

# 거실공간의 배색기법에 따른 감성효과 분석

강선아\*, 조현승\*\*, 이주현\*\*\*

\*LG 화학 산업재 디자인 연구소, \*\*연세대학교 대학원 인지과학협동과정,

\*\*\*연세대학교 의류환경학과/인지과학협동과정

## An Analysis of Emotion and Sensibility according to the Color-combinations applied to Living room

Seonah Khang, Hyunseung Cho, Jooheon Lee

LG Chemicals Design Institute,

Cognitive Science Program, Graduate School, Yonsei University,

Dept. of Clothing & Textiles/Cognitive Science Program, Yonsei University

### Abstract

본 연구에서는 (1) 인테리어에 대한 감성어휘모형을 도출하고, (2) 거실 인테리어의 주요 배색을 추출한 후, (3) 거실 공간의 배색 감성모형을 개발하였으며, (4) 연구결과를 토대로 거실 인테리어 디자인을 위한 배색기법을 제시하였다. 이를 위하여 인테리어를 기술하는 감성어휘를 수집하고 이들로부터 대표적 감성어휘를 추출, 감성어휘척도를 구성하였다. 감성조사분석을 통해 '따뜻하다-차갑다'(제 1차원), '고급스럽다-소박하다'(제 2차원), '현대적이다-고전적이다'(제 3차원)의 세 차원축이 도출되었고, 이렇게 도출된 감성공간 상에 감성어휘들을 대응시키고, 9개의 감성 범주로 구분함으로써 감성어휘모형을 개발하였다. 한편, 거실 인테리어의 주요 배색을 추출하여 배색 자극물을 개발하고, 감성어휘모형과의 관계분석을 통해 거실 공간의 배색 감성모형을 개발하였다. 최종적으로, 배색 감성모형에서 도출된 9개의 감성범주와 그에 대응하는 배색을 기반으로 하여 거실용 인테리어 디자인의 핵심이미지에 따른 배색지침을 제시하였다.

**Key Words** : 표면장식재, 배색, 인테리어, 거실, 감성모형, 디자인 컨셉

### 1. 서론

인테리어 및 인테리어용 표면장식재에 관련된 디자인 분야에서는 디자이너의 직관이나 주관적인 사고에 의존한 상품기획체계로부터 벗어나, 소비자 감성에 기반을 둔 상품기획 및 디자인 프로세스로 전향해야 한다는 자성론이

대두되어 왔다. 이에 따라 소비자의 감성에 기반을 둔 디자인 지원 도구들을 개발하고자 많은 노력을 기울이고 있으며, 그 대표적인 예로는 일본에서 개발된 Kobayashi(1990)의 색채 감성모형을 들 수 있다. 그러나 이 모형은 감성 범주와 배색의 대응방식에 문제점을 지니고 있으며, 3색의 배색으로만 구성된 모형이라

는 것, 그리고 우리 고유의 감성에 맞지 않는 등 몇 가지 한계점을 드러내고 있다.

그러므로, 한국인 소비자의 감성에 기초하여 인테리어 배색에 대한 감성모형을 개발하는 것은 매우 필요하다.

본 연구의 범위는 인테리어 공간 중 거실 공간의 배색으로 국한하였으며, 연구의 목표는 인테리어 배색에 대한 감성어휘모형을 도출하고, 거실 인테리어 공간의 주요배색을 추출하여, 배색에 대한 소비자의 감성모형을 개발하는 것이며, 최종적으로는 연구의 결과를 토대로 거실 인테리어 디자인을 위한 배색의 지침을 제시하는 것이다. 본 연구에서 개발된 배색 감성모형은 인테리어 디자인 분야의 색채를 기획하는 과정에서 유용한 디자인 지원 도구로써 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

## 2. 연구 방법 및 절차

### 2.1 감성어휘의 수집

감성어휘모형 개발의 첫 단계로, 배색에 대한 선행연구(이주현 등 1999)에 사용된 인테리어 기술어휘들과 잡지 및 전문도서 등에서 수집한 감성어휘들을 조사하여 인테리어 이미지 표현에 사용되는 총 227종의 감성어휘의 기초자료를 수집하였다. 또한 이에 대한 적절성 평가를 실시함으로써, 배색이미지를 기술하는데 부적절한 어휘들을 제외시키고, 인테리어 디자인 분야 전문가들의 정성적 평가 결과를 고려하여 총 110종의 감성어휘가 선정되었다.

