

장소성 평가를 위한 장소성형용사 도출 및 적용에 관한 연구

권윤구* · 임승빈**

*서울대학교 대학원 생태조경학 전공 · **서울대학교 조경 · 지역시스템공학부

I. 서론

전 세계적으로 일어나고 있는 도시 간 혹은 지역 간 경쟁에 의하여 각 도시들은 물리적 혹은 기능적인 도시계획 및 설계에 주로 집중하고 있으며, 이런 도시계획 및 설계에 대한 발상과 수법에 의하여 현대 도시의 모습들은 점차 획일화되고 있다.

최근 서울시는 디자인서울총괄본부를 신설함으로써 도시 공간의 설계 및 관리에 적극적으로 창의적 디자인을 도입하는 프로젝트를 진행하고 있다. 도시 전체를 대상으로 도시의 아름다움과 특화된 공간으로 만들기 위한 긍정적인 프로젝트이지만, 일부 전문가들은 구체적인 지침과 도시가 지니고 있는 특성에 대한 이해가 부족한 획일적인 프로젝트로 이어질 수 있음을 우려하고 있다.

이에 도시계획 및 설계를 진행하는데 있어서 도시의 정체성을 증진시키고 사람의 활동에 의한 기억과 의미를 가진 장소형성에 대한 중요성이 더욱 강조되고 있으며, 또한 도시의 경쟁력 강화를 위한 도시마케팅 전략을 수립하기 위해서 장소성(Sense of Place)이 풍부한 장소의 조성이 강조되고 있다. 하지만 장소성의 중요성에 대하여 많은 전문가가 언급하고는 있으나 장소성이 구체적으로 무엇을 의미하는지, 어떻게 형성되어야 하는지, 형성하기 위해서는 무엇을 어떻게 하여야 하는지에 관하여는 아직 객관적인 연구가 부족한 실정이다. 또한, 지금까지의 환경계획 및 설계 시 전문가 개인의 경험과 직관에 의하여 조성되는 경향이 매우 컸기 때문에 결과물에 대한 이론적인 설득력이 취약하였다.

따라서, 본 연구는 환경계획 및 설계 시 장소성의 특성에 대한 세밀한 이해 및 정량적 평가를 위한 도구로서 활용 가능한 장소성형용사를 제시하는데 목적이 있다.

II. 이론적 고찰

1. 장소성 이론 및 평가에 관한 연구

장소성은 투안(Yi-Fu Tuan, 1979)이 장소와 장소성에 대한 개념연구를 시작한 이래 장소와 장소성의 정의 및 형성 원리 등에 대한 이론적 연구(Norberg-Schultz, 1980; Edward Relph,

1976; F. Steele, 1981)가 진행되어 왔으나, 주로 실존주의 철학에 기반을 둔 현상학적 접근 방법을 활용하여 장소에 대한 본질적인 이해에 초점을 맞춘 정성적인 연구가 진행되어 왔다. 1990년대 이후부터 장소성을 정량화하려는 연구가 시도되었으며, 장소성의 형성 여부 및 정도를 분석 및 평가하는데 개방형 주민 설문 등의 방법을 이용한 정량적인 연구가 진행되었다(Thornquist, 1992; Patterson, 1992; R.B.G. Brown and C. Raymond, 2007). 그러나 장소성의 형성 정도를 직접적으로 측정하기 보다는 장소성 형성을 위한 필요조건이라 할 수 있는 장소 애착(place attachment)과 장소 정체성(place identity)의 형성 여부를 측정하는 연구가 현재까지 주를 이루고 있다.

2. 형용사를 통한 이미지 평가기법에 관한 연구

형용사를 이용하여 이미지를 평가한 연구로서 주신하(2003)는 도시경관에 대한 전체적인 분위기와 이미지를 설명할 수 있는 경관형용사를 선정하는 과정을 통하여 도시경관을 평가하였으며, 박지혜(2005)는 캠퍼스를 대상으로 전체적인 이미지를 설명할 수 있는 형용사를 통하여 평가하였고, 이정원(2006)은 농촌다움의 세부 속성을 도출하여 명확한 개념을 파악하고 농촌어메니타자원이 가지고 있는 농촌다움의 각 속성을 평가하였다.

