

아파트 실내 이미지 선호와 성격유형과의 상관성에 관한 연구
A Study on the Relationship between the Apartment Interior Image Preference and
Personality Types.

이종희(Lee Jong-Hee)

서일대학 실내디자인과

이 논문은 서일대학 학술연구비로 연구되었습니다.

1. 서론

- 1-1 연구의 배경 및 목적
- 1-2 연구의 범위 및 방법

2. 이론적 배경

- 2-1 공동 주택에 있어 거주자 참여방식의 개념
- 2-2 거주자 참여방식에 대한 선행연구
- 2-3 거주자의 심리적 선호도를 알려주는 MBTI

3. 실 거주자의 기호에 맞춘 실내 이미지

- 3-1 거주자가 원하는 디자인
- 3-2 실내 이미지 유형별 특성

4. 연구결과

- 4-1 조사 대상의 선정
- 4-2 조사방법 및 내용

5. 결과 및 논의

- 5-1 조사대상자의 일반적 특성분석
- 5-2 MBTI 검사 결과 나타난 성격유형 분석
- 5-3 심리성향과 실내이미지 선호도의 차이 검증
- 5-4 성격유형과 선호하는 유형 분석

6. 결론 및 제언

참고문헌

(要約)

주거공간의 질적 만족도 향상과 거주자의 다양하고 개성있는 요구에 효과적으로 대응하기 위한 방안으로서 계획된 이 연구는 개인주택과는 달리 다수의 불 특정인을 대상으로 디자인되어야 하므로 다양한 평면계획을 세워 건설하기보다는 보편적인 디자인으로 계획할 수밖에 없는 공동주택(아파트)의 한계점을 극복해 보고자 하는 시도이다.

이를 위하여 조사대상자 360명을 선정하였고, 실 거주자의 선호도를 파악했던 선행연구에 의해 검증된 아파트 실내이미지 유형과 MBTI라고 하는 성격유형검사와 연계하여, 조사대상자의 성격유형에 따라 실내이미지 선호도가 달라지는가를 알아보았다.

이러한 연구 결과는 거주자가 요구하는 실내공간의 이미지 특성 및 이에 따른 각종제품에 대한 선호를 예측, 공급할 수 있게 하여, 아파트에서 살기를 원하는 거주자의 만족도를 높이는 데 기여할 것으로 사료된다.

(Abstract)

This study, planned as an idea to promote the degree of the qualitative satisfaction on the residential space and to correspond effectively with the several and characteristic needs, is a try to overcome the limitation which is not to construct with the several plane-plans but the common designs on an apartment, unlike to an individual residence, should be designed for the unidentified persons

For this purpose, I set 360 mother group to investigate how to change their degree of the interior-image preference through their Personality Types by the apartment interior image pattern, verified by the pre-study on the real-resident's degree of preference corresponding with MBTI(Myers-Briggs Type Indicator), a Personality Types investigation.

This result, leading us to be able to predict the resident's needs of the interior image aspects following the preference of the several products and to be able to supply the products, is being thought to contribute to promote the degree of satisfaction of the resident.

(keyword)

apartment, interior-image preference, MBTI(Myers-Briggs Type Indicator)

1. 서론

1.1. 연구의 배경 및 목적

우리나라에서 아파트가 처음 등장한 것은 1958년, 종암동 고려대 옆에 5층짜리 17평형 아파트 152가구를 건설한 것이 그 효시이다.

1970년대부터 한강이남의 발전과 함께 급속히 보급되기 시작한 아파트는 단독주택에 비해 그 효율성과 편리함 등이 탁월하여 우리나라의 대표적인 주거 형태로 자리잡게 되었다. 1)

서울과 지방 도시를 아파트 열기가 휩쓸면서 90년대에는 논두렁 밭두렁에서도 흔히 볼 수 있는 주거 형식이 되었다. 자연히 아파트를 바라보는 사람들의 시선도 달라졌고, 내 집 마련이라고 하면 곧 아파트를 의미할 정도로 아파트는 현대 주택을 대신하는 대명사가 됐다. 이토록 아파트가 한 시대의 가장 일반적인 주거 형식으로 등장하기까지는 그 주거 형태의 편리함이 가장 큰 이유라 할 수 있겠다. 한 공간 내에 생활에 필요한 모든 것이 존재하고 있으니, 한번이라도 아파트에 살아본 이라면 단독 주택의 생활을 동경하거나 그리워하지 않을 뿐 아니라, 설사 아파트에서의 탈피를 선언했다고 하더라도 아파트의 편리함을 인정하지 않을 수 없게 되었다. 이러한 아파트의 편리함은 더욱 고급화, 다양화, 현대화되면서 현대인의 구미를 적절히 맞추고 있다. 매 평형 똑같은 인테리어를 고집하지도 않을 뿐 아니라 아파트가 주는 삭막함을 해소할 수 있는 많은 대안들이 구매자들의 눈길을 끌고 있다. 현실하게 자리잡은 아파트 문화가 더욱 견고하고 다양하게 다듬어지는 것이다.

최근 들어 새롭게 건설되고 있는 아파트를 보면 새로운 공간으로의 재도약을 위한 다채로운 변신이 엿보인다. 로랜티, 모던, 내추럴 등 똑같은 아파트라도 실내 인테리어에 테마를 부여하여 차별화 시킨 테마형 아파트라든지, 전통적 정서를 심어 줄 수 있는 한국형 아파트, 100년 이상 그 모양 그대로 유지가 가능한 철골조 아파트, 노인을 위한 실버아파트, 초고속 정보통신 서비스를 아파트 내에서 제공할 수 있는 21세기형 사이버 아파트까지 그 목적이 다른 아파트가 종류만 해도 셀 수 없을 지경이다.

따라서 본 연구는 이제 아파트를 단순한 거주 개념에서 보다 높은 삶의 질을 원하는 사람들의 개별적 특성과 다양한 요구에 맞게 쾌적하고 아름다운 주거형태로 바꾸어야 한다는 시대적 요청에 직면하여 자신의 개성과 취향, 기호에 맞는 자재 및 제품을 선택하고 자신의 이미지를 반영하는 실내 공간을 창조하려는 소비자의 욕구와 이에 적절한 반영을 통해 소비자가 요구하는 실내공간의 특성 및 이에 따른 각종제품에 대한 선호를 예측할 수 있게 하여 이윤의 극대화를 추구하고자 하는 건설회사간 양자에게 도움을 주고자 각 개인의 성격유형에 따라 선호도가 달라지는 실내이미지

1) 1995년 우리나라의 주택 보급율은 86%이며 이중 아파트가 차지하는 비율은 41.1%이다. 대한주택공사, 주택통계편람, 1997.

를 조사한 것이다.

1.2. 연구의 범위 및 방법

첫째, 본 연구의 범위는 아파트를 대상으로 하였고 그 실내 공간 중 가장 활용도가 높고 거주자 및 방문자가 머물기 쉬운 거실공간으로 한정하였다. 선행연구에 따르면 아파트의 공간구성은 내향적 조합 양상이 두드러지는 점이 특징이다. 이것은 아파트의 평면이 일정한 제한 속에서 내적인 구성 원리를 가지면서 각 영역이 구분되기 때문이다. 즉, 비교적 공간의 배분이 자유로운 부가적인 단독주거와 달리 분할적인 아파트는 이미 정해진 규모와 상하좌우의 한계 속에서 공간이 분할됨으로서 문화적 중요도보다는 공간의 물리적 관계에 예측되는 정도가 심하다고 할 수 있다.

그러나 물리적 측면이 강조된 아파트일지라도 공간형태는 주 행위에 의해 영향을 받으면서 변화되어 왔다고 볼 수 있다. 특히, 공용공간은 이러한 공간형성에서 큰 비중을 차지하며 시대에 따라 특징적인 형태가 나타난다.

따라서 공용공간이 아파트에서 차지하는 비중이 가장 크다 할 수 있으며 공용공간에서 거실은 가족의 단란 및 접객의 기능을 가짐으로서 주거의 중심이 된다. 2)

또한 조사 대상의 선정에 있어서는 폭넓은 의견을 수렴하고자 메가 도시인 서울과 광역시인 대전, 중소도시인 평택, 강릉을 선정하였고 아파트의 규모는 소득 수준이 실내 디자인 여부에 영향을 줄 것을 고려한 선행연구의 결과에 의거하여 중형 아파트로 하였다. 3)

둘째, 연구방법은 문헌고찰과 설문조사방법을 사용하였다. 문헌고찰은 우선 아파트의 실내공간을 구성하는데 있어 소비자의 의견을 수렴코자했던 선행연구는 어떤 방향으로 진행되어져 왔는지 알아보았고 실내 이미지 유형을 추출하기 위해 선행연구(이연숙 교수팀의 연구)를 분석하고 재분류하여 6가지 실내 이미지를 선정하였고 이렇게 정리된 이미지를 보드화시켜 시각적 이미지로 재현하였다. 이는 소비자들의 선호향을 알아볼 때에 단어로 형상화된 이미지보다 훨씬 뚜렷하고 구체적이며 분명한 이미지를 제시하기 위해서였다.

