

도시이미지 인지와 선호등위선 개발[†]

- 성남시를 대상으로 -

변재상

신구대학 환경조경과

Developing Cognition and Preference Contours of a City Image - A Case Study of Seongnam City -

Byeon, Jae-Sang

Dept. of Environment and Landscape Architecture, Shingu University

ABSTRACT

Areas with negative images in cities can degrade the image of the city as a whole and slow the city's efforts to improve its image. The identification of such areas and the development of a city contour that charts the images of various areas in advance can help urban planners establish relevant strategies to ameliorate detrimental images of the city. This study intends to draw a contour of Seongnam City according to citizen's cognition levels of and preference for city area images and aim to shift the strategy of urban image planning from being results-oriented to being process-oriented.

The results of this study are as follows: First, an analysis of the level of cognition of and preferences for Seongnam City's landmarks shows that the degree of cognition varies in different areas, whereas that of preferences remains similar; Second, the cognition and preference contour makes it easy to assess and diagnose city images; Third, the image management map, which merges the cognition contour with the preference contour, divides the city into four different areas. In order to manage city images, it follows that those areas with a high degree of cognition but low preference need to be classified and dealt with first.

Further, this study shows that those areas with high cognition are the most populated and visited. Areas with high preference can become a strong candidate for being a landscape control point of a city, which adds to the usefulness of this study. The contour of Seongnam will contribute to networking sightseeing areas for visitors centered upon those places of high preference. It would appear that this type of networking will inspire a better image for the city.

Key Words: Image Contour, City Marketing, Image Strategy, City Branding

[†]: 이 논문은 2008년도 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(No. 331-2008-1-F00031).

Corresponding author: Jae-Sang Byeon, Dept. of Environment and Landscape Architecture, Shingu University, Seongnam 462-743, Korea, Tel.: +82-31-740-1537, E-mail: drbyeon@shingu.ac.kr

국문초록

도시 내 일부 부정적인 이미지를 지닌 지역은 도시 전체 이미지에 커다란 악영향을 미쳐 궁극적으로는 전체 도시이미지 향상을 저해하는 요소로 작용할 수 있다. 이러한 지역을 사전에 찾아내기 위하여 도시이미지를 도면화하는 것은 도시 정책 입안자들의 효과적이고 합리적인 정책 및 대응전략 수립에 도움이 될 수 있다. 본 연구는 도시이미지에 대한 시민들의 인지도와 선호도를 기반으로 등위선을 제작하였으며, 이를 중첩하여 관리도면을 도출함으로써 도시이미지 전략을 결과 위주가 아닌, 프로세스 중심으로 변화시키는 초석을 마련하고자 진행되었다.

본 연구를 통해 도출된 결과로서, 첫째, 성남시의 주요 상징물들의 인지도와 선호도를 분석한 결과, 인지도는 지역별로 큰 차이를 보이고 있었으나, 선호도는 비교적 균등한 값의 분포를 보이고 있었다. 둘째, 도시의 이미지 경향을 파악하고 진단하기 위한 인지와 선호등위선은 도시 전체 차원에서, 도시의 전반적인 이미지 경향을 한눈에 쉽게 판단하게 해주는 장점이 있다. 셋째, 인지와 선호등위선을 중첩한 도시이미지 관리도면에서는 4가지 유형으로 도시 권역을 구분할 수 있으며, 이들에 대한 관리방안에 있어서 인지도가 높으나 선호도가 낮은 지역은 특별히 이미지 관리의 우선지역으로 선정하여 도시 전체의 이미지 역량을 집중시킬 필요가 있다.

한편, 이상의 결과 이외에도 인지도가 높은 지역의 경우, 많은 사람들이 방문하거나 유동 인구가 많은 곳으로 판단할 수 있다. 특히, 해당 지역 중 선호도가 높은 지역들은 도시 관리를 위한 조망점 선정에 있어서 유력한 후보군으로 분류할 수 있다. 따라서 본 연구를 통해 도출된 인지와 선호등위선은 향후 도시 관리를 위한 조망점 선정에도 유용하게 사용될 수 있을 것이다. 나아가 도시이미지 선호지역을 중심으로 외부 방문객들이 도시를 탐방하고 관광할 수 있는 도시탐방 네트워크 구성에 활용할 수도 있을 것이다. 이는 도시의 전반적인 이미지 향상에 새로운 활력을 제공해 주는 계기가 될 것이다.

주제어: 이미지 등위선, 도시마케팅, 이미지 전략, 도시브랜딩

1. 서론

최근의 도시이미지 전략은 과거의 하드시티 개념에서 소프트 시티로의 패러다임 변화가 진행 중이며, 이와 함께 도시는 자신만의 이미지와 정체성 찾기에 주력하고 있다(변재상 등, 2010). 이에 동참하여 우리나라의 지자체들 역시 각종 구호와 함께 브랜드 슬로건을 통해 해당 도시의 이미지를 부각시키고자 노력하고 있다(변재상, 2009). 그러나 이러한 노력들은 피상적인 겉보기 위주의 결과에 치중하고 있을 뿐, 도시 내부의 지역적 이미지를 기반으로 한, 프로세스 중심의 이미지 전략 체계의 수립에서는 상당히 더딘 모습을 보이고 있다. 도시이미지는 도시를 구성하는 여러 요소와 개체들 간의 커뮤니케이션에 의해 형성된다(변재상 등, 2007d). 미시적인 관점에서 살펴본다면 도시를 구성하는 개체들 사이의 커뮤니케이션은 도시 하위지역의 이미지를 형성하는데 기여하며, 이는 곧 전체 도시이미지를 형성하는데 상호보완적으로 기여하게 된다(변재상 등, 2007c; 변재상, 2008a). 따라서, 도시는 지역의 세분화된 이미지를 기반으로 도시 전체의 이미지를 형성하게 된다. 그러나 현재 우리나라에서는 도시별로 이미지 현황과 분포를 한눈에 파악하게 해 줄 수 있는 관련 자료가 부족한 것이 현실이다. 이에 따라 도시이미지 정책 수립에 있어서 많은 시행착오와 재정적인 낭비를 거듭

하고 있다. 이를 보완할 수 있는 시각화된 이미지 관련 도면의 개발이 필요한 시점이 되었다. 한 도시 내에 부분적으로 부정적인 이미지를 지닌 지역은 전체 도시의 이미지에 커다란 악영향을 미쳐 궁극적으로는 전체 도시이미지 향상을 저해하는 요소로 작용할 수 있다. 이러한 지역을 도면화하여 표시함으로써, 사전에 찾아내는 것은 도시 정책 입안자들의 효과적이고 합리적인 정책 및 대응전략 수립에 도움이 될 수 있다.

본 연구에서는 도시이미지 전략을 프로세스 중심의 체계로 갖추기 위한 첫 단계로서, 도시이미지에 대한 현황을 알기 쉽게 파악할 수 있도록 인지도와 선호도라는 기준¹⁾에 따라 등위선²⁾을 제작하고자 하였다. 특히, 지역성 도출이나 정체성 확립을 위한 지리적 기준을 제공해 줌으로써, 우리나라 지방자치단체들의 도시이미지 전략이나 정책 방향 수립에 좋은 모범 사례가 될 수 있을 것이다. 이를 통해 한정된 재원을 활용하여 이미지 취약 지구에 대한 정비와 인지도 취약 지구에 대한 홍보를 보다 효율적으로 수행할 수 있으며(변재상 등, 2007b), 이곳에 더 많은 도시적 역량을 집중시킬 수 있게 해 줄 것이다. 나아가 재개발 사업이나 도시 공원화 사업 등의 거시적 차원에서의 정책 수립을 위해 균형 있는 사업 전개에 동기를 제공해 줄 수 있다. 또한, 이를 통해 유사한 이미지의 지역들은 전반적인 시너지 효과를 위해 집중과 분산, 타협과 협력의 자세를 수용할

수 있는 설득의 근거자료가 될 것이다.

한편, 본 연구는 기존에 수행되어온 Lynch(1960)의 이미지 연구에 대한 한계(정용문과 변재상, 2005)를 극복하고, 계량적인 도시이미지 연구의 기초 자료를 제공함으로써, 향후 계속될 도시이미지 관련 연구의 논리적이며 실천적인 근거를 제공해 주고자 진행되었다. 기존의 도시이미지 연구는 구성요소의 도출이나 영향력 등과 같은 분석적인 측면에 치우쳐져 있었으나, 본 연구는 도시이미지 정책에 실질적인 기여를 할 수 있는 인지와 선호등위선의 개발을 목표로 하여 진행되었다. 따라서, 행정가나 도시계획가, 정책입안자들에게 해당 도시의 이미지 현황과 분포 상황 등을 한눈에 알아볼 수 있게 해주는 도면화된 실천적인 수단을 제공해 주는 것이 중요한 연구의 목표가 된다.

II. 이론적 고찰

도시 경관 및 이미지를 도면화하려는 노력은 경관과 이미지의 정책적 활용을 위해 매우 중요한 시발점이 된다. 이런 이유에서 많은 연구자들이 경관과 이미지 등의 정량적 분석 및 이를 도면화하기 위한 연구를 꾸준히 수행하여 왔다. 이러한 도면화를 위한 노력은 당초 물리적 여건의 도면화에 관한 연구에서 출발하여 도시이미지 등의 비물리적 요소들을 도면화하려는 움직임으로까지 발전되어 왔다. 본 연구에서는 도면화를 위한 다양한 연구자들의 연구 성과 및 해당 결과에서의 시사점을 중심으로 관련연구의 동향을 살펴보았다.

1. 물리적 요소의 도면화에 관한 연구

생태적인 부분에서는 이미 오래전부터 녹지자연도나 생태자연도와 같은 생태학적 유형과 평가에 대한 연구를 기반으로 도면화 작업이 진행되었다. 예컨대 영국이나 독일에서는 이미 1930년대부터, 일본에서는 1970년대부터 활발한 연구가 진행되어 왔으며(임승빈, 1991), 미국에서는 1960년대 이후부터 McHarg(1971)가 도면중첩법을 사용하여 해당 지역개발을 위한 적지분석을 수행하기도 하였다. Zube *et al.*(1975)도 위스콘신 지역을 대상으로 화력발전소, 조명, 수자원 공급현황 등의 사회적 인프라 시설과 보전이 필요한 지역이나 토지이용현황 등을 도면상에 종합적으로 표기하고, 이를 컴퓨터 파일로 전환해 놓음으로써 언제든지 활용할 수 있는 데이터베이스를 구축해 놓은 바 있다.

