

ISSN 1738-8058

ISSN 1738-8058

Vol. 39 No. 1 Serial No. 47

39

제39권 1호 2019. 12. 31

韓國生活科學研究

학술논문

한국생활과학연구

JKLSR

시각적 선호도에 따른 카페거리 환경 분석
/ 우채영, 문자영, 황연숙

외국인 고객을 고려한 한식 레스토랑의 공간특성 및 만족도 분석 연구
/ 파트리샤쿠아린, 문자영

현대 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍 디자인 특성
/ 김연, 이연희

메이커 스페이스 이용실태와 공간특성에 관한 연구
/ 김소영, 정유진, 황연숙

어린이병원 대기공간의 감성디자인 특성 연구
/ 모조설, 만언진, 저우자이, 문자영

2019. 12. 31. 통권 47

JKLSR

The Journal of Korean Living Science Research

Seoul 04763 城東區 往十里路 222 韓國生活科學研究所
Tel. 82-2-2220-1500

<http://kls.hanyang.ac.kr> h5eaha@hanyang.ac.kr

The Journal of Korean Living Science Research

<http://kls.hanyang.ac.kr>

2019년 12월 31일 발행

h5eaha@hanyang.ac.kr

04763 서울시 성동구 왕십리로 222 한양대학교 한국생활과학연구소

Vol.39

2019년 12월



목 차

학술논문

3

시각적 선호도에 따른 카페거리 환경 분석
우채영 · 문자영 · 황연숙

11

외국인 고객을 고려한 한식 레스토랑의 공간특성 및 만족도 분석 연구
파트리샤쿠아린 · 문자영

22

현대 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍 디자인 특성
김연 · 이연희

32

메이커 스페이스 이용실태와 공간특성에 관한 연구
김소영 · 정유진 · 황연숙

41

어린이병원 대기공간의 감성디자인 특성 연구
모조설 · 만언진 · 저우자이 · 문자영

발행인 / 김우승(한양대학교 총장)
편집인 / 황연숙(한국생활과학연구소 소장)
자문위원 / 박명자(한양대) 남경숙(한양대)
이현규(한양대) 엄애선(한양대)
감 사 / 박용순(한양대)
운영위원장 / 신원선(한양대)
운영위원 / 이규혜(한양대) 배지현(한양대)
현경훈(한양대) 이지연(한양대)
어미경(한양대) 차승현(한양대)
편집위원장 / 이연희(한양대)
편집위원 / 남경숙(한양대) 이현규(한양대)
장순각(한양대) 신원선(한양대)
HyunSook Kim(한양대)
고광웅(한양대)

제 호 / 제39권 1호
발행처 / 한양대학교 출판부
서울 성동구 왕십리로 222
전 화 / 02-2220-1432~4
전 송 / 02-2220-1435
발행년월일 / 2019년 12월 31일

이 책은 2019년도 한양대학교 교내 지원에 의하여 출판되었음.

CONTENTS

3 An Analysis of Cafe Streets Environment by Visual Preference
Woo, Chae-young, Moon, Ja-Young, Hwang, Yeon-Sook

11 A Study on Space Characteristics and Satisfaction of Korean Restaurant Considering Foreign Customers
Quarin, Patricia, Moon, Ja-Young

22 Characteristic of Chinese Style in Contemporary Men's Jacket Design
Kim, Yeon, Lee, Yeon-Hee

32 A Study on the Use Status and Space Characteristics of Maker Space
Kim So-Young, Jung Yu-Jin, Hwang Yeon-Sook

41 A Study on the Emotional Design Characteristics of Children's Hospital Waiting Space
Moa, Zhaoxue, Wan, Yanche, Moon, Ja-Young

Publisher/ Woo-seung Kim
Editor/ Yeon-Sook Hwang
Operator Board/ Weon-Sun Shin
Editor Board/ Yeon-Hee Lee

Printing No. / Vol. 39 No. 1
Publishing Office /
Hanyang University Press
Address / 222 Wangsimniro,
Seongdong-gu, Seoul, Korea
Tel / 82-2-2220-1432~4
Fax / 82-2-2220-1435
<http://www.press.hanyang.ac.kr>
Date / Dec. 31, 2019

시각적 선호도에 따른 카페거리 환경 분석

An Analysis of Cafe Streets Environment by Visual Preference

우채영, 문자영, 황연숙*

한양대학교 실내건축디자인학과

Woo, Chae-young, Moon, Ja-young, Hwang, yeon-sook*

Department of Interior Architecture Design, Hanyang University

Abstract

Recently, the cafe market is constantly growing in Korea, and the range of cafes is expanding with more various purposes beyond as a space where people have talks drinking coffee. The appearance of various cafes contributes to forming cafe streets where more individual styles of cafes are gathered. Interestingly, sight accounts for over 80% when people experience and get impressed in a new environment, so visual elements must be the primary ones used to evaluate cafe streets. Thus, this study aims to analyze the present states of cafe streets as well as visual preferences, which are important for consumers to choose cafe streets, and suggest a desirable direction of cafe street environments, which meets the needs of consumers. As research subjects, this study selected 4 typical cafe streets in Seoul, and investigated the visual preference of users who visited them. Through space analysis, this study analyzed the correlation between preference and space, only to draw a conclusion. As research methods, this study extracted visual preference evaluation elements first of all. Then, by conducting a preference survey based on adjective vocabulary, this study analyzed the environments of cafe streets through observation and photography shooting. The four cafe streets were analyzed by dividing the exterior of buildings into the surrounding environment according to four factors: aesthetic, comfort, familiarity and naturality. As the interior of cafes with diverse behaviors rather than simple cafes are now more important, the café streets that make up cafes also require visual preferences in environmental areas. Compared to Yeonnam-dong, which has many visual characteristics as a natural element despite being located geographically close to each other during the case study, the number of users differed greatly due to the lack of characteristic elements in the environmental portion of the street. Despite this similar location, the criteria users choose are the presence of visually operated components. Therefore, it is believed that if streets are formed with special characteristics, users will have a higher preference and more visits.

Key words : *café, café streets, environmental, visual preference*

주제어 : 카페, 카페거리, 환경, 시각적 선호

I. 서론

1. 연구의 배경과 목적

어떠한 공간이나 환경에서 느끼는 감정이나 심리는 공간을 디자인 하는 데 있어서 중요한 요소이다. 디자인은 공간의 기능이 부각 될 수 있도록 유도하고, 소비자 및 공간을 이용하는 사용자

들에게 만족감을 부여하는 건축적 요소라면 공간에 만족할 수 있도록 이용자의 지각과 감각의 심리를 잘 파악하여 공간을 구성하는 것이 핵심적인 공간 디자인의 목표이다. 인간의 감각은 총 오감으로 시각, 촉각, 청각, 후각, 미각으로 나뉘는데, 건축 및 공간이 표현 할 수 있는 감각은 시각과 촉각이다. 직접적으로 눈으로 보는 시각과, 직접 만져봄으로서 건축 및 공간을 이해할 수 있고 그에 따라 느끼는 감정들이 생긴다. 그 중 시각은 인간이 의존

* Corresponding Author ; Hwang, Yeon-sook
Tel : 82-2-2220-1184, E-mail : ysh@hanyang.ac.kr

하는 감각 중 80% 이상을 차지하고(임승빈, 2008), 대상을 1차적으로 평가할 수 있는 영역이다. 따라서 심리에 가장 영향을 주는 감각은 시각이라 볼 수 있다. 최근 건축물과 환경의 시각적인 요소들에 의하여 사람들을 끌어오는 공간 중 하나는 카페거리환경이다. 카페들은 고객들을 유치하기 위하여 외관은 물론 가구와 인테리어로 고객들의 오감을 만족시키기 위한 치밀한 컨셉으로 매장을 설계한다. 이러한 카페들이 밀집되어 있는 카페거리는 카페개개인의 개성을 살린 인테리어 및 외관을 통해 카페를 찾는 사람들에게 모두가 똑같은 것을 추구하는 것이 아닌 개인 취향에 맞는 좋은 장소, 예쁜 공간, 사진 찍기 좋은 카페 등 다양한 목적을 두면서 하나의 복합문화공간으로 자리 잡게 되었다(나영준, 2018). 따라서 본 연구에서는 카페거리 환경에 대한 시각적 선호도를 분석하고, 그 시각적 선호도에 의한 카페거리의 적용성을 분석하여 향후 카페거리의 선호도를 높일 수 있는 방향에 대한 기초자료를 제시하고자 하는데 연구의 목적을 두었다. 시각적 선호도를 평가하기 위한 대상으로 카페거리를 형성하는 건축물의 외관 모습과 건물 외부에 있는 물리적 요소가 형성하는 거리 환경을 대상으로 관찰하고자 한다. 따라서 본 연구에서는 건축 및 외부 공간을 환경으로 지칭하며 거리의 전체적인 환경의 시각적 선호 요소들을 분석하였다.

2. 연구 방법 및 범위

본 연구의 흐름은 먼저 이론적 고찰을 통해 시각적 선호의 개념과 특성 및 카페거리 개념에 대해 정리하였다. 그 후 시각적인 요소에 따라 공간의 선호요인을 분석한 선행연구를 통해 선호도와 관련된 내용들을 함축적으로 정리하여 키워드를 추출하였으며, 선호도와 관련된 논점이 되는 요소를 설문조사 항목으로 도출하고, 시각적 선호로 평가되는 요소들을 연구에 취지에 맞는 형용사 어휘로 도출하였다. 도출된 형용사 어휘에 따라 카페거리에 대해 주변 환경과 건물외관 부분으로 나누어 선호도 조사를 실시하였고, 이용 경험의 빈도수가 높게 나타난 카페거리 4곳에 대해 사례 분석을 실시하여 선호도와 카페거리의 환경에 대해 비교분석하여 결론을 도출하였다.

II. 시각적 선호와 카페거리에 관한 이론적 고찰

1. 시각적 선호

환경적 자극과 시각적 선호의 관계성에 관한 연구는 환경의 미적 질을 높이는 문제와 직접적으로 연결된다. 시각적 선호가 높은 환경일수록 미적 환경이 좋다는 애기와 같다(임승빈,

2008). 시각적 환경을 선호하느냐 선호하지 않느냐는 그 환경 속에 사람들의 관심을 끌만한 구성 요소의 존재 여부와 그 환경을 판단하는 사람들의 인식에 달려있다. 즉, 환경에 대한 선호도는 환경 속에 내재하는 물리적 속성의 아름다움에 의해 영향을 받을 뿐만 아니라 환경을 평가하는 사람들의 개인적 특성에 따라서도 달라질 수 있다는 것이다(구본아, 2008). 시각적 선호는 여러 가지의 변수를 갖는다. 물리적 변수, 추상적 변수, 상징적 변수, 그리고 개인적 변수가 있는데(임승빈, 2008) 여기서 말하고자 하는 바에 가까운 변수는 물리적 변수와 개인적 변수이다. 환경의 아름다움에 따른 물리적 변수와 개인적 성향, 취향, 나이, 성별 등 개인적인 요소와 개인이 직접 경험하였던 것에 의하여 선호도가 판별되기도 한다. 따라서 시각적 선호도의 평가는 주관적으로 나타나며 미적 자극에 따라 높아지는 것을 알 수 있다.

2. 시각적 선호의 특성

사람이 건축공간을 지각하는 감각 중 가장 많이 사용하는 감각은 시각으로 다른 공간지각에 있어 전달하는 정보의 양과 질은 감각기능에 비해 절대적 우위를 갖는다(최윤경, 2006). 경관선호는 시각 대상에 한 선호에 의하여 표현되는데, 이는 가로환경이 지닌 기능 속성에 대응하는 미적속성에 한 반응으로 실험미학, 또는 환경미학에 근 거를 두고 있으며, 환경의 미적요소에 접근하는 하나의 방법으로서 제시되고 있다(임승빈, 1984). 특히, 선호도는 개인적인 가치이기 때문에 일정한 개인차를 지니고 있다. 그러나 이러한 개인차는 인정되더라도 개인 또는 집단이 좋아하거나 싫어하는 것의 표현으로서 특정 문화와 사회적 집단 내에 환경에 한 일정한 선호패턴이 존재한다(송대호, 2006). 이러한 특성을 지닌 시각적 선호도는 환경을 이용하는 이용자들이나 혹은 이용하지 않았더라도 언제든지 기회가 있는 잠재적 이용자들의 선호패턴을 분석하여 시각적 선호요인으로 결정짓는 변수를 연구해내는 것이 중요하다.

3. 카페거리 개념

카페는 1654년에 프랑스 파리에 카페라는 이름으로 처음 문을 연 차를 마시는 공간, 장소, 위치 등으로 생긴 개념이다. 국내에는 1890년 전 후에 손탁호텔의 정동구락부가 카페의 시초로 알려진 것이 정설이다(나영준, 2018). 이후 1920년대에 명동, 종로 등의 도심을 중심으로 다방문화가 시작되어 문화, 예술, 철학, 문학의 중심 역할을 하였다. 이후 1990년대에는 ‘스타벅스’와 같은 대형 커피 체인점이 등장하면서 커피의 종류가 다양해지고, 상점 외부로 음료를 가져가는 ‘take out’ 형태가 나타나기 시작하였다. 또한 대형 프랜차이즈 카페가 자본력을 바탕으로 상권이 좋은 대로변

상권과 사거리 등에 자리 잡으면서 임대료 상승이 불가피 해졌고, 이로 인해 개인사업자들은 임대료를 감당하기 어려워 상대적으로 저렴한 주택가와 골목상권으로 자리 잡으면서 카페의 유형은 다양상으로 갈리기 시작하였다(나영준, 2018). 위와 같은 변천과정을 거치면서 카페는 커피를 마시는 공간에서 나아가 사진을 예쁘게 찍기 위한 장소, 사람들을 만나며 친목도모하는 장소, 공부 및 책을 읽거나 개인적인 업무를 할 수 있는 복합문화공간으로 자리 잡으며, 현재까지도 다양한 유형의 카페들이 생겨나고 있다. 카페가 복합문화공간으로 자리 잡으면서 익선동, 삼청동, 보정동 등 여러 가지 각종 카페들이 밀집되어 있어 하나의 카페거리가 생겨나게 되었다. 시간이 흐르면서 모두가 똑같은 것을 추구하는 것이 아니라 개성이 존중받는 시대가 오면서 카페 문화 역시 개인 취향에 맞는 카페를 찾기 시작하였다.

III. 선행연구 분석

1. 선행연구 고찰

본 연구에서는 시각적인 요소에 따라 공간의 선호요인을 분석한 선행연구를 통해 선호도와 관련된 내용들을 함축적으로 정리하여 키워드를 추출하였으며, 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 시각적 선호도를 활용한 선행연구 분석

번호	연구자 (년도)	제목	내용	세부요소
1	이영경 (1994)	경관선호와 평가에 있어서 개인적 차이 및 유사성에 대한 이해와 그 중요성에 관한 고찰	개인적 차이 및 유사성	문화적, 직업적, 인구 지표적
2	박상훈 (2008)	시물레이션을 통한 관광지 시설물의 시각적 선호도 차이 분석	물리적 변수들의 시각적 선호 차이	시설물의 물리적 요소들 - 색채, 조명, 건물형태, 주변 환경, 조망높이
3	구본아 (2008)	환경심리학적 관점에서의 해양경관의 구성요소와 태도에 관한 연구 -해수욕장 경관의 시각적 선호도 분석을 중심으로-	환경 인지 태도	시각적 환경요인들을 통한 심리적 반응 - 쾌적성, 안정성, 심미성, 친숙성
4	송대호 (2006)	도시가로경관의 선호특성 분석에 관한 연구 -경관선호 유형 및 영향요인 추출을 중심으로	시각적 선호 유형 및 요인	건물 군집 형상, 건물높이, 광고 간판, 재질, 매스 형태, 파사드의 연속성과 유사성
5	유상완 (2007)	도시공원에서 벤치의 시각적 만족도에 영향을 미치는 요인	시각적 만족도 요인	심리적 요인 (심미성, 질감성), 물리적 요인 (물리적, 변화성)
6	신병철 (2003)	전통조경요소의 시각적 선호 요인에 관한 연구		
7	류재승 (2008)	국립공원 야장 이용객들의 시설물 만족도와 선호요인 분석 - 속리산 국립공원과 월악산 국립공원 내 야장 심으로	공간적 선호 요인	이미지 측면: 내재적 측면 (정감성, 역사성, 종량성) 형태적측면 (미관성, 외형성)
8	임승빈 (1999)	시각적 선호요인 분석을 통한 농촌 소하천 경관평가에 관한 연구	시각적 선호결정 요인	물리적 환경성, 심리적 안정성, 쾌적성

선행연구 결과 시각적 선호도를 활용한 연구의 내용은 개인적 차이 및 유사성, 물리적 변수, 환경 인지태도, 시각적 선호유

형 및 요인, 시각적 만족도 요인, 심리적 평가, 공간적 선호요인, 시각적 선호결정 요인으로 나타났다. 시각적 선호에 대한 세부요소는 이영경 연구에서는 문화적, 직업적, 인구지표적 요소에 따랐고, 박상훈 연구에서는 시설물의 물리적 요소에 대한 색채, 조명, 건물형태, 주변환경, 조망높이의 요소로 나타났다. 구본아 연구에서는 환경의 쾌적성, 안정성, 심미성, 친숙성에 대한 심리적 반응을 분석하여 시각적 환경요인들의 영향에 대하여 분석하였다. 송대호 연구에서는 건물 군집 형상, 건물높이, 광고 간판, 등의 물리적 요소들을 통하여 시각적 선호 유형과 요인을 분석하였고, 유상완, 신병철 연구에서는 심리적 요인, 물리적 요인을 통해서 시각적인 만족도를 주는 요인에 대하여 분석하였다. 류재승 연구에서는 공간을 형성하게 된 내재적 측면과 형태적 측면으로 분리하여 공간의 선호 요인을 분석하였고, 임승빈의 경우 심리적 요인으로 물리적 환경성, 심리적 안정성, 쾌적성 나뉘어 시각적 선호 결정 요인을 분석하였다. 본 연구는 추출된 요인들을 통하여 시각적 선호도에 미치는 상관관계를 파악하도록 연구를 진행하였다.

2. 시각적 선호 특성 요소 추출

선행연구에서 나타났던 요소들을 정리하면 개인적변수와 물리적변수로 나뉘게 된다. 그 중 개인적 변수는 개인적 요인과 심리적 요인으로 나뉘게 되는데 ‘개인적 요인’은 성별, 나이, 직업, 교육환경, 국적 등과 같은 개인적인 조건들을 가리키고, 구본아(2008) 연구에서 나온 특성을 토대로 ‘심리적 요인’은 친숙함, 안정성, 쾌적성 등 그 공간에서 심리적으로 작용하는 요소들이 있다. 심리적 요인은 물리적 요인을 판단하는 변수가 된다. 심미성의 경우 물리적 요인의 미적인 요소를 판단하는 특성으로 자신의 취향이나 성격에 따라 만족도가 다르게 나타난다. 쾌적성은 복잡한 환경이나 폐쇄적인 공간이 아닌 트인 환경을 제공하는지에 대한 특성으로 심리적으로 답답함을 느끼거나, 트인 느낌을 받는지에 대한 요소이며, 자연성은 공간에서 느끼는 자연적 특성 혹은 인공적 특성을 판단하는 요소를 말한다. 친숙성은 이용자들이 공간을 이용하면서 느끼는 친숙한 정도에 대한 특성을 나타낸다. 4가지의 심리적 특성을 물리적 요인에 적용하여 각 특성에서 나타나는 시각적 선호도를 분석한다. 물리적 변수 중 ‘건물외관’은 매스형태, 파사드, 건물 높이, 광고 간판, 재질, 색채 등 건물에서 나타나는 물리적 요소들을 통합한 개념이며, ‘주변 환경’은 주변 모습들과의 조화 및 건물 군집 현상과, 거리의 인공적 혹은 자연적인 형태를 지칭하는 요소로서, 건물 외부에서 발생하는 요건들을 말한다.

설문조사 항목을 추출하기 위해 선행연구에서 도출된 시각적 선호 요인의 세부 요소를 통해 본 연구의 취지에 맞도록 개인적 변수 및 물리적환경의 특성들을 도출하여 아래의 <표 2>와

같이 정리하였다.

<표 2> 시각적 선호요인의 특성 내용

요인	개인적 변수		물리적 변수	
	개인적	심리적	건물외관	주변 환경
특성	성별	심미성[B]	파사드	주변모습과의 조화
	나이	쾌적성[C]	건물높이	건물 군집 현상
	직업적	자연성[N]	광고, 간판	거리의 인공적 형태
	문화적	친숙성[F]	재질, 색채	거리의 자연적 형태

3. 형용사 어휘 추출

위와 같이 이론적 고찰 및 선행연구를 분석한 결과 시각적 선호요인은 물리적 변수에서 발생되고, 개인적 변수에 차이가 나타나는 것으로 판단하였다. 따라서 물리적 변수 요인들을 시각적 요소로 평가하기 위하여 형용사 어휘를 추출하여 선호도를 측정하는 것이 더 중요하다고 판단되어 형용사 어휘를 이용한 분석을 진행하고자 한다. 형용사 어휘 추출은 시각적 선호요인(임승빈, 1999) 및 감성어휘에 따른 미디어 파사드 선호도 분석(김주연, 2013)을 참고하여 카페거리에 밀접한 연관이 있거나, 적용할 수 있는 형용사를 추출하였으며, 본 설문에 앞서 예비 설문조사를 실시하여 어휘 선택의 적절성을 파악하고, 응답자들이 이해하지 못하는 항목이 없는지에 대해 검토하였다. 최종적으로 도출된 형용사 어휘를 선행연구에서 제시한 시각적 선호요인의 특성별로 형용사 어휘를 구분하였으며, 시각적 선호도를 위한 설문지 내용은 다음 <표 3>과 같다.

<표 3> 시각적 선호 특성 형용사 어휘

선호요인 특성	시각적 선호 특성 형용사 어휘					
	분류	건물외관		분류	주변 환경	
심미성[B]	B1	정형적	비정형적	B1	규칙적	불규칙적
	B2	성숙한	귀여운			
	B3	촌스러운	세련된	B2	차분한	화려한
	B4	평범한	독특한			
쾌적성[C]	C1	개방적	폐쇄적	C1	많은	적은
				C2	복잡한	심플한
				C3	동적인	정적인
자연성[N]	N1	자연적	인공적	N1	자연적	인공적
친숙성[F]	F1	고전적	현대적	F1	변화된	동일한
	F2	이국적	전통적	F2	억압된	자유로운

IV. 분석결과

1. 설문조사 분석

1) 설문조사의 표본

카페거리를 이용했던 사람들과 이용해 보지 않은 사람들 등의 다양한 표본을 수렴하기 위해서 무작위로 응답할 수 있도록 인터넷 설문조사를 시행하였다. 그 중 불성실하게 응답에 임한자들을 제외하여 총 150명의 응답을 얻을 수 있었으며, 설문 응

답자의 개인적 특성을 정리한 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4> 응답자 개인적 특성

N= 150(100%)

	구분		인원	백분율
	성별	남 / 여	61 / 89	41% / 59%
나이		10대	15	10%
		20대	68	45%
		30대	49	33%
		40대	11	7.0%
		50대	7	5.0%
직업		학생	61	41%
		직장인	71	47%
		프리랜서	5	3.0%
		자영업	3	2.0%
		무직	10	7.0%
국적	내국인 / 외국인		148 / 2	99% / 1.0%
이용경험	유 / 무		137 / 13	91% / 9.0%
카페거리 선택 시 고려사항		위치	39	26%
		자주 가던 곳	9	6.0%
		맛 집	9	6.0%
		카페의 외관	87	58%
		고려하지 않음	6	4%
카페거리 를 가는 이유		약속장소로 미땅한 곳이 없어서	20	13%
		다양한 커피를 즐기기 위해서	36	24%
		예쁜 카페에서 사진 찍기 위해서	75	50%
		유명하다고 들어서	17	11%
		기타	2	2.0%
자주 가는 카페 거리		익선동 한옥거리	42	28%
		성수동 카페거리	33	22%
		상수동 카페거리	24	16%
		연남동 경의선숲길	39	26%
		기타	12	8%

설문조사 응답자 중 남녀의 비율은 각각 41%와 59%로 남성의 응답비율이 조금 더 높았다. 연령은 20대가 45%로 가장 높은 응답자로 나타났고, 30대가 33%, 10대가 10%로 나타나 그 다음으로 높았다. 직업은 직장인이 47%, 학생이 41%로 나타났으며, 국적의 경우 내국인이 99%로 응답하여 한국 직장인과 학생들의 표본이 높게 나타났다. 카페거리를 이용했다는 응답은 91%로 나타나 대다수의 사람들이 카페거리의 경험이 있었다. 카페거리 선택 시 고려사항에 관한 질문에서는 카페의 외관이 58%로 가장 높게 나타났으며, 위치는 26%, 자주 가던 곳과 맛 집은 각각 6%로 나타나 커피의 맛 보다는 시각적 요소가 선택 시 높은 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 고려하지 않는다는 응답수도 4%가 있었다. 카페거리를 가는 이유에 대해서는 예쁜 카페에서 사진을 찍기 위해서가 50%로 가장 높아 최근 인스타그램과 같은 SNS를 이용하는 많은 소비자들이 사진을 예쁘게 올리고 싶은 심리적 요인이 작용한다는 것을 알 수 있었다. 그 다음으로는 다양한 커피를 즐기기 위해서(24%), 약속 장소의 목적(12%), 유명한 곳을 방문하기 위해서(11%)의 순으로 나타났다. 자주 가는 카페거리는 익선동 한옥거리가 28%로 가장 높은 빈도수로 나타났고, 연남동 경의선숲길(26%), 성수동 카페거리(22%), 상수동 카페거리(16%), 기타(8%) 순으로 나타났다. 따라서 본 연구는 사람들의 이용률은 순인 익선동, 연남

동, 성수동, 상수동 카페거리를 대상으로 분석하기로 하였다.

2) 선호도 설문조사 결과

설문조사 방법은 건물외관 및 디자인과 주변 환경에 대해 어휘구별 척도 방법을 이용하여 양극으로 표현되는 두 개의 형용사의 목록을 제시하여 응답자가 제시된 항목에 대해 어떤 의미를 지니고 있는지 선택하도록 하였다. 전체적인 거리의 환경을 분석하는 것 이므로 건축물을 카페에만 한계를 짓지 않고 전체 상권을 분석하였다. SPSS 18version으로 어휘의 빈도 분석을 통하여 결과를 추출하였으며, 심리적 요인인 심미성, 쾌적성, 자연성, 친숙성의 형용사를 적용하여 건물외관 및 주변 환경의 선호도에 대해 설문조사한 결과는 <표 6>과 같다.

<표 6> 선호도 설문조사 결과 (%)

특성	건물외관				주변 환경			
	어휘	%	어휘	%	어휘	%	어휘	%
심미성[B]	정형적	59	비정형적	41	규칙적	78	불규칙적	22
	성숙한	93	귀여운	7				
	촌스러운	8	세련된	92	차분한	62	화려한	38
	평범한	58	독특한	42				
쾌적성[C]	개방적	93	폐쇄적	7	많은	54	적은	46
					복잡한	32	심플한	68
					동적인	47	정적인	53
자연성[N]	자연적	94	인공적	6	자연적	95	인공적	5
친숙성[F]	고전적	11	현대적	89	변화된	63	동일한	37
	이국적	89	전통적	11	억압된	2	자유로운	98

먼저 건물외관의 선호도를 살펴보면 심미성에서는 성숙한, 세련된 어휘가 가장 선호도가 높게 나타났고, ‘정형적’, ‘비정형적’, ‘평범한’의 어휘는 비교적 중간정도의 선호도로 나타났다. ‘귀여운’, ‘촌스러운’의 어휘는 선호도가 낮았다. 쾌적성 항목에서는 개방성이 93%로 폐쇄적인 환경보다 선호도가 높은 것을 알 수 있었다. 자연성에서는 자연적이 94%의 비율로 나타나 사람들은 인공적인 외관보다 자연적인 외관을 선호하는 것을 알 수 있었다. 친숙성에서는 현대적이고 이국적인 건물 외관의 선호도가 높게 나타났다. 이는 우리나라의 전통적인 요소보다는 익숙한 현대적 건물을 더 선호하는 것으로 유추할 수 있다. 따라서 건물외관의 전체적 선호도는 세련되고, 개방적이며, 현대적이고 이국적인 요소가 높다는 것을 알 수 있었다.




주변 환경의 선호도를 살펴보면 심미성에서는 불규칙하고 화려한 환경 보다는 규칙적이고 차분한 환경에 선호도가 높게 나타났다. 쾌적성에서는 비교적 모든 요소가 전체적으로 비슷하였는데 그 중에서 주변 환경의 요소가 복잡하지 않고, 심플하고 정적인 환경에 선호도가 조금 더 높은 것으로 나타났다. 자연성에서는 건물외관과 마찬가지로 인공적인 환경보다는 자연적 환경에 선호도가 높게 나타났고, 친숙성에서는 동일하지 않고 변화된 환경, 억압되지 않고 자유로운 환경에 대해 선호도가 높았다. 주변 환경도 건물외관과 마찬가지로 평범하고 단조로운 분위기와 자연적 요소가 있는 정리되고 깔끔한 모던형의 공간을

선호하는 것으로 보여 진다.