셋째, 이러한 내용을 중심으로 성격유형검사인 MBTI 검사

2) 거실은 가족간의 휴식, 대화, 오락을 하는 가족단란공간(64.4%)으로 인식하는 경향이 가장 높았다

문항		분포	
		f	%
거실	가족단란공간	179	64.4
	가족단란+손님접대공간	94	33.0
	통로공간	4	1.4
	손님접대공간	1	0.4
계		278	100.0

김미희,이유미, 소비자 특성에 따른 아파트 실내공간 선호 실내디자인학회논문집 21호, 1999, 12, p104

3) 오승혜, 가구디자인의 조형적 요소에 대한 소비자의 선호 연구, 연세대학교 석논, p13

를 실시하였다. MBTI 검사는 심리학자인 융의 심리유형 이론에 기초를 둔 것으로서 인간행동은 그 다양성으로 인해 종잡을 수 없는 것같이 보여도 사실은 아주 질서정연하고 일관된 경향이 있다는 것이다.⁴⁾ 즉 동일한 사건, 사물을 직면할 때 개인이 인식하고 판단하는 특징에 따라 인간행동의 다양성이 나타나지만 각 개인의 독특한 행동양식에는 일관성이 있다는 것이다. 따라서 개인에 따라 창조된 실내공간은 그 환경을 창조하고 소유한 개인의 일정한 선호성향이 반영된 것이라 할 수 있다. 따라서 개인의 선호성향을 알면 소비자가 요구하는 실내공간의 특성 및 이에 따른 실내 이미지 선호를 예측할 수 있다는 말이 된다.⁵⁾

본 연구는 이러한 조사를 바탕으로 하여 개인의 성격유형에 따라 달라지는 실내 이미지 선호도를 조사하였다.

2. 이론적 배경

2.1. 공동 주택에 있어 거주자 참여방식의 개념

거주자 참여 디자인에 대한 연구는 디자인 방법과 환경 심리학 같은 두 영역의 연구 분야에서 논의 되어왔으며 거주자, 즉 주거환경 속에서 직접 생활하게 되는 거주자들의 관점에서 주거를 디자인하는 이론으로서 일반화되고 있다.

이러한 거주자 참여방식은 공동주택을 디자인함에 있어 중요한 의미를 가진다.

먼저는 거주자와 전문가가 함께 대면함으로써 거주자가 원하는 디자인의 정보를 제공받을 수 있으며, 상호조정을 통해 적합한 디자인을 도출할 수 있게 된다. 또한 실거주자가 직접 참여함으로써 디자인의 실용적인 측면, 디자인의 방향 및 요소 등 여러 문제들을 전문가와 상담하여 해결할 수도 있게 되며 무엇보다 중요한 것은 거주자가 직접 디자인에 참여함으로써 만족도가 높아진다는 것이다.

따라서 거주자 참여방식은 거주자의 의사결정과정과 연계하여 점차 복잡해지고 다양해지는 거주자들의 요구들을 해결하고 앞으로 주택의 공급량에 대응한 소비량을 늘릴 수 있는 디자인 방법으로 제안 할 수 있다.⁶⁾

2.2. 거주자 참여방식에 대한 선행연구

선행연구⁷⁾에 따르면 사용자의 디자인참가에 대한 연구는 지난 30년 동안 관심 있게 논의되어 왔다고 한다. 몇 가지 외국의 사례를 보면 기존의 주거단지 계획은 디자이너와 거주자 사이의 공통 언어가 없는 상태에서 이루어지기 때문에 디자이너들은 거주자의 문화적 가치와 생활패턴을 충분히 알지 못한 상태에서 디자인 안을 결정한다는 문제점을 지니

고 있었다. 따라서 이러한 단점을 보강하기 위해서는 사용자를 디자인에 끌어들이야 하는데 구체적으로는 기술적으로 복잡한 부분을 사용자가 이해하기 쉽게 함으로써, 디자이너가 사용자들에게 공통 언어를 제공하여야 하며 사용자의 의견을 수렴함으로써 양자간의 긴밀한 협조가 이루어져야 한다고 주장하였다.

또한 국내에서도 거주자의 디자인 참가에 대한 연구가 활발히 진행되었는데 이연숙 외 4인의 연구는 서울근교에 위치한 신 주거계획지역의 거주예정자를 대상으로 한 주거환경선호 특성에 대한 연구에서 평소 중요하게 생각하는 주거환경요인으로 근린환경권에 환경요인과 주택단위/실내디자인 요인을 조사하였다. 그 중 주택단위/실내디자인 요인으로는 주택평수, 각 공간크기, 및 배치, 실과 욕실의 개수와 같은 평면구조, 불박이시설, 현관의 이중문, 난방방식, 욕실의 환기시설, 실내조경, 남향배치 선호 공간 등을 조사하였다.⁸⁾

김경미는 주택의 각 실에 대한 선호를 파악하기 위해 11개의 실을 설정하여 전문가집단을 대상으로 조사한 결과 거실을 가장 높게 선호하였으며 주택 내에 수용해야할 실 기능을 13개의 항목으로 나누었는데 연구결과, '취미/작업', '독서/공부', '실내정원'의 순으로 선호하였다.⁹⁾

허경화의 연구결과 주택평면에서 원하는 공간으로 거실, 침실, 부엌, 식당, 화장실 등의 기초 공간 외에도 앞 베란다, 정원, 서재가 높은 빈도로 원하고 있었다. 정원에 대한 요구는 상당히 높게 나타났으며 내부 발코니에 실내 정원을 조성해서 전망을 살리려는 경향을 보였다.¹⁰⁾

대한주택공사는 최근 식당의 역할이 크게 부각되어 거실중심의 생활공간이 식당중심의 생활공간으로 옮겨질 것으로 전망하였다.¹¹⁾

2.3. 거주자의 심리적 선호도를 알려주는 MBTI

(1) MBTI란 무엇인가 ?

MBTI(Myers-Briggs Type Indicator : 심리유형검사)는 융의 이론을 보다 쉽게 이해하여 일상생활에 유용하게 활용할 수 있도록 개발된 것이다. 융의 심리유형 이론은 인간 행동이 그 다양성으로 인해 종잡을 수 없는 것 같이 보여도, 사실은 아주 질서정연하고 일관된 경향이 있다는 데서 출발하였다. 그리고 인간 행동의 다양성은 개인이 인식(Perception)하고 판단(Judgement)하는 특징이 다르기 때문이라고 하였다. 인식은 사물, 사람, 사건 또는 아이디어를 깨닫게 되는 모든

4) 김정택, 심혜숙, MBTI의 개발과 활용, 한국심리검사연구소, p6

5) 이연숙외, 실내이미지 선호판별도구, 기문당, p99

6) 박선희 문경하, 거주자 참여 방식을 적용한 공동주택의 실내공간계획에 대한 연구, 실내디자인학회논문집, 25호, 2000, 12월

7) 박우장, 주거 디자인의 사용자 참가모델에 관한 연구, 실내디자인학회논문집 24호, 2000, p.138

8) 이연숙외 4인, 지하주거 환경의 평가 및 디자인 개발을 위한 연구, 산학협동재단 연구수혜 미간행 보고서, 1990

9) 김경미, 미래 공동주택 설계의 방향 설정을 위한 연구 - 견본주택 현황조사와 주택관련종사자의 의견을 중심으로, 연세대 석논, 1996

10) 허경화, 수도권 거주자가 그린 이상적 실내 평면에 나타난 주거선호 경향, 연세대 석논, 1995

11) 대한주택공사, 쾌적한 미래 주거환경 실현을 위한 기술 개발 방향, 1993

방법을 가르킨다. 판단은 인식한 내용을 바탕으로 하여 결론을 내리는 모든 방식들을 가르킨다. 사람들이 인식하는 방법이 근본적으로 다르고 또 결론을 내리는 방법도 다르다면, 반응, 흥미, 가치, 동기, 기술, 관심 또한 다른 것도 지극히 당연할 것이다. 융의 태도 이론을 바탕으로 제작된 MBTI는 개인이 쉽게 응답할 수 있는 자기보고를 통해 인식하고 판단할 때의 각자 선호하는 경향을 찾고, 또 이러한 선호경향들이 하나 하나 또는 여러 개가 합쳐져서 인간의 행동에 어떠한 영향을 미치는가를 파악하여 실생활에 응용할 수 있도록 제작된 것이다.

