

# 주택 실내 디자인을 위한 커뮤니케이션 도구의 개발에 관한 연구

A Study on the Development of Communication Media for Residential Interior Design

박영순, 이윤정  
연세대학교 주거환경학과

Young-Soon Park, Yoon-Jeong Lee  
Dept. of Housing & Interior Design, Yonsei Univ.

중심어: *Communication Media, Environmental Descriptors, Residential Design*

## 1. 서언

개인이 원하는 주거의 이미지는 개성에 따라 매우 다양하다. 따라서 고객의 자기표현을 도와주는 인테리어 디자이너의 입장에서 본다면, 주택 실내디자인은 다른 공간에 비해 훨씬 그 과정이 세부적이며 복잡한 것이 사실이다. 따라서 고객과의 상담과정은 주택 인테리어 프로세스상 가장 핵심적인 부분이 되며, 상담에 임하는 고객은 자신이 원하는 이미지가 어떤것인가를 분명하게 전달할 수 있어야한다. 그러나 대부분의 거주자는 뚜렷한 개성을 인식하고 있기보다는 재료, 색채 등의 실내 각 요소에 대한 선호를 지니고 있을 뿐이어서 통합적인 실내 분위기를 이루어 내는데 어려움을 주고있다. 또한, 개인의 이미지보다 단순히 유행을 쫓는 경향이나 외국 의 실내 양식을 무분별하게 적용하는 것은 바람직하지 않다. 따라서 우리나라 사람들의 감성과 선호에 맞는 실내 이미지(분위기)를 유형화하여 고객과 디자이너간의 의사소통을 원활히 해줄 수 있는 도구의 개발이 절실히 요구된다.

이에 본 연구에서는 실내 디자인 커뮤니케이션 도구의 개발을 위하여 1차적으로 어휘를 통한 실내 디자인 유형을 분류하는 것을 그 목적으로 한다.

## 2. 실내디자인 커뮤니케이션도구의 정의

실내 디자인 커뮤니케이션 도구는, 실내 디자인을 진행시키는 과정에서 고객이 자신의 요구를 분명히 나타낼 수 있도록 도와주는 시안으로 정의한다. 이 시안은 실내 이미지에 따라 벽, 바닥, 천정, 창, 문, 가구, 재료 등을 임의적으로 구성한 것으로서, 고객은 이 시안중 자신의 요구와 유사한 것을 선택할 수 있다.

## 3. 의미분별척도법

사람들은 각기 다른 배경과 사회적 지위에 따라 다른 욕구와 흥미를 지니게된다. 배경이나 지위에 따른 경험의 차이는 디자인 언어사용에 중요한 영향을 주게 된다. 현상에 대해 사람들이 가지는 서로 다른 언어체계의 공통점을 찾는 방법으로는 Osgood이 개발한 의미분별척도법(Semantic Differential Scale)이 유용하다. 의미분별척도

법은 조사자가 공간에 대한 여러가지 스케일, 즉 아름답다-추하다, 산뜻하다-지저분하다, 공간이 여유가 있다-비좁다 등에 따라 등급을 나누고, 이러한 등급을 통계적으로 상호연관시켜 세부적인 차원이나 인자를 분석해 나간다. 이것은 추상적이거나 모호한 개념과 이미지를 보다 분명히하고 수집된 의견을 기록하는데 그 목적을 두고 있다. 따라서 실내환경 계획시 디자이너와 사용자간의 효율적인 의사소통을 위해 어휘를 이용한 도구의 적극적인 활용을 제안한다.

## 4. 연구 방법

### 4.1. 예비조사

급속하게 변화하는 소비자의 선호를 잘 반영해주는 매체로 잡지에 실린 사진이 가장 적합하다고 판단하여 분석자료로 사용하였다. 인테리어 잡지에 소개되어진 224컷의 실내 사진을 수집하고, 실내 환경의 분위기를 평가하기 위한 기초 설문지를 구성하여 일반사항, 실내구성, 전체 이미지, 실내양식 등의 내용을 파악하였다. 전체 이미지는 분석자가 사진으로 보고 느껴지는 이미지를 2-3가지의 형용사로 적도록 하였다.

### 4.2. 분석 도구의 작성

예비조사를 통해 수집된 224컷의 실내사진중 남성적·권위적·웅장한 분위기, 여성적·낭만적·따스한 분위기, 한국적·전원적인 분위기, 현대적·간결한 분위기 등의 서로 다른 분위기를 보인다고 판단되는 사진 16컷을 선별하고, 전문가의 재선별을 통해 최종 4컷의 실내 사진을 선정하였다. 선별된 사진은 Adobe Photoshop Program을 통해 원래의 사진에 가장 가깝게 수정하는 작업을 거쳐서 슬라이드와 사진으로 만들어 도구화하였다.

예비조사에서 전체 이미지에 실내를 표현하는 어휘를 적도록 하여 총 77개의 어휘를 추출하였고, 이 중에서 한국어의 외국어 표현(예, 현대적이다-모던하다에서 모던하다는 제외)으로 중복되는 어휘를 제외하여 최종적으로 72개의 어휘를 추출하였다. 72개의 어휘와 전체 설문조사 신뢰도 파악을 위해 1개의 어휘를 중복하였다. 조사의 척도는 5단계 어휘척도법으로 각각에 대하여 느껴지지 않는다, 약간 느껴진다, 어느정도 느껴진다, 많이

느껴진다, 아주 많이 느껴진다(1-5단계)의 해당 단계에 체크하도록 하였다.

