

간판 시각요소의 시각환경과 정보전달의
효과에 대한 만족도 조사

A Satisfaction Survey on effect visual environment and information delivery of
Visual Element of Signboard

주저자 : 김현정

인제대학교 대학원 U디자인학과

Kim Hyun-jung

Graduate school of Design, Inje university

공동저자 : 백진경

인제대학교 디자인대학, 디자인연구소

Paik Jin-kyung

College of Design, DID Institute, Inje university

공동저자 : 이경미

인제대학교 디자인연구소

Lee Kyung-mi

DID Institute, Inje university

* 이 논문은 2006년 정부(교육인적자원부)의 재원으로 한국학술진흥재단의 지원을 받아
수행된 연구의 일부임 (KRF-2006-055-J01402)

1. 서론

- 1.1. 연구의 필요성 및 목적
- 1.2. 가설설정
- 1.3. 조사대상
- 1.4. 조사기간 및 방법

2. 평가항목선정

- 2.1. 간판의 시각요소 평가항목의 선정
- 2.2. 가로공간의 시각환경에 대한 만족도 평가항목의 선정
- 2.3. 정보전달 만족도 평가항목의 선정

3. 간판 시각요소의 만족도에 대한 의식조사

- 3.1. 인구 통계적 특성 분석
- 3.2. 가로이용행태의 분석
- 3.3. 대상지역의 간판에 대한 만족도 분석
- 3.4. 정보획득 경로 및 간판의 정보전달 역할 분석
- 3.5. 가로공간의 시각환경에 대한 만족도 결과
- 3.6. 간판의 시각요소에 대한 만족도 결과
- 3.7. 간판의 정보전달 효과에 대한 만족도 결과

4. 요인간의 관계분석 결과

- 4.1. 간판의 시각요소와 가로공간의 시각환경에 대한 심리요인간의 관계
- 4.2. 간판의 시각요소와 정보전달의 만족도에 대한 심리요인간의 관계

5. 결론

참고문헌

논문요약

자극적인 색채사용과 과도한 크기의 간판들이 상업지역의 건축물에 접목하여 도시환경의 질을 저하시킬 뿐만 아니라, 보행자에게 불쾌감을 유발시키는 시각 환경의 장애요인이 되었다. 간판의 시각적 공해의 문제점을 개선하고자 정부기관과 지역자치단체는 쾌적한 도시미관조성을 위해 '간판시범가로조성사업'을 추진하고 있다. 그럼에도 불구하고 현재 시행되고 있는 간판시범가로조성사업의 정보전달의 효과와 도시미관의 효과에 대한 실질적인 검증과 정보전달의 효과에 대한 연구가 부족하다. 이에 본 연구는 간판의 시각요소가 가로공간의 시각 환경과 정보전달의 효과에 어떠한 영향을 미치는 지에 대해 알아보고자 한다. 조사연구 결과, 간판의 시각요소 중 정성적인 요인으로 간판 크기의 유사성, 간판 형태의 단순정도,

간판의 정연성, 건축물의 벽색과 조화의 요소와 관계가 있는 것으로 조사되었다. 정량적인 요인으로 건축물에 부착되는 간판의 종류, 간판의 수, 간판에 사용되는 색상의 수가 부정적 요소로 작용하는 것으로 조사되었다. 간판의 정보전달의 만족도에 영향을 미치는 정성적 요인으로 간판배치의 정연성, 건축물의 외벽색과 간판색의 조화, 간판의 단순정도로 조사되었다. 정량적 요인으로 간판색채의 자극정도, 간판의 종류가 부정적 요소로 조사되었다. 이러한 결과는 간판 디자인 시 간판의 시각요소 중 정성적 요인이 정량적 요인보다 더 고려되어야 할 것이다.

주제어

옥외간판, 시각요소, 정보전달, 시각환경

Abstract

provocative colors and enormous size are used signboards are all over cities so make city environment unbearable. Moreover, they give people unpleasant feeling. Finally signboards are considered as bar to visual environment. But still the effects of Signboard of Repair Business, the delivery of information and composition of aesthetic urban landscape need to be verified. So street utilization, the efficiency of visual effect and information delivery, and the satisfaction of aesthetic urban land space are examined to understand how visual elements in signboard can effect visual environment and information delivery in street space.

The result of studies is that the similarity of size, the degree of simplicity, orderly of signboards, and the harmony with the color of outer wall of the building which the signboards are attached in are related. When it comes to quantitative factor, kind and number of signboard and the number of colors used in signboards are negatively related.

In qualitative factors, orderly of arrangement of signboards, harmony of color of outer wall with signboards, and the simplicity of signboard effect the satisfaction of information delivery. In quantitative factors, the degree of stimulus and the kind of signboards are negatively related. In this result, qualitative factors are more considered than quantitative factors when signboards are designed.

Keyword

signboard, visual element, delivery of information, visual effect

1. 서론

1.1. 연구의 배경 및 목적

1960년대 시작된 경제개발정책에 힘입어 단기간에 괄목할 만한 경제발전을 이룩하게 되었다. 이에 따른 도시화의 급속한 확산은 도시의 물리적 환경이 기능적·경제적인 문제로만 해석되어 물량을 위주로 한 양적증대에 급급한 나머지 도시환경의 미적·질적인 측면이 고려되지 못한 채 성장해왔다. 자본주의 경쟁사회 속에서 상점들은 자신의 이익만을 앞세워 이웃한 간판들과의 경쟁에 이기기위해서 더 크고, 잘 보이도록 자극적인 색채사용과 과도한 크기로 인해 도시환경의 시각적 공해로 자리 잡았다. 이러한 간판들이 상업지역의 건축물을 점거하여 도시환경의 질을 저하시킬 뿐만 아니라 보행자의 정서불안을 야기하는 시각 환경의 장애요인이 되었다.

쾌적함 삶을 추구하는 라이프스타일의 변화와 함께 공공디자인이라는 개념이 부각되면서 사적인 공간 뿐 아니라 모두가 함께 공유하는 공적인 공간의 중요성이 강조되었다. 간판의 시각적 공해의 문제점을 개선하고자 행정안전부, 문화관광체육부 등의 정부기관과 지자체단체에서 쾌적한 도시미관조성을 위해 '간판시범가로조성사업'을 추진하고 있다. 구체적인 디자인 개선내용으로는 건축물에 부착된 간판의 수량의 최소화 및 크기의 축소화와 유연성원단을 사용한 판류형 간판의 사용을 금지하고 입체 문자형 간판으로 교체하는 것이다. 이렇듯 현재 간판시범가로조성사업의 사업내용을 통해서 물리적 축소와 더불어 형태를 규제하고 있다. 이러한 점은 형태의 규제를 통한 간판들 사이의 조화를 이루어 아름다운 도시환경을 형성하기 위해서이다.