2. 카페거리 사례 분석

카페거리 건물외관 분석대상은 입점 된 상권 중 프랜차이즈와 인테리어를 고려하지 않은 상권(음식점 및 부동산 등)을 제외하고 개성이 있는 외관 디자인 위주의 커피전문점과 식당 및 문화시설 등 다양한 상권의 건물외관을 관찰하였다. 카페거리를 구성하는 밀집되어 있는 상권과 지나다니며 볼 수 있는 거리의 환경적인 요소 및 동선, 심미성을 조성하는 역할을 하는 요소, 조경 등을 포함하여 주변 환경을 분석하였다.

<표 7> 사례A : 익선동 한옥 카페거리 분석 내용

익선동 한옥 카페거리 : 서울 종로구 익선동	
이 미 지	 <p>한옥을 개조한 아기자기한 카페들이 골목길 사이로 늘어서 있다. 이국적인 느낌과 한국 전통의 한옥들을 함께 볼 수 있다. 다소 좁은 길은 통행에 불편함을 주지만 많은 이들이 찾는 핫 플레이스 중 하나이다.</p>
	건물외관 분석내용
심미성	 <p>B1 건물의 지붕이 모두 기와지붕으로 되어있어 비정형이라고 볼 수 있지만, 벽체의 형태는 정형적인 형태를 띤다.</p> <p>B2 한옥을 개조한 카페들이 주황, 파랑, 빨강 등의 포인트 색을 활용하여 엔틱함과 함께 아기자기한 면을 표현하였다.</p> <p>B3 한옥을 개조한 재생공간으로 옛 모습의 느낌과 현대적 디자인이 조화롭게 구성되어 촌스럽지 않은 세련된 외관의 모습을 하고 있다.</p> <p>B4 한옥으로 조성된 카페거리여서 다른 카페거리보다 차별화가 되며 평범하지 않고, 독특한 공간으로 인식되고 있다.</p>
	<p>C1 안으로 들어가면 한옥의 특성상 마당이 구성되어 있는 카페들이 많은데, 외부에서는 대문이나 문을 두어 소극적이고, 폐쇄적 느낌을 주기도 한다. 사람들이 많이 찾는 시간에는 외부의 문을 개방하여 개방감을 주고 있다.</p>
	<p>N1 카페들은 대부분 다양한 식물들을 내외부에 배치하여 조경으로 미적인 효과와 내추럴함을 극대화 하였으며, 한옥카페거리의 특성상 주로 목재로 구성되어 어느 곳보다 인공적이지 않고, 자연적인 느낌이 강하다고 볼 수 있다.</p>
	<p>F1 옛날 한옥을 개조하여 형성된 공간이기 때문에 옛 느낌이 강하지만, 모던한 인테리어의 현대적인 요소들도 있어 고전미와 현대미가 조화롭게 나타나고 있다.</p> <p>F2 한국의 전통 가옥을 재생한 공간이므로 전통적인 느낌이 강하나, 전통적인 요소에 국한되어 있지 않고 곳곳에 이국적인 장식과 색채 등의 요소들도 조화가 이루어져 있어 전통과 이국적인 느낌을 동시에 받는다.</p>
주변 환경 분석내용	
이 미 지	 <p>B1 건물의 정렬과 배열이 골목길을 따라 규칙적으로 나열되어 있어 주변 환경은 정돈되고 규칙적인 느낌을 준다.</p> <p>B2 카페들의 자연성이 묻어나오는 색들과 기와지붕의 통일감은 화려함 보다는 주변이 다소 정적이고 차분한 느낌을 주고 있다.</p>
	<p>C1 비좁은 골목에 카페들과 주변 상점들이 밀집되어 있으며, 다소 상점들이 많이 분포되어 있다고 볼 수 있다.</p> <p>C2 상점이 많은 것에 비해 골목의 크기가 좁고 골목 사이사이</p>

		작은 골목길들이 형성되어 있어 다소 복잡한 동선의 형태를 띤다.
	C3	좁은 골목길에 많은 사람들이 지나다니고 있어 정적인 느낌보다는 동적이고 활기찬 느낌을 주고 있다.
자연성	N1	주변 환경은 한옥들이 어우러지고 곳곳에 조경요소들이 어우러져 인공적인 느낌보다는 자연적인 느낌을 주고 있다.
친숙성	F1	거리를 입장할 때와 퇴장할 때 거리의 공간과 외부의 공간의 모습의 변화로 색다른 느낌을 연출한다.
	F2	좁은 골목에 비하여 상점들이 많고, 상점들의 규모도 크지 않아 통행이나 동선에 억압되는 면을 볼 수 있었다.
종합		

<표 8> 사례B : 연남동 경의선 숲길 분석 내용

연남동 경의선 숲길 : 서울 마포구 연남동	
	카페거리의 주제가 비교적 명확하고, 대표적인 상징성을 부여하는 숲길이 거리 종점에 형성되어 잔디에서 여유를 즐길 수 있는 공간 및 문화 <영화 및 공연관람> 공간이 형성되어 있다. 도심 속 숲길이라는 컨셉으로 기존과는 반전되는 이미지를 연상시킨다.

건물외관 분석내용	
이 미 지	
심미성	B1 대다수의 건물이 정형적인 형태이나 곳곳에 곡선 형태의 건물도 있어 정형성과 비정형성의 외관의 모습을 볼 수 있다.
	B2 귀여운 컨셉 디자인의 경우 주변 환경과 조화롭지 못하여 대부분 성숙하고 고급스러우며, 따뜻한 분위기의 외관 모습이 많이 나타났다.
	B3 인테리어의 고급화 전략으로 촌스럽지 않고 세련된 외관의 모습을 볼 수 있으며, 이국적인 컨셉과 모던한 디자인이 대부분이다.
	B4 각 상점마다 개성을 나타내나 거리를 상징할 수 있는 디자인이나 거리의 대표적인 상징성을 부여하는 요소와 부합되는 특별한 요소는 없었다.
쾌적성	C1 개방적인 오픈 형태의 카페들도 많으나 반 지하 형태로 절반만 밖을 볼 수 있고, 절반은 지하인 형태로 폐쇄적인 느낌을 주는 건물도 다수 존재하여 개방성과 폐쇄성의 건물들이 공존하고 있었다. 이는 사람들의 선호에 맞는 공간을 선택하도록 한다.
자연성	N1 숲길과 어울릴만한 인테리어가 있는 상점은 많지 않았으나 조경 및 자연적인 요소로 인테리어를 한 카페들이 곳곳에 분포되어 있어 자연적 느낌을 주고 있다.
친숙성	F1 대부분의 건축물이 신식 형태의 인테리어로 모던하고 깔끔한 외관들이 많아 현대적인 느낌이 매우 강하게 나타났다.
	F2 건물 외관은 대체적으로 반듯하고, 깔끔한 인상의 모던형 건축물이 많았지만 건물이 주는 인상에서 이국적이거나 전통적인 특별한 요소는 없었다.

주변 환경 분석내용	
이 미 지	
심미성	B1 건물의 배열이나 형태가 일정하지 않으며, 각각 다른 모습으로 주변 환경은 다소 불규칙한 형상을 띤다.
	B2 건물에 다양한 조명 종류를 사용하여 밤에는 주변 환경이 화려하고 밝은 분위기를 연출하고 있다.
쾌적성	C1 다른 카페거리와 비교했을 때 거리의 규모가 가장 큰 반면 상대적으로 카페들이 밀집되어 있지 않았다.
	C2 카페거리 진입경로가 복잡하지 않고 경의선 숲길에서 유도하는 산책하기 좋은 거리를 형성하여 단순한 1자 형태의 단순한 거리의 모습을 띤다.

	C3	숲길의 특성상 동적인 행태가 많이 나타나고 있으며, 산책하기 좋은 거리로 벤치와 같은 휴식공간이 있어 사람들의 다양한 움직임이 일어나 동적인 느낌을 주고 있다.
자연성	N1	숲길의 특성상 주변 환경은 나무와 숲으로 이루어져 있어 자연적인 모습이 강하고, 잔디 및 목조경등을 이용하여 자연친화적인 공간을 형성하고 있다.
친숙성	F1	거리 주변이 도시적인 느낌이 강하다면 숲길은 자연적인 느낌이 강하여 단조로운 거리에 변화된 이미지를 심어준다.
	F2	규모가 넓으며, 숲길에서 버스킹 및 영화영상 등 문화적인 콘텐츠가 다양하게 있어 자유로운 분위기를 띤다.
종합		

<표 9> 사례 C : 성수동 카페거리 분석 내용

성수동 카페거리 : 서울 성동구 성수동2가	
	공장 및 창고지대였던 유희공간들을 상업공간으로 활성화시켜 재생공간으로 활용하여 역사성과 상징성이 존재하는 대표적 거리이다. 도로에 신호등이 설치되어 있지 않아 움직임이 자유로운 편이다. 카페거리의 범위가 굉장히 넓게 분포되어 있고 경계가 뚜렷하지 않다.


건물외관 분석내용	
이 미 지	
심미성	B1 건물의 외관의 모습은 대부분 정형적인 건물로 이루어져 있어 비정형성보다는 정형성의 느낌이 강하다.
	B2 작은 규모의 카페들이 아기자기한 형태의 디자인을 띠기도 하지만 대부분 건물은 재생 건물로 차분하며, 성숙한 느낌을 주고 있다.
	B3 오래된 건물이 주는 재생공간은 세련된 모습보다는 촌스러움을 활용한 공간의 컨셉을 잘 보여주고 있다.
	B4 주변에 있는 일반 노점상과의 차이점이 크게 있지 않고 오히려 평범한 기존의 모습을 살린 것이 특징이다.
쾌적성	C1 공장 및 창고를 사용한 재생공간을 그대로 사용하고 있어 폐쇄적인 느낌이 강하다.
자연성	N1 건물을 재생함으로써 환경 친화적으로 볼 수 있으나 조경 요소들은 많이 분포하지 않았다. 건물역시 재생공간이지만 창고와 공장을 개조하여 자연적인 느낌과 함께 인공적인 모습도 강하게 나타났다.
친숙성	F1 옛 건물을 그대로 사용하여 현대적이기 보다는 고전적인 느낌이 강하다.
	F2 건물들은 다양한 색채와 조명을 사용하여 재생공간임에도 불구하고 전통적인 느낌과 함께 이국적인 느낌이 조화롭게 나타나고 있었다.

주변 환경 분석내용	
이 미 지	
심미성	B1 거리에는 카페 및 상점들이 불규칙적인 배열과 형태를 띠고 있어 전체적인 불규칙한 느낌이 강하다.
	B2 일반 창고들과 비슷한 계열의 브라운, 그레이, 블랙계열의 색채 건물들이 일정한 패턴을 이루고 있어 화려하지 않고, 차분한 느낌을 주고 있다.
쾌적성	C1 카페거리가 넓게 분포되어 있어 상점들의 수는 많으나 밀집되어 있는 느낌을 주지 않았다.
	C2 골목거리가 넓고, 단순한 일자형의 동선 형태로 복잡하지 않고 간단하다.
	C3 동선의 유도가 다양하지 않아 많은 움직임을 필요로 하지 않는다. 동적인 느낌보다는 주변 환경은 정적인 느낌이 강하다.

자연성	N1	익선동과는 다르게 한옥이 아닌 옛 공장 및 창고를 재생하여 개조함으로써 자연적인 느낌과 함께 인공적인 느낌도 갖는 것에 차이가 있었다.
친숙성	F1	주변 건물들이 비슷한 형태이며, 기존 형태에서 거의 바뀌지 않은 재생적 특징은 변화되지 않은 주변 환경에 있어 동일한 느낌의 이미지를 주고 있다.
	F2	요소들이 많거나 동선의 형태가 복잡하지 않아 억압되지 않고, 자유롭게 확보할 수 있는 거리의 형태를 띤다.
종합		


<표 10> 사례D : 상수동 카페거리 분석 내용

상수동 카페거리 : 서울 마포구 상수동

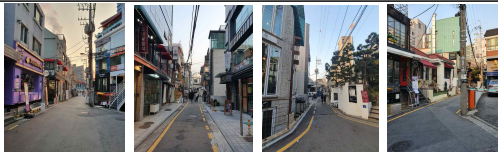


상수동 주변에는 한강을 조망할 수 있는 카페들이 군데군데 들어서 있어 한강카페거리로도 불린다. 밤이 되면 한강다리가 화려한 조명으로 장관을 이루며, 카페 안에서 바라보는 한강변의 야경은 데이트를 하려는 연인들이 많이 찾는 명소이다.

건물외관 분석내용

이미지		
심미성	B1	대다수의 건물이 정형적 형태를 띠며, 비정형적 건물은 극히 일부이다.
	B2	카페거리가 다소 협소하여 규모가 크지 않고, 아기자기한 형태의 건물들이 많이 분포하고 있다.
	B3	고급화 전략으로 가는 세련된 컨셉의 상점과 8-90년대 빌라를 재생한 빈티지 컨셉의 상점의 공존하고 있다.
	B4	건물들은 각기 다른 개성을 지니고 있는데 독특한 소재와 다양한 색채들을 사용한 외관의 모습은 평범하지 않고 특별한 공간임을 나타내고 있다.
쾌적성	C1	오픈도어, 폴딩도어, 통창 등의 개구부를 이용하여 폐쇄적이지 않고 개방적인 느낌이 강하다.
자연성	N1	조경을 이용하여 꾸미기는 했으나 다양성이 부족하며, 그 수도 많지 않아 자연성이 있는 건물이 공존한다고 보기에 부족하였다.
친숙성	F1	옛 주택을 개조하여 고전적인 모습도 있었지만 대부분의 인테리어가 모던한 느낌이 강해 고전적이기 보다는 현대적 건축물의 느낌이 많이 나타났다.
	F2	문 장식 등으로 이국적인 분위기를 연출하는 인테리어가 존재하여 전통성 보다는 이국적인 느낌을 주고 있다.

주변 환경 분석내용

이미지				
심미성	B1	건물의 크기 및 배열은 안정적으로 규칙적인 패턴의 거리 형태를 띠고 있다.		
	B2	화려한 장식의 인테리어 보다는 정적이며 조용하며 차분한 느낌의 환경적 분위기 연출하고 있다.		
쾌적성	C1	카페거리의 규모가 크지 않아 상점이 많지는 않았다.		
	C2	초입을 안내하는 벽화 그림으로 간단한 동선을 유도하여 단순한 골목 동선을 형성하고 있다.		
	C3	협소한 규모로 움직임이 적으며, 복잡하지 않은 구조로 정적인 느낌이 강하다.		
자연성	N1	조경요소나 조형물로 거리를 꾸미는 요소는 없으며, 건물로 거리를 형성한 인공적인 형태를 띤다.		
친숙성	F1	카페거리 주변은 홍대 로데오 거리로 사람들이 붐비는 반면 카페거리의 경우 한적하고 조용한 분위기의 변화된 분위기를 느낄 수 있다.		

	F2	주변요소들이 많거나 동선의 형태가 복잡하지 않아 자유롭게 확보할 수 있는 거리의 형태이다.
종합		

3. 소결

카페거리의 선호도 조사 및 사례분석을 통해 정리한 결과는 다음과 같다.

먼저 설문조사 결과에 따르면 건물외관에 있어 선호도 차이가 크게 나타난 항목은 귀여운 디자인의 외관 보다는 성숙하고 세련된 외관을 폐쇄적인 외관 보다는 개방적인 외관을, 인공적인 곳이 아닌 자연적인 공간, 고전적이고 전통적인 외관 보다는 현대적이고 이국적인 외관의 모습을 더 선호한다고 정리할 수 있다. 주변 환경에서는 규칙적이며, 화려하지 않고 차분한, 복잡하지 않고 단순한, 인공적이지 않고 자연적인 환경, 억압되지 않고 자유로운 주변 환경을 더욱 더 선호하는 것으로 나타났다. 비교적 선호도에 있어 차이가 크지 않은 항목은 건물외관에 있어서는 평범하거나 독특한 어휘에서 비슷한 선호도로 나타났고, 주변 환경에서는 주변에 상점들의 개수와 동적이거나 정적인 분위기의 어휘에서 비슷한 선호도를 보였다.

사례분석 결과 익선동 한옥거리(사례A)의 경우 건물외관과 주변 환경 모두 심미성과 자연성의 항목이 높게 나타났다. 이 곳의 가장 큰 특징은 전통적인 한옥을 개조하여 외관을 디자인하는 것인데 이는 앞서 세련되고 현대적인 외관을 선호한다는 점에서 비교적 선호도가 낮을 수 있을 것으로 보였다. 다만 다른 카페거리와는 다르게 독특하고 세련된 요소와 규칙적이고, 배열적인 면에서 선호도가 높을 수 있을 것으로 판단된다. 그러나 다수에게 비선호적인 평가를 받은 복잡하고 억압된 환경은 익선동 한옥거리에 해당되기 때문에 거리의 환경을 폭넓게 개선할 필요가 있다고 사료된다. 연남동 경의선 숲길(사례B)의 경우 건물외관은 심미성과 자연성이 주변 환경은 자연성과 친숙성, 쾌적성 항목이 비교적 높게 나타났다. 자연적인 요소와 넓은 규모의 거리, 단순한 동선, 골목과 숲길의 변화된 이미지로 인해 환경적인 부분에서는 높은 선호도가 나타날 것으로 예상된다. 건물외관의 경우 세련되고 현대적인 디자인이 많았지만 특별한 요소로 작용되는 요소들은 거의 없었으며, 화려한 조명과 다양한 건물로 인하여 차분한 분위기보다는 화려한 분위기에 속하여 분위기 측면에서는 높은 선호도로 보여 지지 않는다. 성수동 카페거리(사례C)는 건물외관은 심미성과 친숙성이 높았고, 주변 환경은 쾌적성, 친숙성이 높게 나타남을 알 수 있었다. 이 곳의 가장 큰 특징은 공장 및 창고의 유희공간을 재생하여

새로운 카페의 공간을 형성했다는 점이다. 다른 카페거리와는 다르게 기존의 유흥공간의 이미지로 세련됨 보다는 촌스러움을 컨셉으로 평범하고 단조로운 느낌이 있으며 창고와 공장의 느낌이 그대로 남아있어 폐쇄적이고 인공적인 느낌을 주어 선호도에 있어서는 낮을 수 있었다. 그러나 카페거리가 비교적 넓고 자유로운 분위기이며 복잡하지 않고 단순한 동선, 차분한 분위기는 선호도에 있어 높다고 볼 수 있다. 마지막으로 상수동 카페거리(사례D)의 경우 건물외관과 주변 환경 모두 쾌적성이 높게 나타났다. 규모가 협소하여 복잡하지 않고 자유로운 분위기를 느낄 수 있어 차분하게 여유를 즐길 수 있는 공간으로 인식되어 쾌적성에서는 선호도가 높을 것으로 판단된다. 그러나 상권을 이루는 상점들이 다양하지 않아 상점들이 많이 분포되어 있는 것을 선호하는 이에게는 흥미가 떨어질 것으로 보이며, 독특한 컨셉의 건물들이 많이 있어 깔끔한 인상을 심어주는 어려워 심미성의 측면에서는 선호도가 떨어질 것으로 판단된다.

V. 결론

최근 활성화를 띠고 있는 대표적인 카페거리의 건물 외관 및 주변 환경에 대한 선호요인과 공간분석을 통해 다음과 같은 결론을 얻었다.

먼저 표본의 특성이 20대에게 몰린 점과 시각적 선호 특성을 미적인 관점에서 관찰하여 형용사 어휘로 시각적 선호도를 분석하였기 때문에 전체적인 카페거리의 선호도를 측정 할 때에 한계점이 발생한다. 다만, 이 연구의 설문조사를 통해서 카페거리를 선택 할 때 있어 가장 중요하게 작용되는 것은 시각적인 요소임을 알 수 있었다. 구체적으로 카페에서 즐길 차와 커피의 맛보다 사진을 찍으며 문화적으로 즐길 요소들을 원하는 것으로 나타나 이제는 단순한 카페 보다는 다양한 행태를 지원하고, 내부 및 외부의 인테리어가 독특한 곳의 이용성을 고려한 계획이 필요할 것으로 사료된다. 카페의 인테리어가 중요해지면서 카페를 구성하는 카페거리 또한 환경적인 부분에서 시각적 선호특성이 필요로 하게 된다. 그 타당성의 사례를 잘 보여주는 것이 앞서 사례조사에서 분석했던 대상지들이다. 사례조사 중 연남동(사례B)과 상수동(사례D) 카페거리의 경우 지리적으로 근접하게 위치되어 있음에도 불구하고 자연적인 요소로 시각적 특성들이 많은 연남동에 비하여 상수동은 거리의 환경적인 부분에서 특징적인 요소가 부족하였기 때문에 이용자의 수에 많은 차이가 발생하였다. 이처럼 비슷한 위치에도 불구하고 이용자들이 선택하는 기준은 시각적으로 작용되는 요소들의 존재유무이다. 익선동(사례A)의 경우도 한옥을 재생하였다는 점과 현대적인 디자인의 콜라보로 특색 있는 요소에 많은 이용자들이 방문하는 것을 볼 수 있었다. 반면 재생적인 컨셉의 건물형

태는 존재하지만 환경적인 요소로 시각적 특성이 많이 나타나지 않고, 이용자의 경우도 인지도가 높은 카페에 많이 몰릴 뿐 거리자체는 한적했다. 이처럼 거리의 환경 시각적인 요소들이 건물형태 보다 먼저 인식하여 시각적 자극이 되는 거리 환경이 시각적으로 영향을 더 많이 받기 때문에 건물형태보다 주변 환경적 요소가 더 중요한 것으로 판단된다. 카페거리의 컨셉의 존재에 따라서 선호특성이 높게 나타나는 것을 사례를 통해 알 수 있었고 그 영향은 개인적 변수인 심미성이 가장 중요한 요소인 것으로 판단된다. 따라서 거리의 환경적 요소와 심미성이 가미된 카페거리를 형성한다면 이용자들의 선호도가 높고 방문도 더 많아질 것으로 판단된다. 본 연구를 바탕으로 카페거리에서 이용자들에게 중요하게 작용되는 시각적인 요소들을 파악하여, 건물외관 및 주변 환경에 대한 개선을 통해 향후 카페거리를 찾는 이용자들의 선호도를 더욱 더 높일 수 있고 카페거리의 활성화에 기여할 수 있기를 기대해 본다.

참고문헌

- 구본아, 이광국, 양위주. (2008). 환경심리학적 관점에서의 해양경관의 구성요소와 태도에 관한 연구. **관광레저학회지**, 20(2), 51-65.
- 나영준, 임업. (2018). 특화거리 만족도에 영향을 미치는 요인-정자동 카페거리와 방배동 카페골목을 중심으로. 연세대학교 석사학위논문.
- 송대호, 윤종국. (2006). 도시가로경관의 선호특성 분석에 관한 연구. **대한건축학회지** - . 22(9), 243-250.
- 임승빈. (2008). 환경심리 행태이론. **보문당**, 131-139.
- 정성관, 박영은, 박경훈, 유주한, 김경태, 이우성. (2007). 경관시물레이션을 이용한 아치교량의 시각적 특성 평가-. **한국조경학회지**, 35(4), 48-56.
- 최윤경. (2006). 건축 공간구조의 시각적 특성에 관한 연구. **한국실내디자인학회지**, 15(5), 112-120.
- 한우리, 김남조. (2017). 카페거리의 관광자원적 소비가치와 이용행태연구 -강릉 안목해변 커피거리를 중심으로-. **한국관광학회 국제학술발표대회집**, 81, 59.
- 황은미, 박희용, 원철식. (2017). 카페거리의 장소이미지가 고객만족 및 재방문의도에 미치는영향 -부산 전포동 카페를 중심으로-. **지역산업연구**, 40(1), 262.
- <http://overview.kr/marketing/167>.

외국인 고객을 고려한 한식 레스토랑의 공간 특성 및 만족도 분석 연구

A Study on Space Characteristics and Satisfaction of Korean Restaurant Considering Foreign Customers

파트사쿠아린, 문자영*

한양대학교 생활과학대학 실내건축디자인학과

Quarin, Patricia, Moon, Ja-young*

Department of Interior Architecture Design, Hanyang University

Abstract

For foreigners the eating experience is the most satisfying activity, and since Korean food is one of the most sought-after foods, people are willing to try every kind of restaurant around. Korean restaurants usually promote themselves through blogs or social media, but for foreigners who are not able to understand Korean it is not easy to get to know about these places. The purpose of this study was therefore to examine the satisfaction level of Korean restaurants' foreigner users according to the factors they considered important in choosing restaurants to understand the current situation of Korean restaurants' accessibility, which are expected to increase steadily in the future, and to present direction for restaurant spaces considering foreign customers. The research method was based on the space analysis of eight Korean restaurants frequented by foreigners and the satisfaction survey of foreign customers who visited them. The final conclusions were drawn based on the cross analysis of space analysis and survey results, and the conclusions of this study are as follows. In general, foreign customers were more than satisfied with a space that was relatively easy to access through public transportation and had unique and interesting elements in its internal style. The restaurant quality, in fact, is not only made by kindness and quickness but also by the quality of service that doesn't create any inconvenience or miscommunication. The most significant impact has been given by the indoor space layout, which showed how much maintaining a constant privacy through the interval between tables, and ensuring enough space for movement is important. The outside and the entrance are important as well, as having an unique interior that can stimulate their curiosity, and a bright and conspicuous outer composition, especially in the case of a multi-language menu, makes it easier for foreigners to know information about restaurant food.

Key words : Restaurant, Preference, Foreigner Customers, Satisfaction

주제어 : 레스토랑, 중요도, 외국인 고객, 만족도

1. 서론

최근 외국인 관광객의 한국 방문률 및 재방문률은 꾸준히 증가하고 있으며, 방문 목적은 쇼핑에서 점차 식도락 관광(19.6%→29.3%)으로 비중이 높아지고 있다(한국관광공사, 2018). 관광객뿐만 아니라 한국에서 공부하는 외국 유학생과 직장인들의 비율 역시 최근 급증하고 있는 추세이다. 그 중 한식은 한국인들이 외식 분야 중에서 가장 많이 찾는 음식 종류 중 하나이며, 한식 레스토랑을 찾는 외국인 고객 역시 꾸준히 증가하고

있다고 볼 수 있다. 특히 한식 레스토랑은 외국인을 대상으로 식당을 홍보하기 위한 수단으로 블로그나 소셜미디어(SNS)를 주로 이용한다. 그러나 한국어를 사용하지 않는 외국인 고객의 입장에서는 맛집이나 로컬 음식점 등을 찾기 위해 블로그 리뷰를 읽거나 온라인 매체의 광고를 활용하는 것이 쉽지 않다. 특히 로컬음식이나 지역 주민들이 주로 찾는 곳의 경우 온라인의 광고 보다는 이용자들의 직접적인 리뷰를 통해 정보를 얻을 수 있으나 이러한 점은 외국인 고객들에게는 더욱 어렵다고 볼 수 있다. 따라서 외국인 관광객들이 주로 음식점을 찾을 때는 그들이 마음에 드는 식당을 찾기 위해 즉석에서 주위를 돌아다니다가 찾는 경우가 많다. 따라서 본 연구는 앞으로 꾸준히 증가할 것으로 예측되고 있는 외국인 고객의 한식 레스토랑 이용에

* Corresponding Author ; Moon, Ja-young

Tel : 82-2-2220-1500, E-mail : jyoungm19@hanmail.net

대한 현황을 파악하고, 그들이 레스토랑을 고를 때 중요하게 생각하는 요인부터 경험을 통한 한식 레스토랑 공간의 만족도를 조사하여 향후 외국인 고객을 고려한 한식 레스토랑 공간에 대한 방향성을 제시하는데 연구의 목적을 두었다.

II. 연구방법

- 연구의 범위 및 방법은 다음과 같다.
- 첫째, 이론적 고찰을 통해 외국인 고객과 한식 레스토랑의 공간에 대한 개념을 정리하였다.
- 둘째, 선행연구 분석을 통해 한식 레스토랑의 사례분석 및 이용자 만족도 분석을 위한 기초 틀을 마련하였다.
- 셋째, 분석의 틀에 따라 외국인이 자주 찾는 합정 일대 한식 레스토랑을 실제 방문하여 총 8곳의 실내 공간 특성을 분석하고, 레스토랑을 방문한 외국인 고객들을 대상으로 레스토랑의 전반적인 만족도에 대해 설문조사를 실시하였다.
- 넷째, 조사 결과를 통해 최종 결론을 도출하였다.

