

실내공간의 이미지 정체성 구축을 위한 구성요소에 관한 연구

A Study on The Effect of Installation for the Interior Image

호수진* / Hoh, Soo-Jin
박영순** / Park, Young-Soon

Abstract

Greeting the era that the interest in qualitative aspects of life environment is getting important, commercial space, which is sensitive to the reflection of consumers' desire, is making efforts to secure the interior image identity of its own space. Especially, because the bar, which is the object of this study, is competing with undistinguished alcoholic beverages, the distinction of the interior image construction becomes more important.

Here this study is purposed to understand the features of structural elements for the construction of the image identity of interior space. Especially, the purpose is to present the basic materials of the space design for individuality and distinction by considering relationship between the whole image and structural elements that form the image of space, and the preference, centering on the installation, which is being used very much for the image identity construction in eating and drinking space these days.

키워드 : 인스톨레이션, 실내공간이미지, 정체성, 실내구성요소, 시각적 포인트

1. 서론

1.1. 연구의 필요성 및 목적

생활환경의 질적 측면에 관심이 높아지고 이미지를 중시 여기는 시대를 맞이하여, 소비자의 욕구 반영에 민감한 상업공간은 그 공간만의 실내 이미지 정체성 확보에 힘을 쏟고 있다. 특히, 본 연구의 대상인 바(bar)는 차별성 없는 상품군인 주류(酒類)로 경쟁하고 있기 때문에 더욱 실내 이미지 구성에서 차별화를 중요시하고 있다.

현대는 이미지의 시대이며, 소비행동의 가치기준과 평가기준마저 이성에서 감성으로 옮겨가고 있다. 물리적 형태와 행태적 조건의 구현은 내재된 이미지를 변안해 내는 과정이며, 공간이용자는 이때 물리적 공간을 단순히 사용하고 소비하는 것이 아니라, 그 대상 공간의 이미지 체계 내에서 이미지를 소비하게 된다는 것이다.¹⁾

자신의 개성·아이덴티티를 중시하는 현대인들은 자신이 즐겨 찾는 공간에서 자신의 이미지를 찾으려 할뿐 아니라, 그 분

위기를 즐기는 가운데 새로운 자신의 이미지를 만들어내고자 하는 경향이 있다. 이러한 가운데, 현대의 식음공간은 개성화된 공간의 표현으로 시대적 특성과 함께 상품 그 자체보다 차별화·개성화된 이미지를 파는데 주력하고 있으며, 소비자들의 요구에 따른 최적의 분위기를 제공하기 위해 시각적 새로움을 추구하고 있다. 따라서, 최근 실내디자이너들은 그 공간만의 정체성을 갖으면서 소비자들의 시선을 끌 수 있는 공간 구성 요소를 사용하면서, 이를 독자적 디자인 어휘로 활용하고 있다.

이러한 시대적 상황에 부응하려는 노력으로 최근 식음공간의 이미지 정체성을 구축시키는 공간 구성요소로서 인스톨레이션(installation)이 많이 사용되고 있다. 시대 변화에 따른 예술 영역의 수평적 교류로 순수 미술의 한 장르인 인스톨레이션-설치미술이 실내공간의 디자인 어휘로 사용되게 된 것이다.

본 연구의 목적은 실내공간의 이미지 정체성 구축을 위한 구성요소의 특성을 파악하려는 것이다. 특히, 최근 식음공간에 이미지 정체성 구축을 위해 많이 사용되고 있는 인스톨레이션을 중심으로 공간의 이미지를 형성하는 구성요소와 전체이미지의 관계를 살펴봄으로써 개성화·차별화를 위한 공간 디자인의

* 정회원, 연세대학교 생활과학연구소 연구원

** 정회원, 연세대학교 생활디자인학과 교수

1) 권영걸, 공간디자인 16講, 국제, 2001, p.206.

기초자료를 제시하고자한다.

12. 연구의 범위 및 방법

본 연구에서 실내 공간의 이미지 구축을 위한 구성요소의 분석을 위해 선정한 공간의 범위는 다음과 같다.

첫째, 연구의 대상은 시대적 변화에 민감한 식음공간 중 바(bar)로 한정한다. 바를 대상으로 연구를 진행한 것은 바가 주류(酒類)라는 차별성 없는 상품군으로 경쟁하고 있기 때문에 서비스라든가 인테리어와 같은 요소로 다른 바들과의 차별을 꾀하는 대표적 공간이기 때문이다.