### 2.2 기본 감성척도 개발

각 감성어휘들의 출현 빈도수를 기록하고 감성어휘간의 의미 연결망 분석을 실시함으로써 110개 감성어휘 중 대표적 감성어휘를 추출하였다. 즉, 어휘간 연결망의 빈도수가 11이상인 주요 감성어휘들과 문헌 및 잡지 등에 출현한 빈도가 50회 이상이었던 고빈도 출현 어휘들을 합한 19종의 대표적 감성어휘를 추

출하였다. 감성 차원축 도출을 위한 어휘간 유사성 비교 조사를 위하여 이 19종의 감성 어휘들간의 조합으로 구성된 기본 감성척도를 개발하였다.

### 2.3 감성어휘공간 도출 및 배색감성 평가 척도 개발

감성 어휘들간의 상호유사성을 평가하는 2차원의 조사 및 분석(MDS 분석)을 통해 감성 차원축을 도출하고, 차원명을 유추하였다. 또한, 감성어휘의 좌표평가척도를 구성하여 감성 공간상에 110개의 감성어휘들의 위치를 파악하기 위한 조사를 실시하고, 각 감성어휘가 3개 차원에 대하여 갖는 산술평균값에 따라 각 감성어휘의 좌표값을 결정하였다. 다음으로, 군집분석을 통해 이 감성 어휘들을 범주화함으로써 차원-범주형의 감성어휘 공간을 도출하였다.

한편, 배색 자극물에 대해 느끼는 감성을 평가하기 위하여 25종의 감성어휘들로 구성된 배색자극물에 대한 감성평가 척도가 개발되었다. 이 척도는 감성어휘모형과 배색 자극물과의 관계분석을 위하여 사용되었다.

### 2.4 주요 배색자료의 수집

인테리어 거실공간이 수록된 전문서적 및 자료를 대상으로 배색자료를 수집한 후, 인테리어 분야의 상품기획 실무자(5년차 이상 경력자)를 대상으로 하여 면접 및 설문조사를 실시하고 거실공간을 위한 주요 배색들을 추출하였다. 추출된 배색 기초자료의 대표성과 신뢰성을 보장하기 위하여 인테리어 분야의 전문가 자문을 다시 거쳐 범용적인 거실 배색을 추출하였고, Kleitler(1978)의 배색 유형 분류이론에 따라 배색을 분류한 후, 배색 유형별로 편중 또는 누락된 것이 없는가를 검토하였다. 이와 같은 과정을 거쳐 최종적으로 42종의 배색이 선정되었다.

### 2.5 배색 자극물 제작

본 연구에서는 배색에 대한 인테리어공간의 실물감을 가능한 한 극대화시킨 자극물을 제시하기 위하여 전형적인 거실공간을 단순화한 자극물을 제작하였다. 이처럼 실물감을 살린 자극물을 개발한 이유는 한 가지 배색이 연상되는 맥락에 따라 서로 상이한 이미지로 평가되는 것을 방지하기 위함이었다. 이와 같이 제작된 전형적 거실공간 렌더링에, 최종적으로 선정된 42종의 거실배색들을 컴퓨터 그래픽 프로그램으로 대입하고, A4 용지에 출력하여 그림 1과 같이 배색 자극물 세트를 제작하였다.