그럼에도 불구하고 현재 시행되고 있는 간판시범가로조성사업의 정보전달의 효과와 도시미관의 효과에 대한 실질적인 검증과 간판의 형태에 따른 정보전달의 효과에 대한 연구가 부족하며, 기존의 잘못된 선행사례를 답습하는 행정절차의 문제가 야기되고 있다. 간판의 크기, 형태, 색채, 레이아웃, 주변에 부착된 간판과의 관계, 건축물과 간판의 관계에 고려하지 못한 간판디자인 가이드라인은 실제 거리를 이용하는 보행자들에게 간판의 1차적인 목적이라 할 수 있는 정보전달과 2차적인 목적이라 할 수 있는 도시미관의 형성의 역할과 기능을 제대로 수행하지 못하고 있다.

이러한 관점에서 도시공간을 이용하는 보행자를 배려하는 간판의 시각요소와 간판이 부착되는 건축물과의 조화를 이루어 쾌적함을 도와주는 시각적 표현방법에 대한 연구가 필요하다.

이에 본 연구는 간판 시각요소가 가로공간의 시각환경과 정보전달에 어떠한 영향을 미치고 있는지에 대해 이용자 중심의 조사를 실시하였다. 이용자라 함은 가로공간을 이용하는 보행자를 대상으로 구체적인 내용으로는 상업지역을 대상으로 간판의 시각요소의 만족도에 대해 조사하는 것이다.

1.2. 가설설정

지금까지 논의한 간판의 시각요소가 보행자들에게 시각환경의 만족도와 정보전달 효과에 대한 만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설을 제안한다.

가설 1) 건축물에 부착된 간판의 시각요소가 가로공간의 시각환경에 영향을 미칠 것이다.

가설 2) 건축물에 부착된 간판의 시각요소가 정보전달에 영향을 미칠 것이다.

또한 간판의 시각요소의 정량적 요소와 정성적 요소에 영향을 미치는 세부적인 요인을 알아보기 위해 4가지의 연구문제를 추가로 설정한다.

연구문제 1) 가로환경의 시각환경에 영향을 미치는 건축물에 부착된 간판의 정량적 시각요소가 무엇인가?

연구문제 2) 가로환경의 시각환경에 영향을 미치는 건축물에 부착된 간판의 정성적 시각요소가 무엇인가?

연구문제 3) 정보전달의 효과에 영향을 미치는 건축물에 부착된 간판의 정량적 시각요소가 무엇인가?

연구문제 4) 정보전달의 효과에 영향을 미치는 건축물에 부착된 간판의 정성적 시각요소가 무엇인가?

추가적으로 본 연구는 두 대상지역 거리의 간판을 대상으로 연구를 진행하여 각각의 지역의 간판에 따른 보행자의 반응의 차이를 알아보려고 한다.

연구문제 5) 거리 간판에 따라 두 지역의 가로공간의 시각환경과 정보전달에 대한 보행자의 평가의 차이는 어떠한가?

제안된 연구문제인 거리의 간판의 시각요소와 거리경관, 정보전달의 효과에 대한 만족도를 살펴보고, 시각요소와 거리경관, 정보전달의 상관관계를 확인하고자 한다.

1.3. 조사대상

본 연구는 간판이 가로공간의 시각환경과 정보전달의 만족도를 알아보기 위해서 간판개선지역과 비개선지역을 대상으로 간판개선지역으로는 2005년 전국 첫 '정부 지정(문화관광부) 도로환경정비구역'으로 지정된 후 2008년 2월에 사업이 완료되어 긍정적 사

례로 평가 받고 있는 부산시 광복로 지역을, 간판 비 개선지역으로는 광복로의 업종의 종류, 업종의 분포와 같은 거리의 성격과 건물의 높이, 상점 수 등의 물리적 특성이 비슷한 서울시 명동로 지역을 비교의 대상으로 선정하였다.

조사대상 지역 선정 기준
<ul style="list-style-type: none"> • 간판이 다수 존재하는 상업지역 • 간판 개선의 효과가 외부적으로 평가된 지역 • 거리의 물리적인 특성이 비슷한 지역 • 거리의 분포되어 있는 상점의 성격이 비슷한 지역 • 두 지역의 비교가 예상되는 두 지역 • 일정한 보행자가 방문하는 지역



광복로	명동로
<ul style="list-style-type: none"> • 부산의 대표적인 상업지역 • 대표적인 관광명소로 관광객이 많음 • 과거부터 소비와 문화의 중심지 • 신시가지에 밀려 쇠퇴기를 겪음 • 최근 가로경관개선사업을 통하여 패션 문화의 중심지역으로 주목받고 있음. 	<ul style="list-style-type: none"> • 서울의 대표적인 상업지역 • 대표적인 관광명소로 관광객이 많음 • 과거부터 소비와 문화의 중심지 • 신시가지에 밀려 쇠퇴기를 겪음 • 최근 대규모 쇼핑매장의 증가와 함께 패션 문화의 중심지역으로 주목받고 있음.
	

[그림 1] 조사대상지역 선정내용

14. 조사기간 및 방법

본 연구에서는 실제 가로공간을 이용하는 보행자를 대상으로 간판 시각요소 가로공간에서의 시각환경과 정보전달에 미치는 영향을 알아보고자 현장 설문조사방법을 채택하였다. 조사대상지역은 광복로는 국제시장에서부터 광복로 입구까지 약 750m이며, 명동로 지역은 남대문로와 인접해 있는 명동로 입구부터 명동성당까지 명동로(약 480m)구간과 지하철 4호선 명동역 입구부터 명동로와 인접해 있는 명동중앙로(약 300m)구간을 대상으로 하였다.

실제 거리를 이용하는 보행자를 대상으로 조사하기 때문에 통제변인으로 실험자를 통제하지 않았지만, 인구통계학적 특성과 가로의 이용행태에 비교를 통해서 설문자의 성별, 연령, 가로이용 목적 등을 최대한 비슷한 조건으로 충족시켰다.

예비 설문조사는 2008년 8월 19일 오후 1~3시까지

광복로 지역과 명동지역에서 현장설문을 각각 55명을 실시하였다. 설문지를 보충하여 본 설문조사는 명동로 지역은 112명을 대상으로 2008년 12월 5일~12월 8일 오후 1~4시 사이에 이루어졌으며, 광복로 지역은 111명을 대상으로 2008년 12월 6일~12월 7일 오후 1~4시 사이에 이루어졌다. 두 대상지역의 설문의 시간대와 비슷한 날씨와 기온을 맞추어 설문자의 심리변화를 고려하였다. 설문의 답변에 불성실한 설문지를 제외하고 각각의 대상거리에 대해 103명 총 206명의 결과를 분석하였다.



