는 도시가 되어 있을 것이다. 또한 국민의 꿈과 필요한 것들에 집중하며 살기 좋은 도시를 넘어서 사랑 받는 도시가 될 것이다. 일상생활이 뜻 깊은 디자인 디테일들로 가득 차서 싱가포르 곳곳마다 추억들과 감정을 주고 받을 수 있을 것이다.

국민이 직접 자신이 살고, 배우고, 일하고, 여가 생활을 즐기는 지역의 개발에 참여 할 수 있는 기회들은 마련해 소속감과 자신감을 높일 것이다. 또한 협력 속에서 피어나는 친근함과 공감 능력을 통해 커뮤니티의 단합을 강화 할 것이다.

디자인이 삶이 되어가는 싱가포르는 즉흥적인 사연과 하이라이트가 국내에서 국제로 알려질 것이다. 싱가포르의 자부심이 되고 관광객들이 친밀감을 느끼며 사랑스러운 싱가포르의 팬과 친구들을 만들 것이다.

Part II – ‘디자인 2025’ 제안

마스터 플랜 개요

Part I 에 공유된 희망사항들을 이루기 위해 5 개의 추진 전략과 15 개의 실행과제들이 있다:



1. 디자인이 국가 역량의 기본요소가 되게 하기

첫번째 전략은 디자인에 대한 태도와 디자인 실력을 기르기 위한 전략이다. 어렸을 때부터 디자인 감성을 길러야 다음 세대의 인력이 미래의 경제를 위한 마음가짐과 실력을 가출 수 있다. 이런 디자인 인력들은 다학제의 훈련을 받아야 하며 치열한 산업 경쟁을 맞설 준비가 되어 있어야 한다.

2. 비즈니스 및 정부에 디자인 활용을 확대하기

두번째 전략의 목적은 우리의 비즈니스와 정부의 디자인 능력을 향상하여 빠르게 변화하는 환경을 국내 및 국제적으로 대응 할 수 있기 위한 것이다.

3. 디자인 기업의 경쟁력을 강화 시키기

세번째 전략은 우리 디자인 기업들이 성장하고 세계 시장으로 뻗어 나갈 수 있게 지원해주며 확장 기회의 부족함을 덜어주고 새로운 실험을 추진 하는 것이다.

4. 커뮤니티에 디자인이 활용되게 하기

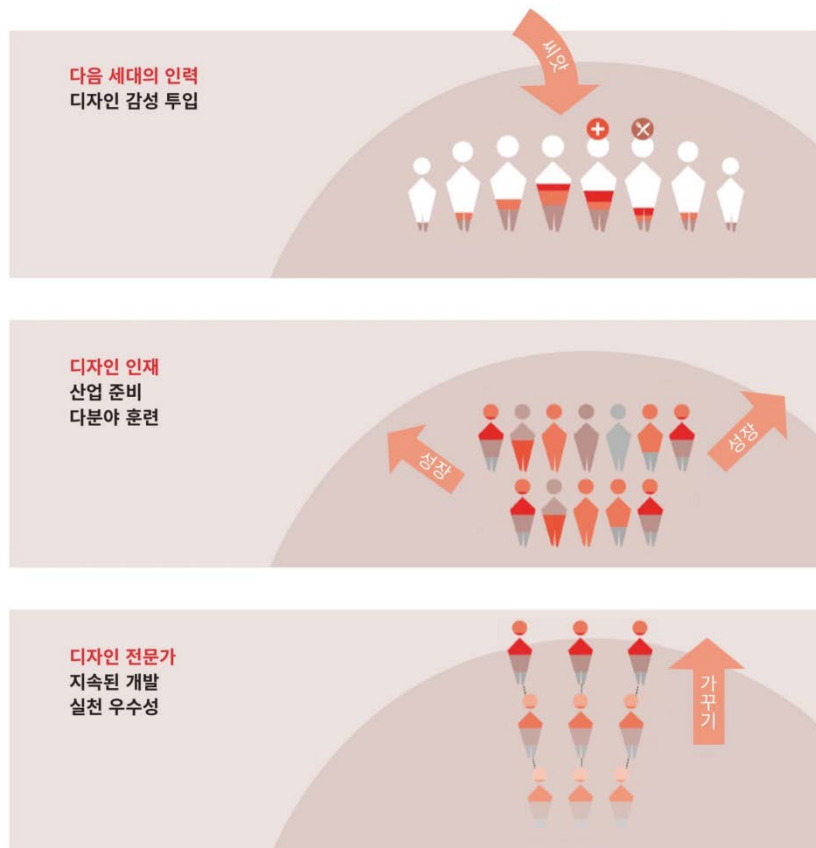
네번째 전략은 주민들이 좋은 디자인, 사람 중심 디자인의 과정, 일상생활 개선, 및 국가 정체성 형성을 인식하게 만드는 것이다.

