



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

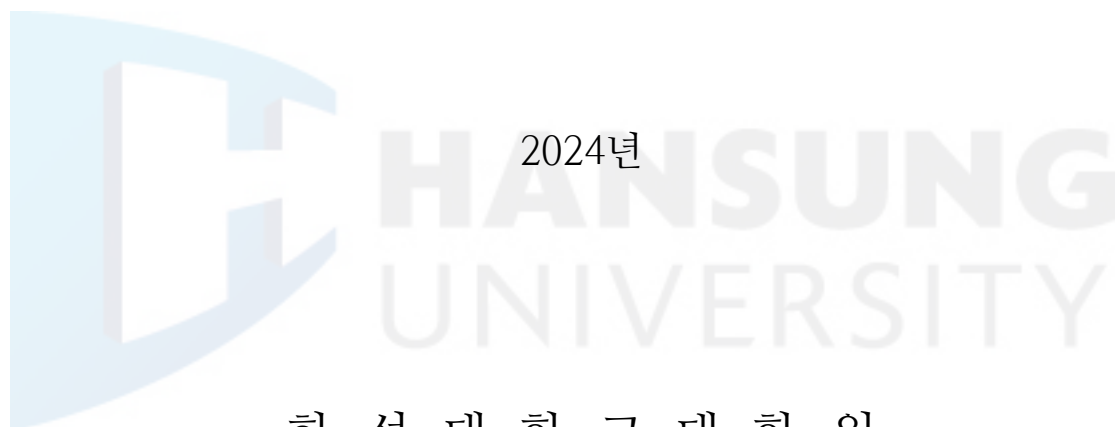
[Disclaimer](#)

박사학위논문

소비자 인식과 평가를 기반으로 한

환경조형물 개발 최적화 전략 모델

-환경조형물 만족도 향상을 위한 문제 분석과 해결과제-



한 성 대 학 교 대 학 원

미 디 어 디 자 인 학 과

시각·영상커뮤니케이션전공

민 광 식

박 사 학 위 논 문
지도교수 명광주

소비자 인식과 평가를 기반으로 한 환경조형물 개발 최적화 전략 모델

-환경조형물 만족도 향상을 위한 문제 분석과 해결과제-

Environmental Sculpture Development Optimization Strategy Model Based on
Consumer Awareness and Evaluation

-Problem Analysis and Solution to Enhance Satisfaction towards
Environmental Sculptures-

2023년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

미 디 어 디 자 인 학 과

시각·영상커뮤니케이션전공

민 광 식

박 사 학 위 논 문
지도교수 명광주

소비자 인식과 평가를 기반으로 한 환경조형물 개발 최적화 전략 모델

-환경조형물 만족도 향상을 위한 문제 분석과 해결과제-

Environmental Sculpture Development Optimization Strategy Model Based on
Consumer Awareness and Evaluation

-Problem Analysis and Solution to Enhance Satisfaction towards
Environmental Sculptures-

위 논문을 디자인학 박사학위 논문으로 제출함

2023년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

미 디 어 디 자 인 학 과

시각·영상커뮤니케이션전공

민 광 식

민광식의 디자인학 박사학위 논문을 인준함

2023년 12월 일



심사위원장 전영돈 (인)

심 사 위 원 명광주 (인)

심 사 위 원 서진영 (인)

심 사 위 원 남지아 (인)

심 사 위 원 성영아 (인)

국 문 초 록

소비자 인식과 평가를 기반으로 한 환경조형물 개발 최적화 전략 모델

- 환경조형물 만족도 향상을 위한 문제 분석과 해결과제 -

한 성 대 학 교 대 학 원

미 디 어 디 자 인 학 과

시 각 영 상 커 뮤 니 케 이 션 전 공

민 광 식

우리의 생활환경은 우리가 필요에 의하여 만들어낸 각종 인공물로 인하여 매우 복잡하다. 이러한 속에서 환경조형물은 저마다 여러 가지 목적과 의미를 갖고 세워지며, 환경조각(Environmental Sculpture), 공공미술(Public Art)의 개념으로 인식되고 있다. 환경조형물은 환경과의 전체적인 조화를 강조하지만, 스스로 적당히 드러나고 어울려야 하는 이율배반적인 배타적 특성을 띠어야 하는 존재이다.

이렇게 역할하는 환경조형물은 실제 우리가 생활하는 환경 속에서 시각적인 즐거움과 활력, 그리고 새로운 의미를 부여함으로써, 공간과 환경을 새롭게 하는 랜드마크로서 또는 지역 경제 활성화 기여자로서 그 본연의 가치를 한껏 드러내기도 한다.

그러나 그렇지 않은 환경조형물도 없지 않다. 오늘을 살아가는 생활자, 즉 소비자로부터 외면을 받는 조형물로 방치되거나, 환경을 복잡하게만 하는 경우가 있다.

많은 예산을 들여 공공을 위해 공공장소에 노출하는 환경조형물이지만, 제 역할을 다하지 못함으로써, 빛을 발하지 못하는 것이다.

나아가 환경조형물을 추진하는 측이 전시적인 효과와 성과를 강조하게 되면, 환경조형물이 미치는 영향에 대한 분석과 평가를 소홀하게 됨으로써, 자연환경을 되돌릴 수 없을 만큼 심각하게 훼손하기도 한다.

이런 상황을 배경으로 이제까지의 선행연구는 환경조형물 자체의 심미성 등 물리적 문제, 그리고 환경조형물의 도시 환경과 조화, 자연환경 보존, 소비자와의 상호작용과 기여가치, 사회 문화적 가치, 경제적 마케팅적 가치, 전통적 가치, 관리, 관련 제도와 법 등에 치우쳐 있었고, 이에 대한 문제 해결을 위한 대안 제시 연구가 전무했다는 사실이다.

본 연구는 환경조형물의 직접 소비자인 오늘을 살아가는 사람들의 환경조형물에 대한 인식과 평가를 토대로 환경조형물의 문제를 분석하고, 문제 해결을 위한 전략적 방안을 찾기 위한 것이다. 이제까지의 연구는 환경조형물 개발을 위한 최적화 방향을 제시하는 데에 한계가 있을 수밖에 없었기 때문이다. 소비자의 심리적 반응과 평가, 그리고 그 원인에 대한 분석이 정확하게 이루어지지 못함으로써, 환경조형물 개발을 위한 구체적인 문제해결방안이나 개발 전략, 그리고 환경조형물에 관한 폭넓은 발전적인 연구 방향을 제시하지 못했다. 본 연구는 환경조형물에 대한 소비자의 인식과 평가를 통하여 환경조형물의 문제점을 도출하고, 소비자가 원하는 환경조형물의 역할과 기능에 대한 종합적인 분석과 문제 발생 원인에 대한 역학관계를 다 각도로 분석 접근함으로써, 소비자들의 만족도를 높일 수 있는 환경조형물 개발 최적화 전략 모델을 개념적으로나마 제안하고자 하였다.

이를 위해 여섯 가지의 연구문제와 연구문제에 따른 가설을 세워 선행연구와 이론에 대한 문헌연구와 설문을 통한 실증조사를 실시하였다.

연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 소비자의 환경조형물에 대한 인식이 높아지면, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가도 높아졌다.

둘째, 소비자의 환경조형물에 대한 평가가 높아지면, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가도 높아졌다.

셋째, 소비자의 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 높아지면 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제도 높아졌다.

넷째, 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 높아지면 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 대한 관심도 높아졌다. 그 순서는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물에 대한 인식 순이었다.

다섯째, 환경조형물에 대한 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미치는 것이 입증되었다.

여섯째, 환경조형물에 대한 소비자 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도에 영향을 미치는 것이 입증되었다.

이상의 실증 연구 결과가 의미하는 것은 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위해서는 무엇보다도 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 중요하므로, 각각의 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 개선과 보완 전략이 필요하다는 것이다. 그러나 현재까지의 선행연구는 환경조형물 자체의 심미성 등 물리적 문제, 그리고 환경조형물의 환경과 조화, 사회경제적 가치, 문화적 가치, 전통적 가치, 소비자 기여 가치 등에 치우쳤으며, 이에 대한 문제 해결을 위한 연구나 대안 제시가 전무했다는 사실이다.

본 연구는 이에 대한 대안으로서 환경조형물 개발 최적화 전략모델 포함 내용을 개념적으로 제시하였다.

본 연구 결과는 환경조형물에 대한 이해를 포함한 전 과정 즉, 전략적 계획 수립, 창의적 설계, 전문적 제작 과정, 효과적인 공정 관리 및 지속적인 유지

관리, 그리고 관련 제도와 법, 그리고 환경조형물의 심사, 선택, 결정 과정에 대한 개선과 보완 필요성을 제기함으로써, 환경조형물 개발의 효과와 효율성을 더하고 합리적인 방안을 강구하게 할 것이다.

또한, 환경조형물이 지역사회의 역사적, 문화적 가치를 반영하고, 공공공간의 활성화에 기여하며 소비자 만족을 더하는 진정한 역할을 생각하게 하고, 이를 위한 역할자로서 환경조형물이 어떻게 존재 가치를 인정받을 것인가를 생각하게 하며, 이를 위해 긍정적으로 작용할 수 있는 높은 수준의 퀄리티를 가진 환경조형물 개발 방안을 폭넓게 마련하게 하는 자극제로서 역할하는 등의 학술적 가치와 실무적 가치를 함께 가질 것이다.

본 연구가 제시하는 환경조형물 개발을 위한 각 단계 및 과정에 있어서의 점검 내용, 개선 및 보완점 등을 최적화 전략모델 포함 내용으로 하여 개념적으로 제시하였다. 이를 계기로 소비자의 예술적 감동과 만족감을 키우고, 우리 사회와 환경, 문화, 경제, 전통적 가치를 드높일 수 있는 창의적인 환경조형물 개발이 보다 합리적이고 체계적이며 과학적인 방법으로 이루어지기를 기대한다. 아울러 이에 대한 연구의 폭이 더욱 넓게 이루어지기를 기대하며 연구를 마친다.

【주요어】 환경조형물, 환경조형물개발 전략, 환경조형물개발 최적화 전략모델

목 차

I. 서 론	1
1.1 연구 배경 및 목적	1
1.2 연구 문제	4
1.3 연구 변수 및 주요 용어의 조작적 정의	5
1.3.1 환경조형물	5
1.3.2 환경조형물 소비자 인식과 평가	6
1.3.3 환경조형물 개발 최적화 전략	7
1.3.4 환경조형물 수준	7
1.3.5 환경조형물 만족도	8
1.4 연구 범위 및 방법	9
1.5 연구의 구성	10
II. 배경 이론 및 선행연구	13
2.1 환경조형물 개념 및 분류	13
2.1.1 환경조형물의 개념	13
2.1.2 환경조형물의 분류	14
2.1.3 환경조형물의 기능과 역할	23
2.1.4 환경조형물의 가치	27
2.2 환경조형물에 대한 소비자 인식과 평가	29
2.2.1 환경조형물 설치배경과 목적	29
2.2.2.1 사회적, 경제적 가치 및 환경적 가치	31
2.2.2.2 기능적 가치	36
2.2.2.3 심미적 가치	37
2.2.3 환경조형물에 대한 소비자 인식과 평가	38
2.2.3.1. 소비자 인식	38
2.2.3.2. 소비자 평가 요인	41
2.3 환경조형물 인식과 평가에 영향을 미치는 요인	46
2.3.1 환경조형물 관련 제도와 법규	49
2.3.2 환경조형물 기획 및 제안과정	55

2.3.2.1	발상과 기획	55
2.3.2.2	제안	60
2.3.3	환경조형물 평가 및 제작자 선정	62
2.3.3.1	평가 방법과 절차	62
2.3.3.2	선정	70
2.3.4	환경조형물 제작 및 설치	74
2.3.4.1	제작 기술과 디자인 품질	74
2.3.4.2	설치 기술과 품질 수준	80
2.3.5	환경조형물의 유지보수 및 관리	82
Ⅲ.	연구 설계	87
3.1	연구 모형	87
3.2	연구 가설	87
3.3	조사 참여자	88
3.4	조사 도구	89
3.5	조사 실시 및 조사 자료 수집	91
3.6	조사 자료 분석방법 및 분석	91
Ⅳ.	분석 결과	93
4.1	신뢰도 검증	93
4.2	요인 분석	94
4.3	조사 참여자의 일반적인 사항	97
4.4	각 요인의 일반적인 경향	98
4.4.1	환경조형물의 좋고 나쁨을 좌우하는 영향요인	101
4.4.2	환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위한 중요 요인	102
4.4.3	소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 우선해야 할 요인	103
4.4.4	소비자의 환경조형물에 대한 생각과 견해	105
4.5	조사 참여자의 일반적인 사항에 따른 차이	111
4.5.1	일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한 인식 차이	111
4.5.2	일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한 평가 차이	112

4.5.3 일반적 사항에 따른 환경조형물 인식 형성	
영향 요인에 대한 평가 차이	114
4.5.4 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한	
평가와 만족도 향상을 위한 문제 차이	115
4.5.5 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한	
평가와 만족도 향상을 위한 방안 차이	117
4.6 가설 검증 결과	118
4.6.1 각 요인 간의 관계	118
4.6.2 <연구 가설1>에 대한 검증 결과	119
4.6.3 <연구 가설2>에 대한 검증 결과	120
4.6.4 <연구 가설3>에 대한 검증 결과	121
4.6.5 <연구 가설4>에 대한 검증 결과	122
4.6.6 <연구 가설5>에 대한 검증 결과	125
4.6.7 <연구 가설6>에 대한 검증 결과	127
4.6.8 가설 검증 결과 종합	130
V. 결론 및 논의	131
5.1 결론	131
5.2 논의	139
참 고 문 헌	140
부 록	149
ABSTRACT	158

표 목 차

〈표1〉 환경조형물 분류	15
〈표2〉 환경조형물의 인식과 평가에 영향을 미치는 요인	48
〈표3〉 창의성 개념 선행연구	56
〈표4〉 환경조형물 플레이스 브랜딩 브랜딩 요소와 특성	58
〈표5〉 서울시 설치 미술작품 분류	65
〈표6〉 서울시 건축물 미술작품 평가표	67
〈표7〉 영역의 신뢰성검증	93
〈표8〉 요인분석	94
〈표9〉 요인의 타당성 검증	96
〈표10〉 조사 참여자의 일반적 사항	97
〈표11〉 각 요인의 일반적인 경향	100
〈표12〉 환경조형물의 좋고 나쁨을 좌우하는 영향 요인	101
〈표13〉 환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위한 중요 요인	102
〈표14〉 소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 우선해야 할 요인 ·	104
〈표15〉 환경조형물에 대한 소비자 생각과 견해	111
〈표16〉 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한 인식 차이 검증	112
〈표17〉 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한 평가 차이 검증	113
〈표18〉 일반적 사항에 따른 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가 차이 검증	114
〈표19〉 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제 차이 검증	116
〈표20〉 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안 차이 검증	117
〈표21〉 각 요인 간의 관계	118
〈표22〉 환경조형물에 대한 인식이 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 미치는 영향	120

〈표23〉 환경조형물에 대한 평가가 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 미치는 영향	120
〈표24〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 미치는 영향	121
〈표25〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안 에 미치는 영향	123
〈표26〉 매개효과에 관한 가설 검증의 조건	124
〈표27〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가가 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 미치는 영향	125
〈표28〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가가 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안 에 미치는 영향	127
〈표29〉 가설 검증 결과 종합	130

그림 목 차

〈그림1〉 연구의 구성	11
〈그림2〉 러시모어산(Mt. Rushmore National Memorial) 대통령 기념조각	16
〈그림3〉 스트라빈스키 분수 조형물	17
〈그림4〉 MBC 사옥 조형물	19
〈그림5〉 뉴욕 스톰킹 아트센터(Storm King Art Center)	20
〈그림6〉 캔자스 시티 넬슨 앳킨스 박물관 (The Nelson-Atkins Museum of Art)	21
〈그림7〉 일본 도쿄 롯본기힐스 스트리트 퍼니처	23
〈그림8〉 홍물 평가 환경 조형물	39
〈그림9〉 건축물 미술작품 제도 취지	52
〈그림10〉 공공디자인 진흥 종합계획 비전 및 추진 전략	53
〈그림11〉 플레이스 브랜딩 요소	59
〈그림12〉 환경조형물 평가요소	68
〈그림13〉 환경조형물 심의 절차	70
〈그림14〉 광주 상무시민공원	76
〈그림15〉 담양 평화예술공원	78
〈그림16〉 코엑스 강남스타일	79
〈그림17〉 강원도 DMZ 둘레길 평화의 숲길	80
〈그림18〉 연구 모형	87
〈그림19〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가가 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 미치는 영향	127
〈그림20〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가가 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로	

환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에	
미치는 영향	129
〈그림21〉 최적화 전략모델 포함 개념	138



I. 서론

1.1 연구 배경 및 목적

우리가 살아가는 생활 공간 곳곳에 들어서 있는 환경조형물(Environmental Sculpture)에 대한 사람들, 즉 환경조형물 소비자의 인식이나 평가는 어떠할까? 사람들은 혹시 환경조형물의 의미를 알지도 못하는 채, 습관적으로 아무 생각도 없이 보며 지나치는 것은 아닐까?

우리 주변의 여러 가지 조형물에 대한 소비자 만족도는 어느 정도나 되는 것일까?

환경조형물은 말 그대로 환경을 위한 조형물이므로 기본적으로 그곳 특정 공간과 잘 어울려야 하고, 그 특별한 의미와 가치를 소비자가 공감할 수 있어야 한다. 그럼에도 불구하고 우리 주변에는 똑같은 모습의 조형물들이 여러 곳에 들어서 있는 것도 볼 수 있다.

명성을 가진 아름다운 조형물은 비록 여러 개로 복제된 것이라고 하더라도 그 하나하나가 똑같은 가치를 갖게 되겠지만, 정교한 환경분석 없이 우후죽순식으로 무분별하게 세운 환경조형물에 대한 소비자의 인식이나 평가는 결코 긍정적일 수 없을 것이다.

그렇게 의미 없이 세워져 있는 환경조형물은 신선함도 덜하고, 경우에 따라서는 도시 환경의 복잡성만을 가중시키기 때문이다.

이렇듯 소비자들로부터 특별한 의미와 가치를 인정받지 못하고, 인식이나 평가가 좋지 않은 환경조형물은 존재 가치가 없는 불필요한 것이라고 할 수 있다. 만일 환경조형물이 없어도 될 쓸모없는 것으로 인식되거나 평가되는 것은 여러 가지 측면에서 낭비이다.

과연 환경조형물은 무엇을 어떻게 고려해서 개발하고 어떻게 설치해야 하는 것일까? 어떻게 해야 우리가 살아가는 삶의 공간을 가치 있게 하고, 사람들이 좋아하는 환경조형물이 될 수 있을 것인가?

본 연구는 환경조형물에 대한 연구자의 이러한 학문적 호기심으로부터 출발했다.

환경조형물에 대한 정의는 명확하게 내려지지는 않고 있다. 따라서 연구자마다 정의가 서로 다르지만, 일반적으로 환경조형물은 환경조각(Environmental Sculpture), 공공미술(Public Art)의 개념으로 인식되고 있다.

환경조형물의 공식적인 명칭은 ‘건축물 미술장식’이다¹⁾. 그러나 공공미술은 통상적으로 공공장소에 설치되는 미술이나 공공장소를 조성하는 미술²⁾로 인식되고 있다.

이러한 환경조형물의 개념은 그것이 설치된 장소를 우선해서 보는 것이어서 환경조형물의 설치 목적이나 의도를 간과하게 하기도 한다.

환경조형물은 사람이 살아가는 환경 속에서 사람을 위한 조형물이어야 한다. 따라서 그 의미를 충족시키지 못하는 것은 그 가치에 충실하지 못한 쓸모없는 것이 된다.

윤기환(2005)은 환경조형물은 생활공간 속에서 사람들과 함께 호흡하기 때문에 주위 환경과 조화를 이루면서 개성적으로 표현되어야 하고, 사람들에게 메시지를 전달할 수 있는 상징적이면서도 직접적인 표상을 지녀야 하는 어려움이 있으며, 더욱 난해한 문제는 사람들에게 공감대를 형성할 수 있도록 하는 것³⁾이라고 하였다.

환경조형물은 어느 한 개인을 위한 것이 아니므로, 여러 사람을 위한 공공성을 가져야 하는 설치물이다. 따라서 불특정 다수의 사람들이 인지하고 공감할 수 있어야 한다.

이와 같이 환경조형물은 대부분 공공기여를 목적으로 만들어지므로 많은 돈

1) 이재복(1999), 환경조형물의 변천과 비평에 관한 연구, 한양대학교 박사학위논문, p.5

2) 강태희 외 4인(1997), 건축물 미술장식 및 개선방안 연구, 한국문화정책개발원, p.7

3) 윤기환(2005), 환경조형물 평가시스템에 관한 연구, 청주대학교 박사학위논문, p.10

을 들어 설치하게 되지만, 사람들로부터 외면받는 채 흉물로 방치되는 경우도 없지 않다.

환경조형물은 생활환경을 조화롭고 아름답게 만들어 주는 심미적이고 정서적인 즐거움을 주는 오브제로서 기능하는 등 소비자가 존재 가치를 공감할 수 있는 그 무엇이 있어야 하지만, 설치 후 어느 정도 시간이 경과 하면 이름만 환경조형물일 뿐인 무가치한 무용지물로 남아있게 된다.

KBS보도에 의하면 우리나라 전체 환경조형물의 수는 아파트, 공원, 건물 앞 등 우리 주변에 설치된 것을 포함 무려 만 7천여 점이 넘는다(2018)고 한다. 우리나라 각 지방자치 단체들은 이미 오래전부터 경쟁적으로 도심은 물론 산, 들, 호수, 강, 바다 등 전국의 아름다운 국토 곳곳에 여러 가지 환경조형물이나 시설물을 설치하고 있다.

지방 도시 개발과 발전, 문화 체험, 보전 등의 이름을 앞세운 무분별한 환경조형물과 시설물 설치의 자칫 자연환경을 파괴하는 요인이 되기도 한다.

방문객 유치에 초점을 맞춘 지방자치단체의 목적사업으로 추진되는 과정에서 무엇인가를 소홀히 하거나 간과하는 일이 있기 때문이다.

이렇듯 환경조형물은 예산을 낭비하고, 생활 공간을 쓸데없이 복잡하게 만드는 공해 요소, 저급한 환경을 조성하는 요소가 되는 수도 있다.

이에 본 연구는 오늘을 살아가는 사람들이 환경조형물에 대해서 갖는 인식과 평가를 바탕으로 이 시대의 환경조형물이 갖고 있는 문제점을 다양한 관점에서 분석하고, 그 해결방안을 찾기 위한 노력의 일환이다.

환경조형물에 대한 사람들의 불만족스런 인식이나 평가는 무엇으로부터 기인하는 것인지, 그 각각의 영향 요인을 분석하고자 하였다.

그리고 이러한 문제를 해결하기 위한 방안과 전략은 무엇이고, 어떠한 해야 하는가를 폭넓게 탐색하고 구명하고자 하였다.

환경조형물의 시작단계인 기획으로부터 개발, 제안, 평가, 선택, 제작, 설치, 관리, 보수 등 전 단계, 전 과정에 걸친 여러 영역과 절차상에서 발생할 수 있는 구조적인 문제점을 상세하게 분석하고자 하였다.

본 연구는 이와 같은 환경조형물에 대한 문제 진단과 분석을 바탕으로 소비자를 위한 진정 새로운 환경조형물 개발을 가능하게 하기 위한 정책 차원의 대안 연구이다. 환경조형물 개발 시점부터 지속적인 관리를 위한 것까지 각 단계 및 과정별로 최적화를 위한 요인들, 포함 내용을 전략 모델의 개념으로 제시하고자 하였다.

본 연구의 연구 결과는 오늘을 살아가는 사람들, 즉 소비자가 만족하는 환경조형물을 위한 새로운 접근 방법론이자 대응방법론으로서, 이제까지의 습관적이고도 관행적인 낡은 대응 자세나 개발의 틀을 전면 보완하고 개선하는 입체적이고도 체계적인 혁신 방법 도입의 필요성을 제기하고, 이에 관한 문제를 본격 거론하는 시작으로서의 의의를 갖게 될 것이다.

또한 환경조형물에 대한 소비자 인식과 평가 조사를 통한 환경조형물 전반에 걸친 문제를 분석하고 이에 대한 해결책을 체계적으로 제안하는 학술적 가치와 개선을 제안하는 실무적 가치를 함께 갖게 될 것이다.

1.2 연구 문제

이상의 연구 목적을 달성하기 위해 본 연구가 설정한 핵심 연구 문제는 다음과 같다.

〈연구 문제1〉 환경조형물에 대한 소비자의 인식은 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미치는가?

〈연구 문제2〉 환경조형물에 대한 소비자의 평가는 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미치는가?

〈연구 문제3〉 환경조형물에 대한 소비자의 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미치는가?

〈연구 문제4〉 환경조형물에 대한 소비자의 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 영향을 미치는가?

〈연구 문제5〉 환경조형물에 대한 소비자의 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미치는가?

〈연구 문제6〉 환경조형물에 대한 소비자의 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미치는가?

1.3 연구 변수 및 주요 용어의 조작적 정의

본 연구의 주요 변수와 연구가 사용하는 주요 용어를 다음과 같이 조작적으로 정의한다.

1.3.1 환경조형물

환경과 조형물을 합성한 환경조형물에 관한 정의는 학자마다 서로 다르다.

박지송(2022)은 환경조형물을 사전적 의미를 들어 주변 환경을 아름답고 쾌적하게 만들기 위하여 모든 사람이 공유하는 공공 공간에 설치하는 조형물⁴⁾이라고 하였다.

김동찬 외(2009)는 환경조형물을 공공 공간에 설치되어, 그 공간의 미적 가치를 향상시키고, 지역 커뮤니티의 정체성을 형성하는데 기여할 목적으로 세운 구조물⁵⁾이라고 하였다.

이처럼 환경조형물에 대한 통일된 정의나 개념은 정립되어 있지 않지만, 전체적으로 보면 공간의 기능적 요소를 넘어서 사회문화적 상호작용을 촉진하고, 공간 이용자에게 심미적 만족감을 제공하며, 지역의 역사적, 문화적 배경을 반영하는 동시에 지속 가능한 재료로 제작된, 인간과 환경 간의 조화를 고려한 예술성을 가진 중요한 역할과 기능을 수행하는 설치물이라고 할 수 있다. 이상의 견해를 바탕으로 본 연구에서의 환경조형물이란, 우리가 살아가는 여러 환경 속에 사람들이 무엇인가 긍정적이고 조화롭게 작용할 목적과 의도를 갖고 세운 조형물이라고 조작적으로 정의한다.

1.3.2 환경조형물 소비자 인식과 평가

박태희 외(2004)는 환경조형물에 대한 소비자 인식과 평가는 소비자가 해당 조형물에 부여하는 주관적 가치와 그 조형물을 경험하는 과정에서 형성되는 인지적, 감정적 반응의 총체⁶⁾를 의미한다고 하였다.

환경조형물에 대한 소비자의 인식은 조형물에 대한 소비자의 생각과 느낌을 의미하는 것으로서, 환경조형물에 대한 소비자의 평가는 이러한 인식을 바탕으로 한 조형물의 가치, 효용, 예술성 등에 대한 판단으로 구성된다.

환경조형물에 대한 소비자의 인식과 평가는 개인의 경험, 문화적 배경, 심미적 취향 등에 근거하여 다양하게 나타날 수 있으며, 조형물에 대한 만족도,

4) 박지송(2022), 환경디자인의 치유 효과에 따른 개인차와 선호도에 관한 연구, 부경대학교, 박사학위논문, p.19

5) 김동찬, 김신원, 최주현(2009). 아파트단지 진입공간의 환경조형물에 관한 연구 : 서울시. 한국디자인문화학회지, 15(3), pp.28-36

6) 박태희, 서주환, 허준(2004). 도시 가로경관에 있어 환경조형물의 시각적 조화성 분석. Archives of Design Research, pp.301-310

제방문 의향, 추천 의사 등 행동적인 결과와 직접적으로 연결될 수도 있다. 이상의 견해를 바탕으로 본 연구에서 환경조형물에 대한 소비자 인식과 평가란, 조형물의 외관, 구조, 내용, 위치, 그리고 주변 환경과의 조화 등 조형물과 관련한 다양한 요소들이 소비자의 감정과 태도에 미치는 영향과 반응의 결과라고 조작적으로 정의한다.

1.3.3 환경조형물 개발 최적화 전략

정석영(2014)은 환경조형물 개발 최적화 전략을 환경조형물을 통해 공공공간의 가치를 극대화하고, 소비자의 만족도를 높이기 위한 계획 및 실행 방안의 총체⁷⁾라고 하였다.

이동훈(2019)은 오늘의 도시 공간은 급속한 산업화를 통해 효율성이 강조되면서 정서적 공간보다는 경제적 활동을 위한 공간으로 재편되어 인간을 억압하는 공간이 되었다고 하면서, 이러한 문제를 완화하기 위한 노력과 예술을 활용한 도시공간의 재편성이 필요하게 되었으며, 양보다는 질적 수준의 향상과 다양한 방식의 변화가 필요한 상황⁸⁾이라고 하였다.

환경조형물은 많은 사람들이 선호하고 공감할 수 있는 감정을 유발해야 하고, 복잡하고 어지러운 도시 환경을 순화하고 정화하는 것은 물론 차원 높은 예술적 쾌감을 주는 설치물로서 기능해야 한다는 것이다.

윤기환(2005)은 환경조형물이 도시 환경을 인간화하는 기능적 가치를 중시해야 하며, 이를 위해 도시공간 환경요건과의 적절한 조화가 필요하다고 하면서, 단순한 주변공간의 물리적 요소만이 아니라, 지역 풍속, 자연조건, 관습까지도 포함하는 전반의 특성을 고려해야 한다고 하였다.

따라서 환경조형물 개발 최적화 전략은 조형물의 계획, 설계, 제작, 설치 및 유지 보수에 이르는 모든 단계, 과정, 영역에서 최고의 효율성과 효과성을 달성하기 위한 것들을 포함하는 것이라고 할 수 있다.

이상의 견해를 바탕으로 본 연구에서 환경조형물 개발 최적화 전략이란, 우리

7) 정석영(2014), 풍력발전시스템을 이용한 환경조형물 개발을 위한 연구. 한국디자인문화학회지, 20(4), pp.605-615

8) 이동훈(2019), 포스트모던 하이브리드적 환경조형물의 특성연구, 군산대학교 대학원 박사학위논문, p.1

가 살아가는 사회와 사람들을 위한 환경조형물의 개발, 설치, 관리 등 전 과정에 걸친 이상적인 계획과 실천 방안이라고 조작적으로 정의한다.

1.3.4 환경조형물 수준

환경조형물의 수준은 해당 조형물이 지니는 디자인의 품질, 구조적 완성도, 재료의 내구성, 심미적 가치, 그리고 기능적 적합성을 포괄하는 개념으로 정의된다⁹⁾. 또한 환경조형물이 공공 공간이나 환경에 얼마나 잘 조화되고, 사람들에게 얼마나 의미 있는 경험을 제공하며, 해당 지역의 사회문화적 맥락과 조화를 이루는가 하는 것까지를 포함한다.

이는 곧 조형물이 미적인 품질, 기능적 적합성, 환경적 지속 가능성, 경제적 타당성 및 사회문화적 가치 기여에 대한 종합적 판단과 평가라고 할 것이다.

이를 위해서는 조형물의 기획 및 개발 단계, 그리고 관리에 이르기까지 전 과정에 걸쳐서 다양한 의견 반영과 수준 높은 조형물을 위한 합리적인 의사결정 과정을 포함해야 할 뿐만 아니라, 각 단계와 과정에서 이해 관계자들의 요구와 기대를 조화롭게 반영하거나 수용하고, 충족시켜야 한다는 것을 의미한다. 이상의 견해를 바탕으로 본 연구에서 환경조형물의 수준이란, 환경조형물 자체의 창의성, 조형적인 쾌감, 예술적인 아름다움, 생활환경과의 조화, 사람과 사회에 대한 활력 생성 등 기여 정도라고 조작적으로 정의한다.

1.3.5 환경조형물 만족도

김근식(2003)은 환경조형물 만족도를 사람들이 환경조형물 노출 경험 이후 보이는 내적인 만족감과 긍정적인 평가 정도를 나타내는 지표¹⁰⁾라고 하였다. 이는 사용자가 조형물의 심미적 요소, 기능성, 환경과의 조화, 접근성, 문화적 의미 등을 어떻게 인식하고 이에 기반한 경험을 얼마나 긍정적으로 평가하는지에 대한 종합적인 판단결과이다.

조형물에 대한 사람들의 만족도는 조형물에 대한 직접적인 피드백, 재방문 의사, 조형물과 관련한 구전이나 주변 사람들에게 대한 추천과 같은 행동적 지표

9) 윤기환, 김진선(2006), 앞의 논문, pp.109-120

10) 김근식(2023), 이용자 만족도 제고를 위한 도시공간 환경조형물 조형디자인 구성요소에 관한 연구-대구시 중앙로 일대 환경조형물을 중심으로, 대한건축학회연합논문집, 25(5), pp.61-68

를 통해 측정될 수 있으며, 이러한 반응들은 조형물이 사람들의 기대와 요구에 대한 충족 정도를 가리킨다.

이상의 견해를 바탕으로 본 연구에서 환경조형물 만족도란, 조형물에 대한 사람들의 긍정 평가 반응이라고 조작적으로 정의한다.

1.4 연구 범위 및 방법

본 연구는 우리 생활환경 속 곳곳에 자리하고 있는 환경조형물에 대한 소비자 인식과 평가를 기반으로 한 환경조형물의 여러 가지 문제점을 실증조사를 통하여 분석 구명하고, 이를 바탕으로 소비자가 제기하는 문제점의 해결방안을 여러 측면에서 탐색하고자 하였다.

이를 위해 본 연구는 환경조형물에 대한 소비자의 인식과 평가를 설문조사를 실시하여 분석하였으며, 소비자가 제기하는 문제를 카테고리화 하여 구분 정리 분석하였다. 그리고 관련 선행연구와 이론을 리뷰하고 분석하였다.

또한 환경조형물에 대한 소비자의 인식과 평가로 나타난 환경조형물의 문제 발생 원인 즉, 소비자가 인식하는 환경조형물의 여러 가지 문제 유발 요인 및 영향 요소들을 환경조형물 개발의 각 단계 및 과정별, 또는 관련인 및 기관별로 나누어 분석하였다.

나아가 기존의 선행연구를 분석하여 이제까지 선행연구가 다루지 않고 있었던 것들에 의한 환경조형물 문제 발생 요인을 보완 연구함으로써, 본 연구만의 차별성과 연구 의의를 갖게 하였다.

본 연구는 이제까지의 환경조형물 연구가 사용해온 여러 차원의 세부적인 분류, 분석을 통한 지엽적이고 근시적인 접근보다는 환경조형물 개발 설치 관리 과정의 시스템을 입체적, 거시적으로 조망하는 차원의 접근 방법을 사용하였다. 환경조형물 개발 설치 관리 전 과정에 걸쳐 나타나는 문제요인을 발견하여 이의 개선 필요성을 강조하고, 해결전략을 제시하는 데에 중점을 두었다.

궁극적으로는 환경조형물의 개발 및 설치, 관리 등 일체의 과정에서 야기될 수 있는 환경조형물 전반의 문제를 정교하게 진단하고 해결하기 위한 대안으로써, 환경조형물 개발의 최적화 전략 모델을 제시하는 정책적 연구로 기능할 수 있도록 하였다.

1.5 연구의 구성

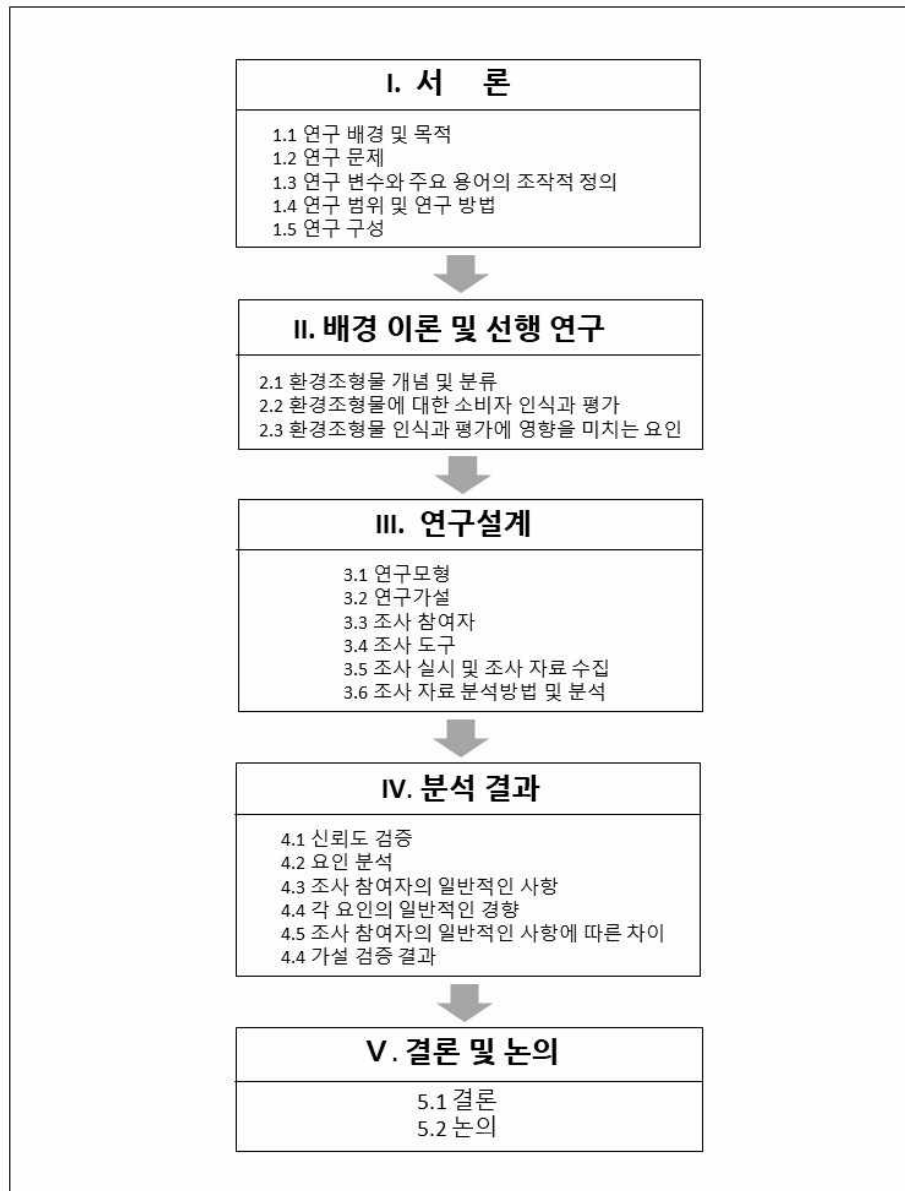
본 연구는 다음과 같이 다섯 개의 장으로 구성하였다.

첫째, 제1장 서론은 연구의 배경과 연구의 목적을 기술하였다. 그리고 이를 위한 연구 문제를 기술하고 연구가 사용하는 주요 변수 및 주요 용어를 조작적으로 정의함으로써, 연구의 전반적인 필요성과 당위성, 연구가 구명하고자 하는 핵심 연구문제, 연구 의의와 가치를 파악할 수 있도록 하였다. 또한, 연구의 범위를 기술하고, 전체적인 연구 구성 내용과 구성 방법을 기술하여 연구의 전반적인 흐름을 이해할 수 있도록 하였다.

둘째, 제2장 배경이론 및 선행연구는 환경조형물의 개념, 분류, 기능 및 역할, 그리고 가치, 소비자의 인식과 평가 대상으로서 환경조형물의 의의, 환경조형물에 대한 소비자의 인식 형성 내용과 영향 요인 등 환경조형물에 대한 소비자 인식과 평가의 기본 내용과 영향 등 기존 틀에 대한 개념적 정의와 준거를 마련하기 위해 환경조형물 설치 근거, 목적, 가치를 선행연구와 이론을 중심으로 분석 기술하였다.

이와 함께 환경조형물 인식과 평가에 영향을 미치는 요인, 환경조형물 관련 제도와 법규, 환경조형물 기획 및 제안과정, 발상과 기획, 제안, 환경조형물 평가 및 제작자 선정, 평가 방법과 절차, 선정, 환경조형물 제작 및 설치, 제작 기술과 디자인 품질, 설치 기술과 품질 수준, 환경조형물의 유지보수 및 관리 등 환경조형물 전반의 과정과 관련한 배경 이론을 분석 기술하였다.

셋째, 제3장 연구 설계는 연구의 모형을 제시하여 연구 개념을 도식화하여 제시하고, 연구문제에 따라 본 연구가 검증해야 할 구체적인 가설의 내용을 설정하였으며, 조사 참여자, 가설 검증 장치인 조사 도구 개발 방법과 내용, 그리고 실증 설문 조사를 통한 자료 수집 및 분석 방법 기술, 그리고 조사 자료 분석 및 분석방법을 기술하였다.



〈그림1〉 연구의 구성

넷째, 제4장 분석 결과는 환경조형물에 대한 소비자 설문조사 결과를 통계분석하여 조사 도구의 신뢰도 검증결과, 참여자의 일반적인 특성 분석, 각 요인의 경향성 분석, 그리고 다섯 개의 가설 검증 결과를 기술하였다.

다섯째, 제5장 결론에서는 연구 결과를 종합적으로 결론으로 기술하고, 선행연구 및 이론과의 관계, 그리고 연구의 의미를 논하였다.

또한, 본 연구의 연구 한계점을 기술하고, 이를 위한 후속 연구 방안을 제시함으로써, 환경조형물 기획부터 설치, 유지보수 관리까지 전반걸친 문제 해결방안에 대한 보다 더 객관적이고 과학적인 충분한 연구가 지속될 수 있도록 하였다. 본 연구 구성을 도식화하면 앞의 그림과 같다<그림1>.



Ⅱ. 배경 이론 및 선행연구

2.1 환경조형물 개념 및 분류

2.1.1 환경조형물의 개념

환경조형물을 뜻하는 합의된 용어와 정의는 아직 명확히 내려진 것은 아니지만, 환경조형물에 관한 논의는 원래 모뉴먼트(Monument/Monumental Sculpture)의 개념에서 시작되었다¹¹⁾.

모뉴먼트는 기념비, 기념 건조물 등과 같이 역사적인 사건이나 개인의 업적, 역사적인 사적(史蹟)을 기리거나 기념하기 위한 건조물 및 조형물, 기념비, 개선문 등을 통틀어 일컫는데, 그 형태와 모습은 대부분 눈에 띄고 주변 경관에서 특출한 입면과 상징성을 부각한다¹²⁾.

환경조형물의 의미와 해석은 시대에 따라 달랐다. 시대발전과 함께 산업 구조가 다양화함에 따라 환경조형물은 여러 가지 용어로 불렸는데, 대체로 환경조형물은 ‘환경조각(Environmental Sculpture)’, ‘환경미술(Environmental Art)’, ‘공공미술(Public Art)’ 등으로 칭해져 왔다.

공식적인 법률 용어는 ‘건축물 미술장식’이나, 이는 미술을 건축에 종속되는 관계로 보는 것이어서 문제가 있다.

또한 공공미술(Public Art)은 공공의 의미와 미술의 성격에 따라 다양한 방식으로 정의할 수 있다는 문제가 있다. 말 그대로 공공미술은 ‘공공장소 속의 미술(art in the public places)’로서, 공공장소에 설치된 공공을 위한 미술을 의미하기 때문에 정확한 의미라고 할 수 없다.