[그림 2] 광복로 조사대상 거리의 지도



[그림 3] 명동로 조사대상 거리의 지도

2. 평가항목 선정

평가항목은 크게 인구 통계학적 특성과 가로이용행태, 간판의 시각적 요소, 간판의 가로환경에 대한 사용자의 만족도, 정보전달의 효과에 따른 만족도 등 크게 5가지 항목에 따라 조사하였다. 이용행태와 인구 통계학적 특성으로 대상지역의 가로특성에 대한 평가가 용이하고, 지역의 간판에 대한 시각적 요소가 가로공간의 시각환경에 대한 만족도와 정보전달의 효과를 파악하는데 타당성이 있다고 판단하였다. 설문 문항을 작성 시에는 전문가 1명과 준전문가 5명이 함께 참여하였다. 각 설문문항은 리커트형 5점 척도(Likert Attitude Scale)와 어의구별 척도(Semantic Differential Scale)와 명목척도로 측정하였다. 통계분석방법은 SPSS 14.0버전을 이용하여 분석하였으며, 통계방법은 빈도분석방법, 분산분석(ANOVA), 회귀분석을 사용하였다.

2.1. 간판의 시각요소 평가항목의 선정

연구에서는 간판의 시각요소를 내부적 요소와 외부적 요소로 나눈다. 정성적 요인과 정량적 요인으로 분류하여 항목을 설정하였다. 세부항목 내용은 다음 [표1]와 같다.

	정성적 요인	정량적 요인
간판 내부적 시각 요소	형태의 유사성	크기의 유사성 요소
	색채의 유사성	정연성 요소
	문자 크기의 유사성	인접성 요소
	문자 형태의 유사성	연속성 요소
	단순성 요소	조화성 요소
간판 외부적 시각 요소	점포당 간판 수	건물에 부착된 간판의 크기
	점포당 간판 종류	건물에 부착된 간판 수
	간판에 사용된 색상 수	
	문자표기요소 수	건물에 부착된 간판의 종류
	문자표기요소 크기	

[표 1] 간판의 시각요소의 조사항목

2.2. 가로공간의 시각환경에 대한 만족도 평가항목의 선정

본 조사에서는 SD Scale을 통한 가로공간의 시각환경에 대한 보행자의 태도를 평가하기 위해서 SD Scale을 이용한 경관평가를 실시한 선행논문 12편(1)에서 사용된 형용사 중 가로공간의 심미성, 쾌적성, 통일성, 조화성, 상징성에 대한 형용사 7가지의 형용사 쌍을 최종 선정하였다.

No.	SD Scale	
1	아름다운	추한
2	쾌적한	불쾌한
3	정돈된	복잡한
4	통일감이 있는	통일감이 없는
5	조화로운	조화롭지 못한
6	독특한	평범한
7	지역성을 반영한	지역성을 반영하지 못한

[표 2] 거리의 시각환경에 대한 SD Scale 평가항목

2.3. 정보전달 만족도 평가항목의 선정

간판의 정보전달의 효과를 알아보고자 아래와 같은 평가항목을 선정하였다.

구분	평가항목
정보전달의 효과	• 간판의 정보효과
	• 간판 색채와 업종 이미지의 부합
	• 상점 표기요소의 적절성
	• 상점의 위치 파악의 용이성
	• 상점 선택 시 간판의 이용정도

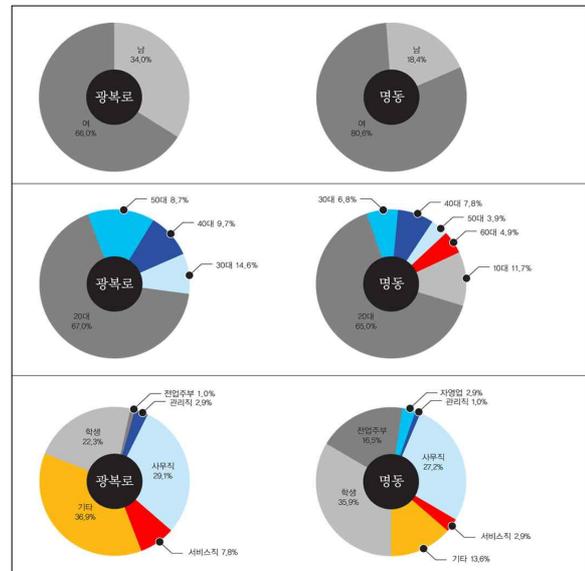
[표 3] 간판의 정보전달에 대한 평가항목

1) 최경락외(1990), 서울시정개발연구원(1994), 배현진(1996), 조원규(1996), 배현진(1997), 송대호외(1998), 강은성(1999), 김경인(2000), 박성남(2001), 황세현(2001), 이시재(2003), 김세희(2007)

3. 간판의 시각요소의 만족도에 대한 의식조사

3.1. 인구 통계적 특성 분석

연령의 결과, 광복로의 경우 20대가 67%, 30대가 14.6%, 40대가 9.7%였으며, 명동의 경우 10대가 11.7%, 20대가 65%, 40대가 7.8%, 30대가 6.8%로 나타났다. 성별은 광복로의 경우 남성 응답자가 35명(34%), 여성 응답자가 68명(68%)으로 나타났고, 명동의 경우 남성 응답자가 19명(18%), 여성 응답자가 83명(81%)으로 조사되었다. 직업은 광복로의 경우 사무직(29.1%), 학생(22.3%)로 가장 높은 비율을 차지했으며, 명동의 경우 학생(35.9%), 사무직(27.2%), 전업주부(16.5%)로 나타났다. 광복로의 이용자의 특징을 살펴보면, 주로 20대의 직장여성들이 주로 이용하는 것을 알 수 있었고, 명동의 경우 20대의 직장여성, 10대의 학생들, 40대의 전업주부 등 다양한 연령층이 주로 이용하는 것으로 조사되었다. 특히 60대에서 70대의 연령은 과거의 명동거리를 회상하기 위해서 찾는 경우가 대부분인 것으로 조사되었다.



