

# 제3의 장소에 대한 실증적 조사와 유형별 공간특성에 관한 연구\*

- 도시거주 전업주부를 대상으로 -

## A Study on the Characteristics by Spatial Types and an Empirical Research for The Third Place

- focused on a research targeting urban housewives -

**Author** 이정미 Lee, Jeong-Mi / 정희원, 인덕대학교 도시환경디자인과 조교수, 디자인학박사

**Abstract** The purpose of this study is to grasp the spatial characteristics and consciousness structure for The Third Place through the empirical research, focused on housewives as the survey who spend many times in neighborhood. The four types as the consciousness structure are deducted, Nature-oriented type, Unusual experience type, Solitude enjoyment type, and Originality-oriented type. And the spatial characteristics related to the four types are deducted as the followings: Nature-oriented type contains the spatial characteristics as Wild space, Speculative space, Dotty occupation space, and Green way. Unusual experience type contains as Rambling space, Dynamic sojourn space, and Theme-plex space. Solitude enjoyment type contains as Anonymous private space, Encircling space, and Religious space. Originality-oriented type contains as Chatter space, Self development space, and Community space between families. The results of this study represent six characteristics on the third place, advocated by Oldenburg, and show housewives' various needs and concrete examples for the Third place in city.

**Keywords** 제3의 장소, 전업주부, 실증적 조사, 유형별 공간특성  
The Third Place, Housewives, An Empirical research, Characteristics by Spatial Type

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경과 목적

핵가족화, 고령화, 미혼자증가 등의 사회적인 변화는 도시에서 생활하는 거주자들에게 '장소'에 대한 새로운 필연적 요구를 불러일으키고 있다. 특히, 주 5일 근무의 실시로 인하여 주말 여가시간이 늘어나면서 여가를 즐기려는 사람들이 늘고, 외식이나 교양, 오락 등 선택적 소비, 서비스 소비를 중심으로 한 문화적 욕구가 증가하고 있다. 여가시간이 늘어남에 따라 연극, 영화, 음악, 미술 등 문화체험에 대한 욕구가 증대되고 자기 계발차원의 어학, 자격증, 정보화, 전문지식 등에 관한 교육 분야도 새로운 국면을 맞게 될 것이다. 이제 체험형 여가시장의 확대, 자기계발에 대한 인식고조, 가사노동 지원 서비스의 확대 등 뉴 트렌드의 생활패턴에 주목할 필요가 있다.

집과 직장을 벗어나 나만의 영역에서 휴식과 행복을 기대하며 행하는 일상의 여가행위들은 삶의 균형을 이루

는데 매우 중요한 영향요인이 된다. 레이 올덴버그는 그의 책 "The Great Place"에서 '제3의 장소(The Third Place)'라는 단어를 처음 사용하면서 집과 사무실 이외 개인의 스트레스를 풀거나 휴식을 취할 수 있는 장소를 찾게 되는데 이를 '제3의 장소'라고 정의하였다.<sup>1)</sup>

도시에서 일상을 살아가는 거주자들은 도시환경 속 '제3의 장소'에 대하여 과연 어떠한 생각을 가지고 있을까? 본 연구는 현대 한국사회에 있어서 '제3의 장소'의 의미를 살펴보고 도시의 거주자들이 주로 생각하고 사용하는 '제3의 장소'에 대하여 어떠한 인식을 가지고 있는지에 대하여 파악하는 것을 주된 목적으로 한다. 이를 위하여 도시의 근린주구에 있어서 가장 중심적인 생활을 영유하고 있는 전업주부에 초점을 맞추어 제3의 장소에 대한 실증적 조사를 실시하고 이용실태와 인식의 구조를 명확히 함과 동시에 선호하는 공간의 특성을 각각 도출하였다. 나아가 도시의 공공 공간에 있어서 '제3의 장소'로서의 물리적 환경 지원방향에 대한 시사점들을 얻고자 하였다.

1) 사람들은 집과 사무실 이외 개인의 스트레스를 풀거나 휴식을 취할 수 있는 공간을 찾게 되는데 이 공간이 '제3의 장소'이다 (Oldenburg R., 1989, pp.10-11)

\* 이 논문은 2011년도 인덕대학교 연구비에 의하여 수행되었음.

## 1.2. 연구 방법 및 범위

본 조사연구의 범위는 기초적인 인식조사로서 서울시 에 위치한 3개 지역의 주민을 대상으로 하였다. 본 논문에서는 조사데이터 중에서 우선, 전업주부를 주된 분석 대상으로 선정하였다. 전업주부는 일주일 중 가장 많은 시간을 거주지 범위 내에서 생활하며, 영·유아의 자녀를 둔 가족단위의 중심적인 구성원이라고 할 수 있다. 또한, 전업주부는 다른 속성의 인구집단과는 다르게 가족의 일상적인 생활을 근간으로 사고하며 생활의 경험과 사회적인 요구가 보다 세심하고 다각적이라고 생각된다. 그러므로 우선적으로 각 연령단계에서의 전업주부의 '제3의 장소'에 대한 인식의 구조를 분석하기로 했다. 조사에 앞서 대상지의 지역주민들을 대상으로 2~3회에 걸친 기초조사로서 '제3의 장소'에 대한 개괄적인 히어링 조사와 이용 장소에서의 이용행동을 랜덤으로 조사하여 전체적인 생각의 구조를 파악하였다. 본 조사에서는 서울시의 3개 지역에 있어서 '제3의 장소'에 대하여 SD법을 이용한 피험자인식조사를 일대일 면담방식으로 실시하였다. 인식조사데이터의 분석대상은 총 152명으로 실험방법은 20개의 형용사에 대하여 5단계로 평가하고 인상에 남는 환경요소에 대한 자세한 내용을 기술하는 방법으로 시행하였다.

## 2. 현대사회와 제3의 장소

### 2.1. 여가생활의 전망

주 5일 근무제의 도입으로 여가활용을 위한 생활환경에 대한 사고는 큰 변화를 가져오고 있다. 통계청<sup>2)</sup>에서 발표한 우리나라 사람들의 주요 여가활동을 보면, TV시청(41.2%)과 수면 및 가사잡일(29.5%), 스포츠 및 여행(16.5%)이 대부분을 점유하고 있다. 또한, 여가활용에 대한 불만이유로는 경제적 부담(39.2%)과 시간부족(29.8%)이 높은 수치를 나타내고 있음에 주목할 필요가 있다. 한편, 통계청의 「2011 사회조사」 중 서울시 자료를 분석한 결과인 '통계로 보는 서울시민의 여가생활'을 보면, <표 1>에 나타난 것처럼 서울시민이 바라는 여가활동의 유형은 '야외 활동'과 '자기개발'의 경향이 강한 반면, 경제적 부담과 시간부족의 원인으로 'TV, DVD 시청'과 같은 실내에서의 정적이고 수동적인 여가활동에 편중되어 있는 것을 알 수 있다.

또 여가시간에 '가사일한다'라고 응답한 여성은 40.8%로 남성의 13.1%에 비해 3배 높은 수치를 나타냈고, 여가시간 활용에 대한 만족도는 만족(22.3%), 보통(49.4%), 불만족(28.4%)으로 불만족의 비율이 만족보다 약 6.4% 높았으며 불만족 비율은 여성(30.1%)이 남성(26.6%)보다

높게 나타났다. 원인은 경제적 부담(62.1%)과 시간부족(23.1%)이라고 답하였다. 또, '수입을 위해 일을 더 하기 보다는 여가를 갖고 싶다'고 응답한 비율이 46.8%였다.