환경조형물은 이상과 같이 다양한 용어로 불리고 있으나, 그 개념이나 의미에 대한 컨센서스는 웬만큼 이루어졌다고 보여진다. 환경조형물은 공공미술의 다

11) 이재복(1999), 환경조형물의 변천과 비평에 관한 연구, 한양대학교 대학원 박사학위논문.

12) 모뉴먼트(monument), 대한건축학회 건축용어사전

양한 형태와 맥락을 포괄하며, 공공공간과 미술의 상호작용을 통해 사회적, 문화적 가치를 창출하는 조형물이라는 것이다.

환경조형물은 공공성과 장소 특수성을 넘어서 인간의 내적 정신을 밝히는 역할을 하는 것으로서, 인간과 자연, 인간과 도시, 인간이 만든 도시 공간과 같은 인공물들과의 관계 속에서, 환경 미술, 환경 조각 등을 근원으로 하는 개념에서 출발한 ‘인간을 위한 환경조형물’¹³⁾이라는 넓은 의미로 정의할 수 있다. 이는 환경조형물이 단순히 공공공간에 있는 것이라는 의미를 뛰어넘는 확장된 개념으로 발전적으로 변화되고 있음을 의미한다.

환경조형물은 그 시대를 살아가는 사람들, 즉 소비자의 생활공간 속에서 그들과 함께 호흡하며, 소비자가 생활하는 주변 환경과도 잘 조화해야 함은 물론, 각 조형물이 개성적으로 표현되어야 한다는 복잡한 요구조건을 충족시키지 않으면 안 된다. 기본적으로 소비자의 만족감을 도외시킬 수 없는 것이 때문이다.

따라서 환경조형물은 소비자에게 메시지를 충분히 전달할 수 있는 상징적이고 직접적인 표상을 가져야 하며, 모든 예술작품에서 항상 요구되는 기본적인 조건인 공감대를 형성할 수 있어야 한다는 것이다.

이는 곧 환경조형물이 단순한 미적 감상의 대상물이 아니라, 소비자의 정서와 사회적 상호작용에 깊이 관여하는 예술 형태이어야 한다는 사실을 강조하는 것이다.

2.1.2 환경조형물의 분류

Art Brenner(1977)와 Margaret A. Robinette(1976)는 각기 다른 관점에서 오늘날의 환경조형물, 즉 조각을 분류하였다. Brenner는 조각을 인지적이고 경험적인 방법으로 분류하였는데, 이는 조각이 건축물을 포함하고 있는가에 따른 것이다¹⁴⁾.

13) 문희숙(2012), 장소 특정적 환경조형물에 관한 연구-포천아트밸리 환경조형물 중심으로, 조형미디어 학, 15(1), pp.53-62

14) Brenner, A.(1977), The structuralism of Claude Lévi-Strauss and the visual arts. Leonardo, 10(4), pp.303-306

구분		주요내용
설치 목적	기념적 조형물	주제상징의 기능을 발휘하는 조형물로서 역사적 의미의 실용적, 기념비적 목적
	기능 조형물	도시공간의 유용성을 지닌 조형물로서 분수 조각, 놀이 조각 공원(Recreation Park)등의 정서적 휴식 공간
	자유 조형물	예술을 위한 미학적 조형물로서 도시민의 공감대 형성
지각적, 경험적 방법 (Art Brenner 분류)	오브제로서 조형물	미적 기능을 위한 자유로운 형식의 설치를 위한 광장 조각이나 풍경 조각 등의 조형물
	건축으로서 조형물	건축 자체 및 조각과의 병합 관계를 이루는 조형이념이 이입된 건축물과 공존된 조형물
	건축에 소장된 조형물	부조를 포함하여 디자인에 건축의 기능 암시 및 장식 조형적 요소
설치환경 (Margaret A. Robinette 분류)	상업형	은행, 백화점, 호텔, 쇼핑센터 등의 이미지 중심의 상징 조형물
	공업형	연구소나 단지, 공단 내 산업화를 표현
	행정형	시청, 정부기관 및 관청 등의 상징적 의미부여
	시설형	병원, 보험회사, 특정 회사 등 한정 개방공간의 조형
	교육형	각종 교육기관(초, 중, 고, 대학 등)의 교육목표 및 이상을 상징
	문화형	아트센터, 도서관, 시민회관, 박물관, 공원시설 등 공공에게 열린 공간
	주거형	아파트, 마을, 주택단지 등 광장공간의 주거환경 조형물
	운수 관련형	공항, 항만, 철도역, 버스 정류장등 시설과 관련된 조형
	전람회형	전람회, 박람회 등 옥외공간의 고유 영역을 위한 조형

(출처: 문희숙, 2013)¹⁵⁾

〈표1〉 환경조형물 분류

Brenner의 분류는 조각과 공간의 관계에 초점을 맞춰 조각이 주변 환경과 어떻게 상호 작용하는지를 탐구한 반면, Robinette는 설치환경을 기준으로 분류하여 상업, 행정, 교육, 주거, 전람회 등 총 9가지로 나누었다¹⁶⁾.

15) 문희숙(2012), 앞의 논문, pp.53-62.

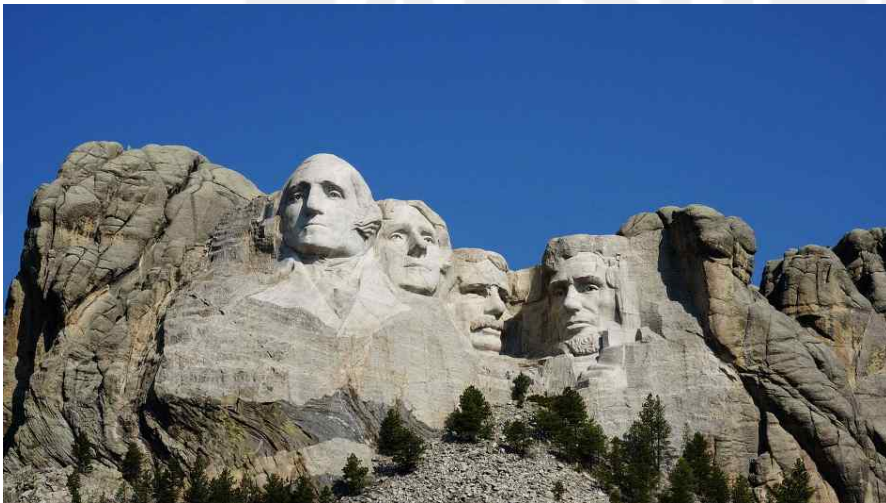
Robinette는 조각이 설치되는 환경에 따라 그 유형을 다양한 방식으로 경험할 수 있게 할 수 있으며, 조각의 공간적 맥락과 기능적 역할을 살펴볼 수 있게 한다는 점에서 차별점이 있다.

이와 같은 환경조형물의 다양한 분류 방법은 환경조형물이 인간의 경험과 인지에 미치는 영향이 깊다는 것을 시사한다<표1>.

(1) 기념 조형물

기념 조형물은 인간이 특정 사건이나 관념을 영구히 기리고자 하는 본능에서 비롯된 예술 형태이다<그림2>. 고대 이집트의 오벨리스크부터 그리스의 기념탑, 로마의 인물 조각에 이르기까지, 그리고 르네상스를 거쳐 근대에 이르는 동안 다양한 기념 조형물들이 창조되어 왔다¹⁶⁾.

우리나라에서도 수많은 석조 비석과 명승지의 암벽에 새겨진 기념물들이 현대에 이르러 새롭게 재창조되거나 모방되는 현상을 볼 수 있다.



<그림2> 러시모어산(Mt. Rushmore National Memorial)

대통령 기념조각

16) Robinette, M. A.(1976), Outdoor sculpture: object and environment. (No Title).

17) 박병희, 조은정(1999), 한국 기념조각에 대한 연구. 교육연구, 7(1), pp.169-195

현대의 기념 조형물은 사회성과 예술성을 겸비하고 있으며, 환경에 조화롭게 융합될 때 시대정신을 반영하는 매체로서 역할을 한다. 현대적 기념 조형물은 단순함, 명쾌함, 간결한 장식으로서의 조형적 표현을 통해 현대 시대의 감각을 표현하는 경향이다.

기념 조형물은 전통적인 형식에서 벗어나 그 시대에 맞게 재해석되고 조화를 이룰 때 생명감을 갖고 소비자와의 공감대를 형성할 수 있다.

이는 기념 조형물이 단순히 과거를 기리는 것을 뛰어넘어 현대의 정신과 감성을 반영하며, 미래를 향한 메시지를 전달하는 예술적 매개체로서의 역할을 해야 한다는 것을 강조한다.

(2) 분수 조형물

고대시대부터 광장에 설치된 분수 조형물들은 환경에 풍요로움을 더하고 시민들에게 여유로움을 제공하는 역할을 했다.

특히 르네상스 시대의 이탈리아에서는 광장 디자인에서 분수를 중요한 요소로 삼았으며, 이때부터 분수 조형물은 조각의 중요한 요소로 인식되었다.



〈그림3〉 스트라빈스키 분수 조형물

장 텅젤리와 니키 드 생팔(Jean Tinguely & Niki de St-Phalle) 작

이러한 인식의 변화는 분수를 단순한 수경시설에서 장식적인 요소로 변화시켰으며, 로마의 ‘트레비 분수’는 이러한 변화의 대표적인 예다.

분수 조형물은 물의 역동성을 활용하여 다양한 형태를 창조해내며, 빛과 소리를 이용한 연출로 물의 표현 범위를 확장한다. 이러한 분수 조형물은 물과 조각의 유희를 통해 물의 아름다움을 극대화한다.

또한, 파리의 퐁피두센터 앞 광장에 위치한 ‘스트라빈스키 분수’는 물과 조각이 조화를 이루는 환경 키네틱 아트의 우수한 예로, 이는 분수 조형물이 어떻게 환경과 어우러지며 도시의 문화적 풍경을 풍부하게 하는지를 보여준다(그림3). 이러한 분수 조형물은 과거부터 현재까지 도시환경에 있어서 중요한 예술적 요소로서 기능하며, 시민들의 일상에 아름다움과 여유를 제공하고 있다.

오늘날의 분수 조형물의 형태는 조각과 물의 병합을 이용하여 메마른 도시 공간에 물을 공급함으로써 시각과 촉각의 쾌적함을 조성하며, 활발한 동적 효과를 갖게 해준다¹⁸⁾. 이러한 시도는 사람들에게 감동을 주고 상상력을 자극하였다. 물과 조각이 조화를 이룸으로써 보이는 조화로움은 사람들에게 정서적으로 많은 영향을 준다. 분수 조형물은 메마른 도시 공간에 물을 공급함으로써 시각과 촉각의 쾌적함을 조성하며, 활발한 동적 효과를 갖게 해준다.

(3) 건축물 부설 조형물

건축물 부설 조형물은 도시의 이미지나 특정 건물의 상징성을 표현하는 중요한 수단이다¹⁹⁾. ‘건축물 부설 예술장식품 심의 규정’이 도입된 이후, 옥외 공공장소에서는 특히 조각품이 적합한 설치물로 간주되어 왔다.

이러한 조형물은 광장과 같이 공동체로서의 공감대가 자연스럽게 형성되는 장소를 중심으로 배치되며, 공동주택, 호텔, 회관, 마트, 학교, 회사, 미술관 등 다양한 대형 건축물과 조화를 이루며 설치된다(그림4).

최근에는 도시 경관에 대한 관심이 높아지면서, 도시의 인상과 개성을 창출하기 위한 다양한 방법이 연구되고 있다²⁰⁾.

18) 이경진, 정우진(2003), 야외조각공원의 조각물 주변환경요소 특성 및 선호에 관한 연구. 한국산림휴양학회지, 7(3), pp.45-56

19) An, Y. B. (1985). 건축과 환경조각. Korean Architects, (7), pp.66-69

이러한 맥락에서, 환경조형물은 도시의 상징을 만들고 다른 도시와 구별되는 경관을 연출하는 랜드마크로서의 역할이 중요하다.

환경조형물은 도시의 문화적, 행정적, 상업적, 산업적 구심점에서 핵심적인 역할을 하며, 도시의 질적 차원을 높이고 시민들의 삶의 질에 기여한다. 이는 건축물부설 조각이 단순한 장식을 넘어 도시 공간의 핵심적인 구성 요소로서의 가치를 지니며, 도시 공간을 문화적으로 풍요롭게 하는 데 기여함을 보여 준다.



〈그림4〉 MBC 사옥 조형물
유영호 작, 스퀘어-M Communication

(4) 조각공원 조형물

조각공원 조형물의 역사는 상대적으로 짧지만, 그 중요성과 영향은 매우 크다. 조각공원은 조경과 조각 예술이 결합된 공간으로, '인간적 공간화'의 가능성을 실현하는 장소로서 역할한다²¹⁾.

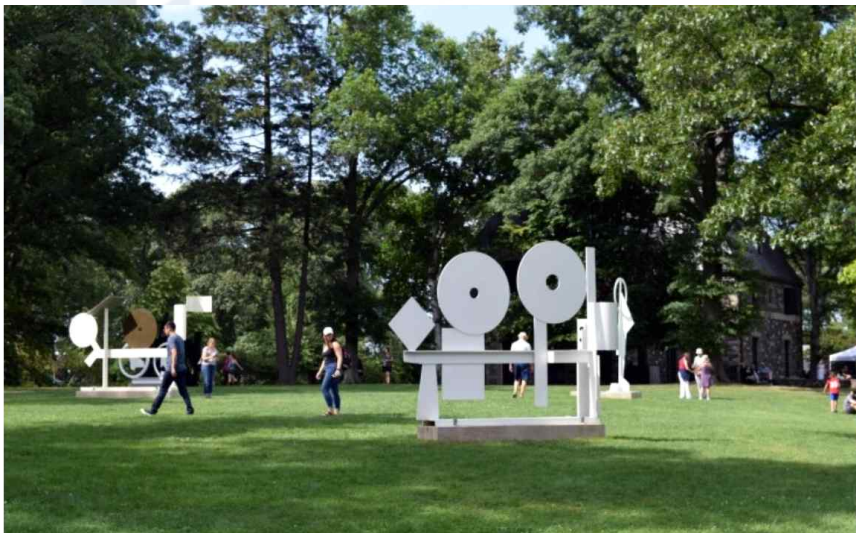
이러한 공원들은 대중을 위한 열린 공간으로서 시민들의 삶의 질을 향상시키는 동시에 휴식 공간으로 기능한다. 한국에서는 건축물 부설 조형물이 예술의

20) 이견학(2019), 서울시 도시 재생 유형별 공간 분포와 지역 특성 변화: 건물 용도별 도시 경관 변화를 중심으로. 한국지리학회지, 8(2), pp.305-319

21) 유병림(1996), 공원설계에서 기념성의 문제-서울대 4.19 기념공원과 서초조각공원의 예. 한국조경학회지, 23(4), pp.40-49

대중화를 위해 법적으로 의무화되었지만, 조각공원의 조성은 정부나 민간단체의 주도 하에 자발적으로 이루어졌다. 이는 우리나라만의 현상이 아니라 외국에서도 이미 정부와 민간단체의 주도로 이상적인 환경 공간조성 계획이 실행되어 온 것을 반영한다. 조각공원 조형물은 단순히 미술작품을 전시하는 곳을 넘어서, 문화와 자연이 어우러진 환경 속에서 시민들이 예술을 체험하고 즐길 수 있는 기회를 제공하며, 도시와 지역 사회에 문화적 가치를 더하는 중요한 공간으로 자리 잡고 있다.

세계에서 가장 큰 규모를 자랑하는 뉴욕 스톰킹 아트센터(Storm King Art Center)는 1960년에 랄프 오그덴(Ralph Eogden)에 의해 설립된 조각공원²²⁾으로, 자연과 예술이 조화를 이루는 독특한 공간이다. 이곳은 데이비드 스미스, 알렉산더 캘더, 이사무 노구치, 헨리 무어, 백남준 등 20세기를 대표하는 거장들의 현대 조각작품을 자연 속에서 전시하고 있다<그림5>. 26만 평의 광대한 야외 공간에 100여 점 이상의 작품이 설치되어 있어, 시민들이 예술을 직접 체험할 수 있는 환경조형물 공원으로 자리매김했다.



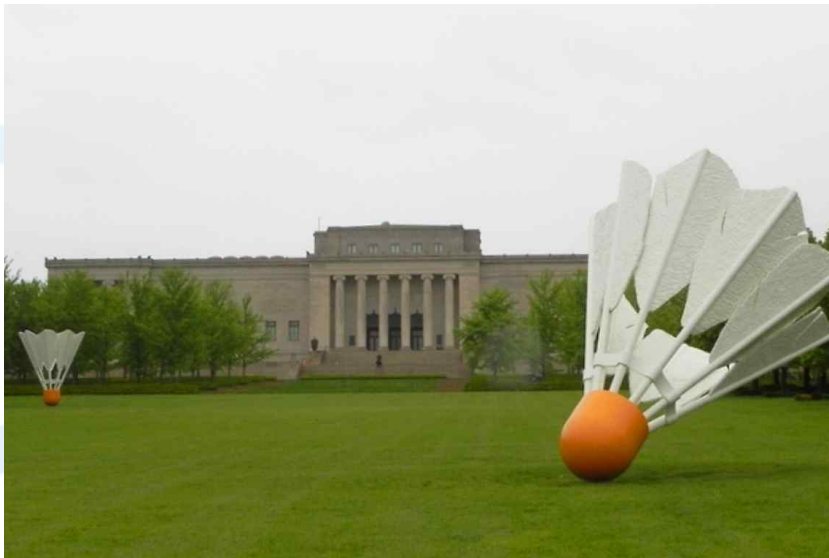
<그림5> 뉴욕 스톰킹 아트센터(Storm King Art Center)

데이비드 스미스(David Smith) 작, The White Sculptures

22) Vandeman, K. J.(2012), A Landscape for Making: Workshop Studios at Storm King Art Center. University of Maryland, College Park.

한국에서는 1988년 서울올림픽을 계기로 설립된 ‘올림픽 조각공원’이 조각공원 조성의 시발점이 되었다. 이후 수도권뿐만 아니라 지방에서도 수준 높은 조각공원의 설립이 활성화되었다.

부산에는 유엔 조각공원, 올림픽 조각공원, 사직 조각공원, 을숙도 조각공원, 나루 야외 조각공원 등 다양한 조각공원들이 있어, 예술과 자연이 어우러진 공간으로서 시민들에게 문화적 경험을 제공하고 있다. 이러한 조각공원들은 도시와 지역사회의 문화적 풍요로움을 증진시키는 중요한 역할을 하며, 예술을 통한 시민들의 삶의 질 향상에 기여하고 있다<그림6>.



<그림6> 캔자스 시티 넬슨 앳킨스 박물관

(The Nelson-Atkins Museum of Art)

클래스 올덴버그(Claes Oldenburg) 작, 셔틀콕(Shuttlecocks, 1994)

(5) 스트리트 퍼니처(Street Furniture) 조형물

기능을 가진 거리 시설물 즉 ‘스트리트 퍼니처(Street Furniture)’는 공공게시판, 버스정류장, 공중화장실, 공중전화 부스, 우체통, 신문 가판대, 식수대부터 보도블록, 차량 진입로, 맨홀 뚜껑에 이르기까지 광범위하다²³⁾.

23) Yücel, G. F.(2013), Street furniture and amenities: Designing the user-oriented urban landscape.

세계적인 건축 조각가 가우디(Antoni Gaudi ; 1852~1926)의 고향인 스페인의 바르셀로나 거리는 기능을 가진 시설물들의 작품 전시장이다. 가우디의 트레이드 마크인 나선형으로 된 벤치와 가로등, 고풍스러운 건물에 어울리는 간판 등이 아름다운 도시환경을 연출하여 지역의 시민들과 관광객들에게 걷고 싶고 다시 보고 싶은 거리로 가치를 높이고 있다.

가우디의 작품은 거리시설물에 기능을 가진 환경조형물의 개념을 도입해 도시의 삭막한 표정을 바꾸어 이를 그 도시의 관광자원으로 부각시킨 스트리트 퍼니처의 이상적인 모델이다²⁴⁾.

독일의 하노버 또한 이렇다 할만한 관광자원과 특산품이 부족했다. 하노버는 1990년대 초반 '버스정류장 프로젝트'를 통해 시내 9곳의 버스정류장도 공공 장소에 세워지는 예술품이라는 개념을 도입하여 새로운 도시의 명소를 창출해 내었다²⁵⁾.

이처럼 최근 들어 쓰레기통, 가로등처럼 사소해 보이는 거리시설물과 공원의 의자 휴식공간 등에서의 기능을 가진 편의 시설물 등에서 도시의 아름다움을 결정하는 주요 요소라는 인식이 확산되고 있다<그림7>.

그러나 도시의 거리시설물에 실용성만 강조할 뿐 주변 건물이나 거리와의 조화 등을 고려하지 않은 환경들이 대부분이다. 그러므로 현대 도시에서 기능을 가진 조각으로서의 스트리트 퍼니처의 환경디자인에 대한 가능성은 확산되어 가고 있다.

김종근(2009)은 환경조형물, 미술 장식품, 환경 미술 등의 용어가 여러 가지 의미로 표현되고 있지만, 유사한 의미로 통용되고 있다고 하면서, 대중적으로 공개된 장소에 설치되는 예술작품을 환경조형물²⁶⁾이라고 하였다.

오늘에 이르러서 환경조형물의 개념은 더욱 확장되어 도시환경과 인간과의 소통 매개체로서의 기능을 가진 조형물을 일컫고 있다.

이제 도시의 공적 공간에 위치하는 환경조형물은 환경을 고려해야 하는 것은

In Advances in landscape architecture. IntechOpen.

24) Gaudí, A., Masini, L. V., & Stopar, B.(2003), Antoni Gaudí. TeNeues.

25) Bayliss, D.(1988), What's New in European and Other International Light Rail Transit Projects?. LIGHT RAIL TRANSIT, 43.

26) 김종근(2009), 새로운 매체를 활용한 환경조형물의 특성연구. 숭실대학교 박사학위논문.

물론, 독창적이면서도 뚜렷한 상징성을 갖고, 소비자의 풍요로운 생활환경을 조성하는데 기여해야 한다.



〈그림7〉 일본 도쿄 롯본기힐스 스트리트 퍼니처

우치다 시게루(Shigeru Uchida)작

사랑밖에는 아무 것도 줄 것이 없다(I can't give anything but love)

2.1.3 환경조형물의 기능과 역할

환경조형물은 도시환경의 한 요소로서 해야 한다²⁷⁾.

도시의 성장과 발전은 오늘을 살아가는 사람들에게 생활의 편리함, 풍요로움과 번영을 누리게 해주었지만, 반대급부로 여러 가지 문제들을 안겨주고 있다. 도시의 발전에 따라 도시경관은 큰 변화를 겪게 되었으며, 이전의 아름다운 자연환경은 점차 인공의 빌딩, 아파트로 대체되었다. 인간의 정신과 감성을 어루만져주어야 할 공간이 삭막하고 각박하게 바뀐 것이다²⁸⁾.

오늘을 살아가는 소비자들은 이러한 도시의 각박한 인공환경으로부터 벗어나 정서적 안정감을 갖고 살아갈 수 있는 쾌적한 환경을 추구하게 되는데, 이런

27) 서주환, 박태희, 허준(2004), 도시가로 경관에 있어 환경조형물의 이미지 및 시각적 선호도 분석. 한국조경학회지, 32(1), pp.57-68

28) 윤한, 윤희정(2019). 도시재생 문화공간의 장소성 포지셔닝: 문래예술창작촌 방문자들을 대상으로. 관광연구저널, 33(5), pp.19-30

인공환경 속에서 어느 정도 시각적인 즐거움을 주고, 심리적 안정감을 느끼게 하는 공간조성의 필요성²⁹⁾이 대두되었다.

우리가 살아가는 공공공간에 다양한 예술적 감각을 담아 설치하는 환경조형물을 통해 새로운 시각적 경험할 수 있고, 심리적 안정감을 주는 공간을 만들어야 할 필요성이 생겨난 것이다. 그 하나의 중요한 수단이 바로 환경조형물 (Environmental Sculpture)이다³⁰⁾.

환경조형물은 도시환경을 위한 필요충분조건을 갖추지 않으면 안 된다.

그 조건을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 환경조형물은 주변 환경과 어울리는 곳에 배치하고 방향을 설정할 때에는 감상자의 움직이는 거리, 속도, 높이, 빛의 방향과 각도 등을 면밀하게 검토해야 한다.

둘째, 재료가 가지고 있는 특성으로 지역에 따라 기상의 변화와 물리적, 화학적인 제반 요인을 고려한 상태에서 재료의 선택이 이루어져야 한다.

셋째, 내용의 다양성과 함께 새로운 기술의 개발과 형태의 다양성이 드러나야 한다. 과학기술의 발달은 다양한 재료를 사용하게 하였을 뿐만 아니라, 첨단의 소리, 빛, 영상을 이용한 방법을 사용할 수 있게 함으로써, 표현 영역을 넓혀주고 있으므로, 이러한 다양한 표현을 사용할 수 있어야 한다.

넷째, 도시 공간의 환경조형물은 공공미술의 기능과 상징적 효과의 기능, 심미적 기능, 지역 특수성에 맞는 개성적인 도시 연출에 유용한 것이어야 하므로, 이를 잘 살릴 수 있어야 한다³¹⁾.

환경조형물은 작가나 제작자 개인의 절대적인 작품 세계를 반영하기보다는 도시환경에서 필요로 하는 공공적인 주제의 공간을 만들어내는 것에 그 목적이 있다³²⁾.

29) 최금화, 권혁인(2019). AHP 분석을 통한 문화 예술 기반 도시재생 중요요인 도출에 관한 연구. 인천학연구, 31, pp.81-119

30) 김소희, 서혜옥(2022). 환경조형물이 도시공간의 정체성에 미치는 영향. 커뮤니케이션 디자인학연구, 78, pp.360-370

31) 임춘배(1996), 도시공간에서의 환경조형물.

32) 김소희, 서혜옥(2022),환경조형물이 도시공간의 정체성에 미치는 영향. 커뮤니케이션 디자인학연구, 78, pp.360-370

따라서 조형물이 설치되는 장소의 주변 환경과 서로 밀접한 관계를 맺고 있으며 설치되는 위치와 공간의 성격에 따라 그 의미, 기능, 형태 등이 달라진다. 다양한 상황 속에 환경조형물의 기능을 충분히 발휘하기 위해서는 공간과 도시의 조형적 환경에 대한 지식이 필요하게 되고, 도시의 조형적인 입지 조건과 생김새, 그 지역의 성격과 역사는 물론 시민들의 반응을 조사한 다양한 접근이 이루어져야 할 것이다³³⁾.

환경조형물과 관계하는 여러 가지 성격의 공간은 앞서 살펴본 바와 같이 상업적 공간, 주거 공간, 문화적 공간, 교육 공간, 교통적 공간, 공공적 공간 등으로 구분할 수 있으므로, 이에 따른 조형적 요건도 함께 달라져야 할 것이다.

환경조형물은 현대에 들어와서 건축과 긴밀한 관계를 갖게 되었다. 건축과 환경조형물의 관계에서 건축은 새로운 공간을 만들어내는 공간 창조의 미술이며 삼차원의 주체적 표현 양식을 갖는다³⁴⁾. 과거의 경우 환경조형물과 건축을 동일하게 보았으나 근래에 와서 환경조형물과 건축은 독립된 별개의 것으로 구분된다³⁵⁾.

건축도 마찬가지로 순수한 주거 용도에서 점차 기능이 확대되면서 인간의 미의식과 함께 또 다른 기능 공간이 요구되고 있다.

또한 과거의 건축물 표지석은 단순한 표지물로서의 기능을 벗어나, 환경조형물적인 구조물로 발전하였으며, 독립된 환경조형물의 개념으로 발전하게 되었다. 과거시대, 환경조형물은 건축을 장식하기 위한 장식적인 강조한 것에 그쳐있었으나, 오늘에 이르러서 환경조형물은 독립된 조형물로서 독립된 영역을 구축하게 되었다.

건축과 환경조형물의 문제에 있어서 헐버트 리드(Herbert Read)는 “우리가 모뉴먼트(Monument)에서 볼 수 있듯이 초기 단계의 건축과 환경조형물은 미분화된 하나의 형태로 존재한다. 건축과 환경조형물은 원래 단일한 것에서 출발하여 각기 다른 길로 발전하여 온 것으로 이와 같이 합일되어있는 상태를

33) 현영조(1996), 미술과 환경-도시의 꽃. 더원미술세계, pp.84-88

34) 김상근(2001), 도시공간에서의 환경조형물에 대한 연구-환경조각을 중심으로. 기초조형학연구, 2(1), pp.33-42

35) 김제중(2011), 도시 상징조형물의 유형별 분석 연구. 조형미디어학, 14(2), pp.47-56

가지고 건축적이라든가 환경조형물적이라고 이야기하는 것은 불가능하다”라고 언급하면서 건축과 환경조형물의 조화로운 결합에 대하여 “환경조형물은 신전의 외부구조를 비롯하여 모든 건물의 적재적소에 훌륭한 역할을 담당하고 있다”라고 하였다³⁶⁾.

허버트 리드가 강조하는 것은 도시를 구성하고 있는 여러 가지 요소 중 건축과 환경조형물은 우리의 생활환경에 큰 비중을 차지하는 조형 요소이므로, 조화로운 결합이 요구된다는 것이다.

도시의 환경에서 환경조형물의 역할은 그 구성요소로 볼 때 건물이나 거리, 가로수 등의 장치물들과 같이 도시를 구성하는 한 요소로 존재한다³⁷⁾.

인간은 미와 기능의 형태에 둘러싸인 인공적이며 자연적이고 인위적인 환경 속에 살고 있다. 따라서 생활 속에 인간의 의식 및 행동은 모든 인공조형물의 영향을 받고 있다.

그러므로 중요한 것은 환경조형물과 환경의 관계에 있어서 조형물을 개발, 설치하는 주체는 환경조형물을 소비자의 생활환경 안에 설치함으로써 나타나는 의미나 영향을 신중하게 생각하여야 하며 소비자를 위한 환경조형물의 역할이 무엇인지를 명확히 이해하고 자각해야 한다는 것이다.

도시환경 속의 환경조형물은 소비자의 일정한 생활공간을 차지하는 구체적인 실재적 존재이므로, 그것이 소비자의 생활공간을 어떻게 차지하고, 어떠한 환경을 형성하느냐가 중요하다³⁸⁾.

환경조형물의 시각적 형태는 나름대로 메시지를 갖고, 그것을 소비자에게 전달하는 매체로서도 역할을 한다. 따라서 환경조형물이 전달하려고 하는 메시지를 소비자가 명확하게 알 수 있도록 하는 것이 중요할 뿐만 아니라, 나아가 소비자가 바쁜 생활 속에서 잊었던 가치를 되찾아 주는 역할까지도 할 수 있어야 한다. 마찬가지로 조형물이 설치된 공간은 소비자에게 특별한 의미를 전달하거나 특별한 주제나 이슈를 강조하는 역할을 할 수 있어야 한다³⁹⁾.

36) Read, H.(2023), The art of sculpture (Vol. 3). Princeton University Press.

37) 서주환, 박태희, 허준(2004), 도시가로 경관에 있어 환경조형물의 이미지 및 시각적 선호도 분석. 한국조경학회지, 32(1), pp.57-68

38) 민성기, 김수경, 한창준(2017), 도시재생을 위한 문화예술공간 만들기-창원 마을흔적보전사업의 환경조형물을 중심으로. 한국재난정보학회 학술발표대회, pp.105-106

이처럼 오늘의 환경조형물에게는 보다 많은 요구사항이 많아졌다. 따라서 환경조형물은 인공물로 가득한 도시에서 소비자에게 무엇인가 의미와 가치를 가진 구조물로서 존재로서만이 아닌, 새로운 생활 환경 창조의 주체로서 충분한 역할을 수행해야 한다.

따라서 환경조형물의 수준과 질의 향상은 필연의 조건이자 환경조형물이 해결해야 할 과제라고 할 것이다.

환경조형물이 이러한 역할과 기능을 충실히 하기 위해서는 환경조형물의 개발에 따른 매 설치 과정과 단계에 걸쳐 나타날 수도 있는 수없이 많고 복잡한 문제들을 세심하게 고려하고 조정하는 등 지혜롭게 풀어나가지 않으면 안 될 것이다.

2.1.4 환경조형물의 가치

환경조형물은 공공공간에 설치되어 그 공간의 미적 가치와 기능성을 높인다. 환경조형물은 주변 경관과 조화를 이루며 공간의 개성과 아름다움을 강조하고, 그 의미나 사회가 필요로 하는 메시지를 전달하는 등 소비자와 환경 간 상호 작용을 통해 역할을 수행하며 그 빛을 발한다. 따라서 오늘의 환경조형물은 ‘공공미술’의 영역으로 들어와서 그 개념과 쓰임이 확대되고 있다³⁹⁾.

기능적인 의미뿐만 아니라 사회학적인 의미까지도 갖는다. 이를 디자인 공공성의 관점에서 바라보면, 환경조형물은 사회의 다양한 가치와 기대를 반영하는 동시에 그것들을 형성하는 역할을 한다⁴¹⁾.

환경조형물은 공간에 대한 사회적 인식을 구성하는 중요한 요소이다⁴²⁾. 그것은 사회 구성원들에게 공간의 정체성을 제공하며, 그 공간이 어떤 방식으로 사용되어야 하는지, 또 어떤 행동이 그 공간에서 적절한지에 대한 힌트를 제공한다. 이는 디자인 공공성의 관점에서 볼 때, 환경조형물이 공공공간의 ‘사

39) 권재경(2010). 도시 이미지 차원에서 공공 상징조형물 디자인의 전략적 기획 접근사례에 관한 탐색적 연구. 한국디자인문화학회지, 16(2), pp.45-56

40) 민광식(2023), 앞의 논문, pp.31-43

41) 민광식(2023), 공공 서비스 스케이프로서의 환경조형물 가치가 이용자만족 및 구전의도에 미치는 영향. 공공디자인연구, pp.31-43

42) 성원선(2009), 공공미술의 가치와 화해조형. 한국꽃예술학회지, 13(4), pp.1-24

용규칙'을 설정하고 공유하는 매개체의 역할을 한다는 것을 의미한다.

또한, 환경조형물은 공공공간을 통해 사회의 다양한 가치와 기대를 표현하는 수단이다. 환경조형물의 하나인 공원 벤치나 쓰레기통은 그 공간이 사회 구성원들에게 어떤 가치를 제공하고, 어떤 행동을 기대하는지를 시각적으로 전달한다. 이는 환경조형물이 공공공간을 통해 사회적 의미를 생성하고 전달하는 역할을 하고 있다는 것을 보여 준다.

그러나 환경조형물의 디자인 공공성은 그것이 단순히 사회의 기존 가치와 기대를 반영하는 것을 넘어, 새로운 가치와 기대를 형성하는 역할을 한다⁴³⁾.

예컨대 장애인을 위한 환경조형물은 장애인의 이동권을 보장하는 한편, 장애인에 대한 사회적 인식을 촉진하는 역할을 한다. 이는 환경조형물이 공공공간을 통해 사회적 변화를 촉진하는 동력이 될 수 있다는 것을 나타낸다.

또한 환경조형물은 소비자로 하여금 공공공간의 접근성과 이용 가능성을 나타내기도 한다⁴⁴⁾. 이러한 기능을 하는 환경조형물로 인해 공공공간은 모든 사회 구성원이 동등하게 접근하고 이용할 수 있는 공간이 되며, 공공성의 원칙을 따르게 된다. 환경조형물의 공공공간의 접근성과 이용 가능성을 나타내는 기능성은 공공공간의 디자인, 특히 환경조형물의 배치와 형태에 직접적으로 영향을 미친다. 예컨대 시각장애인을 위한 점자 블록이나 휠체어 이용자를 위한 경사로 등의 환경조형물은 공공공간의 접근성을 높이는 것과 함께 이용 가능성을 증진하는 데도 중요한 역할을 한다⁴⁵⁾.

이용 가능성은 공공공간이 그것을 이용하는 사람들의 다양한 수요와 기대를 얼마나 잘 충족하는지에 관한 것이다. 따라서 환경조형물은 다양한 사용자 그룹의 요구를 고려하고 반영하지 않으면 안 된다. 어린이, 노인, 장애인 등을 위한 환경조형물은 그들에게 공공공간의 이용 가능성을 높일 수 있어야 하기 때문이다.

결론적으로 환경조형물은 그것이 위치한 공공공간의 공공성을 나타내야 하는

43) 류복희(2017), 새로운 공공미술로서의 화훼디자인 연구. 상품문화디자인학연구 (KIPAD 논문집), 50, pp.201-210

44) 최강림(2011), 공공디자인을 통한 주거지 도시재생 사례연구: 부산시 공공디자인 관련 사업을 대상으로. Archives of Design Research, 24(4), pp.23-34

45) 문희숙(2011), 가로공간의 환경조형물에 관한 연구-도봉구 노해길 환경조형물 중심으로. 조형미디어학, 14(3), pp.23-30

것은 물론, 공공성을 가진 공간이라는 인식을 얼마큼이나 강화할 수 있는가가 중요하다. 이는 환경조형물이 공공공간의 사회적 인식을 형성하는 것에서 나아가 사회적 가치와 기대를 표현하며, 새로운 가치와 기대를 형성함으로써, 공공공간의 접근성과 이용 가능성을 증진시킬 수 있어야 한다는 사실이다. 이처럼 환경조형물은 공공공간을 통해 사회의 다양한 요구와 기대를 반영하고, 사회적 포용성과 공공성을 실현하는 데 중요한 수단이 될 수 있다. 이는 환경조형물이 실제 소비자의 생활환경 속에서 어떠한 역할을 해야 하는가를 시사한다.

2.2 환경조형물에 대한 소비자 인식과 평가

2.2.1 환경조형물 설치배경과 목적

환경조형물 계획 단계에서 환경조형물을 설치함으로써 얻을 수 있는 가치나 효과를 명확히 하는 것은 환경조형물의 설치배경과 목적을 분명하게 하는 것과 직접적인 관련을 갖는다.

환경조형물은 행정적인 판단에서나 비용집행의 필요성 등으로 인해 의무적으로 환경조형물을 설치해야 할 일이 아니다. 분명한 설치배경과 목적, 그리고 환경조형물을 설치함으로써 얻게 될 효과와 긍정적 영향을 판단하는 것이 무엇보다 중요하다.

좋은 환경조형물의 가치는 다양한 측면에서 찾을 수 있다. 잘 계획된 좋은 환경조형물이 제공하는 미적, 사회적, 문화적 가치, 그리고 경제적 혜택까지를 생각하면 환경조형물이 가진 가치는 실로 엄청나다⁴⁶⁾.

물론 환경조형물의 가치는 연구자의 관점에 따라 달라질 수 있지만, 그 가치는 일반적으로 앞서 설명한 바와 같이 사회적, 환경적, 사회경제적, 심미적, 그리고 기능적인 측면으로 구분할 수 있다⁴⁷⁾.

이 모든 것을 아우르고 만족시켜주는 환경조형물이야말로 가장 이상적인 모습의 본보기 환경조형물이 될 것이다.

46) Jeremiah, A. A., & Taiwo, F. O. Beauty in the Parks: Aesthetic Values of Environmental Sculptures. *Erudite*, 143.

47) 민광식(2023), 앞의 논문, pp.31-43

그동안 연구자들은 환경조형물의 역할과 가치를 키우기 위해 다양한 접근을 시도해왔다.

김근식(2023)은 소비자 만족도를 높이기 위한 도시공간 환경조형물의 조형 디자인 구성요소에 초점을 맞춰 대구시 중앙로 일대의 환경조형물을 사례로 사용하여 실제 도시공간에서의 적용 가능성을 탐색⁴⁸⁾하였다.

박지송(2022)은 환경디자인의 치유효과를 개인차, 선호도, 만족도와 관련지어 환경조형물이 개인의 정서와 건강에 미치는 영향 연구에서 환경조형물이 단순한 미적 요소를 넘어서서 이용자의 웰빙에 기여할 수 있다⁴⁹⁾고 주장하였다.

김소희와 서혜옥(2022)은 환경조형물이 도시공간의 정체성 형성에 미치는 영향을 공공장소의 문화적 의미와 정체성 강화에 미치는 영향 연구에서 환경조형물이 도시 브랜딩과 지역 이미지 개선의 중요한 수단이 될 수 있다⁵⁰⁾고 하였다.

신정옥과 이진호(2020)는 압화 조형물을 중심으로 서비스스케이프와 고객의 감정반응에 관한 연구를 통해 환경조형물이 이용자의 경험에 미치는 영향과 감정적 반응을 분석함으로써, 조형물의 경험적 가치와 감성적 연결의 중요성⁵¹⁾을 강조하였다.

김란경(2020)은 공공조형물에 대한 방문 동기와 이가 관광지의 장소성 형성에 미치는 영향을 통하여, 공공조형물이 관광지의 매력도와 경쟁력 향상 기여해야 한다⁵²⁾고 주장하였다.

김현옥과 엄기준(2023)은 지역정체성과 공공조형물의 연계성에 대한 기호학적 연구를 통해 조형물이 지역 커뮤니티의 정체성과 어떻게 상호작용하는지를 분석하였는데, 지역 문화의 한 부분으로서 환경조형물의 역할⁵³⁾을 강조하

48) 김근식(2023), 앞의 논문, 61-68.

49) 박지송(2022), 환경디자인의 치유효과에 따른 개인차와 선호도에 관한 연구-환경조형물의 만족도 중심으로 (Doctoral dissertation, 부경대학교).

50) 김소희, 서혜옥(2022), 환경조형물이 도시공간의 정체성에 미치는 영향. 커뮤니케이션 디자인학연구, 78, pp.360-370

51) 신정옥, 이진호(2020), 압화 조형물의 서비스스케이프로서의 상호작용연구. 한국화예디자인학연구, 43, pp.101-122

52) 김란경(2020), 공공조형물에 대한 방문동기가 관광지 장소성형성에 미치는 영향: 서울시 종로구-중구를 중심으로 (Doctoral dissertation, 한양대학교).

였다.

최인경(2020)은 공공조형물의 장소성 요인이 도시 이미지, 장소 애착, 행동 의도에 미치는 영향 연구를 통해 조형물이 지역사회에 미치는 심리적, 행동적 영향⁵⁴⁾을 강조하였다.

이처럼 환경조형물의 새로운 역할, 환경조형물로 인해 발생하는 소비자 인식과 평가, 그리고 영향 등을 폭넓게 예측하고 분석하는 것은 꼭 필요한 일이 아닐 수 없다.

환경조형물의 가치를 철저히 예측 분석함으로써, 긍정적인 소비자 인식과 평가에 대한 보다 깊은 이해를 얻을 수 있고⁵⁵⁾, 이를 통해 환경조형물의 기획, 설계, 배치, 유지 관리 전략을 개선할 수도 있기 때문이다.

이 과정을 통해 공공공간에서 환경조형물의 역할을 최적화하는 방법을 찾게 될 것이고, 궁극적으로 환경조형물이 소비자의 삶에 기여하게 될 것이다.

환경조형물의 가치에 대한 정확한 분석과 고려는 환경조형물의 질이나 수준을 향상시키는 데 있어서 매우 중요한 역할을 하는 핵심 열쇠라고 할 수 있다.

환경조형물의 가치는 사회적, 환경적, 사회경제적, 심미적, 그리고 기능적인 다섯 가지 측면으로 분류할 수 있다. 이러한 가치는 각각 환경조형물이 사회, 환경, 경제, 미학, 그리고 실용성에 미치는 중요한 영향을 일컫는다.