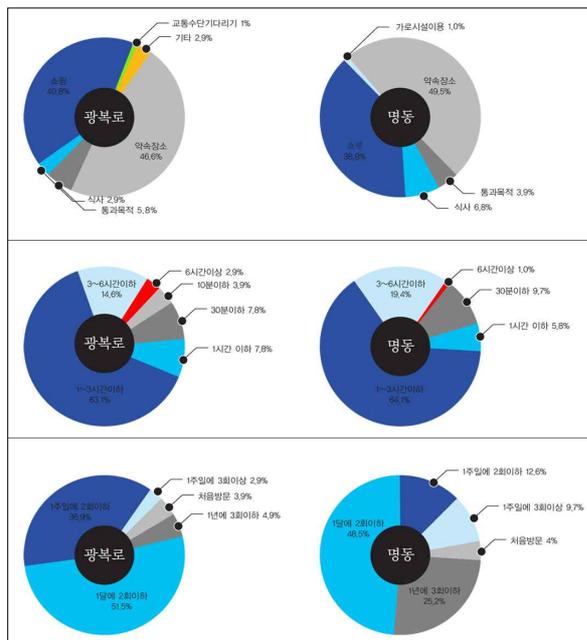
[그림 4] 광복로와 명동로의 설문 응답자의 특성

3.2. 가로이용행태의 분석

방문목적의 조사 결과, 광복로의 경우 약속장소(46.6%), 쇼핑(40.8%), 통과목적(5.8%)의 순으로 조사되었으며, 명동의 경우 약속장소(49.5%), 쇼핑(38.8%), 식사(6.8%) 순으로 나타났다. 방문시간은 광복로의 경우 방문시간은 1~3시간 이하(63.1%), 3~6시간 이하(14.6%), 1시간 이하(7.8%), 30분 이하(7.8%)로 나타났고, 명동로의 경우 1~3시간 이하(64.1%), 3~6시간 이하(19.4%), 30분 이하(9.7%), 1시간 이하(5.8%)로 조사

되었다. 방문횟수는 광복로의 경우, 1달에 2회 이하(51.5%), 1주일에 2회 이하(36.9%)가 가장 많았으며, 명동로의 경우 1달에 2회 이하(48.5%), 1년에 3회 이하(25.5%), 1주일에 2회 이하(12.6%)로 나타났다.

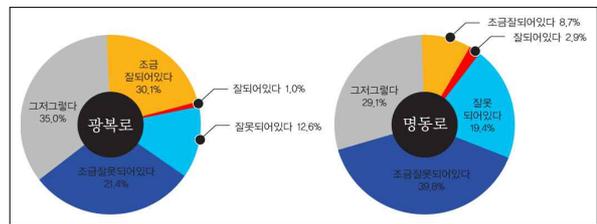
가로의 이용특성을 살펴보면, 두 대상지역의 상업거리로서의 특징이 뚜렷하게 나타나고 있다. 명동지역과 광복로지역의 약속장소와 쇼핑장소로 이용되고 있었다. 주 이용목적에 따라 방문시간도 1~3시간으로 조사되었고, 1달에 2회 이하로 방문하는 응답이 가장 높게 나타났다. 이를 통해 대상지역을 이용하는 실제 보행자를 통하여 두 대상지역의 가로의 성격이 유사한 것으로 검토되었다.



[그림 5] 광복로와 명동로의 가로이용행태

3.3. 대상지역의 간판에 대한 만족도 분석

두 대상지역의 간판에 대한 전반적인 만족도에 관한 조사결과 명동로에 비해 광복로가 긍정적인 평가를 받는다는 것으로 조사되었다. 광복로의 간판에 대한 만족도 조사결과 긍정적인 응답을 한 경우 구체적인 이유로는 색채, 모든 간판이 잘 보인다, 색채, 형태의 순으로 조사되었으며, 부정적인 응답의 경우의 구체적인 이유로는 크기, 수량, 색채, 형태인 것으로 나타났다. 명동의 간판에 대한 만족도 조사결과 긍정적인 응답을 한 경우 구체적인 이유로는 색채, 모든 간판이 잘 보인다. 형태의 순으로 조사되었으며, 부정적인 응답을 한 경우 구체적인 이유에서는 크기, 수량, 색채, 형태, 부착위치 순으로 조사되었다.



[그림 6] 광복로와 명동로의 간판에 대한 만족도 조사결과

순위	간판의 요소	응답빈도	
		광복로	명동로
1/2	색채	9	3
2/3	모든 간판이 잘 보인다	6	2
3/5	형태	4	0
4/3	크기	1	2
5/1	기타	0	4

[표 4] 긍정적인 응답의 이유 결과

순위	간판의 요소	응답빈도	
		광복로	명동로
1	크기	16	12
2	수량	10	16
3	색채	10	7
4	형태	7	5
5	기타	7	3
6	부착위치	3	2
7	모든 간판이 잘 보인다	3	1

[표 5] 부정적인 응답의 이유 결과

3.4. 정보획득 경로 및 간판의 정보전달 역할 분석

두 대상지역의 간판의 정보전달 역할에 대한 조사결과 광복로와 명동로 두 지역의 보행자들은 대부분 길을 걷다 간판을 보고 상점을 선택하는 것으로 조사되었다. 가족 또는 친구를 통해서 상점의 정보를 얻는 경우와 최근 인터넷의 지역검색을 이용하여 상점의 정보를 획득하는 것으로 조사되었다. 상점의 광고효과는 과거의 미디어인 TV, 라디오, 지면광고 등은 효과가 점차 떨어지는 것으로 조사되었고, 상점의 광고를 할 경우 간판과 인터넷 지역정보의 광고가 효과가 높은 것으로 검토되었다.

상점을 선택할 때 간판의 광고역할에 대한 조사결과 두 지역 보다 6.0(10만점기준)이상으로 조사되었다. 이러한 결과는 다른 광고의 비중보다 특히 간판의 광고효과의 비중이 크다는 것을 검토할 수 있었다.

대상지역	평균	표준편차
광복로	6.604	1.8335
명동로	6.073	2.0345

[표 6] 간판의 상점선택 역할 조사결과 (10점 만점기준)

순위	상점 정보획득 경로	응답빈도	
		광복로	명동로
1	길을 걷다 간판을 보고	46	52
2	가족 또는 친구를 통해서	26	29
3	인터넷의 지역정보를 검색해서	20	16
4/5	TV, 라디오를 보고	5	2
5/4	신문, 잡지, 전단지 보고	4	3
6	기타	3	1

[표 7] 상점의 정보획득 경로 조사결과

3.5. 가로공간의 시각환경에 대한 만족도 결과

두 대상지역의 거리에 따른 보행자의 평가에 있어서 차이를 알아보기 위해 ANOVA 분석을 실시하였다. 독립변인은 두 대상지역이며, 종속변인은 심미성, 쾌적성(amenity), 통일성, 조화성, 상징성(Symbolism)을 표현하는 형용사쌍 7가지를 이용하여 가로공간의 시각환경 만족도에 대한 태도를 조사한 결과, 가로공간에 대한 시각환경의 만족도가 명동로에 비해 광복로가 심미성, 쾌적성, 조화성에서 모두 유의미하게 높게 나타나고 있음을 알 수 있다.($p < 0.001$) 오직 상징성의 부분에서 지역성의 경우 명동로가 광복로에 비해 지역성의 평가가 높게 나타나고 있음을 알 수 있다.($p < 0.003$) 독창성의 경우 두 지역의 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 따라서 두 지역 중 광복로가 명동에 비해 가로공간의 시각환경의 만족도가 높은 것으로 고찰 검토되었다.

