

A Study on a Signage Improvement Project and the Suitability of Place Context

Yoonchul Shin¹, Younjoon Lee^{2*}

¹Department of Visual Communication Design, Graduate School, Hongik University, Seoul, Korea

²Department of Visual Communication Design, Hongik University, Seoul, Korea

Abstract

Background Since 2004, there have been active efforts to remove illegal signboards, which have been scattered randomly, and to pursue signage improvement projects that use LED signboards. This project was carried out with the aim of harmonizing billboards with their surroundings and reflecting the characteristics of the region, but because of globalization and merchandising, the problems of uniformity and lack of identity are continuously being raised. Through the survey, we distinguish the places that should be pursued or avoided and investigate the causes that influence the suitability of the place context of the signage improvement projects. This study is aimed at providing guidance in the selection of the projects sites which will be proceeded.

Methods To accomplish the purpose, questionnaires were composed of 27 pairs of landscape adjectives derived from the theoretical background, 12 items of contextual elements, and 4 items of the general characteristics of research subjects. The study sites selected were a main street in Gangnam and a street in Bukchon, where the signage improvement project was completed in a different context; 224 pedestrians (117 people in Gangnam and 107 people in Bukchon) were selected and randomly surveyed.

Results First, a significant difference was found in suitability between the context factors of the main street in Gangnam with the context characteristics of “modern, high, splendid, etc.”; also, the suitability of a signage improvement project in Gangnam was significantly higher than that of such a project in the street in Bukchon. It is also believed that a signage improvement project is suitable for all context factors, so Gangnam is classified as a place where a signage improvement project should be pursued. In the place of these contexts, images of prosperity and uniformity have a positive effect on the suitability of a signage improvement project, while images of artificiality have a negative effect.

Second, in the street in Bukchon, which has the context characteristics of being “traditional, low, simple, etc.,” the suitability of a signage improvement project was analyzed as being relatively lower than of such a project in the main street in Gangnam. The physical context factors are shown as partial inadequacies, and the non-physical context factors are all inadequate. Thus, the streets were classified as places where signage improvement projects should be avoided. In this place context, it appeared that the image of prosperity had a positive effect on the suitability of a signage improvement project, and images of artificiality and uniformity had a negative effect.

Conclusions In conclusion, it is necessary to investigate the context of place through image evaluation in the selection of the target site, based on the results of suitability of each place and the contextual image factors presented in the study. Then it will be helpful to solve the problems of uniformity and lack of identity; ultimately a future signage improvement project can be appropriately applied to the context of the place.

Keywords Signage Improvement Project, Place Context, Image Evaluation

* Corresponding author: Younjoon Lee (younjoonlee@gmail.com)

This paper was written based on the Master Dissertation Thesis in 2018.

Citation: Shin, Y., & Lee, Y. (2018). A Study on a Signage Improvement Project and the Suitability of Place Context. *Archives of Design Research*, 31(2), 97-115.

<http://dx.doi.org/10.15187/adr.2018.05.31.2.97>

Received :

Feb. 06. 2018

; Reviewed :

Mar. 25. 2018 ;

Accepted : Apr.

13. 2018

pISSN 1226-8046

eISSN 2288-2987

Copyright :

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted educational and non-commercial use, provided the original work is properly cited.

1. 서론

1. 1. 연구 배경 및 목적

간판은 기관, 상징 등에서 이름, 판매 상품을 사람들의 눈에 보이게 매달아 놓는 장치(시설물)로 상징의 위치를 알려주는 정보 전달의 기능을 하면서, 장소의 이미지 또는 지역민의 문화의 수준까지도 나타낼 수 있는 중요한 역할을 하고 있다 (Song, 2010).¹⁾ 국내에서는 2004년부터 무질서하게 난립해 있던 간판들을 정리하고 친환경 LED 간판을 지향하는 간판개선사업을 활발하게 진행해 왔다. 본 사업은 지역 특성을 고려하고 경관에 조화롭게 진행하여 간판 문화의 선진화 및 확산을 유도한다는 목적을 가지고 있다.

그러나 옥외광고센터에서 진행한 설문조사에 따르면 시민들은 사업 이후 개선된 간판은 너무 획일적이다 42.8%, 그렇지 않다 19.5%로 인식하는 것으로 나타났다 (Kim, 2014).²⁾ 이와 같은 문제점은 장소 간 맥락을 고려하지 않고 모든 장소에 획일적으로 시행되었음을 의미하며, 이로 인해 정체성 결여의 문제점이 야기하고 있다.

본 연구는 이러한 간판개선사업이 장소의 맥락, 즉 형성되어온 아비투스(habitus)³⁾에 적합한 사업 시행 대상지를 선정한다면 획일화 및 정체성 결여라는 문제점을 조금이나마 해결할 수 있을까라는 궁금증에서부터 시작되었다. 그러므로 본 연구에서는 현재 변화되고 있는 각 장소에서 형성된 아비투스(장소 맥락)와 간판개선사업 간의 적합성 조사를 진행하여 지향·지양해야 할 장소를 구분하고자 한다. 또한, 어떠한 원인(이미지 요인)이 간판개선사업과 장소 맥락의 적합성에 영향을 미치는지 조사함으로써, 간판 사업에 있어 가장 기초적인 대상지 선정에 도움을 주는 것을 목적으로 한다.

1. 2. 연구범위 및 방법

본 연구의 범위는 간판개선사업이 시행 완공된 장소 중 각 맥락이 다르다고 판단되는 강남대로와 북촌로 두 곳을 선정하였으며, 연구 대상지를 방문하여 장소 맥락을 직접 경험하고 있는 보행자를 무작위로 추출하여 설문 조사를 진행하였다. 그러나 본 연구의 대상지는 현 시점까지 진행된 간판개선사업에서 지향해온 LED를 사용한 디자인이 적용된 장소만을 선정하였으므로 추후 진행될 간판개선사업 디자인 표현과 사업 방식의 변화함에 따라서 간판개선사업 맥락의 적합성은 달라질 수 있다.

연구방법은 첫째, 선행연구를 통해 간판개선사업, 장소, 경관에 대해 고찰하였다. 둘째, 이를 통해 도출된 경관형용사 어휘와 맥락요소로 구성된 설문지를 통해 연구대상지의 이미지평가 및 간판개선사업의 장소 맥락 적합성을 조사하였다. 셋째, 분석 결과를 통해 장소 맥락에 적합·부적합한 장소를 구분하고 적합성에 영향을 미친 이미지 요인을 도출하고자 하였다.

2. 이론적 고찰

2. 1. 간판개선사업

서울시는 삶의 질과 도시 이미지를 높이기 위한 사회·문화적 측면, 혁신 주도형 경제 성장을 위한 경제적 측면, 지역 활성화 및 발전을 위한 정책·지역적 측면의 세 가지 추진배경으로 간판개선사업을 시작하였다 (Noh, 2008).⁴⁾

이 사업은 지역 특성에 맞고 심미성이 높은 사업을 진행하여 간판 문화의 선진화 및 확산을 유도하는 것을 목적으로 한다. 또한 반영구적인 수명과 전기사용료를 내는 간판보다 8-10배 절감할 수 있는 차분한 색감의 LED 간판을 지향하며 도시 경관과의 조화를 중점사항으로 두고 있다.

그러나 진행된 간판개선사업은 크게 두 가지 문제점으로 사업 목적에 미흡한 결과를 초래하였다. 첫째, 세계화로 인하여 선진국의 간판 문화 일부를 모방하려고 하는 모습을 보이고 있다. 이는 우리와 다른 맥락의 간판에 대한 획일화와 규격화를 야기할 수 있다 (Oh, 2017).⁵⁾ 둘째, '보여주기 식' 또는 '성과에 급급한' 사업을 진행하

1) Song, M. (2010). 서울시 간판디자인에 관한 의식 및 시각적 선호도 조사를 통한 개선방안 [Ideas for the Improvement of Signboards of Seoul City Through Surveying the Consciousness and Visual Preferences], Journal of the Korean Society Design Culture, 16(2), 274-284.

2) Kim, M. (2014, January). 국민 88.6%, 간판개선사업 긍정적으로 느껴. Retrieved from http://blog.naver.com/pop_sign/140205733715

3) habitus란, 사회화 과정을 거치는 동안에 개인이 획득하게 되는 영구적인 하나의 성향체계이다.

