

공공장소의 쉬운 길찾기를 위한 실내디자인요소의 적용에 대한 기초조사연구

- 대규모 상업몰을 중심으로

A Survey on an Application of Interior Treatments for Easy Way-finding in Public Spaces

- focused on large-scale Mall

정지석

인제대학교 디자인연구소

박해경

인제대학교 디자인대학

Jeong, Ji-Seok

Institute of Design, IJU

Park, Hey-Kyung

College of Design, IJU

• Key words: Wayfinding, Interior Treatments

1. 서론

현대 사회를 살아가는 사람들은 넘쳐나는 디지털 정보 및 시각정보 속에서 살아가고 있다. 많은 자극적인 정보들로 인하여 자극이 되어야 할 부분에 대해서는 강조가 되지 않아서 실제로 필요한 위급상황(재난 및 필요에 의한 길찾기)에서 역할을 하지 못하고 있는 실정이다.

따라서 대부분의 생활이 이루어지고 있는 실내에서의 필요에 의해서 쉽게 목적지를 찾을 수 있는 실내디자인요소를 적절하게 구성함으로써, 혼잡을 예방하고, 길찾기의 어려움으로 인한 경제적 및 시간의 손실을 줄이는 것이 이 연구의 최종 목적이다.

이 연구의 진행을 위해서 대표적인 혼잡지역으로써는 코엑스몰의 8개 테마 거리 이 사례대상지역을 중심으로 혼잡의 원인인 인테리어디자인요소의 구성에 따른 아이덴티티 그리고 색채의 구성에 대하여 조사 · 분석을 실시하여 쉬운 길찾기를 위한 인테리어디자인 요소의 기초 데이터를 만들 것이다.

2. 길찾기의 일반적 사항

2-1. 길찾기의 개념

일반적으로 길찾기라 함은 특정 출발지에서 특정한 목적지를 찾아가는 것으로서 심리적인 의미와 행태적 의미를 함께 포함한다. 즉 길찾기는 목적지를 찾아가는 행위 자체뿐만 아니라 그 행위를 하는 과정에서 나타나는 환경정보를 인지하고 판단하며 검토하는 심리적 과정을 포괄하는 것이다.

길찾기의 개념은 방향감과 비슷하지만 방향감이 공간상에서 환경지각을 통해 공간의 인지와 관련된 것에 비해 길찾기는 방향감을 포함하는 것으로 목적지를 찾아가기 위해 문제해결의 반복되는 과정으로 정의한다. 즉, 출발지에서 목적지를 찾아가기 위해 해결해야 할 문제들, 환경을 지각하고 판단하며 행동하는 절차가 반복되는 것 자체를 길찾기라고 정의하고 있다 (R. Passini, 1985)¹⁾.

행태적 측면의 길찾기는 4 종류로 구분되는데 두 점간의 위치이동, 행동의 목적인 것과, 다른 행동 목적 때문에 위치를 이동하는 것, 이동프로세스를 행동의 목적으로 하는 것, 흐름이 정해진 것 등으로 구분된다.

심리적 측면의 길찾기는 인간의 인지·지각과정과 관련된다.

인간이 환경정보를 받아들이는 데는 환경에서 직접적으로 지각된 감각정보뿐만 아니라 사람의 기억이나 환경에 대한 지식 그리고 일반적인 과거의 지식이 관여하게 된다. 이는 환경정보의 지각과 인지, 두개의 다른 절차를 구분하고 각각을 환경과 경험으로부터 정보를 얻는 방법으로 구분하게끔 한다.

길찾기 의사결정과정에서 영향을 미치는 것은 감각정보, 기억정보, 추론정보로 감각정보는 지각할 수 있는 환경으로부터 직접적으로 얻어질 수 있는 정보를 말한다.