MBTI는 학교, 사업장, 공공기관, 기업체 등에서 상담활동의 일환으로 다양하게 쓰이고 있다.¹²⁾

(2) 네 가지 선호경향

MBTI는 네 가지의 분리된 지표로 구성되어 있다 각 지표는 네 가지의 기본적인 선호경향(선호도 또는 선호성)중의 하나를 나타내고 있는데 융의 이론에 의하며 이 선호경향이 인식과 판단의 사용 경향을 결정짓는다고 한다. 선호경향은 사람들이 특정 상황에서 “무엇에” 주의를 하느냐 뿐만 아니라, 내용에 대해 “어떻게” 결론을 내리는데 영향을 미친다.

<표 1> MBTI의 네 가지 지표

네가지 지표		선택의 방향
EI(Extraversion-Introversion)	E 외향성 I 내향성	•인식과 판단이 외부세계(E)로 향하는가 또는 주로 내부세계(I)로 향하는가
SN(Sensing-iNtuition)	S 감각적 인식 N 직관적 인식	•인식하려고 할 때 어떤 종류의 인식을 선호하는가
TF(Thinking-Feeling)	T 사고적 판단 F 감정적 판단	•의사결정을 내릴 때 어떤 종류의 판단을 더 신뢰하는가
JP(Judgement-Perception)	J 판단 P 인식	•외부세계에 대처해 나갈 때 판단(J)적 태도를 취하는가 또는 인식(P)적 태도를 취하는가(S 또는 N을 통해)

이론에 의하면 네 가지 지표(EI, SN, TF, JP)마다 양극을 이루는 두 가지씩의 선호경향이 있다. 이를 조합하면 모두 16가지의 MBTI 유형이 나온다.

따라서 네 가지 지표에서 한 가지씩 선호할 때 16가지의 유형(TYPE)이 나오며 이 유형은 ESTJ, INFP와 같이 네 개의 문자로 표시된다.

이론상으로 볼 때, 각자가 선호하는 기능을 발달시키고 또 이러한 기능을 선호하는 태도를 발달시킬 수 있을 때 잘 적응할 수 있는 것이다. 예를 들어 어떤 사람이 외향적 태도(E)를 선호한다고 할 때 그는 혼자 앉아 명상에 잠기는 것보다 바깥으로 나아가 사람들을 만나고 외부활동을 할 때

더욱 효율성을 발휘한다. 그리고 인식할 때에 감각(S)을 선호한다면, 직관의 영역에 속하는 이론이나 가능성보다는 구체적인 사실이나 실재를 인식하는데 더 능하다. 또한 판단할 때에 사고(T)를 선호한다면, 감정에 의한 판단보다는 사고에 의한 판단을 더 잘 발달시킨다. 나아가 주위 세계에 대한 태도에서 인식(P)보다 판단(J)을 선호한다면 자기 주위에서 벌어지는 일에 순응해 들어가기보다 오히려 앞장서서 일을 계획하고 추진해 나가는데 더 활력을 느낀다는 것이다.

3. 실 거주자의 기호에 맞춘 실내 이미지 계획

3.1. 거주자가 원하는 디자인

거주자가 원하는 스타일은 여러 가지가 있다. 아파트 평면을 구성함에 있어 거주자의 의견을 반영하는 것은 다음과 같다.¹³⁾

(1) 옵션방식

공동주택에 있어서 옵션방식이란 크게 두 가지로 생각해 볼 수 있다. 그 하나는 이상적인 측면으로 거주자의 다양한 요구를 수용하기 위한 방안으로 옵션제도를 이용하는 것이다. 예를 들면 골조만 분양하고 내부공간은 거주자 자신의 특성에 맞게 자유롭게 계획할 수 있도록 하는 방식이다.

(2) 메뉴방식

이 방법은 입주자가 입주전의 실 배치, 주택부품, 설비기기, 벽과 바닥의 재질 및 색 중 일부 혹은 전체를 미리 결정되어 있는 메뉴 중에서 선택할 수 있도록 입주자에게 참가의 기회를 제공하는 것이다. 즉 방배치, 마무리, 설비의 일부를 입주자에게 선택시키는 메뉴를 설정하고 그것보다 더 많은 사양이나 설비를 희망에 따라 선택시키는 옵션방법은 공급단계에 있어 선택에 의한 참가라고 생각된다.

이러한 메뉴선택방식은 평면선택방식과 실내마감재선택방식으로 분류할 수 있다. 평면선택방법은 평면형을 몇 가지로 한정하여 제시하고 소비자가 선택한 대로 시공하는 방법이며 실내마감재선택방법으로는 개별메뉴와 종합메뉴로 나누어져 선택할 수 있게 된다.¹⁴⁾

개별메뉴방식의 경우 몇 가지 마감재료들(벽지, 문짝, 조명

13) 박선희, 문경하, 거주자참여방식을 적용한 공동주택의 실내공간계획에 대한 연구, 실내디자인학회논문집, 25호, 2000, pp.69-70.

14) Ibid., p.72 “소비자의요구에 대응하는 방법 중 가장 초보적이고 간단한 방법이 마감재, 부엌가구등 실내마감재를 선택하도록 하는 방법이다. 이러한 방법은 공사하는데 있어서도 공급업체에 별 부담없이 가능한 방법이며 소비자에게도 가장 관심의 대상이 되는 주택 내부의 분위기를 다양하게 변화시킬 수 있다는데 큰 장점이 있다고 할 수 있다.

이러한 마감재를 선택하는 방법에 있어서도 개별메뉴방식과 통합 메뉴방식등 다양한 방식이 있을 수 있다.”

12) 김정택, 심혜숙, MBTI의 개발과 활용, 한국심리검사연구소, 1995, p.27.

기구, 부엌가구, 가구 등)에 대하여 몇 가지 모델을 제시하고 거주자가 제시된 모델 중 선택하는 방식으로 이 같은 방식을 분양계약 및 공사관리상의 제약 때문에 몇몇 마감재들의 선택할 수 있는 범위를 제한하여 사용되고 있어 사실 별 선택의 효과가 없다고 할 수 있다.

통합메뉴방식의 경우 마감재들 모두를 거주자 자신이 직접 자유 선택토록 하는 것이 바람직하겠지만 거주자 스스로 일일이 모든 마감재를 선택한다는 것은 공급업체측에서는 감당하기 어려운 일이며 거주자 역시 조화롭게 알아서 잘 선택해야 한다는 것은 부담스러운 일이기 때문에 이러한 문제들에 해결안으로 새롭게 선보인 것이 분위기에 어울리도록 실내마감 전체를 한번에 선택하는 통합메뉴방식이며 선택방법으로는 전체 실내마감을 몇 가지 유형으로 설계해 놓고 거주자가 선택한 유형으로 시공해 주는 방식이다.

<표 2> 메뉴방식의 일례 15)

업체	내용
일본주택도시공단*	4가지 메뉴선택항목제시 · 내츨릴(Natural) · 댄디(Dandy) · 엘레гант(Elegant) · 심플(Simple)
대림 아크로빌(1999)**	37가지메뉴통합방식으로 나뉘고 각 메뉴당 옵션 선택항목 제시 · 클래식(Classic) · 엘레강스(Elegance) · 댄디(Dandy)
일신2차대우아파트(1994)***	37가지메뉴제시 · 주조색의 마감재 결정 · 핑크형 · 그린형 · 아이보리형

3.2. 실내 이미지 유형별 특성

(1) 이미지 계획의 이유

본 논문에서는 우리나라 아파트 주거공간의 변천 특성으로 보아 공용 중앙형이 우리 거주형태의 특성¹⁵⁾이고, 또한 공용면적도 가족의 단란 및 접객을 위한 공공공간으로서 각 시대마다 지속적으로 증가되는 추세를 나타내고 있기 때문에 여기에 초점을 맞추어 거실을 중심으로 한 실내 이미지 계획을 세웠다.

실내 공간에 있어서 이미지 계획과정은 구성요소에 대한 거주자들의 심리적 반응을 파악하여 그것을 실내요소계획에 근거한 디자인에 적용시키는 것인 동시에 구성요소가 갖는 상징적인 메시지를 거주자에게 접근시키고 일치시키는 작업이며 궁극적으로는 실내이미지별 특성에 따른 보다 구체적이고 합리적인 방법으로서 거주자로 하여금 실내공간 디자인의 선택을 용이하게 하는 자료를 마련하는 것이다.