4) Noh, H. (2008). 정부주도형 '간판정비사업'에 관한 연구 [A Study on Signboard of Repair Business from The Lead of Government:Focused on Improvement Plans of Design Guideline], Kyungwon University, 24-30.

5) Oh, C. (2017). 간판을 위한 나라는 없다 [There is no country for signs], 999archive.

여 지역적 특색을 알리지 못하고 당초 사업 취지와 달리 획일적 디자인에 의해 정체성이 불분명하게 나타난다 (Lee, & Hwang, 2015).⁶⁾ 정체성(identity)이란 맥거핀(macguffin)효과라 할 수 있다 (Oh, 2017).⁷⁾ 이와 같은 문제점으로 획일화 및 정체성 결여에 대한 문제 제기는 끊이지 않고 있다. 즉 이러한 반응은 장소 간 맥락을 고려하지 않고 획일적으로 진행되어 불분명한 정체성을 나타내고 있다는 것을 의미한다.

2. 2. 장소정체성

장소란 ‘어떤 일이 이루어지거나 일어나는 곳’으로써, 공간을 경험하며 가치와 의미를 부여하게 됨에 따라 장소가 된다(Kim, Kim, & Shim, 2005).⁸⁾ 이러한 장소의 정체성이란 어떠한 장소와 구별하여 인식 또는 회상할 수 있는 경우 발생하게 된다. 그러므로 장소정체성을 획득하기 위해 장소는 독특함과 선명함을 지녀야 하며, 장소 하나가 아닌 지리, 경관, 도시 등이 모두 관련되어 만들어 지는 것이다 (Lee, & Hwang, 1997).⁹⁾ 그러므로 간판개선사업의 획일화로 인해 정체성 결여라는 문제점이 나타난 간판들은 장소를 해석하는 관점에 따라 무장소성을 만드는 요소가 될 수도 또는 새로운 정체성을 만들며 구성되는 요소가 될 수 있다.

(1) 실존주의적 관점

하이데거의 실존주의와 현상학에 영향을 받은 지리학자 렐프(Relph)는 획일화와 상품화된 가짜 장소의 생산으로 장소상실이 증대되어 진정성 있는 장소가 소멸되는 것을 우려하였다. 그러면서 현대의 장소에 대해 비진정성, 무장소성을 조장하는 매개체로 ‘매스커뮤니케이션, 대중문화, 대기업, 중앙집권화, 경제체제’라 지목하였다 (Kim, Kim, & Shim, 2005).¹⁰⁾

렐프의 주장에서, 간판개선사업의 새롭게 정비된 간판은 무장소성의 원인에 포함되어 획일화, 상품화 등을 야기하는 물리적 요소로 해석할 수 있다.

(2) 구성주의적 관점과 통합적 관점

그러나 지식은 습득되기보다 구성된다고 가정하는 구성주의적 관점에서의 대표적인 인물 매시(Massey)는 장소란 고정되지 않으며 항상 ‘되기(becoming)의 과정’이라 말하며, 절대적인(고유한) 정체성을 가질 수 없고 장소의 시·공간 맥락에 맞추어 변화, 구성할 수 있는 곳이라 주장한다 (Hwang, 2011).¹¹⁾ 구성주의적 관점에서 간판개선사업의 간판은 새로운 정체성을 생성하며 변화·구성될 수 있는 물리적 요소가 된다.

실존주의, 구성주의적 관점은 이론적으로 대립되기 때문에 어느 한 장소가 부정적인 의미(무장소성의 원인, 고유성의 존재 비판)로 나타나 본 논문 취지에 적합하지 못한 부분이 있다.

그러므로 본 연구에서는 구성주의적 관점의 ‘되어가는 것로서의 장소’와 실존주의적 관점의 ‘내적 관성으로 인한 아비투스적 형성’을 수용한 장소에 대한 도비(Dovey)의 이론을 기반으로 장소를 해석하였다. 도비는 아비투스의 원칙은 아상블라주 코드(as codes of the assemblage)로 ‘건물, 나무, 자동차, 도보, 사람, 간판 등’은 거리가 되기 위해 하나가 되고 이것들의 연결이 곧 장소를 만드는 것이므로 모든 장소는 아상블라주¹²⁾라 주장하였다 (Dovey, 2010).¹³⁾

즉, 장소는 결국 사람과 환경의 집합체이며 끊임없이 변화·구성되지만 사람과 환경의 상호작용을 통해 장소의 아비투스를 형성한다는 것이다.

2. 3. 장소 맥락요소 및 경관형용사

형성되어온 아비투스(장소 맥락)를 조사하기 위한 요소 도출을 위해 맥락 관련 선행연구와 경관형용사를 활용한 이미지평가를 진행한 선행연구들을 살펴보았다. 그 결과, 맥락 요소는 자연, 인공, 건축, 도시적 요소 및 연상, 관념, 인위, 행위적 요소 등으로 나타나고 있었다(Table 1 참조). 본 논문에서는 크게 물리·비물리적 맥락요소로 분류하여 이용하고자 한다.

6) Lee, Y., & Hwang, I. (2015, November 4). 주먹구구 대구 간판정비,보여주기식 일회성 사업 도시디자인 실종 Retrieve from <http://www.yeongnam.com/mnews/newview.do?mode=newsView&newskey=20151104.010060731250001ey=20151104.010060731250001wsvview.do?mode=newsView&newskey=20151104.010060731250001>

7) Oh, C. (2017). 간판을 위한 나라는 없다 [There is no country for signs], 999archive. <http://www.yeongnam.com/mnews/newview.do?mode=newsView&newskey=20151104.010060731250001ey=20151104.010060731250001>

8) Kim, D., & Kim, H. & Shim, S. (2005). 장소와 장소상실, [Place and Placeless], London: Pion

9) Lee, S., & Hwang, K. (1997). 장소와 장소성의 다의적 개념에 관한 연구 [The Ambiguous Concepts of Place and Placeness], Journal of Korea Planning Association, 32(5), 169-184.

10) Kim, D., & Kim, H. & Shim, S. (2005). 장소와 장소상실, [Place and Placeless], London: Pion

11) Hwang, J. (2011). 장소성을 둘러싼 본질주의와 반본질주의적 이분법을 넘어서기 [Beyond the Essentialist vs. Anti-Essentialist Dichotomy on the Placeness: Focusing on a Debate with Harvey and Massey], Journal of Geography Education, 55(0), 55-66.

12) 아상블라주(assemblage)란, 수많은 다른 종류의 조건으로 구성되는 다양체이며 이것은 다양한 특성들을 가로질러 연결, 관계를 수립하는 것이다.

13) Dovey, K. (2010). becoming places. Abingdon: Routledge.

Table 1 Preliminary Study on Context Elements

연구자	맥락 요소 구분				
홍선표 (2013)	인공적	건축적	스케일, 크기, 비례, 색채, 재료, 형상, 배치, 파사드, 장식, 지면과의 관계		물리적
		도시적	건물, 도로, 오픈스페이스, 시설물		
	자연적	지형·지세, 기후, 경관, 스카이라인, 주변색채, 주변재료			
신하림 (2012)	인공적	기억과 이미지, 역사성, 시대성, 전통성, 지역성, 연속성, 사회·문화성, 개방성, 법규조건			비물리적
		건물의 규모·입면, 건물의 용도, 상호(간판), 가로시설물·예술요소			
	쇼핑, 놀이, 여가, 문화, 체험, 만남			비물리적	
이재원 (2004)	유형적	1차적	수직적	가로변 건축물의 용도, 상호, 마감, 높이, 간판	물리적
			수평적	바닥의 포장정도, 바닥높이, 바닥색채, 확장	
	무형적	자연적	장기	빛, 동식물의 식생장, 계절의 변환	비물리적
			단기	비, 눈, 이슬, 바람	
			인위적	행정, 경제, 역사, 문화	
			행위적	사람의 행위, 자동차의 움직임	
윤현숙 (2007)	인공적	도시공간에서의 위치, 주변 건물이나 개방된 공간과의 관계, 주변 건물의 형태(스케일, 매스와 볼륨, 스카이라인, 파사드, 외부마감재료, 색조, 장식)			물리적
	자연적	시대, 지형, 풍경, 주변 경관, 천연의 재료			
	연상적	주변공간의 성격, 시대성, 기억과 이미지			비물리적
	관념적	장소성, 역사성, 시대정신			

경관형용사를 활용하여 이미지평가를 진행한 선행 연구는 Table 2와 같이 정리할 수 있다.

