

스토리텔링 테마골목 이미지 및 만족도에 관한 이용 후 평가 - ‘김광석다시그리기길’을 대상으로 -

구민아* · 엄봉훈**

영남대학교 산림자원및조경학과 겸임교수* · 대구가톨릭대학교 환경원예조경학부 조경학전공 정교수**

Post Occupancy Evaluation of Image and Satisfaction for Storytelling Theme on the Kim Gwang-Seok Street

Koo, Min-Ah* · Eom, Boong-Hoon**

*Adjunct Professor, Dept. of Landscape Architecture, Yeungnam University

**Professor, Dept. of Landscape Architecture, Catholic University of Daegu

ABSTRACT

This study deals with post-occupancy evaluation (POE) of ‘Kim Gwang-seok Street’ as storytelling road for urban regeneration. The evaluation focused on image preference and use satisfaction of visitors. This is the initial project of popular singer-storytelling street as a new attraction, and the results could be used as basic data for the sustainable planning and management of storytelling streets. 200 respondents of visitor group were analyzed. Frequency analysis for demographics, use, behavior, reliability, and means, were evaluated. Factor analysis and multiple regression analysis were conducted for image preference and use satisfaction. Responses showed high frequency of twenties in age, who were typically students. In use motives and activities, strolling, sightseeing, and taking pictures were shown to be the most common. The mean scores of image variables showed symbolic (5.03), familiar (4.84), beautiful (4.71), and bright (4.63), the highest. The result of exploratory factor analysis, led to 3 factors being categorized; the mood of street, the design, and the dynamics. Due to the result of multiple regression analysis, the preference of space image was significantly influenced by 4 image variables; symbolic ($\beta=.314$), stable ($\beta=.248$), friendly ($\beta=.204$), and fresh ($\beta=.142$). In the use satisfaction analysis, the mean scores were highest concerning facility design (3.81), typical street (3.78), the image of street (3.81), continued use (3.66), and experiential tourism (3.53), respectively. The mean score of parking space (2.56) was the lowest. In factor analysis concerning use satisfaction, 3 factors were categorized; facility management, experience, and image. By the result of multiple regression analysis, the total satisfaction of use was significantly influenced by 4 independent variables; image of street ($\beta=.296$), management ($\beta=.277$), continued use ($\beta=.205$), and typical street ($\beta=.183$). As storytelling road for urban regeneration, ‘Kim Gwang-seok Street’ has shown considerable success in significant improvement of image preference and user satisfaction. Therefore, the enhancement of ‘placeness’ through storytelling of Kim Gwang-seok, and the strengthening of its identity and symbolism, should be the basic focus of development for the street in the future.

Key Words: Characterized Street, Urban Regeneration, Placeness, Image Preference, User Satisfaction

Corresponding author: Boong-Hoon Eom, Professor, Dept. of Landscape Architecture, Catholic University of Daegu 38430, Korea, Tel.: +82-53-850-3189, E-mail: bheom@cu.ac.kr

국문초록

본 연구는 최근 도시재생사업으로 재개발, 계획되고 있는 가로 중 스토리텔링에 의한 테마골목인 ‘김광석다시그리기 길’을 대상으로 이용 후 평가를 이미지와 만족도를 중심으로 시행하였다. 이는 새로운 장소성을 가진 공간으로 스토리텔링 테마골목 중 낙후된 골목재생을 위해 우리나라 최초로 대중가수의 음악과 예술에 관한 주제로 스토리텔링 장소로써 지속적인 모니터링을 통해 계획, 관리에 필요한 자료가 되기 위해서이다. 이용자 200명을 대상으로 인구통계문항과 이용 행태, 동기는 빈도분석을 실시하였으며, 이미지 선호도와 만족도평가는 신뢰도분석, 평균치 분석, 요인분석, 다중회귀분석을 실시하여 만족도에 영향을 미치는 변수들을 추출하였다. 또한, 성별, 연령별, 지역별 그룹의 이미지와 만족도 차이를 분산분석과 독립표본 t검정과 분산분석을 통해 분석하였다. 그 결과, 이용자 특성은 20대 학생이 가장 많았고, 이용 동기와 활동유형은 산책과 구경, 사진촬영 순으로 분석되었다. 이미지평가 변수들은 매우 높은 신뢰도를 보였으며, 평균치들은 상징적인(5.03), 친근한(4.84), 아름다운(4.71), 밝은(4.63) 등의 순으로 높았다. 요인분석 결과, 거리의 분위기, 디자인성 및 역동성 등의 3개 요인이 추출되었다. 다중회귀분석 결과, 상징적인($\beta=.314$), 안정된($\beta=.248$), 친근한($\beta=.204$), 시원한($\beta=.142$)과 같은 이미지 변수들에 의해 이미지 선호도가 영향을 받는 것으로 분석되었다. 만족도평가 또한 매우 높은 신뢰도를 가지며, 요인분석 결과, 시설관리측면, 체험 요인, 이미지 요인 3가지로 분류되었고, 시설물디자인(3.81), 대표거리(3.78), 거리이미지(3.81), 지속적 이용(3.66), 체험관광(3.53) 순으로 만족도를 보였다. 다중회귀분석 결과, 거리이미지($\beta=.296$), 관리($\beta=.277$), 지속적 이용($\beta=.205$), 대표거리($\beta=.183$)에 관한 4개 변수가 만족도에 영향을 주는 것으로 분석되었다. 따라서 김광석다시그리기길 스토리텔링 골목의 재생사업 이후, 골목의 이미지는 상징성과 경관미, 친근감 등에서 높은 평가를 받으며 이미지 개선에 성공한 것으로 보이고, 만족도에 있어서는 시설물디자인의 개선, 대표거리로서의 상징성과 이미지의 강화, 다양한 체험 등에서 만족도를 보이고 있는 것으로 평가된다. 추후 김광석다시그리기길의 계획과 관리에서 좀 더 스토리텔링을 통한 장소성을 확립하고, 그로 인해 골목의 정체성과 상징성 또한 높아질 수 있도록 해 나가야 함을 말해 주는 결과로 사료된다.

주제어: 특화거리, 도시재생, 장소성, 이미지 선호도, 이용자 만족도

1. 서론

최근 도시재생사업으로 낙후된 골목, 가로, 공원 등 많은 곳에 다양한 아이디어를 활용하여 장소성을 부여한 공간들이 발생하고 있다. 특히, 가로나 골목의 기능이 종전에는 접근성과 이동성의 기능적인 측면이 강조되어 왔지만, 최근에는 도시의 정체성을 표현하고 공간에서 장소의 의미로 도시의 질을 결정하는 중요한 요소로 발전하였다(Korean Institute of Landscape Architecture, 2004).

