

제주 ‘오름’에 대한 내국인과 외국인의 경관이미지 비교 분석

서주환* · 김상범** · 노재현*** · 허준***

*경희대학교 환경조경디자인 · **경민대학 건축인테리어학부 · ***우석대학교 조경도시디자인학과

A Comparative Analysis on Image Structures of Jeju ‘Oreum’ between Koreans and Foreigners

Suh, Joo-Hwan* · Kim, Sang-Beom** · Rho, Jae-Hyun*** · Huh, Joon***

*Dept. of Environmental and Landscape Architecture Design, Kyung Hee University

**Dept. of Architecture Interior, Kyungmin College

***Dept. of Landscape Architecture and Urban Design, Woosuk University

ABSTRACT

This study conducted a comparative analysis between Koreans and foreigners on how they feel of the ‘Oreum’ so that the data could be used to conserve and utilize ‘Oreum’ as a brand of Jeju, which is one of the natural and original sceneries of the island along with Halla Mountain.

Four aerial photo slides were selected to be assessed among 18 overlooked views of ‘Oreums’ through quasi-preliminary and preliminary surveys. The assessment group was divided into native and foreigner groups. Image and preference were measured based on 7 step categorization on 26 adjectives, and factor analysis was implemented.

The selected factors from factor analysis reflected that calmness was recognized as common image identification variable to natives and foreigners. However, foreigners choose ‘dynamics’, ‘peculiarity’ and ‘grandeur’ in order to explain the image while Koreans selected words in the order of ‘attractiveness’, ‘grandeur’, ‘dynamics’ and ‘peculiarity’. This means Koreans identify the image of ‘Oreum’ as absolute beauty while foreigners see the dynamics and relative peculiarity as its attractive point.

As a result of factor score, preference and multiple regression analysis, Koreans selected ‘calmness’, ‘attractiveness’ and ‘dynamics’ as important variables to explain preference. On the other hand, foreigners choose ‘dynamics’ and ‘calmness’ as well as ‘evenness’, ‘peculiarity’ and ‘simplicity’. This represents that foreigners are highly influenced by the structural peculiarity and simplicity on the image preference.

Key Words: Factor Analysis, Factor Score, Overlooked View, Natural Landscape, Image Identity

Corresponding author: Sang-Beom Kim, Dept. of Architecture Interior, Kyungmin College, Eujungbu 480-702, Korea, Tel.: +82-31-828-7300, E-mail: sangbeom555@hanmail.net

국문초록

본 연구는 한라산과 더불어 제주 고유의 자연경관이자 원경관(原景觀)이며 제주 이미지 정체성 요소의 본질이라고도 할 수 있는 '오름'경관의 보존과 제주 브랜드로의 활용을 목표로 내국인과 외국인이 느끼는 제주 '오름'에 대한 이미지 특성을 비교 분석하였다.

항공에서 촬영한 총 18개 '오름'의 부감사진을 대상으로 준예비조사와 예비조사를 거쳐 최종 선정된 4장의 사진슬라이드를 평가매체로 연구를 진행하였다. 평가집단은 내국인과 외국인으로 나누어 구성하고, 총 26개 형용사 어휘상에 대한 7단계 형용사 어의구별척도로 이미지 및 선호도를 측정하고 인자분석을 실시하였다.

인자분석을 통해 파악된 인자군은 내국인과 외국인 집단 구분 없이 전체적으로 평온성의 이미지 변인이 제주 '오름'의 경관 이미지를 대표하는 공통적인 이미지 정체성 변인으로 파악되었다. 그러나 이밖에 이미지 주요 변인으로 외국인은 「역동성」, 「특이성」 그리고 「웅혼성」 순으로 설명력이 높았으나, 내국인의 경우는 「매력성」, 「웅혼성」, 「역동성」, 「특이성」으로 유형화된 것으로 보아 상대적으로 국내인은 '오름'의 '절대가치로서의 아름다움'을 매력으로 파악한 반면 외국인은 '오름'의 역동적 이미지와 상대적 특이성을 보다 주요한 이미지 변인으로 인식한 것으로 보인다.

요인점수와 선호도와와의 다중회귀분석 결과, 국내인은 「평온성」, 「매력성」 그리고 「역동성」이 선호도를 설명하는 중요 변수로 나타난 반면, 외국인의 경우는 「역동성」, 「평온성」 이외에 「균일성」, 「특이성」 그리고 「단순성」 등으로 차이를 나타내, 이는 상대적으로 외국인에게는 '오름'의 형태적 특이함과 단순미 등이 선호도에 크게 영향을 미친 것으로 판단된다.

주제어: 인자분석, 인자점수, 부감경관, 자연경관, 이미지 정체성

I. 서론

'오름(Oreum)'은 한라산과 더불어 '제주다움'을 구성하는 상징경관이며 제주 자연경관의 기본요소이자 원경관(原景觀)에 가장 근접한 제주 표준경관(標準景觀, standard view)이다(김상범, 2005). 또한 '오름'은 그 자체가 심미적 대상일 뿐 아니라 주변의 원경관(遠景觀)을 관망할 수 있는 최고의 전망대이기도 하다(김용택, 2004). 현재 남아 있는 '오름' 대부분은 분화 활동 이후의 원형을 거의 유지하고 있기 때문에 생태적으로나 학술적으로도 제주 고유경관으로서의 가치가 매우 높다고 할 수 있다. 한라산과 '오름', 바다가 어우러지는 주변 경관은 제주만이 가진 아름다움이며 천혜의 관광자원이다. 2004년 8월, 11월에 산굼부리(제236호), 산방산(제376호) 이외 '거문오름'이 천연기념물 제444호로 지정되었고, '오름'의 일부가 2007년 6월에는 세계자연유산으로의 등재됨으로, 제주도 전체관광객 증가율은 6~7%로 한자리인데 반해 한라산, 성산일출봉, '거문오름'의 용암동굴 등 3개 유산지구의 방문객은 13~30%대의 가파른 증가를 보인 점만 보아도(조선일보, 2008) '오름'경관에 대한 관심과 탐방객 증가는 관광적 측면에서도 매우 고무적인 현상이 아닐 수 없다.

지구촌시대 '지역의 고유성 및 정체성 발굴과 확립'이야말로 관광시장에서 고유이미지 개발과 국제 관광시장 및 국내시장에서 우월성을 확보하는 기준점이 될 것이다. 제주의 고유성과

향토성 짙은 자원의 발굴과 해석 그리고 재창조를 위해서는 제주 중심의 사고로 전환이 필요하다.

국내의 경관이미지에 관련된 연구 성과는 대부분 도시공간(주신하와 임승빈, 2003; 정용문과 변재상, 2005; 변재상 등, 2006; 변재상 등, 2007; 김대현 등, 2007) 또는 교량경관과 같은 토목경관(이상엽 등, 2002; 서주환 등, 2002; 정성관 등, 2007)에 초점이 모아지고 있는데 반해 '평가 후 재생'이나 '재창조'가 현실적으로 불가능한 '오름'이나 습원 또는 갯벌 등의 야생경관에 대한 이미지 특성의 구명과 발굴에는 상대적으로 무관심한 것이 사실이다. 따라서 '제주다움'의 경관정체성 획득을 위한 고유하고 독특한 자연경관인 제주 '오름'에 대한 고유 이미지를 찾는 작업은 제주도과 같이 '자연 우월적 공간'에서는 무엇보다도 시급한 실정이다.

본 연구는 제주도 이미지 정체성의 본질이라고도 할 수 있는 '오름'의 경관보존 및 활용을 목표로 제주도민은 물론 비제주인 그리고 외국인이 느끼는 제주 '오름'경관의 이미지 정체성과 그 차이를 밝히고자 시도되었다.

