

# 욕실공간 계획을 위한 감성공학적 접근

An Approach to Sensibility Technology for a Plan of Bathroom.

연세대학교 주거환경학과

교 수 윤 정 숙

박사과정 전 영 미

박사과정 김 수 경

Dept. of Housing and Interior Design, Yonsei Univ.

*Professor : Chung-Sook Yoon*

*Doctoral course : Yeong-Mi Jeon*

*Doctoral course : Soo-Kyung Kim*

## 〈목 차〉

- |                |                |
|----------------|----------------|
| I. 연구 필요성 및 목적 | III. 조사결과 및 분석 |
| II. 연구방법       | IV. 요약 및 결론    |
|                | 참고문헌           |

## 〈Abstract〉

The purpose of this research was to grasp the space functions, the preferred image in bathroom and to find out the plan of bathroom. The subjects of investigation included university students in third decades of which data were obtained by the questionnaire survey method.

The major findings were as follows:

- 1) The space functions of bathroom were the hygienic activities and the supplementary functions as resting and health-care.
- 2) Total and facility image in bathroom take a serious view of a sanitary, a function and following to a mood, a sense of space.
- 3) The preferred type of bathrooms were identified as the 2-space type. Furthermore, the demands were needed in radiator & pannel heating system, storing furniture and functional lighting & mirror.

According to those results, three types of space plan for bathroom can be suggested and color & forms of design elements can be proposed.

## I. 연구 필요성 및 목적

현재 주택내에 있는 욕실공간은 욕조, 세면대, 변기 등이 한 공간안에 집약되어 있다. 이러한 형태는 1962년 마포 아파트 건설시 처음으로 도입된 후 아파트 건설의 증가와 함께 널리 보급되어 현재 우리나라 주택욕실의 보편적인 형태가 되어 있다. 그러나 이와같은 욕실공간은 우리의 생활과 맞지 않으며 욕실이 획일화되어 있어 기능상 불편하므로 거주자 특성에 맞는 새로운 유형이 필요한 것으로 지적되고 있다(조명은, 1994).

거주자의 생활요구에 맞는 욕실공간을 계획하기 위해서는 사용자인 거주자의 감성을 파악하는 연구가 필요하다. 인간의 감성은 기능적 감성과 감각적 감성, 그리고 문화적 감성으로 구분된다(이구형, 1996). 기능적 감성은 물리적, 생리적 측면에서 파악되는 감성이며, 감각적 감성은 인간의 오감과 관련된 감성으로서 이를 파악하기 위해 형용사를 가지고 인간의 이미지 공간을 측정하는 Osgood의 의미분별 척도법이 많이 사용된다. 이 방법을 이용하여 이미지 조사를 하고, 데이터를 분석하여 이미지를 구성하는 디자인 요소를 찾아낸다. 문화적 감성은 연령, 성별, 교육정도, 생활수준, 인종, 생활양식, 전통, 관습 등 개인의 문화적 배경에 의해 결정된다. 따라서 감성연구는 인간의 생리, 심리적인 총체적 요구를 파악한다는데 그 의의가 있다. 또한 인간이 가지고 있는 감성을 구체적 설계로 실현하는 공학적 접근방법이 감성공학이며, 이는 인간의 감성을 정량, 정성적으로 측정하고 과학적으로 분석, 평가하여 이를 제품이나 환경설계에 적극 응용하여 보다 편리하고 안락하며, 안전하고 더 나아가 인간의 삶을 쾌적하게 하고자 하는 사용자 중심의 기술이다(한국과학기술원, 1993). 따라서 감성공학적 접근은 거주자의 다양한 요구를 수용하는 생활공간 계획을 위한 바람직한 방법이다.

앞으로의 욕실계획을 위해서는 거주자 특성에 따른 생활요구와 감성을 정확히 읽는 일이 필요하며, 특히 본 연구에서는 욕실공간에 대한 새로운 시각을 가질 것으로 판단되는 20대를 중심으로 욕실공간에

대한 총체적 요구를 파악해 보고자 한다. 이에 본 연구는 거주자들이 원하는 감성이 반영된 욕실 계획을 위한 기초연구로서 욕실의 이용행태와 선호 이미지를 파악한 후 욕실계획 및 디자인 요소를 구체화시켜 미래의 욕실계획안을 제시하는데 목적이 있다.

## II. 연구방법

### 1. 조사절차 및 내용

본 연구를 위한 자료 수집을 위해 2회의 예비조사와 본조사를 시행하였다. 1차 예비조사는 본조사의 척도개발을 위해, 2차 예비조사는 1차 예비조사 결과 작성된 조사도구의 내용을 검토하기 위해 실시하였으며 두차례의 예비조사를 통해 완성된 조사도구로 본 조사를 진행하였다.