(그림 1) 배색 자극물의 예

## 2.6 거실 공간의 배색에 대한 감성조사

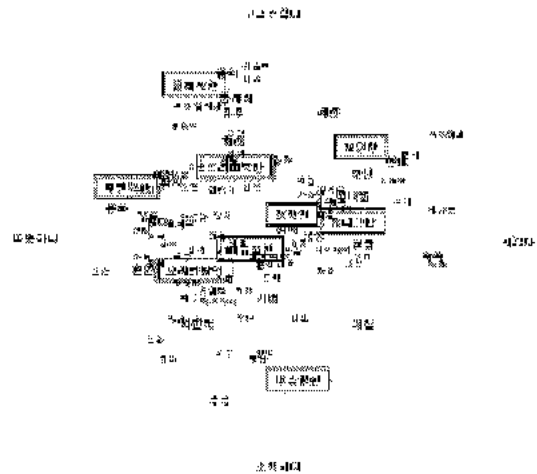
전 단계에서 개발된 배색에 대한 감성평가지도를 사용하여 편의표집된 남녀 대학생 120명을 대상으로 응답자를 선정한 후, 본 연구의 배색자극물을 제시하고 각 배색들로부터 느끼는 감성을 응답하게 함으로써 배색에 대한 감성반응을 측정하였다.

## 3. 결과 및 논의

### 3.1 감성어휘 모형의 개발

본 연구에서 도출된 감성어휘공간은 공감각적 차원인 ‘따뜻하다-차갑다’(제 1차원), 가치(value) 차원인 ‘고급스럽다-소박하다’(제 2차원), 시간성에 대한 차원인 ‘고전적이다-현대적이다’(제 3차원) 등의 3개 축으로 구성된 3차원 모형이다. 이 3차원 모형은 일본인을 주 대상으로 한 Kobayashi(1990)의 연구에서 제

1 차원축으로는 ‘warm-cool’이, 제 2차원축으로는 ‘soft-hard’가 도출된 것과는 차이가 있는데, 이는 한국인과 일본인의 감성의 차이에 기인한 결과로 추측된다. 감성어휘공간을 1-2 차원을 통하여 조망한 것은 그림 2에 제시된 바와 같다. 그림 2는 배색에 대한 감성공간을 ‘따뜻하다-차갑다’(제 1차원)와 ‘고전적이다-현대적이다’(제 2차원)의 두 개 차원의 단면으로 조망한 내용이며, 이는 110개의 감성어휘들이 1-2 차원 상에서 어떠한 위치와 관계로 분포되어 있는지를 나타낸다. 그림 2에서 감성어휘들의 밑에 놓인 음영조각들은, 군집분석을 통하여 110개 감성어휘들을 9개의 감성범주로 묶어낸 결과를 나타내며, 굵은 선으로 표시된 네모 안의 어휘들은 이들 9개 감성범주들의 명칭을 유추한 것이다. 이들 감성범주의 명칭은 각 범주에 해당되는 감성어휘들의 위치와 의미를 포괄할 수 있을 뿐만 아니라 인테리어 디자인 분야에서 흔히 활용되는 디자인 컨셉의 핵심 이미지들과 일맥상통하는 명칭들로 선정하였다.



(그림 2) 차원-범주형 감성어휘공간(1-2차원)

‘정적인’ 감성범주에는 정갈하다, 차분하다, 정적이다, 무겁다, 남성적이다 등의 감성어휘들이 해당되었다. 이 범주는 제 1차원의 ‘따뜻하다-차갑다’의 중간부분보다는 ‘차갑다’쪽에 비교적 가깝게 위치하고 있고, 2차원의 ‘고급스럽다-소박하다’의 정 중앙에 위치하고 있으며 3차원의 ‘현대적이다-고전적이다’에서는 고

전적인 위치로 치우쳐 있어, 약간 차갑고 고전적인 느낌의 감성범주라는 것을 알 수 있다. 또한 '정적인' 감성범주의 어휘들은 1차원의 '따뜻하다-차갑다' 차원을 중심으로 어휘군이 2차원상에 양분되어 위치한다. 중심으로부터 고급스러운 쪽으로는 무겁다, 가라앉다, 정적이다, 남성적이다 등이, 소박한 감성쪽으로 차분하다, 정갈하다, 산뜻하다 등이 위치하여 같은 '정적인' 범주의 감성어휘들도 '고급스럽다'에 가까운 것들과 '소박하다'에 가까운 것들로 미분될 수 있음을 알 수 있다.

