[UCI]I804:24011-200000263579

2013年 2月
博士學位論文

공공공간의 유희적 영역 형성을 위한 공간구성 방법에 관한 연구

조선대학교 대학원

디자인경영학과

任 美 蘭

공공공간의 유희적 영역 형성을 위한 공간구성 방법에 관한 연구

A Study on the Method of Forming Public Space Which Contains Amusement Purpose

2013년 2월 25일

조선대학교 대학원

디자인경영학과

任 美 蘭

공공공간의 유희적 영역 형성을 위한 공간구성 방법에 관한 연구

지도교수　윤 갑 근

이 논문을 디자인학 박사학위신청 논문으로 제출함

2012년　10월

조선대학교 대학원

디자인경영학과

任　美　蘭

任美蘭의 博士學位論文을 認准함

위원장 원광대학교 교 수 鄭士熙 (인)

위 원 우석대학교 교 수 崔承吉 (인)

위 원 한려대학교 교 수 李良炯 (인)

위 원 조선이공대학교 교 수 金泳勳 (인)

위 원 조선대학교 교 수 尹甲根 (인)

2012년 12월

조선대학교 대학원

< 목 차 >

ABSTRACT ····· xv

제1장 서론

제1절 연구 배경 및 목적 ····· 1

1. 연구배경 ····· 1

2. 연구목적 ····· 2

제2절 연구 범위 및 방법 ····· 2

1. 연구범위 및 대상 ····· 2

2. 연구의 구성 및 방법 ····· 3

가. 자료수집 방법 및 진행과정 ····· 3

나. 자료분석 방법 ····· 3

제2장. 공공공간과 유희적 공간의 고찰

제1절 공공공간과 공공디자인 ····· 5

1. 공공공간의 개념 및 정의 ····· 5

가. 공공과 공간의 고찰 ····· 5

나. 공공공간의 개념 ····· 12

다. 공공공간의 분류 ····· 16

2. 공공디자인의 고찰 ····· 17

가. 공공디자인의 개념 ····· 17

나. 공공디자인의 구성 요소 ····· 21

다. 공공디자인의 영역과 특성 ····· 26
3. 공공공간의 유희적 영역으로의 접근 ····· 29
가. 공간과 체험의 관계성 ····· 29
나. 공공공간에서 유희적 영역 ····· 32
다. 공공공간에서 펀(Fun)경험의 디자인 역할 ····· 32
제2절 유희적 영역의 고찰과 연출 ····· 35
1. 유희적 영역의 고찰 ····· 35
가. 유희의 개념 및 의미 ····· 35
나. 인간과 유희의 관계성 ····· 48
다. 비일상적 유희 공간 ····· 52
2. 유희적 영역의 연출 ····· 55
가. 공간에서 나타나는 유희적 디자인의 특성 ····· 55
나. 체험을 통한 유희적 영역의 연출 ····· 56
제3절 인간의 욕구와 감정 ····· 57
1. 인간의 정서 ····· 57
2. 동기를 가지는 인간의 감정 ····· 59
제4절 소결 ····· 68

제3장. 유희적 영역의 연출 요소 분석
제1절 감각 요소를 이용한 연출기법 ····· 71
1. 시각적 연출방법 ····· 71
2. 촉각적 연출방법 ····· 73
3. 청각적 연출방법 ····· 74

제2절 유희적 영역에서의 색채 요소 ····· 75
1. 공간에서의 색의 속성 ····· 78
가. 즐거움을 주는 색상 ····· 79
나. 공간에서의 명도 ····· 80
다. 공간에서의 채도 ····· 81
라. 색입체를 통한 공간 ····· 82
2. 공간에서의 색채 지각 ····· 84
3. 공간에서의 색채 대비 ····· 86
가. 색상대비를 통한 공간 ····· 86
나. 명도대비를 통한 공간 ····· 87
다. 보색대비를 통한 공간 ····· 88
제3절 유희적 영역에 표현된 물리적 요소 ····· 90
1. 유희적 영역에서의 공간의 중심성 ····· 90
2. 유희적 영역에 표현된 방향성 ····· 91
3. 유희적 영역 표현의 의한 공간의 깊이 ····· 92
제4절 유희적 영역에 표현된 감성적 요소 ····· 93
1. 유희적 영역의 테마성과 서사 ····· 94
2. 공간적 스토리텔링 기법 ····· 100
3. 표현적 공간 연출과 체험적 스토리텔링 ····· 101
제5절 유희적 영역의 형태 요소 ····· 102
1. 기하학적인 특성의 유희적 영역 ····· 103
2. 구상적 특성의 유희적 영역 ····· 108
3. 유기적 특성의 유희적 영역 ····· 109

제6절 소결 ····· 111

제4장. 공공공간의 사례 분석

제1절 국내 · 외 공공공간의 사례 ····· 114

1. 국내 사례의 분석 ····· 115

가. 광주 세계 광 엑스포 ····· 115

나. 여수 세계박람회 ····· 119

2. 외국 사례의 분석 ····· 123

가. Crown Fountain ····· 123

나. Parc de la Villette in paris ····· 124

다. Lord's Cricket ground media center ····· 125

라. Jean-Marie Tibaou Cultural Center ····· 126

마. 상하이 세계 박람회 ····· 127

바. 일본 아이치 세계박람회 ····· 128

사. 스페인 사라고라 세계박람회 ····· 129

제2절 사례분석 개요 및 분석 ····· 130

1. 사례분석의 개요 ····· 130

가. 사례조사 개요 ····· 130

나. 분석방법 ····· 131

다. 사례조사 결과 분석 ····· 131

2. 공공공간 사례의 분석 ····· 131

3. 사례 분석의 종합 ····· 143

제3절 소결 ····· 143

제5장 공공공간의 유희적 영역에 대한 인식분석 결과

제1절 설문조사 설계 ····· 144
제2절 설문조사 결과 분석 ····· 144
1. 설문분석의 기본 개념 ····· 144
가. 빈도분석의 개념 ····· 144
나. 교차분석의 개념 ····· 145
2. 분석의 결과 ····· 147
가. 공공공간에서 유희적 영역의 인식 ····· 147
나. 공공공간에서 유희적 영역의 만족도 ····· 149
다. 국가경쟁력 부문에 있어서의 유희적 영역의 중요성 ····· 151
라. 공공공간에서 유희적 영역에서의 필요요소 ····· 153
마. 유희적 공간에서 공공시설물들의 적합한 색채 ···· 155
바. 유희적 영역의 발전을 위한 방안 ····· 157
사. 공공공간의 유희적 영역에서 원하는 이미지 ····· 159
아. 국내 공공공간과 선진도시의 공공공간과의 비교 161
자. 주변 공공공간의 유희적 영역에 대한 평가 ····· 165
제3절 소결 ····· 200

제6장 결론 ····· 202

참고문헌 ····· 205
국문초록 ····· 209
부록 ····· 211

<표 목 차>

〈표 1〉 선행의 공공공간의 개념 ····· 15
〈표 2〉 공공공간 디자인 분류 ····· 16
〈표 3〉 선행의 공공 디자인 개념 ····· 19
〈표 4〉 공공 디자인의 구성요소 ····· 26
〈표 5〉 하르트만의 가치 분류 ····· 43
〈표 6〉 유희형태와 본질 ····· 53
〈표 7〉 공간에서 나타나는 유희적 디자인의 특성 ····· 55
〈표 8〉 유희적 공간의 연출 요소와 그 속성 ····· 113
〈표 9〉 국내사례 대상공간 ····· 114
〈표 10〉 외국사례 대상공간 ····· 115
〈표 11〉 광주 세계 광 엑스포 ····· 118
〈표 12〉 여수 세계박람회 (1) 아쿠아리움 ····· 120
〈표 13〉 여수 세계박람회 (2) 에너지파크 ····· 121
〈표 14〉 여수 세계박람회 (3) 빅오 ····· 122
〈표 15〉 Crown Fountain ····· 123
〈표 16〉 Parc de la Villette in paris ····· 124
〈표 17〉 Lord's Cricket Ground media center ····· 125
〈표 18〉 Jean-Marine Tjibaou Cultural Center ····· 126
〈표 19〉 상하이 세계 박람회 ····· 127
〈표 20〉 일본 아이치 세계 박람회 ····· 128
〈표 21〉 스페인 사라고사 세계 박람회 ····· 129
〈표 22〉 광주 세계 광 엑스포 ····· 132
〈표 23〉 여수 세계박람회 (1) 아쿠아리움 ····· 133
〈표 24〉 여수 세계박람회 (2) 에너지파크 ····· 134
〈표 25〉 여수 세계박람회 (3) 빅오 ····· 135
〈표 26〉 Crown Fountain ····· 136

〈표 27〉 Parc de la Villette in paris ····· 137
〈표 28〉 Lord's Cricket Ground media center ····· 138
〈표 29〉 Jean-Marine Tjibaou Cultural Center ····· 139
〈표 30〉 상하이 세계 박람회 ····· 140
〈표 31〉 일본 아이치 세계 박람회 ····· 141
〈표 32〉 스페인 사라고사 세계 박람회 ····· 142
〈표 33〉 공공공간에서 유희적 영역의 인식 ····· 148
〈표 34〉 공공공간에서 유희적 영역의 만족도 ····· 150
〈표 35〉 공공공의 유희적 영역의 중요성 ····· 152
〈표 36〉 공공공의 유희적 영역의 필요요소 ····· 154
〈표 37〉 유희적 영역에서 공공시설물에 적합한 색채 ····· 156
〈표 38〉 공공공간의 유희적 영역의 발전을 위한 방안 ····· 158
〈표 39〉 공공공간의 유희적 영역에 대한 선호 이미지 ····· 160
〈표 40〉 공공공간에 대한 부정적 인식의 원인 ····· 162
〈표 41〉 공공공간에 대한 긍정적 인식의 원인 ····· 164
〈표 42〉 공공공간에서 유희적 영역의 긍정성 ····· 167
〈표 43〉 공공공간의 유희적 영역의 미래지향성 ····· 169
〈표 44〉 공공공간의 유희적 영역의 삶의 질 향상의 기여도 ····· 171
〈표 45〉 공공공간의 유희적 영역의 환경과의 조화성 ····· 173
〈표 46〉 공공공간의 유희적 영역의 창의성 ····· 175
〈표 47〉 공공공간의 유희적 영역의 국제성 ····· 177
〈표 48〉 공공공간의 유희적 영역의 개성도 ····· 179
〈표 49〉 공공공간의 유희적 영역의 구성에 대한 조화도 ····· 181
〈표 50〉 공공공간의 유희적 영역의 기능성 ····· 183
〈표 51〉 공공공간의 유희적 영역의 심미성 ····· 185
〈표 52〉 공공공간의 유희적 영역의 이해성 ····· 187
〈표 53〉 공공공간의 유희적 영역의 이목성 ····· 189
〈표 54〉 공공공간의 유희적 영역의 흥미성 ····· 191
〈표 55〉 공공공간의 유희적 영역의 인상성 ····· 193

〈표 56〉 공공공간의 유희적 영역의 문화성 ····· 195
〈표 57〉 공공공간의 유희적 영역의 신 기술성 ····· 197
〈표 58〉 공공공간의 유희적 영역의 지속적 관리의 필요도 ····· 199

<그 림 목 차>

〈그림 1〉 연구의 흐름도 ····· 4
〈그림 2〉 서울서체 ····· 22
〈그림 3〉 각 도시의 정체성을 가지는 공공디자인 ····· 23
〈그림 4〉 강남대로의 미디어 폴 ····· 23
〈그림 5〉 오스트리아 그라츠 인공섬 ····· 24
〈그림 6〉 덴마크의 도심 속의 커서 프로젝트 ····· 25
〈그림 7〉 런던 디자인 페스티벌 ····· 25
〈그림 8〉 동대문 디자인플라자 & 파크 ····· 28
〈그림 9〉 서울시 공공디자인 ····· 29
〈그림 10〉 체험과 공간의 관계성 ····· 31
〈그림 11〉 공공 공간에서 펀(fun)경험디자인의 역할 ····· 33
〈그림 12〉 펀(fun)경험의 공공 공간 표현 특성과 디자인 요소 ····· 34
〈그림 13〉 유(遊)의 해석 ····· 36
〈그림 14〉 놀이의 특징 ····· 44
〈그림 15〉 유희의 역할 ····· 46
〈그림 16〉 구글 이미지 레이블러 ····· 49
〈그림 17〉 인터랙티브 영상 ····· 50
〈그림 18〉 '미술이랑 놀기' 인천 매소홀 전시장 ····· 51
〈그림 19〉 비일상적 유희 공간 개념 ····· 52
〈그림 20〉 통합적 놀이 환경의 조건 ····· 54
〈그림 21〉 UGC 멀티플랙스-시네-시떼 ····· 72
〈그림 22〉 보스턴 공원 ····· 72
〈그림 23〉 터칭아트 갤러리 ····· 73
〈그림 24〉 장애 아동 유아놀이 체험실 아이도담터 ····· 74
〈그림 25〉 서울 색 공원 ····· 77
〈그림 26〉 Merida Factory Youth Movement ····· 79

〈그림 27〉 A Notary Office ····· 81
〈그림 28〉 Exhibition "Renbrant, Ein Jugendtraum" ····· 81
〈그림 29〉 Covered Pedestrian Crossing ····· 82
〈그림 30〉 The Meeting Place ····· 82
〈그림 31〉 '색x예술x체험' 전시 ····· 84
〈그림 32〉 라데팡스 업무용 빌딩 ····· 85
〈그림 33〉 애월초등학교 ····· 87
〈그림 34〉 BUGA 05 정원 ····· 89
〈그림 35〉 성 베드로 성당 ····· 91
〈그림 36〉 메르세데스 벤츠 박물관 ····· 92
〈그림 37〉 병산서원 ····· 93
〈그림 38〉 40계단 특화거리 ····· 100
〈그림 39〉 스토리텔링의 공간연출 흐름 ····· 102
〈그림 40〉 ICD/ITKE Research Pavilion ····· 103
〈그림 41〉 Fibre;C ····· 103
〈그림 42〉 Zaanhof의 놀이터 사진과 평면도 ····· 107
〈그림 43〉 La Pyramide du Louvre ····· 108
〈그림 44〉 구겐하임 미술관 ····· 110
〈그림 45〉 유희적 공간의 연출 요소 ····· 111
〈그림 46〉 여수세계박람회 마스코트 ····· 119
〈그림 47〉 여수세계박람회 심볼 ····· 119
〈그림 48〉 여수세계박람회장 전경 ····· 119
〈그림 49〉 RxC 교차표 ····· 146
〈그림 50〉 공공공간에서 유희적 영역의 인식 ····· 147
〈그림 51〉 공공공간에서의 유희적 영역의 만족도 ····· 149
〈그림 52〉 공공공간의 유희적 영역의 중요성 ····· 151
〈그림 53〉 공공공간의 유희적 영역에 필요요소 ····· 153
〈그림 54〉 유희적 영역에서 공공시설물들의 적합한 색채 ····· 155
〈그림 55〉 공공공간의 유희적 영역 발전을 위한 방안 ····· 157

〈그림 56〉 공공공간의 유희적 공간에 대한 선호 이미지 ····· 159
〈그림 57〉 국내 공공공간의 선진국과 비교 ····· 161
〈그림 58〉 공공공간에 대한 부정적인식의 원인 ····· 161
〈그림 59〉 공공공간에 대한 긍정적인식의 원인 ····· 163
〈그림 60〉 공공공간 유희적영역에 대한 평가 ····· 165
〈그림 61〉 공공공간 유희적 영역의 긍정성 ····· 166
〈그림 62〉 공공공간 유희적 영역의 미래지향성 ····· 168
〈그림 63〉 공공공간 유희적 영역의 삶의 질 기여도 ····· 170
〈그림 64〉 공공공간 유희적 영역의 환경과 조화성 ····· 172
〈그림 65〉 공공공간 유희적 영역의 창의성 ····· 174
〈그림 66〉 공공공간 유희적 영역의 국제성 ····· 176
〈그림 67〉 공공공간 유희적 영역의 개성도 ····· 178
〈그림 68〉 공공공간 유희적 영역의 구성에 대한 조화도 ····· 180
〈그림 69〉 공공공간 유희적 영역의 기능성 ····· 182
〈그림 70〉 공공공간 유희적 영역의 심미성 ····· 184
〈그림 71〉 공공공간 유희적 영역의 이해성 ····· 186
〈그림 72〉 공공공간 유희적 영역의 이목성 ····· 188
〈그림 73〉 공공공간 유희적 영역의 흥미성 ····· 190
〈그림 74〉 공공공간 유희적 영역의 인상성 ····· 192
〈그림 75〉 공공공간 유희적 영역의 문화성 ····· 194
〈그림 76〉 공공공간 유희적 영역의 신기술성 ····· 196
〈그림 77〉 공공공간 유희적 지속적 관리의 필요도 ····· 198

ABSTRACT

A Study on Spatial Composition for Playful Area of Public Space

Iim, mi-ran
Advisor: Yoon, Gab-Geun
Depertment of Design Management
Graduate School of Chosun University

As changes in social values and needs due to social development and better living quality have brought changes to modern space, higher quality of space is needed. In this point when design was speculated in terms of diverse interactive contexts such as users' attitude, culture, society and economy rather than in terms of just styles, customers turned their eyes to emotion and meaning. Therefore, this study aims to examine space for publicness, that is, playful area to maximize the values of design public space have to pursue for, and apply directions of future-oriented public space for public design our society demands. As industrial development and better living conditions have brought about higher living quality and much leisure time. our society needs completion to perfection and higher value in all the areas. Design has the same conditions, In the past when there was no opportunity for choice, it was hard to approach the values of design except functions while current society needs the value

of mental need such as design as well as the value of functions. These days, our recognition on the concept and values of public space and play has changed and they have become inevitable factors in many areas. It is now considered that it is involved with living quality of the public and national competitive power while the concept of public space in the past was involved with unconditional service. As the range of our needs for play had broadened, space is not designed to provide everyday experiences any more. We demand space which provides playful experiences with unrealistic and uncommon elements. When playful elements have to be reflected in public space, emotional and experimental relationship and communication with the public are available and lead to mental playfulness. Play is usually accompanied by some behaviors and they need space. It means that psychological play and satisfaction should be considered in design of public space and the role of space is important to play. Now, space and users grow into one to create another space through playful interaction while in the past, it was simple and was filled with things. The space provided is a space with a certain style, but it changes according to users' participation and always creates newness.

Space design is an attempt to connect human with surrounding environment and a process to solve spatial problems by creating living space for people, through which space is reproduced and reorganized. It aims to obtaining effective results using certain inharmonious conditions or status although it considers beautiful representation important.

As playful area is represented as a field of joyous and friendly communication, it has various representational elements. This study discussed the effects and methods of representing playful space through a total of elements of sensational representation, color representation, physical representation, emotional representation, and formal representation. It was discovered that most of public space for publicness organized by public organizations focused on visual play. Gwangju World Photonics Expo, Aquarium and Big-O of Yeosu World Expo, Crown Fountain, Lord's Cricket Ground Media Center, Jean-Marie Tjibaou Cultural Center, World Expo of Saragossa, Spain are good examples of symbolism and differentiation of external sculptures, focusing on sensational elements to maximize playful representation of space through use of constructional materials or space and harmony with the background. Therefore, this study analysed spatial compositions for playful areas of modern public space and the results showed that recognition degree of playful area in public space was about 81%, which indicates that most of the users were conscious or unconscious of it. The older the subjects were, the higher degree of recognition on playful space they had. However, the degree of satisfaction in playful space was 15%. It means that the playful space should be improved further. About 85% of the subjects considered that playful space in public space influenced national competitive power. 45% of the subjects considered publicness as the most important among necessary elements for the playful area in public space, 62.1% considered natural colors appropriate for public facilities although there were somewhat differences according to gender. The subjects had somewhat different recognitions on public design and playful area according to gender, age and education, but their need for

playful area in public space was similar. It means that future public space needs higher level of completion in which users can participate and interact each other rather than one-sided information delivery.

Public space which was a subject of observation and acceptance has changed into space of participation and interaction because of several factors.

So, it is suggested that public space should be planned to promote participation and interaction of various users involving design of playful area and it is expected that its design will keep developing.

제1장 서론

현대 도시의 환경은 복잡하고 다양화 되었으며, 인구 및 산업의 집중화와 삶의 질의 향상 등으로 인한 사회의 변화로 공공디자인의 의미가 과거에 비해서 더욱 더 강화되었으며, 공공기관의 주도하에 진행되어지는 도시의 공공성은 더욱 요구되고 있으며, 도시의 공공디자인으로 도시경쟁력을 이야기 하는 시대에 이르렀다.

이렇게 급변하는 시대의 환경 속에서 공공공간 내에 존재하는 많은 유희적 공간들의 공간구성을 살펴보고 도시와 인간을 위한 공공공간 에서의 유희적 영역에 대해서 연구하고자 한다.

제1절 연구배경 및 목적

1. 연구 배경

현대사회에서의 공간은 개인만을 위한 공간과 집단을 위한 공간으로 크게 구분할 수 있는데, 개인의 공간은 개인 스스로가 본인의 취향과 목적에 맞게 계획하면 되는 것이지만 집단의 공간, 즉 공공공간에 있어서는 이용자 분석을 통하여 이용하는 모두가 추구하는 가치를 고려하는 계획이 요구된다고 할 수 있겠다.

세계적인 디자이너 필립 스탁(Philippe Patric Starck)과 카림 라시드(Karim Rashid)는 자신들의 작품에서 공간에 유희성을 적용하여 표현하였으며, 이들은 공간의 이용자를 관찰자가 아닌 공간의 참여자가 되어 작품과 사용자가 하나가 되게 하였다.

이렇듯 공간의 유희성이 사용자를 단순한 관망자나 수용자가 아닌 공간의 하나로 만들고 있는 것이다. 이에 본 연구에서는 공간의 가치를 극대화 하고 사용자로부터 공감을 이끌어내는 공간의 분석에 그 의미가 있겠다.

2. 연구 목적

사회의 발달과 삶의 질 향상으로 인한 가치 및 욕구의 변화는 많은 현대의 공간을 변화 시키고 있으며 공간의 보다 높은 질적 수준을 요구 하고 있다. 디자인이 단순히 형태적 관점에서보다는 사용자의 의식과 문화, 사회, 경제적인 다양한 맥락에서 상호 유기적인 요소에서 살펴봄으로서 의미와 감성의 시대로 소비자의 욕구가 전환된 시점이다. 이에 본 연구 에서는 공공성을 지닌 공간, 즉 공공공간의 유희적 영역에 대해서 살펴보고 공공공간이 추구해야하는 공공디자인의 가치를 극대화하는데 그 목적이 있으며, 아울러 시대에 따라 요구되어지는 미래지향적인 공공공간의 방향을 설계에 반영하기 위한 연구에 목적이 있다.

제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구범위 및 대상

본 연구는 공공공간의 유희적 공간을 대상으로 하였으며, 최근 시행된 국내사례와 해외의 사례를 선정하여 비교, 분석하는 것으로 하였다.

본 연구는 디자인 관련 전문가와 일반인을 대상으로 하였으며, 이들을 각기 다른 그룹으로 나누어서 공공공간의 유희적 영역에 대한 인식도와 향후 공공공간의 유희적영역의 발전 방향을 살펴보는 것으로 하였다.

본 연구는 선행 연구를 바탕으로 이론을 정리하고 이를 다시 설문지로 작성하여 디자인 전문가 그룹과 일반인 그룹으로 구분하여 설문을 하였으며, 그 결과치를 분석하여 공공공간의 유희적 영역을 분석하는 것으로 하였다.

2. 연구의 구성 및 방법

본 논문은 6장으로 구성하였다.

1장에서는 연구의 배경 및 목적과 연구 범위 및 방법에 대하여 현재까지의 연구자의 경험을 바탕으로 서술하였으며, 연구 방법 및 가설로 연구대상을 국제박람회장으로 하였다.

2장에서는 이론적 고찰로서 공공공간, 공공디자인, 유희적 영역의 개념과 정의에 대한 이론적 체계를 정립하였다.

3장에서는 2장에서 언급 되었던 이론들이 적용되어있는 국내·외의 사례들을 살펴보았다.

4장에서는 앞서 사례를 통하여 살펴본 공간들의 특성을 분류 하였다.

5장에서는 연구결과의 분석을 통하여 공공공간의 유희적 영역에 대한 인식조사 및 분석을 하였다..

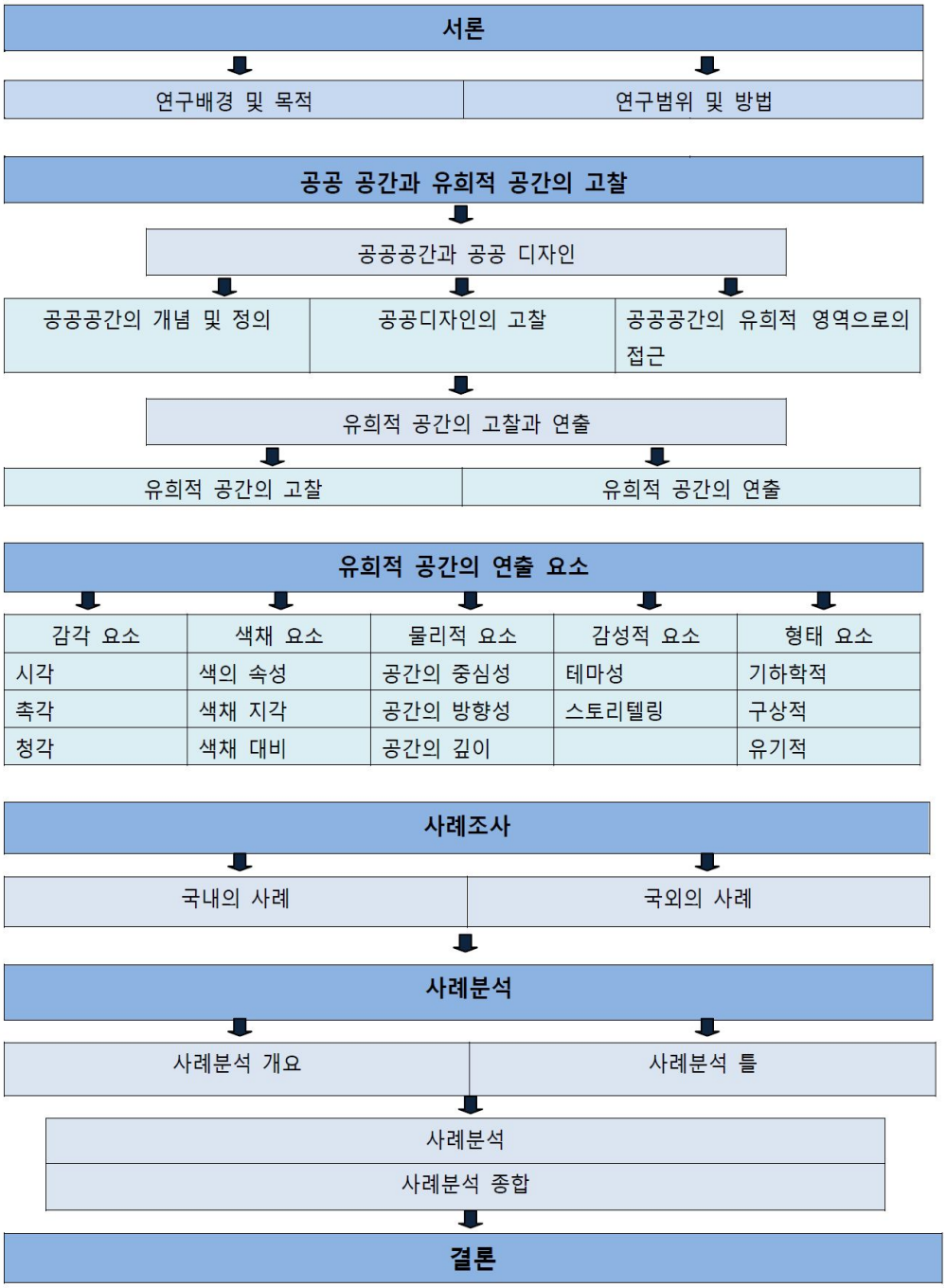
6장에서는 연구결과 분석을 통하여 결론을 도출 하였으며, 향후 공공공간의 유희적영역의 계획에 대한 제언을 하는 것으로 연구를 마무리 한다.

가. 자료수집 방법 및 진행과정

본 연구는 선행 연구자의 연구를 기초로 하여 공공디자인의 유희적 공간을 분석 하였으며, 연구에서 도출된 문제들에 대해 전문가 그룹과 비전문가 그룹으로 나누어 설문조사를 한 뒤 그 값을 분석하여 공공공간의 유희적 공간의 특성과 인지에 대하여 연구하는 것으로 하였다.

나. 자료 분석 방법

설문을 통하여 수집된 자료는 SPSS분석을 통하여 각 특성별로 어떤 성향을 보이고 있으며, 공공공간 및 공공공간의 유희적 영역에 대한 인지도는 어느 정도를 차지하고 있으며 또한 유희적 영역이 갖추어야 하는 것들이 무엇이 있는지를 살펴보는 것으로 하였다. 분석의 절차로는 먼저 빈도분석을 통하여 각 그룹별 특성을 분석 하였으며, 다음으로 각 특성별 교차분석을 통하여 공공공간 및 유희적 영역에 대한 인지 및 특성을 파악하였다.


서론
연구배경 및 목적
연구범위 및 방법
공공 공간과 유희적 공간의 고찰
공공공간과 공공 디자인
공공공간의 개념 및 정의
공공디자인의 고찰
공공공간의 유희적 영역으로의 접근
유희적 공간의 고찰과 연출
유희적 공간의 고찰
유희적 공간의 연출
유희적 공간의 연출 요소
감각 요소
색채 요소
물리적 요소
감성적 요소
형태 요소
시각
색의 속성
공간의 중심성
테마성
기하학적
촉각
색채 지각
공간의 방향성
스토리텔링
구상적
청각
색채 대비
공간의 깊이
유기적
사례조사
국내의 사례
국외의 사례
사례분석
사례분석 개요
사례분석 틀
사례분석
사례분석 종합
결론

<그림 1> 연구의 흐름도

제2장. 공공공간과 유희적 공간의 고찰

제1절 공공공간과 공공디자인

1. 공공공간의 개념 및 정의

가. 공공과 공간의 고찰

(1)공공의 개념

공공(Public)이란 불특정 다수의 모든 사람, 국가의 모든 영역 또는 이와 관련된 것이라는 광의의 의미를 가지고 있다. 공동체의 모든 구성원에 의해 접근이 가능한 공유된 상태, 개방되고 잘 알려진 것을 의미하며, 또한 공동체, 국가, 정부와 관련된 것을 뜻하기도 한다. 동시에 사적인 일과 대립되어 단체 혹은 공동체의 이익에 관련된 것이라는 의미와 함께 국가의 복지에 헌신하고 공동체에 봉사한다는 의미도 내포하고 있다.[1)]

[웹스터 대학 사전(Webster's New Collegiate Dictionary)]에서는 공공에 대하여 다음과 같이 정의 하고 있다.

모든 사람 혹은 국가의 모든 영역과 관련된 모든 사람. 혹은 국가의 모든 영역에 영향을 미치는 정부 혹은 정부와 관련된 공동체 혹은 국가에 봉사하는 인류 일반의 혹은 인류 일반에 관련된, 보편적인, 일반적인, 대중적인 사적인 일과는 대립되는 것으로서 회사 혹은 공동체의 이익에 관련된 공공성(公共性)이란 사회에서 공개적으로 불특정 다수의 이익을 실현할 수 있는 하나의 가능성을 의미한다.

독일의 정치철학자 한나 아렌트(Hannah Arendt)는 공공성을 다음과 같은 두 가지의 의미로 정의하였다.

첫째로, 누구나 볼 수 있고 들을 수 있는 것이다. 따라서 공공성은 가능한 한 가장 폭넓은 공개성(公開性)을 가진다.

둘째는, 사적인 소유와 구별되는 장소로, 그 장소는 우리 모두가 공동으로 구축

---

1) 공공디자인 기획론/ 윤종영외 3인/ 2010/ p.8

한 것이라는 뜻이다. 즉, 그 안에 거주하는 우리는 모두 공동성을 갖는다고 말할 수 있다.

이와 같은 의미를 바탕으로 정의를 내리자면 공공성은 '공개성'과 '공동성'을 포괄적으로 포함하는 공적인 성질이라고 말할 수 있다.

공공 영역(Public Domain)은 '소유(所有)'라는 개념에서 해석했을 때 개인이 소유하는 '사유(私有)'와 대비되는 의미로, 누구든지 자유로이 사용할 수 있도록 공개되어 있는 상태를 가리키기도 하고, 그러한 상태의 것을 의미하기도 한다. 사회적으로는 사적 영역에 반대되는 영역을 의미하며, 서구 의회 민주주의 정치 질서의 조직 원리로서 자본주의의 발전과 함께 국가와 시민 사회 사이에서 발전한 하나의 사회 영역으로 보기도 한다.

또한 독일의 사회학자인 위르겐 하버마스(Jurgen Habermas)와 한나 아렌트(Hannah Arendt)에 따르면 공공영역은 공공성을 형성하는 하나의 규범적 틀이자, 말과 행위를 통해 인격을 드러내는 구체적 행위의 공간과 장소를 뜻한다. 그리고 이곳에서는 개인의 차이, 인간의 복수성을 핵심으로 아고라(agora)처럼 정치 행위가 이루어진다고 주장한다.[2)]

(2) 공간의 개념

공간은 시각예술의 조형요소 중 하나로 삼차원 혹은 삼차원성을 지향하는 요소이다. 조형 공간의 창조에는 무엇보다도 동적인 색, 면 및 흐름의 구성이 중요한 문제이다. 또한 시각적 효과 차원에서 균형이나 움직임을 결정하는 요소가 되기 때문에 조형에 있어서 소재 간의 공간처리는 매우 중요하다. 또한 포함된 공간과 배제된 공간을 조형적으로 동시에 설명해 낼 수 있는 능력, 주어진 공간을 명확하게 한 개 또는 몇 개의 비율로 마음대로 축소하거나 확대할 수 있는 능력, 그밖에 여러 특수한 조형적 능력이 필요하다고 논해지고 있다. 좁은 뜻으로는 공간을 화면상의 공간 처리 기법으로서 남겨 놓은 것, 즉 여백(餘白)이라는 뜻으로 쓰는 경우도 있다.

공간은 어떤 형태로든 작용하여 넓어지려는 성질을 가지고 있다. 그러나 공간에는 질서가 있다. 그 질서는 자연 그대로의 질서 일수도 있고, 인간이 만들어낸 질

2) 공공디자인 기획론/ 윤종영외 3인/ pp09-10/ 2010

서일 수도 있다. 공간에는 인간의 삶이 배어 있다. 따라서 공간을 들여다보면 인간의 삶이 보이고, 인간들의 가치, 태도, 관습이 추상되고 연역된다.

역설적으로 공간이란 인간의 삶을 지배하는 '복합적인 차원'인 것이다. 공간디자인과 같은 설계학에서 공간에 관한 논의는 기본적으로 '터(장소)'를 기초로 하고 있다. 땅이라는 불활성(不活性)적인 토대 위에 형성된 터는 인간의 작위(作爲)를 매개로 하여서만 형성된다.

공간이 본질적으로 인간의 활동이라는 매개과정을 거쳐 나타나기 때문에 표출된 공간은 터의 특성뿐만 아니라 인간의 특성까지도 동시에 함유하며 그 내용이나 형태가 양자의 특성에 의해 다양하게 나타난다. 따라서 공간에 대한 연구는 터에 대한 이해와 함께 사회적 현상의 주체로서 인간에 대한 연구를 동반하게 된다.[3)]

(3)공간의 역사.[4)]

내부와 외부로 한정되어진 공간은 그 물질적 제약에서 의미를 지니는 것이라고 하기보다는 인식적 제약의 과정을 통해서 내부와 외부가 의미 있게 결합되는 방식에 중요성이 있다(강혁역. Bruno Zevi. 1974)

18-19세기 대량생산이 발달함에 따라 대량으로 공급이 가능해진 철과 유리로 인해 무겁고 불투명한 재료를 이용한 근대 이전의 건축은 가볍고 투명한 재료를 이용한 건설로 바뀌게 되었고, 철근 콘크리트 기술의 발전과 함께 근대 건설기술의 변화는 그에 적절한 건축구성을 만들어 내고자 하는 근대 건축가들의 끊임없는 시도를 불러 일으켰다. 하중을 지지하는 두꺼운 벽으로 둘러싸였던 건축은 이제 하중을 담당하는 기둥과 투명한 재료를 이용해서 내·외부가 투명한 건물로 변모하게 되었다.

근대 이후 이분법적인 인식의 경계가 무너지고 사고체계가 크게 변화함에 따라 내부와 외부, 공성(公性)과 사성(私性), 자연과 인공 등 명확했던 기존 관념들 자체가 무너지고 있다. 결국 물리적 연결 관계에 따른 절대적인 내·외부 공간의 구분은 무의미해지고 서로의 관계가 융합되어 대립적인 관계는 불확정적이며 모호

3) 공간디자인 16講/ 권영걸 / p.17/ 2001
4) 建築物 內·外部 Design要素의 認知特性에 관한 相關關係分析/ 윤갑근/ 원광대학교 대학원/ 박사학위논문/ pp.23-28/ 2007

해진다. 이는 규격화되고 갇혀진 사고를 벗어나 상호작용으로 인한 가변적인 변화를 인정하는 것이고 불변의 공정된 영역을 확장시키며 다원화된 사회를 예고한다.[5] 20세기 건축의 주류는 외부와 내부의 연속성을 주제로 삼았으며, 대립적이고 단절되었던 내·외부간의 관계는 흘러가는 듯 한 공간 속에서 시각적 공간적으로 연속된 것으로 변화되었다.[6] 그러나 구조적 발전에 의해서 얻어진 자유로운 구조형태와 투병한 재료에 의해서 가능해진 시각적 연속성이 만들어낸 내·외부의 연속성이라는 건축의 획일적 특징은 로버트 벤츄리(Robert Charles Venturi Jr.)에 의해서 풍부한 의미와 가능성을 잃은 것으로 언급되며, 이를 극복하기 위해서 대립적인 내·외부 공간 관계가 제시된다.

1) 형태 미학과 공간 미학의 변화

형태미학에 있어서 경험적 연구의 강조점은 환경의 복잡성(複雜性)과 쾌락적 가치사이의 연관관계를 연구하는데 있었다. 라포포트(1997)(Rapoport)는 최근의 심리학적 연구와 비교행동학적 연구는 동물 및 인간은 시각장에서 복잡한 패턴을 선호한다는 사실을 보여주며 단순한 시각장과 무질서 할 만큼 복잡한 시각장은 모두 꺼리게 되고 지각 입력에는 최적 기호범위가 존재한다. 복잡성을 달성하기 위한 방법에는 두 가지가 있는 데 첫 번째로 모호성(의미의 다중성)을 통하여 암시적인 디자인과 개방형 디자인을 사용하는 것이고 둘째는 다양하고 풍부한 환경과 한눈에는 다 볼 수 없는 환경, 점점 알 것 같은, 그런 신비적 요소를 가진 것 같은 환경을 사용하는 것이다. 많은 현대 디자인은 전체적인 통제와 단순성에 목표를 두었는데, 이것은 그다지 만족스러운 것은 아니었다. 팅(1975)은 우리들은 지금 복잡성을 더 크게 요구하는 시대에 있고 이것은 어느 한 개인이나 그 사람이 속해있는 사회의 개체호 상태와 결부되어 있다는 가설을 제시한다. 미학연구에 관한 실리생물학적 접근방식은 뇌 속의 활성화의 정도를 가정하는 즐거움 사이의 관계를 설명하고 있다. 이에 따르면 복잡성은 각성을 고양시키고 어느 범위 내에서 억제하는 경향이 있다.

---

5) 관계구성체계호서 내외부 공간의 인터페이스적 특성에 관한 연구/ 고현동, 이호중(2006)/ 한국실내디자인학회 학술발표대회 논문집 제 8권 1호

6) 임창복역 건축의 복합성과 대립성/ Complexity and Contradiction in Architecture./ 1992(1966 원어초판)

2)공간의 기호화[7)]

건축의 의미를 해독하고자 할 때, 건축은 필연적으로 다양한 기회의 네트워크로서 이해된다. 여기서 말하는 기호에는 애매하고 다의적인 이미지로부터 문화적 코드에 근거하는 언어와 같은 것까지 모든 것의 의미를 담당하는 단위가 포함된다.

① J. 간베리니는 언어와의 유의성(analogy)에 따라 건축을 구성하는 단위를 구별하였다. 이것은 '사물'을 기호화한 예이다.

② '공간'으로서의 건축의 기호에 주목한 사람은 L. 드 후스코이다. 후스코는 부르노 제비(Bruno Zevi)의 이론과 유사하게 건축의 본질적인 특성이 '내부 공간'의 존재에 있다고 생각했고 소쉬르(Ferdinand de Saussure)의 모델에 따라 그 '내부 공간'을 기호표현으로서 건축적 기호를 정석화했다. 이에 반해 M. L. 스카르비니는 '건물'과 '건축'의 두 가지 수준을 구별했다. 이것은 미적인가 아닌가 하는 규준에 의한 구별이며 각각 자연언어와 문화수준에 대응하는 것이다. 스카르비니는 기능을 목적으로 하는 '건물'의 수준에서는 후스코와 마찬가지로 '내부 공간'을 내용의 표현으로 하는 모델로 받아들인 반면, 미적인 텍스트로서의 '건축'의 수준에서는 건축기호는 텍스트에 있어서의 기능으로서 텍스트로 결정된다고 생각했다.

③ C. 젱크스(Charles Jencks)는 건축적 기호를 형태, 공간, 표현, 볼륨, 리듬, 색채, 질감, 소음, 향기, 촉감, 운동성 등과 같은 기호표현과 의도된 의미, 1차적 의미, 건축적 개념, 공간개념, 사회적 신념, 기능, 활동, 생활양식, 부차적인 의미, 잠재적인 상징, 암묵의 기능 등의 기호내용의 양면을 갖는 이중성을 가진 것으로 간주하고 있다.

④ 그에 반해 U. 에코(Umberto Eco)는 건축의 기호란 관습적인 코드에 근거하여 가능한 기능의 유형을 전달하는 '사물'과 그것에 의해 형성되는 '공간'시스템이라고 했다. 여기서 기능의 개념은 예를 들어 계단은 '위로 올라가는 것'이라는 실제의 기능에 머무르지 않고 '극적인 것'과 같은 상징적인 기능까지 포함되는 것이다.

⑤ E. 갈로니는 형태와 소재의 구별을 강조했다. 실제로 연속적인 건축 매체를

---

7) 현대건축과 기호학의 대화/ 김병윤/ 2000/ pp.92-94

이산적(이산적)인 기호 단위로 분할한다고 해도 그것은 실질적인 것이 아니라 형상적인 것에 불과하다. 거기에서 갈로니는 변동하기 쉬운 소재가 아니 형태의 불변함에 근거하는 모델을 구성한 것이다.

⑥ 그 외에 건축기호의 세부적 부분에 이르는 접근이 있을 수 있다. 베를린의 세미나-204는 도시 경관의 분석을 위해 파사드(Facade)에 관하여 마감을 제거한 건물의 구조적인 요소를 제 1의 기호, 마감에 사용되는 장식을 제2의 기호, 광고의 메시지나 쇼윈도의 상품진열 등을 제3의 기호로서 구별했다.

⑦ 건축의 형태는 사람들의 지각이나 행동과의 관계에서 기호화된다. 주지하고 있듯이 케빈 리치(Kevin Lynch)는 통로(path), 모서리(edge), 랜드마크(landmark), 결절점(node), 지역(district)이라는 5가지 유형의 기로에 근거하여 사람들이 그려내는 인지지도에서 도시지도의 이미지를 포착했다.

⑧ 최근에는 건축기호론을 보다 일반적인 공간 기호론의 일부로 간주하는 움직임이 보인다. 파리의 그룹107은 행동의 집합을 내용, 그것에 대응하는 사물이나 인간의 집합을 표현으로 간주하고 양자의 결합상태를 '토포스(topos, 장소)'로서 받아들인다. 그들은 평면 도형의 토폴로지(Topology)에 따라 공간의 구조를 기술하는 것이다.

3) 형태의 지각조정(아날로지와 호몰로지)

'아날로지(analogy)'란 일종의 비교로서 배경을 봐야한다.

아날로지 단계는 가끔 주택의 경우 그 주변적인 것 예를 들어 적절한 프로토타입(prototype)을 정하고 그것이 연속되어가는 형태가 아날로지 방식이다. 호몰로지(homology)의 시작은 시간적인 요소를 넣으며 다른 지역에서의 형태를 적용한 디자인을 수용하지는 못하지만 하나의 형태를 도입함으로써 이질성의 코드를 동질성으로 변화항목이 성립되는 것이다. 즉 형태는 같지만 동기성이 다른 것을 상동성(상동성)이라한다. 일종의 호몰로지 할 수 있다.

'아날로지'라는 것은 건물의 발생단계에서부터 본다면 좀 더 자연주의적이며 혹은 실존적이라고도 할 수 있다. 또한 기능과 형태를 비교항목으로 삼아 이루어지고 기호학적 건축론이 반드시 최상의 것은 아니며, 무엇을 고찰할 때, 반드시 기호론적으로 파악할 수 있다는 것은 분명히 아니다. 그 경우 대전제가 되는 것은 분절방법 혹은 분절단위(분절단위)[8]이라 할 수 있다.[9]

4) 형태심리

주공간 기호화는 기능이나 의미에 한정되지 않고 제시된 형태에 있어서도 이루어진다. 특히 건축의 기혼에 있어서는 이러한 시적인 기호현상이 중요한 위치를 차지하기 때문에 건축가들의 관심이 시각적인 형태로 향하는 것도 어떤 의미에서는 당연한 일이라고 할 수 있다. 양식을 버린 모더니즘 건축가들은 순수히 기하학적인 형태를 출발점으로 하여 열린 공간을 실현하려 했다. 리트벨트(Gerrit Thomas Rietveld)의 쉬뢰더 주택(1924)(Schroder House), 르 꼬르뷔제(Le Corbusier)의 사보아 주택(1931)(Villa Savoye) 등이 대표적인 예이다. 그들이 사용한 형태는 순수한 형체라고 해도 결코 의미와 무관하지 않으며, 기호로서 스스로를 지시하고 주택에서 다양한 이미지가 환기 되도록 계획하였다. 색채나 스케일이라는 형태적인 특징을 기호로 한 표현행위의 전개도 가능하다. 쉬뢰더 주택(Schroder House)이나 사보아 주택(Villa Savoye)에서 볼 수 있는 '백(白), 적(赤), 청(靑), 황(黃)의 색채는 바로 모더니즘의 상징이 되었다.

(대칭, 비대칭), (원형, 변형) : 형태로서의 기호의 배열규칙을 표현의 출발점으로 삼는 것도 가능하다. 현대의 건축가로 이러한 형태의 변형이나 배열에 최대의 관심을 기울인 사람은 피터 아이젠만(Peter Eisenman)이다. 그의 주택 제2호(1970)는 노엄 촘스키(Noam Chomsky)에 의한 언어생성변형 문법에서 힌트를 얻어 2개의 단순한 정방형을 엇 비켜놓은 심층구조에서 복잡한 표층구조를 이끌어내는 시도를 한 것이다.

(도상, 형상) : 주공간에 나타나는 형태로서는 공간을 형성하는 구조뿐 아니라, 사물의 표층에 드러나는 여러 개의 도상이나 형상이 있다는 사실에 주목해야 한다. 주공간에 난무하는 여러 가지 도상이 형상은 유추와 차이의 그물망을 통해 다채로운 메타포(metaphor)를 환기시키며, 사회적인 규모의 상징적인 세계로 우리

---

8) 건물을 만드는 입장이나 구조의 논리에 기초하는 입장, 또는 그 건물에서 삶의 체험을 하는 입장에서 반드시 분절단위가 일치하지 않는다. 전자를 통사적(統辭的)인 단위, 후자를 의미론적 단위라고 말하는 것도 가능하다. 후자의 경우에 있어서도 창, 계단, 지붕, 테라스, 마루 등의 분절방법이 가능하다면 상하, 전후, 대소, 고저, 명암, 좌우가 같은 분절방법도 또한 가능하다. 여기에 모두 반시적(伴示的)의미(connotation)가 부가되면 의미론은 자연히 상징론으로 바뀔 것이다. 그리고 connotation도 여러 가지의 레벨이 있을 것이다. 현대건축과 기호학의 대화 김병윤 p30 재인용

9) 예를들어 전신주를 지하로 넣는다든가 하는 라사드의 질서화추구는 어느 한가지 목표를 위해 수행될 때 오히려 역효과를 낳는 경우를 많이 보아왔다. 다양성을 내팔 때 보다 효과적일 것이라고 할 수 있다.

를 이끌어 주기 때문이다.[10]

5) 재료에 의한 상징 표현

1950-60년대 뉴 모뉴먼탈리즘(New Monumentalism) 운동은 형태주의 건축운동의 촉진제 역할을 하여 모더니즘의 단조로운 박스 형태 문제점에 대해 주관성의 결여를 파악하고 극복하기 위한 흐름으로 나타났다. 형태주의의 컨셉을 실현하기 위한 방법 중 재료의 활용은 많은 작가들이 사용하였으며 그들 중 콘크리트에 대해 잘 알고 있었던 르 코르뷔지(Le Corbusier)에는 롱샹의 노트르담 뒤오 교회(Notre-Dame du Haut, Ronchamp)로 대표되는 조형성 짙은 작품들을 통해 초기 모던 건축에서 보여준 기능주의 건축개념에서는 이해되기 어려운 추상 논리가 건축에 표현되었다. 르 코르뷔지에(Le Corbusier)의 콘크리트 건축은 재료의 특유성과 건물의 표현력을 유기적으로 일체시키려는 조형관에 의해 형태주의를 정의하였다. 또한 르 코르뷔지에(Le Corbusier)의 콘크리트 가소성에 의한 건축적 표현 영향을 강하게 받은 마르셀 브로이어(Marcel Lajos Breuer)와 오스카 니마이어(Oscar Niemeyer) 역시 이와 비슷한 경향을 보여준다.[11] 공간에 의해서 건축을 바라보는 관점을 제시한 브루노 제비(Bruno Zevi)는 그와 동시에 건축을 공간적 가치로만 파악하려는 시도가 부적절한 것임을 언급하고 있다. 건축 공간의 체험은 그 공간을 구성하는 건축적 실체에 의해서 구성되는 것이다. 제비(Bruno Zevi)가 언급하는 바를 따르면, 건축물의 미적 가치는 공간에 따른 건축적 가치와 함께 응용장식이나 삼차원적 장식 요소, 모자이크(mosaic)나 프레스코(fresco), 재료 등의 다양한 요소에도 근거하고 있다.

그러나 공간의 표현에 대한 언급에서 그는 공간적 위치 관계 및 연속 관계만을 표현하는 다이어그램 내지는 도면들이 전술한 다양한 건축 요소들을 파악할 수 없는 한계를 지니고 있다고 언급하였다. 비록 장식적 전통에만 치중할 때 건축외의 조각적 특징 등이 강조되는 어려움이 있기도 하였지만, 재료 및 디테일은 내·외부의 공간적 관계체험을 완성시티는 주요한 요소로 작용한다.

---

10) 현대건축과 기호학의 대화/ 김병윤/ 2000/ pp.106-107

11) 해체주의 건축의 외적조형성과 내적 조형공간의 상관관계에 관한 연구/ 윤재은/한국실내디자인학회 논문집 24호/2009.09

나. 공공공간의 개념

공공영역은 공론에 따라 형성 될 수 있는 사회생활의 영역으로 공론창출 능력을 지닌 시민들이 아무런 제약 없이 집회결사, 의사표현, 출판의 자유 등을 보장받아 일반적인 관심사에 대해 협의할 수 있는 상호교류의 마당을 의미한다. 공공영역에서는 더 이상 사회적 권력이나 특권 또는 전통 같은 것들이 아니라, 편적인 이성의 합의에 바탕을 둔 담론이 소통된다.

공공영역은 두 가지 측면에서 그 특수성을 갖는다. 하나는 그것이 공공성을 형성해낸다는 점에서 하나의 규범적 틀이자, 구체적인 구성원들과 인적 물적 교류망을 지녔다는 점에서 특정한 사회공간이라는 점이다. 특정 문제에 관한 견해와 내용들이 교화되는 언어적 의사소통의 그물망이자, 문제해결의 합리적 방안을 제시하는 성찰적 이성의 저장소이다. 또 하나의 특수성은 공공역역이 사적영역의 대응물이 아니라 그 한 부분이라는 점이다.

이는 정치권력의 영역으로서의 공적영역과 사회적 재생산의 영역으로서의 사적영역의 경계에 공공영역을 위치시킬 수 있음을 의미한다. 이러한 특수성은 구체적 공간의 영역이라기보다는 보편적이고 일반적인 개념의 영역에 관계된다.

공공공간은 이러한 공공영역이 공공성이 나타나는 광역적 범주라면 공공 공간은 건축의 공공성이 나타나는 구체적 범위라 할 수 있다. 일반적으로 공공 공간이라 함은 그 소유와 이용의 주체가 공공인 물리적 공간영역을 의미한다. 이러한 공간은 도시 계획적 차원에서 도시의 체계를 잡고 도시를 성장시켜 나가게 하는 기본적 중심체가 된다.

공공공간의 사전적 의미는 사람들이 공동으로 속하거나 이용하는 장소로 광장, 학교, 역, 병원, 도서관, 극장, 길거리 등을 말한다.

건축기본법 제3조에서는 공공공간을 “가로, 공원, 광장 등의 공간과 그 안에 부속되어 공중이 이용하는 시설”이라 정의 하였다.

“public space’에서는 공공 공간을 사람들이 일상적인 생활이나 일정한 축제 과정에서 공동체를 결속시키는 일종의 기능적이고 의식적인 행위를 수행하는 일반적인 장소라고 정의한다. 이것은 일반적인 이용자들이 그들이 일상적으로 생활하면서 특별한 제약 없이 쉽게 접근할 수 있으며 공간 이용에 있어서 자율성이 크다는 것을 의미한다.

공공공간의 사전적 의미는 사람들이 공동으로 속하거나 이용하는 장소로 광장, 학교, 역, 병원, 도서관, 극장, 길거리 등을 말한다.

건축기본법 제3조에서는 공공공간을 “가로, 공원, 광장 등의 공간과 그 안에 부속되어 공중이 이용하는 시설”이라 정의하였다.

글레이져(Glazer)에 의하면 “공공의 권위에 의해 조성 유지되는 공간으로 모든 시민이 이용할 수 있도록 접근 가능한 공간”으로 공공공간을 정의하였고,

하버마스(Jurgen Harbermas)에 의하면 “소통과 갈등이 일어나는 공간으로서 한 사회의 삶을 반영하는 비물질적 대상”이라 하였으며, 프랑스의 도시계획가

장피에르 샤르브노(Jean Pierre Charbonneau)는 “공공공간은 비물질적 특정을 지닌 동시에 벤치, 가로수, 조명, 대지, 물, 지하구조물, 교통시설 등으로 구성되는 구체적인 물질의 대상” 임을 강조했다.

또한 “조성과정에 있어서 사업주체로서 공공부분의 중요성을 강조하여 공공의 권위(authority)에 의해 조성, 유지되는 공간으로 모든 시민이 이용 할 수 있도록 접근이 가능한 곳. 잭슨(Grazer. 1987)”이라 하여 공적 소유의 개념을 강조했다.[12] 장경철 외는 공공공간이 시민을 위해 조성되고 개발된 공적, 사적공간을 모두 포함한다고 언급하여 공공공간의 개념이 소유주체에 국한되지 않는다는 점을 언급하였다. 서울시 공공 공간 가이드라인(2008)은 공공공간을 “공중의 사용을 목적으로 옥외미 및 준옥외 영역에 조성되어 공중에게 개방되는 공간”으로 정의하여 공공공간을 옥외공간으로 한정하고 공공시설물과 구분하였고, 건축도시공간연구소는 공공공간의 여러 가지 측면을 고려하여 최근 공공공간의 개념을 “공공에게 개방되어 열려있고, 공공에게 편익과 이익을 제공하며 다양한활동과 커뮤니케이션을 촉발시키는 공간” 이라고 정의하였다.

12) 수원화성 공공(公共)공간(空間) 활성화 계획 : 공공디자인요소 적용/ 강태경/ 홍익대학교 건축도시대학원/ 석사학위논문/ 2011/ p.5

<표 1> 선행의 공공공간의 개념

구 분	정 의
잭슨 (J.B. Jackson)	공공의 권위(authority)에 의해 조성 유지되는 공간으로 모든 시민이 이용할 수 있도록 접근 가능한 공간
하버마스 (Jurgen Harbers)	소통과 갈등이 일어나는 공간으로서 한 사회의 삶을 반영하는 비물질적 대상
장피에르 샤르브노 (J.P. Charbonneau)	공공공간은 비물질적 특정을 지닌 동시에 벤치, 가로수, 조명, 대지, 물, 지하구조물, 교통시설 등으로 구성되는 구체적인 물질의 대상
장경철	공공공간이 시민을 위해 조성되고 개발된 공적, 사적공간을 모두 포함한다고 언급하여 공공공간의 개념이 소유주체에 국한되지 않는다는 점을 언급하였다.
서울시	공공공간을 공중의 사용을 목적으로 옥외미 및 준옥외 영역에 조성되어 공중에게 개방되는 공간
건축도시공간연구소	공공에게 개방되어 열려있고, 공공에게 편익과 이익을 제공하며 다양한 활동과 커뮤니케이션을 촉발시키는 공간

역사적으로 볼 때 공공 공간은 누구나 볼 수 있고 들을 수 있으며 가장 폭넓은 공개성(publicity)을 지닌 공간으로, 공공으로 구축하여 그 안에 거주하고 있는 공동성(commonness)을 갖는 세계를 말한다. 현대의 공간에서 공공(公共)은 사전적 의미인 '국가나 사회의 여러 사람과 관계되는 일' 보다도 확대된 의미를 가지고 있으며 그 공간의 용도 및 목적, 공간의 사용주체 등에 의해서도 그 의미가 달리 해석되어지기도 한다.[13]

13) 공공디자인강좌/ 남경숙/ 가인디자인랩/ 2009년 4월 1일/ p.135

다. 공공공간의 분류

공공 공간을 분류해보면 크게 도시 환경과 공공건축 및 실내 환경으로 나누어 볼 수 있다. 도시 환경에서는 야외 공공 공간계(空間界)와 기반 시설 공간계로 나뉘며 야외 공공 공간계에는 공원, 운동장, 묘지, 광장, 놀이터 등이 있고, 기반 시설 공간계에는 도로, 주차장, 터널, 배수시설 등으로 구성된다.

<표 2> 공공공간 디자인의 분류

대분류	공 공 공 간 디 자 인				
중분류	도 시 환 경		공 공 건 축 및 실 내 환 경		
소분류	**야외 공공 공간계**	**기반 시설 공간계**	**행정 공간계**	**문화·복지 공간계**	**교육·연구 공간계**
세부내용	공원, 운동장, 묘지, 공공 기관 부속 용지, 광장, 놀이터, 집회 시설, 보도, 쌈지 공원 혹은 기타 유사 기능의 공간 디자인	도로, 주차장, 터널, 철로, 고가도로, 교량, 관개·배수 시설, 상하수도 시설, 하수처리장, 발전소 혹은 기타 유사 기능의 공간 디자인	공공 안내소, 마을 회관, 파출소, 소방서, 우체국, 전화국, 동사무소, 군사 공간, 교도소, 국가 또는 지방자치 단체 청사, 정부 행정부처 건물, 외국 공관 건축물 혹은 기타 유사 기능의 공간 디자인	시민 회관, 문화재, 체육관, 경기장, 공연장, 국공립 복지 시설, 국공립 의료 시설, 보육원, 기념관, 박물관, 미술관, 휴게소 혹은 기타 유사 기능의 공간 디자인	국공립 초·중·고등학교, 대학교, 유아원, 교육원, 훈련원, 연구소, 도서관, 연수원 혹은 기타 유사 기능의 공간 디자인
관련영역	공간 디자인, 공간연출, 실내 환경 디자인, 실내건축, 환경 디자인, 색채 디자인, 조경설계, 조경 디자인, 건축 공학, 건축 설계, 도시설계, 도시계획, 도시공학, 환경공학, 토목공학, 문화재 관리, 보존과학, 사회복지학 등				

공공건축 및 실내 환경에서는 행정 공간계와 문화·복지 공간계 그리고 교육·연구 공간계의 세 가지로 구분할 수 있고 행정 공간계에는 공공 안내서, 문화회관, 파출소, 소방서, 우체국 등이 있고, 문화·복지 공간계에는 시민회관, 문화재, 체육

관, 박물관 등의 문화와 복지와 관련한 공간으로 이루어졌으며 교육·연구 공간계에는 국공립 교육기관, 도서관 등과 그와 유사한 곳들이 속해 있다고 볼 수 있다.