환경조형물의 가치를 이해하는 것은 우리가 공간을 어떻게 구성하고, 그 공간에서 어떻게 살아갈 것인지를 결정하는 데 있어 중요한 역할을 한다.

2.2.2.1 사회적, 경제적 가치 및 환경적 가치

(1) 사회적 가치

환경조형물의 사회적 가치는 환경조형물이 사회에 미치는 영향을 말한다. 환

53) 김현욱, 엄기준(2023), 지역정체성과 공공조형물의 연계성에 대한 기호학적 연구. 공공디자인연구, pp.31-40

54) 최인경(2020), 공공조형물의 장소성요인이 도시이미지, 장소애착, 행동의도에 미치는 영향: 전라도 주요 관광지에 설치된 공공조형물 대상으로. 관광경영연구, 99, pp.829-850

55) 호금옥(2012), 지역문화자원을 활용한 도시상징조형물의 관람자 인식요인에 관한 연구 (Doctoral dissertation, 한양대학교).

경조형물은 사람들이 공유하는 공간을 구성하며, 공동체 의식을 형성하고, 사회적 연결성을 증진시킨다⁵⁶⁾. 사회적 연결성은 사람들이 서로에게 연결되어 있고, 서로에 대해 관심을 갖는 것이다.

환경조형물은 사람들이 공유하는 공간, 사람들이 모이는 공간으로서 역할⁵⁷⁾하며 사람들을 만나게 하고 교류하는 기회를 증가시킬 수도 있다⁵⁸⁾.

그럼으로써 공동체 의식을 형성해서 같은 사회, 문화, 또는 지역에 속해 있다는 인식을 갖게 하고, 서로에게 책임을 느끼며 서로를 돕는 행동을 촉진한다. 환경조형물은 예컨대 공원 안의 동상이나 조형물은 사람들이 모여 앉거나 이야기를 나누는 장소를 만들어 준다. 이는 사람들 사이의 연결을 강화하고, 사회적 공동체를 더욱 강하게 한다.

환경조형물이 사회 구성원의 일원으로서 강한 소속감을 느끼게 하고, 사람들 서로의 이해와 존중을 만들어 내는 것이다.

이처럼 환경조형물은 단순히 물리적 공간을 만드는 것 이상의 역할을 한다는 사실이다.

또한 환경조형물은 사람들이 자신의 지역을 아름답게 꾸미고 보존하려는 의지를 보여주는 방편이 되기도 한다. 지역 주민들에게 자부심을 불러일으켜 자신이 살아가는 지역에 대한 긍지와 사랑의 마음을 뿌리내리게 한다.

그리고 환경조형물은 사회적 메시지를 전달하는 수단으로서 역할을 한다. 환경조형물은 때때로 사회적 문제를 반영하거나, 그것에 대한 대응을 시각화하여 사회적인 메시지를 전달할 수 있다⁵⁹⁾. 예컨대 환경 보호를 주제로 한 환경조형물은 환경 보호의 중요성을 강조하고, 사람들이 이에 대한 생각을 갖게 한다.

특정 역사적 사건이나 인물을 기리는 조형물은 그 사건이나 인물의 사회적, 역사적 의미를 강조하며, 공동체의 기억과 정체성을 유지하는데 기여한다. 이

56) 이은래(2013), 도시환경조형물의 사회적 자본으로서 가치 재구성과 미술교육적 활용방안에 관한 연구 (Doctoral dissertation, 조선대학교 대학원).

57) 강수미(2008), 공동체를 위한 예술과 공공미술. 현대미술학 논문집, (12), pp.7-52

58) 문희숙(2012), 앞의 논문, pp.53-62

59) 신현선(2020), 역사의 재인식과 재현의 접이지대-글렌데일과 나고야의 ‘평화의 소녀상’-. 日本學研究, 60, pp.229-253

렇듯 환경조형물은 사회적 문제에 대한 인식을 형성하고, 공동체의 가치와 신념을 견고하게 하는 데에 기여하는 가시적 매체로서 역할을 한다.

환경조형물의 이러한 사회적 가치는 그것이 사회에 미치는 영향과 기여도이다⁶⁰⁾.

이처럼 환경조형물은 사회적 맥락 속에서 그 가치와 의미를 발휘하며, 그것이 위치한 공동체와 그 공동체의 가치를 반영하고 강화한다. 따라서, 환경조형물의 사회적 가치를 이해하는 것은 우리가 살아가는 사회와 그 사회가 지향하는 가치를 이해하는 데 있어 중요한 역할을 수행한다.

따라서 환경조형물은 그것이 전하는 사회적 메시지, 그리고 그것이 창출하는 공동체 의식이나 사회적 연결성까지도 신중하게 고려해야 한다.

(2) 경제적 가치

환경조형물의 경제적 가치는 그것이 지역 경제에 미치는 영향을 말한다. 이는 관광 산업의 활성화, 일자리 창출, 그리고 부동산 가치 상승 등의 여러 방면에서 나타날 수 있다⁶¹⁾.

첫째, 환경조형물은 관광 명소를 만들어낼 수 있다. 독특하고 인상적인 환경조형물은 관광객들을 끌어들이는⁶²⁾.

관광 산업 활성화는 지역 경제에 큰 이익을 가져올 수 있다. 관광객들은 방문한 곳에서 식사를 하고, 숙박을 하고, 기념품을 사는 등 다양한 경제 활동을 수행하며, 이는 지역의 소상공인과 서비스 산업에 큰 도움이 된다⁶³⁾.

또한 환경조형물에 의한 관광 명소는 지역의 이미지와 브랜드 가치를 높이는 것은 물론, 장기적 관점에서 그 지역의 경제적 가치를 높일 수 있다⁶⁴⁾.

60) 강수미(2008), 공동체를 위한 예술과 공공미술. 현대미술학 논문집, (12), pp.7-52

61) 손상희(2017), 일상공간과 지역문화가 융합한 상징조형물 스토리텔링에 관한 연구: 여주시 상징조형물을 중심으로. 한국디자인문화학회지, 23(1), pp.259-272

62) 김보라, 문혁, 윤갑근, 서수미(2011), 환경 조형물이 도심재생에 미치는 영향에 관한 연구: 서울 정동 갤러리 프로젝트와 광주 어번 폴리 (Urban Folly) 프로젝트 중심으로. 한국실내디자인학회 학술대회논문집, 13(1), pp.176-179

63) 이병민(2013), 창조경제시대 창조적 환경과 지역발전의 의미: 창조도시를 중심으로. 문화콘텐츠연구, (3), pp.7-31

64) 김란경(2020), 공공조형물에 대한 방문동기가 관광지 장소성형성에 미치는 영향: 서울시 종로구 충구를 중심으로 (Doctoral dissertation, 한양대학교).

둘째, 환경조형물은 일자리를 창출하는 역할을 할 수 있다⁶⁵⁾. 환경조형물의 설계, 제작, 설치, 그리고 유지 관리는 다양한 전문가들의 노력을 필요로 한다. 환경조형물 유지 보수 관리를 위해서는 예술가, 건축가, 엔지니어, 건설 노동자, 조경사, 유지 관리 인력 등 다양한 직종의 사람들이 참여해야 하므로, 직간접적으로 많은 일자리를 만들게 된다.

또한, 환경조형물로 인한 관광 명소는 관광 산업과 연관된 일자리를 만듦으로써, 경제적 가치를 높일 수 있고, 잘 설계되고 관리되는 환경조형물은 지역의 매력을 높이고 주변의 부동산 가치를 상승시키는 효과가 있을 수 있다⁶⁶⁾.

예컨대 공원, 광장, 둘레 길 등의 환경조형물은 거주자들에게 편안하고 쾌적한 생활공간을 제공하며, 주거 환경을 향상시킨다⁶⁷⁾.

또한, 대형 환경조형물이나 독특한 건축물 등은 그 지역의 랜드마크가 되어, 그 지역의 인지도를 높일 수 있다.

환경조형물은 직간접적으로 지역의 경제적 가치를 높이거나, 주변 환경의 향상을 통해 경제적 가치를 증대시킨다⁶⁸⁾.

환경조형물이 경제에 미치는 긍정적인 영향과 함께 지역 사회, 문화, 환경에 미치는 광범위한 영향을 신중하게 검토하고 반영해야 할 것이다.

(3) 환경 생태적 가치

환경조형물의 환경적 가치는 환경조형물이 주변 환경에 미치는 영향을 말한다⁶⁹⁾. 환경조형물은 그 자체로서 생태계 일부를 이루거나, 생태계 복원을 돕는 역할을 할 수 있다⁷⁰⁾.

65) <https://www.iusm.co.kr/news/articleView.html?idxno=287053>

66) 김동찬, 김신원, 최주현(2009), 아파트단지 진입공간의 환경조형물에 관한 연구: 서울시. 한국디자인문화학회지, 15(3), pp.28-36

67) 최강림(2012), '장소만들기'를 통한 도시재생의 방향: 부산광역시 도시재생사업을 중심으로. 환경논총, 51, pp.19-36

68) 김렬, 구정태(2006), 랜드마크 (Landmark) 건립사업의 경제적 타당성 분석: 상징조형물의 시장가치와 비시장가치 추정. 정책분석평가학회보, 16(2), pp.189-212

69) 이행렬, 임명숙(2013), 환경시설지에 설치된 생태환경조형물의 표현. 기초조형학연구, 14(3), pp.273-283

70) 김재연, 황용섭, 박성룡(2014), 지속가능한 공공공간과 환경조형물의 관계성에 관한 연구. 기초조형학연구, 15(5), pp.175-187

또한, 환경조형물은 자연환경을 보호하고, 다양한 동식물을 수용하여 생물 다양성, 생태계의 다양성을 증진시키는데 기여할 수 있다⁷¹⁾. 조형물에 따라서는 동물들에게 서식지를 제공하거나, 식물들이 자라는데 필요한 햇빛이나 물 등의 자원을 제공함으로써, 환경에 긍정적인 영향을 줄 수도 있고, 생태계의 복원을 돕는 역할을 할 수도 있다⁷²⁾. 예컨대 홍수로 파괴된 강변에는 새로운 조경이나 구조물을 설치하여 생태계를 복원하고, 동식물 종의 서식지를 회복시킬 수 있다.

이처럼 환경조형물의 환경적 가치는 그것이 창출하는 생태적 이익과 생물 다양성 보호⁷³⁾에 대한 것까지도 고려하지 않으면 안 된다.

잘 설계된 환경조형물은 자연환경을 보호하고, 인간의 활동이 생태계에 미치는 부정적인 영향을 최소화하는 데 도움을 줄 수 있다⁷⁴⁾.

예컨대 지속 가능한 자재를 사용하거나, 에너지 효율을 높이는 설계를 통하여 환경 부담을 줄일 수도 있다.

환경조형물의 환경적 가치 고려는 생태계의 내구성과 생태계 서비스의 향상을 통해 환경의 건강과 안정성을 증진시킬 뿐만 아니라, 다양한 종들의 존재를 통해 조형물이 위치한 곳을 방문하는 사람들에게 교육적 가치를 제공하고, 자연에 대한 이해와 존중을 증진시키는 데 기여할 수 있다.

따라서, 환경조형물의 환경적 가치는 그것이 창출하는 생태적 이익과 생물 다양성 보호에 대한 중요성을 강조한다. 환경조형물은 생태계의 일부로서의 역할, 생태계 복원의 도움, 자연 환경의 보호, 그리고 생물 다양성의 증진 등을 통해 환경에 긍정적인 영향을 미치며, 이는 우리가 살아가는 환경의 지속 가능성과 생물 다양성을 보존하는데 중요한 역할을 한다.

환경조형물의 환경적 가치를 높임으로써, 지구의 생명을 보호하고 보존하는 방법에 대해 더 깊이 이해할 수 있다⁷⁵⁾.

71) 이소민(2021), 아키타시 오모리야마 동물원 ‘원숭이집’의 환경조형물 디자인 연구.

72) 김채연, 황용섭, 박성룡(2014), 지속가능한 공공공간과 환경조형물의 관계성에 관한 연구. 기초조형학연구, 15(5), pp.175-187

73) 조은하(1998), 생태환경과 에콜로지 디자인. 한국디자인문화학회지, 3(1), pp.69-87

74) 조은하(1998), 생태환경과 에콜로지 디자인. 한국디자인문화학회지, 3(1), pp.69-87

75) 여화선(2005), 환경도자 조형물의 활용성에 관한 연구. 일러스트레이션 포럼, 6(11), pp.9-22

이런 이유에서 환경조형물의 환경적 가치는 아무리 강조해도 지나치지 않다.

2.2.2.2 기능적 가치

환경조형물의 기능적 가치는 환경조형물이 수행하는 실질적인 기능을 말한다. 환경조형물은 공간을 구분하거나, 방향을 제시하는 등의 역할을 수행할 수 있으며, 장소의 식별성을 강화하거나, 그곳의 이용자에게 안전한 공간을 제공하는 등의 기능을 수행할 수도 있다.

환경조형물의 기능적 가치는 그것이 수행하는 공간적 구분, 방향 제시, 장소 식별성 강화, 그리고 안전한 공간 제공 등 기능의 중요성을 나타낸다⁷⁶⁾.

환경조형물의 충실한 기능적 가치는 공간의 사용성과 효율성을 향상시키며, 도시와 지역의 인프라와 시설을 개선하고 보완하는데 기여한다⁷⁷⁾.

이러한 환경조형물의 기능적 가치는 도시의 교통흐름을 원활하게 하거나, 보행자와 자전거 이용자들의 안전과 편의를 높이는 도로 및 교통 시설뿐만 아니라, 공원, 광장, 보행로 등의 공공공간에서의 경험을 풍부하게 만드는 데에도 영향을 미치며, 기능적 가치를 지닌 환경조형물은 에너지 효율성, 생태계 보호, 그리고 지속 가능한 자원 관리를 지원하는데 중요한 역할을 한다⁷⁸⁾.

환경조형물의 기능적 가치는 사용자와 환경 사이의 상호작용을 통해 더욱 강화될 수 있는데 환경조형물을 발상하는 예술가와 디자이너들은 인간 중심의 접근 방식을 통해 소비자 요구와 행동을 고려한 디자인을 개발하고 이를 통해 공간이 제공하는 쾌적함과 편리함을 극대화시킬 수 있어야 한다.

환경조형물의 기능적 가치를 높이기 위해서는 친환경적 재료와 기술의 사용, 그리고 환경에 미치는 영향을 최소화하는 방법 등을 도입하여, 환경 보호 및 지속 가능한 발전을 추구해야 할 것이다.

환경조형물의 기능적 가치를 극대화하기 위해서는 다양한 이해관계자들이 협력하고 지속적인 노력이 필요하다.

76) 전승용(2008), 국내 테마파크 조형물의 문화기호학적 분석: 롯데월드의 조형물을 중심으로. 문화산업연구, 8(2), pp.106-123

77) 김동찬, 김신원, 최주현(2009), 아파트단지 진입공간의 환경조형물에 관한 연구: 서울시. 한국디자인문화학회지, 15(3), pp.28-36

78) 임춘배(1996), 도시공간에서의 환경조형물.

이를 위해서 예술가, 디자이너, 지역 사회, 정부, 기업 등이 일체가 되어 공동의 비전과 목표를 설정하고, 혁신적인 기술과 소재를 활용하여 기능적 가치를 높이기 위한 환경조형물을 기획하고 구현해야 할 것이다.

그럴 때야 비로소 환경조형물의 기능적 가치가 도시와 지역의 품질을 향상시키고, 지속 가능한 발전과 사회적 협력을 촉진하는 중요한 역할을 수행할 수 있을 것이다.

2.2.2.3 심미적 가치

환경조형물은 그 자체로서 심미적 가치, 즉 형태적 아름다움과 조화로운 미적 특성을 가져야 한다. 환경조형물은 공간을 장식하고, 그곳의 느낌과 분위기를 향상시킴으로써 사람들의 생활공간에 아름다움을 더해야 하고, 공간의 쾌적함과 만족감을 높여야 한다⁷⁹⁾. 환경조형물은 다양한 예술적 요소, 즉 독창적이고 아름다운 형태, 색상, 형태, 질감, 조명 등을 활용하여 공간을 시각적으로 아름답게 장식하고 연출할 수 있어야 한다⁸⁰⁾.

환경조형물의 풍부한 미감이 소비자로 하여금 시각적인 즐거움과 감각을 자극하여 더욱 쾌적하고 쾌활하며 풍요로운 삶에 대한 영감을 가질 수 있도록 활력을 불어 넣는 기제로서 작용해야 하는 것이다.

환경조형물은 그 자체로서도 완전한 하나의 예술적 표현의 결과물이어야 하고, 제작자의 예술적 창의력과 독창성을 보여줘야 한다.

이를 통해 환경조형물은 주변 공간에 독특한 분위기나 감정을 가진 인상적인 공간을 연출함으로써, 편안함과 안정감을 갖도록 해야 한다.

환경조형물 기획, 제작자는 환경조형물을 통해 자신만의 독창적이고 창의적인 아이디어와 비전을 나타내 보임으로써, 사람들에게 예술적인 감동과 인상을 느낄 수 있도록 해야 한다. 창의적이고 독특한 아이디어와 조형 감각을 발휘함으로써 환경조형물 표현의 영역을 확장시키고, 그 새로운 가치를 경험할 수 있게 해야 한다.

79) 백상옥(2010), 복잡주거생활공간 속 환경조형물의 실태, 분석, 조선대학교 대학원 박사학위 논문.

80) 김혜진, 정지복, 최정인(2019), 대학 내 공공 환경조형물 색채 감성이미지 분석 연구-공주대학교 사례를 중심으로, Journal of Digital Convergence, 17(6).

심미적 가치가 있는 환경조형물은 사람들의 삶에 긍정적인 영향을 미침으로써, 시각적인 즐거움과 인상을 제공하고, 일상을 벗어난 특별한 경험을 선사한다. 그리고 도시환경으로서 공공공간의 품격과 질을 높임으로써, 사람들이 다양한 활동을 즐길 수 있는 공간을 만들게 된다.

지역의 문화적인 가치와 정체성이 반영된 환경조형물을 통해 지역은 그 나름대로의 독창적인 모습을 가진 도시로서의 문화적인 유산과 아이덴티티를 갖고 발전을 거듭할 수 있는 면모를 갖추게 될 것이다.

환경조형물은 역사와 전통을 보존하고 다양한 개성을 가진 사회와 문화의 정체성을 존중하는 심미적 도시 예술품이어야 할 것이다.

2.2.3 환경조형물에 대한 소비자 인식과 평가

2.2.3.1. 소비자 인식

환경조형물에 대한 소비자의 인식과 평가는 말 그대로 소비자가 환경조형물에 대해 생각하고 필요성이나 기여 가치를 판단하는 것이다.

어떤 조형물은 소비자의 인식과 평가 긍정적인 좋은 환경조형물이 있는가 하면, 어떤 것은 그렇지 않은 것이 있을 수도 있다.

환경조형물은 도시와 소비자의 생활 속에서 직접적이면서도 구체적으로 작용한다. 여기에서의 상호 연계와 작용을 고려하며 총체적인 관점에서 접근해야 소비자와의 교감이 풍부한 도시 문화공간을 만들어 낼 수 있다⁸¹⁾.

환경조형물은 이렇듯 도시환경과 소비자 생활에 직접적인 영향을 미치며, 도시의 효율성을 더하고, 소비자 삶의 질을 향상시킨다. 따라서 소비자들은 환경조형물에 대한 가치와 기능을 인식하게 되고, 이에 대한 만족이나 불만족감을 느끼게 된다⁸²⁾.

환경조형물에 대한 부정적인 시각이 있을 수 있다는 사실이다. 서울시 환경조형물은 현재 일반 시민들과 건축주들에게 부정적인 인식을 받고 있으므로, 개선이 필요하다는 것이다⁸³⁾.

81) 김근식(2023), 이용자 만족도 제고를 위한 도시공간 환경조형물 조형 디자인 구성요소에 관한 연구 -대구시 중앙로 일대 환경조형물을 중심으로, 대한건축학회 연합논문집, 25(5), pp.61-68

82) 전재균, 김동진(2021). IPA 기법을 통한 흰여울문화마을의 관광 활성화 연구. Journal of The Korean Data Analysis Society, 23(1), pp.445-458

어떤 조형물은 소비자로부터 외면을 받음으로써 방치되고 있는 경우가 없지 않다<그림8>. '온나 온나, 모다 모다'라는 조형물은 2021년 5월 부산 초량천 예술정원 사업 일환으로 밥그릇, 냄비, 프라이팬, 스테인리스 용기 등을 주민에게 기증아 만들어진 것이나, 주변 경관과 어울리지 않는다는 평가로 인해 이전 요구가 제기된 바 있다⁸⁴⁾.

포항 운하에 설치된 환경조형물의 경우에는 관리 미비로 흉물화한다는 보도가 있었다⁸⁵⁾. 또한 포항시 동해면의 '은빛풍어' 조형물은 주민 반대로 철거된 사례가 있다⁸⁶⁾.



〈그림8〉 흉물 평가 환경 조형물
(왼쪽부터 부산 초량천, 포항 운하, 동해면 환경조형물)

한국건축가협회는 환경조형물을 시민의 문화재로 인식시키기 위한 다양한 방안을 제안하였는데, 그중에는 건축주, 건축가, 환경조형물 제작자 간의 협의 강화, 조형물의 다양화, 정보센터 설치, 예술성 강화, 환경조형물 심의 강화를 포함하고 있다. 또한, 환경조형물의 예술적 질적 향상과 시민 참여를 강조하였다.

이러한 한국건축가협회의 환경조형물에 관한 논의와 제안은 환경조형물이 갖고 있는 여러 가지 문제를 해결해야 함을 나타내는 것인 한편, 환경조형물이

83) <https://www.mk.co.kr/news/economy/753056>

84) <https://www.busan.com/view/busan/view.php?code=2023032318161441449>

85) <https://www.kyongbuk.co.kr/news/articleView.html?idxno=2108617>

86) https://www.kyongbuk.co.kr/news/articleView.html?idxno=2020499&sc_serial_code=SRN11

단순한 장식물의 수준을 넘어서 시민들의 문화적 자산이 되어야 함을 시사하고 있다.

환경조형물에 대한 소비자의 이러한 인식과 평가는 환경조형물을 기획하고 제작하며, 설치하는 일을 하는 이들에게 중요한 팁을 제공한다. 환경조형물을 소비하는 진정한 소비자의 생각과 평가를 확인해서 환경조형물 좋지 않은 것이나 환경조형물이 갖는 문제를 해결할 수 있기 때문이다.

신동훈(2019)은 광주 도심에 설치된 환경조형물에 대한 시민들의 인식과 태도 연구에서 환경조형물이 공공공간에서 갖는 문화적, 심리적 중요성을 확인하면서, 다양한 연령층과 성별에 따라 환경조형물에 대한 다양한 인식과 태도를 갖는 것을 확인하였다⁸⁷⁾.

최철형 등(2009)은 지하철 역사 내 환경조형물의 중요성과 그에 대한 이용자들의 인식 연구에서 지하철역사 내 환경조형물이 단순한 장식이 아닌, 공공예술의 중요한 부분이며, 지역 문화의 전달자이자 시각적 풍요로움을 제공하는 역할을 수행한다고 주장하였다. 지하철 역사 내 환경조형물들은 지하철 이용자들의 감성과 기대에 부합하고, 지하철 역사의 환경과 조화를 이루는 것이 중요⁸⁸⁾하다는 것이다.

한편 환경조형물에 대한 소비자의 인식과 평가는 환경조형물의 위치한 지역의 사회적, 문화적, 심리적 환경과도 연관이 있다. 일반적으로 환경조형물은 지역의 특성을 반영하고, 공공의 공간에 예술적 가치를 더함으로써 소비자들의 삶의 질을 향상시키는 역할을 한다. 이는 환경조형물이 공공미술의 중요한 역할을 수행해야 하며, 소비자 삶의 환경을 아름답게 하고, 문화적 정체성까지도 형성해야 함을 의미한다.

예컨대 지역의 역사나 문화를 반영한 환경조형물은 소비자에게 보다 더 긍정적인 인식과 방문 의사결정에 영향을 미칠 것이다. 반대로 환경조형물이 주변 환경과 부조화하는 등의 이유로 가치 인식이 낮을 경우, 소비자의 환경조형물에 대한 만족도나 가치평가는 부정적일 수밖에 없을 것이다.

87) 신동훈(2019), 공공공간에서 장소성 향상을 위한 환경조형물 도입방안 연구. 가천대학교 석사학위논문.

88) 최철형, 박선우, 김창현, 조한진(2009), 광역시 지하철 환경조형물에 대한 이용자 의식분석 연구. 한국철도학회 논문집, 12(6), pp.927-935

환경조형물에 대한 소비자의 만족도는 소비자의 긍정적 인식과 밀접하게 연결되어 있다⁸⁹⁾. 조형물은 단순히 물리적 존재를 넘어 소비자의 문화적, 심미적 경험에 영향을 미치기 때문이다⁹⁰⁾. 소비자가 조형물을 긍정적으로 인식할 때, 만족도를 높일 수 있으며⁹¹⁾, 긍정적 인식이 있는 환경조형물만이 지역 활성화와 지역의 문화적 정체성 강화는 물론 경제적으로 기여하게 된다. 공공공간의 문화적 가치를 높이고, 사회적 상호 작용을 촉진시키며, 도시의 브랜드 가치를 향상시킬 수 있다.

2.2.3.2. 소비자 평가 요인

우리가 생활하는 곳의 일부인 공공공간은 단순한 통행 장소가 아니라, 서로 교류하고 문화를 체험하는 곳이기도 하다.

환경조형물은 바로 이 공간에 심미적, 사회적, 심리적 측면에서 영향을 주는 요소가 된다. 따라서 소비자가 환경조형물에 대해 어떤 인식과 평가가 어떠한지, 그리고 그러한 인식을 형성하는 데 영향을 주는 요소들은 무엇인지에 대한 분석이 필요하며, 이러한 인식을 강화하고 만족도를 높이기 위해 해결해야 할 문제점들을 찾아냄으로써, 환경조형물 개발을 위한 최적화된 전략을 마련할 수 있다.

환경조형물은 단순히 공간을 장식하는 역할을 넘어서 공공공간의 사용과 경험을 풍부하게 만드는 중심적인 역할을 한다. 소비자들이 조형물을 어떻게 인식하고 평가하는가는 그들의 행동에 영향을 미치며, 이는 공공공간의 사용 빈도와 활성화 정도를 결정짓는 중요한 요인이 된다.

또한, 인식 형성에 영향을 주는 요소들을 이해하는 것은 환경조형물이 소비자들에게 긍정적인 반응을 이끌어내고, 지속 가능한 관심과 참여를 유도하기 위한 전략을 개발하는 데 필수적이다.

89) 최철형, 박선우, 김창현, 조한진(2009), 광역시 지하철 환경조형물에 대한 이용자 의식분석 연구. 한국철도학회 논문집, 12(6), pp.927-935

90) 홍경완(2007), 지역축제 물리적 환경이 방문객 감정과 만족에 미치는 영향. 관광연구저널, 21(1), pp.41-54

91) 박홍식, 장은경(2008), 지역축제의 물리적 환경이 볼거리인식과 방문만족에 미치는 영향: 2008 함평 나비 대축제. 관광연구저널, 22(4), pp.105-116-

윤기환과 김진선(2006)은 환경조형물의 평가 요인을 예술성, 환경성으로 구분하였다. 예술성 평가요인으로는 형식적인 아름다움(비례, 균형, 크기, 색채 이미지, 재질감, 시각 이미지 등)와 내용적인 아름다움(대중 예술적 가치, 상징성, 시대적 표현의 적절성), 그리고 독창성(심미성, 창의성)을 제시했다⁹²⁾.

환경성 평가 요인은 연구자에 따라 차이가 있는데, 왕가와 이상영(2023)은 환경조형물 주변 환경과의 친화성 정도나⁹³⁾, 자연환경에 대한 기여나 훼손 여부 등을 평가하는 경우가 있었다. 그러나 대부분의 환경조형물 환경평가 요인은 도시 미관에의 기여도, 설치 환경과의 조화성을 강조하는 경향이다. 특히 도시 미관에 대한 기여도는 도시환경과의 조화, 주변 환경 및 건축물과의 조화를 중시하고 있다.

여기에서 더 나아가 환경조형물에 대한 평가를 통하여 문제점들을 식별하고 해결하는 것은 소비자 만족도를 높이는 데 직접적인 영향을 미친다.

소비자들의 불만족이나 요구를 반영하여 환경조형물을 개선하면, 이는 공간의 사용자 경험을 개선하고, 재방문을 유도하며, 공간에 대한 긍정적인 인식을 확산시킬 수도 있다. 최적화된 전략을 마련하는 것은 이러한 긍정적 결과를 시스템적으로 접근하고 실현하는 데 중요하다. 이는 조형물의 디자인, 설치, 유지 관리 방법을 포괄적으로 고려하여 효과적인 조형물 개발과 관리 방안을 제시하고, 이를 통해 공공공간의 지속 가능한 발전을 도모하는 데 기여할 수 있을 것이다.

이제까지 환경조형물에 대한 주된 평가요소를 보면 다음과 같다.

(1) 예술성

환경조형물은 단순한 건축 장식물 수준을 넘어 인간의 내면 의식을 탐구하고 표현하는 상징적인 예술작품으로 발전해왔다. 환경조형물은 그 자체로서 예술 개념과 깊이 연결되어 있으며, 예술적 가치와 의미를 포함하고 있다.

따라서 환경조형물은 단순히 물리적 공간을 장식하는 것을 넘어서, 예술작품으로서의 독립된 정체성과 역할을 갖고 소비자에게 깊은 사유와 감상의 기회를 제공⁹⁴⁾한다. 따라서 환경조형물 자체의 예술성과 함께 주변 환경이나 도

92) 윤기환, 김진선(2006), 앞의 논문, pp.109-120

93) 왕가, 이상영(2023), 빅데이터의 이미지 어휘 추출을 통한 중국 현대 도시 조형물의 이미지 평가 연구. 조형미디어학, 26(3), pp.179-188

94) 이재복, 양호일(1999), 환경조형물의 논쟁. 한국디자인문화학회지 5, no.2: pp.201-212

시 미관과의 조화와 연관성을 중시하는 경향이며, 환경조형물 심의 평가 과정에도 이를 반영하고 있다.

환경조형물 추진 주체의 하나인 지방자치단체들이 환경조형물 평가 과정에서 조형물 창작자나 업체의 예술성과 도시 미관 기여도를 포함시키는 것이 것으로, 주된 평가 내용은 환경조형물의 예술성, 조형물과 주변 건축물과의 조화, 시민의 정서에 대한 기여도 등이다.

공공미술이라고도 불리는 환경조형물은 우리나라 문화예술진흥법상 미술작품에 해당하며, 공공장소에 설치되어 사람들의 공감대를 형성하고 도시 경관을 조성하는 역할을 한다. 이러한 관점에서 환경조형물이 공공공간의 아름다움과 쾌적함을 증진시켜야 하는 것은 빼놓을 수 없는 환경조형물의 역할이며, 이를 위한 예술성이 점점 더 중요해지고 있다.

환경조형물은 도시 공간 속에 있는 자연적 요소와 인간이 만든 인공시설과의 조화, 도시 환경에 대한 미적인 기여, 그리고 소비자의 정서와 심미적 만족감을 충족시켜야 하는 것이다.

이처럼 환경조형물은 복합적인 예술적 영향이나 효과, 가치를 가져야 하는 것으로 인식되고 있다.

(2) 조화성

환경조형물 조화성 평가의 주된 내용은 환경조형물이 주변 환경과 어떻게 상호 작용을 하는가를 평가하는 것이다⁹⁵⁾. 환경조형물의 조화성은 작품이 설치될 곳의 환경을 섬세하게 고려하여 그 환경에 부합하도록 하는 것, 그리고 환경조형물이 어느 정도 환경을 향상시킬 수 있도록 설계되고 설치되어 환경에 기여하고 있는가⁹⁶⁾ 하는 것이다.

환경조형물의 조화성은 미적인 즐거움뿐만 아니라, 공간의 기능적 측면을 어느 정도로 강화하고, 지역 사회의 정체성과 어느 정도로 연결되는가에 따라서도 평가가 달라진다. 환경조형물이 도시의 역사적 배경, 문화적 맥락, 그리고 사회적 환경을 얼마나 잘 반영하는가를 포함하는 것이다⁹⁷⁾.

95) Guo, S.(2019), Natural Ecological Environment Protection Publicity Sculpture Design Based on Visual Communication. Ekoloji Dergisi, (108).

96) Schenker, H.(1954), Harmony (Vol. 1). University of Chicago Press.

예컨대, 역사적인 전통을 강조하는 지역의 환경조형물은 그 지역의 과거를 상징하거나, 현재의 문화적 특징, 또는 미래에 대한 비전을 제시하는 방식으로 설계될 수 있다.

또한, 환경조형물이 지역 커뮤니티와 얼마나 사회적 동질감을 강화하는가, 그리고 환경조형물이 공공장소에서 얼마나 교류를 촉진하는 역할을 하는가가 평가 내용이 될 수 있다.

따라서 환경조형물의 물리적인 조화성은 주변 건축물, 자연환경, 도시 인프라와 어떻게 시각적으로 통합되는가⁹⁸⁾에 대해 초점을 맞춰 강조하게 된다.

이는 환경조형물 주변 건축물의 스타일, 색상, 재료와 조화를 이루는지, 자연환경과 어울리면서도 자연의 아름다움을 훼손하지 않는지, 그리고 주변과의 관계에서 기능적으로 올바른 위치에 배치되었는지를 평가한다.

환경조형물이 만들어내는 공간의 가치, 즉 소비자가 얼마나 그 공간을 적극적으로 사용하는가를 평가한다.

한편 환경조형물의 감정적인 조화성은 지역 주민들에게 주는 정서적 안정감과 만족감의 정도, 그리고 소비자들의 공간에 대한 인식 개선 정도, 그리고 소비자들이 그 공간을 경험함으로써 얻는 감정적 반응에 미치는 영향 평가이다⁹⁹⁾.

환경조형물은 소비자의 공공공간에 대한 경험을 얼마나 풍요롭게 하는지, 그리고 공간에 대한 긍지와 애착을 얼마나 갖게 할 수 있는지가 중요하다. 환경조형물은 단순히 물리적으로 아름다운 조형물에서 그치는 것이 아니라, 소비자와 정서적으로 교감해야 하며, 그러한 연결 관계 속에서 공간의 새로운 의미가 생기고, 소비자에 대한 긍정적인 영향을 가질 수 있다는 것이다.

(3) 공공성

환경조형물은 공공공간에서 부여된 역할을 수행해야 한다. 그것은 곧 환경조

97) Czepczyński, M.(2008), Cultural landscapes of post-socialist cities: representation of powers and needs. Ashgate Publishing, Ltd..

98) Guo, S.(2019), Natural Ecological Environment Protection Publicity Sculpture Design Based on Visual Communication. Ekoloji Dergisi, (108).

99) Dmitrievich, C. A.(2022), Features of emotional impact and therapeutic properties of wooden sculptures. SENTENTIA. European Journal of Humanities and Social Sciences, (4), pp.8-13

형물이 설치되는 곳의 독특한 이미지와 정체성을 형성해야 한다.

따라서 환경조형물은 주변 환경과 안정적인 상호작용을 이루는 것이 필수적인 조건이다. 환경조형물이 소비자들에게 시각적 즐거움을 제공해야 하고, 형태적으로 아름다울 뿐만 아니라, 기능을 가져야 하며, 주변 환경과 조화롭게 어울려야 한다. 이처럼 환경조형물은 도시의 전체적인 이미지와 연속성을 갖고 어울려야 하며, 일관성이 있는 이미지를 형성해야 한다. 환경조형물은 도시 경관을 구성하는 하나의 요소로서 전체 도시 이미지를 조화롭게 조직화하는 중요한 역할과 책임이 있다는 것이다.

환경조형물은 공공성의 측면에서 문화적 공간의 정체성과 지역성을 반영해야 하고, 소비자의 접근성을 고려해야 하며, 즐거운 디자인으로 소비자들에게 새로운 경험과 장식성을 제공해야 한다¹⁰⁰⁾.

이처럼 환경조형물은 환경과의 조화, 공공성과 같은 다양한 요소를 고려해야 한다. 공간의 정체성과 지역성 반영하고, 새로운 장식적 요소로서 충실한 역할을 해야 하며, 소비자에 대한 심리적 친밀감을 형성하고, 안정성 및 보존성 측면에서도 안전해야 하고, 장기간에 걸쳐 잘 관리되며, 쉽게 접근할 수 있어야 한다¹⁰¹⁾. 여기에서 환경조형물의 안정성은 외부 환경의 변화에도 불구하고 설치 당시의 원래 상태를 유지하는 것으로서, 사후 관리에 따른 안전성, 접근성, 사용성을 담보하는 조건이기도 하다.

좋은 설계의 좋은 환경조형물은 조화로운 도시 공공공간을 형성하고 문화적, 사회적, 심미적 가치를 향상시킴으로써 도시를 발전시키는 데 크게 기여한다¹⁰²⁾. 도시 성격과 정체성을 도드라지게 해주고, 소비자들에게 새로운 시각적 경험과 장소 감각을 제공한다. 따라서 환경조형물은 도시 환경이 요구하는 사회적 문화적 요건에 대한 깊은 이해와 세심한 고려가 전제되어야 한다.

이러한 복합적인 요구 충족을 위해서는 다양한 분야 전문가들의 지혜와 협력을 통한 통합적이고도 전략적인 차원의 접근이 필요하다고 할 것이다.

100) Lee, L.(2012), Sculpture's condition| Conditions of publicness: Isa Genzken and Thomas Hirschhorn, Princeton University.

101) Burk, A. L.(2006), Beneath and before: continuums of publicness in public art. Social & Cultural Geography, 7(6), pp.949-964

102) Brown, K. A.(2011), Circling the Square: Publicness and the Transformations of the Modernist Performative Artifact. University of California, Santa Cruz.

2.3 환경조형물 인식과 평가에 영향을 미치는 요인

환경조형물에 대한 소비자의 인식과 평가는 곧 환경조형물의 존재 가치이다. 환경조형물의 가치는 그것이 공공공간과 어떻게 상호 작용하며, 소비자에게 어떤 의미를 전달하는 것으로서 다가가는 것인지, 그리고 그것이 소비자들에게 어떠한 공간의 경험을 제공해주는가¹⁰³⁾ 하는 것을 포함한다.

이러한 것들이 좋은 환경조형물이 갖춰야 할 요건이자 가치이며, 조형물 평가 요소나 항목이다.

우리는 소비자가 환경조형물에 대해 갖는 인식 전반의 모습을 파악함으로써, 환경조형물의 수준이나 가치를 이해할 수 있다¹⁰⁴⁾.

환경조형물이 만들어낼 수 있는 바람직한 반응이나 가치를 탐색하고 이를 목록화하는 것은 환경조형물의 가치를 배가할 수 있는 필수 준비 과정이고 행동이다.

환경조형물에 대한 소비자의 인식을 근거로 환경조형물의 이상적인 모습에 접근해갈 수 있기 때문이다.

그렇다면, 환경조형물의 인식과 평가에 영향을 미치는 요인들은 어떠한 것들이 있을까? 영향 요인은 매우 다양하다.

본 연구가 환경조형물의 인식과 평가에 영향을 미치는 요인을 선정하기 위해 사용한 환경조형물과 관련하여 포커스 그룹 인터뷰(FGI : Focus Group Interview) 방법은 다음과 같다.

FGI에 참여한 전문가는 10년 이상의 경력을 가진 환경조형물 제작 업체 임원 3명, 10년 이상의 경력을 가진 디자인학과 교수 3명, 그리고 5년 이상 환경조형물 관련 업무 경험이 있는 지방자치단체 임직원 3명 등 총 9명이었다.

FGI는 2023년 10월 7일 한성대학교 내 회의실에서 오전, 오후로 나누어 실

103) Skeggs, E. S., Langberg, E. I., Marcucci, S., & Mackintosh, T. P.(2017), Weighing Perceived Values of Tinguely's Sculptures Against Technically Advanced Conservation.

104) 이영선, 신은주(2011), 문화예술상품에 대한 소비자의 가치인식과 추구혜택에 관한 질적 연구. Asia Marketing Journal, 12(4), pp.27-54

시하였다. 오전은 환경조형물의 인식과 평가에 영향을 미치는 요인 선정, 그리고 오후는 선정된 요인에 대한 원인, 해결방안 등에 대한 심층 토론을 실시하였다.

환경조형물 인식과 평가 영향 요인 선정은 1차로 각 전문가별로 20개 내외의 영향 요인을 자유롭게 적도록 해서 취합한 후, 중복된 영향 요인을 제외한 총 49개에 대해 전문가 9명의 영향력 우선순위에 대한 투표를 실시하였다.

투표결과 5명 이상이 추천한 영향 요인을 2차 영향 요인으로 선정하였으며, 2차 영향 요인에 대해 심층 토론을 거쳐, 3차 최종 8개 요인을 선정하였다. 단, 5명 이상이 중복 추천한 요인 중 환경조형물에 미치는 영향 측면에서 객관화하기 어려운 요인이나 직접적인 관련성이 적은 요인은 선정에서 제외하였으며, 서로 중첩되는 영향 요인은 FGI에 참여한 전문가들의 토론을 거쳐 하나의 요인으로 통합하였다<표2>.

다음은 FGI를 통해 사전 조사한 환경조형물의 인식과 평가에 영향을 미치는 요인을 환경조형물 개발 순서에 맞춰 선정된 영향 요인을 정리한 것이다.

첫째, 환경조형물의 수준과 질이다.

둘째, 환경조형물 기획능력이다.

셋째, 환경조형물 제안 평가와 선택과정이다.

넷째, 환경조형물 관련 제도와 법이다.

다섯째, 환경조형물 제작능력과 기술이다.

여섯째, 환경조형물 예산과 자재의 질이다.

일곱째, 환경조형물 마감과 연출 능력이다.

여덟째, 환경조형물 유지 관리와 보수이다.