#### 1) 예비조사

1차 예비조사는 욕실의 이미지에 대한 형용사의 추출과 욕실계획을 위한 디자인 요소를 파악하고자 주거학 전공 대학원생 및 전문가를 포함한 10명을 대상으로 1996년 10월 31일에 실시하였다. 1차 예비조사 결과 수집한 형용사 어휘와 문헌을 통해 추출한 어휘를 재구성하여 내용타당도를 검증받은 후 욕실 이미지에 관한 24개의 감성 어휘를 SD척도로 구성하였다. 또 일반적으로 알고 있는 욕실의 계획요소를 파악함으로써 조사가 가능한 항목과 내용을 검토한 후 그 중 시각화가 가능한 욕실의 공간이미지를 작성하였다.

2차 예비조사는 1차 예비조사결과 작성된 조사도구의 내용을 검토하기 위해 1996년 11월 7일부터 8일까지 20여명의 주거환경학 전공인 학부생과 대학원생을 대상으로 이루어졌다. 1차 예비조사 결과 감성어휘로 작성된 SD척도, 그림으로 제시된 조사도구를 통하여 설문조사를 실시한 후, 조사도구의 조사항목과 내용을 수정, 본 조사용 도구를 완성하였다.

2) 본 조사

예비조사를 통해 완성된 설문도구를 이용하여 1996년 11월 18일 부터 20일 까지 20대 남녀 대학생을 대상으로 실시하였다. 설문지는 총 120부를 배부하여 106부(회수율 88.3%)가 회수되어 분석에 사용되었다. 설문 내용은 조사대상의 일반적 사항, 욕실공간의 이용행태, 선호하는 욕실의 이미지 및 조합상태, 욕실에 대한 요구사항에 대한 내용으로 구성하였다.

2. 자료분석방법

수집된 자료는 SPSS+ 통계 패키지를 이용하여 각각의 조사내용에 대한 빈도, 백분율의 기초분석을 하였으며 형용사 이미지에 대해서는 요인분석을 하였다. 조사된 자료의 신뢰도 검증결과, Cronbach'  $\alpha$  = .9403으로 나타나 조사도구의 신뢰성이 높음이 입증되었다.

Ⅲ. 조사결과 및 분석

1. 조사대상의 일반적인 사항

조사대상은 주로 20대의 대학생으로 부모와 함께 거주하는 것으로 나타났다. <표 3-1 참고>

조사대상자가 거주하는 주택유형은 아파트 등의 집합주택 형태가 61.2%였으며, 집합주택은 단위 평면의 반복에 의해 이루어지므로 욕실형태도 기존의 보편적인 형태로 여겨졌던 욕조, 세면대, 변기를 갖춘 집합주택욕실의 평면이 많을 것으로 생각된다.

2. 욕실공간의 이용행태

욕실공간의 이용행태를 알아보기 위하여 기본적인

위생행위"로는 세면, 샤워 및 목욕행위를 조사하였으며, 기타 부수적인 위생행위로는 미용/화장, 휴

<표 3-1> 조사대상의 일반사항

(N = 106)

일반사항		빈도 (%)	일반사항		빈도 (%)
성별	남	41(38.7)	주택유형	단독	39(36.7)
	여	65(61.3)		아파트*	46(43.4)
	소 계	106(100)		연립, 빌라, 다세대	19(17.8)
연령	20세 미만	8( 7.5)	주면적	기타(상가주택)	1( 0.9)
	20-24	55(51.9)		10평 미만	4( 3.8)
	25-29	40(37.7)		10평대-20평대	33(31.1)
	30세	3( 2.8)		30평대-40평대	39(36.8)
	소 계	106(100)		50평대 이상	22(20.9)
직업	대학생	85(80.2)	욕실갯수	무응답	8( 7.5)
	대학원생	17(16.0)		소 계	106(100)
	기타 (연구직, 사무직)	4( 3.8)		없다	1( 0.9)
	소 계	106(100)		1개	62(58.5)
가족수	1-2인	13(12.3)	2개	41(38.7)	
	3-6인	91(85.8)	3개	1( 0.9)	
	7인 이상	2( 1.9)	무응답	1( 0.9)	
	소 계	106(100)	소 계	106(100)	

\* 원룸 포함

식/건강관리, 가사작업행위 등을 조사하였다. 그리고 앞으로 욕실내의 변화가능한 행위를 파악하고 이를 현재의 이용행태와 비교하였다.