<표 1> 희망 여가활동과 실제 여가활동의 통계자료(%)<sup>3)</sup>

여가활동분류	희망하는 여가생활	실제 주 여가생활
여행	59.3	9.9
문화예술관람	31.0	11.5
자기개발	25.0	7.1
스포츠 활동	19.7	10.8
사교 관련일	18.8	20.9
창작적 취미	17.3	6.0
봉사활동	9.3	0.7
스포츠관람	8.6	4.4
게임, 인터넷 등	5.4	16.6
가사일	3.8	27.4
휴식	14.8	36.7
TV시청 및 DVD시청	13.2	61.7

여기서 주목할 부분은 여가는 더 이상 남는 시간을 소비하기 위한 생활의 부수적인 개념이 아니라 삶의 질을 향상시키기 위한 능동적이고 적극적인 생활개념으로 변화되고 있다는 것을 알 수 있다. 즉, 여가의 포괄적인 의미는 인간이 살아가는데 필수적인 시간인 일하고, 먹고, 잠자는 생리적인 시간을 제외한 모든 시간을 의미한다. 따라서 여가는 노동에 반대되는 개념이 아니며 여가와 노동은 우리 인생에서 꼭 필요한 것으로 여가는 자유로운 선택과 활동을 통해 만족을 얻는 내재적 동기에 의한 여가활동이어야 한다<sup>4)</sup>. 또, 경제적인 부담이나 시간부족의 원인으로 인해 여가생활을 충분히 누리지 못하고 있는 불만족스러운 현실은, 일상생활에서의 휴식과 노동의 불균형적인 현상과 함께 일상으로부터의 해방에 대한 강한 욕구를 읽을 수 있는 부분이다. 개인에게 경제적, 심리적 부담을 주지 않고 일상 생활 속에서 근로나 가사노동 등의 무적 행동으로부터 완전히 분리되어 인간본연의 근원적인 욕구를 선택하여 충족시킬 수 있는 다면적인 행동에 대하여 사회가 적극적으로 고민하고 지원해야 할 시점이다.

### 2.2. 제3의 장소의 등장

최근 관심이 모아지고 있는 '제3의 장소(Third Place)'는 레이 올덴버그(Ray Oldenburg)가 그의 저서 "The Great good place"에서 "집, 직장을 제외한 중요한 장소"라고 제시한 개념이다. 그는 일상의 공간을 크게 세부분으로 분류하였는데 [가정=제1의 장소, 직장=제2의 장소, 가정처럼 쾌적하고 즐겁게 지낼 수 있는 장소=제3의 장소]로 분류하고, 제3의 장소란 비공식적이면서 정기적으

3) 출처 : 통계청, 2011 사회조사, 국가통계포털(KOSIS)

4) 김분덕, 도시중산층 중년여성의 여가생활과 삶의 만족에 관한 연구, 숙명여대 대학원 석사학위논문, 2004, p.11

2) 통계청 한국의 사회지표, 2010.12

로 그리고 자발적으로 가는 가정이나 직장이 아닌 공공 장소라고 정의하였다. 공공의 장소에서 사람들은 가정이나 직장에서와는 다른 행복감을 느끼며 일상을 소비한다. 제3의 장소의 특징 중 하나는 사람들이 심리적으로 편안하게 기분전환을 할 수 있으며 편안함과 새로운 만남을 찾아 삶의 활력소를 얻을 수 있다는 것이다.

올덴버그는 이러한 제3의 장소가 지역사회와 공공생활에 필수적이며 많은 사람들이 제3의 장소에서 사회적 상호작용을 요구하고 외로움을 달래며 사람과 사람의 대화를 통해 현실의 감각을 얻을 수 있다고 주장하였다. 또한, 제3의 장소로서 매력적인 장소가 되기 위해 필요한 조건을 명시하였다.

- 모두가 동등하게 취급되는 장소

장소를 이용하는 모든 사람이 평등하고 공평하게 대우 받으며 누구나 언제든지 접근이 가능한 장소이다. 학벌이나 직업, 경제적인 요인 등에 의한 차별이 없고 장소 및 모든 프로그램의 활동, 사회적인 상호작용이 가능한 장소이다.

- 대화가 주된 활동이 되는 장소

일상생활 속에서 가족이나 동료 등 주변의 많은 사람들과의 소통을 원하고 중요시하지만, 한편 새로운 만남과 소통을 끊임없이 요구한다. 사람과의 직접적인 만남과 대화 뿐 아니라 노트북과 모바일 폰 등 가상공간에서의 만남을 포함한 사회적 상호작용이 가능한 장소이다. 최근 흔히 볼 수 있는 서점이나 카페에서의 와이파이가 준 제3의 장소로서 소통을 통한 커뮤니티의 요구를 충족시킬 수 있는 좋은 예이다.

- 접근이 용이하고 순응하기 좋은 장소

장소의 제약조건이 없고 원할 때는 언제나 접근하기 쉬우며 자신의 자발적인 의지에 따라 혼자가 되어 고독을 즐길 수도 있고, 사회적 모임의 규모를 스스로 선택 조절 할 수 있는 곳이다.

- 정기적이며 친근한 장소

정기적으로 찾는 곳으로서 사회적인 만남이나 공통의 프로그램 활동을 통해 알게 된 사람과 친분을 쌓아나가 애착과 유대를 얻을 수 있는 곳이다.

- 유희적이며 즐거운 장소

끊임없이 유희적이고 다양한 프로그램을 통해 활동을 이끌어내는 곳을 의미한다. 일반적으로 제3의 장소를 가정이나 직장으로부터의 탈출로 인식하기 쉽지만, 올덴버그는 제3의 장소를 단순히 집이나 직장으로부터 탈출하는 장소가 아니라 유희와 즐거움을 통해 재생의 에너지를 얻어 활력을 되찾을 수 있는 장소라는 데 중요성을 두고 있다. 즉, 평범한 일상생활 속에서 잠시 만끽할 수 있는 특별한 장소인 것이다.

- 내 집처럼 편안한 장소

가정이나 직장에 있지 않을 때 체류하는 곳으로서 제3

의 장소는 분명히 가정과는 분리된 곳이지만 마치 집에서 처럼 심리적으로 편안한 느낌을 받을 수 있는 곳이다.<sup>5)</sup>

### 2.3. 사회변화로 본 제3의 장소의 역할

사회학연구자로서 올덴버그가 대표적인 사례로 든 카페, 서점, 헤어숍 등은 도시환경측면에서 보았을 때 매우 구체적이며 설득력 있는 관점이라고 할 수 있다. 카페의 기능이 예전에는 커피나 차를 마시거나 단순히 약속장소에 머물렀다면 최근에는 공간구성이나 분위기를 업그레이드하여 이용자의 다양한 요구에 대응할 수 있도록 배려하고 있음에 주목할 수 있다. <표 2>는 도시의 거주자들이 일상생활가운데 여가시간을 보내는 장소에 대하여 대표적인 사례로서 카페, 헤어숍, 도서관, 공원을 예로 들어 시대변화에 따라 변화된 점을 살펴본 것이다.

<표 2> 여가활용을 위한 장소형성의 변화

제3의 장소 예시	공공 문화/편의시설의 변화		
	기능	이용자행위	공간연출
 <p>카페</p>	커피 서비스의 전문성 강화, 인터넷 및 브랜드제품의 판매	대화, 만남의 장소, 정기적인 친목모임, 세미나, 사색, 쇼핑 등	쾌적함, 편안함, 아늑한 분위기가 증가하였으며, 고급스럽고 이색적인 분위기 또는 자연 요소를 적용시킨 내추럴한 분위기 등 개성 있는 체류장소의 증가
 <p>헤어숍</p>	장시간 체류를 지원하는 다양한 서비스 강화	휴식, 기분전환, 만남으로 체류시간의 증가	
 <p>공공도서관</p>	독서, 검색, 전시, 음악회 등 복합 기능화	단독이용에서 가족 및 그룹 이용증가, 체류시간의 확대	온돌마루증가, 편안하고 아늑하며 대화가 가능한 다양한 이용형태의 독서환경
 <p>공원(오픈스페이스)</p>	건강지원기능의 강화, 문화시설의 증가	평일/휴일 언제든 가볍게 이용할 수 있는 근거리 오픈스페이스	걷기, 자전거타기, 인라인스케이트타기를 지원하는바닥마감시설 및 기타헬스기구 등의 증가

이용자들의 요구가 다양해짐에 따라 서비스의 전문성은 강화되었으며 공간의 분위기는 고급스럽고 세련된 이미지로 변화되었다. 또한, 서비스시스템이 단순화되어 이용자가 주문에서부터 서비스를 받는 데 까지 걸리는 시간은 매우 단축된 것도 큰 특징이다. 공공도서관과 같은 공공시설의 경우에는 단순히 학생들이나 취업준비생들의 공부하기 위한 장소라기보다는 휴일을 이용해 자녀를 동반한 가족들이 편한 자세로 책을 읽거나 대화를 나누거나 영화를 함께 관람하는 복합문화시설로 인식되고 있