경관미를 도면화하고자 하는 연구는 이외에도 다수 진행되었는데, Dreaden(1980)은 회귀식을 활용하여 경관미를 도면화함으로써 도시 외곽 지역을 5개의 유형으로 구분하였다. Catchpole(1987)은 런던시 중심부의 랜드마크를 대상으로 표준조망경관(standard view)을 선정하고, 이를 통해 도시 스카이라

인을 보존하기 위한 고층건물 제한구역도를 제작한 바 있다. Lee(1989)는 일본 타마강 중류 유역의 환경기초 정보 모델을 작성하기 위하여 환경적 특성에 따라 지역의 유형을 구분하고 GIS에 의한 도면화 방법론을 제시하였다. 포르투갈의 Leitic(1997)는 도심 인근 지역을 대상으로 GIS 기법을 이용하여 경관 용량을 평가하기도 하였다. 즉, 시각적 질, 시각적 취약성, 시각적 잠재성을 평가 지표로 선정하고, GIS 프로그램을 이용한 중첩 기법과 조망권 분석 기법을 이용하여 경관적 특성을 평가하여 도면화하기도 하였다. 뉴질랜드에서는 수변경관의 관리를 위해 해안가 주변의 경관가치도를 제작하여 운용하기도 하였다(임승빈, 1991). The Countryside Agency and Scottish Natural Heritage(2002)는 영국과 스코틀랜드의 경관특성을 도면화하고, 이를 기초로 하여 경관 가치도를 제작한 뒤, 국가적인 경관정책에 활용하기도 하였다.

이와 같이 생태 혹은 경관적인 부분에서는 도면화에 관한 연구가 활발하게 진행되었으나, 본 연구에서 개발하고자 하는 도시이미지의 인지와 선호등위선과 같은 비물리적인 요소에 대한 도면화는 상대적으로 매우 늦게 출발하였다고 할 수 있다.

2. 비물리적 요소의 도면화에 관한 연구

도시이미지에 대한 최초의 도면화 작업은 Lynch(1960)의 「The Image of The City」라고 할 수 있다. 물론 그 이전에도 도시에 대한 개략적인 약도 등이 여러 문헌에서 눈에 띄이기도 하였지만, 시민들의 도시에 대한 반응을 학문적인 측면에서 재구성하여 도면화한 것은 Lynch의 연구가 최초라고 할 수 있다. Lynch는 도시이미지의 5가지 물리적 구성요소들에 대하여 학생들을 대상으로 조사한 뒤, 이들 요소의 우세요소와 열세요소를 정리하여 도면상에 구분하여 도시(圖示)하였다. 이후 연구(Banai, 1999; 박영춘, 2002)에서도 이를 발전시켜 도시이미지 구성요소의 상대적인 중요도를 분석하여 도면화를 위한 초석을 마련하기도 하였다. 그러나 해당 연구에서 진행된 도면들은 단순 데이터를 지면상에 알기 쉽게 나타낸 것일 뿐, 선호도의 연속적인 변화에 대한 흐름을 도면상에 나타내기에는 한계가 있었다.

한편, Gould(1973)는 미국 전역의 선호 이미지를 도면상에 나타내기 위하여 학생들과 인터뷰를 실시하였고, 이를 통해 상대적인 지역 선호도를 도면에 표시한 바 있으며, Gould and White(1968; 1974)는 신문지면 상의 투표를 이용하여 영국 버밍햄에 대한 선호 지도(preference map)와 미국의 필라델피아에 대한 위험 지도(fear map)를 제작한 바 있다(Nasar, 1998)³⁾. Igarashi(2003)는 Gould(1973)의 연구에서 도출된 수식을 기초로 GIS를 이용하여 지역의 이미지를 시각화한 뒤, 지형처럼 표시하는 방법을 고안해 냄으로써 Gould의 연구를 보다 발전시키기도 하였다. Monheim(1972)은 다양한 공간 척도를 활용하

여 독일 각 지역별로 거주민들의 선호도가 높은 지역과 비선호 지역 등을 원형 그래프로 환산하여 도면상에 표기하기도 하였다. 네덜란드에서도 Meester and Pellenbarg(1986)와 Pellenbarg et al.(1988)이 오랜 기간의 연구를 통해 기업 투자를 유치하기 위해 투자여건이 좋은 지역과 의사결정이 용이한 지역들을 중심으로 기업 기상도(enterprise climate)를 제작하여 도시 정책 운용에 활용하기도 하였다(Ashworth and Voogd, 1990). 최근 손학기(2007)는 부동산 가격의 변동 경향을 파악하여 이를 도면상에 표시함으로써 향후 부동산 지가 변화에 대응할 수 있는 정책 수단으로서의 가능성을 제시한 바 있다.

기존 연구들은 측정된 대상이 선호도나 위험성과 같이 단순한 측면에 치중하여 진행됨으로써 도시의 다양한 이미지를 제대로 판단할 수 없다는 단점이 있었다. 이러한 약점을 보완하기 위하여 다양한 이미지 차원에서 연구가 진행되기도 하였다. 프랑스의 심리학자인 Milgram and Jodelet(1976)은 부유층과 빈민층의 분포도면, 위험 지역에 대한 도면, 편안한 지역에 대한 도면, 시민들이 좋아하는 지역 등의 다양한 심리지도를 작성하여 물리적인 도시의 구성요소가 시민들의 인지반응과 많은 관련이 있음을 강조하였으며, 미국의 Brower(1988)도 거주민과 방문객 300명을 대상으로 자연성, 정연성, 개방성, 유지관리수준, 역사적 특수성 등 5가지 차원을 조사하여 미국 녹스빌과 채터누가에 대한 이미지를 도면화 한 바 있다. Snodgrass and Russell(1986)은 23명의 브리티쉬 컬럼비아 대학생들을 대상으로 선호도를 포함한 8개의 형용사에 대한 설문조사를 실시하였고, 이를 분석하여 밴쿠버시에 대한 이미지 지도를 제작한 바 있으며, 일본의 심리학자인 Hanyu(1993)도 동경에 거주하는 학생들에게 총 15개의 형용사를 중심으로 설문조사를 실시한 뒤, 유사한 방식으로 동경의 도시이미지 지도를 세 가지 요인 차원에서 구분하여 도면화 하였다. Golledge et al.(1976)은 도시에 거주하는 도시민들을 대상으로 도시에 대한 그들의 인지구조를 밝혀내고, 인간의 공간 이용 행태를 예측·규명하기 위하여 다차원척도법에 의한 도시 공간 내 인간의 인지구조 속성을 도면상에 나타낸 바 있다.

이와 같이 도시이미지에 대한 도면화 연구는 과거 국외에서 활발하게 연구되어져 왔으나, 설문의 종합이나 도면화 과정에서 지나치게 연구자의 주관이 많이 들어가는 등 과학적인 측면이 다소 부족하였다. 국내에서는 비교적 최근에 도시이미지에 대한 관심이 증대하면서 유사한 연구들이 많이 진행되고 있다. 변재상 등(2007c)은 도시 전체 이미지와 도시 하위 지구 이미지와의 관계성에 착안하여, 부산시 전체를 행정구역상의 군과 구로 권역을 분할한 뒤, 정량적인 방법을 통해 도시 전체의 이미지와 하위 지구별 이미지와의 관계를 규명하였다. 특히, 이미지 영향력과 유사성이라는 기준을 설정하고 시민들을 대상으로 실시한 설문조사 결과를 분석하여, 지구 이미지에 대한 구체적

인 관리방안을 도시 전체 차원에서 제시하였는데 그 의의가 있다. 최열과 조수영(2004)과 박지혜(2005)도 대학캠퍼스의 각 권역을 구분한 후 권역별 이미지의 경향을 분석하여 도면화하기도 하였다. 또한, 김종호 등(2002)과 변재상(2005), 변재상 등(2007a)은 도시의 랜드마크에 대한 인지 강도를 연구한 결과, 일정 범위를 벗어나면 지구적 랜드마크에 의한 인지도 폭선이 급격히 저하되어 인지 영향력이 미치지 못하는 지역이 있다는 것을 밝혀내었다. 따라서, 랜드마크가 부재한 지역이나 이미지 선호도가 낮은 지역에 대해서는 새로운 랜드마크의 도입이나 기존 랜드마크의 영향력 확대 혹은 도시이미지 활성화 요소의 강화 등의 수단을 통해 적극적인 이미지 전략을 수립할 필요가 있다는 것을 주장하였다. 즉, 도시이미지에 대한 선호도는 해당 권역 내 지구들의 지리적 위치에 의해 상대적으로 소외되는 지역이 나타날 수밖에 없으므로, 다양한 랜드마크나 도시이미지 구성요소를 이용하여 소외 권역에 대한 별도 관리가 필요함을 주장하기도 하였다.

이상의 연구에서 공통적인 점은 현상에 대한 규명 및 기술은 있었으나, 이를 통한 지역의 구체적인 이미지 관리 방안을 모둠화하여 제시하지 못하였다는데 아쉬움이 있다. 물론 도시이미지 정책이 지역마다 차별화되어 진행되어야 하겠으나, 기본적인 유형의 구분과 이를 통한 기본 모둠화는 향후 연구에 있어서 중요한 초석이 될 수 있다. 따라서, 본 연구에서는 이점에 주안점을 두고, 개발된 이미지 지도의 모둠화 및 관리방안을, 인지도와 선호도의 중첩도면을 통해 제시하고자 하였다.

III. 연구방법

1. 연구내용

1) 도시이미지 인지와 선호등위선 개발

도시 내 지역별 인지도 취약 지역과 선호도 취약 지역의 파악을 위하여 시민들을 대상으로 설문조사를 실시한 뒤, 인지도와 선호도가 높은 혹은 낮은 지역을 조사하여, 도시의 물리적 구성요소와 거주민들 간의 상호관계를 파악하도록 하였다.