1) 기본적인 위생행위

세면행위는 세수하기, 머리감기, 발 씻기로 분류하여 조사"하였는데, 세수는 서서 세면대를 이용하는 경우가 과반수 샤워와 동시에 이뤄지며, 샤워기를 이용하는 경우가 많은 것으로 나타나 앞으로도 세면행

1) 배설행위에 대해서는 예비조사 결과, 모든 응답자가 욕실에서 하는 것으로 나타났기 때문에 본 조사의 내용에서는 제외시켰다.

2) 예비조사결과, 세수하는 것은 서서 세면대를 이용하는 것이 보편적이었으므로, 본 조사에서 재 조사할 필요성이 없는 문항으로 간주되어 제외시켰다.

위는 샤워와 함께 이뤄질 것으로 생각된다 <표 3-2 참고>.

<표 3-2> 욕실의 이용행태 및 미래의 희망상태  
(N = 106)

행 위		현재 빈도	미래 빈도		
머 리	행위발생	샤워하면서 머리감기	73	78	
		세수하면서 머리감기	49	28	
	소 계	122	106		
감 기	욕실내에서 구체적인 행위	샤워기 이용	81	85	
		대야 이용	30	10	
		소 계	111	95	
발 섯 기	샤워기 이용		80	82	
	세숫대야 이용		16	9	
	세면대 이용		25	6	
	기타 (바가지로 물을 끼얹음)		9	4	
소 계		130	101		
샤 워 하 기	비누질	욕조 안	41	37	
		욕조 밖	56	25	
		샤워부스 안	9	32	
		소 계	106	104	
몸 행 구 기	몸 행구기	욕조 안	49	41	
		욕조 밖	52	22	
		샤워부스 안	6	31	
		소 계	107	105	
목 욕 하 기	몸 담 구 기	욕조에 담금	56	79	
		욕조에 담그지 않음	46	16	
		소 계	102	95	
	비누질	욕조 안	34	49	
		욕조 밖	72	46	
		소 계	106	95	
	매 린 기	욕조 안	38	43	
		욕조 밖	71	49	
		소 계	109	93	
	몸 행 구 기	몸 행구기	욕조 안	45	54
			욕조 밖	54	41
			욕조에 물 받아서	14	5
기타(세면기, 대야, 샤워기 이용)			7	1	
소 계			120	101	

\* 복수응답

\* 무응답 제외

샤워와 목욕행위의 경우 집과 대중목욕탕을 이용하고 있었으며 <표 3-3 참고>, 행위가 이뤄지는 장소에는 다소 차이가 있음을 알 수 있다. 즉 간단히 샤워하는 행위는 주로 집에서 이루어지나 목욕의 행위는 집과 대중 목욕탕을 이용하는 경우가 비슷하였다. 대체적으로 20대의 남녀 대학생들은 대중 목욕탕을 이용하는 경우보다는 집에서 간단하게 샤워하며, 샤워와 동시에 세면행위가 이뤄짐을 알 수 있다.

<표 3-3> 샤워 및 목욕장소

(N = 106)

장 소	행 위 (간단히 비누칠만 빈 도)	목욕하기	기 타
		(때를밀거나, 욕조 에서 쉬는 행위) 빈 도	(하지 않는다) 빈 도
집	103	65	2
대중목욕탕	-	64	42

\* 복수응답

<표 3-4> 목욕장소에 따른 계절별 샤워 및 목욕 회수

(N = 106)

횟 수	계 절	봄/가을	여름	겨울	
		빈도 (%)	빈도 (%)	빈도 (%)	
집	샤 워 회 수	매일	49( 46.2)	96( 90.6)	36( 33.9)
		일주일(1-3회)	52( 49.1)	5( 4.7)	63( 59.4)
		하지 않음	5( 4.7)	5( 4.7)	7( 6.6)
	합계		106(100.0)	106(100.0)	106(100.0)
	목 욕 회 수	매일	2( 1.9)	19( 18.0)	1( 0.9)
		일주일(1-3회)	52( 49.0)	33( 31.1)	48( 45.3)
한달(1-2회)		13( 12.3)	9( 8.5)	15( 14.1)	
하지 않음		40( 37.7)	45( 42.5)	42( 39.6)	
합계		106(100.0)	106(100.0)	106(100.0)	
대중 목욕 탕	일주일(1-3회)	27( 25.4)	14( 13.2)	33( 31.1)	
	한달(1-3회)	34( 32.0)	28( 26.4)	27( 25.5)	
	이용 안함	45( 42.5)	64( 60.4)	46( 43.4)	
	합계	106(100.0)	106(100.0)	106(100.0)	