소비 성향에 관한 연구로 한은경과 김문진(2002)이 RV(Recreational Vehicle) 브랜드에 대한 이미지를 조사하여 브랜드 기능과의 영향 관계를 살펴보았다. 양정희(2001)는 감성어휘의 형용사 목록을 이용하여 의미분류법과 요인분석을 통하여 청소년들의 캔 음료 디자인에 대한 감성요인을 추출하였다. 또한, 이미지를 시각화 하는 기법으로 김종구(2005), 정용문과 변재상(2005), 임승빈 등(2004)는 도시의 경관과 이미지 분석을 위하여 다차원척도법(MDS)을 사용하였다(이정원, 2006).

형용사를 활용한 어의구별적은 여타의 선호도 측정 기법과 같이 경관의 높고 낮음을 평가하기 위한 것이 아니고, 경관이나 이미지의 특성 혹은 의미를 밝히기 위하여 이용된다(임승빈, 1991; Zube *et al.*, 1975).

따라서 형용사를 통한 평가기법이 본 연구와 같이 장소성에 대한 특성이나 의미, 이미지 등을 서술하기 위한 타당한 방법

으로 활용 가능하다고 판단되어, 장소성을 평가하는 도구로서 장소성형용사를 도출하였다.

III. 연구 범위 및 방법

1. 연구범위

1) 내용적 범위

본 연구는 장소성을 정량적으로 평가하기 위한 장소성형용사를 도출하는 연구로서 개개의 장소가 지니고 있는 특성이 아닌 도시 내 공간이 공통적으로 지니고 있는 장소성의 일반적인 특성을 내용적 범위로 다루고자 한다.

2) 공간적 범위

공간적 범위는 장소성형용사를 사용한 정량적인 평가를 통하여 장소성의 높고 낮음을 평가하기 위하여, 1차 설문조사 시 장소성이 높은 곳으로 선정된 장소 중 형태와 특성이 유사한¹⁾ 3곳의 장소(인사동길-빈도 48, 종로-빈도 16, 대학로-빈도 11)를 선정하여 평가하였다.

2. 연구방법

본 연구의 수행 과정은 그림 1과 같다.

IV. 연구결과

1. 장소성형용사 도출

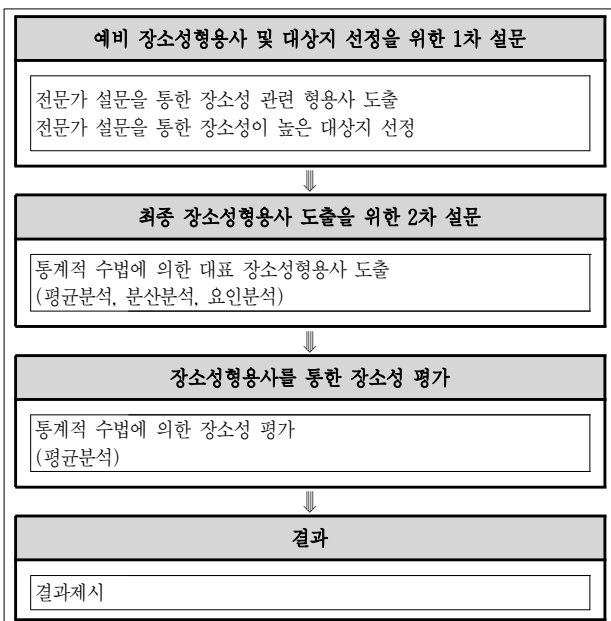


그림 1. 연구 수행 과정

표 1. 표본의 일반적 특성

항목	구분	건축	도시 계획	조경	비율(%)
연령(세)	20대	16	19	16	53.1
	30대	16	13	12	42.7
	40대	-	-	4	4.2
현직 분야	실무	17	7	10	35.4
	교육	15	25	22	64.6
합계	96	32	32	32	100

1) 표본의 일반적 특성

1차 설문조사의 응답자 특성은 다음과 같다(표 1 참조).