II. 연구방법

1. 평가매체의 제작

'오름'경관의 이미지 평가는 현장평가를 대신하여 사진슬라이

이드를 매체로 한 간접평가 방식을 택하였다. 김상범(2005)과 김상범 등(2007)은 '오름' 자체의 물리적 훼손 및 경관훼손이 우려되는 총 102개 '오름'에 대하여 1차적으로 선호성과 선호요인을 파악한 바 있다. 본 연구는 상기 연구와 심화 연구의 일환으로 '오름' 부감경관¹⁾에 대한 경관이미지를 구명하고자 하였다. 이에 따라 제주 '오름'을 대표하며 유네스코(UNESCO) 자연문화유산에 등재된 성산일출봉과 '거문오름(물чат오름)' 그리고 천연기념물 등으로 지정된 산굼부리와 산방산 등 이미 높은 지명도를 갖는 '오름'을 포함, 총 18개 '오름'을 선정하였다 (Figure 2 참조).

평가매체로 이용된 사진은 2006년 4월 제주 경관사진 촬영 전문가의 도움을 받아 헬기를 이용하여 항공 촬영하였다. 사진은 운량 10% 이하 조건의 평균고도 500~900미터 상공에서 칼라 슬라이드 필름으로 여러 각도로 촬영하였다. 촬영된 '오름' 당 7~8개 촬영사진 중 해상도 등 사진의 질과 구도 그리고 본 연구목적의 합당성 등을 판단하여 최종적으로 각 '오름' 당 1개씩 18개의 사진을 예비 평가매체로 선정하였다.

2. '오름'의 선호도 평가(준 예비조사)

최종 이미지분석에 이용될 평가사진의 선정을 위한 준 예비 조사를 실시하였다. 평가집단은 3개 그룹으로 구분하였는데, 하나는 국내인 평가집단(A 집단)이며, 또 하나는 외국인 평가 집단(B 집단)이다. A 집단은 다시 거주지가 제주도가 아닌 비제주인(Group 1)으로 ○○대와 ○○대 조경학 전공 3·4학년 학생 87명과 제주도 거주 5년 이상의 제주도민(Group 2) 45명으로 총 132명으로 구성되었다(Figure 2 참조). B집단은 서울 지역을 탐방하고자 입국한 75명의 외국인 여행자들(Group 3)로 여행

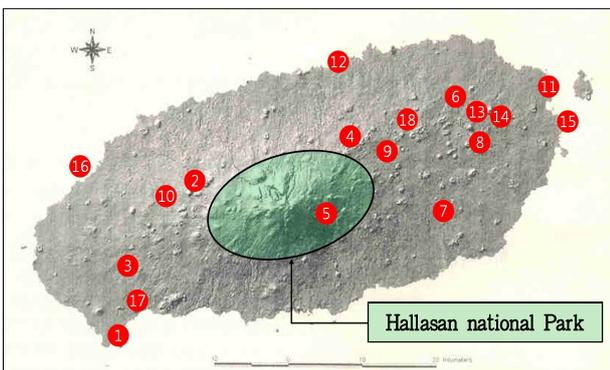


Figure 1. Distribution Chart of Assessment 'Oreum'.
Source: Jeju-do, Geographical Information Room(1990).

Re-drawn Note 1:

- | | | |
|--------------------|---------------------|---------------------|
| ① Songaksan | ② Barime 'Oreum' | ③ Goisoochi 'Oreum' |
| ④ Min 'Oreum' | ⑤ Sara 'Oreum' | ⑥ Doonji 'Oreum' |
| ⑦ Chatmang 'Oreum' | ⑧ Geomi 'Oreum' | ⑨ Sangoomburi |
| ⑩ Saebyeol 'Oreum' | ⑪ Jimibong | ⑫ Weldangbong |
| ⑬ Dot 'Oreum' | ⑭ Darangshi 'Oreum' | ⑮ Ilchoolbong |
| ⑯ Biyangdo | ⑰ Sanbangsan | ⑱ Geomoon 'Oreum' |

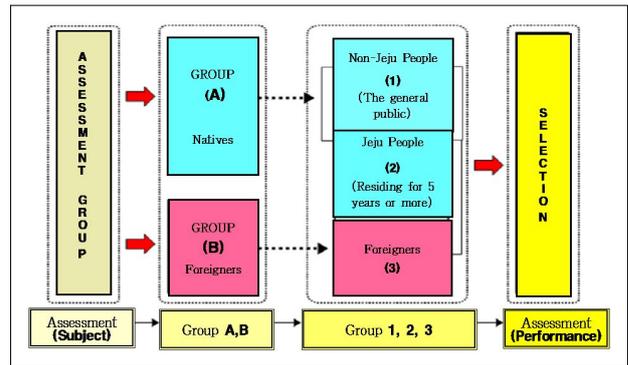


Figure 2. Division of assessment subject of quasi-preliminary survey for preference assessment

사의 협조를 받아 서울시내 호텔 로비에서 실시하였다.

제시된 '오름' 부감경관 사진을 10점 만점의 점수기입(rating) 방법으로 선호도 평가를 실시하였다. 그 결과 선호도 순위 10위 '오름' 중 1순위, 2순위 '오름'과 집단 전체의 평균선호도 평가치 분석 결과, 표준편차(S.D.)가 상대적으로 낮은 '오름' 4개를 추가(Table 2 **표시 참조), 총 6개 '오름'을 경관이미지 평가를 위한 평가매체로 이용하였다. 최종적으로 이미지 평가에 이용된 사진 슬라이드의 주대상 '오름'의 체원은 Table 1과 같다. 또한, 본 연구의 흐름을 정리하면 Figure 2와 같다.

3. '오름' 이미지조사

1) 어휘쌍의 선정 및 평가

형용사 어휘는 자연경관에서 적용 가능한 척도어로 Feimer (1979)가 농촌경관의 경관선호성 평가를 목표로 고안한 총 240개의 형용사어 가운데 본 연구대상 '오름'경관의 이미지를 대변할 수 있다고 판단되는 37개의 형용사를 선별하고, 이에 대한 대응 개념어를 찾아 형용사 쌍을 구축하였다. 이 가운데 반대어의 개념이 제시되지 않은 것은 별도로 옥스포드대사전(1992)의 반대어 개념으로 대처하였다.

1차 선정 37개 어휘쌍에 대해 '젯망오름'과 '다랑쉬오름' 2매의 사진을 평가매체(Table 2 *표시 참조)로 본 조사에 앞서 신뢰성 분석(Reliability-test)을 위한 예비조사를 실시하였다.

7단계 S.D. scale로 구성된 형용사 어휘에 대한 신뢰성 및 타당성을 검토한 결과, Table 3과 같이 Cronbach's 알파²⁾ 값은 0.755였으며 이 수치 이상의 값을 보인 10개의 어휘쌍을 제거하고 선호도를 포함, 총 27개 어휘 쌍을 본 조사 평가 이미지 어휘 쌍으로 최종 결정하였다.