(2) 실내 이미지 유형별 특성

이연숙 교수팀의 실내 이미지 선호판별 도구에 의하여 결

15) * 새주택설계연구회, 21세기엔 이런 집에 살고 싶다, p96

** 의장공사업협의회(1993.3), Interior Architecture, p27

*** 공동주택연구회, 도시집합주택의 기술 11+44, p71

16) 유영희, 한국도시근교 목조주택 평면구성 특성의 유형학적 연구, 실내디자인학회지, 25호, 2000년, p.79

정되어진 몇 가지 실내 이미지는 다음과 같다. 17)

(3) 전통·현대성

실내 디자인 양식에 따른 분류로 동양전통적, 서양전통적, 현대적으로 구별된 시대의 이미지적인 특성을 말한다. 일반적으로 디자인 양식사에서는 산업혁명 시기를 시점으로 하여 그 이전을 전통적, 그 이후를 현대적으로 구분(이연숙, 1989)하였다. 동양에서의 시대구분은 한국의 경우를 기준으로 하였는데, 서양의 경우보다 늦게 시작되어 20세기 중반 이후 특히 60년대의 아파트 건설이 시작된 시점으로 하였다. 전통의 이미지를 동양과 서양으로 구분한 이유는 문화적 관점에서 그 차이를 컸기 때문에 나타났던 실내이미지도 상이하였기 때문이고, 반면에 현대의 이미지를 동서양으로 구별하지 않은 이유는 현대의 실내이미지 특성이 동서양을 막론한 산업적이고 국제적 양식이기 때문이다. 이상 세 가지 양식을 시각적으로 조작하기 위한 각각의 정의는 다음과 같다.

① 동양전통적

주로 이조시대의 가구와 소품, 중국계의 가구 등을 중심으로 한 동양전통적인 실내 이미지를 의미하며, 선행 연구에서 조사된 디자인 표현어휘에 나타난 동양전통적 이미지 즉, 품위있고, 검소하고, 온화하고, 평온하고, 정갈하고, 절제되고, 고풍스럽고, 운치있고, 공간감 있고, 자연적이고, 은은하고, 담백하고, 소탈하고, 격조 있는 분위기를 표현한 실내 이미지를 의미한다. 이때의 이미지는 지디온(Giedion, 1971)의 새로운 전통(new tradition)의 속성 즉, 예술가의 입장에서 전통의 개념을 과거와 현재, 미래를 하나로 통합하여 작품 속에 표현하는 방법으로 과거에 대한 접근은 내면적인 의미와 내용을 완전히 이해하고 현대적 개념에 밀접히 접근할 수 있어야 한다고 한 점에 입각하여, 본 연구에서 제작된 시각적 이미지는 전통적인 모습 그대로의 재현이 아닌 현대의 시점에서 재해석한 현대화된 이미지이다.

② 서양전통적

산업혁명 이전의 서양의 전통 양식 중 특히 프랑스와 영국의 로코코, 신고전 양식을 중심으로 한 실내이미지를 의미하며, 선행 연구에서 조사된 디자인 표현어휘에서 나타난 서양전통적 이미지 즉, 품위 있고, 고급스럽고, 화려하고, 정식적이고, 권위 있고, 위엄 있고, 중후하고, 귀족적이고, 격조 있는 분위기를 표현한 실내 이미지를 의미한다. 이때의 이미지도 전통적인 모습 그대로의 재현이 아닌 현대화된 이미지이다. 또한, 프랑스나 영국의 국가를 절충하고, 로코코나 신고전 양식을 절충하여 이미지를 표현하였는데 이는 우리나라 일반인들이 이 양식을 구체적으로 구별해서 받아들이기 어려우라 생각했기 때문이다.

③ 현대적

서양에서는 산업혁명 이후, 동양 특히 한국에서는 20세기 중반 이후의 국제화 양식이 보편화된 시기의 모던이나 포스

17) 다음 항목은 이연숙 교수 연구실에서 펴낸 <실내환경적성향측정도구-실내 이미지 판별도구 (1997, 기문당)>에 의거 정리한 것이다.

트모던 양식을 중심으로 한 실내 이미지를 의미하며, 선행 연구에서 조사된 디자인 표현어휘에 나타난 현대적 이미지 즉, 단순하고, 세련되고, 간결하고, 추상미가 있고, 공간감이 있고, 개방적이고, 깔끔하고, 이지적인 분위기를 표현한 실내 이미지를 의미한다.

(4) 단순성·복잡성

일종의 자극추구(stimulus seeking) 성향(Little, 1989)으로서 자극특성의 단순성과 복잡성을 의미하는 속성이다. 본 연구에서는 이를 조작하기 위해 울윌(Wohlwill, 1974)¹⁸⁾의 자극 조절에 대한 3가지 차원 즉 강도(intensity), 다양성(diversity), 패턴이나 구조의 불명확성(uncertainty of pattern or structure)을 기준으로 하여 단순성과 복잡성에 대한 시각적인 자극의 범위로 조정하여 이미지를 창조하였다. 선행 연구의 디자인 표현어휘에 나타난 단순성에 대한 이미지는 간결한 형태이고, 선이 간결하고, 통일되고, 정돈되고, 질서 있고, 명료하고, 정적이고, 정갈하고, 깨끗한 분위기이다. 그리고 복잡성에 대한 이미지는 정교하고, 질감의 변화가 있고, 자극적이고, 풍부하고, 복합적이고, 변화 있고, 장식적인 분위기를 표현한 실내 이미지를 의미한다.

<표 3> 본 연구의 이미지 제작을 위해 참고하였던 선행연구에서의 표현의 분류

전통·현대성	동양 전통성	품위있는, 검소한, 온화한, 순박한, 운치있는, 평온한, 공간감이 있는, 수수한, 자연적인, 절제된, 정적인, 솔직한, 한국적인, 동양적인, 전통적인, 고풍스러운, 정감있는, 은은한, 정갈한, 담백한, 격조있는
	서양 전통성	품위있는, 고급스러운, 화려한, 장식적인, 풍부한, 고전적인, 권위있는, 전통적인, 고풍스러운, 위엄있는, 중후한, 품격있는, 귀족적인, 격조있는, 장엄한
	현대성	새로운, 세련된, 현대적인, 이색적인 멋이 있는, 선이 간결한, 추상미가 있는, 공간감있는, 탁트인, 독특한, 개성적인, 이국한, 시원스러운, 생동감있는, 신선한, 간결한, 깔끔한, 자극적인, 대담한, 개방적인, 밝은, 진보적인, 이지적인, 모던한, 샤프한
단순·복잡성	단순성	단정한, 차분한, 시원한 감이 있는, 간결한 형태인, 선이 간결한, 통일된, 정돈된, 절제된, 질서 있는, 명료한, 정적인, 단순한, 솔직한, 산뜻한, 깔끔한, 정갈한, 깨끗한
	복잡성	정교한, 질감의 변화가 있는, 화려한, 자극적인, 풍부한, 다양한, 복합적인, 복잡한, 변화있는, 변화한, 사치스러운, 장식적인, 호화로운

<표 4> 환경적 성향의 요인방안

전통·현대성	단순성·복잡성
동양전통성	단순성
	복잡성
서양전통성	단순성
	복잡성
현대성	단순성
	복잡성

18) Bell, P.A., Fisher, J.D., Baum, A. & Greene, T.C.(1996). Environmental Psychology (fourth edition). Philadelphia : Harcourt Brace College Publishers. pp. 122~124.

(5) 실내이미지

본 연구에서 사용한 실내이미지는 제반 기준 여건이 통제된 상황에서 재료, 색채, 제품계획 등을 통해 연출된 실내 코디네이션 이미지를 주로 의미한다.

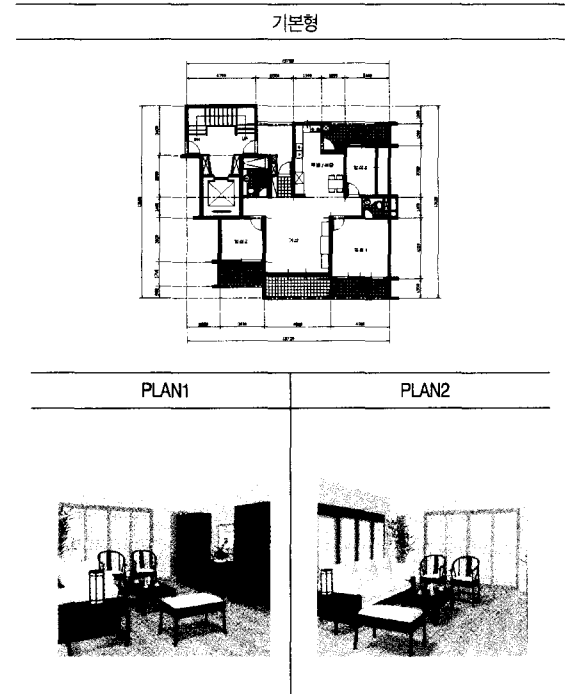
특성에 따른 각 실내 이미지별 재료 계획은 <표8>과 같다.