2) 예비 장소성형용사 목록 도출

장소성을 평가하기 위한 최종 장소성형용사 목록 작성을 위하여 1차 설문조사를 실시하였다. 1차 설문조사에서 장소성과 관련된 가능한 모든 형용사를 얻기 위하여 개방형 설문조사를 하였으며, 설문조사는 환경계획 및 설계분야의 전문가인 건축, 도시계획, 조경 분야의 실무, 교육 및 연구 분야에 종사하는 전문가를 각 분야별로 32명씩 모두 96명을 대상으로 실시하였다. 도출 결과 중복되는 형용사를 제외하고 건축학전공자 107가지, 도시계획학전공자 79가지, 조경학전공자 101가지의 형용사로 나타나 전문가들의 응답에서 비교적 다양한 형용사를 얻어낼 수 있었다. 전공별 결과를 종합한 후 개방형 설문조사의 단점을 보완하기 위하여 그중 빈도 4이상의 형용사만을 추출하여 빈도순으로 정리하여 20개의 형용사를 선정하였다(표 2 참조).

3) 최종 장소성형용사 목록 도출

2차 설문조사에서 예비 장소성형용사 목록을 대상으로 각 형용사와 장소성 간의 관련성을 10점 만점을 기준으로 점수를

표 2. 예비 장소성형용사 설문결과

빈도	형용사
18	오래된
13	독특한, 고유한
12	편안한, 전통적인
11	인상적인
10	특별한
9	아름다운, 역사적인
8	익숙한
7	유일한, 개성적인
6	정겨운
4	의미있는, 매력적인, 구별된, 고요한, 친근한, 특징적인, 중요한

부여하는 방식으로 평가하고, 이 자료를 토대로 최종 장소성형용사 목록을 도출하였다. 설문조사는 서울대학교 조경학과 대학원생 30명과 서울대학교 환경대학원 대학원생 20명을 대상으로 실시하였다.

(1) 평균에 의한 형용사 선정

20개의 예비 장소성형용사 목록의 타당성을 검증하기 위하여 각 형용사의 장소성과의 관련성을 평가한 자료로 평균값을 구하였다(표 3 참조). 20개의 장소성형용사 중 장소성과 관련이 높은 것으로 평가된 형용사는 '전통적인', '인상적인', '의미 있는', '역사적인', '고유한', '특별한' 등으로 나타났다.

최종 장소성형용사 목록 작성을 위하여 10점 척도의 중간값인 5.5점 이하의 값을 가진 '고요한'과 '아름다운'의 2개 형용사는 장소성과 관련이 낮은 형용사로 판단되어 목록에서 제외하여 총 18개의 형용사를 선정하였다.

(2) 분산에 의한 형용사 선정

일반인들이 공통적으로 인식하는 가치평가의 기준을 마련하기 위하여 각 형용사의 분산을 살펴본다 총 형용사의 분산의 평균보다 분산이 큰 형용사를 제외하여 개인에 따른 차이를 제거하였다(표 4 참조).