Table 2 Preliminary Study on Image Evaluation

연구자	년도	논문명
정달균	2014	도시 상업가로의 경관이미지와 선호도와의 인과관계 분석
주신하, 임승빈	2017	도시경관 분석을 위한 경관형용사 선정 및 적용 연구
선헌령	2011	한국 현대건축물의 경관이미지와 선호요인 분석
금기정 외	2010	구조방정식을 이용한 상업지구 보행가로의 경관 이미지 분석
김윤희	2010	가로경관이미지와 간판 밀도와의 상관관계에 관한 연구
김세희	2007	보행자의 가로 이미지에 의한 보행가로 경관 특성 분석
김동찬 외	2012	서울북촌 가로경관의 시각적 이미지 특성에 관한 연구
권윤구, 임승빈	2009	장소성 평가를 위한 장소성형용사 도출 및 적용에 관한 연구
김지혜 외	2009	가로경관 이미지 평가구조 분석에 관한 연구

도시 경관, 건축물, 보행가로 등에 대해 이미지평가를 진행한 다양한 선행 연구들에서 활용된 164개의 경관형용사 쌍을 도출하였다. 본 연구에서 불필요한 요소를 제외 후 경관형용사를 활용하였다.

3. 연구 설계

3. 1. 연구가설 및 모형

본 논문에서는 장소 간 맥락 차이를 고려하지 않고 획일적으로 진행된 간판개선사업에 대한 장소 맥락 적합성 조사와 적합성에 영향을 미친 원인(이미지 요인)을 파악하기 위해 다음과 같은 가설과 연구모형(Figure 1 참조)을 도출하였다.

- 가설1. 이미지 요인은 간판개선사업과 각 물리적 맥락요소 적합성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설2. 이미지 요인은 간판개선사업과 각 비물리적 맥락요소 적합성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

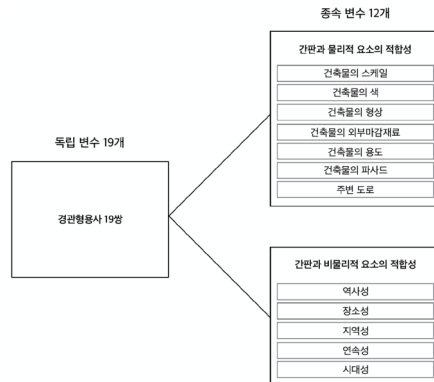


Figure 1 Research Model

3. 2. 연구 대상지 선정

연구대상지는 각 맥락이 다르지만 간판개선사업이 완공된 강남대로와 북촌로를 선정하였다. 간판개선사업의 시행구간과 사업 개요는 아래와 같다.

(1) 강남대로 르네상스거리 조성사업 개요

강남대로 르네상스거리 조성사업은 2009년에 시행되었으며, 젊음과 화려함을 상징하는 강남대로에 리듬의 이미지를 접목하고자 하였다. 또한 4개의 구역으로 나누어 각 디자인업체를 달리하여 진행함으로써 디자인 변화를 주었으며 LED 조명 권장하고 규격을 통일시켰다(Table 3 참조).

Table 3 Overview of Renaissance Street Signage Improvement Project

사업구간	강남대로(강남역~교보타워사거리)
규모	195개 점포
소요예산	4억 4850만원
시공업체	모스트디자인(A구역), 인테크코리아(B구역), 흥익애드넷(C구역), 예일 토털사인(D구역) 및 서초구

(2) 북촌로 간판이 아름다운 거리 사업 개요

북촌로 '간판이 아름다운 거리' 조성사업은 2014년에 시행되었으며, 전통 장소의 연결도로인 북촌로의 지역 특성을 반영하여 한글 간판 위주로 사업을 추진하였다. 거리의 특색을 살려 개성 있고 아름답게 개선시켜 관광객들이 오가는 거리의 품격을 높이고 LED 간판으로 교체하여 에너지 절감을 통한 실용성을 확대하여 추진되었다(Table 4 참조).

Table 4 Overview of Bukchon Street Signage Improvement Project

사업구간	율곡로 59~북촌로 5-1, 율곡로 67~북촌로 14-1
규모	50개 업소
소요예산	업소 당 250만원
시공업체	자율협의기구인 '간판개선 주민위원회' 및 종로구

3. 3. 설문조사 개요

(1) 설문조사 방법

간판개선사업의 장소 맥락 적합성에 관한 조사를 위해 각 연구대상지 현장을 직접 경험하고 있는 보행자를 대상으로 장소에 대한 이미지 평가 및 적합성 관련 설문조사를 실시하였다.

본조사에 앞서, 사전검사를 통해 선행 연구를 통해 구성된 설문지 문항에서 불필요한 문항을 제외시키고 문항의 이해도를 높일 수 있도록 수정하여 본 조사를 진행하였다.

본조사는 2017년 11월 2일부터 11월 7일까지 6일간(각 3일) 오전 11시부터 오후 7시까지 진행되었으며, 사전 검사를 거친 설문지를 장소를 직접 경험하고 있는 보행자 224명(강남대로 117명, 북촌로 107명)을 무작위로 추출하여 배포하였다. 또한 설문에 응할 시 충분한 사전 설명을 실시하였다.

(2) 설문 문항의 구성

설문지는 장소에 대한 보행자의 이미지 인식 파악을 위한 이미지 평가 27개 문항과 간판개선사업의 장소 맥락 적합성 조사를 위한 물리·비물리적 맥락요소 12개 문항, 연구대상자 일반적 특성 4문항으로 총 43개 문항으로 구성하였다.

① 경관형용사 관련 선행연구

앞서 설명한 이미지평가 관련 선행 연구를 통해 도출된 164개의 경관형용사 쌍에 대하여 중복되는 어휘를 통합시키고 각 장소의 다른 맥락을 파악하기에 불필요한 자연 관련 형용사(공기가 좋은, 나무가 많은 등)와 심미성 관련 형용사(아름다운, 멋있는)를 배제하였다. 또한 다른 맥락을 나타낼 수 있는 경관형용사를 선정하기 위해 디자인계열 석사 이상 30명을 대상으로 예비조사를 실시하여 강남대로와 북촌로의 경관이미지 평가에 적합한 27개의 경관형용사 쌍을 선정하였다.

Table 5 Final Selected Landscape Adjectives

1	활기있는-침체된	15	단순한-복잡한
2	오래된-새로운	16	고정된-변화있는
3	편안한-긴장된	17	막혀있는-트여있는
4	운치없는-운치있는	18	특별한-보편적인
5	다양한-획일적인	19	허전한-빡빡한
6	독특한-평범한	20	지역성을 반영한-지역성을 반영하지 못한
7	부드러운-딱딱한	21	자연적인-인공적인
8	낮은-높은	22	소박한-화려한
9	따뜻한-차가운	23	편리한-불편한
10	워요된-열린	24	정겨운-식막한
11	시원한-답답한	25	발전이 없는-발전한
12	정적인-동적인	26	전통적인-현대적인
13	조용한-시끄러운	27	교통량이 적은-교통량이 많은
14	한적한-번화한		

② 적합성 조사

앞서 설명한 맥락요소 관련 선행연구(Table 1 참조)를 통해 도출된 87개의 맥락요소 중 중복되는 요소를 통합시키고 본 연구의 한계가 있는 자연적, 행위적, 법규 조건 등을 배제하여 최종적으로 Table 6의 12가지 맥락 요소를 선정하였다.