이상 FGI를 통해 환경조형물의 인식과 평가에 영향을 미치는 요인을 선정한

번호	포커스그룹 추천 영향 요인	1차	2차	3차
1	환경조형물 형태 발상 능력 부족	●		
2	환경조형물 제작 전문기술교육, 재교육 부재	●		
3	환경조형물 제작능력과 기술 부족	●●●●●●●●	●	●
4	업체의 환경조형물에 대한 인식 부족	●●		
5	환경조형물 전반에 걸친 낮은 수준과 질	●●●●●●●●●●	●	●
6	환경조형물 제작업체의 관리 감독 능력 부족	●●●		
7	소비자의 환경조형물 전반에 대한 인식, 이해 부족	●		
8	환경조형물 경쟁 참여업체 수 절대 부족	●●		
9	조형물 설치 공간 및 환경에 대한 불충분한 분석과 인식	●●●		
10	환경조형물 사후 유지보수, 관리비용 부족	●●		
11	환경조형물 제안단계에서의 기획력 능력 부족	●●●●●●●●●●	●	●
12	컨셉 부재 등으로 인한 무분별한 제작물 난립	●		
13	환경조형물 유지 관리와 보수가 제대로 이루어지지 않음	●●●●●●●●	●	●
14	환경조형물 기획, 제작 업체의 디자인 감각과 능력 부족	●●●		
15	조형물 제안서 평가자 선정의 문제	●●●		
16	권위를 가진 환경조형물 평가, 관리기관 부재	●●●		
17	환경조형물 제안서 평가자의 협소한 인력풀	●●●		
18	환경조형물 제작자의 전문성과 숙련성 부재	●		
19	공정성과 객관성이 부족한 평가 및 선택과정	●●●●		
20	환경조형물 제안업체가 다양하지 못하고 제한적임	●		
21	축박한 환경조형물 제안서 제출 시간	●●		
22	불합리한 환경조형물 제안서 평가와 선택과정	●●●●●●●●●●	●	●
23	시간에 쫓기는 조형물 제작 기간	●●		
24	제안서 평가자 개성과 취향, 편견에 따른 조형물 선택	●●●●●●●●	●	
25	업체의 판에 박은 환경조형물 기획안 제안	●●●●●	●	
26	자사 선정을 위한 편법 동원	●●●●		
27	환경조형물 제안, 제작업체의 책임의식 부족	●		
28	환경조형물 제안서 평가자의 전문성 및 평가능력 부족	●●●		
29	환경조형물 제작과정에서 저급한 자재, 기술 사용	●●		
30	환경조형물 제작에 대한 단일한 태도와 편법 사용	●●●●		
31	환경조형물 개발 제작 설치비 부족	●●●●●●●●●●	●	●
32	국내 업체 중심의 편협한 환경조형물 제안, 제작 회사	●		
33	제작 하청으로 인한 제작비 부족	●●		
34	국가 차원의 환경조형물 평가자 인력풀 부재	●●		
35	확립화되고 편한 수준의 형식적인 환경조형물 제안	●●●●●	●	
36	길은 환경조형물 중복 노출로 인한 신선감 부재	●●●●		
37	합리적이지 못한 환경조형물 관련 제도와 법	●●●●●●●●●●	●	●
38	국가 차원의 환경조형물 감독기관 부재	●●●		
39	환경조형물 추진 주체의 불완전한 인식과 전문성 부족	●●●		
40	조형물 평가, 퇴출제도 부재로 인한 저급한 조형물 노출	●●		
41	환경조형물 제안서 평가의 불합리성	●●●●		
42	조형물 추진 주체의 합리적이지 않은 평가위원 위촉과정	●●●●●	●	
43	영세한 환경조형물 기획, 제안, 제작업체 문제	●		
44	조형물 제안안 개발에 대한 업체의 투자 부족	●●		
45	정부, 지자체의 조형물에 대한 판에 박은 인식과 대응	●●●●●	●	
46	선진국 환경조형물 정보에 대한 접촉기회 부족	●		
47	세련된 환경조형물 마감과 연출 능력 부족	●●●●●●●●	●	●
48	환경조형물에 대한 일반인의 무관심	●●		
49	환경조형물 유효 설치 기간 미설정, 낮은 조형물 방치	●		

●표는 추천 수와 영향 요인 선정 결과임.

〈표2〉 환경조형물의 인식과 평가에 영향을 미치는 요인

이후, 본 연구에 필요한 환경조형물 개발 최적화 전략 모델 구축을 위해 다시 FGI에 참여한 전문가 9명의 심층 토론을 실시하였다.

심층 토론 내용은 선정 요인, 즉 환경조형물의 인식과 평가에 영향을 미치는 요인에 의해 나타날 수 있는 문제, 영향, 결과, 그리고 문제, 영향, 결과를 해결하기 위한 방안을 찾기 위한 것이었다. 심층 토론 결과는 기록으로 옮긴 후 문제해결을 위한 방안, 또는 전략 내용으로 사용하였다.

2.3.1 환경조형물 관련 제도와 법규

환경조형물의 설계, 설치, 관리에 영향을 미치는 기본적인 틀과 관련된 것이 환경조형물 관련 제도와 법규이다.

환경조형물 제도와 법규는 환경조형물이 지역의 문화, 환경, 사회적 요구를 어떻게 반영해서 나타내야 할지를 결정하는 데에 있어서 매우 중요한 역할을 한다. 예컨대, 환경조형물의 위치 선정, 디자인 승인, 안전 기준 준수와 같은 여러 측면과 관련한 것들을 규정하고 관리하는 역할이다.

문희숙(2012)은 환경조형물의 체계적인 설치 기준을 마련하고, 엄격한 사후 관리가 필요하다는 것에 대한 법적·제도적 개선이 요구된다¹⁰⁵⁾고 주장하였다. 정수진과 장영석(2004)는 이미 설치된 조형물 중 적합성이 현저하게 떨어지는 것은 폐기 검토와 논의를 적극적으로 해야 할 필요가 있다고 주장하였다. 도시의 이미지를 결정하는 환경조형물이 소비자에게 보다 친근하고 만족을 주는 공간기여 요소가 되어야 한다¹⁰⁶⁾ 의미이다.

소비자 삶의 질을 높이고 풍요로운 생활을 위해 만족감을 높여야 하는 환경조형물이 설치에만 급급할 것이 아니라, 도심 속 문화 조성 역할자로 거듭나게 하기 위한 체계적인 관리를 위한 제도와 법인 필요하다는 것이다.

환경조형물과 관련한 제도와 법규를 정리하면 다음과 같다.

1972년 제정된 ‘문화예술진흥법’을 근거로 탄생한 ‘건축물 미술품 설치제도’는 빌딩 앞 조각상과 같은 수많은 ‘도시 속 미술 (Art in A City)’을 양산

105) 문희숙(2012), 앞의 논문, pp.65-72

106) 정수진, 장영석(2004), 가로경관에 환경조형물이 미치는 영향에 관한 연구: 서울 테헤란로를 중심으로, Archives of Design Research, pp.323-334

하면서, 도시경관을 형성하는 데 매우 큰 영향을 미친 제도이다¹⁰⁷⁾.

‘건축물 미술작품 설치제도’는 국가가 직접 나서서 만든 강제성을 띤 환경조형물과 관련한 제도이다.

이는 아시안게임 및 서울올림픽 등 국제 행사 유치를 계기로 도시 미관 개선을 위한 수단 중의 하나로서 건축 조례와 결부시킨 강제성을 띤 것이었다¹⁰⁸⁾.

건축 조례에 의한 강제적 시행은 제도 정착의 계기가 되기는 하였으나, 개별 건축주의 실천 의지에 따라 그 기여 결과는 매우 달랐다. 미술품의 역할과 기능 등의 중요성을 자각한 일부 건축주들은 건축물에 미학적 가치를 더했지만, 일부에서는 허위 작품설치, 가격 부풀리기 등의 부작용을 불러일으켰고, 그것에 맞춰진 작가가 관련 공무원들에 의해 양산¹⁰⁹⁾시키기도 하였다.

1995년 국회는 건축물 미술장식을 의무화하는 내용으로 문화예술진흥법을 개정하여, 전국적으로 건축물 미술 장식 설치가 법률에 의해 시행되기 시작했다¹¹⁰⁾. 이전에도 서울특별시 건축 조례에 의해 강제성을 띤 채 시행되기는 했지만 법률로써 이 제도를 전국에 강제로 시행하는 것과는 많은 차이가 있었다. 정부가 주도적이었던 최초 도입 당시와 달리 이제는 정부, 그중에서도 공정거래위원회 등 경제부처를 중심으로 제도가 가진 ‘민간에 대한 강한 규제’에 주목하며 본격적으로 제도의 전면 폐지 또는 개선을 요구하였다. 제도의 폐지나 전반적인 개선을 요구하는 경제부처와 기존 제도를 고수하려는 미술계 사이에서 제도를 도입하고 시행해 왔던 문화체육관광부와 국회는 문화예술진흥법을 개정하여 건축주에게 직접 설치비용 보다 낮은 금액으로 문화예술진흥기금에 출연할 수 있는 선택지를 제도적으로 보장하여 제도의 규제를 완화하는 것과 동시에 출연된 기금으로 공공미술 사업을 추진하도록 하여 제도에 ‘공공성’이라는 명분을 덧씌웠다¹¹¹⁾.

107) 윤기환, 김진선(2005), 앞의 논문, pp.315-324

108) 정재동(2005), 공공성에 대한 갈등과 정책 정당성의 진화-건축물 미술장식제도 사례. 한국정책학회 동계학술발표논문집, 2005, pp.269-287

109) 양현미, 김성규(2010), 건축물 미술 장식제도에 있어서 선택적 기금제 도입 방안 연구. 문화정책논총, 24, pp.135-160

110) 김진각(2022), 문화예술정책 태동기의 예술지원에 관한 분석적 고찰: 박정희 정부를 중심으로. The Journal of Cultural Policy, 36(2), pp.61-87

111) 황운동(2020), 문화예술 주요법률에 기반한 기초 지방자치단체 문화예술 진흥 방안 연구: 구미시를

결국 건축물 미술작품 설치제도를 유지하기 위한 정부의 현실적인 대안이 제기 되어 현재 우리는 건축물 미술작품 설치제도를 ‘공공미술’로 인식하게 된 것이다. 이 과정에서 조각가로 대변되는 기존 미술장르의 작가와 화랑이 제도를 공공미술의 범주로 편입시키려는 정부 정책에 저항하면서 제도가 내포한 이해관계의 실상을 드러내기도 하였다.

환경조형물 관련 주요 제도와 법을 살펴보면 다음과 같다.

1) 문화예술진흥법(2020. 09. 10. 시행)

문화예술진흥법은 문화예술의 진흥을 위한 사업과 활동을 지원함으로써 전통 문화 예술을 계승하고 새로운 문화를 창조하여 민족문화 창달에 이바지함을 목적으로 하는 법으로, 제2조에 의하면 크게 문화예술, 문화산업, 문화시설, 문화 이용권으로 분류되며 이중 미술(응용미술포함)은 문화예술의 범주에 속한다. 제9조는 건축물 전체면적이 1만㎡ 이상은 건축비의 0.7% 이상을 공공 조형물을 설치하거나 문화예술진흥기금으로 출연해야 한다¹¹²⁾고 규정하고 있다. 이 규정은 예술가에 대한 경제적 지원과 함께 예술을 소비자 가까이 접근시킨다는 취지를 반영하고 있다.

제35조에는 ‘성과의 평가’에 관한 법령이 있는데, 문화체육관광부 장관은 문화예술진흥기금으로부터 지원을 받은 사업 및 활동에 대한 성과를 평가하여 위원회에 통보한다. 문화예술 진흥법은 전문가에 의한 평가를 통하여 사업에 대한 성과의 측정을 중요시하고 있다.

2) 건축물 미술작품 제도(2011년 5.25.개정)

건축물 미술작품 제도는 문화예술진흥법 제9조의 규정으로 대통령령으로 정하는 종류 또는 규모 이상의 건축물을 건축하려는 자는 건축비용의 일정 비율에 해당하는 금액을 회화·조각·공예 등 미술작품의 설치에 사용하거나 건축비용의 일정 비율(건축비용의 100분의 1 이하)에 해당하는 금액을 미술작품

자료체로:

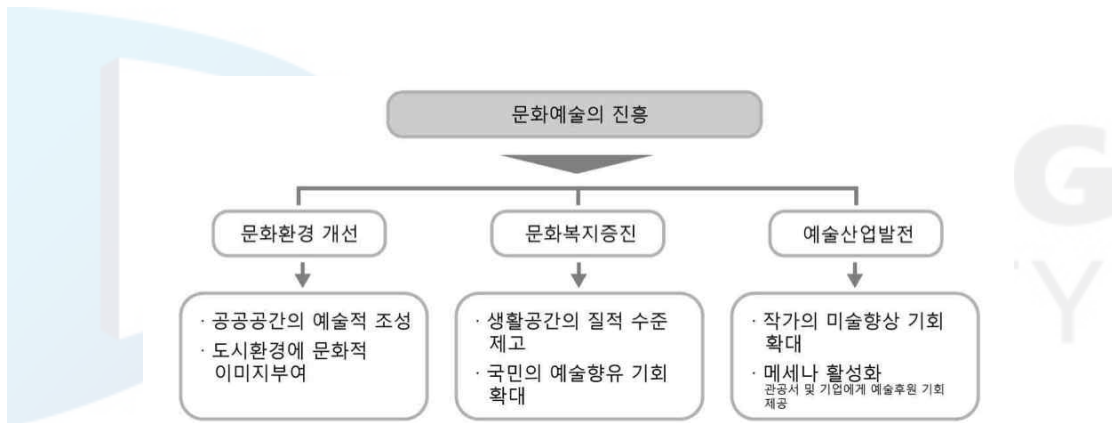
112) 문화예술법 제9조(건축물에 대한 미술작품의 설치 등) ①대통령령으로 정하는 종류 또는 규모 이상의 건축물을 건축하려는 자(이하 “건축주”라 한다)는 건축 비용의 일정 비율에 해당하는 금액을 사용하여 회화·조각·공예 등 건축물 미술작품(이하 “미술작품”이라 한다)을 설치하여야 한다.

의 설치에 사용하는 대신에 문화예술진흥기금에 출연하도록 하는 제도이다¹¹³⁾.

건축물에 대한 미술작품 제도는 문화예술의 진흥을 위해 제정되었으며 건축물에 문화적 이미지를 부여함과 동시에 지역민의 예술체험 및 예술가의 창작 기회를 확대하고 기업의 메세나를 활성화하여 궁극적으로 문화예술의 발전을 도모한다¹¹⁴⁾고 하고 있다<그림9>.

특히 선택적 기금제를 통해 출연된 기금으로 공공미술 진흥을 위한 사업을 추진하여 공공미술 작품에 대한 국민들의 문화예술향수 기회를 더욱더 확대할 수 있게 하였다(공공미술포털, 2023).

이상과 같이 문화예술 진흥을 위한 제도는 문화 환경 개선, 문화 복지 증진, 예술 산업 발전의 효과를 위한 것으로 만들어졌다.



<그림9> 건축물 미술작품 제도 취지

3) 공공디자인 진흥 종합계획(2018~2022)

공공디자인의 문화적 공공성과 심미성 향상에 필요한 사항을 정함으로써 국가 및 지역의 정체성과 품격을 제고하고 국민의 문화 향유권을 증대시키기 위해 수립된 공공디자인 진흥 종합계획은 국가 차원에서 지자체와 각 기관에 공공디자인 지역계획의 방향을 제시하고 공공디자인 정책 수립 시 중앙 부처

113) 유선정(2012), 건축물미술작품제도와 현황에 관한 연구: 테헤란로에 설치된 미술작품을 대상으로. 한국디자인문화학회지, 18(4), pp.117-126

114) 손영옥(2020), 건축물 미술작품 제도 개선을 위한 서울시와 경기도 사례 연구. 예술경영연구, 56(1), pp.349-380

혹은 중앙과 지방 정부 간 다양한 분야의 협력을 유도하고자 수립되었다¹¹⁵⁾. 세부 목표와 추진전략은 다음과 같다<그림10>.



<그림10> 공공디자인 진흥 종합계획 비전 및 추진 전략

(출처: 문화체육관광부(2018), 공공디자인 진흥 종합계획(2018-2022))¹¹⁶⁾

공공디자인 진흥 종합계획의 네 번째 추진전략, 즉 ‘생활품격을 높이는 공공 디자인’에 관한 전략은 공원, 공개공지 등의 공공공간의 활용도를 높이고 품격 있는 공간으로 조성하고자 하는 공간과 공공시설물의 디자인에 관한 것이다.

115) 최성호(2018), 공공디자인 진흥 종합계획의 방향과 특성에 관한 연구. 한국디자인문화학회지, 24(4), pp.463-477

116) <https://www.aurum.re.kr/Legal/LegalSub.aspx?pcode=I02>

특히 세부과제로 동·마을 단위의 시각 이미지 디자인 및 시범 조성을 위한 대상 중 하나로 조형물과 같은 공공미술 작품을 언급하고 있으며, 도시의 품격을 저해하고 안전성에 위협을 가하는 공공조형물에 대한 문제를 지적하고 장소와의 연계성을 고려한 디자인 적용을 강조하고 있다.

이렇듯 공공시설물 혹은 도시시설물로 확장된 공공미술은 공공디자인과의 연계성¹¹⁷⁾을 갖도록 하고 있다.

최근 지자체들은 도시 브랜드 제고와 경쟁력 강화를 위하여 ‘공공미술과 공공디자인’이라는 키워드에 주목하고 있는데, 예술성과 공공성이라는 두 가지 가치를 모두 실현해야 하는 공공미술의 영역에서 법제화된 정책을 통하여 일상에서 체감할 수 있는 가치 중심의 문화적 공공성을 실현하는 공공디자인은 좋은 제도적 기준과 밑받침이라고 할 수 있다.

4) 서울특별시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례

2017년부터 시행된 ‘서울특별시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례’는 서울특별시가 소유 혹은 관리하는 공공용지를 대상으로 하는 미술작품과 문화예술진흥법 및 같은 법 시행령에서 위임한 미술작품의 설치와 관리 등에 관한 사항을 규정함으로써 공공미술을 활성화하고, 작품수준을 향상시키는 것을 목적¹¹⁸⁾으로 하고 있다.

이 조례는 미술작품 설치와 관리에 관한 내용과 정책, 제도, 사업 등에 관한 심의를 위한 공공미술위원회의 설치 및 기능, 미술작품(건축물 미술작품)의 공정한 감정, 평가를 위한 미술작품심의위원회의 설치 및 기능에 관한 내용을 담고 있다.

5) 한국문화예술위원회

한국문화예술위원회는 문화예술진흥법에서 정한 문화예술 진흥 사업과 활동을 지원하기 위한 위원회이며, 10명의 현장 문화예술인들로 구성되어 있다. 문화예술 지원 사업의 효과적 수행을 위한 조사·연구·교육·연수에 관한 사항을

117) 이은정, 유숙희(2013), 공공디자인으로서 장소-특정성 공공미술의 발전방향에 관한 연구. 기초조형학연구, 14(2), pp.297-307

118) 서울특별시조례 제8512호

수행하고 문화예술 진흥기금 지원의 성과를 측정·평가하는 문학·미술·음악·무용·연극·전통예술 등의 문화예술 전문가가 포함되어 있다. 앞서 문화예술진흥법에 의한 사업의 평가를 비롯해 평가의 계획을 수립하거나 관련 사업 계획 등을 승인하고 있다.

2.3.2 환경조형물 기획 및 제안과정

2.3.2.1. 발상과 기획

환경조형물은 발상, 기획, 아이디어이션(Ideation), 제작을 위한 설계, 제작, 설치, 유지보수 및 관리 등 다양한 과정을 거쳐 완성된다.

이 전체 과정 중에서도 중요한 과정이 바로 발상과 기획 단계의 과정이다.

환경조형물의 발상과 기획 단계는 환경조형물을 최초로 가시화하고 구체화하는 과정이기 때문에 중요하다. 이 과정에서 특히 중요한 것은 환경조형물 개발에 대한 기획 방향 설정과 아이디어이션, 그리고 환경조형물 형태의 다양한 발상이다.

따라서 창의적인 사고능력이 필요하고, 창의적인 사고의 결과물을 시각화하는 수준 높은 능력이 필요하다. 환경조형물을 통해 도시 공간 속의 새로운 가치를 발견하고, 그것이 주는 감성 가치를 누릴 수 있게 해야 하기 때문이다. 발상과 기획 과정을 통해 환경조형물의 실체가 명확해지고, 그 수준과 질이 결정되기 때문에 환경조형물 발상과 기획, 아이디어이션의 과정을 효과적으로 수행할 수 있는 능력이 필요한 것이다.

따라서 획일화한 조형 능력을 뛰어넘어 환경조형물 형태를 창의적으로 발상하고 기획하며, 가시화하는 능력이 있어야 한다.

정성호(2013)는 창의성을 새롭고 유용한 결과를 생성하는 능력으로써, 지식과 경험적 인식을 기반으로 창조적 문제해결을 견인하는 성향¹¹⁹⁾이라고 주장하였다. 따라서 감각적 사고방식을 효율적으로 활용해야 하며, 이성과 감성이 균형을 이룬 지적 과정을 통해 최적의 문제해결을 위한 규명, 검증 등의 논리적 사고와 추측, 가정 등의 직관적인 사고를 할 수 있어야 한다고 주장하였다. 환경조형물 발상을 담당하는 제작자는 환경조형물의 기능적인 측면은 물론이

119) 정성호(2013), 디자인융합인재의 창의성에 대한 다중지능 및 사고양식 유형연구, 홍익대학원 박사학위논문, p.47.

고, 감성적인 만족감까지도 극대화할 수 있는 전략적이면서도 전문적인 능력이 필요하다. 제작자의 사고와 관념을 가시적으로 드러내야 하고, 환경조형물의 형태를 완전하게 할 수 있기 때문이며, 그렇게 함으로써 소비자의 공감을 이끌어 낼 수 있기 때문이다.

환경조형물 제작자에게 절대 필요조건이라고 할 수 있는 창의성이란 무엇인가? 창의성이란 말 그대로 이전에 없던 것을 만들어내는 것이다. 관념이나 사고를 구체화하고 실제로 구현해내는 능력이다.

박용범(2009)은 선행연구들의 창의 개념을 다음과 같이 정리¹²⁰⁾하였다<표 3>.

연구자	창의성의 정의	키워드
길포드(Guilford)	창의성이란 새롭고 신기한 것을 낳는 힘이다.	새로움, 유용성
테일러(Taylor)	특정한 목적을 갖고 모인 집단에 의하여 지속적이고 유용하고만족스러운 것으로 받아들여진 신기한 작품을 만드는 과정	지속성, 신기함
로저스(Rogers)	하나의 새로운 결과를 야기하는 행동의 출현이 곧 창의성이며 개인의 특성과 상황 등에서 생성되는 과정	새로움
아마비(Amabi)	신기함과 적절함이란 요소를 통해 새로우며 유용하고 현실적으로 적합해야 한다.	신기함, 현실감
웨스버그(Weisberg)	천재와 같은 특별한 소수에 적용되는 특별함이 아니라 전문지식을 통해 열정적이고 헌신적일 때 갖는 특징이다.	열정, 헌신적
바론(Barron)	창의성은 개인적 철학의 산물이며 다른 문화, 민족, 종교에 대한 폭넓은 수용으로 향상될 수 있다.	철학, 융통성

〈표3〉 창의성 개념 선행연구

조연주(2015)는 환경조형물의 형태를 완전하게 하는 것에서 한 발자국 더 나아가 플레이스 브랜딩 방법 적용에 의한 재생 유흥산업시설의 활성화 방안 연구에서 새로운 개념, 즉 장소 브랜딩의 필요성을 주장하였다.

그는 이제까지 환경조형물이 주변환경과의 조화나 가치를 업그레이드하는 데에 기여해야 한다는 정도의 일반적인 목표로부터 도시의 가치를 마케팅적으로 새롭게 해야 한다는 것이다. 단순히 환경조형물로 인해 새로워지는 물리적

120) 박용범(2009), 디자인 창의성 증진을 위한 Brain Mapping기법 개발에 관한 실험연구, 중앙대학교 대학원 박사학위논문, pp.19-20 내용 재정리.

공간 개념 이상의 가치를 강화해야 한다는 것이다.

즉 환경조형물이 설치될 도시 공간이 조형물로 인해 다른 도시의 공간과는 다른 강력한 차별성을 가진 도시 공간으로 인식되도록 해야 한다는 주장이다. 브랜딩은 광고 마케팅에서 상품이나 서비스를 차별화시킬 수 있는 전략을 통하여 광고 주체가 되는 브랜드에 대해 긍정적인 인식을 강화하고, 고객의 충성도를 높여서 브랜드의 가치를 키우는 작업을 의미한다. 이와 같은 맥락에서 플레이스 브랜딩은 소비자에게 특정 도시 공간을 보다 개성적으로 차별화된 이점을 가진 공간, 긍정적 이미지를 가진 공간으로 인식시키기 위해 환경조형물을 설치함으로써 얻고자 하는 이미지 구축을 위해 환경조형물이 전달하고자 하는 메시지를 확연하게 하고, 그 효과적인 전달방법을 찾아야 한다는 것이다. 이는 환경조형물 개발을 위한 기획단계, 발상단계에서 충분한 아이디어를 거시적으로, 그리고 다각적으로 발상하는 과정, 즉 환경조형물이 설치될 특정 공간의 마케팅적 경쟁력을 갖게 하기 위한 포지셔닝(Positioning)전략, 그리고 그 지역과 문화에 대한 이해를 기반으로 환경조형물이나 도시 공간이 소비자에게 제공하는 경험의 내용과 소비자에게 전달하는 메시지가 이성적인 측면으로는 물론 감성적으로도 독특한 아이덴티티(Identity)를 형성하고 강화할 수 있어야 한다¹²¹⁾는 것이다. 곧 환경조형물이 도시 공간의 새로운 이미지를 구축해야 한다는 사실이다. 이러한 개념의 발상은 조형물 개발 단계에서 고려되지 않으면 안 될 도시 공간의 브랜드 자산(Brand Equity)화 방안이며, 소비자 감동을 만들기 위한 감성 충족 방안이다.

명광주(2007)는 시각적 자극으로서 환경조형물은 소비자 마음속에 다양한 반응을 일으켜 쾌 불쾌의 인지 반응과 선호 반응을 일으키게 되므로, 창의적이면서도 매력적으로 구성해야 환경조형물에 대한 긍정적인 태도를 형성하고, 호의적인 행동반응을 갖게 할 수 있으며, 환경조형물 크리에이티비티 수준과 품질, 연상 이미지, 완성물의 소비자 상호작용성과 연출 효과가 중요하다고 주장하였다¹²²⁾.

다음은 조연주(2015)가 주장한 플레이스 브랜딩 요소와 특성이다<표4>.

121) 조연주(2015), 플레이스 브랜딩 방법 적용에 의한 재생 유희산업시설의 활성화 방안 연구, 한양대학교 대학원 박사학위논문, pp9-10

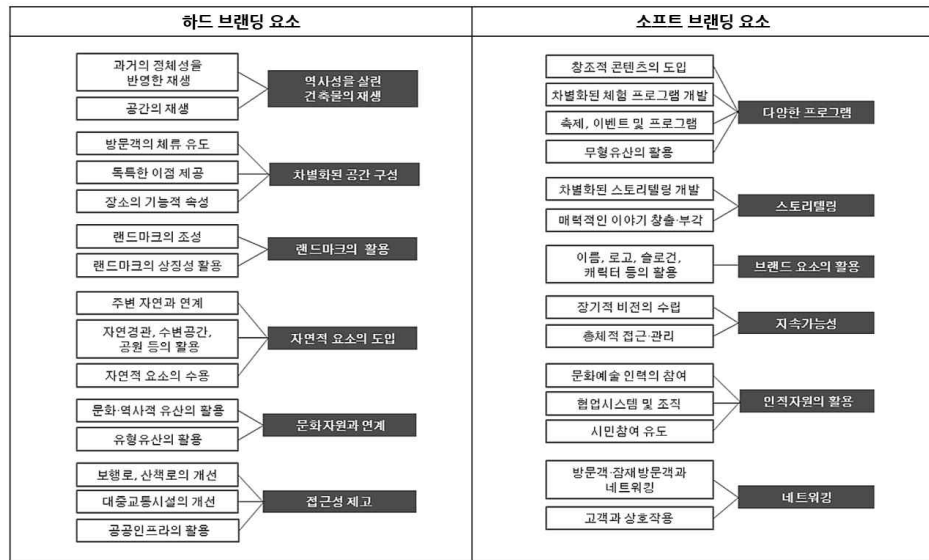
122) 명광주(2007), 아트워크 양식에 따른 광고효과의 차이, 홍익대학교 대학원 박사학위논문, pp41-43

연구자	브랜딩 요소	특성
Aaker (2003)	브랜드 인지도	인지도 창출, 긍정적 이미지 구축
	지각된 품질	우수한 제품과 서비스 제공, 품질에 대한 인식 창출
	브랜드 로열티	소비자와의 상호작용
	브랜드 연상 이미지	정체성 및 상징적 이미지 구축
Hankinson (2004)	개성	장소의 기능적, 상징적, 경험적 속성
	포지셔닝	장소의 차별화된 속성
	실체	물리적 경관, 프로그램, 서비스
Anholt (2005)	존재감	장소 인지도와 명성
	장소성	물리적 경관과 이미지
	잠재력	잠재적 가치
	역동성	이벤트 및 프로그램
	기본 요건	기본적인 시설의 질
	인적 요소	인적자원의 친화성
이정훈 (2008)	브랜드 정체성 도출	문화, 역사적 유산 등 장소자산의 활용
	브랜드 정체성 전달	로고, 슬로건 등의 활용
	물리적 공간 개발	건축물, 산업, 문화자산의 육성을 통한 정체성 형성
	고객과의 소통	다양한 홍보 수단을 활용한 고객과의 소통
	장소에 대한 이미지	장소에 대한 긍정적 이미지의 형성
박상훈 외 (2009)	상징적 정체성	이름, 로고, 슬로건, 캐릭터 등의 활용
	연상 이미지	긍정적 연상 이미지의 구축
	이야기	매력적 이야기의 창출, 부각
	랜드마크	랜드마크의 상징성 활용
	창조성	창조적 콘텐츠의 도입, 문화예술 인력의 참여
	실질적 가치	방문객의 체류 유도, 실질적 수익 창출
	미래비전	미래 지향적·장기적 비전의 수립
	진화	과거의 정체성을 반영한 재생
	글로벌 경쟁력	차별화된 장소의 구축
	전체론적인 접근	총체적 관점에서의 요구의 수용과 관리
박근철 (2011)	유형적 속성	랜드마크 조성, 양질의 도시경관(자연경관, 수변공간, 거리, 공원)조성, 생활인프라(산책로, 보행로, 대중교통 시설)개선
	무형적 속성	이름, 로고, 슬로건, 캐릭터 등의 활용, 차별화된 체험 프로그램 개발, 차별화된 스토리텔링 개발
	관계적 속성	핵심 산업의 유치, 풍부한 일자리 창출
	문화적 속성	양질의 교육환경 조성, 도시민의 생활양식 창조
이지혜 (2011)	상징이미지	상징적 정체성 구축, 긍정적 이미지 구축, 인지도 제고, 랜드마크의 활용
	가치창출	방문객의 체류 유도, 실질적 수익 창출
	스토리텔링	긍정적 정체성 형성, 고유한 이미지 창출
	지속가능성	장기적 비전 수립, 총체적 관리의 필요
천의영 (2011)	복합화	서로 다른 물질 또는 기능의 결합
	자연친화형	주변 자연과 연계, 자연적 요소 수용
	체험형	다양한 체험 프로그램 개발
	특이성	장소의 고유한 가치창출, 차별성의 요소 만들기
	개방화	국제적 경쟁력 강화
오윤균 (2013)	네트워크적 관계	방문객 및 잠재적 고객과의 네트워킹
	하드 브랜딩 요소	공간구축 및 재생, 공공인프라의 활용, 유형유산의 활용
이병민 (2013)	소프트 브랜딩 요소	장기적 비전, 축제 및 프로그램, 협업시스템 및 조직, 무형유산의 활용
	지속가능성	커뮤니티를 포함한 조직의 참여, 지역 특성 반영, 스토리텔링
우희경 외 (2014)	창조성	창조적 주체(예술가, 시민 등)의 참여
	경쟁력	상품화의 대상 선정, 상품의 구체화, 커뮤니케이션 수단
	정체성	상품화의 대상 선정, 상품의 구체화, 커뮤니케이션 수단
	감성	랜드마크적 성격 표현, 연상 이미지
우희경 외 (2014)	운영 프로그램, 이야기의 활용	운영 프로그램, 이야기의 활용
	지속가능성	다양한 사람들의 참여, 장기적인 전략 수립

〈표4〉 환경조형물 플레이스 브랜딩 브랜딩 요소와 특성

이상의 선행연구를 바탕으로 환경조형물을 발상, 기획, 표현, 제작을 담당하는 제작자는 수많은 대안을 제시할 수 있어야 하고, 환경조형물의 형태를 단순히 감성적으로 표현해내는 정도에 그쳐서는 안 되는 종합적이고도 입체적인 사고 능력을 발휘할 수 있어야 한다는 것이다.

그가 제시한 플레이스 브랜딩 요소를 통해 능력의 영역과 내용을 살펴볼 수 있다<그림11>.



<그림11> 플레이스 브랜딩 요소

환경조형물은 그 필요성과 목적의 적절성을 검토하고, 소비자의 의견을 수렴하여 기획에 반영하는 등의 능력을 발휘해야 하고, 설치 장소에 대한 섬세한 조사를 통해, 환경조형물의 형태와 조형물의 컨셉과 방향성을 정하는 등 환경조형물이 환경과 조화하는지, 지역민의 요구와 문화적 맥락 등에 잘 부합하는지 타당성을 판단할 수 있어야 한다¹²³⁾.

환경조형물에 대한 타당성 검토가 이루어지지 않는 주된 이유는 사업 필요성

123) 이재국(1987), 디자인평가론 : 조형물의 평가기준과 그 모델, 월간디자인 Vol. 122, p.126

이나 방향성에 대한 깊은 검토가 없이, 단순히 문화예술이 필요하다는 논리를 앞세워 사업을 추진하기 때문이다. 이런 경우, 즉흥적 판단이나 다른 것을 벤치마킹하는 형식으로 환경조형물이 추진됨으로써 적절치 못한 환경조형물을 설치하게 되고, 예산 낭비 등의 부정적 결과를 초래하는 경우가 많다.

발상과 기획 단계의 타당성 조사 미비나 판단의 오류가 생기는 이유는 대부분의 환경조형물이 설치될 장소의 자연적, 인문학적 환경이나, 조형물의 방향성에만 초점을 맞추기 때문이다. 이럴 경우, 환경조형물은 소비자에게 제공해야 할 기능성, 즐거움, 만족감을 간과하게 되고, 사회적, 정치적 맥락에서의 소통과 지역 사회 소비자의 의견수렴을 소홀히 하게 되고, 환경조형물이 해결해야 과제를 간과하는 결과를 빚게 된다.

2.3.2.2. 제안

최근 지방자치단체들은 앞을 다투며 자신의 지역 내 관광객 유치나 문화예술 사업을 명목으로 공공공간에 환경조형물을 설치하는 경향이다.

특히 2000년 이후 정부의 공공미술(Public Art) 정책 확대와 다양화 정책은 건축물 미술작품, 상징물 등의 등장을 보편화시켰다.

공공미술은 공공의 장소에 많은 사람들을 위해 설치되는 미술품을 말한다. 서울의 공공미술품들은 시대의 요구에 맞도록 변화해오고 있으며, 도시공간의 밀도를 고려하여 신규 설치 작품에는 의무적으로 생애주기를 설정하고, 제도의 기반을 마련하는 한편, 기술발전과 예술영역의 확장을 반영하여 다양한 영역과의 융합을 통해 공공미술을 도시 맞춤형 예술 정책화하는 노력을 발견할 수 있다. 특히 최근의 공공미술품들은 사업의 단 년도 종결을 원칙으로 하는 만큼, 짧은 기간 내에 한정된 자원으로 효과적이고 합법적인 사업추진 방식을 취하고 있다.

이후 2020년 전국의 228개 기초지방자치단체가 참여하는 공공미술 사업을 문화체육관광부가 문화뉴딜 사업이라는 이름의 프로젝트로 추진한 이후, 각 지자체의 다양한 공공미술 사업 추진이 부쩍 증가하고 있다.

박재은 외(2023)는 이러한 문체부 프로젝트를 통해 서울시는 25개구 지역균형을 반영한 공공미술 작품을 설치와 참여자 확대와 정책의 필요성을 확산하

는 긍정적 효과를 얻었다고 주장하면서, 각 도시에 적합한 프로젝트성 공공미술 정책을 추진하기 위하여 정책 기획 단계에서부터 작품 소멸의 시점과 전시의 기간, 추진의 체계, 협치와 실행구조 검토, 대상지의 선행적 선정 등이 종합적으로 이루어져야 하며, 도시의 인프라와 시민 향유에 대한 전문가들 자문구조 또는 컨설팅 등을 통해 프로젝트성 공공미술의 질적 향상을 꾀하는 것이 필요하다¹²⁴⁾고 주장하였다.

오늘의 소비자가 일반 제품을 선택하는 기준은 품질과 가격을 기본으로 하는 합리적인 소비 지향이지만, 소비를 통해 얻을 수 있는 새로운 가치까지도 추구해나가는 경향이다.

본질적인 제품의 기능 외에도 새로운 시각적 경험과 감성적 만족감, 그리고 사용에 따른 기대 가치를 구매 결정 영향 요인으로 보는 것이다.

오늘의 소비가치 개념은 더욱 다양해지고 복잡해지고 있으며, 특히 팔목해야 할 것은 제품 선택 전반에 걸쳐 감성 가치를 중시한다는 것이다.

환경조형물에 대한 소비자의 기대 가치도 마찬가지로 매우 거시적이고 광의적으로 변화하고 있다.

환경조형물의 출발점은 오늘을 살아가는 소비자를 위한 공공성에서 비롯된 것이고, 공공공간의 소비자는 오늘을 살아가는 바로 그들이라는 것이다. 따라서 공공공간, 소비자, 환경조형물은 상호 의존적이고 촉진적인 관계이다.

이것이 어떠한 환경조형물을 제안할 것인가에 대한 전체적인 윤곽일 수 있다.

환경조형물을 위한 제안은 지역 사회가 필요로 하고 해결하고자 하는 문제를 반영한 창의적인 아이디어의 산물이어야 한다.

소비자의 요구와 감성, 그리고 지역의 특징과 지역 고유의 자연환경, 역사, 정체성, 문화적 가치를 고려하여 조형물의 유형과 주제를 결정해야 하고, 발상 단계에서는 아이디어와 영감이 모아져야 하며, 기획 단계에서는 이러한 아이디어를 실현 가능한 계획으로 전환한 것을 제안함으로써, 지역의 이야기를 전달하고, 공간에 대한 시민들의 인식을 변화시켜 공감을 만들어낼 수 있다.

124) 박재은, 장영호, 김주연(2023), 프로젝트(Project)성 공공미술 정책 현황 및 사례분석 연구, 한국공 간디자인학회 논문집, pp.201

또한, 제안된 작품들은 공공공간의 기능성과 즐거움을 제공하는데 초점을 맞출 수 있다. 예를 들어, 상호작용이 가능한 조형물, 공공공간에서의 휴식과 여가 활동을 촉진하는 설치물 등이 포함될 수 있다. 이러한 작품들은 공공공간을 보다 친근하고 활동적인 장소로 변화시킬 수 있게 된다.

제안과정에서는 지역주민의 참여와 의견을 수렴하여 반영하는 것이 중요하다. 지역사회의 의견을 반영함으로써, 작품들은 지역 주민들에게 더욱 의미 있고, 수용 가능한 형태가 될 수 있다. 이렇게 함으로써 환경조형물이 지역사회와의 소통과 사회적 상호작용을 촉진하는 등 긴밀한 관계를 구축할 수 있고, 공공공간의 기능성과 즐거움을 향상시킬 수 있다.

2.3.3 환경조형물 평가 및 제작자 선정

2.3.3.1 평가 방법과 절차

환경조형물은 환경조형물 발상, 제작자의 다양한 지식과 경험의 내적인 연결을 통한 산물이며, 그 자체가 여러 가지 복합된 상황과 환경, 해결과제 등을 반영하여 개발되고 설치된다.

따라서 이에 대한 평가요소나 내용은 매우 주관적이고 복합적이며, 다양할 수밖에 없다.

또한 환경조형물을 바라보는 소비자들도 저마다 다른 시각과 관점을 갖고 있으며, 환경조형물의 좋고 나쁨에 대한 평가도 마찬가지로 평가자의 주관적인 판단이 개입될 수밖에 없다.

아무리 단순한 환경조형물이라고 하더라도 개인별 인식과 주관이 다르므로, 평가 차이는 엄연히 존재할 수밖에 없다.

이처럼 환경조형물의 좋고 나쁨에 대한 평가는 평가자의 주관적인 관점과 시각에 따라 다르기 때문에 획일적이고 일방적인 평가는 있을 수 없다.

그러나 환경조형물에 내재하는 복합성을 띤 평가 내용이나 요소를 객관화하고, 정량 평가가 가능하도록 하지 않으면 주관적 평가의 차이는 더욱 커지게 된다.

환경조형물과 관련한 다양한 평가요소에 대한 통합된 평가 항목과 내용, 합리적인 평가 방법과 절차가 담보되어야만, 객관적인 평가가 가능해지고, 선택 등 결론 도출도 가능하다.

물론 객관화할 수 없는 요소를 수치로 지표화해서 정량 평가하는 것은 불가능하다. 그러나 정성평가가 이루어져야 할 감성적인 부분의 내용에 대한 평가 조차도 효율적이고 과학적으로 평가할 수 있는 대안을 찾아서 이를 반복함으로써 체계적인 평가에 접근해 갈 수 있다.

예컨대, 환경조형물이 소비자의 공감을 이끌어내는 기대 수준, 소비자 좋아하고 만족하는 것에 대한 기대 수준, 소비자가 환경조형물에 대해 긍지를 갖는 것에 대한 기대 수준, 소비자 감동에 기여하는 기대 수준, 새로운 가치와 의미를 가진 공간형성에 대한 기대 수준, 다양한 소비자의 감성을 존중하는 정도에 대한 기대 수준, 실버 계층의 소외감을 줄이는 것에 대한 기대 수준, 소외된 소비자에게 삶의 의욕을 갖게 하는 것에 대한 기대 수준, 바람직한 인간성과 도덕성을 느끼게 하는 것에 대한 기대 수준, 역사 문화와 아름다운 전통 회상에 기여하는 기대 수준, 자연환경 및 인공환경에 대한 영향 최소화에 대한 기대 수준, 등에 대한 적응력을 수치화하여 평가할 수 있다.

이는 환경조형물이 과거 시대의 심미적 가치만을 존중하는 것에서 나아가 소비자들이 더욱 편리하고 풍요로운 삶을 영유하게 하는 공간을 형성하는 등 훨씬 더 다양한 의미와 가치를 가져야 한다는 시대적 요구를 반영하는 평가 기준이 될 수 있다는 사실이다.

그러나 현재는 많은 평가의 경우에서 심미성, 예술성, 조화성, 공공성, 접근성, 안정성, 유지 보존성, 가격 등등을 평가 항목으로 하고 있음으로써, 시대 변화에 따른 소비자의 다양성과 추구가치의 다원화, 그리고 시대 환경을 반영한 환경조형물로서 갖추어야 할 가치의 다양성을 수용하지 못하고 있다는 것이다.

따라서 오늘을 살아가는 소비자를 정확하게, 그리고 합리적으로 이해하는 것이 필요하다. 소비자는 환경조형물에 대해 어떻게 인식하고 있으며, 어떻게 평가하고 있는가에 대한 정확한 분석이 필요하다.

이것을 명확히 해야만, 환경조형물에 대한 소비자의 만족도를 높일 수 있는

방안을 예측할 수 있고, 이에 대한 과학적인 접근도 가능하다.

환경조형물이 공공성의 가치를 가져야 한다는 측면에서 도시 환경 공간조성 물로서 환경조형물은 소비자가 직접 사용하는 대상이자 소비자가 직접 평가하는 대상으로서 많은 소비자로부터 좋은 인식과 평가, 그리고 지속가능성이 있는 존재로서 평가되지 않으면 안 된다. 그럴 때, 도시 공간 활성화에 긍정적인 영향을 미침으로써, 수준 높은 예술성을 가진 공공의 조형물로서 소비자에게 사랑받는 대상이 될 것이다.

환경조형물의 평가 및 제작자 선정 과정은 조형물의 품질과 예술적 가치를 결정하는 데 중요하다. 이 과정에서는 다양한 전문가들이 참여하여 조형물의 디자인, 기능성, 안정성 등을 평가한다.