<표 8> 실내 이미지 디자인 재료계획

환경적 성향	1차원	2차원	벽	스틸문	소파직물	의자형태	의자직물	장식장	조명	스크린	
동양 전통적	단순	목재 플로링	무	한지패널	단순형태 (띠실문)	난색계의 무지	동근형	난색계의 무지	장식감염 손잡이 이 적은 표면	단순한 육각형	드문 패턴
	복잡	목재 패널	무	한지패널	복잡형태 (원지문)	난색계의 꽃무늬 패턴	브러쉬 (타이틀)을 가진 동근형	난색계의 무지	장식감염 손잡이 이 많은 표면	장식이 있는 박스형	기특한 패턴
서양 전통적	단순	목재 플로링	단순한 카펫	시방인속 연한 꽃무늬	동근 울림	무패턴	로코코	색상대비가 약한 패턴	패디먼트가 있는 하이보이	도자기 형태	스타일화 된 풍경
	복잡	목재 바레트	꽃무늬 카펫	시방인속 꽃무늬	동근울림 과꽃무늬 패턴	꽃무늬 패턴	로코코	색상대비가 강한 패턴	패디먼트가 있는 하이보이	도자기 형태	사실적인 풍경
현대성 적	단순	목재 플로링	단순한 카펫	난색계의 무패턴	단순	난색계열 무패턴	국산형 모던	난색	동근 울림 단색	민한색상 대비의 곡선강조	추상적
	복잡	목재 플로링	그레퍼 카펫	난색계의 무패턴	단순	색상대비가 있는 무패턴	국산형 모던	난색계의 색상대비	동근 울림 색상대비	강한색상 대비의 곡선강조	조경

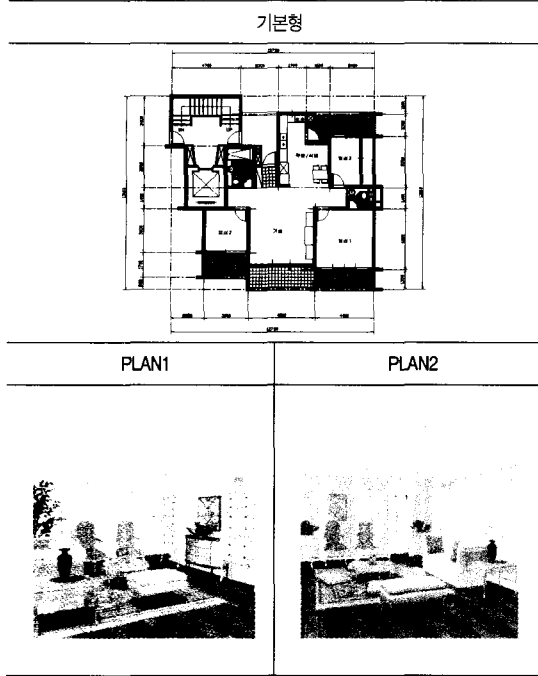
이미지별 재료 계획에 따라 제시된 실내이미지 유형 6가지는 다음과 같다.

① 1유형 - 동양전통성/단순성



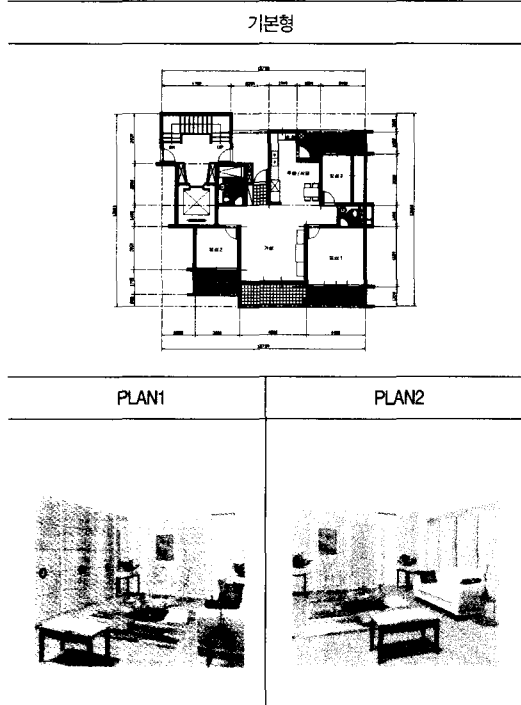
<그림 1>

② 2유형 - 서양전통성/단순성



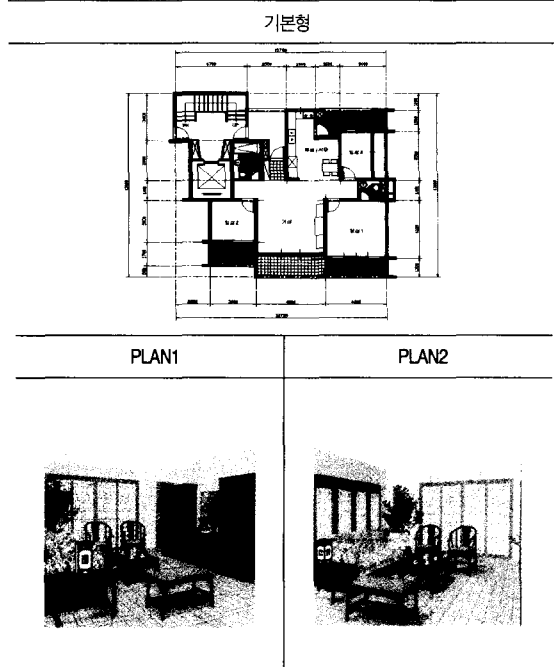
<그림 2>

③ 3유형 - 현대성/단순성



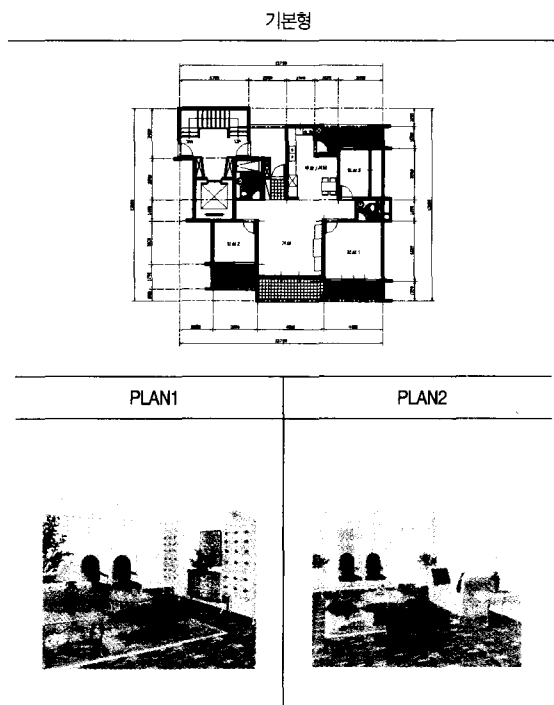
<그림 3>

④ 4유형 - 동양전통성/복잡성

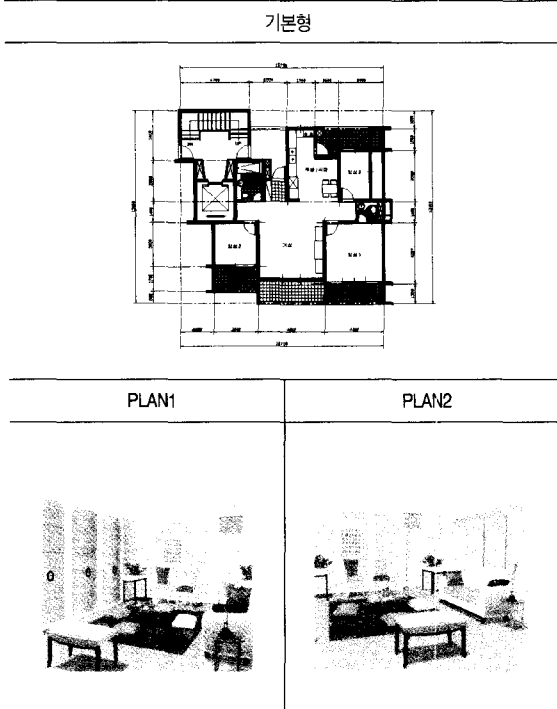


<그림4>

⑤ 5유형 - 서양전통성/복잡성



<그림5>



<그림6>

4. 연구결과

4.1. 조사 대상의 선정

본 조사는 서울과 대전, 평택, 강릉의 아파트에 거주하는 주부를 대상으로 하였고¹⁹⁾ 조사대상 아파트의 규모는 중형 110㎡-145㎡(33-44평)으로 정하였다. 조사는 이연숙 교수팀의 연구결과를 바탕으로 미리 제작한 실내 이미지 보드와 한국 심리 검사 연구소에서 구입한 MBTI 문제지를 가지고 2001년 9월 2일부터 2002년 2월13일까지 약 6개월 동안 서울 200세대, 대전 평택 강릉 각각 70여세대씩 총 400세대를 조사대상으로 삼았고 이중 응답내용이 부실하고 자료로 이용할 수 없다고 판단된 40여부를 제외한 360부를 가지고 최종분석하였다.