도시이미지 선호등위선은 시민들이 생각하는 도시 내 각 권역별로 전반적인 이미지 선호경향의 분포현황을 나타내 줄 수 있다. 따라서, 긍정적인 이미지가 취약한 이미지 비선호지역의 경우, 선호등위선의 고도가 낮게 나타나기 때문에 전체 도시 차원에서 지역별 선호 경향을 쉽게 파악할 수 있게 해준다. 즉 단순한 경관의 좋고 나쁨보다는 한 차원 가공된 도시민의 선호 구조를 밝혀내어 도시함으로써 보다 정책적인 활용을 가능케 해주는 장점이 있다. 이는 단순한 도시의 아름다움보다는 정체성이 반영된 지역별 선호 정도가 도시민들의 소속감이나 자부심에 오히려 더 큰 영향을 미칠 수 있기 때문이다(임승빈과 변재상, 2002; 변재상, 2008b). 따라서, 경관미를 포함한 종합적인

차원에서의 도시이미지 선호도를 측정하여 이를 정책적으로 활용할 필요가 있다. 한편, 도시이미지 인지등위선도 도시 내 각 구역별로 전반적인 이미지의 인지현황을 나타내 준다. 선호등위선과 마찬가지로 이미지의 인지강도가 약한 지역은 이를 강화시켜 줌으로써 도시의 균형발전에 기여할 수 있다. 단순한 도시이미지의 호불호(好不好)에 따라 경쟁력 있는 도시로 발전되는 것이 아니며, 도시민들에게 이미지가 좋은 지역이라도 적극적인 홍보와 마케팅이 부족하다면 지역 주민이나 관광객들에게 소외될 것임은 자명하다. 즉, 이미지가 선호되는 지역은 적극적인 홍보를 통해 도시민과 방문객들이 높게 인지할 수 있는 지역으로 변화되어야 할 것이다(Byeon et al., 2004). 따라서, 도시이미지 인지등위선은 선호등위선 못지않게 중요한 도시 정책의 기초 자료가 될 것이다.

2) 도시이미지 인지와 선호등위선의 중첩 도면 도출

도시이미지 인지와 선호등위선은 서로 중첩하여 다음과 같은 네 가지 유형의 도시 권역으로 구분할 수 있다.

- 도시이미지의 선호도가 높고, 인지도도 높은 지역
- 도시이미지의 선호도는 낮으나, 인지도가 높은 지역
- 도시이미지의 선호도가 높으나, 인지도가 낮은 지역
- 도시이미지의 선호도도 낮고, 인지도도 낮은 지역

위의 네 가지 권역은 지도상에 경계를 분명히 나타내기 보다는 연속적인 흐름 속에서 존재할 것이다. 예컨대 선호도 차원에서만 본다면 선호도가 높은 곳에 바로 인접하여 선호도가 낮은 곳이 나타날 수 있다. 그러나 선호도의 분포가 연속적인 흐름 속에서 나타나기 때문에, 이는 지형에서와 마찬가지로 이미지 선호도 상의 급격한 경사면 형태로 나타날 것이다. 즉 선호도와 인지도는 연속적인 흐름 속에서 존재하기 때문에 이를 등위선으로 나타낸다면 지형의 변화와 유사한 이미지 분포 현황을 파악할 수 있다.

3) 도시이미지 관리도면 제작 및 관리 방향 제시

앞서 도출된 중첩도면은 각 권역별로 그림 1과 같은 정책적 수단에 의하여 관리될 수 있다.

각 권역에 대한 정책적 관리 방안은 연구결과로 도출된 표 7을 참고하도록 한다.

2. 연구방법

우리나라 도시들의 규모와 형태 및 추진하고 있는 이미지 전략 등을 다양한 차원에서 조사하여 이미지 선호도와 인지도 변화가 비교적 많을 것으로 예상되는 사례 도시로서 성남시를 선정하였다⁴⁾. 성남시의 주요 물리적 구성 요소에 대한 선호도와 인지도 설문조사를 위해 각 요소나 지점에서 도시민들을 대상

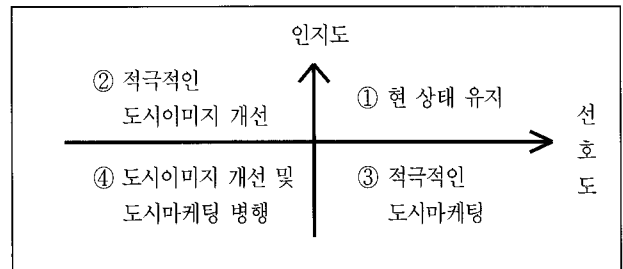


그림 1. 선호도와 인지도를 고려한 도시 정책 관리 방향

으로 설문자가 직접 설문지를 배포하고 이를 취득하였다. 설문은 비확률 표집방법의 하나인 할당추출(quota sampling)과 임의추출(convenience sampling) 방법(홍두승, 2001)을 사용하였다. 한편, 본 연구에서는 도시라는 모집단, 즉 최소 10,000명 이상인 도시를 대상으로 연구가 진행되므로 시간과 경비를 고려하여 사례 도시를 대상으로 300부를 지역별로 할당하여 설문을 실시하였다⁵⁾. 한편, 각 지점별로 X, Y값은 DEM 좌표 상의 위도-경도값으로 추출하고, 설문조사 결과를 분석하여 지역별로 Z값 즉 인지도와 선호도 평균을 도출해 내었다. 수집된 좌표값을 X와 Y좌표로 입력하고, 설문조사를 통해 분석된 각 지점의 인지도와 선호도를 Z₁과 Z₂ 값으로 선정하여 인지등위선과 선호등위선을 작성하였다. 이후 본 연구에서는 지리학에서 많이 응용되는 Arcview Ver. 3.2(ESRI, 1999) 프로그램을 활용하여 이미지의 경향이 유사한 지역을 등위선처럼 연결하는 선호와 인지등위선을 개발하였다. 작성된 지점 자료를 GIS에 입력하여 등위선을 작성하였으며, 이때 등위선 간격이나 기준 높이 등을 옵션으로 적용할 수도 있으며, 이 과정을 통해 연속적인 선호와 인지등위선을 제작할 수 있었다.

도시이미지 선호와 인지등위선을 중첩하여 도시별 이미지 취약지구와 인지도 취약지구의 분포 현황을 파악하도록 하였으며, 이를 토대로 모듈을 제작하여 각 특성에 맞는 도시이미지 전략의 가이드라인을 제시하도록 하였다. 전반적인 연구 과정은 그림 2와 같다.

1) 성남시 주요 상징물 선정

성남시 상징물에 대한 조사는 2008년 2월에 조사된 기존자료(변재상, 2008a)를 활용하였다. 해당 자료에서 도출된 상징물 중 빈도수 1회의 자료는 피험자의 개인적인 취향에 따라 선정된 상징물로 판단하여, 본 조사를 위한 설문지 작성에는 사용하지 않았으며, 응답율 1% 이상인 2회 이상의 빈도를 유지하는 상징물들만을 조사 대상으로 선정하였다.

한편, 상징물이 지역별로 고른 분포를 유지하지 못하고, 밀집되거나 혹은 부재한 경우가 빈번하였는데, 이것은 성남시의 인지등위선이 고르게 나타나지 않고 오차를 일으키는 원인으로 작용할 수 있다. 따라서 상대적으로 인지도가 떨어지는 성남시

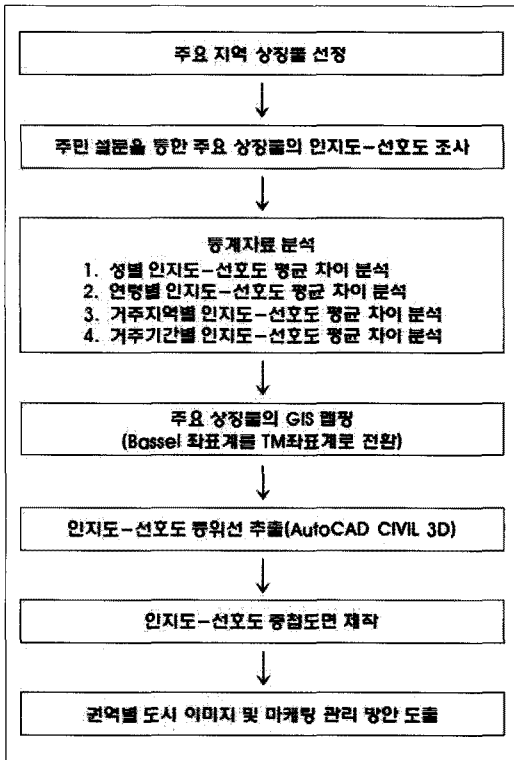


그림 2. 연구내용 및 과정

의 서쪽 지역에서는 지역 주민들과의 인터뷰 및 연구자 판단을 통하여 비교적 인지도가 높은 상징물들을 추가로, 지역 상징물로 정의하여 설문조사에 포함하도록 하였다⁶⁾. 이러한 시설들을 포함한 것은 성남시민들이 실제로 인지하지 못할 가능성도 있지만, 기존 문헌(변재상, 2008a)에서 조사 결과가 누락되었을 가능성을 배제할 수 없었기 때문에, 부득이하게 연구자의 주관적인 판단을 가미한 것임을 사전에 밝히는 바이다.

추가된 상징물에는 한국고속관광자원협회 건물인 캐니빌리지(canny village), 청계산, 효성고등학교, 이우고등학교 등이 포함되었으며, 지역적 형평성을 고려하여 비교적 다양한 지역에서 고르게 추출하도록 하였다. 해당 상징물은 인지도가 낮은 시설들로서 본 조사에서도 인지도가 낮게 나올 것으로 예상되므로, 결과에는 큰 차이를 보이지 않을 것이다. 따라서 연구자의 주관에 의한 오류는 크지 않을 것으로 사료된다. 한편, 지역적 위치가 근접하여 위치 구분이 모호한 홈에버와 성남시청⁷⁾, 세이브존과 단대오거리, 성남일화축구단과 성남여고 및 성남종합운동장, 삼성플라자와 서현역, 롯데백화점과 수내역, 정자동백궁지역과 정자동 카페골목 등은 각각 하나의 대표 상징물로 본 조사 목록에 정리하여 수록하였다(표 1 참조).

이상의 본 설문지 작성을 위한 상징물 선정 원칙을 정리하면 다음과 같은 두 가지 원칙이 준용되었음을 알 수 있다.