샤워하기의 경우 <표 3-2>, <표 3-4>에서 보는 바와 같이, 현재는 대부분 비누질을 한 후 몸을 헹굴 때 욕조 밖에서 샤워기를 이용하지만 앞으로는 욕조 안에서 하기를 원하고 있었다. 주목할 만한 점은 목

을 행할 때 현재는 샤워부스의 설비 미비로 이용하지 않지만, 앞으로는 샤워부스의 사용을 원하고 있었다. 특히 여름철의 경우 샤워를 매일(90.6%)하고 있고, 겨울철과 봄, 가을에도 일주일에 1-3회 정도나 매일하는 경우가 과반수를 차지하는 것을 볼 때 20대의 남녀 대학생들은 계절에 상관없이 집에서 주로 샤워를 하며, 현재는 욕조 밖에서 샤워기를 이용하지만, 앞으로는 욕조안에서 이용하거나 샤워부스를 이용하기를 원하는 것으로 보여져, 신세대를 위한 욕실공간은 샤워위주의 행위와 이를 고려한 설비계획이 요구된다.

목욕하기의 경우 <표 3-2>, <표 3-4>에서 보는 바와 같이, 집에서의 이용행태는 욕조 밖에서 비누질을 하고 때를 밀며, 몸을 담글 경우 욕조를 사용하며, 몸을 행구는 것은 다시 욕조 안과 밖에서 행하고 있다. 즉, 샤워와 마찬가지로 목욕할 경우에도 현재는 욕조를 많이 사용하지 않지만, 앞으로는 욕조의 사용을 원하고 있었다. 욕조를 원하는 경우는 목욕시 몸을 담글 때 현저하게 많았으며, 욕조가 잘 설계된다면 욕실공간에서의 목욕행위가 훨씬 증가될 것으로 보여진다. 대중목욕탕은 전체적으로 이용하지 않는 빈도가 높으나, 이용하는 경우 주로 겨울철과 봄, 가을로 일주일에 1-3회정도였다. 대중목욕탕을 이용하는 이유로는 ‘물에 몸을 푹 담그고 목욕을 하기 위해서’, ‘푹 쉬면서 목욕을 해야 한 것 같아서’, ‘사우나나 맛사지 효과를 위해서’라는 응답이 많았으며, 그 외 ‘목욕공간의 협소’, ‘목욕 후 뒷마무리 등이 귀찮거나 경제적인 이유’ 등이 있었다. 이로써 대중목욕탕을 이용하는 주된 이유로는 휴식이나 미용효과, 욕실 설비의 미비 때문인 것으로 여겨진다.

향후 신세대의 샤워나 목욕행위는 대중목욕탕보다는 집을 이용할 것으로 예측되며, 특히 욕실공간은 목욕보다는 샤워위주의 공간으로 샤워부스의 이용률이 늘어날 것으로 예측되므로 욕조대신 샤워부스를 설치해주는 방안도 고려해 볼 수 있다. 또 대중목욕탕을 이용하는 주된 이유가 휴식이나 미용효과, 욕실 설비의 미비 등으로 나타나 목욕에 대한 개념이 달라지고 있음을 알 수 있다. 즉 몸을 씻는 행위를 단순히 생리 위생적인 측면으로 보는 것이 아니라

피로회복의 수단과 같은 휴식과 여가의 기능도 부가되고 있음을 알 수 있다.

2) 부수적인 행위

현재의 욕실 내 부수적인 행위를 조사한 결과 미용/화장 행위, 휴식/건강관리의 행위 중 독서와 음악청취 행위가 가장 많이 이뤄지고 있었으며, 가사작업의 행위 중 세탁이나 간단한 손빨래를 하는 경우가 많았다. 향후 욕실내에서의 부수적인 행위를 조사한 결과, 미용/화장의 경우는 여전히 지속될 것이며, 음악청취와 간단한 운동정도 등은 할 수 있기를 원하는 것으로 보아 휴식/건강관리 행위는 앞으로 늘어날 것으로 여겨진다. 가사작업의 행위도 다소 줄긴 하겠지만 여전히 욕실내 세탁을 할 수 있는 공간을 원하고 있었다.

<표 3-5> 욕실내 부수적인 행위의 이용행태 및 미래의 희망상태

(N = 106)

행 위		현재 빈도	미래 빈도
미용/화장		61	62
휴식/건강 관리	사우나	10	26
	음악청취	28	43
	간단한 운동	18	28
	TV 시청	13	15
가사작업	세탁	63	44
	부엌 관련일	9	6
기타	식물재배	12	22

\* 복수응답

\* 무응답 제외

3. 선호하는 욕실의 형태

선호하는 욕실의 이미지는 욕실 전체와 설비로 나누어 조사하였고, 욕실의 조합상태, 조명, 수납장, 거울상태, 난방 이외에 추가시키기를 원하는 사항으로 선호하는 욕실유형을 파악하였다.