총 형용사의 분산의 평균은 2.2이지만 좀 더 많은 형용사를 포함시키고자 분산이 2.5보다 큰 형용사 '오래된'과 '편안한'을

표 3. 예비 장소성형용사 목록의 평균

형용사	평균	형용사	평균	형용사	평균
전통적인	7.49	특정적인	6.83	오래된	6.08
인상적인	7.43	익숙한	6.75	중요한	6.04
의미 있는	7.38	매력적인	6.60	편안한	5.74
역사적인	7.30	유일한	6.53	구별된	5.51
고유한	7.21	개성적인	6.53	아름다운	5.32
특별한	7.13	친근한	6.45	고요한	4.28
독특한	6.87	정겨운	6.19		

표 4. 예비 장소성형용사 목록의 분산

형용사	분산	형용사	분산	형용사	분산
오래된	2.60	중요한	2.23	고유한	2.10
편안한	2.58	유일한	2.22	특정적인	2.09
개성적인	2.42	정겨운	2.22	전통적인	2.06
특별한	2.29	인상적인	2.21	독특한	2.02
구별된	2.28	익숙한	2.21	역사적인	1.88
친근한	2.25	매력적인	2.11	의미있는	1.86

를 제외하여 총 16개의 형용사를 선정하였다.

(3) 요인분석에 의한 장소성형용사 선정

각 형용사와 장소성의 관련성을 평가한 설문조사를 토대로 도출된 16개의 형용사를 요인분석하였다. 요인분석 중 주성분 분석을 이용하여 초기고유값(initial eigenvalue)이 1.0 이상인 형용사를 취하고 베리맥스(varimax) 회전한 결과 5개의 요인으로 추출되었으며(표 5 참조), 요인분석을 통하여 장소성의 특성이 지니고 있는 최종 장소성형용사를 선정할 수 있었다.

위의 요인분석과 형용사 선정 결과를 토대로 본 연구에서는 장소성의 5가지 세부 특성은 '고유성', '서정성', '중요성', '역사성', '의미성'으로 분석할 수 있었다.

따라서 환경계획 및 설계 전문가들이 인식하는 장소성이란 '독특한', '정겨운', '중요한', '전통적인', '인상적인' 느낌을 지닌 복합개념이라고 정의할 수 있다.

장소성의 개념은 일반인에게 이해시키기에는 어려움이 있기 때문에, 일상생활에서 주로 사용하는 형용사를 장소성을 표현하는 매개개념으로서 활용이 용이하기 때문에 일반인을 대상으로 장소성을 평가하는 도구로서 장소성형용사를 사용하였다.

2. 장소성형용사를 통한 장소성 평가

1) 대상지 선정

장소성 평가를 위한 대상지 선정을 위하여 전문가를 대상으로 개방형 설문을 진행하였으며, 이 중에서 가로의 형태와 특성이 유사한 3곳(인사동길-빈도 48, 종로-빈도 16, 대학로-빈도 11)을 선정하였다.

2) 장소성형용사를 통한 장소성 평가

선정된 3곳을 대상으로 장소성형용사 목록을 사용하여 각 장소에서 35명씩 일반인을 대상으로 장소성을 평가하였으며, 그 결과는 다음과 같다(표 6 참조).

장소성형용사를 통한 평가한 결과, 인사동은 모든 형용사 평가에서 1순위로 나타났고, 종로는 '독특한'을 제외한 모든 형용사평가에서 2순위를 하였으며, 대학로는 '독특한'을 제외한 모든 형용사 평가에서 3순위를 하였다.

위의 결과, 설문 시 도출된 장소성이 높은 공간의 순위와 장소성형용사를 통하여 평가한 점수의 평균값 순위가 같음을 확인할 수 있었으며, 이는 장소성의 정량적으로 평가방법으로서 활용 가능성을 확인하였다.

하지만 종로와 대학로를 비교하여 봤을 때 '독특한'의 항목이 대학로가 더 높았던 이유는 일반인에게 대학로는 다양한 소극장에서 열리는 공연·연극·뮤지컬 등이 주는 독특한 이미지에 의하여 일반적인 도심의 상업가로로 변한 종로보다 '독특한'의 형용사 평가 점수를 더 얻었다고 판단된다.