좋은 제작자의 선정은 조형물의 창의성과 실행 가능성을 보장하는 데 중요하다. 도시환경을 창출함에 있어 조형물의 공간 구성은 앞서 전문적인 위원회 또는 관계되는 건물의 건축가와 환경조형물작가 등이 충분히 협의하여 공간을 창출하고 환경에 설치함으로써 도시환경 속에 가장 이상적인 환경 조형물의 역할을 수행할 수 있을 것이다.

환경조형물에 대한 심의는 매우 중요한 과정이다. 심의 기준은 추진 주체에 의해 다소 달라진다. 심의 과정에서는 심의위원의 수가 심의 규모에 따라 적절히 조정된다.

심의 과정에서 심의위원의 역할은 매우 중요하며, 그들의 판단이 평가 결과에 절대적인 영향을 미친다.

따라서 심의위원의 기본 자질과 경험은 평가의 타당성을 제공하는 데 있어서 매우 중요하다. 이처럼 심의위원은 환경조형물의 예술성과 도시의 환경에 적합한 조형물을 평가하는 데 있어 중요한 역할을 하며, 그들의 전문성과 경험이 심의의 질을 결정하는 결정적인 요소가 된다¹²⁵⁾.

심의 및 평가 시스템에서는 환경조형물에 대한 전체적인 관점과 부분적인 요

125) 이재국(1987), 앞의 책, p.126

소들이 유기적으로 연결되어야 한다. 이를 위해 세분화된 평가 척도의 설정이 중요하며, 이는 포괄적이고 체계화된 평가 시스템을 구축하는 데 기초가 된다. 오늘을 살아가는 소비자의 미적 가치가 다양화하고 환경조형물의 기능 확대가 요구되는 상황에서, 이러한 평가 요소들은 더욱 중요하게 인식되어야 하는 상황이다. 즉, 환경조형물의 심의와 평가 과정은 형식적 과정이나 절차가 아니라, 도시 공간에 설치되는 환경조형물이 도시의 미적 가치를 증진시키고, 시민들의 삶의 질을 향상시킬 수 있는가를 결정하는 중요한 과정이므로, 소비자의 미적, 문화적 요구를 반영하는 유기적인 접근 방식을 필요로 한다.

서울시에서 최근 5년간의 환경조형물 승인을 현황을 분석해보면, 타 광역시에 비해 상대적으로 낮은 승인율인 60% 내외를 보이고 있다. 이는 서울시가 환경조형물에 대한 강도 높은 심의를 유도하고 있으며, 심의 여건과 배점을 강화시키고 있음을 나타낸다.

또한 서울시의 미술장식품 중 환경조형물이 차지하는 비율이 80% 이상으로 높게 나타나고 있어, 환경조형물의 양적인 비중이 지속적으로 확대 유지되고 있다¹²⁶⁾. 아래 표는 서울시가 설치한 조형물의 분류이다<표5>.

지역	작품 분류										계
	회화	조각	공예	사진	서예	벽화	미디어	분수대	상징탑	기타	
서울											
총계	541	238 1	19	10	11	16	23	4	0	21	302 6

<표5> 서울시 설치 미술작품 분류

이는 서울시에서 환경조형물에 대한 엄격한 기준을 적용하고 있으며, 도시의 미적 가치와 환경적 조화를 중시하는 정책을 반영하는 것으로 해석될 수 있다. 이러한 접근은 도시 미관에 긍정적인 영향을 미치고, 환경조형물의 질

126) 문희숙(2013), 공공 공간의 환경설치물 설치에 관한 기본지침 연구 : 서울시를 중심으로, 서울과학기술대학교 박사학위논문

적인 향상을 도모하는데 중요한 역할을 하고 있다¹²⁷⁾.

한편, 문화예술진흥에 관한 표준조례안에 따른 건축물 미술작품 감정·평가 채점표와 서울시 채점표를 비교해보면, 각각의 평가 항목에 차이가 있음을 알 수 있다<표6>.

중앙한국문화예술위원회의 평가 항목은 가격(20), 예술성(30), 건축물 및 환경과의 조화(20), 접근성(20), 유지보존(10)으로 나누어져 있으나, 서울시의 평가 항목은 가격(10), 예술성(50), 환경조화성(20), 공공성 및 안정, 보존성(20)으로 나누고 있다.

여기에서 가장 큰 차이는 예술성에 대한 평가 점수의 비중이다. 서울시는 예술성에 더 높은 배점(50)을 할당하고 있음으로써, 예술적 가치에 대한 중요성을 강조하고 있음을 알 수 있다. 또한, 환경조화성과 공공성 및 안정성, 보존성에 대한 평가도 중요한 요소로 평가하고 있다.

이는 서울시가 미술작품의 예술적 가치뿐만 아니라, 도시 환경과의 조화와 공공성, 안정성 및 보존성에도 중점을 두고 있음을 알 수 있게 한다.

이와 같은 평가표 배점의 차이는 각 기관의 문화예술에 대한 정책 방향과 우선순위를 반영하는 것으로, 서울시는 특히 예술성과 환경 조화성에 더 많은 중점을 두고 있는데, 도시의 미적 가치와 환경조화를 추구하는 서울시의 정책 방향을 보여주는 예¹²⁸⁾이다.

도시 환경디자인의 새로운 접근 방법으로서, 환경조형물의 역할은 환경의 예술화라고 볼 수 있다. 이는 일반인들의 표현 욕구를 충족시키고, 도시 공공공간에서 무의식적으로 조형물과의 만남을 가능하게 함으로써, 오브제와의 관계를 강화하는 데 기여한다. 따라서 환경조형물은 주변 환경, 예술성, 환경성, 공공성 등의 요인을 종합적으로 고려하여 평가되어야 한다. 설치 장소에 따라 다양한 조건들이 고려되어야 하며, 이는 주제, 형태, 재료 선정뿐만 아니라,

127) 윤기환(2005), 앞의 논문, p.23

128) 문희숙(2013), 앞의 논문,

중앙한국문화예술위원회			서울시		
평가 기준 및 배점			평가 기준 및 배점		
가격	(20)	<ul style="list-style-type: none"> •작가경력에 비추어 해당 미술 작품의 가격의 적정성 •미술작품 설치 계약금 사용 계획서상 비용내역에 비추어 해당 미술작품의 가격의 적정성 •작가, 건축주간 미술작품 제작 및 설치계약의 합리성 	가격	(10)	<ul style="list-style-type: none"> •가격 적정성(10)
예술성	(30)	<ul style="list-style-type: none"> •해당 미술작품의 조형미 •해당 미술작품의 형식미 •해당 미술작품의 내용미 •해당 미술작품의 독창성 	예술성	(50)	<ul style="list-style-type: none"> •형식미(20) •내용미(20) •독창성(10)
건축물 및 환경과의 조화	(20)	<ul style="list-style-type: none"> •설치위치의 적절성 •일반 시민의 접근이 가능하여 공공미술로서의 기능성 여부 	환경조화성	(20)	<ul style="list-style-type: none"> •도시미관 기여도(10) •주변 환경 및 건축물과의 조화(10)
접근성	(20)	<ul style="list-style-type: none"> •유지보존계획서 계획의 적절성 	공공성 및 안정, 보존성	(20)	<ul style="list-style-type: none"> •공공성(5) •시민접근성, 즐거운 디자인 적용(5) •안전 보존성(10)
유지보존	(10)				
점수계	100		점수계	100	
판정	적합	()점 이상일 경우	판정	적합	(70)점 이상일 경우
	부적합	()점 미만일 경우		부적합	(70)점 미만일 경우
비고	부결 및 조건부 사유		비고	부결 및 조건부사유	

- 현재 건축주가 작품공모를 한 경우 미술작품심의위원회에서 가점 부여할 수도 있음 (배점은 해당 시도의 사정을 고려하여 정할 수 있으며 가산점을 부여하는 항목을 추가할 수 있다.)

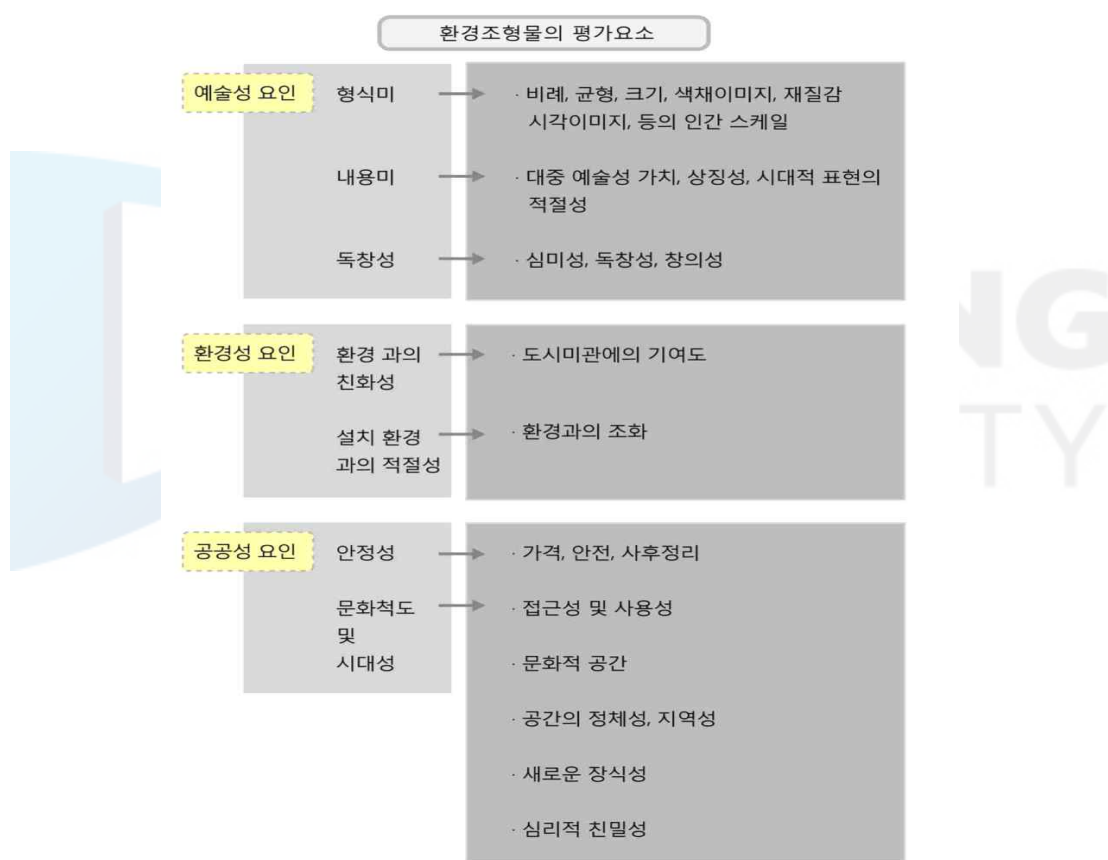
- 서울시는 공개모집 가점 등 10점을 부여하고 있다.

〈표6〉 서울시 건축물 미술작품 평가표

작품의 스케일, 건물의 배경 이미지, 환경조형물의 색상 조화, 특정 환경 요소, 색채에 대한 심미적 효과 등을 세밀하게 반영해야 한다.

아래 그림은 환경조형물의 평가요소를 체계적으로 설명하고 있는데(문희숙, 2013), 환경조형물이 단순한 미적 요소를 넘어서 도시 환경의 일부로서 역할을 수행해야 하며, 이를 위해 다양한 요소들에 대한 고려가 필요함을 나타낸다<그림12>.

곧 환경조형물은 도시의 아름다움과 쾌적함을 향상시키는 중요한 수단이다. 따라서 환경조형물에 대한 통합된 차원의 체계적이고 완전한 평가를 통해 도시의 아름다움과 쾌적함이 더욱 효과적으로 만들어질 수 있다 할 것이다.



<그림12> 환경조형물 평가요소

환경조형물이 공공공간에서의 역할을 효과적으로 수행하기 위해서는 소비자

의 사랑과 인정을 받아야 한다.

이를 위해 환경조형물은 조형 예술가, 건축가, 디자이너, 도시계획가, 행정가 등 다양한 전문가들의 협업이 필요하다. 즉 설치 시스템의 전 과정에 걸쳐 환경조형물의 위치, 형식, 내용 등을 면밀히 검토해야 한다.

환경조형물이 위치할 공공공간의 특성을 명확하게 분석하고, 그 공간에 적합한 조형물을 설치함으로써 공간의 가치를 높일 수 있다.

따라서, 환경조형물의 공공공간별 평가 배점 기준에는 평가요소별 차이가 존재해야 한다. 이는 각 공간의 특성과 환경조형물이 미치는 영향을 고려하여 맞춤형 기준을 설정하는 것이 중요하다는 것을 의미한다. 그럴 때, 환경조형물이 도시 공간에서 보다 효과적이고 긍정적인 역할을 하게 될 것이다.

환경조형물의 심의는 대부분 전문가 위원회를 구성하여 이루어진다.

심의위원회는 미술작품의 가격, 예술성, 환경과의 조화, 접근성, 유지보존 등을 종합적으로 평가하여 작품의 설치를 결정한다.

심의 과정은 환경조형물이 설치 환경에 적합한지, 공공성과 안정성을 지니며, 보존이 가능한지, 도시 공간에 어떻게 기여하는지를 판단한다. 이 과정을 통해 환경조형물이 도시미관에 기여하고, 주변 환경과 조화를 이루며, 시민들에게 예술적 가치를 제공하는지를 평가하게 되고, 공공을 위한 자산으로 자리매김하게 된다.

심의 결과에 따라 필요한 경우 작품의 조건이나 위치가 조정될 수 있으며, 이는 공공공간에서의 조형물의 역할을 최대화하기 위함이다.

다음의 <그림13>은 미술작품의 심의절차를 그림으로 나타낸 것이다¹²⁹⁾.

129) www.publicart.or.kr, 건축물미술작품DB

미술작품 심의 절차

심의위원회구성

심의위원회구성

- 시·도 지사는 미술작품의 가격 및 예술성 등에 대한 공정하고 객관적인 감정과 평가를 위하여 미술작품 심의위원회를 구성할 수 있다.
- 미술·건축·환경·공간디자인·도시계획분야 등의 전문가 및 시민대표 등으로 구성
- 관련분야 전문가를 3분의 2 이상 포함하여야 함.
- 미술작품 심의위원회 구성·운영 등에 관한 사항은 시·도의 조례로 규정

감정·평가 신청

건축주가 시·도지사에 미술작품에 대한 감정·평가 신청

감정·평가

심의

- 심의 기준
 - (미술작품의 가격 : 작가경력과 비용등에 의한 가격의 적정성, 계약의 합리성 등
 - 미술작품의 예술성 : 조형미, 형식미, 독창성 등
 - 미술작품과 건축물 및 환경의 조화 : 환경과의 친화성 등
 - 미술작품에 대한 접근성 : 설치위치의 적절성, 공공미술로서의 가능성 등
 - 그밖의 미술작품의 도시미관에 대한 기여도 등)
- 심의 결과
 - (가결/부결/조건부 가결 등
 - 조건부 가결시에는 조건부 사유를 명시하고 설치 확인 시 시행 여부에 따라 사용 승인
 - 부결시에는 간략하게 부결 사유를 명시하고 부결사유를 충족하여 재심을 신청
 - 건축주가 작품 공모를 할 경우 미술작품 심의위원회에서 가점부여를 할 수도 있음

감정·평가 결과

시·도지사가 감정·평가 결과를 건축주에 통보

- 미술작품 심의 위원회는 감정·평가 결과를 공보에 공고

설치 확인

설치 확인

- 시도지사가건축물의 사용승인에 앞서 미술작품의 심의 위원회의 감정·평가 결과에 따라 미술작품이 설치되었는지 확인하여야 함

〈그림13〉 환경조형물 심의 절차

2.3.3.2 선정

공공조형물의 선정 방식은 일반경쟁(공모)방식과 지명방식이 있으며¹³⁰⁾, 두 방식은 서로 장단점이 있다. 일반경쟁방식은 객관성과 공정성을 확보하여 다양한 창의적 제안을 받을 수 있지만, 심사 과정에서 시간 부족과

130) 류선정, 안동만(2013), 대구광역시 공공조형물에 대한 평가 연구. 한국도시설계학회지 도시설계, 14(1), pp.43-52

심사위원의 전문성 한계로 인해 심도 있는 평가가 어려울 수 있다는 단점이 있다.

반면, 지명방식은 공정성이 다소 떨어질 수 있으나, 시급한 사업이나 사전 실행 경험이 있는 대상자를 선정할 때 유리하여 빠른 진행과 질적 수준의 보장이 가능하다.

일반경쟁방식은 제한적 경쟁을 도입하여 참가자격에 사업실적 요구를 두어 실행 능력과 작품의 질을 확보하려는 시도가 이루어지고 있다. 지명방식에서는 조형물 추천위원회의 전문가 그룹을 운영하고, 복수지명 후 경쟁을 유도하는 방식으로 공정성을 확보하게 된다.

이러한 보완책은 각 방식의 단점을 최소화하고, 공공조형물의 질적 및 공정성 확보에 기여하고자 하는 전략적 접근이다.

공공조형물 계약 방식은 소액 계약에 주로 쓰이는 수의계약과 경쟁을 통한 입찰 계약 두 가지로 나뉜다. 입찰 계약은 가격 경쟁을 통해 최소가 제안자를 선정하는 방식과 창작 제안 평가를 기반으로 하는 협상에 의한 계약 방법이 있다.

또한, 공공조형물의 디자인 제안자와 제작, 설치자를 결정하는 과정에 있어서, 디자인과 설치가 일괄적으로 계약되는 방식과 각각 별도의 과정을 거쳐 계약이 이루어지는 방식이 존재한다.

이러한 다양성은 조형물의 선정과 계약 과정이 상황에 따라 여러 방법의 조합으로 유연하게 이루어질 수 있음을 의미한다.

따라서 조형물의 특성, 프로젝트의 규모 및 긴급성, 그리고 예산과 같은 요소들을 고려하여 최적의 계약 방식을 선정할 수 있는 기반을 마련해야 한다.

(1) 수의계약

가. 지명경쟁방식 선정

지명경쟁과 수의계약의 조합은 제안자와 설치자의 일치로 인한 실행 능력과 작품성의 보장이라는 장점을 지니고 있지만, 지명 방식의 계약 대상자 선정

과정에서는 특정 참여자에게만 기회가 제한되는 문제점이 있다. 이는 작품 유형의 편중과 특정 대상자에 대한 특혜 문제를 야기할 수 있다.

가격에 대해서도, 가격 심의가 진행되더라도 객관적인 가격 검토 기준이 부재하면 가격 적정성 평가의 객관성이 떨어질 수 있다.

따라서, 공공조형물 선정과 계약 과정에서 공정성과 투명성을 확보하기 위한 명확한 기준과 절차의 수립이 필요하다.

나. 일반경쟁(공모) 방식

일반경쟁(공모)과 수의계약을 조합한 방법에서는 특혜 논란이나 작품 편중 문제는 감소하지만, 제안자가 제한된 시간 내에 프로젝트의 목적, 지역 특성 및 조건을 파악하고, 구체적인 실행 계획을 수립해야 하는 부담이 있어, 작품의 질적인 측면에서 문제가 발생할 수 있다.

또한, 심사위원의 선정과 심사 과정도 중요한데, 심사위원들은 조형물의 예술적 가치와 실행 가능성을 평가할 뿐만 아니라, 해당 지역의 특성과 조건에 대해 충분히 이해하고 있어야 한다.

가격에 대한 적정성 검토 역시 문제가 될 수 있는데, 제안된 가격이 형식적인 심사에 그치는 경우 객관성이 부족할 수 있으므로, 가격 심의 과정에서의 투명성과 철저한 검토가 요구된다. 이러한 점들을 고려해, 공공조형물 선정과 계약 과정은 더욱 체계적이고 세심한 접근이 필요하다.

(2) 입찰계약

가. 지명경쟁방식

지명경쟁과 가격입찰 계약의 조합에는 제안자와 설치자가 분리되며, 이로 인해 각 당사자에게 별도의 사업비가 지급된다. 이 방식은 지명방식임에도 불구하고 특혜 논란을 감소시킬 수 있는 잠재력을 가지고 있지만, 창작비 산정 기준이 명확히 제도화되어 있지 않아 이상적인 모델로 보기 어려운 측면이 있다. 제안된 조형물을 실제로 제작하고 설치하는 과정에서 제안자와 시공자 간의 충분한 커뮤니케이션이 이루어지지 않는다면, 조형물의 예술적 품질을 보장하

기가 어려워질 수 있다. 이러한 분리된 시행 방식은 제안자의 창의적 비전과 시공자의 실행 능력 사이에서 발생할 수 있는 간극을 메우기 위해 체계적인 협력과 명확한 커뮤니케이션 방안이 필요하다.

나. 일반경쟁(공모)방식

'지명경쟁-가격입찰' 조합과 '일반경쟁' 방식의 조합은 공정성과 다양한 제안의 접수라는 이점을 가지면서도, 각각의 방식이 가진 문제점을 내포하고 있다. 지명경쟁-가격입찰 조합은 제안자와 설치자가 분리되어 있다는 이원화 문제를 가질 수 있으며, 일반경쟁 방식은 조형물의 질적 저하 가능성을 내포하고 있다.

그럼에도 불구하고, 이 방식은 계약대상자 선정 시 공정성을 기대할 수 있으며, 최저가격에 의한 설치로 인한 객관성 확보의 장점이 있다.

그러나 최적가격 입찰 방식은 비용을 낮추는 대신 조형물의 질적 수준을 저하시킬 위험이 있어, 가격과 품질 사이의 균형을 맞추는 것이 중요하다. 이를 위해서는 저가 입찰이 품질에 미치는 영향을 면밀히 검토하고, 조형물의 품질 기준을 명확히 설정하는 것이 필요하다.

다. 협상에 의한 계약

협상에 의한 계약 방식은 환경조형물 실행 경험, 작품성, 가격 등을 종합적으로 평가하는 방식으로서, 기술 인력 보유와 사업실적에 기반한 실행 경험 평가가 중심이 되어, 디자인과 시공 역량을 모두 갖춘 사업자에게 유리할 수 있다.

이는 창작 작가에 비해 시공 능력을 중시하는 경향이 있음을 의미한다. 설치 조형물에 대한 적합한 실적 범위가 명확하지 않아, 조형물 특성에 부합하는 실행 경험 평가 기준을 설정하는 것이 중요하다.

가격 평가는 최저가를 기준으로 하는 상대적 방식으로, 이는 작품성을 보장하기에 적절하지 않을 수 있으므로, 가격의 적정성에 중점을 둔 평가 방식으로 전환할 필요가 있다.

이 방식은 제안과 설치를 동시에 담당하는 계약대상자에 의해 진행되므로, 작

가들이 선호할 수 있는 잠재적인 방식이며, 실행 경험, 작품성, 가격의 적정성을 고루 평가할 수 있는 구조를 갖추고 있다.

사업추진 기관에서 공공조형물의 선정과 계약 방법을 결정할 때 고려해야 할 사항으로는,

첫째, 실행 경험이 풍부한 계약대상자를 선정하는 것이 중요하다. 이는 사업의 목적에 부합하는 경험과 능력을 갖춘 이들이 프로젝트를 성공적으로 이끌 수 있음을 보장한다.

둘째, 선정과정의 공정성 확보가 필수적이며, 이를 위한 투명한 절차와 기준이 마련되어야 한다.

셋째, 창의적이고 다양한 제안을 유도하고 선정하기 위한 방안을 모색해야 한다.

넷째, 제안된 조형물의 작품성을 확보하고, 제작 및 설치 단계에서 제안 내용을 충실히 반영할 수 있는 실행 능력이 중요하다.

다섯째, 가격의 적정성을 심사할 수 있는 체계적인 시스템이 잘 갖춰져 있어야 한다.

이상의 요소들은 공공조형물 선정과정에서 품질과 가치를 보장하는 데 기여할 것이다.

2.3.4 환경조형물 제작 및 설치

2.3.4.1 제작 기술과 디자인 품질

환경조형물의 제작 및 설치 과정은 이론에서 실제로의 전환 단계이다. 이 단계에서는 디자인의 실현 가능성, 재료의 선택, 설치 위치의 적절성 등이 중요하다. 조형물이 실제 환경에 어떻게 통합되고, 지역 사회와 환경에 어떤 영향을 미칠지를 결정한다.

한편, 환경조형물의 제작 기술은 다양한 재료의 선택, 구조적 안정성의 유지, 그리고 정교한 제작 공정을 포함하는데, 여기서 재료로는 내구성, 환경적 영향, 유지 관리의 용이성을 고려하여 선택된 철강, 콘크리트, 유리, 목재, 돌

등이 사용되며, 구조 엔지니어링을 통해 안전성과 내구성에 직접적인 영향을 미치는 안정적인 구조를 유지하고, 절단, 조립, 용접, 마감 등을 포함하는 제작 과정이 조형물의 정교함과 품질을 결정한다.

환경조형물의 디자인 품질은 조형물이 주변 환경과 조화가 되는지, 시각적 매력과 독창성을 갖고 있는지에 의해 결정되며, 실용적 기능성을 갖추기 위해 공공장소에서의 좌석 제공이나 조명 기능의 통합이 디자인에 포함되고, 환경에 미치는 영향을 최소화하며 지속 가능한 재료 사용을 고려하여 진행되어 환경조형물의 지속 가능성을 보장받을 수 있다.

디자인 품질이 좋은 환경조형물은 재료 선택, 구조적 안정성, 미적 가치, 기능성, 지속 가능성 등이 잘 조화를 이루는 반면, 재료 선택이 부적절하고 구조적인 불안정성을 갖고 있거나, 디자인의 미적 가치가 부족하고, 기능성 또는 지속 가능성의 결여 등이 있으면, 환경에 부정적인 영향을 미치거나 지속적인 유지 관리가 되지 않는 문제를 초래할 수도 있다.

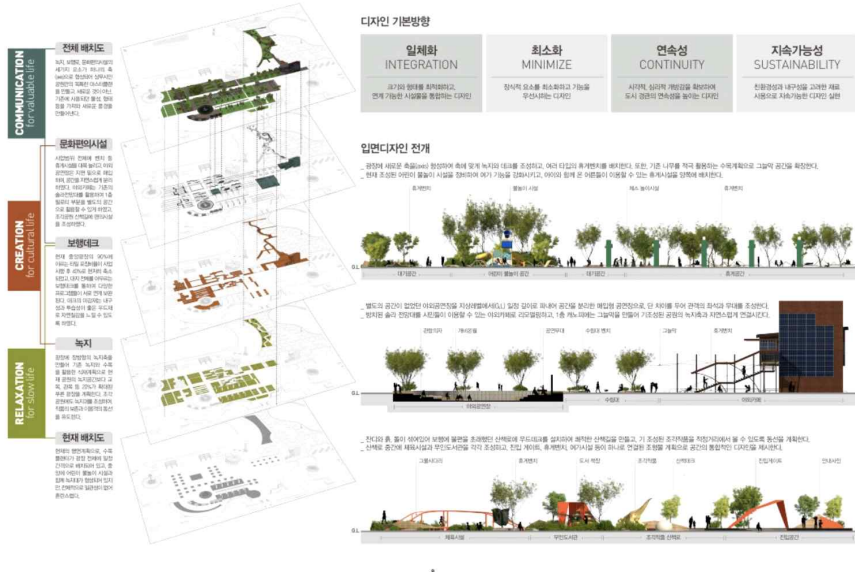
이상은 환경조형물의 제작과 디자인의 중요한 요소들이 전체적인 결과에 어떻게 영향을 미치는지를 알 수 있게 한다.

좋은 제작 기술과 디자인 품질을 갖춘 좋은 환경조형물의 예는 여러 가지가 있을 수 있으나, 광주 상무시민공원¹³¹⁾과 담양 평화예술공원¹³²⁾은 자연환경과 잘 어울리도록 공원의 기획 단계부터 환경조형물을 설치하기까지 여러 가지를 종합적으로 고려한 결과, 소비자들에게 공원로서의 가치, 쉼터로서의 메시지를 잘 전달하고 있으며, 공간의 조화와 통일성을 동시에 얻는 것으로 입에 오르내리고 있다<그림14>.

131) <http://www.grandculture.net/gwangju/donggu/toc/GC60005417>

132) <http://m.dnnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=16708>

II. 공간기본계획 | 공간디자인 전개



〈그림14〉 광주 상무시민공원

광주광역시 서구에 위치하고 있는 광주 상무시민공원은 조경계획 당시 환경조형물 설계를 고려한 점이 돋보이는 데, 이 공원은 시민들에게 쾌적한 휴식공간과 신선한 숨을 제공하는 것으로 평가되고 있다.

넓고 풍부한 자연을 가진 이 공원은 다양한 동식물이 서식하는 생태학적 가치와 함께, 주민들의 여가 생활을 풍요롭게 만드는 문화적 가치도 갖고 있다. 이 공원에는 각기 다른 색깔과 모양, 크기의 환경조형물들이 설치되어 있는데, 각 조형물들은 잘 관리된 나무와 꽃, 그리고 잔디밭 사이에 조화롭게 위치해 있어, 주변의 자연환경과 아름답게 어우러진다.

공원을 찾는 소비자들은 이러한 환경 조형물들을 통해 색다른 경험과 즐거움을 느낄 수 있으며, 자연과 인간의 조화를 느끼게 해준다.

또한, 각 조형물들은 건강하고 안정된 휴식 공간을 제공한다는 공원의 취지와도 잘 어울린다.

공원을 방문하는 사람들에게 활력과 에너지를 주는 역할을 잘 수행하고 있다.

담양 평화예술공원은 자연환경과 예술이 어우러진 곳으로, 넓은 공원에서의 산책을 즐길 수 있는 동시에 다양한 환경조형물들을 감상할 수 있다는 점에서 특별한 매력을 갖고 있다.

이 공원은 풍부한 자연경관과 함께 조형물들이 자연스럽게 녹아든 모습이 마치 거대한 야외갤러리를 방문하는 느낌을 준다. 그리고 이러한 조형물들은 각자의 아름다움을 지닌 채로 동시에 공원 전체를 아름답게 하는 역할을 한다. 이 공원 역시, 초기 공원 기획 단계부터 여러 가지를 종합적으로 고려했기 때문이다.

공원의 환경조형물을 단순히 장식적인 요소로만 생각하지 않고, 자연과 미술, 그리고 사람이 조화롭게 공존할 수 있는 공간을 만들고자 함으로써, 공원 내 각각의 환경조형물은 주변 환경과 조화롭게 어우러지고, 공원의 취지와 잘 부합되게 되었다.

담양 평화예술공원의 환경조형물들은 그 자체로도 예술작품이지만, 동시에 공원 전체의 조화와 아름다움을 높이는 중요한 요소로 작용한다<그림15>.

이는 초기 공원 기획 단계에서 환경, 예술, 그리고 사람의 상호작용을 중점적으로 고려한 결과로 볼 수 있다. 이렇듯 공원의 특성과 취지에 맞게 설치된 환경조형물은 공원을 방문하는 사람들에게 공간의 즐거움과 함께 예술의 가치를 제공하는 역할을 충실하게 하고 있다.



〈그림15〉 담양 평화예술공원

한편, 조경계획 당시 환경조형물 설계를 고려하지 못한 것으로 평가되는 환경조형물로는 코엑스 강남스타일¹³³⁾. 강원도 DMZ 둘레길 평화의 숲길 조형물을 드는 경우가 많다.

강남스타일 조형물은 한국 서울의 코엑스 거리에 위치해 있으며, 국제적으로 선풍적인 인기를 끌었던 싸이의 '강남스타일' 노래와 뮤직비디오를 상징하는 대형 조형물로서 노래, 강남스타일의 특징적인 '말타기' 댄스 동작을 형상화하였다.

한 때, 강남에서 역동적이고 현대적인 이미지를 전달하고 한류를 세계에 알리는 역할을 하였으나, 주변 환경과 잘 조화되지 않다는 평가가 많은 편이다. 코엑스 주변은 상업적이고 현대적인 도심지역 분위기이지만, 강남스타일 조형

133) <https://www.joongang.co.kr/article/20007039#home>

물은 주변의 건물들, 풍경, 그리고 도시 산책로와 어울리지 않는다<그림16>는 평이다.

문제의 원인은 기획과 설계 단계에서 코엑스 거리 환경을 충분히 고려하지 않았으므로써, 주변 환경과의 조화가 부족하고, 거리 이미지와의 일관성이 부족하다는 지적을 받고 있다.



<그림16> 코엑스 강남스타일

강원도 DMZ 둘레길 평화의 숲길은 한반도의 분단을 상징하는 자연과 인류의 희망을 담은 곳이다.

이 길은 강원도 양양군을 중심으로 전국을 연결하는 평화와 통일의 상징적인 산책로로써, 방문객들에게 평화와 자연의 아름다움을 경험할 수 있게 하고, 평화와 통일을 염원하는 메시지를 전달하며, 자연 친화적인 경험을 통해 환경 보호에 대한 인식을 높이기 위해 조성되었다.

그러나 평화의 숲길에 설치된 환경조형물은 취지를 제대로 반영하지 못함으로써, 주변 환경과 어울리지 않는 문제를 안고 있다. 이 조형물들은 길을 따라 설치되었으나, 그 형태나 디자인이 평화나 주변 자연의 풍경과 맞지 않아 어색하다<그림17>는 평이다.

평화와 통일의 상징성과 자연 친화적인 경험을 강조할 목적으로 조성된 길이지만, 기획 당시 이러한 목표를 달성하기 위해 환경조형물을 적절히 고려하지 못했던 것으로 보인다.



〈그림17〉 강원도 DMZ 둘레길 평화의 숲길

2.3.4.2 설치 기술과 품질 수준

오늘의 소비자들은 경제 수준 향상과 라이프스타일 변화, 그리고 추구가치의 다양화와 함께 전반적인 생활 수준의 향상된 지 오래다. 특히 주목할만한 변화 중의 하나는 생활 전반에 걸쳐 디자인에 관한 관심이 커지고, 다양한 감성과 개성을 존중하며, 중시한다는 것이다.

이와 같은 소비자의 변화는 우리의 의, 식, 주 생활 전반에 걸쳐 새로운 변화와 새로운 가치를 요구하는 것으로 나타나고 있다. 이와 같은 소비자 변화는 환경조형물에 대해서도 크게 다르지 않아서, 각종 도시 환경 시설물, 그리고

공공공간에 설치되는 각종 미술작품이나 조형물 등에 대한 미적 가치 요구 수준도 크게 높아진 것이 사실이다.

환경조형물에 대한 기능성뿐만이 아니라, 감성적인 만족 등 새로운 가치를 더욱더 분명하고 명확하게 요구하고 있다는 것이다. 이러한 요구는 환경조형물 인식과 평가에 대해 적극적인 목소리를 내는 것으로 나타나고 있다.

지난 시대 환경조형물이 추진 주체에 의해 일방적으로 설치되고, 그것을 당연시했던 것과는 크게 달라진 모습이다.

이제 소비자들은 도시공간을 자신의 생활환경으로 인식하면서 도시공간 곳곳에 설치되는 각종 조형물은 마땅히 소비자 자신들의 삶을 위한 것이어야 한다는 입장을 견지하게 되었다.

실제 환경조형물이 도시 공간 곳곳에서 적극적으로 통합되어야 하고 지역적 특성을 강화하기도 하기 때문이다. 도시공간 속의 각종 조형물은 그 조형적 특성과 내용적 의미 등을 통하여 사회적 맥락 속에서 밀접한 관계를 갖고 역할을 해야 하며, 도시 환경을 더 아름답게 돋보이게 하고 유용하게 하는 역할 하지 않으면 안 된다. 이것이 바로 환경조형물에게 요구되는 사회적 특성이다. 정석환 외(2023)도 도시공간에서의 공공조형물은 그 조형적 특성을 통하여 도심 경관의 미적 기능을 회복하는 동시에 사회적 맥락 속에서 이해되어야 하는 사회적 특성을 지녀야 한다¹³⁴⁾고 주장하였다. 또한 공공조형물은 도시의 정치 문화적 상징이자 소비자의 문화 공동체를 형성하는 중요한 공공예술의 한 범주로서, 현대의 공공조형물은 도시환경의 질적 미적 수준을 높이는데 중요한 역할을 하지만 역사 도시의 경우에는 도시의 역사와 문화 정체성을 나타내는 하나의 브랜드 요소로서의 가치를 높이고 있다고 하여, 소비자의 환경조형물에 대한 역할이나 기능이 확장되고 있음을 알게 한다.

환경조형물은 도시 공간 속에 위치하는 소비자 생활환경의 일부이다. 따라서 소비자가 원하는 방향, 즉 소비자가 선호하는 방향과 내용으로 설치하지 않으면 안 되는 상황이다.

134) 정석환, 안진근, 김주연(2023), 역사 도시의 정체성을 표현한 공공조형물 평가에 관한 연구, 한국공 간디자인학회논문집 제18권 5호 통권 90호, p.365

이제 환경조형물은 설치를 위한 기획 단계로부터 설치 이후의 유지관리 보수 단계에 이르기까지의 전 과정에 대해 소비자의 의견을 적극 반영하는 방향으로 추진되는 경향이다.

환경조형물에서 특히 중요한 것은 높은 수준과 품질을 가져야 한다는 것이다. 소비자가 원하고 좋아하는 수준 높은 환경조형물, 품질이 좋은 환경조형물을 위해서는 당연히 환경조형물의 설치기술이 좋지 않으면 안 된다.

환경조형물을 탄생시키기까지의 작업환경은 물론, 작업 진행 업체의 기술과 보유인력 등이 설치기술과 품질 수준에 영향을 주게 된다. 뿐만 아니라, 환경조형물을 발상하는 이들의 창의성과 아이디어 발상 기술과 능력, 경험과 경력, 인지도, 경력 등등이 직간접적으로 환경조형물과 환경조형물 설치 기술과 품질에 영향을 미치는 요소이다.

2.3.5 환경조형물의 유지보수 및 관리

마지막으로, 환경조형물의 유지보수 및 관리는 장기적인 관점에서 중요하다. 적절한 유지보수 및 관리는 조형물의 내구성을 보장하고, 시간이 지나면서 발생할 수 있는 문제를 해결한다. 이는 조형물이 지속적으로 지역사회에 긍정적인 영향을 미치도록 하기 때문이다.

환경조형물은 많은 돈을 들여서 만들어지는 것이므로, 초기에 의도된 목적과 형태를 유지하기 위한 지속적인 관리가 필요하다. 그렇지 않으면, 소비자 삶의 질 향상과 사회적 이익을 제공하는 제 기능과 역할을 하지 못하기 때문이다. 그러나 많은 환경조형물이 유지 관리가 미흡하여, 지속가능한 가치 창출이 불가능해지는 문제가 발생하고 있다. 이를 위한 체계적인 계획과 충분한 자원 할당이 필요하다. 시간이 지나면서 여러 가지 내·외적 원인에 의하여 훼손이나 손상이 발생할 수 있다.

내적 손상은 주로 작품 제작 과정에 의한 것으로서, 재료의 결함이나 제작 과정 중의 오류 등에 의한 것이다. 특히 도장 기술 부족, 적절한 설비나 도구의 부족, 열악한 작업환경 등에 의해 손상이나 결함이 생길 가능성이 있다.

환경조형물의 손상을 막고, 수명을 길게 하기 위해서는 제작 단계에서부터 적절한 방법으로 작업하는 것이 중요하다. 올바른 공정을 거쳐야만, 손상이 발생해도 복원이 용이하고, 작품의 안전성과 내구성을 높일 수 있다.

미술관이나 문화공간의 예술작품은 전문가에 의해 관리되지만, 공공장소에 설치된 미술작품은 일반 대중의 관심과 상식에 의존하여 관리되는 경우가 많다. 따라서 환경조형물은 행정 기관이 책임을 지고 관리 체계를 구축하고, 지속적인 예산을 투입하여 유지 관리하지 않으면 안 된다. 법적으로 유지 관리를 보장하는 조치가 있어야 한다.

(사)한국민족예술인총연합 제주도지회가 2008년 실시한 제주지역 공공미술 작품 현황에 대한 보존상태 실태조사 결과, 페인팅 소재의 공공미술 작품들이 제작 당시 상태를 유지하지 못하고 변색, 관리부실, 미관상 불쾌감을 유발하는 등 보존 상태가 불량하고 심각하게 훼손된 상태임을 발견하였다.

그 근본적인 원인은 제주도의 자연환경적 특성을 고려하지 않은 소재 사용과, 지속적인 유지보수가 요구되는 공공미술 작품의 체계적인 유지관리가 부재했기 때문이었다. 환경적 조건을 충분히 고려하고, 지속 가능한 관리 시스템을 구축하는 것이 얼마나 중요한가를 나타내 주고 있다.

건축법에서 '건축물의 건축(제10조부터 제34조)'과 '건축물의 유지와 관리(제35조부터 제39조)'에 대해 별도의 절차로 상세히 규정하고 있는 것처럼, 건축물 미술작품에 대해서도 '설치'와 '유지 및 관리' 절차를 법률로 명시화하는 것이 필요하다.

이를 통해 건축주, 광역지방자치단체, 문화체육관광부 장관의 역할과 의무를 구체적으로 규정함으로써, 현재의 포괄적이고 모호한 법 규정으로 인한 민원과 논쟁을 최소화해야 할 것이다.

또한, 지방 조례의 내용이 지방자치 단위에 따라 상이하여 법률 해석에 차이가 발생하는 문제도 해결해야 한다. 필수적으로 포함되어야 할 조례 사항을 명확히 설정함으로써, 일관된 법 해석과 실천이 가능하도록 법적 기반을 강화하는 것이 중요하다.

환경조형물의 사후 관리에 대한 법적 규정이 현재로서는 미흡한 상태다. 현행 문화예술 진흥법 시행령에는 미술작품의 유지 및 관리에 관한 조항이 단 두 개에 불과하여, 사후 관리의 부실 문제를 해결하고 문제 발생 시 적절한 조치를 취할 수 있는 법적 근거가 부족하다.

이에 시행령 제15조는 시·도지사가 설치된 미술작품의 철거, 훼손, 용도 변경, 분실 시 원상회복 조치를 건축주에게 요구할 책임이 있음을, 제15조의2에서는 미술작품 관리대장의 작성 및 관리 책임을 규정하고 있으나, 이러한 조치들만으로는 충분하지 않다.

따라서, 미술작품의 설치 후 유지 및 관리에 대한 법적 기반이 더욱 확립되고 강화될 필요가 있으며, 이를 통해 문화예술 작품이 지속적으로 관리되고 보호될 수 있는 체계를 마련해야 할 것이다.

1995년 이후 현재까지 설치된 건축물 미술작품은 전국적으로 2만여 점에 달하며, 매년 수백 점의 작품이 추가로 설치되고 있다. 이러한 미술작품의 양적 증가에 비해, 사후 관리에 관한 공적 지침은 상대적으로 부실하여 미술작품의 안전성, 외관 유지, 그리고 유용성 측면에서 사회적 문제를 야기할 가능성이 있다. 관리가 소홀한 건축물 미술작품은 부정적인 인식을 낳고, 결국 제도에 대한 신뢰를 손상시킬 수 있다.

행정 기관에서는 주기적인 정기 조사를 실시한다고 하지만, 이러한 조사가 형식적으로 이루어지는 경우가 많아 실질적인 관리와 보존에는 효과가 미미한 실정이다. 이에 따라 건축물 미술작품의 관리에 대한 체계적이고 실질적인 접근이 필요하며, 효과적인 관리 방안의 수립과 실행이 시급하다.

문화예술진흥법 시행령 제15조는 미술작품의 철거, 훼손, 용도 변경, 분실 시 행정관청이 건축주에게 원상회복 조치를 요구할 수 있는 법적 근거를 제공하고 있다. 그러나 현행 법령은 원상회복 조치의 구체적인 절차나 세부 사항을 하위법령에서 명시하고 있지 않아, 훼손이나 분실, 철거, 용도 변경 시 구체적으로 어떤 절차를 따라야 하는지에 대한 지침이 부족하다.

