

유희산업시설 재생공간의 장소성이 방문만족도와 체류시간에 미치는 영향

- 문래예술창작촌의 방문자들을 대상으로 -

윤한* · 윤희정**

*강원대학교 일반대학원 · **강원대학교 관광경영학과

The Influence of the Sense of Place on Regeneration Space using Idle Industrial Facilities on Visitors' Satisfaction and Length of Stay - Focused on Visitors of Mullae Art Village -

Yoon, Han* · Yun, Hee Jeong**

*Graduate School, Kangwon National University

**Dept. of Tourism Administration, Kangwon National University

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of visitors' sense of place on regeneration space using idle industrial facilities on visitors' satisfaction and length of stay. For this purpose, this study selected Mullae Art Village in Seoul as a study site and conducted a questionnaire survey focused on visitors. The results of an exploratory factor analysis (EFA), reliability analysis and multiple regression analysis show that among the sense of place factors of Mullae Art Village 'Attractiveness' and 'Meaningfulness' have a positive influence on visitor satisfaction and length of stay. 'Attractiveness' was found to be the most influential factor. 'Historicity' was found to have no effects on visitor satisfaction and length of stay. In addition, visitor satisfaction has a positive influence on duration of stay. These results suggest that it is important to analyze the sense of place of idle industrial facilities. It will be a useful guide for urban space planners in revitalizing and establishing a marketing strategy for these spaces.

Key Words: Urban Regeneration, Cultural Place, Art Place, Cultural Tourism, Place Marketing

국문초록

본 연구는 유희산업시설 재생공간 방문자들의 장소성이 방문만족도와 체류시간에 미치는 영향을 밝히는 것을 연구 목적으로 한다. 이를 위하여 본 연구는 서울시 영등포구에 위치한 문래예술창작촌을 연구대상지로 선정하였으며, 방문자를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 탐색적 요인분석 및 신뢰도분석, 다중회귀분석결과, 문래예술창작촌의 장소성 요인인

Corresponding author: Hee Jeong Yun, Dept. of Tourism Administration, Kangwon National University, Chuncheon 24341, Korea, Tel.: +82-33-250-6168, E-mail: hjyun2@kangwon.ac.kr

매력성, 의미성은 방문만족도와 체류시간에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 매력성이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 역사성은 방문만족도와 체류시간에 유의미한 영향을 미치지 못 하는 것으로 나타났다. 또한, 방문만족도는 체류시간에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이상의 연구결과는 유희산업시설 재생공간의 장소성을 진단하고, 추후 도시공간 계획가 및 관리자가 유희산업시설 재생공간을 활성화시킬 수 있는 장소마케팅 전략을 수립하는 데에 유용한 지침이 될 수 있을 것이다.

주제어: 도시재생, 문화공간, 예술공간, 문화관광, 장소마케팅

I. 서론

과거 탈산업화로 생산기능을 상실하고 방치되었던 유희산업시설(idle industrial facilities)은 도시경관의 질을 저해하는 요소로 인식되어 대부분 철거 혹은 재개발되었다. 그러나 최근 들어 '컬처노믹스'를 강조하는 지역재생 정책이 추진됨에 따라 유희산업시설을 재생하여 문화공간으로 변화시키는 시도가 활발히 증가하고 있다(Jeong and Yoon, 2014). 유희산업시설 재생공간은 과거와 현재가 공존하는 역사적 매개체로서 지역정체성이 보존되어 있고, 공간의 극적인 변화에 기반한 색다른 가치창출 공간으로 활용될 수 있어 신(新)지역자원으로 평가를 받는다(Kang, 2010). 도시재생 정책은 유희산업시설의 형태적, 역사적 특성을 바탕으로 장소성(sense of place)을 회복하면서 보존과 활용이라는 양면성을 합리적으로 해결하고자 하는 데에 목적이 있다(Im *et al.*, 2011). 대표적으로 테이트 모던 미술관, 빌바오 구겐하임 미술관, 베이징 798 예술특구, 가나자와 시민 예술촌 등은 기존의 장소성을 회복하였을 뿐만 아니라, 새로운 장소성을 형성하면서 쇠퇴지역 활성화에 기여하고 있다(An, 2010; Cho and Shin, 2011; Wu and Hong, 2017).

장소성은 장소가 가지고 있는 고유한 개성으로서 방문자를 유입시키고, 장소를 활성화시킬 수 있는 요소 중에 하나이다. 특히 현존하는 장소를 유지하고 관리하기 위해서는 방문자의 장소성을 파악하는 것이 매우 중요하다(Shim and Lee, 2009). 이에 지리학, 건축학, 도시계획학, 관광학과 같이 공간을 다루는 분야에서는 장소성에 대한 연구가 활발히 진행되어 왔다. 그러나 유희산업시설 재생공간을 대상으로 한 장소성 연구는 매우 부족한 실정이며, 그동안 진행된 연구는 유희산업시설의 장소성 의미 및 구현방식, 공간재생 계획 특성, 국내·외 사례분석 등의 이론적 연구가 주를 이루고 있다. 이는 기존의 장소성 관련 연구들이 실존주의 철학에 기초한 현상학적 접근 방식으로 진행되어 장소성에 대한 개념 이해에 집중되었고, 대다수는 연구자의 직관적인 판단에 의존한 정성적 연구로 진행되어 왔기 때문이다(Kwon *et al.*, 2011). 그러나 유희산업시설 재생공간은 쇠퇴시설을 단순히 보존가치가 있는 공간으로 복원하는 것뿐만 아니라, 새로운 기능을 부여하고 차별화된 장소성을 형성시켜 공간의 신(新) 활용가치를 높이는 데에 목적

이 있다(Jeong and Yoon, 2014). 따라서 유희산업시설 재생공간의 활용가치를 높이는 주체이자 이해당사자인 방문자들을 대상으로 한 실증적인 장소성 연구가 필요하고, 이들의 방문수요를 결정하는 만족도와 체류시간과 장소성 간의 영향관계에 대한 탐색적 연구가 진행될 필요가 있다고 판단된다.