Table 6 Final Selected Contextual Elements

물리적 맥락요소	스케일	장소의 건축물 크기, 규모
	색	장소의 건축물 색상
	형상	장소의 건축물 외적 형상
	외부마감재료	장소의 건축물 재료
	용도	장소의 건축물 용도
	파사드	장소의 건축물 정면
	주변 도로	장소의 주변 도로
비물리적 맥락요소	역사성	장소의 고유한 역사적인 성질
	장소성	장소의 직접 경험에 의해 형성되는 인식
	지역성	장소의 독특한 재료 및 분위기
	연속성	장소의 연속적인 특징
	시대성	현 시대 장소의 특유한 성격

3. 4. 자료 분석 방법

본 조사에서 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 20.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 분석을 위해 사용한 통계방법은 다음과 같다.

첫째, 연구대상자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위해 빈도와 백분율을 산출하였다.

둘째, 타당성 있는 문항을 선정하기 위하여 직각 회전방식(Varimax Rotation)을 사용하여 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였으며, 측정도구의 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's alpha계수를 산출하였다.

셋째, 장소에 따른 경관 이미지 차이를 알아보기 위하여 독립표본 t-test를 실시하였다.

넷째, 장소에 따른 간판개선사업과 물리적·비물리적 맥락요소 적합성의 차이를 알아보기 위하여 상관관계 분석(Pearson's Correlation Analysis)을 실시하였다.

다섯째, 경관 이미지 요인이 간판개선사업과 장소 맥락의 적합성에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀 분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

4. 연구 결과

4. 1. 연구대상자 일반적 특성

연구대상자의 특성은 강남대로 117명(52.2%), 북촌로 107(47.8)명으로 나타났으며, 성별은 남자 104명(46%), 여자 120명(53.6%)로 나타났다. 연령층은 20대(152명, 67.9%), 30대(44명, 19.6%), 10대(24명, 10.7%) 순으로 나타났다. 연구 대상자들의 직업은 학생(118명, 52.7%), 회원(50명, 22.3%), 기타(30명, 13.4%) 순으로 나타났다.

4. 2. 요인분석

요인분석의 결과에 따라 고유치가 1이상인 3개의 요인이 도출되었으며, 누적 분산 설명력은 66.261%로 나타났다. 요인적재량이 0.5 이하인 항목 8문항은 제외시켰으며, 요인별 Cronbach's alpha값을 이용한 신뢰성 분석 결과, 변화성 .928, 인위성 .887, 획일성 .769로 나타났다.

Table 7 Factor Analysis

변수	문항	요인 적재량	고유치 (분산 설명)	Cronbach's α
변화성	정적인-동적인	.758	6.006 (31.610)	.928
	발전이 없는-발전한	.738		
	오래된-새로운	.717		
	조용한-시끄러운	.693		
	한적한-번화한	.677		
	소박한-화려한	.677		
	허전한-빽빽한	.672		
	낮은-높은	.649		
	고정된-변화있는	.643		
	전통적인-현대적인	.638		
인위성	정겨운-삭막한	.689	4.383 (23.067)	.887
	부드러운-딱딱한	.661		
	특별한-보편적인	.638		
	편안한-긴장된	.638		
	따뜻한-차가운	.618		
	자연적인-인공적인	.617		
	교통량이 적은-교통량이 많은	.554		
획일성	다양한-획일적인	.874	2.201 (11.584)	.769
	독특한-평범한	.817		

Kaiser-Meyer-Olkin=.935, χ^2 =2950.216, p=.000, 전체 분산 : 66.261%

4. 3. 경관이미지

보행자들이 두 장소의 다른 경관 이미지(맥락)에 대해 느끼는 인식을 비교하기 위해 독립표본 t-test를 실시한 결과, 북촌로 이미지가 척도 값(M=4.0) 이상으로 강남대로와 동일하게 나타난 ‘교통량이 적은 교통량이 많은’, ‘허전한-빽빽한’, ‘발전이 없는-발전한’, ‘자연적인-인공적인’, ‘한적한-번화한’ 이미지를 제외한 이미지 인식 차이는 다음과 같다.

강남대로는 ‘현대적인, 높은, 화려한, 차가운, 긴장된, 새로운, 삭막한, 딱딱한, 시끄러운, 변화있는, 동적인, 보편적인, 평범한, 획일적인’ 맥락의 장소로 나타났으며, 북촌로는 ‘전통적인, 낮은, 소박한, 따뜻한, 편안한, 오래된, 정겨운, 부드러운, 조용한, 고정된, 정적인, 특별한, 독특한, 다양한’ 맥락의 장소로 나타났다.

Table 8 Landscape Image Difference

구분	강남대로 (n=117)		북촌로 (n=107)		t	p
	M	SD	M	SD		
오래된-새로운	5.27	1.53	2.79	1.63	11.784***	.000
편안한-긴장된	5.06	1.42	2.74	1.47	12.014***	.000
낮은-높은	5.89	1.39	2.62	1.55	16.656***	.000
따뜻한-차가운	5.36	1.29	2.85	1.30	14.477***	.000
정적인-동적인	5.47	1.59	3.76	1.61	8.001***	.000
조용한-시끄러운	6.05	1.39	3.86	1.80	10.219***	.000
한적한-번화한	6.34	1.17	4.01	1.76	11.794***	.000
교통량이 적은-교통량이 많은	6.64	.90	4.68	1.88	10.106***	.000
고정된-변화있는	5.30	1.56	3.52	1.68	8.190***	.000
허전한-빽빽한	6.27	1.06	4.37	1.71	10.084***	.000
자연적인-인공적인	6.30	1.09	4.07	1.71	11.741***	.000
소박한-화려한	6.13	1.21	3.08	1.67	15.719***	.000
정겨운-삭막한	5.10	1.37	2.88	1.62	11.121***	.000

전통적인-현대적인	6.43	.81	2.91	1.83	18.919***	.000
발전이 없는-발전한	5.96	1.40	4.24	1.51	8.822***	.000
다양한-획일적인	4.31	1.96	3.54	1.67	3.128**	.002
독특한-평범한	4.21	1.86	3.27	1.81	3.832***	.000
부드러운-딱딱한	5.32	1.51	3.20	1.56	10.372***	.000
특별한-보편적인	4.67	1.74	3.34	1.75	5.699***	.000

p<.01, * p<.001

4. 4. 적합성 분석

(1) 간판개선사업과 물리적 맥락요소 간의 적합성

두 장소에 대한 간판개선사업과 물리적 맥락요소 적합성 분석 결과에서 강남대로가 북촌로보다 모든 항목에서 적합성이 높게 나타나 유의미한 차이를 보였다.

- 강남대로: 모든 물리적 맥락요소와 간판개선사업의 적합성이 척도의 중간 값(M=2.50) 이상으로 나타나 적합하도에 가까운 인식을 가지고 있는 것으로 분석되었다.
- 북촌로: 강남대로에 비해 비교적 적합성이 낮게 분석되었지만 스케일, 색상, 형상, 용도, 주변도로에 대해 보행자들은 적합하도에 가깝게 인식하는 것으로 분석되었다. 그러나 건축물의 외부마감재료, 파사드와 간판개선사업의 적합성이 척도의 중간 값(M=2.50) 미만으로 부적합하도에 가까운 인식을 가지고 있는 것으로 분석되었다.

Table 9 Signage Improvement Business and Physical Context Factor for the Suitability

구분	강남대로 (n=117)		북촌로 (n=107)		t	p
	M	SD	M	SD		
스케일	3.58	1.04	3.10	1.02	3.466**	.001
색상	3.65	0.95	2.60	1.17	7.402***	.000
형상	3.53	1.07	2.67	1.11	5.867***	.000
외부마감재료	3.65	1.02	2.27	1.10	9.755***	.000
파사드	3.62	1.02	2.39	0.96	9.242***	.000
용도	3.56	1.05	2.85	0.99	5.173***	.000
주변 도로	3.49	0.97	2.86	1.08	4.587***	.000

p<.01, * p<.001

(2) 간판개선사업과 비물리적 맥락요소 간의 적합성

간판개선사업과 장소의 비물리적 맥락요소의 적합성 분석 결과에서 강남대로가 북촌로에 비해 모든 항목에서 적합성이 높게 나타나 유의미한 차이를 보였다.

- 강남대로: 간판개선사업과 장소의 비물리적 맥락요소 모든 항목에서 강남대로는 척도의 중간 값(M=2.50) 이상으로 비물리적 맥락요소에 간판개선사업이 적합하도에 가깝게 분석되었다.
- 북촌로: 모든 비물리적 맥락요소 항목에서 척도의 중간 값(M=2.50) 미만으로 북촌로의 모든 비물리적 맥락요소에 간판개선사업은 부적합하도에 가깝게 분석되었다.