변인	지역	평균	표준편차	평균 제곱	F	유의확률
아름다운/추한	광복로	2.816	0.590	8.563	17.581	0.000
	명동로	3.223	0.791			
쾌적한/불쾌한	광복로	2.796	0.797	31.850	47.162	0.000
	명동로	3.583	0.846			
정돈된/복잡한	광복로	3.126	1.073	31.850	47.708	0.000
	명동로	4.117	0.983			
통일감이 있는/통일감이 없는	광복로	3.495	0.917	30.296	41.294	0.000
	명동로	4.262	0.792			
조화로운	광복로	3.456	0.947	19.883	22.173	0.000
	명동로	4.078	0.947			
독특한	광복로	3.097	1.005	0.951	0.869	0.352
	명동로	3.233	1.086			
지역성을 반영한	광복로	3.534	0.968	0.175	16.147	0.002
	명동로	3.476	1.203			

[표 8] 광복로와 명동거리의 집단 간 가로경관에 대한 시각환경의 만족도 분산분석 결과 (유의확률 $p < 0.05$)



[그림 7] 광복로와 명동거리의 가로공간에 대한 시각환경 만족도 결과

3.6. 간판의 시각요소에 대한 만족도 결과

두 대상지역의 거리에 따른 보행자의 간판의 시각요소에 대한 만족도에 있어서 차이를 알아보기 위해 분산분석을 실시하였다. 독립변인은 두 대상지역이며, 종속변인은 가로공간에 대한 시내부적 시각요소와 외부적 시각요소를 정량적 요인, 정성적 요인의 17가지 항목을 통해서 간판의 시각요소에 대한 만족도를 알아본 결과가, 정성적 요인에서 명동로에 비해 광복로가 유사성, 단순성, 정연성, 건축물 외벽색과의 조화에서 모두 유의미한 긍정적인 결과를 알 수 있었다.($p < 0.05$) 정량적 요인에서 간판의 크기정도, 간판색채의 자극정도, 사용된 색상 수, 점포당 간판 수, 한 건축물에 부착된 간판 수, 간판 종류에서 명동로가 광복로에 비해 모두 유의미한 평가가 높게 나타나고 있음을 알 수 있다. ($p < 0.05$) 그러나 간판 표기요소의 크기의 항목에서는 유의미한 결과가 나오지 않았다.($p < 0.05$) 따라서 정량적 요인의 긍정적인 결과는 명동로에 비해 광복로의 간판들이 그룹핑의 법칙이 적용되어 간판들의 통일성과 건축물과 간판들과의 관계에서 조화를 이루고 있는 것으로 고찰할 수 있었다. 정성적 요인에서 크기, 색채의 자극정도, 사용된 색 수, 점포당 간판 수 등 물리적인 요소들이 광복로에 비해 명동로가 높게 나타난 것은 광복로의 경우 2007년 간판개선사업을 통해서 크기와 간판의 개수를 규제하였기 때문에 물리적인 요소가 낮게 측정된 결과라 볼 수 있다. 따라서 두 지역 중 광복로가 명동에 비해 간판의 시각요소의 만족도가 높은 것으로 고찰 검토되었다.

변인	지역	평균	표준 편차	평균 제곱	F	유의 확률	
정성적 요인	형태의 유사성	광복로	2.77	1.031	4.369	4.324	0.039
		명동로	2.48	0.979			
	색채의 유사성	광복로	2.47	0.855	8.160	10.141	0.002
		명동로	2.07	0.937			
	크기의 유사성	광복로	2.61	1.031	11.184	10.902	0.001
		명동로	2.15	0.994			
	간판형태의 단순성	광복로	2.92	0.976	6.291	6.596	0.011
		명동로	2.57	0.977			
	간판 부착의 정연성	광복로	2.41	0.964	16.898	21.140	0.000
		명동로	1.83	0.818			
건축물색과의 조화	광복로	2.78	0.928	7.010	7.825	0.006	
	명동로	2.41	0.964				
정량적 요인	간판의 크기정도	광복로	3.34	0.587	7.383	19.325	0.000
		명동로	3.72	0.648			
	간판색채의 자극정도	광복로	3.25	0.837	6.291	9.160	0.003
		명동로	3.60	0.821			
	간판에 사용된 색상 수	광복로	3.55	0.737	2.568	4.623	0.033
		명동로	3.78	0.753			
	표기요소의 크기	광복로	3.39	0.598	0.820	1.988	0.160
		명동로	3.51	0.684			
	점포당 간판 수	광복로	3.80	0.632	2.568	5.102	0.025
		명동로	4.02	0.779			
건물 당 간판 수	광복로	3.65	0.622	5.286	11.939	0.001	
	명동로	3.97	0.707				
건물 당 간판의 종류	광복로	2.63	0.886	8.563	11.355	0.001	
	명동로	2.22	0.851				

[표 9] 간판디자인 구성요소의 속성 (유의확률 p<0.05)



[그림 8] 두 대상지역의 간판 시각요소에 대한 정량적인 만족도



[그림 9] 두 대상지역의 간판 시각요소에 대한 정성적요인 만족도

3.7. 간판의 정보전달 효과에 대한 만족도 결과

간판의 정보전달 효과에 대한 만족도 조사결과, 간판의 정보효과, 간판 색채와 상점의 업종 이미지와의 부합, 상점 표기요소의 적절성, 상점의 위치 파악의 용이성, 상점 선택 시 간판의 이용정도에 대해 광복로가 명동로에 비해서 비교적 높게 나타났지만, 광복로와 명동로의 유의미적인 차이가 나타나지 않았다. (p<0.05)