이에 본 연구는 유희산업시설 재생공간 방문자의 장소성 요인을 분석하고, 장소성이 방문만족도와 체류시간에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 한다. 본 연구결과는 유희산업시설의 주요 이용계층인 방문자들의 장소성 인지요인을 밝혀내어 공간의 활용가치를 높이기 위한 계획요소 발굴 및 관련정책 수립 등에 활용될 수 있다. 또한, 본 연구결과는 유희산업시설 재생공간의 장소마케팅 전략수립 등에 활용될 수 있으며, 신(新)지역자원의 형성을 통해 지속가능한 지역활성화 정책에 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

II. 관련연구동향

1. 유희산업시설의 재생

유희산업시설은 생산기능을 상실한 폐(廢)산업시설을 일컫는 말로(Kang *et al.*, 2003), 쓰지 않고 놀린다는 의미의 '유희(遊休)'를 붙여 '유희산업시설'로 명명되었다(Kim, 2009). 적절한 쓰임 용도를 찾지 못하고 방치된 유희산업시설은 주변지역의 경제성장을 저해하고, 도시경관을 손상시키는 부정적인 요소로 인식되었으나, 최근에는 새로운 차원의 공간으로 재생하고 있어 주목받고 있다(Kang *et al.*, 2003; Park and Kim, 2014).

유희산업시설의 재생가치는 크게 역사적 보존가치와 공간적 활용가치 차원에서 접근할 수 있다. 먼저, 역사적 보존가치 차원에서의 유희산업시설은 근대화의 역사적 산물로서 신규(新舊)가 공존하는 상징적인 건축물이자, 인간과 산업시설이 상호작용하면서 축적된 지역정체성이 뚜렷한 공간이다(Cho and Shin, 2011). 활용가치 차원에서의 유희산업시설은 넓은 건물부지, 양호한 입지성과 접근성 등의 매력요인을 가지고 있어 대규모의 문화공간, 전시·공연장 등으로 재생시켜 지역경제를 활성화시킬 수 있는 지역자산으로 평가받는다(Jeong and

Yoon, 2014; Kang and Oh, 2003).

지금까지 유휴산업시설 재생관련 연구는 유휴산업시설의 재생의의와 효과, 재생사례 분석, 정책적 재생 방안에 관한 연구 등이 주를 이루고 있으며, 건축학, 조경학, 지리학, 관광학 등 공간을 다루는 학문에서 폭넓게 다뤄지고 있다. 대표적으로 Edwards and i Coit(1996)은 산업관광의 관점에서 폐광산 재생방안을 연구하였는데, 산업유산(industrial heritage)은 미적 가치를 중심으로 지정된 문화재가 아니라, 사회적 변화에 따라 역사적 가치가 높아진 문화재이기 때문에 보다 신중하게 접근할 필요가 있으며, 물리적 환경개선 및 전시관 조성에 중점을 두기 보다는 방문자가 역사적 가치와 장소의 진정성을 느낄 수 있는 체험프로그램에 중점을 둘 것을 강조하였다. 2000년대 이후부터는 도시재생 패러다임과 맞물린 연구들이 많이 진행되었는데, 대표적으로 Landry(2000)는 유휴산업시설의 재생방안 중 가장 효과적인 방법은 문화공간으로 변화시키는 것이며, 이는 지역을 예술로 활성화시켜 방문자를 증가시키고, 지역주민에게는 예술향유의 기회를 제공할 수 있다고 주장하였다.

한편, 국내에서는 산업유산(industrial heritage)으로 등록된 유휴산업시설의 보존 및 활용에 관한 연구(Kang *et al.*, 2003)를 시초로 유휴산업시설에 관한 연구가 진행되었다. 이들은 국내 산업유산의 개념과 유형을 정의하였는데, 기능을 상실한 산업유산을 현대에 맞게 활용하는 것은 장소성의 회복을 의미하는 것이고, 지역 정체성을 강화시키며, 나아가 지역 재생의 자산으로 활용할 수 있는 가치가 있다고 주장하였다. 하지만 최근에는 산업유산의 범위에서 벗어날지라도 역사성과 장소성이 강력하다면 산업유산으로 정의할 수 있다는 주장도 제기되고 있으며(Kim, 2013), 산업유산에 국한되기 보다는 재생 가치가 있는 유휴산업시설을 폭넓게 연구하고 있는 추세이다.

Jeon and Shin(2010)은 해외 유휴산업시설 재생사례를 바탕으로 핵심키워드를 추출한 결과, '사회적 공간형성', '역사적 흔적과 일상의 만남', '과거와 현재의 경계공간'으로 대별되었으며, 이는 지역의 장소성을 드러내는 상징이자 공공성을 보여주는 특징이라고 언급하였다. 이처럼 문화공간으로 재생된 유휴산업시설은 지역 소통의 장(場)의 역할을 하게 되는 경우가 많은데, Oh and Jeon(2010)에 의하면 유휴산업시설을 재생한 문화공간은 지역문화를 활성화시키고, 지역과 시민간의 소통공간으로 활용되어 공공성의 특성을 갖게 된다. 따라서 방문자의 지속적인 관심과 방문을 유도하기 위해서는 커뮤니티의 장으로 활용될 수 있도록 노력해야 한다고 덧붙였다. An(2010)은 베이징 798 예술특구가 성공적으로 재생될 수 있었던 이유는, 일부 공간을 방문자들에게 개방하면서 방문자들이 유휴산업시설의 보존가치를 인정하고, 장소의 진정성과 어우러진 현대적 장소성을 형성해 나아가기 때문이라고 주장하였다. 이 밖에도

유휴산업시설 재생사업의 경제적·환경적·사회적 효과를 분석한 연구(Choi and Lee, 2009; Kim and Lee, 2011; Kim and Lee, 2014), 유휴산업시설의 다층성·활용성·재생성을 분석한 연구(Kang, 2010; Kang and Jang, 2011; Kim, 2010; Wu and Hong, 2017) 등이 진행되었다. 그러나 일각에서는 유휴산업시설의 하향식 재생정책과 장소성 상실에 대한 문제점을 제기하기도 하였다(Kang, 2010; Sung, 2005).

이상의 유휴산업시설의 재생관련 선행연구를 고찰하면, 대부분의 연구가 재생사례 분석에 기반한 정책 수립 및 계획요소 도출에 초점을 맞추고 연구를 진행하였으며, 유휴산업시설의 활용가치를 높여주는 방문자들을 대상으로 한 실증적 연구는 많이 진행되지 못하였다. 또한, 대다수의 연구가 유휴산업시설의 장소성을 중시하고 있음에도 불구하고, 이를 연계시킨 연구 역시 부족하였다. 따라서 본 연구는 유휴산업시설 재생공간의 장소성에 대하여 방문자들을 대상으로 실증적 연구를 진행하였다.