'유니크한' 감성범주에는 색다르다, 강하다, 과감하다, 미니멀하다, 다이나믹하다, 심플하다, 신선하다 등의 감성어휘들이 해당되었다. '유니크한' 감성범주는 1차원의 '차갑다'쪽으로 중심에서 치우친 상태에서 2차원의 '고급스럽다-소박하다' 차원의 중심위치에 놓였고, 3차원에서는 '현대적인'쪽으로 많이 치우쳐 위치한다. 따라서 이는 약간 차가우면서 상당히 현대적이지만, 고급스럽지도 소박하지도 않은 감성범주라는 것을 알 수 있다.

'캐주얼한' 감성범주에는 캄캄하다, 생기있다, 생동감있다, 산뜻하다, 경쾌하다, 자유롭다 등의 감성어휘가 속한다. 그러므로 '캐주얼한' 감성범주에는 1,2,3차원으로 조망하면, 약간 따뜻하며, 현대적인 감성범주임을 알 수 있다.

'드라마틱한' 감성범주에는 환하다, 화사하다, 강렬하다, 섬세하다, 화려하다, 등의 감성어휘가 포함된다. 따라서 '드라마틱한' 감성범주는 고급스럽고, 비교적 현대적이며, 따뜻한 감성을 주는 범주임을 알 수 있다.

'모던한' 감성범주에는 감각적이다, 세련되다, 미래적이다, 도시적이다, 모던하다, 도회적이다, 딱딱하다, 시원하다 등의 감성어휘가 포함된다. '모던한' 감성범주는 아주 차가우면서도 매우 현대적인 감성범주임을 알 수 있다.

'로맨틱한' 감성범주는 포근하다, 온화하다, 귀엽다, 아기자기하다, 평화롭다, 낭만적이다, 앤티크하다, 은은하다, 여성적이다, 여유롭다, 부드럽다 등의 감성어휘가 해당된다. '로맨틱한' 감성범주는 아주 따뜻하고 비교적 고급스러우면서도 약간 소박하며 고전적인 감성을

나타내고 있다.

'오리엔탈의' 감성범주는 고전적이다, 동양적이다, 전통적이다 등의 감성어휘가 해당된다. 그러므로 '오리엔탈의' 감성범주는 소박하면서도 고급스러운 감성을 지니며, 비교적 따뜻하고 아주 고전적인 감성범주이다.

'내추럴한' 감성범주는 소박하다, 목가적이다, 자연적이다, 순수하다, 단조롭다, 거칠다 등의 감성어휘로 구성되어 있다. '내추럴한' 감성범주는 아주 소박하고 비교적 따뜻하면서도 차가운 감성을 지니며, 현대적이지도, 고전적이지도 않은 시대감을 초월한 감성을 지니는 것으로 나타났다.

'클래식한' 감성범주는 고상하다, 중후하다, 우아하다, 엘레강스하다, 분위기있다, 품격있다, 고급스럽다 등의 감성어휘로 구성되어 있다. '클래식한' 감성범주는 아주 고급스럽고 따뜻하며 고전적인 특징을 지닌다.

### 3.2 배색 감성모형 개발

배색자극물 중 전 단계에서 선정된 인테리어를 대표하는 25개의 감성어휘 각각에 대해 5.0이상의 평균값을 기록한 것을 선정 한 후, 이들을 감성어휘 공간상의 해당 감성어휘에 대응시킴으로써 그림 3과 같은 배색 감성모형을 개발하였다.



(그림 3) 인테리어 배색 감성모형

즉, 본 연구에서 개발된 배색감성모형은 앞 단계에서 개발된 감성어휘모형의 3개 차원 중 '따뜻하다-차갑다'(제 1차원), '고급스럽다-소박하다'(제 2차원) 등 2개의 차원축으로 형성된 2차원 감성 공간상에 주요 감성 어휘들을 위치시키고, 각 감성어휘에 가장 전형적인 배색들을 대응시킨 것이다. 이와 같이 본 연구에서 2차원에 국한된 배색의 감성모형을 개발한 이유는, 분석하기에 쉬운 형태로 모형을 구축함으로써 배색기법에 따른 감성효과를 보다 용이하게 해석하기 위함이었다.