## 1) 선호하는 욕실의 이미지

## (1) 전체적인 욕실 이미지

전체적인 욕실 이미지에 대한 요인은 분위기, 스타일, 공간감, 기능성, 위생성 5가지로 나타났다. <표 3-6> 요인분석 결과 분위기(아이겐 값 5.74)가 가장 중요한 요인으로 나타났으며, 응답자의 평가 결과, 위생성과 기능성을 중시하고 있었다. 즉 요인분석 결과의 중요도와 응답자가 생각하는 중요도간에는 차이가 있었다.

이 중 응답자들이 선호하는 항목은 기능적인, 편리한, 위생적인, 깨끗한, 정돈된 측면이었으며, 그 다음으로 아늑한, 편안한, 즐거운, 따뜻한, 센스가 있

는, 밝은, 넓은, 튼튼한, 안전한 욕실의 이미지였다. 20대의 남녀 대학생들이 선호하는 전체적인 욕실의 이미지는 위생성과 기능성으로 기존의 욕실에 대한 이미지와 부합하고 있음을 알 수 있으며, 그 외 분위기와 공간감을 중시하고 있다.

## (2) 욕실 설비에 관한 이미지

욕실 설비에 관한 이미지로는 위생성, 스타일, 기능성, 분위기, 공간감 등 5가지로 나타났다. <표 3-7> 요인분석 결과 위생성(아이겐 값 6.83)이 가장 중요한 요인으로 나타났으며, 이는 응답자의 평가와 일치하고 있다. 응답자들이 선호하는 항목은 깨끗한,

<표 3-6> 선호하는 욕실의 전체 이미지에 대한 요인분석 결과 및 응답자의 중요도 평가

요인분석 결과				응답자의 평가
요 인	측정항목	요인부하값	communality	중요도*
요인 1 분위기	아늑한	0.79	0.67	○
	독특한	0.72	0.67	
	무드가 있는	0.67	0.71	
	편안한	0.62	0.58	○
	즐거운	0.55	0.55	○
요인 2 스타일	따뜻한	0.51	0.54	○
	격식차린	0.78	0.62	
	화려한	0.72	0.68	
요인 3 공간감	깨끗한	0.65	0.61	
	정돈된	0.54	0.54	○
요인 4 기능성	밝은	0.70	0.55	○
	넓은	0.57	0.52	○
요인 5 위생성	튼튼한	0.79	0.68	○
	안전한	0.64	0.61	○
	기능적인	0.47	0.60	●
요인 1 위생성	편리한	0.34	0.63	●
	따뜻한	0.51	0.51	○
요인 2 스타일	편리한	0.91	0.86	●
	깨끗한	0.91	0.86	●
요인 3 공간감	정돈된	0.33	0.55	●
	아늑한	0.79	0.67	○
요인 4 기능성	독특한	0.72	0.76	
	무드가 있는	0.70	0.75	
요인 5 위생성	정돈된	0.33	0.55	●
	깨끗한	0.91	0.86	●

● 1위(4점이상) ○ 2위(3점이상)

\* 설문결과 응답자들의 중요도

\*요인 수는 아이겐 값 1이상인 것을 기준으로 함.

\*요인부하값은 각 변수와 요인간의 상관관계 정도를 의미

\*communality는 요인들에 의해 설명되는 특정변수의 분산

<표 3-7> 선호하는 욕실의 설비 이미지에 대한 요인분석 결과 및 응답자의 중요도 평가

요인분석 결과				응답자의 평가
요 인	측정항목	요인부하값	communality	중요도*
요인 1 위생성	깨끗한	0.88	0.82	●
	위생적인	0.84	0.79	●
	정돈된	0.42	0.53	●
요인 2 스타일	상쾌한	0.48	0.68	●
	화려한	0.79	0.70	
	격식차린	0.76	0.69	
	독특한	0.72	0.76	
	무드가 있는	0.70	0.75	
요인 3 기능성	편리한	0.66	0.68	●
	아늑한	0.84	0.76	○
	정돈된	0.33	0.55	●
요인 4 공간감	깨끗한	0.91	0.86	●
	정돈된	0.33	0.55	●
요인 5 위생성	정돈된	0.33	0.55	●
	깨끗한	0.91	0.86	●
요인 1 위생성	정돈된	0.33	0.55	●
	깨끗한	0.91	0.86	●
요인 2 스타일	정돈된	0.42	0.53	●
	상쾌한	0.48	0.68	●
요인 3 기능성	편리한	0.66	0.68	●
	아늑한	0.84	0.76	○
요인 4 공간감	깨끗한	0.91	0.86	●
	정돈된	0.33	0.55	●
요인 5 위생성	정돈된	0.33	0.55	●
	깨끗한	0.91	0.86	●

● 1위(4점이상) ○ 2위(3점이상)

\* 설문결과 응답자들의 중요도

\*요인 수는 아이겐 값 1이상인 것을 기준으로 함.