2. 공공디자인의 고찰

가. 공공디자인의 개념

공공디자인(Public Design)은 현재 영어식 표현에 근거하여 사용하고 있다. 그러나 또 다른 영어식 표현은 '도시디자인 (Urban Design)'으로 통합적으로 표현되어 사용해왔다. 어원을 살펴보면 '도시디자인 (Urban Design)'이라는 용어는 1950년대 후반 북미에서 전개되었던 '도시미화운동(City Beautiful Movement)'에서 파생되었다. 또한 지금은 공공디자인을 주로 '시빅디자인(Civic Design)'으로 표현하기도 하였으며 '도시디자인 (Urban Design)'이 공공디자인을 지칭하는 일반적인 용어로 사용되고 있다. 이러한 현상은 도시라는 단어에는 이미 공공성을 포함하고 있기 때문이기도 하다.[14)]

공공을 위한 디자인은 일부의 특정한 집단이나 특정인을 위한 디자인이 아니라 여러 사람을 위한 디자인, 즉 국가나 사회의 모든 구성원을 위한 디자인을 말한다. 공공에 의한, 공공을 위한 디자인, 즉 공공디자인은 앞서 설명한 '공공'에 '디자인'이 결합한 것으로 사전적 의미는 공공장소의 여러 장비·장치 등의 시설물 등을 보다 합리적으로 계획하고 구성하는 일이다.

공공 디자인은 공공의 시설과 공간에 대한 여러 부문의 계획뿐 아니라 간단한 시각적 인쇄자료부터 가로장치물, 건물 내부와 외부의 주요 공간 디자인이나, 조명과 조경, 건물 주변의 외부 공간과 대상에 따라서 주변의 도시 맥락과 관련한 경관디자인까지 공공의 이익이나 편의를 위해 사적인 디자인에 가해지는 공적 제약 등을 포함하여 그 범주를 넓게 볼 수 있다.

우리나라에서 공공디자인 운동을 처음 시작한 사람은 권영걸 교수로 그는 오피니언 인터뷰 공공디자인이 무엇인가란 질문에서 "한마디로 일반 불특정 시민을

14)도시공공디자인의 지역정체성 적용요소에 대한 인식 분석 : 서울시 광진구, 송파구의 보행자 주요도로를 중심으로/ 노성진/ 연세대학교 대학원/ 박사학위논문/ 2011/ p.11

위한 디자인이다."로 그의 소신을 밝혔다. 공공을 위해 디자인 되고 공공에 의해 디자인 되며 그 결과물 역시 공공으로 되돌아가므로 "공공의 공공에 의한 공공을 위한 디자인"이 PUBLIC DESIGN이라고 정의하였다. 공공디자인의 대상과 영역은 사물(시설물)과 공간, 이미지로 나눌 수 있는데 시설에는 표지시설, 가로시설, 위생시설로 구분 할 수 있겠고 공간은 가로에서 공원, 교육시설, 보육시설, 리조트에서 도심의 이벤트까지 포함된다고 보았다.[15]

홍석일은 "공공기관이 조성·제작·설치 운영 및 관리하는 공공의 공간·시설·용품·정보 등을 공공 디자인 정책에 의해 심미적·상징적·기능적 가치를 높이기 위한 행위와 결과물"로 정의하고 있다. 조성룡은 공공 디자인을 "공공의 시설과 공간에 대한 여러 부분의 계획과 디자인을 포함하며 간단한 시각적 인쇄자료에서부터 가로 장치물, 건물 내부와 외부의 주요 공공 디자인, 조명과 조경, 건물 주변의 외부공간, 대상에 따라서는 주변의 도시 맥락과 관련한 경관 디자인까지 범주"라고 정의하였다. 고재성은 공공디자인을 "대상에 개인의 독창성(의도된 이미지의 변화양식)을 결합시킨 것"이라고 정의하였다. 행정안전부에서는 공공 디자인을 "공공장소의 여러 장비, 장치를 합리적으로 꾸미는 것으로 제품, 산업디자인 등 사적영역이 아닌 국가·지방자치단체 및 공공단체 등이 설치 관리하는 기반시설, 매체, 가로시설물 등을 위한 공적영역의 디자인"이라 하였다. 문화체육관광부는 "국가 및 지방자치단체가 제작·설치·운영·관리하는 것으로서 국민이 사용하거나, 국가나 지방자치단체가 직접 사용하는 공간, 시설, 용품, 정보 등의 미적, 상징적, 기능적 가치를 높이기 위한 창조적 행위"라 하였다.

서울시는 "도시경관의 보전·개선을 위해 도시건축물 등 도시 공간, 도시 시설물의 형태·윤곽·색채·조명·주변과의 조화성 등 도시의 디자인에 대한 계획 및 사업"으로 정의하였다. 위와 같이 공공디자인의 정의에 대해서는 일률적으로 정의하기 어려울 만큼 다양한 시각이 존재한다.

15) 공공디자인강좌/ 신경주/ 가인디자인랩/ 2009년 4월 1일/ p.99

<표 3> 선행의 공공 디자인 개념

구 분	정 의
홍석일 (2007)	공공기관이 조성·제작·설치 운영 및 관리하는 공공의 공간·시설·용품·정보 등을 공공 디자인 정책에 의해 심미적·상징적·기능적 가치를 높이기 위한 행위와 결과물
조성룡 (2008)	공공의 시설과 공간에 대한 여러 부분의 계획과 디자인을 포함하며 간단한 시각적 인쇄자료에서부터 가로 장치물, 건물 내부와 외부의 주요 공공 디자인, 조명과 조경, 건물 주변의 외부 공간, 대상에 따라서는 주변의 도시 맥락과 관련한 경관 디자인까지 범주
고재성 (2008)	대상에 개인의 독창성(의도된 이미지의 변화 양식)을 결합시킨 것
행정안전부 (2008)	공공장소의 여러 장비, 장치를 합리적으로 꾸미는 것으로 제품, 산업디자인 등 사적영역이 아닌 국가·지방자치단체 및 공공단체 등이 설치 관리하는 기반시설, 매체, 가로시설물 등을 위한 공적영역의 디자인
문화관광부 (2008)	국가 및 지방자치단체가 제작·설치·운영·관리하는 것으로서 국민이 사용하거나, 국가나 지방자치단체가 직접사용하는 공간, 시설, 용품, 정보 등의 미적, 상징적, 기능적 가치를 높이기 위한 창조적 행위
서울시 (2008)	도시경관의 보전·개선을 위해 도시건축물 등 도시공간, 도시시설물의 형태·윤곽·색채·조명·주변과의 조화성 등 도시의 디자인에 대한 계획 및 사업"으로 정의하였다

그 내용을 요약 해 보면 이것은 공공디자인이라 함은 물리적 행위만을 의미하는 것이 아니고 정신적, 문화적, 공공적 의식을 강조하고 있음을 알 수 있다. 이렇듯 이제 사회는 공공 디자인을 태도와 규범 안에 넣으려하고 있다. 한국공공디자인학회의 선언문에서의 말하는 태도(Attitude)라는 것은 공공과 공공디자인에 자세와 정서를 뜻한다. 그래서 개인적으로는 품위 있고 인간적 삶에 대한 자세를 기본으로 타인과 사회에 대해서도 보다 진보한 품위와 배려, 공공의식과 유사한 정신적 가치를 말하는 것이다.

유럽과 미국을 비롯한 서구에서는 공공디자인에 대한 적용은 지난 100여년 동안 많은 변화가 있어 왔다. 1950년대 '공공디자인'이라는 용어가 등장했을 때도 공공디자인은 공공적 장소의 삶에 대한 질적 수준과 생활수준을 발전시키는 이상적

인 공간을 의미하는 것으로 씌어졌다. 그러나 그 후 의미의 확대 통해서 도시공간의 물리적 환경에서 시각적인 선호만을 고려하게 되었다. 또한 도시 공간의 실제적 실행과 효율성, 적용성 등 과정의 많은 영역을 내포하게 되었다. 이러한 개념의 변화는 공공디자인의 범위와 항목이 어느 정도 유동적이다 라는 것을 말해준다.[16] 공공디자인이라 함은 물리적 행위만을 의미하는 것이 아닌 정신적, 문화적, 공공적 의식을 강조, 사회는 공공 디자인을 태도와 규범 안에 넣으려하고 있다. 태도(Attitude)라는 것은 공공과 공공디자인에 자세와 정서를 뜻하며 개인적으로는 품위 있고 인간적 삶에 대한 자세를 기본으로 타인과 사회에 대해서도 보다 진보한 품위와 배려, 공공의식과 유사한 정신적 가치에 초점을 두고 있음을 알 수 있다.

서구에서의 공공디자인에 대한 관심은 건축가이면서 도시, 건축 이론가인 르코르뷔제(Le Corbuiser) 같은 모던 개혁가들을 살펴 볼 수 있다. 정원 설계에서 회화적 공공성을 중시한 프레드릭기버드(F. Gibberd) 같은 사람들 또한 공공디자인의 시지각적 가치 주장을 대변하는 이론가라고 할 수 있다. 그러나 이러한 공공디자인에 대한 이론의 과정들은 20세기 후반에 많은 비판의 대상이 되기도 한다. 그 대표적인 사람으로 케빈 린치(Kevin Lynch) 같은 이론가가 있다. 그는 공공디자인에서 미학적, 시각적 아름다움에만 초점을 맞추는 것은 '배타주의적인 엘리트주의'라고 비판하게 된다. <도시이미지>(1983) 공공디자인에서 미학적인 완성보다 공공공간에서의 거부감 없는 즐거움과 대중의 경험에 대한 이해라는 것이다. 미학적인 생각을 넘어 대상들이 어떤 방식으로 공간을 사용하고 적응해 가는지, 공간의 접목에 있어서 어떤 개념적 이해가 있는지 등의 인식의 문제가 더욱 중요시되어야 한다고 주장한다. 공공디자인 분야의 필독서가 된 <위대한 미국 도시의 죽음과 삶, The Death and Life of Great American Cities>의 저자인 제인 제이콥스(Jane Jacobs) 또한 공공디자인에서의 '미학적 엘리트주의'를 비판한다.

공공디자인이란 것은 주어진 도시공간에서 삶을 영위하는 시민들에 대한 가치의 반영이지 '예술작품'이 아니라는 것이고 미학적 완성도만 고려한 계획은 생명력을 잃어버린다는 것이다. 그러므로 각종 사회, 문화, 심리적 관점에서 다각적인 연구가 먼저 이루어져야 한다고 주장한다. 도시디자인이라는 것은 미적 관조성만

16)도시공공디자인의 지역정체성 적용요소에 대한 인식 분석 : 서울시 광진구, 송파구의 보행자 주요도로를 중심으로/ 노성진/ 연세대학교 대학원/ 박사학위논문/ 2011/ p.13

을 목표로 하는 '작품'을 만다는 일이 아니고 도시란 '사회적인 교류가 일어나는 곳으로 인간 행위를 담는 용기'라고 말하고 있다. 그의 주장대로라면 도시가 함의하는 문화, 역사, 사회, 경제 등 다양한 복합적인 상호 작용에 대한 이해가 없는 디자인은 곧 맥락성이 소실된 일로 끝날 수밖에 없기 때문이다. 공공디자인에 대한 개념을 한마디로 결론을 내리기는 어렵지만 인문, 사회적 근거나 맥락을 감안하지 않는 공공디자인은 그 생명력이 유지될 수 없다는 사실은 분명하다.[17)]

공공 디자인은 단지 개인의 이미지를 결정짓는 것뿐만 아니라 한 나라의 이미지를 구축하는 중요한 요소로 작용되어지며 이것은 한 나라의 선진화 즉, 국가의 공공성과 질적 수준을 보여줄 수 있는 사회적이고 문화적 인프라임을 알 수 있다. 따라서 공공디자인은 공공사업의 필수요소로 취급하여 공공사업에 구현할 수 있도록 해야 한다.

나. 공공 디자인의 구성 요소[18)]

공공 디자인은 공공성을 기반으로 시민의 안녕과 행복과 같은 사회·문화적 가치를 추구한다. 따라서 공공 공간의 개발이나 공공 시설물을 설치에 있어 도시의 환경적 특성과 지역의 문화적 요소를 반영해 시민의 공감대를 이끌어내고 삶의 질을 높여나가야 한다. 이러한 공공 디자인은 공공성, 정체성, 심미성, 소통성, 경제성, 통합성 등의 요소를 가지며 그 기능을 한다.

(1) 공공성

공공성이란 한 개인이나 단체가 아닌 일반 사회 구성원 전체에 두루 관련되는 성질로서 공공 디자인은 일반 사회 구성원 국가를 포함해 도시, 전문가, 시민의 긍정적인 참여를 유도시키고 도시 안에서 도시를 구성하는 시설물들을 사회 구성원이 언제나 그리고 누구나가 누릴 수 있도록 한다. 공공성을 띠는 공간 디자인에서의 사례로는 공공미술(낙산 프로젝트), 공공시설물의 택시 승강장(성남시), 공공정보 디자인의 서울 서체를 볼 수 있다.

---

17)도시공공디자인의 지역정체성 적용요소에 대한 인식 분석 : 서울시 광진구, 송파구의 보행자 주요도로를 중심으로/ 노성진/ 연세대학교 대학원/ 박사학위논문/ 2011/ pp.13-14

18) 공공 디자인의 관점에서 미디어 파사드에 영향을 주는 구성 요소/ 이상민/ 영남대 대학원/ 석사학위논문/ 2011/ p25-29

<그림 2> 서울 서체

<그림 2>는 서울서체로 서울서체는 서울특별시가 목표하고 있는 '세계 디자인 도시로서의 서울'로서의 브랜드 아이덴티티(identity)를 확립하기 위해 만든 글꼴이다. 현재 서울특별시는 공공건물, 공공문서 등에 사용하고 있다. 대표적으로 서울시청 현판 및 서울 지하철 9호선의 안내 표지판에서 서울서체가 쓰이고 있다. 따라서 서울서체는 공공시설물 속에서 누구나가 서울서체를 통한 안내를 보는 공공성을 누리고 있다 본다.

(2) 정체성

정체성이란 변하지 아니하는 존재의 본질을 깨닫는 성질 또는 그 성질을 가지는 독립적인 것으로서 공공 디자인은 디자인을 확립하는 과정에서 그 도시만이 갖는 특징 이를테면 장소성, 역사성 등의 고유의 아이덴티티를 발견하고 그것을 나타내도록 하여 공공디자인과 도시를 조화시키는 기능을 갖고 있다. 공공디자인의 모든 산물들은 삶의 방식과 사건을 담은 공간의 영역, 소멸되고 망각되었던 역사나 지역의 상징을 공공디자인 속에 담아내어 도시의 정체성을 구축한다. 싱가폴의 사자상, 파리의 에펠탑, 뉴욕의 자유의 여신상, 호주의 시드니 오페라하우스 등은 대표적인 도시의 정체성을 나타내고 있다.

(3) 통합성

통합성이란 여러 개의 사물이 굳게 뭉쳐 하나의 사물로 기능하는 특성을 말한다. 지금 현재는 사회가 지역화와 세계화로 인한 시간과 장소를 불문한 모든 것을 통합하고 동일시하는 것을 요구한다. 또한 공공디자인의 발현 장소인 도시는 다양한 층위의 시간과 공간, 다양한 개인들의 요구와 권리들이 복잡하게 얽혀있다. 이러한 기준과 요구들은 공공디자인을 통해 통합될 수 있다. 과거 형태와 스타일 중심의 업적 쌓기의 표면적 디자인에서 벗어나 21세기 공공디자인의 역할이란 사회의 다양한 시대정신을 공공의 그릇에 담아내는 것이다. 즉 현대 공공디자인은

<그림 3> 각 도시의 정체성을 가지는 공공디자인

다양한 시설물과 정보를 공간의 맥락 속에 녹여내어 통합적인 하나의 매체로 인식할 수 있게 하는 기능을 한다. 서울 강남대로의 미디어 폴은 가로등의 기능과 키오스크의 기능을 통합하였으며 광주시의 통합 지주시설물은 공공 디자인의 통합성을 보여주는 대표적인 사례이다.

<그림 4> 강남대로의 미디어 폴

(4) 심미성

심미성이란 제품을 디자인하기 위한 설계의 기본요소로서 색상, 디자인과 외관의 미적 기능을 말한다. 개인주의적이고 개성을 중요시 여기는 현대에 주목되고 있는 요소로서 주관성이 강하고 시대와 국가, 민족에 따라 다양하여 매우 유동적이다. 이 요소는 공공디자인에서 다양한 도시 문화와 역사 그리고 자연환경과 함께 더불어 다양한 삶의 방식을 가진 사람들까지 다양한 구성원들의 미적인 만족감을 제공할 뿐 아니라 기능적인 측면도 향상시킨다.

서울의 도시갤러리 프로젝트, 청계천과 오스트리아 그라츠 인공섬은 공공 디자

인의 심미성을 보여준다.

(5) 소통성

<그림 5> 오스트리아 그라츠 인공섬

거대한 빌딩 숲 사이의 노천광장, 혹은 공원은 우리에게 다른 사람들과 만날 수 있는 공간을 제공하고 자연의 아름다움을 느낄 수 있는 소통의 장소가 된다. 물론 관 주도의 공공공간만이 소통의 역할을 하는 것이 아니다. 상업적인 공공공간이라고 할 수 있는 쇼핑몰에서도 다양한 소통이 이루어지고 있으며, 민간자본에 의한 공공프로젝트들은 지역주민은 물론 여러 이해관계자들이 참여해 서로의 삶의 방식을 소통하며 삶의 문제들을 창의적으로 해결해 나가고 있다.

덴마크의 “도심 속의 커서 프로젝트(The Urban Cursor Project)”는 컴퓨터 모니터에서 항상 우리 삶의 흐름과 함께 움직이는 ‘커서’를 덴마크 광장에 설치해 시민들에게 휴식의 공간을 제공한다. 뿐만 아니라 ‘자이언트 커서’에 GPS를 설정해 구글 지도에서 본인의 위치를 확인할 수 있다. 또한 “자이언트 커서”는 이동이 가능해 누구나 위치를 이동해 놓고 차후에 구글 지도에서 본인이 이동한 흔적도 찾아볼 수도 있다. 이는 공공디자인에서 사회적 상호작용을 용이하게 하고 공공장소의 놀이를 통한 많은 사람들의 참여를 유도한다는 점에서 단순히 보여 지는 설치물과는 큰 차이점을 보인다.

(6) 경제성

공공디자인에 있어서 경제적 이익의 측면을 다루는 것은 공공디자인의 목표가

바로 공공을 향해 있다는 점과 연관 지어 설명할 수 있다. 그 예로 영국 런던의 디자인 런던(Design후 For London)과 같은 프로젝트를 들 수 있다. 1980년대 초 마가렛 대처의 디자인 정책에 탄력을 받은 이후, 디자인 분야에 있어 꾸준한 투자와 발전의 결과로 여러 경쟁도시들과 내부로부터 디자인에 대한 중요성을 깨닫게 한 영국은 디자인을 통해 벌어들이는 수입만 1조 5,000억 원을 넘어서고 있으며 창조산업이 전체 GDP의 8%를 차지하며 공공디자인 선두국의 입지를 굳혀가고 있다. 또한 이러한 영국의 공공디자인의 대부분은 '친환경 에코 도시'를 지향하며 폐자재를 재활용해 경제적 이익과 동시에 지속가능한 도시브랜드를 만드는데 주력하고 있다. 이렇듯 공공디자인은 그 곳을 찾는 사람들과 거주민들에게 단순히 편리함만 주는 것이 아니라 외부로는 그것을 같이 향유하고픈 사람들이 도시를 찾도록 해 관광수입을 얻어 도시의 자생력을 키워나가며, 내부로는 거주민 스스로의 삶의 향상을 위해 같이 고민하고 참여하는 과정을 거쳐 창조적 문제 해결을 통한 가치창출의 효과를 불러온다.

<그림 6> 덴마크의 도심 속의 커서 프로젝트

<그림 7> 런던 디자인 페스티벌

<표 4> 공공 디자인의 구성요소

공공성	공공을 위한 서비스 개념 사회 구성원 참여 유도시킴
정체성	도시 고유의 아이덴티티 나타냄 공공디자인과 도시를 조화시키는 기능을 가짐
통합성	다양한 시설물과 정보를 공간의 맥락 속에 통합적인 하나의 매체로 인식시킴
심미성	심미적 만족감 제공하여 삶의 질 향상 시킴
소통성	사람들과의 만남과 자연을 느낄 수 있는 소통의 장소 제공 이해관계자들 간의 서로의 삶의 방식 소통할 수 있음
경제성	공공을 위한 경제적 이익과 지속 가능한 도시 브랜드 구축

이러한 과정은 지금의 사회가 갖는 문제들에 대해 다시 한 번 생각해보게 하며, 공공디자인을 위해 사용되는 자원과 재료들의 효율적인 사용, 생활패턴의 변화(공장재활용 공원, 공공자전거 서비스)등과 같은 긍정적인 재화의 순환을 가져오는 기능을 하며 지속가능성을 갖는다.

다. 공공디자인의 영역과 특성

공공디자인은 디자인을 통해 공공의 이익에 봉사하여 사람들의 편리하고 즐거운 삶과 문화 향수의 기회를 추구하는 것이 그 목적이다. 자본주의 산업 시대를 벗어나고 점차 문화를 중시하는 시대로 패러다임이 바뀌면서 그동안 관심 밖이었던 삶의 조건들의 격을 높여야 한다는 주장과 요구들이 늘어났다. 공공의 이익에 봉사하는 공공디자인을 공공디자인이게 하는 것은 그것이 다루는 대상이 아니다. 공공디자인은 무엇보다 하나의 태도이며 입장한 바, 그것은 늘 '사회구성원 모두를 위한 세상 만들기'에 초점이 맞춰져 있다. 공공디자인은 공적 영역의 문화적 가치와 공공성 회복, 문화를 축으로 한 디자인 가능성의 모색 그리고 개인적 가치와 사회적 가치의 디자인적 조정 및 조율을 목표로 한다. [19]

그에 관련한 사례로 서울시는 최근 도시디자인을 통해 서울의 브랜드 가치를

19) 공공디자인강좌/ 권영걸/ 가인디자인랩/ 2009년 4월 1일/ p.15

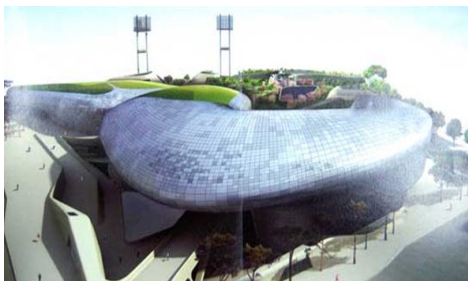
높이고 서울의 정체성을 확립할 수 있는 서울만의 공공시설물 디자인 표준을 정립하고자 노력하고 있다. 국제디자인연맹과 국제산업디자인단체협의회는 세계의 도시들이 그들의 사회·경제·문화적 발전을 위해 디자인을 적극적으로 활용하기를 권장하고 이러한 노력을 확산하기 위하여 세계디자인수도(World Design Capital) 제도를 만들었다.

이러한 철학을 바탕으로 도시의 환경을 재창조하고 재활성화 하는 데 있어 디자인의 사용과 혁신적인 디자인 성과를 인식시키기 위해 2년에 한 번씩 세계디자인 수도를 정하는데, 개별 디자이너들의 업적을 기리는 시상식과 달리 세계디자인수도 선정은 디자인이 도시공간과 경제 및 시민들에게 미치는 광범위한 영향에 초점을 두고 평가한다. 2007년 10월 20일, 국제산업디자인단체협의회는 샌프란시스코에서 총회를 열어 서울을 2010년 세계디자인수도로 선정한다고 발표하였고, 이에 서울은 여러 계획을 통해 디자인도시의 수립을 위해 디자인 서울 총괄본부라는 서울도시 디자인의 실행 ,관리 조직을 만들어 그동안 분산되어 있던 디자인 업무를 통합하고, 보다 전문적인 차원에서 적극적으로 도시혁신 정책과 전략을 수립하여 디자인혁신을 통해 서울의 고유한 브랜드를 창출하고 있다.

서울은 그동안 건설과 산업 중심, 기능과 효율 중심의 개발 패러다임이 우선시되는 하드시티였다. 하지만, 서울은 문화와 디자인이 중심이 된 소프트 시티로 거듭날 것을 계획하고 있다.

‘천혜의 수려한 자연경관을 살린 건강한 생태도시, 유구한 역사와 전통문화에 맥이 닿아 있는 품격 있는 문화도시, 세계 첨단의 IT인프라를 활용한 역동적인 첨단도시, 수준 높은 교육을 받은 천만 시민에 의한 지식기반의 세계도시’ 가 ‘디자인 서울’의 비전이다. 서울시는 SOFT SEOUL 이라는 디자인 서울의 비전아래, 자연성에 기초하고 문화를 기반으로 서울의 도시경관을 변화시키는 계획으로 디자인서울을 추진하고 있다. 추진사업으로는 동대문디자인플라자&파크, 서울디자인올림픽, 월드디자인마켓, 서울디자인자산전이 있고, 공모전, 어린이 디자인창의력캠프, 디자인 놀이 공간 등의 시민 참여를 통해 시민과 함께 열어가는 디자인 서울을 만들어내고있다. 이외에도 기본적으로 서울시에서는 기본경관계획과 시가지경관계획, 야간경관 계획 등의 가이드라인을 발표하였고, 공공건축물, 공공공간, 공공시설물, 옥외광고물, 사설안내표지 표준디자인, 공원 내 공공화장실, 남산르네

상스 디자인 등의 서울시의 공공건축물의 통일된 이미지 형성을 위해 디자인서울 가이드 라인정책을 공개하고 있다.



<그림 8> 동대문디자인플라자 & 파크

서울시에서는 공공디자인 표준형 디자인을 정립하여 보행자 시각에서의 공공시설물을 배치하고, 공간 확보를 위한 효율적인 디자인배치, 불필요한 시설물의 제거를 통한 '비우는 서울'을 추구, 시각적인 것만이 아닌 인간 공학적인 면도 고려하여 시민들의 보행환경을 개선하고 시설물별 적합한 규모와 형태, 크기 ,재료의 일관성을 만들고, 기능을 살린, 구조적인 안정성과 심미성, 기능성, 유지관리 편의성을 확보하며 ,주변 환경과 조화로운 형태를 고려한 디자인으로 서울의 Identity 확립 및 조화로운 가로이미지 창출하고자 한다.

또한 요즘 도시의 대부분은 아파트와 같은 한정되고 밀집되어 있는 환경 속에서 살아가고 있다. 따라서 실내가 아닌 실내에서 할 수 없는 다양한 활동 이를 테면 자연 속에서 할 수 있는 활동과 운동 등을 하는 공공적인 공간이 필요로 한다. 특히 도시 내의 어린이들은 자연관찰 등의 다양한 놀이 활동을 통해 성장해야 하는 데 그러한 적절한 환경 조성이 된 시설이 필요하다. 놀이공간의 크기나 색채와 같은 요소들은 어린이의 놀이 및 사회적 행동에 영향을 준다는 내용의 놀이 공간에 연구를 근거로 어린이의 상상력과 창의력 그리고 호기심 등을 유발하는 생각 발달을 위한 놀이 환경 조성은 중요함을 알 수 있다. 따라서 어린이의 성장발달을 유도하고 놀이를 통해 배울 수 있는 놀이 환경으로 디자인하여야 한다.

<그림 9> 서울시 공공디자인

공공디자인을 이용한 도시경관을 변화시키게 되면 변화된 도시 내에 살고 있는 거주자의 삶의 질을 바꾸게 하고 일상의 생활 시설들이 도시의 이미지를 구축할 뿐만 아니라 미래지향적이고 경제적인 효과를 발생시키는 경제적 효과 및 미래지 도시형성에 도움을 줄 것이다.

3. 공공공간의 유희적 영역으로의 접근

가. 공간과 체험의 관계성

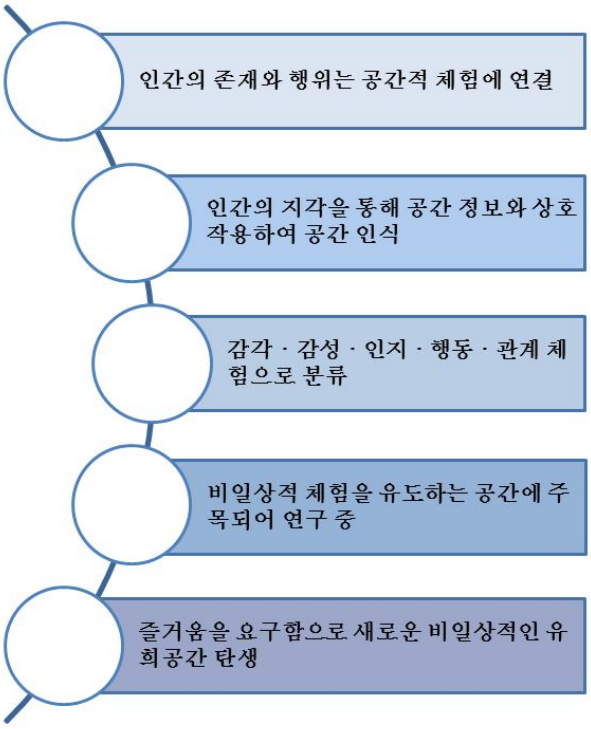
오랫동안 산업주의의 관점에서 지배되어 있어 공간 디자이너의 주된 대상은 물적인 것에 있었고, 사람에 대해서는 넓게 관심을 두지 못하였다. 하지만 공간 패러다임이 변화하면서 그에 대한 공간 디자이너의 역할도 변화되었다. 일차적인 대상으로 공간을 이용하는 대상이 사람인 것을 망각한 채 물적 요소들만을 중점으로 보았다면 그것은 근원적인 디자인의 목표를 망각하는 것이다.

우리 인간은 공간 속에서 살고 있다. 공간을 제외하고 우리의 삶을 표현하는데는 어려움이 있을 수 있다. 일반적으로 우리는 공간이라고 하면 먼저 길이, 높이, 깊이의 차원으로 수학적 공간을 떠올리게 되지만, Merleau-Ponty가 감각론에서 언급한 바와 같이 시각적인 공간뿐만 아니라 청각적인 그리고 촉각적인 공간도 있음을 상기할 필요가 있으며, 본 연구에서 공간의 개념은 체험적 공간으로 우리가 느끼는 공간이다. 방향과 위치, 거리 등의 수량적으로 보여 줄 수 있는 것이 아니라 그 속에 존재하고 있는 사람들이 구체적으로 느끼고 체험하는 공간을 의미한다. Van Manen(1990)은 체험적 공간의 경험은 주로 말 이전의 것이기 때문에 말로 옮기기가 어렵다고 하면서, 체험적 공간을 우리의 일상경험을 예를 들어 설명하였다. 즉, 우리는 보통 그것에 관해 반성하지 않지만 우리는 우리가 있는 공간이 우리가 느끼는 방식에 영향을 준다는 것을 알고 있다는 것이다. 현대식 은행건물의 거대한 공간은 우리를 왜소한 느낌이 들게 만들며, 탁 트인 경관의 공간은 자신의 정체가 폭로된 듯한 느낌이나 해방된 느낌이 들게 만들지만, 혼잡한 엘리베이터에서는 정반대의 느낌을 갖게 되고, 특별히 종교적이거나 교회를 다니는 사람이 아니더라도 성당을 걸어 들어가다 보면 초월자에 대한 말없는 경외감에 압도당하게 되기도 한다. 바쁘게 돌아가는 낯선 도시를 홀로 걷다 보면 상실, 생소함, 공격받기 쉬움, 흥분 혹은 자극 등의 느낌을 가질 수 도 있고, 그래서 우리는 우리가 느끼는 공간이 된다고 할 수 있다는 것이다. 이처럼 우리의 경험은 공간에서 복잡하고 광범위하게 일어나는데, Van Manen(1990)의 표현처럼, 참여자들이 놀이치료자로서 체험하는 공간성은 지금까지 일상에서 체험한 공간성과는 다른 의미를 가지게 된다. 연구자는 그런 놀이치료자의 체험적 공간성에 주목하여 참여자들이 공간을 어떻게 체험하는지 살펴보고, 놀이치료자로서 경험하는 공간성의 의미를 드러내고자 하였다. 연구자는 참여자들이 경험한 체험적 공간의 의미를 1)희미해지는 생활의 경계 2)함께 성장하는 공간 3)또 다른 내가 되는 공간 4)나를 치료자로 만들어가는 제 3의 공간으로 이해하였다.[20]

공간은 인간의 활동을 바탕으로 의미를 갖게 되기 때문에 공간과 공간을 이어주는 인간의 움직임을 통해 공간디자인은 인간과 인간, 인간과 공간, 공간과 공간을 조화롭게 관계해주는 디자인이다.

---

20) 놀이치료자로서의 체험에 관한 현상학적 연구/ 진화숙/ 숙명여자대학교 / 박사학위논문/ 2010/ pp.49-50



<그림 10> 체험과 공간의 관계성

따라서 체험은 주체로서 인간을 포함하기에 체험과 공간의 관계성을 정리한다.

첫째, 인간의 존재와 행위는 모두 공간적 체험에 연결되어 있고, 공간디자인의 본질은 공간의 주체자인 인간의 중심에서, 인간과 공간의 정체성을 높이기 위한 최상의 체험을 유도할 수 있게 하는 계획에서 출발한다.

둘째, 공간에서의 체험은 인간의 지각을 통해 다양한 공간정보와 상호작용하며 공간을 인식해 나가는 과정으로, 공간에서 외적으로 들어나는 형태적 요소에만 영향을 받는 것은 아니며 공간의 분위기나 인간의 행태심리와 같은 내적요소에 의해서도 큰 영향을 받는다.

셋째, 공간에서 발생되는 체험의 유형은 반응하는 방식에 따라 감각체험, 감성체험, 인지체험, 행동체험, 관계체험으로 분류할 수 있으며, 이러한 유형들의 총체적인 체험을 유도할 수 있는 적절한 자극을 제공하는 것이 중요하다.

넷째, 디지털 사회에서 건축공간은 공통된 특성은 공간과 인간의 인터랙션을 통한 비일상적 체험을 유도하는 공간에 초점을 맞추어 연구되고 있다.

최근 디지털 사회라고 할 수 있는 현재에는 현실 공간과 인간의 상호작용을 통해 인터랙티브 영상을 추구하는 공간처럼 비일상적인 체험을 유도하는 공간을 주목하여 연구되어 지고 있다.

다섯째, 디지털 사회에서의 엔터테인먼트적 욕구는 모든 행위의 과정에서 '즐거움'을 요구하고 있으며, 이를 위하여 주거공간, 공공공간, 교육공간, 업무공간과 같

은 일상공간에서도 전시공간에서나 있을 법한 비일상적 체험을 유도하여 새로운 비일상적인 유희공간을 탄생시키고 있다.[21]

나. 공공공간에서 유희적 영역

모든 공간은 공간의 정체성을 연결시켜 줄 수 있는 일상적인 체험 요소를 가지고 있는 데 이 체험 요소는 공간마다 알맞게 제공되어야 하는 것으로서 공간의 목적과 기능에 맞게 공간은 최상의 체험을 제공해야한다.

현대사회에서는 인간의 유희적 욕구가 점차 넓어짐에 따라 일상적인 체험만을 공간에서 요구하지 않게 되었다. 더 이상 일상 공간에서 일상적인 체험뿐 아니라 더 발전하여 비일상적인 극적 요소들을 결합함으로써 색다른 유희를 주게 는 공간을 형성하고 있다. 과거에는 박물관을 통한 체험학습이나 특별한 전시 공간을 통해 체험할 수 있었지만 현재는 어느 공간에서나 비일상적 체험을 경험하고 느낄 수 있다.

다. 공공공간에서 펀(Fun) 경험의 디자인 역할

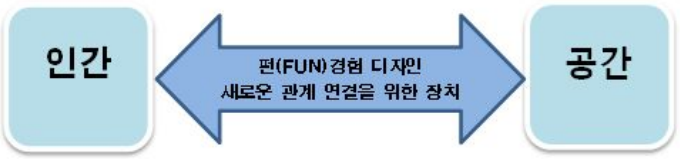
펀(Fun)경험의 디자인이 공공 공간에 반영된다면 대중과의 적극적인 소통을 위해 현대 도시인들에게 감성적, 경험적 관계를 확장하고, 정신적인 즐거움을 통하여 긴장으로부터 해소시켜 주며, 사회문화적 기능을 활성화 할 수 있을 것이다.

첫째, 펀(Fun)경험의 자극성은 다양한 감각을 자극하는 것으로 시각 중심의 공공디자인을 시각적, 청각적, 촉각적 감각을 만족시키는 공감각적인 디자인으로 바꿀 수 있다. 따라서 자극성은 도시환경에서 자연을 가깝게 느낄 수 있는 감각을 의도적으로 도입하는 '시각', '청각', '촉각' 디자인 요소로 환원될 수 있다.

둘째, 역동성은 '리듬'과 '동세' '반복' 그리고 '왜곡' 이라는 디자인 요소로 세분화 될 수 있다. '리듬'은 형태에 압축과 팽창 등의 변화를 주는 연출로 방향성 긴장을 발생시킴으로서 이용자의 동선을 의도적으로 이동시킬 수 있으며, '동세'는 방향성을 결정짓는 요소로 공간의 흐름을 순차적으로 인식하게 하여 질서를 유도함으로써 시선을 집중시키는 공간의 성격을 나타낸다. '반복'은 통일감과 리듬감

21) 비일상적 유희공간에 관한 연구/ 한수연/ 연세대학교 대학원 주거환경학과/ 석사학위논문/ 2006/ p.32

이 있는 공간성격을 나타내어 특정 방향으로 흐름이 유도될 때 더 구체적인 방향을 제시한다. '왜곡'은 형태의 확장과 축소를 나타내어 리듬감과 함께 역동성을 표현해 준다.



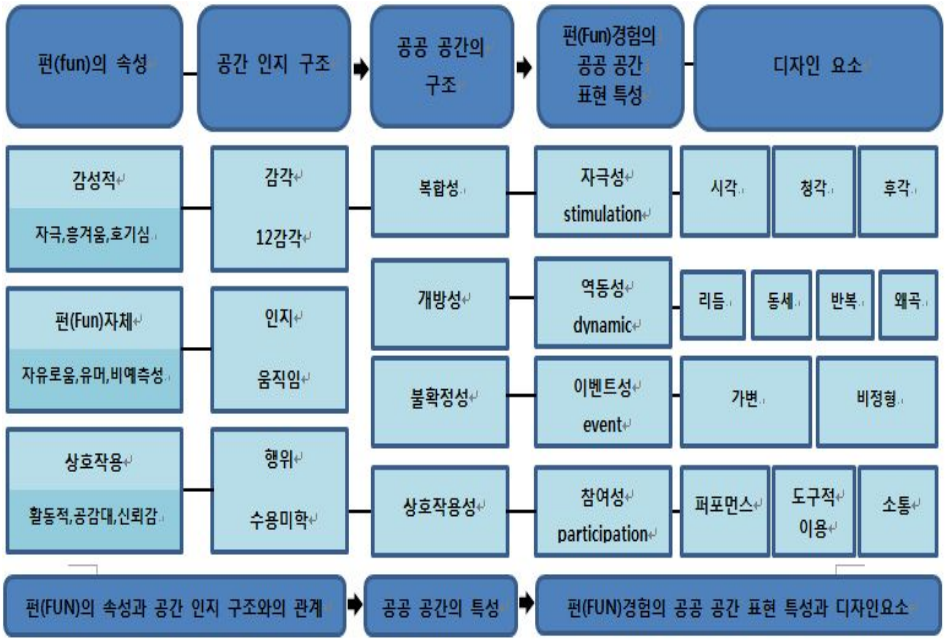
<그림 11> 공공공간에서 펀(Fun)경험 디자인의 역할

셋째, 이벤트성은 아이디어의 유희성과 비일상적인 공간을 경험하게 하는 것으로 가변적인 요소로서 인식하고 부각시키는 공간과 인간의 상관성을 뜻한다. 따라서 '가변'과 '비정형'으로 디자인 요소를 나눌 수 있다.

넷째, 참여성은 공공 공간을 이용하는 사람들이 펀(Fun)경험을 통해 상호작용할 수 있는 긍정적인 체험을 유도하기 위해 조형물이나 인간과 함께 상호작용하는 '퍼포먼스'와 사용성을 중심으로 한 '도구적 이용' 그리고 관계성 형성으로서의 재미를 줄 수 있는 '소통'이라는 디자인 요소로 환원될 수 있다. 22)

<그림 12>는 펀 경험의 공공 공간 표현 특성과 디자인 요소를 나타낸 그림으로서 펀(Fun)의 속성에 따라 공공공간의 표현 특성과 연결하여 어떠한 디자인 요소가 도출되는지를 나타내는 표이다.

22) 편(Fun)경험의 특성을 적용한 공공 공간 디자인에 관한 연구/ 이미림/ 홍익대학교 대학원: 공간디자인학과/ 석사학위논문/ 2011/ pp.26-27



<그림 12> 펀(Fun) 경험의 공공 공간 표현 특성과 디자인 요소

펀(Fun)의 속성에는 감성적 펀(Fun)자체, 상호작용을 볼 수 있고 감성적인 속성은 공간인지 구조에서 감각과 관련하여 복합성이라는 특성으로 나타난다. 이것은 자극성이 되어서 시각, 청각, 촉각이라는 디자인 요소로 나타난다. 펀(Fun)의 속성 중 펀(Fun) 그 자체는 공간 인지 구조 중 인지와 관련하여 개방성과 불확정성을 드러내고 이것은 역동성과 이벤트 성으로 각각 나타나 역동성은 리듬, 동세, 반복, 왜곡으로 디자인 요소가 나타나고, 이벤트 성은 가변과 비정형으로 나타난다. 펀(Fun)의 속성 중 상호작용은 행위와 수용미학과 관계하여 상호작용성이 드러나고 이것은 참여성으로 나타나 퍼포먼스, 도구적 이용, 소통으로서의 디자인 요소로 나타난다.

제2절 유희적 영역의 고찰과 연출

1. 유희적 영역의 고찰

가. 유희의 개념 및 의의

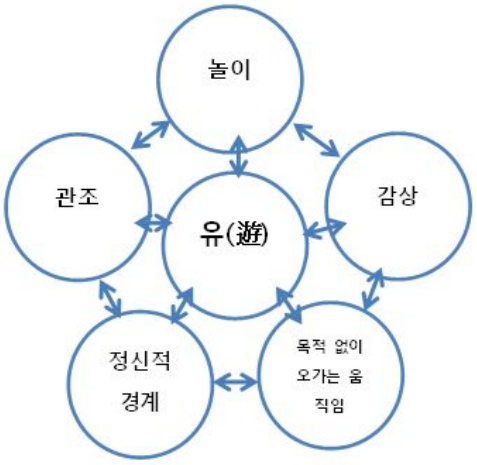
(1) 유희의 개념

예술 주체는 현실을 있는 그대로 모방하거나 재현하는 것을 넘어서 어린아이와 갖은 태도를 통해 창조적으로 재구성해낸다. 이때 '어린아이와 같은 태도'는 ''자유로움을 지향하는 유희의 속성'이라고 말할 수 있을 것이다. 따라서 유희는 자유로움을 지향하는 예술의 목표에 근본적으로 부합하는 원리이자 실천 방식이 된다.

유희를 통해 가능해지는 것은 유희 주체의 의지를 자유롭게 발현할 수 있는 가능성의 확장이다. 현실에서는 노동 개념과 일반적인 활동이 목적 지향적이고, 경제적인 의미에서의 생산성을 추구하는 것이라면 유희는 기본적으로 이러한 일상적인 활동과 대척되는 지점에 놓여 있다. 현실의 구속성으로부터 벗어나 예술 주체가 제시하는 '새로운 현실'로서의 예술 공간을 형성하게 하는 힘이야말로 유희의 '창조성'에 해당될 것이다.

해석학으로서의 미학을 주장하는 가다머(Hans-Georg Gadamer) 역시 이와 같은 맥락에서 '예술 체험'과 일상적 작업에 대한 차이를 해명하는 조건으로 '유희'를 들고 있다. 가다머(Hans-Georg Gadamer)에 따르면 예술에 있어서의 미적 체험과 유희는 직접적인 관련을 지니고 있는 것이다. '예술 체험'과 일상적 작업에 대한 차지를 해명하는 조건으로 '유희'를 들고 있다. '예술 작품은 곧 유희'라는 의미는 예술 작품의 고유한 존재 자체가 유희적인 표현 그 자체라는 것을 의미한다. 예술 주체의 유희적 태도는 예술작품에서 자유로운 이미지의 휴의로 드러나며, 상상력과 환상에 기반을 둔 유희적 태도는 예술 작품의 창작에 있어 근원적인 형성 원리가 된다.[23]

23) 이미지 유희에 관한 작품 연구/ 박윤영/ 이화여자대학교/ 박사학위논문/ 2011/ p.7



<그림 13> 유(遊)의 해석

유희는 일반적으로 특별한 목적의식 없이도 그것 자체로서 흥미를 느끼게 되는 활동으로 총칭으로서 호이징가(Huizinga)는 유희의 목적은 행위 그 자체에 있다고 하였고, 마카렌코(Makarenko, Anton Semyonovich)는 미래의 활동가의 교육은 먼저 놀이 속에서 이루어진다고 말했으며, 독일의 실러(Schiller)는 인간은 놀이를 즐기고 있을 때만이 완전한 인간이라고 하였다. 이처럼 유희는 인간 활동에 중요하고 큰 부분을 차지하고 있으며 인간의 가장 기본적이고 정신적인 요소 중에 하나라고 볼 수 있다.

호이징가(Huizinga)는 유희의 본질과 의미를 문화 현상으로 파악하면서 유희가 모든 문화에 선행에서 존재한다고 역설하였으며 유희에 대해 다음과 같이 정의 내렸다. “유희란 어느 정도 정해진 시간, 공간의 범위 안에서 이루어지는 자발적인 행위 또는 활동이다.”

현대사회에서는 여가를 유희로서 의미를 부여하여 재해석하기도 한다. 산업사회가 발전하면 할수록 가처분 소득이 증가하고 근로 시간이 축소되면서 자신이 좋아하는 것을 즐기는 경향이 늘어나면서 현대인들은 직장 스트레스를 해소하고 자기충전, 휴식을 겸한 다양한 취미활동이 포함되는 경제 활동 외의 시간으로 개인이 처분할 수 있는 자유로운 시간인 여가를 가지게 되었다. 유희가 현대사회에는 여가로 재해석 될 수 있는 지는 여가를 이루는 것들을 살펴보면 알 수 있는데 여가는 경제발전에 의한 물질적 풍요와 소득의 증가로 삶에 있어서의 기본적인 것이 충족되었고 점점 자유 시간을 선호하는 의식 변화로 인한 시간과 그 자유 시간에 무언가 스스로가 즐기고 창조적인 행위를 보면 단순히 여가 활동이 스트레스를 해소하고 회복하고자 하는 것보다 그 행위 자체 즉, 즐거움을 위해 행한다는 점에서 유희가 여가로 해석되어질 수 있다.

사람들은 유희로 자신의 성격을 표현한다. 통제된 환경에서 조차 각 개인은 다

르게 유희 경험을 한다. 개성은 유희를 통해서 쉽게 알 수 있다. 이러한 특징으로 인해 기술이 물개성화의 원인인 것 같은 시대에 유희는 특히 중요한 활동이다. 유희를 설명하는데 필요한 것은 “존재 하여서 동기와 욕구를 소유하는 개인은 자기표현을 추구한다.”는 사실이다.

가다머(Gadamer)는 유희의 본질이 특히 예술과 관련 있다고 말했다. “놀이하는 자는 그가 어떤 것을 유희하면서 묘사하면서 그 자신의 자기표현에 도달한다. 놀이는 예술이다. 작품 속에서의 변화를 통하여 비로소 놀이는 그것의 이상을 얻는다. 자기표현이야말로 놀이의 진정한 본질이며, 예술작품의 본질이다.” 유희에서 유희의 주체는 유희자 자신이 아니라 유희자가 몰두하여 노는 유희의 상황이고, 예술 경험에서의 주체도 그 작품의 창조자가 아니라 관람객을 끌어들이는 지적 자극으로서의 예술작품이라는 것이다. 따라서 예술과 유희의 존재방식을 같이하고 있으므로 미적 가치체험을 담고 있다면 그 유희는 곧 예술이다.

여가는 기쁨, 즐김 및 유희를 위한 시간이다. 여가는 놀이이다. 그 이유는 놀이는 그 자체를 위해 몰두하는 행동이기 때문이다. 그러한 의미에서 유희를 위한 여가는 ‘일에서 벗어난 시간’, ‘내가 좋아하는 것을 하는 시간’, ‘맘 편히 쉬는 휴식’등으로 표현될 수 있으며, 여가란 식사, 수면, 치료 등 인간이 생물적 생존을 위해 필요한 시간과 노동을 해서 생계를 세우는 등의 사회적 생존을 위해 필요한 시간을 넘어서 있는 시간이라고 할 수 있다.

호이징가(Huizinga)는 “놀이는 우리에게 마법을 건다. 그것은 행위자를 맹렬하게, 열중시키는 매혹적인 것이며 매력적인 것이다.”라고 말했다. 개인은 자각되어 유희 행동을 시작하도록 흥미를 가져야 하고 계속된 행동은 몰두한 유희자가 열중한 결과이기도 하다.

유희가 자발적이라는 것은 필수적인 특징이다. 개인에게 유희는 강요하거나 강제로 시킬 수 없기 때문이다. 명령에 의한 유희 경험은 놀이의 억지 흉내일 뿐이다. 자유라는 본질에 의해서만 유희는 자연의 진행 과정과 구분되며, 유희행동은 사람이 놀고 싶을 때를 사전에 알거나 계획하기가 어렵기 때문에 자발성을 요구한다. 자유롭고 자발적이며 그 자체를 위해 추구된 활동이 바로 유희이다.

(2) 유희의 특성[24)]

24) 이미지 유희에 관한 작품 연구/ 박윤영/ 이화여자대학교/ 박사학위논문/ 2011/ pp.7-16

1) 무목적성

인간이 '유희하다' 혹은 '놀다'라고 하였을 때, 이것은 어떠한 생산적 결과의 발생 없이 단순히 인간의 에너지를 소비한다는 어감을 가질 수 있다. 실제로 유희나 놀이라는 것은 학습이나 노동, 생산이나 건설 등과 같은 인간의 행위와는 반대되는 개념에 위치한다. 로제 타이와는 그의 저서 '놀이와 인간'에서 놀이의 부정적 측면에 대해 다음과 같이 말하였다.

'놀이는 사치스러운 행위로서, 여가를 전제로 한다. 배고픈 사람은 놀이를 하지 않는다. 또 다른 한편에서는 놀이는 창설하지도 생산하지도 않는 것으로 치부되고 있다. 왜냐하면, 노동과 과학은 자신들이 만들어내는 결과를 축적하여 얼마만큼은 세계를 변화시키는 데 반해, 놀이는 본질적으로 자신이 만들어 낸 결과를 폐기(무효화)하기 때문이다.' 25)

또한 호이징가(Huizinga)는 그의 저서 '호모 루덴스-유희에서의 문화의 기원'에서 '놀이란 간접적이며 실제적인 목적을 추구하지 않으며, 움직임의 유일한 동기가 놀이 자체의 기쁨에 있는 정신적 또는 육체적 활동이다.'라고 했다. 목적과 생성의 관점에서 이 문장들을 보았을 때, 놀이는 그 활동에 의해 어떠한 것이 새롭게 이루어지지 않고 일시적으로 진행되었다가 무화되어 버린다는 점과 그것의 동기가 놀이 이외의 실현을 간과한다는 점에서 굉장히 비생산적이고 비효율적으로 보인다. 즉 생산을 중심으로 하는 기존 사회의 질서에서 '유희'는 비생산적인 활동으로 규정될 뿐 아니라, 노동과 대비되는 것으로 규정된다. 이러한 맥락에서의 유희 개념은 예술의 유희적 성격 자체를 부정하는 결과를 낳는다.

본 연구에서의 '유희'의 개념은 이와 같은 '비생산성'의 의미를 지니는 것이 아니라 예술의 본질을 이루며 예술 주체가 그 스스로의 자유 의지를 실현하기 위해 취하는 하나의 근본적인 태도를 가리킨다. 일반적으로 '생산'의 개념에는 목적론적이고, 노동과 관련된 구속성이 내재되어 있다. 본 연구에서는 이러한 의미의 '생산성'이 아니라 무목적성과 자유에 기반한 '생산성'에 주목하기 위해 '유희'를 주된 논의 대상으로 삼았다. 아래에서는 먼저 '유희'의 이와 같은 성격을 '무목적성'이라는 측면에서 살펴보고자 한다.

외적 합목적성은 자연 사물들을 동시에 자연 목적으로 보아 그것들의 현존재

25) 놀이와 인간/ Caillois, Roger/ 이상률 옮김/ 서울: 문예출판사/ 1994(재인용)

(現存在)를 설명하기 위한 근거로 삼는다. 사물의 현존을 자연의 목적이라고 간주하기 위해서는 인간의 목적론적 인식을 뛰어넘는 초감성적인 것에 자연을 관련시킬 필요가 있다. 칸트(Immanuel Kant)는 '하나의 사물이 스스로의 원인이자 결과일 때, 그 사물은 자연 목적으로 현존한다.[26]'라고 하였다. 칸트의 이러한 자연목적으로서의 사물들은 유기적 존재자(存在者)들이다. 자연의 산물들 가운데는 인간의 판단력에 적합한 형식들이 있으며 이러한 형식을 '아름다운'형식이라고 부른다. 이러한 미적 형식을 이루는 중요한 원리에는 '유기적 통일성'이나 '다양성의 통일'도 포함된다. 자연의 순수가 인간에게 무언가 말해줄 수 있다는 것에서 '아름다운' 자연으로서 하나의 언어를 획득하는 데 이 언어가 자연을 우리에게 인도한다. 예술작품들도 이러한 방식으로 인간에게 말을 걸기 위해 존재한다. 예술은 인간의 이러한 자기 발견을 위해 의미심장하고 일정하게 말을 건다. 그럼에도 불구하고 이러한 일정한 요구가 인간의 감정을 구속하지 않으며, 인간의 인식 능력 작용에서 자유의 유희 공간을 진정 올바르게 열어 놓는다는 사실은 예술의 놀랍고 신비로운 점이다.

인간은 예술에 대하여 스스로의 정신과 다른 관계를 맺게 되는데, 이는 기존의 이성이나 감정에 대해 새롭게 변호된 방식으로 접근하면서 탐구를 거듭하는 예술을 의미하는 것이다. 이와 같은 탐구의 대상은 일반적인 개념으로 표현하면, 가장 넓은 의미에서 삶이라고 말할 수 있다. 이것은 모든 물질적 존재와 감각 속에 있는 모든 직접적인 현재, 즉 감각 속에 직접적으로 현존하는 모든 것을 의미하는 한 개념이다. 삶은 예술 주체에게 이미지로서 드러나며 이것을 탐구하는 주체는 삶의 본질에 더욱 가까이 갈 수 있다. 이러한 방식은 예술의 미적 형태를 형성하는 유희본능으로 가능하다고 볼 수 있는데 예술의 기원이 인류의 유희본능에서 기인하는 것이기 때문이다.

실제로는 유희와 예술의 관계를 설명한 여러 가지 설이 있지만 일반적으로는 유희는 무관심성, 가상성, 자기목적성, 쾌감성 등 미의 성질들과 서로 공통된 특성을 많이 갖는 심신의 광범위한 자유 활동이므로 특히 미적 가치의 체험을 지닌 유희를 예술로 보는 것이 타당할 것이다. 예컨대 호이징가(Huizinga)의 저서 '호모 루덴스(Homo Ludens)'에서도 나타나는데 그가 사용한 라틴어 '호모 루덴스'라는

26) 놀이하는 인간/Huizinga, Johan/ 기린원/ 1989

용어는 '놀이하는 인간'으로 번역할 수 있다. 그는 이 책의 2장에서 고대 그리스어에서 일본어에 이르기까지 동서양의 다양한 언어들에 담긴 유희 개념을 분석한다. 그의 분석 내용 중 '라틴어는 한 낱말로 사실상 놀이의 모든 영역을 포괄한다.' 라는 문장이 있는데, 이는 명사로는 '루두스(ludus)'이고 동사로는 '루데네(ludere)'인 낱말을 가리킨다. 더불어 '본질적으로 피비린내 나고 미신적이며 편협한 로마 검투사들의 결투를 흔히 지칭하는 말로, 자유와 즐거움을 연상시키는 단순한 '놀이(ludus)'라는 말이 늘 사용된다는 사람을 보더라도 이 단어의 포괄성을 알 수 있다고 한다. 그는 인간 문화 자체가 지니고 있는 놀이의 성격에 대하여 '문화란 놀이로서 시작되지도, 놀이로부터 시작되지도 않으며, 다만 놀이 속에서 시작되었다.' 라고 말했다. 곧 놀이는 인간 문화의 본질이며 의미적으로 문화에 선행한다는 뜻이다. 이것은 유희가 문화의 한 요소가 아니라 문화 그 자체가 놀이하는 성격을 갖고 있다는 것을 의미한다.

유희가 예술과 함께 체계적으로 언급되기 시작하면서, 미학에 있어서도 중요한 위치를 차지하게 된다. 실러(Schiller)와 칸트(Immanuel Kant)의 유희 개념은 근대의 주관적인 미의식(美意識)을 설명하는 중요한 요소이다. 이때부터 유희는 예술을 가능케 하는 중요한 요소로 언급되기 시작한다. 실러(Schiller는 '인간은 유희를 즐기고 있을 때만이 완전한 인간이다.'라고 하여 인간의 유희충동(spieltribe)을 규정하였다. 유희충동은 감성적 변화를 파악하는 감각충동과 불변의 자아를 포착하는 형식충동 사이의 갈등과 대립을 매개하는 것으로, 이는 유희가 인간의 본질적인 측면에서 필수 불가결한 요소라는 의미이다. 그의 저서 '인간의 미적 교육에 관한 서한'에서 제시된 '유희충동'은 시간의 흐름을 시간의 흐름 안에서 지양하는 쪽으로, 생성에 변함이 없는 절대 존재 그리고 변화를 정체성과 연합하는 쪽으로 방향이 맞춰져 있다. 그는 요구받지 않는, 주제 안에서 스스로 발생하는 유희의 측면과 그것에 의해 사물이 주관성을 벗어나 객관성을 띠는 미를 유희 주체가 바라보는 것으로 이야기하였다. 그것은 자유로운 것, 내부로부터 규정되어 있지 않은 것, 또는 자유로운 표상을 가리키는 것이다.

이와 함께 칸트(Immanuel Kant)는 상상력과 오성의 자유로운 유희와 예술과의 관계에 주목하면서 이러한 유희 과정에서 미적 판단이 일어난다고 이야기 한다. 이것은 미적 판단의 주관적 보편성의 근거가 바로 '우리 인식능력 특성'으로서 상

상력과 오성의 자유로운 조화 속의 유희임을 말하는 것이다. 칸트는 특히 감성의 한계를 뛰어넘을 수 있는 상상력을 언급하면서 유희에 의해 이 상상력과 오성이 합해지면서 어떠한 질서가 생겨나고, 그에 따라 새로운 창조가 일어나면서 예술이 형성된다고 주장한다. 칸트의 이러한 유희개념은 오늘날의 예술에도 유효한 미적 요소로 언급되고 있다.