Table 10 Signage Improvement Business and Non-physical Context Factor for the Suitability

구분	강남대로 (n=117)		북촌로 (n=107)		t	p
	M	SD	M	SD		
역사성	2.64	1.12	1.83	1.05	5.570***	.000
장소성	3.43	1.09	2.15	1.06	8.892***	.000
지역성	3.37	1.21	2.04	1.06	8.715***	.000
시대성	3.82	1.09	2.39	1.14	9.596***	.000
연속성	3.63	1.16	2.21	1.16	9.158***	.000

*** p<.001

4. 5. 가설검증

다중공선성의 여부를 파악하기 위하여 공차한계(Tolerance)와 분산팽창계수(Variance Inflation Factor:VIF)를 산출하였다. 산출된 공차한계(Tolerance)는 0.1이하, 분산팽창계수(VIF)의 경우 10이상이면 다중공선성이 있는 것으로 판단된다. 본 연구에서 공차한계(Tolerance) 0.412~0.884, 분산팽창계수(VIF) 1.131~2.425로 나타나 각 변인 간 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다.

(1) 가설1 검증

‘이미지 요인(변화성, 인위성, 획일성)은 간판개선사업과 물리적 맥락요소 간 적합성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’라는 가설1을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 스케일의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 스케일의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 13.9%로 나타났고, F값은 6.084($p<.05$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta=.291$, $p<.01$), 획일성($\beta=.282$, $p<.01$) 순으로 간판개선사업과 건축물 스케일 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 반면, 인위성($\beta=-.216$, $p<.05$)은 간판개선사업과 건축물 스케일의 적합성에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 스케일의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 2.3%로 나타났고, F값은 .801($p>.05$)로 통계적으로 유의하지 않은 결과를 나타냈다. 즉, 간판개선사업과 건축물 스케일의 적합성에 이미지 요인은 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다.

Table 11 The Effect of Image Factors on the Suitability of Signage Improvement Project and Building Scale

구분		B	SE	Beta	t	p	R ²	F
강남대로	변화성	.379	.123	.291	3.076**	.003	.139	6.084*
	인위성	-.289	.134	-.216	-2.159*	.033		
	획일성	.171	.056	.282	3.041**	.003		
북촌로	변화성	.100	.132	.104	.760	.449	.023	.801
	인위성	-.072	.141	-.078	-.512	.610		
	획일성	-.071	.075	-.108	-.949	.345		

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

이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 색상의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 색상의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 16.1%로 나타났고, F값은 7.214($p<.001$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta=.386$, $p<.001$), 획일성($\beta=.202$, $p<.05$) 순으로 간판개선사업과 건축물 색상의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 반면, 인위성($\beta=-.242$, $p<.05$)은 간판개선사업과 건축물 색상의 적합성에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 색상의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 9.6%로 나타났고, F값은 3.646($p<.05$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta=.335$, $p<.05$)은 간판개선사업과 건축물 색상의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

Table 12 The Influence of Image Factors on the Signage Improvement Project and the Suitability of the Color of the Building

구분		B	SE	Beta	t	p	R ²	F
강남대로	변화성	.458	.111	.386	4.142***	.000	.161	7.214***
	인위성	-.294	.120	-.242	-2.451*	.016		
	획일성	.111	.050	.202	2.203*	.030		
북촌로	변화성	.371	.146	.335	2.546*	.012	.096	3.646*
	인위성	-.042	.156	-.040	-.272	.786		
	획일성	.000	.083	.000	-.003	.997		

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

이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 외적형상의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 외적형상의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R²)은 18.4%로 나타났고, F값은 8.490(p<.001)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta=.365$, p<.001), 획일성($\beta=.290$, p<.01) 순으로 간판개선사업과 건축물 외적형상의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 반면, 인위성($\beta=-.210$, p<.05)은 간판개선사업과 건축물 외적형상의 적합성에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 외적형상의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R²)은 11.5%로 나타났고, F값은 4.459(p<.01)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta=.277$, p<.05)은 간판개선사업과 건축물 외적형상의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

Table 13 The Influence of Image Factors on Signage Improvement Project and the Suitability of External Forms of Building

구분		B	SE	Beta	t	p	R ²	F
강남대로	변화성	.488	.123	.365	3.964***	.000	.184	8.490***
	인위성	-.288	.134	-.210	-2.157*	.033		
	획일성	.180	.056	.290	3.207**	.002		
북촌로	변화성	.292	.137	.277	2.129*	.036	.115	4.459**
	인위성	-.092	.147	-.091	-.629	.531		
	획일성	-.026	.078	-.036	-.336	.737		

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

이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 외부마감재료의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 외부마감재료의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R²)은 9.6%로 나타났고, F값은 3.987(p<.05)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 획일성($\beta=.247$, p<.05), 변화성($\beta=.216$, p<.05) 순으로 간판개선사업과 건축물 외부마감재료의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 외부마감재료의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R²)은 34.7%로 나타났고, F값은 18.231(p<.001)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta=.779$, p<.001)은 간판개선사업과 건축물 외부마감재료의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 반면, 인위성($\beta=-.405$, p<.01)은 간판개선사업과 건축물 외부마감재료의 적합성에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

Table 14 The Influence of Image Factors on Signage Improvement Project and the Suitability of Exterior Finishing Materials

구분		B	SE	Beta	t	p	R ²	F
강남대로	변화성	.275	.123	.216	2.233*	.028	.096	3.987*
	인위성	-.131	.134	-.100	-.981	.329		
	획일성	.146	.056	.247	2.593*	.011		
북촌로	변화성	.806	.116	.779	6.971***	.000	.347	18.231***
	인위성	-.404	.124	-.405	-3.262**	.001		
	획일성	.013	.066	.019	.200	.842		

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

이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 파사드의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 파사드의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R²)은 14%로 나타났고, F값은 6.156(p<.01)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 획일성($\beta=.310$, p<.01), 변화성($\beta=.245$, p<.05) 순으로 간판개선사업과 건축물 파사드의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 반면 인위성($\beta=-.285$, p<.01)은 간판개선사업과 건축물 파사드의 적합성에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 파사드의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설

명력(R^2)은 19.9%로 나타났고, F값은 8.547($p < .001$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta = .463$, $p < .001$)은 간판개선사업과 건축물 파사드의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 반면, 획일성($\beta = -.220$, $p < .05$)은 간판개선사업과 건축물 파사드의 적합성에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

Table 15 The Influence of Image Factors on the Signage Improvement Project and the Suitability of Building Facade

구분		B	SE	Beta	t	p	R^2	F
강남대로	변화성	.311	.120	.245	2.598*	.011	.140	6.156**
	인위성	-.372	.130	-.285	-2.860**	.005		
	획일성	.182	.055	.310	3.342**	.001		
북촌로	변화성	.419	.112	.463	3.737***	.000	.199	8.547***
	인위성	-.147	.120	-.168	-1.227	.223		
	획일성	-.137	.064	-.220	-2.144*	.034		

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

이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 용도의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 용도의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 17.7%로 나타났고, F값은 8.078($p < .001$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta = .359$, $p < .001$), 획일성($\beta = .264$, $p < .01$), 순으로 간판개선사업과 건축물 용도의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 용도의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 10.1%로 나타났고, F값은 3.877($p < .05$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta = .292$, $p < .05$)은 간판개선사업과 건축물 용도의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

Table 16 The Influence of Image Factors on Signage Improvement Project and the Suitability of Building Use

구분		B	SE	Beta	t	p	R^2	F
강남대로	변화성	.469	.121	.359	3.886***	.000	.177	8.078***
	인위성	-.175	.131	-.131	-1.337	.184		
	획일성	.160	.055	.264	2.905**	.004		
북촌로	변화성	.273	.122	.292	2.228*	.028	.101	3.877*
	인위성	-.023	.131	-.026	-.175	.861		
	획일성	-.114	.070	-.178	-1.638	.105		