4.2. 조사방법 및 내용

본 연구의 조사방법은 MBTI 성격 유형 검사지와 설문지를 병행하였다. 설문지는 가족환경과 특성 아파트 실내 공간

19) 주부들로 조사대상을 한정지은 이유는 평면선호에 의한 주택의 선택 결정을 주부들이 하게 될 것이라는 예측 때문인데 다음의 글이 이를 뒷받침해 줄 것이다.

“가정은 아내들이 다시 점령하게 되었다. 가정주부의 역할은 제 2차 세계대전의 결과에 의해 극적으로 바뀌었다. 가정주부가 가정의 지출을 다룬다는 것이 인식되면서, 그들은 광고업자들과 제조업자들의 중요한 표적이 되었다. 데이비드 리스만이 미국 소비주의에 관한 조사서 『외로운 군중』에서 관찰한 바에 따르면 “여성들은 우리의 사회가 인정한 소비의 주도자들이다”, 앤머시, 20세기 인테리어 디자인, 시공사, 1998 pp.78-84

이미지 선호성향등으로 구성된 질문지와 이미지 보드를 이용하였다.

조사 대상자들의 일반적인 가족 환경 특성을 파악하기 위해서 연령, 학력, 직업, 월평균 가계소득, 주택평면규모를 조사하였고 아파트 실내공간 선호 이미지를 조사하기 위해 선행연구를 바탕으로 한 이미지 보드를 적절하게 활용하였다.

조사내용은 MBTI 심리검사를 먼저 실시한 후 선행연구에 기초하여 미리 디자인한 주생활양식에 따른 실내공간 디자인을 모델을 제시하여 선호하는 디자인을 선택하게 하였다. 여기서 얻어진 자료들을 가지고 성격유형과 선호하는 실내 이미지와의 상관성을 알아보았다.

5. 결과 및 논의

5.1 조사대상자의 일반적 특성분석

본 연구의 조사 대상자의 주거 및 가구 구성 특성을 연령, 학력, 월수입, 자녀 수 등으로 구분하여 조사하였다. 연령대는 30대가 가장 많았고 (60.5%), 연구대상평수인 중형아파트에 거주하는 비율이 75.8%로 가장 높았으며 4인 가족이 73.9%로 가장 높았다.

<표 5> 조사 대상자의 일반적 사항

변인	범위	빈도	백분율(%)
거주지역	서울	169	46.9
	대전	81	22.5
	평택	56	15.5
	강릉	54	15.0
	계	360	100
주부연령	20대	64	17.7
	30대	218	60.5
	40대이상	78	21.6
	계	360	100
월 평균 소득	200만원 이상	95	26.4
	300만원 미만	229	63.6
	300만원 이상	36	10.0
	계	360	100
가족수	2	17	4.7
	3	43	11.9
	4	266	73.9
	5이상	34	9.4
	계	360	100.0
주택평면규모	21-30평	52	14.0
	30-40평	273	75.8
	40평 이상	35	9.7
	계	360	100.0

5.2 MBTI 검사 결과 나타난 성격유형 분석

360명의 응답자를 유형별로 분류한 성격유형은 다음과 같다.

<표 6> 응답자의 성격유형분포도

		감각		직관		CASE(N)	%
		사고	감정	감정	사고		
내향성	판단	ISTJ N=92 %=25.56 	ISFJ N=31 %=8.61 	INFJ N=15 %=4.17 	INTJ N=18 %=5 	E 155 I 205	43.05 56.95
		ISTP N=21 %=5.83 	ISFP N=18 %=5 	INFP N=6 %=1.67 	INTP N=4 %=1.1 1	S 285 N 75	79.16 20.84
	인식	ESTP N=16 %=4.44 	ESFP N=14 %=3.89 	ENFP N=6 %=1.67 	ENTP N=2 %=0.5 6	T 231 F 129	64.17 35.83
		ESTJ N=61 %=16.94 	ESFJ N=32 %=8.89 	ENFJ N=9 %=2.5 	ENTJ N=15 %=4.1 7 	J 274 P 86	76.11 23.89

N = 360

360명의 응답자를 대상으로 한 검사 결과와 한국 MBTI 연구소에서 제공한 우리나라 전체 여자의 성격 유형 비율을 비교해 보면 유사하다는 것을 알 수 있어 이번 조사를 통한 연구 결과를 어느 정도 일반화시켜 적용할 수 있는 근거가 된다고 사료된다.

<표 7> 일반인(여자) General Population(F) N = 5795

CASE	E	I	S	N	T	F	J	P
N	2596	3199	4360	1435	3563	2232	3759	2046
%	44.79	55.20	75.23	24.76	61.48	38.51	64.86	35.13

5.3 심리성향과 실내이미지 선호도의 차이 검증

(1) 외향형(E)-내향형(I)의 심리성향에 따른 이미지유형 선호도의 차이 검증

외향형과 내향형의 심리성향에 따른 이미지 선호도의 결과는 <표 8>과 같다.

<표 8> 외향형(E)-내향형(I)의 심리성향에 따른 이미지 유형 선호도의 차이

실내이미지유형	외향(E)	내향(I)	전체
1유형(동양전통성/단순성)	2(1.29%)	19(9.27%)	21(5.83%)
2유형(서양전통성/단순성)	15(9.68%)	27(13.17%)	42(11.67%)
3유형(현대성/단순성)	18(11.61%)	102(49.75%)	120(33.33%)
4유형(동양전통성/복잡성)	4(2.58%)	6(2.93%)	10(2.78%)
5유형(서양전통성/복잡성)	42(27.10%)	13(6.34%)	55(15.28%)
6유형(현대성/복잡성)	74(47.74%)	38(18.54%)	112(31.11%)
전체	155 (43.06%)	205 (56.94%)	360 (100%)

외향형의 사람들이 선호하는 유형은 6유형>5유형>3유형>2유형>4유형>1유형 순인데 반해 내향형의 사람들은 3유형>6유형>2유형>1유형>5유형>4유형 순으로 선호도가 다른 것으로 조사되었다.

로 조사되었다.

이러한 것은 외향형의 특징인 활동지향적이고 다양함을 추구하고 사람이나 사물과의 상호작용을 중시하는 성격특성이 반영된 것이라 하겠다.

전체적으로 볼 때에 3,6유형에 뚜렷한 선호도를 보이고 있는데, 외향형이 6유형에 선호가 뚜렷한 반면 내향형은 3유형에 뚜렷한 선호도를 보이고 있는 것으로 보아 현대적인 이미지를 선호하되 외향형은 다소 화려함을, 내향형은 조용하고 사적이며 집중할 수 있는 환경, 즉 단순한 이미지를 선호하는 것으로 나타나는데 이는 성격 특성이 잘 반영된 것이라 사료된다. 외향형이 거의 선호를 보이지 않는 한국 전통형도 내향형은 다소의 선호가 있는 것으로 나타난다. 이것은 조용하고 사색을 즐기는 내향형의 성격특성이 어느 정도 반영된 것이라 볼 수 있겠다.

둘의 성격유형을 비교해 볼때 공히 현대적인 이미지에 선호를 보였으며 나이에 상관없이 동양전통적인 이미지는 선호를 받지 못했다.

(2) 감각형(S)-직관형(N)의 심리성향에 따른 이미지유형 선호도의 차이 검증

감각형과 직관형의 심리성향에 따른 이미지 선호도의 결과는 <표 9>와 같다.