5. 싱가포르의 국가브랜드 개발하기

다섯번째 전략은 싱가포르가 세계에서 주목하는 디자인 씽킹의 리더가 되고 보다 큰 영향을 끼칠 수 있도록 국내 디자인 커뮤니티를 단합을 하는 것이다.

1. 디자인이 국가 역량의 기본요소가 되게 하기

미래의 경제에서는 특별한 사용자 경험을 제공하는 제품이나 서비스는 성공을 보장하는 결정적 요소이다. 따라서 인력은 이러한 경험과 의미를 제공할 수 있는 능력이 있어야 한다. 국가 역량에 디자인을 투입하여 우리가 꿈꾸는 인력을 가꾸고 싱가포르가 사용자의 기대를 저버리지 않게 도와줄 것이다.



#1 유아원-중고등학교 창의성과 디자인 감성 발전을 위한 교육과정과 프로그램 개발 및 진행

디자인 감성과 디자인 기술들을 어렸을 때부터 육성하면 더욱 창의적이고 탄력 있으며 빠르게 적응할 수 있는 다음 세대가 형성될 것입니다. 이로써 미래의 인력은 변화를 만드는 사람, 남의 필요한 것을 알아내고 공감 할 수 있는 사람, 그리고 새로운 아이디어를 자신감 있게 실행 할 수 있는 사람들로 이루어지고 그들은 개선을 위한 실험과 해결책 개발을 하는 것이 중요하다.

유아원-중고등학교에 학년이 올라가면서 진행되는 디자인 수업 시리즈 투입을 추천한다. 학교 교육 프로그램에 투입된 디자인 수업을 가르칠 디자이너 퍼실리테이터들은 훈련을 받게 될 것이다.

유아 프로그램은 감각적인 환경 감상, 창의력 향상, 실전을 통한 학습, 공예 및 이야기 시간을 가지며 시작하고 중고등 레벨은 디자인 씽킹과 문제 해결 같은 더 높은 난이도의 수업을 받게 될 것이다. 현실에서 일어나고 있는 문제를 다루는 프로젝트를 통하여 수업시간 때 배운 것을 적용하고 완성된 프로젝트는 국제 디자인 도전이나 국제 디자인 센터에서 전시회를 실행해 홍보 할 수 있을 것이다.

#2 다학제 역량을 갖춘 디자이너 파이프라인 개발 및 ITE (재직자 대상 기술전문대학), 폴리텍, 대학교의 인재육성

좋은 디자인은 끊임 없이 사용자들이 필요하다는 것과 미처 생각하지 못한 제품과 서비스를 만들어 감동을 전해주는 것이다. 디자인은 IT 기술, 비즈니스 모델 혁신 같은 산업들과 새롭고 재미있는 연합을 실행하고있다. 디자인 학교들은 졸업생들의 완벽한 준비를 위해 다분야 훈련을 강화하고 졸업장 및 학위 과정에 비즈니스 모듈들을 소개해 여러 산업에서 인턴십을 실행하여 학생들이 실전 경험을 쌓을 수 있도록 해야 된다. 디자인 부문은 ‘Skills Future Earn and Learn’ 프로그램을 통해 졸업생들이 직장에서도 훈련을 받을 수 있도록 해야한다.

이미 설립 되어있는 Dsg 의 디자인 교육 장학금 프로그램을 ITE, 폴리텍, 외에 다른 대학생들도 이용할 수 있게 개선하는 것을 추천한다.

#3 디자인 협회와 산업과 일하며 디자이너 전문성 강화. 알맞는 자격증 프로그램 소개

전문직들이 지속적으로 높은 성과를 보이면 비즈니스와 사용자들이 국내 디자인에 투자하기를 원할 것이고 이로써 싱가포르의 디자인 부문은 더욱 활성화될 것이다.