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

이미지 요인이 간판개선사업과 주변도로의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 주변도로의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 12.5%로 나타났고, F값은 5.380($p < .01$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta = .304$, $p < .01$), 획일성($\beta = .234$, $p < .05$), 순으로 간판개선사업과 건축물 주변도로의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 건축물 주변도로의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 7.4%로 나타났고, F값은 2.756($p < .05$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta = .378$, $p < .01$)은 간판개선사업과 건축물 주변도로의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

Table 17 The Influence of Image Factors on Signage Improvement Project and the Suitability of Nearby Roads

구분		B	SE	Beta	t	p	R^2	F
강남대로	변화성	.369	.115	.304	3.195**	.002	.125	5.380**
	인위성	-.211	.125	-.169	-1.681	.096		
	획일성	.131	.053	.234	2.498*	.014		

북촌로	변화성	.385	.135	.378	2.841**	.005	.074	2.756*
	인위성	-.243	.145	-.247	-1.674	.097		
	획일성	.044	.077	.063	.575	.567		

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

(2) 가설2 검증

‘이미지 요인(변화성, 인위성, 획일성)은 간판개선사업과 비물리적 맥락요소 간 적합성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다’라는 가설2를 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

이미지 요인이 간판개선사업과 역사성의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 역사성의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R²)은 4.6%로 나타났고, F값은 1.817(p>.05)로 통계적으로 유의하지 않은 결과를 나타냈다. 즉, 강남대로에서 이미지 요인은 간판개선사업과 역사성의 적합성에 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다.

다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 역사성의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R²)은 20.4%로 나타났고, F값은 8.803(p<.001)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성(β =.596, p<.001)은 간판개선사업과 역사성의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 하지만, 인위성(β =-.297, p<.05)은 간판개선사업과 역사성의 적합성에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

Table 18 The Influence of Image Factors on Signage Improvement Project and Historical Compatibility

구분		B	SE	Beta	t	p	R ²	F
강남대로	변화성	-.007	.139	-.005	-.048	.962	.046	1.817
	인위성	-.292	.151	-.203	-1.935	.056		
	획일성	.106	.063	.163	1.669	.098		
북촌로	변화성	.591	.122	.596	4.825***	.000	.204	8.803***
	인위성	-.284	.131	-.297	-2.166*	.033		
	획일성	.081	.070	.120	1.170	.245		

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

이미지 요인이 간판개선사업과 장소성의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 장소성의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R²)은 21.2%로 나타났고, F값은 10.112(p<.001)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 획일성(β =.398, p<.001), 변화성(β =.234, p<.05) 순으로 간판개선사업과 장소성의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 장소성의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R²)은 17.6%로 나타났고, F값은 7.328(p<.001)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성(β =.550, p<.001)은 간판개선사업과 장소성의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

Table 19 The Influence of Image Factors on Signage Improvement Project and the Suitability of Place Properties

구분		B	SE	Beta	t	p	R ²	F
강남대로	변화성	.317	.123	.234	2.591*	.011	.212	10.112***
	인위성	-.075	.133	-.054	-.561	.576		
	획일성	.250	.056	.398	4.474***	.000		
북촌로	변화성	.552	.126	.550	4.382***	.000	.176	7.328***
	인위성	-.254	.135	-.262	-1.884	.062		
	획일성	.024	.072	.035	.337	.737		

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

이미지 요인이 간판개선사업과 지역성의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 지역성의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 13.7%로 나타났고, F값은 5.975($p<.01$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 획일성($\beta=.344$, $p<.001$), 변화성($\beta=.203$, $p<.05$) 순으로 간판개선사업과 지역성의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 지역성의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 20.5%로 나타났고, F값은 8.858($p<.001$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta=.539$, $p<.001$)은 간판개선사업과 지역성의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

Table 20 The Influence of Image Factors on Signage Improvement Project and the Suitability of Locality

구분		B	SE	Beta	t	p	R^2	F
강남대로	변화성	.306	.143	.203	2.145*	.034	.137	5.975**
	인위성	-.278	.155	-.179	-1.792	.076		
	획일성	.240	.065	.344	3.701***	.000		
북촌로	변화성	.542	.124	.539	4.372***	.000	.205	8.858***
	인위성	-.171	.133	-.177	-1.292	.199		
	획일성	-.055	.070	-.080	-.779	.438		

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

이미지 요인이 간판개선사업과 시대성의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 시대성의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 20.3%로 나타났고, F값은 9.585($p<.001$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta=.337$, $p<.001$), 획일성($\beta=.329$, $p<.001$) 순으로 간판개선사업과 시대성의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 시대성의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 22%로 나타났고, F값은 9.682($p<.001$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta=.564$, $p<.001$)은 간판개선사업과 시대성의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

Table 21 The Influence of Image Factors on Signboard Improvement Project and the Suitability of Trend of Times

구분		B	SE	Beta	t	p	R^2	F
강남대로	변화성	.457	.123	.337	3.702***	.000	.203	9.585***
	인위성	-.164	.134	-.118	-1.224	.224		
	획일성	.207	.056	.329	3.688***	.000		
북촌로	변화성	.606	.131	.564	4.613***	.000	.220	9.682***
	인위성	-.178	.141	-.172	-1.266	.208		
	획일성	-.021	.075	-.029	-.286	.775		

*** $p<.001$

이미지 요인이 간판개선사업과 연속성의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 연속성의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 16.3%로 나타났고, F값은 7.357($p<.001$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 획일성($\beta=.332$, $p<.001$), 변화성($\beta=.285$, $p<.01$) 순으로 간판개선사업과 연속성의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 반면, 인위성($\beta=-.251$, $p<.05$)은 간판개선사업과 연속성의 적합성에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 연속성의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R^2)은 26.9%로 나타났고, F값은 12.630($p<.001$)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성($\beta=.668$, $p<.001$)은 간판개선사업과 연속성의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 반면, 인위성($\beta=-.416$, $p<.01$)은 간판개선사업과 연속성의 적합성에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

이미지 요인이 간판개선사업과 연속성의 적합성에 미치는 영향: 강남대로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 연속성의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R²)은 16.3%로 나타났고, F값은 7.357(p<.001)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 획일성(β =.332, p<.001), 변화성(β =.285, p<.01) 순으로 간판개선사업과 연속성의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 반면, 인위성(β =-.251, p<.05)은 간판개선사업과 연속성의 적합성에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

다음, 북촌로에서 이미지 요인이 간판개선사업과 연속성의 적합성에 미치는 영향에 대한 회귀모형의 설명력(R²)은 26.9%로 나타났고, F값은 12.630(p<.001)로 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 변화성(β =.668, p<.001)은 간판개선사업과 연속성의 적합성에 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 반면, 인위성(β =-.416, p<.01)은 간판개선사업과 연속성의 적합성에 부(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

Table 22 The Influence of Image Factors on Signage Improvement Project and the Suitability of Continuity

구분		B	SE	Beta	t	p	R ²	F
강남대로	변화성	.412	.135	.285	3.063**	.003	.163	7.357***
	인위성	-.372	.146	-.251	-2.549*	.012		
	획일성	.222	.061	.332	3.624***	.000		
북촌로	변화성	.730	.129	.668	5.644***	.000	.269	12.630***
	인위성	-.440	.139	-.416	-3.174**	.002		
	획일성	-.052	.073	-.069	-.702	.484		

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

위의 ‘이미지 요인이 간판개선사업과 장소 맥락 적합성에 미치는 영향’ 분석 결과들을 종합한 내용은 다음 Table 23과 같다.