이러한 공간들은 장소성 부여를 위한 한 방법으로 스토리텔링을 활용하여 공간에 각종 다양한 시설물, 벽화, 조형물 등을 조성하고 있으며(Im, 2000), 그로 인해 새로운 장소로 재탄생하고 있기도 하다. 하지만 이러한 스토리텔링을 활용한 장소성으로 탄생한 많은 공간들이 원래의 장소성을 이어가는 곳도 있지만, 전혀 다른 새로운 장소성이 부여되기도 하고, 이용객들에 의해 변질되어지기도 하는 것이 현실이다. 따라서 도시재생사업의 일환으로 조성된 스토리텔링 공간들에 대한 이용 후 평가가 반드시 필요한 시점이며, 이를 통해 기존성된 공간의 관리와 재생계획뿐만 아니라, 새롭게 조성되어지는 유사한 특화거

리 공간에 참고하여 계획하여야 할 것이다.

대표적인 골목 스토리텔링인 대구시 중구 골목투어는 ‘2012 한국관광의 별’과 ‘한국인이 꼭 가봐야 할 한국관광 100선’, ‘2013 지역문화브랜드대상’ 등을 수상하고, 답사방문객 수도 2008년 첫 해 287명에 불과하던 관광객이 2013년에는 20만 명을 넘어설 정도로 유명해졌다.

천재화가 이인성 스토리, 박태준의 애뜻한 짝사랑 이야기, 민족시인 이상화, 국채보상운동의 서상돈, 이름 없는 남일패물폐지부인회, 기생 앵무까지 스토리에 등장하게 되었다. 죽어가는 도심인 중구를 도시재생하기 위해 역사와 문화에 관심을 둔 스토리텔링을 활용한 골목투어로 ‘제1코스 경상감영달성길’, ‘제2코스 근대문화골목’, ‘제3코스 패션한방길’, ‘제4코스 삼덕봉산문화길’, ‘제5코스 남산100년향수길’을 조성하게 된 것이다(Kim, 2014). 그 중에서도 4코스의 일부인 ‘김광석다시그리기길’은 문화를 통한 전통시장 활성화사업(‘문전성시’ 프로젝트)을 통해 방천시장 동편 신천대로 독일 350여 미터 공간에 김광석의 삶과 음악을 모티브로 30여 명의 예술가들이 만든 벽화거리이다. 다른 골목과 달리 오랜 시간 동안 자연발생적으로 조성되어진 것이 아니라, 우리나라 최초로 대중가수를 테마로 인위적으로

재생 계획한 골목이라는 특징이 있다. 이러한 점은 스토리텔링이 매우 새로운 주제이기도 하나, 대부분의 근현대사 골목들과는 다르게 일시적 유행이나 관심에 의한 거리와 상권조성이 되어 원래의 의도와 다르게 변화하고 있지는 않는지(Son, 2016) 반드시 지속적인 모니터링과 더불어 이용 후 평가가 진행되어야 하는 대상지임을 설명하는 것이었다.

따라서 본 연구는 도시재생사업의 일환으로 조성된 스토리텔링 골목인 '김광석다시그리기길'의 현재 이미지와 만족도에 대한 이용 후 평가이며, 지속적 모니터링의 시작으로써 앞으로 시행될 신천재정비기본계획이나 본 대상지 또는 유사한 지역의 관리계획에 참고가 되고자 한다.

II. 이론적 고찰과 관련 연구동향

1. 용어정리

1) 스토리텔링

스토리텔링의 사전적 의미는 말 그대로 '이야기하다'라는 의미이며, 상대방에게 알리고자 하는 바를 재미있고 생생한 이야기로 설득력 있게 전달하는 행위이다. 이야기의 본질은 기본적으로 재미에 있으며, 이야기가 환상이나 동질감, 재미를 준다면 사람들은 그것에 몰입하기 때문에 관광, 상품 등 다양한 분야에 활용하고 있는 것이다(Kim and Kim, 1994). 즉, 스토리텔링은 스토리를 수용자에게 직접 전달하는 단계와 어떠한 정보나 지식을 스토리를 통해서 수용자에게 전달하는 단계로 나눌 수 있다. 전자는 영화, 애니메이션, 게임 등 이야기를 기본으로 하는 스토리텔링의 방법이며, 후자는 브랜드 스토리텔링, 에듀테인먼트 스토리텔링, 공간 스토리텔링 등 지식이나 정보를 대상으로 하는 스토리텔링의 방법이다. 이는 일종의 의사소통 행위로 의사소통의 도구가 무엇인가에 따라 내용과 형식이 달라지는 것이다(Rue *et al.*, 2007).

스토리텔링에 의한 공간이란 설정된 주제를 소재로 방문객들에게 상징성과 이야기를 느낄 수 있도록 만드는 것으로 본 연구에서 스토리텔링 골목은 그러한 일환으로 주제화된 인물에 대한 상징화, 기념화를 위해 조성된 벽화, 시설물, 조형물 등으로 조성된 골목을 말한다.

2) 장소성

공간과 장소는 다른 의미로 공간은 장소를 형성하는 3차원적인 조직을 의미하고, 장소는 경험과 기억이 추가된 인간행위의 결과(Tuan, 1995)이며, 가치가 부여된 상태를 의미한다(Christian, 1996). 따라서 장소성은 정체성과도 관련 있으며, 한 공간이 가진 물리적 환경과 인간 활동의 의미가 경험과 행위로 표출되어진 성질을 말한다. 따라서 본 연구에서의 장소성

은 스토리텔링으로 전개된 주제인물과 관련된 경험과 기억에 대한 정체성과 이용객들에 의해 경험되어진 기억에 대한 성질로 정의한다.

3) 이용 후 평가(POE: Post Occupancy Evaluation)

이용 후 평가(POE)는 인간과 환경의 관계를 규명하기 위한 연구로서 외부공간을 분석하는 것은 주로 Friedmann 평가 기법을 활용하는데, 설계 평가에 기본적으로 고려해야 할 항목으로 물리적·사회적 환경, 이용자 만족, 주변환경과의 맥락 등을 분석하여 정책 및 프로그램의 효율성 분석을 위한 자료를 마련하는 것이다(Eom and Jung, 1992). 본 연구에서 또한 Friedmann 평가기법을 활용하여 이용 행태적 측면, 이용만족도, 이미지 선호도를 중심으로 이용 후 평가(POE)모형을 적용하여 '김광석다시그리기길'을 분석하고자 한다.