이러한 개념을 비판하면서 등장한 것이 가다머(Gadamer)의 유희 개념이다. 가다머(Gadamer)는 '진리와 방법'에서 예술 작품의 존재론적 근거에 대한 설명으로 유희를 끌어들인다. 그의 미학은 유희를 예술 작품의 자체를 가능케 하는 존재방식으로 본다. 이는 유희하는 자가 유희를 하는 가운데 그 안에 전념하는 동안 유희의 목적이 실현되는 것을 의미한다. 가다머(Gadamer)는 칸트(Immanuel Kant)의 유희 개념을 부분적으로 인정하면서, 칸트(Immanuel Kant)가 이를 보편 원리로 이끌어내지 못한 것에 대해 문제를 제기한다. 그는 칸트(Immanuel Kant)의 유희 개념인 상상력과 유희에 의한 오성이 예술과 연결되고 그에 의해 일어나는 미적 판단에 주목하고 이것에 형성체(형성체)라는 개념을 새로 덧붙인다.

서구사상에서의 유희는 어린이의 속성과 관계가 깊으며 그것은 상징적 유희로 설명될 수 있다. 상징적 유희는 유희 주체가 외부 현실세계를 수용하고 동화시키는 과정에서 보여주는 의식 현실 간의 상호 작용을 말한다. 이 과정에서 유희 주체는 현실을 수동적으로 수용하기도 하지만 자신의 의도에 따라 현실을 변화시키기도 한다. 이러한 과정에서 능동적인 창조성이 발휘되며, 이 지점에서 유희 주체의 상징적 언어가 생성된다. 상징적 언어는 유희하는 예술 주체에게는 예술 언어로 사용되며, 유희 주체에게 상상 혹은 대안세계를 창조할 수 있는 수단을 제공해 준다. 이때의 '대안세계'는 현실의 불만족에 대한 반영의 성격을 띠고 있으며, 유희 주체는 상징적 언어를 이용해 이러한 불만을 해소한다. 이러한 창조성은 혼자만의 상징적 유희에서 더욱 활성화된다.

상징적 유희는 또한 프로이트와 피아제가 관찰한 어린이의 놀이와 함께 분석되는 데 이때의 놀이는 육체적 동작과 언어행위로 구성되어 있다는 점에 주목할 수 있다. 이러한 어린이와 연관된 유희의 두드러진 특징에 대하여 오베르스타인은 상상력, 판타지, 그리고 꿈과 함께 분석을 하면서 어린이의 의식이 일상적인 경험세계와는 거리가 있다는 점을 지적하고, 이러한 거리가 상상력의 자유롭고 독자

적인 활동을 가능케 한다는 것 등을 주장했다.

2) 반복성

유희의 특성 중 하나로 지적할 수 있는 것이 '반복성'이라 할 때, 이는 '원래의 것으로 돌아간다.'는 것을 의미하지는 않는다. 오히려 여기서 드러나는 반복 개념은 모두 예술 작품 자체에 대해 근원적이다. 즉 이때의 '반복' 개념은 유희의 시간성과 공간의 한계성과 밀접한 관계가 있다. 유희의 시간성에 대한 의문은 예술 창작 태도로서 제시되는 유희와 함께 예술 작품의 시간성을 유희의 특징으로 풀 수 있는 가능성을 제시한다.

삶과 놀이와 혼재된 상황에서 시간은 변화하고 가속화되고, 이것은 시간의 질서를 변화시킨다. 본질적으로 시간이라는 것은 리듬과 연대기와 반복으로 구성되는 것인데, 놀이의 세계란 단 하루의 휴일이 무한정 늘어남으로써 시간이 멈춰서 버린 곳이라 할 수 있다.[27]

유희에 있어서의 '반복'의 개념은 노동을 비판할 때 사용하는 개념, 즉 인간을 소외시키는 무의미한 노동과는 거리가 있다. 기계적인 움직임은 인간의 창조성을 말살하며, 이 과정에서 인간은 자기 자신의 내면과 만날 수 없다. 반면 유희에서의 '반복'의 개념은 이와 같은 타성적인 형태로 이루어지는 기계적인 반복이 아니라 적극적으로 차이를 생성하는 반복이다. 즉 세계와 자신에 대한 새로운 성찰을 가능하게 하는 창조적인 인식을 추구하기 위해 단일한 목소리를 거부하면서 만들어내는 다성적인 움직임인 것이다. 일차적으로 유희의 '반복성'은 생성에 대한 어린아이 같은 믿음에 기반하고 있는 행위의 특성이라고 하고 있다. 또한 노동의 개념에서 '반복'이 차지하고 있는 기계적인 되풀이와 이로 인해 발생하는 인간 소외와는 대비되는 개념이다. 이후 본 연구에서의 유희의 '반복성' 개념은 연구자의 연구 작품을 분석하는 데도 중요한 참조점이 되어 줄 것인데, 이는 본 연구자의 작품에서 동일한 소재나 주제의 확장 등을 설명할 때 '차이를 생성하는 반복'의 개념이 필연적으로 도출되기 때문이다.[28]

3) 유희적 가치의 의의

사람들은 날이 갈수록 점점 더 개인적인 변형, 소통, 놀이, 학습, 정보 활용을 위

27) 이미지 유희에 관한 작품 연구/ 박윤영/ 이화여자대학교 / 박사학위논문/ 2011/ p.18
28) 이미지 유희에 관한 작품 연구/ 박윤영/ 이화여자대학교/박사학위논문/2011/ pp.23-24

한 공간으로서의 가치에 대해 자각하기 시작했다. 인간중심적 사고에 기초한 인간 본연의 유희적 가치는 진정한 의미의 공간 체험에서 있어서 빠져서는 안 될 개념이다. 따라서 공간에 있어서 진정한 의미의 커뮤니케이션은 정보이미지로 구성된 공간과 그 이미지를 받아들이는 인간의 커뮤니케이션 과정에 따라 그 유희적 가치 또한 상승될 수 있다.

가치란 인간의 욕구, 특히 지적(知的)·감정적(感情的)·의지적(意志的) 욕구를 만족시키는 것을 가리킨다. 가치의 발생에는 대상(對象)과 그 대상에 관계하는 주체(主體)가 있어야 하며, 가치는 대상과 주체, 즉 인간과의 관계에서 발생하는 것이다. 대상에 대한 주체의 관계는 평가 작용을 전제로 하며, 그 평가 작용을 하는 주체의 성격에 따라 가치 자체도 개인적·사회적·자연적·이상적인 것 등으로 구별된다. 하르트만(N. Hartman)에 의하면, 우리가 흔히 다루고 있는 가치 종류에는 체계적 원리가 없이 순전히 경험적으로 파악된 것이다. 그러한 까닭으로 이 가치 종류들은 통일적 계열을 세우지 못하고, 비록 적게는 계층 구분이 되어 있을망정 병립 등급과 상하 등급사이에서 동요하고 있다는 것이다.

또한 여러 가지 가치 종류들 사이의 구별도 이론(異論)이 없이 밝혀지지 못하고 있다고 하면서, 이러한 한계 내에서 가치의 종류를 <표 5>와 같이 분류한다.

<표 5> 하르트만(N. Hartman)의 가치 분류

분류	의미
쾌락 가치	생명에 있어서 주로<즐거움>이라고 불리는 가치
생명 가치	이 가치는 생명에 부착하며, 생명의 높이와 힘의 발달 및 힘에 따라 계층이 구분된다. 생명에 요구되는 모든 것도 간접적으로 생명 가치를 가진다. 즉 생명에 해를 끼치는 것은 비 생명가치이다.
인륜적 가치	<선>이라는 이름으로 총괄되는 가치 종류
미적 가치	<아름다움>이라는 이름으로 총괄되는 가치 종류
인식 가치	본래적으로는 오직 하나의 가치, 즉 <진리>뿐이다.
재가치	모든 유용 가치와 수단 가치 내지 순수한 고유 가치와 같은 많은 자립적 가치 영역 전부

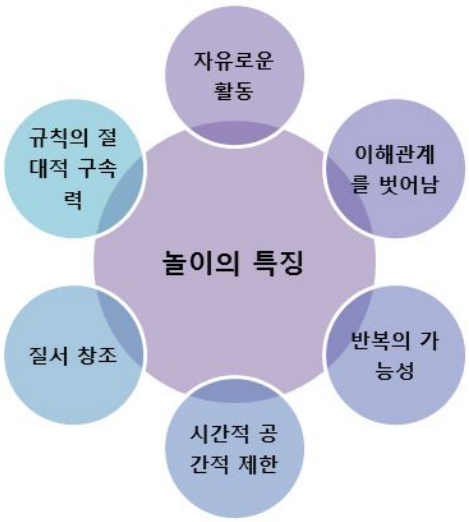
가치는 인생을 영위하는 가운데, 주체의 평가에 의해서 창조 실현되는 것이므로, 가치는 가치 주체의 정신에 그 근거성이 있다. 따라서 가치는 타인에게 무가치한 것일지라도, 자기에게 만은 없어서는 아니 되는 것, 자기에게 소용이 되고 좋은 것이란 주관적 성질을 갖는다.

가치를 보여주는 것은 내적 태도, 즉 자발적 감정으로 나타나고 체험된 사실에 대한 가치 반응으로서 나타난다는 것이다. 이러한 가치관은 직관에 의한 것이 되는데, 이것은 가치 응답과 결부되어 가치 체계를 파악할 수 있게 되는 것이다.

시대에 따라 가치 의식은 변하고 있다. 어떤 가치가 어떤 시대에 그 타당성이 변화함은 가치의 변화가 아니고 어떤 시기가 어떤 가치에 대하여 가치는 선택의 변화라고 한다. 가치는 일차적인 인간의 감정에 의해 좌우될 수 있다. 어떠한 조건에서든지 일어나는 것이 아니라 성숙한 인간이 가치의 영역에 도달하였을 때만 일어나는 것이다.

1) 자아정체성 확장에 따른 유희성의 발현

유희의 형식적 특성은 미적 활동의 본질과 유사한 것으로 본다. 여기서의 유희란 오락이나 게임과 같은 의미에서가 아니라 정신적 힘의 억제되지 않는 자유로운 활동에서의 유희이다. 칸트(I, Kant)에 의하면 미적인 것에 절대 필요한 특징은 즐거움의 결과로 생기는 것을 포함한 우리의 정신 능력의 조화로운 유희이다. 정신 능력의 조화로운 유희를 통해서 미적 판단이 이루어지고 대상이 창조될 수 있다는 것을 의미한다.



<그림 14> 놀이의 특징

이렇듯 유희성을 자발적이고 자유로운 것으로서 개성적 능력의 조화로운 표출을 이끌어 주는 예술의 본성에 잠재된 요소이다. 쉴러(Johan Huizinga)는 “모든

형태의 문화 속에는 놀이라는 요소가 내재해 있으며, 예술과 놀이 사이에는 환희, 기쁨이라는 놀이의 요소인 유희성이 내재한다."고 보고 있다. 어린이의 놀이표현에 나타난 낙서 같은 그림, 아무렇게나 주물러 놓은 찰흙인물은 의식화된 인간의 문화 속에 잠재되어 있는 본능적인 유희성을 의미하는 것이다. 이렇듯 유희성은 활동의 한 방식이며 외부세계에 대한 탐색의 적극적인 형식으로 유희적 표현은 어떤 외적 결과를 실현하기 위해서가 아니라 활동 그 자체를 통해서 긴장에서 벗어난 자유로운 상태에 도달하는 것을 의미한다. 아무 의미 없는 기호나 낙서를 그리는 것을 즐기지만, 실상 그 과정이야말로 의미 있는 작업이다. 대상의 결과보다도 무의식적인 전개를 통한 유희의 과정이 더 중요하기 때문이다.[29]

(4) 유희의 역할

1) 예술적 역할

인간은 본능적으로 자기를 표현하려는 욕구를 가지고 있는데 자신을 표현하기 위한 예술적 활동을 통해서 흥미와 감동의 경험을 동반하게 된다. 유희는 현실원칙의 좁다란 한계를 뛰어 넘고, 보다 다양하고 새로움을 창조하는 예술창조의 의미를 지닌다.

2) 오락적 역할

헐록(Hurlock)은 놀이란 외부의 압력이나 강제에 의해서가 아니라 자발적으로 단순히 즐거움만을 추구하는 활동이라고 보았다. 어떤 목적을 가지고 결과를 추구하는 일과는 달리 놀이는 과정, 그 자체에서 즐거움을 갖는다. 놀이는 자유로이 즐겨지기 때문에 인간의 본성을 기쁘게 해주며, 규칙이 있음에도 불구하고 자발적으로 이루어지고, 동료들과 함께 이루어지기 때문에 즐거움을 더해 준다고 본다.

3) 교육적 역할

아동에게 놀이는 기본적인 신체적 욕구를 기저에 놓고 있으며, 감정적으로 또는 인지적으로 풍부함을 촉진시켜주기 때문에 아동의 성장, 발달에 있어서 필수불가결한 것이다. 아동에게 유희는 표현수단으로써 자신의 정신세계를 구체적으로 표현해 줄 수 있는 방법을 제공하고 해석의 수단으로써 유희는 아동 자신의 행동에

29) 놀이문화와 연계된 Local Community Complex 계획에 관한 연구 : 유희적 체험을 통한 창조적 문화공간을 중심으로/ 지주용/ 홍익대 대학원/ 석사학위논문/ 2009/ p.9-16

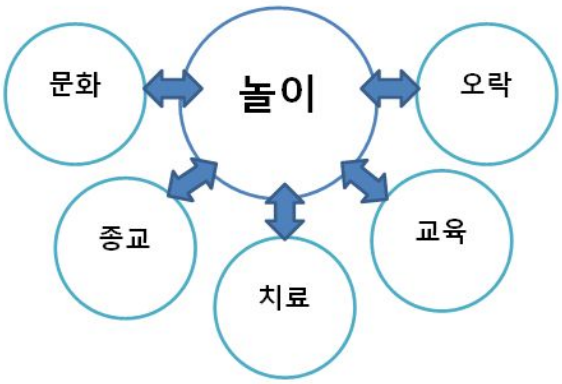
대한 결과를 해석하는 것으로, 세상의 사물이나, 사건 관계에 대해 배우는 길을 제공해준다. 프뢰벨(Frobel)은 놀이가 어린아이가 지닌 가능성과 잠재력을 발전시키는 유일한 수단이라고 보고 이것을 교육에 처음으로 적응시켰다.

4) 치료적 역할

놀이치료는 언어를 통한 치료보다 안전하고 허용적이며 수용적인 환경을 가지게 된다. 놀이치료매체로써의 미술은 다양한 재료를 사용하여 상호 작용할 기회를 제공하여 정서적으로 억압되고, 비언어적이며, 지체된 아동들에게 미술활동과정에서 특수한 형태로 자기를 표현할 수 있는 기회를 부여하는데, 이러한 자기표현은 정화적, 자기 표현적, 치료적으로 유식하다고 할 수 있다.[30]

(5) 인간의 유희적 가치 추구

유희개념을 미학의 중심문제로 삼았던 실러(Schiller)는 '인지능력의 자유로운 유희'와 '구상력의 자유로운 유희'에 관해서 언급한 칸트의 유희개념을 피히테(Johann Gottlieb Fichte)의 본능설에 근거하여 '형식충동'과 '소재충동'사이의 조화를 이루는 "유희충동"으로 전개하였으며, 미의 이상은 자유로운 미적 인간의 유희본능의 이상이며, 예술은 실재에서가 아니라 정신의 자유에서 자율성을 주장하게 된다고 보았다. 체험 행위가 끝났을 때 인간의 사고와 대상이 상호작용의 원리를 기준으로 공간에 대하여 다양하고 새로운 감정적, 감흥적인 유희가치가 생성된다.



<그림 15> 유희의 역할

가치탐구와 감성의 필연성, 우리는 흔히 인간의 심성 능력을 감성과 이성으로 나눈다. 정신과 신체의 이원론적 분리가 관념의 중시를 가져왔다면 심신일원론은 신체의 중시와 더불어 인간본능과 무의식을 철학의 전면에 등장시켰다. 신체 중시에 따라 인식은 이성적 인식에서 감성적 인식으로 확대되고 이에 따라 이념적

30) 유희적 조형 표현에 관한 연구 : 본인 작품을 중심으로/ 오현석/ 대진대학교 대학원 : 미술학과/ 석사학위논문/ 2011/ pp.8-9

가치에서 감성적 가치로의 변환이 예고된다. 이런 상황에서 우리는 감정과 가치는 어떤 연관성이 있는 가에 대한 문제를 제기할 수 있다.

가치 추구에 대한 인간 본성의 필연성이 인간 정신사에 역사적 사실로서 남아 있다는 사실은 가치가 무의미해진 현대에 감정을 새로운 철학적 기준의 토대로 삼을 수 있다. 이러한 추구는 가치탐구가 필연적인 인간 본성이며 또한 생명에서 정신으로 비약하는 인간 정신의 발현이라고 말할 수 있다.

일상적인 생활에서 발생하는 현실 문제에서 감정이 우리에게 주는 영향은 크다. 사회생활을 하면서 이루어지는 대부분의 의사결정들은 스스로가 갖고 있는 상대방에 대한 친밀감이나, 그 사태에 대해 지니고 있는 감정이나 욕심에 따라 이루어진다. 실제로 어떤 진실에 근거하여 또는 정당한 일이기 때문에 행동하는 경우는 많지 않다.

우리의 모든 판단은 그 근거가 이성에 의한 것이든, 감정에 의한 것이든, 또는 몸 전체에 의한 것이든 가치 관계적이다. 그리고 여기에 관여하는 감정에 의한 판단은 어느 정도 가치 판단을 내초하고 있다. 여기서 말하는 감정은 몸의 감정, 즉, 느낌으로서의 감정과 표현으로서의 감정이다. 감정도 하나의 판단이고 근원적인 인간의 반응이며 내부적 감응이고 또 그런 의미에서 감정에 인식이 있음을 말하게 되겠지만, 근본적으로 이성 중심의 가치 인식에서의 인식론적인 해명이 아니라 삶을 중심으로 한 감성적 가치 인식에서의 설명이다.

감정은 외부의 감각자극에 대하여 두뇌에서 단계적인 정보처리 결과로 나타나며 대상에 대하여 여러 사람이 동일한 반응을 보이는 공통성과 객관성을 갖고 있다. 감정은 외부로부터의 감각자극이 두뇌에서 정보처리와 판단과정을 거쳐 결정되며 외부로부터 논리적 판단과 과거의 기억 등 충분한 정보처리를 거쳐서 나타나는 것이 감정이다. 생명과 심리의 영역에서는 오직 직관만이 우리에게 통로를 열어준다. 직관은 여기서 창조적 감정의 형태를 띠고, 결코 경험해본 적이 없는 가치들을 우리들에게 드러내준다. 욕구와 관련된 감정도 있지만 창조적인 가치를 창출하는 감정도 있다고 베르그송(Henri-Louis Bergson)은 말하면서 그는 감정에 정신적 가치가 있음을 말하고 있다. 감정이 신체와 관련되어서는 욕구와 연결된 감정이 생기고, 감정이 마음의 영역(심리)인 정신과 연결되어서는 정신적 가치가 있는 창조적 감정이 생긴다는 것이다.

나. 인간과 유희의 관계성

인류의 일상을 분석해 보면, 인간의 일과 놀이는 분리되지 않은 하나의 형태로 존재하는 것이며, 일이 곧 놀이이고, 이를 통해 즐거움을 만끽할 수 있었으므로 삶 자체가 놀이라고 할 수 있을 것이다. 하지만 근대 자본주의 형성과정에서 일과 놀이는 분리되었고, 일과 놀이가 분리되었다는 것은 놀이의 소외만을 의미하는 것이 아니라, 우리가 우리의 삶을 주체적으로 이끌어가기 위해 행하는 모든 일로부터 즐거움을 느끼지 못하게 되었고, 일상 속에서 일과의 소외현상은 계속적으로 심화되었다는 것을 의미하기도 한다. 최근에 인터넷의 발달은 이러한 일과 놀이의 분리에서 일과 놀이의 통합을 시도한다는 것이 재미있는 현상이다.[31]

디지털 발달에 의한 일과 놀이의 통합은 대표적으로 디지털 게임을 들 수 있다. 이는 놀이를 목적으로 하는 소비의 대상에서 경제적 생산의 도구로 확장되어 감에 따라 '레이버테인먼트(Labortainment)'라는 강희흔에 의해 국내에서 처음으로 사용되어 졌는데 이는 노동(Labor)과 오락(Entertainment)의 결합을 의미하며 사람들이 유희를 추구함으로써 사업자가 생산적인 일을 놀이로 전환하여 추구하는 것을 말한다. 이 레이버테인먼트의 게임으로는 구글 이미지 레이블러(Google image labeler)이다. 구글 이미지 레이블러는 구글이 좀 더 정확한 '이미지 검색 서비스'를 제공하기 위해 이미지에 레이블을 붙이기로 하였는 데 작업해야 할 사진의 개수가 많아 이 작업을 구글 사 내의 직원들이 감당할 수 없어 이것을 도입하였다. 이 컴퓨터 게임은 인터넷을 통해 두 명의 게임 플레이어를 임의로 매치하고 1분 30초 동안 제공된 사진의 설명을 입력하며 두 사람이 동일한 단어를 입력하면 점수를 따는 방식으로, 랭킹 관리를 통해 고득점 플레이어의 리스트를 보여준다. 이를 통해 구글의 검색 서비스도 개선되며 플레이어는 자유로운 놀이 활동으로 게임을 즐기는 일과 놀이의 통합이라고 할 수 있다.

31) 놀이문화와 연계된 Local Community Complex 계획에 관한 연구 : 유희적 체험을 통한 창조적 문화공간을 중심으로/ 지주용/ 홍익대 대학원/ 석사학위논문/ 2009/ p.9-16

<그림 16> 구글 이미지 레이블러

이러한 일과 놀이의 통합은 질적으로 다양화되어 발달된 현대사회의 여가 활동에서 여러 테마와 게임의 형태로 교육과 즐거움을 가지는 복합적인 성격을 시설로써의 유희적 공간을 만들어 낸다. 유희시설은 일상에서와는 다른 기분전화과 변화를 주는 색다른 환경을 추구하기도 하며 단순한 유희공간으로서가 아닌 현대시대가 추구하는 가치관과 문화적인 코드로 이루어져 있다.

사회가 기술이 진화함에 따라 미디어 역할과 개념이 바뀌고 있으며 최근 디지털 사회에서의 미디어 개념도 지속적으로 변화하고 있다. 일반적으로 미디어를 정보로 전달하는 매체 또는 수단으로 정의할 때 뉴미디어란 새롭게 개발된 정보전달 수단이라고 할 수 있다. 초기 미디어가 기술적 기반 위에 인식됐다면 현재는 정보를 중심으로 한 미디어로 확장되고 있다. 정보 미디어 중에서 인터랙티브 미디어는 정보 미디어와 수용자가 상호 대화할 수 있는 쌍방향 매체를 의미한다. 또한 인터랙티브 미디어는 매스 미디어와 구별되는 정의로 정보의 수신자와 발신자 간의 쌍방향적 교류를 할 수 있는 미디어로 정의할 수 있다. 따라서 쌍방향적인 정보의 교류는 결국 정보의 수신자와 발신자 상호간 작용을 의미한다. 그러므로 정보의 상호작용은 인터랙티브 미디어의 큰 특징이다. 인터랙티브 미디어는 컴퓨터 환경에서 이루어지며 기존 미디어 간의 시공간적 한계를 넘는 자유로운 커뮤니케이션을 가능하게 하는 상호작용적이며 통합적인 미디어이다.[32]

32) 인터랙티브 미디어의 미래 융합과 혁신에 관한 연구/ 정충모/ 한양대학교 대학원/ 박사학위논문/ 2012/ p.4

2005년 5월 4일부터 2주간 인천 문학경기장 내에 있는 매소홀 전시장에서 누구나 재미있고 쉽게 즐길 수 있는, '미술이랑 놀기(PLAYING WITH ART)' 테마기획전이 열렸었다. 마음속에 호기심을 가지고 있는 사람이라면 누구나 재미를 가지고 쉽게 즐길 수 있는 미술전시이다. 전시장을 이동하면서 재미있는 'ART'와 'PLAYING'하는 시간을 가져볼 수 있는 시간이었던 전시는 '현대 미술과 놀이'를 주제로 다양한 유희적 공간을 연출하였다. 세 부분으로 구획된 매소홀 전시장은 공간Ⅰ-'그림자공간', 공간Ⅱ-'미술이랑 놀자', 공간Ⅲ-'3번방의 비밀'이라는 각기 다른 컨셉을 가지고 다양한 미술의 세계로 관람객을 인도한다.

<그림 17> 인터랙티브 영상 Face Cube/ 2010

공간Ⅰ,Ⅱ에서는 어린이 및 방문객들에게 미술을 보다 쉽게 접근할 수 있도록 배려하며 적극적으로 미술작품 속에 개입할 수 있는 기회를 제공한다. 공간Ⅲ은 이를 바탕으로 내용과 형식면에서 궁금증과 호기심을 발동시켜 새로운 체험이 가능하도록 한다. 각기 다른 컨셉을 가지고 기획되었던 전시장은 다양한 미술의 세계로 관객을 인도한다. 공간 1의 '그림자 공간' 참여 작가인 이상홍은 장난감 프라모델 조립식의 플라스틱을 이용하여 속이 비어있는 거대한 집을 제작했다. 그는 예상과는 전혀 다른 새로운 결과물을 만들어내어, 일반적인 규칙 속으로 자유롭고 다양한 사고의 과정을 개입시키면서 또 다른 이야기를 보여줬다.

공간Ⅱ에서는 본격적인 놀이가 시작된다. 작가 안현숙은 두 사람이 손벽치기 놀이를 하는 영상을 보여주고 관객의 참여를 유도하면서 영상과 참여를 통해 행위자들의 표정, 행위의 변화에서 힘의 관계의 미묘한 균형과 붕괴, 두 사람의 심리적 변화 등을 이야기하고자 했다. 송필은 관람객이 스위치를 누르면 점점 부풀어 올라 사람의 형상을 가지는 관객 참여형 작품으로, 순식간에 부풀어 오르다가 바람이 빠지는 현대사회의 유행을 친숙한 얼굴로 빗대어 우스꽝스럽게 표현했다.

공간Ⅲ은 더욱 새로운 체험 및 '탐험(Adventure)'이 가능하도록 한다. 전시공간

을 어둡게 구성하고 개별 작가의 작품을 설치하여 호기심이 발동하는 데로 이동하도록 유도했다. 작품은 과거와 미래로의 시간적 이동과 이색적 공간으로의 공간적 이동을 보여주는 작품, 동화나 소설(환타지) 등의 상황 혹은 등장인물, 우리들 삶의 풍경이나 모습에 대한 색다른 접근을 시도하는 작업이 주를 이루었다.

<그림 18> '미술이랑 놀기' 인천 매소홀 전시장

이 호기심을 충족시켜주는 전시회는 '미술이랑 놀기'라는 주제를 통해 딱딱하게 느껴졌던 미술작품 감상을 놀이를 통해 유희적 공간으로 만들어 재미를 형성해 기존의 엄숙하고 다소 지루하게만 느껴졌던 미술작품에 대한 권위와 거리감을 줄이게 하였다. 또한 관객 누구나가 유희적 공간 안에서 참여를 유도하게 하여 흥미와 호기심을 가지게 해주었다. 이것은 '디지털 시대의 영상문화'의 저자인 앤드류 달리(Andrew Darley)가 현재의 디지털 매체가 기존의 영상 예술을 해독과 해석의 체험으로부터 감각적, 놀이적 체험으로 바뀌고 있는 점에 주목한 것과 같다. 이처럼 공간에서 사용자의 사용을 유도하기 위해서는 공간에서의 즐거움을 이끌어야 했고 그 필요성 때문에 '유희적 공간'이 공간 연출 요소에 중요한 부분이 되면서 재밌는 의사소통의 장으로 변화하고 있다.

다. 비일상적 유희 공간

(1) 비일상적 유희 공간의 개념

유희자체는 즐겁고 재미있는 놀이 형태를 띤 개념이라고 앞서 설명한 바가 있다. 비일상적 유희공간의 개념을 설명하기 전에 비일상적 체험을 먼저 언급할 필요가 있다. 비일상적 체험은 현대 사람들의 체험 공간이 현실세계와는 다른 욕구실현을 구현할 수 있는 신비로운 체험을 말하는 데 이 비일상적인 체험을 일반 주거공간, 상업공간, 공공공간, 업무공간 등에 도입되면서 새로운 유희공간을 제공하는 것을 비일상적 유희공간이라고 하겠다.

<그림 19> 비일상적 유희 공간 개념

다시 정리하면 그림 34와 같다. 일상 공간 안에 비일상적인 체험 요소를 도입하게 되면 이 두 요소가 결합하여 비일상적인 유희 공간이 구성되고 이 공간 안의 사용자는 단순한 사용자가 아닌 참여자로서 비일상적인 체험의 기회를 얻고 그것을 체험함으로써 유희를 느끼며 공간은 또 다른 활력을 가지게 된다.

(2) 비일상적 유희공간의 고찰

유희는 일반적으로 어떤 행동을 동반하게 되고 그러한 행동들은 반드시 공간을 필요로 하게 된다. 따라서 유희에도 공간문제가 관여되는 것은 당연하다. 게다가 유희가 행동이라고 해도 그것은 언제나 자신이 신체를 움직이고 있는 것으로 한정하지는 않는다. 즉 마음이나 정서적 유희도 포함한다고 하겠다. 이는 감각적이고 감성적인 측면을 통한 심리적 유희와 만족까지 고려해야 함을 시사하는 것이다. 따라서 유희에 있어서 공간의 분위기가 중요하게 되며 이러한 분위기가 거기에 있는 사람들에게 강한 영향을 주게 된다. 이와 같이 공간에는 그 공간만의 특유한 기분이 충만하고 있으며 이는 인간화된 공간의 본질적인 속성이라 할 수 있

다. 이러한 의미에서 유희공간은 다양한 인간의 행위와 변화를 창조하고 수용할 수 있는 하나의 공간화 된 장소이어야 하며 동시에 시각적 형태로 표현되어지는 공간이어야 하는 것이다. 이곳에서는 다양한 전시나 퍼포먼스를 할 수 있는 공간과 휴식을 할 수 있는 공간이 필요하게 된다.[33]

<표 6> 유희형태와 본질

유희	아동의 상호 역동적 유희	성인의 유희형태와 의미
유희의 형태와 본질	· 끊임없이 갔다왔다함이 일상 · 탈중심적 위치를 갖는 것 · 만남 속에서 세계 속에서 자기를 위치 지움 · 이중성 · 객체와 일정한 거리를 유지함과 동시에 자신과의 일체감	· 일상적 현실로부터의 벗어남 · 만남의 매개방식에 의한 모험과 자유의 시간이 공존 · 구속으로부터의 해방과 자기 자신으로의 회귀 · 신체적 현재의 · 공동현존성의 발현

1) 공간 개념의 변화

공간은 시간과 함께 현재까지 끊이지 않고 야기되고 있으며, 디지털 사회의 영향으로 변화된 공간은 크게 두 가지 의미로 해석할 수 있다. 하나는 보이고 만질 수 있는 물리 공간, 또 다른 하나는 공간 내에서 이루어지는 보이지 않고 만질 수 없는 전자공간이다. 지금 공간은 사회적 혹은 산업적 필요에 의해 소극적이던 물리공간이 현대의 디지털 미디어 기술과 만나 활동적인 공간으로 인간의 새로운 활동영역으로 확장되기에 이르렀다.[34]

2) 통합적 놀이 환경

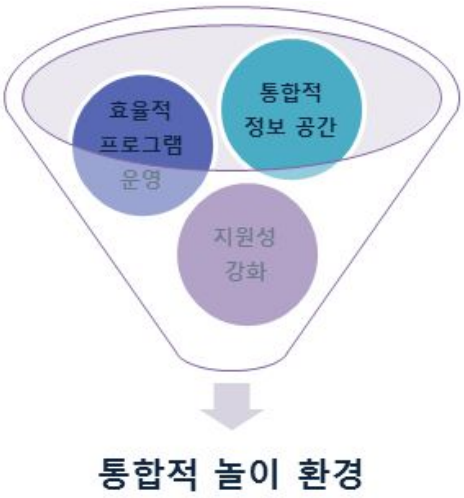
어린이들은 놀이를 통해 많은 것을 배운다. 놀이는 곧 학습이고 새로운 세계를 접하는 방식이며 성장 동력으로 작용한다. 아이들에게 경험은 절대적 판단 기준이 된다. 하지만 어린이와 관련된 시설을 살펴보면 사용 주체인 어린이가 아니라 시설 주체에 따라 크게 3가지로 구분 된다.

33) 실내구성에 있어서 공간체험의 연출에 관한 연구 - 극적 다 체험을 위한 비일상적 유희공간을 중심으로/ 조정현/ 홍익대학교 산업미술대학원/ 석사학위논문/ 2001/ p.105
34) 체험적 놀이환경 중심의 어린이 미디어테크 설계 연구 - 유희적 공간 디자인을 중심으로/ 박경선/ 경희대학교 건축대학원 건축학과/ 석사학위논문/ 2007/ p.8

보육원, 유치원, 학교시설과 같은 사회적 수요해결 공간과 동네 놀이터, 기타 주화적, 예술 심리적 안식처 역할을 하는 공간이 있다. 어린이의 생활과 행태에 맞추어진 효율적인 프로그램운영을 바탕으로 통합적인 학습, 놀이가 이루어지는 복합적 공간이 필요하다.[35]

첫째, 통합적 정보 공간이 필요하다.

사회 정보 시설은 그 기능에 따라 다양한 형태로 존재한다. 미술관, 박물관, 도서관은 각기기능이 명확히 구분되어 있어 이용 주체의 입장을 고려했을 때 통합된 형태의 정보 공간이 필요하다. 매체의 빠른 발전으로 새로운 양식의 정보들이 생성되고 있지만 유형의 틀을 구분 짓는 건물은 여전히 기존의 기능에 충실하여 무형의 정보를 자유로운 형태로 수용하지 못하고 있다.



<그림 20> 통합적 놀이 환경의 조건

둘째, 어린이를 주체로 한 효율적 프로그램의 운영이 필요하다.

어린이의 생활 주기와 행태를 반영한 효율적인 교육, 놀이 프로그램이 공간의 복합화와 함께 이루어져야 한다. 어린이가 주체적 입장에서 능동적인 탐구 활동을 하기 위해서 전제가 되어야 할 사항이다.

셋째. 지원성affordance을 강화하여야 한다.

지원성은 다기능성 다목적성을 포함하는 개념이다. 어린이는 주변의 어떤 것이든 흡수 하고 배운다. 선생님으로부터 배우기도 하지만 스스로 탐험을 통해 깨우치게 되는 경우가 많다.

미디어테크는 정보시설이기 이전에 아이들에게 물리적 탐험의 세계이다. 공간이 가지는 컨텐츠에 앞서 공간 본래의 물질적 기반의 성질이 아이들의 1차적 호기심을 유발한다.

35)체험적 놀이환경 중심의 어린이 미디어테크 설계 연구-유희적 공간 디자인을 중심으로/ 박경선/ 경희대학교 건축대학원 건축학과/ 석사학위논문/2007/ p.39

‘참여 공간’으로 작동하기 위해 유희적 특성으로부터 접근한 어린이 미디어테크는 아이들 뿐 아니라 어른을 위한 놀이공간이기도 하다. 능동적이며 적극적으로 참여하고 스스로 즐기며 배우고 교류하는 과정을 가능하게 함으로써 창조적 사용자(creative user)로써 지적활동을 돕고, 창조적 커뮤니케이션을 할 수 있는 통합적 놀이의 장으로 기능하게 된다.[36]

2. 유희적 영역의 연출

가. 공간에서 나타나는 유희적 디자인의 특성

<표 7>을 살펴보면 공간에서의 유희적 디자인을 형태의 자유로운 표현, 색채의 다양한 표현, 오브제 요소의 도입, 조명의 장식적인 표현, 체험적 요소의 도입으로

<표 7> 공간에서 나타나는 유희적 디자인의 특성

요소	표현	유희적 효과
형태	과장, 왜곡, 변형 확대, 단순화 비정형, 구상형	충격 · 의외의 효과로 주위의 환기, 낯설게 하기, 긴장감, 극적인 시각효과, 흥미유발, 즉각적인 인식 가능, 시각적 풍부함
색채	파스텔 톤, 자극적, 원색, 과다한 사용	유아적, 유치함, 시각적 풍부함, 환상적, 신선함, 밝고 경쾌함, 상상력 자극
오브제	과장, 왜곡, 변형, 확대, 단순화, 은유, 유추, 연상	놀라움, 신선한 충격. 긴장감, 재미, 해학적, 기능장애, 상징적 이미지, 흥미 유발
조명	과장, 과다한 사용, 색조명 사용	밝고 경쾌함, 현란함, 환상적 분위기, 비현실적, 흥미 유발
체험	놀이 요소 도입 체험적 공간 구성	생동감, 역동성, 기분전환, 동심의 세계, 체험에 있어서 즐거움

36) 체험적 놀이환경 중심의 어린이 미디어테크 설계 연구 - 유희적 공간 디자인을 중심으로/ 박경선/ 경희대학교 건축대학원 건축학과, 석사학위논문/ 2007/ p.70

하고 있으며 이것을 이수진(2003)의 연구[37]는 다음과 같이 정리하고 있다 .

공간에 체험적 요소를 도입하는 것은 즐거움이나 재미를 시각적이 아닌 직접적으로 체험할 수 있도록 유도하는 것이며, 공간에 들어갔을 때 이러한 요소는 생각지도 못했던 것에 대한 의외성의 효과로 작용하게 된다'고 한다. 이처럼 공간을 구성하는 연출요소는 공간을 이용하는 사용자에게 유희적 감정을 느끼게 하는 중요한 요소임을 알 수 있다.

나. 체험을 통한 유희적 영역의 연출

체험은 모든 일상생활의 바탕으로 인간은 공간과의 소통에서 체험을 통하여 자신의 존재를 확인하고 있다. 체험은 무엇인가에 대해 안다는 의미로 쓰이는 것에 대하여, 체험은 개별 인간에 있어서 지적인 것만이 아니라 정의적 요소도 포함한 의식 활동 전체의 상태를 가리키는 극히 주관적인 의미를 가지는 말이다. 인간은 공간과 상호작용하면서 그로부터 감각적인 경험을 하게 되는데, 디지털 기술의 발달로 인간이 받아들이는 전자 공간에서의 체험을 통한 감각반응은 실제 경험에서 나온 생생함에 있다고 할 수 있다.

Imaginary Forces의 제작감동이자 디자이너인 카린 홍(Karin Fong)은 오늘날 공간은 단순히 상업적이거나 거주하는 안식처 이상이 될 수 있다고 한다. 카린 홍의 설명에 따르면 어두운 극장이라는 공간 안에서 영화를 보는 행위는 프레임 하나하나에 빠져드는 경험을 창출하는데, 이러한 영화를 보는 행위가 체험디자인의 발판을 마련한 것이라고 한다.

일반적으로 우리는 우리의 몸을 움직임으로써 혹은 주변의 사물, 또는 그 외의 것들이 움직이는 것을 접함으로써 시간과 소리와 속도를 느낄 수 있다. 움직임은 인간의 체험구조이다. 움직임을 통한 시간과 공간의 지각은 인식자의 체험에 있으며 이러한 체험은 신체의 위치나 운동과 결합되어 있는 의식의 흐름으로 신체의 운동에 따라 신체의 위치하는 방향체계의 변화에 따른 새로운 체험의 연속으로 표현되어진다.[38]

---

37) 오피스 공간에서의 유희적 디자인 표현 특성에 관한 연구/ 이수진/ 건국대학교 디자인대학원/ 석사학위논문/ 2007/ p.65

38) 체험적 놀이환경 중심의 어린이 미디어테크 설계 연구 - 유희적 공간 디자인을 중심으

제3절 인간의 욕구와 감정

1. 인간의 정서[39]

인간의 마음을 전통적으로 감성적 요소와 이성적 요소로 나누는데 최근 뇌과학은 이런 전통적 구분을 이론적으로 뒷받침하고 있다. 뇌의 일부인 대뇌피질은 좌우 두 쪽으로 나뉘어 있는데 좌뇌가 주로 논리적 순차적 사고를 담당하고 우뇌가 감성적 수용과 반응 및 직관적 종합적 사고를 담당한다. 여자들은 공간지각력이 떨어지는데 이는 남성에 비해 우뇌가 덜 활성화 되어서 그렇다는 식의 논리는 바로 이런 뇌과학 연구에 의해 이루어진 것입니다.

하워드 가드너의 '다중지능 이론'은 인간의 다양한 정서를 어떻게 나눌 수 있는지 살펴보는 데 상당한 도움을 준다. 뇌과학의 발전으로 우리의 마음이 가슴이 아니라 뇌에서 일어나는 일종의 생리 화학 반응 현상임이 밝혀졌는데, 뇌파를 측정하여 뇌의 각 부위가 어떤 사고 활동과 관계가 있는지 상당한 부분 밝혀냈습니다. 다중지능 이론에 의하면 인간의 지능은 크게 음악적 지능, 신체 운동적 지능, 논리 수학적 지능, 언어적 지능, 공간적 지능, 대인관계 지능, 자기이해 지능, 자연탐구 지능 등 여덟 가지로 크게 나눴는데, 가드너의 다중지능 이론을 매슬로우의 욕구 5단계 가설과 함께 살펴보면 인간의 마음을 나누는 이론이 큰 차이 없이 서로 통한다는 것을 알 수 있다. [40]

정서와 사물 인류의 역사는 인간이 만들어낸 사물들을 통해 이해할 수 있다. 구석기 시대는 몇만년 이상 사용한 생경한 돌 도구인 타제석기로, 신석기 시대는 사용자의 디자인에 더 정확하고 편리한 확신을 준 마제석기로, 청동기와 철기시대

로/ 박경선/ 경희대학교 건축대학원 건축학과/ 석사학위논문/ 2007/ pp.13-14

39) http://blog.daum.net/2hansu/8848503

40) 정서적 디자인의 분석 : 도널드 A. 노먼의 디자인 심리학을 중심으로 = (An) analysis of the emotional desirn : focused on Donald A. Norman's design psychology/박연실/홍익대학교 /박사학위논문/2008/pp.8-10

는 금속을 재료로 주형한 금속기로 그 시대와 문화를 대표하였다. 그리고 근대는 생산적인 목적을 위해 물리적 사물을 탐구하는 과정에서 산업혁명과 원자시대로 전이하였다. 이렇게 인류의 진화는 인간과 인공물 사이에 교호작용(transaction)을 조건으로 이루어 왔다. 과거의 기억, 현재의 경험, 미래의 꿈은 인간의 환경을 포괄하면서 사물과 관련을 맺고 있다. 인간과 사물이 관계하는 이유는, 그 방법이 인간의 궁극적인 목표를 창조하는데 반영하며 또한 그러한 반영을 도와주는 도구로서의 역할을 하기 때문이다. '도구로서의 사물'은 인간을 교화하는 매개일 때 가장 중요한 역할을 한다. 이간의 궁극적 목표를 성취하고자 도와주는 사물은 사물 그 자체로 인간의 반영이자 정체성이기 때문이다. 때에 인간의 본성은 사물을 제작하고 사용한다는 점으로부터 설명할 수 있다. 인간과 상호작용(interact)하는 사물은 생존을 위한 단순한 도구에 그치는 것이 아니라, 더 안락하고 용이한 생존을 위한 것이다. 사물은 인간의 목표를 구현하기 위한 도구로서 재능을 가진 이가 일정한 의도를 갖고 만들어 낸다. 사용자도 또한 일정한 의도를 가지고 사물을 해석해 간다. 여기에서 '의도(intention)'는 디자인의 정의에서 빠져서는 안 될 핵심적인 용어로, 그 안에서 심적 활동(psychic activity)을 발견할 수 있다. 의도의 실현화인 디자인은 심적 에너지, 즉 주의력에 의존한다. 이는 의식적 행위로서 무의식과 상반되는 뚜렷한 이성(理性)의 작용이다. 디자인 행위는 의식적이고 이성적인 활동이라고 볼 수 있기 때문이다. 인간은 호머 사피엔스와 호머 루덴스뿐만 아니라, 사물의 제작자와 사용자인 호머 파베르[41]이며, 이는 상호작용하는 사물의 거대한 반영과 자아의 작용으로 설명할 수 있다. 사물은 자신의 제작자와 사용자간의 정서적이고 인지적인 교감을 찾아나간다. 미래학자들은 후기 산업사회에서는 이성보다는 정서의 역할이 더 비중을 차지할 것으로 예견한 바 있다. 이는 인간을 판단하는 척도가 모던 사회에서 중시했던 지능지수(IQ Intelligence Quotient)보다는 정서지수(EQ Emotion Quotient)가 중요해짐을 간파한 입장이다. 사실 현대인의 생활에서 정서는 더 할 나위 없이 중요해지고 있다. 원래 정서(emotion)의 어

41) 인간조건 /Hanna Arendt/이진우, 태정호/한길사/1996/p.192

원은 라틴어로 ‘움직이다’를 의미하는 ’movere’에 ‘~밖으로’를 의미하는 접두사 e가 붙은 것으로 행동으로 이어지는 뉘앙스를 함축하고 있다. 즉 이 단어는 ‘떠나다’혹은 ‘도망가다’라는 의미로 숲속에서 갑자기 나타난 야수를 피해 도망가는 것, 혹은 도망갈 수 있는 신체적 준비상태를 만들어 준다. 이렇게 정서란 본래 동물의 개체적 생존가치와 직결되어 있는 심리적 기제이다. 따라서 인간에게 있어서 정서란 사고(思考)이전에 우선 발동하는, 생존과 직결된 기제이며 행동으로 이어지는 동기적 속성을 갖고 있다. 정서의 이런 해석에서 유추할 수 있는 것은 정서가 동물과 인간에게 모두 있는 심리적 본능상태라는 점이다. 그리고 인간이 동물에서 진화도니 종으로 볼 때 정서는 뇌의 진화라는 관점에서 생리학적으로 접근할 수 있는 연구 주제라 할 수 있다. 이렇게 정서는 살아 움직이는 동물의 뇌에서 파생되는 활동이다. 정서가 살아 움직이는 생물에 적용되는 본능에 가까운 심리적 기제라면, 이러한 정서를 인간의 가장 원초적인 생존의 문제와 연관시키는 연구 방안을 모색할 수 있다. 그 중에서 특히 정서와 디자인을 관련시킨 ‘정서적 디자인’은 ‘기능성’ 적응의 문제로 이끌어 올 수 있다. 그런 연구에서 정서적 디자인의 방안에 따른 기본 틀을 설정할 수 있기 때문이다.

2. 동기를 가지는 인간의 감정

매슬로우는 인간의 욕망이 크게 생리 욕구(Physiological), 안전 욕구(Safety), 애정-관계 욕구(Love), 자아존중 욕구(Esteem), 자아실현 욕구(Self Actualization) 5단계로 나누고 전단계의 욕구가 충족되지 않으면 다음 단계를 욕망하지 않는다고 한다. 다중 지능 중 음악적 지능, 신체 운동적 지능, 공간적 지능 자연탐구 지능은 생리 욕구 안전 욕구를 충족시키기 위한 적응 과정에서 습득하는 지능이고 대인관계 지능은 애정 관계 욕구를 충족시키기 위해 계발한 지적 능력이라고 볼 수 있다. 따라서 인간의 심리를 살펴보는 여러 이론들이 사실은 인간이 자연과의 갈등 관계를 해결하기 위해 노력하는 과정에서 진화한 정신 심리적 적응기제를 분석한 것으로 대동소이하다는 것을 알 수 있다.

심리이론들이 서구 근대 과학의 대단한 성과로 보일 수가 있는데 그 내용을 살펴보면 동서고금이 본질적으로 크게 다르지 않다는 것을 알 수 있다. 불교의 五欲樂(食色睡財名-식욕, 성욕, 수면욕, 재물욕, 명예욕)도 매슬로우와 크게 다르지 않고 七情(喜怒哀樂愛惡欲) 또한 이런 욕망이 결핍되었을 때 일어나는 정서적 반응임을 알 수 있습니다. 너무 단순화 하는지 모르겠지만 기쁨과 성냄은 생리적 욕구와 안전 욕구가 충족되거나 결핍되었을 때의 심리적 반응이고 사랑과 미움은 관계-사랑의 욕구가 결핍되거나 충족되었을 때, 슬픔과 즐거움은 자아존중의 욕구 또는 자아실현의 욕구가 결핍되거나 충족되었을 때 생기는 마음이라고 볼 수 있는 것이다.

뇌 과학에서는 인간의 마음을 뇌세포 뉴런의 신경 전달 물질 분비 패턴이라고 본다. 인간이 어떤 상황에 부딪치면 그에 대처하기 위해 특정의 신체적 반응을 하게 되는데 뇌는 신속하면서 적절하게 신체적 반응을 유도하기 위해 특정의 신경전달물질 분비 패턴을 익히게 되고 나중에 유사한 상황에서 동일한 반응을 보이게 되는 것이다. 이렇게 자극 반응 패턴이 만들어지는데 상황이 복잡해짐에 따라 자극 반응 패턴도 점점 세분화된다고 할 수 있다. 그러므로 경험이 많을수록 감수성이 예민해지는 것이다. 감수성이 예민해진다는 것을 그냥 잘 느낀다는 의미로 이해하는 것은 적절치 않다. 예민하다는 말은 날카롭다는 의미를 갖고 있으니 '신경질적이다'는 의미로 생각하기 쉬운데 예술이 추구하는 것은 신경질적인 것이 아니다. 감수성이 예민하다는 것은 감정이 잘 분화되어서 감정의 작은 차이도 잘 느끼고 그에 걸맞게 반응을 한다는 의미로 이해해야 할 것이다.

감성적 욕구[42]

인간의 뇌는 기본적인 본능을 관리하는 원뇌와 일부 부분적인 감정과 약간의 지능을 담당하는 대뇌변연계, 그리고 인간을 만물의 영장으로 만드는 대뇌피질로

42) 행복한 공간문화(空間文化) 디자인을 위한 진화심리학적 고찰 연구 = (An) evolutionary psychological study for happy spatial culture design/윤일/홍익대학교/박사학위논문/2011/pp.33-34

구성되어 있고, 그 중 대뇌피질은 특히 인간과 동물의 뇌를 구분하는 중요한 수단이다. 이렇게 구성된 인간의 뇌는 좌우 2개로 나누어져 있다. 좌측 뇌는 일반적으로 언어나 논리적·산술적인 역할을 관장하고, 우측 뇌는 감성·창조를 관장하므로 우리는 좌측 뇌를 이성 뇌, 우측 뇌를 감성 뇌라고 부른다. 에이브레햄 매슬로는 자아실현 욕구라고 하여 자신의 재능과 잠재력을 충분히 발휘해서 자신이 이룰 수 있는 모든 것을 성취하려는 최고수준의 욕구를 제시하고 있다.

감성적 욕구에서 감성은 수동성을 내포한다는 점에서 인간의 한 유한성을 나타내지만, 인간과 세계를 잇는 원초적 유대로서 인간 생활의 기본적 영역을 열어 주는 역할을 한다. 이러한 감성적인 부분은 동물에게도 잘 나타나고 있다. 고양이들은 캐트닙(catnip, catmint: 박하류의 식물)을 상당히 좋아한다. 그 식물에는 네페탈락톤(nepetalactone)이라는 성분이 들어 있어 성적으로 흥분한 고양이의 오줌에 들어 있는 페로몬과 비슷한 물질이 들어있기 때문에 이 식물을 먹으면 앞에 있지도 않는 쥐들을 쫓아 다니며 앞발로 할퀴는 시늉을 한다.

이처럼 캐트닙을 먹은 고양이에게는 생존과 관련된 어떠한 가치도 없지만, 캐트닙은 고양이를 유혹하는 번식의 관점이 있다고 볼 수 있다. 또한 순록은 환각을 일으키는 광대버섯을 좋아하고, 코끼리들은 마룰라 나무에서 나오는 과일을 좋아한다. 이처럼 동물들에게 나타나는 현상은 인간에게도 나타나고 있는데, 어떠한 이익보다는 다른 이들에게 도움을 줌으로써 자신이 행복함을 느낄 때 뇌의 신경전달물질인 노르에피네프린(norepinephrine), 엔도르핀(endorphin)이 나와서 기분 좋은 감정을 만들어 준다.

현재의 문명 환경은 과학 발달로 우리의 생활에 많은 혜택과 즐거움을 주었다고 볼 수 있으나 행복한 마음을 지속시키기에는 한계가 있다. 도파민은 뇌신경 세포의 흥분전달 역할을 하는 것으로 즐거움을 증가시키는 역할을 하고 있으나 성장 과정을 통해 뇌의 도파민 생성이 줄어들고 있기 때문이다. 인간은 경험을 통해 다양한 것을 학습할 수 있기를 원하기 때문에 불확실한 것을 선호한다. 하지만, 현대인들은 삶의 환경을 능동적으로 개발하기보다는 수동적인 삶에 만족하는 삶을 살고 있다. 창조성보다는 세상과의 조화로 살아가는 것이 편하다고 생각하고 있으며, 새로운 것을 생각하는 것과 도전하는 것에 대해 두려워하거나 생각조차 하기 싫어하는 것이 현실이다.

이러한 환경에서 지속가능한 기쁨·희열·쾌락 등을 줄 수 있는 것은 오직 결과에 의존하지 않고 자연환경을 통해 문화를 향유하는 마음이라고 볼 수 있다.

심미정서란 인간이 미적 대상의 의미를 읽어내는 과정 속에서 일어나는 심리적 반응이다. 인간의 감정이나 판단의 변화를 수반하는 심미 정서는 미적 대상이 동일하더라도 미적 주체에 따라 다양하게 나타날 수 있다. 인간의 심미 정서의 양상은 그 다양성으로 인하여 객관적이고 보편적인 법칙을 세울 수 없지만, 인간에게 심미 정서가 일어나는 사실만큼은 부정할 수 없다.

일반적으로 20세기 초까지 정서는 감정(affect, feeling)과 동일한 것으로, 또는 혼용되어 사용되었다. 그러나 정서가 일종의 평가 작용을 내포한다는 사실 때문에 감정과 구별하는 것이 필요했다. 감정과는 달리 정서는 "대상을 가지고 있으며 대상에 대한 평가를 수반"한다(R. W. Hepburn, 1972: 484). 즉 나의 두려움은 a에 대한 두려움이고, 나의 분노는 b에 대한 분노이며, 나의 기쁨은 c에 대한 기쁨이라는 것이다. 내가 무엇인가 두렵다는 것은 나의 상황을 무엇인가로부터 회피해야 할 것으로 인식한다는 것이다. 그것은 인지적인요소가 정서 안에 포함되어 있다는 것을 의미한다. 다수의 심리학자들은 몇 가지의 대표적인 일차적 정서(primary emotion)를 상정하며, 그것들은 흥미, 즐거움, 놀라움, 공포, 분노, 걱정, 부끄러움, 만족, 혐오 등을 말한다. 정서는 어떤 문제의 상황에 직면해서 유쾌나 불쾌, 또는 이익이나 손해라는 관점에서 평가를 한다. 이러한 기초적인 평가활동 때문에 정서활동은 지적 활동과 불가분의 관계를 맺는다. 예를 들어 어떤 대상이 기쁨을 제공한다는 것은 그것이 나에게 좋은 것이라는 것을 의미하며, 이러한 기초적인 판단이 곧 평가 활동이라고 할 수 있다. 그러나 정서가 평가활동을 포함하고는 있지만, 그러한 평가활동은 이성적인 판단만큼 합리적이고 지속적인 판단이라고 볼 수 없고, 대상의 특성에 좌우되는 수동적인 특성을 가지고 있다. 신득렬(1990)은정서가 평가활동을 포함하고 있다는 사실 때문에 그것이 비록 수동적이고 비합리적인 것이긴 하지만 교육의 대상이 될 수 있음을 암시한다고 지적한다. 일반적으로 사람들은 데카르트적 이원론적 근거에서 감정이나 또는 정서와이성이 대립적인 관계에 있다고 생각하며, 이성이 정서를 관리해야 건전한 삶이 보장된다고 생각한다. 그래서 이성의 발달을 교육적 과업이라고 생각하는 경향이 있다. 그러나 R. S. 피터즈(R. S. Peters, 1972: 466)는 정서와 이성의 관계는 지배와 예

속의 관계가 아니라 상호 보완적인 관계이며, 정서가 인지와 평가의 한 형식을 내포하기 때문에 정서 역시 지적 활동의 일부라고 본다. 인지 과학의 입장에서 정서를 바라보는 마르틴 후베르트(Martin Hubert,2006/2007: 67) 역시 정서 작용과 이성적 사고는 순환 관계나 또는 상보적관계로 보지만, 그는 “정서가 더 주도적”으로 활동한다고 주장한다. 왜냐하면 인간은 어떤 상황에 직면하여 그것에 반응할 여러 가능성들이 존재하지만, 반응의 방향을 결정하는 데에 있어서 항상 주도적인 것은 이성적 판단이 아니라 정서적 판단이라는 것이다. 그러나 정서가 전적인 결정력을 갖는 것은 아니며, 더 수준 높은 지적인 사고의 작용으로 수정될 수 있으며, 지적 성장에 따라 판단작용이 변하게 되는 것이다. 그러므로 정서는 고도의 복잡한 상호작용들로 이루어지는 하나의 체계로 보아야 하며, 이성의 발달과 정서의 발달은 하나가 다른 하나를 지배하거나 주도하는 것이 아니라 상호 보완적인 관계에서 조화롭게 발달하는 것으로 간주된다. 정서에 대한 몇몇 이론에 따르면 복잡한 형태의 사회적 행동과 마찬가지로 정서도 체험을 통해서 획득된다.

(2) 미적 정서로서의 미적 쾌(aesthetic pleasure)

그러나 위에서 언급한 모든 정서적 특질들이 미학과 미적 체험에 대한 논의에서 미적인 것과 연관되는 것은 아니다. 다른 여타의 경험과 미적 체험이 구분되려면, 미적 체험에만 독특한 가치를 부여하는 무엇인가가 있어야 한다고 생각하는 것이 미학의 관점이다. 이러한 가치 중의 하나가 바로 미적 쾌 또는 미적 즐거움이다. 2장에서 검토한 흄, 칸트, 쇼펜하우어 등의 전통적인 정서지향적 이론가들은 예술의 가치가 미적 쾌나 즐거움과 연관된다고 생각했다. 왜냐하면 어떤 작품이 훌륭하다고 판단하는 것은 다른 어떤 유용함이나 이익을 제공하는 것이 아니라 그것이 감상자에게 즐거움을 제공하기 때문이라고 생각했기 때문이다. 여기에서 감상자의 체험의 질은 가장 일반적인 쾌적함이나 즐거움 외에도 무관심성과 연관된 쾌, 기쁨, 그리고 비어즐리와 같은 현대미학자들이 주장하는 해방감, 자유감, 감동, 전율, 흥분 등을 포함한다. 그리고 그 체험에 동반하는 정서적 성질들은 여타의 체험에서 느껴지는 정서적 성질과는 구별된다는 있다는 입장에 있다. 이 관점에서 미적 체험의 가치는 특별한 감정(feeling)이나 혹은 정서(affect)의 성취로 간주되며, 그러한 체험의 대표적인 특질이 미적 즐거움 또는 미적 쾌이다. 정서지향적 미적 체험은 역사적으로 가장 전통이 깊으면서 선호도가 높았던 미적 체

험의 설명방식이다. 이 접근법의 대표적인 이론가로는 2장에서 검토한 대부분의 이론가들을 포함한다. 흄(David Hume)은 예술에서 중요한 것은 우리가 거기서 끌어내는 쾌락이라고 주장했다. 칸트는 취미판단, 즉 미적체험이 무관심적 쾌를 얻기 위한 것이라고 보았으며, 쇼펜하우어는 미적 체험이 충족될 수 없는 의지의 자기욕망으로부터의 일시적인 일탈 혹은 해방을 유발하는 무관심적 쾌락을 제공한다고 보았다.

20세기의 형식주의자 클라이브 벨(Clive Bell, 1913)은 일상의 삶으로부터 벗어나 고양된 정서적 상태로서의 미적 정서를 제공한다고 보았고, 보다 최근의 이론가로 몬로 비어즐리(Monroe C. Beardsley, 1981)는 일상적 삶과 사건의 근심으로부터 벗어난 상태를 의미하는 자유감(felt freedom)을 주장하였다.