2. 장소성

장소(place)와 장소성(sense of place)은 학자마다 조금씩 다르게 정의되고 있지만, 일반적으로 장소(place)는 물리적이고 객관적인 실체의 공간(space)보다 복합적인 개념으로서 인간의 감정, 사고, 경험을 통해 만들어지는 '의미'가 포함된 공간적 환경을 일컫는다(Relph, 1976; Tuan, 1977; Stedman *et al.*, 2004). 장소성(sense of place)은 장소와 인간의 끊임없는 상호작용을 통해 형성된 집단적인 인식과 공유된 특수성·공동성·중요성과 같은 의미를 말하며(Johnston, 1986), 어떠한 장소를 다른 장소와 구별하게 만드는 정체성(identity)으로 볼 수 있다(Choi and Kim, 2001; Im *et al.*, 2011; Park *et al.*, 2013; Relph, 1976; Wickam and Kerstter, 2000).

장소와 장소성에 대한 연구는 1970년대 후반 인본주의적 지리학과 현상학에서 시작되었으며, 최근에는 건축학·도시계획학·조경학·관광학·환경심리학 등 장소를 다루는 다양한 분야로 확대되어 활발하게 다루어지고 있다. 초기 장소성 관련 연구는 장소와 장소성의 개념에 대한 논의가 주를 이루었으나, 1990년대 이후부터는 장소성 형성구조와 형성요인 분석에 대한 연구가 주를 이루고 있다(Baik, 2004; Im *et al.*, 2011; Park *et al.*, 2013). 특히 최근에는 장소성을 바탕으로 지속가능한 장소 만들기에 대한 관심이 증가하면서(Kwon, 2010) 장소성과 방문자의 체류시간, 방문만족도, 행동의도 간의 영향관계를 검증하고자 하는 연구도 일부 진행되었다.

대표적으로 Han(2004)은 땅끝마을과 해금강의 장소성 형성요인을 분석한 결과, 장소성은 문화경관요인, 자연경관요인, 관광시설요인, 관광활동요인으로 형성되었으며, 땅끝마을은 문화경관 요인과 자연경관 요인이, 해금강은 관광시설요인과 자연

경관요인이 방문만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 연구당시 관광지 장소성에 관한 연구가 부족하였기 때문에, 장소성의 유사개념으로 관광지 매력성 연구에서 도출된 요인을 측정변수로 사용하였다는 점에서 한계점을 가진다. Shim and Lee(2009)는 동해안 일대 도시들의 방문횟수와 체류시간이 장소성 형성에 미치는 영향을 분석한 결과, 체험동기가 높은 고체험집단은 방문횟수와 체류시간 모두 장소성 형성에 주요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 설문대상자 선정과정에서 방문 전/후가 명확하지 않고, 장소의미를 충분히 고려하지 않았다는 점에서 한계점을 가진다. Kim and Kim(2014)은 정동지역의 5개 박물관을 대상으로 장소성 형성요인, 장소애착, 지각된 가치, 행위의도 간의 관계를 분석한 결과, 장소성 형성에는 '문화재에 준하는 근대건축물의 시각적 매력성(물리적 환경)'이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 장소성은 장소애착에, 장소애착은 지각된 가치에 긍정적인 영향을, 지각된 가치가 높을수록 행위의도가 높게 나타나는 것으로 확인되었다. Jeong and Yoon(2014)은 산업유산인 국립현대미술관 방문자를 대상으로 장소성 형성요인을 분석하였다. 분석결과, '역사성', '의미성', '현대성', '창의성', '고유성' 요인이 장소성 형성에 주요한 역할을 하는 것으로 확인되었으며, 장소성이 행위의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. Lee and Oh(2016)는 산업유산인 영도다리의 방문자를 대상으로 장소성 형성요인을 분석한 결과, 영도다리의 장소성은 '역사성'이 가장 높게 인지되는 것으로 나타났으며, 장소의 '의미성'과 '물리성'이 장소성 형성에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 또한, 영도다리의 장소성을 높이 인지하는 방문자일수록 장소가치를 더 높게 평가하며, 긍정적인 행동을 유도하는 것으로 확인되었다. 이상의 연구들은 개념중심의 장소성 연구동향에서 벗어나 장소성을 실증적으로 분석하고, 방문자가 장소에 대해 어떤 가치를 느끼는지에 대해 분석하였다는 점에서 연구 의의가 있다. 그러나 장소성을 직접적으로 측정하지 않고 장소애착(attachment), 장소정체성(identity), 장소의존성(dependence)과 같은 매개개념을 사용하였다는 점에서 한계점을 가진다.

이에 최근에는 장소성 형용사를 사용하여 장소성을 직접적으로 측정하고자 하는 연구가 진행되고 있다. 형용사를 사용한 평가방법은 대상의 우열을 평가하기 보다는 특성을 이해하기 위해 사용되기 때문에(Zube *et al.*, 1975), 응답자가 인지하고 있는 장소성을 쉽고 즉각적으로 평가할 수 있는 장점이 있다(Im *et al.*, 2011). 대표적으로 Kim and Choi(2013)는 삼청동 디자인거리 방문자를 대상으로 장소성 형용사를 사용하여 장소성 요인이 방문만족도에 미치는 영향을 분석한 결과, 장소성 요인은 '쾌적성', '친근성', '예술성', '활기성', '매력성'으로 도출되었으며, '쾌적성', '예술성', '친근성'은 방문만족도에 유의한 영

향을 미치는 것으로 확인되었다. 이 연구는 장소성과 방문만족도 간의 영향관계를 검증하고, 장소마케팅 정책에 도움이 될 수 있는 기초자료가 되었다는 점에서 의의가 있지만, 장소성 형용사 추출 시 경관형용사를 혼용하였다는 점에서 한계점을 가진다. 그 외 인사동 가로의 장소성 구조모형(Kwon *et al.*, 2011), 도시여가공간의 장소성(Park *et al.*, 2011), 서울시 대표장소의 장소성 유형분류(Kwon and Im, 2014), 방문행태별 장소성 인식과 행동의도의 인과관계(Kang and Choi, 2012) 등을 통해서 장소성 형용사활용 연구가 다양하게 검증되었다.