Table 23 The Effect of Image Factors on Sign Improvement Project and the Site Context Suitability

물리적 맥락 요소	스케일	색상			외적형상			외부마감 재료			파사드			용도			주변도로				
이미지 요인	변화성	인위성	획일성	변화성	인위성	획일성	변화성	인위성	획일성	변화성	인위성	획일성	변화성	인위성	획일성	변화성	인위성	획일성			
강남대로	+	-	+	+	-	+	+	-	+	+	•	+	+	-	+	+	•	+	+	•	+
북촌로	•	•	•	+	•	•	+	•	•	+	-	•	+	•	-	+	•	•	+	•	•
비물리적 맥락요소	역사성			장소성			지역성			시대성			연속성								
이미지 요인	변화성	인위성	획일성	변화성	인위성	획일성	변화성	인위성	획일성	변화성	인위성	획일성	변화성	인위성	획일성						
강남대로	•	•	•	+	•	+	+	•	+	+	•	+	+	-	+						
북촌로	+	-	•	+	•	•	+	•	•	+	•	•	+	-	•						

(+) 긍정적 영향
 (-) 부정적 영향
 (•) 영향을 미치지 못함

5. 결론

본 연구는 각 장소의 맥락과 간판개선사업 간 적합성조사를 통해 지향·지향해야 할 장소를 구분하고 어떠한 이미지 요인이 적합성에 영향을 미치는지 조사하여 앞으로 있을 대상지 선정 시에 도움을 주기 위해 시작되었다. 연구대상지는 다른 맥락을 가진 강남대로, 북촌로 두 곳을 선정하였으며, 장소를 직접 경험하고 있는 보행자들을 대상으로 이미지평가 및 적합성 관련 설문조사를 통해 다음의 유의미한 결과를 도출하였다.



Figure 3
Gangnam Street: Signage Design



Figure 2
Bukchon Street: Signage Design

위의 Fig 2 와 Fig 3과 같이 두 장소 모두 현 간판개선사업이 지향하는 LED 재료를 사용한 디자인이 적용되었다. ‘현대적인, 높은, 화려한, 차가운, 긴장된, 새로운, 삭막한, 딱딱한, 시끄러운, 변화있는, 동적인, 보편적인, 평범한, 획일적인’ 맥락을 지닌 강남대로의 맥락요소(물리적 비물리적)와 간판개선사업 간 적합성이 북촌로 보다 모두 높게 인식되어 유의미한 결과로 나타났다. 또한 모든 항목이 척도의 중간 값(M=2.50) 이상으로 적합하다에 가깝게 인식하는 것으로 나타나, 강남대로의 맥락(형성되어온 아비투스)에 간판개선사업이 적합한 것으로 해석되어, 간판개선사업을 지향해야할 장소로 구분할 수 있다.



Figure 4
Gangnam Street: Building Facade



Figure 5
Gangnam Street Image

Fig 4와 Fig 5에서 보이듯이, 보행자들은 강남대로의 높은 건물, 유리 재질의 건축물 파사드, 건축물 색상 등에 의해 만들어진 맥락이 간판개선사업에 적합하다고 인식하는 것으로 판단된다.

위와 같은 맥락의 장소에서 변화성(동적인, 발전한 등)과 획일성(획일적인, 평범함)이미지가 높게 나타날수록 맥락요소와 간판개선사업 간 적합성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다만, 인위성(삭막한, 딱딱한 등) 이미지가 높게 나타나면 맥락요소(스케일, 색상, 외적형상, 파사드 및 연속성)와 간판개선사업 간 적합성에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

‘전통적인, 낮은, 소박한, 따뜻한, 편안한, 오래된, 정겨운, 부드러운, 조용한, 고정된, 정적인, 특별한, 독특한, 다양한’ 맥락의 장소인 북촌로는 맥락요소(물리적 비물리적)가 강남대로 보다 적합성이 비교적 낮게 분석되었지만, 물리적 맥락요소 중 ‘건축물 외부마감재료와 파사드’를 제외한 나머지 요소는 척도의 중간 값(M=2.50) 이상으로 적합하다는 인식에 가까운 것으로 나타났다. 그러나 모든 비물리적 맥락요소가 척도의 중간 값

(M=2.50) 미만으로 나타나 부적합하다는 인식에 가깝게 나타났기 때문에, 북촌로 맥락(형성되어온 아비투스)에 간판개선사업은 부적합하다고 가깝게 해석되어 간판개선사업을 지양해야 할 장소로 구분될 수 있다.



Figure 6
Bukchon Street: Building Facade



Figure 7
Bukchon Street Image

Fig 6과 Fig 7에서 보이듯이, 보행자들은 북촌로의 물리적 맥락요소인 벽돌(외부마감재료)로 이루어진 건축물 파사드와 낮은 건축물, 기와지붕, 전통가옥 등 주변환경 의해 만들어진 비물리적 맥락에 간판개선사업이 부적합하다고 인식하는 것으로 판단된다.

이와 같은 맥락의 장소에서 변화성(동적인, 발전한 등) 이미지가 높게 나타날수록 맥락요소와 적합성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다만, ‘인위성’과 ‘획일성’ 이미지가 높게 나타나면 맥락요소(인위성-건축물 외부마감재료 및 역사성, 연속성/ 획일성-건축물 파사드)와 간판개선사업 간 적합성에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이렇듯 본 연구에서는 맥락의 차이가 나타나는 두 연구대상지에 대해 ‘간판개선사업의 장소 맥락 적합성’ 결과를 바탕으로 간판개선사업을 지양 지양해야 할 장소로 구분하였다. 또한 어떠한 이미지 요인이 적합성에 영향을 미치는지에 대해서도 밝혔다.

그러므로 추후 진행될 간판개선사업이 장소 맥락에 적합하게 시행될 수 있도록, 대상지 선정 시 이미지 평가를 통하여 장소 맥락을 조사하고, 본 연구에서 제시된 다른 맥락을 가진 각 장소와의 적합성 결과를 토대로 대상지로 선정해도 될 장소인지 고려하여 판단하여야 한다. 또한 대상지에서 나타나는 이미지 요인(변화성, 인위성, 획일성)을 조사하여 대상지 선정을 고려한다면, 장소 맥락에 적합한 사업으로 한 단계 발전할 수 있을 것이라 생각한다. 이 발전은 끊임없이 제기되는 획일화 및 정체성 결여라는 문제점 해결에 도움이 될 것이다.

또한 더 많은 물리적 맥락요소와의 적합성을 조사 할 수도 있었지만, 본 연구는 대상지에 직접 방문하여 설문조사를 진행하는 방식으로 도출된 맥락요소들 중 ‘자연적 맥락요소, 도시적 맥락요소(도로를 제외한 스카이라인 등), 법규조건 요소 등’은 설문지 한계가 있어 항목 선정 과정에서 제외할 수밖에 없었던 한계점이 있었다. 그러므로 추후 진행될 연구에서는 시간적 변수를 고려하고 장소의 다양한 맥락요소와의 적합성 조사를 심화 진행하고자 한다.

References

1. Choi, Y. (2016, April 16). 공간·장소에 대한 새로운 차원을 펼치다. [가만하 당신] 도린 매시. Hankookilbo. Retrieve from <http://hankookilbo.com/v/7689c5eead7f438f8762e3b4a45ea5b6>.
2. Dovey, K. (2010). *Becoming places*. Abingdon: Routledge.
3. Gwon, Y. (2013). 도시 가로 의 장소성 형성 구조와 의미: 혼합연구방법을 통한 인사동과 대학로 연구 [The formation structure and meaning of the sense of place on urban streets : research on Insa-dong and Daehak-ro within the framework of mixed-methods]. Seoul National University, Seoul, Korea.
4. Gwon, Y., & Im, S. (2014). 장소성 평가를 위한 장소성형용사 도출 및 적용에 관한 연구 [A Study on the Formation and Application of S pray for Place Evaluation], *In Proceedings of the Korean Institute of Landscape Architecture Conference*. Korean Institute of Landscape Architecture (pp.50-54).
5. Hong, S. (2013). 도시맥락을 위한 건축입면의 인지요소 순위 결정 및 비교:청주시 상업지역 가로를 중심으로 [Determination and Comparison of Cognitive Priority for Building Elevation within Urban Context :Focused on Commercial District Streets in Cheong-ju]. Chungbuk National University, Cheong-ju, Korea.
6. Hwang, J. (2011). 장소성을 둘러싼 본질주의와 반본질주의적 이분법을 넘어서기 [Beyond the Essentialist vs. Anti-Essentialist Dichotomy on the Placeness: Focusing on a Debate with Harvey and Massey].