5) Oldenburg R..The great good place ; cafes coffee shops, community centers beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day. Paragon House, Newyork. 1989. 올덴버그가 그의 저서에서 제3의 장소로써 매력적인 장소가 되기 위한 필요조건으로 제시한 내용을 필자가 요약 정리한 것임

다. 또한, 청계천프로젝트 이후 가속화되고 있는 수변공간의 환경개선사업들로 인해 인근 주민들은 편안한 휴식과 건강을 위한 운동으로, 안정되고 활력 넘치는 일상생활을 영위하게 되었다. 인터넷시장이 확대되면서 인간의 욕구는 점점 다차원화되고 끊임없는 두뇌활동과 지적 호기심이 늘어난다. 이를 충족시키기 위해서 사회는 일시 단편적인 대응보다는 보다 지속적이고 능동적으로 창의적 활동을 이끌어내기 위하여 인간의 요구와 감각, 트렌드, 프로그램에 집중하면서 변화해야 할 것이다.

### 3. 제3의 장소에 대한 실증적조사와 특성

#### 3.1. 조사내용

도시의 전업주부들이 일상생활 가운데 여가시간을 보내는 제3의 장소에 대하여 장소의 선택유형과 각 장소에서의 행위내용, 장소를 선택하는 요인, 제3의 장소에 대한 사회적 가치, 선호하는 장소의 특성 등에 대하여 조사를 실시하였다.

<표 3> 조사도구의 내용

조사유형	세부 내용
조사일시	2011. 10. 15 ~ 2012. 4. 5
조사장소	서울지역 서초구, 노원구, 동작구 각 1개동
조사유형	예비조사 2회(관찰 및 히어링조사) 본조사1회 (설문조사)
거주자 특성	연령, 가족 수, 자녀수 및 자녀의 연령, 거주 지역
제3의 장소 및 이용행태	제3의 장소 기입, 이용 빈도, 주요행위, 동반자수, 장소의 선택기준, 선택의 영향요인, 집으로부터의 거리, 이용교통수단
주이용 제3의 장소에 대한 만족도 및 의식구조	만족도 및 의식구조에 관한 20문항 얻을 수 있는 사회적 가치

<표 4> 조사대상자의 일반적 특성

항목	세부항목	합계
연령	20대	15 (9.9%)
	30대	18 (11.8%)
	40대	45 (29.6%)
	50대	41 (27.0%)
	60대 이상	33 (21.7%)
	합계	152 (100%)
이용 빈도수/1개월 M=4.7회/1개월	1회 미만	15 (9.9%)
	1~2회	40 (26.3%)
	3~4회	44 (28.9%)
	5회 이상	53 (34.9%)
	합계	152 (100%)
이용 동반자	혼자	35 (23%)
	가족과 함께	45 (29.6%)
	친구와 함께	68 (44.7%)
	애완동물과 함께	2 (1.3%)
	기타	2 (1.3%)
	합계	152 (100%)
집으로부터 거리	반경 100m 이내	39 (25.7%)
	반경 500m 이내	34 (22.4%)
	반경 1km 이내	51 (33.6%)
	반경 5km 이내	23 (15.1%)
	그 이상	5 (3.3%)
	합계	152 (100%)

<표 3>은 조사도구의 특성을 나타낸 것이며, <표 4>는 조사대상자의 일반적 특성을 각각 나타낸 것이다.

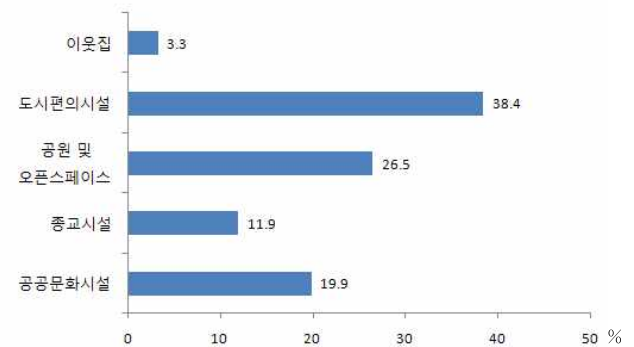
#### 3.2. 분석

##### (1) 제3의 장소의 유형

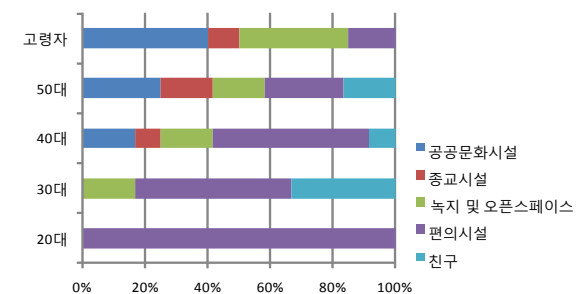
우선, <그림 1>은 도시의 전업주부들이 선택한 각자의 '제3의 장소'에 대하여 몇 가지의 유형으로 분류한 것이고 <그림 2>은 이를 연령별 분포로 나타낸 것이다. 설문조사에 직접 기입한 장소의 명칭은 <표 5>와 같다. 커피숍, 헤어샵, 베이커리, 서점 등 인근 편의시설이 38.4%로 가장 많이 선택되었고 그 다음으로 공원이나 하천 등과 같은 오픈스페이스(26.5%), 도서관이나 전시관, 구민회관 등과 같은 공공문화시설(19.9%), 교회나 성당, 절 등 종교시설(11.9%)의 순으로 선호하고 있었다. 한편, 자녀의 학부모 자택이나 이웃집 등 이웃집(3.3%)도 어느 정도의 비율을 차지하고 있었다. <그림 2>은 '제3의 장소'의 선택유형을 연령별로 나타낸 것이다.

<표 5> 제3의 장소 명칭과 유형

장소의 명칭	유형
문화복지센터, 도서관, 주민센터, 문화교실, 전시장, 체육센터, 취미교실, 수련관...	공공 문화시설
교회, 성당, 절...	종교시설
근린공원, 한강시민공원, 서울 숲, 주말농원, 산, 수변시설, 인근 학교 운동장, 어린이놀이터...	오픈 스페이스
커피전문점, 헤어숍, 영화관, 사우나, 대형마트, 백화점, 스크린골프, 헬스장, 서점...	도시 편의시설
이웃집, 친정집, 자녀학부모집...	이웃집



<그림 1> 제3의 장소의 유형

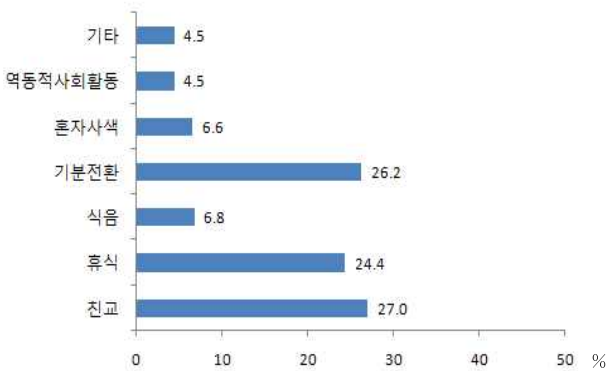


<그림 2> 연령별 제3의 장소 선택유형

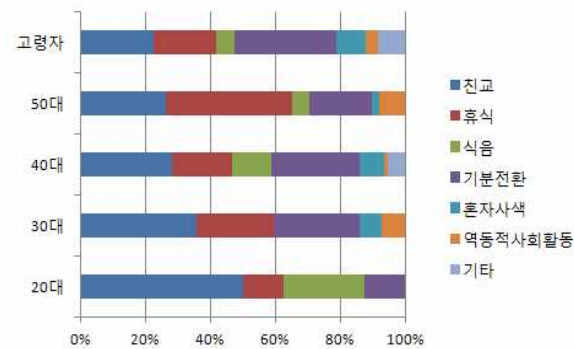
<그림 1>에서 보는 바와 같이 20대에서는 커피숍이나 헤어숍, 서점, 휘트니스 센터 등과 같은 편의시설이 대부분을 점유하고 있었는데 그중에서도 커피숍이 압도적으로 높은 비율을 차지하고 있었다. 고령자로 갈수록 도시 편의시설의 이용은 점차 줄어드는 반면, 녹지 및 오픈스페이스와 종교시설, 공공문화시설의 이용이 점차 늘어나는 경향을 읽을 수 있다. 고령자의 경우에는 노인복지센터나 구청에서 운영하는 문화교실과 건강시설 등이 상대적으로 높은 비율을 점유하였다. 특히, 녹지 및 오픈스페이스와 공공문화시설의 이용은 각각 30대~40대에서부터 나타나기 시작하여 연령이 높을수록 점차 늘어나는 추이에 주목할 수 있다.