III. 이론적 고찰

1. 외국인 고객의 레스토랑 이용성

「2018년 외래 관광객 실태조사에 따르면 한국을 방문한 외국인이 가장 만족한 활동은 ‘먹방체험’이었다. 사람들은 웹이나 TV, SNS, 블로그 등을 통해 관심 있는 장소에 대해 알게 되지만, 모든 리뷰나 광고가 주로 한국어나 영어로 쓰여 있기 때문에 한국어 및 영어를 자주 사용하지 하지 않는 외국들에게는 쉬운 방법이라고 볼 수 없다. 따라서 관광객들에게 제공되는 장소는 유명 관광지의 식당이나 특정한 곳으로 한정되는 경우가 많다. 또한 한국을 방문하는 외국인의 경우 여러 음식의 종류 중 한식을 체험하는 것에 대한 기대감이 높다고 볼 수 있다. 그러나 한식 레스토랑의 경우 외국인들이 쉽게 정보를 알 수 있기가 어렵고, 문화의 차이로 인해 공간을 선호하거나 만족하는 요소에 대해서도 차이가 클 수 있다. 실제로 좌식 형태를 사용하는 레스토랑의 경우 좌식이 익숙하지 않은 외국인의 경우 불편함을 느낄 수 있으나 그것을 불편하다고 느끼지 않고 독특한 경험으로 인지할 수 도 있다.

2. 한식 레스토랑 개념과 공간구성

- 1) 한식 레스토랑의 정의
- 한식 레스토랑은 원가에 있어서 낮은 곳부터 높은 곳까지 다양하다. 고급 레스토랑들은 현대식 레스토랑에서부터 전통식 레

스토랑까지 다양하다. 현대식 한국 레스토랑은 현대와 같이 빠르고 빠르게 돌아가는 시대에 전통을 지키면서 쉽고 편리한 현대적인 새로운 문화를 도입하는 지혜를 주장하며 현대식의 필요성을 인식시켜 주었다(김윤아와 신경주, 2013). 그리하여 최근에는 한국 레스토랑은 다양한 형태로 나뉘어져 있다. 바쁜 현대인들을 위한 패스트푸드식 한식레스토랑과 여전히 전통방식을 고수 하지만 접근성을 현대식으로 바꾸어 쉽게 이용할 수 있는 레스토랑들과 옛것을 그대로 고수하며 고급성과 전통성 등을 앞세운 레스토랑 등의 형태가 있다.

2) 한식 레스토랑의 공간구성

식당들은 일반적으로 공간을 명확하게 구분한다. 주요 지역은 홀, 캐서, 주방, 바이며, 외부 포함한다. 아래 <Table 1>에 주요 공간구성 요소 및 내용에 대해 정리하였다.

Table 1. 레스토랑 공간구성요소 내용

공간 구성	세부내용
홀	손님들이 앉아서 식사를 즐기는 레스토랑의 주요 지역. 공간요인: 가구 (배치, 마감재, 종류), 공간형태, 동선, 편안함 (가구, 조명), 분위기 (조명, 음악, 소음), 온도 및 습도, 서비스, , 색채 (가구, 공간), 접근성, 메뉴
캐서	고객이 경험을 끝내는 지역이기 때문에 레스토랑 구성구석까지 잘 보여줘야 한다. 공간요인: 형태, 마감재, 조명, 동선 편안함, 접근성
주방	음식을 어떻게 준비하는지를 고객들에게 보여주는 가시적인 장소가 될 수 있거나 다른 방도 될 수 있다. 만약 그것이 첫 번째 경우라면, 그것은 그 레스토랑의 일반적인 이미지에 맞아야만 한다. 공간요인: 마감재, 분위기, 음식맛 및 이미지
바	항상 존재하는 것은 아니지만, 손님이 식사 전이나 식사 후 음료를 즐길 수 있는 지역. 공간요인: 가구 (배치, 마감재, 종류), 편안함 (가구, 조명), 분위기 (조명, 음악, 소음), 색채 (가구, 공간), 접근성
외부	간판을 보고 메뉴를 간단히 볼 수 있는 레스토랑의 외부 영역. 공간요인: 사인, 테라스, 입구, 접근성, 메뉴, 가구 (배치, 마감재, 종류), 공간형태, 동선, 분위기 (조명, 음악, 소음)

3. 레스토랑의 공간특성 선행연구

분석 틀을 개발하기 위해 레스토랑 공간 분석과 관련된 선행 연구를 진행하였다(이강희와 양재혁, 2004; 마군, 2018; 김윤아와 신경주, 2013; 김윤아와 신경주, 2014; 이지현과 오혜경, 2007; 원단단과 오혜경, 2016; 김용림, 2012). 특히, 이 논문의 선행연구 고찰은 사람들의 선호도와 공간 분석에 관한 연구부터 시작되어 이 연구를 진행하기 위해 필요한 공간 요소의 관련 특성을 분리하고 체계화하기 위해서 만족도와 공간 분석에 관한 논문으로 옮겨갔다. 선택된 모든 연구는 아래의 <Table 2>에 기재되어 있다. 키워드 섹션은 ① 전반 요소, ② 서비스, ③ 실내 요소, ④ 외부 요소, ⑤ 환경 요소인 논문에서 다루어져 있는 공간분석과 관련된 영역을 보여준다. 전반 요소는 위치와 청결도와 같은 일반적인 외관 및 물류와 관련된 요소들을 이해하는데, 서비스 요소는 직원 서비스와 음식과 관련된 특성이다.

실내 요소는 공간과 관련된 가구와 장식 모든 요소들을 포함하고, 외부 요소는 입구의 외관 및 테라스와 관련된 요소들을 포함하다. 환경 요소는 공간 내부의 환경, 환기 및 이동 흐름에서 인지되는 일반적인 느낌과 관련이 있다. 세부 요소를 <Table 2>에 자세히 나열한다.

Table 2. 공간 특성에 대한 선행연구 내용

연구자	연구제목	키워드	세부요소
1	이강희, 양재혁	카페의 공간특성에 따른 이용행태 영향요인에 관한 연구	① 전반 요소 위부/내부 이미지, 공간형태, 분위기 ③ 실내 요소 공간 마감재 및 색채, 가구 특성, 조명 ⑤ 환경 요소 환경 편안함
2	마군	1인 가구 대응형 레스토랑으로의 재생을 위한 공간 사례분석	① 전반 요소 위치, 위부/내부 이미지, 공간형태, 분위기, 청결도 ② 서비스 직원 서비스, 음식 ③ 실내 요소 공간 마감재 및 색채, 가구 특성, 온도 및 습도, 조명 ④ 외부 요소 입구 외모, 간판, 테라스, 메뉴 존재 ⑤ 환경 요소 환경 편안함, 충분한 환기, 화장실
3	김윤아, 신경주	한식레스토랑의 실내 공간 디자인 특성 분석	① 전반 요소 위치, 공간형태, 분위기 ② 서비스 음식, 메뉴 독창성 ③ 실내 요소 공간 마감재 및 색채, 가구 특성, 조명 ④ 외부 요소 간판, 메뉴 존재 ⑤ 환경 요소 동선
4	김윤아, 신경주	서울·뉴욕 소재 한식레스토랑 이용고객 공간만족도 비교분석	① 전반 요소 위치, 위부/내부 이미지, 공간형태, 분위기 ② 서비스 직원 서비스, 메뉴 독창성 ③ 실내 요소 공간 마감재 및 색채, 가구 특성, 온도 및 습도, 조명 ④ 외부 요소 입구 외모, 간판, 테라스 ⑤ 환경 요소 환경 편안함, 충분한 환기, 동선
5	이지현, 오혜경	홍콩 소재 한국식 레스토랑과 태국식 레스토랑의 실내공간과 음식관련 요소의 특성	① 전반 요소 위치, 위부/내부 이미지, 공간형태 ② 서비스 음식 ③ 실내 요소 공간 마감재 및 색채, 가구 특성 ④ 외부 요소 입구 외모
6	원단단, 오혜경	베이징지역 레스토랑 공간구성요소에 나타난 중국 전통성 표현 특성 연구	① 전반 요소 분위기 ③ 실내 요소 공간 마감재 및 색채, 가구 특성, 조명 ④ 외부 요소 입구 외모, 간판 ⑤ 환경 요소 환경 편안함
7	김용림	디자인의 원리에 의거한 레스토랑 프로젝트의 공간 구성에 관한 기초연구	① 전반 요소 위치, 위부/내부 이미지, 공간형태, 분위기 ③ 실내 요소 공간 마감재 및 색채, 가구 특성, 조명 ⑤ 환경 요소 환경 편안함

4. 분석의 틀

본 연구의 분석틀을 위해 어떤 특성과 요소들이 필요한지에

대해 선행연구에 포함된 모든 특성에 대해 빈도수로 분석하였으며, 그 결과는 <Table 3>과 같다.

Table 3. 레스토랑 만족도 조사 평균 결과 비교

N=160

공간적 요소 특성		선행연구							합계
		A	B	C	D	E	F	G	
전반 요소	위치/접근성		●	●	●	●		●	5
	위부/내부 이미지	●	●		●	●		●	5
	공간크기/공간형태	●	●	●	●	●		●	6
	분위기 (조명, 소음)	●	●	●	●		●	●	6
	청결도		●						1
서비스	직원 (친절)		●		●				2
	음식 (가격, 맛, 디자인)		●	●		●			3
	메뉴 (독창성)			●	●				2
공간 요소	실내 요소	공간 마감재 및 색채 (벽, 바닥, 천장)	●	●	●	●	●	●	7
		가구 (배치, 종류, 마감재, 상차림스타일)	●	●	●	●	●	●	7
		쾌적성 (환기, 냉·난방)		●		●			2
		조명	●	●	●	●		●	6
		화장실		●					1
	외부 요소	입구		●		●	●		4
		간판		●	●	●		●	4
		테라스		●		●			2
		메뉴		●	●				2
		편안함 (가구, 조명, 음악)	●	●		●		●	5
환경 요소	동선			●	●				2

위에 요소들에 따라 빈도수가 높고, 레스토랑 공간에 적용 가능한 요소들을 재정리하여 <Table 4>와 같이 분석의 틀을 구성하였다.

Table 4. 공간 분석의 틀

구분	공간적 요소	세부 분석 내용	
전반	위치/ 접근성	레스토랑이 위치 적으로 어떠한가 (지하철역, 버스 정류장 등)	
	인테리어 스타일	실내 인테리어 스타일의 전반적인 구성은 어떠한가	
	공간크기/공간형태	공간의 치수 및 형태	
	분위기	조명과 소음으로 분위기가 어떠한가	
	청각적 요소	레스토랑에서 음악이 흘러 나오는가 주변 소음은 어떠한가	
서 비 스	직원 (친절, 신속함)	받는 서비스 어떠한가	
	음식 (가격, 맛)	음식의 맛과 돈의 가치는 어떠한가	
	메뉴 (독창성)	메뉴의 독창성과 다양성	
공 간 요 소	실 내	마감재 및 색채	실내공간의 바닥, 벽의 마감재와 색채
		가구	가구의 배치, 종류, 마감재
		조명	조명의 밝기와 종류 (따뜻하거나 차가운 빛)
		쾌적성	환기 및 내부 열적 쾌적성
	외 부	입구	입구 디자인(외부 이미지)
		간판	간판 디자인, 영어, 한국어 표시 등
		테라스	테라스의 여부, 디자인

선택된 요소들은 각 레스토랑의 위치, 대기, 외관을 포함하여 분석하였으며, 공간의 형태부터 시작해서 공간적 요소들인 바닥, 벽, 가구까지 분석내용에 포함하였다. 또한 입구와 간판, 테

라스 요소를 포함하여 외부 공간에 대한 분석도 진행하였다. 이 분석들을 통해 먼저 각 사례에 대한 공간 분석을 진행하고, 그 다음에 각 사례를 이용하는 고객들을 대상으로 만족도를 실시하였다. 따라서 레스토랑 공간에 있어 그들이 음식점을 찾거나 이용할 시 만족도 및 어떤 요소가 사람들의 의견에 따라 바뀌어야 하는지를 이해하였다.

IV. 사례 분석

1. 조사대상지의 일반적 특성

본 연구의 목적은 외국인고객에 초점을 맞추고, 외국인들은 한식을 먹고 싶을 때 레스토랑의 공간에서 무엇을 선호하고 만족하는지에 대해 분석하기 위해 한국 레스토랑을 분석대상으로 선정하였다. 서울은 다양한 종류의 음식점이 즐비하고, 지역에 따라 고객의 유형도 변한다. 특히 외국인이 주로 가는 지역은 서울의 국제구인 이태원이나 신촌, 홍대 등 대학 주변 지역이다. 본 논문은 외국인이 자주 찾는 지역 중 한곳인 홍대와 가까운 합정 일대 레스토랑들 8곳을 분석 대상으로 선정하였다. 합정은 이태원만큼 다양한 레스토랑들이 즐비하고 있으며, 특히 최근 새롭게 흥미로운 한식 레스토랑들이 오픈되고 있다. 따라서 2016년도 이후부터 최근까지 새롭게 오픈되고 비교적 외국인 고객들이 많이 찾는 한식레스토랑을 선정하여 분석하였다. 조사대상 개요는 <Table 5>에 정리하였다.

Table 5. 조사대상 개요

구분	위치	유형	층수	규모	오픈 년도	평균가격 (1인기준)
A	사사이: 사람사는 이야기	술집/포 차/한식	1층	약80평	2019	9000~35000원
B	보리울	마포구 합정동	한식	1층	약60평	7000~20000원
C	육회로	마포구 서교동	한식/육 회	1층	약40평	25000~40000원
D	BASE CAMP	마포구 서교동	한식/고 기	1층	약100평	25000~35000원
E	냉동고	마포구 서교동	한식/고 기	1층	약40평	5000~10000원
F	코로로 식당	마포구 상수동	한식	1층	약40평	~15000원
G	어린이대 공원	마포구 합정동	술집/포 차/한식	1층	약100평	~20000원
H	경주식당	마포구 상수동	한식	1층	약40평	15000~40000원

2. 공간 특성 분석

<Table 4>의 분석들에 따라 각 레스토랑의 공간구성과 배치 특성 및 공간 특성에 대해 분석하였다. 사례 조사는 관찰 및 사

진 촬영으로 진행 하였으며, 조사기간은 2019년 10월 5일~ 20일로 2주일 간 진행되었다. 분석 결과는 다음과 같다.

Table 6. 사례 A : 사사이 분석 내용


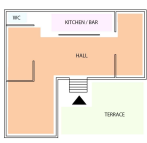
공간 이미지				
				
소개	사사이는 합정 식당가에 위치한 한국식 실내 포차다. 한국 음식과 퓨전음식을 모두 판매하며, 소주, 막걸리, 와인을 다양하게 제공한다.			
공간 구성	홀	캐셔	주방	바 외부(테라스)
배치 특성	 <div>외부 테라스를 지나 입구로 들어가면 L자 모양의 공간이 있는데 크게 홀과 입구 왼쪽 모퉁이에 화장실(WC), 바 테이블과 계산대가 위치하고 있다. 안에는 20여 개의 테이블이 있고, 외부 테라스에는 3개의 테이블이 배치되어 있다.</div>			
구분	공간적 요소	공간 분석		
전반	위치/ 접근성	합정역과 상수역 사이 큰길가에서 한 블록 안쪽으로 들어오면 많은 레스토랑들이 위치해 있는데, 사사이도 그중 하나이다. 두 역에서 각 5~10분 도보거리에 위치하고 있다.		
	인테리어 스타일	테이블과 의자는 우드소재, 벽은 브라운 계열로 전체적으로 내추럴한 인테리어 스타일이다. 벽에 사진들과 칸막이위에 식물들을 배치함으로써 다소 심심할 수 있는 공간에 장식 요소를 통해 공간을 조화롭게 구성하고 있다.		
	공간크기/ 공간형태	L자 형태의 구조로 공간이 아주 코진 않지만 가구의 배치를 적절하게 띄어 공간이 크게 보일 수 있게 해놓았고, 가구의 이동 또한 용이하다.		
	분위기	서로 대화하기에 거슬리지 않을 정도의 음악 선택과 볼륨이다. 또한 주황색계열 조명을 사용함으로써 따뜻하고 편안한 분위기에서 음식을 먹고 이야기 할 수 있었다.		
	청각적 요소 (음악 및 소음)	밖에서 들을 때에는 음악이 다소 시끄럽다고 느껴 질 수 있으나 막상 안으로 들어가면 적당한 음악 볼륨과 선곡들로 크게 거슬리지 않는다. 또한 테이블간 거리가 적당하게 유지되어 소음 또한 다른 바들에 비하면 적당한 수준이다.		
실내 공간	마감재 및 색채	테이블과 의자는 주로 우드소재로 되어있고 벽면에 붙어있는 의자는 심플한 가죽재질과 짙은 갈색계열로 나무 테이블과 조화를 이룬다. 또한 벽면은 거친 회색계열로 다소 차갑지만 여러 장식 요소로 차가움을 커버 하였다.		
	가구 (배치, 종류, 마감재)	테이블들은 네모난 나무재질로 통일이 되어있고, 의자는 벽면의 소파형태를 제외하면 모두 나무소재이다. 가구들에 코팅처리를 해놓아 보기에 거칠지만 매끈한 마감으로 되어 있다.		
	조명 (종류, 밝기)	전체적으로 주황색계열 팬던트 조명으로 따뜻함을 강조하였고 눈이 부시지 않게 테이블 당 하나의 전구를 이용하여 편안하고 아늑한 분위기를 주고 있다.		
	쾌적성 (환기, 냉난방)	출입구가 항상 열려있으나 난방시스템이 잘 작동하여 전혀 추위를 느끼지 않게 되어있고, 주출입로를 항상 열어놓아 환기 또한 적절하여 쾌적성을 주고 있다.		
	외부 공간	<div>입구</div> <div>(외관, 테라스, 메뉴판)</div> <div>입구의 외관은 나무재질을 이용하여 실내와 조화롭고, 테라스에 3개의 테이블을 두었다. 옆에 휴연 공간이 마련되어있고 이 레스토랑만의 특징이라면 직원들이 입구에서 지나가는 행인들에게 밝게 웃으며 인사를 한다. 메뉴는 밖에 비치되어 있지 않았다.</div>		
	간판	간판은 우드계열로 내부와 통일되고, 한글로만 쓰여있다. 불꽃을 형상화한 무늬로 이 레스토랑이 어떠한 음식을 제공하는지 짐작할 수 있다.		

Table 7. 사례 B : 보리울 분석 내용




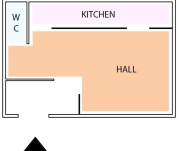
공간 이미지					
  					
소개	주로 쌈 위주의 각종 한식 정식을 판매하고 있다.				
공간 구성	홀	캐셔	주방	바	외부(테라스)
배치 특성	 <p>입구 안쪽으로 가운데 넓게 홀이 있고, 홀 안쪽으로 주방이 길게 배치되어 있다. 왼쪽 구석에 화장실(WC)이 있다.</p>				
구분	공간적 요소	공간 분석			
전반	위치/ 접근성	합정역 5번 출구에서 나와 조금만 걸으면 가로수길이 나오며, 그곳 초입부터 5분정도 걸으면 길 왼편에 위치해 있어 접근성이 비교적 좋다.			
	인테리어 스타일	실내에 우드 소재를 주로 사용하여 따뜻한 느낌을 주고, 내추럴함과 모던함이 조화롭게 구성되어 있는 실내 공간이다.			
	공간크기/ 공간형태	네모난 형태의 공간으로 8개의 테이블이 적절한 간격을 두고 배치되어 있어 공간은 그리 좁지도 넓지도 않은 적당한 크기이다.			
	분위기	주로 근처 직장인들을 위하여 빠른 테이블 회전과 서빙으로 대화를 나누며 오랫동안 머물기 보다는 단순 식사를 하는 분위기로 보였다.			
	청각적 요소 (음악 및 소음)	음악은 없다고 볼 수 있다. 가끔씩 주인이 라디오를 틀거나 하는 것 말고는 배경음악은 없고 주변 테이블 대화소리가 전부이다.			
실내 공간	마감재 및 색채	벽면은 벽돌소재로 마감하여 다소 따뜻한 느낌을 강조하였고, 나머지 벽면과 천장은 어두운 그레이톤을 사용하여 모던한 느낌이 조화롭게 섞여 있다.			
	가구 (배치, 종류, 마감재)	8개의 테이블이 배치 되어있고, 네모난 형태의 테이블만 배치되어 있어 다소 한정적인 테이블 유형을 보인다. 테이블은 목재재질로 되어있고, 의자는 스틸과 플라스틱의 배치로 다소 어수선한 조합이다. 테이블은 창가와 벽, 중앙에 적절하게 배치되어 고객이 선택할 수 있다.			
	조명 (종류, 밝기)	형광등과 매임 등이 적절하게 배치되어 있으며, 은은한 분위기 보다는 밝은 느낌이 강하다.			
	쾌적성 (환기, 냉난방)	크지 않은 공간의 특성상 환기는 괜찮지만 음식냄새들이 주를 이뤄 옷에 음식냄새가 매우 쉽게 배인다는 단점이 있다.			
외부 공간	입구 (외관, 테라스, 메뉴판)	테라스는 없으며 외부에 한국말로 구성된 메뉴판이 있다.			
	간판	노란색계열 간판으로 크고 눈에 쉽게 띄게 해놓았다. 한글로만 구성되어 있다.			

Table 8. 사례 C : 육회로 분석 내용

공간 이미지					
  					
소개	육회 전문점으로 새롭게 문을 연 레스토랑이다. 주로 육회를 판매하고, 짜개나 음료 등 다른 구성들도 함께 제공된다.				
공간 구성	홀	캐셔	주방	바	외부(테라스)
구성	●	●	●		●

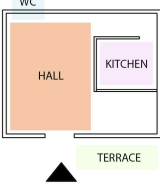

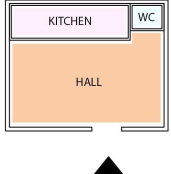
공간 이미지		
배치 특성		외부에 테라스를 지나 입구를 진입하면 공간은 정사각형이고, 5개의 테이블이 있다. 입구 왼쪽에는 홀이 있고, 홀을 지나 오른쪽에 화장실(WC)이 있고, 오른쪽에는 열린 주방이 있다. 하지만 사람들이 주방장이 하는 일을 쉽게 볼 수 없을 만큼 높은 벽이 있다. 입구 오른쪽에는 직원 전용 공간이 있는데, 그곳에서 음식을 내놓거나 포장하여 꺼내 먹을 수 있다.
	구분	공간적 요소 공간 분석
전반	위치/ 접근성	상수역에서 도보로 약 10분정도에 위치해 있고, 골목에 위치하여 찾기가 조금은 어려울 수 있다.
	인테리어 스타일	내부 인테리어는 레스토랑 주인의 다소 독특한 취향을 알 수 있듯 벽면엔 미술작품을 전시해 놓았고, 의자는 다양한 스타일과 특히 이발소 의자가 있어 손님들로 하여금 재미를 유발할 수 있다.
	공간크기/ 공간형태	내부는 다소 좁다고 느낄 수 있지만 그에 비해 주방이 매우 큰 편이다. 하지만 테라스 테이블이 좁은 내부를 보강해 준다.
	분위기	인테리어가 매우 독특한편이지만 편안한 분위기에 술과 음식을 즐기며 일행과 편히 대화 할 수 있는 분위기이다.
	청각적 요소 (음악 및 소음)	이곳 레스토랑만의 인테리어 분위기와 매치되는 음악을 틀어놓고, 볼륨도 적당하여 대화하는데 어려움이 없다.
실내 공간	마감재 및 색채	어두운 계열의 파란색과 초록색 페인트로 칠해진 벽면은 다소 차가운 느낌이고 그 외 벽면은 거친 회색으로 여백을 많이 강조한 느낌이다.
	가구 (배치, 종류, 마감재)	우드, 플라스틱 등 다양한 가구의 조화로 선택할 수 있다. 벽면과 주방을 따라 테이블이 배치되어 있다.
	조명 (종류, 밝기)	전체적으로 간접조명을 사용하여 밝기는 어둡지만 이동에 불편하거나 메뉴를 보기 힘들 정도로 어두운 편은 아니다. 샹들리에를 설치하여 클래식하고 독특한 분위기를 연출.
	쾌적성 (환기, 냉난방)	냉난방이 잘 되어 있고, 환기 시스템이 작동되어 쾌적성을 주고 있다.
외부 공간	입구 (외관, 테라스, 메뉴판)	바닥에 인조 풀이 있고 테라스는 연중 열려있으며, 외부 메뉴판은 없다.
	간판	간판은 흰색 바탕에 검정색으로 식당이름을 크게 배치하여 눈의 쉽게 띈다. 한글로만 구성되어 있다.

Table 9. 사례 D : BASE CAMP 분석 내용

공간 이미지					
  					
소개	한국식 바비큐를 기본으로 하지만 기존 한국 바비큐 식당과 다른 점은 한국인들이 캠핑을 갔을 때 주로 먹는 스타일을 도시에서 즐길 수 있게 하였다. 한국인에게는 친숙한 구조이지만 외국인에게는 이색적인 분위기, 즉 한국적인 스타일의 캠핑을 경험할 수 있다.				
공간 구성	홀	캐셔	주방	바	외부(테라스)
구성	●	●	●		●
배치 특성		입구에 들어서면 가장 먼저 보이는 것은 이 식당이 두 층으로 나뉘어 있고, 안에 거대한 테라스와 홀이 둘 다 있다는 점이다. 안으로 들어가려면 테라스를 거친 후 계단을 이용해야 한다. 내부에는 화장실(WC)이 남남 따로 사용할 수 있게 나뉘어져있다. 부엌은 홀 안쪽에 위치하여 있으며 독립되어 있다.			
구분	공간적 요소	공간 분석			
전반	위치/ 접근성	역에서 도보로 10분 이상 위치하여있고, 골목과 골목 사이에 위치하여있어 지도를 보지 않으면 찾아가기 다소 힘들다.			
	인테리어	야외 테이블은 전형적인 캠핑장형태로 되어있어 독창적이지			

	스타일	만 내부는 특별할 것이 없는 전형적인 한국 바비큐 스타일 레스토랑과 같다.
	공간크기/공간형태	아외는 상당히 넓고 테이블간 거리도 넓어 이동에 매우 용이하다. 바비큐그릴 주위에 테이블이 배치되어있기도 하고 식탁자재가 바비큐그릴로 되어있는 테이블도 있다.
	분위기	전형적인 캠핑장 분위기로 맛있는 식사와 술을 즐기며 일행들과 불 앞에서 편안하게 이야기 할 수 있다.
	청각적 요소 (음악 및 소음)	음악은 가요로 구성이 되어있고 볼륨은 대화하기 적당한 크기로 설정 되어있다.
실내 공간	마감재 및 색채	캠핑 가구들과 캠핑기구, 낚시외자들의 조합으로 구성이 되어있고, 주변에 식물들을 배치하고, 테이블 사이로 작은 수형장이 있어 시원하면서 자연적인 느낌이 강하다.
	가구 (배치, 종류, 마감재)	전체적으로 캠핑용 가구로 되어있다. 의자는 편하게 앉아 있을 수 있는 낚시외자 형태로 되어있고, 그에 따라 테이블도 낮은 편이다. 또한 테이블간 거리도 상당히 넓다.
	조명 (종류, 밝기)	조명은 야간에는 다소 어두운 편이다. 그 이유는 야외에서 캠핑을 하며 식사를 하는 컨셉이어서 황색계열의 간접조명들로 구성이 되어있다.
	쾌적성 (환기, 냉난방)	대부분 야외에 집중되어있기 때문에 공기가 맑으며, 겨울에는 주변에 난로와 함께 불을 붙여 따뜻하게 유지되고 있다.
외부 공간	입구 (외관, 테라스, 메뉴판)	입구는 캠핑분위기를 느낄 수 있도록 개방되어 있다. 외부에 한국어 메뉴판이 있다.
	간판	노란색 불빛의 큰 영어 간판이 나무 사이에서 비추고 있어 눈에 띄고 캠핑 컨셉에 맞는 식당이름으로 공간을 인지할 수 있다.