표 5. 예비 장소성형용사의 요인분석 결과

그룹	형용사	성분					공통 분산비
		1	2	3	4	5	
고유성	개성적인	0.886	0.144	0.062	0.130	0.001	0.826
	특징적인	0.802	0.097	0.215	0.208	0.092	0.751
	독특한	0.755	0.424	-0.022	0.045	-0.209	0.795
	특별한	0.649	0.428	0.263	-0.077	0.126	0.695
	고유한	0.641	-0.187	0.157	0.230	0.088	0.531
	유일한	0.624	-0.076	0.167	-0.220	0.403	0.634
서정성	정겨운	0.053	0.777	0.138	-0.074	-0.011	0.631
	친근한	0.458	0.645	-0.017	-0.107	-0.232	0.692
	의미있는	0.032	0.610	0.400	0.234	0.180	0.620
중요성	중요한	0.086	0.093	0.819	-0.098	0.293	0.781
	구별된	0.176	0.022	0.774	-0.049	0.033	0.634
	매력적인	0.297	0.340	0.652	0.076	-0.328	0.742
역사성	역사적인	0.133	-0.135	0.033	0.922	0.110	0.899
	전통적인	0.122	0.122	-0.121	0.909	-0.083	0.878
의미성	인상적인	0.115	-0.063	0.176	0.028	0.712	0.556
	익숙한	-0.001	0.556	-0.166	0.069	0.608	0.712
적재값의 자승합 (초기고유값)		3.604 (4.840)	2.296 (2.090)	2.120 (1.685)	1.940 (1.507)	1.415 (1.254)	-
누적 백분율(%)		22.525	36.874	50.127	62.254	71.096	-

요인추출방법: 주성분분석

회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스(varimax)

표 6. 장소별 형용사 평균

형용사	인사동		종로		대학로	
	평균	분산	평균	분산	평균	분산
독특한	4.77	0.43	2.77	0.69	3.23	0.94
정겨운	3.91	0.95	3.51	1.22	3.31	1.08
중요한	4.14	0.77	3.86	0.65	3.46	1.04
전통적인	4.83	0.38	3.94	1.21	2.71	1.10
인상적인	4.63	0.60	3.60	0.98	3.49	1.15
평균	4.46	-	3.54	-	3.24	-

V. 결론 및 향후 연구 방향 고찰

지금까지 장소성의 평가에 관한 연구는 장소성 형성의 하위 항목인 장소 애착과 장소 정체성의 형성 여부를 측정하는 것이 주를 이루었으나, 본 연구는 장소성을 정량적으로 직접 평가하는 도구로서 장소성형용사 목록을 도출하고, 장소성을 평가하는데 활용했다는 것에 의의가 있다고 하겠다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 장소성형용사를 통한 장소성의 특성을 분석한 결과, 장소성은 '고유성', '서정성', '중요성', '역사성', '의미성'의 이미지

들이 복합되어 나타나는 총체적인 개념임을 확인할 수 있었으며, 각 특성을 대표하는 장소성형용사들로 '독특한', '정겨운', '중요한', '전통적인', '인상적인'이 선정되었다.

둘째, 도출된 장소성형용사를 토대로 인사동, 종로, 대학로를 대상으로 장소성 평가를 실시하였다. 이 결과, 1차 설문조사 시 나왔던 장소성이 높은 장소 순위와 장소성형용사를 통한 평가의 평균과의 순위가 같음을 확인할 수 있었고, 이를 통하여 위에서 도출된 장소성형용사로 장소성의 정량적인 평가 방법으로 활용이 가능함을 확인할 수 있었다.

하지만 종로와 대학로를 비교하여 봤을 때 '독특한'의 항목이 대학로가 높게 나옴을 확인할 수 있었다. 일반적인 도심의 상업가로로 변한 종로보다 소극장과 다양한 공연이 일어나는 대학로가 일반인에게 더욱 독특함을 느끼게 한다고 해석할 수 있었으며, 이는 종로가 지니고 있는 장소성을 위하여 독특하고 특화된 문화와 환경의 개발이 필요하다는 것을 의미한다고 판단할 수 있다.