2. 관련연구 동향

이미지와 만족도를 활용한 이용 후 평가에 관한 연구는 김길(Park and Lee, 2012), 체육공원(Eom and Jung, 1992), 정자유평터(Koo and Eom, 2017), 기념광장(Eom, 2016), 도시공원(Joo, 2008), 생태공원(Park, 2012), 역사문화공원(Suh *et al.*, 2012) 등 다양한 대상지에 대한 이용 후 평가가 이루어지고 있으며, 그 중 본 연구와 관련된 특화가로, 테마가로, 가로경관을 주제로 한 선호도, 만족도 연구로는 도심상업가로(Lee *et al.*, 2009), 서울시 특화가로(Jung, 2014) 등의 연구로 가구거리, 로데오거리, 문구원거리, 상업거리 등을 대상으로 하는 연구들이 대부분으로 본 연구의 스토리텔링에 의한 테마가로 이미지와 만족도를 통한 이용 후 평가는 거의 없었다.

스토리텔링에 의한 테마가로에 대한 연구는 도시재생적 공간활성화 연구(Yang, 2017)나 특화거리 사업 디자인계획(An and Lee, 2010), 장소성 형성을 위한 환경디자인요소 연구(Hun and Jung, 2010), 지역자원을 활용한 테마거리 보도블록 디자인연구(Yoon and Hwang, 2014), 역사문화자원을 활용한 역사문화거리 조성계획(Jeon *et al.*, 2012) 등으로 새롭게 조성하는 공간계획에 대한 연구들이 대부분이었다. 따라서 현재 많이 조성되어 있는 스토리텔링 테마골목에 대하여 이용객들이 느끼는 이미지, 만족도 등을 이용 후 평가하여 모니터링 자료로 활용할 필요가 있음을 파악할 수 있었다.

III. 연구방법 및 내용

1. 연구 대상지와 연구의 내용

조사연구 대상지는 '김광석다시그리기길'로 방천시장 문전성시 프로젝트를 통해 슬럼화된 공간을 밝게 꾸미는 프로그램으

로 계획되어졌으며, 김광석이 대봉동에서 태어났다는 사실을 기초하여 만들어졌다. 2010년 11월 20일 90m 구간으로 처음 오픈하여 지금 현재 350m 구간으로 조성되어 있으며, 주말 평균 5,000명 이상의 관광객이 전국에서 찾아오고 있다. 2015 한국관광공사가 선정한 한국관광 100선 중 하나이며, 2018년 1월 한국관광공사 추천 걷기 여행기로 선정되었다(한국관광공사 발표).

전국에서 최초로 대중음악가의 이름을 딴 거리로 오랜 시간 자연스럽게 형성되어온 것이 아니라, 특정구역을 예술작품으로 계획 조성한 것으로 주변에서 작품 활동을 하던 30여 명의 예술가들이 김광석이라는 주제인물의 음악과 그 시대의 예술활동 배경을 테마로 벽화거리를 조성하고, 시설물, 조형물 등을 설치한 것이다. 조성 후 매우 많은 관광객이 방문하였으나, 8년이 지나면서 추가 공간조성이 진행되었으며, 주변 상권이나 시설 또한 계속 변화하고 있는 실정이다.

북측 입구 기준 주소는 대구광역시 중구 대봉동 654-1이며, Figure 1과 같이 신천대로 수성교와 대봉교 사이에 위치하며, 신천을 바로 면하고 있는 길로 앞으로 2025년까지 김광석길과 대구의 중심부를 가로지르는 대표 하천인 신천을 잇는 신천녹도를 조성하는 등 신천개발 기본계획에도 포함되어 있는 매우 중요한 장소이다.

Figure 2와 같이 현재 야외 콘서트홀, 입구광장, 편의시설이 있으며, 조형물과 벽화 등 50여 점의 작품이 전시되어 있다.

본 연구의 내용은 이용자 만족도와 이미지 평가 및 만족도와 만족도 영향요인분석을 통해 평가지표를 구축하고, 이를 토대로 특화거리의 이미지 평가와 만족도를 분석하여 어떠한 평가 지표들이 유의한 영향 관계를 미쳤는지를 분석하는 것으로 다음의 진행에 따른다.

- 1) 선행연구 고찰을 통한 이미지평가 항목과 만족도 평가를 위한 설문항목 구성
- 2) 김광석길의 이용자를 대상으로 설문조사



Figure 1. Kim Gwang-seok street map



Figure 2. Kim Gwang-seok street photo

- 3) 이용자 일반특성 분석과 설문의 신뢰도분석, 요인분석, 다중 회귀분석을 통한 특화거리 이용자들의 이미지 평가, 만족도 평가
- 4) 이용자들의 속성별 즉 성별, 연령, 지역별에 의한 특화거리 이미지 및 만족도 차이를 분산분석과 독립표본 검정을 통한 평균과 표준편차 분석

2 조사 및 분석방법

연구 조사 기간은 2017년 5월 2주간 대구 '김광석다시그리기길' 이용객 200명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 분석은 SPSS 19를 활용하였으며, 빈도분석, 신뢰도분석, 평균치 분석, 요인분석, 다중회귀분석, 교차분석 등을 실시하였다.

인구통계문항과 이용행태 및 개방형 문항의 경우는 빈도분석을 실시하였다. 이미지 선호도 및 만족도 분석은 각각 변수별 평균과 표준편차를 비교 분석하였으며, 신뢰도 분석과 확인적 요인분석을 통한 타당성 검토와 변수별 평균치 비교분석 등을 실시하였다. 또한, 다중회귀분석을 통해 이미지 선호도와 만족도에 미치는 중요 변수들의 영향관계를 파악하였다.

자료의 신뢰도 분석은 Cronbach's alpha 값을 통해 문항별 내적 일관성을 분석하였으며, 확인적 요인분석을 위해서는 주성분분석과 배리맥스 회전 방식을 통한 요인분석을 실시하였다. 또한, 다중회귀분석에서는 단계적 회귀분석방법(stepwise method)을 채택하여 분석하였다.

3. 설문지 구성 및 측정변수 설정

설문지 문항은 크게 인구통계, 이용행태와 동기, 이미지 향

목, 만족도에 대한 문항 네 가지로 분류하였다.