2) 평가집단의 선정

본평가는 국내인의 경우, ○○대학교 환경조경 디자인학과와 ○○대학 건축학과 재학생 104명을 대상으로 하였다. 한편, 외국인 집단은 제주 지역을 탐방하고자 입국한 외국인 여행자

Table 1. Descriptions of assessment subject scene 'Oreum'

Oreum*	Location	Altitude (m)	Height (m)	Circumference(m)	Area (m ²)	Bottom Diameter(m)	Form	Photo No.
Songaksan	Sangmo-ri San2 Daejeong-eup Seogwipo-city	104	99	3,115	588,982	927	Multi-type	21
Jimibong	Jongdal-ri San 8-1, 4, 5 Gujwa-eup Jeju-city	165.8	160	2,636	423,814	907	Horse-hoof North	61
Darangshi Oreum	Sehwa-ri San 6 Gugwa-eup Jeju-city	382.1	227	3,391	800,463	1,013	Round-type	9
Ilchoolbong	Seongsan-ri 1 Seongsan-eup Seogwipo-city	179	174	2,927	453,030	693	Round-type	58
Biyangdo	Hyeopje-ri San 100-1 Hallim-eup Jeju-city	114.1	104	2,023	160,428	651	Multi-type	8
Chatmang Oreum	Gasi-ri 158-2 Pyosean-myeon Seogwipo-city	446.6	55	1,351	140,916	458	Horse-hoof North	56

Note 2: Oreum names, scales and forms are applied to Jeju's 'Oreum'(Jeju-do, 1998)

들로 이들의 국적은 미국, 영국, 호주, 캐나다 등에서 내방한 총 91명의 평가집단으로 구성하였다. 조사기간은 2007년 9월 5일부터 9월 20일까지 3차례에 걸쳐서 이루어졌으며, 평가에 앞서 평가목적 및 진행방법을 설명한 후 선정된 사진을 빔 프로젝트를 이용하여 210×180cm의 스크린 상에 보여주었다. 피실험자와 스크린 사이의 간격은 3~10m 사이로 하였고, 정면에서 최대한 자세히 관찰할 수 있게 하였다.

4. 분석방법

제주 '오름'이 지닌 이미지 특성을 분석하기 위하여 26쌍의 평가 어휘들에 대한 인자분석(FA)을 실시하였다. 인자분석 방법은 주성분분석(PCA)을 적용하였으며, 인자회전은 배리맥스(Varimax) 방식으로 회전시켜 고유값(Eigen Value) 1 이상을 기준으로 인자를 추출하였다. 평가 주체는 내국인과 외국인그룹 그리고 전체그룹 등 3개 집단으로 나눈 실험설계를 계획하였다. 그러나 본 연구 선행 연구차원에서 실시된 일련의 연구 성과 중 동일 평가주체(3개 그룹)를 대상으로 지상경관과 부감경관에 대한 선호도 평가치에 대한 Duncan의 다중범위검정 결과, 총 84개 자극매체 중 25개(약 29%) 만이 통계적 유의성이 있는 것으로 드러나 전문가와 비전문가 집단을 구분 없이 내국인과 외국인 분류에 초점을 맞추어 분석에 임하였다.

한편, 요인점수(factor score)를 독립변수로, 시각적 선호도를 대신한 좋은-나쁜(good-bad)의 설문결과를 종속변수로 하여 다중회귀분석(multiple regression)을 실시하였으며, 모델의 유의성은 ANOVA를 통해 검증하였다. 모든 통계분석은 SPSS Windows R.13(SPSS Inc. 2007)을 통해 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. '오름'경관의 이미지 평가 기술통계

1) 평가 '오름'별 이미지

제주 '오름'의 부감경관 이미지분석을 위하여 4개 '오름'에 대한 형용사 목록별 평가치를 자료로 기술통계분석을 실시하였다(Table 4 참조).

비양도(A)에 대한 이미지 기술통계 결과 '평화로운' 5.87, '아름다운'과 '낭만적인'이 각각 5.81, '단조로운' 3.52로 비교적 이미지 느낌이 상대적으로 뚜렷하게 표현되었으며, 송악산(B)은 '편안하지 않은' 3.09, '평화롭지 않은' 3.41, '다채롭지 않은' 3.61 등으로 낮게 나타났다. 또한, 제시된 '오름'사진은 송악산 굽부리의 근점 부감사진으로 휴화산에도 불구하고 분화구에서 연상되는 화산의 걱정적 위압감이 크게 작용한 것으로 보인다(Table 2 참조). 지미봉(C)에 경우 '조용한' 5.10, '평화로운' 5.01로 높게 나타났으며, 성산 일출봉(D)의 경우 '평화로운'과 '조용한'이 각각 5.12, '살아 있는', '힘이 있는', '신선한', '등근' 등의 이미지가 각각 5.04로 높게 나타났다.

2) 평가 그룹별 이미지

총 4개 '오름'에 대한 평가 결과를 내국인과 외국인 그리고 전체그룹으로 나누어 검토한 결과는 Table 5와 같다. 내국인그룹은 '복잡한' 3.82, '다채로운' 4.24 등으로 '오름'의 공간구성 특성을 표현하는 평가치가 낮게 나타난 반면, '조용한' 5.12, '등근' 5.06의 평가치를 보여 다른 경관어휘에 비하여 상대적으로 높은 평가치를 보였다. 외국인의 경우, 역시 '복잡한'이 3.97, '다채로운'이 4.35, '활발한' 4.41의 평가치를 얻어 내국인그룹과 유사한 경향을 보였다.

그리고 '조용한' 역시 5.09로 상대적으로 높은 평가치를 기록하였다. 전체적인 경향을 볼 때 이미지 어휘쌍의 양극단의 용어를 빌어 제주 '오름'의 느낌을 표현한다면 다채롭지 않으며 침울함 등으로 대표되는 「단순, 평온」의 느낌과 조용하며 등근 등에서 오는 「침묵-친숙」의 느낌이 '오름'의 부감경관적 이미지를 대신하고 있다고 판단된다.

Table 2. Rank of mean preference by preliminary assessment

Rank	Mean±SD	Scene No.	Image	Rank	Mean±SD	Scene No.	Image
1**	7.35±1.94	16. Biyangdo		10	5.70±1.99	8. Geomi Oreum	
2**	7.30±1.78	15. Ilchoolbong		11	5.50±2.29	6. Doonji Oreum	
3	6.28±2.08	17. Sanbongsan		12*	5.40±1.17	7. Chatmang Oreum	
4**	6.12±1.83	1. Songaksan		13	5.36±2.23	13. Dot Oreum	
5	6.08±2.22	5. Sara Oreum		14	5.33±2.06	10. Saebyeol Oreum	
6	5.89±2.10	2. Barime 'O'reum'		15*	5.26±1.28	14. Darangshi Oreum	
7	5.84±2.04	18. Geomoon Oreum		16	5.26±2.32	9. Sangoomburi	
8**	5.78±1.01	11. Jimibong		17	4.94±2.01	3. Goisoochi Oreum	
9	5.78±1.34	12. Weondangbong		18	3.97±2.18	4. Min Oreum	