(2) 제3의 장소에서의 행위

<그림 3>는 제3의 장소에서 무엇을 하는가에 대한 결과를 나타낸 것이고, <그림 4>은 이를 연령별분포로 나타낸 것이다.



<그림 3> 제3의 장소에서의 행위



<그림 4> 행위에 대한 연령별 의식분포

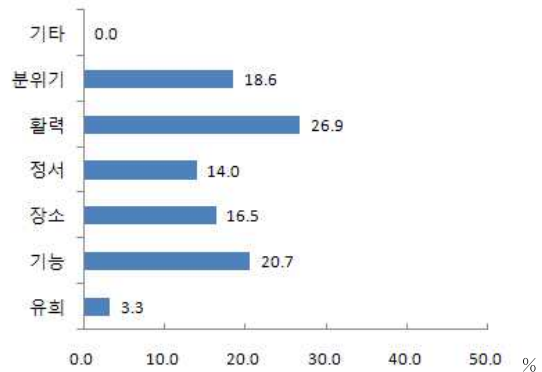
그림에서 보는 바와 같이, 친교 즉 사회적인 만남(27%), 기분전환(26.2%), 휴식(24.4%)이 모두 유사한 비율로 높게 나타나 단조로운 일상에서 벗어나 새롭게 재충전하고 보다 풍요로운 삶을 영위하기 위한 의지를 읽을 수 있다. 한편, 혼자사색하거나 역동적인 사회활동, 기타(운동) 등도 근소한 차이로 유사한 경향을 나타내고 있음을 읽을 수 있다. 이에 연령에 따른 유의한 차이는

나타나지 않았다.

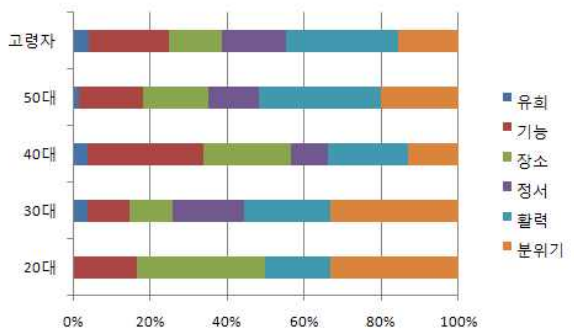
제3의 장소에서 주로 무엇을 하는가에 대한 질문에 있어서 20대에서는 ‘친교’, 즉 만남이 압도적으로 많았다. 30대에서도 ‘친교’가 가장 높게 나타났지만, ‘기분전환’, ‘휴식’, ‘역동적 사회활동’, ‘혼자사색’ 등도 고루 분포하고 있는 것을 알 수 있다. 이는 40대, 50대, 고령자에 있어서도 유사한 패턴을 읽을 수 있었는데, 40대와 고령자에 있어서는 ‘운동’을 한다고 응답한 사례도 있었다. 50대에 있어서 ‘휴식’의 비율이 상대적으로 높게 나타난 것에 대해서도 주목할 만하다.

(3) 제3의 장소의 선택요인

<그림 5>은 ‘제3의 장소’를 선택하는 기준에 대한 응답결과를 나타낸 것이고, <그림 6>은 이를 연령별분포로 나타낸 것이다. ‘활력’을 얻을 수 있는 장소라고 응답한 사람이 26.9%로 가장 많았고, 그 다음은 각각 근소한 차이로 ‘기능’과 프로그램(20.7%), 분위기(18.6%), 장소(16.5%), 정서(14%)의 순으로 영향을 받는 것을 알 수 있었다.



<그림 5> 제3의 장소의 선택 기준



<그림 6> 제3의 장소의 연령별 선택 기준

<그림 6>에서 보는 바와 같이, 장소의 선택기준에는 연령별로 다소 차이를 나타내고 있는 것을 알 수 있다. 우선, 20대의 경우에는 장소성과 분위기가 비교적 영향을 미치고 있는 한편, 30대에는 분위기와 활력요소가 관계하고, 40대에는 기능, 장소, 활력요소가 유사한 비율로 영향을 미치고 있으며, 50대 및 고령자의 경우에는 활력요소가 비교적 높은 영향을 미치고 있는 것을 알 수 있

다. 장소성, 활력요소, 분위기의 요인이 20대와 50대/고령자 그룹에 있어서 상반대의 경향을 보이고 있는 부분은 흥미로운 부분이다.

다음 <표 6>의 카테고리는 '제3의 장소'를 선택하는데 어떠한 요소가 관여하는지에 대한 면담 결과를 나타낸 것이다. 카테고리는 응답자의 답변을 그대로 전달하고자 하였고, 총 152명이 335개의 답변을 하여 평균 1인당 2.20개의 응답을 얻을 수 있었다.

장소 선정의 영향요소로서 [접근성]과 관련하여 집으로부터의 거리, 생활동선의 경로, 이동수단의 편의성 등 [접근성]이 40.2%로 압도적으로 많았다. [접근성]은 조사대상자의 거의 대부분이 중복응답으로 지목한 사항으로 '제3의 장소'를 선택하거나 지속적인 유지를 위해 집과의 거리가 얼마나 중요한지를 나타내는 결과라고 할 수 있다. 이는 도시의 주거환경에 있어서 편의시설이나 공공문화시설, 공원 등 오픈스페이스, 종교시설, 이웃집 등의 균형 있는 환경적 지원이 일상생활을 보다 풍요롭게 하는데 중요한 영

<표 6> 제3의 장소의 선택요소에 대한 히어링결과

접근성		135(40.2%)
집으로부터의 거리	· 집이 가까워서 / 언제든지 갈 수 있으니까...	
생활동선의 경로	· 아이 유치원, 학교 근처라서/ 퇴근길에 쉽게 들을 수 있어서/ 시장보러가는 길에 들을 수 있어서...	
이동수단의 편의	· 마을버스로 몇정거장거리라서/셔틀버스가 다니니까/ 주차하기 쉬워서...	
장소의 분위기		72(21.5%)
친근함, 쾌적한	· 내 집처럼 편안하고 아늑해서/ 밝고 환한 분위기가 좋아서/혼자 조용히 있기에 좋아서/ 마음의 안정을 찾을 수 있어서	
이색적인, 특별한	· 인테리어가 고급스럽고 특별해서/ 뭔가 색다른 분위기가 좋아서/ 감각적이고 세련된 느낌이 좋아서...	
사교적인, 즐거운	· 시끌벅적하고 활기차서/ 친구들과 맘껏 수다를 즐길 수 있어서 / 명랑한 분위기가 좋아서...	
자연 및 조경요소		53(15.8%)
시원한 전망	· 큰 창이 있어서 밖을 내다보는데 좋아서/ 바로 앞에 천이 흐르는, 넓은 잔디밭이 있는데 시원해서...	
자연, 공기, 조경 등	· 실내조경이 잘 되어있어서 보기에도 좋고 공기가 좋을 것 같아서/ 마치 공원에 앉아 있는 것 같아서/ 맑은 공기를 마시면서 걷는게 좋아서...	
공간의 규모, 형태의 다양성		35(10.4%)
공간의 크기	· 공간이 넓어서/ 9명이 정기적으로 모이는데 그 곳이 적당해서 / 너무 넓지도 않고 아늑해서...	
다양한 선택	· 앉을 수 있는 곳이 다양해서/ 가구가 다양해서...	
프로그램		23(6.8%)
전문성	· 문화교실 강사님(프로그램)이 좋아서/ 저렴하면서 제대로 배울 수 있어서/ 직접 만들고 전시도 할 수 있어서/ 운동기구가 많아서/ 자전거를 탈 수 있어서...	
융통성, 조절성	· 프로그램이 다양해서	
서비스		17(5.2%)
서비스강화	· 거기는 커피(베이커리, 국수 등 음식)가 맛있다/ 머리를 잘해서/ 책이 많아서/ 어디서나 인터넷을 할 수 있어서...	
다양한 이용자중심 고객서비스	· 마치 대접받는 느낌이 든다/ 서비스가 기억에 남는다/ 얼마든지 리필이 가능하다/ 그곳이 예쁘다/ 특별한 경험을 할 수 있다.	