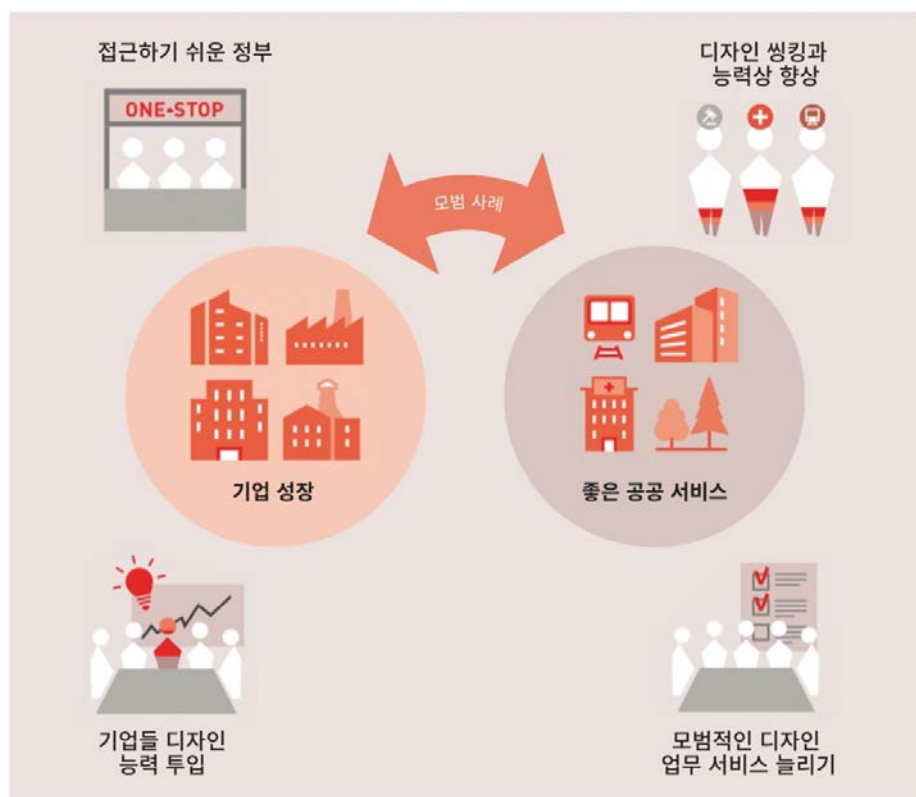
디자인 협회들은 Dsg 와 함께 WSQ 공식 인증된 전문성 강화 프로그램을 만들어 현직 디자이너들이 뒤쳐지지 않도록 해야한다. 디자이너들은 ‘Skills Future Study Award’를 통해 자신의 전문성을 업그레이드 하거나 헬스케어 디자인 같은 세분화된 필드에 대해서 배울 수도 있다.

디자인 협회들은 산업 공식 인증 프로그램을 만들어 올바른 기준과 규칙을 세우기 위한 고민을 해야 되고 이러한 공식 인증 프로그램은 지속된 전문성 강화와 통합이 되어야한다. 예를 들어 싱가포르 조경술 기관 (SILA)는 조경사들을 공식 인증해주고 있다. 도시 계획 또한 공식 인증 프로그램이 필요한 분야 중 하나이다.

2. 비즈니스 및 정부에 디자인 활용 확대하기

‘Nest Thermostat’과 ‘Airbnb’ 같은 제품과 서비스들은 정통 시장을 뒤흔들며 사람들의 생활과 소통 방법을 바꿨다. 이와 같은 제품과 서비스들은 디자인 혁신을 나타낼 뿐만 아니라 싱가포르의 강력한 성장 도구로서의 가능성을 보여준다.

또한 디자인은 정책과 공공 서비스를 위해 쓰일 수 있다. 기업들은 사람 중심 디자인과 혁신 전략을 통해 차별화된 제품과 즐거운 사용자 경험을 전달해줄 수 있다.



#4 디자인기업을 위한 원스톱 지원

여러 기업들이 혁신을 위해 디자인 사용을 확대하고 있지만 어느 한 조직도 이 모든 기업들의 다양한 요구를 전부다 지원해 줄 순 없다.

따라서 조직들의 노력과 자원을 하나로 모을 수 있는 ‘디자인 홍보 유닛’ 설립을 추천한다. 정부는 이 유닛을 통해 중소기업부터 싱가포르 MNCs 까지 디자인 활용도를 증가하려는 기업들에게 맞춤형 지원을 해줄 수 있을 것이다.

단기간 동안 디자이너 파견을 통해 기업들에게 노하우를 전달하여 사내 역량을 강화하는 것도 또 다른 방법이다. 경력 있는 디자이너들은 기업에게 디자인과 타기업, 디자인 회사 및 연구원과의 협력에 도움을 주는 조언을 해줄 수도 있다.