Note 3: *: Scene for semi-final assessment, **: Scene for final assessment

Table 3. Result of reliability test

Adjective list(Korean-English)	Scale mean if item deleted	Scale variance if item deleted	Corrected item - total correlation	Alpha if item deleted
동적인-정적인(active-quiet)	142.70	321.899	0.298	0.747
살아 있는-죽어 있는(alive-dead)	142.94	313.222	0.450	0.737
활발한-우울한(brisk-depressing)*	142.92	368.907	-0.312	0.778
인공적인-자연적인(artificial-natural)	142.22	368.501	-0.289	0.779
활발한-침울한(brisk-depressing)	142.43	328.039	0.309	0.746
지루한-지루하지 않은(boring-no boring)*	142.34	365.477	-0.277	0.774
넓은-좁은(spacious-narrow)*	143.03	342.512	0.078	0.758
가까운-먼(close-distant)*	142.57	342.665	0.088	0.757
편안한-편안하지 않은(comfortable-discomfortable)	142.77	325.571	0.398	0.742
다채로운-다채롭지 않은(colorful-colorless)	142.10	325.694	0.373	0.743
복잡한-단조로운(complex-monotonous)	141.91	328.887	0.356	0.745
위험한-안전한(dangerous-secure)*	142.73	361.119	-0.208	0.772
닫힌-열린(closed-open)*	142.59	351.271	-0.053	0.763
힘이 있는-힘이 없는(forceful-forceless)	142.84	324.451	0.383	0.743
신선한-신선하지 않은(fresh-stale)	142.68	313.715	0.605	0.732
거친-순한(harsh-gentle)*	142.72	346.710	0.005	0.763
우호적인-비우호적인(friendly-unfriendly)	142.88	321.690	0.491	0.738
높은-낮은(high-low)	142.71	329.479	0.365	0.744
구릉이 많은-평탄한(hilly-flat)*	142.91	351.478	-0.056	0.763
친밀한-낯선(intimate-strange)	142.78	316.175	0.617	0.733
장엄한-장엄하지 않은(majestic-no majestic)	142.65	332.909	0.289	0.748
신비한-신비하지 않은(mysterious-un mysterious)	142.84	323.443	0.442	0.740
평화로운-평화롭지 않은(peaceful-un peaceful)	142.78	324.610	0.431	0.741
순수한-순수하지 않은(pure-impure)	142.73	324.180	0.522	0.739
조용한-시끄러운(quiet-noisy)	143.18	338.028	0.191	0.752
낭만적인-비낭만적인(romantic-unromantic)	142.41	324.593	0.504	0.739
둥근-날카로운(round-sharp)	143.04	336.894	0.201	0.752
흥미있는-흥미없는(interesting-uninteresting)	143.16	322.156	0.536	0.737
부드러운-딱딱한(soft-hard)	143.06	327.988	0.398	0.743
야생적인-비야생적인(wild-no wild)	143.12	340.385	0.124	0.755
높이 솟은-높이 솟지 않은(towery-sag)	142.78	327.944	0.391	0.743
아름다운-추한(beautiful-ugly)	142.94	320.475	0.568	0.736
직선적인-곡선적인(straight-curved)*	141.76	351.959	-0.063	0.762
균일한-균일하지 않은(uniform-no uniform)	142.61	333.092	0.274	0.748
보통의-보통이 아닌(usual-unusual)	142.53	338.773	0.259	0.750
따뜻한-차가운(warm-cold)	142.75	330.624	0.338	0.746
좋은-나쁜(good-bad)	143.12	318.124	0.641	0.733

Alpha = 0.755

Note 4: * Cronbach's $\alpha \geq 0.755$, 음영으로 처리된 것은 다중공선이 인정되어 배제된 어휘쌍임

2. 이미지 어휘쌍의 인자분석

1) 인자분석

'오름' 부감경관의 이미지 특성을 분석하기 위해 선정된 이미

지 형용사 총 26쌍의 평가항목에 대한 인자분석(factor analysis)을 실시하였다. 분석 결과(Table 6, 7 참조), 제주 '오름'의 이미지 인자는 내국인은 총 5개, 외국인은 총 6개의 인자로 추출되었다. 내국인 그룹의 경우, 요인별 고유치(E. V.)는 각

Table 4. The values of S, D scale measured for each scene

Var.	Adjective list	Scene 16(A)		Scene 1(B)		Scene 11(C)		Scene 15(D)	
		Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.
1	active-quiet	4.10	1.820	4.58	1.908	4.37	1.788	5.02	1.817
2	live-dead	5.55	1.360	3.87	1.883	4.75	1.762	5.04	1.849
3	brisk-depressing	4.79	1.376	3.75	1.773	4.51	1.624	4.66	1.778
4	comfortable-discomfortable	5.52	1.282	3.09	1.714	4.65	1.607	4.53	1.754
5	colorful-colorless	4.68	1.532	3.61	1.795	4.36	1.642	4.50	1.830
6	complex-monotonous	3.52	1.672	3.83	1.829	4.38	1.757	3.79	1.707
7	forceful-forceless	4.73	1.572	4.51	1.794	4.43	1.494	5.04	1.654
8	fresh-stale	5.55	1.423	3.69	1.683	4.18	1.567	5.04	1.819
9	friendly-unfriendly	5.52	1.245	3.52	1.413	4.54	1.378	4.86	1.526
10	high-low	4.00	1.859	5.02	1.678	4.48	1.729	5.02	1.647
11	intimate-strange	4.84	1.411	3.57	1.611	4.71	1.609	4.14	1.767
12	majestic-no majestic	4.54	1.652	4.70	1.625	4.49	1.648	4.84	1.832
13	mysterious-un mysterious	5.59	1.273	4.35	1.645	4.29	1.645	5.00	1.873
14	peaceful-un peaceful	5.87	1.296	3.41	1.503	5.01	1.622	5.12	1.556
15	pure-impure	5.36	1.305	3.67	1.437	4.61	1.590	4.65	1.720
16	quiet-noisy	5.61	1.533	4.60	1.751	5.10	1.485	5.12	1.646
17	romantic-unromantic	5.81	1.288	3.39	1.714	4.08	1.500	4.61	1.741
18	round-sharp	5.44	1.348	4.75	1.667	4.60	1.502	5.04	1.853
19	interesting-uninteresting	4.86	1.484	4.37	1.612	4.50	1.538	4.83	1.686
20	soft-hard	5.52	1.290	3.72	1.623	4.36	1.607	4.37	1.578
21	wild-no wild	4.52	1.677	5.10	1.618	4.30	1.808	4.50	1.704
22	towery-sag	3.83	1.776	5.03	1.543	4.39	1.775	4.85	1.732
23	beautiful-ugly	5.81	1.231	3.92	1.384	4.63	1.657	4.99	1.697
24	uniform-no uniform	4.99	1.445	3.66	1.427	4.33	1.522	4.76	1.461
25	usual-unusual	4.57	1.400	3.96	1.377	4.34	1.272	4.39	1.322
26	warm-cold	4.79	1.705	3.91	1.604	4.47	1.593	4.04	1.659

Note 5: A: Biyangdo, B: Songaksan, C: Jimibong, D: Ilchoobong

각 5.206, 4.454, 2.680, 2.216 그리고 1.676으로 인자 추출의 기준인 고유치 1 이상으로 나타났으며, 6개 인자의 누적합은 16.233으로 나타났다.

인자 1은 「평화로운-평화롭지 않은」, 「편안한-편안하지 않은」, 「순수한-순수하지 않은」, 「보통의-보통이 아닌」, 「친밀한-낯선」, 「부드러운-딱딱한」, 「따뜻한-차가운」, 「조용한-시끄러운」과 같은 항목들을 포함하고 있으며, 이러한 이미지 항목들은 제주 '오름'의 목가적이고 평화로운 분위기 그리고 따뜻하고 조용하며 다정감 있는 아름다움에서 기인하는 인자로 보인다. 따라서 인자 1은 '평온성'으로 명명하였다.

인자 2는 「신비한-신비하지 않은」, 「신선한-신선하지 않은」, 「흥미있는-흥미없는」, 「낭적인-비낭만적인」, 「힘이 있는-힘이 없는」, 「우호적인-비우호적인」, 「등근-날카로운」 등의 어휘쌍들을 포함하고 있으며, 이러한 이미지 항목들은 제주 '오름'의 신비함과 특별한 흥미 등을 느낄 수 있는 요소들이 동시에 우호적

호감을 설명하고 있다고 판단된다. 따라서 인자 2는 '매력성'으로 명명하였다. 한편, 인자 3은 「높이 솟은-높이 솟지 않은」, 「높은-낮은」, 「야생적인-비야생적인」, 「장엄한-장엄하지 않은」, 등의 어휘쌍들을 포함하고 있으며, 이러한 이미지 항목들은 제주 '오름'에서 느껴지는 입체감과 야성적 정취를 느낄 수 있는 요소들로 생각할 수 있다. 따라서 인자 3은 '웅혼성³⁾'으로 설정하였다. 그리고 인자 4는 「동적인-정적인」, 「살아 있는-죽어 있는」, 「활달한-침울한」과 같은 항목들을 포함하고 있으며, 이러한 이미지 항목들은 제주 '오름'을 통해 느껴지는 역동적 이미지를 표현하는 인자들로 생각할 수 있다. 따라서 인자 4는 '역동성'으로 설정하였다.

