

# 책표지 디자인의 시각적 요소에 대한 독자 선호도 분석과 이미지 평가

Analysis of visual factors on the reader's preference in the book cover design

남미현

인제대학교 대학원 디자인학과

Nam Mi-Hyun,

Dept. of Design, Graduate School INJE University

백진경

인제대학교 디자인 학부

Paik jin-kyung,

School of Design, INJE University

• Key words: visual factors, reader's preference, book cover design

## 1. 서론

컴퓨터의 대량보급에 따라 작업환경의 변화는 비주얼 편집의 증가와 함께 다양한 인쇄물의 증가를 가져왔다. 따라서 책표지 또한 화려해지고 사진이나 일러스트레이션의 사용도 많아지고 있는 추세이다.<sup>1)</sup> 이것은 인쇄매체가 읽는 매체에서 보는 매체로 변하고 있다. 인터넷 사용의 증가는 도서구매환경의 변화를 가져 왔으며 표지디자인은 서적의 내용과 성격을 드러내는 얼굴의 역할을 할 뿐 아니라 출판사의 이미지를 형성하고 홍보하는 역할도 겸하여 판매 증진의 수단이 되고있다. 본 논문에서는 독자의 특성에 따라 표지디자인의 시각적 요소인 타이포그래피, 일러스트레이션, 컬러, 사진에 대한 선호도 차이를 통해 표지디자인의 조건 및 방법을 제안하고자 한다.

## 2. 시각적 요소에 대한 독자 선호도 분석

시각적 구성요소인 레이아웃이란 배치, 구성, 구도 등을 뜻하는 말로 시각유도나 형태의 원리, 타이포그래피의 가독성과 같은 궁극적인 목적을 포함하고 있다. 또한 표지에서는 타이포그래피에 시각적 효과를 더하여 전달내용을 상징화 할 필요가 있다. 색채는 강렬한 임팩트를 달성하고 착시를 자아내며 제품의 카테고리를 상징한다. 일러스트레이션이나 사진은 글이 전달하지 못하는 것을 보여 주고 설명해 줌으로써 어떤 대상과 개념의 이미지를 발전시킬 수 있다.

### 2-1. 선호도 설문 방법

본 연구자는 표지디자인의 시각적 요소가 독자의 선호도에 미치는 영향을 알아보기 위해 1999년부터 2002년 문학부문 베스트셀러를 샘플로 선정하여 시각적 요소별로 분류하였다. 설문은 독자의 일반적인 특성과 표지디자인에 대한 인식, 시각적 요소에 대한 독자의 선호도에 대해 조사하였다. 설문지와 시각적 요소별로 각각 4개씩 선정한 8개 그룹의 표지를 함께 제시하여 각 그룹의 신빙성을 더하고자 하였다. 표본조사는 160명을 무작위로 추출하여 대형서점에서 조사대상자가 설문지에 직접 기입하는 방식으로 진행하였다.

### 2-2. 선호도 분석 결과

설문조사 대상의 연령별 비율은 10대 16.9%, 20대 37.5%, 30대 25.6%, 40대 9.4%, 50대 이상 10.7%를 차지하였으며 총 160명의 조사대상 중 남자는 81명(50.6%) 여자는 79명(49.4%)으로 남녀 비율이 거의 동일하였다. 연령과 성별에 따라 다음의 제시된 8가지 항목으로 구분하여 분석하였다. 통계소프트웨어 중 SPSS 10.0을 사용하여 통계

적 분석을 실시하였다.

1	레이아웃에서 대칭 또는 비대칭으로 이루어진 표지디자인에 대한 선호도
2	이미지와 타이포그래피 비율의 차이로 이루어진 표지디자인에 대한 선호도
3	스타일이 강조된 서체 또는 본문용 활자체로 이루어진 표지디자인에 대한 선호도
4	배경 유무에 따른 표지디자인 선호도
5	사실적 이미지 또는 추상적 이미지로 이루어진 표지디자인에 대한 선호도
6	제목 글자간의 크기와 배열변화 유무에 따른 선호도
7	한색 또는 난색으로 이루어진 표지디자인 선호도
8	멀티컬러 또는 모노 듀오톤으로 이루어진 표지디자인 선호도