#5 공무원 대상 디자인씽킹 교육을 통해 공공서비스와 정책 개선

우리의 공무원들이 디자인과 디자인씽킹 훈련을 받으면 사용자 맞춤 정책과 서비스를 만드는데 도움이 될 것이다. 예를 들어 인력 자원부는 국내를 뛰어 넘어 국제적으로 디자인을 이용해 취업 허가증과 고용 허가증 신청자들을 위한 서비스 경험을 발달하여 이미 인정을 받았다.

따라서 공무원들이 사람 중심 디자인을 통한 정책 개발과 문제 해결책을 만들 수 있도록 디자인 씽킹 및 디자인 연관 코스를 제공해야 한다. 디자인의 가치에 대한 인식이 커지면 공무원들은 디자인씽킹 및 원리를 정책과 프로그램에 일찍 투입 할 수 있을 것이다.

예를 들면 ‘Smart Nation’ 과 ‘Active Ageing’ 는 디자인을 통해 국민에게 정책이 전달되고 그들이 받아들일 수 있도록 사회적 행동과 사고방식의 변화를 관리한다.

#6 공공기관의 조달 체계를 개선하고 정부의 디자인 서비스 제공 기업을 사전 승인하는 등 디자인서비스 조달의 모범사례 개발 및 확산

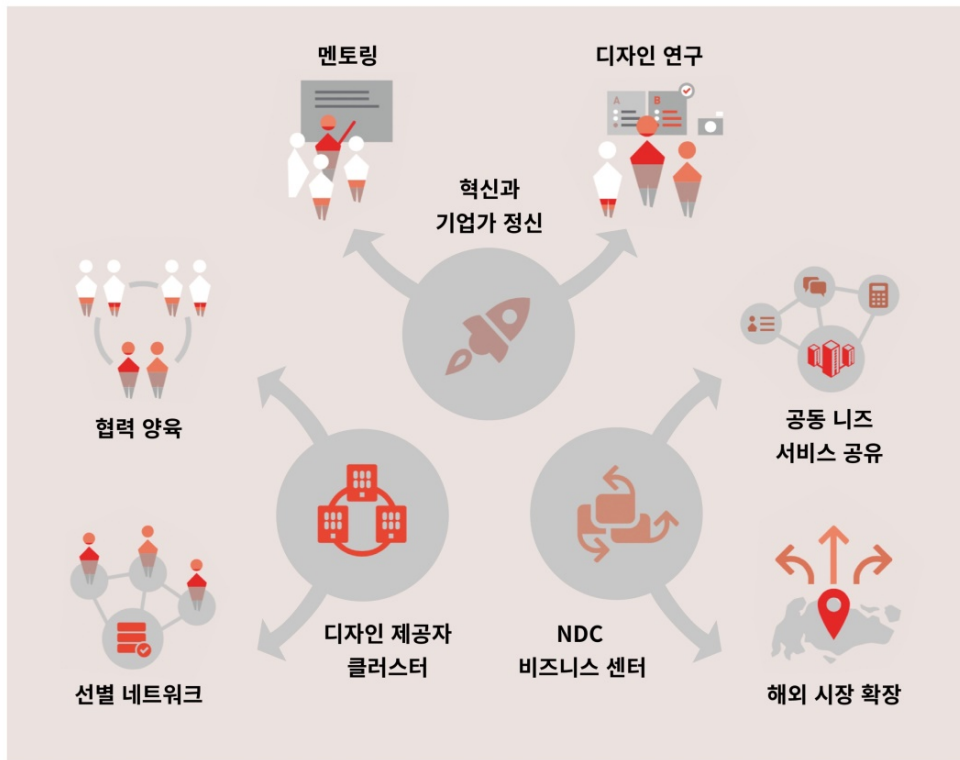
공공부문 디자인 서비스 주선은 올바른 기준을 만들고 정리해야 정부가 원하는 결과를 성취하고 디자인 회사들이 자원을 더욱 효율적으로 사용하여 퀄리티와 혁신을 홍보 할 수 있다.

디자인 중심 프로젝트의 입찰 과정을 개선하기 위해 공공 조직들은 목표와 결과 중심의 프로젝트 공약을 쓰고 더욱 효율적인 디자인 제안 검거 방법 실행하며 입찰자들의 노력과 시간을 공평하게 보상해야 한다. 디자인의 가치를 정확히 이해한 국가들은 이미 실행하고 있는 모범적인 업무들이다.

정부 기관들이 소규모 디자인 서비스를 쉽고 빠르게 제공 할 수 있도록 미리 인증된 디자인 서비스 제공자를 개발 할 수도 있다. 이와 같이 소규모 디자인 회사가 정부 프로젝트와 계약할 수 있는 기회도 소개될 수 있다.