변인	지역	평균	표준 편차	평균제곱	F	유의확률
간판의 정보효과	광복로	3.12	0.732	0.238	0.369	0.544
	명동로	3.05	0.867			
간판 색채와 업종 이미지의 부합	광복로	2.93	0.832	0.121	0.124	0.725
	명동로	2.88	1.123			
상점 표기요소의 적절성	광복로	2.93	0.866	2.350	2.558	0.111
	명동로	2.72	0.983			
상점의 위치 파악의 용이성	광복로	2.93	0.820	0.485	0.584	0.445
	명동로	3.03	0.792			
상점 선택 시 간판의 이용정도	광복로	3.42	0.823	1.752	2.061	0.153
	명동로	3.23	1.012			

[표 10] 광복로와 명동거리의 집단 간 간판의 정보전달의 만족도 분산분석 결과 (유의확률 p<0.05)



[그림 10] 광복로와 명동거리의 집단 간 간판의 정보 전달의 만족도 평균

4. 요인간의 관계분석 결과

4.1. 간판의 시각요소와 가로공간의 시각환경에 대한 심리요인간의 관계

가로공간의 시각환경의 만족도와 간판의 시각요소의 관계성을 파악하기 위하여 다중 선형 회귀분석을 실시하였다. 방법은 변인의 수가 많고 유의미한 변인을 탐색하는 것이 본 연구의 목적으로 7가지 종속 변인을 대상으로 단계선택(stepwise)방법을 선택하였다.

4.1.1. 가로공간의 시각환경 만족도에 영향을 미치는 간판 시각요소의 정성적 요인

심미성에 영향을 미치는 간판의 시각요소 중 정성적인 요인으로 건축물의 외벽색과의 조화와 색채의 유사성, 형태의 단순정도가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.(유의확률=0.000<0.05) 심미성은 3가지의 요인 중 건축물의 외벽색과 조화의 요인이 가장 큰 영향을 받으며, 외벽색의 조화와 간판 색채의 유사성의 경우는 긍정적 값이 커질수록 심미성이 증가하는 반면, 형태의 단순정도의 경우에는 간판의 형태가 단순해질수록 심미성이 떨어지는 결과를 검토할 수 있다.

쾌적성에 영향을 미치는 간판의 시각요소 중 정성적인 요인으로 간판의 질서정연의 정도와 간판 크기의 유사성의 요인이 통계적으로 유의미한 것으로 조사되었다. 크기의 유사성이 쾌적성에 가장 높은 영향을 미치는 것으로 나타났으며 크기가 유사할수록, 건축물에 부착된 간판의 질서정연한 정도가 높을수록 쾌적성의 지수가 증가하는 것이 검토되었다.

통일성에 영향을 미치는 간판의 시각요소 중 정성적인 요인으로는 건축물에 부착된 간판의 질서정연의 정도와 색채 유사성, 건축물 외벽색과 간판색의 조화가 통계적으로 유의미한 것으로 조사되었다. 통일성에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 건축물에 부착된 간

판들의 질서정연의 정도로 조사되었으며, 질서정연의 정도와 색채의 유사성, 건축물 외벽색과 간판색의 조화의 요인들이 긍정적일수록 통일성이 높아지는 것이 검토되었다.

조화성에 영향을 미치는 간판의 정성적인 시각요소 요인으로는 건축물에 부착되는 간판들의 질서정연의 정도와 크기의 유사성이 통계적으로 유의미하게 나타났다.(유의확률=0.000<0.05) 조화성에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로는 건축물에 부착된 간판의 질서정연의 정도로 나타났으며, 간판이 질서정연할수록, 간판의 크기가 유사할수록 조화성이 높게 나타나는 결과가 검토되었다.

독창성에 영향을 미치는 간판의 정성적인 시각요소 요인으로 간판 형태의 단순정도가 조사되었으며, 형태 단순정도가 높을수록 독창성이 떨어지는 결과가 나타났다.

지역성에 영향을 미치는 간판의 정성적인 시각요소 요인으로 건축물 외벽색과 간판색의 조화로 통계적으로 유의미한 결과로 조사되었다. 건축물 외벽색과 간판색의 조화가 높을수록 지역성이 증가하는 결과를 보인다.

4.1.2. 가로공간의 만족도에 영향을 미치는 간판 시각요소의 정량적 요인

심미성에 영향을 미치는 간판의 시각요소 중 정량적인 요인으로는 건축물에 부착되는 간판의 종류와 건축물에 부착되는 간판의 수가 통계적으로 유의미한 것으로 조사되었다.(유의확률=0.000<0.05) 심미성에 영향을 미치는 2가지의 정량적 요인 중 간판에 부착된 간판 수의 요인이 가장 큰 영향을 받으며, 간판의 수가 많아질수록, 간판의 종류가 증가할수록 심미성이 떨어지는 결과를 보인다.

쾌적성에 영향을 미치는 간판의 시각요소 중 정량적인 요인으로 건축물에 부착된 간판의 수가 유의미하게 나왔으며 건축물에 부착된 간판의 수량이 적을수록 쾌적성이 높아지는 결과를 알 수 있었다.

통일성에 영향을 미치는 간판의 시각요소 중 정량적인 요인으로는 간판에 사용되는 색상의 수가 통계적인 유의미한 결과로 조사되었으며, 간판에 사용되는 색상의 수가 적을수록 통일성이 높아지는 결과를 알 수 있었다.

조화성에 영향을 미치는 간판의 정량적인 시각요소 요인으로는 건축물에 부착되는 간판의 종류와 부착된 간판의 수의 요인이 유의미한 결과로 나타났으며, 간판의 종류가 많아질수록, 건축물에 부착되는 간판의

수가 증가할수록 조화성에 부정적인 결과로 검토되었다.

독창성에 영향을 미치는 간판의 정량적인 시각요소의 요인으로 건축물에 붙은 간판의 종류의 정도로 조사되었으며 유의미한 결과로 나타났다. 간판의 종류의 정도가 높을수록 독창성이 증가하는 결과를 보이는 것으로 검토되었다.