더욱이 건축주가 시정 명령에 불응할 경우에 대한 제재나 처벌 조항도 없어, 원상회복 명령의 실효성에 대한 의문이 지속적으로 제기되고 있다. 이는 미술

작품의 사후 관리에 대한 법적 체계가 미비하며, 이로 인해 미술작품의 보존과 관리가 효과적으로 이루어지지 않을 수 있음을 시사한다. 따라서, 미술작품의 사후 관리에 대해 좀 더 구체적이고 실행 가능한 법적 조치와 함께, 관련 절차 및 제재 조항의 명확화가 필요하다.

공공기관의 건축물 미술작품 관리 감독 부분에 대해서는, 문화예술진흥법 시행령 제15조의2에서 시·도지사의 미술작품 관리 의무를 규정하고 있으나, 이는 관리 대장의 작성과 유지에 국한되어 있으며, 지방 조례 역시 연간 현장조사 수준의 사후 관리를 규정하는 데 그치고 있다.

이는 실질적이고 구체적인 사후 관리 방안이 미비함을 의미한다. 건축물 미술작품의 경우, 소유권 변동이나 건축물의 노후화로 인해 관리 주체가 모호해지는 상황이 발생할 수 있으며, 시간이 지남에 따라 자연히 퇴색하거나 손상될 수 있다. 이에 영구적인 사후 관리를 요구하는 것은 현실적으로 어려움이 있다. 따라서, 건축물 미술작품의 사후 관리 기간과 의무 범위를 명확히 하는 법적 보완이 필요하며, 관리 주체의 부담을 줄이기 위한 방안이 마련되어야 한다. 현재 법률이 건축주를 관리 주체로 규정하고 있으므로, 건축주에 대한 사후 관리 의무를 합리적으로 조정하고, 사후 관리가 효과적으로 이루어질 수 있는 법적 틀을 구축하는 것이 중요하다.

환경조형물 개발과 설치 등은 가시적인 성과를 중시하는 경향의 사업일 수 있으므로, 사후 유지 관리의 미흡함이 수반되는 경향이 있다.

가장 큰 문제는 기획 단계부터 사후 관리비용이 예산에 포함되지 않는다는 것이다. 만들고 보자는 식의 환경조형물 인식은 보존성이 낮은 소재 사용이나 마모가 쉬운 자재 사용으로 이어질 수 있다.

특히, 공모를 통해 선정된 개인이나 단체가 프로젝트를 주도하는 경우, 프로젝트 종료 후 책임 소재가 불분명해지는 문제가 발생한다.

정기적인 관리와 점검의 부재로 인해 작품이 손상되거나 위치가 변경되어도 이를 제대로 파악하지 못하고, 결과적으로 도시 미관을 해치는 상황이 발생한다. 이처럼 또한, 환경조형물은 처음부터 관리비가 미흡하게 책정되거나 아예 무

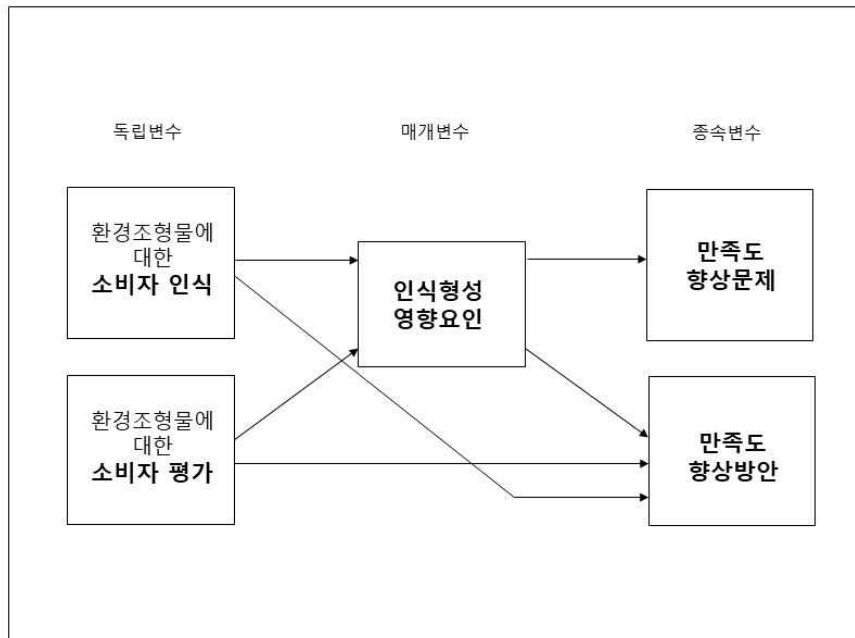
시되어, 단순한 일회성 이벤트로 전락하는 경우가 많다. 이는 환경조형물에 대한 전반적인 인식 악화를 가져오는 부정적인 결과를 초래한다.



Ⅲ. 연구 설계

3.1 연구 모형

본 연구를 도식화해서 나타내면 다음의 그림과 같다<그림18>.



<그림18> 연구 모형

3.2 연구 가설

본 연구는 앞서 제시한 연구모형을 토대로 다음과 같이 다섯 개의 가설을 설정하였다. 가설은 다음과 같다.

<연구 가설1> 환경조형물에 대한 인식은 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미칠 것이다.

〈연구 가설2〉 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미칠 것이다.

〈연구 가설3〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미칠 것이다.

〈연구 가설4〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 영향을 미칠 것이다.

〈연구 가설5〉 환경조형물에 대한 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미칠 것이다.

〈연구 가설6〉 환경조형물에 대한 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 영향을 미칠 것이다.

3.3 조사 참여자

본 연구의 조사에 참여한 연구대상자는 전국의 남녀를 대상으로 하였으며, 남성 252명, 여성 252명 등 각 총 504명이었다.

10대에서 60대까지 연령대별 참여자를 똑같이 84명씩 할당하여 조사를 진행하였다.

설문조사에 참여한 전체 응답자의 응답 자료는 특별한 문제나 오류가 발견되지 않아 조사 참여자 504명의 전체 응답 자료를 조사 분석 자료로 사용하였다.

3.4 조사 도구

본 연구가 사용한 설문 항목은 크게 여섯 가지로 구성되었으며, 구성 방법은 다음과 같다.

설문 문항의 구성에 앞서 본 연구는 10년 이상 경력 환경조형물 업체 임원, 디자인학과 교수, 그리고 지자체 임직원 3명 등 총 9명으로 구성된 포커스 그룹 인터뷰(FGI)를 실시하였다. 이 포커스 그룹 인터뷰가 환경조형물 인식과 평가에 영향을 미치는 요인 여덟 개를 선정한 하위 배경 요인들을 정리하여 설문 문항으로 구성하는 것에 대한 타당성을 검토하고, 문항별 관련성에 대한 심층 토론을 거쳐 각 항목별 설문으로 할당하여 구성하였다.

이후 설문에 대한 신뢰도 검증에서 설문 문항 3번(당신은 수준 낮은 환경조형물은 불필요한 낭비나 공해라고 생각하십니까?)과 6번(당신은 수준이 낮은 환경조형물을 우리 생활에 불필요한 나쁜 것이라고 생각하십니까?)을 제외한 변수들의 신뢰성 값, 즉 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha) 계수가 0.6을 초과함으로써, 신뢰할만한 수준임을 검증하였다.

본 연구의 설문 항목과 항목별 설문의 구성은 다음과 같다.

첫째, 환경조형물에 대한 소비자의 인식 측정

소비자들의 환경조형물 필요성 인식 정도, 선호하는 환경조형물의 수준 정도, 환경조형물에 대한 유용성 인식 등을 리커트 5점 척도로 측정하도록 하였다.

둘째, 환경조형물에 대한 소비자의 평가 측정

소비자들이 환경조형물에 대해 좋고 나쁨을 평가하고 있는가의 정도, 환경조형물의 수준이 소비자의 생활을 위해 필요한 것인가에 대한 정도, 환경조형물의 수준이 소비자의 생활에 미치는 영향력 정도 등을 측정하는 세 개의 문항.

셋째, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가 측정

소비자가 환경조형물의 수준과 질의 정도에 따라 환경조형물에 대해 갖는 인식 영향 정도, 환경조형물 제작 능력과 기술이 환경조형물에 대한 좋고 나쁨을 좌우하는 것으로 인식하는가의 정도, 환경조형물의 선택과 결정 과정이 환

경조형물에 대한 좋고 나쁨을 좌우하는 것으로 인식하는가의 정도, 환경조형물 관련 제도와 법이 환경조형물에 대한 좋고 나쁨을 좌우하는 것으로 인식하는가의 정도, 환경조형물의 유지 관리와 보수가 환경조형물에 대한 좋고 나쁨을 좌우하는 것으로 인식하는가의 정도, 그리고 각 영향 요인의 영향력 순위 인식 등을 측정하는 여섯 개의 문항.

넷째, 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제 측정

소비자의 환경조형물에 대한 평가와 만족도를 높이기 위해 중요하다고 생각하는 요인으로서의 조형물의 이해, 아이디어 발상능력, 제작능력 등에 대한 인식과 동의 정도, 환경조형물에 대한 평가와 만족도를 높이기 위해 중요하다고 생각하는 요인으로서의 조형물에 대한 투자비용 확대와 자재의 질과 마감 기술 향상 등에 대한 인식과 동의 정도, 환경조형물에 대한 평가와 만족도를 높이기 위해 중요하다고 생각하는 요인으로서의 조형물 선택 과정과 결정 과정을 합리적, 객관적, 과학적으로 개선하는 것에 대한 인식과 동의 정도, 환경조형물에 대한 평가와 만족도를 높이기 위해 중요하다고 생각하는 요인으로서의 조형물 관련 제도와 법을 보완 개선하는 것 등에 대한 인식과 동의 정도, 그리고 각 영향 요인의 영향력 순위 인식 등을 측정하는 다섯 개의 문항.

다섯째, 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안 측정

소비자의 생활 환경과 조화된 환경조형물 개발을 위해서 정교한 환경 영향 분석이 필요하다고 인식하고 동의하는 정도, 소비자의 생활 환경과 조화된 환경조형물 개발을 위해서 전문적인 기획 능력과 발상 능력, 제작 기술이 필요하다고 인식하고 동의하는 정도, 소비자의 생활 환경과 조화된 환경조형물 개발을 위해서 제도와 법에 의한 의무 설치보다 생활 환경과의 조화를 신중하게 고려하여 최소로 설치해야 한다고 인식하고 동의하는 정도, 소비자의 생활 환경과 조화된 환경조형물 개발을 위해서 조형물에 대한 투자비용을 늘리는 것을 통해 환경조형물 수준과 질을 고급화해야 한다는 것에 인식하고 동의하는 정도, 그리고 각 영향 요인의 영향력 순위 인식 등을 측정하는 다섯 개의 문항.

여섯째, 일반적인 인구통계학적 특성 측정

조사 참여자, 즉 연구 대상자의 일반적인 인구통계학적 특성인, 성별, 나이, 학력, 결혼여부, 현재의 구직 상황, 현재의 직업 분야, 소득 수준, 거주지 등을 측정하는 여덟 개의 문항 등 총 30개의 문항, 그리고 끝으로 소비자가 환경조형물에 대해 생각하는 것이나 환경조형물에 대한 견해를 자유롭게 기술하는 문항을 별도로 기술하게 하는 것으로 구성하였다.

3.5 조사 실시 및 조사 자료 수집

본 연구는 설문지를 통한 실증조사를 다음과 같이 실시하였다. 설문조사는 조사 전문회사를 통하여 2023년 10월 12일부터 10월 19일까지 8일 동안 실시하였다.

설문조사는 온라인 조사 방식으로 실시되었으며, 연구에 참여한 이들은 응답에 앞서 간단한 설문 조사 취지와 설문 목적 설명한 글을 읽고 난 후 설문지에 응답하도록 하였다.

설문에 대한 응답 내용은 5점 리커트 척도에 응답자가 직접 체크하게 하였으며, 설문지의 맨 끝에 환경조형물에 대한 자신의 의견이나 견해 등을 자유롭게 기록하도록 한 설문에 대한 주관식 기입 내용은 설문 응답지 맨 끝에 간단하게 기록하여 제출하도록 하였다.

조사 자료 수집은 컴퓨터 데이터로 수집하여 분석하였다.

3.6 조사 자료 분석방법 및 분석

통계처리는 SPSS/WIN 통계프로그램 24.0을 활용하였으며 분석방법은 다음과

같다.

첫째, 본 연구에 사용된 척도의 신뢰도 검사를 위해 Cronbach' s α 를 사용하였다.

둘째, 각 요인의 타당성 검사를 위해 요인분석을 실시하였다.

셋째, 연구대상자의 일반적인 사항, 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 대해 빈도, 백분율, 평균, 표준편차와 같은 빈도분석과 기술통계분석을 사용하였다.

넷째, 연구대상자의 일반적인 사항에 따른 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가의 차이를 알아보기 위해 t-test, One way ANOVA를 사용하였으며 사후검증으로 Scheffe방법을 사용하였다.

다섯째, 각 요인 간의 관계는 단순상관관계분석(Pearson's Correlation Analysis)으로 분석하였다.

여섯째, 가설 검증을 위해 단순회귀분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 분석 결과

4.1 신뢰도 검증

	Alpha
환경조형물에 대한 인식	.762
환경조형물에 대한 평가	.657
환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가	.791
환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제	.707
환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안	.671

〈표7〉 영역의 신뢰성검증

연구모형과 가설을 검증하기에 앞서 측정항목이 어느 정도 일관성 있게 측정되었는지를 알아보기 위하여 신뢰성을 검증하였다. 측정결과에 오차가 들어 있지 않은 정도를 말하는 것이 신뢰성(Reliability)이다. 신뢰성은 동일한 개념에 대해서 반복적인 측정을 했을 경우에 나타나는 측정값들의 분산을 의미한다. 이러한 신뢰성의 정도를 측정하는 방법에는 재측정 신뢰성, 반분 신뢰성, 문항분석 신뢰성, Cronbach's Alpha, 동등척도 신뢰성, 평가자간 신뢰성 등이 있다.

이 중에서도 가장 대표적으로 쓰이는 Cronbach's Alpha는 일반적으로 둘 이상의 개념 예측변수들의 집합에 대한 신뢰성 측정에 사용되며, 신뢰계수 값의 범위는 0과 1 사이이다.

본 연구에서는 주요 변수들의 척도에 대한 신뢰도를 판단하기 위해 Cronbach's Alpha를 산출하였다. 일반적으로 알파계수가 0.6 이상이면 척도를 구성하는 항목들 간에 내적 일관성이 양호한 것으로 보고 있으며, 신뢰도가 높은 것으로 판단한다(채서일, 2019).

위의 〈표7〉에서 보는 바와 같이 본 연구의 모든 변수의 알파계수는 0.6이상

으로 나타남으로써, 척도의 신뢰도에는 문제가 없는 것으로 판단되었다. 또한 문항 중 3번, 6번 문항은 신뢰도가 낮아서 제거하였다.

구체적으로 살펴보면, 환경조형물에 대한 인식이 0.762, 환경조형물에 대한 평가가 0.657, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 0.791, 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제가 0.707, 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안이 0.671 등으로 나타나 모든 변수들의 신뢰성 값이 0.6을 초과하고 있음을 알 수 있다.

4.2 요인 분석

	1	2	3	공통성
환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물 관련 제도와 법이 좌우한다고 생각함	<i>.800</i>	.026	-.036	.642
환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물 유지 관리와 보수가 좌우한다고 생각함	<i>.719</i>	.226	.114	.581
환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물의 선택과 결정 과정이 좌우한다고 생각함	<i>.670</i>	.106	.383	.607
환경조형물의 좋고 나쁨을 제작 능력과 기술이 좌우한다고 생각함	<i>.578</i>	.150	.440	.550
환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물의 수준과 질이 좌우한다고 생각함	<i>.577</i>	.144	.539	.544
환경조형물이 필요하다고 생각함	.078	<i>.883</i>	-.003	.786
수준 높은 환경조형물을 좋아함	.143	<i>.854</i>	.155	.773
수준 높은 환경조형물을 우리 생활에 더 좋은 것이라고 생각함	.221	.466	<i>.845</i>	.769
환경조형물이 좋은 것과 나쁜 것이 있다고 생각함	.072	.119	<i>.842</i>	.728
고유값	3.736	1.415	1.330	
설명분산	41.510	15.727	9.219	
누적분산	41.510	57.237	66.456	

〈표8〉 요인 분석

본 연구의 가설 검증에 앞서 변수들에 대한 요인분석을 실시하였다. 변수들의 상관관계를 이용하여 각 측정변수의 차원을 이끌어내기 위하여 탐색적 요인 분석을 실시하였으며, 주성분분석의 베리맥스 직각회전방식을 이용하여 측정하였다. 요인추출 기준은 고유 값 1.0 이상을 기준으로 하였고, 요인 적재치는 0.50 이상으로 지정하였으며, 각 요인범주내의 내적 일관성을 갖는지를 확인하여 앞의 <표8>에 제시하였다.

세부적으로 설명하면, 총 11개 문항을 직교회전한 후 요인분석을 실시한 결과, 3번, 6번의 2개 문항이 다른 요인에 적재되어 이 문항을 제거한 후 9개 문항을 대상으로 다시 요인분석을 실시하였다. 그 결과 <표8>에 제시된 것처럼 1.0 이상의 고유값을 갖는 요인 3개가 추출되었으며, 3개 요인의 총 분산 설명력은 66.456%로 나타났다.



	1	2	공통성
소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 제도와 법에 의한 의무설치보다 생활 환경과의 조화를 신중하게 고려하여, 최소한으로 설치해야 한다고 생각함	.794	-.075	.637
소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 전문적인 기획과 발상 능력, 제작기술이 필요하다고 생각함	.750	.273	.637
소비자 생활 환경과 조화된 환경조형물 개발을 위해서 정교한 환경 영향분석이 필요하다고 생각함	.744	.219	.601
가치와 품격이 높은 환경조형물 개발을 위해서 조형물에 대한 투자 비용을 늘리고, 수준과 질을 고급화해야 한다고 생각함	.713	.134	.596
환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형물에 대한 이해와 아이디어 발상 능력, 제작능력이라고 생각함	.459	.784	.652
환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형물에 대한 투자비용을 늘려야 하고, 자재의 질과 마감 기술을 높여야 한다고 생각함	.182	.776	.635
환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형물 관련 제도와 법을 보완하고 개선하는 것이라고 생각함	.083	.688	.581
환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형물에 대한 선택과 결정 과정을 합리적, 객관적, 과학적으로 개선하는 것이라고 생각함	.476	.516	.593
고유값	3.449	1.202	
설명분산	43.115	15.019	
누적분산	43.115	58.134	

〈표9〉 요인의 타당성 검증

총 8개 문항을 직교회전한 후 요인분석을 실시한 결과, 위의 〈표9〉에 제시된 것처럼 1.0 이상의 고유값을 갖는 요인 2개가 추출되었으며, 2개 요인의 총 분산 설명력은 58.134%로 나타났다.

4.3 조사 참여자의 일반적인 사항

N=504

		빈도	퍼센트	평균 ± 표준편차
성별	남성	252	50.0	
	여성	252	50.0	
연령	10대	84	16.7	39.79 ± 16.144
	20대	84	16.7	
	30대	84	16.7	
	40대	84	16.7	
	50대	84	16.7	
	60대	84	16.7	
학력	고등학교 졸업	132	26.2	
	전문대 재학/졸업	61	12.1	
	대학생 재학/졸업	258	51.2	
	대학원 재학/졸업	53	10.5	
결혼상태	미혼	250	49.6	
	기혼	254	50.4	
직업	청소년 학생	84	16.7	
	사무직 직장인	185	36.7	
	생산직 직장인	30	6.0	
	전문직 직장인	64	12.7	
	가정주부	72	14.3	
	무직, 기타	69	13.7	
주된 직업 분야	관리자	68	13.5	
	전문가 및 관련 종사자	110	21.8	
	사무종사자	156	31.0	
	서비스 종사자	72	14.3	
	판매 종사자	16	3.2	
	농림어업 숙련종사자	1	.2	
	기능원 및 관련 기능종사자	16	3.2	
	장치, 기계조작 및 조립종사자	13	2.6	
	단순노무 종사자	52	10.3	
소득 또는 재산 수준	상	19	3.8	
	중	304	60.3	
	하	181	35.9	
거주지	특별시	148	29.4	
	광역시	140	27.8	
	일반시	178	35.3	
	군읍면	38	7.5	
합계		504	100.0	

〈표10〉 조사 참여자의 일반적 사항

앞의 <표10>에서 보는 바와 같이 일반적 사항에 대해 살펴보면 성별은 남성과 여성이 각각 50.0%로 나타났고 연령은 평균 39.79세로 10대, 20대, 30대, 40대, 50대, 60대가 각각 16.7%로 나타났다.

학력은 대학생 재학/졸업이 51.2%로 과반수 이상이었고 고등학교 졸업이 26.2%, 전문대 재학/졸업이 12.1%, 대학원 재학/졸업이 10.5% 순으로 나타났으며 결혼상태는 기혼이 50.4%로 과반수 이상이었고 미혼은 49.6%로 약간 낮게 나타났다.

직업은 사무직 직장인이 36.7%로 가장 높았고 다음으로 청소년 학생이 16.7%, 가정주부가 14.3%, 무직, 기타가 13.7% 등의 순으로 나타났으며 주된 직업 분야는 사무종사자가 31.0%로 가장 높게 나타났고 전문가 및 관련 종사자가 21.8%, 서비스 종사자가 14.3%, 관리자가 13.5% 등의 순으로 나타났다.

소득 또는 재산 수준은 중이 60.3%로 대부분을 차지하였고 하가 35.9%, 상이 3.8% 순으로 나타났으며 거주지는 일반시가 35.3%로 가장 높게 나타났고 특별시가 29.4%, 광역시가 27.8%, 군읍면이 7.5% 순으로 나타났다.

4.4 각 요인의 일반적인 경향

다음의 <표11>에서 보는 바와 같이 각 요인의 일반적인 경향에 대해 살펴보면 ‘소비자 생활 환경과 조화된 환경조형물 개발을 위해서 정교한 환경 영향 분석이 필요하다고 생각하십니까?’, ‘소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 제도와 법에 의한 의무설치보다 생활 환경과의 조화를 신중하게 고려하여, 최소한으로 설치해야 한다고 생각하십니까?’가 5점 만점에 각각 3.88점, ‘소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 전문적인 기획과 발상 능력, 제작기술이 필요하다고 생각하십니까?’가 3.87점, ‘환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형물에 대한 이해와 아

		최소 값	최대 값	평균	표준 편차	왜도		첨도	
						통계 량	표준 오차	통계 량	표준 오차
환경조형물 에 대한 인식	당신은 환경조형물이 필요하다고 생각하십니까?	1	5	3.51	.832	-.473	.109	.273	.217
	당신은 수준 높은 환경조형물을 좋아하십니까?	1	5	3.49	.935	-.341	.109	-.375	.217
	당신은 수준 낮은 환경조형물은 불필요한 낭비나 공해라고 생각하십니까?	1	5	3.56	1.109	-.480	.109	-.573	.217
경조형물에 대한 평가	당신은 환경조형물이 좋은 것과 나쁜 것이 있다고 생각하십니까?	1	5	3.56	.863	-.648	.109	.293	.217
	당신은 수준 높은 환경조형물을 우리 생활에 더 좋은 것이라고 생각하십니까?	1	5	3.44	.910	-.311	.109	-.178	.217
	당신은 수준이 낮은 환경조형물을 우리 생활에 불필요한 나쁜 것이라고 생각하십니까?	1	5	3.30	1.001	-.078	.109	-.641	.217
환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가	당신은 환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물의 수준과 질이 좌우한다고 생각하십니까?	1	5	3.36	.980	-.429	.109	-.550	.217
	당신은 환경조형물의 좋고 나쁨을 제작 능력과 기술이 좌우한다고 생각하십니까?	1	5	3.37	1.000	-.446	.109	-.399	.217
	당신은 환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물의 선택과 결정 과정이 좌우한다고 생각하십니까?	1	5	3.44	.905	-.381	.109	-.107	.217
	당신은 환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물 관련 제도와 법이 좌우한다고 생각하십니까?	1	5	3.09	.990	-.007	.109	-.466	.217
	당신은 환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물 유지 관리와 보수가 좌우한다고 생각하십니까?	1	5	3.71	.926	-.651	.109	.380	.217

		최소 값	최대 값	평균	표준 편차	왜도		첨도	
						통계 량	표준 오차	통계 량	표준 오차
환경조형물 에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제	환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형물에 대한 이해와 아이디어 발상 능력, 제작능력이라고 생각하십니까?	1	5	3.84	.732	-.844	.109	1.978	.217
	환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형물에 대한 투자비용을 늘려야 하고, 자재의 질과 마감 기술을 높여야 한다고 생각하십니까?	1	5	3.38	.957	-.312	.109	-.163	.217
	환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형물에 대한 선택과 결정 과정을 합리적, 객관적, 과학적으로 개선하는 것이라고 생각하십니까?	1	5	3.70	.797	-.780	.109	1.280	.217
	환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형물 관련 제도와 법을 보완하고 개선하는 것이라고 생각하십니까?	1	5	3.49	.810	-.470	.109	.504	.217
	소비자 생활 환경과 조화된 환경조형물 개발을 위해서 정교한 환경 영향분석이 필요하다고 생각하십니까?	1	5	3.88	.756	-.622	.109	1.037	.217
환경조형물 에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안	소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 전문적인 기획과 발상 능력, 제작기술이 필요하다고 생각하십니까?	1	5	3.87	.771	-.866	.109	1.780	.217
	소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 제도와 법에 의한 의무설치보다 생활 환경과의 조화를 신중하게 고려하여, 최소한으로 설치해야 한다고 생각하십니까?	1	5	3.88	.842	-.433	.109	.035	.217
	가치와 품격이 높은 환경조형물 개발을 위해서 조형물에 대한 투자 비용을 늘리고, 수준과 질을 고급화해야 한다고 생각하십니까?	1	5	3.33	.953	-.303	.109	-.028	.217

*점수가 높을수록 동의 정도가 높음

〈표11〉 각 요인의 일반적인 경향

이디어 발상 능력, 제작능력이라고 생각하십니까?’가 3.84점으로 타 문항보다 상대적으로 높게 나타났고 반면에 ‘당신은 환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물 관련 제도와 법이 좌우한다고 생각하십니까?’는 3.09점으로 타 문항보다 상대적으로 낮은 점수를 보였다. 또한 모든 문항이 5점 만점에 3점 이상으로 나타나 중간 이상의 점수를 보였다.

4.4.1 환경조형물의 좋고 나쁨을 좌우하는 영향 요인

	점수	1순위		2순위		3순위		4순위		5순위	
		빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트
환경조형물 수준과 질	1824	189	37.5	108	21.4	89	17.7	62	12.3	56	11.1
환경조형물 제작 능력과 기술	1621	92	18.3	136	27.0	123	24.4	95	18.8	58	11.5
환경조형물 선택과 결정 과정	1435	99	19.6	71	14.1	90	17.9	142	28.2	102	20.2
환경조형물 관련 제도와 법	1094	32	6.3	68	13.5	69	13.7	120	23.8	215	42.7
환경조형물 유지 관리와 보수	1586	92	18.3	121	24.0	133	26.4	85	16.9	73	14.5
합계		504	100.0	504	100.0	504	100.0	504	100.0	504	100.0

(점수=1순위*5+2순위*4+3순위*3+4순위*2+5순위*1)

〈표12〉 환경조형물의 좋고 나쁨을 좌우하는
영향 요인

〈표12〉에서 보는 바와 같이 환경조형물의 좋고 나쁨을 좌우하는 영향 요인에 대해 살펴보면 환경조형물 수준과 질이 37.5%로 1순위로 꼽은 요인 가운데 가장 많은 응답자가 선택하였으며 환경조형물 선택과 결정 과정이 19.6%, 환경조형물 제작 능력과 기술, 환경조형물 유지 관리와 보수가 각각 18.3% 순으로 나타났다. 2순위에서는 환경조형물 제작 능력과 기술이 27.0%, 환경조

형물 유지 관리와 보수가 24.0%, 환경조형물 수준과 질이 21.4% 순으로 나타났다으며 3순위에서는 환경조형물 유지 관리와 보수가 26.4%, 환경조형물 제작 능력과 기술이 24.4%, 환경조형물 선택과 결정 과정이 17.9% 순으로 나타났다. 또한 4순위에서는 환경조형물 선택과 결정 과정이 28.2%, 5순위에서는 환경조형물 관련 제도와 법이 42.7%로 각각 가장 높게 나타났다.

이를 점수화하여 살펴보면 환경조형물 수준과 질이 1824점으로 가장 높게 나타났고 환경조형물 제작 능력과 기술이 1621점, 환경조형물 유지 관리와 보수가 1586점 순으로 환경조형물 수준과 질이나 환경조형물 제작 능력과 기술이라는 응답이 높게 나타났다.

4.4.2 환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위한 중요 요인

	점수	1순위		2순위		3순위		4순위	
		빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트
환경조형물에 대한 이해와 수준 높은 아이디어 발상 능력, 그리고 제작능력	1658	296	58.7	100	19.8	66	13.1	42	8.3
환경조형물에 대한 투자비용 증액과 자재의 질과 마감 기술 향상	1205	66	13.1	167	33.1	169	33.5	102	20.2
환경조형물 선택과 결정 과정의 합리적, 객관적, 과학적 개선	1343	103	20.4	188	37.3	154	30.6	59	11.7
환경조형물 제도와 법 보완 개선	834	39	7.7	49	9.7	115	22.8	301	59.7
합계		504	100.0	504	100.0	504	100.0	504	100.0

(점수=1순위*4+2순위*3+3순위*2+4순위*1)

〈표13〉 환경조형물에 대한 소비자의 평가와
만족도를 높이기 위한 중요 요인

앞의 <표13>에서 보는 바와 같이 환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위한 중요 요인에 대해 살펴보면 환경조형물에 대한 이해와 수준 높은 아이디어 발상 능력, 그리고 제작능력이 58.7%로 1순위로 꼽은 요인 가운데 가장 많은 응답자가 선택하였고 환경조형물 선택과 결정 과정의 합리적, 객관적, 과학적 개선이 20.4%, 환경조형물에 대한 투자비용 증액과 자재의 질과 마감 기술 향상이 13.1% 순으로 나타났으며 2순위에서는 환경조형물 선택과 결정 과정의 합리적, 객관적, 과학적 개선이 37.3%로 가장 높게 나타났고 환경조형물에 대한 투자비용 증액과 자재의 질과 마감 기술 향상이 33.1%, 환경조형물에 대한 이해와 수준 높은 아이디어 발상 능력, 그리고 제작능력이 19.8% 순으로 나타났다. 또한 3순위에서는 환경조형물에 대한 투자비용 증액과 자재의 질과 마감 기술 향상이 33.5%, 4순위에서는 환경조형물 제도와 법 보완 개선이 59.7%로 각각 가장 높게 나타났다.

이를 점수화하여 살펴보면 환경조형물에 대한 이해와 수준 높은 아이디어 발상 능력, 그리고 제작능력이 1658점으로 가장 높게 나타났고 환경조형물 선택과 결정 과정의 합리적, 객관적, 과학적 개선이 1343점, 환경조형물에 대한 투자비용 증액과 자재의 질과 마감 기술 향상이 1205점 순으로 환경조형물에 대한 이해와 수준 높은 아이디어 발상 능력, 그리고 제작능력이나 환경조형물 선택과 결정 과정의 합리적, 객관적, 과학적 개선이 중요하다는 응답이 높게 나타났다.

4.4.3 소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 우선해야 할 요인

다음의 <표14>에서 보는 바와 같이 소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 우선해야 할 요인에 대해 살펴보면 정교한 환경 영향분석이 34.1%

	점수	1순위		2순위		3순위		4순위	
		빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트
정교한 환경 영향분석	1427	172	34.1	147	29.2	113	22.4	72	14.3
전문적인 기획과 발상 능력, 제작기술	1374	125	24.8	160	31.7	175	34.7	44	8.7
제도와 법에 의한 의무설치보다 생활 환경과의 조화를 신중하게 고려하고, 최소한의 설치 지향	1354	161	31.9	127	25.2	113	22.4	103	20.4
조형물에 대한 투자 비용을 늘리고, 수준과 질을 고급화	885	46	9.1	70	13.9	103	20.4	285	56.5
합계		504	100.0	504	100.0	504	100.0	504	100.0

(점수=1순위*4+2순위*3+3순위*2+4순위*1)

〈표14〉 소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서
우선해야 할 요인

로 1순위로 꼽은 요인 가운데 가장 많은 응답자가 선택하였고 제도와 법에 의한 의무설치보다 생활 환경과의 조화를 신중하게 고려하고, 최소한의 설치 지향이 31.9%, 전문적인 기획과 발상 능력, 제작기술이 24.8% 순으로 나타났으며 2순위에서는 전문적인 기획과 발상 능력, 제작기술이 31.7%로 가장 높게 나타났고 정교한 환경 영향분석이 29.2%, 제도와 법에 의한 의무설치보다 생활 환경과의 조화를 신중하게 고려하고, 최소한의 설치 지향이 25.2% 순으로 나타났다. 또한 3순위에서는 전문적인 기획과 발상 능력, 제작기술이 34.7%, 4순위에서는 조형물에 대한 투자 비용을 늘리고, 수준과 질을 고급화가 56.5%로 가장 높게 나타났다.

이를 점수화하여 살펴보면 정교한 환경 영향분석이 1427점으로 가장 높게 나타났고 전문적인 기획과 발상 능력, 제작기술이 1374점, 제도와 법에 의한 의무설치보다 생활 환경과의 조화를 신중하게 고려하고, 최소한의 설치 지향이 1354점 순으로 정교한 환경 영향분석이나 전문적인 기획과 발상 능력, 제작기술을 우선해야 한다는 응답이 높게 나타났다.

4.4.4 소비자의 환경조형물에 대한 생각과 견해

다음은 설문조사 참여자들이 환경조형물에 대한 생각과 견해를 자유롭게 기술한 내용 전체 그대로를 순서 없이 옮긴 것이다.

단, 오타자가 있는 것은 오타자를 바로 잡았으며, 완성되지 않는 문장과 매끄럽지 못한 문장은 약간의 손을 보는 수준에서 정리하였으며, 높임말을 쓴 문장은 평어체로 통일시켰다. 또한 문장의 매듭 용어를 통일감 있게 정리하였다.

다음의 <표15>에서 보는 바와 같이 환경조형물에 대한 소비자의 생각과 견해는 매우 다양했다.

그러나 소비자들이 공통적으로 많이 기술하고 있는 것은 지역 환경에 맞는 것이 중요하다, 최소한으로 설치되어야 한다, 조형물의 의미를 알게 해야 한다, 예산을 낭비하지 않아야 한다, 공감을 주지 못하는 불필요한 조형물은 쓰레기다, 나쁜 조형물을 막아야 한다, 조형물의 수준이 높아야 한다, 생활에 즐거움을 줘야 한다, 창의적이어야 한다, 지역환경과 설치 장소에 맞아야 한다, 지자체의 과시적 성과를 강조하는 무분별한 설치 최소화, 신선하고 창의적인 좋은 아이디어, 즐거움을 주는 고품질 조형물, 긍정적인 좋은 영향을 주는 조형물, 의무적인 규제보다는 필요에 의한 자유로운 조형물 설치, 숫자보다는 질, 소비자가 원하는 조형물, 상징성이 있는 조형물, 소비자를 위한 조형물, 나쁜 조형물 난립을 막는 규제법, 좋은 조형물을 선택하는 방안과 제도, 지역 특성과 공간 환경과 특성 반영, 자연 친화, 생활환경과 조화된 조형물, 투명하고 합리적인 예산 사용, 지속적인 유지관리가 필요 등등을 공통적으로 많이 들고 있음을 확인하였다.

환경조형물이 있는 것과 없는 것의 차이가 꽤 있다. 환경조형물은 있어야 한다
예쁘지 않고 뜬금없는 환경조형물을 보면 저런 걸 왜 만들었나 싶다, 돈이 아깝다
가끔은 불필요한 것들이 있어 보인다
간결하고 심플하지만 의미가 담긴 것이 좋다
의미를 잘 생각하고 환경조형물을 설계해야 기능을 제대로 할 것 같다.
건강한 환경조형물을 볼 때 기분이 좋다
환경조형물이 건물과 주변을 조화롭게 해준다
건물과의 유기성 연관성을 고려했으면 좋겠다
건물을 대표할 수 있어야 한다
건전하고 긍정적인 마인드를 심어주는 조형물이 좋다
설치된 환경조형물이 걸치레 같다
경관을 위해 환경조형물이 있으면 좋음
경관을 해치지 않는 선에서 환경조형물이어야 한다
고급스럽지 않더라도 주변 환경에 큰 영향을 주지 않는 조형물이 좋다
고품격의 시대와 어울리는 조형물이었으면 좋겠다
공간만 차지하고 통행에 방해되는 조형물은 예술이기 전에 공해이다
공감할 수 있는 내용에 깔끔한 조형물이어야 할 것
분수 조형물은 공기정화에 좋을 것 같다
관리는 필수다
환경조형물은 관상용으로 좋다
환경조형물은 광고성과 비리로 얼룩져있다
국비를 좀 줄여서 설치하는 것이 좋다고 생각한다
규모 있게 조형물을 만드는 것이 좋다
주변 환경과의 균형과 조화가 중요하다
장소에 맞고, 필요한 뜻과 주제가 있고, 과한 돈을 투자하지 말고 조화롭게 조성해야 한다
특별히 주의해서 보지는 않지만, 수준 높은 조형물에는 관심이 간다
환경조형물 보다 진짜 나무와 꽃이 낫다
환경조형물이 꼭 필요한지 의문이다
그다지 크게 관심을 가지지 않음
큰 관심은 없으나 아이가 물으면, 최대한 아는 지식을 동원하여 대답해줄 필요를 느낀다
환경조형물을 보면 금세 보기 좋지 않은 시설 되겠나라는 생각이 든다
환경조형물 기존 건물이나 환경과 조화로워야 한다
기획단계에서 기발한 아이디어를 수립해서 도시미관에 신경 썼으면 좋겠다
길 가다가 가끔씩 조형물을 본다
환경조형물에 대해 깊게 생각해본 적이 없다
환경조형물은 깔끔하고 깨끗해야 한다
무분별한 조형물의 설치에 지향해야 한다
나는 환경조형물이 있어야 한다고 생각한다
보는 이에게 정서적으로 부정적인 영향을 주지 않는 환경조형물이 필요하다
환경조형물은 눈을 즐겁게 한다
나쁜 조형물은 나쁜 사람을 만들고, 사고를 일으키게 한다
환경조형물은 예산만 낭비한다
환경조형물을 만들려면 잘 만들면 좋겠다
사람들의 일상과 공존할 수 있는 좋은 조형물이 필요하다
환경조형물은 도시와의 조화를 생각해야 한다
유지 보수가 잘 되고 주변 환경 및 시설물과 조화가 되는게 중요하다고 생각한다.

꼭 필요한 조형물만 설치해야 한다
무엇보다 환경평가가 우선되어야 한다
환경조형물이 있는 것이 나쁘지 않다
난해하지 않고 자연을 돋보이는 환경조형물을 설치하면 좋겠다
많은 예산을 들인 의미 없는 조형물은 가치가 없다
너무 과하지 않으면 좋겠다
쓸데없는 조형물이 너무 많다
질이 낮은 작품들이 너무 많다, 개선이 필요하다.
무분별한 조형물 설치하는 환경, 비용, 도시 질서 모든 걸 망가뜨린다.
단순히 미관을 강조하기보다는 실용적인 기능이 있으면 좋겠다
같거나 비슷한 환경조형물은 설치해서 보게 하는 것은 좋지 않다
상징적인 조형물을 많이 제작해야한다고 생각한다
더욱 잘 관리해야 사람들에게 환경조형물에 대한 좋은 인식을 심어줄 수 있다
좋은 환경조형물이 많이 설치되어야 한다
독창적인 환경조형물이 필요하다
돈 낭비 같지만, 보기 좋다
빌딩 앞에 조각 등 조형물 대신에 차라리 나무와 꽃을 심는게 낫다
환경과 어울리는 시민 힐링공간, 아이들 놀이공간 등 다목적의 환경조형물이 좋다.
돈이 많이 들어가지 않는 선에서 설치해야 한다
동네 주민들의 의견을 수렴하여 만들어진 환경조형물이 가치가 있다고 생각한다
특별히 관심도 생각도 없다
법 제도의 개선으로 무분별하게 조형물이 설치되는 것을 금지시켜야 한다
만들어 놓고 유지 보수를 하지 않아 흉물이 되는 것이 많다
많은 사람들의 의견을 듣는 것이 중요하다고 생각한다
조형물을 볼 수 있는 기회가 많으면 좋겠다
환경조형물의 유지관리가 중요하다
설치된 환경조형물이 너무 많다고 생각한다
환경조형물을 봐도 별 생각이 없다
멋진 환경조형물은 삶의 질 향상에 도움이 된다
목적에 맞는 조형물이 좋다
무분별한 환경조형물 설치하는 반대한다
환경조형물이 도시 분위기를 좌우한다
사람 개인의 취향이 있지만, 여러 사람들의 마음에 들면 괜찮을 것 같다
삭막한 도시생활을 좀 더 쾌적하고 아름답게 하기 위해 질 높은 환경조형물은 필요하다
환경조형물이 생각보다 주변에 너무 많다
미적 요소를 잘 갖추는 것이 중요하다
비용이 많이 들고 적게 들고 보다는 시민의 호응도가 중요하다
환경조형물은 거리에 설치되므로 공포감이나 혐오감을 줘서는 안 된다
내가 본 환경조형물들 대부분이 생소하고 별로다
상징성을 나타낼 수 있는 디자인이면서 예뻐지면 좋겠다. 포토 스팟이 될 수 있어야 한다
환경조형물은 소중한 세금을 쓰는 것이다, 잘 만들어야 한다
사람들 눈에 거슬리지 않으며 주변과 조화가 어우러지는 조형물이어야 한다
시대에 맞는 조형물을 설치해야 한다
설치 후 관리가 안 되는 조형물은 보기에 흉하다
환경조형물은 삶의 질을 높여준다
무엇보다도 유지 및 관리가 중요하다고 생각한다.