\*요인부하값은 각 변수와 요인간의 상관관계 정도를 의미

\*communality는 요인들에 의해 설명되는 특정변수의 분산

위생적인, 정돈된, 상쾌한, 튼튼한, 편리한, 기능적인, 안전한, 편안한, 산뜻한 이미지였으며, 그 다음으로 센스가 있는, 아늑한, 즐거운, 따뜻한, 밝은, 넓은 이미지였다. 20대 남녀 대학생들이 선호하는 욕실 설비에 대한 이미지는 위생성, 기능성이었으며, 그 다음으로 분위기, 공간감이었다.

이러한 결과를 통해 20대 남녀 대학생들이 선호하는 욕실의 전체 이미지와 설비 이미지는 같음을 알 수 있으며, 설비의 경우 기능성을 더 중시하며, 스타일의 경우는 욕실에서 중요하지 않은 요인임을 알 수 있다.

2) 선호하는 욕실의 유형

(1) 조합상태

원하는 욕실설비의 조합상태는 현재의 '변기+세면기+욕조'의 일실형태보다는 이실형의 조합형을 요구하고 있었다. 변기와 세면기를 욕조와 분리시키는 형과 변기만 따로 분리시키는 유형에 대한 응답이 가장 많아 목욕과 배변을 위한 분리된 공간을 사용하고자 하는 요구가 크게 표출되어 기존 욕실 계획에 대한 변화가 요구된다.

〈표 3-8〉 선호하는 욕실의 조합상태

조합상태		미래 빈도 (%)
일실형	변기 + 세면기	0 ( 0.0)
	변기 + 세면기 + 샤워기	6 ( 5.7)
	변기 + 세면기 + 욕조(샤워기 부착)	17 (16.0)
이실형	변기 + 세면기 / 욕조(샤워기 부착)	31 (29.2)
	변기 / 세면기 + 욕조(샤워기 부착)	37 (34.9)
	세면기 / 변기 + 욕조(샤워기 부착)	6 ( 5.7)
삼실형	변기 / 세면기 / 욕조	4 ( 3.8)
계		106 (100.0)

(2) 설비

조명의 경우, 선호하는 조명 분위기를 이미지 형용사로 조사한 결과, 깔끔한, 따뜻한, 밝은 분위기를 가장 많이 선호했으며, 그 다음으로 시원한, 심플한, 친밀감이 있는, 상쾌한, 환기가 있는, 넓은, 선명한,

도시적인, 고급스러운, 개성적인, 우아한, 은은한, 아름다운 분위기를 선호하고 있었다. 즉 조명의 분위기는 밝기 측면과 따뜻한 측면을 선호하고 있었다.

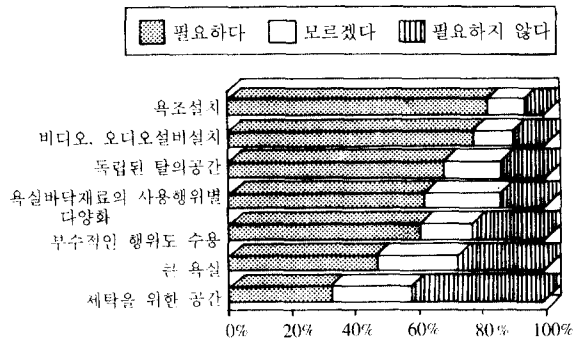
수납장의 용도는 생리 위생용품에 대한 수납요구가 가장 컸으며 그밖에 화장품용, 책, 속옷류의 수납에 대한 요구가 있었다.

욕실 거울에 대한 태도는 실용적인 것이 압도적이어서 공간감이나 장식적 요소보다 우선적으로 고려하는 것을 알 수 있다.

욕실 난방에 대해서는 응답자의 92.5%가 필요하다고 하였으므로 이를 고려한 계획이 필요하다. 특히 난방설비에 대해서는 '라지에타로 충분하다(60.4%)'고 응답한 경우가 많았으며, 바닥난방을 원하는 경우(32.1%)도 나타나 기존의 대류난방(라지에타)방식 이외에도 바닥난방에 대한 요구가 있음을 알 수 있다.