인구통계학적 변수들과 이용행태와 동기에 관한 변수들은 명목척도를 사용하였다. 이미지는 16개 항목으로 대립되는 형용사들을 양쪽에 두어 형용사 어의구별척도 7단계로 구분하였다. 만족도는 환경적 요소, 인간행태 요소, 물리적 요소, 사회적 요소로 분류하여 15개 항목을 전혀 '그렇지 않다~매우 그렇다' 까지 리커트 척도 5단계로 구분하여 실시하였다. 마지막으로 종합만족도 항목을 종속변수로 추가하고, 김광석길의 장단점과 건의사항에 대해 자유문항을 추가하였다. 이는 선행연구(Koo *et al.*, 2018)들을 바탕으로 각 문항들을 측정, 분석하는 도구로 작성되었으며, 세부사항은 다음과 같다.

- 1) 특화거리 이용자 인구통계: 성별, 직업
- 2) 특화거리 이용행태와 동기: 이용 빈도, 이용시간, 체류시간, 방문 교통수단, 이용 동기, 활동유형, 동반유형
- 3) 특화거리 이미지 평가: 16개의 이미지 형용사를 추출하고, SD법에 의한 7단계로 나누어 행하였다.
- 4) 특화거리 만족도 평가: 특화거리 이용 만족도를 파악하기 위해 15개 항목에 대한 만족도를 5단계로 구분하였다. 또한, 종합만족도 평가 항목도 추가하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 이용자 일반특성과 이용 행태 분석

응답자의 인구통계분석은 Table 1과 같으며, 성별은 남자 98명, 여자 102명이며, 20대의 응답자가 63%로 가장 많았다. 20, 30대 이외의 연령층을 찾기가 어려웠으며, 대상자의 특성상 설

Table 1. Demographic characteristics

Division		N	%
Gender	Male	98	49.0
	Female	102	51.0
Age	10	11	5.5
	20	126	63.0
	30	29	14.5
	40	19	9.5
	50 over	15	7.5
Job	Office job	32	16.0
	Specialized job	35	17.5
	Service job	20	10.0
	Student	101	50.5
	Housewife	6	3.0
	Etc	6	3.0
	Sum	200	100.0

문응답자의 대부분이 20, 30대에 집중하여 20대 위주의 젊음의 거리임을 알 수 있었다. 직업은 학생이 50.5%로 가장 많았으며, 전문직, 사무직도 17.5%, 16%로 파악되었다.

이용패턴 및 행태분석은 Table 2와 같으며, 이용시간은 오후시간(55%)이 가장 많았다. 저녁시간 이후(28.5%), 점심시간(17.5%) 순으로 대부분 점심시간 이후 오후와 저녁에 이용하는 것으로 분석되었다. 체류시간은 1~2시간(50.5%), 30분~1시간(37.5%) 순으로 나타났으며, 응답자들의 체류시간 평균은 73분으로 분석되었다. 방문 교통수단은 대중교통(69.5%), 승용차(11%) 순으로 분석되었다. 동반유형은 연인(49%), 친구, 동료(45%) 순으로 분석되었으며, 이용 동기는 산책과 구경(34.6%), 사진촬영(21.3%) 순으로 분석되었다.

이용 동기와 이용 시 활동유형은 Table 3과 같으며, 순위 없이 두 세 가지 복수응답하게 하였기 때문에, 이를 합산 방식하여 평균빈도를 구하였다. 이용 동기는 산책과 구경(34.6%), 사진촬영(21.3%), 휴식(13.35%) 등으로 나타났다. 활동유형은 산책과 구경(35.1%), 사진촬영(27.3%), 담화(11.4%) 등의 순으로, 산책과 구경이 이용 동기와 활동유형 모두에서 가장 높은 빈도를 보였다.

Table 2. Use pattern

Division		N	%
Frequency	Once a week	5	2.5
	1~2 times per month	20	10.0
	2~3 times per year	60	30.0
	1 times per 2~3 year	63	31.5
	First and last	52	26.0
Use time	A.M.	7	3.5
	Lunch time	26	13.0
	P.M.	110	55.0
	Evening	57	28.5
Staying time	Within 15 min.	11	5.5
	15 to 30 min.	25	12.5
	30 min to 1 hour	75	37.5
	1 to 2 hour	65	32.5
	Over 2 hour	24	12.0
Visit transportation	Owner driven car	22	11.0
	Public transportation	139	69.5
	Taxi	14	7.0
	Walk	24	12.0
	Etc.	1	0.5
Companion type	Alone	6	3.0
	Friend, colleague	90	45.0
	Lover	98	49.0
	Family, kin	6	3.0

Table 3. User's behavior

Division		Sum	
		N	%
Use purpose	Passing path	26	7.2
	Appointment location	34	9.4
	Rest	48	13.3
	Talk	27	7.5
	Event, meeting	18	5.0
	Stroll, walk	125	34.6
	Photography	77	21.3
	Eat out	2	0.6
	Etc.	4	1.1
	Sum	361	100.0
Activity pattern	Repose, rest	30	8.1
	Talk	42	11.4
	Event, meeting	31	8.4
	Stroll, sightseeing	130	35.1
	Photo shoot	101	27.3
	Meal, drink	36	9.7
	Sum	370	100.0

2. 이미지 평가

김광석길의 이미지 평가에 앞서, 설문 변수들의 타당성 검증을 위해 측정변수의 신뢰도 분석, 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 그 결과 이미지 평균과 표준편차는 Table 4와 같다.

양극형용사로 구성된 이미지 변수들의 Cronbach's alpha 값은 0.875로 통상적으로 인정되는 0.6보다 매우 높은 신뢰도가 확인되었다. 이미지는 양극 형용사 변수별 7점 리커트 척도의 평균치로 측정하였으며, 상징적인(5.03), 친근한(4.84), 아름다운(4.71), 밝은(4.63) 등의 순으로 넓은(3.39)이 가장 낮게 분석되었다. 이는 골목투어의 성격을 가진 특화거리로 김광석을 주제로 하는 벽화, 조형물, 시설물들이 매우 많아 상징적인 느낌이 강하며, 통행 폭이 매우 좁으면서 주변 건물과 신천도로의 옹벽이 높아 더욱 폐쇄적으로 좁게 느껴 '넓은'에 대한 평가점수가 가장 낮은 것으로 파악되었다.