<표 9> 감각형(S)-직관형(N)의 심리성향에 따른 이미지유형 선호도의 차이

실내이미지유형	감각(S)	직관(N)	전체
1유형(동양전통성/단순성)	36(12.63%)	1(1.33%)	37(10.28%)
2유형(서양전통성/단순성)	59(20.70%)	2(2.67%)	61(16.94%)
3유형(현대성/단순성)	78(27.37%)	17(22.67%)	95(26.39%)
4유형(동양전통성/복잡성)	14(4.91%)	4(5.33%)	18(5.00%)
5유형(서양전통성/복잡성)	29(10.18%)	8(10.67%)	37(10.28%)
6유형(현대성/복잡성)	69(24.21%)	43(57.33%)	112(31.11%)
전체	285 (79.17%)	75 (20.83%)	360 (100%)

MBTI 성격유형에 따르면 감각형은 일반적으로 실제적이고 실용적인 특성을 가지고 있고 이미 익숙한 환경을 선호하는 경향이 있으며 직관형들은 새로운 것을 추구하는 경향이 강하여 가능성과 미래의 욕구를 채우는 것을 좋아한다. 따라서 실내 이미지도 복고풍의 무엇보다는 미래적인 이미지를 더욱 선호하는 것으로 예상되어졌다.

감각형에서는 3형>6유형>2유형>1유형>5유형>4유형으로 선호 평면이 나타났다. 직관형에서는 6유형>3유형>5유형>4유형>2유형>1유형의 순으로 선호도가 나타났다. 특이한 것은 감각형은 3과 6유형에 거의 비슷한 선호를 보이고 있는 반면 직관형은 대부분이 6유형을 선호하고 있다는 점이다. 이것은 직관형의 성격특성인 미래지향적이고 상상력이 풍부한 성격특성이 반영된 결과인 듯 하다. 또한 감각형이 실생활을 통해서 많이 보아온 과거의 이미지, 즉 동서양의 전통적인 이미지에도 고루 선호도를 보이는 반면 직관형은 동양 전통적이나 서양전통적인 것에 거의 선호도를 보이지 않는 점 또한 성격특성이 잘 반영된 것이라 하겠다. 외향, 내향과 마찬가지로 이들도 역시 3과 6유형, 즉 현대적인 이미지

를 선호하고 있는 것으로 나타났다.

(3) 사고형(T)-감정형(F)의 심리성향에 따른 이미지유형 선호도의 차이 검증

사고형-감정형의 심리성향에 따른 이미지 선호도의 결과는 <표10>과 같다.

<표 10> 사고형(T)-감정형(F)의 심리성향에 따른 이미지유형 선호도의 차이

실내이미지유형	사고(T)	감정(F)	전체
1유형(동양전통성/단순성)	6(2.62%)	18(13.74%)	24(6.67%)
2유형(서양전통성/단순성)	31(13.54%)	9(6.87%)	40(11.11%)
3유형(현대성/단순성)	106(46.29%)	13(9.92%)	119(33.05%)
4유형(동양전통성/복잡성)	3(1.31%)	41(31.30%)	44(12.22%)
5유형(서양전통성/복잡성)	14(6.11%)	23(17.56%)	37(10.28%)
6유형(현대성/복잡성)	69(30.13%)	27(20.61%)	96(26.67%)
전체	229 (64.61%)	131 (36.39%)	360 (100%)

가장 흥미로운 결과가 나온 것이 이 유형인데 동양전통성에 선호도를 보이는 감정형의 경우 사고적이고 친근감이 있는 성향, 즉 싫은 것의 표현도 부드럽게 하는 성향이 영향을 준 것 같기도 하다. 사고형의 주부들이 가정 선호하는 유형은 3유형>6유형>2유형>5유형>1유형>4유형으로 나타났고 감정형의 주부들이 선호하는 유형은 4유형>6유형>5유형>1유형>3유형>2유형으로 나타났다.

사고형의 특성은 정서적인 면 보다는 편리성, 절제미 등을 추구하다 보니 선호하는 이미지도 복잡한 것보다는 단순한 것, 미 보다는 실용적인 면을 선호하는 것으로 나타났다. 이와는 반대로 감정형은 주관적 경향이 강하고 정서적인 면과 사고적이고 친근감을 추구하는 성격유형상 다소 화려한 것과 복고적인 면에 선호경향을 보이고 있다.

(4) 판단형(J)-인식형(P)의 심리성향에 따른 이미지유형 선호도의 차이 검증

판단형과 인식형의 심리성향에 따른 이미지 선호도의 결과는 <표11>과 같다.

<표 11> 판단형(J)-인식형(P)의 심리성향에 따른 이미지유형 선호도의 차이

실내이미지유형	판단(J)	인식(P)	전체
1유형(동양전통성/단순성)	15(5.49%)	13(14.94%)	28(7.78%)
2유형(서양전통성/단순성)	35(12.82%)	19(21.84%)	54(15.00%)
3유형(현대성/단순성)	42(15.38%)	38(43.68%)	80(22.22%)
4유형(동양전통성/복잡성)	17(6.23%)	1(1.15%)	18(5.00%)
5유형(서양전통성/복잡성)	52(19.05%)	2(2.30%)	54(15.00%)
6유형(현대성/복잡성)	112(41.03%)	14(16.09%)	126(35.00%)
전체	273 (75.83%)	87 (24.17%)	360 (100%)

생활양식에서 두드러지는 특성을 가진 판단형은 자신을 통제하며 결단성이 있고 엄한 성격특성을 가지고 있다. 판단형의 사무실은 모든 사물들이 있어야 할 자리에 놓여 있는 정돈되고 조직적인 특성을 가지고 있다. 이와는 반대로 인

식형은 본인이 게으르다고 인식할 정도로 사물의 정돈이나 제자리에 놓여 있음을 주의하지 않는다.

이와같은 특성이 실내 이미지에도 그대로 반영되었는데 판단형의 주부들이 6유형>5유형>3유형>2유형>4유형>1유형의 순으로 다소 복잡하고 화려한 이미지의 실내를 선호하였고 인식형은 3유형>2유형>6유형>1유형>5유형>4유형의 순으로 선호하였다. 이것은 조직하고 정리하기를 좋아하는 판단형이 복잡하고 화려한 이미지를 감당할 수 있는 반면 융통성과 적응력이 뛰어난 반면 정리에 단점을 가지고 있는 인식형은 단순하고 명료한 이미지를 더욱 선호하는 것으로 나타났다.

5.4 성격유형과 선호하는 유형 분석

조사대상자의 MBTI 성격유형에 따른 선호하는 이미지유형의 결과는 <표12>와 같다.

<표 12> MBTI 성격유형에 따른 선호하는 이미지유형

	1유형 (동양전통성/단순성)	2유형 (서양전통성/단순성)	3유형 (현대성/단순성)	4유형 (동양전통성/복잡성)	5유형 (서양전통성/복잡성)	6유형 (현대성/복잡성)	합 계
ISTJ	1(1.07%)	15(16.13%)	38(40.86%)	3(3.23%)	6(6.45%)	30(32.26%)	93(100%)
ISFJ	3(9.68%)	4(12.90%)	5(16.13%)	6(19.35%)	5(16.13%)	8(25.81%)	31(100%)
INFJ	-	1(6.67%)	3(20.00%)	1(6.67%)	2(13.33%)	8(53.33%)	15(100%)
INTJ	-	2(11.11%)	8(44.44%)	-	1(5.56%)	7(38.89%)	18(100%)
ISTP	1(4.76%)	4(19.05%)	10(47.62%)	1(4.76%)	1(4.76%)	4(19.05%)	21(100%)
ISFP	2(11.11%)	3(16.67%)	5(27.78%)	1(5.55%)	3(16.67%)	4(22.22%)	18(100%)
INFP	1(16.67%)	-	3(50.00%)	1(16.67%)	-	1(16.67%)	6(100%)
INTP	-	1(25.00%)	2(50.00%)	-	-	1(25.00%)	4(100%)
ESTF	1(6.25%)	2(12.50%)	6(37.50%)	-	2(12.5%)	5(31.25%)	16(100%)
ESFJ	2(14.29%)	2(14.29%)	4(28.57%)	-	1(7.14%)	5(35.71%)	14(100%)
ENFF	-	1(16.67%)	1(16.67%)	1(16.67%)	1(16.67%)	2(33.33%)	6(100%)
ENTF	-	1(50.00%)	1(50.00%)	-	-	-	2(100%)
ESTJ	2(3.28%)	5(8.20%)	19(31.15%)	3(4.92%)	11(18.03%)	21(34.43%)	61(100%)
ESFJ	1(3.13%)	2(6.25%)	6(18.75%)	3(9.38%)	9(28.13%)	11(34.38%)	32(100%)
ENFJ	-	-	1(11.11%)	1(11.11%)	3(33.33%)	4(44.44%)	9(100%)
ENTJ	-	1(6.67%)	3(20.00%)	-	5(33.33%)	6(40.00%)	15(100%)
총 계	14(3.89%)	44(12.22%)	115(31.94%)	21(5.83%)	49(13.61%)	117(32.50%)	360(100%)