어휘분별척도를 이용한 실내의 이미지에 관한 설문조사는 슬라이드를 보여주고 체크하도록 하는 방법과 8×10 크기(인치)로 인화한 사진을 보면서 체크하도록 하는 두 가지의 방법을 사용하였다. 설문지는 총 200부를 배포하고 198부를 회수하여 184부를 분석에 사용하였다. 분석에 사용된 자료는 SPSS로 전산처리하였으며, 자료처리를 위한 방법으로는 빈도, 백분율, 평균, 요인분석, t-test 등을 사용하였다.

### 4.3. 신뢰도의 검증

신뢰도를 검증하기 위하여 재검증법의 일종인 중복문항법을 이용하여 설문 내용중 한 어휘를 중복하도록 배치한 후, 중복된 어휘에 대하여 응답한 점수를 분석한 결과 Chronbach's  $\alpha$ 값이 0.76으로 비교적 높은 수준으로 나타나 응답자료는 신뢰할 수 있는 것으로 보았다.

## 5. 조사결과 및 논의

### 5.1. 일반사항

남성 101명, 여성 83명이 조사에 응했고, 대상자중 실내디자인계열 전공이 104명, 비전공이 80명이었으며 사진을 통한 응답이 96명, 슬라이드 상영을 통한 응답이 88명이었다.

### 5.2. 대표적인 거실·침실 공간 표현어휘의 선정

예비조사를 통해 개발된 72개의 어휘에 대하여 요인분석한 결과, 5개의 요인이 추출되었다. 1차 요인분석결과는 전체 설명변량의 52.8%를 차지하며 Eigen Value가 3.95 이상인 5개의 요인만을 뽑은 후 요인 부하치가 0.5 이상인 어휘들을 대표적인 어휘로 추출하였다. 그 결과 72개의 어휘중 16개가 제외된 나머지 56개의 어휘가 대표적인 실내분위기 표현 어휘로 추출되었다.

대표적인 실내분위기 표현 어휘로 추출된 56개의 어휘를 재차 분석한 결과, 2차 요인분석은 전체 설명변량의 61.4%를 차지하며 Eigen value가 2.26 이상인 5개의 요인을 추출하였다. 여기에서 8개의 어휘가 제외되고 최종적으로 48개의 어휘로 된 실내분위기 표현 어휘가 개발되었다.

### 5.3. 표현어휘의 요인구조 분석

추출된 48개의 어휘를 요인분석한 결과 5개의 요인이 추출되었는데 그 결과는 표1과 같다. 첫 번째 요인은 토속적이고 현국적인 이미지로, 두 번째 요인은 아늑하고 편안한 이미지, 세 번째 요인은 명랑하고 생동감있는 이미지, 네 번째 요인은 간결하고 정돈된 이미지, 다섯 번째 요인은 위엄있고 중후한 이미지로 분류되었다.

### 5.4. 어휘로 표현된 실내디자인 유형

서양의 경우에는 실내디자인의 유형을 분류하는 방법으로 고전양식, 신고전양식, 절충양식, 현대양식 등 역사적

인 양식을 흔히 사용하고 있다. 우리나라의 경우에는 이러한 역사적 분류는 의미가 없으며 단지 그러한 특성으로부터 보여지는 화려함이나 간결함에 대한 선호가 있을뿐이다. 우리나라의 경우에는 이러한 느낌이 유형화의 근거가 됨을 파악할 수 있었다.

<표 1> 공간 표현어휘의 요인구조 분석

	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5
토속적이다	0.8832				
현국적이다	0.8656				
전원적이다	0.8621				
동양적이다	0.8528				
시골풍이다	0.8519				
목가적이다	0.7877				
자연적이다	0.7784				
전통적이다	0.7533				
고풍스럽다	0.6149				
자연스럽다	0.5954				
도회적이다	-0.5763				
계감있다	0.5680				
친근감있다	0.5245				
고전적이다	0.5220				
아늑하다		0.7376			
부드럽다		0.7367			
온온하다		0.7193			
안락하다		0.7129			
편안하다		0.7084			
여성스럽다		0.6143			
안정적이다		0.5742			
우아하다		0.5686			
아름답다		0.5535			
명랑하다			0.7367		
생동감있다			0.6834		
활겁다			0.6710		
예쁘다			0.6574		
신선하다			0.6197		
화사하다			0.5898		
낭만적이다			0.5280		
산뜻하다			0.5042		
새련되다					
간결하다				0.7687	
정돈되다				0.7378	
깔끔하다				0.6758	
단정하다				0.6695	
단순하다				0.6622	
정갈하다				0.6454	
깨끗하다				0.5615	
현대적이다				0.5042	
위엄있다					0.8172
중후하다					0.8050
웅장하다					0.7423
무게있다					0.6907
품격있다					0.6843
고상하다					0.5871
화려하다					0.5128
고급스럽다					0.5071
Eigen Value	10.56	8.71	4.97	2.99	2.26

## 6. 맺음말

주택의 인테리어디자인 프로세스상 고객과 디자이너와의 상담은 최종 디자인안에 결정적인 영향을 미치는 중요한 과정이다. 지금까지의 경우를 보면, 사례에 따라 디자이너의 해석이 다르게 적용되어왔고 공간 사용자의 의견을 충분히 받아들이지 않은 결과물에 의해 사용자가 불편을 겪거나 금방 싫증을 느끼게 되는 수도 있었다. 따라서 디자이너와 고객과의 상담시에 정확한 길잡이를 해 줄 수 있는 커뮤니케이션 도구로 위의 결과에 의해 추출된 5개의 실내공간 표현요인을 제시한다. 이것은 언어적인 부분에 국한된 것으로 앞으로는 이 결과를 바탕으로 하여 우리나라의 실내 이미지를 유형화하고 시각화하는 후속 연구를 기대해본다.