이상의 연구들은 개념 중심의 장소성 연구동향에서 벗어나 장소성을 실증적으로 분석하였으며, 일부 연구에서는 장소성이 방문자의 체류시간, 방문만족도, 행동의도 간의 영향관계가 있음이 입증되었다. 그러나 이들 연구들은 장소성을 직접적으로 측정하기보다는 매개개념으로 활용하였다는 점, 방문자가 아닌 전문가적 관점에서 장소성이 측정되었다는 점 등의 한계점이 존재한다. 이에 본 연구는 유희산업시설 재생공간을 이용하는 방문자들의 장소성을 파악하고, 장소성과 체류시간, 방문만족도간의 영향관계를 실증적으로 검증하고자 한다.

III. 연구설계

1. 연구모형 및 가설 설정

본 연구는 이상의 선행연구를 바탕으로 유희산업시설 재생공간 방문자의 장소성, 방문만족도, 체류시간과의 영향관계를 분석하기 위해 Figure 1과 같은 연구모형을 설정하였다. 장소성과 방문만족도 간의 영향관계는 Han(2003), Jeong and Yoon(2014), Kim and Choi(2013), Kim and Kim(2014), Lee and Oh(2016), Shim and Lee(2008), 장소성과 체류시간의 영향관계는 Shim and Lee(2008)의 연구에 기초하여 가설 1과 가설 2를 도출하였다. 마지막으로 만족도와 체류시간의 관계는 방문만족도와 체재욕구, 체류시간 간의 영향관계를 검증한 선행연구(Lam *et al.*, 2011; Lee and Kim, 2014; Siu *et al.*, 2012)에 기초하여 가설 3을 도출하였다.

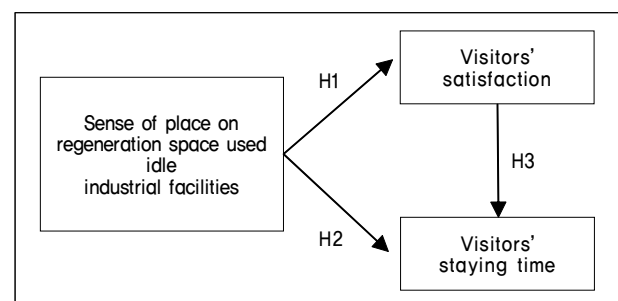


Figure 1. Study model

- H1: 유희산업시설 재생공간 방문자의 장소성 요인은 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 H2: 유희산업시설 재생공간 방문자의 장소성 요인은 체류시간에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
 H3: 유희산업시설 재생공간 방문자의 방문만족도는 체류시간에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 연구대상지

본 연구는 서울시 영등포구에 위치한 문래예술창작촌을 연구대상지로 선정하였다. 문래예술창작촌은 1970년대 철재상가 밀집지역으로 발전하였으나, 탈산업화에 따라 대규모의 공장 부지가 정리되면서 유희공간으로 방치되었고, 2000년대 이후부터는 자생예술촌으로 재생된 문화공간이다(Kim, 2009; Lee, 1996). 현재 문래예술창작촌은 정확하게 명시된 경계는 존재하지 않으나, 문래동 2가와 3가 일대에 형성되어 있는 공간을 일컫고 있다. 문래예술창작촌 내의 철재상가는 약 175개소, 식당·카페·상점과 같은 상업공간은 약 20개소가 운영되고 있으며, 일부는 예술작업 및 전시공간으로 활용되고 있다(Kim, 2009; Lee and Choi, 2012).

3. 조사방법 및 측정항목

본 연구는 측정항목은 장소성 측정문항, 체류시간, 방문만족도, 인구통계학적 특성으로 구성되었다. 장소성 형용사는 모든 대상지에 보편적으로 적용할 수 없기 때문에 연구대상지에 적합한 형용사를 추출해야 하는 특성이 있다(Kwon and Im, 2014). 그러나 현재까지 장소성 형용사를 사용하여 유희산업시설 재생공간 방문자의 장소성을 측정한 연구는 진행되지 않았기 때문에, 본 연구는 장소성 측정 선행연구에서 사용된 빈도가 높은 형용사들과 연구대상지에 적합하다고 판단되는 형용사들을 종합하여 추출하고자 하였다. 이에 관련 선행연구를 바탕으로 활용 빈도가 높거나(Choi and Park, 2005; Im *et al.*, 2011; Im *et al.*, 2013; Kwon and Im, 2009; Kwon, 2010; Kwon *et al.*, 2011; Kang and Choi, 2012; Kwon and Im, 2014; Lee and Kim, 2005; Relph, 1976; Steele, 1981), 문화·예술공간을 대상으로 한 연구에서 활용빈도가 높은 형용사들을 선별한 결과, '개성적인', '의미 있는', '중요한', '익숙한', '전통적인', '매력적인', '정겨운', '유일한', '좋은 느낌을 주는', '기억에 남는', '독특한', '역사적인', '예술적인', '재미있는', '단조로운', '조용한', '다양한', '안전한', '창조적인', '깨끗한'의 총 20개 형용사를 추출하였다. 측정방법은 모두 5점 리커트 척도(1: 전혀 그렇지 않다, 5: 매우 그렇다)로 구성되었다(Table 1 참조). 체류시간은 개방형 질문으로 조사되었으며, 30분 단위로 기입하도록 하였다. 방문만족도는 5점 리커트 척도로 조사되었으며,

Table 1. The adjectives of the sense of place

Variable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Individualistic					○	○	○		○	○	○	○
Meaningful	○				○	○	○	○	○	○	○	○
Sincere	○											
Symbolical	○											
Important					○	○	○				○	○
Familiar					○	○	○					○
Traditional				○	○	○	○				○	○
Attractive				○	○	○	○				○	○
Friendly					○	○	○				○	○
The only					○	○	○		○	○	○	○
Favorable								○	○			○
Memorable		○						○	○			○
Unique					○		○					○
Special					○		○				○	
Historical		○			○		○				○	○
Safe		○										○
Pleasant		○			○						○	
Impressive					○		○		○	○		
Artistic									○	○		○
Interesting			○						○			○
Exciting									○	○		
Dynamic		○	○						○	○		
Monotonous					○				○	○		○
Quiet									○	○	○	○
Diverse					○				○	○		○
New									○	○		
Creative									○	○		○
Polished			○						○	○		
Pretty			○						○	○		
Clean			○	○					○	○		○

Legend: 1. Relph(1978), 2. Steele(1981), 3. Lee and Kim(2005), 4. Choi and Park(2005), 5. Kwon and Im(2009), 6. Kwon(2010), 7. Kwon *et al.*(2011), 8. Im *et al.*(2011), 9. Kang and Choi(2012), 10. Im *et al.*(2013), 11. Kwon and Im(2014), 12. This study

응답자의 인구통계학적 특성은 명목척도로 구성되었다.