Table 10. 사례 E : 냉동고 분석 내용

공간 이미지					
					
소개	삼겹살을 판매하는 식당. 사이드디쉬 외 기타 메뉴 모두 한식을 제공한다.				
공간 구성	홀	캐서	주방	바	외부(테라스)
	●	●	●		
배치 특성	 <p>입구에 들어오면 홀이 보이고, 그 뒤쪽으로 주방이 있다. 홀에는 10개의 테이블이 있다. 화장실(WC)은 잘 보이지 않는 오른쪽 모퉁이에 있다.</p>				
구분	공간적 요소	공간 분석			
전반	위치/ 접근성	상수역에서 도보 10분정도 거리로 육회로(사례C) 레스토랑 바로 옆에 위치해 있다.			
	인테리어 스타일	전체적으로 냉장고를 연상하게 하는 스테인리스 재질과 차가운 인테리어, 또한 정육점 조명의 조화로 다소 독창적임.			
	공간크기/공간형태	공간이 큰 편은 아니지만 테이블 간격이 넓게 배치되어 있어 이동과 이용에 불편함이 없다.			
	분위기	공간은 다소 독창적이며, 동행들과 이야기를 하며 음식을 편안하게 즐길 수 있게 되어있다.			
	청각적 요소 (음악 및 소음)	음악은 옛날 가요가 흘러나오고 볼륨은 다소 작은 편으로 집중하지 않으면 무슨 음악이 플레이 되는지 알기 어렵다.			
실내 공간	마감재 및 색채	스테인리스 재질과 어두운 벽면 회색벽면 조화로 매우 차갑게 되어있고 조명 또한 매우 밝은 백색으로 되어있다.			
	가구 (배치, 종류, 마감재)	금속, 플라스틱 또는 세라믹의 4인기준 원형, 네모난 테이블이 배치되어 있고, 간단한 플라스틱 의자를 갖추고 있다.			
	조명 (종류, 밝기)	형광등 위주로 공간은 밝으며, 상들리에 조명으로 포인트를 주었다.			
	쾌적성	바비큐레스토랑 특성상 다소 탁한 공기를 가지고 있지만 한			

	(환기, 냉난방)	기시스템을 잘 이용하여 공기를 순환시키고 있다. 냉난방 수준은 양호하다.
외부 공간	입구 (외관, 테라스, 메뉴판)	스테인리스 도어와 레스토랑 안쪽을 쉽게 볼 수 있는 투명 유리로 되어있다. 외부에 메뉴정보가 없다.
	간판	식당 모퉁이에 있는 분홍색 낱빛 간판은 쉽게 눈에 띄지는 않는다.

Table 11. 사례 F : 코로로 식당 분석 내용


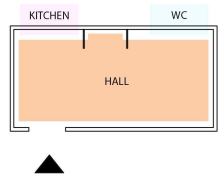
공간 이미지					
					
소개	일식 경양식을 주로 판매하며, 한식을 더해 퓨전 스타일 음식을 제공한다.				
공간 구성	홀	캐서	주방	바	외부(테라스)
	●	●	●		
배치 특성	 <p>입구에 들어서면 넓게 홀이 배치되어 있고, 안쪽으로 왼쪽에는 주방, 오른쪽 구석에는 화장실이 배치되어 있다. 입구 오른쪽에 계산대가 위치해 있다.</p>				
구분	공간적 요소	공간 분석			
전반	위치/ 접근성	상수역에서 5분 거리로 좁은 골목길에 위치하고 있으며 접근성이 보통이다.			
	인테리어 스타일	주로 목재소재 이용 바닥과 벽, 가구를 구성하여 전체적으로 일본풍 인테리어이나, 곳곳에 모던한 가구를 배치하였다.			
	공간크기/공간형태	공간은 양 옆으로 길게 네모난 형태로 규모는 크지 않지만 안에는 프라이빗 하고, 다양한 형태의 테이블이 배치되어 있어 불편함이 없으나 테이블 간 간격은 1명이 지나다닐 수 있는 거리로 다소 좁다.			
	분위기	3개의 테이블은 프라이빗 하게 공간이 나뉘어져 있어 식사를 하며 편안하게 이야기 하는데 용이하다.			
	청각적 요소 (음악 및 소음)	음악은 주로 케이팝이 나오고, 볼륨은 매우 낮은 편으로 주방에서 나는 소음을 들을 수 있을 정도이다.			
실내 공간	마감재 및 색채	마감재는 주로 나무로 구성 되어 브라운 계열의 따뜻하고 자연적인, 친근한 분위기이다.			
	가구 (배치, 종류, 마감재)	나무재질의 1인, 2인, 4인용 테이블을 구성하여 다양한 손님의 유형이 식사할 수 있도록 구성되어 있다. 벽 쪽에는 1인석이 프라이빗 하게 배치되어 있고 홀 중심으로 2인, 4인 테이블이 구성되어 있다. 테이블 간격은 한사람이 지나다닐 수 있는 정도의 간격이다.			
	조명 (종류, 밝기)	천장 곳곳에 백색 스포트라이트와 각 테이블 위에 주황색 계열의 팬던트를 두어 음식을 맛있게 보이게 하고, 따뜻하고 밝은 느낌을 주고 있다.			
	쾌적성 (환기, 냉난방)	냉난방 시스템과 환기가 잘 이루어져 있어 쾌적하다.			
외부 공간	입구 (외관, 테라스, 메뉴판)	외부에서는 유리를 통해 내부를 들여다 볼 수 있고, 외부에 테이블이 비치되지 않은 테라스가 있다. 메뉴판은 외부에			
	간판	한국어로 표시된 간판이 입구 위에 있으며, 검정 배경에 흰 간판이 눈에 띈다.			

Table 12. 사례 G : 어린이대공원 분석 내용


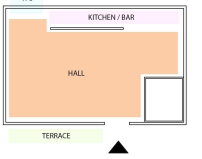
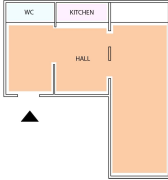
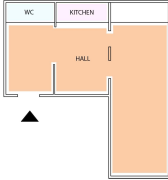
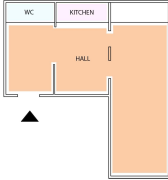
공간 이미지					
					
소개	먹고, 마시며 스포츠 경기를 볼 수 있는 레스토랑이다. 메뉴는 게임의 지도처럼 만들어졌고 음식과 음료 모두 다양하다. 파스타나 고기와 같은 주요 요리와 함께 간단한 간식과 주류를 제공한다.				
공간 구성	홀	캐셔	주방	바	외부(테라스)
배치 특성	 <p>공간은 약 20개의 테이블로 넓다. 바깥 테라스는 좁고 길며, 여름 동안만 사용할 수 있다. 입구에 들어서면 오른쪽에 계산대가 있고 크게 홀이 공간 전체를 구성하며 홀 안쪽으로 기다란 바 테이블과 오픈형 주방, 화장실(WC)이 위치해 있다.</p>				
구분	공간적 요소	공간 분석			
전반	위치/ 접근성	상수역에서 약 10분정도 거리. 주차장 거리 끝자락에서 시작되는 가로수길 초입부에 위치해 있다.			
	인테리어 스타일	복고풍 스타일로 90년대 감성을 느낄 수 있는 가요와 함께 옛날 만화책이 곳곳에 배치되어 있고, 여러 가지 추억을 불러일으키는 재질, 데코레이션들이 실내를 장식하고 있다.			
	공간크기/ 공간형태	규모는 100여평으로 공간이 비교적 넓고, 높은 천장으로 공간이 확 트이고, 더 넓어 보이며 개방감을 주고 있다.			
	분위기	전형적인 술집분위기로 스포츠 스크린이 있고, 다함께 즐기는 분위기이다.			
	청각적 요소 (음악 및 소음)	음악은 외부 내부를 가릴 것 없이 음악소리는 매우 크기 때문에 대화하는데 어려움이 있다. 또한 음악은 뮤직박스가 있어 신창곡을 받으며, 주로 90년대 가요와 팝 위주이다.			
실내 공간	마감재 및 색채	대부분 나무재질로 구성되어 따뜻한 느낌을 주며, 다양한 맥주잔의 형태를 벽에 데코레이션 하여 맥주잔이 하나의 벽을 구성하고 있다.			
	가구 (배치, 종류, 마감재)	90년대 한국 학교에서 볼 수 있는 책상과 걸상의 조화로 다소 독특하고 독창적이며, 복고풍으로 가구가 비교적 낡아있어 안전성에 약간 문제가 있을 수 있었다.			
	조명 (종류, 밝기)	조명은 매우 어두운 편으로 주황색 계열 간접조명을 이용하여, 공간을 은은하고 다소 어둡게 구성하고 있다.			
	쾌적성 (환기, 냉난방)	환기와 냉난방 시스템이 잘 구성이 되어있어 쾌적한 환경을 지속시키고 있다.			
외부 공간	입구 (외관, 테라스, 메뉴판)	실내의 다양한 데코레이션과 조명은 외부에서도 쉽게 눈에 띄는 요소이다. 외부에 테라스에 테이블을 배치해 여름에는 이곳에서 음식을 먹을 수 있다. 입구에 영어, 한글 메뉴판이 있다.			
	간판	영어와 한글로 쓰여 있는 간판이 크고 화려하고 밝게 빛나고 있어 눈에 쉽게 띄며, 사람들이 공간을 쉽게 인지할 수 있었다.			

Table 13. 사례 H : 경주식당 분석 내용

공간 이미지					
					
소개	고전적인 한국식 레스토랑으로 전통 한옥과 같은 따뜻한 분위기와 한식 메뉴를 제공하고 있다.				
공간 구성	홀	캐셔	주방	바	외부(테라스)
	●	●	●	●	●

구분	공간적 요소	배치 특성	공간 분석
전반	위치/ 접근성	 <p>입구에 들어서면 홀이 보이고 오른쪽 안쪽으로 길게 홀이 구성되어 되어있어 공간은 ㄱ자 형태이다. 홀 안쪽으로 왼쪽에 화장실(WC)과 가운데 주방이 위치해 있다.</p>	상수역에서 약 5분 거리에 위치해 있으며, 좁은 골목 길 안에 위치하여 지도가 없으면 다소 찾기가 어려울 수 있다.
	인테리어 스타일		한국의 옛 가정집을 개조하여 한국식 가정의 인테리어 모습과 한옥의 모습을 볼 수 있다. 한국 전통공간과 현대식의 조화가 있다.
	공간크기/ 공간형태		외부에는 넓은 마당이 있고, 실내 공간 ㄱ자의 형태로 홀을 구성하며, 크지 않지만 테이블 간 배치가 적당하다.
	분위기		현대식 한옥은 옛 한국 가정의 분위기를 주고, 조용한 분위기에서 식사를 하며 이야기를 할 수 있는 분위기이다.
	청각적 요소 (음악 및 소음)		음악은 클래식과 재즈 뮤직의 구성으로 되어있어 다소 공간과 매치 되지는 않지만 음악 장르상 편안한 분위기를 제공하며 볼륨도 적당한 편이며 이야기하는데 문제가 없다.
실내 공간	마감재 및 색채		주로 벽돌벽과 회색톤의 벽의 조화로 따뜻한 느낌과 동시에 모던하고 현대적인 느낌이 있다. 곳곳에 흰색 타일 벽을 사용하여 차가운 느낌도 있다.
	가구 (배치, 종류, 마감재)		주로 2인용의 목재 테이블이 배치되어 있고, 4인용의 원형, 네모형태의 목재 테이블이 구성되었으며, 좌식 테이블도 있다. 테이블의 간격은 한사람이 지나다닐 정도이지만 크게 불편함은 없었다.
	조명 (종류, 밝기)		주로 따뜻한 계열의 주황색 매입등이 설치되어있고, 각 테이블 위에 양초가 조명의 역할을 하고 있다. 따뜻하고 은은한 분위기를 주고 있다.
	쾌적성 (환기, 냉난방)		환기시스템이 운영되어 있고, 냉난방 시스템에는 온돌 바닥이 있어 겨울에는 충분히 따뜻하다.
외부 공간	입구 (외관, 테라스, 메뉴판)		입구에 들어서면 큰 마당이 있는데 이곳은 웨이팅 자리가 마련되어 있다. 외부에서 보면 일반 한옥집을 연상케 한다. 입구에 한국어로 구성된 메뉴판이 있다.
	간판		식당이름이 적힌 간판이 문패처럼 입구 벽에 길게 부착되어 있으며, 간판은 눈에 띄며, 이곳이 레스토랑임을 알려주는 중요한 수단이다.

V. 만족도 설문조사 분석

1. 설문조사 대상 및 방법

레스토랑의 공간 만족도를 분석하기 위해 각 레스토랑에서 식사를 한 외국인 고객 20명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 연구를 위해 고안된 설문지는 외국인 고객이 레스토랑에 방문 후 레스토랑에서 각 환경 요인에 대해 어느 정도 만족하게 생각 하는지에 대해 ‘매우 만족’ 5점, ‘만족’ 4점, ‘보통’은 3점, ‘불만족’ 2점, ‘매우 불만족’은 1점으로 총 5점 Likert 척도로 조사하였다. 전 세계에서 온 외국인 고객들을 대상으로 각 사례별로 남녀 각각 10명씩 총 20명, 도합 160명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사내용은 나이, 성별, 국적, 직업, 방문빈도, 체류 목적에 관한 개인 고객의 개인적 특성과 레스토랑의 물리적 환경에 대한 만족도로 구성하였다.

2. 개인적 특성

조사대상 한식 레스토랑을 이용하는 고객의 개인적 특성에 대한 내용은 <Table 14>에 요약되어 있다.

Table 14. 고객의 개인적 특성 N=160

구분	항목	빈도 (N)	백분율(%)
성별	남	80	50.00
	여	80	50.00
	계	160	100.00
연령	20대	62	38.63
	30대	55	34.63
	40대	31	19.24
	50대 이상	12	7.50
국적	유럽	51	31.87
	아시아	35	21.87
	미국	51	31.87
	호주	6	3.75
	기타	17	10.64
직업	학생	67	41.87
	회사원, 공무원	20	12.50
	전문직	42	26.25
	사업, 상업	18	11.25
	프리랜서	13	8.13
레스토랑의 방문빈도	1주1번	24	15.00
	1주 2~3번	63	39.37
	1주 3번 이상	73	45.63
	1달 1번	0	0.00
한국 체류 이유	공부	57	35.63
	직장	65	40.62
	여행	26	16.25
	가족	12	7.50

고객특성 중 연령은 20대가 39.0%로 가장 많았고, 그 다음 30대, 40대 순 이었다. 외국 고객의 국적은 유럽과 미국이 각각 32%로 주 고객층으로 조사되었다. 직업은 학생이 41.1%로 가장 이용이 많았으며, 전문직, 회사원 순으로 이용하고 있었다. 이는 주로 주변에 대학을 다니는 유학생들이 식사 장소로 많이 찾기 때문인 것으로 사료된다. 방문빈도는 일주일에 3번 이상이 가장 많아 한식 레스토랑의 이용 빈도수가 비교적 높은 것으로 파악되었다. 레스토랑을 방문한 이용자들의 한국 체류 목적은 직장이 40%로 가장 높았고, 그 다음이 공부 때문인 것으로 나타났다. 따라서 학생 외에 한국에서 일하는 직장인들 역시 한식 레스토랑을 자주 이용하는 주 고객층인 것으로 나타났다.

3. 레스토랑 만족도 분석

레스토랑 공간에 있어 외국인 고객의 만족도를 조사하기 위해 <Table 4>의 분석틀을 바탕으로 설문지를 개발하였으며, 서비스부분을 추가하여 작성한 설문지 내용은 <Table 15>와 같다. 설문지는 외국인 고객이 레스토랑에서 각 환경 요인에 대해 어느 정도 만족하게 생각 하는지에 대해 Likert 5점 척도로 조사하였으며, 각 사례별 만족도에 대한 평균 조사 결과는

<Table 16>과 같다.

Table 15. 만족도 조사 설문지 내용

항목	항목	문항 내용
고객 특성	6	성별, 연령, 국적, 직업, 방문빈도, 체류 목적
만족도 요인	전반	5 위치, 접근성 / 내부인테리어 스타일 / 공간크기, 공간형태 / 조명 / 음악 및 소음
	서비스	7 직원 서비스
		음식
		메뉴
	실내 공간	4 마감재 및 색채, 가구배치, 가구 종류, 조명, 환기 및 냉난방
	실외 공간	2
	합계	24

Table 16. 레스토랑 만족도 조사 평균 결과 비교 N=160

구분	설문 항목	레스토랑 (평균점수)								합계
		A	B	C	D	E	F	G	H	
전반	1 위치, 접근성	4.2	4.3	3.1	2.8	3.2	4.3	4.3	2.8	3.6
	2 인테리어 스타일	3.6	3.1	3.9	4.4	3.8	3.6	3.6	3.7	3.7
	3 공간크기/공간형태	3.2	3.1	2.7	3.7	3.0	3.2	3.8	3.5	3.2
	4 조명의 분위기	3.8	3.5	3.2	3.8	3.5	3.4	3.7	3.6	3.5
	5 음악 및 소음	2.9	3.2	3.0	3.2	3.4	3.5	3.0	3.9	3.2
	평균	3.5	3.4	3.1	3.5	3.3	3.6	3.6	3.5	3.4
서비스	6 친절함	4.1	4.0	3.7	3.5	3.3	3.5	3.0	4.0	3.6
	7 신속함	3.5	3.6	4.2	3.9	3.9	3.6	3.4	3.5	3.7
	8 의사소통	3.3	3.2	3.1	3.2	3.1	3.9	4.1	3.5	3.4
	9 메뉴 다양성	4.1	3.5	3.5	3.3	3.1	3.0	3.9	4.0	3.5
	10 음식 맛	2.9	3.9	4.3	4.1	3.9	3.9	2.9	3.8	3.7
	11 음식 가격	2.8	3.6	3.5	3.6	4.0	4.2	2.8	3.5	3.5
	12 음식 냄새	3.0	3.7	3.4	4.0	3.8	3.9	3.5	3.6	3.6
	평균	3.3	3.6	3.6	3.6	3.5	3.7	3.3	3.7	3.5
실내	13 마감재 및 색채	3.5	3.4	4.1	4.3	4.1	3.5	3.7	3.8	3.8
	14 가구 배치	3.8	4.3	4.0	3.7	4.0	4.1	3.8	3.9	3.9
	15 가구 종류	3.2	3.0	4.3	3.8	3.1	3.5	3.5	4.0	3.5
	16 조명	3.9	3.8	3.0	3.2	3.9	4.0	3.8	4.1	3.7
	17 환기 / 냉난방	3.4	3.2	3.9	3.5	3.8	4.0	3.9	3.8	3.6
	평균	3.5	3.5	3.8	3.7	3.7	3.8	3.7	3.9	3.7
외부	18 입구	4.1	3.5	3.1	3.2	3.7	3.7	4.4	4.6	3.7
	19 간판	3.2	3.5	3.2	3.8	3.8	3.9	4.2	3.1	3.5
	평균	3.6	3.5	3.1	3.5	3.7	3.8	4.3	3.8	3.6
총 평균		3.5	3.5	3.5	3.6	3.6	3.7	3.6	3.7	

① 매우 불만족 ② 대체로 불만족 ③ 보통, ④ 대체로 만족 ⑤ 매우 만족

또한 각 사례별 공간적 요소에 따라 가장 만족도가 높게 나타난 요소를 정리한 결과는 <Table 17>과 같다. 사례별로 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

Table 17. 레스토랑별 가장 높은 만족도를 가진 요소 종합 항목(평균점수)

사례	공간적 요소			
	전반	서비스	실내	외부
A	위치 및 접근성(4.2)	친절함, 메뉴 다양성(4.1)	조명(3.9)	입구(4.1)
B	위치 및 접근성(4.3)	친절함(4.0)	가구배치(4.3)	입구, 간판(3.5)
C	인테리어 스타일(3.9)	음식 맛(4.3)	가구(4.3)	간판(3.2)
D	인테리어 스타일(4.4)	음식 맛(4.1)	마감재 및 색채(4.3)	간판(3.8)

E	인테리어 스타일(3.8)	음식 가격(4.0)	마감재 및 색채(4.1)	간판(3.8)
F	위치 및 접근성(4.3)	음식 가격(4.2)	가구배치(4.1)	간판(3.9)
G	위치 및 접근성(4.3)	의사소통(4.1)	환기/냉난방(3.9)	입구(4.4)
H	음악 및 소음(3.9)	친절함, 메뉴 다양성(4.0)	조명(4.1)	입구(4.6)
종합	인테리어 스타일(3.7)	신속함, 음식 맛(3.7)	가구배치(3.9)	입구(3.7)

1) 레스토랑 A: 사사이

사례A는 위치와 접근성에 대한 만족도가 가장 높게 나타났는데 큰 거리에 위치해 있어 누구나 쉽게 접근할 수 있고, 밤에는 특히 외부가 밝게 빛나며 큰 사인과 함께 즐거운 분위기를 연출하여 인지성도 높아 이에 대한 선호가 큰 것을 유추할 수 있었다. 다음으로 서비스(친절함, 메뉴다양성)와 외부(입구)에 대한 만족도가 높았으며, 관찰조사 결과 특히 직원들의 태도는 항상 웃고 있고, 손님들에 대한 예의를 갖추고 있기 때문에 이에 대한 만족감이 높은 것을 알 수 있었다. 실내조명은 따뜻하고 은은한 분위기를 연출하였으며, 만족도가 높았다.

2) 레스토랑 B: 보리울

레스토랑 B는 사례A와 마찬가지로 큰 거리에 위치해 있고 주변 역과 가까워 사람들이 너무 많이 걸을 필요가 없을 뿐만 아니라 입구가 단순하더라도 거대한 불빛 표지판 덕분에 즉시 볼 수 있어 인지성이 높고 찾아가기가 쉬웠다. 위치에 대한 접근성이 가장 높아 비교적 가깝고 눈에 쉽게 띄어 잘 찾아가는 요소에 대해 만족감을 느끼는 것을 알 수 있었다. 공간 레이아웃은 내부 이동이 간단하고 테이블 배치가 고객들에게 사적인 시간을 즐길 수 있는 영역의 공간을 제공하고 있었으며, 만족도가 가장 높은 요소로 나타났다. 따라서 이용 고객들은 비교적 이동성이 있고, 사적인 공간의 구획이 어느 정도 확보된 공간에 대해 만족하고 선호하는 것을 알 수 있었다. 서비스 요소에서는 직원들은 공손하고 개방적인 태도로 고객들을 편안하게 느끼게 하는데, 이는 그들이 전반적인 서비스에 만족감을 느끼는 이유를 설명해준다.

3) 레스토랑 C: 육회로

만족도가 높은 주 요소는 음식 맛과 가구요소이다. 음식은 대체로 신선하고 맛있다고 만족감을 나타내었고, 여러 가지 가구 재료를 사용하고 다양한 컨셉으로 배치하여 이용자들이 자신의 취향에 맞게 자리를 선택할 수 있게 하였다. 일반적인 레스토랑 공간과는 차별화된 인테리어 스타일과 가구 배치 및 종류는 이용자들의 만족감이 높다는 것을 알 수 있었다. 간판 및 입구의 만족도는 다른 사례보다 가장 만족도가 낮게 나타났고, 조명이 어둡고, 단조로운 형태의 외부 모습이 나타났다.

4) 레스토랑 D: BASE CAMP

사례D는 인테리어 스타일과 마감재 및 색채 요소가 만족도가 가장 높게 나타났는데 실내 인테리어는 캠핑장을 연상시킨다. 캠핑공간 컨셉은 외부 테라스 공간과 실내공간이 개방되어 사람들이 실제로 캠핑에 온듯한 경험을 제공하며, 직접 고기를 굽고 음식을 먹으며, 자유로운 분위기를 즐길 수 있다. 따라서 캠핑공간과 같은 인테리어 스타일은 외국인 이용객들에게는 선호도가 높은 요인으로 볼 수 있다. 그러나 주변역과 다소 멀리 떨어진 골목길에 위치하고 있어 찾기가 쉽지 않아 이에 대한 만족도가 가장 낮게 나타는 것으로 보였다.

5) 레스토랑 E: 냉동고

사례E는 마감재와 색채, 음식가격, 인테리어 스타일에 대한 만족도가 높게 나타났다. 음식은 전반적으로 가격이 싸지만 맛이 좋고, 인테리어 스타일은 재미있고 독특하다. 마감재료는 스테인리스를 사용하고 조명은 흰색의 백색등과 포인트로 샹들리제를 중앙에 달아 비교적 차가운 느낌과 따뜻한 느낌을 동시에 주고 있으며, 이에 대한 만족도는 높았다. 또한 간판은 매우 단순하고 눈에 잘 띄지 않지만 외부 간판과 실내공간이 연결되어 하나의 공간으로 보이게 한다. 이에 대한 만족도가 높게 나타났다. 반면 가구의 요소에 대한 만족도가 가장 낮게 나타났는데 주로 플라스틱과 세라믹 소재의 의자를 배치하여 이동성은 있으나 등받이가 없고 작은 의자로 인해 불편함을 느끼는 것으로 나타났다.

6) 레스토랑 F: 코로로식당

사례F는 전반적으로 다른 사례에 비해 만족도가 비교적 높은 사례였다. 특히 위치 및 접근성, 음식가격, 가구배치, 간판에 있어 만족도가 높게 나타났다. 홍대에서 가까운 큰길에 위치하고 있어 차를 이용하는 고객과 학교를 오고가는 학생들의 접근성이 비교적 높게 나타났다. 특히 큰길가에 위치하고 있어 인지성이 높아 차도 없고 주변도 잘 모르며 뒷골목에서 길을 잃고 싶지 않은 사람들 역시 비교적 찾기 쉬워 만족도가 높게 나타나는 것으로 보였다. 또한 가격이 저렴하고 음식의 질이 우수하며 테이블 배치가 깔끔하고, 깨끗하며 테이블 간 거리가 적당하다. 외부는 가게를 안내하는 사인이 비교적 명확하게 표시되어 있으며, 테라스가 있어 여름에는 문을 개방하여 외부와 소통을 할 수 있도록 하고 있다. 또한 입구에 메뉴판이 있어 고객들이 들어가기 전 메뉴 이용을 확인할 수 있어 편리함을 주고 있었다.

7) 레스토랑 G: 어른이대공원

사례G는 위치와 접근성, 외부에 대한 만족도가 가장 높았으며, 서비스는 전체 평균은 낮지만 의사소통에서 높은 만족도로 나타났다. 또한 다른 사례와 다르게 환기 및 냉난방에 대한 만족도가 높아 차이를 보였다. 위치는 주변 지하철역과 버스 정류장과 가까워 대중교통을 이용하는 고객들의 접근성이 높았다. 또한 실내공간에 있어 통풍이 비교적 잘 되어 쾌적함을 주었다.

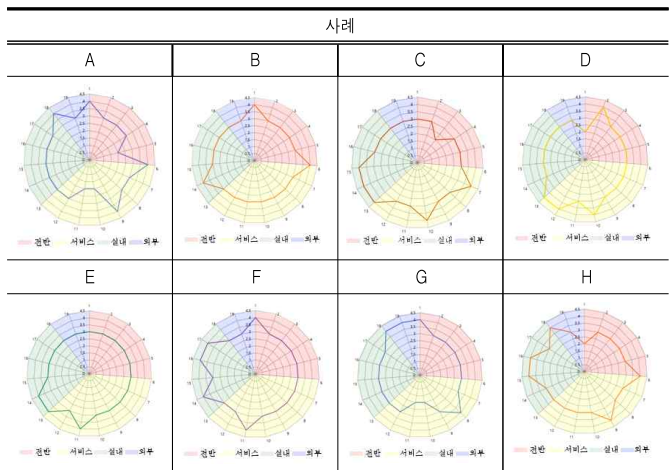
외부 공간은 간판은 크고 화려하여 사람들의 인지성이 높고, 호기심을 주고 있다. 이에 반해 음식의 맛과 가격, 음악 및 소음에 대한 만족도가 다른 사례에 비해 낮게 나타났는데, 비교적 실내의 음악 소리가 커서 사람들이 음식을 먹으며 이야기를 나누는데 목소리를 높이고, 잘 들리지 않는 경우가 많았다.

8) 레스토랑 H: 경주식당

사례H는 사례F와 함께 다른 사례에 비해 전반적으로 만족도가 높게 나타난 사례였다. 그 중 서비스(친절함, 메뉴 다양성), 실내 공간(조명, 가구), 입구에 있어 만족도가 높았다. 이 곳의 위치 역시 사례D처럼 골목에 위치하여 접근성이 떨어져 만족도가 낮게 나타났고, 다른 요소들에 대해서는 전반적으로 평균 이상의 만족도로 나타났다. 특히 다른 사례와 달리 전반적인 요소 중 실내 소음에 대한 만족도가 가장 높았는데, 편안한 클래식 음악과 다소 작은 볼륨으로 음식을 먹고 이야기하는데 용이하고 소음으로 들리지 않아 조용한 분위기를 연출하는 것에 대한 만족도가 높다는 것을 알 수 있었다. 또한 실내는 어수선하지 않고 불빛이 아늑한 분위기를 연출하였으며, 스태프들은 친절하고 메뉴는 많은 옵션과 함께 다양한 메뉴를 제공하고 있어 이에 대한 만족도가 높았다. 특히 사람들이 공간에 대한 만족도가 높은 이유 중 하나는 마감재 및 색채, 가구의 요소였는데 이 공간은 특히 좌식 테이블로 외국인 고객에게 불편할 수 있는 요소이나 가구에 있어 만족도가 높은 것으로 나타나 외국인들이 쉽게 접하지 못한 요소에 대한 경험 및 흥미요소에 대한 만족감으로 유추할 수 있었다. 특히 목재의 마감재를 주로 사용하여 따뜻하고 한국 전통 공간의 느낌은 외국인들의 호기심을 자극하고 새로운 경험을 이끌어내어 만족감을 높게 주는 요소로 나타났다고 볼 수 있다.

각 사례별 각 항목에 대한 만족도 평균 결과를 그래프 값으로 나타낸 결과는 <Table 18>과 같다.