마지막으로 인자 5는 「복잡한-단조로운」, 「다채로운-다채롭지 않은」 2개 어휘쌍으로 구성되었으며, 앞서 이미지 어휘쌍에 대한 기술통계에서도 파악되었듯이 모호하지 않으므로 인해 쉽게 지각되는 '오름'의 가시성을 잘 표현하고 있다고 판단된다.

Table 5. The values of S.D. scale measured for each group

Var.	Adjective list	Scene	Group 1+2(native)			Group 3(foreigner)			Total		
			Mean	S.D	N	Mean	S.D	N	Mean	S.D	N
1	active-quiet		4.55	1.868	299	4.78	1.803	207	4.64	1.843	506
2	live-dead		4.85	1.891		4.72	1.732		4.80	1.827	
3	brisk-depressing		4.44	1.753		4.41	1.601		4.43	1.691	
4	comfortable-discomfortable		4.39	1.849		4.52	1.779		4.44	1.820	
5	colorful-colorless		4.24	1.792		4.35	1.682		4.29	1.747	
6	complex-monotonous		3.82	1.850		3.97	1.632		3.88	1.765	
7	forceful-forceless		4.61	1.702		4.78	1.557		4.68	1.745	
8	fresh-stale		4.57	1.839		4.68	1.691		4.61	1.779	
9	friendly-unfriendly		4.48	1.551		4.64	1.494		4.55	1.528	
10	high-low		4.57	1.837		4.73	1.685		4.63	1.776	
11	intimate-strange		4.32	1.731		4.31	1.602		4.32	1.678	
12	majestic-no majestic		4.53	1.816		4.81	1.485		4.64	1.692	
13	mysterious-un mysterious		4.82	1.841		4.79	1.486		4.81	1.703	
14	peaceful-un peaceful		4.94	1.769		4.71	1.704		4.85	1.744	
15	pure-impure		4.59	1.653		4.55	1.603		4.57	1.631	
16	quiet-noisy		5.12	1.662		5.09	1.718		5.11	1.642	
17	romantic-unromantic		4.43	1.893		4.53	1.660		4.47	1.800	
18	round-sharp		5.06	1.630		4.81	1.625		4.96	1.631	
19	interesting-uninteresting		4.66	1.632		4.61	1.535		4.64	1.591	
20	soft-hard		4.44	1.642		4.40	1.594		4.42	1.621	
21	wild-no wild		4.50	1.812		4.76	1.579		4.61	1.724	
22	towery-sag		4.45	1.837		4.63	1.658		4.53	1.767	
23	beautiful-ugly		4.93	1.631		4.70	1.666		4.84	1.648	
24	uniform-no uniform		4.42	1.562		4.45	1.525		4.43	1.546	
25	usual-unusual		4.30	1.385		4.33	1.322		4.32	1.358	
26	warm-cold		4.28	1.735		4.32	1.582		4.30	1.672	
Pref.	good-bad		4.89	1.756		5.56	1.891		6.73	1.707	

인자 5는 제주 '오름'의 지형적 특성 등 지각 특성에서 오는 '단순성'으로 명명하였다.

외국인의 경우, 요인별 고유치(E. V.)는 각각 4.856, 3.880, 2.327, 2.142, 1.572 그리고 1.259로 인자 추출의 기준인 고유치(E. V.) 1 이상으로 나타났으며, 6개 인자의 누적합은 16.033으로 나타났다.

인자 1은 「평화로운-평화롭지 않은」, 「순수한-순수하지 않은」, 「우호적인-비우호적인」, 「조용한-시끄러운」, 「편안한-편안하지 않은」, 「낭만적인-비낭만적인」, 「부드러운-딱딱한」, 「따뜻한-차가운」, 「아름다운-추한」과 같은 항목들을 포함하고 있으며, 이러한 이미지 항목들은 내국인 인자분석 결과와 유사하게 제주 '오름'의 목가적이고 평화로운 분위기 그리고 낭만적이고 부드러운을 근원으로 하는 아름다움에서 기인하는 인자로 보인다. 따라서 인자 1은 내국인 분석 결과와 동일하게 '평온성'으로 명명하였다.

인자 2는 「활발한-침울한」, 「동적인-정적인」, 「살아 있는-죽어 있는」, 「다채로운-다채롭지 않은」, 「신선한-신선하지 않은」, 「힘이 있는-힘이 없는」, 「흥미있는-흥미없는」 그리고 「친밀한-낯선」 등의 어휘쌍들을 포함하고 있으며, 이러한 이미지 항목들은 제주 '오름'의 역량성과 박력을 근간으로 하여 흥미 등을 느낄 수 있는 요소들이 동시에 친밀한 호감을 설명하고 있다고 판단된다. 따라서 인자 2는 '역동성'으로 설정하였다.

한편, 인자 3은 「등근-날카로운」, 「신비한-신비하지 않은」, 「높이 솟은-높이 솟지 않은」, 「높은-낮은」 등의 어휘쌍들을 포함하고 있으며, 이러한 이미지 항목들은 제주 '오름'의 형태적 특성에서 느껴지는 입체적 특성과 신비한 느낌을 읽을 수 있는 요소들로 판단할 수 있다. 따라서 인자 3은 '형태특이성'으로 설정하였다.

그리고 인자 4는 「장엄한-장엄하지 않은」, 「야생적인-비야생적인」, 「보통의-보통이 아닌」과 같은 항목들을 포함하고 있으며,

Table 6. Rotated factor matrix(Group 1+2)

Var.	Adjective list	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	h^2
14	peaceful-un peaceful	0.727	0.250	-0.234	0.118	-0.041	0.598
4	comfortable-discomfortable	0.713	0.318	-0.118	0.189	0.161	0.784
15	pure-impure	0.702	0.357	-0.055	-0.011	-0.028	0.752
25	usual-unusual	0.690	-0.148	0.107	0.152	-0.019	0.685
11	intimate-strange	0.688	-0.004	-0.072	0.212	0.320	0.685
20	soft-hard	0.662	0.413	-0.020	-0.091	0.072	0.770
26	warm-cold	0.652	0.043	0.104	-0.224	0.221	0.625
24	uniform-no uniform	0.574	0.137	0.094	0.172	-0.161	0.677
16	quiet-noisy	0.435	0.274	-0.089	-0.345	-0.202	0.609
13	mysterious-un mysterious	0.094	0.737	0.260	0.097	-0.050	0.582
8	fresh-stale	0.284	0.720	0.096	0.256	0.049	0.626
19	interesting-uninteresting	0.134	0.707	0.318	0.119	0.084	0.593
17	romantic-unromantic	0.569	0.635	-0.015	0.126	-0.053	0.632
7	forceful-forceless	-0.097	0.578	0.333	0.331	0.245	0.662
23	beautiful-ugly	0.537	0.560	0.089	0.172	-0.012	0.624
9	friendly-unfriendly	0.504	0.522	-0.120	0.251	0.076	0.433
18	round-sharp	0.332	0.493	0.027	0.056	-0.379	0.747
22	towery-sag	-0.026	-0.021	-0.852	0.162	0.018	0.501
10	high-low	-0.032	0.064	-0.749	0.114	0.062	0.641
21	wild-no wild	-0.036	0.149	-0.692	-0.026	-0.077	0.622
12	majestic-no majestic	0.037	0.400	-0.652	-0.016	0.080	0.509
1	active-quiet	0.039	0.163	-0.202	0.725	-0.054	0.754
2	live-dead	0.310	0.410	-0.021	0.709	0.126	0.640
3	brisk-depressing	0.232	0.355	0.075	0.672	0.339	0.412
6	complex-monotonous	0.061	-0.033	0.081	0.089	0.867	0.533
5	colorful-colorless	0.303	0.487	-0.082	0.229	0.545	0.537
	E.V.	5.206	4.454	2.680	2.216	1.676	16.233
	C.V.(%)	32.070	27.437	16.509	13.651	10.324	-
	T.V.(%)	20.023	17.130	10.307	8.523	6.446	62.429

이러한 이미지 항목들은 제주 '오름'을 통해 느껴지는 역동적 이미지를 표현하는 인자들로 생각할 수 있다. 따라서 인자 4는 내국인집단의 인자 3과 같이 '웅혼성'으로 설정하였다. 마지막으로 인자 5는 적재치 0.464를 보이면서 「균일한-균일하지 않은」 단 1개의 어휘쌍으로 이루어져 있으며, 인자 6 또한, 적재치 0.78을 보이면서 「복잡한-단조로운」 단 1쌍의 어휘로 구성되었다. 편의상 이들의 인자 명칭은 각각 균일성과 단순성으로 정의하였다.