3. 디자인 기업의 경쟁력 강화시키기

디자인 회사는 고객이 시장에 있는 기회를 사로잡고 여러 도전을 실천할 수 있게 도와주는 서비스와 해결책을 제공하는데 큰 역할을 하고 있다. 예를 들어 ‘ST Engineering’ 회사는 ‘Smart Plus air mask’ 개발을 성공적으로 하기 위해 젊은 층의 디자인팀의 도움을 청했다.



하지만 대부분의 디자인 회사들은 소규모 또는 중소기업이기에 이러한 실천을 힘들어한다. 세번째 추진 전략은 이 문제를 해결하고 디자인 회사들이 독점 제품과 서비스 및 지적 자산을 모을 수 있게 지원해주는 것이 목표다. Dsg 는 이에 중심을 잡아주는 역할을 하고 이러한 디자인 회사들이 성장하고 세계로 뻗어 나갈 수 있게 해줄 것이다.

#7 디자인기업에 혁신과 기업가 정신을 홍보, 실험과 IP 창작을 촉진할 수 있는 디자인연구 지원

Dsg 는 디자인 기업가들이 싱가포르의 날 마다 밝아지는 스타트업 생태계에 보탬이 되게 도와줄 수 있다. 예를 들어 이미 존재하는 기술 촉진제를 사용해 디자인 업무와 혁신의 비즈니스 사업을 강화할 수 있을 것이다. 기술 스타트업들도 초기 단계에서 디자이너와의 협력을 찾아 경쟁자들 사이에서 사용자 눈에 띄어 수 있을 것 원한다. Dsg 는 이렇게 디자인에 관심 있는 비즈니스 멘토 및 투자자 네트워크를 개발 할 수 있다.

Dsg 는 연구 프로젝트를 지원하여 싱가포르의 디자인 커뮤니티에 소중한 통찰과 새로운 콘셉트를 소개하고 최근에 떠오르는 첨가제 제조, 디자인 감각 및 헬스케어 디자인 같은 분야를 탐구하는 계기가 될 수 있다. 싱가포르를 넘어 해외에서도 조직 파트너 네트워크를 설립에 연구에 필요한 인력을 모집 할 수 있다.

#8 국립디자인센터 (NDC)에 비즈니스센터를 설립, 업무 공간 및 네트워크, 디자인 회사를 위한 공유 서비스를 제공함으로써 현지 및 해외진출 지원

더욱 더 심해지는 세계 경쟁 속에 싱가포르 디자인 회사들이 살아 남으려면 규모의 경제를 만들 수 있는 협력과 파트너십이 중요하다.

Dsg 가 홍보, 인적 자원, 지적 재산 관리 및 회계 같은 공동 니즈를 소규모 디자인 기업에게 제공을 할 수 있는 가능성을 알아보는 것을 추천한다.

Dsg 는 또한 세계 확장 가능성과 꿈이 있는 우리의 디자인 회사들에게 임시 작업 공간 및 핫 데스크킹 시설을 제공하는 해외 시장에서의 파트너 형성을 탐구해야한다.

#9 디자이너, 공예가, 공급 업체 및 지원 서비스간 클러스터 형성으로 공동작업 촉진, 시너지 창출

물질적으로 가깝고 활성화된 커뮤니티를 지으면 협력 기회가 생겨 우리 디자인 회사들이 자원 풀을 이용하고 난이도가 높은 프로젝트도 실행할 수 있을 것이다. 패션계에서는 비슷한 활동을 하는 회사들이 클러스터 형성을 하여 생산과정 검거를 더 효율적으로 하고 생산 속도와 퀄리티를 높일 수 있다.

Dsg 는 물질적인 클러스터 말고도 디자인 실무자, 공예가, 공급 업체 및 관련 서비스 제공 업체로 이루어진 디지털 DB 를 만들어 조직, 비즈니스 및 디자이너들이 그들의 인력이 필요할 때 빠르게 고용 할 수 있도록 해야한다.

4. 커뮤니티에 디자인이 활용되게 하기

좋은 디자인의 가치를 아는 사회는 디자인 생태계를 지원할 것이다. 더 많은 국민들이 자신의 디자인 유산을 알아가고 자신이 살고, 배우고, 일하고, 노는 환경을 직접적으로 디자인하면 이웃과의 관계, 자부심 및 소속감이 강화될 것이다. 이로 인하여 그들의 커뮤니티는 더욱 특출하고 항상 일상생활의 퀄리티 개선을 하는 사랑스러운 도시가 될 것이다.