[표 2-1] 길찾기와 관련된 환경요인(Weisman)

항목	내용
평면구성	평면체계에서의 논리성과 질서는 위계적인 공간구성과 중심성, 대칭성을 내포한 평면 공간상에서 다른 공간을 바라볼 수 있는 정도를 의미
시각적 접근성	각 공간을 서로 구분되게끔 표현→ 자신이 위치하고 있는 공간을 파악
건축적 이질성	공간자체의 규모나 형태의 변화 등 고정적 요소의 이질적 처리에 의해서 식별성 즉 독특한 이미지를 부여 것
안내표시체계	일정범위에서 상호간의 방향과 위치를 제공하는 가장 경제적인 방법으로 고려

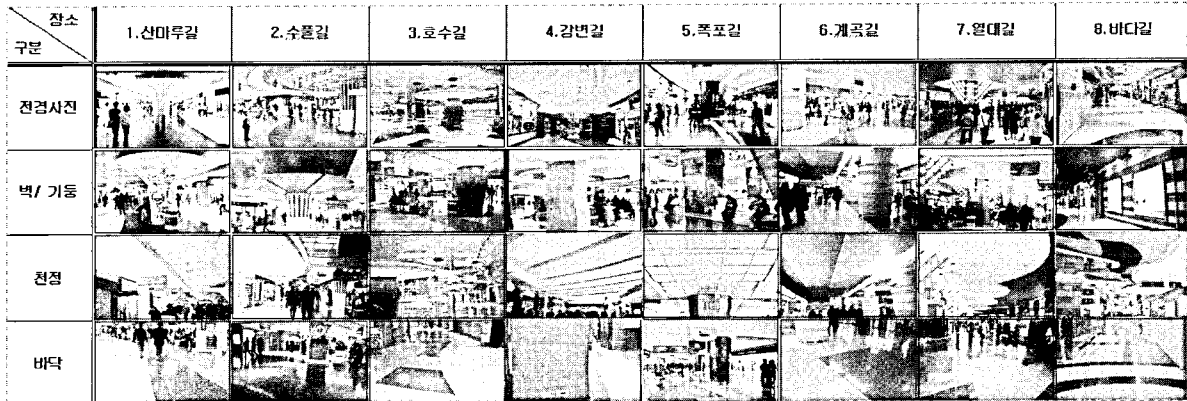
2-2. 관련연구

길찾기와 관련된 최근의 연구들을 구분하면 크게 두 가지 관점에서 진행되고 있다. 첫 번째 관점은 공간구조와 길찾기의 문제를 결부시켜 연구 분석된 것으로, 만들어지기 전에 미리 고려되어야 하는 디자인 원칙(design principle)의 추출에 초점을 맞추는 것이다. 두 번째 관점은 길찾기에 영향을 미치는 환경요인들의 관계를 밝히는 연구로 지금까지의 연구는 사인시스템에 초점을 맞추어 진행되어 오고 있다. 그러나 일반인들을 대상으로 한 여러 연구에서는 사인체계 뿐만 아니라 공간내부의 시설물들에서도 힌트를 얻는다는 결과를 보여줌으로써 길찾기에 영향을 미치는 환경요인이 용도와 목적에 따라 다양하게 나타남을 지적하고 있다. 그러므로 본 연구는 일반인들에게 큰 영향을 미치는 공공환경에 대한 광범위한 연구와 체계적인 연구의 초기 단계에 대한 예비조사로서 지하공간에서의 길찾기 환경요인에 의해 보행자가 어떠한 반응을 보이는 지에 대한 사례연구이다. 이 연구를 통하여 환경요인 중의 하나인 실내공간요소의 개략적인 중요도를 살펴볼 수 있어 추후에 공공장소의 쉬운 길찾기를 위한 환경요인의 구성에 도움이 될 수 있을 것이다.

3. 사례조사 및 결과

1) Romedi Passini, *Wayfinding in Architecture*, Van Nostrand Reinhold, 1985

[표 3-1] 코엑스몰 내부의 8개의 테마길



3-1. 사례 대상의 선정

사례대상지는 현재 가장 큰 지하 상업몰의 하나인 코엑스몰을 선정하였으며 그 중에서 8개의 테마 길을 선정하였다. 선정이유는 시각적인 자극이 끊임없이 주어지고, 평면형태의 변화와 재료와 색깔의 선택이 테마에 의해 다양하기 때문이다.

3-2. 사례조사

사례조사의 일반적 사항은 다음과 같다.

[표 3-2] 조사의 일반사항

내 용	
장소	서울특별시 소재 코엑스몰의 8개의 테마길
시간	2005년 2월 1일 화요일 오후2:00~오후5:00
대상	코엑스몰에서 만난 일반인 82명

3-2. 조사결과

전체 82명중 여성이 67%로 남성보다 다소 많았으며, 연령대는 10대가 12%, 20대가 75%, 30대가 7%, 40대6%, 50대와 60대는 아무도 없었다.