이와 같은 결과를 종합할 때 내국인 평가집단의 제주 '오름'에 대한 인자군은 「평온성」, 「매력성」, 「웅혼성」, 「역동성」 그리고 「단순성」으로 설명력이 높는데 반하여 외국인집단은 「평온성」, 「역동성」, 「특이성」, 「웅혼성」 그리고 「단순성」 등의 순으로 이미지 영향력이 강한 것으로 나타났다. 이를 볼 때, 양 집단 공히 「평온성」, 「웅혼성」, 「역동성」 그리고 「단순성」 등은 강도의

차이는 있지만 제주 '오름'의 이미지 정체성을 대변하는 가장 중요한 공통적 인자군이 되고 있다. 그러나 내국인에게는 「매력성」(제2인자군)이, 외국인에게는 「특이성」(제3인자군)이 각 집단의 차별화된 인자군으로 드러났다. 이와 같은 결과는 13번 어휘쌍 "mysterious-un mysterious"의 인자군 소속에 따른 배열로 파악할 때, 국내 산지경관과 대비되는 '신비함'이 내국인에게는 매력성으로 작용한 것으로 보이며, 외국인에게는 '오름'의 외곽형태와 함께 제주 '오름'의 특이성을 불러 일으키는 데 크게 작용한 것으로 보인다.

“오름에 대한 경관 이미지”에 대해 비교할 만한 연구결과와 축적이 이루어지지 않은 상태에서 그나마 '오름'경관의 이미지 특성을 비교할 만한 연구 대상은 산림 또는 산악경관 등이 아닌가 한다. 서주환(1987)이 북한산 등 14개 산림을 대상으로 한 산림경관의 이미지특성 분석 결과에 따르면 산림경관의 공

Table 7. Rotated factor matrix(Group 3)

Var.	Adjective list	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	Factor 6	h^2
14	peaceful-un peaceful	0.825	0.109	0.075	-0.047	0.100	0.001	0.668
15	pure-impure	0.711	0.026	0.242	0.037	0.157	-0.025	0.643
9	friendly-unfriendly	0.648	0.406	0.077	-0.004	-0.157	0.028	0.696
16	quiet-noisy	0.631	-0.388	0.126	0.181	-0.097	-0.024	0.549
4	comfortable-discomfortable	0.610	0.330	-0.009	-0.088	0.111	0.217	0.543
17	romantic-unromantic	0.603	0.306	0.373	-0.138	0.030	0.117	0.720
20	soft-hard	0.588	0.164	0.247	-0.008	0.324	0.033	0.595
26	warm-cold	0.550	0.275	-0.258	0.092	0.109	-0.267	0.669
23	beautiful-ugly	0.547	0.353	0.247	0.047	0.312	0.027	0.616
3	brisk-depressing	0.278	0.760	0.057	0.080	0.177	-0.005	0.732
1	active-quiet	-0.090	0.752	0.121	0.255	0.121	0.036	0.594
2	live-dead	0.331	0.713	0.113	0.044	0.099	-0.014	0.591
5	colorful-colorless	0.323	0.554	0.117	0.040	0.094	0.328	0.577
8	fresh-stale	0.439	0.526	0.333	0.003	-0.184	0.232	0.711
7	forceful-forceless	-0.001	0.501	0.460	0.148	0.075	0.325	0.592
19	interesting-uninteresting	0.449	0.459	0.125	0.019	0.394	0.106	0.607
11	intimate-strange	0.145	0.344	0.683	-0.003	0.218	0.000	0.630
18	round-sharp	0.365	-0.142	0.573	0.018	0.187	-0.008	0.517
13	mysterious-un mysterious	0.365	0.135	0.532	0.187	-0.327	-0.040	0.653
22	towery-sag	-0.074	0.052	0.052	0.835	0.037	0.031	0.540
10	high-low	0.079	0.062	-0.028	0.828	0.017	0.190	0.635
12	majestic-no majestic	0.079	0.257	0.490	0.513	0.119	0.035	0.711
21	wild-no wild	-0.052	0.209	0.433	0.477	0.003	-0.417	0.584
25	usual-unusual	0.111	0.129	0.088	0.086	0.761	0.059	0.497
24	uniform-no uniform	0.392	0.310	0.119	0.033	0.464	0.131	0.627
6	complex-monotonous	0.008	0.202	0.008	0.233	0.130	0.780	0.536
	E.V.	4.856	3.880	2.327	2.142	1.572	1.259	16.033
	C.V.(%)	30.287	24.200	14.513	13.359	9.804	7.852	-
	T.V.(%)	18.676	14.923	8.950	8.238	6.046	4.842	61.675

간이미지를 함축하는 변인은 종합평가, 개성, 정연성, 역량성, 품격 그리고 친근감 및 공간규모 등 7개 인자군으로 분석한 바 있다.

또한, 김태진(1999)은 자연휴양림을 대상으로 입연부, 입내부, 입외부로 나누어 산림경관 이미지를 분석한 결과, 전체적으로 정연성, 평가성 등이 공통이미지로 도출되었으며, 특히 임외경관의 이미지도 평가성-정연성-개방성의 순으로 나타났으며, 임외경관과 비교하였을 때 원경에서 바라보는 지각특성과 개방성 이미지 요소가 부각됨을 보고한 바 있다. 물론 평가 어휘쌍의 내용과 수가 동일하지 않은 조건에서 절대적으로 비교하기에는 상당한 무리가 따르지만 제주 '오름'의 경관이미지 구조의 차별화된 특성을 충분히 발견할 수 있다고 본다.

이준엽과 최광환(2007)은 한국 관광 브랜드 슬로건으로서 'Dynamic Korea'에 대한 유용성을 수행한 바 있는데, 결론적으

로 제시한 슬로건이 국가 주도의 국제회의, 컨벤션 및 마케팅 활동 및 기업의 후광효과에 활용도가 높으나 관광 마케팅활동의 최적화된 슬로건으로서는 미흡하다는 견해를 제시한 바 있다.

한편, 외국인과 내국인 구분 없이 인자분석을 통해 파악된 인자군은 각각 평온성(calmness), 역동성(dynamics)⁴⁾, 웅혼성(grandeur), 원생성(originality) 등으로, 이들 이미지 변인은 제주 '오름'의 부감경관적 이미지를 표출할 수 있는 가장 대표적인 이미지 정체성 요소가 되고 있음이 밝혀졌다.