#10 지역사회를 위한 봉사활동으로 디자인에 대한 인식 개선

디자인 감각 양육을 위해서는 쉽게 접근 할 수 있는 디자인 활동 및 전시회가 있어야 한다. 이런 활동들은 커뮤니티 센터, 도서관, 쇼핑몰 및 디자인학교와 조직에서 열릴 수 있다. 디자인 실무자들은 국민을 위한 디자인 경험을 만들기 위해서 공공 설치 미술 작품을 만들고, 워크샵 실행 및 좋은 디자인으로 알려진 곳으로 수학여행을 갈 수도 있다.

#11 디자인을 통해 더 나은 일상생활을 경험하게 함

Dsg 는 디자이너의 진행 밑에서 이루어진 주민 및 커뮤니티 리더와의 협동 창작 운영을 하고 참가자들은 일상생활과 커뮤니티 프로그램 및 활동 개선을 위한 평론, 공감 감지 및 프로토타이핑 과정을 거쳐야 한다. 관계 조직들은 협력하여 활성 노화 및 안전한 공동체 생활같은 복잡한 문제를 인식하고 해결책을 찾는 회의를 설립해야한다.

#12 싱가포르 방문객을 위한 디자인 대표 사례 개발

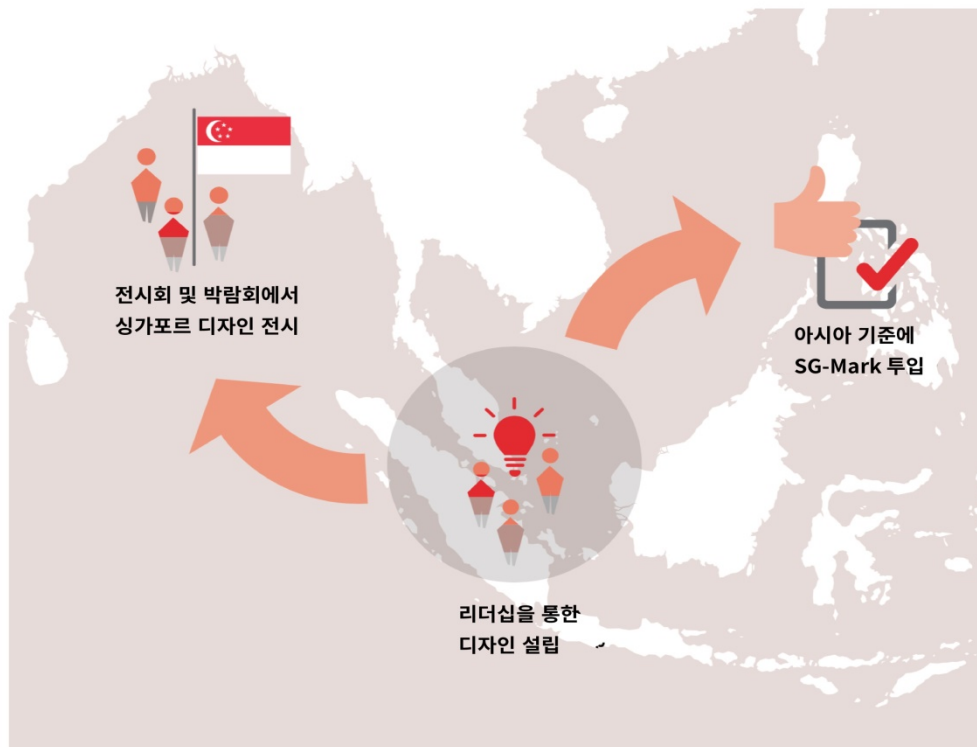
싱가포르는 위 전략들을 통해 ‘살아있는 디자인 박물관’ 이 되어 우리 섬만의 독특하고 특별한 경험과 활동을 제공 할 것이다.

Dsg 는 싱가포르 디자인의 대표적인 사례들을 모아서 이야기 나눔을 홍보하며 관광객의 관심을 사로잡고 또한 관계 정부 조직들과 협력해 디자인의 길을 가꾸고 디자인 유산에 대한 인식을 확장 할 것이다. 이러한 노력들은 국내의 디자인 씽킹 리더들의 영향력을 증가하고 싱가포르 디자인 브랜드 개발에 도움이 될 것이다.

5. 싱가포르의 국가브랜드 개발하기

싱가포르 브랜드는 신뢰감 높고 효율적이며, 안전하고 깨끗하기로 유명하다. 또한 사회 및 도시 공학 혁신과 강한 경제로 알려져 있다. 하지만 우리의 감성적이고 창의적인 모습도 확실히 보여줄 수 있으면 한다.