Table 18. 레스토랑별 만족도 평균 결과 그래프 값



4. 소결

위의 분석결과를 토대로 결과를 정리하면 다음과 같다. 만족도가 가장 높게 나타난 부분은 실내 공간으로 평균 합계 3.7이었으며, 그 중 가구배치에 대한 만족도가 평균 3.8로 가장 높았고, 마감재 및 색채, 조명, 환기 및 냉난방 순으로 만족도가 높게 나타났다. 가구에 대한 요소가 3.5로 만족도가 가장 낮았으나 요소에 따른 만족도 차이는 전반적으로 평균 3점 이상인 보통의 만족도를 보여 크게 차이가 나타나지 않았다. 특히 사례H의 경우 실내공간에 대한 만족도가 가장 높은 사례로 나타나 조명이 주는 아늑한 분위기와 벽돌을 실내 마감재로 사용하여 옛스러운 한국 전통 식당에 대한 실내 공간 만족도가 높다는 것을 알 수 있었다. 반면에 가구의 경우 목재에 비해 플라스틱이나 스테인리스를 사용한 사례가 만족도가 낮게 나타나는 것을 알 수 있었다.

외부 요소는 평균 3.6으로 실내 공간 다음으로 만족도가 높은 부분이었으며, 그 중 입구가 3.7, 간판에 대한 만족도가 3.5로 나타났다. 특히 사례A,G,H는 입구에 대한 만족도가 4.0 이상으로 높게 나타났는데, 밤에 밝은 조명으로 공간의 인지가 높고, 입구에 메뉴판이 있는 사례였다(G,H). 영어가 함께 표시된 메뉴판을 설치한 사례는 1곳(G)이었으며, 그 외 대부분 사례가 외부에 메뉴판이 없거나 한국어 메뉴판만 설치되어 있었다. 사례C는 입구와 간판 모두 평균 이하로 가장 만족도가 낮았는데 메뉴판이 외부에 설치되지 않고, 조명이 어두워 밤에는 인지하기 어렵고 비교적 단조로운 외부 입구형태를 보였다.

서비스는 평균 만족도가 3.5로 나타나 보통의 만족도를 보였다. 그 중 신속함과 음식의 맛에 대한 만족도가 3.7로 가장 높았고, 친절함, 음식냄새가 3.6, 메뉴 다양성과 음식가격이 3.5 순으로 높게 나타났으며, 의사소통이 3.4로 가장 낮아 불편한 요소임을 알 있었다.

전반적인 요소는 평균 3.4로 가장 낮게 나타났다. 전반적 요소 중에서는 인테리어 스타일에 대한 만족도가 3.7로 가장 높았고, 위치와 접근성이 3.6, 조명 분위기가 3.5로 평균 이상이었다. 그러나 공간크기와 형태, 음악과 소음과 관련한 청각 요소가 전체평균 3.2로 가장 만족도가 낮은 요소로 나타났다. 불만족스러운 부분은 대부분 고객들은 공간이 협소한 사례일수록 만족도가 낮고, 비교적 공간의 규모가 크고 자리배치가 용이한 곳에 대해 선호하는 것을 알 수 있었으며, 공간에서 일어나는 소음에 대해 만족감이 낮아 비교적 조용한 분위기의 식사를 선호하는 것을 알 수 있었다.

VI. 결론

본 연구는 외국인 고객에 초점을 맞추어 외국인이 자주 방문

하는 한식 레스토랑의 공간분석과 함께 공간에 대한 만족도를 분석한 연구이며, 분석 결과를 종합하여 얻은 결론은 다음과 같다.

첫째, 일반적으로 외국인 고객들은 대중교통을 통해 비교적 쉽게 접근 할 수 있고, 내부 스타일이 독특하고 재미있는 요소들이 있는 공간에 대해 만족도가 높았다. 또한 레스토랑 분위기는 공간의 크기가 비교적 넓은 공간에서 크게 만족하는 것으로 나타났다. 이는 공간의 조명이나 청각적 요소보다는 공간의 크기나 형태가 분위기에 영향을 미치는 요소임을 알 수 있다.

둘째, 외국인 고객들은 서비스가 빠르고 음식의 질이 좋을 때 더 만족감을 느끼며, 친절하고 열린 마음을 가진 직원들을 마주하는 것에 대해 만족감이 높았다. 그러나 의사소통에 있어서는 만족도가 가장 낮게 나타나 이에 대한 불편함을 느끼는 것을 알 수 있었다. 따라서 레스토랑에서는 친절함과 신속함뿐만 아니라 그들의 의사소통에 불편을 주지 않을 정도의 서비스를 제공하는 것도 중요한 요소라고 판단된다.

셋째, 외국인 고객의 만족도에 가장 크게 영향을 미치는 부분은 실내공간과 관련된 요소로 평균 이상의 만족도를 보였다. 특히 가구의 배치에 대한 만족도가 가장 높아 테이블 간 간격을 통해 일정한 프라이버시를 유지하고, 식사 중간에 이동이 충분한 공간을 확보하는 것이 중요한 요소임을 알 수 있었다.

넷째, 외부와 입구에 있어서 외국인 고객들은 단순한 간판보다는 눈에 잘 띄고, 밝은 표시가 있는 간판과 입구에 메뉴를 두는 공간에 대해 만족도가 높았다. 따라서 그들의 호기심을 자극할 수 있는 독특한 인테리어와 밝고 눈에 잘 띄는 외부의 구성은 중요하다고 볼 수 있으며, 특히 메뉴판 구성의 경우 한글로만 제공하는 것 보다는 다양한 외국어를 함께 제공하여 외국인들도 쉽게 레스토랑 음식의 정보를 알 수 있게 하는 것이 중요하다.

실내 공간 및 건축 요소는 나라마다 문화의 차이로 인해 레스토랑의 공간에 대한 만족감이 다르게 나타날 수 있다. 따라서 그들이 외국을 방문하여 찾는 레스토랑의 경우 그 나라의 문화를 느낄 수 있거나 서비스가 좋고, 신체적으로 편안한 상태일 때 만족감이 높다고 볼 수 있다. 따라서 레스토랑을 선택 할 시 음식의 맛과 가격, 질도 중요하지만 신체적·심리적 만족도에 영향을 미치는 물리적 환경의 공간 요소와 한국의 문화를 경험할 수 있는 공간 요소 역시 중요하다. 이는 좋은 경험과 함께 다시 공간을 재방문 하게끔 하는데 영향을 미칠 수 있다. 본 연구는 외국인 고객을 대상으로 한식 레스토랑의 전반적인 만족도와 함께 공간을 분석하여 두 요소에 대해 비교·분석을 통해 외국인 고객의 레스토랑 이용에 있어 중요한 요소와 부족한 점에 대해 파악하였다. 점차 늘어나는 외국인 고객들을 맞이하는 한식 레스토랑 업계에서 향 후 외국인 고객을 고려한 보다 다양하고 바람직한 공간 계획이 될 수 있기를 기대한다.

참고문헌

- 이강희, 양재혁. (2004). 카페의 공간특성에 따른 이용행태 영향 요인에 관한 연구. **대한건축학회지**, 20(8), 13-22.
- 마균, 1인 가구 대응형 레스토랑으로의 재생을 위한 공간 사례 분석, **한국실내디자인학회지**, 20(1), 394-399.
- 문화체육관광부·한국관광공사 (2018). 2018년 외래 관광객 실태 조사.
- 김용립, (2012). 디자인의 원리에 의거한 레스토랑 프로젝트의 공간구성에 관한 기초연구. **한국실내디자인학회지**, 21(5), 122-134.
- 김윤아, 신경주 (2013). 한식레스토랑의 실내 공간 디자인 특성 분석, **한국실내디자인학회지**, 22(5), 42-50.
- 김윤아, 신경주 (2014). 서울·뉴욕 소재 한식레스토랑 이용고객 공간만족도 비교분석, **한국실내디자인학회지**, 23(4), 23-31.
- 이지현, 오혜경 (2007). 홍콩 소재 한국식 레스토랑과 태국식 레스토랑의 실내공간과 음식관련요소의 특성, **한국실내디자인학회지**, 16(6), 152-160.
- 원단단, 오혜경 (2016). 베이징지역 레스토랑 공간구성요소에 나타난 중국 전통성 표현 특성 연구, **한국실내디자인학회지**, 25(1), 163-171.

현대 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍 디자인 특성

Characteristic of Chinese Style in Contemporary Men's Jacket Design

김연, 이연희*

한양대학교 의류학과

Yeon Kim, Youn-hee Lee*

Department of Clothing & Textiles, Hanyang University¹,

Abstract

The purpose of this study is to better grasp men's wear's change processes and Chinese traditional men's wear in all ages from the end of the 20th century to the 21st century by understanding theoretical principle. On the basis of the trend of modern men's jacket, selecting and analyzing Chinese style features represented in men's Jacket and providing basic data for anticipating the popular trend of Chinese style men's wear. The research method is to by investigating Chinese history, culture, costume and related books and thesis. The material is collected from 4 men's wear brands after 2001 S/S collection. The results are as follow. In the features of Chinese style design reflected from overseas men's wear fashion press conference, H type which has begun to bloom since 2000 stand out most in the Jacket pattern. shoulders are performed using straight line, which is similar to past Chinese style design. Chinese style collar is the most common and produced by using modern style. Among other details such as right lapel, long sleeve and Cylinder sleeves, Chinese style can be expressed most. Position apparently appears less than that in the Chinese style including pipa patterns and three turtles patterns. The colors are relatively darker than Chinese colors, however, it comes out more colors such as blue series. The texture appeared in jacket is less than that of in Chinese men'swear, however, some parts contain food texture including bamboo trees, national flowers, baoxianglian, lotus flower and some animal textures such as dragon and tiger.

Key words : Chinese style, men's jacket

주제어 : 중국풍, 남성제킷

1. 서론

중국은 오랜 전통을 바탕으로 사회발전 과정과 생산 방식, 문화예술 등 방면에서 빠르게 성장하고 있으며 20여 년이라는 아주 짧은 시간 안에 경제 성장의 기초를 이루었다. 2011년 중국 총 생산(GDP)이 세계 2위, 무역 총액 세계 3위, 무역 흑자 세계 1위, 외환보유고 세계 1위, 최근 10년 평균 경제 성장률 세계 1위 등 세계 경제에서 중국의 영향력은 높다(中國新浪网, 2011). 특히 최근 발전하는 중국 경제의 성장에 의해 중국의 패션도

점차적으로 세계 곳곳에 널리 알려져 전파되고 있다.

중국 복식은 사회의식, 문화, 종교, 역사, 도덕정신 등이 종합적으로 반영되어 있다. 중국 전통복식 문화는 동방민족의 전통 문화에서 대표적이며 현대 물질문화가 고도로 발전한 오늘날 중국 전통 복식의 디자인 예술의 매력을 찾아 새롭고 창의적인 동방민족의 전통 복식 문화로 발전하고 있다. 중국 고대 전통복장과 개방 시기 이후의 복장은 현대 패션 디자인에 많이 응용되어 나타나고 있으며 중국풍 이미지와 형태, 색채, 문양 등이 중국 컬렉션 뿐 아니라 세계 컬렉션 무대에서도 자주 선보였다. 중국 디자이너 탄옌위(譚燕玉)는 “China Chic”이라고 불리울 정도로(Vivienne Tam, 2008) ‘중국 스타일’, ‘중국풍’은 서방에 중국의 인상을 남겨주었으며 인지도를 높여주었다

* Corresponding Author ; Younhee Lee

Tel : 82-2220-1195, E-mail : yiyhee@hanyang.ac.kr

중국 패션 산업은 큰 발전을 이루어 경쟁력이 있는 국제 패션 브랜드가 중국 시장에 들어오면서 대량의 자본이 문화와 융합되고 선진적인 디자인 관리방식과 과학 기술이 중국 패션산업의 국제화를 가속화 시켰다. 중국 패션산업의 국제시장 진출은 ‘중국풍’이 커다란 역할을 하였으며, 중국풍 복식은 최근 중국의 발전이 계속 강대해지면서 중국 문화와 상관된 모든 사물도 광범위한 사랑을 받고 있다. 해외에서 많은 디자이너들이 중국풍 이미지를 응용하여 새로운 스타일을 창조하고 있다.

본 연구에서는 중국 전통 남성복과 20세기 중국 남성복 패션의 변화과정과에 대하여 살펴보고, 이론적 배경을 바탕으로 현대 남성복을 컬렉션의 자료를 선정, 분석하여 현대 남성 재킷에 나타난 중국풍 디자인의 특성 및 중국풍 남성복의 패션 동향을 예측할 수 있는 기초 자료를 제공하는데 그 목적이 있다. 또한 중국풍 남성복의 변화와 흐름을 파악하는데 큰 도움이 될 것으로 기대한다.

연구를 위한 방법으로는 중국의 역사, 문화, 복식 등과 관련된 자료들을 전문서적이나 선행연구를 통하여 이론적 고찰을 하였다. 선행연구를 통해 여성복에 중국풍이 많이 나타난 디자이너 브랜드 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana), 조르지오 아르마니(Giorgio Armani), 요지 야마모토(Yohji Yamamoto), 루이비통(Louis Vuitton) 4개의 브랜드를 선정, 남성 재킷에 나타난 중국풍 디자인 자료를 수집하였다. 자료는 패션정보 사이트인 퍼스트뷰 코리아(www.firstviewkorea.com)에서 2001년 이후 컬렉션자료를 수집하였다. 또한 중국 남성복 분석 자료는 중국 패션정보 사이트 요카, 아크미 패션에서 자료수집이 가능한 시기인 2005년 이후 중국에서 남성복에 중국풍 디자인을 가장 많이 선보인 디자이너를 선정하여 조사하였다.

II. 이론적 배경

1. 중국풍의 개념

중국풍은 중국취미라는 의미의 ‘시누아즈리’(Chinoiserie)라는 용어로 많이 사용 되는데, 프랑스어로 중국을 뜻하는 ‘시노이즈’(Chinois)에서 유래된 것으로 본래 유럽과 동아시아간의 교역을 통해 중국풍이나 유사 중국(Pseudo-Chinese)의 디자인 모티프가 17세기 후반부터 19세기 초까지 유럽의 예술양식에 나타난 것을 칭하며, 로코코 미술 양식에서 장식용 모티브로 중국풍 인물이나 정경을 도입하는 형식이 유행함에 따라 중국 문물에서 발상이나 표현을 빌려온 문체, 예술의 경향, 또는 중국풍을 바탕으로 한 작품을 뜻한다(이춘희, 신상옥, 2000).

중국풍, 중국 스타일(Chinese Style)은 넓은 의미로 중국의 문화를 바탕으로 두고, 중국 요소를 표현 방식으로 하는, 독특

한 매력과 성격을 가진 세계 예술의 추세에 적합한 예술 형식이다. 중국에서는 이 예술 형식을 광고, 영화, 음악, 복식, 건축 등 문화나 예술 분야에서 사용한다(呂逸華, 2005). 오래전부터 전 세계적으로 ‘중국풍’유행의 바람이 불기 시작하였고, 중국도 전 세계가 주목할 만한 일련의 성과를 거두어 중국을 상징하는 붉은색(中國紅), 중국 전통 도자기에 많이 사용된 청색인 차이나 블루(中國藍), 중국 전통 의상에 등장하는 매듭단추(中國結) 등이 세계적으로 유행하기 시작하였다(陳新穎, 中國風, 2003).

중국풍은 중국복식에서 우리가 생각하는 치파오, 대금, 자수, 붉은색 등 의 전 요소에서 나타난다. 중국풍은 사람들이 보기에 ‘중국’이라는 나라가 떠오를 수 있도록 첫눈에 보이는 것이 중국 문화 요소에서 오는 것이다. 시대가 발전하고 변화함에 따라 중국적 요소가 많이 늘어나고 있으며 중국풍 디자인의 발전과 함께 사람들은 이러한 중국풍의 물건이나 의복을 좋아한다. 중국풍은 많은 전통 복식문화에서의 요소가 보인다.

2. 중국 전통 남성 복식의 특성

중국의 전통 남성복은 민족 문화의 연속으로 발전하여 구체적인 인민의 생활방식과 생활 형편에 반영된다(丰蕾, 2009). 중국 위진 남북조(魏晉南北朝), 수(隋), 당(唐), 송(宋), 요(遼), 금(金), 원(元), 명(明), 청(淸)대를 거처온 중국 전통 남성복의 양식을 살펴보면 대금(對襟), 사금(斜襟), 일자령(一字領), 옆 트임(開叉), 등룡(燈籠)소매, 상하의 양식의 포 삼(袍衫) 등이 나타난다. 옷깃은 사교령(四交領), 대개령(大蓋領), 입령(立領) 등이 있다. 명(明)대에는 중화사상이 절정에 달해 전통적인 한족 문화와 복식이 나타났다. 청(淸)대는 중국 소수민족이 건립한 몇몇의 시기중의 하나이자 중국에서의 마지막 봉건시대이고 또한 만족으로 건립한 조대이다. 만주족과 한족이 300여년간 함께 하면서 자연적으로 영향을 주고받게 되어 한족의 복식 형태와 만주족의 복식 형태가 혼합되어 이루어진 것이다<그림 1>(이정옥 외, 2000).

청대의 복식은 근 현대 중국의 복식형식에 큰 영향을 주었고 청조 말년에는 중국 봉건사회의 정치, 경제가 낙후해지면서 자본주의 문명이 상승하였다. 서양의 물품이 중국으로 들어오기 시작했고 중국 전통의 민족복식은 유럽 현대 문명의 영향을 받아 중국의 전통복장은 새로운 서구적인 문화를 받아들여졌다. 현재 중국에서 가장 인기있는 고대 복식은 당대와 청대의 복식으로, 대표적으로 당장(唐裝)<그림 2>과 장포말괘(長袍馬褂)가 있다(양기매, 2007).

중국의 전통 색채는 음양오행(陰陽五行)의 영향을 받아 청, 홍, 흑, 백, 황 등 오색 등을 자주 쓴다. 오색설(五色說)은 오원소(五元素) 그 자체를 상징 하는 동시에 더 나아가 눈에 보이지 않는 시간, 공간을 구체화해서 정치 사회와 인간 생활 전반에 규범이 되도록 한 색채의 관습이다. 청(靑), 적(赤), 황(黃), 백(白),



<그림 1> 청대 황제 길복
출처: <http://tieba.baidu.com>



<그림 2> 당쟁(唐裝)
출처: 中國對襟鈕扣服飾源探析

흑(黑)의 오방정색(五方正色)이라 하며, 정색(正色)과 정색과의 혼합으로 생기는 다섯가지 간색(間色)을 오간색(五間色)이라 한다(왕가혜, 2008).

중국의 전통 문양은 시대의 발전에 의해 물질조건과 생활방식의 변화와 함께 문양의 표현 방식도 풍부하고 다양해졌다. 동물문은 용(龍), 봉황(鳳凰), 거북이(烏龜), 기린(麟)의 사령(四零)을 들 수 있다. 용은 사령 중 제일로 간주되었을 뿐 만 아니라 모든 동물 중에서도 제일로 간주되었으며, 호랑이는 무인의 용맹을 상징한다(野崎誠近, 1992). 봉황은 실재하지 않은 상상의 새로(황호근, 1994) 수려하고 아름답고 우아하여 민간인들이 아주 좋아했다. 거북(烏龜)도 중국에서 사령의 하나로 아주 중요한 길상적인 것으로 간주하다.(서향숙, 2001). 물고기(魚)는 부유함이나 풍요의 상징으로서 사용되며 잉어는 용이 승천하기 전에 잉어가 된다는 설화에서 합격을 의미하기도 한다(홍나영, 2004). 식물문은 많은 특징들이 있어 민간인들이 길상(吉祥)의 뜻을 심어주었다. 고대인들은 창작 사고능력을 더욱 발휘를 하여 '보상화'(寶相花)를 창조하였고 보상화는 자연적이고 부귀하고 길상 식물이다. 전통 식물문은 매화를 비롯하여 대나무, 국화, 연화, 모란 등이 있다. 화훼(花卉)는 중국 송나라 때부터 유행이 시작되었다. 매화 그림은 11세기 말 중국의 선승증인 묵 매화가 그 창시라고 한다(서향숙, 2001).

팔괘태극문(八卦太極紋)은 고대에서 길상문으로 쓰여졌다. '만'자문(万字紋)은 고대의 부주, 호부는 종교의 의미를 상징하고 사람들은 태양과 불의 길상문이라고 한다. 회자문(囍字紋)은 즐거움을 나타내는 회자가 두개 나타나있는 것을 쌍희(雙喜)문이라 한다. 중국에서 남, 녀가 혼인(婚姻)을 맺을 때 쓰는 문양이다. 수자문(壽字紋)은 뜻 그대로 장수(長壽)를 기원하는 길상문자에 포함되는 문자이다. 복자문(福字紋)은 다복(多福)의 기원을 상징한다. 12문장(十二文章)은 12가지 문양으로 조합되었고 중국 고대 황제가 큰 행사에서 하는 장식문양이다(野崎誠近, 1992).

3. 20세기 이후 중국 남성 복식의 변화

중국 남성복은 정치, 경제, 사회, 문화교류, 민속전통 등 외부의 영향을 많이 받았다. 정치변혁, 경제발전은 새로운 사회의 혁신으로 변하고 있고 문화교류는 복식의 변천에 직접적으로 영향을 준다(蔡磊, 2004). 1949년부터 2000년까지, 중국은 3개의 각기 다른 역사시기, 즉, 중화인민공화국 건립 10년, 문화혁명시기, 개혁개방시기를 맞이했다.

1949년 이후 중국의 복식은 중서병합으로 복식에서 많은 전환점이 되었다. 1950년대 초는 중국이 '개국시기'로 경제복귀, 정치청명, 질서안정, 인민단결, 사회와 도덕수준 등이 높아지는 시기였다(蔡磊, 2004). 중국인의 복식이 이런 환경에서 점차적으로 변화가 생겼다. 1953년부터 1956년까지 중국은 농업, 수공업, 자본주의 공업의 사회주의 개조의 기본이 완성이 되어있었고 1956년대부터 1957년대까지는 중국의 남성복은 중산복, 공작복 등의 복식으로 다양한 여러 스타일로 큰 변화를 주었으며 당시의 유행을 이끌었다.

중산복은 손중산(孫中山)이 착용한 복장으로 알려져 있으며, 서양복과 일본 복장의 기본 양식으로 재설계된 디자인으로, 중국 건립 이후 남성의 일상복이 되었으며 '인민복'이라고도 한다. 신중국 이 성립할 때 모택동, 주은래 등 중앙의 지도자들이 중산복을 입고 천안문 광장에서 신중국 복식을 새롭게 선보였다. 중산복은 H형 실루엣으로 넓고 크며 앞판은 네개의 주머니가 있는데 강력한 법 국지사위(國之四維)라는 의미를 가지고 있다. 앞길의 다섯 단추는 서방의 삼권 분력의 오권 분력을 의미하고 소매 부리의 세개의 단추는 삼민주의(三民主義), 즉 민족, 민권, 민생 등을 의미한다. 소재는 대부분 면이 위주였고 고가격 중산복은 모직물의 소재로 사용했다.(蔡磊, 2004).

1966년부터 1976년까지의 중국은 문화대혁명 10년의 특수시기를 맞이했다. 국가의 정치, 경제 질서가 엄중하게 파괴되었고, 사회생활과 사람들의 사상관념에도 큰 영향을 주었다. 이 시대의 대표적인 복장은 군복으로 그 스타일은 중국의 역사상에서 큰 영향을 주었고 현대 패션 디자인에서도 군복의양식이 자주 선보였다. 군인 자녀들은 군복을 입었고, 녹색 군복에 갈색 허리띠를 하고




유행을 이끌었다. 전국의 중학교와 대학은 ‘홍위병’을 조직하였고, 소학교는 ‘홍소병’을 조직하였다. 홍위병복은 하나의 신분, 지위, 혁명진보의 표현으로 초록색의 군복에 허리에 갈색(棕色)의 무장대를 하고, 옷의 앞판에는 각종 재질로 만들어진 모택동 마크들이 달려있었고 심지어 모자에도 마크들을 많이 하고 있었다. 초록색의 천으로 된 가방과 신발을 착용하고, 소매에도 홍장(紅章)이 달려 있는 것이 특징이었다. 1966년대에는 홍위병 운동시기여서 ‘홍위병복’을 많이 착용하였고 1960년대 말부터는 녹색 군변복이 사회복식의 주류였다. 군변복은 군대의 복장으로 전투, 훈련, 위엄 등을 보전하기 위하여 군인은 반드시 통일 군변복을 입어야 했다(李想, 2005). 녹색 군변복은 정의감과 권위를 상징하였고 기존의 소박함, 절약을 기본으로 강렬한 형태화, 혁명화, 군일화의 색채의 의식을 포함시켰다. 중국이 개혁개방을 맞이하면서 점차적으로 군변복은 사라졌다.

1978년부터 중국은 현대화, 국제화로 진입하는 시기였다. 농업, 현대공업, 현대국방과 현대 과학기술의 민주와 문명의 사회주의 강국인 중국으로써 계급투쟁이 더 이상 국가의 주요 모순이 아니고, 당시의 국가 공작의 중점은 경제 건설이었다. 또한 농촌 개혁의 성공과 더불어 도시의 개혁 진행은 경제와 경영의 발전을 통해 기업경제, 도시 혁명은 큰 성과를 이루었다(秦方, 2004). 1980년대에서부터는 중국이 새로운 발전시기를 맞이하게 되면서 사회경제 조건이 개선이 되었고 인민의 사상관념도 큰 변화를

이루었다. 1990년대에 이르러 중국의 신속한 경제발전으로 인해 사람들이 복식에서의 소비심리도 큰 변화를 이루었고, 잡지, 신문, 영화, 라디오, TV, 인터넷 등 매체의 발전이 중국복식의 발전에 큰 영향을 주었다. 1990년대 후반, 인민의 생활 방식은 아주 큰 변화가 있었고 과학화, 건강화, 유행과 브랜드의 소비심리가 강화되고 복식의 유행주기가 점점 짧아졌다. 중국 소비자들은 형태와 스타일, 브랜드 등을 중시하면서 중국 소비자의 구매 심리도 변해갔다(徐志麗, 2006).

개혁 개방 이후 중국의 복식이 큰 변화가 있었다. 헤어스타일, 화장품 액세서리, 신발, 가방, 시계, 선글라스 등들로 어떤 장소에서 어떤 스타일과장식을 통해 알맞게 연출하기 시작했다. 또한 중국과 외국의 교류의 발전으로 시작해 복식에서도 다양화되었고 점차적으로 중국의 복식 스타일도 세계에 전파되었다. 60년대에 미국에서 유행되었었던 진바지는 80년대 초에 중국에서 유행 되었으며 현재까지 진바지의 소재와 색채, 스타일은 점점 다양화되었으며 매년 유행 스타일과 색상이 모두 그 시대의 영향을 받았다. 1980년대에는 중국이 개혁개방이 되면서 중국복식문화도 점차 세계로 진출하였다. 특히 중국 고대 전통의 복식 요소는 또 다시 현대의 패션에서 응용되고 있어 새로운 트렌드를 이끌고 있다. 이런 응용이 과거의 전통 복식 요소를 그대로 응용하는 것이 아니라 현대와 매치시켜 전통요소가 들어간 새로운 패션으로 재탄생시켰다(楊啓梅, 2007). 이러한 내용을 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 중국 남성복의 변천

시 대	형태 특징	사진 사례
중국의 개국시기 (1949-1965)	<ul style="list-style-type: none"> 중산복: 앞판은 네개의 주머니가있고 앞길에 다섯단추가 있음. 소매 부리에 세개의 단추가 있고 소재는 대부분 면이다. 색상은 주로 남색, 회색, 검은 색, 황토색. 공복: 공인의 평상복. 정결, 깨끗함이 특징 (60년대 초에는 회색, 남색 유행). 	
중국의 문화대혁명시기 (1966-1976)	<ul style="list-style-type: none"> 군변복: 상의는 네개의 주머니가 있고 옷깃이 접혀 있으며 바지는 서양식으로 되었으며 동으로 된 단추와 령장은 없음. 초록색과 파랑색 이고 소재는 면임. 홍위병복: 초록색의 군복에 허리에 갈색의 띠를 하고 령구(領口)와 양면(領面)에 홍기식(紅旗式)의 령장(領章)이 있고 동(銅)으로 된 단추가 있음. 	
중국의 개혁, 개방 및 경제, 문화 발전시기 (1978-2000)	<ul style="list-style-type: none"> 해군산: 중국 해병들의 군복 매화 브랜드 운동복: 중국 운동선수들이 처음으로 입은 운동복, 앞판에 중국(中國)이라는 글자가 적힘. 나팔바지: 허리가 가늘고 바지 가랑이가 무릎 아래서부터 점차 넓어져 나팔의 형태를 지님. 	