- Journal of Geography Education*, 55(0), 55-66.
7. Ju, S., & Lim, S. (2003). 도시경관 분석을 위한 경관형용사 선정 및 적용 연구 [Selection and Application of Landscape Adjectives for Urban Landscape Analysis]. In *Proceedings of the Korean Institute of Landscape Architecture Spring Conference*, 65-68
 8. Kim, D., Kim, H., & Shim, S. (2005). *장소와 장소상실, [Place and Placeless]*. London: Pion
 9. Kim, D., Kim, S., & Kim, M. (2012). 서울북촌 가로경관의 시각적 이미지 특성에 관한 연구-삼청동 35번지, 가회동 31, 11번지를 중심으로- [A Study on the Image Characteristics of Visual Perception in Bukchon-streetscape-Focusing on the Samchung-dong 35, Gahoe-dong 31, Gahoe-dong 11 -]. *Journal of Korean Traditional Landscape Architecture*, 30(2), 110-118.
 10. Kim, S. (2007). 보행자의 가로 이미지에 의한 보행가로 경관 특성 분석 : 서울시 보행환경기본계획 사업 가로를 대상으로 [A Study on the Characteristics of Streetscape : focused on the Streets of Seoul Pedestrian Master Plan Project]. Hanyang university, Seoul, Korea.
 11. Kim, J., Lee, M., & Jun, B. (2009). 가로경관의 이미지 평가구조 분석에 관한 연구 [A Study on Analysis of Evaluation Structure on Streetscape Image - Focused on Samcheongdong-gil in Seoul -]. *Journal of Korea Planning Association*, 44(1), 273-286.
 12. Kim, M. (2014, January). 국민 88.6%, 간판개선사업 긍정적으로 느껴. Retrieved from http://blog.naver.com/pop_sign/140205733715.
 13. Kim, Y. (2006). 가로경관이미지와 간판밀도와의 상관관계에 관한 연구 [A Study on the correlation between a streetscape image and a signboard density]. Ulsan university, Ulsan, Korea.
 14. Kum, K., Jang, H., Son, S., & Hwang, Y. (2010). 구조방정식을 이용한 상업지구 보행가로의 경관 이미지 분석 [Analysis of Pedestrian-Streetscape Image in Commercial District Using Structural Equation Model]. *Journal of Korea Planning Association*, 45(4), 97-109.
 15. Lee, S., & Hwang, K. (1997). 장소와 장소성의 다의적 개념에 관한 연구 [The Ambiguous Concepts of Place and Placeness]. *Journal of Korea Planning Association*, 32(5), 169-184.
 16. Lee, Y., & Hwang, I. (2015, November 4). 주먹구구 대구 간판정비,보여주기식 일회성 사업 도시디자인 실종. Retrieve from <http://www.yeongnam.com/mnews/newsview.do?mode=newsView&newskey=20151104.010060731250001>.
 17. Noh, H. (2008). 정부주도형 '간판정비사업'에 관한 연구 [A Study on Signboard of Repair Business from The Lead of Government: Focused on Improvement Plans of Design Guideline]. Kyungwon University, Seongnam, Korea.
 18. Oh, C. (2017). *간판을 위한 나라는 없다 [There is no country for signs]*. 999archive.
 19. Popsign. (2010, March). *간판개선사업 최근 사례: 서울시 서초구, 경기도 김포시*. Retrieved from http://www.popsign.co.kr/index_medi_a_view.php?BRD=1&NUM=234.
 20. Rhee, J. (2004) 가로경관의 이미지 평가에 관한 연구 [A Study on the image evaluation of Street Landscape: Focused on an Analysis of Psychological and Physical Factors which Creates a Busy Street]. *Archives of Design Research*, 17(2), 135-146.
 21. Shin, H. (2012). 보행가로의 시각적 연속성 분석-청주 성안길을 대상으로 [Visual Sequence Analysis of Pedestrian-mall: Focused on Seong-An mall in Cheong-ju City]. Chungbuk National University, Cheong-ju, Korea.
 22. Song, M. (2009). 韓·日 비교분석을 통한 간판디자인 개선방안에 관한 연구 : 양국의 수도를 중심으로 [A study on the improvement plan of signage design through comparison analysis of Korea and Japan: focused on the capital of two nations]. Sungkyunkwan University, Korea.
 23. Song, M. (2010). 서울시 간판디자인에 관한 의식 및 시각적 선호도 조사를 통한 개선방안 [Ideas for the Improvement of Signboards of Seoul City Through Surveying the Consciousness and Visual Preferences]. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 16(2), 274-284.
 24. Sun, H. (2011). 한국 현대건축물의 경관이미지와 선호요인 분석 : 서울특별시 건축상 수상작을 중심으로 [Analysis of landscape image and preferences factor in Korea contemporary architecture: focused on Seoul city architectural awards winner]. Graduate School of Engineering, Hanyang University, Korea.
 25. Yoon, J. (2014, December 18). 북촌로 한글간판 개선 완료. Retrieve from <http://www.sijung.co.kr/news/articleView.html?idxno=96169>.
 26. Yun, H. (2007). 장 누벨 작품 공간의 맥락적 특성에 관한 연구 [A Study on the Contextual special quality in Jean Nouvel's projects]. Kookmin University Graduate School of Techno Design, Seoul, Korea.

간판개선사업의 장소 맥락 적합성에 관한 연구

신윤철¹, 이연준^{2*}

¹홍익대학교 대학원, 시각디자인과, 서울, 대한민국

²홍익대학교 시각디자인과, 서울, 대한민국

초록

연구배경 2004년부터 무질서하게 난립하여 있던 불법 간판을 일제 정리하고 LED 간판 사용을 지향하는 간판 개선사업이 활발히 시행되고 있다. 이 사업은 경관과의 조화, 지역특성 반영을 목적으로 진행되었지만 세계화·상품화 등의 이유로 획일화와 정체성 결여의 문제점이 지속적으로 제기되고 있는 실정이다. 이에 조사를 통해 지향·지양해야 할 장소를 구분하고 어떠한 이미지 요인이 간판개선사업의 장소 맥락 적합성에 영향을 미치는지 조사함으로써, 앞으로 진행될 간판개선사업 대상지 선정에 도움을 주는 것을 목적으로 한다.

연구방법 이론적 배경에서 도출된 경관형용사 관련 27문항, 맥락요소 관련 12문항, 연구대상자 일반적 특성 4문항으로 설문지를 구성하여 조사를 실시하였다. 연구대상지는 각 맥락이 다르지만 간판개선사업이 완공된 강남대로와 북촌로를 선정하였으며 각 장소를 직접 경험하고 있는 보행자 224명(강남대로 117명, 북촌로 107명)을 무작위 추출하여 설문조사를 진행하였다.

연구결과 첫째, ‘현대적인, 높은, 화려한 등’의 맥락을 지닌 강남대로의 맥락요소와 간판개선사업 간 적합성이 북촌로 보다 모두 높게 나타나 유의미한 차이를 보였다. 또한 모든 맥락요소에 간판개선사업이 적합하다에 가깝게 인식하는 것으로 나타나 간판개선사업을 지양해야 할 장소로 구분되었다. 이러한 맥락의 장소에서 변화성, 획일성 이미지는 간판개선사업의 적합성에 정(+)의 영향을 미치며, 인위성 이미지는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, ‘전통적인, 낮은, 소박한 등’의 맥락을 지닌 북촌로는 맥락요소가 강남대로보다 간판개선사업의 적합성이 비교적 낮게 분석되었다. 물리적 맥락요소는 부분 부적합, 비물리적 맥락요소는 모두 부적합하다에 가깝게 나타나 간판개선사업을 지양해야 할 장소로 구분되었다. 이러한 맥락의 장소에서 변화성 이미지는 간판개선사업의 적합성에 정(+)의 영향을 미치며, 인위성, 획일성 이미지는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

결론 추후 진행될 간판개선사업이 장소 맥락에 적합하게 시행될 수 있도록, 대상지 선정 시 이미지 평가를 통해 장소 맥락을 조사하고 본 연구에서 제시된 다른 맥락을 가진 각 장소와의 적합성 결과와 장소의 이미지 요인을 토대로 대상지를 선정한다면 획일화 및 정체성 결여라는 문제점 해결에 도움이 될 것이다.

주제어 간판개선사업, 장소 맥락, 이미지 평가

*교신저자 : 이연준 (younjoonlee@gmail.com)

본 연구는 2018년 석사학위논문을 바탕으로 작성되었습니다.