데이비드 페너(David Fenner,1996)는 미적 체험이 쾌(pleasure)에 대한 기대에 의해 발생하는 것으로, 제임스 앤더슨(James C. Anderson, 2000)은 2차적 쾌로 설명했고, 캔들 월튼(Kendall Walton, 1993)은 감동을 동반한 가치 있는 것으로서의 예술가의 성과에 대한 판단에서 발생한 2차적인 쾌로, 제롤드 레빈슨(Jerrold Levinson,1996)은 2차적, 반성적 반응으로서의 쾌로 설명한다. 일반적으로 감상자들은 미적 체험에서 얻는 중요한 가치가 쾌, 혹은 즐거움이라고 할 때, 그것은 일반적으로 맛있는 음식이나 우리의 눈을 유혹하는 매력적인 여인의 모습에서 느끼는 지각 차원의 쾌, 다른 말로 1차적 쾌, 또는 하위 수준의 쾌라고도 부르는 보통 관능적인 쾌락과는 무엇인가 구별되는 다른 종류의 쾌락임을 직관적으로 이해한 다칸트(Kant)는 우리가 미적 체험에서 취할 수 있는 미적 쾌를, 일반적으로 이해하는 그런 관능적인 쾌락과는 범주적으로 다른 종류의 쾌로 분류한 최초의 이론가이다. 그의 관점에서 미적 체험은 넓은 의미의 쾌(pleasure)를 유발하는 경험이다. 칸트는 모든 미적 판단들이 쾌에 초점이 맞추어져 있으며, 쾌란 객관적인 세계의 성질이기보다는 오히려 감상자 개인의 주관적 성질이라고 생각했다. 칸트는 세 가지 종류의 쾌 또는 즐거움이 있다고 주장했다. 첫 번째 즐거움은 단순한 감각적 즐거움으로서 우리의 지각적, 육체적 욕구를 충족시킬 때 느낄 수 있는 즐거움이다. 우리가 기대했던 맛있는 음식을 먹으면서, 음식의 향기에서 느끼는 즐거움이 이에 해당될 수 있다. 그리고 우리가 디트리히 피셔 디스카우(Dietrich Fischer-Dieskau, 1925-)가 부르는 요한 제바스티안 바흐(Johann Sebastian

Bach, 1685-1750)의 칸타타 82번 '나는 만족 하나이다'(Ich habe genug, BWV 82)를 작품에 대한 이해 없이 들으면서도 그 곡에서 즐거움을 느낀다면, 이는 감각적인 쾌이다. 감각적인 쾌를 1차적 쾌, 또는 기초적인 쾌라고 말하는 이유는 여기에는 어떠한 인식작용도 개입되지 않기 때문이다. 두 번째 즐거움은 인식적(좁은 의미의 인지) 즐거움으로, 우리의 생각이나 믿음과의 연관에서 오는 즐거움이다. 이것은 감각적인 쾌와 구별하기 위한 "믿음체계(belief mechanism)가 요구된다."(Matravers, 2003: 159)

예를 들어, 사람들은 어떤 젊은이가 맹인이 횡단보도를 건너는 것을 도와주는 것을 보고, 우리가 사는 세상의 사람들은 선하다는 믿음을 갖게 되고, 그러한 판단에 의해서 즐거움을 느낀다면 그것은 인식적인 즐거움이다. 세 번째 종류의 즐거움은 미적 쾌(aesthetic pleasure)로 현재의 기준에서 미술작품의 감상에서 얻을 수 있는 즐거움이다. 오종환(2007)에 의하면, 미적 쾌는 전자의 두 가지 쾌의 성질들이 선별적으로 혼합되어 이해가 쉽지 않다. 미적 쾌는 작품의 현상적 속성을 수용하고 생각하면서 즐거워한다. 여기서 현상적 속성이란 감각적인 것으로 감각과 지각의 구별을 전제하고 있다. 인지적 내용을 포함하는 지각과 달리 감각은 우리의 시각에 제공된 외계의 대상을 파악하면서 어떠한 인지적 내용도 배제된 상태를 의미한다. 즉 우리가 어떤 형태와 색채를 보고 무엇인지 모른다면 그것은 감각의 상태이고, 그 상이 나무라든지 또는 꽃이라는 개념을 떠올리면서본다면 지각의 상태인 것이다. 평상시에 시각은 감각이 작동하는 일이 거의 없지만, 추상화를 감상하는 경우와 같이 우리가 단지 그림을 구성하고 있는 그림 표면의 형태와 그 색깔만을 보고 감상한다면 감각의 상태에 있는 것이다. 현상적 속성을 감각한다는 것은, 미적 쾌를 두 번째 종류의 쾌인 인지적 즐거움과 구별하기 위하여 그 인지적 내용을 배제하는 수단인 것이다. 그렇지만 감각적 즐거움과 구분되기 위해서 미적 쾌는 특정한 조건을 필요로 한다. 즉, 미적 쾌는 생각(思考)을 포함하긴 하지만 생각의 내용 즉, 나무라는 개념, 꽃이라는 개념을 갖지 않는다는 것이다. 미적 쾌는 생각의 형식에 의해 유발되기에 단순한 감각적 쾌와 구별되며, 또한 인지적 쾌는 그 생각의 내용, 즉 개념에 의해 유발된다는 점에서 미적 쾌와 구별된다. 여기에서 생각의 형식이란 생각의 내용이 배제된 상태로서 어떠한 개념도 개입하지 않은 어떤 인지적인 상태이다. 칸트는 이를 대상의 형식적 현상이라고 부

르며, 무관심적으로 대상을 볼 때 우리는 대상의 형식적 현상을 파악하게 되며, 이 때 우리의 인식능력인 오성과 상상력이 자유롭게 유희를 하기에 우리가 미적 쾌를 느끼게 된다고 한다.

칸트의 이론에서 형식주의적 기준은 클라이브 벨(Clive Bell), 몬로 비어즐리(Monroe Beardsley) 등에 의해서 서로 다른 방식으로 수용되었다.

벨에 의하면, 그의 널리 알려진 "의미 있는 형식"(significant form)이 미술의 특성을 규정한다. 의미 있는 형식이라는 예술의 개념을 제안하면서 벨은 미적 체험이 의미 있는 형식에 대한 반응의 결과라고 주장했다. 즉, 사람들이미적 체험을 경험하려면 선, 색, 형태와 같은 형식적 요소와 구성에 반응해야 한다는 것이다. 벨은 대상의 의미 있는 형식에 대한 관조와 체험으로부터 즐거운 미적 정서가 발생한다고 주장했다. 즉 "의미 있는 형식의 가치는 그 가미적 정서라고 부른 특별한 종류의 쾌(pleasure)를 제공"하는데 있다(Robert Stecker, 2003: 312). 벨의 이러한 주장은 미술의 형식적 측면에 몰입하는 사람들은 세계의 모든 그 자체의 의미와 더불어 그 자신을 발견할 수 있는 것처럼 말한다. 이러한 의미의 미적 정서는 우리의 현실적 삶의 의미와는 관계가 없는 현실 초월적인 독특한 정서의 세계를 보여준다. 그는 다음과 같이 미적정서를 말한다.

미술작품에서 재현되는 요소는 유해한 것일 수도 있고 유해하지 않은 것일 수도 있다. 다만 항상 그것은 부적절할 뿐이다. 왜냐하면, 미술작품을 감상하기 위해 우리는 삶으로부터 어떤 것도 끌어와야 할 필요가 없으며, 그것이 지닌 사상이나 그것과 관련된 사건들을 알 필요도 없고, 그것이 전달해주는 감정을 익히 알 필요도 없다. 미술은 우리를 인간 활동의 세계로부터 미적인 기쁨의 세계로 인도한다. 잠시 동안 우리는 인간의 관심사로부터 분리되고, 우리의 기대감과 기억들은 감금되며, 삶의 흐름 위로 떠오른다(H. Gene.Blocker, 1979: 151에서 재인용).

어떤 측면에서 보면 미술의 재현의 요소들이 미술을 구성하는 결정적인 구조적 속성들로부터 사람들의 주의를 잘못 이끄는 경우도 있겠지만, 벨의 문제는 모든 재현적 요소들을 부적절한 것으로 보았다는데 있다. 우리의 삶과 분리된 독특한 미적 정서가 있다는 벨의 주장 역시 예술과 삶 사이의 완전한 분리이기보다는 삶과의 연관성 속에서 파악되어야 한다는 이론가들에 의해 비판의 대상이 되기도 했다. 그가 "독특한 미적 정서로 구별한 것 역시 삶의 정서의 독특하고 강렬한 형

식"으로 이해되어야 한다(Earle J. Coleman, 1983:193).

칸트에게서 형식주의적 기준을 이어받은 벨의 이론이 형식적 특성을 배타적으로 강조하였다면, 비어즐리(Monroe C. Beardsley)의 미적 이론은 정서 지향적 체험의 특징과 형식과 미적 속성을 강조하는 내용 지향적 체험의 특징을 동시에 지니는 양태를 하고 있다. 그의 미적 체험의 정서 지향적 특징은 미적체험에 대한 그의 정의에 잘 드러나 있다. 그는 미적 체험을 다음과 같이 정의했다.

우리의 체험은 특별히 요약하거나 서술하기 어려운 방식으로 남겨진다는 것을 발견한다. 그것은 수용된 사물 외부의 문제에 대한 근심으로부터의 해방감을, 실제적인 목적으로부터 분리됨에도 불구하고 강렬한 정서를, 탐구력을 구사하는 기쁨을, 자아의 통합과 그것의 체험을 획득한다. 체험이 이런 특성들 가운데 일부 혹은 전부를 가졌을 때, 그것은 미적 특징을 가진 것이거나, 또는 간단히 말해서, 그것이 '미적 체험'이라고 말한다(Beardsley, 1983: 21; Beardsley, 2004: 58에 재수록). 비어즐리(Beardsley, 2004: 58)는 또 미적 체험의 관점에서 미술작품에 대한 정의를 다음과 같이 제안한다. "미술작품은 미적 관심을 만족시킬 의도를 가지고 제작된 어떤 것"이다. 그는 미술이 많은 가치를 가지고 있지만 그런 가치들 중 미적 가치라는 특별한 가치를 가지고 있으며, 미적 가치가 미술작품에 고유한 가치가 된다는 생각했다. 즉 그에게서 미술작품은 미적 가치에 의해 미술작품으로 규정되는 대상이다. 그리고 여기에서 비어즐리가 말하는 미술의 미적 가치란 그 대상이 "미적 기쁨(aesthetic gratification)을 제공할 능력(capacity)으로 인해 갖게 되는 가치"(Beardsley, 1982a: 21)이다. 즉, 미술작품이 미적 가치를 가지고 있다는 것은 미술작품이 감상자에게 미적 기쁨을 제공할 무엇인가를 지니고 있다는 의미이다.

여기에서 비어즐리는 미적 가치의 근거를 '미적 기쁨'(aesthetic gratification)에 두고 있을 뿐만 아니라 미적 가치를 대상의 능력(capacity)으로 설명하고 있다. 그리고 "한 대상이 소유한 미적 가치의 양은 그 대상의 경험에 제공할 수 있는 미적 기쁨의 함수"(Beardsley, 1982a: 23)라고 말함으로써 미적 기쁨을 제공할 가능성이 많으면 많을수록 더 많은 미적 가치를 지닌 미술작품이 될 뿐만 아니라, 미적 기쁨이 미술작품의 평가의 기준이 됨을 의미한다. 여기에서 비어즐리는 미적체험에서 감상자의 심리적 반응을 지시하던 미적 쾌(aesthetic pleasure)나 미적 만족

(aesthetic satisfaction)이란 용어를 사용하지 않고, 대신 미적 기쁨(aesthetic gratification) 또는 미적 즐거움(enjoyment)이라는 용어를 사용한다.

그는 미적 기쁨 또는 미적 즐거움이란 미술작품을 감상할 때 그 작품으로부터 공포를 느끼기도 하고, 혼란이나 슬픔을 느끼기도 하지만, 그 작품에 대한감상이 끝난 후에 결국 그 작품을 즐겼다고 말하는 것이 이상하지 않다는 의미에서 '미적 기쁨'을 사용하는 것이 가능하다고 주장한다(Beardsley, 1982b).

요약하면, 비어즐리에게서 미술작품에 대한 미적 체험은 감상자들이 작품의 형식적 속성이나 그것들의 관계, 디자인이 유발하는 기쁨이나 즐거움을 수용하는 것이다. 그리고 이때 발생하는 기쁨이나 즐거움이 곧 미적 체험의 가치가 된다.[43)]

제4절 소결

공공공간은 건축의 공공성이 나타나는 구체적 범위로서 일반적으로 공공공간은 그 소유와 이용의 주체가 공공인 물리적 공간 영역을 의미하였다. 오늘날의 공간에서 공공은 국가나 사회의 여러 사람과 관계된다는 확대된 의미로서 해석 할 수 있다.

공공디자인을 공공을 위한 디자인으로서 일부의 특정한 집단을 위해서가 아닌 국가나 사회의 모든 구성원을 위한 것으로서 물리적 행위만을 의미할 뿐 아니라 정신적, 문화적, 공공적 의식을 강조하였다. 사회는 공공디자인은 태도와 규범 안에 주입하려고 하고 있으며 인간적 삶에 대한 자세를 기본으로 타인과 사회에 대한 진보된 품위와 배려, 공공의식에 초점을 두고 있다. 따라서 일차원적인 대상으로 공간을 이용하는 것이 아니라 체험적인 공간으로서 인간의 활동을 바탕으로 한 의미를 가지도록 디자인해야 한다. 모든 공간은 공간의 정체성을 연결시켜 줄 수 있는 일상적 체험 요소를 가지기에 이 요소를 적절하게 제공하여야 공간의 목

43)미적 체험의 이론적 고찰을 통해 본 미술 교육적 함의 = A Study on Art Educational Implication through Theoretical Approach of Aesthetic Experience/홍기태/한국교원대학교 대학원/박사학위논문/2010/pp.54-56

적과 기능에 맞게 공간은 최상의 체험을 제공할 수 있다. 현대는 인간의 유희적 욕구가 넓어짐에 따라서 공간이 더 이상 일상적인 체험만을 제공할 수는 없었고 이는 발전되어 비일상적이고 비현실적인 극적 요소들을 접목하여 색다른 유희를 제공하는 공간의 형성을 이루게 되었다. 유희적 요소를 공공공간에 반영하여야 대중과의 적극적인 소통으로 감성적이고 경험적인 관계를 확장시켜 정신적인 즐거움을 유발할 수 있다. 유희는 일반적으로 어떤 행동을 동반하며 그러한 행동들은 반드시 공간을 필요로 하게 된다. 이는 곧 감각적인 측면을 통한 심리적 유희와 만족까지 고려하여야 함을 의미함과 동시에 유희에 있어서의 공간의 역할이 중요함을 보여준다. 공간은 공간만의 특성이 충만하기에 유희공간은 다양한 인간의 행위와 변화를 창조하고 수용할 수 있는 하나의 공간화 된 장소 이어야하고 유희적 역할을 할 수 있는 공간이 필요함을 알 수 있다.

제3장. 유희적 영역의 연출 요소 분석

공간 디자인은 인간이 거주하고 이동하는 모든 삶의 공간을 창조하고 구축하는 공간적 문제해결의 과정이다. 모든 생물 유기체와 같이 인간은 생리적으로나 육체적으로 쾌적(amenity)의 상태를 지향하는 본능적 경향을 갖는다. 나아가 인간은 그러한 상태를 넘어 관념적으로 상락(常樂)을 추구하는 존재이기도 하기 때문에, 공간디자인은 인간을 에워싸는 환경을 '인간-환경'이라는 양자의 관계성 위에서 얻어지는 제 요소를 재창조, 재구성하여 질서와 조화를 이루어내는 것을 그 목표로 삼는다. 공간 디자인은 건축물의 내부공간과 외부 공간을 대상으로 하되, 그들을 전일적(全一的)관점에서 공간간의 상호 관입(貫入)과 유동(流動)을 신중히 고려한다. 공간디자인은 공간이용자의 요구조건을 밝히고, 규모를 산정하며, 자원을 배치하는 프로그래밍 과정과, 공간을 미적 기능적으로 조직화하고 인간화하며 사회문화적 맥락을 갖게 하는 디자인과정을 포괄한다.[44]

공간 디자인은 주어진 공간 내에서 인간의 합목적적인 '지각-인지-반응'을 유도하는 체계적 활동이며, 물질로 이루어진 각종의 장치물(setting)을 통해 인간의 행태(behavior)를 지원하는 계획적인 과정이다.[45]

공간 디자인은 인간을 에워싼 모든 요소들과 인간과의 조화로운 관계를 꾀하지만 조화롭지 않더라도 눈에 보이는 아름다움이 아니더라도, 공간연출자의 연출을 통하여 어떠한 상황이나 상태를 총지휘하여 효과적인 결과를 만들어 낸다면 그것은 공간연출이라 한다. 그러나 유희적 공간 연출은 사용자의 공간에서의 즐거움을 필요로 하기 때문에 단순히 공간연출자의 연출이 아닌 재미있고, 친근감 있는 사용자와의 즐거운 의사소통의 장으로서 다양한 유희적 공간 연출의 요소를 알아볼 수 있다.

---

44) 공간디자인 16講/ 권영걸 /2001/ p.20
45) 공간디자인 16講/ 권영걸 /2001/ p.21

제1절 감각 요소를 위한 연출기법

감각의 사전적 의미는 '감각이란 ① 눈, 코, 귀, 혀, 살갗을 통하여 바깥의 어떤 자극을 알아차림. ② 사물에서 받은 인상이나 느낌' 이다. 심리학에서는 '감각'이라는 것은 '생활자체의 내부 혹은 외부로부터의 자극에 의해 즉시 그리고 직접적으로 유발되어지는 의식내용'을 가리키고 있다. 이것은 언어와 소리 이외의 커뮤니케이션 수단으로 인간과 공간이 새로운 방법으로 커뮤니케이션 할 수 있는 기능성을 보여주고 있다.

1. 시각적 연출방법

시각은 가장 우선적이고 보편적인 감각기관으로, 시각적 자극을 받지 않는 공간은 없다. 인간의 대부분 활동은 시각과 관련되어 있으며 눈을 통해 지각하여 시각적 경험을 통한 놀이를 할 수 있게 해준다.

빛은 사물의 존재를 밝혀주고 사물의 형상, 방향, 위치 성질 등을 설명하며 사물과 사물의 간격을 느끼게 한다. 빛의 밝고 어두운 세기의 변화에 따라 공간의 깊이감을 표현해주는 성질과 조명의 위치에 따라 공간의 변화감을 주는 성질이 있다. 빛의 위치는 공간에 영향을 미친다. 정면에서 비추어진 조명은 사물의 형태만을 나타내주므로 공간과 사물의 구분이 희미해져서 공간자체가 하나의 발광체로 된다. 측면에서 비추어지는 조명은 사물의 입체감을 충분히 전해주며 그에 따라 생기는 그림자와 반사광은 공간의 명확한 방향을 제시한다. 아래쪽에서 비추어진 조명은 광원의 방향으로 좁혀져 들어오는 듯한 공간의 느낌과 엄숙하고 기이한 느낌을 보여준다. 사물의 뒤쪽에서 비추어진 조명은 통일되지 않은 공간을 제시해준다.[46]

46)繪畵藝術 空間에 빛이 미치는 影響에 관한 硏究 : 서양회화사의 맥락과 해석을 중심으로 / 임종연/ 대구대학교 미술대학원 디자인과/ 박사학위논문/ 2005/ 30p

<그림 21> UGC 멀티플랙스-시네-시떼

루에디 바우어(Ruedi Baur)는 빛을 활용한 시각적인 혹은 비시각적인 유희를 시도하였다. 빛은 사물의 형태나 음영을 확실하게 보여주거나 어떤 것을 인상적으로 보이게 하고, 특정 공간을 분위기 있는 공간으로 만드는 목적에 사용한다. 그는 이러한 빛의 성질을 고려하여 딱딱하고 관료적인 공간의 분위기를 쇄신하기도 하며, 도시 야경에 새로운 활기를 제공하고, 빛과 유사한 컬러 매치를 통해 인공적인 채광효과를 만든다.

<그림 22> 보스턴 공원

또한, 보스턴 공원은 역사적 건물과 신축 건물간의 조화를 도모하고, 물에 반영되는 역사적 건물의 경외감을 표현하기 위해 광장의 대부분을 수경공간으로 만들어 시각적인 유희적 공간을 연출하였다. 이는 휴게 공간에 수경시설을 설치해 청

량감을 주게 하고 거리에 활기를 주는 독특한 형태의 건물 파사드와 스테인리스를 이용하여 모던한 분위기를 연출하였다.

2. 촉각적 연출방법

촉각은 오감 중 가장 즉각적인 감각이며 또한 우리 감각의 역사에서 가장 오래된 필수불가결한 신체지각요소이다. 신체의 감각기관을 보면 인간이 시각과 청각을 통한 받아들이는 정보가 전폭적인 것 같아도 신체 여러 부분을 통한 촉각정보에 더 많이 노출되어 있다. 일반적으로 촉각은 일차적인 감각이며, 복합감각인 촉감, 질감(재료의 성격, 재질감, 감촉)에 기여하는 가장 중요한 요소 중 하나라고 말할 수 있다.[47]

<그림 23> 터칭아트 갤러리

스탠다드 차타드은행이 세계 시력의 날을 맞아 'Seeing is Believing' 캠페인 활동의 일환으로 열게 된 '터칭 아트 갤러리'는 '시각장애인들을 위한 전시회'로 촉각책 뿐 아니라 특별 제작된 촉각 이미지들이 전시되어 있어 그림의 모습을 손으로 만지며 느낄 수 있다.

47) CGI 3D 입체영상에서 질감(Texture)이 시각적 촉각성에 미치는 지각 영향에 관한 연구 / 이한석/ 동국대학교 영상대학원/ 멀티미디어학과/ 박사학위논문/ 2010/ p38

3. 청각적 연출방법

청각은 인간의 귀로 들어와 소리로서 지각되는 모든 음으로 자연적인 외부의 소리를 적용하고 이동경로에서 나타나는 소리들을 들으며 경험을 할 수 있게 한다. 청각은 시각과 같이 다양하고 복잡하며 낮음 음에서부터 날카로운 호각의 높은 음까지 예민하게 인간은 식별할 수 있다. 귀는 외부세계에서 많은 소리의 자극들이 존재하며, 모든 자극에 반응하고 모든 자극을 식별할 수 있기 때문에 청각을 이용해 공간과의 상호작용을 유도한 공간 연출을 할 수 있다.

<그림 24> 장애아동 유아놀이 체험실 아이도담터

실로암시각장애인복지관이 시각장애인 아동과 지역사회 아동이 함께 어울려 놀 수 있는 놀이터인 '아이마루'를 만들었다. 이 아이마루는 아이들이 신나고 안전하게 뛰어 놀 수 있는 공간으로 공을 넣으면 소리가 나는 놀이 체험실과 발로 밟으면 연주할 수 있는 피아노실 등을 통해 청각적인 요소를 통한 유희적 공간을 만들었다.

제2절 유희적 영역에서의 색채 요소

인간은 외계(外界)를 색과 형태에 의해서 지각하는 데 이러한 시각 활동에 있어 가장 중요한 원천은 빛이다. 이러한 빛을 뇌에 전달하는 감각기관이 바로 '눈 '이다. 눈은 빛의 강약과 파장을 감지하는 기관으로 단순히 명암만을 감지하는 것에서 부터 빛의 방향을 알아내고 물체의 상을 인지하는 등의 다양한 기능을 하며(전현철 2001, 14), 주위의 물체들에 의해 숨어버릴 물체들을 탐지하는 것을 도와줄 뿐만 아니라 물체를 재인하는 것을 도와준다. (Tanaka 1993)

색채는 시지각의 일종으로서 물리학적으로 빛이 인간의 감각기관을 통해 생기는 주관적인 감각의 세계이다(최영훈 1985, 6). 색채가 본질적으로 중요한 것은 단순히 시각적인 전달뿐만 아니라 그 색채가 인간의 감성적인 감각과 일치하기 때문이다. 색채는 시각을 통하여 하나의 감정을 일으키는 심리적 현상이다.

즉, 인간은 광범위한 감각적 투입을 능동적으로 이용하여 분류하고 범주화하는 것이다. 시각의 큰 장점은 그것이 고도로 명료한 매체일 뿐만 아니라 그 세계는 외계의 물체와 사건들에 대해 무한대의 풍부한 정보를 제공해 주는데 있다. 따라서 시각은 사고의 일차적 매체이며 자기가 기록하는 자료에 개념적 질서를 부여한다. 그러므로 능동적 수행이 진정한 의미의 시지각이며, 시지각은 시각적 사고이다. 따라서 시지각의 대상이 되는 색채는 인간의 사고, 행동에 매우 중요한 역할을 한다. (Arnheim2004, 36-38).

일상생활에서 감지되는 색채는 대부분 지각에 해당되며, 색채지각을 좌우하는 여러 요인들이 있겠으나 중요한 것은 인간이 색을 지각하는 심리적 현상이다 .

색은 인간의 감성과 지각작용에 직접적으로 영향을 미친다. 예를 들면 따뜻하거나 차가운 느낌을 주는 진출색과 후퇴색 등을 들 수 있다. 빨간색은 가까워 보이고 파란색은 멀어 보이며, 따뜻한 색으로 채색된 상자는 시원한 느낌의 색으로 채색된 같은 무게의 상자보다 더 무겁게 느껴지고, 빨간색으로 조명한 방보다 파란색으로 조명한 방에서 시간이 더 빨리 흐르는 듯한 느낌이 드는 것 등을 들 수 있다. 난색 계통이나 채도가 높은 색은 인간의 감정을 흥분시키고 한색계통이나 채도가 낮은 색은 감정을 진정 시킨다.

색채는 상징적 의미와 특수한 심리적 효과로 주의를 끈다. 색채는 식별할 수 있

는 힘과 기억되는 힘을 가지고 있어 형태보다도 용이하게 지각 된다(배성미 1986,19). 이러한 색채의 특성은 사회적으로 중요한 기능을 하며, 형태의 판별이 불가능한 경우라도 분명히 파악되어 자극을 주고 무의식 속으로 전달되어 행동을 유도하기도 한다.[48]

도시를 아름답게 하는 요소에는 형태, 색채, 재료 등 여러 가지가 있겠지만, 그 중 가장 효과적인 것은 색채이다. 특히 시·지각에 의해 받아들여지는 정보의 80% 이상을 차지하고 있으며 그 중에서도 시각적, 감성적으로 강한 반응을 일으키게 하는 것이 색채라고 할 수 있다. 우리는 태어나는 순간 색을 보며 생활 속에서 다양한 색을 접하고 있다. 색이 항상 존재했기에, 그 중요성을 크게 의식하는 경우는 많지 않을지도 모른다. 하지만 색이 사라지고, 흑과 백과 남게 되면 색이 얼마나 중요한지 알 수 있다.[49]

예를 들어 우리는 색을 통해 계절감의 변화를 알기도 하고, 색을 통해서 채소나 육류 등의 식품의 신선도나 상태를 구별하기도 한다. 그리고 색을 통해서 규칙과 같은 의미를 정립하기도 한다.

또한 색은 기능적인 측면뿐 만 아니라 감성적인 측면에도 영향을 주기도 한다. 빨간색은 따뜻함과 강렬함 그리고 정렬적인 에너지의 감정을 느끼게 하고 주황색은 상큼함과 따스함 그리고 활동적임을 느끼게 한다. 노랑색은 유쾌하고 발랄한 느낌을 받게 하며 녹색은 자연적인 색으로 안정감과 마음의 진정을 갖게 하여 편안함을 느끼게 한다. 또한 파란색은 차분함 혹은 서늘함을 느끼게 한다.

각각의 색은 개성이 존재하지만, 이들의 색을 무질서 하게 배색한다면 촌스럽고, 혼란스러워 스트레스를 받는다. 반면에 색들이 질서가 내재되어 있다면 그 대상으로부터 조화로운 아름다움을 느낄 수 있을 것이다. 조화로운 색은 사물의 아름다움이나 쾌적성을 좌우하는 힘을 가지고 있다. 가장 이상적인 조화롭고 아름다운 대상은 자연이다. 자연을 이루는 요소는 셀 수 없이 많지만 복잡하게 보이지 않다. 자연이 아름답다는 것은 인간의 능력으로는 감히 모방할 수 없는 그 속에 매우 정밀한 고도의 질서체계가 존재하기 때문이다. 가장 자연에 근접할 때 우리

48) 입체영상에서 지각공간의 재구성에 관한 연구 : 지각구성요소가 시각적 주의에 미치는 영향을 중심으로 / 박진희/ 연세대학교 커뮤니케이션대학원 : 영상커뮤니케이션/ 2008/ 박사학위논문/ pp.40-41

49) 컬러 코디네이터의 실제 환경색채/ 도쿄상공회의소/ (주)휴앤즈/ 2007/ p10

는 조화로운 아름다움에 감동을 받는다. 하지만 우리는 도시 환경을 이루는 건축물의 외장에 자연의 색을 무시한 채 무질서하게 사용하고 있다. 사적인 영역이지만, 결코 사적인 것이 될 수 없는 건축물의 외장이나 간판에 착색을 할 때 주목성을 높이기 위해 형광과 네온사인을 남용하여 수많은 색들은 전쟁을 하고 있다.

일상 속에서 우리의 눈은 항상 다양하게 전개되는 공간의 변화에 노출되어 있고 그러한 변화에 대해 끊임없이 시각적 안정을 추구한다. 정보의 숲에서 건물을 도배 하다시피 한 상업 간판, 행사를 알리는 현수막, 무질서한 색채 도시공간에서 해방되고 통일되는 순간은 고요한 어둠과 눈이 덮여 자연의 깊은 섭리를 느끼는 순간, 평온한 상태가 된다.[50]

<그림 25> 서울 색 공원

서울색공원은 마포대교 교각과 둔치 사이의 하부공간에 색을 주제로 조성된 시민공원으로 서울시 색채 환경 개선 및 고유한 도시 이미지 형성을 위해 개발한 서울색을 공공 공간에 적용하여 한강을 찾는 시민들에게 휴식공간과 동시에 일상적 디자인 체험의 기회를 제공한. 이 공원은 한강의 물결을 형상화 한 서울색 조형물과 서울 대표색 10을 활용한 서울색 바코드 및 벤치 등이 설치되어 있고, 고공 시설물은 거리에 통합되어 쾌적해 보이도록 기와 진회색과 돌담회색 등을 적용하고, 가로에서 눈에 잘 보여야 하는 것은 단청 빨간색, 꽃담황토색, 남산초록색 등과 그 계열색을 적용해 가로경관의 이미지를 개선했다.

50) 공공디자인강좌/ 김은진/ 가인디자인랩/ 2009년 4월 1일/ pp.287-288

1. 공간에서의 색의 속성

색의 속성은 크게 세 가지로 나눌 수 있다. 그 하나는 빛의 파장 자체를 나타내는 것으로 '색상 (Hue)'이고, 두 번째는 밝고 어두운 정도를 나타내는 '명도 (Value)' 세 번째는 색 파장의 순수한 정도를 나타내는 '채도 (Saturation)'이다.

눈에 닿는 빛의 서로 다른 파장의 길이는 서로 다른 색깔로 지각된다. (신명희 2000, 14). 빛의 스펙트럼에서 보이는 7가지의 색 외에 미묘한 파장의 변화에 따라 무수히 많은 색들이 생겨나는데, 이처럼 시감각에 따라 식별되는 색을 구별하기 위한 색채의 통칭을 '색상'이라 한다. 이와 같이 색상에 대한 감각의 변화는 둥글게 반복되는 순환성이 있기 때문에 색상을 둥글게 나열한 것을 색상환이라 하고, 색채를 체계화시키기 위한 가장 일반적인 방법으로 쓰인다.(Miller 1996, 157) 색의 밝고 어두운 정도를 '명도'라 하며 무채색과 유채색은 모두 명도를 가진다. 흰색과 검정 사이에 명도가 각기 다른 여러 회색들을 배치하는데 각 회색들이 균등하게 변하도록 배치한 것을 명도단계라 한다. 명도단계는 무채색을 11단계로 구분하여 모든 색상들의 명도를 구분하는 기준으로 삼는다. 보통 색의 밝기에 따라 흰색에 가까운 밝은 단계는 고명도, 그 다음이 중명도, 검정에 가까운 어두운 단계를 저명도로 구분한다. 인간의 눈은 색의 3속성 중에서 명도에 대해 가장 예민하며 그 다음이 색상 , 채도의 순서이다 (Miller 1996, 163-164).색의 맑은 정도 , 즉 얼마나 맑고 탁한지를 가리키는 색의 순도 또는 포화도를 '채도 '라고 하며 색의 선명도라든가 색의 강하고 약한 정도를 뜻하기도 한다. 색 중에서 깨끗한 색감을 지닌 고채도의 색을 '청색(맑은 색)'이라 하며, 주로 원색을 비롯한 색상환의 기본색들이 여기에 속한다. 반면 흰색이나 검정을 섞어 본래의 색보다 순도가 떨어진 저채도의 색을 '명청색 '혹은 '암청색'이라 한다.

색 에너지는 색이 가지는 미학적 힘을 말하며 색상, 명도, 채도와 채색면적, 그리고 전경색과 배경색의 상대적인 대비 등에 따라 달라진다. 채도는 색 에너지를 결정하는 주요 요소이며, 같은 채도의 경우 난색계의 고파장인 빨강색이 한색계의 저파장인 파랑색보다 더 큰 색 에너지를 가진다. 무채색도 명암의 대비가 큰 배경과 대비될 때는 색 에너지가 크게 느껴지며 채색 면적이 클수록 색 에너지가 더 크게 느껴진다(문창호 2006, 68). 그리고 저명도보다 고명도가 더 큰 색 에너지

를 가진다.

시각은 선택성을 띄기 때문에 영상을 제작함에 있어 색채효과를 충분히 인식하는 것은 중요하다(남호정 외 2003, 39). 색 에너지가 갖는 시지각적 특성에 의한 효과는 주의를 집중시켜 강조하고 공간의 시각효과로 방향성과 연속성을 부여하며, 공간을 리듬감 있게 구성하며 시각적 흐름의 순서를 유도한다. 또한 물체가 어떤 배경이나 환경에 놓여 졌는지, 인접한 색채가 무엇인지에 따라 더 커 보이거나 작아 보이기도 하며 형태가 더 돌출되어 보이거나 후퇴되어 보이기도 한다. 이는 색채가 서로 상호작용하여 영향을 받기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 위에서 살펴본 색채지각의 이론적 근거를 토대로 공간에서의 연출에 있어서 표현되는 기본색채를 색의 3속성 등에 의거하여 유희적 공간에 미치는 영향과 함께 그 연출에 있어서의 다양성을 살펴보고자 한다.[51]

가. 즐거움을 주는 색상(色相, Hue)[52]

우리는 일반적으로 색의 이름으로 수많은 색을 구별한다. 예를 들면 빨강, 주황, 초록, 노랑, 파랑, 남, 보라 등 무지개에서 보이는 빛의 순서에 따라 크게 구별하지만 이 밖에도 빛의 파장에 따라 우리가 느끼는 색의 식별은 무수히 많다. 이처럼 감각에 따라 식별되는 색의 종별, 즉 색채를 구별하기 위해 필요한 색채의 명칭을 색상이라고 한다.

<그림 26> Merida Factory Youth Movement

성질이 비슷하다고 느껴지는 색을 순서대로 배열해보면 적, 주황, 황, 황록, 녹, 청록, 청, 청자, 자, 적자와 같이 되어 다시 적으로 되돌아온다.

51) 입체영상에서 지각공간의 재구성에 관한 연구 : 지각구성요소가 시각적 주의에 미치는 영향을 중심으로 / 박진희/ 연세대학교 커뮤니케이션대학원 : 영상커뮤니케이션/ 박사학위논문/ 2008/ pp.41-43

52) 디자인을 위한 색채/ 김학성/ 조형사/ 200년 2월 7일/ pp.46-48

이와 같이 색상에 대한 감각의 변화는 순환적이라고 말하며, 이처럼 색상을 둥글게 나열한 것을 색상환(色相環) 또는 색환(色環)이라고 부른다.

이 색상환은 순환에 의하여 무리 없는 질서를 갖춘 것이며, 이렇게 만든 순색에 의한 색상환은 색상거리를 균등하게 분배하여 학자에 따라 여러 가지 형태의 색상환으로 색채 질서를 만들었다.

나. 공간에서의 명도(明渡, Lightness)

위의 색채 혼합 예에서 적색에 흑색과 백색을 가하여 벽돌색과 핑크색을 만들었다. 이는 적색이란 색상에 대하여 핑크색은 더 밝은 색이며, 벽돌색은 적색에 대하여 더 어두운 색이란 것을 알 수 있다. 이처럼 다른 색상끼리도 이러한 밝음을 비교할 수 있다. 비교된 두 색상 중에서 빛의 반사끼리도 이러한 밝음을 비교할 수 있다. 비교된 두 색상 중에서 빛의 반사율이 높은 쪽이 밝은 것이다.

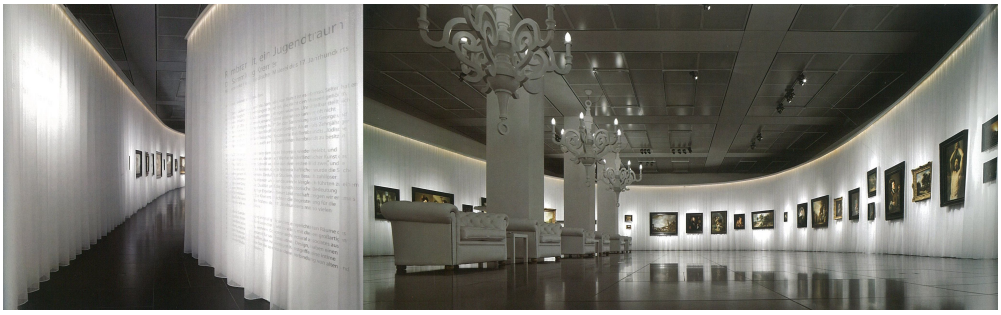
이처럼 색상끼리의 명암상태, 색채의 밝기를 나타내는 성질, 이러한 밝음의 감각을 척도화(尺度化)한 것을 명도라고 한다.

백색을 가하여 만든 밝은 색은 명도가 높다고 하며 백색을 가하면 가할수록 명도가 높아지는 것이다. 그와는 반대로 흑색은 가하면 명도는 낮아지는 것이다.

그러므로 백색에 가까울수록 명도는 높다고 할 수 있다. 명도가 가장 높은 색은 백색이고, 가장 낮은 색은 흑색이다.

가장 희색과 가장검은색을 양 끝단에 놓고 그 사이에 명도차를 감각적 척도에 따라 균일하게 몇 단계의 무채색 순으로 나타낸 색견본을 무채색 스케일 또는 그레이 스케일이라고 하며 명도의 기준 척도로 사용된다. 이 그레이 스케일 물체색의 표준만이 아니라 사진·TV·인쇄 등의 명도 상태를 검토하는 테스트 용으로 이용되는 것이다.

<그림 27> A Notary's Office



<그림 28> Exhibition "Renbrant, Ein Jugendtraum"

다. 공간에서의 채도(彩度, chroma)

위의 색채혼합 예에서 적색에 백색과 흑색을 가하여 핑크색과 벽돌색을 만들었을 때 핑크색과 벽돌색은 적색량의 비율은 낮아지고 붉은 맛은 줄어든 것이다. 이처럼 적색은 순색을 잃고 점점 흐리거나 탁해진 것이다. 핑크색은 백색에 의하여 명도는 높아졌지만 순색의 정도는 낮아진 것이다. 이렇게 색의 순수한 정도 색채의 포화상태 색채의 강약을 나타내는 성질을 채도 또는 포화도라고 한다.

색은 순색에 가까울수록 채도가 높으며, 다른 색상을 가하면 채도가 낮아진다. 따라서 색채혼합을 할 때 여러 색을 섞으면 섞은 만큼 채도는 낮아지는 것이다. 감법 혼색에서 3원색을 혼색하면 검정색이 되는 것처럼 색채의 여러 색상을 많이

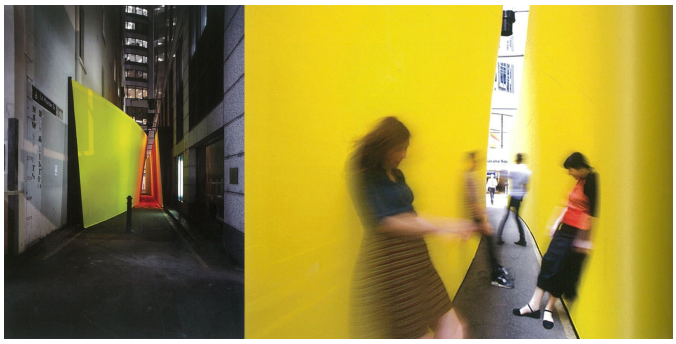
<그림 29> Covered Pedestrian Crossing

혼색할수록 그 색채는 무채색으로 변한다. 결국 가장 낮은 채도는 무채색이라 하겠다.

채도가 0인 무채색을 색상환 중심에 두고 이 무채색 축을 기점으로 하여 각 색상의 순색방향인 방사상으로 퍼져 나아가는 것이다.

라. 색입체를 통한 공간[53]

색의 3속성인 색상·명도·채도를 색상은 원으로 명도는 직선으로 채도는 방사선으로 각기 배열할 수 있다. 이처럼 색을 3속성에 의하여 3차원의 공간 속에 정리할 수 있다. 이를 배열하면 명도 순서로 된 축과 일치하게 올라가면 고명도가 되도록 하고 아래로 내려가면 저명도가 되도록 하고, 채도는 무채색 축에 들어가면 저채도, 바깥둘레로 나오면 고채도가 되도록 한 것을 말한다.



<그림 30> Meeting Place

이와 같이 색의 3 속성을 3차원 공간에다 계통적으로 배열한 것을 색입체라고 한다. 모든 색체는 이 색 입체 속에 포함된다.

색 입체를 무채색 축을 중심으로 수직으로 자르면 무채색 축 좌우에 보색 관계

53) 디자인을 위한 색채/ 김학성/ 조형사/ 2001년 2월 7일/ p.49

를 가진 두 가지의 동일한 색상 면이 보일 것이다. 이 동일한 색상 면은 위로 갈수록 명도가 높고 아래로 갈수록 명도가 낮게 보인다. 또 색은 외부로 나아갈수록 채도는 높아진다. 색 입체에 의하여 색의 계통적인 분류가 용이하며 색채를 조직적으로 생각하는데도 도움이 된다. 색상·명도·채도 이 세 가지 속성에 따라 색을 계통적으로 다루면 어떠한 색도 이 세 가지 속성을 나타내는 기호로 나타낼 수 있다.

오스트발트의 색입체는 수직, 수평의 배치를 가지고 있는 먼셀의 색입체와는 달리 정삼각 구도의 사선배치로 이루어져 전체적으로 쌍원추체의 형태로 구성되어 있다. 색삼각형의 세 꼭지점 중 아래쪽에는 검정, 윗 쪽에는 흰색, 수평방향의 끝에는 순색이 위치하며, 각 변이 8등분으로 나뉘어져 교차되는 면에 각 색이 위치하게 된다. 축이 되는 무채색 계열을 제외하면 각 색상과 관련된 색은 삼각형 내에서 모두 28단계의 변화가 있게 된다.

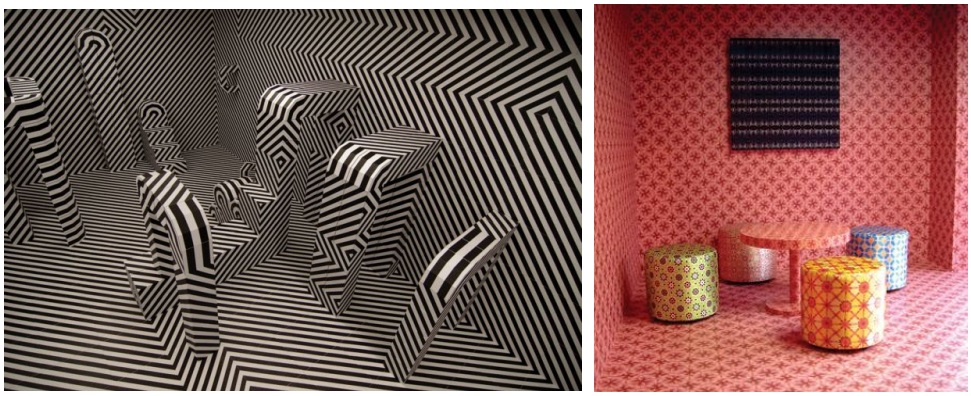
오스트발트의 색입체는 보색을 중심으로 배치하였기 때문에 색상이 등간격으로 분포하지는 않는다. 실제로 순색은 색상마다 명도가 다른데, 모든 색상의 순색이 삼각형이 꼭지점에 위치하고 있어 색입체 상에서 동일한 높이에 위치하고 있다. 따라서 각 색상의 흰색량과 검정색량이 같은 위치에 있을 때 채도는 같으나 명도에는 차이가 있는 것이다.

고양 어울림누리 어울림미술관은 '색x예술x체험'전을 열었다. 이 전시는 색입체를 이용한 유희적 영역을 잘 표현하였다.

조형예술의 기본 요소인 '색'을 소재로 색의 공간에 들어가 보는 전시로, 단순히 벽면의 그림 감상이 아닌 입체적 예술 공간을 체험할 수 있도록 구성했다.

전시장은 아트놈, 서은애, 홍지연, 황은화, 이중근, 김용관 작가가 '전통의 현대화' '공간의 재발견' '일상의 창조'라는 세 가지 테마로 꾸몄다.

각 공간은 색과 패턴이 강조된 체험 활동 위주다. 아트놈·서은애·홍지연은 오방색과 문양을 바탕으로 작업했고, 황은화는 동그란 무늬로 3차원 공간을 2차원 평면으로 연출했다. 김용관은 검정과 흰색 평행선으로 시각적 혼란의 공간을 만들었다. 색을 입체 공간 작품으로 풀어냈다.



<그림 31> '색x예술x체험' 전시

'색x예술x체험'전은 '색(色, Color)'을 소재로 '색의 공간에 들어가 보는' 특별한 전시로 단순히 벽면의 그림 감상이 아닌, 입체적 예술 공간을 체험할 수 있는 감각적인 전시다. 시각만이 아닌 온 몸을 통해 색채감을 느껴볼 수 있는 색이 공간에서 살아 있는 전시를 의미한다. 벽 전체가 하나의 캔버스가 되고 공간 전체가 작품이 되는 전시장으로 관람객이 직접 들어가 볼 수 있어 호기심과 상상력을 유발시킨다. 특히 감상을 넘어 예술 공간을 체험할 수 있어 온 몸으로 느끼는 감각적인 전시라고 볼 수 있다.

1층과 2층 공간으로 이루어진 전시장은 '색과 무늬'라는 주제로 작가 6명의 독립적인 방에 '전통의 현대화', '공간의 재발견', '일상의 창조' 라는 세 가지 테마로 구성된다.

2. 공간에서의 색채 지각[54]

공간에서의 지각은 시각에 의해 받아들여지는 정보가 큰 비중을 차지하고 있으며, 시각적, 정서적으로 강한 반응을 일으키게 하는 것은 색채라고 할 수 있다. 이러한 색채는 인간과 상호작용을 하며 인간의 행위와 심리의 변화를 유발하는 지

54) 공간디자인에서 색채 대비에 의한 시지각적 연속성에 관한 연구 / 이영주, 이정교/ 한국공간디자인학회논문집/ 2010/ p.96

원성(affordance)을 갖고 있다. 루돌프 아른하임(R Arnheeim)은 시각언어 중에서도 색채는 형태보다 앞선 단계에서 인간의 의식과 무의식에 영향을 미치는 요소이며, 형태보다 더 감정, 또는 정서에 영향을 준다고 하였다. 따라서 효과적인 공간지각을 형성하기 위해서는 공간체험자의 행태를 지원해 줄 수 있는 색채 사용이 필수적이라고 할 수 있다.

<그림 32> 라데팡스 업무용 빌딩

공간에서 색의 지각은 이동을 통해 지각되는 장면을 자연스럽게 연결해주어 질서를 형성한다. 즉 색채는 연속적 공간 이미지를 위한 매개체 역할을 한다고 볼 수 있다. 공간 연출에 있어 다양한 색상과 통의 사용은 공간 흐름에 질서감과 규칙을 제공하고, 단조로운 공간에 변화와 자극을 줌으로써 시각적인 공간의 연속적 효과를 얻을 수 있다. 또한 색에 의한 강한 자극은 인간이 눈을 끄는 주목적인 성질이 있어 공간의 시각이동에 집중도와 중요도를 제공하여 시각의 흐름을 의도적으로 유도할 수 있다.

네덜란드에 위치한 라데팡스(La Defense) 빌딩의 외벽은 여라 색깔을 입힌 얇은 금속판이 유리 판넬로 덮여있어 다양한 색을 제공한다. 공간에 방향성을 제공함과 동시에 햇빛이 비치는 각도나 보는 각도에 따라 유리 판넬에 서로 다른 색이 반사되어 공간의 집중도를 부여한 건물이다. 이와 같이 색채는 복합적인 공간에 자극에 의한 방향설정을 도움으로써 체험자의 공간인지에 영향을 준다. 이처럼 공간에서의 색채연출은 체험자의 행태에 직접적인 영향을 미칠 수 있으므로 고려되어야 하는 부분이라고 하라 수 있다. 특히 시지각은 단순한 색채의 변화보다는 강한 대비를 잘 감지하는 특징이 있으며, 대비되는 색채의 사용은 주의를 집중시켜 강조시킴으로서 의도된 공간의 방향으로 초점을 맞추어 이동을 유발시킴으로서 공간에 방향성과 연속적 효과를 부여한다. 따라서 공간에서의 다양한 색채연출 중 색채 대비에 대해 살펴보고자 한다.

3. 공간에서의 색채 대비[55]

색채는 제 각기 독특한 고유의 성질을 가지고 있지만 다른 색채와의 관계에 의해 다양하게 지각된다. 어떤 색채가 다른 색채의 영향을 받아 본래의 색채와는 다른 색채로 보이는 현상을 '색채대비'라고 한다.

공간에서는 다양한 색채 대비를 통해 긴장감과 통일감 있는 공간을 연출한다. 이러한 대비 효과에 의해 체험자들은 공간 내에서 힘의 긴장감을 느끼게 되며 긴장이 해소되는 방향으로 시선이 이동하게 된다.

시선의 유도는 공간에 중심적 성격을 갖게 하여 공간 파악에 중요한 역할을 하게 된다. 또한 대비의 강약을 이용하여 움직임의 속도를 조절함으로써 공간에 생동감과 활력을 불어 일으킬 수 있으며, 공간과 구조에 입체감을 전달하여, 공간지각에 있어 정보 전달에 영향을 줄 수 있다. 색상과 색조가 반대이며 확실하고 강한 대비연충은 공간에서 동적이고 극적인 연출을 가능하게 한다. 반대로 대비성이 약하고 차이가 적은 색채 구성은 공간의 정보전달 역할에 어려움을 주고 명쾌한 공간인식을 전해주지 못한다. 이러한 색채대비는 본래의 색채가 갖는 성질과는 다르게 나타나는 현상이므로 색채간의 영향관계인 대비 이론을 이해하는 것은 중요하다. 요하네스 이튼(Johannes Itten)의 '색채의 예술(The Art of Color)'에서 색채대비를 색상대비, 명도대비, 한난대비, 보색대비, 도시대비, 채도대비, 면적대비의 7가지 대비로 분류하였다. 그 중 색상대비, 명도대비, 보색대비의 세 가지 이론을 중심으로 공간에서의 색채대비를 설명하고자 한다.

가. 색상대비를 통한 공간

두 가지 이상의 배색에서 각각의 색채를 단독으로 볼 때보다 색상의 차이가 더욱 크게 느껴지는 경우를 색상대비라고 한다.

일정한 색이 인접한 색의 영향을 받아 색상이 달라져 보이는 현상으로서 보색이 아닌 색상을 배색시켜 보면 서로 상대편 색의 보색방향으로 변해버린다.

---

55) 공간디자인에서 색채 대비에 의한 시지각적 연속성에 관한 연구 / 이영주, 이정교/ 한국공간디자인학회논문집/ 2010/ p.96

즉, 색상환에서 서로 인접해 있는 색은 서로 밀어내는 경향이 강하기 때문에 서로 색상 차지가 크게 보이게 된다. 색상대비는 색상환에서 서로 거리가 멀수록 약하게 나타난다. 자주색을 빨간색 바탕에 놓으면 빨간색의 보색인 청록색의 잔상이 자주색에 영향을 주어서 보라색으로 기울어 보인다.

<그림 33> 애월초등학교

색상대비는 일차색일 때 가장 강하게 나타나며 색상대비가 강하게 연출된 공간은 시각적 자극이 강하기 때문에 시선집중 효과와 함께 결정적이고 단호한 느낌, 생명력이 넘치는 힘을 갖게 된다.

'아이들의 꿈과 희망의 색'이라는 주제로 제주도 애월읍 하가리에 있는 애월초등학교 더럭분교를 꾸몄다. 단조로운 색의 분교가 알록달록 색채를 입으면서 아이들에게 즐거운 색채 경험을 제공해 꿈과 동심의 세계를 선사하는 모습을 보여준다. 색채지리학의 창시자인 색채 전문가 장 필립 랑클로와 함께 서울 동작대교 아래를 화사한 색채로 꾸미는 첫 번째 작업을 진행했다. 200여미터 길이의 99개 철교 기둥에 태양의 스펙트럼에서 착안한 다채로운 색을 입혀 회색빛 도시 공간에 활기를 부여했다.

나. 명도대비를 통한 공간

명도가 다른 두 색채를 대비시키면 서로의 영향으로 밝은 색채는 더욱 밝게 느껴지고 어두운 색채는 더욱 어둡게 느껴지는 현상을 '명도대비'라고 말한다. 우리의 감각은 색상, 명도, 채도대비 중 명도대비에 가장 민감하게 반응하는 특징이 있다. 공간에서 명도대비가 강할수록 선명하고 명쾌한 느낌을 주며, 약하면 불확실해 보이는 느낌을 준다. 시각기관은 빛이 있는 곳에서만 활동을 할 수 있고, 빛은 물체에 밝은 부분과 어두운 부분을 만들기 때문에 우리는 명암에 의해 사물의 형태와 크기, 위치 등을 식별하게 된다. 명도대비가 가장 효과적으로 사용된 예는

우리나라의 수묵화에서 찾아볼 수 있다.

담묵과 채색공간은 꽃 또는 자연물이 표현된 공간으로 현대인들이 각박한 삶 속에서 여유를 느낄 수 있는 공간으로서의 의미를 갖는다. 그리고 꽃 또는 자연물은 자연스러움과 소박함을 특징으로 표현하였다. 현대는 풍요의 시대이나, 현대인들의 삶은 메마르고, 이기적이며, 매우 치열하다. 이에 현대인들은 삶의 속도를 늦추고 타인과 조화를 이루는 여유가 필요하다 할 것이다. 여유에 대한 갈망은 이미 어제 오늘의 일이 아니며, 조선시대 산수화가 유행하게 된 것도 이와 관련성을 갖는다. 조선시대 성리학의 전체주의적 경향이 백성들의 일상을 좌우하는 도덕규범이 되면서 개인의 자유를 억압하는 측면이 발생하였다.

아레츠(Wiel Arets)가 디자인한 위트레흐트 도서관(Utrecht University Library)은 이러한 명도대비를 잘 보여주는 공공공간으로 100석의 도서관, 강당, 카페와 주차장으로 구성되었다. 외관은 단순한 두 개의 상자모양으로 도서관 부분이 상대적으로 높고, 사각형이다. 내부 공용공간에는 아레츠(Wiel Arets)가 '하늘의 구름'이라고 부른 공간 두 개가 두께 40cm, 길이 36m의 벽체로 매달려 있다.

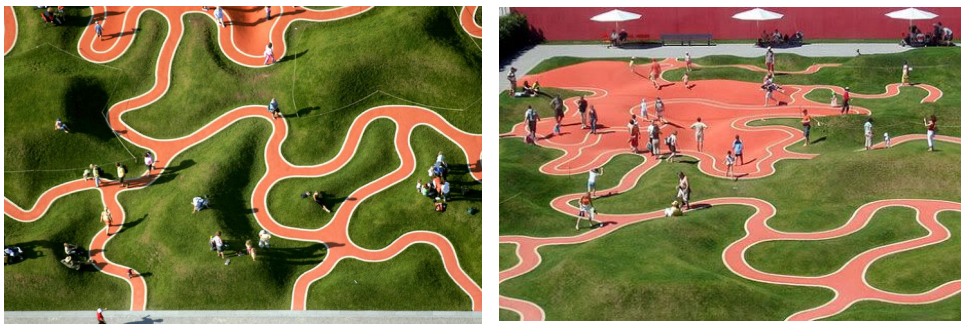
검은 색 콘크리트 판넬과 유리에 대나무 패턴의 실크스크린이 반복되는 피복은 투명과 불투명으로 섞이면서 건물 안에 주는 효과가 도서관에 필요한 채광효과를 준다. 이는 명도대비를 통한 빛을 통해 눈부심을 주지 않고 책을 볼 수 있도록 하는 기능을 준다. 단순하고도 추상적인 구조로 이루어졌지만 엄숙한 분위기를 연출한다.

다. 보색대비를 통한 공간

보색대비는 색상환에서 서로 대칭되는 위치에 있는 색상을 가리킨다. 대비계획으로도 불리는 보색 계획은 일반적으로 생동감 있고 활동적으로 느껴지지만 보색이 거의 같은 수준의 높은 강도로 사용된다면 불쾌하고 부조화를 일으킬 수도 있다. 보색을 사용했을 때 성공적으로 보이는 경우는 보색의 짝 중 하나의 색은 낮은 강도로 넓은 면적에 두고 다른 하나는 더 높은 강도로 제한된 면적에 두는 것이다. 때때로 보색 대비의 부조화는 각 기본적인 한 쌍의 색상에 다른 색을 약간 첨가하여 중성화시킴으로써 감소된다. 전형적인 대비로 넓은 면적의 옅은 녹색에

작은 면적의 밝은 빨강과 같이 사용될 수 있다. 일반적으로 보색 계획은 자주 쓰인다. 각 색상은 균형을 이루고 시각적 심리학적 만족을 제공하고 안정을 준다.

강도가 높은 보색의 짝은 흔히 한정된 시간 동안만 보는 작은 면적들로 제한한다.[56] 국기 보색관계에서는 서로의 색을 방해하지 않고 가장 순수하고 생기 있게 느낄 수 있도록 하는 효과가 있다. 또한 정반대의 색상끼리 배색되었을 때 각각의 두 색 사이의 성질이 더욱 강하게 지각되어 공간에 주목성을 줄 수 있으며, 높은 선명성이 발휘된다. 보통 1차색의 보색의 연출은 공간에서 안정되게 보이며 조화롭게 느껴지는 특징이 있다.



<그림 34> BUGA 05 정원

대부분의 놀이터는 그네와 램프, 슬라이드 등 다양한 기구들로 채워져 있으나, 이 놀이터는 두 개의 재료와 색으로만 되어 있다. 타탄재료와 잔디이다. 타탄의 붉은색과 잔디의 푸른색이 보색의 대비를 이루어 생동감을 느끼게 해준다. 이 놀이터는 뮌헨의 BUGA Garden Show의 일환으로 만들어졌다. 이 놀이터에서 어린이들이 마음껏 뛰어 노는 모습을 볼 수 있다.