III. 현대 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍디자인

본 연구에서는 중국풍 남성복 패션디자인 특성 분석의 해외 남성복 디자이너 선정 기준을 위하여 선행연구를 토대로 디자이너를 선정하고자 하였다. 현대 여성복 컬렉션에 중국풍 디자인이 많이 나타난 브랜드인 밀라노 컬렉션의 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana), 조르지오 아르마니(Gio gior Armani), 파리 컬렉션에서는 요지 야마모토(Yohji Yamamoto)와 루이비통(Louis Vuitton)으로 선정하였다. 중국풍 남성복 브랜드 선정은 '중국 국제 패션 위크'를 중심으로 컬렉션에 나타난 중국 남성복 브랜드 중에서 가장 중국풍이 많이 발표하는 브랜드로 Fengfei.Z와 Lilanz을 선정하였다. 2001년 S/S 컬렉션 이후 중국풍 남성 재킷은 조르지오 아르마니 97개, 요지 야마모토 45개, 루이비통 남성 재킷은 39개, 돌체 앤 가바나의 중국풍 남성 재킷은 33개의 사진 자료가 수집되었다.

남성복 재킷 분석을 위하여 실루엣, 디테일, 색채, 문양 등으로 디자인 특성을 분석하였으며 형태의 실루엣은 X형, Y형, H형으로, 디테일은 칼라, 여밈, 소매, 매듭단추 등은 시각적으로 분석하였고 색채는 재킷에 분류된 사진들을 Photoshop(포토샵) 프로그램으로 칼라칩을 만들어 색상 분할을 R, Y, G, B, P의 5가지의 주요 색상에 YR, GY, BG, PB, RP까지의 5가지 중간색을 추가하여 10색상의 유채색으로, 무채색은 Dark Gray, Black, Gray, White, Light Gray로 분류하였다. 문양은 고대 전통 복식의 문양들을 시각적으로 식물문, 동물문, 기하문, 기타 등으로 나누어 분석하였다.

1. 밀라노 파리 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍 디자인의 특성

현대 남성복컬렉션에 나타난 중국풍 디자인의 전반적 특성으로 실루엣을 살펴보면 다음과 같다. 조르지오 아르마니 재킷의 실루엣은 H형이 가장 많이 나타났고 2007년도부터 점차 늘어나기 시작하였던 걸로 보아 편안한 넓은 실루엣을 선호 한다는 것을 알 수 있었다(그림 3). 요지 야마모토의 실루엣은 슬림한 H형이 가장 많았고 X형과 Y형은 거의 나타나지 않았다. 특히 H형 재킷은 2000년대 초반부터 지속적으로 지금까지 H형 형태의 재킷을 보여주고 있다(그림 4). 루이비통 남성 재킷의 실루엣 역시 H형이 가장 많이 보였으며, X형과 Y형은 희미하게 나타났다(그림 5). 돌체 앤 가바나의 남성 재킷의 실루엣은 다른 브랜드와 달리 X형이 가장 많이 보였는데, 특히 2008년 이후로부터 X형의 재킷이 점차 더 많이 늘어나 점차적으로 라인이 들어간 X형의 실루엣을 더 많이 선보였다는 것으로 나타났다(그림 6). 또한 남성적인 이미지보다는 여성적인 이미지의 특성을 더 많이 나타났고 재킷의 실루엣은 인체의 곡선을 강조하였다. H형과 Y형은 희미하게 나

타났다.

디테일을 살펴보면, 조르지오 아르마니 재킷의 디테일은 모두 차이나풍인 스탠드칼라가 가장 많았으며, 2005년 이전보다 후반에 더 많이 나타났다. 재킷의 여밈에서는 남성복의 우임으로 디자인 되었고 중국풍의 문양은 거의 보이지 않았다. 매듭단추는 일자형이 가장 많이 나타났다. 요지 야마모토 재킷의 디테일 역시 차이나즈 칼라인 스탠드칼라가 가장 많이 나타났으며, 2005년 이전보다 후반에 더 많이 나타났으며 이러한 현상은 중국 북경 올림픽의 개최 결정 영향으로 보여진다. 재킷의 여밈 역시 우임이 제일 많이 보였고 중국풍의 문양은 거의 보이지 않았다. 루이비통 재킷의 디테일도 차이나즈 칼라인 스탠드칼라가 가장 많았으며 2000년대 초반부터 후반까지 지속적으로 나타나 루이비통은 중국풍 디자인을 자주 활용하고 있음을 알 수 있었다. 재킷의 여밈도 역시 우임이었다. 돌체 앤 가바나의 남성 재킷의 디테일은 스탠드칼라가 가장 많이 나타났고, 칼라리스 칼라는 전혀 나타나지 않았다. 차이나풍인 스탠드칼라가 2005년 이전보다 후반에 더 많이 나타났다. 재킷의 여밈은 역시 우임이었고 대금은 적게 나타났다. 매듭단추는 중국풍의 비파(琵琶) 문양이 가장 많았고 삼귀(三耳) 문양의 단추는 적게 나타났다. 특히 매듭단추는 2009년 F/W와 2010년 S/S 컬렉션에서 많이 표현되었다.

색상의 특성으로는 조르지오 아르마니는 그레이 색상이 가장 많이 나타나 무채색 계열의 색상을 선호 한다는 것으로 나타났다. 요지 야마모토의 재킷에 나타난 색상은 유채색의 레드와 무채색의 블랙이 가장 많았고 문양도 나타나지 않았다. 루이비통의 색채는 유채색의 블루와 무채색의 블랙이 가장 많았다. 남성 재킷에 나타난 문양과 매듭단추는 거의 나타나지 않았다. 돌체 앤 가바나의 색채는 무채색 계열의 블랙과 유채색 계열의 블루가 가장 많이 나타나 전반적으로 어두운 톤으로 연출되었다.

돌체 앤 가바나 재킷에 나타난 문양은 식물문이 많았고 그 중 대나무, 국화, 보상련, 연꽃 등의 문양들이 나타났다.

2. 중국 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍 디자인의 특성

중국 남성복 컬렉션엔 나타난 중국풍 남성복 디자인 특성을 정리하면 다음과 같다. Fengfei.Z는 중국풍 스타일을 가장 많이 선보인 남성복 브랜드로 나타났다. 탕쥘이나 중산복 스타일을 현대풍으로 매치를 하였고 매듭단추를 액세서리로 컬렉션에서 자주 선보였다. 특히 2008년 중국 북경 올림픽을 맞이하면서 중국풍 컬렉션을 더 많이 선보였다. Fengfei.Z 재킷의 실루엣은 H형이 가장 많았고 Y형이 H형의 1/2정도 적게 나타났으며 X형이 가장 적게 나타났다. 특히 H형 재킷은 2007년과 2008년도에 가장 많이 나타났다(그림 7).



2008 F/W



2003 S/S



2009 S/S



2003 S/S

<그림 3> 조르지오 아르마니의 중국풍 남성 재킷



2005 F/W



2008 S/S



2004 S/S



2006 S/S

<그림 4> 요지 야마모토의 중국풍 남성 재킷



2001 F/W



2007 S/S



2007 F/W



2009 F/W

<그림 5> 루이비통의 중국풍 재킷



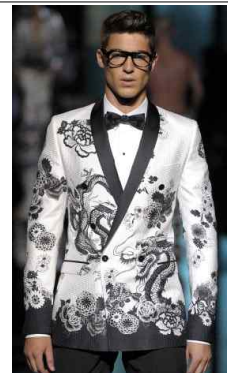
2009 F/W



2009 F/W



2009 S/S



2009 S/S

<그림 6> 돌체앤가바나의 중국풍 재킷

Lilanz는 1987년에 중국에서 론칭하여 ‘비즈니스 캐주얼’이라는 남성복 컨셉으로 20여년을 탐색하고 디자인하며 상품개발, 생산, 기획을 종합적으로 하는 중국의 유명한 남성복의 브랜드이다. Lilanz의 재킷의 실루엣은 H형이 가장 많았고 X형은 H형의 1/2 정도로 나타났으며 Y형은 별로 나타나지 않았다(그림 8).

디테일 특성으로 Fengfei.Z 컬렉션에 나타난 재킷의 칼라 디테일은 예상대로 차이나풍인 스탠드칼라가 가장 많이 나타났고 칼라리스 칼라는 거의 나타나지 않았다. 차이나풍인 스탠드 칼라가 2007년 F/W와 2008년 F/W에서 가장 많이 나타났다. 재킷의 여밈에서는 우임이 가장 많이 나타났고 그 다음으로는 대금도 해외에 비해 많이 나타났다. 소매는 긴소매가 가장 많았으며 루즈 슬리브도 역시 해외와 같이 가장 많이 나타났다. 매듭단추는 거의 중국풍의 일자형이 중국풍 사진의 1/3 정도의 비율을 차지했다. Lilanz 컬렉션에 나타난 재킷의 디테일을 살펴보면, 칼라는 차이나풍의 스탠드 칼라가 가장 많이 나타났고 그 다음으로 솔칼라가 스탠드 칼라의 1/2정도로 나타났다. 스탠드 칼라는 2005년 S/S 시즌부터 2010년 초반까지 지속적으로 나타났다가 2012년 F/W 시즌에서 다시 나타나기 시작했다. 재킷의 여밈에는 우임이 가장

많이 나타났다. 소매는 긴소매가 가장 많았으며 유일하게 Lilanz의 브랜드만 타이트 슬리브가 루즈 슬리브 보다 조금 더 많이 나타났다. 특히 2007년부터 현재까지 지속적으로 타이트 슬리브를 응용하는 것으로 보아 기존의 통수 소매에서 점차적으로 착수 소매를 더 선호한다는 것으로 보인다. 매듭단추는 거의 나타나지 않았다.

Fengfei.Z 컬렉션에 나타난 색채는 유채색인 중국풍 레드 계열과 블랙이 가장 많이 나타났다. Lilanz의 색채는 유채색의 빨강과 주황, 청록과 남색이 가장 많이 나타났고 무채색의 블랙도 많이 나타났다.

중국 남성복 컬렉션에 나타난 재킷의 문양은 기하문이 가장 많이 나타났고 식물문은 기하문의 1/2정도로 나타나 디자인하는 기하문의 한자문 같은 문자를 더 선호 한다는 것으로 알 수 있었다. 재킷에 나타난 문양은 적게 나타났지만 2007년과 2008년에 기하문과 동물문의 용과 같은 문양을 선보여 새로운 느낌을 주었다. 매듭단추는 거의 나타나지 않았다. 파리 밀라노 패션컬렉션과 중국 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍 디자인 특성을 정리하면 다음 <표 2>와 같다.



2010 S/S



2012 S/S



2009 S/S



2010 S/S

<그림 7> Fengfei.Z 컬렉션에 나타난 중국풍 재킷



2011 F/W



2012 F/W



2008 F/W



<그림 8> Lilanz의 컬렉션에 나타난 중국풍 재킷

<표 2> 유럽과 중국 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍 디자인 특성

특성	밀라노 파리 컬렉션	중국 컬렉션
실루엣	 <ul style="list-style-type: none"> - H형 실루엣이 가장 많음. - 전반적으로 슬림 	 <ul style="list-style-type: none"> - H형 실루엣이 가장 많음. - 편안하고 길이가 긴 실루엣임
디테일	 <ul style="list-style-type: none"> - 차이나풍 칼라(입령)이 가장 많음. (대부분 우임, 장수, 통수). 	 <ul style="list-style-type: none"> -차이나풍 칼라, 우임, 대금, 장수, 통수 등 - 매듭단추는 일자반뉴가 가장 많음
색 채	 <ul style="list-style-type: none"> - 전반적으로 어두운 톤 무채색(Gray,Black), 유채색(Blue, Red) 	 <ul style="list-style-type: none"> - 유채색계열 (Red, Green, Purple, Yellow)등
문 양	 <ul style="list-style-type: none"> - 식물문: 대나무, 국화, 보상련, 연꽃 - 동물문: 용, 호. 	 <ul style="list-style-type: none"> - 기하문, 동물문 등

IV. 요약 및 결론

본 연구는 해외 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍 디자인의 특성과 중국 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍 디자인의 특성 및 비교 분석을 통하여 남성복 디자인의 다양한 방향성을 제시하고, 향후 외국 기업들이 중국 남성복의 의류시장에 진출을 위한 참고자료를 제시해 보는데 그 목적이 있다.

연구를 위한 방법으로 중국풍의 개념을 제시하고 중국 전통 남성복에 대한 이론적 고찰을 통해 중국 전통 남성복의 디자인 특성과 20세기 중국 남성복 복식의 각 시대별 변천을 바탕으로 현대에 근접시켜 조사하였다. 해외 남성복 선정 기준은 선행연구를 통해 여성복에 중국풍이 많이 나타난 브랜드로 밀라노 컬렉션에서 돌체앤 가바나(Dolce & Gabbana), 조르지오 아르마니(Giorgio Armani)와 파리컬렉션에서 요지 야마모토(Yohji Yamamoto), 루이비통(Louis Vuitton) 등 4개의 브랜드를 선정하였다. 중국 남성복의 대표 브랜드는 중국 남성복 기준은 남성복 컬렉션에서 중국풍을 많이 응용하는 브랜드로 Fengfei.Z와 Lilanz 등 2개의 브랜드로 선정하여 분석하였다. 수집된 사진자료의 디자인 특성을 실루엣, 디테일, 색채, 문양을 기준으로 분석하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 해외 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍 디자인의 특성을 보면, 재킷의 실루엣은 박스형의 스타일인 H형 실루엣이 가장 많이 나타났다. H형의 실루엣은 2000년대 초반부터 지속적으로 많아졌음을 볼 수 있다. 과거의 중국풍 남성복의 형태에서처럼 어깨를 더 강조하고 직선적으로 표현되었다는 것을 알 수 있었다. 재킷의 디테일은 중국풍인 차이나이즈 칼라 입령이 가장 많이 나타났으며 현대의 디자인으로 세련되게 디자인이 되었다는 것을 알 수 있었고 특히 2005년도 이후에 더 많이 나타났다. 또한 여밈에서는 우임이 가장 많이 나타났고 소매는 장수와 통수가 가장 많이 나타났다. 매듭단추는 중국에 비하면 적게 나타났지만 일부에서는 비파문양, 삼귀 등의 매듭단추를 볼 수 있었다. 색채는 유채색의 남색계열이 가장 많이 나타나 전반적으로 중국의 남성복에 나타난 색채와 비슷한 경향을 지니지만 전반적으로 어두운 톤들이 많이 나타났다. 재킷에 나타난 문양은 중국보다 적은 편이나 일부에서는 식물문의 대나무, 국화, 보상련, 연화와 동물문의 용, 호 등을 볼 수 있었다.

둘째, 중국 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍 디자인의 특성을 보면, 재킷의 실루엣은 해외와 마찬가지로 H형의 실루엣이 가장 많이 나타났다. 중국 전통 남성복의 형태와 길이가 긴 형태의 실루엣을 많이 볼 수 있었다. 재킷의 디테일은 예상되었던 바와 같이 중국풍의 차이나이즈 칼라 입령이 가장 많이 나타났으며 과거의 딱딱한 형태로부터 현대에서는 세련되면서도 심플하게 디자인을 재해석하였다는 것을 알 수 있었다. 여밈에서는 우임이 가장 많

이 나타났지만 대금도 적지 않은 수치로 나타났다. 우임과 대금은 중국 전통 남성복의 탕창에 나타난 것과 비슷한 스타일로 현대에서 디자인을 선보였다. 소매는 장수와 통수가 가장 많이 나타났고 브랜드 Lilanz에서는 착수도 많이 나타났다. 매듭단추는 일자 반뉴가 가장 많이 나타났고 심플한 형태의 디자인을 많이 선보였다는 것으로 알 수 있었다. 색채는 유채색의 보라색과 빨강의 순서로 많이 나타났으며 중국 전통의 대표적인 오방색에 근접하여 나타났다. 재킷에 나타난 문양은 예상했던 것보다 현대에서는 많이 나타나지 않았지만 일부에서는 식물문, 기하문, 동물문의 용 등이 가장 많이 나타났다.

셋째, 해외와 중국의 남성복 컬렉션에 나타난 중국풍 디자인에 대한 비교 분석한 결과를 보면, 재킷의 실루엣은 모두 H형 실루엣이 가장 많이 나타났지만 해외 남성복 재킷의 실루엣이 중국 남성복 재킷의 실루엣보다 전체적으로 슬림하다는 것으로 볼 수 있었다. 재킷의 디테일은 모두 중국풍인 차이나이즈 칼라 입령이 가장 많이 나타난 것으로 보아 중국의 중산복의 디테일의 이용이 빈번하다는 것으로 알 수 있었다. 또한 입령은 가장 중국풍을 쉽게 알릴 수 있는 부분적인 요소인 것으로 알 수 있었다. 해외 남성복에 나타난 디테일의 여밈은 우임이 가장 많았지만 중국 남성복에 나타난 여밈은 우임과 대금 모두 볼 수 있었다. 소매는 모두 장수와 통수가 가장 많이 나타났지만 중국 브랜드 Lilanz에서는 착수 형태의 스타일도 많이 볼 수 있었다. 해외의 남성복 재킷에 나타난 매듭단추는 비파문양, 삼귀 등 다양한 패턴을 볼 수 있었는데 오히려 중국의 남성복 재킷에 나타난 매듭단추는 일자 반뉴가 가장 많이 나타나 해외 남성복 재킷에 나타난 매듭단추보다 심플하다는 것으로 볼 수 있었다. 색채는 해외와 중국 모두 유채색이 가장 많이 나타났으며 해외는 남색 계열을 많이 사용하였고 중국은 오방색에 가까운 보라나 빨강이 가장 많이 나타났다. 재킷에 나타난 문양은 해외와 중국에서 모두 적게 나타난 편이지만 해외 남성복 재킷의 문양은 식물문과 동물문이 일부로 나타났지만 중국 남성복 재킷의 문양은 식물문과 동물문, 기하문도 나타났다. 특히 동물문의 용은 해외와 중국에서 모두 볼 수 있었다. 용은 중국 전통 문양의 상징으로 해외나 중국에서도 많이 응용하고 있음을 알 수 있었다.

해외와 중국의 남성 재킷 디자인 변화를 통해 살펴보면 해외는 특히 2008년 이후부터 중국풍이 많이 나타났고 중국은 2005년 초부터 지속적으로 나타났다. 중국은 2008년 북경 올림픽 이후 과감한 디자인 시도를 통해 새로운 중국풍 이미지를 여러 컬렉션을 통하여 세계에 선보였다. 과거에서는 중국풍 디자인이 현대에서보다 절제되게 표현되었으나 현대에서는 점차 더 과감하고 새로운 스타일로 매치하였으며 패턴이나 다양한 소재, 컬러 등으로 통해 새로운 차이나이즈 룩으로 발전될 것이라고 생각된다.

본 연구를 통해 남성복의 중국풍 디자인 개발은 여성복에 비해 저조함을 알 수 있었다. 최근의 남성복 디자인은 매우 다양하게

개발되고 있으며 본 연구가 중국 패션 시장 진출이나 중국풍 패션을 개발하는데 필요한 자료가 되리라 생각되며, 또한 중국풍 남성복의 연구가 더 많아져 중국풍 디자인 요소의 응용 및 개발을 위한 활발한 연구를 기대한다.

참고문헌

- 노미경 (2002), 서울과 밀라노의 스트리트 패션 비교 연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 박문희, 고순영 (2010), 가브리엘 샤넬과 요지 야마모토의 무채색 복식에 나타난 디자인 특성과 패션 이미지 연구, **복식문화연구**, 18(5), pp.789-808
- 서원자 (2010), 중국 현대 여성 패션에 나타난 중국풍 디자인 연구, 인천대학교 대학원 석사학위논문.
- 서향숙 (2001), 현대 패션에 나타난 오리엔탈리즘에 관한 연구” 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 왕가혜 (2008), 중국 전통 복식 문화가 동아시아 현대 패션 트렌드에 미치는 영향, 중앙대학교 대학원 석사학위논문
- 왕애령 (2007), 현대 중국풍 패션에서 나타난 조형적 특성에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이춘희, 신상욱. (2000), 현대복식에 반영된 오리엔탈리즘의 기호학적 분석. **복식**. 50(4), pp.133-141
- 이정옥, 남후선, 권미정, 진현선 (2000), *중국복식사*, 서울: 형설출판사.
- 최동일 (2000), 전통 도자기의 동물문에 관한 고찰, 단국대학교 대학원 석사학위논문.
- 최정연 (2009). 요지 야마모토 의상에 표현된 미의식에 대한 연구: 일본영화 돌스를 중심으로’ 한국디자인문화학회지, 15(3)
- Cai, L. (2005). *Costume and Culture Change-A case study of apparel in China since 20th century*. Master's thesis. Wuhan University, China.
- Chen, X. Y. (2003). *Chinoiserie*. Fujian Art Publishing House.
- Feng, L. (2009). *On the Conception of Chinese Ancient Costume Culture and Modern Costume Design*. Master's thesis. Jilin University, China.
- Li, X. (2005). *Research on Military Style Apparel Design*. Master's thesis. Donghua University, China.
- Qin, F. (2004). *Research on the Changes of Chinese Clothing since in the 1950 of the 20th century*. Master's thesis. Beijing University, China.
- Vivienne Tam (2008), *China Chic by Vivienne Tam*, 이원재 역, 서울: 한길사
- Wang, Q. (2002). *Discussion on the "Chinese style" phenomenon in the clothing industry*. Master's thesis. Beijing Institute of Fashion Technology.
- Yang, Q. M. (2007). *Analysis on the Chinese front opening*

button clothing source. Master's thesis. Suzhou University, China.

- Xu, Z. L. (2006). *Analysis of the Development of Chinese Women's Wear Design changes in the mid 1990 of the 20th century*. Master's thesis. Suzhou University, China.
- 野崎誠近. (1999). 中國吉祥圖案中國吉祥圖案 61, *デザイン學研究*, 46(4), 1-10.

메이커 스페이스 이용실태와 공간특성에 관한 연구

A Study on the Usage Status and Space Characteristics of Maker Space

김소영, 정유진, 황연숙*

한양대학교 생활과학대학 실내건축디자인학과

Kim, So-young, Jung, Yu-jin, Hwang, Yeon-sook*

Department of Interior Architecture Design, Hanyang University

Abstract

In order to realize the creative economy, the government has established the 「Promotion Plan of Vitalization of Information and Communication Technology (hereunder ICT) that I make」 so that the government can support the realization of the ideas and imagination of the nation in reality. The concept of creation which users desire to make in the national policy has spread to the field of information and communication technology. This maker movement has been the catalyst for new industrial ecosystem and maker space has become a new paradigm however there is not enough research on the maker space yet in domestic area. In this study, the organization and characteristics of space were suggested by the case analysis based on the understanding of maker space through theoretic consideration and the status of utilization was investigated and analyzed. As a result of research, firstly, the organizations and characteristics of maker space were mostly divided into working space and equipped space and each space was located closely and was freely used. Secondly, there have been programs in active progress however they were required to be supplemented since the environment was not built to improve the concentration of the education. Thirdly, it has been suggested that most of the people in a certain field of major are using frequently thus the plan that even ordinary people can easily use could be verified.

Key words : maker space, maker movement, creative economy, creative zone, creation

주제어 : 메이커스페이스, 메이커운동, 창조경제, 창조공간, 창작

I. 서론

1. 연구의 배경과 목적

정부에서는 국민의 아이디어와 상상력을 현실로 구현할 수 있도록 지원하기 위한 「내가 만드는 정보통신기술(이하 ICT) 활성화 추진 계획(안)」을 수립하였고(미래창조과학부 보도자료, 2014), 이러한 국가정책 속 DIY(Do It Yourself), 사용자가 원하는 것을 직접 만드는 창작 개념으로 기존에 공예, 가구 등의 분야에서 최근 정보통신 분야로 확산 되었다. ICT 기반으로 사용자가 원하는 것을 직접 만들 수 있는 혁신적인 창작 문화의 확산은 새로운 산업 생태계의 촉매제가 되고 있다. 메이커 운동을 토대로, 메이커 스페이스는 새로운 패러다임으로 등장하고

있는 추세이다. 메이커 스페이스는 커뮤니티의 각 구성원들이 혼자서는 손댈 수 없는 자원과 제작 작업을 수행할 수 있도록 제작 장비, 커뮤니티, 교육을 결합한 공간이자, 도구를 가진 커뮤니티 센터로 정의(홍소람과 박성우, 2015)된다. 최근에는 고등학교에서 메이커 스페이스를 도입하여 학생들이 기존의 교육방식이 아닌 스스로가 지식을 구성하는 존재로서 4차 산업혁명 시대를 살아갈 수 있는 사람으로 성장할 수 있도록 지원하는 사례도 있다. 전문가들은 메이커 스페이스가 보다 지속적으로 유지될 수 있는 생산과 소비를 가능하게 하며 새로운 경제 성장의 동력이 될 것이라고 전망한다. 중소벤처기업부에서는 2018년도에 메이커 스페이스 65개소를 구축·조성 하였고, 2019년도에도 추가 60개를 조성하는 등 활발하게 메이커 스페이스를 구축하고 있다. 제조업 부흥추진(국정과제, 2019) 발표에 따르면 메이커 스페이스의 확대 방안의 일환으로 앞으로 2022년까지 전국에 350여개의 메이커 스페이스를 조성할 계획이라고 밝혔으며, 이와 함께 수도권뿐만 아니라 비수도권까지 확장시켜 메

* Corresponding Author ; Hwang, Yeon-sook
Tel : 82-2-2220-1184, E-mail : ysh@hanyang.ac.kr

이커 운동의 확산을 추진한다고 하였다. 따라서 본 연구는 앞으로 그 수가 증가할 것으로 예상되고 지속적인 성장이 가능할 것으로 예측되는 메이커 스페이스에 대해 현재 운영되고 있는 사례들을 대상으로 운영형태 및 이용목적과 공간구성 및 공간특성에 대해 분석하고자 한다. 이를 통해 향후 메이커 스페이스 공간에 대한 바람직한 공간 운영 및 공간계획이 될 수 있도록 기초자료를 제시하는 것에 연구의 목적을 두었다.

2. 연구 방법 및 범위

본 연구의 대상은 메이커 스페이스 중 개별 홈페이지를 운영하고 있으며 비교적 공간 활동과 운영이 활발히 진행되고 있는 곳들을 중심으로 서울시 소재 5곳과 이미 메이커스페이스가 보편화 되어있는 국외 사례 4곳으로 선정하였다.

연구범위로는 먼저 메이커 스페이스의 시대적 배경과 메이커 스페이스의 개념 및 현황, 공간구성에 대해서 살펴보고 조사 대상 메이커 스페이스의 이용 실태 및 공간의 구성과 공간특성에 대해 분석하였다. 이용실태의 경우는 운영형태 및 이용목적을 조사하였고 공간특성으로는 메이커 스페이스의 주요공간인 작업공간과 장비공간을 중심으로 분석하였다.

연구방법으로는 국내 사례의 경우 실제 현장방문을 통해 관찰조사와 사진촬영, 운영자 인터뷰를 실시하여 진행하였으며, 인터뷰의 경우 분석내용에 참고할 수 있는 내용을 선별하여 본 연구의 분석을 위한 참고정도로 이용하였다. 국외 사례의 경우는 온라인을 통한 인터넷 조사를 통해 실시하였으며, 국내와 국외 사례의 조사결과를 정리 후 최종 결론을 제시하였다.

II. 메이커 스페이스의 이론적 고찰

1. 메이커 스페이스의 개념

메이커 스페이스의 개념을 이해하기 위해서는 먼저 메이커 운동에 대한 이해가 필요하다. 메이커 운동은 기존 DIY(Do It Yourself) 문화의 발전된 형태로, ICT 기술의 발달 및 보편화로 인해 2000년대 중반부터 활성화되기 시작한 오픈소스 제조업 운동의 일환이다. 개인의 창작 활동이 제작 생산 과정에 있어 주인공으로 등장한 것이다. 기존의 DIY가 개인적인 취미에 국한되었다면, 메이커 운동은 오픈소스 S/W와 H/W, 3D 프린터 등의 기술이 비전문가의 영역으로 확대됨에 따라 개인 취미와 산업 영역을 아우르는 형태를 가진다(홍소람과 박성우, 2015). 메이커 운동이 “스스로 필요한 것을 만드는 사람들, 즉 메이커(Maker)가 만드는 법을 공유하고 발전시키는 흐름을 통칭하는 말”이라 정의하였다. 즉, 메이커 스페이스는 공동의 관심을 가진

사람들이 공공의 장소에 모여 작업할 수 있는 공간을 말하며 그 목적에 맞게 어떠한 형태로든 존재할 수 있다는 것을 알 수 있다. 이전 과거의 제조업과 다른 점은 기본 도구로써 컴퓨터를 사용하여 스케치, 드로잉을 하고 그것을 바탕으로 3d 프린터 및 CNC 등 디지털 제작 장비를 통해 시제품화 하는 것을 주된 작업방식으로 한다는 것이다. 또, 제작과 생산의 활동이 모두 이루어지는 공간, 개인도 최종적인 완성된 제품을 생산해 내는 ‘개인 제조업’을 의미하는 새로운 개념의 작업 공간이라 할 수 있다. 오늘날에는 자본과 설비, 인력과 같은 자원의 희소가치가 더 이상 중요하지 않다. 이제는 아이디어와 창의력, 기술의 활용 역량 등과 같은 스킬이 중요한 점으로 부각되었다. 이와 같이 물질 자원의 중요성보다 지적 자원의 중요성이 강조되는 경제가 바로 창조경제이며 이러한 창조경제의 중심에 메이커 문화가 있다고 할 수 있다.