본 연구의 설문조사는 사전조사와 본조사로 나뉘어 진행되었다. 사전조사는 2017년 3월 12일 잠재응답자들이 설문지 측정항목을 잘 이해하고 있는지, 측정항목에 문제점이 있는지를 확인하기 위해 문래예술창작촌 내에서 실시되었다. 전체 50명이 사전조사에 참여하였으며, 사전조사 결과 50부 모두 특별한 문제가 발견되지 않아 그대로 본 조사를 진행하였다. 본 조사는 2017년 3월 18일부터 4월 1일까지 매주 주말, 총 6회에 걸쳐 진행되었다. 조사장소는 문래예술창작촌 내 교차로 3개소

에서 진행되었으며, 표본추출은 편의추출방식으로 지역주민을 제외한 내국인 성인 남녀 방문자로 한정하였다. 사전조사와 본 조사를 통틀어 총 400명이 설문에 참여하였으며, 이 중 불성실한 응답과 지역주민으로 추정되는 응답자를 제외한 나머지 382부(95.5%)를 유효표본으로 사용하였다.

수집된 자료는 모두 통계패키지 프로그램인 SPSS 24.0을 이용하여 분석되었으며, 세부적으로는 응답자의 일반적 특성을 파악하기 위한 빈도분석, 변수의 타당성과 신뢰도를 검증하기 위한 탐색적 요인분석 및 신뢰도분석, 가설 검증을 위한 다중 회귀분석을 진행하였다.

IV. 연구결과

1. 응답자의 일반 특성

응답자의 일반 특성 분석결과는 Table 2, 3과 같다. 먼저, 성별은 여성 56.02%, 남성 43.98%로 여성의 비율이 다소 높게 나타났다. 연령은 20대가 47.91%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 30대 35.34%, 40대 9.16%, 50대 이상 7.59%로 분석되었다. 직업의 경우, 사무직 30.37%, 전문직 19.11%, 자영업 4.45%, 학생 18.32% 순으로 나타났다. 동행자수는 본인 포함 2명이 70.16%로 가장 높게 나타났으며, 3명 12.30%, 4명 이상 9.95%, 1명 7.59% 순으로 분석되었다. 조사시점 방문을 포함한 지난 1년간 방문횟수는 2회가 31.68%로 가장 높게 나타났으며, 1회 26.96%, 3~4회 20.68%, 5회 이상 20.68% 순으로 나타났다. 응답자의 체류시간 및 방문만족도 분석결과, 체류시간은 평균 113.35분으로 나타났으며, 전체 방문만족도는 평균 3.72로 대체로 만족하고 있는 것으로 분석되었다.

2. 장소성 형용사 요인분석 및 신뢰도 분석

본 연구에서는 유희산업시설 재생공간 방문자의 장소성 측정항목의 타당성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석(EFA)과 신뢰도분석을 실시하였다(Table 4 참조). 요인추출 기준은 고유값(eigen-value) 1 이상이고, 요인 적재값이 0.6 이상인 변수를 추출하였다. 각 항목의 신뢰도를 검증하기 위한 Cronbach's

Table 2. The characteristic of respondents (N=382)

Items	N(%)
Gender	Female
	214(56.02)
	Male
	168(43.98)
Age	20's
	183(47.91)
	30's
	135(35.34)
	40's
	35(9.16)
	+50's
	29(7.59)
Occupation	Business man
	116(30.37)
	Professional
	73(19.11)
	Self-employed
	17(4.45)
	Student
	70(18.32)
	Others*
	106(27.75)
The number of companion	1
	29(7.59)
	2
	268(70.16)
	3
	47(12.30)
	Over 4
	38(9.95)
The number of visitation**	1
	103(26.96)
	2
	121(31.68)
	3~4
	79(20.68)
	Over 5
	79(20.68)

* Including artist, housewife, and unemployment

** During last a year including the visitation of this study

Table 3. Staying time and satisfaction of respondents

Items	Mean(S.D.)
Staying time(min.)	113.35(71.96)
Satisfaction	3.72(0.73)

Table 4. The results of exploratory factor analysis and reliability analysis

Factor	Variables	Factor loading	Eigen-value	Accumulated variance	Cronbach's α
1	Unique	.750	4.254	32.884	.875
	Memorable	.741			
	Creative	.697			
	Artistic	.687			
	Attractive	.679			
	Favorable	.677			
	Interesting	.657			
	Individualistic	.599			
2	Diverse	.579	1.884	42.380	.750
	Meaningful	.853			
	Significant	.821			
3	Historical	.854	1.610	52.762	.704
	Traditional	.851			

KMO=.871, Bartlett's test =1,902.970, $p<.001$.

α 값은 0.6 이상이면 측정항목의 신뢰도가 있다고 판단하지만 (Van De Ven and Ferry, 1980), 통상적으로 사회과학에서는 0.7 이상이 내적일관성이 높다고 판단하기 때문에(Bagozzi and Yi, 1988; Knapp, 1991) 본 연구에서는 보다 높은 내적일관성을 확보하기 위하여 0.7 이상으로 설정하였다. 분석결과, 요인 적재값이 0.6 이하로 나타난 '유일한(0.462)', '정겨운(0.487)', '단조로운(0.556)', '조용한(0.577)', '익숙한(0.582)'은 분석에서 제외되었다. 또한, '안전한(0.701)', '깨끗한(0.770)'은 측정항목의 타당성을 확보한 것으로 나타났으나, 신뢰도 분석결과 Cronbach's α 값이 0.7 미만(0.616)으로 나타나 분석에서 제외되었다. 한편, '개성적인(0.599)', '다양한(0.579)'이 요인 적재 값 허용기준에 미치지 못함에도 불구하고, 분석에서 제외하지 않은 이유는 같은 요인 내에 속한 구성항목들과 특성이 유사하여 구성 타당성이 있다고 판단하였기 때문이다.