56) 인테리어 디자인과 색채 /John F. pile/유근향/미진사/2002/ p.67

제3절 유희적 영역에 표현된 물리적 요소

호기심과 주의력을 끄는 물리적 구성요소의 선택적 수용을 통한 점진적인 지각 과정은 시선 축을 형성하고, 이를 통해 체험자의 움직임이 일어나게 된다. 공간에서 시선축이란 시선의 이동경로로 작용하는 것을 의미하며 형태 내부에 존재하고 있는 힘의 작용에 의해 이루어진다.[57] 축은 그 자체의 형성만으로도 운동을 유발하며 방향성 긴장요소가 될 수 있기 때문에 물리적 요소의 다양한 연출을 통해 연속성 있는 공간을 만들 수 있다. 공간이 가지는 중심, 방향성, 깊이라는 특성은 시선 축에 의한 장치로 이와 같은 요소를 가진 공간을 더욱 다양하게 만들 수 있다.[58] 다시 말하면 공간의 중심성, 방향성, 깊이라는 요소가 존재할 때 시선축 형성은 방향성 긴장에 의한 연속적 공간 체험을 유도하는 것을 표현한다.

1. 유희적 영역에서의 공간의 중심성

공간체험자는 공간 내의 역학적 관계에 따라 자신의 위치를 옮기게 되고, 마침내는 하나의 특별한 장면을 제공하는 곳에 자신의 위치를 정하게 되는 이곳이 공간에 있어서의 중심이 된다. 공간에서 시선을 강하게 자극하는 오브제 등의 연출은 체험자에게 지각에 의한 시각적인 초점을 만들게 함으로서 공간의 흐름을 유도한다. 따라서 공간의 중심은 시각적으로 극적인 장면을 지각하게 되는 장소를 의미한다.[59] 쉽게 말하면 공간의 중심은 서로 다른 측면에서 바라보았을 때 시각적인 차이가 극적으로 나타나는 곳으로서 그러한 특별한 장면을 제공하는 곳이 바로 공간의 중심성이 된다는 것이다.

---

57) 현대건축을 구성 체계와 본질에 관한 연구/이일영/홍익대학교/박사학위논문/ 1991/ p.67
58)시지각적 이론에 의한 워터프론트 공간의 특성에 관한 연구/ 김천명/ 동아대학교/ 석사학위논문/ 2003/ p33
59) 게슈탈트 지각법칙에 의한 공간디자인의 시지각적 연속성에 관한 연구/ 이영주, 이정교, 한국공간디자인학회논문집제 5권 3호/ 2010/ p45

<그림 35> 성 베드로 성당

바티칸의 성 베드로 성당(San Pietro in Vaticano)은 원형의 광장을 중심으로 하여 공원과 같은 오픈 스페이스를 연출하였다. 미켈란젤로(Buonarroti Michelangelo)는 광장의 독립적인 중심성을 부여하기 위해 아우구스투스 동상을 중심에 세우고 그것도 모자라 원형형태의 바닥무늬를 추가하여 광장이 그냥 빈 공간이 아니라 옆에 있는 건축물과 동등한 지위를 갖는 공간 임을 명백히 하였다.

가운데 광장의 중심을 통해 관람자의 초점이 달리 보일 수 있도록 앞부분은 바티칸 성당과 거리를 통한 입구로 극적인 시각적 연출 장면을 보여줄 수 있다.

2. 유희적 영역에 표현된 방향성

공간에서 운동감이 지각되느냐 하는 것은 공간 및 시각의 흐름구조에 의해서 결정된다. 공간의 방향성은 운동감과도 관계가 있으며 물리적 요소의 색채나 형태에 시각적 저항감이 생김으로서 나타나게 된다. 방향성이 있는 공간은 특정지점으로 나아가게 하는 시각적 힘을 작용시켜 진행방향으로 연속성을 주어 접근성에 도움을 준다. 방향성의 표현 방법이나 인지 방법은 선의 중첩, 즉 축의 중첩이나 치환의 경과로 나타난다.[60] 중첩은 시각적 거리와 운동거리의 차이에 의해 호기심과 긴장을 유발시킴으로써 방향성을 형성하고, 이러한 방향성은 공간체험자

60) 공간연출에 있어 오브제 감성적 접근에 관한 연구/ 김정/ 국민대학교 디자인대학원: 실내설계전공/ 석사학위논문/ 2011/ p10

의 실질적인 이동을 유발한다. 또한 공간에서 꺾이는 면의 구성은 다른 공간으로의 호기심을 자극시켜 시선축의 꺾임을 발생시키므로 이러한 연출은 시각적, 심리적으로 공간흐름의 방향을 전환하는 중요한 부분이 된다.

메르세데스 벤츠 박물관(Mercedes-Banz Museum)은 공간의 방향성을 잘 이용한 건물로 내부는 둥근 삼각형 형태의 아트리움을 중심으로 하여 노출 콘크리트로 마감한 전시실이 둘러싸여 있는데, 메르세데스 벤츠 역사를 담은 움직이는 커다란 영상이 계속적으로 콘크리트 벽이 스크린 역할을 하여 상영한다.

<그림 36> 메르세데스 벤츠 박물관(Mercedes-Banz Museum)

또한 엘리베이터 3개는 캡슐모양으로 사람들을 실어 나르는데 이것은 관람객이 입장과 동시에 엘리베이터를 타고 꼭대기 층으로 올라가 전시를 관람하면서 내려오기 때문이다. 내려오면서 관람을 하면 맨 아래층에 다다르게 될 때 바로 출구와 연결되어 있다. 전시실은 엇갈린 형태의 두 개의 나선형 형태로 구성되어 공간들의 교차와 반복 그리고 순환으로 인해 공간의 흐름 방향을 변화시켜 관람객의 호기심을 자극시킨다.

3. 유희적 영역 표현에 의한 공간의 깊이

공간의 깊이감은 주로 여러 공간이 맞물려 형성되는 공간의 중첩과 이에 의한 액자효과에 의해 만들어 진다. 공간의 중첩에 의해 형성되는 개구부의 중첩은 액자효과의 중복으로 이어져 공간의 깊이를 형성한다. 진로축 상에 나타나는 액자효과의 장면은 진행하는 관찰자에게 암시, 기대, 유인의 효과로 작용한다.[61] 따라

61) 윤증고택에서 나타나는 시지각적 공간 특성에 관한 연구/ 김각성/ 국민대학교/ 석사학위논문/ 2003/ p55

서 개구부의 시각적 깊이는 진로인식과 방향성이라는 측면에서 시각적인 흡인력을 발생시켜 접근성을 확보할 수 있다.

<그림 41>의 병산서원을 보면 공간의 깊이감을 쉽게 이해 할 수 있다.

밝은 외부 공간과 다소 어두운 내부 공간의 명암이 이루어지면서 이 명암 대비에 의해서 공간의 깊이가 나타나기도 하는 데 이것은 바로 처마에 의한 그늘의 색과 마루에서의 빛이 반사에 의해서 이러한 공간의 깊이 감을 드러내며 보는 관찰자의 시선에 따라서 깊이감이 달라진다. 또한 앞의 건물과 뒤의 건물의 기둥 사이로 공간이 맞물리면서 액자효과에 의해 공간의 깊이감이 들어나는 것을 알 수 있다.

<그림 37> 병산서원

제4절 유희적 영역에 표현된 감성적 요소

공간연출의 심리적 요소에 의한 연출은 공간의 분위기를 조성하고 그로 인한 사용자의 다양한 욕구를 충족시키고자 한다는 측면에서 공간 연출과 관련해 물리적인 요소보다 심도 있게 정리하는 것이 필요하다. 공간 사용자들은 더욱 풍부한 감성적인 표현을 요구하나 이것은 매우 다양하고 불확실해서 추상적인 니즈를 파악함으로 공간 사용자의 다양화, 개성화 공간의 목적성에 맞는 분위기를 창출해야 한다.

1. 유희적 영역의 테마성과 서사

테마(Theme)는 문학이나 음악 등에서 작가의 의도를 나타내는 중심 주제를 뜻한다. 테마는 어원이 그리스어 Theme로써 우리말로는 '주제'라 표현되고 주로 문학적 용어로 사용되어진다.[62] 테마의 사전적 정의를 따르면 '주제'는 1) 대화나 연구 따위에서 중심이 되는 문제, 2) 예술 작품에서 지은이가 나타내고자 하는 기본적인 사상, 3)주된 제목, 4) 음악하나의 악곡을 이루는 중심 악상이라 한다. 이러한 테마의 개념은 도시, 건축물, 상점, 공원 등의 여러 분야에 걸쳐 도입되고 있다.

한편, 문학에서는 주제를 다음과 같이 정의하고 있다. 문학에서는 일반적으로 작품이 취급하는 중심적인 문제, 즉 무엇을 표현하고 있는가의 '무엇'에 해당하는 것으로, 예컨대 괴테(Johann Wolfgang von Goethe)의 『젊은 베르테르의 슬픔』의 주제는 '남의 아내와의 연애'라는 의미로 이 말을 사용한다. 그러나 문학도 다른 예술과 마찬가지로 여러 관점에서 이를 평가할 수 있으며, 더구나 주제는 작품의 소재나 모티프와 결합하고 있어 주제만을 따로 분리하여 생각한다는 것은 매우 어려운 일이다. 또한 하나의 작품에는 보통 여러 개의 주제가 포함되어 있어 주요한 주제와 부차적 주제, 또는 일반적 주제와 개별적 주제로 나눌 수도 있다. 상식적으로 주제라고 말할 때 소재나 모티프를 포함시키거나 이것들과 혼동하는 이유도 바로 여기에 있다. 작품이 하나의 완성된 예술대상으로서 독자 앞에 제시되기 위해서는 소재의 예술적 구성을 통일하고 작가의 모티브(motive) 또는 소재의 모티브(motive)가 내포하는 방향감을 통일하지 않으면 안 되며, 이 통일은 주제의 매개에 의해서 비로소 가능해지게 된다. 만약 소재나 모티브(motive)와 주제 사이에 분열이 있으면 작품은 인정받기 힘들게 되는 것이다.

작가가 작품의 중심 문제로서 제시하는 주제는 물론 실재세계의 구조 자체가 가지고 있는 모순의 반영에 불과하지만 그것은 기계적 반영이 아니라 작가의 주체성을 통해 선택된 문제이며, 거기에는 작가의 사상 또는 세계관이 작용하고 있

62) 테마개념을 도입한 상업공간 계획에 관한 연구/성정아/ 홍익대학교/ 석사학위논문/ 2001/ p.11

다. 주제의 발생 및 성립은 작가와 객관적 세계관과의 관계, 그 이해의 정도, 독자와의 사회적 관계 등에 의존하고 있다. 따라서 주제는 작품과 마찬가지로 역사적인 것이다. 일정한 역사적·주체적 조건하에 작가의 내부에서 생긴 문제의식이 주제의 원천이 되는 것이다.[63]

서사의 사전적 정의는 '사실이나 사건 따위를 있는 그대로 적는 일'[64]이다. 그렇다면 서사란 광의적으로 해석한다면 '이야기'하기의 모든 것을 의미한다고도 볼 수 있다. 즉 서사란 '일정한 사건, 혹은 상황에 대한 서술적 표현'으로 서사를 통하여 전달되는 내용, 혹은 그 장정이 함께 포함된 개념이다. 여기에서 '서술적 표현'이란 일련의 시간적 연쇄에 의하여 둘 이상의 사건 혹은 상황이 하나의 고리로 결합되는 것을 말한다.

구전으로 내려오는 민담, 설화, 신화 등의 옛날 이야기부터 오늘날의 소설, 영화, 만화, 광고에 이르기까지 이야기가 있는 것은 모두 서사라고 할 수 있다. 우리가 전형적인 서사라고 생각하는 고전적인 이야기 형식에서부터, 오늘날 다양한 매체의 발전에 따라 이야기를 담는 그릇의 변화는 있지만 여전히 이야기를 전달한다는 기본 원리는 달라지지 않았음으로 우리 생활의 모든 것은 서사라고 말할 수 있다.

오늘날은 이야기를 전달 할 수 있는 방법은 매체의 발달과 더불어 영화, 영상에서부터 모든 이야기를 통합하거나 장르와 영역을 뛰어 넘는 디지털미디어 환경에 의해 그 범위는 넓고 다양해졌다. 하나의 이야기를 표현, 전달하는 방법에 따라 소설, 연극, 영화, 발레 등 다양한 형식으로 표현되고 있는 것이다. 결국 오늘날의 서사란 매체의 발전에 따라 그 장르는 다양해 졌지만 매체들에 의해 전달되는 본질적 이야기는 변함이 없음으로 결국 서사는 인간 커뮤니케이션의 기본이라고도 할 수 있다.

한편 다양한 매체에 대해 바르트(Barthed)[65]는 『이야기의 구조분석』서론에서

---

63) 문학에서의 주제에 관한 설명, 두산백과사전, Encyber & Encyber.com
64) 국어대사전, 높세울외 2인, 성안당, 2006, p.1221
65) 소르본대학에서 고전문학을 공부한 다음에, 파리에서 고등학교 선생을 했다. 이후 부카레스트, 알렉산드리아에서 대학강사를 하며 보냈고, 1952년 파리의 국립과학센터(프랑스어: Centre national de la recherche scientifique)의 연구원이 되었다. 1953년 근대문학의 형성을 다룬 《영도의 글쓰기Le Degré zéro de l'écriture》가 출판됐고, 1957년

다음과 같이 말하고 있다.

세상에는 무수한 형식의 서사물들이 있다. 우선 매우 다양한 장르들이 있는데, 그 하나하나는 어떠한 것을 사용해서라도 인간의 이야기를 충분히 담아 낼 수 있기라도 하다는 것처럼 서로 다른 매체로 갈라져 나오는 것이다. 서사물의 매체들 가운데에는 발언된 언어 <문자 언어 및 음성 언어>, 그럼 <정화(靜畵), 동화(動畵)>, 제스춰, 일정한 순서로 이러한 매체를 혼합한 것 등이 있다. 그리고 서사물은 신화・전설・우화・설화・소설류・서사시・역사・비극・추리극・희극・무언극・회화 <예를 들어 카르파치오가 그린 성 어슬러의 그림들>, 스테인드글라스로 된 창, 영화, 지역 뉴스, 그리고 일상 대화 등에서 찾을 수 있다. 그리고 이 무수히 많은 형식들을 통해서 서사물은 시대와 장소와 사회를 초월하여 존재한다. 사실상 서사물은 인류의 역사자체와 동시에 시작되었다고 볼 수 있다. 서사물이 없는 민족이란 현재를 막론하고 어느 시대 어느 공간에서도 찾아볼 수 없는 것이다. 모든 부류, 모든 인간 집단은 제각기의 이야기를 가지고 있으며, 이러한 이야기들은 흔히 상이한, 때로는 상반되는>문화적 배경을 가진 사람들에게 의해서까지 즐겨진다. 서사물은 대체로 그 문학성여부와는 무관한다. 그것은 인생 자체와 마찬가지로 초국가적・초역사적・초문화적으로 존재하는 것이다.[66]

이와 같이 '범인류적이고 무한한 다양성을 지닌 서사물은 현실 또는 허구의 사건과 상황들을 하나의 시간 연속을 통해 표현한 것'이라고 정의할 수 있다.[67] 즉 서사가 매체를 통하여 구체화한 것을 '서사물'이라고 부른다.

제랄드 프랭스(Gerald Prince)는 서사물이란 특정 시간대에 하나가 일어나고 그 이후의 시간대에 또 다른 하나가 발생하는, 서로 모순되지 않은 시간의 표현이면 무엇이거나 하나의 '서사물'로 간주할 수 있다고 정의하고 있다. 그에 의하면 서사물에 있어서 사건과 시간의 연속성(a time sequence)은 서사를 규정하는 주요한 특성이며, 따라서 이러한 특징을 가지고 있는 것은 광의의 개념에서 서사물로 인

일상생활의 이데올로기를 비판한 기고문을 모아 엮은《신화론Mythologies》이 뒤따랐다. 1962년 프랑스고등연구실천원(프랑스어: École pratique des hautes études)의 연구책임자로 임명됐다. 1960년대 기호학과 구조주의에 전념했지만(《기호학원론Éléments de sémiologie》(1964), 《유행의 체계Système de la mode》(1967)), 곧이어 구조주의를 폐기했다(《S/Z》(1970), 《텍스트의 쾌락Le Plasir du texte》(1973)). (위키백과)

66) Rorand Barthes, An Introduction to Structural Analysis of Narative, New Literary History Ⅵ, Winter 1975, p.273

67) Gerald Prince, 최상규 역, 『서사학-서사물의 형식과 기능』,예림기획, 1999, p.6

식할 수 있음을 추측할 수 있다.

한편, 서사를 보다 넓은 의미로 정의하고 있는 아서(Authur Asa Berger)의 견해를 살펴보면, “서사(Narrative)는 사람이나 동물 혹은 외계인, 곤충에 이르는 광범위한 대상에 일어나 사건과 일어날 것 같은 것에 대한 이야기를 말한다. 서사는 일련의 사건의 시퀀스(sequence)로 구성되며, 어떤 기간 안에, 넘어서 혹은 정교하게 맞추어 발생한다.”[68]고 하여 역시 시퀀스(sequence)를 서사의 주요한 특징으로 설명한다. 또한 사건의 대상을 인간의 범위를 넘어서 확대하고 있으며 시간의 범위 또한 유연함을 주고 있다.

주네트(Gerard Genette)[69]는 그의 책 『서사담론(Narrative discourse)』의 서론에서 “우리는 ‘서사’란 단어의 모호성에 별 주의를 기울이지 않고 사용하고 있으며 서사학의 어려움은 이런 혼돈에 기인한다.”고 보고 서사의 영역을 다음 세 가지 다른 차원으로 설명하고 있다.

첫 번째 의미는 하나의 사건이나 일련의 사건들을 말하되, 글로 쓰였거나 말로 된 담론, 즉 서술적인 진술을 지칭한다. 이것은 시표, 진술, 담론, 혹은 서사 텍스트 자체를 의미한다. 두 번째 의미는 서사의 내용을 말하며 사실이든 허구이든 사건들의 연속으로 이 담론의 주체가 되는 것, 그리고 그들이 연결되고 대립되고 반복되는 여러 관계들을 지칭하며, 기의(記意), 혹은 스토리로 볼 수 있다. 이런 의미에서 ‘서사분석’은 행동과 상황들이 서로 얽혀있는 총체성의 연구라고 볼 수 있다. 세 번째 의미는 서사가 어떤 사건을 다시 한 번 언급하는 것이다. 그러나 이야기된 사건이 아니고 누군가가 무엇인가를 이야기하는 사건이다. 즉 서술하는 그 자체(서사하는 행위)이다.[70]

---

68) Authur Asa Berger, Narratives : The Form and Functioning of Narrative, 최상규 옮김, 서사학-서사물의 형식과 기능, 문학과 지성과, 1988, p.12

69) 제라르 주네트 (Gérard Genette) 는 1930년 파리에서 태어난 프랑스의 문학이론자이다. 롤랑 바르트의 영향을 받아 츠베탕 토도로프, 줄리아 크리스테바 와 더불어 구조주의 문학 이론의 수립에 지대한 기여를 했다. 바르트가 사망하고, 토도로프는 문학 연구를 중단하고 문명사로 돌아섰으며 크리스테바는 정신분석학에 경도되어 문학장 너머로 자신의 연구를 확장시키는 동안 주네트는 60년대 이후 현재까지 문학의 형식적 구조를 밝히는 일에 몰두하고 있다. 주요 관심사는 서사학, 수사학, 장르 이론 등이며 그는 자신의 작업을 통칭해서 시학이라고 부르고 있다. 쇠이유 출판사(Seuil)의 문학 이론 총서인 '시학(Poétique)' 총서를 60년대말부터 현재까지 지휘하고 있다.

70) 『서사담론』/Gérard Genette, 권택영 옮김/ 교보문고/ 1992/ pp.15-16 수정인용

서사란 허구적인 또는 실제의 사건이나 행위를 묘사하기 위해 이야기 구조로 설명하는 것이다. 즉 서사의 기본적 내러티브(narrative)는 이야기를 약호(code)와 관습(convention)으로 볼 수 있으며, 우리가 지금 살고 있는 현실세계를 재생산하는 수단의 하나이다.

모든 서사물은 이론상으로 '누구에서 무엇이 일어났는가?'를 말하는 이야기와 '그 이야기가 어떻게 전달되는가?'를 말하는 담론으로 나눌 수 있으며, 이 용어는 학자에 따라 스토리, 파블라(fabula), 수제(syuzhet)로 구분되기도 한다. 이들 용어의 이분법은 모두 동일하거나 비슷한 의미로 사용되고 있다.

툴란(Toolan)은 서사의 일반적 정의를 다음과 같이 내린다. 직접적으로 거의 모든 측면의 인간 활동에 대한 정보를 제공해주는 양식으로 간주된다. 이것은 비단 문학작품이나 영화와 같이 픽션에 국한되는 것이 아니라 역사에 관한 텍스트, 뉴스 스토리, 내과환자의 진료 기록표, 경찰의 사건기록에 이르기까지 서사구조가 존재한다고 본다. 즉 서사물은 인간의 상호작용에서 무수히 많은 기능을 수행하고 있으며, 이는 우리가 살아 있음을 확인시켜 주는 숨쉬기와도 같다고 말하고 있다.

이처럼 서사학을 연구하는 많은 학자들이 서사에 대해 다양한 정의를 내리고 있지만, 그 공통분모는 커뮤니케이션의 거의 모든 현상들은 서사라고 말하고 있는 점을 들 수 있다. 즉 서사는 인간의 상호작용에서 다양한 기능을 수행하면서 그 모든 곳에 존재한다고 할 수[71] 있는 것이다.

공간은 환경, 사용자, 여러 공간들과 특정한 관계를 맺으며 여러 개로 나누어지기도 하고 하나의 공간으로 조합되기도 한다. 여러 요소들과 공간의 관계성은 테마구조를 표현하기 위해 하나의 구조체계를 형성한다는 점에서 중요한 역할을 하게 된다. 배치를 어떻게 할 것인가, 그리고 내부를 비워놓거나 채워 넣는 등의 패턴을 어떻게 처리할 것인가의 문제는 공간을 구성하는 시각적 경험의 질에 영향을 미치기 때문이다.

각 공간들이 어떠한 관계성을 가지느냐에 따라 효과적인 공간연출이 가능해 지는데 단일 테마를 가진 공간일 경우 자칫하면 시각적으로 단조로움을 야기할 수

71) 텔레비전광고의 시제와 초점에 따른 영상요소의 특성 분석/ 박완선/ 홍익대학교/ 박사학위논문/ 2007/ p.28

있다. 이 경우 공간이 어떻게 배치되어 있느냐에 따라 즐거움을 제공해 줄 수 있으며 산만해지기 쉬운 복합테마의 경우에는 전체 공간에 하나의 통일성을 부여한다는 점에서 공간의 관계성은 충분히 고려해야할 요소이다.[72]

인류의 역사 이래로 어떤 형태로든 이어져 내려온 자연, 문화, 역사, 과학 등 모든 인류의 지혜와 자취들은 이제 테마를 가진 공간에서 새로 탄생될 수 있는 충분한 가능성을 확인하고 있다.[73] 사각형의 틀에 박혀 있던 공간은 테마성을 가지면서 메시지를 담고 있는 공간으로 변화되어 가는 양상을 보여주고 있다. 왜냐하면 일정 업태의 사업적 성격에 어울리는 테마 선정 및 자연스런 도출에 의한 연출 스토리가 성공여부를 결정하는 중요한 요소로 작용하게 되었기 때문이다.

테마는 반복되는 일상의 지루함에서 벗어나고자 하는 현대인의 심리를 이용한 새로운 환상이나 공상의 세계 혹은 과거의 향수를 불러일으키는 내용, 역사의 한 부분을 재현하는 내용, 시공을 초월하여 다른 나라의 일부분을 재현하는 등의 비일상적이고 비현실적인 내용을 주로 하고 있으며, 그 적용대상에 따라 소재의 범위는 무한하다. 이처럼 테마는 공간에 독특한 성격과 질을 부여하여 공간의 요소를 조직화, 그룹화하여 분위기를 연출하는 수단[74]으로 이용되어 왔다.

공간 이야기는 한 편의 소설과 같다. 건축의 영역에서 서사는 건축물에 대한 인간의 시각 경험을 기초로 성립되며, 대상물로부터 느껴진 감성을 지각하는 과정인 시각경험은 단편적인 정보를 받아들이는 지각과정을 통해 이루어진다. 따라서 방문자를 원하는 방향으로 유도하면서 시각적, 심리적 즐거움을 제공해주기 위해 공간에 서사구조를 도입하는 것은 효과적일 수 있다.

40계단 특화거리는 부산의 번화가 중심에 위치한 것으로 50~60년대 어려웠던 시절의 향수가 짙게 서린 40계단 일대를 당시의 생활상을 테마로 하여 조성한 대표적인 문화관광 복합거리이며 옛 부산역과 부산항을 상징하는 기찻길, 바닷길을

---

72) 테마개념을 도입한 상업공간 계획에 관한 연구/성정아/ 홍익대학교/ 석사학위논문/ 2001/ p.22

73) 테마의 시대/ 김준기,이정화 공저/ 세진사/ 1996

74) 테마성에 있어 다양한 연출이 나타날 수 있는데, 구체적으로 역사적 특성, 지리적 특성, 시대적 배경, 사회풍조, 사고방식, 문화적 특성, 산업적 특성, 사업자 이념 등으로 예를 들 수 있다. 이러한 요인들이 복합적으로 관련해서 테마가 선정되어질 수 있으며, 기업의 경영이념에 따른 마케팅 전략이 테마 선정에 영향을 끼치기도 한다.

주제로 40계단 광장 등 4개의 쉼터를 조성하였다.

<그림 38> 40계단 특화거리

2. 공간적 스토리텔링 기법[75]

공간적 이미지를 표현한다는 것은 공간적 이미지의 내적 구조를 재구성한다는 의미이다. 공간적 이미지 즉 심상 풍경의 연출로서 표현적 공간 연출의 방법적 토대는 근본적으로 공간적 이미지가 지니는 본질적 속성에서 산출된다. 공간적 이미지의 본질적 특성은 역동성이며, 그 표현과 체험의 역동성을 극대화하는 방법이 표현적 공간 연출의 체험적 스토리텔링 이라고 할 수 있다. 스토리텔링은 정서적, 체험적 이야기를 통해 의식의 법칙에 따라 그 역동성을 표현하는 방법이 된다. 공간의 역동성과 의식의 역동성이 결합된 공간적 이미지의 역동성은 동시성과 불연속성, 충돌적 경계와 이중의 미학적 역동성을 의미한다. 역동성은 공간적 이미지의 본질이자 동시에 공간적 이미지를 재구성하는 방법(연출) 즉 스토리텔링의 근본 원리가 되는 것이다.

75) 조경공간의 이미지 형성에 관한 연구 : 스토리텔링 방법론을 중심으로/ 오경환/ 서울대학교/ 박사학위논문/ 2002/ pp.9-10

공간적 이미지의 본질인 역동성을 말하는 방법으로서 스토리텔링은 자기 정서와 감정의 이야기가 전개되는 방식 즉 '정서적·감각적 화법'이라고 할 수 있다. 스토리텔링은 자기 이야기를 통해 공간과 사물의 정서를 이야기하는 것이 본질이며, 결국 고안이 직접 말을 하게 하는 것을 의미한다. 즉 공간 연출에 있어 스토리텔링은 공간의 표현적 존재 방식과 태도(표정)을 규정하는 물질적·감각적 이야기라고 할 수 있다. 스토리텔링은 특히 미시적 장면 단위의 이미지 구축 작업에서 의미가 있으며, 그 구체적인 전개 과정에서 장소 설정, 개념 설정, 공간과 오브제의 사용 방식을 결정하고 메타포 설정과 표정 효과 설정, 그리고 그 표현적 힘과 세계의 메타포적 이미지 구축을 실현하여 결국 '상황표현-장면 구성'의 형식으로 나타나게 된다.

표현적 공간 연출은 공간에 이야기성을 부여하는 작업이라고 할 수 있다. 공간 연출은 하나의 서사의 개념을 통해 미학적 통합체로 재구성된다. 여기서 '서사'의 기본적인 의미를 점검해볼 필요가 있다. 단순히 소설만이 아니라 스토리가 있는 모든 이야기를 서사체라고 보는 것이 일반적인데, 따라서 이야기하기를 내포하는 공간연출도 일종의 서사물이 되는 것이다. 다만 수많은 서사 유형들 중에서도 공간 연출을 통한 이야기 전개는 문학적 서사와는 시각적·비언어적 특성을 지닌다는 점에서 구분된다. 이야기하기로서 공간연출은 문자언어가 아니라, 이미지 언어, 물질언어를 사용하기 때문이다.

3. 표현적 공간 연출과 체험적 스토리텔링

작가는 작품을 통해서 수용자를 만난다. 작가가 궁극적으로 목적하는 것은 관객의 정서와 체험을 이끌어내는 것인데, 이것은 반드시 작품을 통해서만 가능하나 것이다. 즉 작가는 수용자에게 직접 말하는 것이 아니라 작품을 통해서 말하는 것이며, 궁극적으로는 관객의 정서를 유도하는 것을 전제로 하지만 우선은 작가 자신의 정서와 체험을 말하는(담아내는) 방법으로서의 스토리텔링의 본질을 염두에 두어야 한다. 따라서 작가는 먼저 자기 작품에 자기 체험을 연출해야 한다. 자기 공간에 자기 이야기를 투영시키는 것이 작가의 '체험적 스토리텔링'의 본질이다. 디자인도 스토리텔링을 통해서 작가의 내면을 표현할 수 있고, 동시에 작품은 작

가의 삶의 투영이 될 수 있다. 결론적으로 표현적 공간 연출 방법론으로서 체험적 스토리텔링은 공간에 자기 정서와 체험을 말하는 창작 기법이라고 할 수 있다.

<그림 39> 스토리텔링의 공간연출 흐름

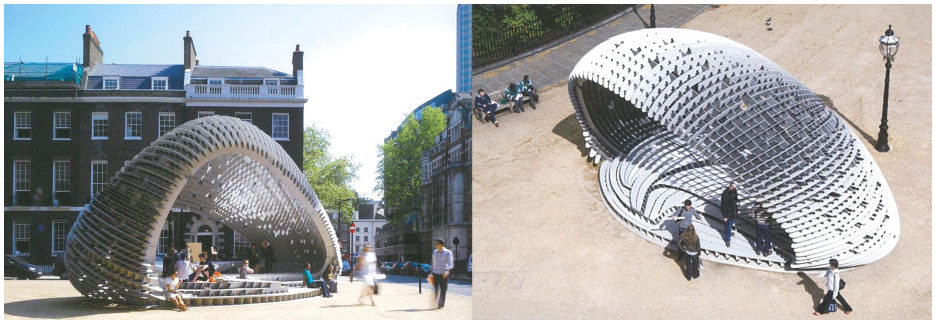
이러한 맥락에서 표현 공간은 의식의 풍경을 담아내고 동시에 구체적인 상황 공간으로 나타낸다. 그것은 무한한 상상의 세계이며 동시에 구체적인 상황으로 재탄생하는 것이다. 따라서 공간 연출에서 관념보다는 이미지가, 개념보다는 양태(manner)가 먼저 결정되어야 하는 것이다. 이러한 과정에서 공간연출의 스토리텔링은 이와 같은 의식, 체험, 정서, 감정의 내면을 표현하는 언어이자 구체적인 '상황' 즉 이미지와 양태를 결정하고 표현하는 방식이 되는 것이다.

제5절 유희적 영역의 형태 요소

공간 형태의 자유로운 표현은 일반적인 공간의 구성형태의 변화로 가장 우선적인 표현 방식이다. 단순한 그리드 형식이 아닌 곡선, 사선 등으로 단수화 또는 비정형적인 요소로 표현되면서 공간의 운동감과, 방향성, 유동성 등을 나타낸다. 이는 공간에 들어서면서 즉각적인 인식이 가능하기 때문에 바라보는 이들에게 충격과 의외성, 부드러움, 극적인 시각효과 등의 효과를 줄 수 있다. 따라서 이런 효과로 사용자들은 재미와 흥미를 느끼게 된다. 또 형태의 왜곡, 축소, 과장의 표현으로 공간을 부각시켜 특별한 형태와 의미를 나타낸다.[76]

76) 공간연출에 있어 오브제 감성적 접근에 관한 연구/ 김정/국민대학교 디자인대학원: 실내설계전공/ 석사학위논문/ 2011/ p10

<그림 40> ICD/ITKE Research Pavilion



<그림 41> Fibre;C

1. 기하학적인 특성의 유희적 영역

일반적으로 기하학적 요소는 공간적 논의에 대해 논리적인 실체로서 규칙성이나, 정확성 등의 특성을 가지고 있다.

현재 기하학은 영어로 geometry라 하는데, geo는 토지를, metry는 측량을 뜻하며, 나일강의 주기적인 범람에 의해 떠내려간 제방을 다시 확정하는 업무를 맡았던 고대 이집트의 측량사, 피라미드를 설계하고 건설했던 이집트와 바빌로니아 건축가, 지중해 해안을 따라 무역을 했던 고대의 항해사 등이 현대 기하학자의 선

조라고 할 수 있다. 하지만 최초의 수학적 분야로서 기하학을 전개한 사람은 밀레토스(Miletus)의 탈레스(Thales)로, 기원전 6세기 그리스에서 처음으로 추상적 양식의 수학이 등장했다고 할 수 있다.

그리스 수학자들이 가장 큰 관심을 가졌던 추상적 양식은 형태, 각, 길이, 넓이 등과 같은 기하학적 양식이었으며[77] 또한, 자연의 설계와 수학에 대하여 깊이 생각하였다. 자연에 대하여 좀 더 배우기 위한 논리적 발달과 도구로서의 수학 개념을 생각하였고, 그들은 자연이 합리적으로 고안되었으며 모든 자연 현상은 정확하고 변하지 않는 설계, 아니 실제로는 수학적 설계를 따른다고 생각하였다. 이후, 수학적 증명의 개념을 신봉한 고대의 가장 유명한 사람 중에는 그리스 학자 피타고라스(Pythagoras,기원전 570-500년경)와 기원전 330년경에 활동한 유클리드(Euclid)가 있다. 피타고라스 학파는 "모든 것들이 수이다."라고 믿었다. 수가 자연을 묘사하는 첫 번째 원칙이었고, 그것이 우주의 물질이며 형태였다.

그들이 주창한 두 가지 중요한 학설은 첫째, 자연이 수학적 원칙에 따라서 만들어진다는 것이고, 둘째, 수적인 관계가 자연의 질서를 밝혀내고, 통합하여 그 기초가 된다는 것이다.[78] 피타고라스 학파는 숫자를 상징이 아니라 형상으로 표시했다. 당초에는 작은 돌을 사용했지만, 점(.)이 이를 대체하게 되었다. 이렇게 형상적인 표시를 사용함으로써 수학을 시각적으로 파악하는 것이 용이했고, 산술적인 관계에 대한 기하학적 연구 또한 쉬웠다. 이처럼 점을 사용하는 산술적 기하학적 표현방식은 나중에는 직선적인 기하학적 형상들로 대체되었다.[79] 유클리드는 현대적인 대학교의 전신인 알렉산드리아의 대도서관에서 연구하는 동안.[80] 최초의 수학적 지식에 관한 불후의 저서인 '원론(Elements,또는 기하학원론)'을 출간했다. 13권으로 이루어진 이 책은 실질적으로 당시까지 그리스의 모든 수학에 대한 요약이었는데, 평면 기하학과 공간 기하학 및 수론에 관한 465개의 정리를 포함하고 있다. 제 Ⅰ권부터 Ⅵ권까지는 평면 기하학에 주력하고 있으며 제 Ⅵ권부터 Ⅷ권

---

77) Mathematics: The Science of Pattern, 수학: 양식의 과학/Keith Devlin/허민,오혜영/경문사/2007/pp.31-3

78)지식의 추구와 수학/ 모리스 클라인/ 김경화, 이혜숙/ 이화여자대학교출판부/ 1998/ pp.46-50

79) 철학의 탄생/콘스탄틴 J.밤파카스/이재영/pp.147-153

80) 유클리드가 기원전 330년경에 새로운 지식의 중심지인 알렉산드리아에 정착하기 전에 연구했던 곳은 플라톤의 아테네 학술원이었다.

까지는 공간 기하학을 다루고 있다. 원론 제 Ⅰ권에서 직선, 다각형, 원 등과 같은 평면에서 규칙적인 형태의 추상적 양식을 정의와 공준(공리)을 사용해서 포착하려고 시도하였는데, 이것을 유클리드 기하학으로 부르게 되었다. Ⅰ권의 많은 정리는 '자와 컴퍼스'작도와 관련이 있는데, 그리스 사람들은 가장 원시적인 이 두 가지 도구만을 사용해서 작도할 수 있는 도형을 더 기본적이고 순수하다고 생각했으며, 이런 도구만을 사용한 문제의 풀이가 특별한 미적 매력을 갖는다고 간주했다.

또한, 원론 제 Ⅵ권의 시작 부분에는 황금비(Golden Ratio)가 언급되어 있는데, 황금비는 눈에 가장 즐거운 직사각형의 변들에 대한 이상적인 비례로 인간의 눈이 찾아낸 특별히 아름다운 시각적 양식을 반영한다.

황금비의 값은 근사적으로 1.618인 무리수이며, 이는 하나의 선분 또는 직사각형을 두 개의 부분으로 나누어 긴 선분에 대한 전체 선분의 비가 짧은 선분에 대한 긴 선분의 비와 같도록 만들 때 얻게 되는 수이다. 파르테논(Parthenon)신전의 전면에 나타나는 직사각형의 변들도 황금비를 이루고 있으며 후세 사람들이 황금비, 즉 1.618의 비례수를 '파이,Φ'라는 기호로 표시하는 것은 파르테논 건설의 총책임자였던 '페이디아스(Pheidias)'의 이름 첫 음절 'Phei'에서 따온 것이다.[81] 황금비는 피보나치(Fibonacci)수열.[82]과도 관계가 있으며, 이들 비는 해바라기나 데이지, 소나무 종자의 소용돌이 모양 등 자연계에서 종종 볼 수 있는 것들이다.

원론의 마지막 책인 제 ⅩⅢ권은 정다면체에 관한 18개의 정리를 제시하고 있는데, 정다면체들은 플라톤의 글에서 대단히 의미 있게 다루어졌기 때문에 이것들은 종종 플라톤의 도형으로 언급된다.

탈레스(Thales), 피타고라스의 시대와 유클리드(Euclid)의 등장 사이에 그리스의 수학은 소크라테스(Socrates), 플라톤(Plato), 아리스토텔레스(Aristoteles), 에우독소스(Eudoxus) 등과 더불어 상당한 발전을 이루었다.[83]

플라톤(Plato, 기원전 427-347년)은 가장 효과적으로 자연에 관한 수학적 연구

---

81)그림이 된 건축 건축이 된 그림,1-신화와 낭만의 시대/김홍기/아트북스/2008/p.17

82) 황금비는 피보나치 수열,1,2,3,5,8,13,21,34,55,89…… 의 인접하는 2항의 비에 가깝다. 예를 들어,8÷5=1.6,13÷8=1.625,21÷13=1.615등 수열의 항 값이 커짐에 따라 피보나치 수열의 연속적인 항의 비는 황금비에 더욱 가까워진다.

83)Mathematics: The Science of Pattern, 수학: 양식의 과학/Keith Devlin/허민, 오혜영 /경문사/2007/pp.38-40, pp.233-249

를 촉진시킨 그리스인으로 피타고라스 학파의 이론을 어느 정도 이어받았으나 그 자신이 기원전 4세기에 그리스의 사상을 지배한 대가였다. 플라톤의 견해는 그의 대화집 '필레부스(Philebus;쾌락에 대하여)'에서 분명히 나타난다. 여기서 그는 소크라테스의 입을 빌어, "형태의 아름다움이라는 것은 직선이나 원, 혹은 원형자나 직선자, 직각자에 의해서 만들어진 직선이나 원으로 이루어진 평면적, 입체적인 도형을 의미하며, 이러한 것들의 미는 다른 것의 미처럼 상대적이지 아니하며, 언제나 자연적으로 그 자체에 의해서 아름다운 것"이라고 주장하였다. 즉, 그는 직선, 원 등의 단순한 기하학적인 볼륨이나 표면에서 절대적인 미를 찾았다. 그리고 '적당히 조절되지도 않고 비례가 맞지 않는 어떠한 종류의 혼합은 그 성분, 무엇보다도 그 자체가 제거되어야 한다. 그러나 모든 경우에서 중용과 비례는 사실상 미와 우수함을 나타낸다.'라고 하며 비례미의 중요성을 강조하였다. 본래 건축은 그의 말대로 척도나 자, 그리고 컴퍼스를 사용하여 만드는 것이고, 그 기본적인 형태는 언제나 직선, 평면, 원 그리고 그 외의 기하학적 도형으로 성립되어 있다. 이것은 공예의 분야에서도 마찬가지이고, 기물이나 도구, 그리고 가구의 기본적인 형태도 역시 기하학적이며, 또 이러한 것들의 장식도안으로서도 기하학적 문양이 가장 오래전부터 사용되었다.[84]

또한, 플라톤에 의하면, "신은 항상 기하학을 연구"하기 때문에 물리적세계의 실체와 이해는 단지 수학을 통해서만 이해될 수 있다.

유클리드 기하학의 완벽한 형태와 비례 시스템 등은 시간을 초월하여 많은 건축가들에 의해 받아들여지고 건축의 고전적 이해에 대한 관심과 함께 각 시대별로 다양한 사상적 배경과 함께 건축적으로 표현되었다.

이러한 개념은 근대시기에도 이어지는데, 꼬르뷔지에(Le Corbusier)는 '새로운 건축을 향하여'에서 건축의 본질이 구, 원뿔, 원기둥 등에 내재하는 것으로 판명하게 밝히고, 이들 형태는 순수한 기하학적 기초 위에 성립된다고 하였다.

'빛과 그림자는 다음과 같은 형태들을 드러낸다. 육면체, 구, 원추, 원기둥, 피라미드 등은 빛에 의하여 명쾌하게 드러나는 훌륭한 기본 형태들이다.

이들 형태들의 이미지는 분명하고 우리들의 마음속에 감지할 수 있으며,모호하지 않은 것들이다. 그것은 이런 형태들이 아름다운 형태들 중에서 가장 아름다

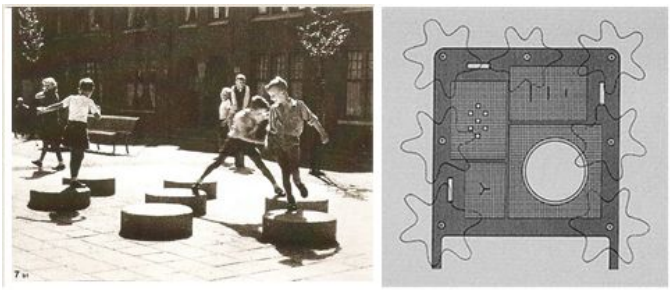
84) 건축미론/井上充夫/임영배, 신태양/도서출판국제/1994/pp.27-28/플라톤은 마치 소크라테스가 이야기 하듯이 쓰고 있지만, 이는 사실 플라톤 자신의 생각임을 알 수 있다.

운 것이기 때문이다. 어린이나 야만인들 그리고 형이상학자들까지 누구나 그러한 사실에 동조한다. 이것이 바로 조형예술의 본질이 된다.'

꼬르뷔지에(Le Corbusier)는 건축의 궁극적인 목적은 '플라톤적인 위대한 상태, 즉, 수적질서, 사변, 영혼을 움직이는 비례에 의한 조화의 지각에 이르기까지 도달하는 예술품'이라고 피력하며 건축미가 가지는 절대성을 중시하였다.[85)86)]

대표적인 기하학적 요소에 의한 유희적 공간 연출로 네덜란드 구조주의 건축의 중심이었던 알도 반 아이크(Aldo Van Eyck)의 놀이터 프로젝트를 보면 알 수 있는 데 본격적으로 건축 활동을 시작하기 전인 1940년대, 알도 반 아이크는 예술사가인 Carola Giedion-Welcker와 친분을 쌓게 되어 Tauber Sophie, Richard Paul Lohse, Piet Mondrian등 당시의 전위 예술가들의 작품을 접하게 된다. 그리고 기하학을 이용한 그들의 작품에 영향을 받고, 알도 반 아이크는 이들 작품들에서 공통적으로 나타나는 성격을 단순성(simplicity)과 명료성(clarity)으로서 파악하였다.[87)]

알도 반 아이크는 놀이터의 기구들은 고안하는데 있어 기하학적 형태를 사용하였다.



<그림 42> Zaanhof의 놀이터 사진과 평면도

알도 반 아이크(Aldo van Eyck)에 의하면 상상의 동물과 같은 모양의 기구들은 도시적인 맥락에서 보았을 때 실재의 물체가 아니며, 구체적인 행위를 유발하는 데 있어서 상상력을 증진시키기보다 제한하고 있기 때문에 놀이 기구로서 적합하지 못하다고 반면 구,

85) 모더니즘 실내디자인/이춘섭/형설출판사/2003/pp.191-196/Le Corbusier/ Towards a New Architecture/Dover Publishing Co./1990/p.31,p.86재인용

86) 자연을 표상하는 오너먼트의 가하학적 패턴 변화에 관한 연구: 고전적 오너먼트와 디지털 오너먼트의 비교/한혜신/건국대학교 건축전문대학원: 실내건축설계/ 학위논문(박사)/ 2011/ p.82

87) SMA(Stedelijk Museum Amsterdem) ed.『Aldovan Eyck-the Playgroundand the City/ Francis Strauven/ NAi/ 2002/ p.66

사각형, 원통형 등의 기본적인 기하학적 형태는 그 자체로서 특정 행위를 유발시키는 성질을 제시해주고 있지 않기 때문에 사용자의 자발적인 행위를 유도할 수 있다고 하였다.

위 그림 15는 1948년의 Zaanhof 놀이터 계획에서 기하학적 형태를 사용함을 잘 알아볼 수 있는데 일곱 개의 징검다리, 둥근 모래사장, 세 개의 매달리는 기구, 좌편 하단의 회적 목마까지 각각의 네 개의 공간은 다른 크기, 모양과 면적의 콘크리트 바닥 패턴을 가지면서 서로 비스듬히 구성하여 관계를 이루고 있다.

2. 구상적 특성의 유희적 영역

구상의 의미는 문자 그대로 형태를 갖추는 것을 말한다. 이것은 다시 이야기하면 어떤 모양인가를 우리가 인식할 수 있는 조형물을 이르는 것으로써, 특정한 문자나, 숫자의 형태 등 우리가 인지할 수 있는 모든 구체적 형태들이 여기에 속한다. 우리가 생활 속에서 접하는 형태를 알아볼 수 있는 모든 것들이 구상적 형태이다. 사물, 특히 예술 작품 따위가 직접 경험하거나 지각할 수 있도록 일정한 형태와 성질을 갖추고 있는 것이다.[88] 볼륨과 형의 질서와 변화가 있는 자연요소에서 모티브를 채용하여 의장적 요소, 즉 형상, 모양 색채 또는 이들을 결합해 보기 좋거나 편리하게 채용, 해체, 재구성하여 나타낸다.

루브르 박물관(Louvre Museum) 앞의 피라미드(Pyramide)형 모양의 공간은 우리가 삼각형의 모양인지를 인식할 수 있는 대표적인 구상적 조형물로서 내부는 역삼각형의 모양을 띠고 있는 유희적인 표현의 공간임을 알 수 있다.

<그림 43> La Pyramide du Louvre

88) 체험적 놀이환경 중심의 어린이 미디어테크 설계 연구 - 유희적 공간 디자인을 중심으로-/ 박경선, 경희대학교 건축대학원 건축학과/ 석사학위논문/ 2007/ pp.17-19

3. 유기적 특성의 유희적 영역

라이트는「건축의 미래, The Future of Architecture (1953)」에서 정의하여 다음과 같이 설명하고 있다.

유기적(Organic)이란 말은 건축에 있어서 단지 정육점에 걸어 놓거나, 두 발로 걸어 다니거나, 혹은 들에서 재배되는 것을 가리키지 않는다. 유기적이란 말은 실체(entity)를 가리킨다. 따라서 통합적(integral) 혹은 내재적(intrinsic)이라는 말을 쓰는 편이 아마 좋을 것이다. 본래 건축에 사용된 것으로서, 유기적이란, 전체가부분에 대하듯이 부분이 전체에 대하는(part - to-whole-as-whole-is-to-part)것을 의미한다. 그러므로 종합으로서의 실체(entity as integral)가, 진정 유기적이라는 말을 의미하는 것이다. 즉 본질적인 것(Intrinsic.[89])

이렇게 라이트는 Organic 이라는 말로 그의 건축사상과 그 작품의 특징을 나타냈을 때, 유기적이란 한마디로 Entity , 實在혹은 實體와 같은 것이라고 설명하면서, 유기적 건축은 내부로부터 외부로 향(表出)하는 건축인데, 여기서 실체는 관념적(觀念的)인 것이다. 라고[90] 했다. 그리고 이러한 역설(力說)은 Organic 이라는 용어해석에서 오는 근원적 오류를 라이트 자신이 너무나도 잘 알고 있었기에 이를 불식(拂拭)시키려는 했던 노력이었다. 실제 라이트는 그의 작품을 연구하는데 있어 먼저 선행되어야 할 것으로, 유기적 이라는 용어의 이해에 있어 생물학적인 추론을 피할 것과, 자연(自然)이라는 용어에 대한 오해 또한 피할 것을 주장했었다.

내가 아들러와 설리반 건축 사무소에 들어갔을 무렵, 내가 사용하는 자연이라는 말의 내용은 다른 사람들이 그 말을 사용할 때의 그것과 다름을 알게 되었다.[91]

나는 너무나 종종 야기되는 자연(nature)이라는[92] 단어의 사용에 대한 혼동을

---

89) The F uture of A rchitecture/ F. L. Wrigh /Horizon Press/ 1953/ p.347.

90) Ibid., p.15. Organic architecture is an architecture from within outward, in which entity is the ideal.

91) A Testament/ F. L. Wright/Horizon Press/ 1957/p.20.

92) 註釋: nature 를 자연으로 해석할 때 일반적인 의미는 대상으로서의 눈에 보이는 자연물

없애려고 한다. 아주 수 년 전에, 내가 건축이라는 주제에 대해 글을 쓰거나 연설하기 시작할 무렵, 나는 이 말을 모든 원인과 결과의 내적 실체(the interior essence of all cause and effect)를[93] 의미하는 것으로 사용했었다. 그래서 본래 그러한(native)에 대한 나의 센스는 그것이 존재하거나 혹은 분명하게 드러나게 될 어떤 것에도 들어맞는 시적 원리의 내적 자연(inner nature)을 이해하였다. 진리(Truth), 이것은 어떤 대상 혹은 상태에 관한 것으로, 즉 이것은 나에게 근원(origin)에 대한 타고난 감각이었다. 즉 근원적인 것.[94]

이러한 라이트의 주장들은 유기적 이란 용어로 설명되는 라이트의 건축과 이론에 대한 접근을 자연의 원리(原理)에 대한 탐구와 이해로 시작해야 함을 지적한 것이다. 이것은 그의 말처럼, 본래의 것으로서 훌륭하게 목적과 걸 맞는 그렇게 위대한 전체라는 개념으로서의, 즉 능산적(能産的) 자연을 말하는 것으로, 하나의 소산적(所産的) 대상으로서의 자연에 관한 관찰이 아니라는 것이다.[95]

유기적 형태는 기하학적 형태에서 나타나는 기계적, 정적, 수리적인 특성과 대립적으로 자연적, 동적, 자율적인 특성을 지니고 있다. 유기적 형태는 자연에서 흔히 볼 수 있는 식물이나 곤충, 자연현상의 형과 입체로 매끄러운 곡선이나 곡면의 형태를 말한다.[96] 이런 자연에 대한 직관은 자연의 자태에서 형상화된 구조의 시스템을 비롯하여 형태, 내부와 외부공간의 관입, 수직과 수평의 상호 연관관계 및 연속과 확장, 반복 및 대립의 관계로 이어져 각각의 개체가 결합되면서 일체로 표현된다.

(自然物)이지만, 한자 그대로의 의미, 自然처럼 이 말의 본뜻은 스스로 그러한 이라는 존재의 원리를 내포하고 있는데 이러한 의미로 라이트가 말한 nature를 해석해야만 이 문장의 의미를 이해할 수 있다.

93) 註釋: essence 라는 단어는 일반적으로 (사물의) 본질, 정수, 혹은 (본질 구성의) 요소로 해석하지만, 철학적으로는 實在, 實體, 혹은 靈的存在로 해석하는데, 여기서는 후자의 역이 보다 바람직하다고 생각된다.

94) A Testament/ F. L. Wright/Horizon Press/ 1957/p.109

95) 有機的 建築思想의 哲學的 本質과 實際에 관한 硏究 : Frank Lloyd Wright의 建築理論과 作品分析을 중심으로 = (A) study on the philosophical essence and practice of the organic architecture based on Frank Lloyd Wright's theory and design/오장환/한양대학교 대학원: 건축공학과/학위논문(박사)/2001.8/pp.15-16

96) 체험적 놀이환경 중심의 어린이 미디어테크 설계 연구 - 유희적 공간 디자인을 중심으로/ 박경선/ 경희대학교 건축대학원 건축학과/ 석사학위논문/ 2007/ pp.17-19

미국철강계의 거물이자 자선사업가인 솔로몬 구겐하임(Solomon R. Guggenheim Museum)이 수집한 현대미술품들을 기반으로 설립된 이 건물은 1943년 프랭크 로이드 라이트(Frank Lloyd Wright)에 의해 설계되었는데 큰 달팽이 모양의 외관과 탁 트여 통풍이 잘 되는 천장을 중심으로 계단이 없는 나선형 구조의 전시장으로 매끄러운 곡면의 형태를 이룬 유기적 특징을 담은 유희적 공간이라 할 수 있다.

<그림 44>Guggenheim Museum

<그림 45> 유희적 공간의 연출 요소

이처럼 유희적 공간의 연출요소는 시각, 청각, 촉각의 속성을 가진 감각요소, 심리적이고 생리적인 영향을 가장 많이 받는 색채요소 공간의 중심성과 방향성 깊이에 따라 공간의 분위기가 달라지는 물리적 요소, 테마성과 스토리텔링으로 공간의 개성과 특성을 정립화 시키는 감성적 요소, 그리고 공간을 기하학적, 구성적, 유기적으로 형상화 시키는 형태요소로 알아볼 수 있다.

제6절 소결

공간 디자인은 인간이 거주하고 이동하는 모든 삶의 공간을 창조하고 구축하는 공간적 문제해결의 과정으로서 인간을 에워싸는 환경을 인간과 환경이라는 양자 관계 간의 연결을 시도하여 얻어지는 요소를 재창조, 재구성하여 질서와 조화를 이룬다. 공간디자인은 인간과의 조화로운 관계를 이루도록 아름다운 연출도 중요하지만 조화되지 않더라도 어떠한 상황이나 상태를 이용한 효과적인 결과를 도출해내는 것이 공간연출이라 하겠다. 이 유희적 공간 연출에 있어서는 사용자의 공간에서의 즐거움과 친근감 있는 의사소통의 장으로서 이용되어지기에 다양한 유희적 공간의 연출 요소가 있음을 알 수 있다. 본 연구에서는 총 다섯 가지의 요소를 통해 유희적 공간의 연출의 효과와 방법을 논하였다. 그 요소는 <표 8>과 같다 .

<표 8> 유희적 공간의 연출 요소와 그 속성

연출영역	요소	속성
감각	시각적	빛의 밝고 어두운 세기 변화를 통한 보편적이고 우선적인 감각을 통해 공간의 깊이와 변화감을 연출
	촉각적	일차적이고 즉각적인 감각을 통한 공간의 형태를 지각
	청각적	이동 경로에서 나타나는 소리들을 통해 공간에서의 경험을 느끼게 하는 감각
색채	속성	색의 명도, 채도, 색상과 채색면적과 전경색 배경색의 상대적인 대비에 따라 색이 가지는 미학적 힘을 가지는 색에너지를 통한 시지각적 특성에 의한 효과로 주의를 집중하여 공간의 시각효과로 방향성과 연속성 부여
	지각	이동을 통해 지각되는 장면을 자연스럽게 연결하여 질서를 형성, 연속적 공간 이미지를 위한 매개체 역할
	대비	대비 효과로 인한 공간 내의 힘의 긴장감을 보여줘 긴장이 해소되는 방향으로 시선을 유도함으로써 공간의 중심적 성격을 갖게 하여 공간 파악 유도
물리적	중심성	공간에서 시선을 강하게 자극하는 오브제 등의 연출로 지각에 의한 시각적인 초점을 만들게 하여 공간의 흐름 유도
	방향성	운동감과의 관계성이 있으며 이는 특정지점으로 나아가게 하는 시각적 힘을 작용해 진행방향으로 연속성을 주어 접근성을 줌
	깊이	여러 공간이 맞물려 형성되는 공간의 중첩과 이에 의한 액자효과로 인해서 시각적인 깊이를 보여 진로인식과 방향성측면에서 시각적인 흡인력 발생
감성적	테마	소재의 범위가 무한하여 공간에 독특한 성격과 질을 부여 공간의 요소를 조직화하여 분위기를 연출
	스토리텔링	공간의 본질적 특성인 역동성을 정서적, 체험적 이야기를 통해 의식의 법칙에 따라 표현
형태	기하학적	논리적인 실체로서의 규칙성이나 정확성을 보여주게 함
	구상적	직접 경험하거나 지각할 수 있도록 일정한 형태와 성질을 갖추도록 하는 것으로서 형상, 모양 등을 결합하거나 편리하게 채용, 해체, 재구성 함
	유기적	자연에 대한 직관을 통해 자연의 자태에서 형상화된 구조의 시스템과, 각각의 개체가 관계하면서 일체로 표현

제4장 공공공간의 사례 분석

공공공간의 유희적공간의 분석에 있어서 19개의 국내·외 사례를 선정하여 연구하는 것으로 하였다.

연구대상 공공공간의 유희적공간의 국내 사례로는 광주 세계 광 엑스포 등 4개소. 국외 사례로는 Parc de la Villette in paris등 15곳의 공간을 대상으로 공간을 분석하였다.

제1절 국내·외 공공공간의 사례

공공공간의 유희적공간의 분석에 있어서 19개의 국내·외 사례를 선정하여 연구하는 것으로 하였다.

연구대상 공공공간의 유희적공간의 국내 사례로는 광주 세계 광 엑스포 등 4개소. 국외 사례로는 Parc de la Villette in paris등 15곳의 공간을 대상으로 공간을 분석하였다.

<표 9> 국내사례 대상 공간

<국 내 사 례>				
No.	Product	designer	location	year
1	광주 세계 광 엑스포	Alain Guilhot	광주광역시	2010
2	여수 세계박람회 (1) 아쿠아리움	슈테판, 도미니크 페로	전남 여수	2012
3	여수 세계박람회 (2) 에너지파크	류춘수	전남 여수	2012
4	여수 세계박람회 (3) 빅오	윤세현,이영옥, 창조건축	전남 여수	2012

<표 10> 외국사례 대상 공간

<해 외 사 례>				
No.	Product	designer	location	year
1	Crown Fountain	Jaume Plensa	Chicago	2004
2	Parc de la Villette in paris	Bernard Tschumi	Paris	1988
3	Lord's cricket ground media center	Future Systems	London	1999
5	Jean-Marie Tiibaou Cultural Center	Renzo Piano	Finland	1998
6	Korkeasaari Lookout Tower	Ville Hara	Finland	2002
7	EXPO 2010 Shanghai China	Thomas Heatherwich	Sanghai	2010
8	EXPO 2005 Aichi Japan	이즈미 신야	Nakoya	2005
9	EXPO 2008 Zaragoza Spain	Zaha hadid, Nietoy Sobejano	Zaragoza	2008

1. 국내 사례의 분석

최근 공공기관이 주도해서 계획하거나 공공을 위한 공공공간이 많이 형성되어 지고 있다. 그중에서 전시 및 홍보를 목적으로 하는 국제 박람회를 중심으로 사례를 선정 하였으며, 그 대상으로는 광주 세계 광 엑스포와 여수 세계박람회를 국내 사례의 연구대상으로 하였다.