첫째, 지역별로 유사한 시설들은 위치 구분이 모호하여 같은 지역의 상징물로 분류하였다.

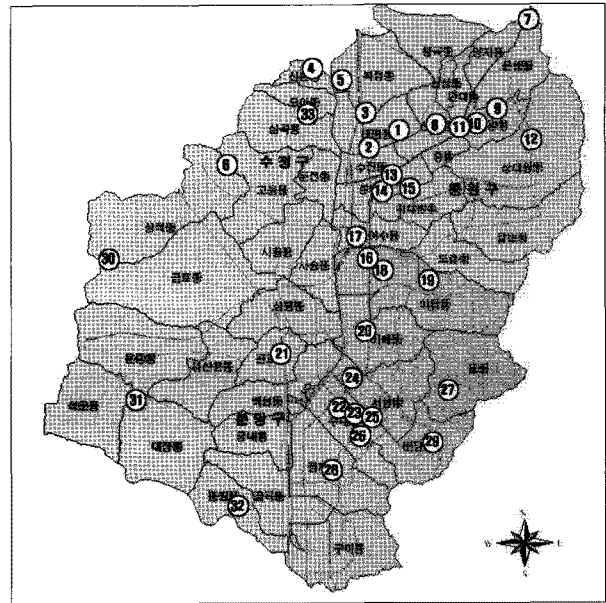


그림 3. 성남시 주요 상징물 위치

둘째, 지역별로 부재한 상징물은 몇몇 주민들과의 인터뷰 및 연구자 판단에 따라 적절한 장소에 추가하여 지역적 형평성을 유지하도록 하였다.

최종 도출된 33개의 상징물을 종합하여 지역별로 상징물의 위치를 표시하면 그림 3과 같다.

그림 3과 같이, 비교적 고른 분포를 보일 수 있도록 상징물들을 추출한 뒤, 도출된 성남시의 주요 상징물들에 대한 경위도 좌표를 인터넷 지도 정보 사이트를 활용하여 정리하였다(표 1 참조). 한편, 각 상징물에 대한 기존의 경위도 좌표 체계(Bassel 좌표계)를 TM 좌표로 수정하여 주요 상징물의 좌표를 최종적으로 선정하였다. 좌표를 수정하는 과정에서 지역별로 약간의 오차가 존재할 수 있으나, 이는 도시의 거시적 차원에서는 무시할 수 있는 오차 범위 내에 존재한다고 판단하여 연구를 진행하였다.

2) 설문조사

(1) 설문지 구성

등위선 제작을 위한 설문에서는 인지수준과 선호수준에 대한 두 가지 질문을 병행하였다. 물론 기존문헌의 조사에서 도출된 상징물의 선택 빈도가 인지수준과 유사한 결과를 가질 것으로 예상할 수 있으나, 새롭게 종합하여 정비된 지역별 상징물에서는 인지 및 선호 수준의 차이가 다소 발생할 것으로 예상하여, 별도로 두 가지 질문을 진행하였다. 각각의 측정을 위한 척도로는 5단계 리커트 척도를 활용하였다.

(2) 설문조사

설문은 2009년 4월 20일부터 25일까지 총 6일 동안 진행되었

표 1. 성남시 주요 상징물 목록 및 Bassel 좌표계의 TM 좌표계 변환치

구분	주요 상징물	Bassel 좌표계		TM 좌표계		빈도수 (명)	백분율 (%)	응답율 (%)	인근의 유사 지역 상징물
		위도	경도	X좌표	Y좌표				
1	성남시청	37°26'41.09	127°08'21.80	212271.7800	438063.4500	9	1.39	4.17	-
2	충훈탑	37°24'42.71	127°03'50.83	206888.2000	435257.6900	2	0.31	0.93	-
3	경원대학교	37°27'01.39	127°07'37.61	211347.1100	438689.9900	5	0.77	2.31	-
4	종합시장	37°26'28.97	127°08'47.06	211603.2700	437690.9500	31	4.78	14.34	-
5	성남비행장	37°26'52.61	127°06'18.88	209678.3000	437158.3300	2	0.31	0.93	-
6	신구대학식물원	37°26'01.35	127°04'53.40	207155.7400	436972.1800	2	0.31	0.93	-
7	남한산성	37°26'10.48	127°09'27.86	215365.7500	44014.9800	122	18.80	56.40	-
8	희망대공원	37°26'50.08	127°09'01.62	213233.7900	438415.0500	9	1.39	4.17	-
9	신구대학	37°26'50.54	127°10'04.70	214799.9600	438547.3900	12	1.85	5.55	-
10	황송공원	37°26'42.55	127°10'23.91	215560.1200	438335.0300	2	0.31	0.93	-
11	단대오거리	37°26'42.22	127°09'24.20	213801.8500	438143.2143	6	0.92	2.76	세이브존
12	이일천랜드	37°26'25.55	127°10'24.76	215279.3800	437595.9700	2	0.31	0.93	-
13	성남종합운동장	37°25'59.00	127°08'16.17	212078.6900	436769.7200	27	4.16	12.48	성남일화체육구단, 성남여고
14	모란시장	37°25'47.87	127°07'44.58	211284.0400	436599.3100	56	8.63	25.89	-
15	성호시장	37°26'20.33	127°08'40.38	212670.5498	437446.3701	3	0.46	1.38	-
16	코리아디자인센터	37°24'43.21	127°07'48.75	210866.6400	434704.0300	5	0.77	2.31	-
17	탄천변 산책로	37°24'36.44	127°07'25.47	210651.9300	431852.5700	54	8.32	24.96	-
18	야탑역	37°24'40.42	127°07'43.34	211324.8802	434199.9535	17	2.62	7.86	-
19	성남아트센터	37°24'10.40	127°07'52.45	211365.8540	433205.7511	24	3.70	11.1	-
20	씨너스영화관	37°23'55.91	127°07'34.23	210782.2964	431511.1202	3	0.46	1.38	-
21	판교신도시	37°22'15.82	127°07'20.24	208276.1100	432616.5260	3	0.46	1.38	-
22	분당구청	37°22'57.88	127°07'08.62	210462.9602	431191.2096	9	1.39	4.17	-
23	중앙공원	37°22'37.52	127°07'25.76	210612.0797	430918.8538	70	10.79	32.37	-
24	분당신도시	37°22'54.58	127°06'15.88	210537.7700	429767.1200	9	1.39	4.17	-
25	서현역	37°23'05.90	127°07'24.27	210891.4800	431424.2296	69	10.63	31.89	삼성플라자
26	수내역	37°22'42.61	127°06'52.05	210087.5066	430623.1299	8	1.23	3.69	롯데백화점
27	울동공원	37°22'46.22	127°08'51.15	212981.9402	430210.7537	83	12.79	38.37	-
28	정자동카페골목	37°22'02.92	127°06'37.06	209421.9096	429208.7716	2	0.31	0.93	정자동 백궁지역
29	요한성당	37°22'37.32	127°08'49.84	213022.8102	429671.3902	3	0.46	1.38	-
30	청계산	37°25'11.31	127°02'33.51	204207.5100	434630.3400	0	0.00	0.00	-
31	캐니빌리지	37°23'07.91	127°02'48.40	203983.5900	430771.6800	0	0.00	0.00	-
32	이우고등학교	37°21'46.88	127°05'35.65	207923.4400	427641.9900	0	0.00	0.00	-
33	효성고등학교	37°26'43.73	127°06'11.96	209201.0100	438670.1400	0	0.00	0.00	-

으며, 비교적 고른 표본 분포를 유지하기 위해 각 구역별로 인 구분포를 고려하여 표본을 할당한 뒤, 임의추출 방법에 의해 조사를 실시하였다. 수집된 총 532부의 설문 중 응답이 부실하여 10개 이상의 결측치가 나타나는 설문 11부와 인적 사항 네 가지 항목 중 네 가지가 모두 표시되어 있지 않은 설문 9부를 제외⁸⁾ 총 513부의 설문지를 분석하였다. 이후 인적사항에 대한 빈도분석으로 요표기 된 자료 5부를 추출하여 해당 자료를 제외하고 최종적으로 분석에 사용한 데이터는 총 508부이다. 참고로 결측치 데이터는 분석에서 자동으로 제외되므로 본 분석

은 제외하지 않고 그대로 분석에 사용하였다(표 2 참조).

설문자료 정리 및 분석을 위한 통계분석에는 통계 패키지 프로그램인 SPSS Ver. 12.0(SPSS Inc., 2004)을 사용하였다.