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	R 제곱	F 변화량
		B	표준 오차					
심미성	외벽색조화	0.24	0.05	0.32	4.60	0.000	0.33	6.15
	간판종류	-0.13	0.06	-0.16	-2.17	0.031		
	간판수	-0.19	0.07	-0.18	-2.81	0.006		
	색채유사성	0.14	0.05	0.18	2.78	0.006		
	형태 단순정도	-0.11	0.04	-0.15	-2.48	0.014		
쾌적성	간판배치의 정연성	0.22	0.07	0.23	3.10	0.002	0.28	7.27
	크기유사성	0.24	0.06	0.27	3.84	0.000		
	간판수	-0.24	0.09	-0.18	-2.70	0.008		
정연성	간판배치의 정연성	0.29	0.09	0.24	3.26	0.001	0.32	11.78
	간판종류	-0.30	0.09	-0.23	-3.50	0.001		
	크기유사성	0.26	0.08	0.23	3.43	0.001		
통일성	간판배치의 정연성	0.30	0.07	0.30	4.46	0.000	0.40	6.69
	색채유사성	0.24	0.06	0.23	3.84	0.000		
	색상수	-0.23	0.07	-0.19	-3.19	0.002		
	외벽색조화	0.16	0.06	0.16	2.59	0.010		
조화성	간판배치의 정연성	0.31	0.08	0.29	4.03	0.000	0.38	5.76
	간판종류	-0.24	0.07	-0.21	-3.23	0.001		
	간판수	-0.22	0.09	-0.15	-2.44	0.015		
	크기유사성	0.15	0.06	0.16	2.40	0.017		
독창성	간판종류	0.33	0.08	0.28	4.09	0.000	0.09	5.67
	형태 단순정도	-0.17	0.07	-0.16	-2.38	0.018		
지역성	외벽색조화	0.31	0.08	0.28	4.12	0.000	0.08	16.99

[표 11] 다중회귀분석 결과 (유의확률 $p=0.000<0.05$)

4.2. 간판의 시각요소와 정보전달의 만족도에 대한 심리요인간의 관계

4.2.1 가로공간에서 간판의 정보전달 만족도에 영향을 미치는 간판 시각요소의 정성적 요인

간판의 정보효과에 영향을 미치는 간판의 시각요소 중 정성적인 요인으로 건축물에 부착된 간판배치의 정연성에 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.(유의확

률=0.000<0.05) 간판배치의 정연성이 커질수록 정보의 효과도 높아짐을 알 수 있다. 간판 색채와 업종 이미지의 부합정도에 영향을 미치는 시각요소 중 정성적인 요인으로 간판배치의 정연성과 건축물 외벽색과의 조화가 통계적으로 유의미한 결과로 나타났다. 간판배치의 정연성이 가장 높게 나타났고, 건축물 외벽색과의 조화는 높게 나타날수록 간판 색채와 업종 이미지의 부합 정도가 높게 나타난다는 결과가 검토되었다. 상점 표기요소의 간결성에 영향을 미치는 정성적 요인으로 간판의 형태가 단순해질수록 상점 표기요소가 간결성의 높아진다는 통계적으로 유의한 결과로 조사되었다. 상점위치 파악의 용이성에 영향을 미치는 요인으로 건축물 외벽색과 조화의 요인이 통계적으로 유의미한 결과로 나타났다. 건축물 외벽색과 조화를 이룰수록 상점의 위치파악이 쉽다는 결과를 알 수 있다. 상점의 선택시 간판의 이용정도에 영향을 미치는 간판 시각요소의 요인으로도 건축물 외벽색과의 조화로 나타났다. 간판색이 건축물 외벽색과 조화를 이룰수록 보행자들의 거리의 상점을 선택하는 확률이 높아지는 것을 검토할 수 있었다.

4.2.2 가로공간에서 간판의 정보전달 만족도에 영향을 미치는 간판 시각요소의 정량적 요인

간판의 정보효과에 영향을 미치는 간판의 시각요소 중 정량적인 요인으로 간판 색채의 자극정도가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 간판의 색채가 자극적일수록 간판에서 유용한 정보를 얻지 못한다는 결과가 검토되었다. 상점 표기요소의 적절성에 영향을 미치는 요인으로 건축물에 부착된 간판의 종류가 유의미한 결과로 조사되었다. 건축물에 부착된 간판의 종류가 다양해질수록 간판에서 상점표기요소의 간결성은 낮아지는 결과를 알 수 있다.

종속변인	독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	R 제곱	F 변화량
		B	표준 오차					
간판의 정보효과	간판배치의 정연성	0.22	0.06	0.25	3.74	0.000	0.06	13.95
간판 색채와 업종 이미지의 부합	간판배치의 정연성	0.27	0.08	0.26	3.40	0.001	0.15	6.10
	외벽색 조화	0.21	0.08	0.20	2.73	0.007		
	색채자극 정도	-0.19	0.08	-0.17	-2.47	0.014		

상점 표기요소의 간결성	간판종류	-0.28	-0.07	-0.26	-3.85	0.000	0.10	4.69
	형태단순 정도	0.14	0.07	0.15	2.16	0.032		
상점위치 파악의 용이성	외벽색 조화	0.23	0.06	0.25	3.64	0.000	0.06	13.27
상점 선택 시 간판의 이용정도	외벽색 조화	0.29	0.06	0.30	4.55	0.000	0.09	20.68

[표 12] 다중회귀분석 결과 (유의확률 $p=0.000<0.05$)

5. 결론

두 대상지역의 간판에 대한 전반적인 만족도에 관한 조사결과 명동로에 비해 광복로가 긍정적인 평가를 받는 것으로 나타났다.

간판의 정보전달 역할에 대한 조사결과 광복로와 명동로 두 지역의 보행자들은 대부분 '길을 걷다 간판을 보고' 상점을 선택하는 것으로 조사되었다. 가족 또는 친구를 통해서 상점의 정보를 얻는 경우와 최근 인터넷의 지역검색을 이용하여 상점의 정보를 획득하는 것으로 조사되었다. 상점을 선택할 때 간판의 광고역할에 대하여 60%이상으로 조사되었다. 이러한 결과는 광고매체 중 간판매체의 비중이 절반이상이며, TV, 라디오, 지면광고 등 매체의 광고효과가 점차 떨어지는 것으로 조사되었다. 따라서 광고매체 중 간판과 인터넷 지역정보의 광고매체가 효과가 가장 높은 것을 알 수 있었다.

두 대상지역의 가로공간의 시각환경 만족도에 대한 태도를 조사한 결과, 가로공간에 대한 시각환경의 만족도가 명동로에 비해 광복로가 심미성, 쾌적성, 조화성에서 모두 유의미하게 높게 나타나고 있음을 알 수 있다. 오직 상징성의 부분에서 지역성의 경우 명동로가 광복로에 비해 지역성의 평가가 높게 나타나고 있음을 알 수 있다. 따라서 두 지역 중 광복로가 명동에 비해 가로공간의 시각환경의 만족도가 높은 것으로 고찰 검토되었다.