가. 광주 세계 광 엑스포

2010년 개최된 광주 세계 광 엑스포는 대한민국을 세계 광산업의 선진국으로

도약시키고 광주가 선도해온 광산업을 널리 알리기 위해 2010년 개최되었다. 광주시는 2008년 1월 15일 광 엑스포 추진 기획단을 구성하고 2008년 2월 27일 재단법인 광주 세계 광 엑스포 조직 위원회를 설립하였다. 본래 2009년 10월에 개최할 예정이었으나 신종플루 확산에 따라 행사를 연기하였다. 그리하여 2010년 4월 2일 2010 광주 세계 광 엑스포가 개막되었고 2010년 5월 9일 폐막하였다. 그리고 광주 세계 광 엑스포는 여러 나라에 멀리 알리기 위하여 만들어졌다.

주요행사가 개최되는 행사장은 광주광역시 서구 상무 시민공원으로 모두 9개의 주제전시관을 통해 빛의 탄생 및 생활, 산업, 첨단과학, 예술에 사용되는 빛을 조명했다. 주제전시관은 빛주제영상관, 빛하늘모험관, 빛산업기술관, 빛도시생활관, 빛희노애락관, 태양관홍보관, 시민파밀리온으로 구성되어있다. 빛주제영상관은 빛의 탄생부터 빛과 우주의 무한한 가능성을 체험할 수 있는 공간으로, 주제 영상인 "seed light"를 상영하였다. 빛하늘 모함관은 빛과 관련된 최첨단 항공기술과 F-5 전투기 탑승 체험, 국산 초음속 훈련기 T-50 시뮬레이터를 이용하여 가상으로 항공기를 몰고 세계 곳곳을 누비는 시뮬레이션 체험 등 다양한 체험을 할 수 있도록 했다. 빛우주누리관은 대한민국 최초의 우주인 이소연 박사의 우주인 선발과정과 체험 영상 관람, 이소연 박사가 탑승했던 소유주 우주선과 동일 모델의 귀환모듈 전시하였다. 빛과학체험관은 빛의 탄생, 빛의 역사와 종류, 성질 등을 배우고 빛의 과학자들을 만나보며 빛과학을 가까이 느끼는 체험학습의 장이 되었다. 빛산업기술관은 꿈의 디스플레이 기술, 친환경 LED, 3D tv, 각종 광학기기와 레이저 쇼를 통해 광산업을 체험하며 광산업의 현재를 조망하고 미래를 예측할 수 있도록 했다. 빛도시생활관은 과거부터 미래까지 인류와 함께하는 빛의 역할과 가치를 재조명하였다. 빛희노애락관은 빛의 熙(조명의 역사와 문화), 怒(빛공해와 해결방법), 愛(라이트 아트), 樂(감성조명)의 주제를 가지고 조명을 전시하였다. 태양광홍보관은 태양광의 가치와 생활 속에서 이용되는 태양광을 체험할 수 있도록 했다. 시민파빌리온은 광주의 빛 예술작가들이 시민들과 함께 만드는 복합문화공간으로 꾸며졌다.

주제 행사는 빛분수와 빛분수 영상쇼가 있다. 빛분수는 '빛을 연주하다'라는 주제로 분수를 피아노, 바이올린, 첼로, 플룻, 트럼펫, 호른, 팀파니, 하프의 총 8가지

악기로 표현하였다. 야간에는 주제영상관의 스트로브 조명과 빛기둥, LED 조명 등으로 다양한 연출이 가능하도록 했다. 빛분수영상쇼는 주제 전시관인 루미보울과 빛분수를 배경으로 워터스크린에 알렉산드르콜린카 등의 작품을 투영시켜 환상적인 분위기의 영상을 보여주었다.[97]

97) 위키백과. http://ko.wikipedia.org

<표 11> 광주 세계 광 엑스포

	Project_ 광주 세계 광 엑스포		
	designer_ Alain Guilhot	location_ 전남광주	year_ 2010
작품 개요	대한민국을 세계 광산업의 선진국으로 도약시키고 광주가 선도해온 광산업을 널리 알리기 위해 2010년 개최되었다. 2010년 4월2일부터 5월9일가지 개최하였으며 모두 9개의 주제전시관을 통해 빛의 탄생 및 생활, 산업, 첨단과학, 예술에 사용되는 빛을 주제로 개최하였다.		
이미지			

나. 여수 세계박람회

‘살아있는 바다, 숨 쉬는 연안’을 주제로 개최되는 국제박람회로, 1993년 대전엑스포에 이어 우리나라에서 19년 만에 개최된 두 번째 인정박람회다. 국제적으로 해양과 연안의 가치를 재조명함으로써 기후변화, 자원고갈, 생태계 파괴 등 인류의 현안 과제를 화두로 제시하였으며, 또한 하위 주제는 '연안의 개발과 보전, 새로운 자원 기술, 창의적인 해양 활동이다.

<그림 46> 여수세계박람회 마스코트

박람회를 통해 해안과 연안의 가치를 재조명함으로써 기후변화, 자원고갈, 생태계파괴 등 인류 현안과제에 대응하기 위한 국제사회의 협력을 이끌어내고, 육지의 대안으로서 바다의 미래와 인류 성장 동력인 해양과학기술을 소개하는 것을 목표로 한다. 개최지인 여수는 내륙과 해양의 거점지역으로 박람회 주제를 구현하는데 유리한 지정학적 조건을 갖추었다. 마스코트는 플랑크톤을 모티브로 캐릭터화한 '여니(Yeony)'와 '수니(Suny)'이다. 심볼(symbol)은 3가지의 색상으로 구성 되며 상단의 붉은색은 육지에 서식하는 생명체, 녹색은 생명체와 더불어 사는 환경, 파란색은 맑고 깨끗한 해양을 상징한다. 심볼 중앙의 흰색 물결은 연안의 흐르는 물을 상징하며, 전체적인 원형은 지구를 상징한다.

<그림 47> 여수세계박람회 심볼

박람회 주제를 소개하는 전시시설은 4대특화시설 빅오, 엑스포 디지털갤러리, 스카이타워. 아쿠아리움 과 체험전시실 ,주최국 전시관, 참여 전시관으로 구분된다.

<그림 48> 여수 박람회장 전경

<표 12> 여수 세계박람회 (1) 아쿠아리움

	Project_ 아쿠아리움		
	designer_ 슈테판, 도미니크 페로	location_ 전남여수	year_ 2012
작품 개요	아쿠아리움은 일상에서 쉽게 접할 수 없는 여러 해양생태계의 모습을 보여줌으로써 해양문화의 가치를 전파하고 생태계보존이라는 명제를 대중에게 알리고자 하는 공간이다.		
이미지			

<표 13> 여수 세계박람회 (2) 에너지파크

	Project_ 여수 세계박람회 (2)에너지파크		
	designer_ 류춘수	location_ 전남여수	year_ 2012
작품 개요	에너지파크는 에너지 관련 생산, 교육, 체험, 휴식 등을 겸해 다양한 효과를 거둘 수 있는 복합 테마공원이다.		
이미지			

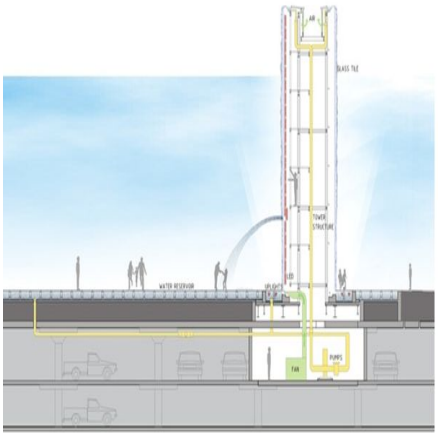
<표 14> 여수 세계박람회 (3) 빅오

	Project_ 여수 세계박람회 (3) 빅오		
	designer_ 윤세현,이영옥,창조건축	location_ 전남여수	year_ 2012
작품 개요	거대한 바다(Big Ocean)이라는 뜻으로 2012여수세계박람회 폐장에 맞춰 박람회 주제인 '살아있는 바다, 숨 쉬는 연안'을 극적으로 표현한 작품이다.		
이미지	 		

2. 외국 사례의 분석

가. Crown Fountain

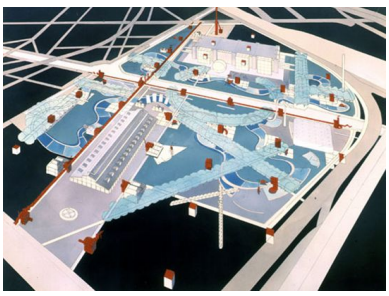
<표 15> Crown Fountain

	Crown Fountain		
	designer_ Jaume Plensa	location_ Chicago	year_ 2004
작품 개요	시카고 시민의 영상을 통해 다양한 나이와 인종, 문화가 공존하는 시카고의 특성을 표현하는 동시에 관람자의 흥미를 유발한 작품이다.		
이미지			

나. Parc de la Villette in paris

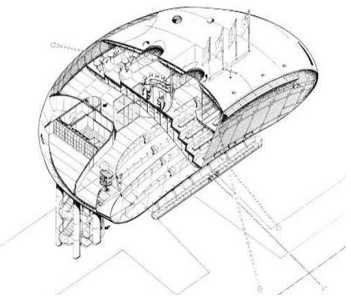
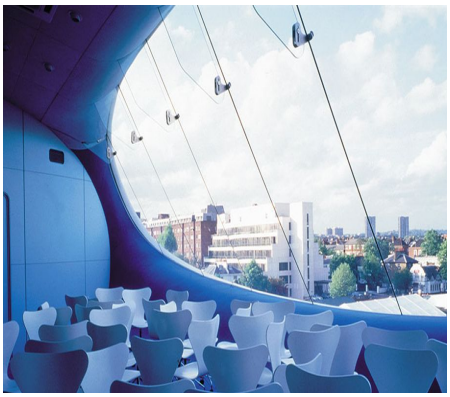
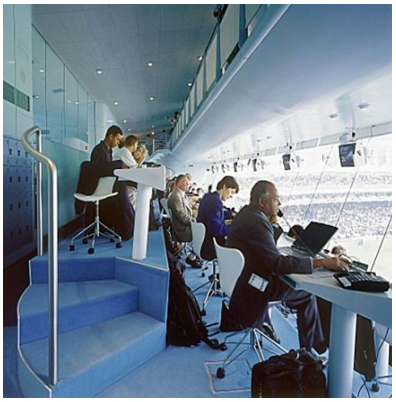
<표 16> Parc de la Villette in paris

<table>
<tr><td></td><td colspan="3">Project_ Parc de la Villette in paris</td></tr>
<tr><td></td><td>designer_ Bernard Tschumi</td><td>location_ paris</td><td>year_ 1988</td></tr>
<tr><td>작품
개요</td><td colspan="3">포스트 모더니즘 해체주의를 지향하며 공간, 이벤트, 휴향처 개인을 위한 공간이 아니라 움직임의 상호 작용이라는 테마가 일관성 있게 적용된 작품이다.</td></tr>
<tr><td>이
미
지</td><td colspan="3">

  </td></tr>
</table>

다. lord's cricket ground media center

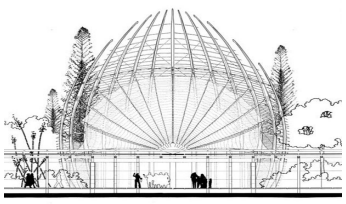
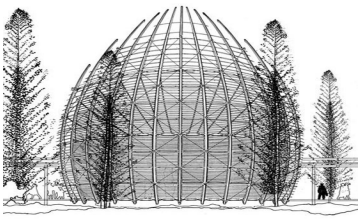
<표 17> lord's cricket ground media center

	Project_ lord's ground media center		
	designer_ Future Systems	location_ london	year_ 1999
작품 개요	흰색의 알루미늄으로 만들어진 일체형 유선형 구조물로 포스트 모더니즘을 담은 특이한 형태의 구조물로 크리켓 경기장에 활기를 불어넣은 작품이다.		
이미지	  		

라. Jean-Marie Tjibaou Cultural Center

<표 18> Jean-Marie Tjibaou Cultural Center

<table>
<tr><td></td><td colspan="3">Project_ Jean-Marine Tjibaou Cultural Center</td></tr>
<tr><td></td><td>designer_ Renzo Piano</td><td>location_ Finland</td><td>year_ 1998</td></tr>
<tr><td>작품
개요</td><td colspan="3">누메아에 카낙인의 땅과 연관된 불가결함을 반영하여 디자인 된 건물로 현대적인 건축양식과 토착적인 문화의 믿음을 표현해 낸 작품이다.</td></tr>
<tr><td>이
미
지</td><td colspan="3">

   </td></tr>
</table>

마. 상하이 세계 박람회

<표 19> 상하이 세계 박람회

<table>
<tr><td></td><td colspan="3">Project_ 상하이 세계 박람회</td></tr>
<tr><td></td><td>designer_
Thomas Heatherwich</td><td>location_ Sanghai</td><td>year_2010</td></tr>
<tr><td>작품
개요</td><td colspan="3">상하이 세계박람회의 개최 취지는 국제사회에 도시의 발전상을 널리 알리고 환경과 발전의 조화, 사람과 자연의 조화로운 공존, 미래도시 발전 모델을 모색하여 세계 각국 공동발전을 촉진하는 데 있다.</td></tr>
<tr><td>이
미
지</td><td colspan="3">

</td></tr>
</table>

바. 일본 아이치 세계 박람회

<표 20> 일본 아이치 세계 박람회

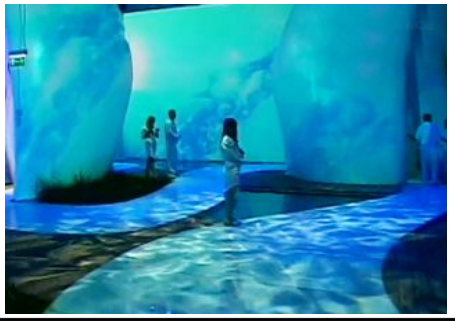
<table>
<tr><td></td><td colspan="3">Project_ 일본 아이치 세계 박람회</td></tr>
<tr><td></td><td>designer_ 이즈미 신야</td><td>location_ Nakoya</td><td>year_2005</td></tr>
<tr><td>작품
개요</td><td colspan="3">아이치 세계박람회는 ‘자연의 예지’ 라는 주제로 급속도로 이루어진 경제성장과 산업발전으로 인해 잃어버린 많은 인간적 가치들을 조화를 통해 회복하는데 착안을 두었다.</td></tr>
<tr><td>이
미
지</td><td colspan="3">

</td></tr>
</table>

사. 스페인 사라고사 세계 박람회

<표 21> 스페인 사라고사 세계 박람회

<table>
<tr><td></td><td colspan="3">Project_ 스페인 사라고사 세계 박람회</td></tr>
<tr><td></td><td>designer_ Zaha hadid,
Nietoy Sobejano</td><td>location_ Zaragoza</td><td>year_ 2008</td></tr>
<tr><td>작품
개요</td><td colspan="3">스페인 사라고사 세계 박람회는 '물과 지속 가능한 발전'이라는 주제로 박람회를 통해 물의 소중함과 지속적 발전과의 연관성을 이해시키는것에 주안점을 두고 있다.</td></tr>
<tr><td>이
미
지</td><td colspan="3">

  </td></tr>
</table>

제2절 사례분석 개요 및 분석

1. 사례분석의 개요

공공공간의 사례는 선행연구자의 표현연출특성의 5가지의 표현방법으로 구분하여 분석 하였다.

3장에서의 사례분석을 토대로 공간분석표를 작성하며, 동시에 설문을 통하여 공공공간 및 공공공간의 유희성에 대한 사용자의 요구도를 분석한다.

집단 간 차이분석이란 통계분석기법이 달성하려고 하는 목표를 지칭한다. 이는 사회현상들 간의 인과관계를 추론함에 있어서 어떠한 원인이 집단 간의 차이를 야기했는지를 알아볼 필요성이 많다. 인과관계의 추론이 아니면서도 집단 간 차이 분석이 필요한 경우 즉, 성별, 연령별, 소득수준별로 분석할 시 집단 간 차이분석이 필요하다. 집단 간 차이분석을 수행하는 통계기법에는 t-검정과 분산분석 등이 있다. 본 연구는 이 두 가지 통계 기법을 사용하였는데 t-검정은 표본의 크기가 작고 표준편차가 알려지지 않은 경우에 t분포를 사용해서 수행하는 단일변량 가설 검정 방법이다.

독립표본 t-검정을 통해 성별에 따라 문항별 평균의 차이에 대하여 검정을 하였다.

가. 설문조사 개요

설문조사 기간은 2012년 1월부터 10월까지 대상지 방문 및 대면조사를 통해 실시하였으며, 총 134명에게 정보를 수집하였다. 수집된 정보자료의 대상별 분포를 보면, 성별은 여성이 51.8%로 남성 44.7%보다 높은 분포를 보였고, 설문응답자의 연령은 20대의 비중이 64.4%로 가장 높고 다음 40대 13.6%, 30대 9.1%, 50대 9.1%, 10대 3.8% 순으로 조사되었다.

응답자의 직업 분포는 학생 59.1%, 직장인 20.5%, 기업인 11.4%, 기타 7.6%, 교

수 2% 순으로 나타났으며 학생의 분포가 가장 높게 나났다.

학력별로는 학생 비중이 높은 관계로 대학재학의 비중이 64.4% 로 가장 높게 나타났으며 다음으로 대졸 22%, 대학원이상 11.4%, 고졸이하 2.3%로 조사되었다.

또한 가구당 소득별로는 대학재학의 비중이 높은 관계로 100만 원 이하 55.8% 로 가장 높게 나타났으며 101만원~200만원 18.9%, 201만원~300만원 10.6%, 301만원~500만원 9.3% 500만 원 이상 4.7% 로 나타났다.

나. 분석 방법

본 연구에서 수집된 자료는 통계프로그램 SPSS을 사용하여 분석하였다. 분석기법으로는 유희적 공간에 대한 인식 , 사례에 제시된 공공공간에 대한 평가, 주위 환경의 공공공간의 유희적 공간에 대한 평가 등 4개 분야 43개 문항을 성, 연령 , 학력, 소득 ,직업 6개 요인으로 나누어 빈도분석을 실시하였다.

다. 설문조사 결과 분석

설문조사 결과는 위 분석방법에서 언급한 바와 같이 6개요인 별로 빈도분석을 실시하였으며 분석은 데이터에 입각하여 객관적으로 실시하였다.

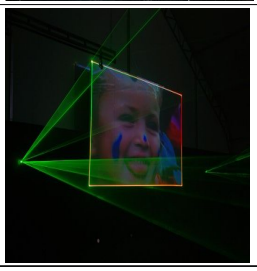
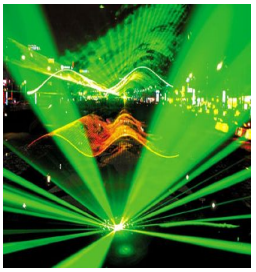
2. 공공공간 사례의 분석

공공공간 및 공공공간의 유희적 영역의 분석에 있어서는 선행 연구자의 연구에 의해 표현연출특성을 적용하여 연구 하였다.

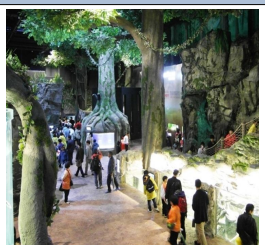
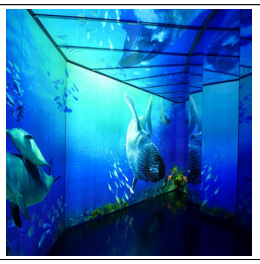
유희적 공간의 연출 요소에서 총 5가지로 감각, 색채, 물리적, 감성적, 형태 요소로 나누어 그 속성에 대한 이론 고찰을 다루었다. 이를 바탕으로 하여 연구 사례의 분석에서는 국내와 국외의 유희적 공공공간에 대한 연출에 적용된 정도를 조사하였다.

각 요소의 관여도는 관여도의낮음-○ , 관여도의 보통-◎ , 관여도의 높음-● 으로 표시 하였다.

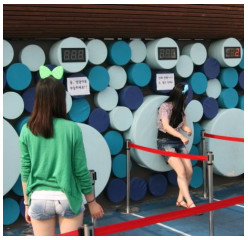
<표 22> 광주 세계 광 엑스포

표현 연출 특성 및 연출				사진	내용
인지적 표현	감각적 요소	○	오감 연출		광엑스포 내부에 설치된 '빛과확체험관'으로 빛을 촉각, 시각, 청각 등 다양한 감각을 통해 느끼고 체험하는 공간이다.
	색채적 요소	◎	빛과 색채 연출		스크린을 통한 이미지를 전달하는 설치물로 다양한 빛의 효과를 시각화하였다.
외형적 표현	감성적 요소	●	장소의 상징화 연출		광엑스포 주최로 광주천에 개막된 행사로 빛이 광주천에서 태어난다는 의미를 부여한 행사이다.
	형태적 요소	●	형상화 연출		'광엑스포' 내부의 설치된 '몽상가의방'이라는 공간 작품으로 비규칙적이며 기하학적인 배열로 인해 형상화 하고 있다.
	물리적 요소	◎	공간 연출		전반적으로 실내 대부분의공간이 어둡게 설계되어 빛의 표현에 있어서 최적화된 공간으로 구성했다.

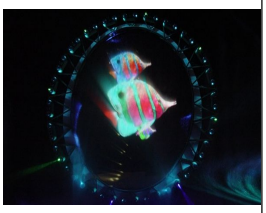
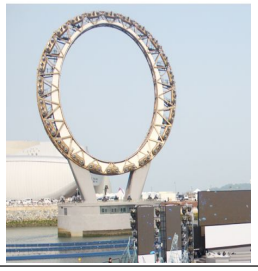
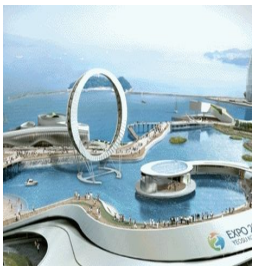
<표 23> 여수 세계박람회 (1) 아쿠아리움

표현 연출 특성 및 연출				사진	내용
인지적표현	감각적 요소	◎	오감 연출		자연과 어우러진 구조를 채택하면서도 다양한 볼거리를 통해 시각적인 감각적 요소를 강조하였다.
	색채적 요소	●	빛과 색채 연출		비교적 어두운색과 해양의 자연색과 흡사한 빛의 조명을 선택하였다.
외형적표현	감성적 요소	◎	장소의 상징화 연출		자연광이 들어오는 구조로 설계하였으며 아마존 밀림과 흡사한 환경을 구성하여 연출하였다.
	형태적 요소	○	형상화 연출		건물 내부를 직선구조의 기하학적 형태로 설계하여 내부를 형상화 하였다.
	물리적 요소	○	공간 연출		360도 회전식으로 관람 가능한 구조로 설계하여 시각적 표현뿐만 아닌 편의성을 갖춘 공간을 연출하였다.

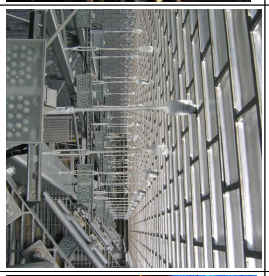
<표 24> 여수 세계박람회 (2) 에너지파크

표현 연출 특성 및 연출				사진	내용
인지적표현	감각적 요소	●	오감 연출		감각적 요소 중 다양한 색채의 구조물과 체험을 통한 시설물을 통해 시각, 촉각을 주로 강조한 감각적 요소를 강조하였다.
	색채적 요소	○	빛과 색채 연출		일률적인 색상이 아닌 다양한 원색적 색상을 선택해 시각적 효과를 부각시켰다.
외형적표현	감성적 요소	●	장소의 상징화 연출		공간 내의 대부분의 설치물들을 직접 이용 할 수 있도록 설계되어 장소의 '체험' 의 부문 상징화 하였다.
	형태적 요소	◎	형상화 연출		기하학적 구조물을 다수 설치하여 주변 환경과 대조되는 이미지를 연출해 형상화 하였다.
	물리적 요소	●	공간 연출		놀이적 요소만이 아닌 생산, 체험, 휴식 다양한 요소를 접목함으로서 여러 효과를 거둘 수 있는 공간으로 설계하였다.

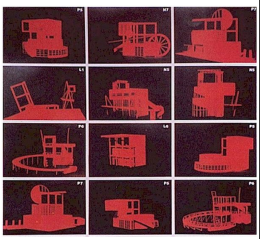
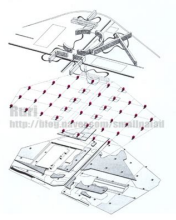
<표25> 여수 세계박람회 (3) 빅오

표현 연출 특성 및 연출				사진	내용
인지적표현	감각적 요소	●	오감 연출		분수의 형태를 이용하여 물로 인한 다양한 효과와 색채감 있는 조명을 접목하여 시각을 강조하였다.
	색채적 요소	●	빛과 색채 연출		화려한 조명과 다양한 색채감을 강조한 설계물이다.
외형적표현	감성적 요소	◎	장소의 상징화 연출		'빅오' 는 거대한바다(Big Ocean)라는 의미를 가진 구조물로 철자 그대로의 형상을 큰 원형모양으로 설계하여 연출하였다.
	형태적 요소	●	형상화 연출		주변 유기적형태의 건물들과 어울리는 원형의 디자인을 선택하여 전체적으로 조화되는 형상을 보여주고 있다.
	물리적 요소	○	공간 연출		방향과 상관없이 모든 관람객 들이 자유로운 위치에서 관람 할 수 있도록 설계되어 편리성을 추구하였다.

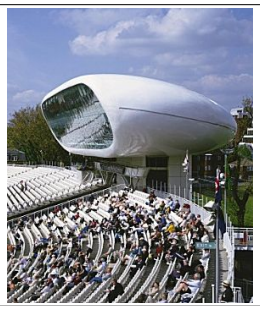
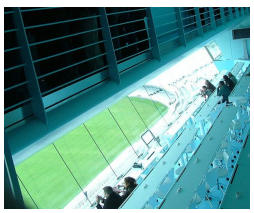
<표 26> Crown Fountain

표현연출 특성 및 연출				사진	내용
인지적표현	감각적 요소	●	오감 연출		분수를 통한 물과의 촉각을 자극하여 감각적 요소의 연출을 이룬다.
	색채적 요소	◎	빛과 색채 연출		붉은 빛 사람의 얼굴 형상을 영상으로 담아 다소 자극적인 시각을 보여준다.
외형적표현	감성적 요소	●	장소의 상징화 연출		다양한 나이와 인종의 사람 얼굴을 통해 시카고의 다문화적 특징을 담아냄
	형태적 요소	●	형상화 연출		구조적이고 짜임 있는 틀로 이루어져 다양한 영상을 나타낸다.
	물리적 요소	◎	공간 연출		두 개의 영상이 마주보는 모양으로 그 사이 중심에서 반전 있는 시야를 확보할 수 있다.

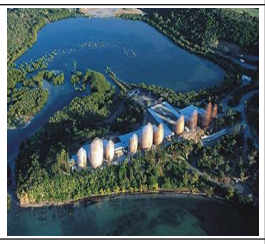
<표 27> Parc de la Villette in paris

표현연출 특성 및 연출				사진	내용
인지적표현	감각적 요소	◎	오감 연출		일반적으로 생각하는 휴향처 개인을 위한공간이 아니라, 상호작용을 염두하고 활동이란 점에 중심을 두게끔 계획하였다.
	색채적 요소	◎	빛과 색채 연출		푸른 잔디광장을 면적인 요소로 보고, 주변건물들은 회색, 폴리들을 빨간색으로 채색함으로써 역동성을 주었다.
외형적표현	감성적 요소	●	장소의 상징화 연출		"non-place."에서 공간의 존재를 중시했다. 아무것도 없는 장소이지만 사람들이 많은 활동을 함으로써 공원과 공간, 사람이 진정한 공원을 형성한다.
	형태적 요소	○	형상화 연출		선과 면에 의한 새로운 설계 개념으로 무관한 형태적 주재를 통한 다양성을 도입했으며 끝없는 결합 가능성을 보여준다.
	물리적 요소	◎	공간 연출		전체 부지에 120m 간격의 교차점에 30개의 붉은색 폴리를 배치함으로써 조화보다는 분열과 분리를 강조하였다.

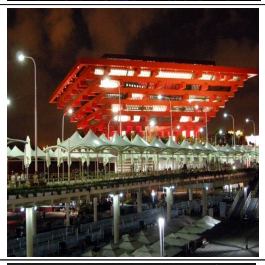
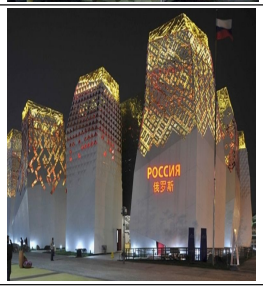
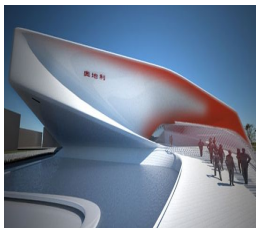
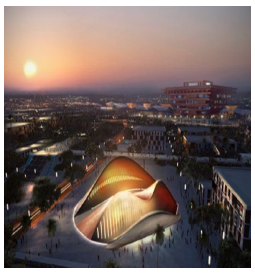
<표 28> lord's cricket ground media center

표현연출 특성 및 연출				사진	내용
인지적표현	감각적 요소	○	오감 연출		시각적으로 탁 트인 전경과 매트한 재질, 흰색과 하늘색으로 이루어져 구름위에서 생활하는 듯한 느낌을 들게 한다.
	색채적 요소	○	빛과 색채 연출		흰색과 하늘색으로 이루어져 공중에 떠 있다는 느낌을 강하게 들게 한다.
외형적표현	감성적 요소	●	장소의 상징화 연출		크라켓 구장의 전통과 혁신적인 구조와 디자인의 미디어센터를 통하여 존중함과 동시에 새천년을 상징하는 공간으로 연출 하였다.
	형태적 요소	●	형상화 연출		하늘에 떠 있는 구름처럼 그 색과 형태를 가져와 기존과는 다른 디자인과 독특한 형태의 건물로 연출 하였다.
	물리적 요소	◎	공간 연출		위에서 내려다 보는 독특하면서도 막힘이 없는 뷰를 통하여 경기장위에 떠있는 느낌이 들면서 자세한 관람이 가능하도록 하였다.

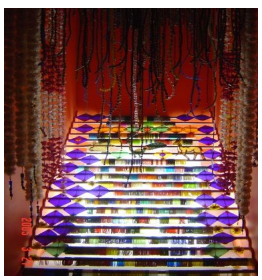
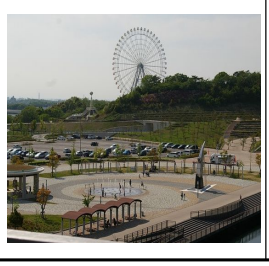
<표 29> Jean-Marie Tjibaou Cultural Center

표현 연출 특성 및 연출				사진	내용
인지적 표현	감각적 요소	●	오감 연출		견고한 짜임으로 이루어져 시각적인 요소를 한층 더 강조하였다.
	색채적 요소	●	빛과 색채 연출		목재로 건축되어 햇빛에 반사시 건축물만의 색감을 더욱 잘 표현할 수 있다.
외형적 표현	감성적 요소	●	장소의 상징화 연출		새둥지 모양으로 이루어진 외관을 가진 건물로 주민인 카낙의 문화를 도입하여 디자인한 건축물로 뉴칼레도니아 전통 오두막을 형상화하여 제작하였다
	형태적 요소	●	형상화 연출		방대한 공간에 자연과 어우러지는 모습으로 유기적인 요소를 사용하였다.
	물리적 요소	◎	공간 연출		댄스나 연극 같은 퍼포먼스 예술을 관람하는 공연장과 전시실로 사용 할수 있도록 설계된 공간이다.

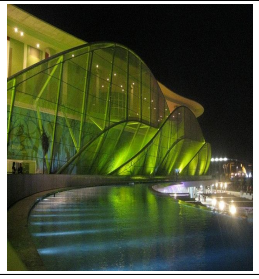
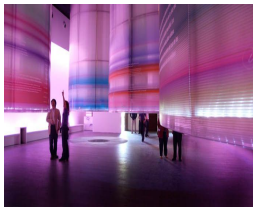
<표 30> 상하이 세계 박람회

표현 연출 특성 및 연출				사진	내용
인지적표현	감각적 요소	●	오감 연출		한국관의 모습이다 양쪽 스크린을 통해 해양에 있는듯한 느낌을 주면서도 한국전통의 음악, 악기소리가 흘러나와 다양한 감각을 이용할 수 있는 공간이다.
	색채적 요소	●	빛과 색채 연출		상하이 엑스포의 주최국인 중국관의 모습이다. 강렬한 원색계열을 적용하여 멀리서도 눈에 띌 수 있도록 설계하였다.
외형적표현	감성적 요소	●	장소의 상징화 연출		상하이 엑스포의 주제 도시를 강조한 'Better City, Better Life' 와 잘 부합하는 모습을 볼 수 있다.
	형태적 요소	●	형상화 연출		오스트리아 파빌리온으로 유기적 형태와 기하학적 형태를 적절이 조합하여 형상화한 연출한 건물이다.
	물리적 요소	◎	공간 연출		상하이의 대표적은 전통건축요소의 디자인을 융합하였으며 또한 자연과의 조화를 위해 녹색기술 건축소재를 최우선으로 사용하였다.

<표 31> 일본 아이치 세계 박람회

표현 연출 특성 및 연출				사진	내용
인지적표현	감각적 요소	●	오감 연출		아이치 박람회의 중국관으로 시각적인 효과와 더불어 관람자가 직접 공간에 참여할 수 있는 프로그램을 접목하였다.
	색채적 요소	●	빛과 색채 연출		박람회의 내부 건물 벽면이 다 스크린을 활용해 물이 흐르는 듯 한 효과를 연출하였다.
외형적표현	감성적 요소	●	장소의 상징화 연출		아이치 박람회는 자연과의 조화를 추구하면서도 국가의 전통 색을 접목하고자 하였다. 곳곳의 공간에서 강렬한 색상의 공간을 볼 수 있다.
	형태적 요소	●	형상화 연출		아이치 박람회는 대부분의 구조물, 건물에 나선형과 같은 유기적인 형태적 요소를 주로 사용하여 주변 환경과 조화를 추구하였다.
	물리적 요소	◎	공간 연출		아이치 박람회의 '자연의 지라는 주제와 같이 인공적인 조형물이나 건물보다는 자연과 어울리는 공간을 연출하였다.

<표 32> 스페인 사라고사 세계 박람회

표현 연출 특성 및 연출				사진	내용
인지적표현	감각적 요소	●	오감 연출		대나무의 형태를 본따 설계된 건축물로 시각적인 효과를 줄뿐만 아니라 실제 대나무향을 느낄 수 있도록 설계되어 다양한 감각을 사용하도록 한다.
	색채적 요소	●	빛과 색채 연출		스페인 박람회의 외부에서 봤을 때의 모습으로 다양한 색채를 연출하는 조명으로 박람회의 주제와 한층 더 어울리는 분위기를 연출
외형적표현	감성적 요소	◎	장소의 상징화 연출		스페인 사라고사의 대표적 건축물로 박람회의 주제인 물과 관련하여 물의 결정의 모습에 착안하여 설계하였다.
	형태적 요소	●	형상화 연출		사라고사 파블리온으로 삼각형 형태의 출입구로 내부로 들어갈수록 좁아지는 구조를 띠고 있다. 내부는 공간의 깊이감을 느낄 수 있는 구조로 설계되어있다.
	물리적 요소	◎	공간 연출		박람회에 사용되는 모든 전기는 태양열과 풍력 등 재생에너지를 이용해 공급한다. 조명역시 재생에너지를 사용하여 연출하고 있다.

3. 사례 분석의 종합

공간의 조사 결과 대상공간에서 전체적으로 형태의 자유로움이 표현되었으며, 전반적으로 빛과 색채의 표현이 두드러지게 나타났다. 빛과 색채를 통하여 촉각, 시각 등의 다양한 감각을 통해 체험하게 하고 스크린 등의 디지털 영상을 통해 현대화의 흐름에 맞는 설치물과 공간 활용으로 사람들의 참여를 유도하였다.

또한 자연의 유기적인 특성을 본떠 형태의 자유성을 추구함으로써 공간 내의 편안함을 연출하여 공간에서의 놀이적 요소 뿐 아니라 휴식 등의 다양한 체험을 접목시켜 여가 활동의 공간을 도출하여 유희적 공간으로의 적합성이 이루어지도록 하였다.

제3절 소결

최근 공공기관이 주도하여 계획한 공공을 위한 공공공간은 주로 시각적인 유희를 표현하는 공간이 많았음을 볼 수 있다. 광주 세계 광 엑스포, 여수 세계박람회의 아쿠아리움과 빅오 외국의 Crown Fountain, lord's cricket ground media center, Jean-Marie Tjibaou Cultural Center, 스페인 사라고사 세계 박람회 등은 외부 조형의 상징성과 식별성을 잘 보여주었으며 인지적인 표현을 나타내기 위해 감각적인 요소를 도출시켜 건축 재료나 공간의 활용, 배경과의 하모니를 통해 공간의 유희적인 연출을 극대화시켰다.

제5장. 공공공간의 유희적 영역에 대한 인식분석 결과

제1절 설문조사 설계

본 연구의 조사 대상자는 공공공간 및 공공공간에서의 유희적 영역에 대해 인지하고 의사를 표현할 수 있는 대학생을 포함한 성인 전체를 모집단으로 한다. 세부적으로는 디자인 관련 전문가와 일반인을 대상으로 하였으며, 이들을 각기 다른 그룹으로 나누어서 공공공간의 유희적 공간에 대한 인식도와 향후 공공공간의 유희적공간의 발전 방향을 살펴보는 것으로 하였다.

조사방법으로는 배부조사법을 이용하여 설문을 실시하였으며, 조사기간으로는 2012년 6월 1일부터 9월 31일까지 대면조사를 통하여 실시하였다.

본 연구는 선행 연구를 바탕으로 설문지를 작성하여 디자인 전문가 그룹과 일반인 그룹으로 구분하여 설문을 하였으며, 그 결과치를 분석하여 공공공간의 유희적 영역을 분석하는 것으로 하였다.

제2절 설문조사 결과 분석

1. 설문분석의 기본 개념

가. 빈도분석의 개념

빈도분석(Frequency Analysis)은 도수분포나 막대그림표를 이용하여 측정된 변수들이 지닌 분포의 특성을 알게 하여 준다. 분포의 특성이란 자료가 어느 곳에 몰려 있으며, 또한 어느 정도 흩어져 있으며, 정규분포를 기준으로 어느 정도 뾰족한지의 정도 등을 나타낸다. 이러한 분포의 특성은 평균, 분산 등과 같은 수치로 파악 할 수 있다. [98]

98) 사회과학 통계분석 (한글 SPSS 12K) / 한기철/ 도서출판 한나래 / 2007/ p102

빈도분석은 분류형(범주형)변수에 대한 빈도표(frequency table)를 작성하고 그에 적절한 그래프(바 차트, 파이차트)를 그리는 분석 방법이다. 빈도표에는 변수의 수준별 빈도(frequency),(상대)비율이(relative percentage %)모두 나타나 있으나 그래프는 상대 비율로 그리면 된다.

설문 데이터 분석에서 폐쇄형 문항(리커도 척도 문항 포함)은 모두 범주형 변수이며 개방형(주관식)문항도 분석자가 적절히 분류하면 범주형 문항으로 취급할 수 있다.

빈도분석은 입력 오류가 있는 지 알아보기 위하여 모든 문항에 분석을 한다. 빈도분석 결과 문항의 보기 번호에 없는 값이 출력되면 그 문항 자료에 오류가 있다는 것을 의미한다. 이 방법이 설문지와 메모장 자료를 일일이 대조하는 것보다 자료의 코딩오류를 발견하는 데 더 효율적이고 때로는 더 정확하다. 그러므로 빈도분석은 설문 데이터 분석의 첫 단계이며 모든 폐쇄형 문항에 대해서는 반드시 실시해야만 한다.

인구학적 문항에 대해서는 빈도표를 작성하거나 적절한 그래프를 그려 설문 응답자들의 분포를 나타낸다. 빈도 분석을 통해 응답자들이 모집단과 유사하게 추출되었는지 알 수 있고, 응답자들의 인구학적 분포를 알아볼 수 있다.

나. 교차분석의 개념

교차분석은 연구자가 복잡한 자료를 상황표로 만들어서, 변수 사이의 상관관계를 파악할 수 있는 것이 교차분석이다. 교차분석에서 두 변수가 상호 독립적인지 아니면 관련성이 있는지를 분석하는 것이 카이자승 검정이다. 설문조사과정에서 응답자들에게 한가지만을 선택하게 하는 경우, 선택의 폭이 크지 못해 충분한 정보를 획득하기가 어려운 경우가 발생한다. 이런 경우, 응답자들에게 복수 응답을 실시한 후, 이것을 처리하는 방법이 복수응답 분석법이다. 99)

교차분석은 범주형 자료(명목 및 서열척도)인 두 개 이상의 변수에 대한 빈도의 집계표를 나타내 주는 분석방법이다. 즉, 위에서 설명한 빈도분석의 확장형이라고 보면 될 것이다. 즉, 둘 이상의 변수를 교차시켜 각각의 값에 해당하느 사례로 분할하여 그 빈도릂 표시하는 것을 말한다. 이때 각 변수의 빈도는 하나 이상의 변

99) 사회과학 통계분석 (한글 SPSS 12K) / 한기철/ 도서출판 한나래 / 2007/ p115

수값에 따라 나누어지며, 2개 이상의 변수들의 측청치를 조합하여 이루어진 칸들로 교차표를 구성한다. 교차분석은 각 칸의 사례수 만으로 자료를 분석하거나 특정한 유의도 검증을 통하여 통계적인 분석을 하는데 활용된다. 교차분석은 명목 또는 서열척도로 측정된 자료를 이용하여 두 변수간의 관련성을 분석하기 위한 통계기법이다.

이때 교차분석에서 이용하는 통계량은 기대빈도와 관찰빈도 간의 차이에 얻어지는 통계량으로 x^2(Chi-Square)이라고 한다. 교차표는 행의 범주가 R, 열의 범주가 C일 때, 통계량의 자유도(df)는 (C-1)*(R-1)을 이용하여 두 관련성을 검증한다[100] 교차표(cross-tabulation: 분할표: contingency table)는 각 분류형 변수에 대한 빈도표를 행과 열로 결합시켜 놓은 형태로 일반적으로 행에는 설명 변수에 해당되는 변수를 열에는 반응 변수(종속 변수)를 놓는다. 다음은 행(row) 변수의 범주가 R개, 열(column)변수가 C개일 때 교차표이다. 교차표 작성 시 행은 설명변수(영향을 미치는 혹은 ~을 따라서), 열은 종속 변수로 하는 것이 일반적이다.

종속 변수 / 설명변수	1	2	…	C	행 총합
1	n_{11}	n_{12}	…	n_{1c}	$n_{1.}$
2	n_{21}	n_{22}	…	n_{2c}	$n_{2.}$
:	:	:	:	:	:
R	n_{r1}	n_{r2}	…	n_{rc}	$n_{r.}$
열 총합	$n_{.1}$	$n_{.2}$	…	$n_{.c}$	n

$$n_{i.} = \sum_j n_{ij}$$

$$n_{.j} = \sum_i n_{ij}$$

$$n = \sum_i \sum_j n_{ij}$$

<그림 49> R×C 교차표

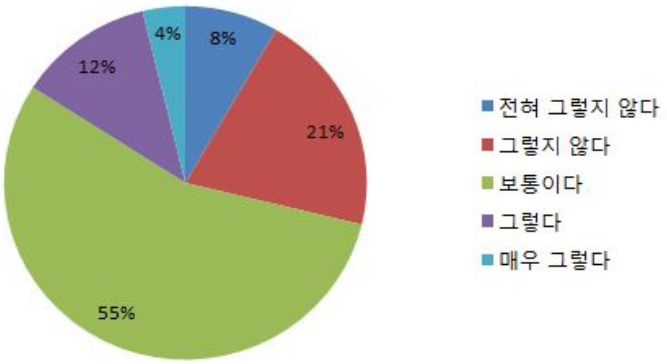
두변수가 관계가 없다. 혹은 설명 변수가 종속 변수에 영향을 미치지 않는다의 의미는 두 변수(문항)가 서로 독립이라는 의미이다. 두변수가 서로 독립이라면 확률 이론에 의해 P(AB)=P(A)P(B) 이 성립한다.

100) IT 아웃소싱을 위한 전략격차 교차분석 및 검증/ 김주영/ 인천대학교 대학원/ 박사학위논문/ 2006/ p60

2. 분석의 결과

가. 공공공간에서 유희적 영역의 인식

공공공간의 유희적 영역의 인식여부를 묻는 항목에 '보통이다'가 55%로 가장 많음을 알 수 있으며 '보통이다' 이상을 택한 비중이 비중 81%(보통이다+그렇다+매우 그렇다)을 차지하는 것으로 보아 이용자들은 공공공간의 유희적인 영역에 대해 크게 인식하는 것으로 나타났다. 공공공간의 유희적 영역에 대한 인식은 <표 33>과 같다. 성별로는 '여성' 관심도가 46.6점으로 '남성' 39.5점보다 높고, 연령별로는 '40대'의 관심도가 54.1점으로 가장 높고, 다음으로 '50대' 45.7점, '20대' 44.7점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'가 83.3점으로 가장 높고, 다음으로 '대학원이상' 66.7점, '대학졸업' 65.2점 순으로 조사되었다. 소득별로는 '101만원~200만원'의 관심도가 54점으로 가장 높고, '201만원~300만원' 48.2점, '301만원~500만원' 45.9점 순으로 조사되었다.

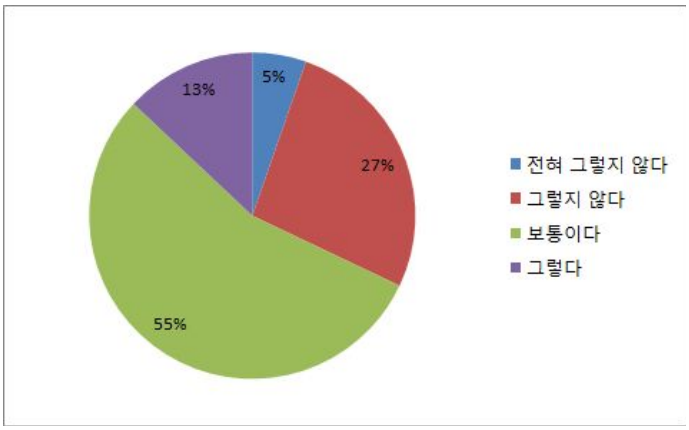


<그림 50> 공공공간에서 유희적 영역의 인식

<표 33> 공공공간에서 유희적 영역의 인식

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	8.5%	20.5%	55.3%	12.1%	3.8%	45.7
성별	남성	59	0.1%	0.2%	47.5%	11.9%	6.8%	39.5
	여성	73	4.1%	20.5%	61.6%	12.3%	1.4%	46.6
연령	10대	5	20.0%	40.0%	0.0%	40.0%	0.0%	40.0
	20대	85	9.4%	20.0%	56.5%	10.6%	3.5%	44.7
	30대	12	0.0%	33.3%	58.3%	8.3%	0.0%	43.7
	40대	18	5.6%	16.7%	44.4%	22.2%	11.1%	54.1
	50대	12	8.3%	20.5%	55.3%	12.1%	3.8%	45.7
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	83.3
	대학재학	85	4.7%	11.8%	34.1%	34.1%	15.3%	60.9
	대학졸업	28	0.0%	10.7%	28.6%	50.0%	10.7%	65.2
	대학원 이상	15	0.0%	13.3%	33.3%	26.7%	26.7%	66.7
소득	100만원 이하	72	12.5%	25.0%	48.6%	11.1%	2.8%	41.7
	101만원 ~200만원	25	0.0%	8.0%	72.0%	16.0%	4.0%	54.0
	201만원 ~300만원	14	0.0%	35.7%	50.0%	0.0%	14.3%	48.2
	301만원 ~500만원	12	8.3%	16.7%	58.3%	16.7%	0.0%	45.9
	500만원 이상	6	8.5%	20.9%	55.8%	10.9%	3.9%	45.2

나. 공공공간에서의 유희적 영역의 만족도



<그림 51> 공공공간에서의 유희적 영역의 만족도

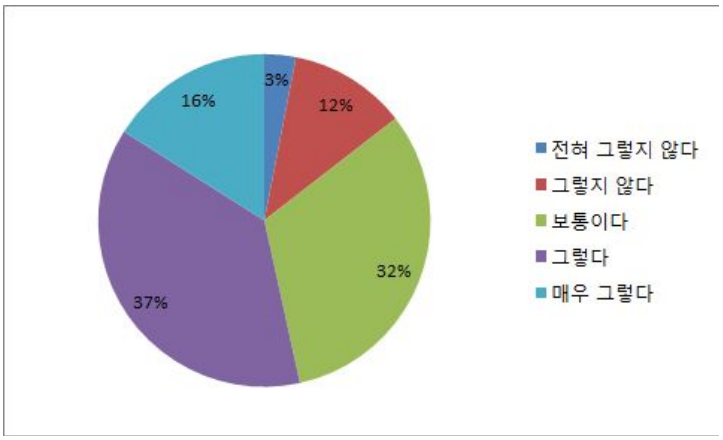
공공 공간에서의 유희적 공간의 만족도를 묻는 항목에 보통이다 55% 로 가장 많음을 알 수 있으며 불만족의 비중(그렇지 않다+전혀 그렇지 않다)이 40%로 대체적으로 유희적 공간에 대해 개선해야할 필요성을 알 수 있다, 공공공간의 유희적 영역에 대한 만족도는 표 34와 같다. 성별로는 '여성' 관심도가 43.7점으로 '남성' 31점보다 높고, 연령별로는 '30대'의 관심도가 60.4점으로 가장 높고, 다음으로 '40대' 58.5점, '50대' 48.6점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'가 48.6점으로 가장 높고, 다음으로 '대학졸업' 44점, '대학원이상' 36.3점 순으로 조사되었다. 소득별로는 '101만원~200만원'의 관심도가 52.7점으로 가장 높고, '201만원~300만원' 48.8점, '500만원 이상' 40점으로 순으로 조사되었다.

<표 34> 공공공간에서의 유희적 영역의 만족도

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	평가
전체		132	5.3%	26.7%	55.0%	13.0%	41.0
성별	남성	59	3.4%	27.6%	48.3%	20.7%	31.0
	여성	73	6.8%	26.0%	60.3%	6.8%	43.7
연령	10대	5	20.0%	20.0%	20.0%	40.0%	31.7
	20대	85	4.7%	22.4%	60.0%	12.9%	41.1
	30대	12	8.3%	41.7%	50.0%	0.0%	60.4
	40대	18	5.6%	44.4%	27.8%	22.2%	58.3
	50대	12	0.0%	18.2%	81.8%	0.0%	54.9
학력	고졸이하	3	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	48.6
	대학재학	85	5.9%	20.0%	58.8%	15.3%	34.4
	대학졸업	28	3.6%	35.7%	53.6%	7.1%	44.0
	대학원 이상	15	6.7%	46.7%	33.3%	13.3%	36.3
소득	100만원 이하	72	5.6%	20.8%	58.3%	15.3%	41.5
	101만원~200만원	25	4.0%	40.0%	52.0%	4.0%	52.7
	201만원~300만원	14	7.1%	28.6%	50.0%	14.3%	48.8
	301만원~500만원	12	8.3%	33.3%	41.7%	16.7%	29.2
	500만원 이상	6	0.0%	40.0%	60.0%	0.0%	40.0

다. 국가경쟁력 부문에 있어서의 유희적 영역의 중요성

공공공간의 유희적 영역이 이용자 개개인의 만족도를 넘어 한 국가의 국가경쟁력을 이야기 하는 시대에 이르면서 이용자들의 공공공간에서의 유희적 영역이 국가경쟁력에 미치는 영향에 대해 살펴보았다. 공공공간의 유희적인 영역의 국가경쟁력에 대해 묻는 항목에 '그렇다' 가 37%로 가장 많음을 알 수 있다. '보통' 이상이 85%(보통이다+그렇다+매우 그렇다)로 대부분 공공공간의 유희적공간이 국가경쟁력에 영향을 미친다고 생각하고 있음을 보여준다. 공공공간의 유희적 영역에 대한 만족도는 <표 35>와 같다. 성별로는 '여성' 관심도가 64.4점으로 '남성' 61.2점보다 높고, 연령별로는 '50대'의 관심도가 75점으로 가장 높고, 다음으로 '20대' 70점, '40대' 69.4점, 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'가 83.3점으로 가장 높고, 다음으로 '대학원이상' 66.7점, '대학졸업' 65.2점 순으로 조사되었다. 소득별로는 '500만원 이상'의 관심도가 85점으로 가장 높고, 다음으로 '201만원~300만원'의 관심도가 80.4점, '101만원~200만원' 63점, 순으로 조사되었다.



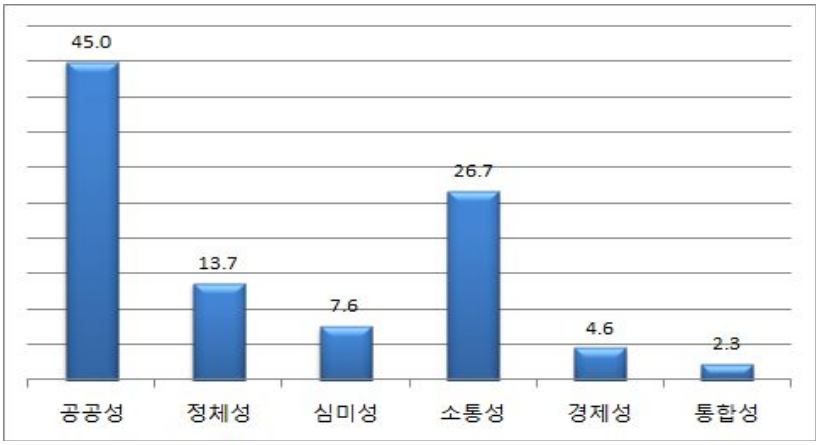
<그림 52> 공공공간의 유희적 영역의 중요성

<표 35> 공공공간의 유희적 영역의 중요성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	3.1%	11.5%	32.1%	37.4%	16.0%	63.0
성별	남성	59	3.4%	19.0%	25.9%	32.8%	19.0%	61.2
	여성	73	2.7%	5.5%	37.0%	41.1%	13.7%	64.4
연령	10대	5	0.0%	20.0%	0.0%	60.0%	20.0%	70.0
	20대	85	4.7%	12.9%	34.1%	36.5%	11.8%	59.4
	30대	12	0.0%	8.3%	33.3%	50.0%	8.3%	64.6
	40대	18	0.0%	11.1%	27.8%	33.3%	27.8%	69.4
	50대	12	0.0%	0.0%	36.4%	27.3%	36.4%	75.0
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	83.3
	대학재학	85	4.7%	11.8%	34.1%	34.1%	15.3%	60.9
	대학졸업	28	0.0%	10.7%	28.6%	50.0%	10.7%	65.2
	대학원 이상	15	0.0%	13.3%	33.3%	26.7%	26.7%	66.7
소득	100만원 이하	72	5.6%	13.9%	36.1%	34.7%	9.7%	57.3
	101만원 ~200만원	25	0.0%	16.0%	28.0%	44.0%	12.0%	63.0
	201만원 ~300만원	14	0.0%	7.1%	14.3%	28.6%	50.0%	80.4
	301만원 ~500만원	12	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	62.5
	500만원 이상	6	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	60.0%	85.0

라. 공공공간에서의 유희적 영역에서의 필요요소

공공공간에서의 유희적 영역에 가장 필요한 요소로는 공공성이 45%로 가장 높게 나타났으며 다음으로 소통성 26.7%, 정체성13.7%, 심미성7.6%, 경제성4.6%, 통합성2.3%순으로 나타났다. 대부분의 응답자는 '공공성'과 '소통성'을 공공공간의 유희적 영역에 필요한 요소라고 판단하고 있음을 알 수 있다. 성별에 크게 관계없이 남성, 여성 모두 공공성을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 <표 36>과 같다.



<그림 53> 공공공간의 유희적 영역에 필요요소

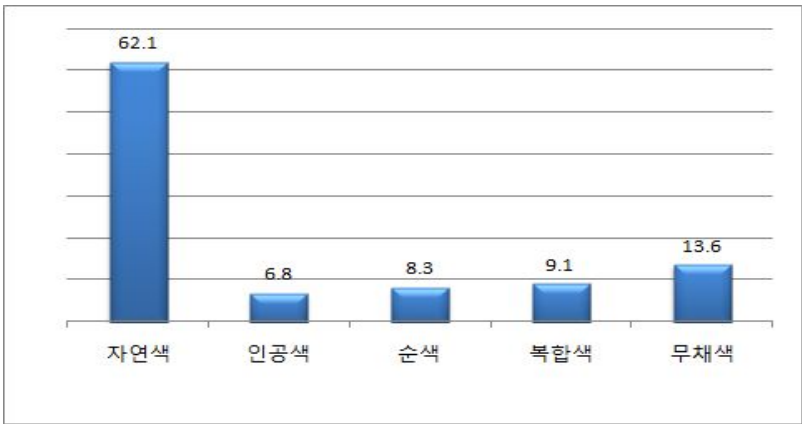
공공공간에서의 유희적 영역에 있어서 많은 응답자가 공공성과 소통성을 이야기 하고 있는데, 이는 공공공간의 유희적인 영역의 목적이 일방적인 전달과 수용의 목적인 아닌 참여와 소통에 있음을 이야기 하고 있는 것이다.

<표 36> 공공공간의 유희적 영역에 필요요소

		빈도	공공성	정체성	심미성	소통성	경제성
전체		132	45.0%	13.7%	7.6%	26.7%	4.6%
성별	남성	59	50.8%	11.9%	6.8%	23.7%	6.8%
	여성	73	40.3%	15.3%	8.3%	29.2%	2.8%
연령	10대	5	80.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%
	20대	85	46.4%	10.7%	9.5%	25.0%	6.0%
	30대	12	50.0%	8.3%	0.0%	33.3%	0.0%
	40대	18	50.0%	16.7%	11.1%	16.7%	5.6%
	50대	12	8.3%	41.7%	0.0%	50.0%	0.0%
학력	고졸이하	3	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%
	대학재학	85	50.6%	11.8%	7.1%	23.5%	5.9%
	대학졸업	28	25.0%	21.4%	10.7%	39.3%	0.0%
	대학원 이상	15	53.3%	6.7%	6.7%	20.0%	6.7%
소득	100만원 이하	72	51.4%	11.1%	8.3%	22.2%	6.9%
	101만원 ~200만원	25	37.5%	8.3%	8.3%	37.5%	4.2%
	201만원 ~300만원	14	28.6%	42.9%	14.3%	7.1%	0.0%
	301만원 ~500만원	12	41.7%	16.7%	0.0%	41.7%	0.0%
	500만원 이상	6	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%

마. 유희적 공간에서 공공시설물들의 적합한 색채

공공 시설물들의 적합한 색체를 묻는 항목에서는 자연색이 62.1% 로 가장 높게 나왔으며 다음으로 무채색 13.6%, 복합색9.1%, 순색 8.3%, 인공색 6.8% 순으로 나타났다. 남성, 여성 모두 자연색을 가장 적합한색으로 선택하였으나 남성의 경우 71.2%, 여성 54.8% 다소 차이가 있는 결과가 나타났다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 <표 37>과 같다.



<그림 54> 유희적 영역에서 공공 시설물들의 적합한 색채

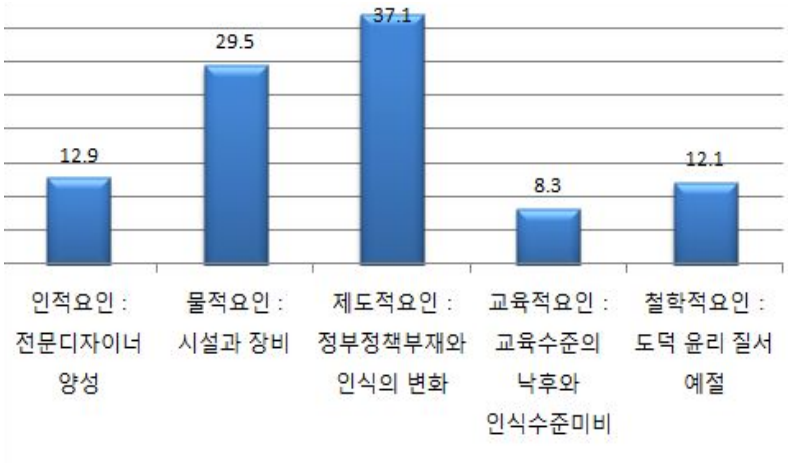
공공공간의 유희적인 영역에서의 색채에 있어서는 복잡하고 자극적인 색상의 계획 보다는 자연색의 편안함을 요구하고 있는 것이다.