IV. 연구결과 및 고찰

1. 인구통계학적 차이분석

본 장에서는 설문응답자들의 상징물 및 지역의 이미지 경향

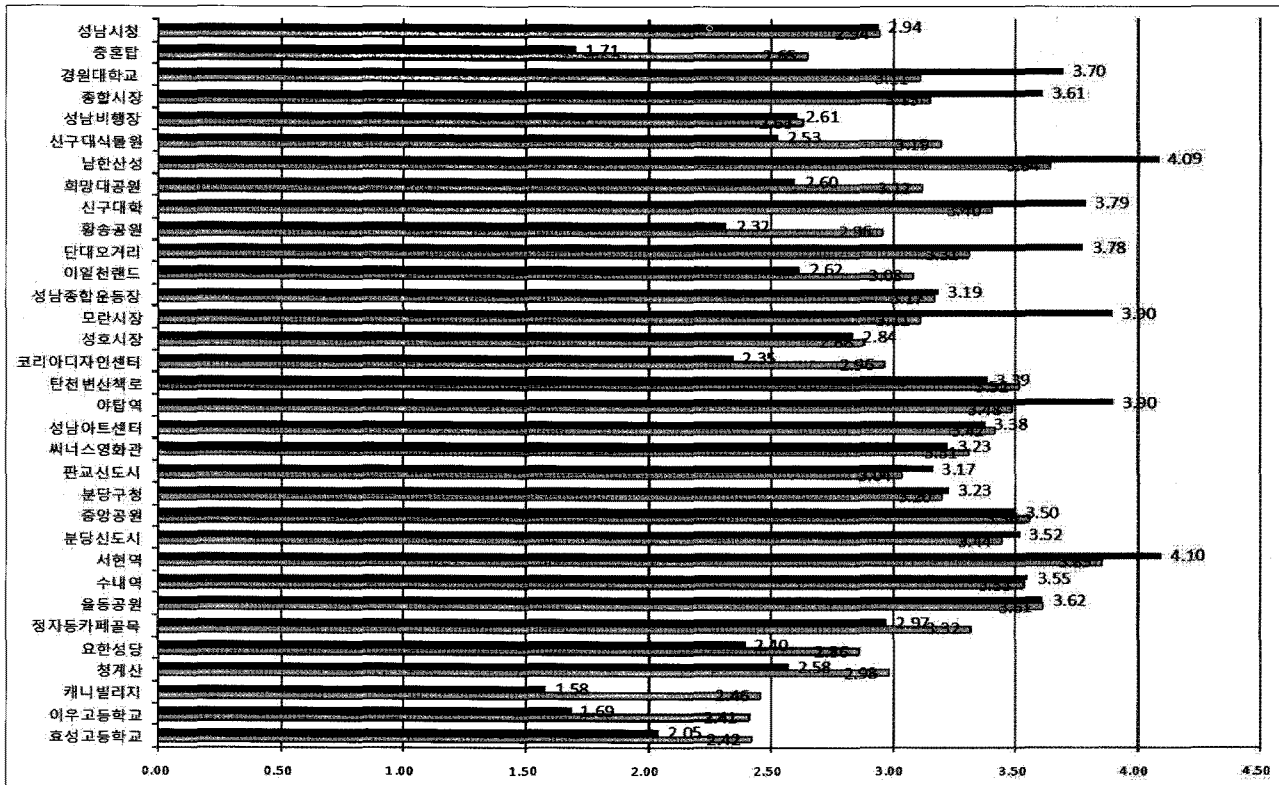


그림 4. 성남시 주요 상징물의 인지도와 선호도 평균 분포
 범례: ■ 인지도, ▨ 선호도

표 2. 응답자 특성

분류	구분	빈도수 (명)	백분율 (%)	표본수
성별	남자	208	40.55	508 (98.05%)
	여자	295	57.50	
연령	10대	98	19.10	511 (99.61%)
	20대	275	53.61	
	30대	79	15.40	
	40대	38	7.41	
	50대 이상	21	4.09	
거주 지역	수정구	41	7.99	505 (98.44%)
	중원구	121	23.59	
	분당구	171	33.33	
	기타*	172	33.53	
거주 기간	1년 미만	104	20.27	479 (93.37%)
	1~10년	232	45.22	
	10년 이상	143	27.88	

*: 기타는 성남시민 이외의 인근 지역 주민들을 대상으로 진행한 설문이다. 성남시민들과 인근 주민들과의 차이를 비교하기 위하여 본 연구에서는 추가하여 분석토록 하였다.

을 파악하기 위하여 각각의 인구통계학적 차이에 따른 인지도와 선호경향의 차이를 분석하였다⁹⁾.

1) 전체 평균값 분포

그림 4는 각 상징물별로 인지도와 선호도의 평균값을 정리한 그래프이다. 각각의 데이터 값의 경우 혼란을 막기 위해, 인지도 값은 그래프 우측 끝에 표기하였으며, 선호도 값은 그래프 우측의 안쪽에 표기하였다. 인지도의 전체 평균은 3.04이었으며, 선호도의 전체 평균은 3.14로 나타났다.

그림 4와 같이, 인지도 3.5 이상을 유지하는 상징물로는 경원대학교, 종합시장, 남한산성, 신구대학, 단대오거리, 모란시장, 야탑역, 중앙공원, 분당신도시, 서현역, 수내역, 울동공원 등이 있었으며, 선호도 3.5 이상을 유지하는 상징물로는 남한산성, 탄천변 산책로, 중앙공원, 서현역, 수내역, 울동공원 등이 있었다. 이는 기존 연구(변재상, 2008a)와 유사한 결과로서, 비교적 신뢰성 있는 결과가 나왔음을 시사한다. 전반적으로 인지도는 지역별로 큰 차이를 보이고 있었지만, 선호도는 전반적으로 편차가 적게 나타나는 경향이 있음을 알 수 있다. 한편, 몇몇 상징물들을 제외한 상징물들은 주로 지구적 랜드마크¹⁰⁾에 해당하는 시설로서 파악할 수 있을 것이며, 새로 추가된 시설들은 대부분이 도시 상징물 혹은 랜드마크로서는 다소 부족한 시설임을 알 수 있다¹¹⁾.

2) 성별 차이

표본의 특성을 고려하여 독립표본 t-검정을 실시하였다. 검정

표 3. 성별 유의수준에 따른 주요 상징물의 인지도-선호도 차이 시열

기준	구분	1% 유의수준	5% 유의수준
인지도	남자가 높은 상징물	성남비행장	충훈탑, 신구대학식물원, 캐니빌리지, 이우고등학교
	여자가 높은 상징물	코리아디자인센터, 성남아트센터, 수내역, 정자동카페골목, 요한성당	씨너스영화관, 중앙공원, 율동공원
선호도	남자가 높은 상징물	경원대학교, 신구대학, 성남종합운동장	성남시청, 종합시장, 단대오거리
	여자가 높은 상징물	성남아트센터, 분당신도시, 서현역, 수내역, 정자동카페골목	코리아디자인센터

에 앞서, Levene의 등분산 검정을 통해 등분산 가정을 검정하였고, 5% 유의수준에서 등분산이 가정되지 않는 경우에는 해당 경우에 맞는 *t*-값을 검정 대상으로 하였다.

표 3과 같이, 디자인센터와 아트센터와 같은 문화시설이나 쇼핑센터가 밀집한 역사(驛舍) 주변은 주로 여성의 인지도와 선호도가 높은 반면, 대학이나 고등학교 혹은 그 부속시설들은 남성의 인지도와 선호도가 높은 것으로 나타났다.

3) 연령별 차이

10대부터 50대 이상까지 총 5개의 집단으로 구성된 연령별 차이는 분산분석을 통해 검정하였으며, 그 결과 평균값이 가장 높은 집단을 표 4와 같이 정리하였다.

표 4와 같이, 사회 활동이 가장 왕성한 40대의 경우에 성남시 전체에 대한 상징물의 인지 수준이 높은 것으로 나타났다. 또한, 10대의 경우에는 수내역, 탄천변 산책로, 효성고등학교, 씨너스영화관과 같이 자주 이용하는 시설에 대한 인지도가 높게 나타났다. 결과적으로 인지수준은 이용빈도에 비례한다는 것을 알 수 있다. 한편, 선호도의 경우에는 전반적으로 50대 이상에서 높은 값을 유지하는 것으로 나타났다.

4) 거주지역별 차이

수정구와 중원구, 분당구에 더하여 시 외곽지역 주민으로 구분하여 총 4개의 집단으로 구성된 거주지역별 차이는 분산분석을 통해 검정하였으며, 그 결과 평균값이 가장 높은 집단을 표 5와 같이 정리하였다.

표 5와 같이, 각 상징물의 인지수준은 해당지역에 거주하는 주민들에게서 높게 나타났으며, 이러한 차이는 상징물에 대한 통계적 검정에서도 매우 유의한 결과로 나타났다. 다만, 수정구의 경우 상징물이 부족한 관계로 상대적으로 중원구와 중첩되어 나타나는 경우가 자주 등장하였다. 따라서 인지수준의 경우, 기존 연구(변재상, 2008a)에서 분석되었던 것과 같이 구시가지와

표 4. 연령별 유의수준에 따른 주요 상징물의 인지도-선호도 차이 시열

기준	구분	1% 유의수준	5% 유의수준
인지도	10대	이일천랜드, 탄천변 산책로, 수내역, 율동공원, 효성고등학교	성남아트센터, 씨너스영화관
	20대	신구대학식물원, 신구대학	-
	30대	판교신도시	정자동카페골목
인지도	40대	성남시청, 충훈탑, 성남비행장, 남한산성, 희망대공원, 황송공원, 성남종합운동장, 모란시장, 성호시장, 코리아디자인센터, 분당구청, 청계산, 캐니빌리지, 이우고등학교	경원대학교, 분당신도시
	50대 이상	요한성당	중앙공원
선호도	10대	씨너스영화관, 판교신도시	-
	20대	성남비행장, 신구대학식물원, 정자동카페골목, 캐니빌리지	-
	30대	성남비행장	-
	40대	청계산	-
	50대 이상	남한산성, 신구대학, 야탑역	종합시장, 희망대공원, 코리아디자인센터

신시가지로 구분하는 것이 더욱 의미 있는 결과를 나타낼 것이다. 한편, 선호도의 경우에도 거주지역별로 인지도와 유사한 결과를 보이고 있었다.

5) 거주기간별 차이

1년 미만, 1년 이상에서 10년 미만, 10년 이상으로 구분하여 총 3개의 집단으로 구성된 거주지역별 차이는 분산분석을 통해 검정하였으며, 그 결과 평균값이 가장 높은 집단을 표 6과 같이 정리하였다.

표 6과 같이, 각 상징물의 인지수준은 오래 거주한 사람에게서 높게 나타나고 있었으나, 비교적 새롭게 조성된 분당구의 상징물들은 1년 이상에서 10년 미만의 사람들에게 높게 인지되고 있었다. 즉, 예상과 달리 오래 거주하였더라도 자주 접할 기회가 없는 신시가지의 시설들은 상대적으로 인지도가 떨어지는 것을 알 수 있었다. 한편, 선호도의 경우에도 대부분의 선호 상징물들이 신시가지에 위치하고 있는 시설들로서, 구시가지에 위치한 상징물의 이미지 개선작업이 시급한 것으로 사료된다.