요인분석 결과, 적합성 척도인 KMO(Kaiser-Meter-Olkin) 값은 0.856으로 매우 높게 나타났고, Bartlett의 구형성 검정 유의확률은 0.000으로 나타나 요인분석의 적용이 적합하고, 공통 요인이 존재함을 확인할 수 있었다. 이미지 형용사 측정도구 설정의 타당성 검증을 위한 탐색적 요인분석을 시행한 결과, 측정항목 16개가 3개의 요인으로 묶여 나타났다. 요인 1은 전체 변량의 24.464%로 '질서 있는', '시원한', '고급스러운', '자연적인', '넓은', '깨끗한'이 묶여 '거리의 분위기 요인'으로 명명하였다. 요인 2는 전체 변량의 23.605%로 '상징적인', '친근한', '아름다운', '안정적인', '정돈된', '독특한', '밝은', '조화로운' 등이 묶여 '상징성/디자인성 요인'으로 명명하였다. 요인 3은 전체 변량의 8.429%이며, '동적인', '현대적인' 등이 묶여 '역동성 요인'으로 명명하였다. 3개 요인들의 누적변량은 총 56.5%로 나타났다.

분석결과, Figure 3과 같이 거리의 상징성과 친근함, 아름다움 등의 상징성과 디자인성 요인 관련 변수들의 이미지 평균치

Table 4. Reliability and factor analysis for evaluation index

Component		Factor loadings	Eigenvalue	% of variance	Communality	Mean±S.D.
Factor 1	Orderly	.828	3.914	24.464	.692	3.54±1.283
	Coolish	.815			.684	3.55±1.314
	Luxurious	.789			.663	3.48±1.219
	Natural	.736			.555	3.58±1.347
	Wide	.664			.617	3.39±1.185
	Clean	.519			.475	4.23±1.332
Factor 2	Symbolic	.816	3.777	23.605	.702	5.03±1.376
	Friendly	.786			.672	4.84±1.226
	Beautiful	.680			.572	4.71±1.286
	Stable	.640			.596	4.60±1.244
	Neat	.608			.483	4.27±1.384
	Unique	.606			.466	4.61±1.239
	Bright	.491			.396	4.63±1.171
	Harmonious	.447			.293	3.56±0.670
Factor 3	Dynamic	.741	1.349	8.829	.452	4.00±1.315
	Modern	.595			.605	4.28±1.171

Cumulative %=56.498, KMO=.856, Bartlett's Chi-Square=1,282.037(df=120, $p<.01$)

Mean=average value of 7-point Likert Scale(1=not at all prefer, 7=highly prefer)

가 높은 반면, 넓은, 시원한, 질서 있는, 고급스러운, 조화로운 등의 거리의 분위기 조성 요인 이미지들은 낮게 평가되어, 향후 김광석길은 거리의 분위기 조성 관리에 대한 보완 노력이 더 필요한 것으로 파악되었다.

각 이미지 변수 유형과 이용자 이미지 간의 영향 관계 검증 위해 다중회귀분석을 실시하였으며, 결과는 Table 5와 같다.

16개의 이미지 형용사를 독립변수로 하고, 그에 대한 선호도를 종속변수로 하여 다중회귀분석한 모형은 $Y=0.521+0.287$ (상징적인)+ 0.250 (안정된)+ 0.210 (친근한)+ 0.136 (시원한) ($R^2=0.473$)으로 유도되었다. 모형은 약 47%의 설명력으로 상징적인($\beta=.314$), 안정된($\beta=.248$), 친근한($\beta=.204$), 시원한($\beta=.142$)의 순으로 이미지 선호도에 영향을 주는 것으로 나타난 것이었다.

다중회귀분석 결과, 의도된 설계에 의해 조성된 김광석길은 상징적이고 안정되며, 친근한 이미지의 영향을 받아 이미지가 형성되는 것으로, 앞으로 상징성과 안정되고 친근한 분위기 조성을 위한 계획과 관리가 잘 유지, 향상될 수 있도록 하여야 함을 시사하였다. 또한 특화거리에 맞는 상징성을 위한 초기 설계

의 방향과 이용자들이 느끼는 이미지가 어느 정도 일치함을 알 수 있었다.

3. 만족도 평가

김광석길의 이용만족도 평가에 앞서 설문 변수들의 검증을 위한 측정변수의 신뢰도 분석, 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 그 결과 만족도 평균과 표준편차의 결과는 Table 6과 같다.

만족도 평가 신뢰도 분석에서의 Cronbach's alpha 값은 0.833으로 매우 높은 신뢰도로 평가되었다. 김광석길의 종합만족도 평균치는 3.34로 5점 리커트 척도로 조사하였으므로 비교적 높은 수준을 보여주었다. 만족도 변수 평균치 또한 시설물디자인(3.81), 대표거리(3.78), 거리이미지(3.58), 지속적 이용(3.66), 체험관광(3.53) 순으로 나타났으며, 주차공간(2.56)이 가장 낮은 수준으로 평가되었다.

다음으로 활동 변수 및 유형 설정의 타당성을 검증하기 위한 확인적 요인분석을 고유치(eigenvalue) 1 이상인 요인 추출 및 직교회전방식 중 베리맥스(varimax)를 채택하여 행하였다.

자료의 적합성은 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 검정 및 Bartlett의 구형성 검정을 실시하였는데, KMO 값은 0.8734 상당히 높게 나타났고, Bartlett 구형성 검정에서 $\chi^2=836.300$, 유의확률은 0.000으로 나타나 요인분석의 적용이 적합하고, 공통요인이 존재함을 확인할 수 있었다.

요인분석 결과, Figure 4와 같이 측정항목 14개가 3가지 요인으로 묶여 추출되었다. 요인 1은 벤치, 주차공간, 안전, 위치, 녹지조성, 관리, 보행공간 7개 항목이 묶여 이를 시설관리요인으로 명명하였다. 요인 2는 지속적 이용, 대표거리, 체험관광, 안내판 4가지 항목이 묶여 이를 체험요인으로 명명하였다. 요인 3은 거리이미지, 문화공연, 시설물 디자인 3가지 항목이 묶여 이를 이미지 요인으로 명명하였다. 이들 각 요인들이 전체 변량에서 설명하는 비율은 53.374%로 추정되었다. 설문지 작성시 항목들을 환경적 요소, 인간 행태적 요소, 물리적 요소, 사회적 요소로 분류하여 조사하였지만, 요인 분석을 실시한 결과, 시설관리 요인, 체험 요인, 이미지 요인으로 분류되어 가설과는 다소 다른 결과를 보여주었다.

결과적으로 이용객들은 김광석길의 대표거리, 지속적 이용, 체험 요인 변수들에 가장 만족하는 한편, 주차장, 위치 등 시설 관리 요인 변수들에 대한 만족도는 상대적으로 낮게 나타나 향후 이 부분에 대한 보완적 노력이 중요한 것으로 사료된다.