환경조형물은 미대 교수들의 이익 창출 수단이다
설치 후 관리가 중요하다고 생각한다
환경조형물은 예산낭비를 한다
환경조형물을 관심있게 본 기억이 없다.
수준높은 조형물을 최소한으로 설치하는 것이 중요하다
수준 높은 조형물 제작을 위한 창작자에 대한 대우 개선이 되어야 한다
환경조형물은 불필요하다
수준 높은 예술작품에 대한 시민들의 접근성을 높여 주는 환경조형물이어야 한다
비용이 중요하다고 생각한다.
쓸데없는 환경조형물이 너무 많다.
설치 관련 법에 의해 설치되고 있으나, 수준 낮은 조형물이 대부분이다
환경조형물은 아이디어가 신선해야 한다
사람에게 유익한 환경조형물이었으면 좋겠다
어설픈 조형물 여러개 보다 고급스럽고 세련된 소수가 낫다
환경조형물은 시민에게 전달하고 싶은 내용을 나타낼 수 있어야 한다
인성을 키우는 조형물이 필요하다
환경조형물은 우리 삶에 꼭 필요하다
없는 것 보다 있는 것이 좋지만, 환경을 생각하고 창의적 디자인으로 설계해야 한다
역사를 왜곡하지 않도록 철저하게 검증하고 설치해야 한다.
적재적소에 깨끗하게 정돈되어 있으면 좋다고 생각한다
환경조형물에 대한 생각이 없다
신축 건물에 설치되는 조형물은 사람들이 접근하기 쉬운 것이면 좋겠다
의미를 담고있는 조형물이어야 한다
환경조형물은 생활 주변 환경을 아름답고 편안하게 만들어 주어야 한다
우리에게 필요하고 도움이 되는 환경조형물이 좋다
함께 살아가는 사회라는 인식을 만드는 조형물이 좋다
설치 비용에 대한 투명성을 높이는 것이 필요하다
환경조형물은 웬만하면 설치하지 않는 것이 좋다
잘 계획한 환경조형물은 아름답다
환경조형물은 세금 낭비의 주범이다
우리가 생활하고 있는 주변환경을 더 활기차고 의미있게 만들어줘야 한다
환경조형물의 수준이상으로 기능적이어야 한다
환경조형물은 있어도 되고 없어도 되지만, 꼭 있어야할 곳에만 있어야 한다
환경조형물이 랜드마크가 되면 관광자원이 되고 재정이 늘어날 수 있다
환경조형물의 수보다는 질을 높여야 한다
자연을 최대한 훼손하지않는 범위 내에서 장소와 상황에 맞게 조형물이 설치되어야 한다
시민들이 필요로 하는 것, 원하는 것을 만들었으면 좋겠다
적절한 조형물은 필요하다 생각한다
환경조형물은 정말 필요 없고 쓸데없는 것이다
여행지 등에서 주변 환경과 잘 어울리는 조형물은 감동과 기쁨을 준다
적절한 위치 선정이 중요하다
일반인도 이해할 수 있는 조형물이 필요하다
우리 정서에 크게 벗어나지 않는다면 표현의 자유가 필요하다고 본다
어울림이 중요하다, 어울리지 않는 것이 많다
환경조형물이 왜 있는 것인지 이해가 안 되는 것이 있다
자연친화적인 환경조형물이 좋다

시민들이 사랑하는 친근한 소재를 찾아야 한다.
 수준 낮은 불필요한 조형물이 많아서 신경 쓰인다
 환경조형물 관리가 잘 안 되는 경우가 많다
 창의성 넘치는 신선한 창작물이 필요하다
 조잡스런 조형물은 오히려 환경을 해친다, 품위있게 만들어야 한다
 환경조형물은 쓰레기다
 가볍고 즐거운 아이디어의 창의적인 환경조형물이 필요하다
 환경조형물에 대해 아는 게 없어서 의견이 없다
 제도나 법보다 실제 환경을 고려한 환경조형물 설치가 더 중요하다
 자연을 생각하여 최소한 설치가 중요하다
 지역 특성에 맞고, 주변 환경과 조화를 이루는 것이 가장 중요하다
 잘 만든 것은 보기 좋지만 주변 분위기와 맞지않는 조형물은 오히려 별로다
 환경조형물의 좋은 점과 나쁜 점이 함께 공존한다
 도시 이미지를 좋게하는 조형물이 좋다
 똑같은 조형물이 여기저기 눈에 많이 띄는 것은 좋지 않다
 산책과 운동 등을 할 수 있는 곳이면 좋겠다
 조형물에 따라 도시 환경과 분위기가 달라지므로, 전문적인 선택 기술이 있어야 한다
 환경조형물은 예쁘다
 조형물이 반드시 설치되어야 한다는 법규가 있다는 얘기를 들었다, 불필요한 규제다
 환경조형물은 예술적이어야 한다
 환경조형물이 오히려 환경을 해친다
 특정 장소와 밀접한 연관성이 있어야 한다
 환경조형물은 공원조성에만 필요한, 별로 필요치 않은 것이라는 생각이다
 좋지 않은 환경조형물은 관심이 가지 않는다
 법에 의한 의무적인 조형물 설치를 지양해야 한다
 환경조형물은 우리의 삶에 큰 기쁨을 준다
 조잡한 조형물 설치를 금지하는 법이 있어야 한다
 환경조형물이 우후죽순처럼 많은 것은 지양해야 한다
 환경조형물을 유심히 본적이 별로 없다
 제발 주변과 맞지 않는 환경조형물은 없었으면 좋겠다
 읍지로 근처의 사람 조형물들을 해외 관광객들은 특이한 랜드마크로 인식하는 듯하다.
 환경조형물에 대한 의견이 없다
 재미있고, 특색있는 조형물을 설치해야 한다
 환경조형물의 의미를 잘 알 수 없는 것들이 많다
 주변환경과 어울리는, 필요한 조형물을 설치해야 한다
 환경조형물은 설치 이상으로 관리에 신경을 써야 한다
 의미 없는 환경조형물에 쓸데없이 과도한 비용을 투자해서는 안 된다
 환경조형물은 의미가 중요하다
 조형물이 여기저기 난잡하게 설치되어 있는 것은 미관상 좋지 않다
 환경조형물은 일상과 함께 하는 것이므로, 잘 만들어야 한다
 최소한으로 신중히 설치해야 한다.
 환경조형물은 필요 없다
 자연을 강조한 환경조형물로 콘크리트로 된 삭막한 환경을 개선해야 한다
 환경조형물은 필요하지만 관리가 안 되면 흉물이 된다
 시선을 끄는 신선하고 화려한 조형물에 관심이간다
 환경조형물을 계획하고 만드는 사람, 업체들의 실력을 높여야 한다

환경조형물은 예뻐야 한다
꼭 그곳에 있어야 하는 이유가 필요하다
이해가 되지 않는 조형물은 불필요해 보인다
많이 설치하는 것보다 분위기에 맞춰 조화롭게 최소로 설치해야 한다
환경조형물은 일단 돈이 많이 든다
조형물이 우리의 마음에 영향을 미치므로, 즐거운 느낌으로 만들어야 한다.
지자체장 업적 과시용으로 마구 세우지 말아야 한다
장소에 어울리지 않는 생뚱맞은 조형물은 필요가 없다
나쁜 환경조형물은 강제로 개선하거나 철거해야 한다
있어야 할 장소에 있어야 하고, 위화감을 조성해서는 안 된다
품질이 좋은 환경조형물은 사람들에게 좋은 영향을 줄 것이다
환경조형물이 있으면 좋다
환경조형물을 설치하는 것보다 자연 그대로의 모습이 좋다
각 지자체들의 경쟁적 설치 남발을 막는 법이 필요하다
사람이 사람답게 살 수 있는데 꼭 필요한 설치물이 필요하다
환경조형물의 수가 지나치게 많은 것은 안 된다, 적당해야 한다
사람들과 상호작용할 수 있는 조형물이 적절하게 있어야 한다
자원 낭비, 세금 낭비다, 최소한으로 절제해야 한다
아이들의 창의적인 아이디어로 만든 것도 있으면 좋겠다
투명한 예산으로 비리 없이 제대로 만들어야 한다
예쁘게 잘 만들고 관리 잘하면 보기 좋다
잘 만들면 좋지만 어중간 하면 오히려 미관에 악영향을 끼친다
좋은 환경조형물 아이디어를 선택하는 전문가의 지혜와 눈이 있어야 한다
잘 만든 환경조형물은 좋다
자연친화적인 환경조형물이 좋다
잘 설치하면 좋지만, 그렇지 않은 것은 불필요하다
자연환경과 어울리는 조형물이 좋다
흥물스런 환경조형물이 있다, 퀄리티를 전체적으로 높이는 방법을 찾아야 한다
제작 비용이 큰 만큼 비리가 있을 수 있다, 공정하고 투명해야 한다
멋진 조형물은 시각적인 즐거움을 주므로 꼭 필요하다
조형물 품질을 높이기 위한 방안과 제도가 필요하다
환경을 생각하지 않는 기괴한 조형물은 설치해서는 안 된다
예술적으로 완벽한 감동을 주는 조형물을 주위에서 별로 볼 수 없다
의미도 없고, 보기에 좋지 않은 조형물은 철거해야 한다
멋진 조형물이 있는 길은 지루하지 않아서 좋다
지방의 환경조형물은 지역경제에 이바지 해야 한다고 생각한다
환경조형물 제작 업체의 수준을 올리기 위해 외국 업체의 참여가 필요하다
있으나 마나 한, 크게 영향이 없는 조형물은 굳이 세울 필요가 없다
지역의 환경과 위치에 맞게 설치하고 시민들이 쉽게 이해가 가도록 해야 한다
흥물스런 환경조형물을 막기 위한 규제와 제도와 법이 있어야 한다.
제작도 중요하지만 그것을 잘 유지하고 관리하는 것이 중요하다
조형물은 최소한으로 설치해야 한다
외국 작가의 좋은 작품을 많이 투입해서 우리의 제작 수준을 올려야 한다
조형물 설치를 각 지자체가 주관하면 조형물의 수준도 지자체 수준에 그친다
지자체의 무분별한 설치를 막아야 한다
조형물 제작에 앞서 설치 목적과 의미를 잘 이해하는 것이 중요하다

제작자의 창의적인 아이디어가 가장 중요하다
조형물의 설치 의도와 의미가 잘 전달되어야 한다
좋은 조형물을 선별하는 눈과 능력이 있어야 한다
어느 공간에 설치해도 상관없는 조형물은 가치가 없다
의미를 알 수 없는 조형물은 설치하지 말아야 한다
환경과 조화가 가장 중요하다
지역의 특성을 잘 표현하는 조형물을 설치해야 한다
지나치게 과도한 예산을 필요로 하는 조형물은 신중하게 결정을 해야 한다
좋은 조형물이 좋다
조형물 자체가 거부감이 드는 것이 많다
친환경적으로 설계된 조형물이 부담스럽지 않아서 좋다
최소한의 조형물 설치로 도시환경을 복잡하지 않게 해야 한다
편안한 느낌을 주는 공간을 만드는 조형물이 좋다
환경조형물의 수는 지금 상태로 유지해도 될 것 같다, 많아지면 안 된다
환경조형물은 지역적 특징을 알려줘야 한다
도시에서 누릴 수 있는 환경을 생각하는 공공미술 형태가 되면 좋겠다
환경조형물이 크게 필요하다는 생각이 들지 않는다
환경조형물에 크게 신경쓰지 않고 살고 있다
흥물스런 환경조형물을 막아야 한다
좋은 조형물을 자유롭게 설치하면 좋겠다

〈표15〉 환경조형물에 대한 소비자 생각과 견해

4.5 조사 참여자의 일반적인 사항에 따른 차이

4.5.1 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한 인식 차이

다음의 〈표16〉에서 보는 바와 같이 환경조형물에 대한 인식 차이 검증에 대해 살펴보면 연령에 따라서는 10대가 3.85점, 20대가 3.48점, 30대가 3.30점, 40대가 3.28점, 50대가 3.55점, 60대가 3.55점으로 20대 이상보다 10대가 환경조형물에 대한 인식이 더 높게 나타났으며($F=5.966$, $p<.001$) Scheffe의 사후검증 결과 30대, 40대보다 10대가 환경조형물에 대한 인식이 유의미하게 높게 나타났다.

결혼상태에 따라서는 미혼이 3.58점, 기혼이 3.42점으로 기혼보다 미혼이 환경조형물에 대한 인식이 더 높게 나타났다.($t=2.335$, $p<.05$)

		N	M	SD	t/F	p	Scheffe
성별	남성	252	3.48	.804	-.532	.595	
	여성	252	3.52	.788			
연령	10대a	84	3.85	.711	5.966***	.000	a>c,d
	20대b	84	3.48	.834			
	30대c	84	3.30	.868			
	40대d	84	3.28	.855			
	50대e	84	3.55	.681			
	60대f	84	3.55	.684			
학력	고등학교 졸업	132	3.52	.867	1.162	.324	
	전문대 재학/졸업	61	3.34	.850			
	대학생 재학/졸업	258	3.51	.727			
	대학원 재학/졸업	53	3.59	.861			
결혼상태	미혼	250	3.58	.818	2.335*	.020	
	기혼	254	3.42	.765			
직업	청소년 학생a	84	3.83	.691	3.899**	.002	a>c,e
	사무직 직장인b	185	3.43	.825			
	생산직 직장인c	30	3.38	.858			
	전문직 직장인d	64	3.43	.786			
	가정주부e	72	3.39	.770			
	무직, 기타f	69	3.53	.757			
소득 또는 재산 수준	상	19	3.82	.582	2.643	.072	
	중	304	3.53	.784			
	하	181	3.42	.825			

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

〈표16〉 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한
인식 차이 검증

직업에 따라서는 청소년 학생이 3.83점, 사무직 직장인이 3.43점, 생산직 직장인이 3.38점, 전문직 직장인이 3.43점, 가정주부가 3.39점, 무직, 기타가 3.53점으로 청소년 학생이 환경조형물에 대한 인식이 가장 높게 나타났으며 ($F=3.899$, $p<.01$) Scheffe의 사후검증 결과 생산직 직장인, 가정주부보다 청소년 학생이 환경조형물에 대한 인식이 유의미하게 높게 나타났다.

4.5.2 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한 평가 차이

		N	M	SD	t/F	p	Scheffe
성별	남성	252	3.56	.743	1.937	.053	
	여성	252	3.44	.729			
연령	10대a	84	3.67	.738	3.631**	.003	a>b,c,d
	20대b	84	3.36	.815			
	30대c	84	3.34	.725			
	40대d	84	3.39	.668			
	50대e	84	3.65	.649			
	60대f	84	3.58	.764			
학력	고등학교 졸업	132	3.42	.829	1.580	.193	
	전문대 재학/졸업	61	3.47	.712			
	대학생 재학/졸업	258	3.52	.714			
	대학원 재학/졸업	53	3.67	.620			
결혼상태	미혼	250	3.48	.763	-.664	.507	
	기혼	254	3.52	.713			
직업	청소년 학생a	84	3.61	.733	2.635*	.023	f>c
	사무직 직장인b	185	3.49	.686			
	생산직 직장인c	30	3.22	.858			
	전문직 직장인d	64	3.48	.802			
	가정주부e	72	3.36	.678			
	무직, 기타f	69	3.68	.781			
소득 또는 재산 수준	상a	19	4.00	.577	7.967** *	.000	a>b,c
	중b	304	3.55	.716			
	하c	181	3.37	.761			

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

〈표17〉 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한

평가 차이 검증

〈표17〉에서 보는 바와 같이 환경조형물에 대한 평가 차이 검증에 대해 살펴 보면 연령에 따라서는 10대가 3.67점, 20대가 3.36점, 30대가 3.34점, 40대가 3.39점, 50대가 3.65점, 60대가 3.58점으로 20대, 30대, 40대보다 10대, 50대, 60대가 환경조형물에 대한 평가가 더 높게 나타났으며($F=3.631$, $p<.01$) Scheffe의 사후검증 결과 20대, 30대, 40대보다 10대가 환경조형물에 대한 평가가 유의미하게 높게 나타났다.

직업에 따라서는 청소년 학생이 3.61점, 사무직 직장인이 3.49점, 생산직 직장인이 3.22점, 전문직 직장인이 3.48점, 가정주부가 3.36점, 무직, 기타가

3.68점으로 무직, 기타가 환경조형물에 대한 평가가 가장 높게 나타났으며 ($F=2.635$, $p<.05$) Scheffe의 사후검증 결과 생산직 직장인보다 무직, 기타가 환경조형물에 대한 평가가 유의미하게 높게 나타났다.

소득 또는 재산 수준에 따라서는 상이 4.00점, 중이 3.55점, 하가 3.37점으로 소득 또는 재산 수준이 높을수록 환경조형물에 대한 평가가 높게 나타났으며 ($F=7.967$, $p<.001$) Scheffe의 사후검증 결과 중, 하보다 상이 환경조형물에 대한 평가가 유의미하게 높게 나타났다.

4.5.3 일반적 사항에 따른 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가 차이

		N	M	SD	t/F	p	Scheffe
성별	남성	252	3.41	.717	.603	.547	
	여성	252	3.37	.701			
연령	10대	84	3.44	.779	1.332	.249	
	20대	84	3.31	.815			
	30대	84	3.36	.700			
	40대	84	3.29	.579			
	50대	84	3.52	.689			
	60대	84	3.43	.660			
학력	고등학교 졸업a	132	3.32	.823	2.663*	.047	d>b
	전문대 재학/졸업b	61	3.22	.742			
	대학생 재학/졸업c	258	3.44	.624			
	대학원 재학/졸업d	53	3.52	.719			
결혼상태	미혼	250	3.36	.756	-.982	.327	
	기혼	254	3.42	.659			
직업	청소년 학생	84	3.44	.772	.912	.473	
	사무직 직장인	185	3.43	.642			
	생산직 직장인	30	3.17	1.010			
	전문직 직장인	64	3.43	.785			
	가정주부	72	3.32	.603			
	무직, 기타	69	3.38	.676			
소득 또는 재산 수준	상a	19	3.73	.706	3.533*	.030	a>c
	중b	304	3.42	.684			
	하c	181	3.31	.739			

* $p<.05$

〈표18〉 일반적 사항에 따른 환경조형물 인식 형성
영향 요인에 대한 평가 차이 검증

〈표18〉에서 보는 바와 같이 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가 차이 검증에 대해 살펴보면 학력에 따라서는 고등학교 졸업이 3.32점, 전문대/재학 졸업이 3.22점, 대학생 재학/졸업이 3.44점, 대학원 재학/졸업이 3.52점으로 학력이 높을수록 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 높게 나타났으며($F=2.663$, $p<.05$) Scheffe의 사후검증 결과 전문대 재학/졸업보다 대학원 재학/졸업이 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 유의미하게 높게 나타났다.

소득 또는 재산 수준에 따라서는 상이 3.73점, 중이 3.42점, 하가 3.31점으로 소득 또는 재산 수준이 높을수록 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 높게 나타났으며($F=3.533$, $p<.05$) Scheffe의 사후검증 결과 하보다 상이 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 유의미하게 높게 나타났다.

4.5.4 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제 차이

다음의 〈표19〉에서 보는 바와 같이 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제 차이 검증에 대해 살펴보면 연령에 따라서는 10대가 3.74점, 20대가 3.51점, 30대가 3.50점, 40대가 3.49점, 50대가 3.73점, 60대가 3.65점으로 20대, 30대, 40대보다 10대, 50대, 60대가 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제가 더 높게 나타났으며($F=3.242$, $p<.01$) Scheffe의 사후검증 결과 20대, 30대, 40대보다 10대가 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제가 유의미하게 높게 나타났다.

직업에 따라서는 청소년 학생이 3.75점, 사무직 직장인이 3.57점, 생산직 직장인이 3.28점, 전문직 직장인이 3.76점, 가정주부가 3.53점, 무직, 기타가 3.58점으로 전문직 직장인이 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위

		N	M	SD	t/F	p	Scheffe
성별	남성	252	3.62	.615	.442	.659	
	여성	252	3.59	.594			
연령	10대a	84	3.74	.658	3.242**	.007	a>b,c,d
	20대b	84	3.51	.607			
	30대c	84	3.50	.660			
	40대d	84	3.49	.528			
	50대e	84	3.73	.543			
	60대f	84	3.65	.576			
학력	고등학교 졸업	132	3.57	.720	2.442	.063	
	전문대 재학/졸업	61	3.43	.703			
	대학생 재학/졸업	258	3.66	.491			
	대학원 재학/졸업	53	3.62	.640			
결혼상태	미혼	250	3.61	.655	.031	.976	
	기혼	254	3.60	.551			
직업	청소년 학생a	84	3.75	.635	3.873**	.002	a,d>c
	사무직 직장인b	185	3.57	.572			
	생산직 직장인c	30	3.28	.779			
	전문직 직장인d	64	3.76	.617			
	가정주부e	72	3.53	.486			
	무직, 기타f	69	3.58	.601			
소득 또는 재산 수준	상a	19	3.92	.618	6.173**	.002	a>c
	중b	304	3.65	.558			
	하c	181	3.50	.657			

** $p<.01$

〈표19〉 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한 평가와
만족도 향상을 위한 문제 차이 검증

한 문제가 가장 높게 나타났으며($F=3.873$, $p<.01$) Scheffe의 사후검증 결과 생산직 직장인보다 청소년 학생, 전문직 직장인이 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제가 유의미하게 높게 나타났다.

소득 또는 재산 수준에 따라서는 상이 3.92점, 중이 3.65점, 하가 3.50점으로 소득 또는 재산 수준이 높을수록 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제가 높게 나타났으며($F=6.173$, $p<.01$) Scheffe의 사후검증 결과 하보다 상이 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제가 유의미하게 높게 나타났다.

4.5.5 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안 차이

		N	M	SD	t/F	p	Scheffe
성별	남성	252	3.69	.616	-1.678	.094	
	여성	252	3.78	.565			
연령	10대a	84	3.75	.636	3.119**	.009	e>c
	20대b	84	3.71	.608			
	30대c	84	3.58	.653			
	40대d	84	3.67	.568			
	50대e	84	3.89	.448			
	60대f	84	3.83	.577			
학력	고등학교 졸업	132	3.66	.682	1.965	.118	
	전문대 재학/졸업	61	3.65	.611			
	대학생 재학/졸업	258	3.78	.528			
	대학원 재학/졸업	53	3.83	.606			
결혼상태	미혼	250	3.72	.617	-.737	.461	
	기혼	254	3.76	.566			
직업	청소년 학생a	84	3.75	.612	2.332*	.041	d,e,f>c
	사무직 직장인b	185	3.71	.530			
	생산직 직장인c	30	3.43	.851			
	전문직 직장인d	64	3.81	.640			
	가정주부e	72	3.78	.493			
	무직, 기타f	69	3.82	.608			
소득 또는 재산 수준	상a	19	3.95	.569	5.304**	.005	a>c
	중b	304	3.79	.542			
	하c	181	3.63	.657			

* $p<.05$, ** $p<.01$

〈표20〉 일반적 사항에 따른 환경조형물에 대한 평가와
만족도 향상을 위한 방안 차이 검증

〈표20〉에서 보는 바와 같이 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안 차이 검증에 대해 살펴보면 연령에 따라서는 10대가 3.75점, 20대가 3.71점, 30대가 3.58점, 40대가 3.67점, 50대가 3.89점, 60대가 3.83점으로 40대 이하보다 50대 이상이 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안이 더 높게 나타났으며($F=3.119$, $p<.01$) Scheffe의 사후검증 결과 30대보

다 50대가 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안이 유의미하게 높게 나타났다.

직업에 따라서는 청소년 학생이 3.75점, 사무직 직장인이 3.71점, 생산직 직장인이 3.43점, 전문직 직장인이 3.81점, 가정주부가 3.78점, 무직, 기타가 3.82점으로 무직, 기타가 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안이 가장 높게 나타났으며($F=2.332$, $p<.05$) Scheffe의 사후검증 결과 생산직 직장인보다 전문직 직장인, 가정주부, 무직, 기타가 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안이 유의미하게 높게 나타났다.

소득 또는 재산 수준에 따라서는 상이 3.95점, 중이 3.79점, 하가 3.63점으로 소득 또는 재산 수준이 높을수록 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안이 높게 나타났으며($F=5.304$, $p<.01$) Scheffe의 사후검증 결과 하보다 상이 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안이 유의미하게 높게 나타났다.

4.6 가설 검증 결과

4.6.1 각 요인 간의 관계

	1	2	3	4	5
1. 환경조형물에 대한 인식	1				
2. 환경조형물에 대한 평가	.483**	1			
3. 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가	.324**	.521**	1		
4. 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제	.445**	.496**	.555**	1	
5. 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안	.390**	.463**	.448**	.625**	1

** $p<.01$

〈표21〉 각 요인 간의 관계

〈표21〉에서 보는 바와 같이 각 요인 간의 관계에 대해 살펴보면 먼저 환경조

형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가와 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 $r=.324(p<.01)$ 에서 $r=.521(p<.01)$ 의 정(+)적인 상관관계를 보였다. 즉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가가 높으면 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가도 높음을 알 수 있다.

다음으로 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가와 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제, 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안은 $r=.390(p<.01)$ 에서 $r=.496(p<.01)$ 의 정(+)적인 상관관계를 보였다. 즉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가가 높으면 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제, 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안도 높음을 알 수 있다.

마지막으로 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가와 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제, 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안은 $r=.448(p<.01)$ 에서 $r=.555(p<.01)$ 의 정(+)적인 상관관계를 보였다. 즉 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 높으면 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제, 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안도 높음을 알 수 있다.

4.6.2 <연구 가설1>에 대한 검증 결과

<가설1> 환경조형물에 대한 인식은 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미칠 것이다.

다음의 <표22>에서 보는 바와 같이 환경조형물에 대한 인식이 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 미치는 영향에 대해 살펴보면 설명력은 10.5%를 설명하며 회귀식의 통계적 유의성을 검증하기 위한 F값은 58.871이고 유의확률은 .000으로 회귀식이 통계적으로 유의한 것으로 나타

	B	표준오차	β	t	p
(상수)	2.381	.135		17.622	.000
환경조형물에 대한 인식	.289	.038	.324	7.673***	.000
F=58.871*** $p<.001$ $R^2=.105$					

*** $p<.001$

〈표22〉 환경조형물에 대한 인식이 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 미치는 영향

났다. 환경조형물에 대한 인식에 대한 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미치는 변수로는 환경조형물에 대한 인식($\beta=.324$, $p<.001$)이 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

즉 환경조형물에 대한 인식이 높아지면 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가도 높아질 것이라고 예측할 수 있었다.

따라서 가설1. 환경조형물에 대한 인식은 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미칠 것이라라는 가설은 채택되었다.

4.6.3 〈연구 가설2〉에 대한 검증 결과

〈가설2〉 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미칠 것이다.

	B	표준오차	β	t	p
(상수)	1.640	.131		12.527	.000
환경조형물에 대한 평가	.501	.037	.521	13.685***	.000
F=187.281*** $p<.001$ $R^2=.272$					

*** $p<.001$

〈표23〉 환경조형물에 대한 평가가 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 미치는 영향

앞의 <표23>에서 보는 바와 같이 환경조형물에 대한 평가가 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 미치는 영향에 대해 살펴보면 설명력은 27.2%를 설명하며 회귀식의 통계적 유의성을 검증하기 위한 F값은 187.281 이고 유의확률은 .000으로 회귀식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

환경조형물에 대한 평가에 대한 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미치는 변수로는 환경조형물에 대한 평가($\beta=.521$, $p<.001$)가 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

즉 환경조형물에 대한 평가가 높아지면 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가도 높아질 것이라고 예측할 수 있었다.

따라서 가설2. 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미칠 것이다라는 가설은 채택되었다.

4.6.4 <연구 가설3>에 대한 검증 결과

<가설3> 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미칠 것이다.

	B	표준오차	β	t	p
(상수)	1.352	.124		10.914	.000
환경조형물에 대한 인식	.176	.030	.231	5.849***	.000
환경조형물에 대한 평가	.151	.036	.184	4.203***	.000
환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가	.327	.035	.384	9.479***	.000

F=114.548*** $p<.001$ $R^2=.407$

*** $p<.001$

<표24> 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을

위한 문제에 미치는 영향

앞의 <표24>에서 보는 바와 같이 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 미치는 영향에 대해 살펴보면 설명력은 40.7%를 설명하며 회귀식의 통계적 유의성을 검증하기 위한 F값은 114.548 이고 유의확률은 .000으로 회귀식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

각 변수에 대한 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미치는 변수로는 환경조형물에 대한 인식($\beta=.231$, $p<.001$), 환경조형물에 대한 평가($\beta=.184$, $p<.001$), 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가($\beta=.384$, $p<.001$)가 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

즉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 높아지면 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제도 높아질 것이라고 예측할 수 있었으며 그 순위는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가, 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가 순으로 나타났다.

따라서 가설3. 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미칠 것이라라는 가설은 채택되었다.

4.6.5 <연구 가설4>에 대한 검증 결과

<가설4> 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 영향을 미칠 것이다.

	B	표준오차	β	t	p
(상수)	1.837	.132		13.940	.000
환경조형물에 대한 인식	.142	.032	.192	4.462***	.000
환경조형물에 대한 평가	.187	.038	.233	4.896***	.000
환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가	.220	.037	.264	5.999***	.000
F=71.684*** $p<.001$ $R^2=.301$					

*** $p<.001$

〈표25〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가,
환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 환경조형물에 대한 평가와
만족도 향상을 위한 방안에 미치는 영향

위의 〈표25〉에서 보는 바와 같이 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 미치는 영향에 대해 살펴보면 설명력은 30.1%를 설명하며 회귀식의 통계적 유의성을 검증하기 위한 F값은 71.684이고 유의확률은 .000으로 회귀식이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

각 변수에 대한 유의성을 판단하기 위한 t값의 유의도에 의해 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 영향을 미치는 변수로는 환경조형물에 대한 인식($\beta=.192$, $p<.001$), 환경조형물에 대한 평가($\beta=.233$, $p<.001$), 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가($\beta=.264$, $p<.001$)가 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

즉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 높아지면 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안도 높아질 것이라고 예측할 수 있었으며 그 순위는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물에 대한

인식 순으로 나타났다.

따라서 가설4. 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 영향을 미칠 것이라라는 가설은 채택되었다.

매개효과에 관한 가설을 검증하기 위해서는 세 가지 조건이 충족되어야 한다. <표26>에서 제시된 조건들이 충족되면 종속변수에 대한 독립변수의 영향력은 회귀식 ②에서보다는 회귀식 ③에서 더 작아진다($\beta_2 > \beta_3$). 회귀식 ③에서 매개변수가 투입되어 종속변수(Y)에 대한 독립변수(X_1)의 영향력이 더 이상 통계적으로 유의하지 않다면 이는 잠정적인 매개변수(X_2)가 독립변수와 종속변수의 관계를 강하게 매개하는 것으로 볼 수 있다. 그러나 통계적 유의성이 매개가설 검증을 위한 필수조건이긴 하지만 충분조건으로 볼 수는 없다.

회귀식	조 건
① $X_2 = \alpha_1 + \beta_1 X_1$	회귀식 ①에서 독립변수가 매개변수에 통계적으로 유의한 영향을 미쳐야 한다. 즉, β_1 이 유의해야 한다.
② $Y = \alpha_2 + \beta_2 X_1$	회귀식 ②에서 독립변수가 종속변수에 통계적으로 유의한 영향을 미쳐야 한다. 즉, β_2 가 유의해야 한다.
③ $Y = \alpha_3 + \beta_3 X_1 + \beta_4 X_2$	회귀식 ③에서 매개변수가 종속변수에 통계적으로 유의한 영향을 미쳐야 한다. 즉, β_4 가 유의해야 한다.

주) X_1 :환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, X_2 :환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가, Y:환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제, 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안, α :상수, β :표준화된 회귀계수

자료 : Baron, R. M. & Kenny, D. A.(1986), "The Moderator-mediator Variable Distinction in Social Psychological Research", Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 51, No. 6, p.1177.

<표26> 매개효과에 관한 가설 검증의 조건

4.6.6 <연구 가설5>에 대한 검증 결과

<가설5> 환경조형물에 대한 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미칠 것이다.

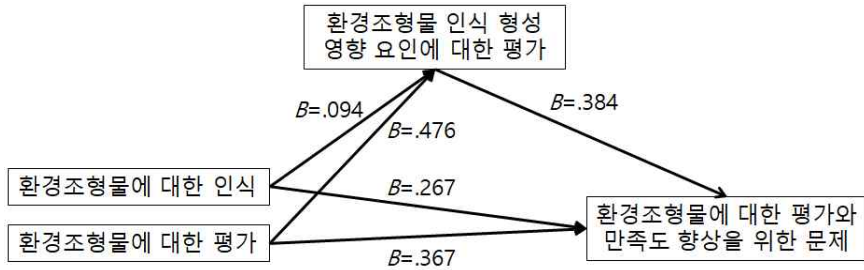
	종속변수:환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가		종속변수:환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제		종속변수:환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제	
	B	β	B	β	B	β
환경조형물에 대한 인식	.084	.094*	.203	.267***	.176	.231***
환경조형물에 대한 평가	.457	.476***	.300	.367***	.151	.184***
환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가					.327	.384***
R ²	.278		.301		.407	
F	96.679***		107.783***		114.548***	

* $p < .05$, *** $p < .001$

<표27> 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가가
환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로
환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 미치는 영향

<표27>에서 보는 바와 같이 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가가 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 미치는 영향에 대해 살펴보면 먼저 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 종속변수로 한 1단계 회귀분석에서 환경조형물에 대한 인식($\beta = .094$, $p < .05$), 환경조형물에 대한 평가($\beta = .476$, $p < .001$)는 통계적으로 유의한 독립변수인 것으로 나타나서 매개효과 검증을 위한 첫 번째 조건을 충족시키고 있다. 또한 환경조형물에 대한 평가

와 만족도 향상을 위한 문제를 종속변수로 한 2단계 회귀분석에서 환경조형물에 대한 인식($\beta=.267, p<.001$), 환경조형물에 대한 평가($\beta=.367, p<.001$)는 정(+)적인 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 충족시키는 것으로 나타났다. 또 매개변수인 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 추가하여 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가와 함께 독립변수로 투입하고 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제를 종속변수로 한 3단계에서, 환경조형물에 대한 인식($\beta=.231, p<.001$), 환경조형물에 대한 평가($\beta=.184, p<.001$)의 영향력은 유의하게 나타났으며 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 대하여도 유의한 영향력($\beta=.384, p<.001$)을 갖는 것으로 나타나 세 번째 조건을 충족시키고 있다. 이러한 조건들로 미루어 볼 때 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가와 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 의해 부분 매개되는 것으로 볼 수 있다<그림19>. 이 과정에서 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제 변량의 30.1%를 설명하였고, 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가와 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 포함한 모델은 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제의 40.7%를 설명하였다. 매개 검증의 마지막 단계로, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가의 매개효과 크기에 대한 유의도 검증을 위해 Sobel test를 실시한 결과, 유의미한 부분매개변수임을 검증하였다(환경조형물에 대한 인식: $Z=2.099, p<.05$, 환경조형물에 대한 평가: $Z=7.088, p<.001$). 따라서 가설5. 환경조형물에 대한 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미칠 것이라라는 가설은 채택되었다.



〈그림19〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가가
환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로
환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 미치는 영향

4.6.7 〈연구 가설6〉에 대한 검증 결과

〈가설6〉 환경조형물에 대한 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 영향을 미칠 것이다.

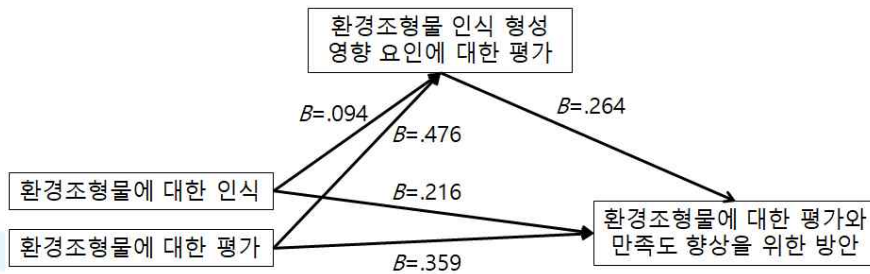
	종속변수:환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가		종속변수:환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안		종속변수:환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안	
	B	β	B	β	B	β
환경조형물에 대한 인식	.084	.094*	.161	.216***	.142	.192***
환경조형물에 대한 평가	.457	.476***	.288	.359***	.187	.233***
환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가					.220	.264***
R ²	.278		.250		.301	
F	96.679***		83.685***		71.684***	

* $p < .05$, *** $p < .001$

〈표28〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가가
환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로
환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 미치는 영향

〈표28〉에서 보는 바와 같이 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가가 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 미치는 영향에 대해 살펴보면 먼저 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 종속변수로 한 1단계 회귀분석에서 환경조형물에 대한 인식($\beta=.094$, $p<.05$), 환경조형물에 대한 평가($\beta=.476$, $p<.001$)는 통계적으로 유의한 독립변수인 것으로 나타나서 매개효과 검증을 위한 첫 번째 조건을 충족시키고 있다. 또한 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안을 종속변수로 한 2단계 회귀분석에서 환경조형물에 대한 인식($\beta=.216$, $p<.001$), 환경조형물에 대한 평가($\beta=.359$, $p<.001$)는 정(+)적인 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 충족시키는 것으로 나타났다. 또 매개변수인 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 추가하여 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가와 함께 독립변수로 투입하고 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안을 종속변수로 한 3단계에서, 환경조형물에 대한 인식($\beta=.192$, $p<.001$), 환경조형물에 대한 평가($\beta=.233$, $p<.001$)의 영향력은 유의하게 나타났으며 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 대하여도 유의한 영향력($\beta=.264$, $p<.001$)을 갖는 것으로 나타나 세 번째 조건을 충족시키고 있다〈그림20〉. 이러한 조건들로 미루어 볼 때 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가와 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안은 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 의해 부분 매개되는 것으로 볼 수 있다. 이 과정에서 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안 변량의 25.0%를 설명하였고, 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가와 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 포함한 모델은 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안의 30.1%를 설명하였다. 매개 검증의 마지막 단계로, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가의 매개효과 크기에 대한 유의도 검증을 위해

Sobel test를 실시한 결과, 유의미한 부분매개변수임을 검증하였다(환경조형물에 대한 인식: $Z=2.025$, $p<.05$, 환경조형물에 대한 평가: $Z=5.218$, $p<.001$). 따라서 가설6. 환경조형물에 대한 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다.



〈그림20〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가가
환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로
환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 미치는 영향

4.6.8 가설 검증 결과 종합

본 연구가 설정한 가설 검증결과를 종합해서 보면 다음과 같다<표29>.

가설	채택여부
〈가설1〉 환경조형물에 대한 인식은 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미칠 것이다.	채택
〈가설2〉 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미칠 것이다.	채택
〈가설3〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미칠 것이다.	채택
〈가설4〉 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 영향을 미칠 것이다.	채택
〈가설5〉 환경조형물에 대한 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미칠 것이다.	채택
〈가설6〉 환경조형물에 대한 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 영향을 미칠 것이다.	채택

〈표29〉 가설 검증 결과 종합

V. 결론 및 논의

5.1 결론

환경조형물은 우리의 환경을 위한 것이다. 따라서 환경조형물은 그것이 설치되는 환경과 잘 어울려야 하는 것은 물론 특별히 의미를 가진 공간이라는 인식을 형성하고 사람들이 그 가치를 공감할 수 있어야 한다. 그럼으로써 환경조형물은 그것을 보고, 느끼고, 즐기는 사람들, 즉 소비자의 풍요로운 삶에 기여할 수 있는 수준 높은 계획과 발상으로 시작되어야 하고, 전문적이고 정교한 기술을 통해 아름답고 기능적으로 만들어야 하며, 오래도록 잘 관리되어야 한다.

그러나 오늘을 살아가는 소비자의 환경조형물에 대한 인식은 꼭 좋은 것만은 아니다. 좋지 않은 환경조형물은 경제적인 낭비일뿐만 아니라 우리의 환경을 복잡하고 비효율적으로 만드는 마이너스 요인이 될 수 있다.

이를 위해 본 연구는 환경조형물에 대한 소비자의 인식과 평가를 바탕으로 좋은 점은 더욱 키우고, 나쁜 점은 개선함으로써, 소비자가 진정 원하는 가치 있는 환경조형물을 통한 풍요롭고 가치로운 삶의 공간을 만들어 나가기 위해 절대적으로 요구되는 문제의 본질에 접근하고, 그 것을 해결하기 위한 전략적 정책적인 방안 마련의 필요성을 제안하기 위한 것이다.

환경조형물과 관련한 개발자, 기획자, 설계자, 심사 평가자, 제작자, 관리자, 환경조형물을 추진하는 주체로서의 지자체와 정부, 그리고 제도와 법률 입안자 그리고 집행자 등이 공동으로 관심을 갖고 숙고를 거듭하는 것과 함께 개선하고 해결해야 할 문제들을 도출하고, 그 해결 내용들을 하나의 모델로 제시하고자 한 것이다.

이를 위해 본 연구는 환경조형물에 대한 선행연구와 이론 등을 통한 문헌분석을 실시하고, 소비자 인식과 평가를 설문조사를 통해 실증 분석하였으며, 이를 바탕으로 각 단계와 과정에서 반드시 고려해야 할 문제들을 발췌 분석

하였다.

본 연구가 검증한 결과를 연구문제 순으로 다음과 같이 정리하고 결론한다.

첫째, 환경조형물에 대한 소비자의 인식은 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미치는가?

검증결과 소비자의 환경조형물에 대한 인식이 높아지면, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가도 높아질 것이라고 예측할 수 있었다. 이는 곧 환경조형물에 대한 인식을 적극적으로 하는 소비자의 경우, 인식 형성 영향 요인에 대해서도 깊이 생각하고, 그 원인으로 인해 나타난 결과, 즉 문제에 대해 정확히 알고 있다는 사실이다. 따라서 환경조형물에 대한 인식이 높은 소비자는 그 해결방안에 대해서 명확한 해답을 갖고 있으므로 좋지 않은 환경조형물에 대한 평가가 정확하고, 불만족스럽게 인식할 가능성이 크다는 사실이다. 그만큼 자신이 살아가는 환경과 공간에 대한 긍지를 가진 소비자는 보다 좋은 환경조형물에 대한 요구가 클 것이라는 짐작이 가능하다. 따라서 우리 사회의 환경조형물 품질과 기여가치에 대한 소비자의 기대 수준은 시간이 흐르며 점차 더 커지게 될 것이므로, 이를 위해 환경조형물의 수준과 질은 더욱 좋아져야 한다는 것이다.

둘째, 환경조형물에 대한 소비자의 평가는 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 영향을 미치는가?

검증결과 환경조형물에 대한 평가가 높아지면, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가도 높아질 것이라고 예측할 수 있었다. 환경조형물 인식 형성 영향 요인은 환경조형물의 가치와 관련된 것으로서, 미적 가치, 사회적 가치, 문화적 가치, 환경적 생태적 가치, 그리고 경제적 가치 등 여러 가지가 있다. 이는 곧 환경조형물 자체의 아름다움으로 물리적 가치가 있어야 함은 물론, 주변 환경과 잘 어울려서 지역의 이미지를 높이고 의미를 키움으로써 정체성을 확연하게 하고, 역사와 전통 그리고 문화유산을 지키고 드높이는 등 지역의 매력을 더하고 경쟁력을 높여야 하며, 소비자 개인의 정서, 삶의 질, 체험의 폭을 넓히고 심리적 만족감을 높이며, 교류를 만드는 장으로서 역할하는

등 다각적으로 기능함으로써, 가치를 크게 해야 한다는 것을 의미한다. 이는 환경조형물이 사회, 문화, 환경, 경제, 미학, 그리고 실용성에 중요한 영향을 미치는 것으로 인식되고 있으므로, 환경조형물의 가치를 철저히 예측 분석하고, 긍정적인 소비자 인식과 평가에 대한 보다 깊은 이해를 얻을 수 있도록 환경조형물의 기획, 설계, 배치, 유지 관리 전략 등 일체의 사항들에 대한 세심하고도 정교한 분석과 접근 노력을 통해 소비자 공동의 가치와 신념, 그리고 긍지까지도 강화시키고 인간성을 배가하며, 쾌활하고 적극적인 삶에 대한 영감을 제공하는 역할까지도 수행해야 할 필요성이 있다는 것을 의미한다. 분석적인 접근을 바탕으로 창의적이고 독특한 아이디어와 조형 감각을 발휘한 조형물이 필요함을 시사한다.

셋째, 환경조형물에 대한 소비자의 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미치는가?