향을 미칠 수 있다는 점을 암시하는 결과라 할 수 있겠다.

또, [장소성]과 관련하여 장소의 분위기, 공간규모, 자연 및 조경요소 등의 공간구성에 대한 의견이 기능이나 프로그램, 서비스의 요소보다 우위를 차지하고 있다. 응답의 다양한 사례를 살펴보면 단순히 건축물이나 공간구성 뿐 아니라 정서적인 부분이나 사회적인 교류로부터 유추되는 장소감이 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 즉, 장소의 물리적 환경요소 뿐 아니라 그 안에서 쌓아나가는 다양한 시각적 경험의 기억, 다양한 사람의 집단이나 자연의 변화와 함께 만들어내는 공공의 경험적 요인이 반영된 [장소적 분위기]임을 파악할 수 있는 결과이다.

특히, [자연 및 조경요소]는 공원 및 오픈스페이스 뿐 아니라, 실내 창으로부터의 조망이나 실내조경에 이르기까지 광범위하게 요구되고 있으며 이와 같은 자연의 요소가 기본을 상쾌하게 해주며 정서적으로 안정을 찾아준다는 의견이 많았다.

한편, [프로그램]과 [서비스]의 요인도 장소의 선택요인으로 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 과거와 비교하여 커피샵이나 베이커리, 헤어샵, 공공도서관, 전시관, 쇼펜터, 오픈 스페이스 등의 주요한 기능이 브랜드화되면서 경쟁력과 함께 전문성이 강화되고 부가적으로 이용자의 다양한 요구에 다각적으로 대응하는 이용자중심의 서비스가 늘어나고 있는 현황이 그대로 나타난 결과라고 할 수 있다.

### 3.3. 제3의 장소에 대한 인식에 따른 유형분류

제3의 장소에 대한 인식에 따른 평가는 <표 7>에 제시한 20개 평가지표에 대하여 5단계평가를 시행하였다. 이는 기초적으로 실시한 예비조사결과에 의하여 추출된 어휘를 중심으로 선정하였다.

<표 7> 인식평가지표

01 가깝다	11 자연을 느낄 수 있다
02 조용하다	12 상쾌하다
03 이색적이다	13 친근하다
04 분위기있다	14 사색할 수 있다
05 다양한 행동을 할 수 있다	15 해방감을 느낄 수 있다
06 자유롭게 대화할 수 있다	16 재미있다
07 책을 읽을 수 있다	17 고급스럽다
08 무선인터넷을 사용할 수 있다	18 전망이 좋다
09 릴렉스할 수 있다	19 아늑하다
10 활력있다	20 새롭다

요인분석(Factor Analysis)의 결과, 다음에 제시한 것과 같이 4가지의 성분이 추출되었다. Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) 측정치 (=.783, p<.01)는 변수들의 상관관계가 다른 변수들에 의하여 설명될 수 있기 때문에 요인분석이 적합함을 보여주고 있다. Varimax 회전방식을 통한 요인분석과 신뢰도 분석을 반복 실시하여 소수의 항

목을 제외하고 4개의 요인으로 수렴하는 것이 적절하였으며 각 요인별 성분분석표는 <표 8>과 같다. 20개의 의식평가지표에 대한 주성분 분석결과 4개의 인자를 추출할 수 있었다. 모든 주성분의 고유치는 1이상이므로 누적기여율은 55.6%이며 여기서 얻은 4개의 인자에 의해 제3의 장소에 대한 심리적 인식구조를 설명하는 것이 타당하다고 판단된다.

<표 8> 주성분분석표와 제3의 장소에 대한 의식유형

평가지표	주성분				
	1	2	3	4	
자연	.866	.002	.051	.086	<b>자연지향형</b> -심신휴식의 욕구
상쾌함	.831	.094	.101	.170	
전망	.673	.336	.052	.235	
사색	.643	.101	.488	.052	
해방감	.531	.399	-.163	.315	
이색적임	.195	.620	.049	.113	<b>이색경험형</b> -비일상적 경험의 욕구
고급스러움	.140	.762	.213	-.089	
새로움	.204	.614	.089	.168	
무선인터넷	-.115	.469	.448	.008	
조용함	.472	.195	.627	-.134	
독서	-.043	.055	.820	.025	<b>고독향유형</b> -독립의 욕구 -'자아'의 표현
아늑함	.195	.494	.531	.206	
분위기	.227	.481	.385	.070	
자유대화	.207	-.090	.392	.665	
활력	.126	.033	-.177	.783	
친근함	.326	.146	.227	.523	<b>창의지향형</b> -소속의 욕구 -창조의 욕구
재미있음	-.045	.471	-.263	.634	
가까움	-.005	-.074	.204	.083	
다양한 행동	.080	-.001	.265	.422	

<표 9> 주성분분석 고유치표(물리측정지표)

주성분	고유치	기여율(%)	누적기여율(%)
제1주성분	5.729	28.7	28.7
제2주성분	2.325	11.6	40.3
제3주성분	1.700	8.5	48.8
제4주성분	1.356	6.8	55.6

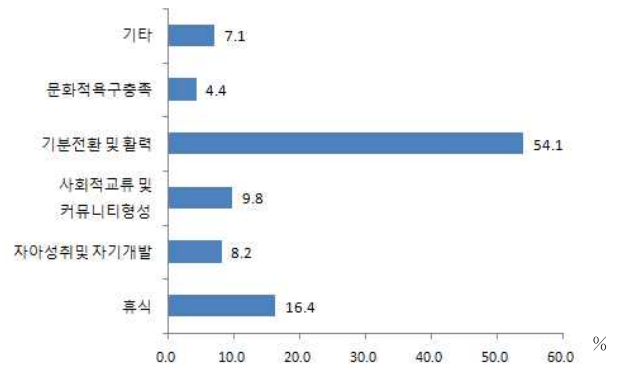
<표 9>는 추출된 4개 인자의 특징을 각 평가지표의 부하량으로 나타낸 것이다.

제1인자는 [자연을 느낄 수 있다], [상쾌하다], [전망이 좋다], [사색할 수 있다], [해방감을 느낄 수 있다], [조용하다]의 5지표의 영향요인이 상대적으로 강하여 나타나 종합적으로 “자연지향형”으로 명명하였다. 제2인자는 [이색적이다], [고급스럽다], [새롭다], [무선인터넷을 사용할 수 있다]의 4지표의 영향이 비교적 강한 한편, 부가적으로 [아늑하다], [분위기있다], [재미있다]의 인자가 다소 관계성이 있는 것으로 나타나 종합적으로 “이색경험형”으로 명명하였다. 제3인자는 [조용하다], [책을 읽을 수 있다], [아늑하다]의 지표가 강한 영향관계에 있는 한편, 부가적으로 [사색할 수 있다], [무선인터넷을 사용할 수 있다], [분위기있다]의 항목도 관계성이 있는 것으로 분석되어 종합적으로 “고독향유형”으로 명명하였다. 제4인자는 [자유롭게 대화할 수 있다], [활력있다], [친근하다],

[재미있다], [다양한 행동을 할 수 있다]의 5지표가 관계도가 비교적 높은 것으로 나타나 종합적으로 “창의지향형”이라고 명명하였다. 위의 [자연지향형], [이색경험형], [고독향유형], [창의지향형]의 4가지 유형으로부터 이용자들이 제3의 장소에 대하여 잠재적으로 얼마나 다양한 욕구를 가지고 있는지를 읽을 수 있다.