다음으로 각 만족도 변수 유형과 이용자 만족도 간의 영향관계 검증을 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 종합적인 만족도를 종속변인으로 채택하고, 14개 변수들을 독립변수로 설정하여 단계별 다중선형회귀분석을 시행하여 결과는 다음 Table 7과 같다.

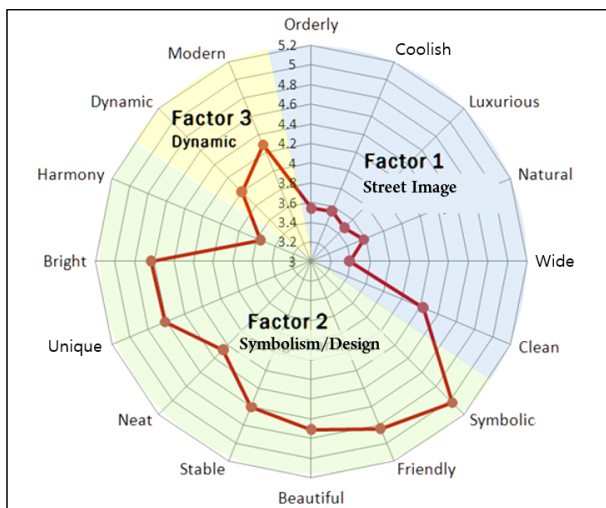


Figure 3. Image preference analysis on the factor of Kim Gwang-seok street

Table 5. Multiple regression model for image preference index

Independent variables	B	S.E.	Std. BETA	t	p
(Constants)	.521	.321		1.622	.106
Symbolical	.287	.063	.314	4.575	.000
Stable	.250	.066	.248	3.767	.000
Friendly	.210	.073	.204	2.870	.005
Fresh	.136	.054	.142	2.524	.012

$R^2=0.473$, adj $R^2=0.462$, $F=43.496$, $p<.000$

Dependent variable: Image preference

Table 6. Reliability and factor analysis for evaluation index

Component	Factor loadings	Eigenvalue	% of variance	Communality	Mean±S.D.
Factor 1	Bench	.784	25.837	.639	3.13±0.910
	Parking area	.745		.568	2.56±1.001
	Safety	.744		.622	3.20±0.808
	Location	.705		.556	2.84±0.974
	Green space	.672		.491	3.13±0.832
	Management	.656		.461	3.34±0.798
	Walk area	.633		.485	3.33±0.737
Factor 2	Continued use	.786	14.873	.621	3.66±0.854
	Typical street	.664		.637	3.78±0.875
	Experience tour	.663		.504	3.53±0.844
	Notice	.442		.390	3.52±0.763
Factor 3	Street image	.725	12.664	.630	3.58±0.766
	Cultural performance	.663		.443	3.30±1.037
	Facility design	.648		.537	3.81±0.775

Cumulative %=53.374, KMO=.834, Bartlett's Chi-Square=836.300($df=91$, $p<0.01$)

Mean=average value of 5-point Likert Scale(1=not at all satisfying, 5=highly satisfying)

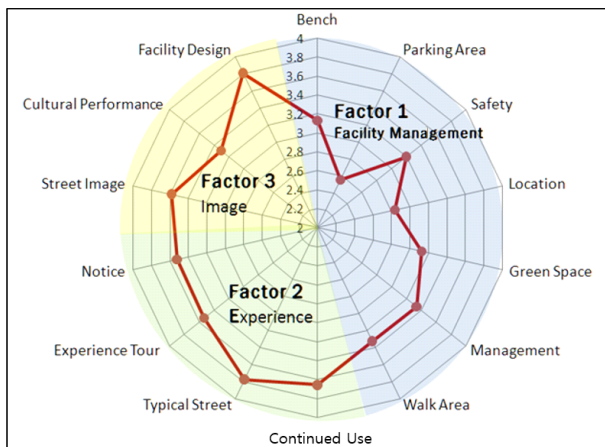


Figure 4. Satisfaction analysis on the factor of Kim Gwang-seok street

회귀식은 $Y = 0.815 + 0.264(\text{거리이미지}) + 0.237(\text{관리}) + 0.164(\text{지속적 이용}) + 0.143(\text{대표거리})$ 으로 유도되었다. 회귀분석 모형은 $R^2 = 0.372$ 로 약 37.2%의 설명력을 보였다. 즉, 거리이미지($\beta = .296$), 관리($\beta = .277$), 지속적 이용($\beta = .205$), 대표거리($\beta = .183$) 순으로 만족도에 영향을 주는 것으로 파악되었다.

종합적으로 판단해 볼 때, 김광석길의 만족도는 시설물디자인, 대표거리 등의 평균치가 높아, 스토리텔링 테마골목으로서의 상징성과 이미지를 높여주고 있는 것으로 평가된 것이다.

만족도 요인으로는 시설관리 요인과 체험 요인, 이미지 요인 3가지 요인들이 추출되었다. 또한 만족도에 영향을 주는 항목은 거리이미지, 관리, 지속적 이용, 대표거리 순이었다. 이는 스토리텔링 테마골목의 상징성과 이미지가 시설물디자인에서부

Table 7. Multiple regression model for satisfaction by index

Independent variables	B	S.E.	Std. BETA	t	p
(Constants)	.815	.272		3.001	.003
Street image	.264	.056	.296	4.740	.000
Continued use	.164	.049	.205	3.313	.001
Management	.237	.050	.277	4.699	.000
Typical street	.143	.051	.183	2.808	.005

$R^2 = 0.372$, adj $R^2 = 0.360$, $F = 28.935$, $p < .000$

Dependent variable: Total satisfaction

터 시작하여 관리 또한 비교적 잘 이루어져서 만족도를 형성하고 있는 것으로 판단되는 결과이다. 향후, 시설물디자인과 관리를 계속 잘 유지하면서 김광석길을 중심으로 한 신천개발기본계획에서도 스토리텔링 대표거리로서의 이미지를 계속 유지할 수 있도록 주변지역과 경관을 포함한 노력을 기울여야 할 것이다.

4. 집단 간 비교 분석

집단 간 비교분석은 성별 집단, 나이 집단, 지역 집단으로 구분하여 각 이미지 선호도와 만족도 평균값을 비교하였다. 성별은 남녀, 지역은 대구와 그 외 지역 두 그룹으로 나누어 독립표본 검정인 Levene 등분산 검정과 평균의 동일성에 대한 t 검정을 실시하였다. 나이 집단은 부집단별로 이미지 선호도와 만족도 평균값을 구하여 이를 분산분석하여 Duncan의 사후검정 방법으로 유의성을 검정하였다.

