

실내 휴게공간의 조명연출과 대학생의 감정반응에 관한연구

김 태 열(전남대학교 석사) · 김 미 희(전남대학교 교수)

일상생활에서 조명은 공간을 밝게 해주는 기능 뿐 아니라 사람의 감정을 바꾸어주는 매체로 이용되기도 하며, 그림자로 인한 시각적인 변화나 사물을 돋보이게 하는데도 사용되는 등 여러 가지 역할을 수행한다. 또한 조명은 실내 분위기를 최종적으로 결정하는 가장 중요한 계획요소로 공간의 첫인상을 결정하고, 공간의 사용자에게 편안함, 안락감, 산만함 등 긍정적 혹은 부정적 감정반응을 유도할 수 있다. 과거에는 건축주의 경제적 여건에 입각하여 조명 그 자체의 일차적 기능에 충실한 계획에만 치중하였으나, 현대에는 실내를 디자인함에 있어 조명연출을 통한 사용자의 감정반응까지 고려하여 다양하게 계획되어지고 있다. 특히 본 연구의 조사대상인 대학생의 경우 개성추구 성향이 강하고, 사회변화나 유행에 민감하며, 감정을 노출하는 것이 기성세대에 비해 비교적 솔직할 것이라는 전제하에, 미래의 소비계층으로써 조명연출 방식에 대한 심리적 태도와 감정에 대해 연구함으로써, 실내 휴게공간의 조명연출을 계획할 때 기초적 자료로 활용될 수 있을 것으로 사료된다.

조명연출 방법이 상이한 대상 휴게공간을 직접 이용하고 있는 대학생들을 대상으로 자기기입식 설문지를 작성하도록 하였으며, 최종 수집된 160부의 자료는 SPSS/PC+를 사용하여 분석에 이용하였다. 조사대상자의 일반적 특성, 실내 휴게공간 사용의 이용특성 및 전반적인 조명연출 방식에 대한 선호 및 감정반응을 알아보기 위해 평균 및 표준편차, 빈도를 조사하였고, 조사대상자의 배경특성, 동반자와의 관계 및 휴게공간의 이용목적, 휴게공간에서 사용된 조명연출방식에 따른 이용자의 감정반응과 선호도의 차이를 분석하기 위해 t-test, 일원분산분석(ANOVA), 교차분석을 사용하였다.

분석결과를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 조사 대학생들은 남성보다 여성이 실내 휴게공간 이용률이 더 높았고, 동반자와의 관계는 애인과 함께 이용하는 것에 비해 친구관계이거나 선후배인 경우가 7할 이상으로 높게 나타났으며, 이들 대부분은 대화 및 친목을 위한 목적으로 실내휴게공간을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 둘째, 실내 휴게공간에 사용된 조명에 대해 매입정보보다 펜던트를 선호하였으며, 연출된 조명으로 인해 느끼는 감정으로는 감성, 상징성, 쾌적성, 안정성등의 순으로 높게 나타났다. 셋째, 이용목적에 따른 조명연출 선호의 차이에서는 친목 및 대화를 목적으로 할 때 감성적인 분위기를 선호하였으며, 이용 시간이 길수록 쾌적성을 선호하는 것으로 나타났다. 이와 같이 공간의 조명연출은 사용자의 다양한 감정반응을 유도하므로, 이러한 결과를 고려하여 실내 휴게공간을 계획해야 할 것으로 생각된다.