본 연구는 장소성형용사를 추출하는 과정에서 환경계획 및 설계 분야의 전문가만을 대상으로 진행했기 때문에 장소성의 개념을 포괄적으로 표현하기에는 한계점을 지니고 있다고 하겠다. 이는 향후 더욱 풍부한 장소성형용사 목록을 작성하기 위하여 장소성에 관한 연구논문 그리고 장소성과 관련된 좀 더

다양한 분야의 전문가들의 의견을 참고하여 수정 및 보완할 부분이다.

또한, 본 연구과정에서 도출된 장소성형용사 목록은 장소성에 대한 특성이나 의미 및 이미지 등과 같은 비물리적 측면만을 설명할 수 있는 형용사를 추출하였기 때문에 한계점을 지니고 있다. 이는 향후 장소성 형성에 있어 구성요인 및 형성에 관한 연구를 통하여 장소성이 형성되는 공간의 물리적 환경과 본 연구에서 밝혀낸 비물리적 측면과의 관계를 밝혀냄으로써 차별화된 장소성으로 지향할 수 있는 계획 및 설계의 이론적 틀을 제시할 수 있을 것이라고 기대한다.

주 1. 공간적 범위에서 장소성형용사를 사용하여 평가한 결과의 상대적인 비교가 용이하기 위하여 장소의 형태와 특성이 유사한 장소로 제한하여 설문하였다.

인용문헌

1. 김종구(2005) 도시경관의 인지도 및 선호도 분석에 관한 연구 - 가로경관을 대상으로 한 정량적 실험연구 -. 대한토목학회논문집 25(2): 305-309.
2. 박지혜(2005) 대학 캠퍼스 이미지 분석에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
3. 백선휘(2004) 장소 마케팅에서 장소성의 인위적 형성 : 한국과 미국 소도시의 문화예술축제를 사례로. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
4. 변재상(2005) 도시 경관 및 이미지 향상을 위한 랜드마크 형성모델. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
5. 양정희(2001) 소비 행태(行態)를 통한 청소년의 감성 연구 - 청소년 음

료의 캔 디자인을 중심으로 -. 부경대학교 석사학위논문.

6. 이석환(1998) 도시가로의 장소성 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
7. 이순목(2003) 요인분석의 기초. 서울: 교육과학사.
8. 이정원(2006) 농촌어메니티자원의 농촌다움 특성 평가에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
9. 임승빈(1991) 경관분석론. 서울: 서울대출판부.
10. 임승빈 등(2004) 도시 이미지 분석 기법에 관한 연구: MDS(Multi-dimensional Scaling)에 의한 도시 간 이미지 비교. 한국조경학회지 32(1): 47-56.
11. 정용문, 변재상(2005) 시민의식에 기초한 공주시 도시 이미지 분석 - 도시와 랜드마크의 형용사 이미지 포지셔닝 -. 한국조경학회지 33(3): 18-30.
12. 한은경, 김문진(2002) 브랜드 기능이 소비자 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구 - RV(Recreation Vehicle) 브랜드를 중심으로 -. 한국광고학보 4(2): 52-86.
13. 주신하(2003) 도시경관 분석을 위한 경관형용사 선정 및 적용 연구. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
14. 홍두승(2001) 사회조사분석. 서울: 다산출판사.
15. Edward Relph(1976) Place and Placelessness, London: Pion.
16. Fritz Steele(1981) The Sense of Place, Boston: CBI Publishing Company.
17. Gregory Brown & Christopher Raymond(2007) The relationship between place attachment and landscape values: Toward mapping place attachment. Applied Geography, Volume 27, Issue 2, April 2007, Pages 89-111.
18. Norberg-Schultz,C.(1980) Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture. London: Academy Edition.
19. Thornquist, Lisa Mary(1992) Home on the Range: Sense of Place in Economically Stressed Areas(Iron Range, Minnesota, Community). Ph.D. dissertation, University of Minnesota.
20. Yi Fu Tuan(1979) Space and Place. MSP: Minnesota University Press.