둘째, 대상공간은 전문 인테리어지인 '월간인테리어'에 2000년 1월부터 2001년 8월까지 실린 공간을 중심으로 한다. 연구대상을 특정 잡지에 국한하여 선정한 것은 월간 인테리어지가 대표적인 전문 인테리어지로서 매월 출현하는 실내공간의 새로운 시도에 대해 자세한 내용을 다루고 있기 때문이다.

셋째, 조사대상의 지역 범위는 트렌드 문화의 생성지로 간주되어지는 청담동일대로 한정한다. 청담동은 강남 소비문화의 핵심이 되는 곳으로 청담동에 있는 주택가들은 최근 급속도로 고급 식당, 미용실 등으로 바뀌고 있다.²⁾

본 연구에서는 현장 방문을 통한 관찰조사방법 과 설문조사방법을 사용하였으며, 설문을 통해 얻은 자료의 분석은 SPSS 패키지를 사용한 수량적 접근 방법을 택하였다.

현장방문을 통해 얻어진 실내공간의 일반적 특성에 대한 자료를 설문지로부터 얻은 수량적인 자료와 함께 분석·제시함으로써 보다 객관적인 결과를 도출하고자 하였다

설문조사방법을 통해 응답자의 일반사항 및 실내공간의 시각적 포인트를 파악하고, 공간구성요소인 가구·색채·조명이미지 및 선호도를 조사하였다. 마지막으로 인스톨레이션의 인지도·이미지 및 선호도를 조사하였다.

한정된 연구범위에 따라 선택된 조사공간은 청담동에 위치한 바(bar) M, H, Z, W로 인스톨레이션기법이 사용된 곳을 중심으로 하였다. 설문기간은 2001년 10월 8일부터 2001년 10월 22일까지 15일간 실시하였으며, 공간의 방문객을 중심으로 한 공간당 50부씩 총 200명을 대상으로 하였다. 배포된 200부의 설문지중 184부(92%)가 회수되었으며, 각 문항에 대해 성실히 응답한 157부(85.3%)를 선택하여 분석에 사용하였다.

3. 공간의 사례 분석

조사대상 식음공간의 일반적인 특성을 파악하기 위해 현장 방문을 통한 관찰조사를 실시하였다.

2)www.chosun.com, 주간조선 2001.2.20.





<표 1> 조사대상별 실내공간 구성요소의 특성

	M	H	Z	W
건축 요소	· 벽면- 1층 : 그린색 실크 지하 : 미색 안티코스터코 축단 무늬목 · 바닥- 1층: 미색 대리석 지하: 흑단마루 · 천장- 미색 안티코스터코	· 벽면- 거친 조적조 흰색 도장 검정 직물 스크린 · 바닥- 검정 대리석 · 천장- 백색 V.P도장	· 벽면- 석고 위 검정도장 · 바닥- 검정 베이스 패널 · 천장- 석고위 검정 도장	· 벽면- 한지 위 갈색차색 섬유벽지 위 얼은 갈색 도장 · 바닥- 시멘트 위 검정 스테인 칼라 + 에폭시마감 · 천장- 백색 V.P도장
가구 요소	· 소재- 가죽· 직물· 목재 · 형태- 미니멀	· 소재- 패브릭· 가죽· 스틸 · 목재 · 형태- 미니멀	· 소재- 가죽· 스틸· 목재 · 형태- 미니멀	· 소재- 목재· 직물 · 형태- 미니멀
색채 요소	· 자연색채, 무채색 · 적색 포인트칼라	· 흑백 무채색 공간 · 테이블 위 촛불, 의자 쿠션등의 액 센트 칼라	· 검정색, 스틸	· 자연소재의 자연색채
조명 요소	· 매입형다운라이트 · 펜던트 조명 (코드, 파이프) · 촛불	· 매입형다운라이트 · 가구 안 매입등 (할로겐, 형광등) · 촛불	· 매입형다운라이트 · 핀라이트	· 매입형다운라이트 · 파티션 · 테이블 업라이트 · 촛불
인스톨레이션	· 식물 공간 중앙의 백일홍	· 영상시설 슬라이드프로젝터 ① 1층 벽 ② 계단실 벽 ③ 2층 천창	· 영상시설 TFT방식의 TV	· 조각상 여자 손모양의 상(像)

다음은 각 공간의 인스톨레이션의 이미지이다.

M은 공간의 중앙부분에 백일홍을 인스톨레이션으로 설치하였으며, H는 슬라이드 프로젝터를 이용하여 변화하는 이미지를 공간의 인스톨레이션으로 설치하였다. Z는 공간의 벽면에 TFT 방식의 TV를 삽입하였고, W는 공간의 선큰공간에 커다란 청동의 여자 손 상(像)을 인스톨레이션으로 설치하였다.