<표 37> 유희적 영역에서 공공 시설물들의 적합한 색채

		빈도	자연색	인공색	순색	복합색	무채색
전체		132	62.1%	6.8%	8.3%	9.1%	13.6%
성별	남성	59	71.2%	6.8%	5.1%	5.1%	11.9%
	여성	73	54.8%	6.8%	11.0%	12.3%	15.1%
연령	10대	5	80.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%
	20대	85	67.1%	5.9%	8.2%	7.1%	11.8%
	30대	12	25.0%	16.7%	0.0%	16.7%	41.7%
	40대	18	72.2%	0.0%	11.1%	5.6%	11.1%
	50대	12	41.7%	16.7%	8.3%	25.0%	8.3%
학력	고졸이하	3	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%
	대학재학	85	71.8%	7.1%	7.1%	8.2%	5.9%
	대학졸업	28	34.5%	3.4%	13.8%	13.8%	34.5%
	대학원 이상	15	60.0%	13.3%	0.0%	6.7%	20.0%
소득	100만원 이하	72	72.2%	6.9%	6.9%	8.3%	5.6%
	101만원~ 200만원	25	40.0%	4.0%	12.0%	8.0%	36.0%
	201만원~ 300만원	14	42.9%	7.1%	14.3%	7.1%	28.6%
	301만원~ 500만원	12	58.3%	16.7%	0.0%	16.7%	8.3%
	500만원 이상	6	66.7%	0.0%	16.7%	16.7%	0.0%

바. 유희적 영역의 발전을 위한 방안

공공공간에서의 유희적 공간 발전을 위한 방안 항목으로 제도적요인(정부정책부재와 인식변화) 가 37.1%가장 많았으며 다음으로 물적 요인 29.5%, 인적요인 12.9%, 철학적요인 12.1%, 교육적요인 8.3% 순서로 나타난다. 남성의 경우 제도적요인이 47.5%로 가장 높게 나타나나 여성의 경우 제도적요인 28.8% 보다 물적 요인(시설과 장비)35.6%을 더 중요시 여기는 것으로 보인다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 <표 38>과 같다.



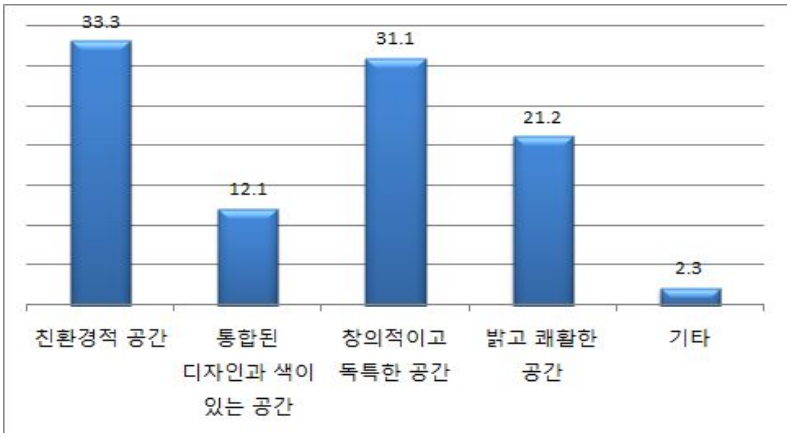
<그림 55> 공공공간의 유희적 영역 발전을 위한 방안

<표 38> 공공공간의 유희적 영역의 발전을 위한 방안

		빈도	인적요인 : 전문디자이너 양성	물적요인: 시설과 장비	제도적요인: 정부정책 부재와 인식의 변화	교육적요인 : 교육수준의 낙후와 인식수준 미비	철학적요인 : 도덕 윤리 질서 예절
전체		132	61.2%	7.0%	8.5%	9.3%	14.0%
성별	남성	59	11.9%	22.0%	47.5%	10.2%	8.5%
	여성	73	13.7%	35.6%	28.8%	6.8%	15.1%
연령	10대	5	80.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%
	20대	85	67.1%	5.9%	8.2%	7.1%	11.8%
	30대	12	25.0%	16.7%	0.0%	16.7%	41.7%
	40대	18	72.2%	0.0%	11.1%	5.6%	11.1%
	50대	12	41.7%	16.7%	8.3%	25.0%	8.3%
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%
	대학재학	85	12.9%	36.5%	28.2%	9.4%	12.9%
	대학졸업	28	17.2%	13.8%	51.7%	6.9%	10.3%
	대학원 이상	15	6.7%	26.7%	60.0%	0.0%	6.7%
소득	100만원 이하	72	72.2%	6.9%	6.9%	8.3%	5.6%
	101만원~200만원	25	40.0%	4.0%	12.0%	8.0%	36.0%
	201만원~300만원	14	42.9%	7.1%	14.3%	7.1%	28.6%
	301만원~500만원	12	58.3%	16.7%	0.0%	16.7%	8.3%
	500만원 이상	6	66.7%	0.0%	16.7%	16.7%	0.0%

사. 공공공간의 유희적 영역에서 원하는 이미지

공공공간의 유희적 영역에 대해 응답자들은 친환경적인 공간을 원하는 비율이 33.3% 로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 창의적인 공간 31.1%, 밝고 쾌활한 공간21.2%, 통합된 디자인과 색이 있는 공간 12.1%, 기타2.1% 순으로 나타났다. 성별로도 비슷한 통계를 보여주고 있으나 남성의 경우 친환경적인 공간 32.2% 보다 창의적이고 독특한 공간 33.9% 이 조금 더 선호하는 것으로 보인다. 연령별로는 30대의 경우 50%로 친환경적 공간을 가장 선호하는 것으로 보이며 교육수준에 따르면 고졸이하의 경우 66.7% 가장 선호하는 것을 알 수 있다. 월 소득으로는 101만~200만원의 경우 48%로 가장 높은 수치를 보이고 있다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 <표 39>와 같다.



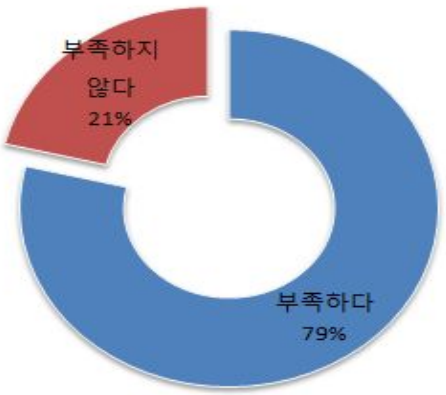
<그림 56> 공공공간의 유희적 공간에 대한 선호 이미지

<표 39> 공공공간의 유희적 영역에 대한 선호 이미지

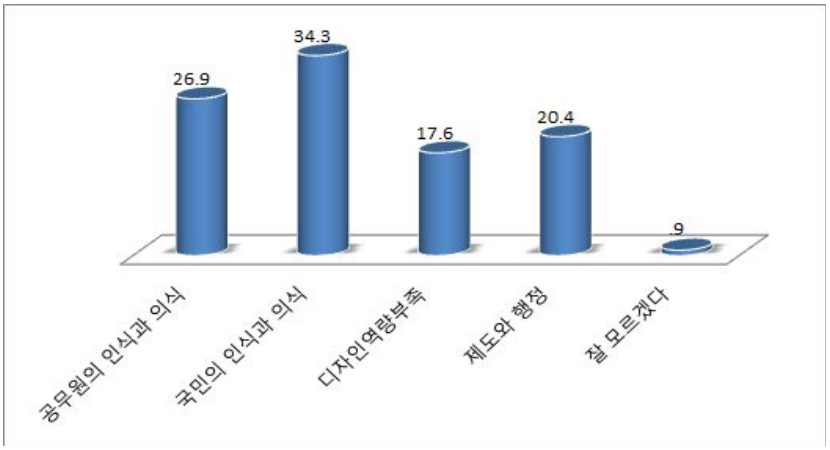
		빈도	친환경적 공간	통합된 디자인과 색이 있는 공간	창의적이고 독특한 공간	밝고 쾌활한 공간	기타
전체		132	33.3%	12.1%	31.1%	21.2%	2.3%
성별	남성	59	32.2%	13.6%	33.9%	18.6%	1.7%
	여성	73	34.2%	11.0%	28.8%	23.3%	2.7%
연령	10대	5	40.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%
	20대	85	11.8%	37.6%	27.1%	8.2%	15.3%
	30대	12	0.0%	8.3%	83.3%	0.0%	8.3%
	40대	18	11.1%	22.2%	50.0%	11.1%	5.6%
	50대	12	25.0%	8.3%	50.0%	8.3%	8.3%
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%
	대학재학	85	12.9%	36.5%	28.2%	9.4%	12.9%
	대학졸업	28	17.2%	13.8%	51.7%	6.9%	10.3%
	대학원 이상	15	6.7%	26.7%	60.0%	0.0%	6.7%
소득	100만원 이하	72	72.2%	6.9%	6.9%	8.3%	5.6%
	101만원 ~200만원	25	40.0%	4.0%	12.0%	8.0%	36.0%
	201만원 ~300만원	14	42.9%	7.1%	14.3%	7.1%	28.6%
	301만원 ~500만원	12	58.3%	16.7%	0.0%	16.7%	8.3%
	500만원 이상	6	66.7%	0.0%	16.7%	16.7%	0.0%

아. 국내 공공공간과 선진도시의 공공공간과의 비교

국내 공공공간이 선진국에 비해 유희적 영역에 있어서 여러 분야에서 부족하다는 의견이 79%로 압도적으로 많음을 알 수 있다. 세부 원인으로는 국민의 인식과 의식이 34.3% 가장 크게 작용했으며 그다음으로 공무원의 인식과 의식 26.9%, 제도와 행정 20.4%, 디자인 역량부족 17.6%, 잘 모르겠다. 0.9% 순으로 나타났다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 <표 40>과 같다.



<그림 57> 국내 공공공간의 선진국과 비교

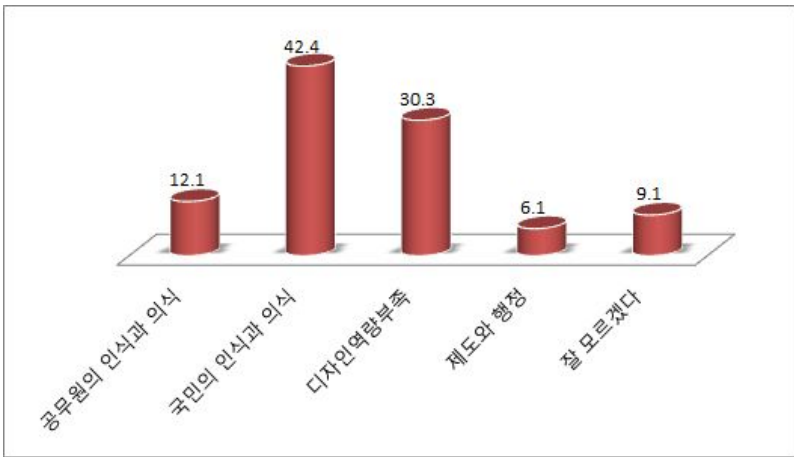


<그림 58> 공공공간에 대한 부정적인식의 원인

<표 40> 공공공간에 대한 부정적인식의 원인

		빈도	공무원의 인식과 의식	국민의 인식과 의식	디자인역량부족	제도와 행정	잘 모르겠다
전체		132	26.9%	34.3%	17.6%	20.4%	.9%
성별	남성	59	32.0%	32.0%	16.0%	20.0%	0.0%
	여성	73	22.4%	36.2%	19.0%	20.7%	1.7%
연령	10대	5	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%
	20대	85	25.8%	39.4%	16.7%	16.7%	1.5%
	30대	12	27.3%	27.3%	9.1%	36.4%	0.0%
	40대	18	29.4%	35.3%	23.5%	11.8%	0.0%
	50대	12	36.4%	9.1%	18.2%	36.4%	0.0%
학력	고졸이하	3	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	대학재학	85	15.6%	42.2%	18.8%	21.9%	1.6%
	대학졸업	28	48.3%	13.8%	20.7%	17.2%	0.0%
	대학원 이상	15	28.6%	42.9%	7.1%	21.4%	0.0%
소득	100만원 이하	72	18.5%	44.4%	18.5%	16.7%	1.9%
	101만원 ~200만원	25	30.4%	30.4%	13.0%	26.1%	0.0%
	201만원 ~300만원	14	50.0%	7.1%	14.3%	28.6%	0.0%
	301만원 ~500만원	12	27.3%	27.3%	27.3%	18.2%	0.0%
	500만원 이상	6	33.3%	33.3%	16.7%	16.7%	0.0%

반대로 선진국보다 부족하지 않다고 표현한 주된 원인으로는 국민의 인식과 의식이 42.4%으로 주된 원인으로 나타났으며 그다음으로 디자인역량부족 30.3%, 공무원의 인식과 의식 12.1%, 잘 모르겠다 9.1% 순서로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 <표 41>과 같다.



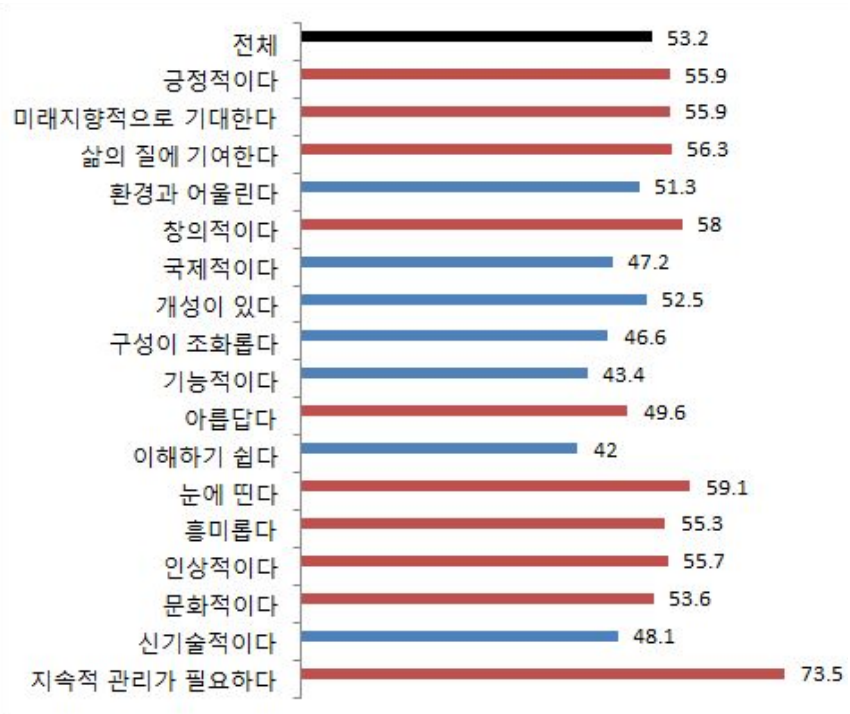
<그림 59> 공공공간에 대한 긍정적 인식의 원인

<표 41> 공공공간에 대한 긍정적인식의 원인

		빈도	공무원의 인식과 의식	국민의 인식과 의식	디자인역량부족	제도와 행정	잘 모르겠다
전체		132	12.1%	42.4%	30.3%	6.1%	9.1%
성별	남성	59	16.7%	33.3%	33.3%	0.0%	16.7%
	여성	73	9.5%	47.6%	28.6%	9.5%	4.8%
연령	10대	5	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
	20대	85	15.8%	26.3%	36.8%	5.3%	15.8%
	30대	12	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
	40대	18	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	50대	12	14.3%	71.4%	0.0%	14.3%	0.0%
학력	고졸이하	3	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	대학재학	85	13.0%	26.1%	39.1%	8.7%	13.0%
	대학졸업	28	25.0%	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	대학원 이상	15	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%
소득	100만원 이하	72	16.7%	22.2%	38.9%	5.6%	16.7%
	101만원 ~200만원	25	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%
	201만원 ~300만원	14	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
	301만원 ~500만원	12	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	500만원 이상	6	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%

자. 주변 공공공간의 유희적 영역에 대한 평가

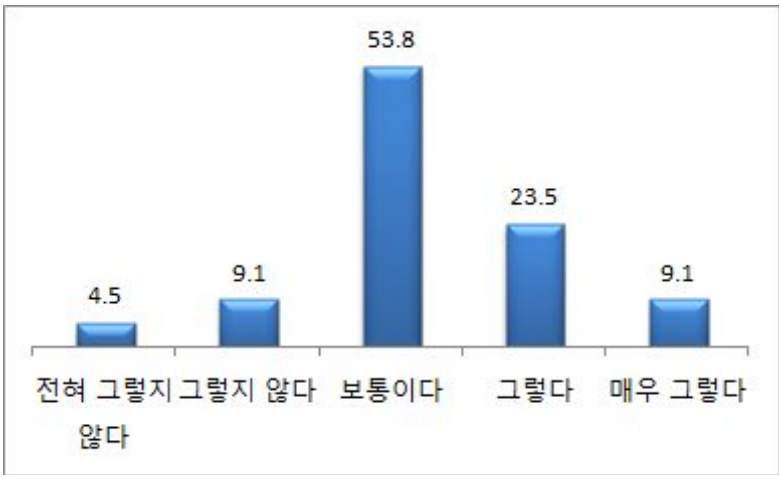
주변 공공공간의 유희적 영역의 17항목에 관한 평가는 53.2점으로 나타났다. 공공공간의 유희적 영역에 대한 평가도는 '지속적 관리가 필요하다' 가 73.5점으로 가장 높은 점수를 얻었으며, 다음으로 '눈에 띈다' 59.1점, '창의적이다' 58점, '삶의 질에 기여한다' 56.3점 순으로 나타났다. '긍정적이다', '미래지향적으로 기대한다', '삶의 질에 기여한다', '창의적이다', '아름답다', '눈의 띈다', '흥미롭다', '인상적이다', '문화적이다', '지속적 관리가 필요하다' 총 10개의 항목은 평균 53.2점보다 높은 점수를 받았으며, '환경과 어울린다', '국제적이다', '개성이 있다', '구성이 조화롭다', '기능적이다', '이해하기 쉽다', '신기술적이다' 총 7개의 항목은 평균보다 낮은 점수를 받았다.



<그림 60> 공공공간 유희적영역에 대한 평가

(1) 공공공간 유희적 영역의 긍정성

공공공간 유희적 영역의 긍정성은 긍정의 비중이 32.6%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 13.6%(그렇지않다+전혀 그렇지않다) 보다 높은 것으로 조사되었다. 성별로는 '남성'의 관심도가 56.4점으로 '여성' 55.6점 보다 높고 연령별로는 '10대'의 관심도가 65점으로 가장 높고, 다음으로 '20대' 57.1점, '40대' 54.2점, 순으로 조사되었다. 학력별로는 '대학원이상'이 60점으로 가장 높고, 다음으로 '대학재학' 58.8점, '고졸이하' 58.3점 순으로 조사되었다. 소득별로는 '100만원 이하'의 관심도가 56.9점으로 가장 높고, 다음으로 '201만원~300만원' 56.3점, '500만원 이상' 55.2점 순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 42와 같다.



<그림 61> 공공공간 유희적 영역의 긍정성

<표 42> 공공공간 유희적 영역의 긍정성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우그렇다	평가
전체		132	4.5%	9.1%	53.8%	23.5%	9.1%	55.9
성별	남성	59	3.4%	13.6%	49.2%	22.0%	11.9%	56.4
	여성	73	5.5%	5.5%	57.5%	24.7%	6.8%	55.5
연령	10대	5	0.0%	0.0%	60.0%	20.0%	20.0%	65.0
	20대	85	3.5%	9.4%	51.8%	25.9%	9.4%	57.1
	30대	12	0.0%	8.3%	75.0%	8.3%	8.3%	54.2
	40대	18	5.6%	16.7%	55.6%	16.7%	5.6%	50.0
	50대	12	16.7%	0.0%	41.7%	33.3%	8.3%	54.2
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	58.3
	대학재학	85	3.5%	7.1%	50.6%	28.2%	10.6%	58.8
	대학졸업	28	6.9%	20.7%	62.1%	6.9%	3.4%	44.8
	대학원 이상	15	6.7%	0.0%	53.3%	26.7%	13.3%	60.0
소득	100만원 이하	72	4.2%	8.3%	52.8%	25.0%	9.7%	56.9
	101만원 ~200만원	25	0.0%	8.0%	76.0%	12.0%	4.0%	53.0
	201만원 ~300만원	14	8.3%	8.3%	41.7%	33.3%	8.3%	56.3
	301만원 ~500만원	12	16.7%	0.0%	50.0%	16.7%	16.7%	54.2
	500만원 이상	6	4.7%	9.3%	55.0%	22.5%	8.5%	55.2

(2) 공공공간 유희적 영역의 미래지향성

공공공간 유희적 영역의 미래지향성은 긍정의 비중이 46.2%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 26.5%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 높은 것으로 조사되었다. 성별로는 '남성'의 관심도가 57.2점으로 '여성' 54.8점 보다 높고 연령별로는 '10대'의 관심도가 65점으로 가장 높고, 다음으로 '20대' 56.5점, '40대' 56.3점, 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'의 관심도가 75점으로 가장 높고, 다음으로 '대학원 이상' 65점, '대학재학' 57.6점 순으로 조사되었다. 소득별로는 '201만원~300만원'의 관심도가 58.9점으로 가장 높고, 다음으로 '100만원이하' 55.6점, '301만원~500만원' 54.2점 순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 43과 같다.

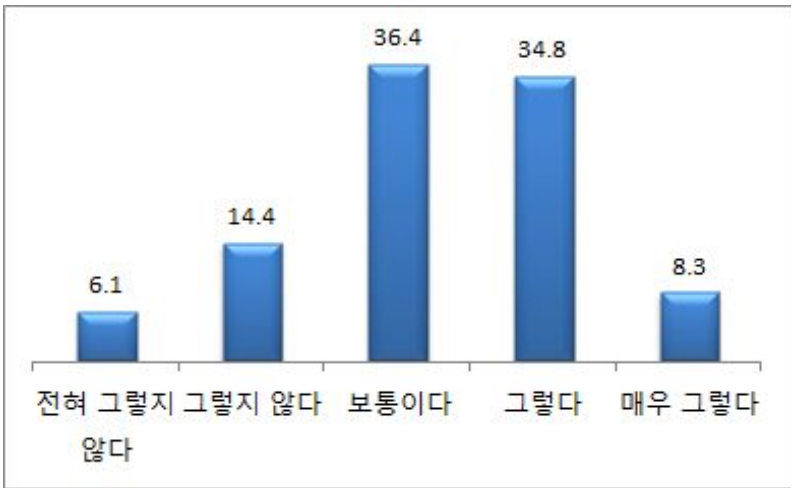
<그림 62> 공공공간 유희적 영역의 미래지향성

<표 43> 공공공간 유희적 영역의 미래지향성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	7.6%	18.9%	27.3%	34.8%	11.4%	55.9
성별	남성	59	8.5%	16.9%	27.1%	32.2%	15.3%	57.2
	여성	73	6.8%	20.5%	27.4%	37.0%	8.2%	54.8
연령	10대	5	20.0%	0.0%	0.0%	60.0%	20.0%	65.0
	20대	85	7.1%	20.0%	24.7%	36.5%	11.8%	56.5
	30대	12	0.0%	25.0%	33.3%	33.3%	8.3%	56.3
	40대	18	5.6%	22.2%	44.4%	22.2%	5.6%	50.0
	50대	12	16.7%	8.3%	25.0%	33.3%	16.7%	56.3
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	75.0
	대학재학	85	7.1%	18.8%	23.5%	37.6%	12.9%	57.6
	대학졸업	28	10.3%	31.0%	34.5%	20.7%	3.4%	44.0
	대학원 이상	15	6.7%	0.0%	33.3%	46.7%	13.3%	65.0
소득	100만원 이하	72	8.3%	20.8%	23.6%	34.7%	12.5%	55.6
	101만원 ~200만원	25	4.0%	16.0%	40.0%	36.0%	4.0%	55.0
	201만원 ~300만원	14	7.1%	21.4%	21.4%	28.6%	21.4%	58.9
	301만원 ~500만원	12	8.3%	16.7%	33.3%	33.3%	8.3%	54.2
	500만원 이상	6	16.7%	16.7%	33.3%	33.3%	0.0%	45.8

(3) 공공공간 유희적 영역의 삶의 질 기여도

공공공간 유희적 영역의 삶의 질 기여도는 긍정의 비중이 43.1%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 20.5%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 높은 것으로 조사되었다. 성별로는 '여성'의 관심도가 57.9점으로 '남성' 54.2점 보다 높고 연령별로는 '20대'의 관심도가 58.8점으로 가장 높고, 다음으로 '50대' 54.2점, '30대' 52.1점, 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'의 관심도가 66.7점으로 가장 높고, 다음으로 '대학원 이상' 60점, '대학재학' 49.7점 순으로 조사되었다. 소득별로는 '201만원~300만원'의 관심도가 57.1점으로 가장 높고, 다음으로 '100만원이하' 56.6점, '301만원~500만원' 54.2점 순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 44와 같다.



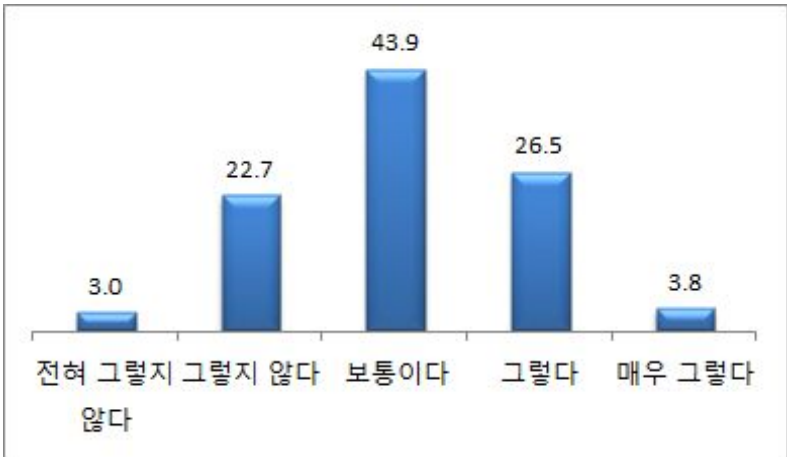
<그림 63> 공공공간 유희적 영역의 삶의 질 기여도

<표 44> 공공공간 유희적 영역의 삶의 질 기여도

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	6.1%	14.4%	36.4%	34.8%	8.3%	56.3
성별	남성	59	6.8%	16.9%	35.6%	33.9%	6.8%	54.2
	여성	73	5.5%	12.3%	37.0%	35.6%	9.6%	57.9
연령	10대	5	20.0%	0.0%	40.0%	40.0%	0.0%	50.0
	20대	85	5.9%	11.8%	32.9%	40.0%	9.4%	58.8
	30대	12	0.0%	25.0%	50.0%	16.7%	8.3%	52.1
	40대	18	5.6%	27.8%	33.3%	27.8%	5.6%	50.0
	50대	12	8.3%	8.3%	50.0%	25.0%	8.3%	54.2
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	66.7
	대학재학	85	7.1%	9.4%	36.5%	38.8%	8.2%	49.7
	대학졸업	28	3.4%	34.5%	31.0%	27.6%	3.4%	48.3
	대학원 이상	15	6.7%	6.7%	46.7%	20.0%	20.0%	60.0
소득	100만원 이하	72	8.3%	11.1%	33.3%	40.3%	6.9%	56.6
	101만원 ~200만원	25	0.0%	24.0%	44.0%	24.0%	8.0%	54.0
	201만원 ~300만원	14	0.0%	14.3%	50.0%	28.6%	7.1%	57.1
	301만원 ~500만원	12	8.3%	16.7%	33.3%	33.3%	8.3%	54.2
	500만원 이상	6	16.7%	16.7%	16.7%	33.3%	16.7%	54.2

(4) 공공공간 유희적 영역의 환경과 조화성

공공공간 유희적 영역의 환경과 어울림 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 30.3%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 25.7%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 높은 것으로 조사되었다. 성별로는 '여성'의 관심도가 52.1점으로 '남성' 50.4점 보다 높고 연령별로는 '10대'의 관심도가 60점으로 가장 높고, 다음으로 '20대' 54.4점, '30대' 47.9점, 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'의 관심도가 58.3점으로 가장 높고, 다음으로 '대학재학' 54.7점, '대학원이상' 53.3점 순으로 조사되었다. 소득별로는 '100만원이하'의 관심도가 54.9점으로 가장 높고, 다음으로 '101만원~200만원' 48.점, '301만원~500만원' 47.9점 순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 45와 같다.



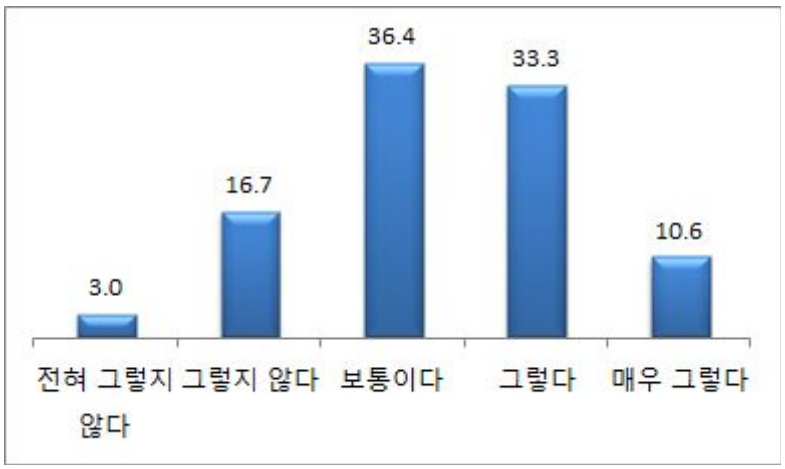
<그림 64> 공공공간 유희적 영역의 환경과 조화성

<표 45> 공공공간 유희적 영역의 환경과 조화성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	3.0%	22.7%	43.9%	26.5%	3.8%	51.3
성별	남성	59	3.4%	27.1%	37.3%	28.8%	3.4%	50.4
	여성	73	2.7%	19.2%	49.3%	24.7%	4.1%	52.1
연령	10대	5	0.0%	20.0%	20.0%	60.0%	0.0%	60.0
	20대	85	1.2%	20.0%	43.5%	30.6%	4.7%	54.4
	30대	12	0.0%	33.3%	50.0%	8.3%	8.3%	47.9
	40대	18	5.6%	38.9%	38.9%	16.7%	0.0%	41.7
	50대	12	16.7%	8.3%	58.3%	16.7%	0.0%	43.8
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	58.3
	대학재학	85	1.2%	20.0%	42.4%	31.8%	4.7%	54.7
	대학졸업	28	6.9%	37.9%	44.8%	10.3%	0.0%	39.7
	대학원 이상	15	6.7%	13.3%	46.7%	26.7%	6.7%	53.3
소득	100만원 이하	72	1.4%	20.8%	38.9%	34.7%	4.2%	54.9
	101만원~ 200만원	25	0.0%	24.0%	60.0%	16.0%	0.0%	48.0
	201만원~ 300만원	14	7.1%	28.6%	50.0%	14.3%	0.0%	42.9
	301만원~ 500만원	12	8.3%	33.3%	25.0%	25.0%	8.3%	47.9
	500만원 이상	6	16.7%	16.7%	50.0%	16.7%	0.0%	41.7

(5) 공공공간 유희적 영역의 창의성

공공공간 유희적 영역의 창의성 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 43.9%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 29.7%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 높은 것으로 조사되었다. 성별로는 '남성'의 관심도가 59.3점으로 '여성' 56.8점 보다 높고 연령별로는 '10대'의 관심도가 80점으로 가장 높고, 다음으로 '20대' 58.8점, '30대' 58.3점, 순으로 조사되었다. 학력별로는 '대학재학'의 관심도가 61.5점으로 가장 높고, 다음으로 '대학원이상' 60점, '고졸이하' 50점 순으로 조사되었다. 소득별로는 '100만원이하'의 관심도가 61.8점으로 가장 높고, 다음으로 '301만원~500만원' 60.4점, '201만원~300만원' 51.8점 순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 46과 같다.



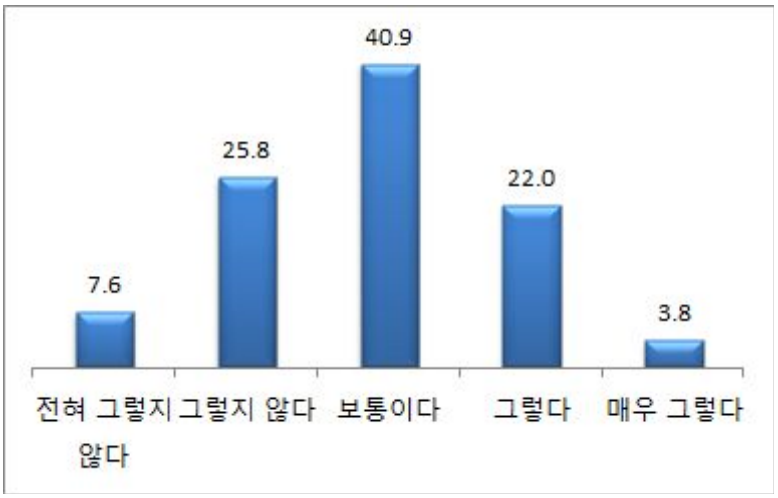
<그림 65> 공공공간 유희적 영역의 창의성

<표 46> 공공공간 유희적 영역의 창의성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	3.0%	16.7%	36.4%	33.3%	10.6%	58.0
성별	남성	59	1.7%	15.3%	37.3%	35.6%	10.2%	59.3
	여성	73	4.1%	17.8%	35.6%	31.5%	11.0%	56.8
연령	10대	5	0.0%	0.0%	0.0%	80.0%	20.0%	80.0
	20대	85	2.4%	20.0%	29.4%	36.5%	11.8%	58.8
	30대	12	8.3%	0.0%	50.0%	33.3%	8.3%	58.3
	40대	18	5.6%	22.2%	50.0%	16.7%	5.6%	48.6
	50대	12	0.0%	8.3%	66.7%	16.7%	8.3%	56.3
학력	고졸이하	3	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	50.0
	대학재학	85	2.4%	14.1%	30.6%	41.2%	11.8%	61.5
	대학졸업	28	3.4%	24.1%	51.7%	20.7%	0.0%	47.4
	대학원 이상	15	6.7%	13.3%	40.0%	13.3%	26.7%	60.0
소득	100만원 이하	72	2.8%	13.9%	29.2%	41.7%	12.5%	61.8
	101만원 ~200만원	25	0.0%	32.0%	40.0%	24.0%	4.0%	50.0
	201만원 ~300만원	14	7.1%	0.0%	78.6%	7.1%	7.1%	51.8
	301만원 ~500만원	12	8.3%	8.3%	25.0%	50.0%	8.3%	60.4
	500만원 이상	6	0.0%	50.0%	33.3%	0.0%	16.7%	45.8

(6) 공공공간 유희적 영역의 국제성

공공공간 유희적 영역의 국제성 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 25.8%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 33.4%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 낮은 것으로 조사되었다. 성별로는 '여성'의 관심도가 47.9점으로 '남성' 46.2점 보다 높고 연령별로는 '20대'의 관심도가 48.8점으로 가장 높고, 다음으로 '50대' 47.9점, '10대' 45점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하', '대학재학', '대학원이상'의 관심도가 각각 50점으로 같게 나타났으며, 다음으로 '대학졸업' 37.1점, 순으로 조사되었다. 소득별로는 '100만원이하'의 관심도가 49.7점으로 가장 높고, 다음으로 '201만원~300만원' 46.4점, '301만원~500만원' 45.8점 순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 47과 같다.



<그림 66> 공공공간 유희적 영역의 국제성

<표 47> 공공공간 유희적 영역의 국제성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	7.6%	25.8%	40.9%	22.0%	3.8%	47.2
성별	남성	59	5.1%	32.2%	40.7%	16.9%	5.1%	46.2
	여성	73	9.6%	20.5%	41.1%	26.0%	2.7%	47.9
연령	10대	5	0.0%	40.0%	40.0%	20.0%	0.0%	45.0
	20대	85	7.1%	24.7%	37.6%	27.1%	3.5%	48.8
	30대	12	8.3%	16.7%	58.3%	16.7%	0.0%	45.8
	40대	18	5.6%	44.4%	38.9%	5.6%	5.6%	40.3
	50대	12	16.7%	8.3%	50.0%	16.7%	8.3%	47.9
학력	고졸이하	3	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	50.0
	대학재학	85	5.9%	23.5%	38.8%	28.2%	3.5%	50.0
	대학졸업	28	13.8%	34.5%	41.4%	10.3%	0.0%	37.1
	대학원 이상	15	6.7%	20.0%	53.3%	6.7%	13.3%	50.0
소득	100만원 이하	72	5.6%	26.4%	36.1%	27.8%	4.2%	49.7
	101만원~ 200만원	25	8.0%	32.0%	52.0%	8.0%	0.0%	40.0
	201만원~ 300만원	14	14.3%	21.4%	35.7%	21.4%	7.1%	46.4
	301만원~ 500만원	12	8.3%	16.7%	58.3%	16.7%	0.0%	45.8
	500만원 이상	6	16.7%	33.3%	33.3%	0.0%	16.7%	41.7

(7) 공공공간 유희적 영역의 개성도

공공공간 유희적 영역의 개성도 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 33.4%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 25.8%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 높은 것으로 조사되었다. 성별로는 '남성'의 관심도가 53.8점으로 '여성' 51.4점 보다 높고 연령별로는 '30대'의 관심도가 56.3점으로 가장 높고, 다음으로 '10대' 55점, '20대' 53.2점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'의 관심도가 75점으로 가장 높고 다음으로 '대학원이상' 56.7점, '대학재학' 54.4점 순으로 나타났다. 소득별로는 '100만원이하'와 '301만원~500만원'의 관심도가 각각54.2점으로 가장 높고, 다음으로 '101만원~200만원' 49점, '201만원~300만원' 48.2점 순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 48과 같다.

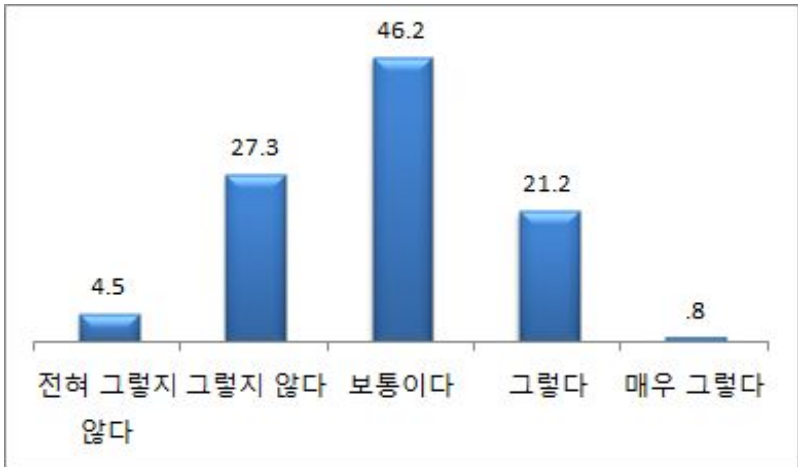
<그림 67> 공공공간 유희적 영역의 개성도

<표 48> 공공공간 유희적 영역의 개성도

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	3.8%	22.0%	40.9%	27.3%	6.1%	52.5
성별	남성	59	3.4%	18.6%	44.1%	27.1%	6.8%	53.8
	여성	73	4.1%	24.7%	38.4%	27.4%	5.5%	51.4
연령	10대	5	20.0%	0.0%	20.0%	60.0%	0.0%	55.0
	20대	85	1.2%	24.7%	41.2%	25.9%	7.1%	53.2
	30대	12	8.3%	0.0%	50.0%	41.7%	0.0%	56.3
	40대	18	5.6%	27.8%	50.0%	16.7%	0.0%	44.4
	50대	12	8.3%	25.0%	25.0%	25.0%	16.7%	54.2
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	75.0
	대학재학	85	2.4%	18.8%	43.5%	29.4%	5.9%	54.4
	대학졸업	28	6.9%	34.5%	41.4%	17.2%	0.0%	42.2
	대학원 이상	15	6.7%	20.0%	26.7%	33.3%	13.3%	56.7
소득	100만원 이하	72	2.8%	18.1%	44.4%	29.2%	5.6%	54.2
	101만원~ 200만원	25	0.0%	36.0%	36.0%	24.0%	4.0%	49.0
	201만원~ 300만원	14	14.3%	21.4%	28.6%	28.6%	7.1%	48.2
	301만원~ 500만원	12	8.3%	0.0%	58.3%	33.3%	0.0%	54.2
	500만원 이상	6	0.0%	66.7%	16.7%	0.0%	16.7%	41.7

(8) 공공공간 유희적 영역의 구성에 대한 조화도

공공공간 유희적 영역의 구성에 대한 조화도의 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 22%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 31.8%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 낮은 것으로 조사되었다. 성별로는 '여성'의 관심도가 46.9점으로 '남성' 46.2점 보다 높고 연령별로는 '30대'의 관심도가 47.2점으로 가장 높고, 다음으로 '10대' 46.5점, '20대' 45.8점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'의 관심도가 66.7점으로 가장 높고 다음으로 '대학재학' 48.8점, '대학졸업' 48.3점 순으로 나타났다. 소득별로는 '301만원~500만원'의 관심도가 50점으로 가장 높고, 다음으로 '100만원이하' 48.6점, '101만원~200만원' 44점 순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 49와 같다.



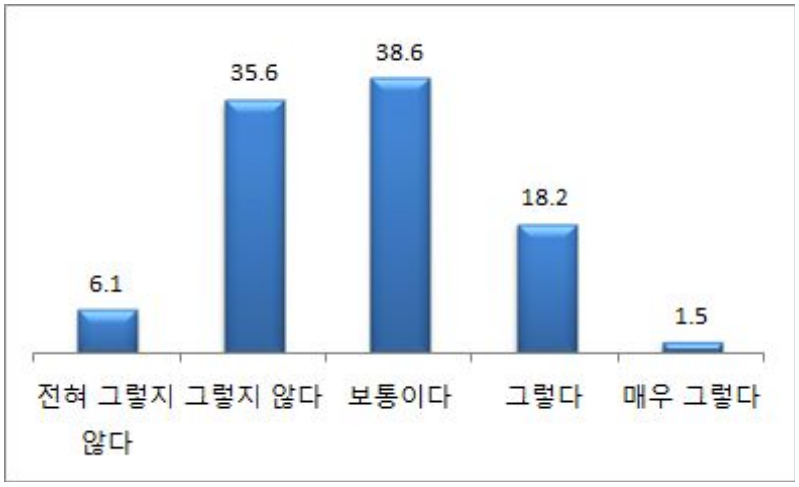
<그림 68> 공공공간 유희적 영역의 구성에 대한 조화도

<표 49> 공공공간 유희적 영역의 구성에 대한 조화도

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	4.5%	27.3%	46.2%	21.2%	.8%	46.6
성별	남성	59	3.4%	30.5%	45.8%	18.6%	1.7%	46.2
	여성	73	5.5%	24.7%	46.6%	23.3%	0.0%	46.9
연령	10대	5	0.0%	20.0%	40.0%	40.0%	0.0%	55.0
	20대	85	2.4%	32.9%	42.4%	21.2%	1.2%	46.5
	30대	12	8.3%	8.3%	75.0%	8.3%	0.0%	45.8
	40대	18	5.6%	16.7%	61.1%	16.7%	0.0%	47.2
	50대	12	16.7%	25.0%	25.0%	33.3%	0.0%	43.8
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	66.7
	대학재학	85	2.4%	28.2%	42.4%	25.9%	1.2%	48.8
	대학졸업	28	10.3%	34.5%	51.7%	3.4%	0.0%	37.1
	대학원 이상	15	6.7%	13.3%	60.0%	20.0%	0.0%	48.3
소득	100만원 이하	72	2.8%	27.8%	43.1%	25.0%	1.4%	48.6
	101만원~ 200만원	25	0.0%	28.0%	68.0%	4.0%	0.0%	44.0
	201만원~ 300만원	14	14.3%	21.4%	42.9%	21.4%	0.0%	42.9
	301만원~ 500만원	12	8.3%	16.7%	41.7%	33.3%	0.0%	50.0
	500만원 이상	6	16.7%	66.7%	0.0%	16.7%	0.0%	29.2

(9) 공공공간 유희적 영역의 기능성

공공공간 유희적 영역의 기능성의 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 19.7%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 41.7%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 낮은 것으로 조사되었다. 성별로는 '여성'의 관심도가 45.9점으로 '남성' 40.3점 보다 높고 연령별로는 '10대'의 관심도가 50점으로 가장 높고, 다음으로 '50대' 45.8점, '20대' 45.3점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'의 관심도가 58.3점으로 가장 높고 다음으로 '대학재학' 46.5점, '대학졸업' 39.7점 순으로 나타났다. 소득별로는 '100만원이하'가 46.2점으로 가장 높고, 다음으로 ;301만원~500만원' 45.8점, '101만~200만원' 38점순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 50과 같다.



<그림 69> 공공공간 유희적 영역의 기능성

<표 50> 공공공간 유희적 영역의 기능성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	6.1%	35.6%	38.6%	18.2%	1.5%	43.4
성별	남성	59	5.1%	44.1%	37.3%	11.9%	1.7%	40.3
	여성	73	6.8%	28.8%	39.7%	23.3%	1.4%	45.9
연령	10대	5	0.0%	40.0%	20.0%	40.0%	0.0%	50.0
	20대	85	4.7%	34.1%	38.8%	20.0%	2.4%	45.3
	30대	12	8.3%	25.0%	58.3%	8.3%	0.0%	41.7
	40대	18	11.1%	55.6%	27.8%	5.6%	0.0%	31.9
	50대	12	8.3%	25.0%	41.7%	25.0%	0.0%	45.8
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	58.3
	대학재학	85	3.5%	34.1%	37.6%	22.4%	2.4%	46.5
	대학졸업	28	10.3%	34.5%	41.4%	13.8%	0.0%	39.7
	대학원 이상	15	13.3%	53.3%	33.3%	0.0%	0.0%	30.0
소득	100만원 이하	72	4.2%	33.3%	37.5%	23.6%	1.4%	46.2
	101만원~200만원	25	4.0%	48.0%	40.0%	8.0%	0.0%	38.0
	201만원~300만원	14	14.3%	42.9%	35.7%	7.1%	0.0%	33.9
	301만원~500만원	12	16.7%	8.3%	50.0%	25.0%	0.0%	45.8
	500만원 이상	6	0.0%	66.7%	16.7%	16.7%	0.0%	37.5

(10) 공공공간 유희적 영역의 심미성

공공공간 유희적 영역의 심미성의 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 27.2%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 28.7%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 낮은 것으로 조사되었다. 성별로는 '여성'의 관심도가 50점으로 '남성' 49.2점 보다 높고 연령별로는 '10대'의 관심도가 75점으로 가장 높고, 다음으로 '20대' 51.5점, '40대' 45.8점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'의 관심도가 58.3점으로 가장 높고 다음으로 '대학재학' 54.4점, '대학원이상' 43.3점 순으로 나타났다. 소득별로는 '100만원이하'가 53.8점으로 가장 높고, 다음으로 301만원~500만원' 52.1점, '101만~200만원' 43점순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 51과 같다.

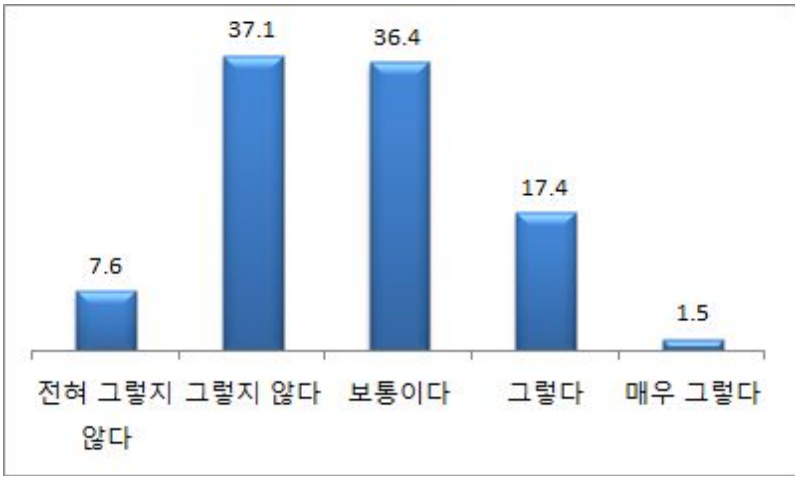
<그림 70> 공공공간 유희적 영역의 심미성

<표 51> 공공공간 유희적 영역의 심미성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	4.5%	24.2%	43.9%	22.7%	4.5%	49.6
성별	남성	59	3.4%	30.5%	39.0%	20.3%	6.8%	49.2
	여성	73	5.5%	19.2%	47.9%	24.7%	2.7%	50.0
연령	10대	5	0.0%	0.0%	20.0%	60.0%	20.0%	75.0
	20대	85	2.4%	27.1%	38.8%	25.9%	5.9%	51.5
	30대	12	8.3%	16.7%	66.7%	8.3%	0.0%	43.8
	40대	18	5.6%	22.2%	55.6%	16.7%	0.0%	45.8
	50대	12	16.7%	25.0%	50.0%	8.3%	0.0%	37.5
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	58.3
	대학재학	85	2.4%	21.2%	40.0%	29.4%	7.1%	54.4
	대학졸업	28	10.3%	34.5%	48.3%	6.9%	0.0%	37.9
	대학원 이상	15	6.7%	26.7%	53.3%	13.3%	0.0%	43.3
소득	100만원 이하	72	2.8%	22.2%	38.9%	29.2%	6.9%	53.8
	101만원~ 200만원	25	0.0%	40.0%	48.0%	12.0%	0.0%	43.0
	201만원~ 300만원	14	14.3%	21.4%	57.1%	7.1%	0.0%	39.3
	301만원~ 500만원	12	8.3%	8.3%	50.0%	33.3%	0.0%	52.1
	500만원 이상	6	16.7%	33.3%	50.0%	0.0%	0.0%	33.3

(11) 공공공간 유희적 영역의 이해성

공공공간 유희적 영역의 이해성의 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 18.9%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 44.7%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 낮은 것으로 조사되었다. 성별로는 '여성'의 관심도가 43.8점으로 '남성' 39.8점 보다 높고 연령별로는 '10대'의 관심도가 50점으로 가장 높고, 다음으로 '50대' 58.3점, '40대' 45.8점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'의 관심도가 58.3점으로 가장 높고 다음으로 '대학원이상' 43.3점, '대학재학' 42.1점 순으로 나타났다. 소득별로는 '500만원이상' 이 50점으로 가장 높고, 다음으로 301만원~500만원' 43.8점, '100만원이하' 42.7점순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 52와 같다.



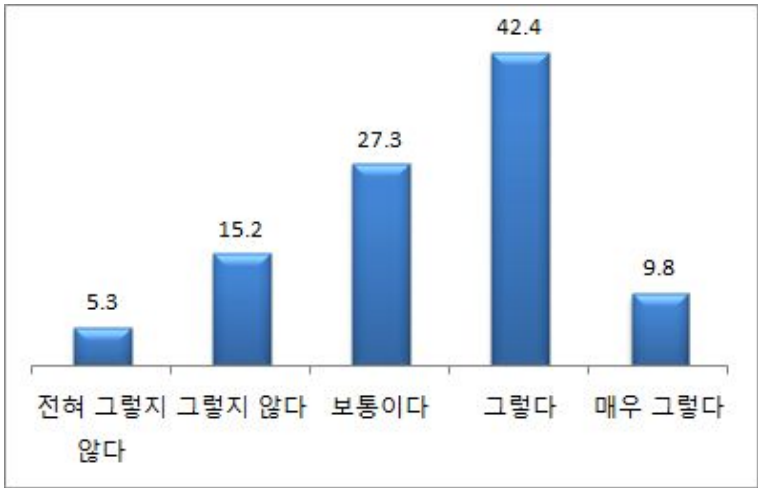
<그림 71> 공공공간 유희적 영역의 이해성

<표 52> 공공공간의 유희적 영역의 이해성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	7.6%	37.1%	36.4%	17.4%	1.5%	42.0
성별	남성	59	6.8%	44.1%	32.2%	16.9%	0.0%	39.8
	여성	73	8.2%	31.5%	39.7%	17.8%	2.7%	43.8
연령	10대	5	0.0%	40.0%	20.0%	40.0%	0.0%	50.0
	20대	85	5.9%	41.2%	35.3%	15.3%	2.4%	41.8
	30대	12	8.3%	25.0%	58.3%	8.3%	0.0%	41.7
	40대	18	5.6%	44.4%	38.9%	11.1%	0.0%	38.9
	50대	12	25.0%	8.3%	25.0%	41.7%	0.0%	45.8
학력	고졸이하	3	0.0%	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%	58.3
	대학재학	85	5.9%	40.0%	36.5%	15.3%	2.4%	42.1
	대학졸업	28	13.8%	31.0%	37.9%	17.2%	0.0%	39.7
	대학원 이상	15	6.7%	33.3%	40.0%	20.0%	0.0%	43.3
소득	100만원 이하	72	5.6%	40.3%	34.7%	16.7%	2.8%	42.7
	101만원~ 200만원	25	4.0%	36.0%	52.0%	8.0%	0.0%	41.0
	201만원~ 300만원	14	21.4%	42.9%	14.3%	21.4%	0.0%	33.9
	301만원~ 500만원	12	8.3%	25.0%	50.0%	16.7%	0.0%	43.8
	500만원 이상	6	16.7%	16.7%	16.7%	50.0%	0.0%	50.0

(12) 공공공간 유희적 영역의 이목성

공공공간 유희적 영역의 이목성의 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 52.2%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 20.5%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 높은 것으로 조사되었다. 성별로는 '남성'의 관심도가 61.4점으로 '여성' 57.2점 보다 높고 연령별로는 '10대'의 관심도가 80점으로 가장 높고, 다음으로 '30대' 66.7점, '50대' 60.4점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'의 관심도가 66.7점으로 가장 높고 다음으로 '대학재학' 62.1점, '대학원이상' 58.3점 순으로 나타났다. 소득별로는 '301만원~500만원' 가 62.5점으로 가장 높고, 다음으로 '100만원이하' 62..2점, '101만원~200만원' 57점순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 53과 같다.



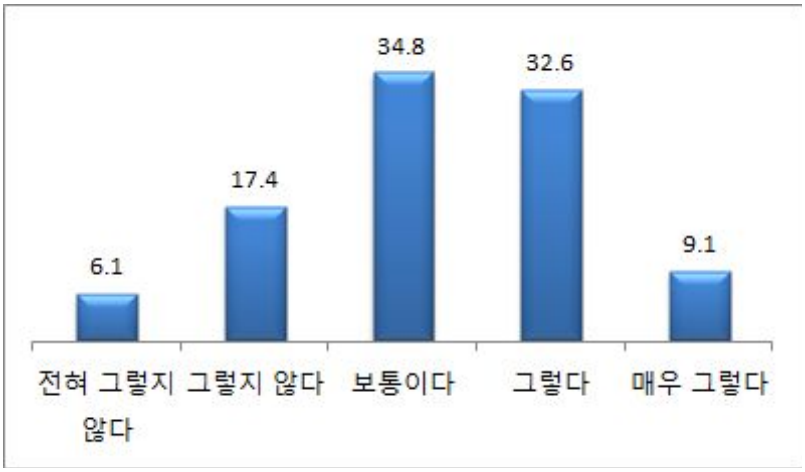
<그림 72> 공공공간 유희적 영역의 이목성

<표 53> 공공공간의 유희적 영역의 이목성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	5.3%	15.2%	27.3%	42.4%	9.8%	59.1
성별	남성	59	3.4%	18.6%	20.3%	44.1%	13.6%	61.4
	여성	73	6.8%	12.3%	32.9%	41.1%	6.8%	57.2
연령	10대	5	0.0%	0.0%	0.0%	80.0%	20.0%	80.0
	20대	85	5.9%	16.5%	23.5%	43.5%	10.6%	59.1
	30대	12	0.0%	8.3%	33.3%	41.7%	16.7%	66.7
	40대	18	5.6%	22.2%	50.0%	22.2%	0.0%	47.2
	50대	12	8.3%	8.3%	25.0%	50.0%	8.3%	60.4
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	66.7
	대학재학	85	4.7%	12.9%	24.7%	44.7%	12.9%	62.1
	대학졸업	28	6.9%	24.1%	37.9%	24.1%	6.9%	50.0
	대학원 이상	15	6.7%	13.3%	20.0%	60.0%	0.0%	58.3
소득	100만원 이하	72	4.2%	11.1%	26.4%	48.6%	9.7%	62.2
	101만원~200만원	25	4.0%	20.0%	28.0%	40.0%	8.0%	57.0
	201만원~300만원	14	7.1%	28.6%	35.7%	21.4%	7.1%	48.2
	301만원~500만원	12	8.3%	0.0%	33.3%	50.0%	8.3%	62.5
	500만원 이상	6	16.7%	33.3%	16.7%	33.3%	0.0%	41.7

(13) 공공공간 유희적 영역의 흥미성

공공공간 유희적 영역의 흥미성의 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 41.7%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 23.5%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 높은 것으로 조사되었다. 성별로는 '남성'의 관심도가 54.2점으로 '여성' 56.2점 보다 낮고 연령별로는 '10대'의 관심도가 85점으로 가장 높고, 다음으로 '30대' 56.3점, '20대' 55.6점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '대학재학'의 관심도가 58.5점으로 가장 높고 다음으로 '대학원이상', '고졸이하' 가 각각 58.3점, '대학졸업' 44점 순으로 나타났다. 소득별로는 '100만원이하' 가 59점으로 가장 높고, 다음으로 '301만원~500만원' 58.3점, '101만원~200만원' 51점순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 54와 같다.



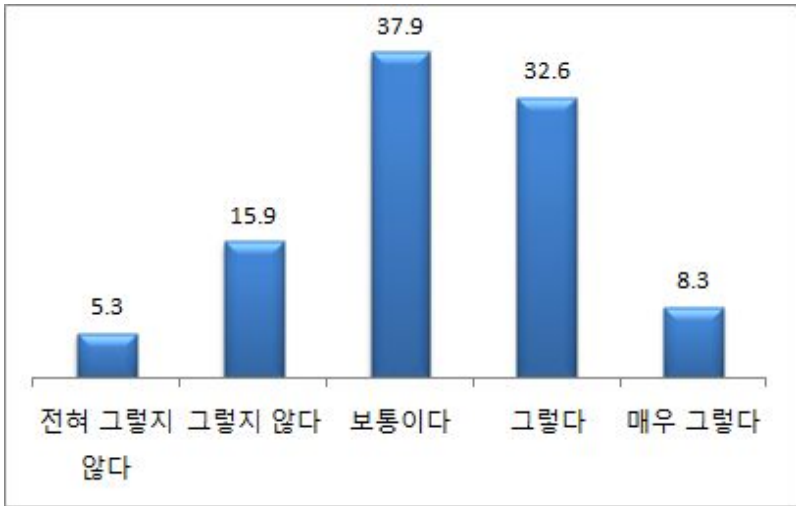
<그림 73> 공공공간 유희적 영역의 흥미성

<표 54> 공공공간의 유희적 영역의 흥미성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	6.1%	17.4%	34.8%	32.6%	9.1%	55.3
성별	남성	59	5.1%	23.7%	32.2%	27.1%	11.9%	54.2
	여성	73	6.8%	12.3%	37.0%	37.0%	6.8%	56.2
연령	10대	5	0.0%	0.0%	0.0%	60.0%	40.0%	85.0
	20대	85	4.7%	18.8%	32.9%	36.5%	7.1%	55.6
	30대	12	8.3%	8.3%	50.0%	16.7%	16.7%	56.3
	40대	18	5.6%	27.8%	44.4%	16.7%	5.6%	47.2
	50대	12	16.7%	8.3%	33.3%	33.3%	8.3%	52.1
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	58.3
	대학재학	85	4.7%	15.3%	30.6%	40.0%	9.4%	58.5
	대학졸업	28	10.3%	24.1%	48.3%	13.8%	3.4%	44.0
	대학원 이상	15	6.7%	20.0%	26.7%	26.7%	20.0%	58.3
소득	100만원 이하	72	4.2%	13.9%	33.3%	38.9%	9.7%	59.0
	101만원~200만원	25	0.0%	28.0%	44.0%	24.0%	4.0%	51.0
	201만원~300만원	14	14.3%	28.6%	42.9%	7.1%	7.1%	41.1
	301만원~500만원	12	8.3%	8.3%	33.3%	41.7%	8.3%	58.3
	500만원 이상	6	33.3%	16.7%	0.0%	33.3%	16.7%	45.8

(14) 공공공간 유희적 영역의 인상성

공공공간 유희적 영역의 흥미성의 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 41.9%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 21.2%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 높은 것으로 조사되었다. 성별로는 '남성'의 관심도가 54.2점으로 '여성' 56.2점 보다 낮고 연령별로는 '10대'의 관심도가 85점으로 가장 높고, 다음으로 '30대' 56.3점, '20대' 55.6점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '대학재학'의 관심도가 58.5점으로 가장 높고 다음으로 '대학원이상', '고졸이하' 가 각각 58.3점, '대학졸업' 44점 순으로 나타났다. 소득별로는 '100만원이하' 가 59점으로 가장 높고, 다음으로 '301만원~500만원' 58.3점, '101만원~200만원' 51점순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 55와 같다.