표1) 시각적 요소에 따른 선호도

성별	연령별
남녀모두 비대칭 선호	모든 연령에서 비대칭선호
남자는 글자가 추가 되는 디자인과 글자와 이미지가 반반인 디자인을 동일하게 선호하였고 여자는 글자와 이미지가 반반인 디자인을 선호	전반적으로 글자가 추가 되는 디자인과 이미지와 글자가 반반인 디자인을 선호
남자는 본문용 활자체를 여자는 스타일서체를 선호	20대를 제외한 모든 연령에서 스타일서체 선호
남녀모두 배경이 없는 디자인 선호	모든 연령에서 배경 없는 디자인 선호
남자는 추상적 이미지, 여자는 사실적 이미지를 선호	10,20,30대는 사실적 이미지, 40,50대 이상은 추상적 이미지를 선호
남녀 모두 글자간의 크기변화 없고 배열의 변화만 있는 디자인 선호	10대는 글자간의 크기와 배열의 변화 없는 디자인, 나머지 연령에서는 크기 변화 없고 배열의 변화만 있는 디자인 선호
남녀모두 한색을 선호	색에 대한 선호도 차이가 없음
남녀모두 모노 듀오톤 선호	모든 연령에서 모노 듀오톤 선호

표2) 시각적 요소에 대한 선호도 빈도분석 결과 연령과 성별에 따라 선호도에 차이가 있는지를 알아보기 위해 카이 제곱 검정을 실시하였다. 그 결과 남녀모두가 한색을 선호하고 제목용 서체로는 남자가 본문용 활자체를 여자가 스타일서체를 선호하는 차이를 보였으며 연령에서는 20대가 본문용 활자체의 선호 차이만 나타났다. 전반적으로 표지 디자인에 관한 부분별 선호도는 연령, 성별에 관계없이 표지디자인을 선호하는 것으로 보인다. 책표지 디자인은 시각적 요소 하나하나에 대해 선호도를 나타내는 것이 아니라 통합적인 하나의 이미지로 보는 경향이 높기 때문이다. 그렇다면 연령과 성별에 관계없이 개인의 성향에 따라 통합적인 이미지로써 표지 디자인에 대한 선호도의 차이를 알아 볼 필요가 있다.

## 3. SD법에 의한 표지디자인 평가

SD법<sup>2)</sup>이란 Semantic Differential Method의 약자로 여러 개의 형용사 반대어 쌍으로 척도를 만들어 피험자에게 평가하도록 하는 방법이다. 이 방법은 복잡하고 파악하기 어려운 여러 현상을 비교적 단순한 설계로 포착할 수 있어 디자인, 심리학,

1) 이용준, 디지털 혁명과 인쇄매체, 커뮤니케이션 북스, 1999

2) 백진경, 사인의 문자정보 유형이 시지각에 미치는 영향-레이아웃의 경우, 불학술대회 디자인학 연구,2003

사회학 등 다양한 분야에서 널리 이용되고 있다. SD법을 이용하여 표지디자인의 선호를 결정하는 요인을 추출하고 시각적 요소에 따른 이미지와 선호도의 차이를 살펴보고자 한다.



그림1) SD법을 위한 표지디자인 샘플 10가지

### 3-1. 이미지 평가 방법

독자 선호도 설문 분석을 바탕으로 연령, 성별에 관계없이 개인의 성향(9)을 쇼핑형태, 정보를 얻기 위해 이용하는 매체, 패션경향, 사회적 가치관, 감성 유형 등으로 분류하여 전문 디자이너가 선정한 책표지 디자인 10가지를 이미지 평가하였다. 선행연구(4)를 바탕으로 책표지 디자인에 적합하다고 판단된 형용사를 19개 선정하여 사용하였다. 각 형용사는 5점 척도로 평가되었다. 10개의 표지디자인은 설문지와 함께 제시되었으며 인터넷을 통해 총 55부를 조사하였다.

형용사	독특성	명료성	심미성
흥미롭다	.847	3.281E-02	.123
재미있다	.825	-2.0E-02	.115
인상적이다	.808	-1.5E-02	-.158
호감이 간다	.806	.187	.263
눈길을 끈다	.789	-8.031E-02	-.127
세련됐다	.747	-2.6E-02	.212
사고싶다	.719	.249	.354
새롭다	.705	-.169	-.182
강하다	.693	-.131	-.473
좋다	.638	.205	.535
신명하다	.542	.342	-.200
알기 쉽다	.135	.825	.136
구체적이다	4.346E-02	.794	-2.1E-02
단순하다	5.235E-02	.663	.471
친숙하다	-5.1E-02	.654	.359
정돈되어있다	-.177	.560	.489
딱딱하다	8.857E-03	-.206	-.200
예쁘다	.605	.196	.617
화려하다	.262	-.422	-.413