<표 2> 조사대상별 인스톨레이션 이미지

공간	이미지	공간	이미지
M		H	
Z		W	

4. 실내공간 구성요소와 공간이미지의 관계

설문조사를 통해 사용자들이 공간의 시각적 포인트를 어떻게 인지하고 있는지 알아보았으며, 실내공간의 이미지에 영향을 미치는 구성요소와 인스톨레이션의 시각적 효과에 대해 분석하였다.

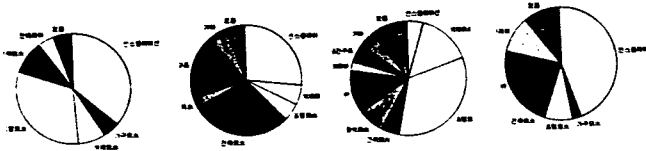
다음은 조사대상공간의 방문객에게 공간의 방문목적을 조사한 결과이다.

<표 3> 조사대상 식음공간별 방문목적 n=157

방문목적	Bar-M	Bar-H	Bar-Z	Bar-W
휴식	9.5	18.6	-	7.3
친구와 만남	71.4	37.2	78.0	56.1
식음	24	7.0	12.2	17.1
음악감상	-	7.0	-	-
기분전환	24	23.3	9.8	9.8
기타	11.9	2.3	-	7.3
계 (%)	100.0	100.0	100.0	100.0

(1) 실내공간의 시각적 포인트

공간의 시각적 포인트에 대해 개방식 질문으로 방문객의 자유로운 응답을 유도하였다.



<그림 1> 공간별 시각적 포인트

위의 결과에서 볼 수 있듯 대부분 공간의 시각적 포인트로써 인스톨레이션의 비율이 높았다. M과 W의 인스톨레이션의 경우 그 위치가 공간의 중앙 또는 진입로와 같이 방문객에게 눈에 잘 띄는 곳에 위치하고 있고, 방문객에게 각인되기 쉬운 커다란 규모의 것이었다. 반면, 시각적 포인트로써 낮은 비율을 나타낸 Z의 인스톨레이션은 TFT방식의 TV로 모니터는 크기는 110×80으로 매우 작았으며, 어두운 공간 속의 검은색 벽체에 설치되어 있었다. 어두운 공간 속에서 작은 모니터가 발산하는 빛의 양은 대단히 작기 때문에, 흥미롭게 느껴질 수 있는 화면의 내용과 관계없이 방문객의 시선을 끌지 못하는 것으로 나타났다. 작은 규모의 영상매체를 활용하고 있는 Z와 비교해서 H의 경우 슬라이드 프로젝트를 이용해 그 이미지를 공간의 벽체에 투사하고 있었는데, 이미지의 내용은 무의미할 지라도, 커다란 벽체가 그 스크린 역할을 하고 있다는 것만으로 사람들의 시선을 집중시키는 효과를 내고 있는 것으로 파악된다. 따라서, 인스톨레이션의 크기와 놓여지는 장소는 그것을 인지하는 사람에게 중요한 변인이 될 수 있음을 알 수 있다.

(2) 실내이미지에 영향을 미치는 구성요소

공간 전체의 이미지와 실내 구성요소 이미지의 관계를 파악하기 위해 각각의 이미지를 조사하였으며, 상관분석을 통해 그 관계를 살펴보았다.

아래의 표에서 볼 수 있듯 인스톨레이션 이미지의 평균 절대값이 다른 구성요소에 비해 큰 것을 알 수 있다. 이로써 다른 요소에 비해 인스톨레이션이 사람들에게 보다 확실한 이미

지를 전달하는 것으로 보여진다.

M과 H의 경우 인스톨레이션인 나무와 슬라이드의 이미지가 다른 공간에 비해 편안한 이미지를 갖는 것으로 나타났으며, H의 인스톨레이션은 다른 공간에 비해 딱딱한 이미지를 가지고 있는 것으로 나타났다. H와 Z의 인스톨레이션인 영상 매체는 보다 서구적, 도회적, 현대적이며, 동적인 것으로 나타났다.