2) 요인점수와 선호성의 관계 분석

'오름'경관이 지닌 이미지 특성을 분석하기 위하여 인자분석 결과로 나타난 인자들의 요인점수(factor score)를 독립변수로 어휘쌍 평가항목 마지막에 제시한 선호도 평가치를 종속변수

Table 8. ANOVA between preference and factor score(Group 1+2)

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Between groups	441.936	5	88.387	63.561	0.000
Within groups	407.442	293	1.391	-	-
Total	849.378	298	-	-	-

Table 9. ANOVA for multiple regression(Group 1+2)

Model	Unstandardized coefficient		Standardized coefficients	t	Sig.
	B	S.E	Beta		
(Constant)	4.863	0.068	-	71.307	0.000
Factor score 1	0.904	0.068	0.536	13.240	0.000
Factor score 2	0.744	0.068	0.441	10.887	0.000
Factor score 3	0.035	0.068	0.021	0.507	0.612
Factor score 4	0.307	0.068	0.182	4.501	0.000
Factor score 5	0.127	0.068	0.075	1.864	0.063

Table 10. ANOVA between preference and factor score(Group 3)

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Between groups	317.989	6	52.998	47.354	0.000
Within groups	223.837	200	1.119	-	-
Total	541.826	206	-	-	-

Table 11. ANOVA for multiple regression(Group 3)

Model	Unstandardized coefficient		Standardized coefficients	t	Sig.
	B	S.E	Beta		
(Constant)	4.971	0.074	-	67.605	0.000
Factors score 1	0.767	0.074	0.473	10.410	0.000
Factor score 2	0.796	0.074	0.491	10.800	0.000
Factor score 3	0.331	0.074	0.204	4.486	0.000
Factor score 4	-0.098	0.074	-0.060	-1.330	0.185
Factor score 5	0.406	0.074	0.250	5.503	0.000
Factor score 6	0.194	0.074	0.120	2.637	0.009

로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과를 내국인, 외국인 그리고 전체 집단으로 나누어 제시하였다(Table 8, 9, 10, 11 참조).

내국인 평가 결과치에 대한 각 요인점수와 선호도와와의 관계성을 살펴본 결과, 평온성, 매력성 그리고 역동성이 선호도를 설명하는 중요 인자임을 확인할 수 있으며, 결정계수(R^2)는 0.535로 나타났다. 그 결과를 회귀식으로 풀어 정리하면 다음과

같다. 또한, 이 모델에 대한 분산분석(ANOVA) 결과는 Table 9와 같다.

$$Y_V = 4.863 + 0.904F_1 + 0.744F_2 + 0.307F_4 (R^2 = 0.535)$$

한편, 외국인 평가 결과치에 대한 각 요인점수와 선호도와와의 관계성은 Table 11에서 보는 바와 같이 역동성, 평온성, 균일성, 특이성 그리고 단순성 등이 선호도를 설명하는 중요 인자로 부각되었다. 이 결과를 풀어 정리하면 다음과 같다.

$$Y_V = 4.971 + 0.796F_2 + 0.767F_1 + 0.406F_5 + 0.331F_3 + 0.194F_6 (R^2 = 0.520)$$

또한, 이 모델에 대한 분산분석 결과 Table 10과 같다. 이를 살펴보면 내국인 집단과 다르게 평온성에 비해 역동성이 시각적 선호도에 더욱 영향력 높은 변수로 나타나 있음을 알 수 있다. 균일성과 특이성 그리고 단순성 등의 요인 영향력은 내국인 선호도형에서는 나타나지 않은 요인으로서 이를 종합하여 볼 때 외국인들이 제주 '오름'에 대한 선호이미지 구조는 내국인의 그것과 차이를 보이며, 특히, '오름'의 역동성과 특이하면서도 단순한 형태적 특성이 선호도에 긍정적 작용을 하고 있음이 확연히 드러나고 있다고 판단된다.

평가집단에 구분 없이 전체집단의 각 요인점수와 선호도와와의 관계성은 Table 12, 13에 종합 정리하였다. 이 결과를 살펴보면 평온성, 역동성, 원생성, 균일성 등이 선호도를 설명하는 중요 인자로 부각되었으며, 결정계수는 상대적으로 높은 0.587로 나타났다.

$$Y_V = 4.907 + 0.853F_1 + 0.713F_2 + 0.476F_4 + 0.108F_5 (R^2 = 0.587)$$

Table 12. ANOVA between preference and factor score(Total)

Model	SS	df	MS	F	Sig.
Between Groups	745.680	5	149.136	115.260	0.000
Within Groups	646.954	500	1.294	-	-
Total	1392.634	505	-	-	-

Table 13. ANOVA for multiple regression(Total)

Model	Unstandardized coefficient		Standardized coefficients	t	Sig.
	B	S.E	Beta		
(Constant)	4.907	0.051	-	97.040	0.000
Factor score 1	0.853	0.051	0.514	16.855	0.000
Factor score 2	0.713	0.051	0.429	14.087	0.000
Factor score 3	0.044	0.051	0.026	0.866	0.387
Factor score 4	0.476	0.051	0.287	9.406	0.000
Factor score 5	0.108	0.051	0.065	2.134	0.033

앞서 내국인 평가 결과와 같이 평온성이 가장 영향력이 큰 긍정적 요인 변수로 나타났으며, 다음으로 역동성, 원생성, 균일성 등이 선호도에 긍정적 설명요인으로 도출되었다. 그러나 인자 4의 옹혼성은 내국인 집단에서와는 달리 선호도에 부정적 영향을 미치는 설명요인으로 나타났다. 따라서 옹혼성은 외국인에게 비해 국내인의 관광 홍보에 보다 적합한 '오름'의 이미지 정체성이 될 수 있음을 보여주고 있다. 그러나 Table 13의 분산분석 결과와 같이 변수 자체의 통계적 유의성은 인정되지 않아 모델의 변수에서는 배제하였다.

IV. 결론

제주 '오름'에 대한 경관 선호도 평가 결과를 바탕으로 선정된 4개 '오름' 부감경관을 담은 사진슬라이드를 평가매체로 비제주인(Group 1), 제주인(Group 2)의 내국인과 외국인(Group 3)으로 구분하여 경관 이미지 구조를 비교 분석한 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째로, 이미지 기술통계 결과, 내국인은 '복잡한' 3.82, '다채로운' 4.24 등으로 '오름' 공간구성 특성을 표현하는 평가치가 낮게 나타난 반면 '조용한' 5.12, '등근' 5.06 등으로 상대적으로 높은 평가치를 보였다. 외국인의 경우, '복잡한'이 3.97 '다채로운'이 4.35, '활발한' 4.41의 평가치를 얻어 내국인 그룹과 유사한 경향을 보였으며, '조용한' 역시 5.09의 상대적으로 높은 평가치를 기록하였다. 전체적으로 볼 때 이미지 어휘쌍의 양극단의 용어를 빌어 제주 '오름'의 이미지성을 표현한다면 다채롭지 않으며 침울함 등으로 대표되는 「단순-평온」의 느낌과 조용하며 등근 등에서 오는 「침묵-친숙」의 느낌이 강하게 인식된 것으로 보인다.

둘째로, 인자분석 결과, 내국인 평가집단의 제주 '오름'에 대한 인자군은 「평온성」, 「매력성」, 「옹혼성」, 「역동성」 그리고 「단순성」으로 설명력이 높는데 반하여 외국인집단은 「평온성」, 「역동성」, 「특이성」, 「옹혼성」 그리고 「단순성」 등의 순으로 이미지 영향력이 강한 것으로 나타나고 있음을 볼 때, 양 집단 공히 「평온성」, 「옹혼성」, 「역동성」 그리고 「단순성」 등은 강도의 차이는 있지만 제주 '오름'의 이미지 정체성을 대변하는 가장 중요한 공통적 인자군이 되고 있다. 그러나 내국인에게는 「매력성」이, 외국인에게는 「특이성」이 각 집단의 차별화된 인자군으로 드러났다. 이와 같은 결과는 신비성 어휘쌍의 인자군 소속에 따른 배열로 파악할 때, 국내 산지경관과 대비되는 '신비함'이 내국인에게는 매력성으로 작용한 것으로 보이며 외국인에게는 '오름'의 외곽형태와 함께 제주 '오름'의 특이성을 불러일으키는데 크게 작용한 것으로 보인다.