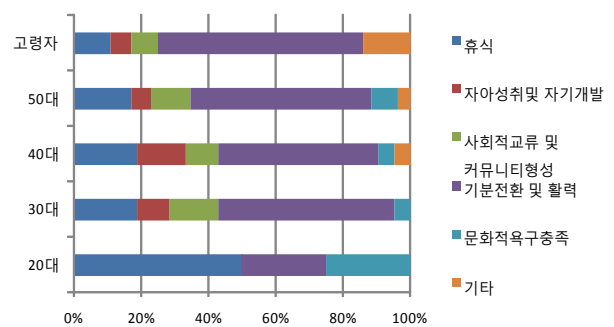
### 3.4. 제3의 장소의 사회적 가치

<그림 7>는 ‘제3의 장소’에서 얻을 수 있는 가치에 대한 응답결과를 %로 나타낸 것이다.



<그림 7> 제3의 장소에서 얻을 수 있는 가치

기분전환 및 활력을 얻을 수 있다고 응답한 사람이 54.1%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 휴식(16.4%), 사회적교류 및 커뮤니티 형성(9.8%), 자아성취 및 자기개발(8.2%), 기타: 건강(7.1%), 문화적 욕구충족(4.4%)의 순으로 분석되었고, 항목별로 유사한 비율을 나타내었다. <그림 8>은 제3의 장소에서 얻을 수 있는 사회적 가치에 대한 응답결과를 연령대별로 정리한 것이다.



<그림 8> 제3의 장소의 선택 기준

20대에 있어서는 휴식에 대한 응답비율이 가장 높았고, 기분전환 및 활력과 문화적 욕구충족이 유사한 비율로 나타났다. 30대 이상 고령자에 있어서는 전반적으로 유사한 경향의 분포를 나타내고 있는데, 기분전환 및 활력에 대한 응답비율이 압도적으로 높았고 그 중에서도 고령자의 분포가 가장 많았다. 한편, 30대 이후부터는 사

회적 교류 및 커뮤니티 형성과 자아성취 및 자기개발의 항목이 나타나기 시작하여 나이가 많아질수록 소속감과 참여의 욕구와 함께 자기표현의 욕구와 자아존중감에 대한 욕구가 드러나기 시작하는 것을 알 수 있었다. 40대에는 자아성취 및 자기개발에 대한 의지가 비교적 강하게 드러나고 있으며 기타(건강, 마음의 안정) 등에 대한 응답하는 사례가 나타나기 시작하는 경향이 특징적이다. 고령자의 경우에는 기타요인으로, 단순한 휴식보다는 능동적인 운동을 통하여 육체적 정신적 건강을 얻을 수 있다고 응답한 사례가 있음에도 주목할 만하다.

#### 4. 제3의 장소의 유형별 공간특성

앞에서 제3의 장소에 대한 인식구조에 대하여 4가지 즉, [자연지향형], [이색경험형], [고독향유형], [창의지향형]의 요인을 추출할 수 있었다. 4장에서는 이용자들이 선택한 제3의 장소와 그 물리적 환경에 대한 평가어휘들을 중심으로, 제3의 장소를 앞에서 추출한 4가지 인식구조의 유형에 따라 분류하고 그 공간적 특성을 고찰하였다.

##### 4.1. 자연지향형 공간

제3의 장소에 대한 인식에 있어서 자연은 영향력 높은 요인으로서 주로 심신의 휴양을 목적으로 생각하는 이용자가 많았다. 도시의 높은 빌딩숲과 차량들로 채워진 고밀도 환경 속에서 자연은 시각적인 상쾌함 뿐 아니라 감정의 정서적인 해방감을 주며 사색의 기회를 얻을 수 있어 가장 편안하고 안정된 분위기에서 휴양할 수 있게 하는 요인으로 평가되었다. 기타의견으로는 ‘산이나 숲, 도시공원, 텃밭 등이 거주지 근처에 있어서 좋다’, ‘인공적이지 않은 자연 그대로를 느낄 수 있어서 좋다’, ‘넓은 전망이 시원하다’, ‘기분이 상쾌하다’ 등의 의견이 많았다.

<그림 9>는 이용자들이 지정한 제3의 장소의 사례들 가운데 자연, 상쾌, 전망, 사색, 해방감 등의 어휘로 묘사한 대표적인 장소의 사례를 유형별로 분류하여 나타낸 것이다. 주로 하늘과 땅, 나무, 물 등 자연 그대로 느낄 수 있는 외부의 개방적인 공간이 언급되었고 이러한 물리적 환경요소가 많을수록 좋다는 평가를 나타내었다. 첫 번째 공간유형으로 도시환경 속에서 하늘과 땅, 나무, 물 등을 접할 수 있고 인공적이지 않으며 최대한 자연 그대로의 모습을 유지한 외부의 개방적인 공간을 (야생적 공간)으로 명명하여 분류하였다. 이 야생적 공간은 다들 어지지 않은 자연 그대로의 야생의 느낌과 함께 연속적으로 확장되어 사방으로 펼쳐지는 개방성이 있는 한편, 주변에 둘러싸인 고층아파트단지나 군집된 상가 건축물군은 매우 높은 밀도이므로 서로 상대적인 대비효과가 강하므로 야생의 자연을 더욱 강하게 인지할 수 있다.

두 번째 공간유형으로, 고궁이나 유적지, 국립공원, 학교 캠퍼스 등 지역의 상징적이거나 랜드마크적인 장소를 중심으로, 주변의 다른 공간과는 차별되며 구역으로 에워싸여있고 인공적으로 정돈된 분위기이면서 내다보이는 경치가 좋은 외부공간을 (전망 좋은 공간)으로 명명하여 분류하였다. 이 전망좋은 공간은 중심성이 있으며 주변의 다른 공간과는 차별된 분위기를 갖는다는 점, 즉, 평온함과 안도감을 느낄 수 있는 공간, 또는 반대로 활기차고 자유로운 분위기를 느낄 수 있는 공간이 있어서 어느 한 장소에 앉아서 이러한 분위기를 한눈에 조망할 수 있도록 일정한 규모로 인공적인 조경이 조성되어 있는 점 등의 특성을 읽을 수 있다. 세 번째 유형은 근린공원이나 어린이공원 등의 외부공간에서 이용자들이 벤치나 정자, 평상, 그늘진 공간 등을 점유하고 일정시간 체류할 수 있는 점적인 공간을 (점적 점유 공간)으로 명명하고 분류하였다. 이 점적 점유공간은 키가 큰 나무나 쉼터, 건축물의 처마 등 그늘진 공간으로 바닥이 데크 및 벽돌 마감 등 습하지 않은 공간이며 벤치, 평상, 앉을 만한 높이의 오브제 등이 놓여있는 공간의 특성을 읽을 수 있다. 네 번째 유형은 산책하거나 빠른 걸음으로 걷거나 자전거를 타면서 주변의 자연을 접할 수 있도록 공원,



<그림 9> [자연지향형] 공간사례와 특성



수변공간, 유적지 등을 연결한 연속적인 선형의 길을 (그린웨이)로 명명하고 분류하였다. 이 그린웨이는 일정시간을 멈추지 않고 지속적으로 걷거나 자전거를 탈 수 있도록 흐름을 가지고 연결된 길의 특성을 가지며, 주변에 하천이나 나무, 꽃 등 자연의 조망권이 확보되어 있다는 점 등을 특성으로 읽을 수 있다.

이와 같은 자연지향적인 공간들은 공통적으로 하늘, 흙, 물, 나무를 볼 수 있는 공간, 주변공간과 대조적으로 분리된 저밀도의 개방성, 수평적 시각의 확장성, 앉을 수 있는 점유영역, 연속적인 조망권역을 확보한 선형의 공간 등의 물리적 특성을 읽을 수 있다.