이에 최종적으로 13개의 항목사가 분석에 포함되었으며, 총 3개의 요인이 추출되었다. 요인 적합도를 판단하는 KMO 값은 0.871, Bartlett's test 값은 1,902.970($p < 0.001$)으로 측정항목의 타당성을 확보한 것으로 확인되었다. 또한, 요인별 Cronbach's α 는 각각 0.875, 0.750, 0.704로 나타나 유의한 신뢰도를 보이는 것으로 확인되었다. 요인별 명칭은 각 요인의 구성항목들의 공통성을 바탕으로 '매력성', '의미성', '역사성'으로 명명하였다.

3. 가설 검증 및 고찰

먼저, 유희산업시설 재생공간 방문자의 장소성 요인이 방문 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 1에 대한 검증결과, 설명력(R^2) 30.4%, F 값 56.531($p = 0.000$)로 유의수준 1% 내에서 통계적으로 유의한 것으로 확인되었다. 요인

별로 살펴보면 전체 장소성 요인 중 '매력성'과 '의미성'은 유의수준 1% 내에서 방문만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, '역사성'은 방문만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 1은 부분 채택되었다. 또한, 요인별 방문만족도에 미치는 영향력의 크기를 분석한 결과, '매력성($\beta = .517$)', '의미성($\beta = .192$)' 순으로 영향을 미치는 것으로 확인되었다(Table 5 참조). 이러한 연구결과는 장소성 요인이 방문만족도에 정(+)의 영향을 미친다는 Kim and Choi(2013), Kim and Kim (2014), Lee and Oh(2016)의 연구결과를 일부 지지한다. 따라서 유희산업시설 재생공간 방문자의 방문만족도를 향상시키기 위해서는 '매력성', '의미성'을 강하게 인지할 수 있는 계획 및 관리방안을 우선적으로 도입하는 것이 효과적이라 판단된다.

유희산업시설 재생공간 방문자의 장소성 요인이 체류시간에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 2에 대한 검증결과, 유의수준 5% 내에서 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다. 요인별로 살펴보면, 전체 장소성 요인 중 '매력성'과 '의미성'은 유의수준 5% 내에서 방문만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었으나, '역사성'은 방문만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었다. 따라서 가설 2 역시 부분 채택되었다. 요인별 체류시간에 미치는 영향력의 크기를 분석한 결과, '매력성($\beta = .105$)', '의미성($\beta = .101$)' 순으로 영향을 미치는 것으로 확인되었다(Table 5 참조). 이는 체류시간이 장소성 형성에 정(+)의 영향을 미친다는 Shim and Lee(2008)의 연구결과와 맥을 같이 하며, 장소성이 강하게 형성되어 있을수록 체류시간이 길어질 수 있음을 검증한 매우 의미 있는 연구 결과라고 판단된다. 또한, 유희산업시설 재생공간의 장소성 요인 중 '매력성', 즉 재생이후에 새롭게 덧대어지는 현대적 장소

Table 5. The results of regression analysis

Dependent variable		Independent variable	Standardized coefficients(β)	t-value	p-value	Result
H1	Satisfaction	(Constant)		120.211	.000**	
		Attractiveness	.517	12.091	.000**	Support
		Meaningfulness	.192	4.490	.000**	Support
		Historicity	.077	1.798	.073	Reject
R= .310, adj R ² =.304, F=56.531, p=0.000, Durbin-Watson =1.978						
H2	Staying time	(Constant)		30.552	.000**	
		Attractiveness	.105	2.057	.040*	Support
		Meaningfulness	.101	1.984	.048*	Support
		Historicity	-.170	-.340	.734	Reject
R= .021, adj R ² =.014, F=2.761, p=0.042, Durbin-Watson =1.528						
H3	Staying time	(Constant)		2.223	.027*	
		Satisfaction	.193	3.835	.000**	Support
R= .037, adj R ² =.035, F=14.709, p=0.000, Durbin-Watson =1.490						

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

성 요인이 체류시간에 가장 큰 영향을 미친다는 것을 보여주는 의미 있는 결과라고 판단된다.

마지막으로 유흥산업시설 재생공간 방문자의 방문만족도가 체류시간에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 3에 대한 검증결과, 역시 유의수준 1% 내에서 유의한 것으로 나타나 가설 3은 채택되었다(Table 5 참조). 이러한 연구결과는 유흥산업시설 재생공간 방문자의 방문만족도가 높을수록 체류시간이 증대되어 장소가 활성화 될 수 있음을 의미하며, Lam *et al.*(2011), Lee and Kim(2014), Siu *et al.*(2012)의 연구결과를 일부 지지한다. 따라서 유흥산업시설 재생공간 방문자의 방문만족도를 높여 체류시간을 증대시킬 수 있는 방안을 모색할 필요가 있다.

이상의 가설 검증결과를 종합적으로 고찰하면 다음과 같다. 유흥산업시설 재생공간 방문자의 장소성 요인 중 '매력성'과 '의미성' 요인은 방문만족도와 체류시간에 영향을 미치고 있으며, 그 중에서도 '매력성' 요인이 가장 큰 영향을 미치고 있는 것으로 확인되었다. 그러나 다수의 관련 선행연구에서 강조하였던 '역사성' 요인은 방문만족도와 체류시간에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 현대인이 장소에 대한 만족과 불만을 구분하는 것은 장소의 역사성이나 진정성에 따라 좌우되는 것이 아니라, 그들이 장소를 '어떻게 받아들이는가'에 대한 문제(Nasar, 1998)라는 점을 보여준다. 즉, 유흥산업시설 재생공간이 오랜 시간에 걸쳐 형성된 역사적이고, 진정성 있는 공간이기 때문에 방문자가 만족하는 것이 아니라, 재생이후 변화된 공간의 장소성을 더 긍정적으로 인지하고 의미를 부여할 수 있다는 점을 시사한다(Jeong and Yoon, 2014). 특히 최근에 활발히 진행되고 있는 장소만들기 사업의 관점에서는 장소와 인간의 상호작용을 중요시하고 접촉시간을 늘려 장소를 활성화시키고자 노력하기 때문에(Kwon, 2010; Shim and Lee, 2008), '매력성'과 '의미성' 요인을 강하게 인지시킬 수 있는 관리방안이 필요할 것이다. 마지막으로 방문만족도는 체류시간에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 방문자의 체류시간을 증대시키고 다양한 장소경험을 제공하기 위해서는 방문만족도를 높일 수 있는 방안을 모색해야 할 것이다.