<표 4> 식음공간 및 구성요소의 이미지

공간별 이미지 이미지형용사	공간의 전체 이미지의 평균값 (mean)				가구요소(의자) 이미지의 평균값 (mean)				색채요소 이미지의 평균값 (mean)				조명요소 이미지의 평균값 (mean)				인스톨레이션 이미지의 평균값 (mean)													
	-2		-1		0		1		2		-2		-1		0		1		2		-2		-1		0		1		2	
	M	H	Z	W	M	H	Z	W	M	H	Z	W	M	H	Z	W	M	H	Z	W	M	H	Z	W	M	H	Z	W		
긴장되는 - 편안한	1.24	1.33	-0.02	0.88	1.05	1.02	0.02	0.81	0.96	0.65	-0.42	0.83	1.24	1.14	0.34	0.85	1.17	0.88	-0.37	0.00										
동양적인-서구적인	1.05	1.53	1.54	-0.12	1.10	0.91	1.24	0.37	1.05	1.28	1.07	0.05									-0.02	1.12	1.27	-0.22						
전통적인-도회적인	1.33	1.49	1.78	0.66	1.26	1.05	1.54	0.83	1.29	1.37	1.56	0.88									0.07	1.09	1.51	0.56						
전통적인-현대적인	1.80	1.63	1.78	0.66	1.38	1.35	1.49	0.73	1.31	1.49	1.49	0.81									0.45	1.28	1.66	0.51						
딱딱한 -부드러운	0.50	0.42	-0.82	0.51	0.50	0.53	-0.71	0.24	0.38	0.23	-0.82	0.32	0.82	0.14	-0.55	0.15	0.81	0.51	-0.82	0.86										
약한 - 강한	0.43	0.60	0.83	0.68	0.21	0.49	0.98	0.46	0.36	0.72	0.98	0.49	-0.25	0.26	0.63	0.17	0.31	0.67	0.76	0.85										
정적인 - 동적인	-0.14	-0.14	0.20	-0.32	-0.11	-0.21	-0.21	-0.45	-0.17	-0.21	0.05	-0.32									0.02	0.56	0.98	-0.32						
복잡한 - 단순한	0.81	0.70	0.20	0.46	0.83	0.72	0.90	0.95	0.74	0.88	0.68	1.00									0.33	0.51	-0.42	0.59						
어두운 - 밝은													-0.71	-0.62	-1.44	-1.02														
차가운 - 따뜻한													0.79	0.26	-0.66	0.10														

* []가 표시된 구간은 그 구간에 있어 설문되지 않은 어휘를 의미함.

상관분석결과를 살펴보면 공간의 전체 이미지는 실내 공간 구성요소인 의자, 색채, 조명 및 인스톨레이션 모두와 상관관계를 갖고 있었다. 그중 색채 이미지가 가장 강한 상관관계를 나타냈으며, 인스톨레이션의 경우 다른 요소에 비해 상대적으로 낮은 상관관계를 보였다

(3) 인스톨레이션의 지각적 특성

조사대상공간의 인스톨레이션을 유형별 표현요소로 구분지어 보면 다음과 같다.

<표 5> 조사대상 식음공간의 인스톨레이션 표현요소

식음공간	유형	표현요소
M	자연물	백일홍
H	대형 영상매체	슬라이드 프로젝터
Z	소형 영상매체	TFT방식의 TV
W	오브제	청동 조각 상(像)

설문 결과를 바탕으로 해석해 볼 때, 자연은 인간에게 친근한 요소로 인스톨레이션으로 삼입되었을 때, 부드러운 이미지로 사람이 편히 쉴 수 있는 여유와 편안함을 주지만, 그것을 인지하는 사람에게 확실한 감각적 이미지를 전달하지는 못하는 것으로 보여진다. 하지만, 자연물이 주는 여유와 편안함은 도시의 삶에 피로를 느끼기 시작하는 20대 후반 이상의 연령대라든가 일로부터 스트레스를 많이 받는 전문직종에 종사하는 사람들에게 매력을 주는 것으로 보여진다.

영상매체의 경우 움직이는 영상으로 동적인 이미지를 전달하며, 매체를 이용한다는 점에서 현대적이고 도회적인 분위기를 구성해준다. 따라서, 사람들이 Bar를 찾는 목적의 대부분인 친구와의 만남외에도 기분 전환을 위해 많이 찾는 것으로 보여진다.

오브제의 경우, 그 소재나 형태에 따라 이미지가 달라질 수 있기 때문에, 오브제라는 것으로 특정한 이미지를 준다고 할 수 없다.

이와 같은 인스톨레이션은 동선을 유도하거나 공간의 분할, 축 및 통일성과 리듬감을 표현하기도 하지만, 무엇보다도 공간의 장소성을 나타내는 역할을 하는 것으로 보여진다.

5. 결론

본 연구의 분석결과로 다음과 같은 결론을 내리고자 한다.