조사대상자의 25,56%를 차지하는 즉 16개의 성격유형중 가장 높은 비율을 나타내는 ISTJ형과 16.94%를 차지하는 ESTJ형의 주부들이 선호하는 이미지와 조사대상자의 1.11%를 차지하는 INTP형, 3.89%의 ESEF형이 선호하는 실내 이미지는 약간의 차이가 있었지만 거의 모든 유형에서 가장 선호도가 높은 이미지는 3과 6유형이었다. 가구나 벽지, 카펫 이미지 등에서 차이는 있지만 거의 모든 주부들은 현대적인 이미지를 가장 선호하는 것으로 조사되었다. 물론 성격의 차이에 따라 선호하는 유형이 다소간 달라지는 것을 볼 수 있다. 즉 조사대상자의 25,56%를 차지하는 ISTJ형과 16.94%를 차지하는 ESTJ형의 주부들이 동양전통적인 이미지의 1과 4유형에는 거의 선호를 보이지 않았지만 조사대상자의 8.61%를 차지하는 ISFJ형, 3.89%의 ESEF형은 동양전통적인 이미지를 선호하는 경향을 나타내었다. 그러나 이러한 약간의 차이에도 불구하고 다수의 만족을 위한 아파트의 실내 이미지에 있어서는 복고적인 이미지를 가진 동서양의 전통적인 이미지보다는 현대적이고 간결한 디자인을 선호하고 있음을 알

수 있었다. 따라서 본 연구가 미리 범위를 정하였듯이 중형의 아파트를 거주자의 기호에 맞게 건설하는데 있어서는 현대적인 이미지의 변형과 실험이 유익하리라 판단된다.

6. 결론 및 제언

본 연구는 MBTI 성격유형검사를 통해 나타난 개인의 성격유형과 실내 디자인 이미지 선호경향과의 연관성을 알아보고자 하였다. 본 연구를 통해 얻어진 결론은 다음과 같이 정리할 수 있겠다.

첫째, 개인의 성격유형과 선호하는 실내 이미지의 연관성을 살펴볼 때에 거의 모든 성격유형에서 선호하는 이미지는 현대적 이미지 즉, 단순하고, 세련되고, 간결하고, 추상미가 있고, 공간감이 있고, 개방적이고, 깔끔하고, 이지적인 분위기를 표현한 실내이미지였다. 본 연구에서는 이 현대성의 이미지를 단순성과 복잡성으로 구분하여 제시하였다. 표현 어휘에 나타난 단순성에 대한 이미지는 간결한 형태이고, 선이 간결하고, 통일되고, 정돈되고, 질서 있고, 명료하고, 정적이고, 정갈하고, 깨끗한 분위기로 제시하였고, 복잡성에 대한 이미지 즉, 정교하고, 질감의 변화가 있고, 자극적이고, 풍부하고, 복잡적이고, 변화 있고, 장식적인 분위기를 표현한 실내이미지로 구분하여 제시하였으나 단순/복잡성에 관해서는 그리 뚜렷한 선호를 보이지 않았다. 이러한 결과는 거주자가 선호하는 이미지는 부분보다는 전체적인 것이 중요하다는 것을 의미한다.

둘째, 개인의 성격유형이 실내 이미지를 선호하는데 있어 큰 영향을 줄 수 있을 것이라는 가정에서 출발하였지만 연구결과는 성격유형에 큰 영향을 받지 않는 것으로 나타났다. 물론 조사대상자의 성격유형에 따라 다소간의 차이가 있었지만 거의 모든 유형에서 가장 선호도가 높은 이미지는 3과 6유형이었다. 성격유형과는 무관하게 거의 모든 주부들은 현대적인 이미지를 가장 선호하는 것으로 조사되었다.

이상의 결과를 바탕으로 하여 아파트의 실내 이미지 계획에 관해 다음과 점을 제안하고자 한다.

첫째, 아파트는 개인주택과는 달리 다수의 불 특정인을 대상으로 디자인되어야 하므로 다양한 평면계획을 세워 건설하기보다는 보편적인 디자인으로 계획할 수밖에 없는 한계점을 지니고 있다.

따라서 주거공간의 질적 만족도 향상과 거주자의 다양하고 개성있는 요구에 체계적으로 대응하기 위한 방안으로서 성격유형에 따라 다소간 다르게 나타났지만 거의 모든 유형에서 분명한 선호를 보인 현대적 이미지를 바탕으로 한 아파트 실내 이미지 계획은 실 거주자의 요구에 적합한 모델 개발을 위한 중요한 자료가 될 것으로 기대한다.

둘째, 이 연구가 다룬 6가지 실내 이미지 유형 외에 보다 다양한 이미지 유형과 다양한 평수의 아파트를 대상으로 한 실험이 필요하리라 생각된다. 본 연구에서 자세한 분석은 생략했지만 개략적으로 살펴본 바 조사에 응한 주부들의 거

주지역이나 나이는 선호이미지에 그리 큰 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 따라서 나이와 거주지역은 무관하지만, 선호하는 실내 이미지에 영향을 미칠 수 있는 요인으로는 아파트의 평수이다. 이는 거주평수의 크고 작음에 따라 실내 이미지 선호가 달라질 수 있을 것이라는 가정이 가능하기 때문이다.

셋째, 본 연구는 거실의 이미지 계획만으로 한정했지만 전체적인 아파트의 실내 이미지에 대한 선호성향에 대한 연구가 이루어졌으면 하는 바람이 있고 또한 성격유형과 라이프스타일에 따라 달라지는 실내 공간 구성에 대한 선호성향에 대한 연구도 흥미로울 것이라 생각된다.

참고문헌

- 앤머시, 20세기 인테리어 디자인, 시공사, 1998.
- 김정택, 심혜숙, MBTI의 개발과 활용. 서울·한국심리검사연구소, 1995
- 한영호 외, 노인주거의 안전설계를 위한 실내 디자인 지침 개발, 실내디자인학회논문집 25호, 2000.
- 박우장, 사용자참가방법에 의한 공동주택의 체계적 설계방법의 개발, 충북대 박논 1996.
- 박선희 문경하, 거주자 참여 방식을 적용한 공동주택의 실내공간계획에 대한 연구, 실내디자인학회논문집, 25호, 2000.
- 박우장, 주거 디자인의 사용자 참가모델에 관한 연구, 실내디자인학회논문집24호, 2000.
- 이연숙의 4인, 지하주거 환경의 평가 및 디자인 개발을 위한 연구, 산학협동재단 연구수혜 미간행 보고서, 1990.
- 김경미, 미래 공동주택 설계의 방향 설정을 위한 연구 - 견본주택 현황조사와 주택관련종사자의 의견을 중심으로-, 연세대 석논, 1996.
- 허경화, 수도권 거주자가 그린 이상적 실내 평면에 나타난 주거선호 경향, 연세대 석논, 1995.
- 유영희, 한국도시근교 목조주택 평면구성 특성의 유형학적 연구, 실내디자인학회논문집, 25호, 2000.
- 이선미, 이연숙, 주부들이 원하는 아파트 실내공간의 평면구성특성에 관한 연구, 실내디자인학회지,17호, 1998.
- 김미희, 이유미, 소비자 특성에 따른 아파트 실내공간 선호, 실내디자인학회지 21호, 1999.
- 정성수, 백혜선, 200년 주거와 주택의 모습, ICC,1993.
- 김홍규·하미경·고원용, "미래주거환경전망", 「주택포럼」, 1997.
- 대한주택공사, 주택통계편람, 1997.
- 대한주택공사, 쾌적한 미래 주거환경 실현을 위한 기술 개발 방향, 1993
- 이연숙 교수 연구실편, 실내이미지선호평별도구, 기문당, 1997
- S. HIRSH & J. KUMMEROW, 성격유형과 삶의 양식, 심혜숙, 임승환 역, 한국심리검사연구소, 1997
- K. D. Myers & L. K. Kirby, 심리유형의 역동과 발달, 김정택, 김명준 역, 한국심리검사연구소, 1999