검증결과 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 높아지면 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제도 높아질 것이라고 예측할 수 있었으며 그 순위는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가, 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

그러나 이제까지의 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물의 물리적 아름다움, 즉 심미성(비례, 균형, 크기, 색채 이미지, 재질감, 시각 이미지 등)이나 예술성(예술적 가치, 상징성, 시대적 표현의 적절성, 독창성), 그리고 환경조형물이 설치될 설치 환경과의 조화, 도시 미관에 대한 기여도로서 도시환경과의 조화, 주변 환경 및 건축물과의 조화성이 주된 평가 대상이었다. 소비자의 불만족점과 요구를 반영하는 등의 적극적인 노력을 통해 환경조형물을 개선하면, 공간에 대한 소비자의 경험을 확대 개선하고, 재방문을 유도하는 등 공간에 대한 긍정적인 인식을 확산시킬 수 있다. 이러한 긍정적 효과와 결과에 대한 분석적 시스템적 접근을 통해 더욱 더 의미있고 가치있는 지속가능한 공공공간 속 환경조형물 개발이 가능하다는 것이다. 이러한 환경조형물 효과와 그 인과관계에 대한 시스템적인 접근은 환경조형물을 개발

하는 데에 있어서의 최적화된 전략과 방안을 수립하는데에 중요한 팁이라고 할 수 있다.

넷째, 환경조형물에 대한 소비자의 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가는 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 영향을 미치는가?

검증결과 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가가 높아지면 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안에 대한 관심도 높아질 것이라고 예측할 수 있었으며 그 순위는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가, 환경조형물에 대한 평가, 환경조형물에 대한 인식 순으로 영향을 미쳤다.

환경조형물에 대한 소비자의 인식과 평가는 곧 환경조형물의 존재 가치이다. 환경조형물의 가치는 그것이 공공공간과 어떻게 상호 작용하며, 소비자에게 어떤 의미를 전달하는 것으로서 다가가는 것인지, 그리고 그것이 소비자들에게 어떠한 공간의 경험을 제공해주는가 하는 것과 밀접한 관련성을 갖는다. 좋은 환경조형물이 갖춰야 할 요건이자 가치이다.

따라서 소비자가 환경조형물에 대해 갖는 인식 전반의 모습을 파악함으로써, 환경조형물의 수준이나 가치를 이해하고, 환경조형물이 만들어낼 수 있는 바람직한 반응이나 가치를 탐색함으로써, 환경조형물의 가치를 배가할 수 있는 방안을 만들어 낼 수 있고, 이상적인 환경조형물의 모습에 접근할 수 있다.

다섯째, 환경조형물에 대한 소비자의 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미치는가?

검증결과 환경조형물에 대한 인식, 환경조형물에 대한 평가와 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가에 의해 부분 매개되는 것을 확인하였다. 따라서 환경조형물에 대한 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미치는 것이 입증되었다.

오늘의 환경조형물은 도시 디자인과 조경 설계의 관점으로 통합되어가는 경

향이다. 오늘의 환경조형물은 도시 환경 속 공간을 경험하는 소비자들에게 인지적, 감정적 반응을 유발하고, 소비자의 생활 환경에 직간접적으로 영향을 미치는데, 이것이 소비자의 도시 환경 및 공간에 대한 인식과 평가, 만족과 불만족의 감정을 형성한다.

따라서 환경조형물은 물리적 특성만이 아니라, 소비자에게 미치는 심리적 사회적 영향을 살펴야 하고 반영해야 한다. 도시 경관을 구성하고 도시 이미지를 조화롭게 조직화하는 역할과 책임 외에도 공공성, 소비자에 대한 심리적 친밀감, 안정성, 보존성 측면으로도 완전해야 하고, 장기간에 걸친 관리방안까지도 고려되어야 한다. 이와같은 소비자의 복합적인 요구 충족을 위해서 환경조형물과 관련한 다양한 분야의 전문가들이 지혜를 모아야 하고, 협력을 통한 통합적이고도 전략적인 문제 해결을 통한 효과적인 환경조형물 개발 설치 관리를 위한 접근이 필요함을 유추하게 한다.

여섯째, 환경조형물에 대한 소비자의 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제에 영향을 미치는가?

검증결과 환경조형물에 대한 소비자 인식과 환경조형물에 대한 평가는 환경조형물의 인식 형성 영향 요인에 대한 평가를 매개로 환경조형물에 대한 평가와 만족도에 영향을 미치는 것이 입증되었다.

소비자의 환경조형물에 대해 인식과 평가는 소비자가 인식하는 환경조형물에 대해 생각하는 바 기여가치를 반영하는 것으로서 소비자 만족을 위한 전제 조건이다. 따라서 환경조형물이 소비자의 생활 공간인 도시 환경 속에서 적극적으로면서도 구체적으로 소비자 인식과 평가에 긍정적으로 작용하도록 해야 한다. 그리고 환경조형물이 소비자와 환경에 미치는 작용과 기여 내용은 환경조형물이 작용할 수 있는 것들을 총체적으로 고려하고 반영하는 차원으로 접근해야만 소비자와 교감이 가능한 최대의 공감을 창조할 수 있다는 것이다.

소비자들은 환경조형물이 얼마나 도시의 효율성을 높이고, 소비자 삶의 질을 향상시키는 지에 대해 가치와 기능을 인식하고, 이에 대한 만족이나 불만족감을 환경조형물의 평가로 나타내기 때문이다. 또한 그 평가는 환경조형물에 대한 소비자의 긍정적 인식과 밀접하게 연결되어 있다는 사실이다.

소비자 인식을 강화하고 만족도를 높이기 위해 해결해야 할 문제점을 찾고, 해결 과제를 찾는 것은 환경조형물 개발을 위한 최적화된 전략을 마련하는 원인 요인을 분석하는 것이고, 소비자들에게 긍정 반응을 이끌어내고, 지속적인 관심과 참여를 유도하는 환경조형물 개발 전략을 마련하는 데에 있어서 필수적인 조건이라고 결론지을 수 있다.

따라서 환경조형물 인식과 평가에 영향을 미치는 여러 가지 요인에 대한 개선이나 보완은 필수적이라는 것이 본 연구의 실증조사를 통한 결론이다. 한편, 본 연구가 실증조사 실시에 앞서 환경조형물에 대한 소비자의 인식과 평가에 영향을 미치는 요인분석을 위해 실시한 전문가 그룹 FGI 결과는 다음과 같았다.

1. 환경조형물의 수준과 질이 높아야 한다.
2. 환경조형물 기획능력이 뛰어나야 한다.
3. 환경조형물 제안 평가와 선택과정이 공정하고 투명하며, 객관적이고 합리적이어야 한다.
4. 환경조형물 관련 제도와 법이 현실적이어야 하고, 제도와 법에 의한 강제보다는 자율적 민주적 선택적인 방법으로 점진적으로 옮겨가야 한다.
5. 환경조형물 제작능력과 기술보다 중요한 것은 없다. 제작능력과 기술은 환경조형물의 수준과 품질에 직접적으로 영향을 미치는 요인이다.
6. 환경조형물 예산과 자재의 질은 좋은 예술성, 심미성을 가진 환경조형물을 만드는 데 있어서 중요한 요인이다. 수준 높고 품질이 좋은 환경조형물을 위한 충분한 예산 적절한 자재 사용 판단과 적용이 필요하다.
7. 환경조형물 마감과 연출 능력이 중요하다. 이는 환경조형물의 완성도를 높이고, 미적인 연출력을 강화하는 요인이다. 환경조형물을 기획하고 발상하는 등의 제작과정에 앞선 전반의 단계 이상으로 신경을 써야 할 것이 바로 환경조형물 마감과 연출 능력이다. 미감과 시각적 쾌감을 줄 수 있는 섬세한 연출력이 필요하다.
8. 환경조형물은 개발 초기의 의도, 그리고 설치 시점의 모습으로 일정 시간 동안 유지 관리되고, 필요하다면 보수되어야 한다. 이는 환경조형물이 지속적으로 의미와 가치를 가진 것으로서 역할을 할 수 있도록 하기 위함이다.

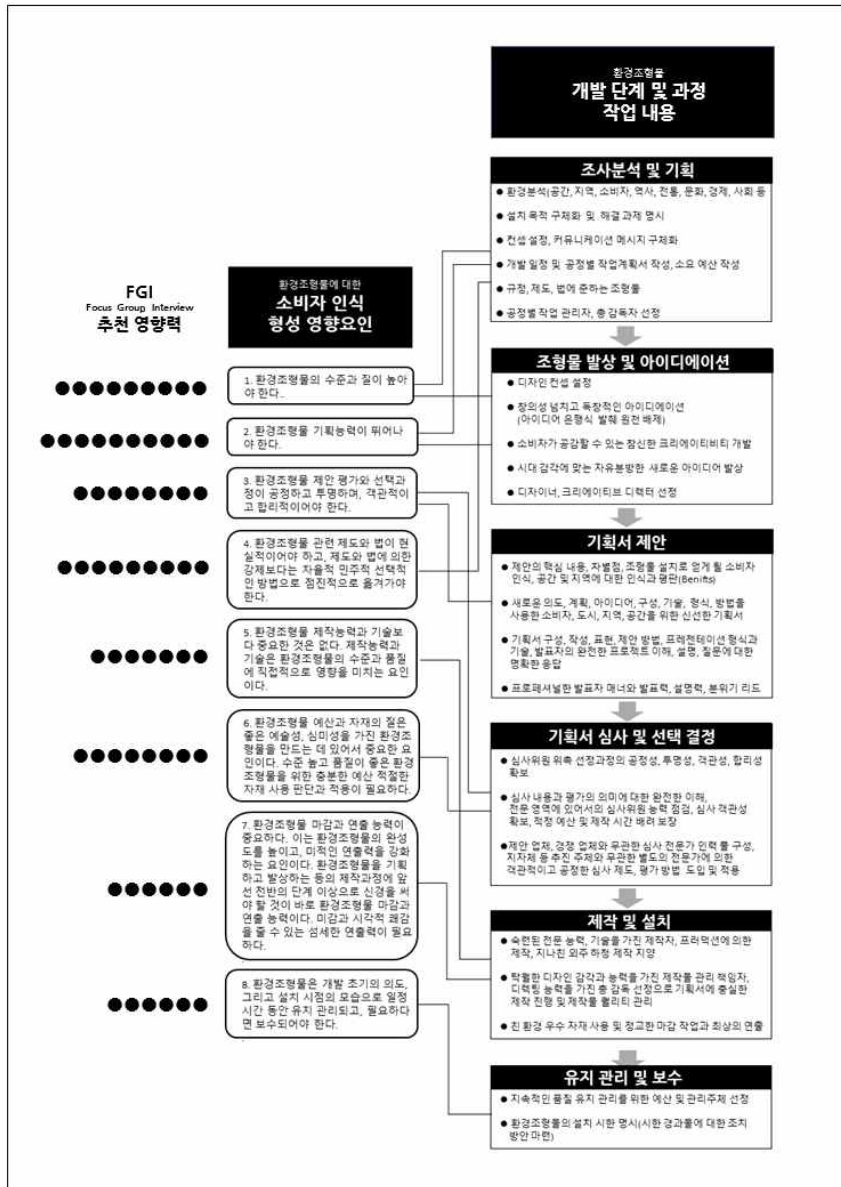
이상의 검증결과는 선행연구의 결과, 그리고 문헌 조사 결과와 크게 다르지 않았다. 그러나 환경조형물에 대한 소비자 인식과 평가에 영향을 미치는 세부적인 영향 요인의 영역에 있어서 이전의 선행연구 대부분이 환경조형물의 조형이나 심미성, 예술성, 경제성, 사회성, 문화성, 역사성, 전통성, 조화성, 상호작용성, 관리, 관련 제도와 법 등과 관련한 영역의 연구를 수행하는 데 있어서 간과했던 영역이 있었다는 것이다.

선행연구가 간과했던 것은 각 영역, 단계, 과정 내의 세부적인 문제, 즉 환경조형물의 제안, 선택, 결정 과정에 관한 연구가 전무했다는 것이다. 예컨대, 좋은 조형물 개발과 설치에 있어서 무엇보다 중요한 것은 좋은 환경조형물 전반에 관한 초기 단계의 아이디어이다. 소비자가 만족하는 좋은 환경조형물을 위해서는 좋은 환경조형물 개발을 위한 창의적인 기획안을 제안하고, 그것을 선택 결정하는 과정이 매우 합리적이어야 하고, 공정하며 투명해야 한다.

그럼에도 불구하고, 이제까지의 연구들은 환경조형물의 개발, 설치, 관리 등 물리적인 과정에 초점을 맞춰 연구했다는 것이다.

이와 같은 세부적인 영향 요인에 대한 문제는 다소 미묘하고 예민한 문제이지만 환경조형물의 수준과 질을 업그레이드하는 데에 있어서 직접적인 영향을 미치는 가장 중요한 문제요인일 수 있다. 또한 소비자의 만족감을 높이는 데에 있어서 가장 효과적이면서도 효율적인 문제 해결 방안이자 전략일 수 있다.

따라서 본 연구는 환경조형물 개발을 최적화할 수 있는 방안으로서, 소비자 실증조사 결과와 전문가 그룹 FGI 결과를 반영하여 환경조형물 개발을 위한 각 단계 및 과정에 있어서의 점검 내용, 개선 및 보완점을 최적화 전략모델 포함 내용으로 하여 개념적으로 제시한다<그림21>.



〈그림21〉 최적화 전략모델 포함 개념

5.2 논의

본 연구결과를 일반화에는 다음과 같은 한계가 있음을 밝혀둔다.

첫째, 본 연구의 실증설문 조사는 다양한 유형의 환경조형물에 대한 구체적인 실물에 대한 조사가 아니라, 환경조형물에 대한 소비자의 일반적인 인식만을 설문 조사하였다는 것이다.

둘째, 본 연구는 조사 참여자의 수가 10대에서 60대까지 연령대별 참여자를 똑같은 84명씩 할당 전국적으로 조사하였으나, 충분한 지역에 걸친 충분한 샘플이 되지 못했다는 점이다. 또한 소비자를 계층별로 다양하게 참여시키지 못했다는 것이다.

셋째, 본 연구가 실시한 사전 포커스 그룹 인터뷰(FGI) 참여 전문가의 풀이 다소 협소했으며, 충분한 시간에 걸쳐 이루어지지 못했다는 것이다.

넷째, 본 연구는 설문을 통한 실증조사를 한 차례 실시하였으나, 두세 차례에 걸친 반복연구를 실시하지 못했다는 것이다.

후속 연구에서는 본 연구가 갖는 이상의 한계점을 보완하여 결론을 내리기를 기대하며 연구를 마친다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강수미(2008), 공동체를 위한 예술과 공공미술. 현대미술학 논문집, (12), pp.7-52
- 강태희 외 4인(1997), 건축물 미술장식 및 개선방안 연구, 한국문화정책개발원, p.7
- 권재경(2010). 도시 이미지 차원에서 공공 상징조형물 디자인의 전략적 기획 접근사례에 관한 탐색적 연구. 한국디자인문화학회지, 16(2), pp.45-56
- 김근식(2023), 이용자 만족도 제고를 위한 도시공간 환경조형물 조형 디자인 구성요소에 관한 연구 -대구시 중앙로 일대 환경조형물을 중심으로. 대한건축학회 연합논문집, 25(5), pp.61-68
- 김동찬, 김신원, 최주현(2009), 아파트단지 진입공간의 환경조형물에 관한 연구: 서울시. 한국디자인문화학회지, 15(3), pp.28-36
- 김란경(2020), 공공조형물에 대한 방문동기가 관광지 장소성형성에 미치는 영향: 서울시 종로구 · 중구를 중심으로 (Doctoral dissertation, 한양대학교).
- 김렬, 구정태(2006), 랜드마크 (Landmark) 건립사업의 경제적 타당성 분석: 상징조형물의 시장가치와 비시장가치 추정. 정책분석평가학회보, 16(2), pp.189-212
- 김보라, 문혁, 윤갑근, 서수미(2011), 환경 조형물이 도심재생에 미치는 영향에 관한 연구: 서울 정동 갤러리 프로젝트와 광주 어번 폴리 (Urban Folly) 프로젝트 중심으로. 한국실내디자인학회 학술대회논문집 13(1), pp. 176-179
- 김소희, 서혜옥(2022), 환경조형물이 도시공간의 정체성에 미치는 영향. 커뮤니케이션 디자인학연구, 78, pp.360-370
- 김상근(2001), 도시공간에서의 환경조형물에 대한 연구-환경조각을 중심으로. 기초조형학연구, 2(1), pp.33-42
- 김제중(2011), 도시 상징조형물의 유형별 분석 연구. 조형미디어학, 14(2), pp.47-56

- 김진각(2022), 문화예술정책 태동기의 예술지원에 관한 분석적 고찰: 박정희 정부를 중심으로. *The Journal of Cultural Policy*, 36(2), pp.61-87
- 김종근(2009), 새로운 매체를 활용한 환경조형물의 특성연구. 숭실대학교 박사학위논문.
- 김채연, 황용섭, 박성룡(2014), 지속가능한 공공공간과 환경조형물의 관계성에 관한 연구. *기초조형 학연구*, 15(5), pp.175-187
- 김현욱, 엄기준(2023), 지역정체성과 공공조형물의 연계성에 대한 기호학적 연구. *공공디자인연구*, pp.31-40
- 김혜진, 정지복, 최정인(2019), 대학 내 공공 환경조형물 색채 감성이미지 분석 연구-공주대학교 사례를 중심으로. *Journal of Digital Convergence*, 17(6).
- 류복희(2017), 새로운 공공미술로서의 화훼디자인 연구. *상품문화디자인학연구 (KIPAD 논문집)*, 50, pp.201-210
- 류선정, 안동만(2013), 대구광역시 공공조형물에 대한 평가 연구. *한국도시설계학회지 도시설계*, 14(1), pp.43-52
- 명광주(2007), 아트워크 양식에 따른 광고효과의 차이, *홍익대학교 대학원 박사학위논문*, pp.41-43
- 문희숙(2011), 가로공간의 환경조형물에 관한 연구-도봉구 노해길 환경조형물 중심으로. *조형미디어학*, 14(3), pp.23-30
- 문희숙(2012), 장소 특장적 환경조형물에 관한 연구-포천아트밸리 환경조형물 중심으로. *조형미디어학*, 15(1), pp.53-62
- 문희숙(2013), 공공 공간의 환경설치물 설치에 관한 기본지침 연구 : 서울시를 중심으로, *서울과학기술대학교 박사학위논문*
- 민광식(2023), 공공 서비스 스케이프로서의 환경조형물 가치가 이용자만족 및 구전의도에 미치는 영향. *공공디자인연구*, pp.31-43
- 민성기, 김수경, 한창준(2017), 도시재생을 위한 문화예술공간 만들기-창원 마을흔적보전사업의 환경조형물을 중심으로. *한국재난정보학회 학술발표대회*, pp.105-106
- 박병희, 조은정(1999), 한국 기념조각에 대한 연구. *교육연구*, 7(1), pp.169-195

- 박재은, 장영호, 김주연(2023), 프로젝트(Project)성 공공미술 정책 현황 및 사례분석 연구, 한국공간디자인학회 논문집, pp.201
- 박지송(2022), 환경디자인의 치유 효과에 따른 개인차와 선호도에 관한 연구, 부경대학교, 박사학위논문, p.19
- 박지송(2022), 환경디자인의 치유효과에 따른 개인차와 선호도에 관한 연구-환경조형물의 만족도 중심으로 (Doctoral dissertation, 부경대학교).
- 박응범(2009), 디자인 창의성 증진을 위한 Brain Mapping기법 개발에 관한 실험연구, 중앙대학교대학원 박사학위논문, pp.19-20 내용 재정리.
- 박태희, 서주환, 허준(2004). 도시 가로경관에 있어 환경조형물의 시각적 조화성 분석. Archives of Design Research, pp.301-310
- 박흥식, 장은경(2008), 지역축제의 물리적 환경이 볼거리인식과 방문만족에 미치는 영향: 2008 함평 나비 대축제. 관광연구저널, 22(4), pp.105-116-
- 백상옥(2010), 복합주거생활공간 속 환경조형물의 실태, 분석, 조선대학교 대학원 박사학위 논문.
- 손영옥(2020), 건축물 미술작품 제도 개선을 위한 서울시와 경기도 사례 연구. 예술경영연구, 56(1), pp.349-380
- 손상희(2017), 일상공간과 지역문화가 융합한 상징조형물 스토리텔링에 관한 연구: 여주시 상징조형물을 중심으로. 한국디자인문화학회지, 23(1), pp.259-272
- 서주환, 박태희, 허준(2004), 도시가로 경관에 있어 환경조형물의 이미지 및 시각적 선호도 분석. 한국조경학회지, 32(1), pp.57-68
- 성원선(2009), 공공미술의 가치와 화훼조형. 한국꽃예술학회지, 13(4), pp.1-24
- 신동훈(2019), 공공공간에서 장소성 향상을 위한 환경조형물 도입방안 연구. 가천대학교 석사학위 논문.
- 신정옥, 이진호(2020), 압화 조형물의 서비스스케이프로서의 상호작용연구. 한국화에 디자인학연구, 43, pp.101-122
- 신현선(2020), 역사의 재인식과 재현의 접이지대-글렌데일과 나고야의 ‘평화의 소녀상’-. 日本學研究, 60, pp.229-253

- 이건학(2019), 서울시 도시 재생 유형별 공간 분포와 지역 특성 변화: 건물 용도별 도시 경관 변화를 중심으로. 한국지리학회지, 8(2), pp.305-319
- 이경진, 정우진(2003), 야외조각공원의 조각물 주변환경요소 특성 및 선호에 관한 연구. 한국산림휴양학회지, 7(3), pp.45-56
- 이동훈(2019), 포스트모던 하이브리드적 환경조형물의 특성연구, 군산대학교 대학원 박사학위논문, p.1
- 이병민(2013), 창조경제시대 창조적 환경과 지역발전의 의미: 창조도시를 중심으로. 문화콘텐츠연구, (3), pp.7-31
- 이소민(2021), 아키타시 오모리야마 동물원 '원숭이집'의 환경조형물 디자인 연구.
- 이영선, 신은주(2011), 문화예술상품에 대한 소비자의 가치인식과 추구혜택에 관한 질적 연구. Asia Marketing Journal, 12(4), pp.27-54
- 이은래(2013), 도시환경조형물의 사회적 자본으로서 가치 재구성과 미술교육적 활용방안에 관한 연구 (Doctoral dissertation, 조선대학교 대학원).
- 이은정, 유숙희(2013), 공공디자인으로서 장소-특정성 공공미술의 발전방향에 관한 연구. 기초조형학연구, 14(2), pp.297-307
- 이재복(1999), 환경조형물의 변천과 비평에 관한 연구, 한양대학교 박사학위논문, p.5
- 이재복, 양호일(1999), 환경조형물의 논쟁. 한국디자인문화학회지 5, no.2:pp.201-212
- 이재국(1987), 「디자인평가론」: 조형물의 평가기준과 그 모델, 월간디자인 Vol. 122, p.126
- 이행렬, 임명숙(2013), 환경시설지에 설치된 생태환경조형물의 표현. 기초조형학연구, 14(3), pp.273-283
- 임춘배(1996), 도시공간에서의 환경조형물.
- 양현미, 김성규(2010), 건축물 미술 장식제도에 있어서 선택적 기금제 도입 방안 연구. 문화정책논총, 24, pp.135-160
- 여화선(2005), 환경도자 조형물의 활용성에 관한 연구. 일러스트레이션 포럼, 6(11), pp.9-22
- 왕가, 이상영(2023), 빅데이터의 이미지 어휘 추출을 통한 중국 현대 도시 조형물의 이미지 평가 연구. 조형미디어학, 26(3), pp.179-188

- 유병림(1996), 공원설계에서 기념성의 문제-서울대 4.19 기념공원과 서초조각공원의 예. 한국조경학회지, 23(4), pp.40-49
- 유선정(2012), 건축물미술작품제도와 현황에 관한 연구: 테헤란로에 설치된 미술작품을 대상으로. 한국디자인문화학회지, 18(4), pp.117-126
- 윤기환(2005), 환경조형물 평가시스템에 관한 연구, 청주대학교 박사학위논문, p.10
- 윤한, 윤희정(2019). 도시재생 문화공간의 장소성 포지셔닝: 문래예술창작촌 방문자들을 대상으로. 관광연구저널, 33(5), pp.19-30
- 전승용(2008), 국내 테마파크 조형물의 문화기호학적 분석: 롯데월드의 조형물을 중심으로. 문화산업연구, 8(2), pp.106-123
- 전재균, 김동진(2021). IPA 기법을 통한 흰여울문화마을의 관광 활성화 연구. Journal of The Korean Data Analysis Society, 23(1), pp.445-458
- 정수진, 장영석(2004), 가로경관에 환경조형물이 미치는 영향에 관한 연구: 서울 테헤란로를 중심으로. Archives of Design Research, pp.323-334
- 정석영(2014), 풍력발전시스템을 이용한 환경조형물 개발을 위한 연구. 한국디자인문화학회지, 20(4), pp.605-615
- 정석환, 안진근, 김주연(2023), 역사 도시의 정체성을 표현한 공공조형물 평가에 관한 연구, 한국공간디자인학회논문집 제18권 5호 통권 90호, p.365
- 정성호(2013), 디자인융합인재의 창의성에 대한 다중지능 및 사고양식 유형연구, 홍익대학원 박사학위논문, p.47.
- 정재동(2005), 공공성에 대한 갈등과 정책 정당성의 진화-건축물 미술장식제도 사례. 한국정책학회 동계학술발표논문집, 2005, pp.269-287
- 조연주(2015), 플레이스 브랜딩 방법 적용에 의한 재생 유흥산업시설의 활성화 방안 연구, 한양대학교 대학원 박사학위논문, pp9-10
- 조은하(1998), 생태환경과 에콜로지 디자인. 한국디자인문화학회지, 3(1), pp.69-87
- 최강림(2012), '장소만들기'를 통한 도시재생의 방향: 부산광역시 도시재생사업을 중심으로. 환경논총, 51, pp.19-36
- 최강림(2011), 공공디자인을 통한 주거지 도시재생 사례연구: 부산시 공공디자인 관련 사업을 대상으로. Archives of Design Research, 24(4), pp.23-34

- 최금화, 권혁인(2019). AHP 분석을 통한 문화·예술 기반 도시재생 중요요인 도출에 관한 연구. 인천학연구, 31, pp.81-119
- 최성호(2018), 공공디자인 진흥 종합계획의 방향과 특성에 관한 연구. 한국디자인문화 학회지, 24(4), pp.463-477
- 최인경(2020), 공공조형물의 장소성요인이 도시이미지, 장소애착, 행동의도에 미치는 영향: 전라도 주요 관광지에 설치된 공공조형물 대상으로. 관광경영연구, 99, pp.829-850
- 최철형, 박선우, 김창현, 조한진(2009), 광역시 지하철 환경조형물에 대한 이용자 의식 분석 연구. 한국철도학회 논문집, 12(6), pp.927-935
- 현영조(1996), 미술과 환경-도시의 꽃. 더원미술세계, pp.84-88
- 호금옥(2012), 지역문화자원을 활용한 도시상징조형물의 관람자 인식요인에 관한 연구 (Doctoral dissertation, 한양대학교).
- 홍경완(2007), 지역축제 물리적 환경이 방문객 감정과 만족에 미치는 영향. 관광연구저널, 21(1), pp.41-54
- 황윤동(2020), 문화예술 주요법률에 기반한 기초 지방자치단체 문화예술 진흥 방안 연구: 구미시를 자료체로:
- 모뉴먼트(monument), 대한건축학회 건축용어사전

2. 국외문헌

- An, Y. B. (1985). 건축과 환경조각. Korean Architects, (7), pp.66-69
- Brenner, A.(1977), The structuralism of Claude Lévi-Strauss and the visual arts. Leonardo, 10(4), pp.303-306
- Bayliss, D.(1988), What's New in European and Other International Light Rail Transit Projects?. LIGHT RAIL TRANSIT, 43.
- Burk, A. L.(2006), Beneath and before: continuums of publicness in public art. Social & Cultural Geography, 7(6), pp.949-964
- Brown, K. A.(2011), Circling the Square: Publicness and the Transformations of the Modernist Performative Artifact. University of California, Santa Cruz.
- Czepczyński, M.(2008), Cultural landscapes of post-socialist cities: representation of powers and needs. Ashgate Publishing, Ltd..
- Dmitrievich, C. A.(2022), Features of emotional impact and therapeutic properties of wooden sculptures. SENTENTIA. European Journal of Humanities and Social Sciences, (4), pp.8-13
- Gaudí, A., Masini, L. V., & Stopar, B.(2003), Antoni Gaudí. TeNeues.
- Guo, S.(2019), Natural Ecological Environment Protection Publicity Sculpture Design Based on Visual Communication. Ekoloji Dergisi, (108).
- Jeremiah, A. A., & Taiwo, F. O. Beauty in the Parks: Aesthetic Values of Environmental Sculptures. Erudite, 143.
- Lee, L.(2012), Sculpture's condition| Conditions of publicness: Isa Genzken and Thomas Hirschhorn. Princeton University.
- Read, H.(2023), The art of sculpture (Vol. 3). Princeton University Press.
- Robinette, M. A.(1976), Outdoor sculpture: object and environment. (No Title).
- Schenker, H.(1954), Harmony (Vol. 1). University of Chicago Press.
- Skeggs, E. S., Langberg, E. I., Marcucci, S., & Mackintosh, T. P.(2017), Weighing Perceived Values of Tinguely's Sculptures Against

Technically Advanced Conservation.

Vandeman, K. J.(2012), A Landscape for Making: Workshop Studios at Storm King Art Center. University of Maryland, College Park.

Yücel, G. F.(2013), Street furniture and amenities: Designing the user-oriented urban landscape.

In Advances in landscape architecture. IntechOpen.



3. 기타

<https://www.iusm.co.kr/news/articleView.html?idxno=287053>

<https://www.mk.co.kr/news/economy/753056>

<https://www.busan.com/view/busan/view.php?code=2023032318161441449>

<https://www.kyongbuk.co.kr/news/articleView.html?idxno=2108617>

https://www.kyongbuk.co.kr/news/articleView.html?idxno=2020499&sc_serial_code=SRN11

<https://www.aurum.re.kr/Legal/LegalSub.aspx?pcode=I02>

www.publicart.or.kr, 건축물미술작품DB

<http://www.grandculture.net/gwangju/donggu/toc/GC60005417>

<http://m.dnnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=16708>

<https://www.joongang.co.kr/article/20007039#home>



부 록

설 문 지

안녕하세요?

‘환경조형물’은 우리가 생활하는 공간 여러 곳에 있는 여러 가지 형태나 모습으로 된 ‘조형물’을 말합니다.

본 설문은 바로 이 ‘환경조형물’에 대한 당신의 인식과 평가, 생각, 만족도 등을 파악하기 위한 것 입니다.

설문 응답 내용은 통계법 제13조(비밀의 보호)에 의거하여 철저히 익명으로 처리되고 엄격히 보호됩니다.

설문 결과는 학문적 목적으로만 사용됩니다.

모든 설문에는 정답이 없으며, 당신의 생각을 솔직하게 표해주시면 됩니다.

설문 문항에 대해 빠짐없이 응답해주십시오.

설문조사에 응해주셔서 감사합니다.

2023년 12월

한성대학교 일반대학원
디자인학과 박사과정
지도교수 명 광 주
연구자 민 광 식

〈첫째, 환경조형물에 대한 인식 측정〉

1. 당신은 환경조형물이 필요하다고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

2. 당신은 수준 높은 환경조형물을 좋아하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

3. 당신은 수준 낮은 환경조형물은 불필요한 낭비나 공해라고 생각하십니까?
()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

〈둘째, 환경조형물에 대한 평가 측정〉

4. 당신은 환경조형물이 좋은 것과 나쁜 것이 있다고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

5. 당신은 수준 높은 환경조형물을 우리 생활에 더 좋은 것이라고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

6. 당신은 수준이 낮은 환경조형물을 우리 생활에 불필요한 나쁜 것이라고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

〈셋째, 환경조형물 인식 형성 영향 요인에 대한 평가 측정〉

7. 당신은 환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물의 수준과 질이 좌우한다고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

8. 당신은 환경조형물의 좋고 나쁨을 제작 능력과 기술이 좌우한다고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

9. 당신은 환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물의 선택과 결정 과정이 좌우한다고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

10. 당신은 환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물 관련 제도와 법이 좌우한다고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

11. 당신은 환경조형물의 좋고 나쁨을 환경조형물 유지 관리와 보수가 좌우한다고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

12. 환경조형물의 좋고 나쁨을 좌우하는 영향 요인을 차례대로 써주십시오.
(, , , ,)

- ① 환경조형물 수준과 질
- ② 환경조형물 제작 능력과 기술
- ③ 환경조형물 선택과 결정 과정
- ④ 환경조형물 관련 제도와 법
- ⑤ 환경조형물 유지 관리와 보수

〈넷째, 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 문제 측정〉

13. 환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형물에 대한 이해와 아이디어 발상 능력, 제작능력이라고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

14. 환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형물에 대한 투자비용을 늘려야 하고, 자재의 질과 마감 기술을 높여야 한다고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

15. 환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형

물에 대한 선택과 결정 과정을 합리적, 객관적, 과학적으로 개선하는 것이라고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

16. 환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위해 중요한 것은 조형물 관련 제도와 법을 보완하고 개선하는 것이라고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

17. 환경조형물에 대한 소비자의 평가와 만족도를 높이기 위한 중요 요인을 차례대로 써주십시오.

(, , ,)

- ① 환경조형물에 대한 이해와 수준 높은 아이디어 발상 능력, 그리고 제작능력
- ② 환경조형물에 대한 투자비용 증액과 자재의 질과 마감 기술 향상
- ③ 환경조형물 선택과 결정 과정의 합리적, 객관적, 과학적 개선
- ④ 환경조형물 제도와 법 보완 개선

<다섯째, 환경조형물에 대한 평가와 만족도 향상을 위한 방안 측정>

18. 소비자 생활 조화된 환경조형물 개발을 위해서 정교한 환경 영향분석이 필요하다고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

19. 소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 전문적인 기획과 발상 능력, 제작기술이 필요하다고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

20. 소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 제도와 법에 의한 의무설치보다 생활 환경과의 조화를 신중하게 고려하여, 최소한으로 설치해야 한다고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

21. 가치와 품격이 높은 환경조형물 개발을 위해서 조형물에 대한 투자 비용을 늘리고, 수준과 질을 고급화해야 한다고 생각하십니까? ()

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

22. 소비자가 만족하는 환경조형물 개발을 위해서 우선해야 할 요인을 차례대

로 써주십시오.

(_____ , _____ , _____)

- ① 정교한 환경 영향분석
- ② 전문적인 기획과 발상 능력, 제작기술
- ③ 제도와 법에 의한 의무설치보다 생활 환경과의 조화를 신중하게 고려하고,
최소한의 설치 지향
- ④ 조형물에 대한 투자 비용을 늘리고, 수준과 질을 고급화

〈여섯째, 일반적인 인구통계학적 특성 측정〉

23. 당신의 성별은? (_____)

- ① 남성 ② 여성

24. 당신의 나이는? (_____)

- ① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대
- ⑤ 50대 ⑥ 60대 ⑦ 70대 이상

25. 당신의 학력은? (_____)

- ① 고등학교 졸업 ② 전문대 재학/졸업 ③ 대학생 재학/졸업
- ④ 대학원 재학/ 졸업

26. 당신의 결혼 상태는? (_____)

- ① 미혼 ② 기혼

27. 당신은 현재 어디에 속합니까? (_____)

- ① 청소년 학생 ② 사무직 직장인 ③ 생산직 직장인

- ④ 전문직 직장인 ⑤ 가정주부 ⑥ 무직, 기타

28. 당신의 과거나 현재의 주된 직업 분야는? (____)

- ① 관리자 ② 전문가 및 관련 종사자 ③ 사무종사자
④ 서비스 종사자 ⑤ 판매 종사자 ⑥ 농림어업 숙련종사자
⑦ 기능원 및 관련 기능종사자
⑧ 장치, 기계조작 및 조립종사자
⑨ 단순노무 종사자

29. 당신의 현재 소득 또는 재산 수준은? (____)

- ① 상 ② 중 ③ 하

30. 당신의 거주지는? (____)

- ① 특별시 ② 광역시 ③ 일반시 ④ 군읍면

기타. 환경조형물에 대한 당신의 생각과 견해를 자유롭게 써주십시오.

① _____

② _____

③ _____

④ _____

⑤ _____

설문에 응답해주셔서 감사합니다

ABSTRACT

Environmental Sculpture Development Optimization Strategy Model Based on
Consumer Awareness and Evaluation

–Problem Analysis and Solution to Enhance Satisfaction towards
Environmental Sculptures–

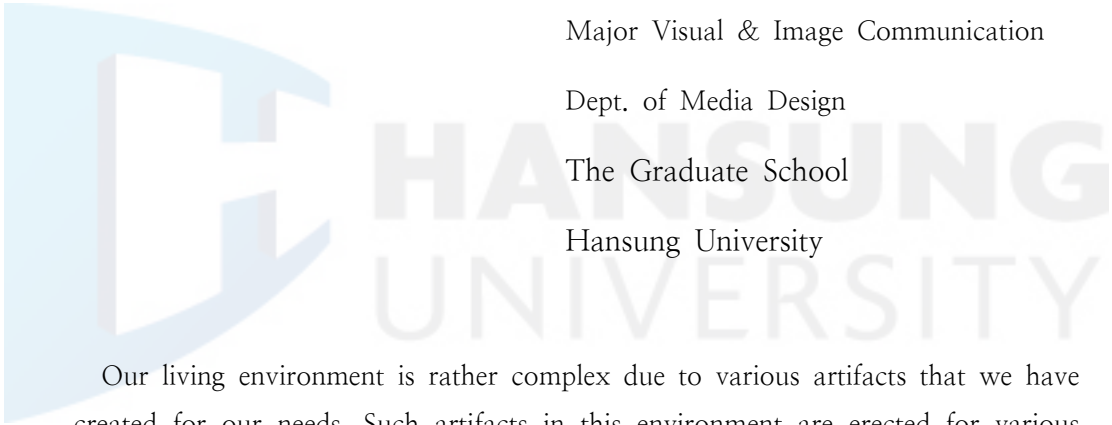
Min Kwang-sik

Major Visual & Image Communication

Dept. of Media Design

The Graduate School

Hansung University

The logo of Hansung University is a stylized blue 'H' shape. A large, light blue watermark of the university's name and logo is visible in the background of the text area.

Our living environment is rather complex due to various artifacts that we have created for our needs. Such artifacts in this environment are erected for various purposes and significances, and are recognized as environmental sculptures and public art. Environmental sculptures emphasize its overall harmony with the environment, but they carry an antinomic exclusive characteristic of striking a balance between exposing themselves and fitting in with their environment.

Environmental sculptures in such a role bring visual pleasure, vitality, and novel meanings to the surrounding in which we live, carrying the inherent value as landmarks that renew spaces and environments or as contributors to local economic stimulation.

There are, nonetheless, environmental sculptures that fall short of fulfilling the role. They are often neglected by the people who live in today's world, the consumers, or they just clutter up the environment.

Despite having buried large sums of money in erecting and displaying environmental sculptures in public spaces for the people, they fail to serve their role, and become obscured.

Furthermore, when commissioning entities of environmental sculptures emphasize on the effects and achievements of their display, they often neglect to analyze and evaluate the impact of the sculptures, causing irreversible damage to the natural environment.

In this context, previous studies focus on physical issues like the aesthetics of environmental sculptures in themselves, harmonization with urban environment, preservation of the natural environment, interaction with consumers and contribution, sociocultural value, economic and marketing value, traditional value, management and related systems and laws. There are yet to be studies that propose alternatives to solve these problems.

This study aims to analyze the problems of environmental sculptures and find strategic ways to solve them based on the awareness and evaluation of today's consumers regarding environmental sculptures. Precedent studies are limited in providing optimization directions for the development of environmental sculptures. By falling short of accurately analyzing consumers' psychological reactions and evaluation and the causes behind them, past studies do not offer specific problem solutions or development strategies, and a broader direction for further research on environmental sculptures.

This study derives problems of environmental sculptures through consumers' awareness and evaluation of environmental sculptures. It also proposes a conceptual strategy model for optimizing the development of environmental sculptures that can raise consumer satisfaction through a comprehensive analysis of the roles and functions of environmental sculptures sought by consumers and a multi-faceted analysis approach to the dynamics of the causes of the problems.

In this study, six research questions and hypotheses based on the questions are established, and empirical research is conducted through literature review of precedent studies and theories and utilization of a survey. The findings of this study are as follow.

First, as consumers' awareness of environmental sculptures increased, their

evaluation of the factors influencing the formation of environmental sculptures awareness also rose.

Second, as consumers' evaluation of environmental sculptures increased, so did their evaluation of the factors influencing the formation of environmental sculptures awareness.

Third, as consumers' awareness of environmental sculptures, evaluation of environmental sculptures, and evaluation of environmental sculptures awareness-forming influence factors increased, the problem of improving their evaluation and satisfaction of environmental sculptures also increased.

Fourth, as consumers' awareness of environmental sculptures, evaluation of environmental sculptures, and evaluation of environmental sculptures awareness-forming influence factors increased, their interest in ways to improve their evaluation and satisfaction of environmental sculptures also rose. The following is in the order of their interest: evaluation of environmental sculptures awareness-forming influence factors; evaluation of environmental sculptures; and awareness of environmental sculptures.

Fifth, it is demonstrated that awareness of environmental sculptures and evaluation of environmental sculptures influence the issue of improving the evaluation and satisfaction of environmental sculptures through the mediation of evaluation of factors influencing awareness formation of environmental sculptures.

Lastly, consumer awareness of environmental sculptures and evaluation of environmental sculptures are demonstrated to influence evaluation and satisfaction of environmental sculpture through the mediation of evaluation of factors influencing awareness formation of environmental sculptures.

The above empirical research results signify that since the evaluation of factors influencing the formation of environmental sculptures awareness is most important above all, a strategy to improve and supplement each of the factor is essential to raise people's evaluation and satisfaction of environmental sculptures. Precedent studies, however, have been biased toward physical issues such as the aesthetics of environmental sculptures, harmony with the environment, socioeconomic value, cultural value, traditional value, and value in the contribution to consume, and there have been no studies or alternative

suggestions to address these problems.

As an alternative solution, this study conceptually proposes the inclusion of a development optimization strategy model for environmental sculptures.

The findings of this study will help improve the effectiveness and efficiency of environmental sculpture development by calling for the need to improve and supplement the entire process, including the understanding of environmental sculptures – strategic planning, creative design, professional production process, effective process management and regular maintenance, related systems and laws, and the procedure of screening, selecting, and deciding on environmental sculptures.

In addition, this study will have both academic and practical values, such as enabling people to think about the true role of environmental sculptures in reflecting the historical and cultural values of the community, contributing to the revitalization of public spaces and adding to consumer satisfaction, and acting as a mean to consider how environmental sculptures may be recognized for their existence, and serving as a stimulus that delivers a wide range of plans for the development of high quality environmental sculptures that can play a positive role in the society.

This study conceptually presents an optimization strategy plan that includes aspects to check, improve, and supplement in each step and process during the development of environmental sculptures. Through this, it is hoped that the development of creative environmental sculptures can foster the artistic impression and satisfaction of consumers and raise our social, environmental, cultural, economic, and that traditional values will be carried out in a more rational, systematic, and scientific way. Furthermore, the scope of research on this topic should be further expanded.

[Keywords] environmental sculptures, environmental sculptures development strategy, environmental sculptures development optimization strategy model