2. 메이커 스페이스의 발전과정

처음 유럽에서 시작된 해커 스페이스라는 개념이 미국에서 사용되면서 메이커 스페이스라는 의미로 자리 잡혔다. 해커스페이스는 ‘사람들이 만나 자신의 프로젝트를 작업하여 주민들이 운영하는 물리적인 창작 장소’로 정의되고 무엇보다 자율성을 기반으로 한 자유로운 접근과 정보의 순환을 중시(박영숙, 2015)하는 공간으로 어떠한 장소에도 만들어질 수 있으며 공간 이외에 각종 장비를 제공함으로써 종합예술 창작 공간으로 볼 수 있다. 이러한 공간 개념이 미국으로 전파되면서 2005년 DIY 테크놀로지 매거진 <MAKE>를 통해 ‘메이커’라는 용어가 일반적으로 사용되기 시작했고, 이와 함께 미국 최초의 오픈소스 워크숍인 테크숍, 그리고 랩랩 등 여러 기업이 성공적으로 운영되면서 많은 이들에게 알려지고 교육 시스템에도 도입되었다. 2006년 이후 메이커 페어(maker faire)가 전 세계적으로 열리는 정기적 행사로 자리 잡혔고 2012년에는 12만명이 참여하여 메이커에 대한 관심이 높아지고 있음을 증명하였다. 메이커 페어(maker faire)는 개인의 아이디어 시제품을 선보임과 동시에 메이커 관련 세미나와 워크숍이 열리는 등 메이커 문화를 이해할 수 있는 다양한 행사가 열리는 축제의 장이다. 이러한 메이커 운동은 하나의 흐름이 형성되어가고 있는 추세로, 디지털 기술을 이용하는 메이커들은 오프라인에 그들만의 공간을 만들어 창작의 질을 높여가고 있으며 이들을 위한 메이커스페이스는 제작을 용이하게 해주는 작업실 기능 이외에 정보교류, 기술교육 등이 활발히 이루어지면서 메이커들의 능력을 재강화시키는 공간으로서의 역할(정보통신정책연구원, 2015)을 하고 있다.

3. 메이커 스페이스의 구성요소

메이커 스페이스의 공간은 단순히 장소의 개념이 아닌 공간은 기본적으로 존재하며, 공간을 구성하는 사람의 활동으로 인해 결정되는 공간의 의미가 강하다. 즉, 공간과 시설, 장비와 같은 물리적 요소와 사람, 공간과의 관계 형성 등 무형의 요소 모두 중요한 구성 요소라고 볼 수 있다(황진영, 2019). 먼저 데이비드랭(2015)은 「제로 투 메이커」에서 메이커 스페이스를 만드는 과정을 4단계로 나누어 특징을 설명한다. 1단계는 사람으로, 사람이 무엇보다 중요하다고 이야기하며, 2단계는 해당 지역 사람들의 수요를 반영한 물리적 공간으로 장소에 대한 제한은 없다고 하였다. 3단계는 도구로 기증, 모금, 투자 등 다양한 방법을 통해 구비할 수 있으며, 주요 도구는 이용자에 따라 주요 도구가 달라질 수 있다고 하였다. 마지막 4단계는 메이커 스페이스를 실제적으로 운영할 수 있는 보험, 법적책임, 운영비 등 관리 업무이다. 유스 메이커스페이스 플레이북(2015)에서는 메이커 스페이스를 공간, 재료, 도구의 세 가지로 나누었는데, 공간은 오픈스페이스로서 모든 사람들에게 개방되며 메이커가 무엇을 느끼고 경험하고 공유할지에 대한 고려가 가장 중요하다고 하였다. 재료와 도구는 표현하고 만들고 소통하는 것으로써 주변에서 쉽게 접할 수 있는 사무용품부터 재활용품, 잉여물품, 건축재료 등과 미디어장비, 펌프, 전자회로 등이 있다. 박주용(2016)은 메이커 스페이스 공간에 대해 크게 물리적 구성요소와 비 물리적 구성요소로 나누었는데, 다시 물리적 구성요소는 공간요소와 장비요소로, 비 물리적 구성요소는 교육적, 인적, 외적 요소로 나눌 수 있다고 하였다. 정종욱(2017)은 메이커 스페이스를 공간에 집중하여 크게 3가지 구성요소로 나누었다. 사람들이 작업을 할 수 있는 물리적 공간과, 협업이 가능한 오픈 커뮤니티 공간, 다양한 참여자로부터 다양한 분야의 학습경험이 공유되고 융합되는 공간이 이에 속한다. 이러한 메이커 스페이스의 구성요소를 정리하면 메이킹 활동이 가능한 물리적 공간은 물리적 공간은 크게 작업공간과 장비를 위한 공간으로 구분되어지며, 실제 국내 메이커스페이스의 경우 이 두 공간을 중심으로 각각의 기능이 이루어지고 있다. 또한 그 공간의 성격과 정체성을 나타내는 메이커가 중요하다는 것을 알 수 있으며, 그 외 장비, 도구, 재료 등은 공간특성과 메이커에 의해 유동적인 성격을 지닌다. 메이커 스페이스의 구성요소를 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 메이커 스페이스 구성 요소 내용

구분	구성요소
제로 투 메이커(2015)	사람, 공간, 도구, 관리
유스 메이커 스페이스(2015)	공간, 재료, 도구
박주용(2016)	물리적 요소 : 공간요소, 장비요소 비 물리적 요소 : 교육적 요소, 인적 요소, 외적 요소
정종욱(2017)	물리적 공간, 커뮤니티 공간, 학습 공유 공간

4. 국내·외 메이커 스페이스의 현황

현재 오스트레일리아, 스코틀랜드, 영국, 아일랜드 등 세계 각지의 88개국에서 1100개 이상의 메이커 스페이스가 운영(권보람과 김주성, 2014)되고 있으며, 정부와 기업, 학교 등의 관련 기관과 협력하여 다양한 형태의 공간으로 활발하게 활동 중이다. 유럽에서는 메이커 스페이스의 고정적인 지리적 제한을 해소하고자 이동형 시제품 제작터인 펍트릭, 카페로서의 기능과 함께 고장난 제품들을 고치는 이벤트를 진행하여 협업을 이끌어 낼 수 있는 리페어 카페(repair cafe)도 등장하고 있다. 영국의 경우, 전체 메이커 스페이스의 65%는 디지털기기 영역을 넘어 화학, 생물학, 사진, 조각, 세라믹 등 다양한 분야의 도구를 제공하고 있고, 도구뿐만 아니라 모두가 공유할 수 있는 부엌, 전시장, 카페, 도서관, 협업 공간 등을 제공하고 있다.

국내의 메이커 스페이스는 현재 2016년 기준 전국 84개가 운영되고 있고 정부를 중심으로 미국의 ‘Techshop’을 벤치마킹한 오프라인 아이디어 혁신공간을 오픈하였으며, 전문 설비를 갖춘 민간업체도 존재하고 있다(권보람과 김주성, 2014). 정부주도형 공공기관으로는 미래부에서 지원하는 무한상상실, 중소 기업청에서 지원하는 셀프제작소, 창조경제혁신센터로 총 71개이고, 민간기관으로 운영되고 있는 공간은 13개이다. 서울의 경우, 2013년 최초 ‘펍랩서울’ 개소를 시작으로 2014년 하반기 기준 10개였던 메이커 스페이스는 현재 18개로 약 두 배 증가하였다. 서울을 중심으로 경기, 대전, 대구, 부산 등 대도시에서 평균 10개 이내로 운영 중이다. 메이커 스페이스는 전문기기를 갖춘 제작 중심의 공간을 바탕으로 워크숍 중심의 교육 및 제작 공간, 테크숍 형태의 시제품 제작터, 펍카페 등 다양한 형태로 확산되고 있다.

III. 사례조사 및 분석

1. 조사대상 개요

조사대상은 국내와 국외로 나누어 선정하였다. 먼저 국내 사례대상지는 메이커 스페이스가 처음 등장한 시기가 2005년도이므로 어느 일정한 기간 동안 운영이 이루어지고, 그 효율성이 판단될 수 있다고 보여 지는 2010년도 이후에 개관된 곳을 중심으로 사례를 선정하였다. 조사대상은 서울 소재지에 위치하고, 온라인 자료를 통해 개별 홈페이지를 운영하며, 메이커들의 활동이 비교적 활발히 이루어지는 곳을 선별하여 총 5곳을 선정하였다. 조사대상지 중 가장 먼저 오픈된 곳은 종로에 위치한 사례 Fablab-Seoule이며, 최근 설립된 곳은 2015년도로 총 세 곳으로 성수와 강남구에 위치하고 있다. 국외 사례는 비교적 국


내보다 일찍 도입이 되기 시작하여 2000년대 사례를 포함하여 선정하였고, 국내사례와 같이 온라인을 통해 홈페이지를 운영하고 있고, 메이커들의 이용이 활발히 이루어지고 있다고 판단되는 곳을 선별하여 총 4곳을 조사대상지로 선정하였다. 국내 사례의 경우는 조사자가 직접 현장을 방문하여 관찰과 사진촬영 및 이용자의 인터뷰를 통해 진행하였고, 국외 사례의 경우 홈페이지 및 관련 온라인 자료 등을 통해 분석하여 진행하였다. 조사대상의 구체적인 개요는 <표 2>와 같다.



<표 2> 메이커 스페이스의 조사 대상지

구분	조사 대상지	위치	면적(m2)	오픈 연도
국내	A	Fablab-Seoul	종로구 장사동 116-4	2013
	B	ETRI창업공작소	서초구 서초중앙로 63 리더스빌딩 6층	2014
	C	성수메이커스페이스	성동구 성수동2가 277-43	2015
	D	메이커스빌	강남구 역삼1동 742-2	2015
	E	한양대아이디어팩토리	성동구 사근동 110	2015
국외	F	Artisan's Asylum	10Tyler Street, Somerville, MA 02143 Boston	2010
	G	TechShop Austin-Round Rock	120 Sundance Parkway, Suite 350 Round Rock, Texas 78681	2012
	H	Noisebridge	2169 Mission St, 3rd floor San Francisco, CA 94110	2007
	I	NYCresistor	87 3rd Avenue, 4th Floor Brooklyn, NY 11217	2007

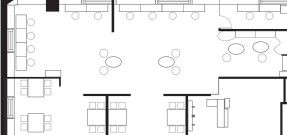
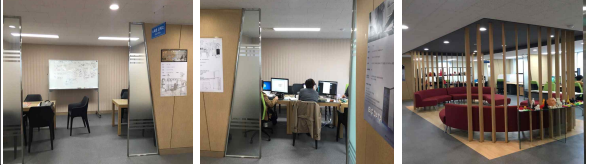
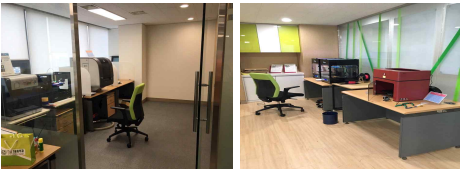
2. 국내 메이커 스페이스의 이용실태 및 공간특성

<표 3> 사례A 분석 내용

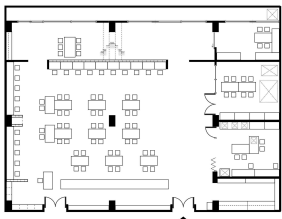

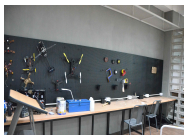



A : Fablab Seoul (2013)	
평면도	배치특성
	<ul style="list-style-type: none"> - 작업공간(메이킹룸, 디자인룸), 장비공간(CNC 라우터실) - 입구를 중심으로 오른쪽과 왼쪽으로 크게 공간이 구성되어 있음. 오른쪽에는 여러 명이 협업할 수 있는 작업공간이 마련되어 있으며, 긴 테이블이 3개가 배치되어 있음. 작업공간 안에는 별도의 메이킹룸이 구성되어 있음. 왼쪽으로는 장비공간이 있으며, 갖가지 장비들과 소도구들이 배치되어 있음.
운영실태	
운영 형태	<ul style="list-style-type: none"> -온라인을 통해 장비 사용 신청을 하는 방식으로 예약제로 운영. -연령의 제한이 없이 누구나 자유롭게 이용 가능. 장비 사용에 대해서는 시간제로 유료이며, 장비 사용이 아닌 단순한 수공구 이용은 자유롭게 방문하여 이용이 가능하며, 기초적인 장비 실습 중심으로 교육이 이루어 짐. -드론이나 VR과 같은 것에 관련된 워크숍과 창업 아이템을 위한 사업 교육 프로그램도 진행.
이용 목적	<ul style="list-style-type: none"> -대부분의 이용자들은 디자인 설계, 워크숍, 시제품 제작 등 시제품 창작 활동에 목적을 두고 있음. -대부분 기계공학, 전자공학, 건축학과 등 특정 분야의 대학생들이 졸업 작품을 준비하기 위해 주로 이용. -외국인 학생들도 종종 방문
공간 특성	
작업 공간	아이디어를 구상할 수 있는 공간으로 디자인 룸과 시제품 창작을 위한 메이킹 룸으로 구분되어 있다. 디자인 룸에서는 빔 프로젝터가 비치되어 있어 워크숍과 교육공간으로도 사용되고 있다. 오픈 된 공간으로 넓은 책상을 공간 구분 없이 업무 용도의 책상으로 사용이 가능하다. 각종 테이블이나 가구 요소들은 펍업 서울에서 직접 제작 한 것들로 구성되어 있는 특징

장비 공간	이 있다. 벽 쪽의 테이블에는 pc 및 작은 장비들도 배치되어 있어 컴퓨터를 이용한 디자인 작업이 가능하다.
	 <div>메이킹 룸 디자인 룸</div>
	<p>작업공간 곳곳에 위치하여 있으며, 레이저 커터, 3d프린터, CNC 라우터, 아두이노, 비닐커터와 같은 장비를 구비하고 있다. CNC 라우터 같은 큰 장비의 경우 따로 실을 마련하여 설치하고 작업 시 기계에서 나는 소음 방지를 위해 벽면에 흡음재를 사용하였다. 소도구와 같은 장비 공간은 이동형 파티션을 두어 유동적으로 활용하고 있으며, 비교적 작은 장비들은 벽 쪽의 테이블 위에 설치하였다.</p>  <div>CNC 라우터 실 레이저 커터 각종 장비</div>

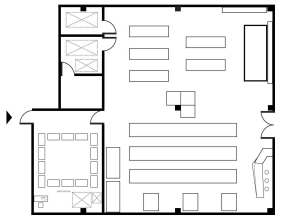



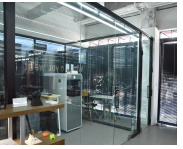

<표 4> 사례B 분석 내용

B : ETRI창업공작소 (2014)	
평면도	배치특성
	<ul style="list-style-type: none"> - 작업공간, 장비공간(3D프린터실2), 라우저 전체적으로 홀로 구성된 형태로 개방형을 띠고 있다. 오른쪽으로 장비보관을 위한 3D프린터 실이 있으며, 벽을 통해 공간 구획을 하였다. 공간 곳곳에 작업을 위한 테이블이 마련되어 있다.
운영실태	
운영 형태	<ul style="list-style-type: none"> -이용자에 대한 불편사항을 최소화하기 위해 예약 없이 자유롭게 이용할 수 있도록 제공. -일종의 재능기부형식으로 유사 연관되어 운영하고 있음. -연령의 제한은 없으나 주로 스타트업을 준비하는 성인들이 사용하는 것으로 나타남. -장비 사용도 무료로 제공. -다양한 3D모델링, 3D프린팅, ICT분야의 관련된 오픈소스 플랫폼 같은 기능 구현에 관한 교육 프로그램을 진행하고 있음.
이용 목적	<ul style="list-style-type: none"> -장비 보관을 위한 3D프린터 실이 따로 마련됨. -오픈된 공간에도 3D프린터가 구비되어 있음. -3D프린터 공간에는 바닥 마감재를 다르게 사용함. -방문객들은 누구나 사용이 가능하도록 pc 설치. -실의 구분은 있으나 유리도어를 활용하여 개방감을 유도.
공간 특성	
작업 공간	<p>오픈 공간으로 실의 구분은 있으나 문은 설치되어 있지 않다. 작업 공간 가운데 라운지 형태의 공간을 두어 회의 등 교육의 장소로 활용하고 있다. 라운지의 공간 바닥 마감재를 다르게 사용하여 공간을 구획하고 있다. 오픈형 파티션을 두어 개방감 있는 공간으로 구성하고 있다.</p>  <div>스마트 오피스 워크 스페이스 라운지</div>
장비 공간	<p>장비 보관을 위한 3D프린터 실이 따로 마련되어 있으며, 오픈된 공간에도 3D프린터가 구비되어 있다. 3D프린터 공간에는 바닥 마감재를 다르게 사용하여 공간을 구분, 방문객들은 누구나 사용이 가능하도록 pc를 설치하였다. 실의 구분은 있으나 유리도어를 활용하여 개방감을 유도하고 있다.</p>  <div>3D프린터 실 개방형 3D프린터</div>

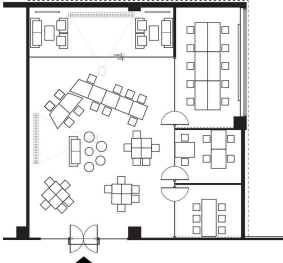
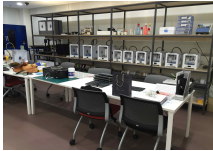

<표 5> 사례C 분석 내용

C : 성수메이커스페이스 (2015)	
평면도	배치특성
	<ul style="list-style-type: none"> - 작업공간, 장비공간(3D프린터실2, cnc 및 레이저 커터 실) - 전체적으로 홀로 구성된 작업공간과 오른쪽에 실로 구분된 장비공간으로 나뉘어져 있다. 작업공간은 실을 구분하지 않고 유리도어를 활용해 개방형을 띠고 있으며, 공간 중앙에는 작업용 테이블이 배치되어 있고, 칸막이 벽과 왼쪽 벽을 따라 길게 테이블이 배치되어 있다. 장비공간은 크게 세 개의 실로 오른쪽에 나란히 배치되어 있다.
운영실태	
<p>운영 형태</p> <p>이용 목적</p>	<p>-서울시 주도로 운영이 되어 예약 없이 그리고 연령 제한 없이 자유롭게 이용 가능. -자체적으로 장비 사용 교육 및 워크숍을 지원하며, 타 기관에게도 예약제로 워크숍을 위한 공간 대관을 무료로 진행하나 장비 사용은 유료임. -장비사용 교육으로는 기초 장비 교육과 심화과정인 모델링교육을 진행하고 있으며, 아두이노나 레이싱 도론에 관한 워크숍도 진행.</p> <p>이용자들은 대부분 인근 대학교의 특정학과 대학생들이 졸업 작품 및 회의를 하기 위한 공간 사용 목적으로 방문하는 경우가 가장 많았으며, 일부의 경우는 스타트업을 하기 위한 신진 디자이너들이 프로토타입의 아이디어 빌딩 구현을 목적으로 방문하는 경향이 있는 것으로 파악되었다. 간혹 본인의 취미 생활을 위해 방문하는 일반인이나 메이커 스페이스의 견학을 목적으로 하는 학생들도 있었다.</p>
공간 특성	
<p>작업 공간</p>	<p>실의 구분은 있으나 유리도어를 활용하여 항상 개방형으로 오픈하고 있다. 개인 작업대로 활용 가능한 바 형태의 긴 책상이 벽쪽으로 배열되어 있으며, 절삭기 등 지지부한 것들의 작업공간이 문 없는 공간 구획으로 따로 마련되어 있다. 바닥 마감재를 부분적으로 데코 타일을 사용하고, 공간마다 고정형 벽돌 블록을 쌓아 공간을 구분하고 있다.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div> <p style="text-align: center;">작업공간1 작업공간2 작업공간3</p>
<p>장비 공간</p>	<p>크게 CNC라우터 및 레이저 커터 실과 3d프린터 실로 구분되어 있다. 레이저 커터, cnc라우터, 3d프린터, 오솔로스코프, 핸드메이드를 위한 소도구 장비가 마련되어 있으며, 작업공간과의 구분이 되어져 있으나 통유리를 사용한 실의 구분으로 개방감을 주고 각 공간마다 연계성을 띤다. 소도구를 위한 장비는 작업공간의 곳곳에 설치하여 편리하게 사용할 수 있도록 하였다.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">3D프린터 실 cnc 및 레이저 커터 실</p>

<표 6> 사례D 분석 내용






D : 메이커스빌 (2016)	
평면도	배치특성
	<ul style="list-style-type: none"> - 작업공간, 장비공간(레이저 커터, 3D프린터실2) - 전체적으로 홀로 구성된 작업공간과 왼쪽에 실로 구분된 장비공간으로 구분되어 있다. 작업공간은 실을 구분하지 않고 유리도어를 활용해 개방형을 띠고 있으며, 공간 중앙에는 작업용의 이동 가능한 테이블을 배치하였다. 실로 구분된 장비공간에는 3D프린터실을 배치하고 여러 장비들이 곳곳에 배치되어 있다.
운영실태	
<p>운영 형태</p> <p>이용 목적</p>	<p>-평일 8:00~23:00 까지 이용 가능하며 주말은 18:00 까지 단축 운영. -교육을 위한 활동이 활발하게 이루어지고 있었으며 크게 창업에 위한 교육, 코딩아누이노, 3d모델링·프린팅 교육 등을 진행하고 있음. -교육을 받기 위해서는 온라인을 통해 따로 신청을 해야 하는 예약제로 운영되고 있으며 일반인의 경우 무료교육 1회 유료교육 1회를 거쳐야만 3d프린터 기계를 사용할 수 있음. -장비 사용은 유료로 이용가능하며 스파크룸은 연령 제한 없이 누구나 사용할 수 있도록 오픈.</p> <p>주로 진행되고 있는 교육 프로그램이 중·고등학생에게 중점이 맞춰져 있기 때문에 이용자들은 대부분 청소년으로 구성되어 있었으며 일반인을 비롯하여 예비 창업인이 시제품 제작을 위해 이용하기도 한다는 것을 알 수 있었다. 관련 전공 대학생들이 과제를 하기위한 공간으로 활용하기도 한다.</p>
공간 특성	
<p>작업 공간</p>	<p>오픈 된 공간으로 이동형의 비교적 넓은 테이블을 공간 구분 없이 사용할 수 있게 하였다. 개인 작업을 할 수 있는 스파크 룸과 교육 위주로 사용되는 메이킹 공간으로 구분되어 있다. 전반적으로 콘크리트 벽이 아닌 통유리를 사용하여 개방된 공간을 띠고 있으며, 이동형 테이블과 의자를 사용하여 유동적인 공간을 조성해 이용자의 편리성을 더해 주었다.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">스파크 룸 메이킹 룸</p>
<p>장비 공간</p>	<p>스파크 룸 내에 레이저 커터 장비와 핸드메이드를 위한 소도구 설치되어 있다. 작업공간 내에 따로 실을 만들어 3d프린터를 설치하여 소음의 방해를 줄였다. 작업 책상의 곳곳에 3d프린터 설치하여 이용자의 편의를 높였으며, 작업공간과의 구분이 되어져 있으나 통유리를 사용한 실의 구분으로 개방감과 연계성을 주고 있다.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div> <p style="text-align: center;">레이저 커터 3D프린터 실 3D프린터</p>

<표 7> 사례E 분석 내용


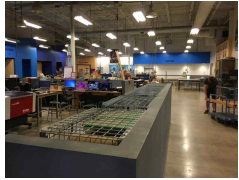

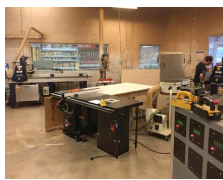
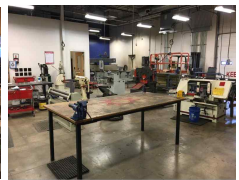


E : 한양대 아이디어팩토리 (2015)	
평면도	배치특성
	- 작업공간, 장비공간(3D프린터실, 장비실), 휴게공간 중앙으로 작업공간이 배치되어 있으며, 작업용 테이블이 배치되어 있다. 공간 오른쪽에는 장비공간을 실로 구분하여 배치하였다. 위쪽 벽으로는 소파를 배치하여 휴식을 위한 공간을 마련하였고, 공간의 면적이 협소해 대부분 가구는 이동형으로 배치하여 효율성을 주었다.
운영실태	
운영 형태	-평일 8:30~18:30까지 이용 가능하며 주말은 운영하지 않는다. 작업공간을 동아리 대학생들에게 자유자재로 이용 가능하도록 해놓았고 기본적으로 3d 프린터 사용 방법에 대한 교육을 진행하고 있고 예약제로 운영. -기본적인 포토 타입의 작업만 가능하므로 작업으로써의 역할보다는 교육을 중점적으로 하는 경향이 두드러지게 나타나는 것을 알 수 있음. -장비 사용은 유료로 이용할 수 있으며 한양대학교 관계자에 한해서만 이용이 가능.
이용 목적	보통 대학생들이 아이디어 시제품을 제작하기 위해서나 졸업 작품을 만들기 위해 사용되는 것을 알 수 있었다. 또, 동아리 활동을 하기 위해 공간을 대여하는 방식으로 이용되기도 하며 학교 내부 관계자들에 한해서 기업체들 관계자나 다양한 연구실에서 방문하기도 한다.
공간 특성	
작업 공간	비교적 좁은 면적의 공간으로 이동형 테이블을 활용한 오픈된 공간을 조성하고 있다. 작업공간으로서의 활용보다는 교육 프로그램을 위주로 운영되고 있으며, 방문객들 누구나 사용이 가능한 pc가 설치되어 있다. 단으로 공간을 구분하여 교육 프로그램의 강의를 위한 공간으로도 활용하고 있으며, 테이블이 놓인 공간 이외에는 소파를 벽면에 배치하여 휴식을 위한 공간으로 활용하고 있었다.  작업공간
장비 공간	작업공간 내에 따로 실을 만들어 3d프린터를 설치하였다. 3d프린터가 설치되어 있는 공간 내에 3d프린터 외 엠코아이리스, cnc라우터 등의 장비 배치하여 사용 가능하도록 하였다. 공간 중심에 위치한 책상에는 PC와 각종 소공구를 배치하여 이용 가능 하였다.  3d프린터 실

3. 국외 메이커 스페이스의 이용실태 및 공간특성

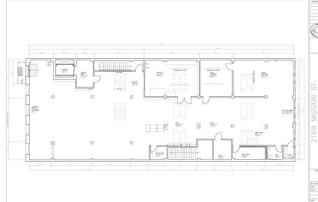


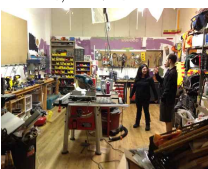



<표 8> 사례F 분석 내용

F : Artisan's Asylum (2010)	
평면도	배치특성
	-작업공간, 장비공간 긴 평면형태를 띠며 크게 왼쪽으로 부스 형식으로 구분되어진 150개의 작업공간이 배치되어 있으며, 오른쪽으로 각종 장비들을 마련한 장비공간이 배치되어 있다.
운영실태	
운영 형태	-비영리 커뮤니티 제작센터로 약 250여명의 회원제로 운영되어 유료로 공간 대여 및 장비를 제공. -학습 및 시제품 제작의 연습, 교육, 워크숍을 지원하고 있으며, 약 150개의 작업 공간을 프로젝트 기간에 따라 부스별 대여하는 형태로 운영 하고 있음. -프로토 타이핑 연구소 및 디자인센터, 목공, 금속가공 및 용접, CNC, 기계가공 및 공장, 주얼리, 자전거, 전자로봇, 스크린인쇄, 섬유예술의 다양한 분야를 다루고 있으며 요일별로 분야별 교육 및 워크숍을 진행.
이용 목적	회원들의 연령을 18세 이상으로 제한하고, 이용자들은 각종 분야별 기획되어있는 샵에서 시제품 제작 및 트레이닝교육과 각종 장비 사용 교육뿐만 아니라 창작활동을 하기위한 비즈니스 및 마케팅 분야의 교육 또한 제공되어 이용가능하다.
공간 특성	
작업 공간	스튜디오 작업공간은 장기프로젝트의 회원을 위해 설계하여 50, 75, 100 평방 미터의 크기로 제공하고 있다. 약 150개의 각 작업공간이 부스형식의 낮은 칸막이로 구획되어 있으며, 바닥의 색상으로 각 실을 구분하고 있다. 전체적으로 벽이 없는 비교적 오픈된 공간으로 구성하였다. 페인트 룸이 따로 마련되어 있으며, 다용도 작업공간 겸 워크숍 공간이 실로 구성되어 있다.  스튜디오 작업공간 부스  작업공간
장비 공간	프로토 타이핑 연구소 및 디자인센터, 목공, 금속가공 및 용접, CNC, 기계가공 및 공장, 주얼리, 자전거, 전자로봇, 스크린인쇄, 섬유예술의 관련 장비들이 각 구역마다 샵으로 구분되어 배치되어 있다. 각 구역은 바닥의 색상으로 실을 구분하고, 부스형식의 높은 칸막이와 비닐커튼으로 공간을 구분하고 있다. 문이 없어 개방성을 띠며, 자유롭게 이용이 가능하다.  기계가공 및 공장샵  지전거 샵