분석결과는 Table 8, Figure 5와 같으며, 성별에 의한 이미지 선호도는 남자(4.70), 여자(4.53)로 남자 집단의 이미지 선호도가 약간 더 높지만 유의성 있는 차이는 아니었다. 만족도는 남녀 집단이 공히 3.69로 동일하여 차이가 없었다.

나이 집단 비교에서는 대상지의 특성상 20, 30대 이용자가 지배적이므로 설문응답자 또한 20, 30대에 집중하여 나머지 연령대의 응답자수가 적었으나, 비교분석에서 이미지 선호도는 30대(5.14), 20대(4.66) 순으로 청년층 집단이 다른 집단에 비해 유의한 수준으로 높았다. 만족도 역시 20대(3.75), 30대(3.72) 순으로 청년층이 다른 집단에 비해 높게 나타났으나, 유의성 있는 차이는 인정되지 않았다. 이러한 결과로 보아 김광석 거리는 20, 30대가 선호하는 젊음의 거리라 할 수 있다.

마지막으로 지역 집단의 이미지 선호도 비교에서 대구지역과 대구 외 지역으로 비교해 볼 때 대구지역(4.59), 대구 외 지역(4.64)로 대구 외 지역의 이미지 선호도가 더 높지만 유의한 차이는 아니었다. 또한, 지역 간 만족도 비교에서 대구지역(3.61), 대구 외 지역(3.79)으로 대구 외 지역의 만족도가 역시 높았지만 역시 유의성 있는 차이는 아니었다.

Table 8. Group-specific image preference and satisfaction

Variables		Preference Mean±S.D.	Satisfaction Mean±S.D.
Gender	Male	4.70±1.318	3.69±.680
	Female	4.53±1.200	3.69±.689
Age	10	4.18	3.45
	20	4.66	3.75
	30	5.14	3.72
	40	4.21	3.58
	50 over	4.07	3.47
Area	Deagu	4.59±1.160	3.61±.718
	Except Daegu	4.64±1.376	3.79±.627

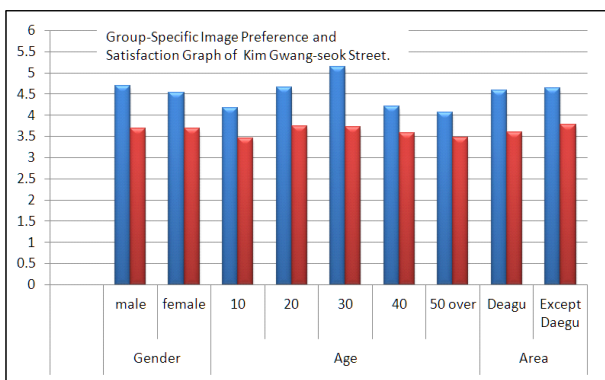


Figure 5. Group-specific Image preference and satisfaction graph of Kim Gwang-seok Street

Legend: ■ Image ■ Satisfaction

IV. 결과 및 논의

본 연구는 최근 도시재생사업으로 재개발되는 많은 가로, 골목, 공원들 중에서 스토리텔링에 의해 특화되어진 테마골목을 대상으로 이용자들의 이미지 선호도와 만족도를 분석하여 모니터링을 시작하고자 하는 것이다. 스토리텔링에 의해 특화되어진 테마골목은 전국적으로 매우 많으며, 대부분 역사, 근대사적인 인물이나 문화에 관한 것으로 오랜 시간에 걸쳐 조성되어 온 곳이다. 그러나 대구시 중구의 '김광석다시그리기길'은 도시재생사업의 일환으로 전국에서 최초로 대중가수를 주제로 젊은 작가들이 모여 벽화거리를 만드는데서부터 시작한 계획적인 골목이다. 현재까지 매우 많은 관광객이 방문하였으나, 초기 도시재생적 측면에서의 설계 의도대로 골목의 장소성과 상징성이 높아진 것인지, 2010년 오픈하여 현재까지 8년이 지나면서 추가공간조성이나 주변시설 등에 의해 장소성의 변화가 있는 것인지에 관해 이용 후 평가를 통해 이미지 선호도와 만족도를 분석해 볼 필요가 있었다. 이를 통해 신천개발 기본계획이나 김광석길의 관리에 필요한 기본자료로 활용하고자 하는데 본 연구의 목적이 있다.

연구 결과, 이용자 특성은 20대가 가장 많았으며, 직업은 학생, 전문직, 사무직 순으로 나타났다. 이용시간은 오후 시간이 55%로 가장 많았으며, 저녁 시간, 점심시간 순으로 분석되었다. 체류시간은 1~2시간이 50.5%로 가장 많았다. 동반유형은 연인, 친구 순이고, 이용 동기는 산책과 구경이 34.6%, 사진촬영이 21.3%로 나타났으며, 활동유형 또한 같은 순이었다.

이미지 선호도 평가에서는 양극 이미지 형용사를 사용하여 7점 리커트 척도로 평가하여 이미지 평균치들은 상징적인(5.03), 친근한(4.84), 아름다운(4.71), 밝은(4.63) 등의 순이었으며, 넓은(3.39)은 가장 낮게 나타났다. 요인 분석결과, 거리의 분위기, 디자인성 및 역동성 등의 3개 요인이 추출되었다. 선호도 다중회귀분석 결과, '상징적인', '안정된', '친근한', '시원한' 등의 순으로 이미지 선호도에 영향을 주는 것으로 파악되었다.

만족도 평가에서는 14개 항목을 5점 리커트 척도를 사용하였다. 시설물디자인(3.81), 대표거리(3.78), 거리이미지(3.58), 지속적 이용(3.66), 체험관광(3.53) 순으로 만족도가 분석되었으며, 주차 공간(2.56)이 가장 낮은 수준으로 분석되었다. 요인 분석 결과, 시설관리측면, 체험 요인, 이미지 요인 등 3개 요인이 추출되었다. 만족도의 다중회귀분석 결과, 거리이미지, 관리, 지속적 이용, 대표거리 등의 순으로 만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

결과적으로 '김광석다시그리기길' 스토리텔링 골목은 재생사업 시행 이후, 거리 이미지는 상징성과 경관미, 친근감 등에서 높은 평가를 받으며, 이미지 개선에 성공한 것으로 보이고, 이용 만족도에 있어서는 시설물디자인의 개선, 대표거리로서의 상징

성과 이미지의 강화, 다양한 체형 등에서 높은 만족도를 보이고 있는 것으로 평가된다. 이는 초기설계 시 상징성을 위한 도시재생의 의도에 어느 정도 부합하는 것으로, 장소성을 위한 상징적 가로조성이 되어 있는 것으로 판단되어진다.