4. 사례분석

4-1. 분석의 틀

실내공간요소의 대표적인 부분인 바닥, 벽(기둥), 천정을 대상으로 하였으며, 재료와 색채 그리고 패턴에 대하여 길찾기에 도움이 되는 간략한 선호도를 조사하였다.

4-2. 분석

코엑스몰에서 어느 목적으로 찾아가는 것이 쉽다고 대답한 사람은 35%에 불과했다(매우쉽다 : 13%, 조금쉽다 : 22%). 하루 유동하는 인구가 20만명에서 30만명이라고 볼 때 13만명에서 약 20만명 정도가 길을 한번에 찾지 못한다는 잠정적인 결론을 내릴 수 있다. 이는 막대한 시간적·경제적 손실을 의미한다. 또한 길찾기를 하고자 할때 가장 도움이 된 것은 내부에 놓여져 있던 배치물 즉 의자, 전화박스 등 있었다(44%). 이것은 인지 지각과정과 연관된 감각·기억·추론정보의 매개로써 사용되었다는 것을 의미하기도 한다. 반면에 실내공간요소인 벽·바닥·천정이 도움이 되었다는 의견은 모두 합하여 27% 정도에 그쳤다. 이것은 실내공간요소가 익숙하기도 하지만 시각정보의 형태로 확실한 길찾기의 단서로써 역할을 하지 못했음을 의미하고, 각 공간의 아이덴티티를 나타내지 못했음을 보여준다. 과거의 경험에 비추어 이동한다는 의견도 25%를 보였다. 실내공간요소 중에서 길을 찾는 방법으로 선택한 비율은 다음과 같다.

[표 4-1] 실내공간요소별 길찾기 요인(단위 : %)

그래픽	재료	색상	패턴	기타
29	5	48	59	11

방문객들은 패턴을 가장 우선 보았으며 그다음이 색상과 그래픽을 참고하였다. 이것은 서 있을 때 판단한다기 보다 걸어가면서 판단을 한다고 추정되어진다. 왜냐하면 패턴은 이동에 의해서 변화하지만 색상은 이동에 따라 그렇게 큰 변화를 주지 못한다. 그래픽 또한 일정 거리가 확보하지 않으면 단순한 하나의 패턴으로 인지하기 쉽기 때문이다.

하지만 세부항목의 질문에서는 패턴이 적절하게 사용되고 있지 않다고 답을 하고 있었으나 조명을 사용하여 도움을 주고 있다고 답변하였다.

테마길에 사용된 색상은 테마와 연관되어서 사용은 하였으나 목적으로 찾아가는 데에는 그다지 많은 도움은 되지 못한 것으로 나타났다.

재료의 사용은 해당공간의 표현에는 적절하였으나, 다른공간과의 차별에는 그다지 효과적이지 못하였다. 이것은 상업몰의 특성상 보행자들을 끌어들이기 위해서 사용한 색상들이 공통점을 가지고 있다는 잠정적인 결론을 내릴 수 있었다.

5. 결론

보행자를 고객으로 하는 대규모 상업몰에서의 테마길(코엑스몰 내부에 위치)은 각 주제별로 실내공간요소와 색상, 패턴, 재료 등이 고려되어 계획 시공되었지만 여러개의 길을 가는 사람에게는 아이덴티티의 미약함으로 인하여 길찾기의 어려움을 보이는 것으로 나타났다. 특히 실내공간요소는 길찾기에 별 도움이 되고 있지 못하는 것으로 나타났다.

따라서, 길찾기에 도움이 되는 실내공간요소의 개발에 대한 연구가 시급한 실정이며, 더불어 패턴과 색상, 그래픽(사인 포함)에 대한 병행연구가 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 김영미, 길찾기를 고려한 대규모 지하공간의 환경요인 분석 및 적용에 관한 연구, 성명대학교 석사학위 논문, 1999.
- 김소연, 복합상업시설 내부에서의 공간구조분석과 길찾기에 관한 연구, 연세대학교 석사학위논문, 2003 제11권, 제1호, 1998.5