(3) 욕실에 대한 요구사항

앞으로 희망하는 욕실 공간내 사항<그림 3-1>으로는 욕조의 설치, 비디오 및 오디오 설비의 설치, 독립된 탈의공간, 욕실바닥재료의 사용행위별 다양화, 부수적인 행위의 수용, 큰 욕실, 세탁을 위한 공간 순으로 나타났다. 욕조를 희망하는 응답률(82.1%)이 많아 이제까지 받아들여져 왔던 욕실의 기본설비인 욕조에 대한 관념이 크게 바뀌지 않았음을 알 수 있다. 여가시간을 위한 TV시청, 음악취취 등의 요구가 큰 것으로 비디오 및 오디오 설비의 설치가 필요하



〈그림 3-1〉 미래욕실공간에 대한 원하는 사항

다고 본다. 그 외 탈의 공간을 따로 두고자 하는 요구(67.9%)와 재료면에서 바닥재료를 행위별로 다양화시켜야 한다는 요구(60.4%)도 나타났다. 바닥재료를 행위별로 다양화시킬수 있는 방안으로는 기존의 물을 사용하는 행위공간의 타일바닥과 물을 사용하지 않는 탈의 공간, 미용/화장, 수납공간의 바닥은 카펫이나 마루 등으로 달리할 수 있다. 이밖에도 욕실을 위생적이고 쾌적하게 사용하기 위한 기술적 처리에 대한 요구로서 거울에 습기가 차지 않게 하는 기술적 처리라든지, 센서를 부착해 물이 넘치면 자동으로 잠겨지는 수도, 곰팡이·벌레의 방지, 방음, 방향효과 등이 있었다.

이상의 미래 욕실 공간에 대한 태도를 종합해 보면 미래 욕실 공간에 대해 다양한 요구가 보여지고 있지만 물리적 설비 측면에서는 기존의 욕실에 대한 관념이 크게 바뀌어지지 않았음을 알 수 있다.

#### IV. 요약 및 결론

욕실 공간의 이용행태와 욕실공간에 대한 선호 이미지, 욕실 공간에 대한 요구 등의 조사 결과를 요약하면 다음과 같다.

1) 욕실공간의 이용행태는 기본행위인 세면행위,

배설행위, 샤워 및 목욕행위와 부수적 행위인 미용/화장행위, 휴식/건강관리 행위, 세탁이나 간단한 손빨래 등으로 나타났다.

2) 욕실공간의 선호 이미지는 전체 욕실의 분위기의 경우 위생성과 기능성이었으며 그 다음으로 분위기, 공간감 요인으로 나타났다. 설비 분위기의 경우도 위생성과 기능성 요인이 가장 중요 하게 나타났으며, 그 다음이 분위기, 공간감의 순으로 나타났다.

3) 욕실 공간의 선호 유형은 '변기/세면기+욕조' 또는 '변기+세면기/욕조'의 2실형인 것으로 나타났다.

그밖에 따뜻하고 밝은 조명, 수납장, 실용적 거울, 라지에타와 바닥난방에 대한 설비요구가 있었다.

위와같은 연구결과를 바탕으로 신세대의 욕실계획을 위한 디자인 대안을 제시하였다.

1) 욕실의 유형은 위생행위에 따른 조합상태를 근거로하여 1실형, 2실형, 3실형으로 제시하였다. <표 4-1 참고> 욕실유형의 계획시 건강관리 기능(음악, 독서, 사우나 등)은 기본적 위생행위와 밀접한 관계를 가짐으로써 기본기능(배변, 세면, 샤워 및 목욕행위)공간에 포함시키고, 그 외의 부수적인 위생행위(화장/미용, 세탁, 탈의/수납 행위)는 추가기능으로 보아 공간계획시 이 둘을 분류하여 계획하는 것이 바

<표 4-1> 욕실 유형의 계획안

실유형	행위별 조합상태		A 타입 (샤워부스형)	B 타입 (욕조형)
1실형	변기 + 세면기 + 샤워부스(욕조) + 건강관리기능		샤워를 주로 하는 경우에 해당	샤워 및 목욕을 하는 경우에 해당
2실형	변기	세면기 + 샤워부스(욕조)		
	건강관리(음악,독서,사우나), 추가기능(화장/미용, 세탁)			
	변기 + 세면기	샤워부스(욕조)		
	건강관리(음악,독서,사우나), 추가기능(화장/미용, 세탁)			
3실형	변기 + 세면기 + 샤워부스(욕조)	추가공간	추가기능을 위한 독립공간 계획시, 부분적으로 난방을 달리할 수 있다. i) 라지에타 (기본적인 기능공간) ii) 바닥난방 (추가기능공간) 바닥난방을 하는 경우, 타일이 아닌 바닥재(나무, 카펫, 리놀륨,...)를 사용하여 계획가능 함.	
	변기	세면기 + 샤워부스(욕조)		추가공간
	건강관리(음악,독서,사우나)			미용/화장, 탈의/수납, 세탁