#### 4.2. 이색경험형 공간

제3의 장소에 대하여 이색적이고 고급스러우며 새롭고 재미있다는 요인으로 나타난 [이색경험형 공간]은 자연지향형 공간과 다소 대조적인 경향을 보인다. 일상적으로 흔히 경험하지 못하는 비일상적이고 유희적인 경험에 의한 기분전환의 욕구를 엿볼 수 있다. 이러한 경향은 사람들마다 각각 다른 다양한 유형으로 나타나는 것을 알 수 있다. 이러한 공간사례를 선택한 이용자들은 ‘시끌벅적하고 활기차서 즐겁고 외롭지 않다’, ‘다양한 물건을 구경할 수 있어서 재미있다’, ‘고급스럽고 세련된 분위기의 인테리어가 마음에 든다’, ‘얼마든지 오래있을 수 있어서 좋다’ 등의 의견이 많았다.



<그림 10> [이색경험형] 공간사례와 환경특성

<그림 10>에서 보는 바와 같이, 인공적으로 조성된 테마형 외부공간이나 커피숍 등 인위적이며 이용자들의 밀도가 높은 조밀한 공간이 대부분이다.

첫 번째 유형으로는 카페골목이나 쇼핑몰 등 일정구역을 자유롭게 이리저리 슬슬 거닐며 돌아다니면서 쇼윈도의 전시나 기획 공연 등 볼거리를 접하도록 조성된 공간을 (소요공간)으로 명명하고 분류하였다. 이 소요공간은 업종이 유사한 상점들이 군을 이루거나 물을 형성하여 다양한 상품을 한눈에 보면서 걸을 수 있는 선형공간으로 저녁시간이나 공휴일에는 특히 사람들로 북적이며 활기차고 변화한 분위기를 느낄 수 있다는 특징이 있다. 두 번째는 헤어숍이나 커피숍, 전문적인 커피공방 등 상업공간 안에서 전문적인 서비스를 받으면서 일정시간을 한 장소에서 자유로운 자세로 체류할 수 있는 공간(역동적 분위기의 체류공간)으로 명명하고 분류하였다. 이 역동적 분위기의 체류공간은 상업공간의 전체적인 분위기를 장소로 인지하면서, 그 안에서 개인의 영역을 점유하여 자신의 의지대로 체류할 수 있는 공간의 사례이다. 헤어숍이나 커피숍, 전문적인 커피공방 등은 기분전환의 장소로 매우 선호도가 높은 제3의 장소이다. 쾌적한 온습도의 실내 환경, 세련되고 고급스러운 인테리어, 자신의 취향에 맞게 선택할 수 있는 다양한 디자인의 의자와 테이블, 최신 트렌드 잡지류, 무선 인터넷서비스, 전문기술에 의한 음료서비스 등은 많은 이용자들이 선호의 이유로 지적한 사항들이다. 특히, 이 공간은 일정한 공간에 머물면서도 자유로운 자세와 자유로운 대화, 웃음 등, 남을 크게 의식하지 않으면서 자신을 남에게 표출할 수 있다는 점이 역동적인 공간 분위기를 이끌어낸다는 특성으로 읽혀진다. 세 번째는 극장, 식당, 비디오 가게, 쇼핑시설 등의 다양한 기능을 일정한 구역이나 한 건물 안에서 한 번에 경험할 수 있도록 조성된 공간을 (멀티플렉스 공간)으로 명명하고 분류하였다. 멀티플렉스나 마트는 어린이에서부터 노인에 이르기까지 가족구성원 모두의 다양한 요구를 해소하며 전반적인 만족감을 얻을 수 있다는 장점을 갖는다. 일반적으로 어린이와 함께 할 수 있는 친근하고 자유로운 분위기의 공간, 이국적이거나 고급스러운 분위기로 일상에서 쉽게 접할 수 없는 비일상적인 흥미요소가 있는 공간, 교육적인거나 재미있는 기획프로그램 등의 특성을 읽을 수 있다.

#### 4.3. 고독향유형 공간

제3의 장소에 대하여 사색, 무선인터넷, 조용함, 독서, 아늑함, 분위기의 요인으로 나타난 [고독향유형 공간]은 자신과 타인과의 거리관계로 나타나는 공간의 특성을 읽을 수 있다. 조용하고 아늑한 분위기와 독서, 사색의 행위는 타인이나 집단으로부터 구분된 고독의 향유를 중시

하는 경향으로 파악된다. 즉, 자신이 원할 때는 언제라도 타인과 대화할 수 있는 선택의 자율성을 포함하는 고독의 향유를 의미한다. 이러한 공간사례를 선택한 이용자들은 ‘한적하고 조용해서 좋다’, ‘마음이 평온해진다’, ‘사색하거나 생각을 정리하기에 좋다’, ‘나만의 공간에서 해방감을 얻는다’, ‘아늑한 곳에서 책을 읽거나 인터넷으로 정보를 검색 한다’, ‘창밖의 정경을 내다보거나 사색하면서 혼자 있는 시간을 즐긴다’ 등의 의견이 많았다. <그림 11>에서 보는 바와 같이, 수직적인 에워싸임이 있고 체류자 밀도가 비교적 낮으며 조용한 분위기의 공간적 특성이 있다. 첫 번째 유형으로는 (익명의 프라이버시 공간)으로, 커피숍이나 도서관, 교회 내 카페의 구석진 공간처럼 수직방향의 폐쇄적인 벽면으로 한 면 이상 에워싸여 있으며 시각적으로는 열려있으나 다른 사람의 행동의 제약을 받지 않고 개인행위를 할 수 있는 공간을 (익명의 프라이버시 공간)으로 명명하고 분류하였다. 이 공간은 일정한 공간내에서 많은 사람들 가운데 구석진 공간이나 아늑하게 자리한 공간, 책 등을 읽거나 개인 컴퓨터를 이용할 수 있도록 조성된 공간의 특성을 읽을 수 있다. 두 번째는 자연속의 (위요 공간)으로 한적한 공원의 그늘진 곳이나 나무 등으로 에워싸인 곳, 앉을 수 있는 높이의 단이나 벤치, 인공적이지 않고 자연을 느끼면서 조용히 걸을 수 있는 좁은 오솔길 등의 사례를 들 수 있다. 세 번째는 (종교적 공간)으로 기도하면서 마음의 안정을 찾을 수 있는 교회나 성당, 절 등의 종교시설, 또는 이와 유사한 기능을 갖는 조용하고 차분한 분위기의 공간이다.



<그림 11> [고독향유형] 공간사례와 환경특성

이러한 저밀도의 최소공간은 화려하거나 새로운 분위기가 아닌 내 집처럼 친숙하고 편안한 느낌의 분위기로 실내이거나 외부이거나에 관계없이 책이나 나무, 물, 잔디 등 ‘자연’의 요소가 관계하고 있음에 주목할 수 있다.

#### 4.4. 창의지향형 공간

제3의 장소에 대하여 자유대화, 활력, 친근함, 재미있음, 다양한 행동의 요인으로 나타난 [창의지향형 공간]은 고독향유형 공간과 대조적으로 다른 사람과의 사회적인 교류나 자율적인 자기표현, 프로그램 및 이벤트 등에 참여에 대한 강한 의식이 나타나는 공간이다.

<그림 12>에서 보는 바와 같이, 많은 인원이 그룹모임을 할 수 있는 면적 규모이며 자유롭게 대화를 나눌 수 있는 자유로운 분위기의 커피숍이나 문화카페를 가장 많이 선호하였다. 모임의 성격과 목적, 활동내용에 따라 선호하는 장소의 특성도 조금씩 차이가 있었다.