2. 인지와 선호등위선 제작

주요 상징물의 TM 좌표계 내에서의 X, Y 좌표를 잡은 후, 인지도와 선호도 값을 Z 값으로 대체하여, 등위선을 추출하였다. 등위선을 추출하기 위한 프로그램으로는 AutoCAD Civil

표 5. 거주지역별 유의수준에 따른 주요 상징물의 인지도-선호도 차이 시설

기준	구분	1% 유의수준	5% 유의수준
인지도	수정구	성남시청, 충혼탑, 종합시장, 성남비행장, 남한산성, 이일천랜드, 모란시장, 성호시장, 청계산, 이우고등학교, 효성고등학교	-
	중원구	신구대학식물원, 회당대공원, 신구대학, 황송공원, 단대오거리, 성남종합운동장, 코리아디자인센터	-
	분당구	탄천변 산책로, 야탑역, 성남아트센터, 씨너스영화관, 판교신도시, 분당구청, 중앙공원, 분당신도시, 서현역, 수내역, 울동공원, 정자동카페골목, 요한성당, 캐니빌리지	-
	기타	-	-
선호도	수정구	종합시장, 이일천랜드	성남시청, 경원대학교
	중원구	남한산성, 회당대공원, 신구대학, 황송공원, 단대오거리, 성남종합운동장, 모란시장, 성호시장	신구대학식물원
	분당구	탄천변 산책로, 성남아트센터, 씨너스영화관, 판교신도시, 분당구청, 중앙공원, 분당신도시, 서현역, 수내역, 울동공원, 정자동카페골목, 요한성당, 청계산, 이우고등학교	-
	기타	-	-

표 6. 거주기간별 유의수준에 따른 주요 상징물의 인지도-선호도 차이 시설

기준	구분	1% 유의수준	5% 유의수준
인지도	1년 미만	-	-
	1~10년	탄천변 산책로, 성남아트센터, 씨너스영화관, 분당구청, 중앙공원, 분당신도시, 서현역, 수내역, 울동공원, 정자동카페골목, 요한성당, 청계산, 캐니빌리지, 이우고등학교	-
	10년 이상	성남시청, 충혼탑, 남한산성, 회당대공원, 황송공원, 이일천랜드, 성남종합운동장, 모란시장, 성호시장, 코리아디자인센터, 탄천변 산책로, 야탑역, 판교신도시, 중앙공원, 효성고등학교	경원대학교, 종합시장, 성남비행장
선호도	1년 미만	-	신구대학식물원, 신구대학
	1~10년	코리아디자인센터, 탄천변산책로, 분당구청, 분당신도시, 서현역, 수내역, 울동공원	정자동카페골목, 판교신도시
	10년 이상	탄천변산책로, 성남아트센터, 중앙공원	성호시장, 청계산

3D(AutoCAD Korea, 2008)를 사용하였다. 주등위선 간격은 인지도와 선호도 값을 기준으로 0.1점으로 제작하였으며, 보조등

위선은 0.5점을 기준으로 작성하였다. 이를 토대로 해당 지역의 음영을 알기 쉽게 지형도 형태로 표현하기 위하여 Arcview Ver. 3.2(ESRI, 1999)를 이용하여 도시하였다(그림 5, 6 참조)¹²⁾.

1) 인지도위선 제작

도면에 나타난 상징물의 위치에서 등위선을 추출하였기 때문에 상징물의 위치를 벗어나는 지역에 대해서는 데이터를 추정하기가 어렵다(그림 5 참조). 다만 해당 도면이 표시되지 않은 지역의 경우, 인지도가 극히 낮은 지역으로 간주하여 선호도에 대한 데이터 추정이 의미 없을 것으로 판단하여도 무리가 없을 것으로 사료된다.

그림 5와 같이, 구시가지 중에서는 단대오거리-신구대학-남한산성-경원대학교-종합시장-모란시장을 연결하는 선적인 지역이 인지도가 높게 나타나는 벨트를 형성하였으며, 신시가지 중에서는 분당구청 인근지역 예컨대, 서현역-중앙공원-울동공원-수내역 등의 면적인 지역이 인지도가 높게 나타났다. 결과적으로 구시가지 인근 지역은 기존 도로를 중심으로 도시의 인지가 이루어지는 반면 신시가지는 종합적인 개발 계획을 통해 지구 혹은 단지별로 인지가 이루어지는 경향이 있음을 알 수 있다.

한편, 이상의 도시이미지 인지도위선은 도시 내 각 구역별로 전반적인 이미지의 인지현황을 알기 쉽게 도면으로 제공해 주는 장점이 있다.

2) 선호도위선 제작

선호도위선도 인지도위선과 같은 과정을 통해 도출되었으며,

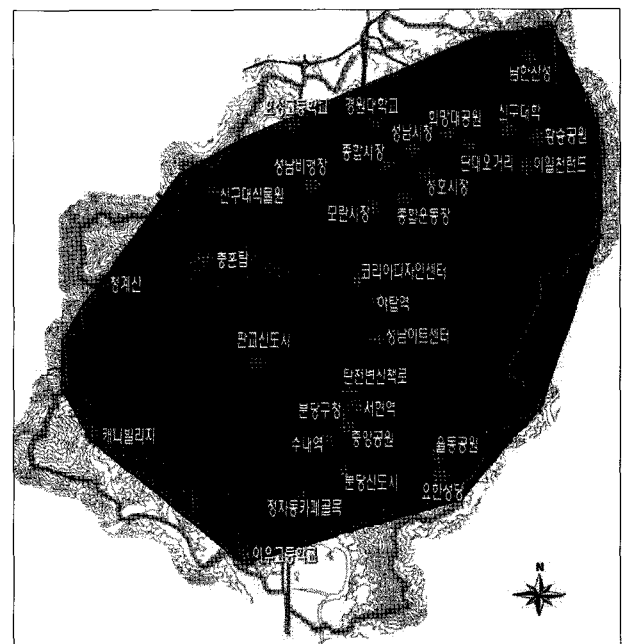


그림 5. 성남시 인지도위선
 범례: ■ 높은 인지도, ■ 낮은 인지도

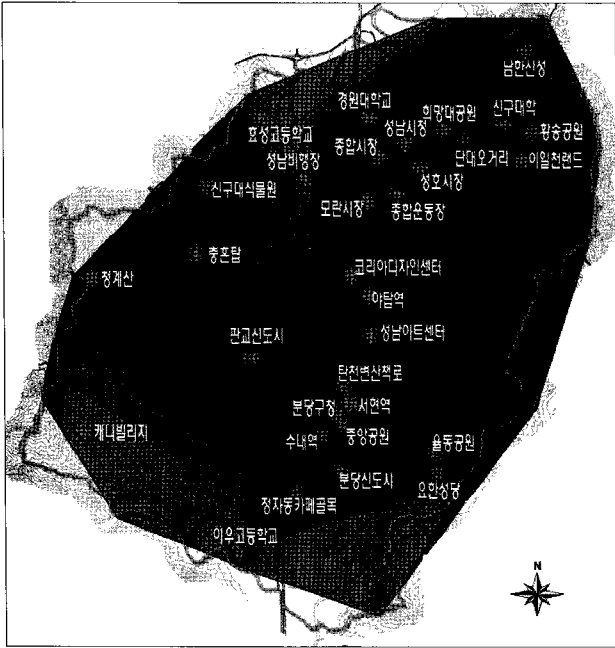


그림 6. 성남시 선호등위선
 범례: ■ 높은 선호도, ■ 낮은 선호도

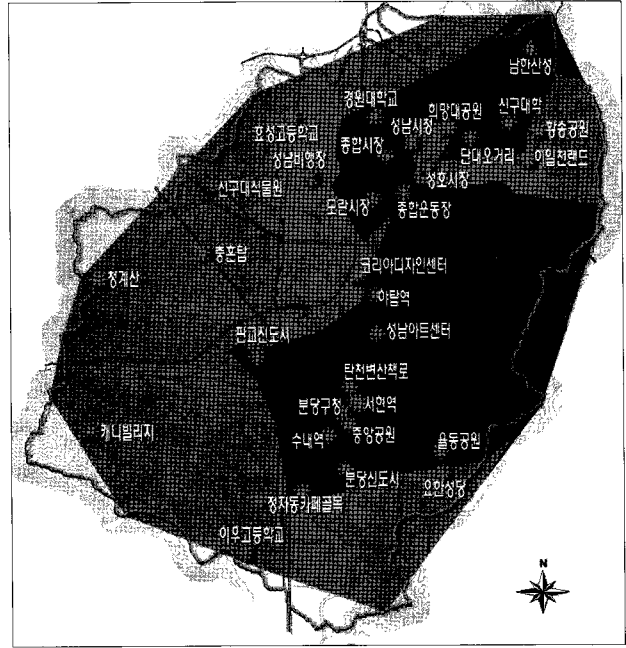


그림 7. 성남시 이미지 권역 관리도
 범례: ■ 1권역, ■ 2권역, ■ 3권역, ■ 4권역

그 한계 역시 인지등위선과 유사하다(그림 6 참조).
 그림 6과 같이, 구시가지 일부지역과 신시가지 전체가 선호도가 높게 나타났다. 이는 신시가지에 위치한 도시 상징물들이 상대적으로 잘 정돈되어 있으며, 시민들의 기호에 맞게 형성되었음을 의미한다. 따라서 구시가지의 경우에는 이미지에 대한 개선작업이 신시가지보다 더욱 시급한 사항임을 알 수 있다. 한편, 성남시의 서쪽지역은 현재 인지도와 선호도가 모두 떨어

지는 곳으로 우선적인 이미지 개선 작업과 마케팅이 필요한 지역으로 사료된다.