두 대상지역의 거리에 따른 보행자의 간판의 시각요소에 대한 만족도에 있어서 정성적 요인에서 명동로에 비해 광복로가 유사성, 단순성, 정연성, 건축물 외벽색과의 조화에서 모두 긍정적인 결과를 알 수 있었다. 정량적 요인에서 간판의 크기정도, 간판색채의 자극정도, 사용된 색상 수, 점포당 간판 수, 한 건축물에 부착된 간판 수, 간판 종류에서 명동로가 광복로에 비해 평가가 높게 나타나고 있음을 알 수 있다. 따라서 정량적 요인의 긍정적인 결과는 명동로에 비해 광복로의 간판들이 그룹핑의 법칙이 적용되어 간판들의 통일성과 건축물과 간판들과의 관계에서 조화

를 이루고 있는 것으로 고찰할 수 있었다. 정성적 요인에서 크기, 색채의 자극정도, 사용된 색 수, 점포당 간판 수등 물리적인 요소들이 광복로에 비해 명동로가 높게 나타난 것은 광복로의 경우 2007년 간판개선 사업을 통해서 크기와 간판의 개수를 규제하였기 때문에 물리적인 요소가 낮게 측정된 결과라 볼 수 있으며, 명동로의 경우 간판개선사업이 이루어지지 않은 지역이라 정량적요소부분의 규제와 통일성과 조화의 수준이 떨어진다고 볼 수 있다. 따라서 두 지역 중 광복로가 명동에 비해 간판의 시각요소의 만족도가 높은 것을 알 수 있었다.

간판의 시각요소가 가로공간의 시각환경에 어떠한 영향의 관계에 대한 조사 결과, 간판의 시각요소 중 정성적인 요인으로 크기의 유사성의 요소는 시각환경의 쾌적성과 조화성에 긍정적인 영향을 주고 있는 것으로 나타났다. 색채의 유사성의 요소는 심미성과 통일성에 관하여 색채가 유사할수록 심미성과 통일성이 높아지는 것으로 평가되었다. 형태의 단순정도의 요소로는 심미성, 독창성으로 형태가 단순해지면 심미성과 독창성이 떨어지는 것이 검토되었다.

간판의 정연성에서 쾌적성, 조화성이 높은 수치를 기록했다. 간판의 정연성이 높아질수록 쾌적함과 조화로우이 증가된다.

건축물의 외벽색과의 조화의 요소에서 시각환경의 심미성, 통일성, 지역성에 긍정적인 영향을 주는 것으로 조사되었다. 건축물의 외벽색과 조화를 이룰수록 심미성, 통일성, 지역성이 증가하는 것을 알 수 있었다.

간판의 시각요소 중 정량적인 요인으로 건축물에 부착되는 간판의 종류의 요소에서 종류가 많을수록 심미성과 조화성이 떨어지지만, 독창성은 증가하는 것을 검토할 수 있었다. 한 건축물에 부착되는 간판의 수의 요소는 간판의 수가 증가할수록 심미성, 쾌적성, 조화성에 부정적인 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 간판에 사용된 색상 수의 요소는 통일성에 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 사용되는 색상의 수가 많을수록 통일성이 떨어지는 것을 알 수 있었다.

간판의 정보전달의 만족도에 영향을 미치는 정성적 요인으로 건축물에 부착된 간판배치의 정연성은 간판의 정보효과와 간판색채와 업종이미지의 부합정도에 긍정적인 영향을 주는 것으로 검토되었다. 건축물의 외벽색과 간판색의 조화의 요인은 간판색채와 업종이미지의 부합정도와 상점위치 파악의 용이성, 상점 선택 시 간판의 이용정도에서 모두 긍정적으로 영향을 주는 것으로 나타났다. 간판의 단순성 요인은 상점 표기요소의 간결성에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

간판의 정보전달의 만족도에 영향을 미치는 정량적 요인으로 간판색채의 자극정도의 요인이 간판의 정보효과에 부정적으로 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 건축물에 부착된 간판의 종류가 다양해질수록 간판에서 상점표기요소의 간결성에 부정적인 영향을 미치고 있음을 파악할 수 있었다.

본 연구는 간판의 시각요소를 내적요소와 외적요소로 나누고 정량적 요소와 정성적 요소를 통해서 두 곳의 상업지역을 대상으로 간판의 1차적인 목적이라 할 수 있는 정보전달의 효과와 2차적인 목적인 가로공간의 시각환경의 만족도를 실증적 조사에 의의가 있으리라 생각된다. 하지만 이번 연구의 조사대상의 수가 제한되어있는 한계점이 있다. 향후 이러한 연구 결과를 바탕으로 간판의 형태에 따른 인지효과 및 구체적인 시각요소에 따른 시각환경과 정보전달에 대한 연구가 계속 진행되어야 할 것이다.

참고문헌

- Robert L. Solso. (2000). 시각심리학. 시그마 프레스
- 리처드 D. 자키아. (2007). 시지각과 이미지, 안그라픽스.
- 리처드 D. 자키아. (2007). 조형의 원리, 안그라픽스.
- 류승희. (1995). 옥외광고 디자인전략. 조형사.
- 이학식, 김영. (2001). SPSS 10.0 매뉴얼:통계분석방법 및 해설. 法文社.
- 최창화. (2008). 국내은행 간판디자인의 환경변호에 따른 시각적 분석연구 : 1960년대 이후를 중심으로, 한양대학교 대학원,
- 노화동. (2008). 정부주도형 '간판정비사업'에 관한 연구 : 디자인 가이드라인 개선방안을 중심으로, 경원대 디자인문화정보대학원,
- 손경주. (2006). 기성상업지 옥외광고물 개선을 위한 정비방안, 서울대 대학원, 2006
- 이선애. (2001). 도시간판디자인의 현황과 그 환경적 영향에 관한 연구,
- 한석인. (2005). 도시미관을 고려한 간판디자인에 관한 연구, 제주대학교 석사논문,
- 김영배. (1988). 도시 건축물과 외부간판의 조화에 관한 연구, 단국대 대학원,
- 배현진. (1999). 가로변 건축물의 광고물 및 간판의 시지각적 평가 방법에 관한 연구, 연세대 대학원,
- 이지혜. (1999). 상업지역 옥외간판의 의식조사 연구 : 명동, 압구정동, 분당의 간판을 중심으로, 숙명여대 대학원,
- 심미영 ;안병진 ;이진호. 옥외간판의 시각적 요소가 소비자 가치판단에 미치는 영향 :부산 4개 지역의 유흥업소 간판을 중심으로, 디자인學研究 제17권 제2호 통권56호
- 배현진 ;박영기. (1997) 가로변 건축물과 광고·간판류를 중심으로 한 가로경관 평가에 관한 연구, 大韓建築學會論文集 : 129('99.7)
- 이정교, 이예승, 강미성, 구은연. (2004). 옥외광고물 분류체계에 관한 연구 :국내외 분류사례를 중심으로, 옥외광고학연구 : 한국옥외광고학회 연구논문집. 제1권 제2호 (2004. 가을)