<그림 12> [창의지향형] 선호 공간사례와 환경특성

첫 번째 유형으로 정기적인 동호회 모임, 어린자녀를 둔 엄마들의 모임을 위한 공간으로 자유로운 자기표현과 생각의 공유 등에 의미를 두면서 선호하는 공간을 (수다 공간)으로 명명하고 분류하였다. 다른 사람의 눈치를 보지 않고 자유롭게 대화를 나눌 수 있는 자유로운 분위기, 음료와 간단한 음식서비스, 크고 작은 모임에 대응하여 선택할 수 있는 다양한 크기와 다양한 형태의 테이블과 의자 또는 공간, 빔 프로젝트와 컴퓨터 등의 장비시설 완비 등의 공간특성을 파악할 수 있다. 두 번째 유형

으로는 주민참여 프로그램이나 취미교실, 자격증 취득을 위한 프로그램, 건강을 위한 프로그램을 위해 일정한 목적을 두고 선호하는 공간을 (자기개발 공간)으로 명명하고 분류하였다. 이 자기개발 공간에는 주민 센터 및 복지센터, 마트 내 취미교실, 학원, 헬스클럽 등을 주로 선택하였는데, 가장 요구되는 요건은 집에서 가까운 거리, 등록비의 수준, 프로그램의 시간대, 프로그램강사의 전문성, 쾌적한 실내 환경 등의 순으로 많이 언급하였다. 세 번째 유형은 가족 단위의 소규모 모임이나 영유아 등 어린자녀를 둔 엄마들 모임, 학부모 모임을 위한 공간으로써 집과 멀지 않은 곳의 캠핑장, 앞마당이나 놀이시설이 완비된 키즈 카페 등의 공간을 (가족 간의 커뮤니티 공간)으로 명명하고 분류하였다. 특히 어린자녀를 둔 핵가족 모임의 경우에는 어린자녀들이 안전한 장소에서 행동의 제약을 받지 않고 마음껏 뛰어놀 수 있는 넓이의 개방 공간, 학부모들이 한곳에 모여 대화를 나누거나 차를 마실 수 있는 테이블과 의자 등이 완비된 공간특성을 파악할 수 있었다. 이러한 가족 및 그룹단위의 모임공간들은 소속감이나 공동체의식을 공유하며 창의적이고 능동적인 사고활동을 이끌어낼 수 있도록 다양한 문화프로그램이 변화 있게 지속적으로 이루어지고 있는 점, 또 다양한 규모의 모임을 할 수 있도록 다양한 크기의 공간을 확보하고 있는 점, 동반한 영유아들의 자녀들이 행동적 제약을 받지 않고 자유롭게 장시간 머물 수 있도록 어린이환경이 조성되어 있다는 점 등을 공통적인 특성으로 읽을 수 있다.

## 5. 결론

고도성장이 이루어질수록 집과 직장은 폐쇄적이고 독립적인 경향이 짙어지고 지역주민간의 사회적 교류가 점차 줄어들어 진정한 의미의 공공의 의미가 희미해져가고 있는 가운데 제3의 장소는 개인의 균형 있는 생활 뿐 아니라 창의적인 사회교류의 장을 만들어 도시환경의 풍요로움을 지원한다.

이러한 배경에서 본 연구는 도시주거의 일상생활 속에서 가장 많은 시간을 보내고 있으며 자녀를 둔 가족의 중심적인 역할을 담당하는 전업주부에게 초점을 맞추어 '제3의 장소'에 대한 실증적 조사를 실시하여 이용현황과 인식구조에 대하여 명확히 함과 동시에 각 유형별로 선호하는 장소의 특성에 대하여 파악하고자 하였다. 결론은 다음과 같다. 첫째, '제3의 장소'로써 전업주부들은 집과 가까운 위치의 카페, 헤어숍 등과 같은 도시의 편의시설, 도서관이나 전시관 같은 공공문화시설, 집 앞의 수변 공간 같은 오픈 스페이스를 주로 선택하고 있었다. 또, 장소의 선택요인으로 거리, 친밀감, 동등함과 같은

'접근성'이 가장 두드러지게 지목되었고, 시설의 프로그램이나 기능보다 공간의 분위기가 장소의 선택에 다소 큰 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 둘째, 각각의 '제3의 장소'에서는 동시에 2~4개의 복합적인 행위를 행하며 다양한 의지로 자기만의 영역을 확보하고자 하는 의지를 파악할 수 있었다. 동시에 고독의 자유로움과 함께 자율적인 사회적 교류와 참여의 의지를 읽을 수 있었으며 이로부터 기분전환 및 활력, 사회적 교류 및 커뮤니티 형성, 자아성취 및 자기 개발 등 다양한 사회적 가치를 얻고 있음을 확인할 수 있었다. 셋째, '제3의 장소'에 대한 인식구조는 크게 4가지 즉, [자연지향형], [이색경험형], [고독향유형], [창의지향형]으로 분류할 수 있었다. 또, 이 4가지 인자를 유형의 틀로 하여 이용자들이 선호하는 제3의 장소와 그 물리적 환경에 대한 평가어휘들을 중심으로 '제3의 장소'를 분류하고 공간의 특성을 정리하였다. [자연지향형 공간]은 도시의 전업주부들이 심신의 휴양에 의미를 두면서 선호하는 공간으로 (야생적 공간), (전망 좋은 공간), (점적 점유공간), (그린웨이)의 유형으로 분류되었으며 이들 공간으로부터 자연적인 요소와 저밀도의 평온한 분위기, 탁 트인 전망, 개방감 등의 특성을 파악할 수 있었다. [이색경험형 공간]은 기분전환과 활력에 의미를 두면서 선호하는 공간으로 (소요 공간), (역동적 체류 공간), (멀티플렉스공간)의 유형으로 분류되었으며 이들 공간으로부터 이색적이고 고급스러운 분위기, 비밀상적인 경험, 군중 등의 요소가 관계함을 파악할 수 있었다. [고독향유형 공간]은 사색과 안정적인 휴식에 의미를 두고 선호하는 공간으로 (익명의 프라이버시 공간), (위요공간), (종교적 공간)의 유형으로 분류되었으며 이들 공간으로부터 프라이버시를 조절하면서 개인공간을 확보할 수 있는 저밀도의 공간, 책이나 신문, 무선인터넷 같은 정보매체 등을 이용할 수 있는 공간적 특성이 파악되었다. [창의지향형 공간]은 사람과의 만남이나 자기개발 등에 의미를 두면서 선호하는 공간으로 (수다공간), (자기개발공간), (가족간의 커뮤니티 공간)의 유형으로 분류되었으며 이들 공간으로부터 공동체의식을 공유하며 창의적이고 능동적인 사고활동을 할 수 있는 다양한 프로그램과 그룹이 모임 수 있는 다양한 크기의 공간 특성을 읽을 수 있었다. 도시공간을 용도나 기능으로 보기보다 장소의 질적 측면에 있어서 거주자의 의미구조와 공간의 특성을 정성적으로 살펴봄으로써 풍요로운 도시생활의 지원성을 뒷받침하기 위한 공간계획의 시사점을 얻고자하였다는 점이 본 연구의 의의라고 할 수 있다.

본 조사의 결과는 올덴버그가 제창한 제3의 장소에 대한 6가지 특성을 전반적으로 포함하고 있으며, 특히 동시에 거주하는 전업주부들의 경우, 제3의 장소에 대한 인식유형에 따라 선호하는 장소의 유형도 구체적이고 다

양한 유형으로 폭넓게 분포하고 있다는 것에 주목할 수 있다. 가족 이외의 타인과 [어떤 관계]를 유지하면서 자기만의 장소를 확보하는가에 관한 부분과, 행동의 주체가 얼마나 자신의 의지대로 주체적인 활동, 자기표현을 할 수 있는가? 그리고, 거주자가 자율적으로 자기만의 장소를 선택할 수 있도록, 도시는 얼마나 다양한 요구를 지원하고 있는가 에 대한 고민은 도시의 공공 공간의 디자인에 있어서 장소의 질적 향상과 직접적으로 관계한다고 할 수 있다.

## 참고문헌

1. Oldenburg R.. The great good place ; cafes coffee shops, community centers beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day. Paragon House, Newyork, 1989
2. Yi-Fu Tuan., Space and Place: the perspective of experience, 공간과 장소, 구동희 역, 도서출판대운, 1995
3. Cuba, L. & Hummon, D.M. A Place to Call Home: Identification with Dwelling, Community and Region. Sociological Quarterly 34(1), 1993
4. 한국의 사회지표 2010, 통계청
5. 2011 사회조사, 국가통계포털(KOSIS)
6. 김분덕, 도시중산층 중년여성의 여가생활과 삶의 만족에 관한 연구, 숙명여대 대학원 석사학위논문, 2004

[논문접수 : 2012. 08. 31]

[1차 심사 : 2012. 09. 20]

[게재확정 : 2012. 10. 12]