람직하다. 1실형은 기존의 기능에 건강관리의 기능을 추가시킨 유형으로서 샤워 및 목욕행위에 따라 샤워부스형과 욕조형을 선택할 수 있게 하였다. 2실형은 1실형의 조합상태를 기본으로 3가지 조합상태를 제시하였다. 즉 변기를 독립시킨 형, 샤워부스(욕조)를 독립시킨 형, 추가기능의 공간을 독립시킨 형으로 추가기능을 위한 독립공간의 계획시에는 행위에 따라 바닥재료를 달리해 줄 수 있다. 3실형은 배변행위, 세면 및 샤워·목욕행위, 부수적 행위를 위한 공간을 분리시킨 것이다.

2) 욕실의 이미지를 분석한 결과, 위생성, 기능성, 공간감, 분위기, 스타일의 5개 요인이 추출되었으며 이 중 위생성, 기능성, 공간감, 분위기의 4개 요인이 욕실 전체 이미지와 설비 이미지 측면 모두에서 중요 요인으로 나타났다. 따라서 이들 4가지의 선호이미지에 대해 색채, 형태 측면에서의 디자인 제안을 하였다. <표 4-2> 이 제안은 이미지와 디자인 요소를 관련시킨 선행문헌(대한주택공사, 1996; 이경숙 등, 1996)을 참고로 하여 제시해 본 것이다. 전체 분위기와 설비 분위기 중 가장 선호한 이미지인 위생성과 기능성 위주의 계획이 요구되며, 그 다음으로는 공간감과 분위기요인을 고려해야 한다. 그 중 전체 이미지에서는 분위기보다는 공간감을, 설비 이미지에서는 공간감보다는 분위기를 더 선호하였으므로

<표 4-2> 욕실의 디자인 요소의 제안

선호 이미지	색 채	형 태
전체 / 설비 이미지	위생성 PB, G, Y, GY, N계열	민무늬, 심플하며 선적인 형태
	기능성 B, PB, G, YR, Y, N계열	민무늬, 스트라이프형, 심플하며 선적인 형태
	공간감 GY, PB, Y, BG, N계열	큰무늬에 체크, 스트라이프형, 둥근형태
	분위기 Y, YR, G, PB, RP, R, N계열	작은 꽃무늬, 반복무늬, 민무늬, 곡선형, 둥근형

로 이를 고려한 계획을 하여야 한다.

이상의 결과를 바탕으로 후속연구를 위한 제언을 하고자 한다. 본 연구는 20대의 대학생과 대학원생을 대상으로 하였기 때문에 후속연구에서는 연령층을 다양하게 하여 여러 연령층의 감성을 고려한 욕실계획이 필요하다. 또 본 연구는 감성이미지 언어를 추출한 후 디자인 계획안을 제시한 것이므로, 이를 바탕으로 한 구체적인 욕실 계획안이 마련되어 이를 재 평가한 연구가 필요하다.

### 【참 고 문 헌】

- 1) 감성공학연구회(1992). 감성공학연구동향 (I), (II). 한국과학기술연구원.
- 2) 나가마찌미쥬오 저, 김연민 역 (1994). 감성공학 - 감성을 디자인에 활용하는 기술-. 울산대학교 출판부.
- 3) 대한주택공사(1996). 아파트 인테리어디자인 가이드.
- 4) 이경숙 외 1인(1996). 공동주택 실내마감재에 있어 의장적 선호경향에 관한 연구 - 분당지역 中·大型아파트를 중심으로 -. 한국실내디자인학회회지 8호.
- 5) 이구형(1996). 인간중심의 제품디자인-사용자 중심의 생활환경: High-Culture Products. 연세대학교 생활과학연구소 정기학술세미나자료.
- 6) 이진숙 외 3인 (1996). 수량화 1류 분석을 이용한 실내색채의 이미지유형별 특성연구. 한국실내디자인학회회지 7호.
- 7) 조명은 (1994). 아파트 거주자의 위생생활행위 실태분석. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 8) 탁순애 (1990). 아파트의 욕실공간에 관한 연구. 건국대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 9) 한국과학기술원 (1993). 감성디자인 기반기술 개발에 관한 연구. 과학기술처.