표3) SD법에 의한 표지디자인 형용사의 인자부하량

### 3-2. 책표지 디자인에 대한 이미지 평가 결과

각 샘플의 형용사 평가결과는 SPSS 통계패키지의 요인 분석을 통하여 살펴보았다. 표3은 표지디자인에 대하여 베리맥스 회전 후 인자 부하량을 보여주고 있다. 표3에서 보듯이 본 실험에서는 3개의 인자가 추출되었다. 제1인자는 “흥미롭다”“재미있다” 등의 형용사로 구성되어 있어 [독특성]인자로 명명하고, 제2인자는 “알기 쉽다”“구체적이다” 등의 형용사로 구성되

어 [명료성]인자로 명명한다. 마지막으로 제3인자는 “화려하다”“예쁘다”의 형용사로부터 [심미성]인자로 명명한다. 그림3을 보면 명료성 인자에서 큰 차이를 보이고 있는데 이는 표지디자인의 비주얼이 긍정적이고 독특하다해도 서적의 내용과 성격을 드러내는 것에는 차이가 있다는 것을 보여주고 있다. 또한 독특성이 가장 높은 [가시고기]의 경우 전체적으로 높은 평가를 받았는데 배경이 없고 스타일서체로 타이포그래피가 주가 되는 심플한 디자인이었다. 명료성이 가장 높은 [창가의 토토]나 [반지제왕]은 사실적인 이미지 표현이 의미 전달에 효과적인 반면 독특성이 부족한 것으로 나타났다. 심미성은 [일식]이나 [마이네리그]와 같이 컬러에 큰 영향을 받는 것으로 보인다. 독자의 개인 성향에 대한 선호도의 차이는 없는 것으로 나타났는데 이는 단편적인 분류만으로는 성향을 가려내기 어렵기 때문이다.

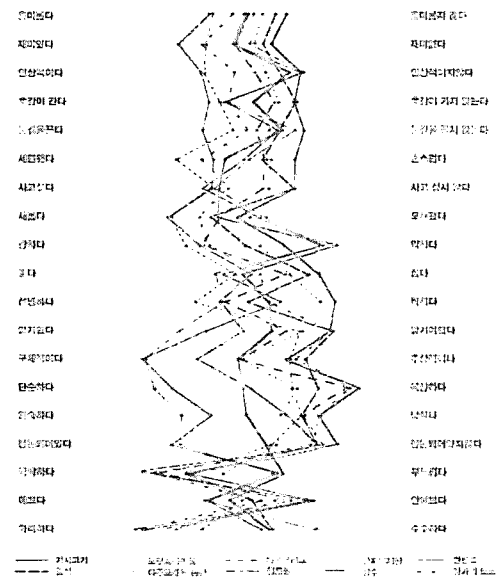


그림2) 표지디자인 평가항목에 대한 이미지 프로파일

## 4. 결론

표지디자인의 선호도 조사에서 여자는 스타일서체를 선호하며, 남녀 모두 한색을 선호하는 것으로 나타났다. 하지만 그 외의 시각적 요소에서의 선호도 차이가 없는 것은 표지디자인이 여러 요소들로 이루어진 통합적인 이미지기 때문에 각각의 시각요소로 선호를 구분하기에는 어려움이 있기 때문이다. SD법을 통해 지나친 추상적 이미지는 명료성이 떨어져 의미 전달이 어려운 것으로 나타났다. 독특성에서는 사실적 이미지가 가장 낮은 평가를 받았고, 스타일 서체가 주가 되면서 약간의 이미지로 균형을 이룬 디자인이 높은 평가를 받았다. 이는 지나친 비주얼보다는 이미지와 서체가 균형을 이룬 표지디자인에서 보고 읽는 목적을 달성하기가 용이하기 때문으로 생각된다. 또한 컬러가 강하거나 화려한 패턴이 있는 디자인이 심미성에서 높은 평가를 받았다. 색을 통해 강렬한 임팩트와 착시를 받기 때문이다.

본 논문에서는 시각적 요소에만 한정하여 살펴보았다. 향후 표지의 시각적 요소 뿐 아니라 재료, 형태 등에 관한 후속연구가 필요할 것으로 보인다.

3) 채서일, 체계적 분석의 틀에 따른 라이프스타일 연구, 소비자학연구,1992  
4) ki S., M.,Tanmagaki Y.,Lee J., On the Visual Impression of Advertisement in Magazines Using Monochrome Photography, Bulletin of Japanese Society for the Science of Design, Vol.43, No.1 p71-78,1996 Hatayama M., Tamagaki Y., Murakoshi A., On Visual Impression of Comparative Advertising in Printing Media, Bulletin of Japanese Society for the Science of Design, Vol.43, No.2, p31-38,1996