첫째, 본 연구를 통해 인스톨레이션은 공간의 시각적 포인트 역할을 하며, 이로써 공간의 전체적 이미지를 인식하는데 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 또한, 시각적 포인트가 공간에 적용되었을 때, 강한 영향을 미치는 변인은 그것이 놓여지는 위치나 크기라는 것을 알 수 있었다. 따라서, 공간의 이미지 정체성을 구축하기 위해 인스톨레이션을 공간에 적용할 경우 고려해야 할 것은 인스톨레이션의 규모와 위치로 크기가 어느 정도 커야하며, 놓여질 위치가 공간의 입구 혹은 중앙과 같이 중요한 장소여야 함을 알 수 있었다.

둘째, 연구의 결과를 통해 실내공간의 이미지와 가장 강한 상관관계를 가지는 요소는 색채요소라는 것을 알 수 있었다. 인스톨레이션의 경우 다른 요소에 비해 상대적으로 낮은 상관관계를 가지고 있었지만, 다른 요소에 비해 풍부한 이미지 어휘를 가질 수 있기 때문에 실내공간의 이미지 정체성 구축을 위한 하나의 디자인 어휘의 역할을 하기에 적합하다는 것을 파악할 수 있었다. 따라서, 많은 이미지 어휘를 가지고 있는 인스톨레이션이 커다란 규모로 공간의 입구 또는 중앙과 같이 중요한 장소에 놓였을 경우 실내공간 이미지 정체성 구축에 많은 영향을 미칠 것으로 보여진다.

마지막으로, 연구의 결과를 해석해 보았을 때, Bar-M의 인스톨레이션인 자연물의 경우 감각적 이미지 어휘와는 밀접한 관련 있지는 않았으나, 편안함과 여유를 주는 이미지를 주고 있었으며, 주요 방문 고객의 계층은 20대 중반에서 30대 중반의 국제화된 전문직종에 종사하는 사람이었다. 따라서, 자연물이라는 인스톨레이션은 도시생활에 싫증을 느끼거나, 일의 스트레스로부터 쉼터를 찾는 이들에게 휴식을 주는 이미지에 적합할 것으로 보여진다. 또한, 영상매체를 공간의 인스톨레이션으로 적용한 Bar-H와 Bar-Z의 경우 주요 고객의 연령대가 20

대의 젊은 계층이었으며, 방문 목적이 친구와 만남 외에 기분 전환이 강하게 나타난 것으로 미루어 짐작할 때, 영상매체가 인스톨레이션으로 적용되었을 때, 움직이는 영상으로 동적인 이미지를 전달하며, 매체가 주는 현대적이고 도회적인 분위기로 젊은이들이 기분전환을 위해 찾아지는 공간에 적합할 것으로 보여진다.

위와 같은 결론을 토대로 앞으로의 연구를 위해 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 본 연구에서는 조사대상을 식음공간 중 바로, 조사지역을 청담동으로 한정하여 살펴보았는데, 다른 상업공간 및 다른 지역을 함께 연구한다면, 공간별·지역별 인스톨레이션의 특성을 파악할 수 있을 것이다.

둘째, 본 연구에서는 공간의 구성요소 및 전체공간의 이미지를 중심으로 설문을 다루었는데, 이러한 이미지가 고객의 행동에 어떠한 영향을 미치는지에 관한 연구도 진행되어야 할 것이다.

셋째, 본 연구에서는 장식요소로서의 인스톨레이션만을 다루었으나, 장식요소뿐만 아니라, 건축요소, 조명요소, 가구요소등 다른 요소의 인스톨레이션화에 대해서도 연구해 보아야 할 것이다.

참고문헌

1. 권영걸, 공간디자인 16講, 국제, 2001, p.296.
2. 김미지자, 감성공학, 디자인 오피스, 1998.
3. 박관국의, 현대미술의 기초개념, 도서출판 재원, 1995.
4. 박홍, 실내디자인론, 기문당, 1990.
5. 박홍, 현대건축과 실내 디자인, 교문사, 2001.
6. 김은희, 설치양식과 그 유형에 관한 연구, 경상대학교 대학원 석사학위논문, 1999.
7. 문지영, 현대 실내 디자인에서 오브제적 요소 도입에 관한 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 1996.
8. 박신자, 실내디자인에 있어서 인스톨레이션의 공간연출에 관한 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 1999.
9. 이옥재, 집객을 위한 공간적 요인에 관한 연구, 숙명여자대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2000.
10. 박태욱·이현경, 상업공간에 대한 실내디자인 및 계획의 변화와 흐름에 관한 연구, 한국 실내디자인학회 논문집 10호, 1999, pp.77-84.
11. 임진이, 디스플레이에 있어서 자연과 현상, 한국 실내디자인학회 논문집 27호, 2001, pp.145-151.
12. www.chosun.com, 주간조선 2001.2.20.