V. 결론

본 연구는 유흥산업시설 재생공간 방문자의 장소성을 분석하고, 장소성이 체류시간과 방문만족도에 미치는 영향을 탐색적, 실증적으로 분석하는 것을 주요한 연구목적으로 한다. 이를 위하여 본 연구는 문래예술창작촌을 연구대상지로 선정하였다. 주요 연구결과, 유흥산업시설 재생공간 방문자의 장소성은 '매력성', '의미성', '역사성'의 3개 요인으로 추출되었다. 이는 방치

되었던 유흥산업시설이 문화공간으로 재생될 경우, 기존 공간과 달리 차별화된 장소성이 새롭게 형성되고 있음을 시사한다. 또한, 3개의 요인 중 '매력성'과 '의미성'은 방문만족도와 체류시간에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, '매력성'의 영향력이 가장 크게 나타났다. 그러나 장소성 요인 중 '역사성'은 방문만족도와 체류시간에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 마지막으로 유흥산업시설 재생공간 방문자의 방문만족도는 체류시간에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. Relph(1976)는 인간에 의해 타자지향적으로 조성된 공간은 장소의 진정성을 상실한다고 주장하였으나, 이상의 연구결과는 인간에 의해 새롭게 계획된 장소성 또한 간과할 수 없다는 주장(Jeong and Yoon, 2014; Park *et al.*, 2013; Shim and Santos, 2014)을 일부 뒷받침한다. 따라서 유흥산업시설 재생공간은 복원 가치뿐만 아니라, 활용가치에도 중점을 두기 때문에, 역사적 가치에 기반하여 새롭게 덧대어진 장소성을 이해하고 창의적인 재생을 통해 신기성(novelty)과 향수(nostalgia)를 동시에 구현할 수 있는 공간으로 조성하는 것이 바람직할 것이다.

본 연구는 유흥산업시설 방문자의 장소성을 파악하고, 장소성이 방문만족도와 체류시간에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다는 점에 있어 학문적 의의가 있다. 또한, 유흥산업시설 방문자가 재생공간에 오래 체류하고 만족할 수 있는 요인을 도출하고, 이를 현장에 적용할 수 있다는 점에서 실무적 의의가 있다. 따라서 추후 유흥산업시설 재생공간 계획 및 관리자는 본 연구 결과에 기초한 계획요소 도출 및 장소마케팅 방안을 모색할 수 있을 것이다. 그러나 본 연구는 재생된 지 오래 되지 않은 유흥산업시설을 대상으로 선정하였다는 점, 유흥산업시설 재생공간을 대상으로 한 장소성 연구가 진행되지 않아 기존 연구의 장소성 형용사를 활용하였다는 점 등의 한계가 있다. 따라서 추후 연구에서는 이와 같은 한계점을 보완하여 유흥산업시설 장소성 분석과 공간의 활용가치를 증가시키기 위한 매력성 및 의미성 형성구조 등에 대한 종합적 연구가 진행되기를 고대한다.

References

1. An, T. S.(2010) Urban regeneration by the gultural-artistic activities of China and Korea, *The Journal of Asian Studies* 13(3): 115-138.
2. Bagozzi, R. P. and Y. Yi(1988) On the evaluation of structural equation models, *Journal of the Academy of Marketing Science* 16(1): 74-94.
3. Baik, S. H.(2004) The possibility of intended formation of placeness and place marketing: A case study of small cities' art festivals, *proceedings of the KGS conference*, The Korean Geographical Society: 22-23.
4. Cho, Y. J. and K. J. Shin(2011) A case study on conversion of idle industrial facilities, *Journal of the Korean Institute of Interior Design*