디자인은 싱가포르 브랜드를 형성하기에 좋은 매체이다. 덴마크, 일본, 대한민국 같은 국가들은 이미 좋은 디자인으로 국가 브랜드 정체성을 들어내며 ‘soft-power’를 통해 전세계 사람들과 감성적으로 소통한다.



#13 디자인위크를 최고의 국제 디자인 페스티벌로 구축

싱가포르 디자인 위크 (SDW) 프로그램을 확장하는 것을 추천하며 세계의 디자인 시장에서 싱가포르의 인지도를 높여야 된다. 특별히 아시아에 주목해야 SDW 는 다른 이벤트 및 페스티벌과는 다르다는 것을 보여줄 수 있다. 추가 가능한 프로그램은 다음과 같다:

- 디자인 리더와 유명인사들을 위한 공공정책 디자인, 사회 혁신 디자인, 및 스마트 도시 디자인 등을 상의 할 수 있는 ‘글로벌 디자인 시포지엄’

- 디자인 주도 회사 CEO, CDO 및 주요 인물을 모아서 디자인 및 비즈니스 커뮤니티의 디자인 트렌드를 상의 할 수 있는 회의

우리는 위와 같은 결과를 달성하기 위해 ‘President’s Design Award’ 범위를 싱가포르를 넘어 해외 확장까지 생각해야 한다.

#14 주요 국제 행사에 싱가포르 디자인 전시

해외 디자인 플랫폼에서 자신의 작품을 전시하고 세계에 알린 것은 싱가포르 디자이너들에게 이득이 되었다. 이 일을 계기로 삼아 Dsg 는 싱가포르 디자인의 대표적인 작품과 사례들을 국제 박람회 및 전시회에서 선포해야한다. 이것은 세계로 뻗어 나갈 준비가 된 디자이너들이 특별히 주목 받을 수 있도록 할 것이다.

#15 싱가포르 굿디자인을 표준으로 구축하기

‘Singapore Design Mark’ (SG-Mark)는 2014 년에 설립되어 싱가포르와 그 주위 지역들의 좋은 디자인 및 해결책들의 우수성을 인정하기 위해 만들어졌다. SG-Mark 를 받기 위해 일본에서 부터 제출된 작품도 있어 일본의 ‘Design Mark’ (G-Mark)와 ‘SG-Mark’ 협동 운영 동의를 했다. 현재까지 총 140 개의 제품과 해결책들이 ‘SG-Mark’를 받았다.

‘SG-Mark’ 는 회사들의 제품을 특출하게 해주며 더 높은 보험료를 받을 수 있게 하고 브랜드 정체성을 강화한다. ‘SG-Mark’ 의 인지도를 높이기 위해서는 더욱 더 많은 지원과 투자가 필요하다. 이로써 더 많은 회사들이 퀄리티 높은 디자인에 투자하도록 유인하고 싱가포르 디자인 브랜드를 높이는 선순환이 될 것이다.

모두를 위한 디자인

‘디자인 2025’의 차별점

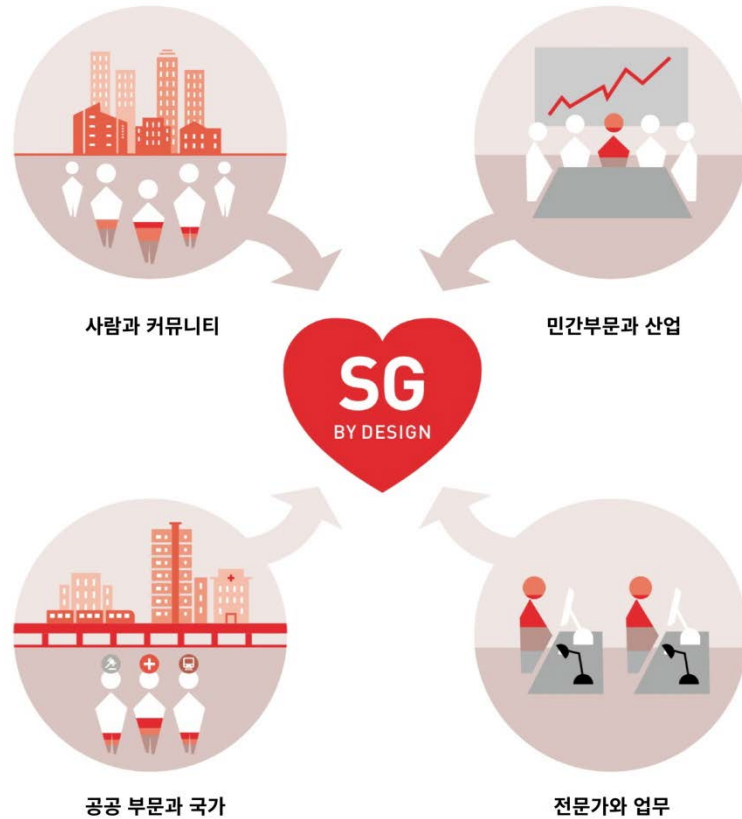
이전 도면들은 정부의 지시 아래서 진행 되었으며 미술, 디자인 및 미디어를 새로운 성장 분야라고 분류하였다. 하지만 이번 마스터 플랜은 디자인 생태계에 속한 여러 커뮤니티의 리더들로 이루어진 위원회의 지휘 아래 개발되었다. 우리 위원회는 산업 및 공공 부문 관계자들과 인터뷰 및 집중 그룹 회의를 하며 제안된 전략들이 산업의 니즈와 주도권을 잡고있는 ‘Smart Nation’, ‘Skills Future’, 및 ‘Future Economy’ 의 의견과 요구가 충족 될 수 있도록 했다.