3. 도시이미지 인지와 선호등위선의 중첩 도면 제작

앞서 연구방법에서 언급한 바와 같이 도시이미지 인지와 선호등위선은 서로 중첩하여 네 가지 유형의 도시이미지 권역으로

표 7. 권역별 도시이미지 관리 방안

권역 구분	권역 특성	관리방안
1권역	인지도와 선호도가 모두 높은 지역	<ul style="list-style-type: none"> 가장 바람직한 상태로서, 현 상태를 지속적으로 잘 유지·관리하는 것이 필요한 권역이다. 현상태 유지를 통한 도시 및 지역브랜딩을 지속적으로 추진할 필요가 있다.
2권역	인지도는 높으나, 선호도는 낮은 지역	<ul style="list-style-type: none"> 선호도가 낮은 상태에서 인지도만 높다는 것은 도시이미지 향상을 위한 기본적인 인프라가 구축되어 있지 못함을 뜻한다. 즉, 도시의 물리적 구성요소들이 긍정적인 이미지를 제대로 창출해 내지 못하고 있는 상태에서, 오히려 부정적인 이미지만을 부각시키고 있기 때문에 도시 전체적인 차원에서 본다면 가장 문제시되는 권역일 것이다. 따라서 다른 어떠한 권역보다도 우선적인 도시이미지 정책 수립이 요구되는 권역이다. 적극적인 도시이미지 개선을 통한 선호도 향상 방안이 요구된다. 본 연구에서는 종합시장, 모란시장 등의 지역과 판교 신도시 지역이 이에 해당한다.
3권역	인지도는 낮으나, 선호도는 높은 지역	<ul style="list-style-type: none"> 선호도는 높지만 인지도가 낮다는 것은 도시 내의 감춰진 명소를 뜻하는 것이다. 이러한 장소는 적극적인 홍보와 마케팅을 통해 도시이미지 향상을 위한 수단으로 활용하는 것이 바람직하다. 다만 해당권역에 거주하는 시민의 경우 이러한 인지도 상승 노력이 오히려 권역 내의 소속감을 저해하거나 불만을 일으키는 등의 부작용을 일으킬 수 있다. 따라서 이를 고려하여 균형잡힌 정책을 펼쳐나가는 것이 바람직하다. 적극적인 도시 마케팅을 통한 지역 홍보 활동으로 인지도 향상이 요구된다.
4권역	인지도와 선호도가 모두 낮은 지역	<ul style="list-style-type: none"> 선호도도 낮고 인지도도 낮다는 것은 2권역보다는 덜 시급한 지역으로 판단되나, 도시 전체 차원에서는 바람직하지 못한 권역으로 사료된다. 따라서 도시 경관 및 이미지 개선을 위한 적극적인 인프라의 구축과 함께 마케팅적인 요소를 사용하여 홍보 활동에도 힘을 분산시키는 것이 바람직하다. 도시이미지 개선과 함께 도시 마케팅을 위한 작업을 병행하여 추진할 필요가 있다. 본 연구에서는 청계산을 중심으로 한 자연지역과 경부고속도로를 기준으로 서쪽 지역이 이에 해당한다.

구분할 수 있다. 상기 내용을 토대로 전체 상징물의 인지도 평균인 3.04와 선호도 평균인 3.14를 기준으로 인지도와 선호도의 높고 낮음을 구분하여 각 구역을 4개의 권역으로 구분하였다.

그림 7과 같이, 성남시는 전반적으로 동쪽지역이 인지도와 함께 선호도가 높게 나타났으며, 상대적으로 서쪽 지역은 인지도와 선호도가 모두 낮은 지역으로 나타났다. 이는 도시이미지 관리에 있어서, 타도시에 비하여 상대적으로 균형을 잃은 형태의 편향된 이미지 현황으로 진단할 수 있다. 따라서 향후 성남시의 고른 도시이미지 관리를 위해서는 경부고속도로의 서쪽 방면으로 관리의 초점을 맞출 필요가 있음을 시사하고 있다.

한편, 도출된 중첩도면은 각 권역별로 표 7과 같은 기준에 따라 유형별로 관리 모듈이 수립될 수 있다.

V. 결론

본 연구는 도시 상징물과 지역에 대한 시민들의 인지도와 선호도를 기반으로 시각화된 등위선을 제작하였으며, 이를 중첩하여 관리도면을 도출함으로써 도시이미지 전략을 결과 위주가 아닌, 프로세스 중심으로 변화시키는 초석을 마련하고자 진행되었다.

본 연구를 통해 도출된 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 성남시의 주요 상징물들의 인지도와 선호도를 분석한 결과, 인지도는 지역별로 큰 차이를 보이고 있었으나, 선호도는 비교적 균등한 값의 분포를 보이고 있었다. 인구통계학적인 차이를 통해 살펴본 결과, 성별, 연령별로는 이용경향에 비례하여 상징물 혹은 지역에 대한 인지도와 선호도가 높게 나타났으며, 거주지역별로는 인근 상징물이나 지역에 대한 인지도와 선호도 값이 높게 나타났다. 한편, 거주기간별로는 성남시의 특별한 조건에 따라 다소 예상치를 벗어난 결과를 보이고 있었다. 즉, 분당 신도시 인근에서는 주로 10년 미만의 거주자에게서 인지도와 선호도가 높게 나타났으며, 성남 구도심에서는 10년 이상의 거주자에게서 해당 값들이 높게 분포하고 있었다.

둘째, 도시의 이미지 경향을 파악하고 진단하기 위한 인지와 선호도등위선은 도시 전체 차원에서, 도시의 전반적인 이미지 경향을 한눈에 쉽게 판단하게 해주는 장점이 있다. 성남시 인지도등위선의 경우, 구시가지 중에서는 단대오거리-신구대학-남한산성-경원대학교-종합시장-모란시장을 연결하는 선적인 지역이 인지도가 높게 나타나는 벨트를 형성하였으며, 신시가지에서는 분당구청 인근지역 예전대, 서현역-중앙공원-울동공원-수내역 등의 면적인 지역이 인지도가 높게 나타났다. 한편, 선호도등위선의 경우에는 구시가지 일부 지역과 신시가지 전체 지역에서 선호도가 높게 나타나고 있었다.

셋째, 인지와 선호도등위선을 중첩한 도시이미지 관리도면의 경우, 성남시는 전반적으로 동쪽 지역이 인지도와 함께 선호도

가 높게 나타났으며, 상대적으로 서쪽 지역은 인지도와 선호도가 모두 낮은 지역으로 나타났다. 이는 도시이미지 관리에 있어서 상대적으로 편향된, 균형을 잃은 형태의 이미지 현황으로 진단할 수 있다. 따라서, 향후 성남시의 고른 도시이미지 관리를 위해서는 경부고속도로의 서쪽 방면으로 이미지 관리의 초점을 맞출 필요가 있다.

넷째, 도시이미지 관리도면을 통해 4가지 유형으로 도시 권역을 구분할 수 있으며, 이들에 대한 관리방안에 있어서 인지도가 높으나 선호도가 낮은 지역은 특별히 이미지 관리의 우선지역으로 선정하여 도시 전체의 이미지 역량을 집중시킬 필요가 있다. 성남시의 경우에는 주로 모란역을 중심으로 한 경원대학교, 종합시장, 모란시장 등이 이에 해당하는 것으로 나타났다.

이상의 결과 이외에도 인지도가 높은 지역의 경우, 많은 사람들이 방문하거나 유동 인구가 많은 곳으로 판단할 수 있다. 특히 해당 지역 중 선호도가 높은 지역들은 도시 관리를 위한 조망점 선정에 있어서 유력한 후보군으로 분류할 수 있다. 따라서 본 연구를 통해 도출된 인지와 선호도등위선은 향후 도시 관리를 위한 조망점 선정에도 유용하게 사용될 수 있을 것이다. 나아가 도시이미지 선호지역을 중심으로 외부 방문객들이 도시를 탐방하고 관광할 수 있는 도시탐방 네트워크 구성에도 활용할 수 있을 것이다. 이는 도시의 전반적인 이미지 향상에 새로운 활력을 제공해 주는 계기가 될 것이다.

도시 및 자연 경관에 대한 관심의 고조와 함께 관련 법안 및 조례들이 속출하고 있는 시점에서 해당 지역의 이미지 계획 및 관리 규정의 부재는 부인할 수 없는 현실이다(변재상, 2009). 도시별로 관련 제도를 수립하는데 있어 도시의 인지와 선호도등위선을 포함한다면 새로운 사업 수행이나 기존 사업 준비에 있어 구체적인 방향 및 지침을 설득력 있게 제시할 수 있을 것이다. 특히, 현재의 도시이미지 정책은 소수 전문가들의 견해에 근거하여 이루어지고 있다. 즉, 도시민들의 해당 도시에 대한 이미지가나 의견 등을 수립할 수 있는 창구가 부족하다. 따라서, 본 연구를 통해 도출된 도시의 인지와 선호도등위선은 직접적인 도시민들의 의견 수렴을 통해 도시이미지 진단 체계를 참여형으로 넓히는 데 기여하게 될 것이다.

주 1. 기존연구(임승빈 등, 2004; 변재상 등, 2006)에서는 다차원적도법을 이용하여 도시의 이미지 유형을 크게 선호도 차원과 역동성 차원으로 구분 가능하다는 것을 증명한 바 있다. 따라서, 본 연구에서는 선호도를 중요한 도시이미지의 판별기준으로 정의하였으며, 이에 대한 지역의 인지 정도 즉 인지도를 또 다른 축으로 설정하여 전체적인 연구의 방향을 설정하였다.

주 2. 등위선이라 함은 기상도, 등고선 등과 같이 인지도 혹은 선호도의 위상이 같은 지점을 연결한 선으로써, 단순히 현황에 대한 결과를 보여주는 것이다. 따라서 등고선이 같다고 하여 지형의 정지나 절·성토 작업이 모두 동일해야 한다는 의미가 아닌 것과 같이, 이미지 전략이나 정책 방향이 동일해야 한다는 의미는 아니며, 이는 상징물의 유형이나 형태, 기능 혹은 주변 등위선의 분포 등에

따라 좀 더 세밀하게 접근하는 것이 바람직할 것이다. 즉, 본 연구는 현상에 대한 진단의 성격이 강하다고 할 수 있다.