셋째로, 내국인 평가 결과치에 대한 각 요인점수와 선호도와 의 관계성 분석 결과, 「평온성」, 「매력성」 그리고 「역동성」이

선호도를 설명하는 중요 인자임을 확인된 반면 외국인의 평가는 「역동성」, 「평온성」, 「균일성」, 「특이성」 그리고 「단순성」 등이 선호도를 설명하는 중요 인자로 부각되었다. 이를 볼 때 내국인 집단과 다르게 외국인은 '오름'의 역동적 이미지가 시각적 선호도에 가장 영향력 높은 변수로 작용하고 있음을 알 수 있다.

마지막으로 「균일성」과 「특이성」 그리고 「단순성」 등의 요인 영향력은 내국인 선호모형에서는 나타나지 않은 요인으로서 종합하여 볼 때 외국인들이 제주 '오름'에 대한 선호이미지 구조는 내국인의 설명 인자와 차이를 보이며 특히, '오름'의 역동적 아름다움과 특이하면서도 단순한 형태적 특성이 선호도에 긍정적 작용을 하고 있음이 확연히 드러나고 있다고 판단된다. 그러나 집단 구분없이 각 요인점수와 선호도와 의 관계성 결과 '오름'경관에 영향을 미치는 주요 설명변수는 「평온성」, 「역동성」, 「원생성」, 「균일성」 등으로 나타났다.

현재 제주도에서는 한국브랜드경영협회 등이 주축이 되어 <Only 제주>가 아닌 <아일랜드 제주>를 '도시 브랜드'로 전환하고자 하는 움직임이 가시화되고 있다. 이는 <Only 제주>가 갖는 배타적이고 유일한 또는 외로운 등의 기존 브랜드에 내포됨으로써 관광지 고립을 자초하고 있다는 반성의 일환으로 세계적이고 유니버설(Universal)한 관광지란 모토를 위해서는 시급히 세계의 섬 제주의 이미지 정체성을 각인시켜야 할 것이다. 이와 같은 맥락에서 본 연구는 제주 화산섬(Volcanic)의 가장 특징적 이미지인 '오름'군의 원생적이며 옹혼한 역동적 이미지를 선도함으로써 다이내믹 제주(Dynamic Jeju)를 표상할 수 있는 이미지가 바로 '오름' 또는 '오름'군임을 내세우는데 결정적 근거가 될 수 있다고 보며, 이밖에도 뛰어난 경관 혹은 토속적인 관광자원을 보유하고 있음에도 불구하고 상품화되지 못하고 사장되는 현실에 있어 내용면에서 다양한 제주경관 발굴이 관광자원 상품화로 이어져 효율적인 제주 '오름'의 브랜드 가치를 제고하는데 기초자료로 활용될 것으로 본다.

본 연구의 한계로는 부감경관을 대상으로 이미지 속성을 파악하였기 때문에 '오름'의 지상경관과의 비교를 이끌어내지는 못하였으나, 본 연구 결과가 실천적 제주 관광의 시급성이 되기 위해서는 부감경관을 체험하기 위한 '오름' 트래킹이나 열기구 등 관광상품의 개발이 수반되어야 할 것으로 본다. 또한, '오름'경관의 보존 관리 조례 등에 직접적 방항타가 되기 위한 '오름'경관의 세부적 선호요인 분석이 후속적으로 이루어져야 할 것으로 본다.

주 1. 높은 곳에서 내려다 보는 경관.

주 2. 크론바하 알파(Cronbach α) 값은 통계학에서 신뢰성을 검증하는데 있어서 내적 일관성을 측정하는 도구로 변수간의 신뢰성을 알아보기 위해 즉 원인변수와 결과변수와의 관계(변수간의 인과관계)가 어떠한지를 파악하는 측정지표로 사용하며 α 값의 의미는 몇 개의 변수들의 합을 새로운 변수로 활용하기 위하여 표본으로부터 추출된 변수들의 합이 모집단의 참값의 추정치로 신뢰 정도를 알려주는 척도로 일반적

오름은 알파값이 0.7 이상인 경우 설문문항의 신뢰성이 보장됨.

- 주 3. 웅장(雄壯)하여 막힘이 없이 시원스러움.
- 주 4. 본 연구 결과 얻어진 제주 '오름'에 대한 보편적 경관 이미지로서의 역동성은 '다이나믹 코리아(Dynamic Korea)' 또는 '다이나믹 제주(Dynamic Jeju)'로서 그 대표적 상품이 바로 제주 '오름'이 될 수 있음을 역설적으로 보여 주고 있다고 판단됨.

인용문헌

1. 김대현, 김대수, 주신하, 오세재(2007) 도시경관도 작성 기법연구-시가 지화 지역을 중심으로. 한국환경복원녹지기술학회지 10(1): 23-31.
2. 김상범(2005) 제주도 '오름'경관의 선호도분석. 고려대학교 대학원 석사학위논문.
3. 김상범, 심우경, 노재현(2007) '오름'의 형태와 시각량 분석을 위한 경관선호성 평가. 한국조경학회지 35(1): 48-58.
4. 김용택(2004) 시인의 풍경일기. 늘푸른 소나무.
5. 김태진(1999) 산림경관 이미지에 대한 지각특성의 해석. 한국식물인간환경학회지 2(1): 24-31.
6. 변재상, 최형석, 이정원, 임승빈(2006) 도시이미지에 기초한 도시유형 분류. 대한국토도시계획학회지 41(3): 7-20.
7. 변재상, 조예지, 최형석, 김송이, 임승빈(2007) 도시마케팅을 위한 도시 이미지 관리방안연구: 도시이미지 관리 프로그램 도출을 위한 정량적 분석. 한국조경학회지 35(4): 81-89.

8. 서주환(1987) 산림경관에 대한 계량적 분석에 관한 연구. 한국조경학회지 15(1): 39-67.
9. 서주환, 최현상, 차정우(2002) 서울시 한강교량 주야간 경관이미지 분석. 한국조경학회지 30(5): 31-38.
10. 이상엽, 오휘영, 조세환(2002) 도시 교량경관의 이미지와 조화성 분석: 서울 한강 교량을 중심으로. 한국조경학회지 29(6): 11-20.
11. 이준엽, 최광환(2007) 한국 관광 브랜드 슬로건으로서의 'Dynamic Korea'에 대한 유용성 연구. 한국광고홍보학보 9(3): 165-182.
12. 정용문, 변재상(2005) 도시시민의식에 기초한 공주시 도시 이미지 분석: 도시와 랜드마크의 형용사 이미지 포지셔닝. 한국조경학회지 3(3): 18-30.
13. 제주도 지리정보실(1990) 제주도 지리 정보. 제주도.
14. 제주도(1998) 제주의 '오름'.
15. 정성관, 채소정, 김경태, 이우성, 박경훈, 유주환(2007) 교량경관의 이미지 및 시각적 선호도 분석: 배경경관 및 교량형태를 중심으로. 한국조경학회지 35(5): 82-91.
16. 조선일보(2008) 6월 19일자. 14면.
17. 주신하, 임승빈(2003) 도시경관분석을 위한 경관 형용사 목록작성. 한국조경학회지 3(1): 1-10.
18. Clarendon Press Oxford(1992) The Oxford Modern English.
19. Feimer, N. R.(1979) Appraising the Reliability of Visual Impact Assessment Method. Proceedings of Our National Landscape, Berkeley, CA., U.S.D.A. Forest Service.

원 고 접 수 일: 2008년 11월 25일
 심 사 일: 2009년 1월 6일(1차)
 2009년 1월 21일(2차)
 2009년 2월 5일(3차)
 계 재 확 정 일: 2009년 3월 31일
 3 인 의 명 심 사 필