추후 '김광석다시그리기길'의 계획, 관리와 신천개발 기본계획에서 좀 더 스토리텔링을 통한 장소성을 확립하고, 그로 인해 골목의 정체성과 상징성 또한 높아질 수 있도록 주변지역과 경관을 포함해 노력해 나가야 할 것으로 판단된다.

본 연구는 대상지의 특성상 20, 30대 이외의 연령대를 찾기가 매우 어려웠으며, 따라서 설문응답자가 대부분 20, 30대로 집중되어 있는 문제점과 더불어 '김광석다시그리기길' 자체의 장소성과 스토리텔링의 이미지, 만족도에 대해 초점이 맞추어져 있어 주변의 건물, 상권, 공간의 의도치 않은 변화가 장소성에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 세부적인 분석에까지 확대되지 못하였다. 이는 후속적이고 주기적인 평가에 의해 비교분석해 보아야 하는 것으로, 본 연구를 시작으로 추후 신천개발 계획이나 주변상권, 경관의 변화에 대해 지속적으로 파악해보아 장소성 연구를 확대시켜야 할 것이라 생각한다.

앞으로 스토리텔링에 의한 장소성 연구와 더불어 이용 후 평가를 통해 다양한 스토리텔링 공간 만족도와 이미지 데이터가 구축이 되어 현 공간의 관리와 계획뿐 아니라, 유사한 공간계획에서 유용한 정보로 활용할 수 있기를 기대한다.

References

1. An, S. Y. and H. S. Lee(2010) A study on the master planning of a project to design a characteristic street in Seoul: This study focused on a big street named 'Shung-San'. Journal of info Design Issue 9(4): 59-70.
2. Christian, N. S.(1976) Genius Loci, / Min, K. H., W. K. Bae, H. J. Lm and K. L. Choi Trans(1996) The Spirit of a Space, Seoul: Taelim Press, pp. 11-30.
3. Eom, B. H. and S. H. Jung(1992) A study on the post occupancy evaluation(POE) of the Shincheon riverside athletic park. Journal of Hyosung Women's University Community Development Research 1(1): 31-46.
4. Eom, B. H.(2016) Post-occupancy evaluation(POE) for centennial plaza in CUD. Journal of National Science of Catholic University in Daegu 14(1): 1-9.
5. Hun, W. J. and J. W. Jung(2010) Study on environmental design elements to enhance the placeness of specialized street: Case study based on Insa-dong Korean Cultural Street. Journal of Korean Space Design 5(3): 139-148.
6. Im, S. B.(2000) A City Made by Landscape Architecture. Seoul: Seoul National University Press, pp. 202-204.
7. Jeon, K. E., S. H. Hong and S. Y. Kim(2012). A street design proposal, utilizing historical and cultural resources, Journal of Urban Design 13(1): 33-50.
8. Joo, S. H.(2008) Assessment of contemporary urban parks in Korea: Satisfaction and landscape images, Journal of Korean Institute of Landscape Architecture 36(4): 36-47.
9. Jung, J. H.(2014) A Study on Factors of Stakeholder's Satisfaction Affecting the Specialized Street Project: Focused on the Cases of the Seoul Metropolitan City, Master's Thesis, KunKook University, Korea, pp. 10-100.
10. Kim, H. W. and S. Y. Kim(1994) Tourism Resources, Seoul: Hyeonseol Press, pp. 2-30.
11. Kim, S. G.(2014) Thousands of Alley. A journey to modern times, with a thousand stories in common, tour of Modern-alley, Jung-gu, Daegu, Korea. Journal of Korean Tourism Policy (56): 92-99.
12. Koo, M. A. and B. H. Eom(2017) Spatial structure analysis and post occupancy evaluation of Jungia shelter for rural village regeneration. Journal of the Korean Society of Rural Planning 23(4): 99-110.
13. Koo, M. A., B. H. Eom and Y. S. Han(2018) A study on use satisfaction and image evaluation of user through post occupancy evaluation in urban park: On the 2·28 Memorial Park in Daegu. Journal of the Korean Institute of Landscape Architecture 46(4): 11-20.
14. Korean Institute of Landscape Architecture(2004) Urban Landscape Planning and Management, Eighth Edition, Seoul: Munundang, pp. 225-226.
15. Lee, H. S., J. Y. Koo and S. W. Kim(2009) A study on visual preferences of urban commercial streetscape in the city: Focus on Sinsa-dong Garosogil. Journal of Digital Design 12(4): 87-96.
16. Park, S. A. and M. W. Lee(2012) The post occupancy evaluation of the universal design project on Geonjisan forest trail Jeonju city, South Korea, Journal of the Korean Institute of Landscape Architecture 40(6): 60-69.
17. Park, S. H.(2012) Efficient Management Plan of Urban Ecological Park using Post Occupancy Evaluation, Master's Thesis, Korea University, Korea, pp. 50-87.
18. Rue, S. Y., J. E. Yu, S. R. Lee, Y. U. Lee, M. Y. Jang and K. M. Ju(2007). Storytelling's Understanding, Seoul: Geulnulim Press, pp. 20-22.
19. Son, Y. B.(2016) An artist's creation, Kim Gwang-seok Street. Journal of Locarity's Humanities (51): 2-3.
20. Suh, H. H., H. S. Yeo and H. H. Yeu(2012) A study on user satisfaction for the created by urban regeneration project: Focusing on the Dongdaemun History and Culture Park. Journal of Digital Design Study 12(4): 265-274.
21. Tuan, Y. F.(1995). Space and Place. Trans Jung, Y. K.(1995). Space and Place Seoul: Taelim Press, pp. 2-20.
22. Yang, W. C.(2017) A study on urban regeneration approach for specialized distance activation: Focusing on good street in Sunhwa-dong, Jung-gu, Daejeon-. Journal of the Korean Society of Design Culture 23(2): 377-388.
23. Yoon, S. W. and J. H. Hwang(2014) Study on the design pf paving as utilizing local resources: Focusing on Jinchen 'Sangsan-eight sceneried'. Journal of Basic Design 15(1): 385-393.

Received : 14 August, 2018

Revised : 17 September, 2018 (1st)

19 October, 2018 (2nd)

Accepted : 19 October, 2018

3인익명 심사필