- 주 3. 파리의 한 일간지인 L'Aurore에서는 낮 시간과 밤 시간 동안, 여행자들을 위해 맨해튼의 안전지역과 위험지역에 대한 지도를 신문 지면상에 보도한 바 있었으며(Nasar, 1998), 뉴욕의 New York Times (1972)에서도 파리에 대한 유사한 이미지 지도를 보도한 바 있다.
- 주 4. 변재상(2008a)에 따르면 성남은 구시가지와 신시가지 즉, 분당과 판교신도시의 이미지와 경관 형상이 매우 상이한 도시로서, 두 지역의 도시민들에게 있어서 지역별 이미지를 판단하는 기준과 결과가 매우 다르게 나타나는 도시이다.
- 주 5. 모집단의 수가 10,000명 이상일 경우, 필요한 피험자 수는 대략 320 ± 2 명 내외에서 크게 변동이 없다(정대연, 1992). 그러나 모집단이 일반적으로 10,000명 이상으로 상당히 크면 표본의 수는 크기에 그다지 영향을 받지 않으며(김영석, 2002), 또한, 연구목적이 어떤 모집단의 특성에 관한 일반적인 경향을 파악하는데 있다면 표본의 크기가 다소 작아도 괜찮다(정대연, 1992).
- 주 6. 사전조사에서 소외된 지역의 경우, 선호도가 높은 상징물임에도 불구하고 인지도가 낮아서 드러나지 않는 요소들을 발굴하기 위하여 연구자와 지역 주민의 의견을 반영한 것이다. 실제로 해당 상징물들은 대부분이 인지도가 낮게 나왔음에도 불구하고 선호도가 비교적 높은 상징물도 존재하였다.
- 주 7. 성남시청의 경우, 2009년 11월 이전하여 현재는 조사 당시의 위치가 아니지만, 본 조사 자료는 이전되기 이전에 업무가 수행되던 기존 시청의 위치를 성남시청으로 지정하여 연구를 진행하였다. 따라서 이에 대한 착오가 없도록 이를 사전에 밝히는 바이다.
- 주 8. 결측치도 10개 이상이며, 인적사항도 모두 기입하지 않은 설문지 1부는 공통으로 정리하여, 총 19부를 설문에서 제외하였다.
- 주 9. 본 연구에서는 상징물별 평균값의 차이 경향이 주요 연구 목적이 아니므로 경향파악을 위한 결과만을 기술하였다.
- 주 10. 변재상(2005)과 변재상 등(2007a)의 연구에서는 한 도시의 상징물을 도시적 랜드마크와 지구적 랜드마크로 구분한 바 있다. 남한산성, 서현역, 모란시장 등과 같이 인지도의 표준편차가 작으며 평균값이 높은 시설들은 도시적 랜드마크로 볼 수 있으며, 표준편차가 크고 평균값이 높은 시설들, 예컨대 씨너스영화관, 수내역 등은 지구적 랜드마크에 해당하는 것으로 볼 수 있다. 한편, 이우고등학교, 캐니빌리지 등 두 값이 모두 낮은 시설의 경우는 상징물 혹은 랜드마크로 분류하기 어려운 시설들이 될 것이다. 이상의 시설들을 구분하는 방법은 변재상(2005)에서와 같이, 표준편차와 평균값의 산포도를 통해 대략 유추할 수 있으며, 보다 자세한 구분은 판별분석을 통해 구분할 수 있으므로, 본 연구에서는 생략하도록 한다.
- 주 11. 이후 본 연구에서는 지면관계상 인구통계학적인 차이 및 상호관계에 대한 간략한 분석 결과만을 언급하도록 하고, 구체적인 수치 및 통계자료는 제외하도록 하였다. 따라서 도면개발에 관한 부분을 보다 상세히 기술하도록 한다.
- 주 12. 성별, 연령별, 거주지역별, 거주기간별 등위선을 개별적으로 도시할 수 있으나, 본 연구에서는 지면관계상 전체 조사자료에 대한 인지등위선과 선호등위선만을 제작하여 도시하였다.

- 4. 박지혜(2005) 대학 캠퍼스 이미지 분석에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 5. 변재상(2005) 도시 경관 및 이미지 향상을 위한 랜드마크 형성모델, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 6. 변재상(2008a) 개인차 척도법을 이용한 도시 이미지 인지 경향 연구: 성남시를 중심으로, 한국조경학회지 36(4): 83-99.
- 7. 변재상(2008b) 도시별 이미지 전략 요인의 경향 분석, 한국조경학회지 36(2): 80-98.
- 8. 변재상(2009) 국내 도시 이미지 및 브랜드 슬로건의 경향 분석, 대한국토·도시계획학회지 국토계획 44(6): 105-121.
- 9. 변재상, 김대수, 이정수(2010) 대전시 상징물과 도시 이미지 비교 연구, 한국조경학회지 38(2): 53-63.
- 10. 변재상, 임승빈, 주신하(2007a) 초고층 랜드마크의 인지거리 및 인지강도와의 상관관계 분석: 서울시 30층 이상 고층건물을 대상으로, 한국조경학회지 35(4): 90-104.
- 11. 변재상, 조예지, 최형석, 김송이, 임승빈(2007b) 도시마케팅을 위한 도시이미지 관리방안 연구: 도시이미지 관리 프로그램 도출을 위한 정량적 분석, 한국조경학회지 35(4): 81-89.
- 12. 변재상, 최형석, 신지훈, 조예지, 김송이, 임승빈(2007c) 도시이미지에 대한 지구 이미지의 기여수준 분석: 부산시를 중심으로, 한국조경학회지 35(1): 59-68.
- 13. 변재상, 최형석, 신지훈, 조예지, 임승빈(2007d) 도시이미지 구성요소의 기여수준 분석: 과천시를 중심으로, 대한국토·도시계획학회지 국토계획 42(3): 163-177.
- 14. 변재상, 최형석, 이정원, 임승빈(2006) 도시이미지에 기초한 도시유형 분류, 대한국토·도시계획학회지 국토계획 41(3): 7-20.
- 15. 손학기(2007) GIS와 공간통계에 기초한 부동산 가격변동지역의 동태적 탐색, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 16. 임승빈(1991) 경관분석론, 서울: 서울대학교 출판부.
- 17. 임승빈, 변재상(2002) 도시경관관리를 위한 스카이라인 형성기법에 관한 연구: 미국 주요 도시의 스카이라인 형성요인과 기법적 특성을 중심으로, 한국도시계획학회 논문집 6(1): 5-18.
- 18. 임승빈, 최형석, 변재상(2004) 도시이미지 분석기법에 관한 연구: MDS에 의한 도시 간 이미지 비교, 한국조경학회지 32(1): 47-56.
- 19. 정대연(1992) 기초사회통계학, 서울: 백산서당.
- 20. 정용문, 변재상(2005) 시민의식에 기초한 공주시 도시 이미지 분석: 도시와 랜드마크의 형용사 이미지 포지셔닝, 한국조경학회지 33(3): 18-30.
- 21. 최열, 조수영(2004) 시각적 및 정서적 특성과 유사성 차원에 따른 환경적 이미지 분석: 부산대학교 캠퍼스를 중심으로, 대한국토·도시계획학회지 국토계획 39(2): 189-202.
- 22. 홍두승(2001) 사회조사분석, 서울: 다산출판사.
- 23. Ashworth, G. J. and H. Voogd(1990) Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning, London and New York: Belhaven Press.
- 24. Banai, R.(1999) A methodology for the image of the city, Environmental and Planning B 「Planning and Design 26」: 133-144.
- 25. Brower, S.(1988) Design in Familiar Places: What makes home environments look good, New York: Praeger.
- 26. Byeon, J. S., M. T. Kim, and S. B. Im(2004) Designation and Management of National Historic Landmarks in the United States, Architectural Research 6(1): 13-24.
- 27. Catchpole, T.(1987) London skyline: A study of high buildings and view, Reviews and Studies 33, London: London Research Center.
- 28. Dreaden, P.(1980) A static technique for the evaluation of the visual quality of the landscape for land-use planning purposes, Journal of Environment Management 10: 51-68.
- 29. Golledge, R. G., V. L. Rivizzigno, and A. Spector(1976) Learning about a city: analysis by multidimensional scaling. In R. G. Golledge and G. Rushton, eds., Spatial Choice and Spatial Behavior, Ohio: Ohio State University Press, pp. 95-116.
- 30. Gould, P.(1973) On mental maps, In R. M. Downs and D. Stea, eds.,

인용문헌

- 1. 김영석(2002) 사회조사방법론, 서울: 나남출판.
- 2. 김종호, 변재상, 임승빈(2002) 랜드마크의 영향력 범위와 인지요인과의 관계, 한국조경학회지 30(4): 9-18.
- 3. 박영춘(2002) '도시의 이미지' 측정에 관한 연구, 대한국토·도시계획학회지 국토계획 37(4): 29-40.

- Image and Environment: Cognitive Mapping and Spatial Behavior. Chicago: Aldine Pub. Co., pp. 182-222.
31. Gould, P. and R. R. White(1968) The mental maps of British school leavers. *Regional Studies* 2: 161-182.
 32. Gould, P. and R. R. White(1974) *Mental Maps*. Middlesex: Penguin.
 33. Hanyu, K.(1993) The affective meaning of Tokyo: verbal and non-verbal approaches. *Journal of Environmental Psychology* 13: 161-172.
 34. Igarashi, Y.(2003) Visualization of regional image using GIS. Master's thesis University of Tokyo.
 35. Lee, D. G.(1989) Environmental data base for structural modeling in the middle basin of Tamagawa River, Central Japan. *造園論紙* 52(5): 288-293.
 36. Leitio, A. B.(1997) Landscape capacity evaluation and visual impacts simulation a GIS approach. ESRI Database(<http://www.esri.com>).
 37. Lynch, K.(1960) *The Image of the City*. Cambridge: The MIT Press.
 38. McHarg, I. L.(1971) *Design with Nature*(Paperback ed.). New York: Doubleday.
 39. Meester, W. J. and P. H. Pellenburg(1986) Subjektieve waardering van bedrijfsvestigingsmilieus in Nederland. *Sociaal-Geografische Reeks* 39. Groningen: GIRUG.
 40. Milgram, S. and D. Jodelet(1976) Psychological maps of Paris. In H. Proshansky, W. Ittleson and L. Rivlin, eds., *Environmental Psychology: People and Their Physical Settings*(2nd ed.). New York: Holt, Rinehart & Winston, pp. 104-124.
 41. Monheim(1972) Zur attraktivitat deutscher stade. *Berichte zur Regional forsch* 8.
 42. Nasar, J. L.(1998) *The Evaluative Image of the City*. California: Sage Publications, Inc.
 43. *New York Times*(1972) A French view of New York: Perilous city to visit. January 24, 1972.
 44. Pellenburg, P. H., B. Popken, G. Riggers, P. Sijtsma, and H. Voogd(1988) *De markt positie van hoogveen*. Groningen: Geopers.
 45. Snodgrass, J. and J. A. Russell (1986) Mapping the mood of a city. Paper presented at the 21st Congress of Applied Psychology. Jerusalem, Israel.
 46. The Countryside Agency and Scottish Natural Heritage(2002) *Landscape Character Assessment: Guidance for England and Scotland*. Sheffield: University of Sheffield.
 47. Zube, E. H., R. O. Brush, and J. G. Fabos(1975) *Landscape Assessment: Values, Perceptions, and Resources*. Stroudsburg: Dowden, Hutchinson & Ross, Inc..

원 고 접 수 일: 2010년 4월 26일
 심사 일: 2010년 7월 5일
 게재 확정 일: 2010년 7월 13일
 4인의명 심사필