디자인은 여러모로 싱가포르를 세계에서 가장 살기 좋고 사랑받는 도시 중 하나로 만들었다. 또한 싱가포르를 혁신 중심 경제로 만들 수 있는 가능성이 무궁무진하기에 디자인 사용과 인식이 더욱 퍼져야 한다. ‘디자인 2025’는 디자인에 대한 감사함을 표현하고 우리의 인력, 비즈니스, 정부 및 커뮤니티의 일상생활, 여가생활, 배움과 일이 디자인으로 인하여 변할 수 있기를 기원한다.

관계자들의 이익

만약 이 전략들이 성공적으로 반영이 된다면 우리 디자이너들과 디자인 회사들은 더 좋은 지원을 받아 혁신적으로 성장 할 수 있고 효율적으로 디자인 혁신을 실행하는 것이 더욱 심플 할 것이다. 그들의 퀄리티 높고 사용자 중심인 제품과 서비스들은 ‘SG-Mark’를 받아 많은 사람들이 알아보고 인정 할 것이다. 정부는 디자인을 이용해 사람 중심 정책과 서비스 제공의 리더가 되고 우리 국민들은 어렸을 때부터 학교와 이웃 활동을 통한 진정한 디자인 배움에서 영감을 받아 자신의 일상에 적용할 것이다.

이 계획들은 디자인으로 싱가포르의 브랜드와 국가 정체성에 생명을 불어넣고 전국민, 관광객, 투자자 및 싱가포르를 자신의 ‘집’이라고 부르는 모든 사람들에게 감동을 전할 것이다.



‘Design Singapore Council’에 대하여

‘DesignSingapore Council’의 비전은 싱가포르가 디자인을 통해 세계 경쟁에서 뛰어남을 나타내는 것이다. 국가 조직인 만큼 카운슬의 의도는 디자인 부문을 개발하고 싱가포르가 혁신과 성장을 위한 디자인 사용을 도와주며 삶을 더 좋게 만드는 것이다.

‘DesignSingapore Council’은 정보통신부 소속이다.

‘National Design Centre’는 ‘DesignSingapore Council’가 생태계를 활성화 시키고 여러 산업간의 협력을 유인하고 혁신과 성장을 위한 비즈니스 기회 마련 노력을 끊임 없이 지원한다.

2015년 12월에 싱가포르는 UNESCO ‘Creative City of Design’라는 지명을 받았고 이 영광이 싱가포르의 창의적인 문화와 생태계를 조성하는 계기가 되었으면 한다. 싱가포르는 이를 위해 UNESCO ‘Creative Cities Network’ (UCCN)의 여러 도시들과의 협력을 할 것이며 ‘City of Design Office’는 ‘DesignSingapore Council’ 안에서 UCCN 미션에 버팀목이 되어줄 수 있는 프로그램 개발을 할 것이다.

*** 디자인 마스터 플랜 위원회**

디자인 마스터 플랜 위원회는 싱가포르 정부 통신부 장관이 설립했다. 국립 디자인 센터의 'Design Singapore Council' 는 싱가포르 정부 통신부에 속해 있으며 디자인 마스터 플랜 위원회의 '디자인 2025' 보고서를 승인했다.

번역: 이가흔 2018. 7. 한국디자인진흥원 디자인혁신실