- 20(3): 59-68.
5. Choi, K. R. and S. H. Lee(2009) A case study on urban regeneration through historical environment, *Journal of Korea Planning Association* 44(2): 219-230.
6. Choi, M. J. and M. O. Kim(2001) Empirical analysis of components and economic values of the 'Placeness', *Journal of Korea Planning Association* 36(2): 153-162.
7. Choi, S. D. and G. R. Park(2005) Developing a measurement scale of an urban image as a tourist destination, *Seoul Studies* 6(1): 93-106.
8. Edwards, J. A. and J. C. L. i Coit(1996) Mines and quarries: Industrial heritage tourism, *Annals of Tourism Research* 23(2): 341-363.
9. Han, S. I.(2004) A study on the formation factors and its differences of placeness for seaside tourist place: The comparative case of TtangKeut Village and Haegumgang, *Korean Journal of Tourism Research* 18(2): 257-274.
10. Im, H. N., D. W. Kang and C. G. Choi(2013) Effects of placeness cognition characteristics on behavioral intentions, *Journal of The Urban Design Institute of Korea Urban Design* 14(2): 113-126.
11. Im, S. B., Y. S. Hue, Y. H. Jung, Y. K. Kwon, J. S. Byeon and H. S. Choi(2011) A study on the distribution of the sense of place in cities, *Journal of Korea Planning Association* 46(3): 67-78.
12. Jeon, Y. H. and D. C. Shin(2010) Study on the construction of public domain through the regeneration of the industrial heritage, *Journal of The Architectural Institute of Korea Planning & Design* 26(9): 11-20.
13. Jeong, D. Y. and J. H. Yoon(2014) Placeness formation of cultural tourism space by industrial heritage's reuse, *Korean Journal of Tourism Research* 38(2): 57-78.
14. Johnston, R. J.(1986) A space for place (or a place for space) in British psephology, *Environment and Planning A* 19: 599-618.
15. Kang, D. J.(2010) Urban regeneration methodology through reuse of industrial heritage: Focused on comparison of industrial typology, *Journal of The Urban Design Institute of Korea Urban Design* 11(1): 157-178.
16. Kang, D. J. and J. E. Jang(2011) Regional regeneration methodology through the reuse of industrial heritage related to railroad transport, *Journal of The Urban Design Institute of Korea Urban Design* 12(1): 105-126.
17. Kang, D. J. and S. K. Oh(2003) Exploring of the industrial heritage's Reuse methods: With focus on Japan precedents, *Journal of The Urban Design Institute of Korea Urban Design* 12(3): 59-71.
18. Kang, D. J., S. H. Lee and D. S. Choi(2003) An analysis of concept and conservation methods for industrial heritage, *Journal of Korea Planning Association* 38(2): 7-20.
19. Kang, D. W. and C. G. Choi(2012) Causality analysis of placeness cognition and behavioral intention by visitors character: The case of Hongik university area, *Journal of Korea Planning Association* 47(3): 363-379.
20. Kim, D. C. and W. Y. Choi(2013) A study of placeness on specialized streets for place marketing, *Journal of The Korean Society Design Culture* 19(2): 48-58.
21. Kim, H. J. and S. H. Lee(2011) The effect of urban regeneration concept revealed at the renovation plans of under-used spaces, *Journal of The Architectural Institute of Korea Planning & Design* 27(6): 103-112.
22. Kim, H. Y. and S. J. Kim(2014) A study on the effect of formative factors of placeness on place attachment, the value perception and visitor's behavioral intentions in museum, *Korean Association of Arts Management* 30: 185-217.
23. Kim, S. J.(2013) A study on the development of tourism policy program to facilitate the adaptive reuse for tourism of unused resource, Korea Culture & Tourism Institute, Seoul.
24. Kim, S. Y. and J. K. Lee(2014) A using culture contents for regeneration of idle space, *Korean Institute of Spatial Design* 29: 17-29.
25. Kim, Y. J.(2009) A study on the meaning and direction of idle space revitalization, *The Journal of Cultural Policy* 21: 185-207.
26. Kim, Y. J.(2010) Formative Process of Artists' Village as a Place: Case study of Munare-dong Yeoungdeungpo-gu, Ph. D. Dissertation, Seoul National University, Korea.
27. Knapp, T. R.(1991) Focus on psychometrics, Coefficient alpha: conceptualizations and anomalies, *Research in Nursing & Health*, 14(6): 457-460.
28. Kwon, Y. K.(2010) A Study on the Sense of Place of Street Environment Using Structural Equation Modeling: Case Study on Insa-dong Streets, Master's Thesis, Seoul National University, Korea.
29. Kwon, Y. K. and S. B. Im(2014) A type classification of representative places' sense of place in Seoul through the adjective index for measuring the sense of place, *Journal of The Urban Design Institute of Korea Urban Design* 15(3): 135-150.
30. Kwon, Y. K., Y. H. Jung and S. B. Im(2011) A study on the structural equation modeling of Insa-dong street's sense of place, *Journal of Korea Planning Association* 46(2): 139-151.
31. Lam, L. W., W. K. Chan and F. Lo(2011) Does the look matter? The impact of casino servicescape on gaming customer satisfaction, intention to revisit, and desire to stay, *International Journal of Hospitality Management* 30(3): 558-567.
32. Landry, C.(2000) *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovation*, London: Earthscan.
33. Lee, B. C. and J. Y. Kim(2014) The impact of servicescape on duration of stay in exhibition, *Journal of Mice & Tourism Research* 38: 209-225.
34. Lee, J. W.(1996) *The Agglomeration Process of Small Manufactured Firms and their Regional Linkages: A Case Study of Mullae-dong, Yeoungdungpo-gu, Seoul*, Master's Thesis, Seoul National University, Korea.
35. Lee, S. H. and J. M. Oh(2016) Factors building the placeness and its influence at modern industrial tourism place-Yeongdo bridge, *Korean Journal of Tourism Research* 31(2): 343-361.
36. Lee, W. J. and N. J. Kim(2005) A study on the elements of city brand image and influences, *Journal of Korea Planning Association* 40(6): 177-192.
37. Nasar, J. L.(1998) *The Evaluative Image of the City*.
38. Oh, S. K. and Y. E. Jeon(2010) The study on proposals to improve the art & cultural spaces through unused and misused space, *Journal of Korea Culture Industry* 10(3):133-150.
39. Park, M. H., W. Han and H. J. Yun(2013) Positioning on sense of place at urban leisure space, *Journal of Tourism Management Research* 17(1): 161-177.
40. Park, M. R. and M. D. Kim(2014) Characteristics of design expression reflected in creative space in shanghai through regeneration of abandoned industrial facilities, *Journal of the Korean Institute of Interior Design* 23(6): 33-41.
41. Reigh, Y. B. and S. Choi(2012) A study on the role of art & culture programs in process of urban regeneration through the case of moonrae steel factory art village, *Journal of Korea Culture Industry* 12(4): 73-90.
42. Relph, E.(1976) *Place and Placelessness*, London: Pion Limited.
43. Shim, C. and C. A. Santos(2014) Tourism, place and placelessness in the phenomenological experience of shopping malls in Seoul, *Tourism Management* 45: 106-114.

44. Shim, W. S. and I. J. Lee(2009) The policy network of stakeholder impacts on the local government's policy performance in the process of regional tourism development. *Korean Journal of Tourism Research* 33(3): 51-68.
45. Siu, N. Y. M., P. Y. K. Wan and P. Dong(2012) The impact of the servicescape on the desire to stay in convention and exhibition centers: The case of Macao. *International Journal of Hospitality Management* 31(1): 236-246.
46. Stedman, R., T. Beckley, S. Wallace and M. Ambard(2004) A picture and 1000 words: Using resident-employed photography to understand attachment to high amenity places. *Journal of Leisure Research* 36(4): 580-606.
47. Steele, F.(1981) *The Sense of Place*. Cbi Pub Co.
48. Sung, J. S.(2005) A study on the direction and strategies for industrial facility renewal. *The Journal of Cultural Policy* 17: 105-141.
49. Tuan, Y. F.(1977) *Space and Place: The Perspective of Experience*. U of Minnesota Press.
50. Van de Ven, A. H. and D. L. Ferry(1980) *Measuring and Assessing Organizations*. John Wiley & Sons.
51. Wickham, T. D. and D. L. Kerstetter(2000) The relationship between place attachment and crowding in an event setting. *Event Management* 6(3): 167-174.
52. Wu, Q. and K. S. Hong(2017) The study on modern age industry inheritance reuse and urban. *Journal of The Korea Contents Association* 17(3): 129-137.
53. Zube, E. H., R. O. Bruch and J. G. Fabos(1975) *Landscape Assessment: Values, Perceptions and Resources*. PA: Dowden, Hutchinson & Ross, Inc.

Received : 02 April, 2018

Revised : 08 May, 2018

Accepted : 23 July, 2018

3인익명 심사필