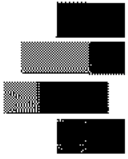
이러한 배색 감성모형의 전반적인 경향은 차원축별로 제 1차원의 '따뜻하다-차갑다' 차원에서는 난색계 색상의 배색들이 '따뜻하다' 차원쪽으로, 한색계 색상의 배색들이 '차갑다' 차원쪽으로 위치하였다. 이는 그림 3에 나타난 것처럼 색채의 고유 감성효과에 관련된 물리적인 속성에 근거한 전통적인 이론과 일치되는 결과이다. 또한, 본 연구에서는 4색, 5색, 6색 전반에 걸쳐 vivid, strong을 제외한 밝은 톤(bright, light, pale, very pale, light grayish tone 등)의 색채가 중심이 되고 톤대비가 적을수록 그 배색은 따뜻하고 부드러운 느낌을 주며, 어두운 색채(grayish, dull, deep, dark, dark grayish tone 등)가 중심이 되고 톤대비가 클수록 배색은 차갑고 딱딱한 느낌을 나타내었는데, 이와 같은 경향은 이주현 등(1999)의 연구결과와 부분적으로 일치하며, Kobayashi(1990)의 연구결과와도 부분적으로 일치한다.

#### 4. 결론 및 제언

본 연구에서는 인테리어의 감성어휘모형과 배색을 대응시킨 배색 감성모형을 개발하였다. 배색 감성모형은 두 개의 차원축(제 1차원 '따뜻하다-차갑다', 제 2차원 '고급스럽다-소박하다')으로 이루어졌으며, 9개의 감성범주(정적인, 유니크한, 캐주얼한, 드라마틱한, 모던한, 로맨틱한, 오리엔탈의, 내추럴한, 클래식한)와 그에 대응하는 배색들로 구성되었다. 도출된 9

개의 감성범주를 기반으로 하여 거실공간을 위한 배색지침을 제시하였으며, 그 한 예는 표 1과 같다.

< 표 1 > 내추럴한 이미지를 위한 배색 지침

Key Image	핵심 감성어휘	배색지침	전형적인 배색들
내추럴한 (Natural)	소박하다 수수하다 전원적이다 목가적이다 자연스럽다 자연적이다 순수하다 투박하다 평범하다 무난한 단조롭다 거칠다	전반적으로 채도가 낮고, 색상대비가 크지 않으며, 본 조화를 이루거나 본 대비를 이루는 배색기법이 유리하다.	

본 연구는 거실공간에 사용되는 4색, 5색, 6색 배색에 국한된 것이었으므로 다른 수의 배색이나 색채가 사용된 면적비례에 따른 감성효과는 고려하지 않았다는 제한점이 있는 한편, 본 연구에서 개발된 감성어휘모형은 전체적인 인테리어공간을 대상으로 하였으나, 이에 대응되는 배색은 거실 공간에 한정된 것이었으므로, 타 인테리어 공간의 배색을 추출하여 대응시킨다면 보다 포괄적인 인테리어 배색의 감성모형을 만들 수 있을 것이다.

#### 참고문헌

[1] 이주현 외(1999), *생활디자인물의 배색이미지에 대한 감성과학적 분석*(위탁과제 보고서), 연세대학교 생활과학연구소, (사)한국 유행색 협회.

[2] Kobayashi, S. (1987). *A Book of Colors*, Tokyo : Kodansha International.

[3] Kobayashi, S.(1990). *Color Image Scale*, Tokyo : Kodansha International.

[4] (주)IRI(1997), *한국인 색채감성척도의 개발에 관한 연구*(최종보고서), 통상산업부.

[5] Kleitler, H.& Kleitler, S.(1978), *Psychology of the Arts*, Darhan N. C., Dake University.