<그림 74> 공공공간 유희적 영역의 인상성

<표 55> 공공공간 유희적 영역의 인상성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	5.3%	15.9%	37.9%	32.6%	8.3%	55.7
성별	남성	59	3.4%	25.4%	35.6%	25.4%	10.2%	53.4
	여성	73	6.8%	8.2%	39.7%	38.4%	6.8%	57.5
연령	10대	5	0.0%	0.0%	20.0%	60.0%	20.0%	75.0
	20대	85	5.9%	16.5%	32.9%	35.3%	9.4%	56.5
	30대	12	0.0%	16.7%	50.0%	25.0%	8.3%	56.3
	40대	18	5.6%	22.2%	55.6%	11.1%	5.6%	47.2
	50대	12	8.3%	8.3%	41.7%	41.7%	0.0%	54.2
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	58.3
	대학재학	85	5.9%	11.8%	30.6%	42.4%	9.4%	59.4
	대학졸업	28	3.4%	27.6%	51.7%	17.2%	0.0%	45.7
	대학원 이상	15	6.7%	20.0%	46.7%	6.7%	20.0%	53.3
소득	100만원 이하	72	5.6%	13.9%	29.2%	41.7%	9.7%	59.0
	101만원~ 200만원	25	4.0%	20.0%	64.0%	8.0%	4.0%	47.0
	201만원~ 300만원	14	7.1%	21.4%	42.9%	21.4%	7.1%	50.0
	301만원~ 500만원	12	8.3%	8.3%	33.3%	41.7%	8.3%	58.3
	500만원 이상	6	5.4%	16.3%	38.0%	32.6%	7.8%	55.2

(15) 공공공간 유희적 영역의 문화성

공공공간 유희적 영역의 문화성의 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 34.1%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 22.7%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 높은 것으로 조사되었다. 성별로는 '남성'의 관심도가 52.5점으로 '여성' 54.5점 보다 낮고 연령별로는 '10대'의 관심도가 80점으로 가장 높고, 다음으로 '20대' 55.6점, '30대' 50점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'의 관심도가 66.7점으로 가장 높고 다음으로 '대학재학' 57.4점, '대학원이상' 51.7점 순으로 나타났다. 소득별로는 '100만원이하' 가 58.7점으로 가장 높고, 다음으로 '301만원~500만원' 52.1점, '101만원~200만원' 47점순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 56과 같다.

<그림 75> 공공공간 유희적 영역의 문화성

<표 56> 공공공간의 유희적 영역의 문화성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	5.3%	17.4%	43.2%	25.8%	8.3%	53.6
성별	남성	59	5.1%	20.3%	40.7%	27.1%	6.8%	52.5
	여성	73	5.5%	15.1%	45.2%	24.7%	9.6%	54.5
연령	10대	5	0.0%	0.0%	0.0%	80.0%	20.0%	80.0
	20대	85	4.7%	15.3%	43.5%	25.9%	10.6%	55.6
	30대	12	0.0%	25.0%	58.3%	8.3%	8.3%	50.0
	40대	18	5.6%	33.3%	44.4%	16.7%	0.0%	43.1
	50대	12	16.7%	8.3%	41.7%	33.3%	0.0%	47.9
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	66.7
	대학재학	85	4.7%	11.8%	44.7%	27.1%	11.8%	57.4
	대학졸업	28	6.9%	37.9%	34.5%	20.7%	0.0%	42.2
	대학원 이상	15	6.7%	13.3%	53.3%	20.0%	6.7%	51.7
소득	100만원 이하	72	4.2%	12.5%	40.3%	30.6%	12.5%	58.7
	101만원~200만원	25	4.0%	24.0%	52.0%	20.0%	0.0%	47.0
	201만원~300만원	14	7.1%	28.6%	57.1%	7.1%	0.0%	41.1
	301만원~500만원	12	8.3%	25.0%	25.0%	33.3%	8.3%	52.1
	500만원 이상	6	16.7%	16.7%	33.3%	33.3%	0.0%	45.8

(16) 공공공간 유희적 영역의 신 기술성

공공공간 유희적 영역의 신기술성의 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 28.8%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 32.6%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 낮은 것으로 조사되었다. 성별로는 '남성'의 관심도가 48.7점으로 '여성' 47.6점 보다 낮고 연령별로는 '10대'의 관심도가 70점으로 가장 높고, 다음으로 '50대' 50점, '40대' 47.2점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '대학원이상'의 관심도가 53.3점으로 가장 높고 다음으로 '대학재학' 50.3점, '고졸이하' 50점 순으로 나타났다. 소득별로는 '500만원이상' 이 54.2점으로 가장 높고, 다음으로 '100만원이하' 49.3점, '301만원~500만원' 48.8점순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 57과 같다.

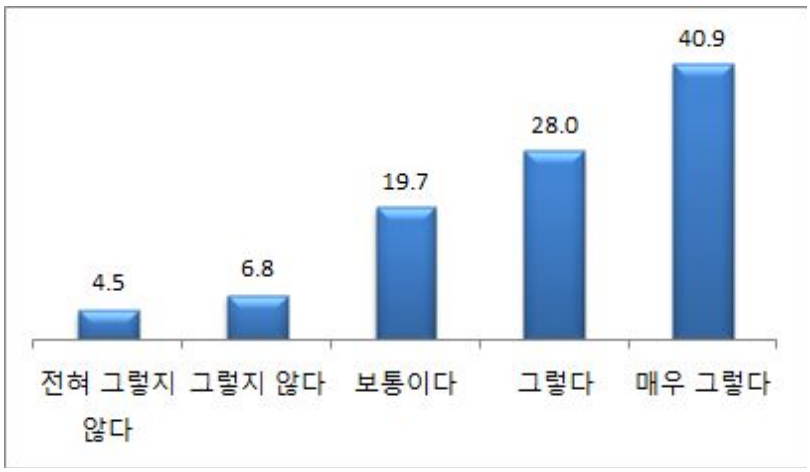
<그림 76> 공공공간 유희적 영역의 신 기술성

<표 57> 공공공간의 유희적 영역의 신 기술성

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	7.6%	25.0%	38.6%	25.0%	3.8%	48.1
성별	남성	59	6.8%	27.1%	33.9%	28.8%	3.4%	48.7
	여성	73	8.2%	23.3%	42.5%	21.9%	4.1%	47.6
연령	10대	5	0.0%	0.0%	20.0%	80.0%	0.0%	70.0
	20대	85	7.1%	28.2%	38.8%	21.2%	4.7%	47.1
	30대	12	8.3%	16.7%	58.3%	16.7%	0.0%	45.8
	40대	18	5.6%	33.3%	27.8%	33.3%	0.0%	47.2
	50대	12	16.7%	8.3%	41.7%	25.0%	8.3%	50.0
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	50.0
	대학재학	85	5.9%	23.5%	40.0%	24.7%	5.9%	50.3
	대학졸업	28	13.8%	34.5%	34.5%	17.2%	0.0%	38.8
	대학원 이상	15	6.7%	20.0%	26.7%	46.7%	0.0%	53.3
소득	100만원 이하	72	5.6%	23.6%	43.1%	23.6%	4.2%	49.3
	101만원~200만원	25	8.0%	36.0%	28.0%	28.0%	0.0%	44.0
	201만원~300만원	14	14.3%	28.6%	35.7%	14.3%	7.1%	42.9
	301만원~500만원	12	8.3%	16.7%	58.3%	16.7%	0.0%	45.8
	500만원 이상	6	16.7%	16.7%	0.0%	66.7%	0.0%	54.2

(17) 공공공간 유희적 지속적 관리의 필요도

공공공간 유희적 영역의 지속적 관리의 필요도 정도를 묻는 질문에 긍정의 비중이 68.9%(그렇다+매우그렇다) 로 부정의 비중 12.3%(그렇지않다+전혀그렇지않다) 보다 높은 것으로 조사되었다. 성별로는 '남성'의 관심도가 75.8점으로 '여성' 71.6점 보다 높고 연령별로는 '10대'의 관심도가 90점으로 가장 높고, 다음으로 '30대' 87.5점, '20대' 72.1점 순으로 조사되었다. 학력별로는 '고졸이하'의 관심도가 83.3점으로 가장 높고 다음으로 '대학원이상' 81.7점, '대학재학' 73.2점 순으로 나타났다. 소득별로는 '101만원~200만원' 이 78점으로 가장 높고, 다음으로 '201만원~300만원' 73.2점, '100만원이하' 72.2점순으로 조사되었다. 조사 결과의 자세한 통계수치는 표 58와 같다.



<그림 77> 공공공간 유희적 지속적 관리의 필요도

<표 58> 공공공간의 유희적 영역의 지속적 관리의 필요도

		빈도	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	평가
전체		132	4.5%	6.8%	19.7%	28.0%	40.9%	73.5
성별	남성	59	5.1%	5.1%	15.3%	30.5%	44.1%	75.8
	여성	73	4.1%	8.2%	23.3%	26.0%	38.4%	71.6
연령	10대	5	0.0%	0.0%	0.0%	40.0%	60.0%	90.0
	20대	85	3.5%	8.2%	20.0%	32.9%	35.3%	72.1
	30대	12	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%	66.7%	87.5
	40대	18	5.6%	11.1%	22.2%	16.7%	44.4%	70.8
	50대	12	16.7%	0.0%	25.0%	16.7%	41.7%	66.7
학력	고졸이하	3	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	66.7%	83.3
	대학재학	85	2.4%	8.2%	18.8%	35.3%	35.3%	73.2
	대학졸업	28	10.3%	6.9%	20.7%	20.7%	41.4%	69.0
	대학원 이상	15	6.7%	0.0%	20.0%	6.7%	66.7%	81.7
소득	100만원 이하	72	2.8%	8.3%	19.4%	36.1%	33.3%	72.2
	101만원~200만원	25	4.0%	8.0%	16.0%	16.0%	56.0%	78.0
	201만원~300만원	14	7.1%	7.1%	21.4%	14.3%	50.0%	73.2
	301만원~500만원	12	8.3%	0.0%	25.0%	33.3%	33.3%	70.8
	500만원 이상	6	.8%	0.0%	2.3%	3.1%	3.1%	6.6

제3절 소결

공공공간의 유희적영역에 대한 설문의 결과 많은 응답자가 공공공간 및 유희적 영역에 대해 인지하고 있으며, 향후의 발전에 많은 기대를 하고 있는 것으로 나타났다.

그 내용을 살펴보면 다음과 같다.

공공공간에서의 유희적 영역의 인식여부를 묻는 항목에 '보통이다'가 55%로 가장 많았으며 '보통이다' 이상을 택한 비중이 비중 81%(보통이다+그렇다+매우 그렇다)을 차지하는 것으로 보아 이용자들은 공공공간의 유희적영역에 대해 어느 정도는 인식하는 것으로 판단된다.

공공 공간에서의 유희적 영역의 만족도를 묻는 항목에서는 보통이다가 55%로 가장 많음을 알 수 있으며 불만족의 비중(그렇지 않다+전혀 그렇지 않다)이 40%로 대체적으로 유희적 영역에 대해 개선해야 할 필요성이 있음을 알 수 있다.

공공공간에서의 유희적 영역이 국가경쟁력에 미치는 영향에 대해 묻는 항목에서는 '그렇다' 가 37%로 가장 많게 나타났으며, '보통' 이상이 85%(보통이다+그렇다+매우그렇다)로 대부분 공공공간의 유희적영역이 국가경쟁력에 영향을 미친다고 생각하고 있음을 보여준다.

공공공간에서의 유희적 영역에 가장 필요한 요소로는 공공성이 45%로 가장 높게 나타났으며 다음으로 소통성 26.7%, 정체성13.7%, 심미성7.6%, 경제성4.6%, 통합성2.3%순으로 나타났다. 대부분의 응답자는 '공공성'과 '소통성'을 공공공간의 유희적 영역에 필요한 요소라고 판단하고 있음을 알 수 있다.

공공공간의 유희적 영역에서 공공시설물등의 적합한 색체를 묻는 항목에서는 자연색이 62.1% 로 가장 높게 나왔으며 다음으로 무채색 13.6%, 복합색9.1%, 순색 8.3%, 인공색 6.8% 순으로 나타났다.

공공공간에서의 유희적 영역의 발전을 위한 방안의 항목으로 제도적요인(정부정책부재와 인식변화)이 37.1%로 가장 많았으며 다음으로 물적 요인 29.5%, 인적요인 12.9%, 철학적요인 12.1%, 교육적요인 8.3% 순서로 나타난다.

공공공간의 유희적 영역에 대해 친환경적인 공간을 원하는 비율이 33.3% 로 가

장 높게 나타났으며 그 다음으로 창의적인 공간 31.1%, 밝고 쾌활한 공간21.2%, 통합된 디자인과 색이 있는 공간 12.1%, 기타2.1% 순으로 나타나고 있다.

국내 공공공간이 선진국에 비해 유희적 영역에 있어서 여러 분야에서 부족하다는 의견이 79%로 많음을 알 수 있다.

주변 공공공간의 유희적 영역의 17항목에 관한 평가는 53.2점으로 나타났다. 공공공간의 유희적 영역에 대한 평가도는 '지속적 관리가 필요하다' 가 73.5점으로 가장 높은 점수를 얻었으며, 다음으로 '눈에 띈다' 59.1점, '창의적이다' 58점, '삶의 질에 기여한다' 56.3점 순으로 나타났다. '긍정적이다', '미래지향적으로 기대한다', '삶의 질에 기여한다', '창의적이다', '아름답다', '눈의 띈다', '흥미롭다', '인상적이다', '문화적이다', '지속적 관리가 필요하다' 총 10개의 항목은 평균 53.2점보다 높은 점수를 받았으며, '환경과 어울린다', '국제적이다', '개성이 있다', '구성이 조화롭다', '기능적이다', '이해하기 쉽다', '신기술적이다' 총 7개의 항목은 평균보다 낮은 점수를 받았다.

제6장. 결론

산업의 발전과 생활 수준의 향상은 높은 삶의 질적 향상을 가져왔고 거기에서 발생된 삶의 여유는 사회의 전 분야에 걸쳐서 높은 완성도와 가치를 요구하게 되었다. 디자인의 분야도 마찬가지라 할 수 있겠다. 선택의 여지가 없이 수용해야 했던 과거에는 기능 이외에 디자인의 가치에 접근하기 어려운 실정 이었는데 모든 것이 넘치는 현대 사회에 있어서는 기능의 가치는 기본으로 하고 거기에 또다른 가치, 즉 디자인과 같은 정신적 욕구의 가치를 요구하게 된 것이다.

현대는 인간의 유희적 욕구가 넓어짐에 따라서 공간이 더 이상 일상적인 체험만을 제공할 수는 없었고 이는 발전되어 비일상적이고 비현실적인 극적 요소들을 접목하여 색다른 유희를 제공하는 공간의 형성을 이루게 되었다. 유희적 요소를 공공공간에 반영하여야 대중과의 적극적인 소통으로 감성적이고 경험적인 관계를 확장시켜 정신적인 즐거움을 유발할 수 있다. 유희는 일반적으로 어떤 행동을 동반하며 그러한 행동들은 반드시 공간을 필요로 하게 된다. 이는 곧 감각적인 측면을 통한 심리적 유희와 만족까지 고려하여야 함을 의미함과 동시에 유희에 있어서의 공간의 역할이 중요함을 보여준다. 공간은 공간만의 특성이 충만하기에 유희적 영역은 다양한 인간의 행위와 변화를 창조하고 수용할 수 있는 하나의 공간화 된 장소 이어야하고 유희적 역할을 할 수 있는 공간이 필요함을 알 수 있다.

공간 디자인은 인간이 거주하고 이동하는 모든 삶의 공간을 창조하고 구축하는 공간적 문제해결의 과정으로서 인간을 에워싸는 환경을 인간과 환경이라는 양자관계 간의 연결을 시도하여 얻어지는 요소를 재창조, 재구성하여 질서와 조화를 이룬다. 공간디자인은 인간과의 조화로운 관계를 이루도록 아름다운 연출도 중요하지만 조화되지 않더라도 어떠한 상황이나 상태를 이용한 효과적인 결과를 도출해내는 것이 공간연출이라 하겠다. 이 유희적 영역의 연출에 있어서는 사용자의 공간에서의 즐거움과 친근감 있는 의사소통의 장으로서 이용되어지기에 다양한 유희적 영역의 연출 요소가 있음을 알 수 있다. 본 연구에서는 감각연출영역, 색채연출영역, 물리적 영출영역, 감성적 연출영역, 형태연출영역의 총 다섯 가지의 요소를 통해 유희적 공간의 연출의 효과와 방법을 논하였다.

이에 본 연구에서는 사회적, 정서적으로 높은 관심과 완성도를 요구하고 있는 공공공간과 공공공간에서의 유희적 영역에 대한 인지의 정도와 요구되어지는 다양한 요소들을 추출하여 연구를 통하여 그 요구도의 값을 측정 하고자 하였다.

공공공간과 유희의 개념과 가치는 과거에 비해 많이 변화되어 인식되고 있으며 많은 영역에서 결코 배제할 수 없는 요소가 되었다. 무조건적으로 제공받던 과거의 공공공간의 개념에서 국민의 삶의 질과 국가의 경쟁력 까지를 이야기 하는 정도에 이르렀기 때문이다.

공간에서의 유희도 마찬가지이다. 과거 가득 채원지기만 했던 단순한 공간에서 공간과 그 공간을 이용하는 사용자가 하나가 되어 새로운 공간을 창조하는 상호작용(interaction)이 가능한 공간으로 변모하게 된 것이다. 결과적으로 제공되는 공간은 일정한 형식을 갖춘 하나의 공간 이지만 이용자의 참여가 달라지게 되므로 그 공간은 항상 새로움을 창조해내고 있다고 할 수 있는 것이다.

최근 공공기관이 주도하여 계획한 공공을 위한 공공공간은 주로 시각적인 유희를 표현하는 공간이 많았음을 볼 수 있다. 광주 세계 광 엑스포, 여수 세계박람회의 아쿠아리움과 빅오 외국의 Crown Fountain, lord's cricket ground media center, Jean-Marie Tjibaou Cultural Center, 스페인 사라고사 세계 박람회 등은 외부 조형의 상징성과 식별성을 잘 보여주었으며 인지적인 표현을 나타내기 위해 감각적인 요소를 도출시켜 건축 재료나 공간의 활용, 배경과의 하모니를 통해 공간의 유희적인 연출을 극대화시켰다.

본 연구에서는 현대 공공공간의 유희적 영역 형성을 위한 공간구성 방법에 관하여 연구 및 분석하였다.

연구의 결과를 살펴보면 공공공간에서 유희적 공간의 인식도는 약 81%로 대부분 의식적으로나 무의식적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 연령대가 올라갈수록 유희적 공간의 인식도 역시 올라감을 알 수 있었다. 하지만 81%의 높은 비율에 비해 유희적 공간에 대한 만족도는 15%로 낮은 만족도를 가지는 것으로 분석된다. 즉 전반적인 부문에 있어서 유희적 공간에 대해 개선이 필요한 것으로 보인다. 또한 국가경쟁력부문에 있어서도 약 85%가 공공공간의 유희적 공간이 국가경쟁력에 영향을 미친다고 생각하는 것으로 조사되었다.

이러한 공공공간의 유희적 영역에 필요한 요소로서는 공공성의 비중이 45%로

가장 높은 결과를 보여주고 있으며, 공공시설물에 적합한 색채는 성별에 따라 다소 차이가 있지만 자연색의 비중이 62.1%로 압도적으로 높은 것을 알 수 있다.

연구 대상자의 성별, 나이, 학업수준에 따라 공공디자인 및 유희적 영역에 대한 인식도는 약간의 차이를 보이고 있으나 공공공간에서 유희적 영역을 요구하는 욕구도는 비슷한 것으로 나타났다. 이는 향후 공공공간의 계획에 있어서 일방적인 정보전달의 단편적인 공간에서 이용자의 참여가 가능하고 상호작용을 요구하는 높은 수준의 완성도를 요구한다는 것을 알 수 있는 것이다.

과거 관망과 수용의 대상이었던 공공의 공간은 여러 요인 등으로 인해 참여와 상호작용이 요구되는 공간으로 변모 하였다. 이에 향후 공공공간의 유희적인 영역의 계획에 있어서 다양한 이용자의 참여가 요구되는 공간 계획의 중요성 인식과 지속적인 발전을 기대한다.

참고문헌

< 국내 · 외 단행본 >

강성일외 3인 (2007), 「영재들의 놀이터」, 살림출판사
권영걸외 3인. (2009), 「공공디자인강좌」, 가인디자인랩
권영걸(2007), 「공공디자인 산책」, 가인디자인그룹
권영길(2001), 「공공디자인16」 도서출판 국제
김학성(2000), 「디자인을 위한 색채」,도서출판 조형사
김광현(2001), 「건축의장강의」, 도서출판 국제
김병윤(2000), 「현대건축과 기호학의 대화」, 시공문화사
운종영 · 조정형 · 이형복 · 안혜신(2010), 「공공디자인 기획론」, 삼성출판사
박인학(2008), 일본 경제, 공공디자인으로 다시 살아나다. 도서출판가인
박인학(2009), 한국공공디자인학회, 가인디자인랩
박인학(2010), 유럽의 도시, 공공디자인을 입다. 도서출판가인
박한숙 · 권영궐(2007), 「유럽의 도시 공공디자인을 입다」, 가인디자인그룹
박한숙 · 권영궐(2007), 「일본 경제 공공디자인으로 다시 살아나다」, 가인디자인그룹
서영주(2009), 경쟁력 있는 도시 만들기 공공디자인 프로젝트 , 한국산업기술평가관리원
신병철(2009), 「마케팅트렌드21」, 살림출판사
유근향(2002) , 「인테리어 디자인과 색채」, 미진사
이동철 · 박옥련 · 김주희 · 이현지(2008), 「글로벌시대의 문화마케팅」, 법문사
이영희(2009), 디자인놀이 , 이화여자대학교출판부
이재정 · 박은경(2006) , 「라이프스타일과 트렌드」, 도서출판 예경
임연웅(1998), 「디자인인간공학」, 미진사
정경원(2006), 「디자인경영」, 안그라픽스
조기현(2007), 「디자인전략」, 미래사
조형숙 · 김선월 · 김현주(2010), 「유아를 위한 자연친화교육」, 다음세대
최명식(2009), 「디자인은 초록이다」, 도서출판 아트하우스
강병서 · 김계수(2007), 「사회과학 통계분석 (한글 SPSS 12K)」, 도서출판 한나래
Brend Schmitt(2004), 「Experiential marketing(체험마케팅)」, 세종서적
David Report(2008), 「5Key Design trends」
Granham Berridge(2007), 「Event Design and Experience」, Buttewrth-heinemann
Jacobo Kranel(2003), 「URBAN SPACES, LINKS」

Jesse James Garrett(2003), 「The Elements of User Experinece(경험디자인의 요소)」, 솜미디어
John Pile(2010), 「A History of Interior Design」, 도서출판
Lucy Bullivant(2005), 「Architectural Design」, Academy Press
Nathan Shedroff(2004), 「Experinece Design(경험디자인)」, 안그라픽스
마쓰나가 야스미쓰(2007) , 도시계획의 신조류 , 한울
브리짓 보르자 모조타(2008), 디자인 경영 ,디자이넨트
스에나가 타미오(2008), 「색채심리」,도서출판 예경
에바 헬러(2002), 「색의 유혹」, 예담출판사
타나카나오토(2008), 유니버설 환경디자인 , 유니버설디자인연구센터
하워드선 · 도로시선(2006), 「내 삶에 색을 입히자」, 도서출판 예경

< 학 위 논 문 >

박사학위논문

노성진 (2011), “도시공공디자인의 지역정체성 적용요소에 대한 인식 분석 :서울시 광진구, 송파구의 보행자 주요도로를 중심으로”, 연세대학교 대학원, 박사학위논문

박완선 (2007), “텔레비전과옥의 시계와 초점에 따른 영상요소의 특성 분석”, 홍익대학교, 박사학위논문

김주영 (2006), “IT 아웃소싱을 위한 전략격차 교차분석 및 검증”, 인천대학교 대학원, 박사학위논문

박윤영 (2011), “이미지 유희에 관한 작품 연구”, 이화여자대학교, 박사학위논문

박진희 (2008), “입체영상에서 지각공간의 재구성에 관한 연구 : 지각구성요소가 시각적주의에 미치는 영향을 중심으로”, 연세대학교 커뮤니케이션대학원, 박사학위논문

백슥경 (2009), “생태적으로 지속가능한 공공공간 디자인 체크리스트에 관한 연구” 홍익대학교 대학원, 박사학위논문

오경환 (2002), “조경공간의 이미지 형성에 관한 연구: 스토레틸링 방법론을 중심으로”. 서울대학교, 박사학위논문

윤갑근 (2007), “建築物 內·外部 Design要素의 認知特性에 관한 相關關係分析”, 원광대학교 대학원, 박사학위논문

이양병 (2011), “공공시설물디자인 평가 방법론에 관한 연구”, 조선대학교 대학원, 박사학위논문

이일영 (1991), “현대건축물 구성 체계와 본질에 관한 연구”, 홍일대학교, 박사학위논문

이한석 (2010) “CGI 3D 입체영상에서 질감(Texture)이 시각적 촉각성에 미치는 지각 영향에 관한 연구”, 동국대학교 영상대학원, 박사학위논문

임종연 (2005) “繪畵藝術 空間에 빛이 미치는 影響에 관한 硏究 : 서양회화사의 맥락과 해석을 중심으로”, 대구대학교 미술대학원, 박사학위논문

정충모 (2012), “인터랙티브 미디어의 미래 융합과 혁신에 관한 연구”, 한양대학교 대학원. 박사학위논문

정희정 (2009), “공공디자인의 평가척도어 추출에 관함 연구”, 조선대학교 대학원, 박사학위논문

진화숙 (2010), “놀이치료자로서의 체험에 관한 현상학적 연구”, 숙명여자대학교, 박사학위논문

석사학위논문

강태경 (2011), “수원화성 공공(公共)공간(空間) 활성화 계획 : 공공디자인요소 적용”, 홍익대학교 건축도시대학원, 석사학위논문

김정 (2011), “공간연출에 있어 오브제 감성적 접근에 관한 연구”, 국민대학교 디자인대학원, 석사학위논문

박경선 (2007), “체험적 놀이환경 중심의 어린이 미디어테크 설계 연구”, 경희대학교 건축대학원, 석사학위논문

오현석 (2011), “유희적 조명 표현에 관한 연구 : 본인 작품을 중심으로”, 대진대학교 대학원, 석사학위논문

이미림 (2011), “펀(Fun)경험의 특성을 적용한 공공 공간 디자인에 관한 연구”, 홍익대학교 대학원, 석사학위논문

이상민 (2011), “공공 디자인의 관점에서 미디어 파사드에 영향을 주는 구성 요소”, 영남대학교 대학원, 석사학위논문

이수진 (2007), “오피스 공간에서의 유희적 디자인 표현 특성에 관한 연구”, 건국대학교 디자인대학원, 석사학위논문

지주용 (2009), “놀이문화와 연계된 Local Community 계획에 관한 연구”, 홍익대학교 대학원, 석사학위논문

한수연 (2006), “비일상적 유희공간에 관한 연구”, 연세대학교 대학원, 석사학위논문

< 웹 사 이 트 >

http://ingmo.tistory.com/11 (2012. 10. 7. pm 7 발취)

http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1285768&mobile&categoryId=2000018 (2012. 10. 7. pm 9 발취)

http://bosim.kr/151 (2012. 10. 8. pm 10 발취)

http://arcspace.com/architects/ville_hara/tower (2012 11.4 pm8 발취)

http://gwangjubiennale.org (2012. 11.5 pm6 발취)

http://namdoart.net (2012. 11.6 pm8 발취)

http://expo2012.kr/main.html?mobile_at=Y (2012. 11.6 pm8 발취)

http://designbye.net/44 (2012. 11.12 pm7 발취)

http://design.seoul.go.kr/n_dscontent/designseoul.php?MenuID=522&pgID=615 (2012.11.17. pm5 발취)

http://expo2005.or.jp (2012. 11.20 pm9 발취)

국 문 초 록

공공공간의 유희적 영역 형성을 위한 공간구성 방법에 관한 연구

임 미 란
지도교수 : 윤 갑 근
디자인경영학과
조선대학교 대학원

사회의 발달과 삶의 질 향상으로 인한 가치 및 욕구의 변화는 많은 현대의 공간을 변화 시키고 있으며 공간의 보다 높은 질적 수준을 요구 하고 있다. 디자인이 단순히 형태적 관점에서보다는 사용자의 의식과 문화, 사회, 경제적인 다양한 맥락에서 상호 유기적인 요소에서 살펴봄으로서 의미와 감성의 시대로 소비자의 욕구가 전환된 시점이다. 이에 본 연구 에서는 공공성을 지닌 공간, 즉 공공공간의 유희적영역에 대해서 살펴보고 그 유희적 영역에 대해서 살펴봄으로써 공공공간이 추구해야하는 공공디자인의 가치를 극대화하는데 그 목적이 있으며 , 아울러 시대에 따라 요구되어지는 미래지향적 공공공간의 방향을 설계에 반영하기 위한 연구에 목적이 있다.

산업의 발전과 생활 수준의 향상은 높은 삶의 질적 향상을 가져왔고 거기에서 발생된 삶의 여유는 사회의 전 분야에 걸쳐서 높은 완성도와 가치를 요구하게 되었다. 디자인의 분야도 마찬가지라 할 수 있겠다. 선택의 여지가 없이 수용해야만 했던 과거에는 기능 이외에 디자인의 가치에 접근하기 어려운 실정 이었는데 모든 것이 넘치는 현대 사회에 있어서는 기능의 가치는 기본으로 하고 거기에 또다른 가치, 즉 디자인과 같은 정신적 욕구의 가치를 요구하게 된 것이다.

공공공간과 유희의 개념과 가치는 과거에 비해 많이 변화되어 인식되고 있으며 많은 영역에서 결코 배제할 수 없는 요소가 되었다. 무조건적으로 제공받던 과거의 공공공간의 개념에서 국민의 삶의 질과 국가의 경쟁력 까지를 이야기 하는 정도에 이르렀기 때문이다.

현대는 인간의 유희적 욕구의 범위가 넓어짐에 따라서 공간이 더 이상 일상적인 체험만을 제공할 수는 없었고 이는 발전되어 비일상적이고 비현실적인 극적 요소들을 접목하여 색다른 유희를 제공하는 공간의 형성을 이루게 되었다. 유희적 요소를 공공공간에 반영하여야 대중과의 적극적인 소통으로 감성적이고 경험적인 관계를 확장시켜 정신적인 즐거움을 유발할 수 있다. 유희는 일반적으로 어떤 행동을 동반하며 그러한 행동들은 반드시 공간을 필요로 하게 된다. 이는 곧 감각적인 측면을 통한 심리적 유희와 만족까지 고려하여야 함을 의미함과 동시에 유희에 있어서의 공간의 역할이 중요함을 보여준다.

공간에서의 유희도 마찬가지이다. 과거 가득 채원지기만 했던 단순한 공간에서 공간과 그 공간을 이용하는 사용자가 하나가 되어 새로운 공간을 창조하는 상호작용(interaction)이 가능한 공간으로 변모하게 된 것이다. 결과적으로 제공되는 공간은 일정한 형식을 갖춘 하나의 공간 이지만 이용자의 참여가 달라지게 되므로 그 공간은 항상 새로움을 창조해내고 있다고 할 수 있는 것이다.

공간 디자인은 인간이 거주하고 이동하는 모든 삶의 공간을 창조하고 구축하는 공간적 문제해결의 과정으로서 인간을 에워싸는 환경을 인간과 환경이라는 양자간의 관계 연결을 시도하여 얻어지는 요소를 재창조, 재구성하여 질서와 조화를 이룬다. 공간디자인은 인간과의 조화로운 관계를 이루도록 아름다운 연출도 중요하지만 조화되지 않더라도 어떠한 상황이나 상태를 이용한 효과적인 결과를 도출해내는 것이 공간연출이라 하겠다. 유희적 영역의 연출에 있어서는 사용자의 공간에서의 즐거움과 친근감 있는 의사소통의 장으로서 이용되어지기에 다양한 유희적 영역의 연출 요소가 있음을 알 수 있다. 본 연구에서는 감각연출영역, 색채연출영역, 물리적 영출영역, 감성적 연출영역, 형태연출영역의 총 다섯 가지의 요소를 통해 유희적 공간의 연출의 효과와 방법을 논하였다.

최근 공공기관이 주도하여 계획한 공공을 위한 공공공간은 주로 시각적인 유희를 표현하는 공간이 많았음을 볼 수 있다. 광주 세계 광 엑스포, 여수 세계박람회의 아쿠아리움과 빅오 외국의 Crown Fountain, lord's cricket ground media center, Jean-Marie Tjibaou Cultural Center, 스페인 사라고사 세계 박람회 등은 외부 조형의 상징성과 식별성을 잘 보여주었으며 인지적인 표현을 나타내기 위해 감각적인 요소를 도출시켜 건축 재료나 공간의 활용, 배경과의 하모니를 통해 공간

의 유희적인 연출을 극대화시켰다.

본 연구에서는 현대 공공공간의 유희적 영역 형성을 위한 공간구성 방법에 관하여 연구 및 분석하였다.

연구의 결과를 살펴보면 공공공간에서 유희적 공간의 인식도는 약 81%로 대부분 의식적으로나 무의식적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 연령대가 올라갈수록 유희적 공간의 인식도 역시 올라감을 알 수 있었다. 하지만 81%의 높은 비율에 비해 유희적 공간에 대한 만족도는 15%로 낮은 만족도를 가지는 것으로 분석된다. 즉 전반적인 부문에 있어서 유희적 공간에 대해 개선이 필요한 것으로 보인다. 또한 국가경쟁력부문에 있어서도 약 85%가 공공공간의 유희적 공간이 국가경쟁력에 영향을 미친다고 생각하는 것으로 조사되었다.

이러한 공공공간의 유희적 영역에 필요한 요소로서는 공공성의 비중이 45%로 가장 높은 결과를 보여주고 있으며, 공공시설물에 적합한 색채는 성별에 따라 다소 차이가 있지만 자연색의 비중이 62.1%로 압도적으로 높은 것을 알 수 있다.

연구 대상자의 성별, 나이, 학업수준에 따라 공공디자인 및 유희적 영역에 대한 인식도는 약간의 차이를 보이고 있으나 공공공간에서 유희적 영역을 요구하는 욕구도는 비슷한 것으로 나타났다. 이는 향후 공공공간의 계획에 있어서 일방적인 정보전달의 단편적인 공간에서 이용자의 참여가 가능하고 상호작용을 요구하는 높은 수준의 완성도를 요구한다는 것을 알 수 있는 것이다.

과거 관망과 수용의 대상이었던 공공의 공간은 여러 요인 등으로 인해 참여와 상호작용이 요구되는 공간으로 변모 하였다. 이에 향후 공공공간의 유희적인 영역의 계획에 있어서 다양한 이용자의 참여가 요구되는 공간 계획의 중요성 인식과 지속적인 발전을 기대한다.

부록-1. 설문지

설 문 지

안녕하십니까?
바쁘신 와중에도 본 설문에 응해 주셔서 대단히 감사합니다.

본 설문지는 '공공디자인의 유희적 공간' 에 대한 여러분들의 이해도와 인식에 대한 기초 자료를 얻기 위해 작성된 것입니다.

본 설문조사결과는 향후 공공공간의 유희적요소의 계획에 있어서 어떻게 하는 것이 바람직한 것인가를 연구하는 기초자료도 사용되는 귀중한 자료가 될 것입니다.

본 설문 조사에 기록되는 모든 내용은 익명으로 처리되며 아울러 여러분의 의견은 연구이외의 목적에는 사용되지 않사오니 바쁘시더라도 성의있게 응답하여 주시면 감사하겠습니다.

귀하의 행복과 건강을 진심으로 기원합니다.

2012년 월 일

조선대학교 대학원

지도교수 : 윤갑근
박사과정 : 임미란

※ 다음 각 문항에서 해당되는 답변의 에 ' ✓ ' 하십시오.

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?
① 남 ② 여

2. 귀하의 연령대는?
① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대
⑤ 50대 ⑥ 60대 이상

3. 귀하의 직업은 무엇입니까?
① 학생 (디자인 전공 비전공)
② 교수(교육자) ③ 기업인 (디자이너 일반)
④ 직장인 (디자인전문 회사 디자이너 일반 회사원)
⑤ 기타( )

4. 귀하의 교육수준은 어느 정도 입니까?
①고졸 이하 ② 대재 ③ 대졸 ④ 대학원 이상

5. 귀하의 월 평균 소득은 얼마나 되십니까?
① 100만원 이하 ② 101~200만원 ③ 201~300만원
④ 301~500만원 ⑤ 500만원 이상

6. 귀하의 현재의 삶에 대한 만족도는 어떠하십니까?
① 매우만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤매우불만족

※ 다음은 공공 공간에서의 유희적 공간에 대한 설문입니다.
답변의 에 ' ✓ ' 하십시오.

NO.	평 가 요 인	매우 그렇지 않다		보통이다		매우 그렇다
7	공공 공간에서의 유희적 공간에 대하여 알고 있습니까?	①	②	③	④	⑤
8	현재 공공 공간에서의 유희적 공간에 대하여 만족하다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
9	유희적 공간이 국가경쟁력에 있어 중요하다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤

10. 공공 공간에서의 유희적 공간에 가장 필요한 요소는 무엇이라고 생각하십니까?
① 공공성 ② 정체성 ③ 심미성
④ 소통성 ⑤ 경제성 ⑥ 통합성

11. 유희적 공간에서의 공공시설물들은 어떤 색채가 가장 적당하다고 생각하십니까?

① 자연색 ② 인공색 ③ 순색

④ 복합색 ⑤ 무채색

12. 공공 공간에서의 유희적 공간 발전을 위한 가장 시급한 문제는 어떤 것이라고 생각합니까?

① 인적요인 : 전문디자이너 양성

② 물적요인 : 시설과 장비

③ 제도적요인 : 정부정책부재와 인식의 변화

④ 교육적요인 : 교육수준의 낙후와 인식수준미비

⑤ 철학적요인 : 도덕 윤리 질서 예절

13. 귀하가 원하는 공공공간의 유희적 공간에 대한 이미지는 어떤 것입니까?

① 친환경적 공간 ② 통합된 디자인과 색이 있는 공간

③ 창의적이고 독특한 공간 ④ 밝고 쾌활한 공간 ⑤ 기타

※ 다음은 국내·외 사례조사 사진 이미지를 통해 본 유희적 공간에 관한 설문입니다. 답변의 번호에 ' ✓ ' 하십시오.

여수 세계박람회

일본 Egg of Winds

광주 세계 빛 축제

스페인 구겐하임 박물관

런던 Lord's cricket ground media center

NO.	평 가 요 인	매우 그렇지 않다		보통이다		매우 그렇다
14	인간중심적인 도덕과 질서가 적용되었는가?	①	②	③	④	⑤
15	아름다운 외형과 디자인을 가지고 있는가?	①	②	③	④	⑤
16	유지 관리 보수가 용이하겠는가?	①	②	③	④	⑤
17	주변의 환경과 잘 어울려지는가?	①	②	③	④	⑤
18	환경·친화적 주제와 재료를 사용하였는가?	①	②	③	④	⑤
19	이용에 따라 적절한 위치에 자리하였는가?	①	②	③	④	⑤

20. 국내 · 외 사례조사 사진을 통해 본 유희적 공간에 있어 한국과 선진도시국가와 비교하여 볼 때 한국이 선진국보다 여러 분야에서 부족하다고 보십니까?

① 예 ② 아니오

21. 위 20번 문항에 ① 예라고 답하신 분에 대한 질문입니다.
한국의 공공 공간의 유희적 공간이 선진 도시국가보다 미흡한 가장 큰 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

① 공무원의 인식과 의식 ② 국민의 인식과 의식
③ 디자인역량부족 ④ 제도와 행정 ⑤ 잘 모르겠다

22. 위 20번 문항에 ② 아니오라고 답하신 분에 대한 질문입니다.
한국의 공공 공간의 유희적 공간이 선진 도시국가보다 부족하지 않다고 생각하는 이유는 무엇입니까?

① 공무원의 인식과 의식 ② 국민의 인식과 의식
③ 디자인 역량 ④ 제도와 행정 ⑤ 잘 모르겠다

23. 사례조사 사진 이미지를 통하여 본 각국의 유희적 공간 중 가장 인상적이며 기억에 남는 유희적 공간은 무엇입니까?

① 광주 구시청 어반폴리
② 여수 세계 박람회
③ 광주 사람들
④ 일본 Egg of wind
⑤ 스페인 구겐하임 박물관
⑥ 런던 Cafe Charbon

24. 23번 문항에서 귀하가 선택한 유희적 공간이 기억에 남은 이유는 무엇입니까?

① 친환경적이다. ② 통합되고 색채가 있어 보인다.
③ 창의적이고 독특해 보인다. ④ 밝고 쾌활해 보인다. ⑤ 기타

25. 다른 도시국가들의 유희적 공간이 우리와 다른 점은 무엇이라고 생각하십니까?
( )

26. 선진 도시국가들의 유희적 공간은 무엇을 중요시하였으며 우리는 무엇을 중요시 하여야 한다고 생각하십니까?
(선진 도시국가 :)
(국내 :)

※ 다음은 주변에서 설치되거나 진행하는 공공 공간의 유희적 공간을 보고 느낀 점에 대한 설문입니다.
답변의 번호에 ' ✓ ' 하십시오.

No.	질 문	매우 그렇지 않다	보통이다	매우 그렇다
27	긍정적이다.	①	② ③ ④	⑤
28	미래지향적으로 기대한다.	①	② ③ ④	⑤
29	삶의 질에 기여한다.	①	② ③ ④	⑤
30	환경과 어울린다.	①	② ③ ④	⑤
31	창의적이다.	①	② ③ ④	⑤
32	국제적이다.	①	② ③ ④	⑤
33	개정이 있다.	①	② ③ ④	⑤
34	구성이 조화롭다.	①	② ③ ④	⑤
35	기능적이다.	①	② ③ ④	⑤
36	아름답다.	①	② ③ ④	⑤
37	이해하기 쉽다.	①	② ③ ④	⑤
38	눈에 띈다.	①	② ③ ④	⑤
39	흥미롭다.	①	② ③ ④	⑤
40	인상적이다.	①	② ③ ④	⑤
41	문화적이다.	①	② ③ ④	⑤
42	신기술적이다.	①	② ③ ④	⑤
43	지속적 관리가 필요하다.	①	② ③ ④	⑤

- 설문에 응해 주셔서 감사합니다. -

부록-2. 공공디자인 관련 법규 및 규정

디자인 보호법

제1장 총칙 <개정 2009.2.6>

제1조(목적) 이 법은 문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 정하여 문화산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

8. "공공문화콘텐츠"란 「공공기관의 정보공개에 관한 법률」 제2조제3호에 따른 공공기관 및 「박물관 및 미술관 진흥법」 제3조에 따른 국립 박물관, 공립 박물관, 국립 미술관, 공립 미술관 등에서 보유·제작 또는 관리하고 있는 문화콘텐츠를 말한다.

제3조(국가와 지방자치단체의 책임)

① 국가와 지방자치단체는 문화산업의 진흥을 위하여 필요한 정책을 수립·시행하여야 한다.

② 국가와 지방자치단체는 문화산업 진흥을 위하여 기술의 개발과 조사·연구사업의 지원, 외국 및 문화산업 관련 국제기구와의 협력체제 구축 등 필요한 노력을 하여야 한다.

③ 국가와 지방자치단체는 문화산업의 진흥을 위한 각종 시책을 수립·시행함에 있어서 장애인이 관련 활동에 참여할 수 있도록 「장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」 제4조에 따른 정당한 편의 제공을 위하여 노력하여야 한다. <신설 2011.5.25.>

문화산업진흥 기본법

제1장 총칙 <개정 2009.2.6>

제1조(목적) 이 법은 문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 정하여 문화산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. <개정 2010.6.10, 2011.5.25>

1. "문화산업"이란 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말하며, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 포함한다.

자. 문화상품을 대상으로 하는 전시회·박람회·견본시장 및 축제 등과 관련된 산업. 다만, 「전시산업발전법」 제2조제2호의 전시회·박람회·견본시장과 관련된 산업은 제외한다.

2. "문화상품"이란 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성(이하 "문화적 요소"라 한다)이 체화(體化)되어 경제적 부가가치를 창출하는 유형·무형의 재화(문화콘텐츠, 디지털문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠를 포함한다)와 그 서비스 및 이들의 복합체를 말한다..

8. "공공문화콘텐츠"란 「공공기관의 정보공개에 관한 법률」 제2조제3호에 따른 공공기관 및 「박물관 및 미술관 진흥법」 제3조에 따른 국립 박물관, 공립 박물관, 국립 미술관, 공립 미술관 등에서 보유·제작 또는 관리하고 있는 문화콘텐츠를 말한다.

제3조(국가와 지방자치단체의 책임) ① 국가와 지방자치단체는 문화산업의 진흥을 위하여 필요한 정책

을 수립·시행하여야 한다.

② 국가와 지방자치단체는 문화산업 진흥을 위하여 기술의 개발과 조사·연구사업의 지원, 외국 및 문화산업 관련 국제기구와의 협력체제 구축 등 필요한 노력을 하여야 한다.

③ 국가와 지방자치단체는 문화산업의 진흥을 위한 각종 시책을 수립·시행함에 있어서 장애인이 관련 활동에 참여할 수 있도록 「장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」 제4조에 따른 정당한 편의 제공을 위하여 노력하여야 한다. <신설 2011.5.25>

[전문개정 2009.2.6]

제4조(문화산업의 중·장기 기본계획 수립 등) ① 문화산업정책은 문화체육관광부장관이 총괄한다.

② 문화체육관광부장관은 이 법의 목적을 달성하기 위하여 문화산업 진흥에 관한 기본적이고 종합적인 중·장기 기본계획(이하 "중·장기기본계획"이라 한다)과 문화산업의 각 분야별 및 기간별로 세부시행계획(이하 "세부시행계획"이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.

③ 문화체육관광부장관은 중·장기기본계획과 세부시행계획을 수립하고 시행하기 위하여 필요하면 지방자치단체와 공공기관·연구소·법인·단체·대학·민간기업·개인 등에 대하여 필요한 협조를 요청할 수 있다.

[전문개정 2009.2.6.]

제25조(문화산업단지조성계획의 수립) ① 문화체육관광부장관은 문화산업단지의 조성을 촉진하기 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 문화산업단지조성계획을 세워 해당 지역을 관할하는 시·도지사의 의견을 들어 국토해양부장관에게 문화산업단지로의 지정을 요청할 수 있다.

② 지방자치단체의 장은 대통령령으로 정하는 바에 따라 문화체육관광부장관에게 문화산업단지의 조성을 신청할 수 있다.

③ 문화산업단지조성계획의 수립에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

④ 문화산업단지조성계획을 시행하는 자(이하 "사업시행자"라 한다)의 지정 등에 관한 사항은 「산업입지 및 개발에 관한 법률」 제16조에서 정하는 바에 따른다.

[전문개정 2009.2.6.]

제28조(인·허가 등의 의제) ① 제25조제4항에 따라 문화산업단지 지정권자로부터 사업시행자로 지정을 받은 자는 다음 각 호의 허가 또는 인가를 받은 것으로 본다.

1. 「하수도법」 제16조에 따른 공공하수도 공사 시행의 허가
2. 「공유수면관리법」 제5조에 따른 공유수면 점용 또는 사용의 허가
3. 「하천법」 제30조에 따른 하천공사 시행의 허가 및 같은 법 제33조에 따른 하천점용 등의 허가
4. 「도로법」 제34조에 따른 도로공사 시행의 허가 및 같은 법 제38조에 따른 도로점용의 허가
5. 「항만법」 제9조제2항에 따른 항만공사 시행의 허가
6. 「사도법」 제4조에 따른 사도 개설의 허가
7. 「농지법」 제34조에 따른 농지전용의 허가
8. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제86조에 따른 도시계획시설사업 시행자의 지정 및 같은 법 제88조에 따른 실시계획의 인가
9. 「수도법」 제52조 및 제54조에 따른 전용상수도 및 전용공업용수도 설치의 인가

② 문화산업단지를 지정하려는 경우 제1항 각 호의 사항이 포함되어 있을 때에는 문화산업단지 지정권자는 미리 관계 기관의 장과 협의하여야 한다.

[전문개정 2009.2.6]

제28조의2(문화산업진흥지구의 지정 등) ① 시·도지사는 문화산업의 진흥을 위하여 필요한 경우에는 관할 구역의 일정 지역을 문화산업진흥지구로 지정할 수 있다.

② 시·도지사는 문화산업진흥지구를 지정할 때에는 문화산업진흥지구 조성계획을 세워 문화체육관광

부장관의 승인을 받아야 한다. 문화산업진흥지구 지정을 변경할 때에도 또한 같다. <개정 2009.5.21>

③ 시·도지사는 제2항에 따른 문화산업진흥지구 조성계획을 시행하여야 한다.

④ 시·도지사는 제1항 및 제2항에 따라 문화산업진흥지구를 지정하거나 지정을 변경한 경우 또는 제5항에 따라 지정을 해제한 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 그 내용을 공고하여야 한다.

⑤ 시·도지사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 문화산업진흥지구 지정을 해제할 수 있다. 이 경우 문화체육관광부장관의 승인을 받아야 한다. <개정 2009.5.21>

1. 문화산업진흥지구 조성계획이 실현될 가능성이 없는 경우
2. 사업의 지연, 관리 부실 등의 사유로 지정목적을 달성할 수 없는 경우

⑥ 삭제 <2009.5.21>

⑦ 제1항에 따른 문화산업진흥지구 지정의 요건 및 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. <개정 2009.5.21>

[전문개정 2009.2.6]

제28조의3(문화산업진흥지구의 조성 지원) ① 국가나 지방자치단체는 문화산업진흥지구의 조성과 관련하여 필요한 경우 문화산업진흥지구 조성계획을 시행하는 자에 대하여 지원할 수 있다.

② 제1항의 문화산업진흥지구 조성계획을 시행하는 자에 대하여는 제27조 및 제28조를 준용한다.

③ 제28조의2제1항에 따라 지정된 문화산업진흥지구는 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」 제18조의4에 따른 벤처기업육성촉진지구로 본다.

[전문개정 2009.2.6]

제29조(국공유재산의 대부·사용 등) ① 국가나 지방자치단체는 문화산업진흥시설의 확충과 문화산업단지의 조성 및 운영을 위하여 필요하다고 인정하면 「국유재산법」 또는 「공유재산 및 물품 관리법」에도 불구하고 국공유재산을 수의계약으로 대부·사용·수익하게 하거나 매각할 수 있다.

② 제1항에 따른 국공유재산의 대부·사용·수익·매각 등의 내용 및 조건에 관하여는 「국유재산법」 또는 「공유재산 및 물품 관리법」에서 정하는 바에 따른다.

[전문개정 2009.2.6]

제30조(세제지원 등) ① 정부는 문화산업 진흥을 위하여 문화산업진흥시설, 문화산업단지, 제작자·투자회사·투자조합이 문화산업에 투자하는 경우, 창업자 및 창업을 지원하는 자에 대하여 세법에서 정하는 바에 따라 세제 지원을 할 수 있다.

② 정부는 문화산업진흥시설과 문화산업단지의 조성 및 운영에 직접 사용되는 장비, 설비 및 부품 등에 대하여는 「관세법」에서 정하는 바에 따라 관세를 감면할 수 있다.

[전문개정 2009.2.6]

제30조의2(문화산업진흥시설 등에 대한 지방자치단체의 지원) 지방자치단체는 문화산업의 진흥을 위하여 필요한 경우 문화산업진흥시설·문화산업단지 및 문화산업진흥지구를 조성하려는 자와 문화산업 관련 사업의 창업을 지원하는 공공단체 등에 대하여 출연하거나 「지방재정법」에도 불구하고 출자할 수 있다.

[전문개정 2009.2.6.]

도시공원 및 녹지 등에 관한 법률

제1장 총칙

제1조(목적) 이 법은 도시에서의 공원녹지의 확충 · 관리 · 이용 및 도시녹화 등에 필요한 사항을 규정함으로써 쾌적한 도시환경을 조성하여 건전하고 문화적인 도시생활을 확보하고 공공의 복리를 증진시키는 데에 이바지함을 목적으로 한다.

[전문개정 2011.9.16]

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. <개정 2011.4.14>

1. "공원녹지"란 쾌적한 도시환경을 조성하고 시민의 휴식과 정서 함양에 이바지하는 다음 각 목의 공간 또는 시설을 말한다.
   가. 도시공원, 녹지, 유원지, 공공공지(公共空地) 및 저수지
   나. 나무, 잔디, 꽃, 지피식물(地被植物) 등의 식생(이하 "식생"이라 한다)이 자라는 공간
   다. 그 밖에 국토해양부령으로 정하는 공간 또는 시설
2. "도시녹화"란 식생, 물, 토양 등 자연친화적인 환경이 부족한 도시지역(「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제6조제1호에 따른 도시지역을 말하며, 같은 조 제2호에 따른 관리지역에 지정된 지구단위계획구역을 포함한다. 이하 같다)의 공간(「산림자원의 조성 및 관리에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 산림은 제외한다)에 식생을 조성하는 것을 말한다.
3. "도시공원"이란 도시지역에서 도시자연경관을 보호하고 시민의 건강 · 휴양 및 정서생활을 향상시키는 데에 이바지하기 위하여 설치 또는 지정된 다음 각 목의 것을 말한다. 다만, 제3조, 제14조, 제15조, 제16조, 제16조의2, 제17조, 제19조부터 제21조까지, 제21조의2, 제22조부터 제25조까지, 제39조, 제40조, 제42조, 제46조, 제48조의2, 제52조 및 제52조의2에서는 나목에 따른 도시자연공원구역을 제외한다.
   가. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제2조제6호나목에 따른 공원으로서 같은 법 제30조에 따라 도시 · 군관리계획으로 결정된 공원
   나. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제38조의2에 따라 도시 · 군관리계획으로 결정된 도시자연공원구역(이하 "도시자연공원구역"이라 한다)
4. "공원시설"이란 도시공원의 효용을 다하기 위하여 설치하는 다음 각 목의 시설을 말한다.
   가. 도로 또는 광장
   나. 화단, 분수, 조각 등 조경시설
   다. 휴게소, 긴 의자 등 휴양시설
   라. 그네, 미끄럼틀 등 유희시설
   마. 테니스장, 수영장, 궁도장 등 운동시설
   바. 식물원, 동물원, 수족관, 박물관, 야외음악당 등 교양시설
   사. 주차장, 매점, 화장실 등 이용자를 위한 편익시설
   아. 관리사무소, 출입문, 울타리, 담장 등 공원관리시설
   자. 그 밖에 도시공원의 효용을 다하기 위한 시설로서 국토해양부령으로 정하는 시설
5. "녹지"란 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제2조제6호나목에 따른 녹지로서 도시지역에서 자연환경을 보전하거나 개선하고, 공해나 재해를 방지함으로써 도시경관의 향상을 도모하기 위하여 같은 법 제30조에 따른 도시 · 군관리계획으로 결정된 것을 말한다.

[전문개정 2011.9.16.]

제14조(도시공원 또는 녹지의 확보) ① 특별시장 · 광역시장 · 특별자치시장 · 특별자치도지사 · 시장 또는 군수는 쾌적한 도시환경을 조성하기 위하여 국토해양부령으로 정하는 도시공원 또는 녹지의 확보기

준에 따라 도시공원 또는 녹지를 확보하도록 노력하여야 한다.

② 다음 각 호의 계획(이하 "개발계획"이라 한다)으로서 대통령령으로 정하는 규모 이상의 개발을 수반하는 개발계획을 수립하는 자는 국토해양부령으로 정하는 기준에 따라 도시공원 또는 녹지의 확보계획을 개발계획에 포함하여야 한다.

1. 「도시개발법」 제4조에 따른 개발계획
2. 「주택법」 제16조에 따른 주택건설사업계획 또는 대지조성사업계획
3. 「도시 및 주거환경정비법」 제4조에 따른 정비계획
4. 「산업입지 및 개발에 관한 법률」 제2조제9호에 따른 산업단지개발사업의 시행을 위한 개발계획
5. 「택지개발촉진법」 제8조에 따른 택지개발계획
6. 「유통산업발전법」 제29조에 따른 공동집배송센터의 사업계획
7. 「지역균형개발 및 지방중소기업 육성에 관한 법률」 제38조의3에 따른 지역종합개발계획
8. 다른 법률에 따라 제1호부터 제7호까지의 개발계획을 수립하거나 그 승인을 받은 것으로 보는 사업 중 주거·상업·공업을 목적으로 단지를 조성하는 사업의 개발계획
9. 그 밖의 개발계획으로서 다른 법률에 따라 주거·상업 또는 공업을 목적으로 단지를 조성하는 사업의 개발계획

③ 제2항에 따라 개발계획에 포함되는 도시공원 또는 녹지는 해당 개발사업의 시행자가 자기의 부담으로 조성한다.

[전문개정 2011.9.16.

제24조(도시공원의 점용허가) ① 도시공원에서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하려는 자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 그 도시공원을 관리하는 특별시장·광역시장·특별자치시장·특별자치도지사·시장 또는 군수의 점용허가를 받아야 한다. 다만, 산림의 솎아베기 등 대통령령으로 정하는 경미한 행위의 경우에는 그러하지 아니하다.

1. 공원시설 외의 시설·건축물 또는 공작물을 설치하는 행위]

제27조(도시자연공원구역에서의 행위 제한) ① 도시자연공원구역에서는 건축물의 건축 및 용도변경, 공작물의 설치, 토지의 형질변경, 흙과 돌의 채취, 토지의 분할, 죽목의 벌채, 물건의 적치 또는 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제2조제11호에 따른 도시·군계획사업(이하 "도시·군계획사업"이라 한다)의 시행을 할 수 없다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위는 특별시장·광역시장·특별자치시장·특별자치도지사·시장 또는 군수의 허가를 받아 할 수 있다. <개정 2011.4.14>

1. 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 건축물 또는 공작물로서 대통령령으로 정하는 건축물의 건축 또는 공작물의 설치와 이에 따르는 토지의 형질변경
   가. 도로, 철도 등 공공용 시설
   나. 임시 건축물 또는 임시 공작물
   다. 휴양림, 수목원 등 도시민의 여가활용시설
   라. 등산로, 철봉 등 체력단련시설
   마. 전기·가스 관련 시설 등 공익시설
   바. 주택·근린생활시설

제34조(공공시설의 귀속) 행정청이 제27조제1항 단서에 따른 허가를 받아 설치한 공공시설(「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제2조제13호에 따른 공공시설을 말한다)의 귀속에 관하여는 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제65조를 준용한다.

[전문개정 2011.9.16.]