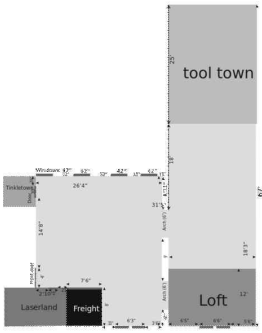
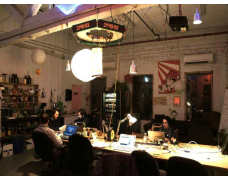


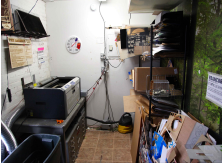
<표 9> 사례G 분석 내용

G : TechShop Austin-Round Rock (2012)	
평면도	배치특성
	- 작업공간, 장비공간, 공용공간(휴게실, 탕비실, 워크숍, 교육공간, 라운지) 전체적으로 작업공간이 개방형으로 구성되어 있으나 각종 장비실과 공용공간은 따로 공간을 구획하여 배치하였다. 공용공간은 다른 공간과 공간의 구분을 명확히 하였으며, 탕비실 및 휴게공간, 워크숍 공간, 교육공간이 마련되어 있다.
운영실태	
운영 형태	-일반인들을 위한 공동 작업장이자 1인 제조업이 가능한 공장으로 연령 제한은 없으나 회원제로 운영되고 있으며, 각종 장비 사용에 있어서는 예약 후 실제 이용시간에 따라 사용료를 지불하는 형태로 운영. -전자공학, 기계, 목공, 금속가공, 글라잉, 섬유예술과 수공예, CNC 등 다양한 분야를 다루고 있으며 워크숍과 교육을 제공하며 만들어진 제품을 홍보할 수 있는 커뮤니티도 제공. -장비들 중 3d프린팅의 경우 전문가 수준의 인쇄재료들을 갖추고 있는 것으로 나타남.
이용 목적	이용자들은 각종 장비대여, 워크숍, 장비에 대한 개인 훈련과 기획, 컨셉개발지원 등의 컨설팅 및 프로토타입에 관한 프로그램을 제공받으며, 100개 이상의 분야별 교육과정을 필요에 따라 듣기 위한 목적을 두고 있다.
공간 특성	
작업 공간	디자인 작업의 pc데스크가 오픈된 공간으로 구성되어 있으며, 이용자들 각자의 공작물 등을 둘 수 있는 철망의 사용함과 한편에는 각종 소공구함이 낮은 파티션의 형태로 비치되어 있다. 레이저 스튜디오와 3d스튜디오 뒤편으로 긴 테이블을 활용한 오픈된 작업 공간이 마련되어 있다. 최종 마감을 작업하는 룸이 실로서 구성되어 있으며, 큰 프로젝트의 이용자들을 위한 오픈된 작업 공간이 따로 구성되어 있다. 섬유 작업의 영역은 직물 작업대가 긴 테이블로 뒤편에 따로 마련되어 있다.   레이저, 3d스튜디오 작업공간
장비 공간	전자공학, 기계, 목공, 금속, 글라잉, CNC, 용접실로 실로 공간이 구획되어 관련 장비들이 공간 내 곳곳에 배치되어 있다. 장비공간 내에서 자유롭게 작업가능이 가능하며, 장비 속성에 따라 각 실내에 장비를 분류하여 작은 창고에 따로 분리해 놓기도 하였다. 장비공간은 벽과 유리도어를 설치하여 공간구획이 명확히 되어있다.   장비공간1 장비공간2
공용 공간	3개의 워크숍을 할 수 있는 이벤트 공간과 1개의 교육공간이 따로 실로서 구성되어 있다. 입구 홀에는 창고와 함께 가공소재의 판매 센터와 인접해 있어 필요에 따라 바로 구매 가능할 수 있는 구조로 되어있다. 간단한 탕비실의 개념으로 휴식공간 및 라운지와 이벤트 주방이 따로 실로 구성되어 있다.   입구홀 휴식공간 및 라운지

<표 10> 사례H 분석 내용

H : Noisebridge (2007)	
평면도	배치특성
	- 작업공간, 장비공간, 공용공간(탕비실, 휴게실, 워크숍, 교육공간) 전체적으로 작업공간이 개방형으로 구성되어 있으나 각종 장비실과 공용공간은 따로 공간을 구획하여 배치하였다. 공용공간은 다른 공간과 공간의 구분을 명확히 하였으며, 탕비실 및 휴게공간, 워크숍 공간, 교육공간이 마련되어 있다.
운영실태	
운영 형태	-민간이 주도하는 비영리 공간으로써 대개 11:00~23:00까지 이용 가능하다. 회원제로 활동이 가능. -정기적인 기부 등을 통해 공간 운영이 이루어지며 이곳에서 운영되는 모임이나 이벤트의 주요 테마는 프로그래밍, 하드웨어, 과학, 사진, 보안, 로보틱스, 예술, 3d프린팅, 목재 및 금속공예이다. -다양한 공간으로 이루어져 있으며 매달 매주의 스케줄과 프로그램이 짜여져 있어 체계적인 활동을 할. -장비 사용은 회원에 한해서 무료로 제공되나 아닌 경우 유료로 사용 가능하다. 매주 월요일은 1:1 멘토링이 이루어짐.
이용 목적	멤버십제로 운영하고 있으나 일반인들도 사용이 가능하다. 어떠한 목적을 가진 사람이든 아이디어만 있다면 누구든지 참여할 수 있으며 비교적 오랜 시간을 머물며 시제품을 제작한다. 프로그래밍이나 3d프린터를 활용한 제품 제작뿐만 아니라 쿠킹을 위한 공간도 제공하여 보다 더 다양한 분야의 사람들이 참여한다. 연령의 제한은 없다.
공간 특성	
작업 공간	공간을 구획하는 벽이나 파티션이 없고 전체적으로 오픈된 작업공간으로 구성되어 있다. 주요 테마는 프로그래밍, 하드웨어, 과학, 사진, 보안, 로보틱스, 예술, 3D프린팅, 목재 및 금속공예로 다양하게 구성되어 있다. 교육을 위한 공간의 제약 없이 교육이 진행되며 작업공간 곳곳에 장비가 배치되어 있다.   레이저, 3d스튜디오 작업공간
장비 공간	실로써 공간 구획이 이루어져 있으나 장비의 크기나 속성에 따라 각 공간 내 곳곳에 배치되어 있다. 핸드메이드를 위한 수공구 및 소도구 공간이 따로 구획되어 있다. 수공구 및 소도구 공간의 색상을 노랑색으로 통일감 있게 조성하였으며, 장비 공간 내에서 자유롭게 작업가능도록 하였다.   소도구 장비공간 장비공간
공용 공간	공동이 사용할 수 있는 공간을 다양하게 구성하고 있다. 침실, 주방, 자전거 주차 공간, 카운터 등이 있으며, 메이킹을 위해서 필요한 공간을 자유롭게 제공되고 있다. 작업공간 내에 공간을 구분하는 벽이나 파티션을 두지 않고 공동이 사용할 수 있는 빔 프로젝트 상영실 설치하였다.   빔 프로젝트 상영실 주방

<표 11> 사례 분석 내용

I : NYCResistor (2007)	
평면도	배치특성
	-작업공간, 장비공간, 공용공간(미니도서관) 전체적으로 작업공간이 개방형으로 구성되어 있으며, 중앙에 작업공간을 두고 오른쪽 아래와 위로 장비공간을 배치하였다.
운영실태	
운영 형태	-민간 주도형 비영리 기관으로써 멤버십 요금을 내고, 일정 시간을 다른 사람에게 지식을 가르쳐 주고, 공유한다는 조건으로 다양한 클래스와 이벤트 등에 참여할 수 있음. -매주 월요일과 목요일 저녁 해커스페이스 오픈 데이를 두어, 다양한 사람들의 참여를 받고 있다. 정기적인 오픈데이에 외에 매주 토요일과 일요일에는 아두이노, 프로그래밍 등의 클래스 수업들이 열리고 있음. 또한 다양한 행사를 통하여 메이커들이 만든 작품들을 많은 사람들과 공유하는 행사도 진행하고 있음. 모든 프로그램이 예약제로 운영되고 있지만 자유롭게 공간 사용이 가능.
이용 목적	이용자들은 각종 워크숍이나 프로토타입 제작에 대한 다양한 교육 프로그램을 제공받으며 아이디어를 가진 사람이라면 누구나 참여가 가능하다. 멤버십제로 운영되고 있으나 오픈된 공간으로써 자유롭게 이용가능하며 시제품 제작뿐만 아니라 개인적인 시간을 보내기 위함이나 다양한 소스 등 정보를 공유하기 위해 이용하기도 한다. 나이의 제한은 없다.
공간 특성	
작업 공간	크고 긴 테이블을 두어 공간을 구획하는 벽이나 파티션이 없고 전체적으로 오픈된 작업공간으로 구성되어 있다. 미니 도서관을 두어 자유롭게 작업을 하며 정보를 공유할 수 있도록 공간을 배치하였다. 교육을 위한 공간을 따로 두지 않고 작업하는 동안 자유롭게 소스를 공유할 수 있도록 하는 것이 특징이며, 공간의 제약 없이 교육이 진행되며 작업공간 곳곳에 장비가 배치되어 있어 이용이 가능하다.  
장비 공간	따로 실을 마련하여 장비 보관하고 있다. 장비 속성에 따라 각 실내에 장비를 분류하여 작은 창고에 따로 분리해 놓기도 하였다. 따로 파티션이나 문이 없어 자유로운 동선을 유도하고 있으며, 장비의 용도에 따라 배치하여 이용에 편의성을 주었다.  

4. 소결

먼저 메이커 스페이스의 운영형태를 살펴본 결과 운영주체는 국내의 경우 대부분 공공기관의 주도 아래 메이커 스페이스가 운영되고 있는 반면 해외의 경우는 민간단체의 주도 아래 메이커 스페이스가 운영되는 것으로 나타났다. 메이커 스페이스 사용 시 대부분 이용자에 대한 제한이 없으나 몇몇 사례는 청소

년이나 특정 대상으로 제한하는 사례도 있었다(E,F).

메이커 스페이스의 공간구성을 살펴보면 9개 사례 모두 작업공간과 장비공간으로 이루어진 것으로 나타났다. 특히 작업공간의 경우 장비공간과 경계가 뚜렷하지 않고, 투명 유리를 나오편형 파티션을 설치하여 개방감을 준 사례가 많았다. 장비공간은 장비 사용의 소음을 줄이기 위해 3D프린터실과 레이저 커터실과 같이 실로서 구획하는 사례가 많았으며, 다른 공간과 비교적 개방감을 주기위해 유리로 문을 설치하는 경우가 많은 것을 알 수 있었다. 그 외에도 작업공간 곳곳에 필요한 장비들을 배치하여 이용자의 편의를 높이는 것으로 나타났다.

해외의 경우에는 작업공간과 장비공간 이외에도 공동으로 사용하는 공용공간이 다양하게 나타나고 있었는데 도서관, 침실, 주방, 카운터 등이 배치되어 휴식 공간으로써의 역할을 함과 동시에 자연스럽게 지식과 생활을 공유할 수 있는 공용 공간으로서의 역할을 하여 이용자의 다양한 활동을 지원하였다. 또한 메이커 스페이스에서는 공간과 기계의 공유뿐만 아니라 교육을 위한 프로그램을 제공하여 메이커 스페이스의 활성화를 유도하고 있었다. 국내의 메이커 스페이스에서는 기본적으로 컴퓨터를 이용한 스케치 및 모델링 프로그램 교육, 시제품을 생산해내기 위한 디지털 제작 장비활용에 대한 교육을 실시하고 있었다. 해외의 경우 장비 활용에 관한 교육보다는 서로가 공유할 수 있는 소스에 관해서 자유롭게 공유하고 그에 관한 교육이 진행되고 있었는데 신입 메이커가 그 공간에 들어가 원하는 것을 만들고 누구에게나 묻는 과정에서 자연스럽게 자율적으로 지식을 나누어 가지는 양상을 띠고 있어 국내와 그 차이가 있었다.

VI. 결론

본 연구는 현대 오피스의 새로운 패러다임을 보여주는 메이커 공간에 대한 이용실태와 공간구성 및 특성을 살펴보았으며, 결론은 다음과 같다.

첫째, 국내 메이커 스페이스의 경우 아직까지 보편화가 활성화 되지 않고 있어 대부분 공공기관이나 대학 등을 통해 운영되고 있었다. 그러나 이미 메이커 스페이스가 어느 정도 자리를 잡고, 보편화가 되어 있는 해외의 경우 민간단체의 주도 아래 운영되는 곳이 활성화 되고 있어 다양한 공간구성 및 이용형태가 나타나는 것을 알 수 있었다. 앞으로 국내 사례의 경우 역시 점차 민간 기업이나 단체에서의 운영이 확대되고, 정부가 이를 지원하는 형식으로 보완 된다면 좀 더 다양한 공간의 구성을 통해 이용자의 활동을 지원하고, 보다 다양한 프로그램을 제공하여 활성화에 기여를 할 수 있을 것으로 판단된다.

둘째, 해외 사례의 경우 메이커 스페이스는 작업과 장비를 위한 공간뿐만 아니라 공용공간을 비롯한 다양한 공간이 함께 구

성되어 있어 이용자들에게 보다 많은 활동을 지원하고 있었다. 그에 비해 국내 사례의 경우 대부분 작업공간과 장비공간으로 공간을 이루고 있어 이용자들에게 다양한 활동을 지원하는 것에 부족할 수 있는 점으로 나타났다. 따라서 국내의 메이커 스페이스 역시 작업공간과 장비공간과 같은 필수적인 공동공간이 외에도 위치나 시설규모, 사용자들의 각 특성을 고려하여 더 다양한 공동시설을 공유할 수 있도록 계획하는 방향을 모색할 수 있어야 할 것으로 판단된다.

셋째, 메이커 스페이스는 남녀노소 불문하고 모든 사람들에게 오픈되어 있는 공간이다. 국내 메이커 스페이스의 경우 그 중에서도 기계공학, 건축학과, 산업공간, 디자인 계통의 특정 전공 분야의 학생들이나 창업 위주의 사람들이 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타난 반면에 해외 메이커 스페이스의 경우 특정 분야의 사람들뿐만 아니라 일반인들의 이용이 매우 활발히 이루어지고 있다는 것을 알 수 있었다. 따라서 국내에서도 아이디어를 가진 사람이라면 누구나 자율적으로 참여하여 지식을 공유하고 있어 메이커 스페이스의 본질적인 의의와 기능에 충실할 수 있도록 적극 홍보해야 할 것이다.

넷째, 메이커 스페이스는 아이디어를 가진 모든 사람들을 지원하는 공간이며, 창작활동을 위해 개인이 구비할 수 없는 고가의 장비 제공과 이러한 장비들을 사용하기 위해 필요한 기술들에 대한 교육을 제공하는 동시에 메이커들 간의 지식교류의 장으로서 역할을 한다. 해외의 경우 이러한 지식 공유의 환경이 유기적으로 연계되어 있으며, 넓은 면적으로 구축돼 있는 반면 국내의 경우 아직 면적이 협소하고 그 사례가 미흡하다. 국내의 메이커 스페이스가 보다 활성화된 업무공간을 구축하고 메이커들의 아이디어 실현을 위한 창작활동을 지원받고 지식과 정보를 서로 공유할 수 있는 공유공간으로서 역할을 충실히 수행하기 위해서는 보다 넓은 공간의 확보가 필요할 것이다. 추후 메이커 스페이스의 활성화를 위해서 공간의 필요면적이나 공간특성에 대한 개선 방안들에 대한 심도 있는 연구가 필요하다.

참고문헌

- 권보람, 김주성(2014). 오프라인 아이디어 혁신공간의 운영 현황 및 활성화 전략, ETRI 창의미래연구소, 7, 30-32
- 데이비드 랭, 장재웅 옮김(2015). 「Zero to Maker: 누구나 메이커가 될 수 있다」. 한빛미디어, 119-122
- 미래창조과학부 보도자료(2014)
- 박영숙(2014). 메이커의 시대, 한국경제신문, 203
- 양재영, 고진수(2015). coworking 공간 유형화에 따른 평면구성 비교분석 - 일본 coworking 공간의 사례를 중심으로. 한국공간디자인학회지, 6(18), 78
- 울리아발터-헤르만, 코린네뷔헝 저(2015). 펍랩, 아카데미프레스.

정연승, 메이커(2015). 소비에서 창조로 만들기 시장에서 찾은 비즈니스 시사점. kt경제경영연구

정종욱(2017). 메이커 교육 및 메이커 스페이스 국내외 현황 및 적용방안, KERIS이슈리포트, 한국교육학술정보원, 13-14

최재규 외 6명 (2014). 국내외 메이커 운동 사례조사 및 국내 메이커문화 활성화 방안 정책 연구, 한국과학창의재단 2014-정책연구과제

함진호, 이승윤, 김형준(2015). ICT DIY 정책과 메이커생태계 구축을 위한 표준화, 한국통신학회논문지, 33(1)

홍소람, 박성우 (2015). 코워킹 스페이스로서의 공공도서관 무한 창조공간 개념분석. 한국도서관·정보학회지, 250-251

황진영(2019). 메이커 문화 정착을 위한 메이커스페이스 조성전략 연구. 부산대학교 대학원 석사학위논문

<http://www.kiot.or.kr/webzine/2015/10/%5B15-07%5D%20ICT%20DIY%20e-Newsletter.pdf>, ICT DIY포럼 7호 뉴스레터

<http://www.makeall.com/subpage.php?p=makerspace>

어린이병원 대기공간의 감성디자인 특성 연구

A Study on the Emotional Design Characteristics of Children's Hospital Waiting Space

모조설, 만연진, 저우자이, 문자영*

한양대학교 생활과학대학 실내건축디자인학과

Moa, Zhaoxue¹, Wan, Yanche², Zhao Jiayi, Moon, Ja-young*

Department of Interior Architecture Design, Hanyang University

Abstract

Children who visit children's hospitals are stressed by extreme tension and anxiety caused by disease treatment while waiting for medical treatment in the waiting space. The purpose of the research in this paper is to analyze the emotional design characteristics of waiting space of children's specialized hospitals in order to relieve the fear that will appear when waiting before treatment and to relieve the stress of children. The method of research is to organize the framework of analysis after arranging the characteristics of emotional design that can appear in children's hospital through previous studies. Through the checklist, the emotional design to relieve stress on the patient's waiting space was analyzed for expression characteristics, and finally the final conclusion was drawn. Emotional design expression characteristics of children's specialty hospital waiting space were high in order of symbolism, behavioral support continuity, and experience. Most of them gave a symbol of space to children's eye level as a factor to stimulate children's curiosity and interest. Most children's hospital waiting areas provided play spaces and reading spaces to support children's activities. Through the interior of the hospital using various characters and various animations, children's visual interests and curiosity were stimulated. It mainly stimulated visual and tactile senses through color, character elements, toys, and rides, and provided mutual experience with the space through physical activities. The composition of the space was often a simple straight form. Therefore, it is expected that curves or various organic forms can give children a different experience and provide space and interaction opportunities.

Key words : Children, Medical Waiting Space, Stress, Emotional Design

주제어 : 어린이, 진료 대기공간, 스트레스, 감성디자인

1. 서론

1. 연구의 배경 및 필요성

현대 사회에서 의료사업의 급속한 발전으로 병원의 기능은 더 이상 단순히 치료 서비스를 제공하는 장소가 아니다. 환자는 병원 치료를 선택할 때 더 이상 의료 수준만을 기준으로 삼지 않는다. 환자들은 치료받고자 하는 동시에 자신의 감성적 측면에 편안함을 주는 병원 환경을 선호한다. 따라서 병원 실내 환경 설계를 할 때 환자의 치료 수요에 맞춰 의료 시설의 배치를 설계하는 것뿐만 아니라 환자의 고통, 긴장감, 스트레스 등 부정적인 감정을 완화할 수 있는 감성 디테일이 필요하다. 특히, 아기 때부터 소년기까지 아동은 생리적 발달과 감각적 인지능

력은 끊임없이 변하며, 병원의 물리적 환경은 어린이 환자에게 불안감을 주고 극도의 스트레스로 치료 거부반응, 신경과민 등으로 나타날 수 있다. 따라서 어린이 병원은 어린이 환자의 불안감과 스트레스를 최대한으로 감소시키기 위한 신체적, 사회적, 감정적 욕구를 충족시켜주는 환경이 필요하다고 볼 수 있다. 특히 대기공간은 어린이환자들이 병원을 이용할 시에 가장 먼저 마주하는 공간인 만큼 아이들에게 병원에 대한 이미지와 인상을 강하게 남기게 된다. 어린이 전문병원에 방문한 어린이는 대기 공간에서 진료를 기다리면서 질병 치료에 의한 극도의 긴장 및 불안감으로 스트레스를 받기 때문에 어린이들이 편안히 진료를 기다릴 수 있는 대기 공간의 환경조성이 필요하다(김수정, 2019). 감성은 인간 고유의 특성 중 하나로 외부환경이 주는 자극을 통해 다른 정서적 반응과 생리적 변화를 일으켜 표현적 행동으로 전환되는 기분(mood)이며, 감성적 요소를 가미한 환경디자인으로 사용자에게 더욱 뚜렷한 기분 변화를 줄 수

* Corresponding Author ; Moon, Ja young

Tel : 82-2-2220-1500, E-mail : jyoungm19@hanmail.net

있다. 따라서 긍정적인 감성적 디자인은 사용자가 환경에서 느끼는 부정적인 감정이나 스트레스를 줄여주며, 유아들은 낮선 환경을 자유롭게 탐구하고, 각기 다른 감각적 자극을 느끼면서 그 환경에 관심을 가질 수 있어 낮선 환경으로 인한 스트레스를 줄일 수 있다. 또한 신체를 이용한 다양한 활동은 어린이의 부정적인 스트레스에 대한 주의력을 자연스럽게 이동시켜 신체의 긴장감을 완화시킬 수 있다. 신체적 활동이나 긴장을 풀 수 있는 쾌적한 환경 분위기, 활동적인 시설, 그리고 감각적 디자인은 어린이들의 스트레스를 줄이는데 중요한 요소이다. 따라서 본 연구의 목적은 아동 환자들이 치료하기 전, 대기할 때 나타날 수 있는 공포감과 스트레스를 해소하기 위한 어린이 전문병원의 대기 공간에서 나타나는 감성디자인 표현 특성을 분석하여 현황을 파악하고, 향후 어린이병원의 감성적 실내디자인의 방향성에 대해 알아보고자 하는 것이다.

2. 연구범위 및 방법

본 연구의 흐름은 먼저 이론적 고찰을 통해 어린이 대상 진료대기 공간의 개념 및 특성, 병원 대기공간과 어린이의 스트레스 관계성, 감성 디자인 개념에 대해 정리하고 이해하였다. 그 후 실내공간의 감성디자인 키워드를 통해 선행연구를 추출하여 감성디자인의 요소와 특성을 분석하고 어린이의 스트레스 해소의 관계성에 대해 정리하였다. 앞서 분석한 선행연구에서 나타난 감성디자인 표현 특성에 대해 빈도수를 정리하였고, 그 중 빈도수가 높게 나타난 체험성, 상징성, 행태지원성, 연속성의 감성디자인 표현 특성에 따라 세부 체크리스트를 작성하여 분석의 틀을 구성 하였다. 체크리스트 분석 틀을 통해 각 사례를 방문하여 사진촬영과 관찰조사를 통해 사례조사를 실시하였으며, 조사대상의 대기공간에 대한 어린이환자들에게 스트레스를 해소하기 위한 감성디자인을 표현 특성에 대해 분석하고, 최종 결론을 도출 하였다.

II. 이론적 고찰

1. 어린이대상 진료대기공간의 개념과 특성

본 연구에서는 어린이전문병원 내에서 병원의 주된 외래진료부 대기공간으로 한정하였다. 외래진료부 대기공간은 병원의 주된 Public Space로서, 어린이환자들이 병원을 이용할 시 도입장소가 되는 만큼 그 병원에 한 강한 인상을 심어주는 곳이다(박지영, 2002). 외래진료부 대기공간은 어린이가 병원에서 치료할 때 가장 먼저 오랜 시간을 보내는 공공 공간이며, 이 체류 기간은 환자에게 매우 중요하다. 이 시간 동안 어린이환자들은 자연

적인 두려움과 긴장된 마음을 갖게 되는데 어린이들은 성인들과는 다른 민감한 특성과 울기 쉬운 행동 특성 때문에 그 다음 치료 과정을 어렵게 만든다. 따라서 대기 공간의 특성 중 하나는 다양한 환경적 요소들을 통해 아동 환자들의 부정적인 감정과 스트레스를 완화하고, 다음 진료에 대한 아이들의 주의를 분산시키는 것이다. 동시에 사용자 구성이 비교적 복잡한 공공 공간으로서 대기 공간에는 다양한 연령대의 어린이환자뿐만 아니라 이들과 동행하는 부모들이 있다. 부모들은 아픈 어린이들을 돌보면서 불안하고 피곤한 것과 같은 부정적인 스트레스를 받는다. 따라서 동반자 부모의 스트레스도 대기공간이 갖는 기능적 특성 중 하나이다.

2. 어린이 병원 대기공간의 공간 구성

어린이 병원의 대기공간은 병원의 도입장소로서 진료를 위한 접수공간과 대기공간뿐만 아니라 어린이들의 불안감과 긴장을 해소하기 위해 놀이환경을 구성하고 있는 것이 특징이다. 따라서 기본적으로 어린이들을 위한 놀이시설을 마련하거나 놀이공간을 포함하며, 최근 어린이 전문 병원의 대기공간은 놀이공간뿐만 아니라 다양한 복합공간을 제공하여 어린이들에게 병원에서 여러 가지 경험을 하며, 유익한 시간을 보낼 수 있도록 하고 있다. 또한 어린이뿐만 아니라 부모들을 위한 공간을 마련하여 함께 편안하고 안락한 환경을 조성하는 등 다기능 공간을 제공하고 있다. 어린이 병원의 대기공간은 특히 병원의 특성상 공간을 구획하지 않고 주로 개방형으로 구성하여 접수공간, 진료공간, 대기공간, 놀이공간 등을 구성하는 것이 특징이다. 그 외에도 병원에 따라 카페, 문화공간, 상담실, 수유실, 전시공간 등의 공간을 구성하고 있다.

3. 병원 대기공간과 어린이의 스트레스

병원은 환자의 질병치료를 효율적으로 진행하기 위한 기능적 건축이고 치료를 위한 의료시설이지만 질병에 의해 병원을 방문한 환자는 두려움과 위압감을 느끼고 의료절차에 의한 과민반응과 저항감을 경험하게 된다(한명옥, 1985). 특히 병원 대기공간은 어린이들이 처음 맞이하는 공간으로 첫인상이 강한 영역이며, 다음에 무엇이 있을까하는 기대감을 갖게 하는 중요한 공간이다. 어린이들은 성인보다 주위 환경에 더욱 예민하며, 장소를 잘 기억하고 디테일을 생생하게 기억한다. 색, 형태, 음악, 재질 등의 요소는 성인보다 훨씬 자극을 쉽게 받는다고 할 수 있다(하세강, 2006). 어린이는 낮선 환경에서 낮선 의사, 낮선 진료기구 등을 접하면 높은 긴장과 미지의 공포를 느끼게 된다. 또한 병을 앓는 생리적 고통은 동시에 어린이들이 스트레스를

느끼도록 자극할 수 있다. 이런 나쁜 스트레스는 영유아 및 어린이들에게 심리적인 스트레스를 유발할 수 있으며, Elkind(1984)는 스트레스를 받는 유아는 정서적으로 안정감을 잃고 조급해지며 주의가 산만해지며 우울증, 기피증, 무기력함을 나타낸다고 말했다. 그리고 심각할 때 다른 사람을 다치게 할 수 있는 공격적이고 파괴적인 행동과 같은 부정적인 행동을 강조했다. 이 때문에 병원이라는 환경에서 특히 영유아 및 어린이들이 처음 맞이하게 되는 대기공간에서 스트레스 행태의 현상을 파악하고, 어린이의 스트레스를 줄일 수 있는 감성적 환경 디자인 계획에 대한 연구가 필요하다 하겠다.

4. 감성 디자인의 개념

감성이란 감각기관을 통해 나타나는 감각과 지각 및 심리적 활동에 속하는 인식을 뜻하며 여러 복합적인 감정이나 느낌 등을 말한다. 이러한 감성은 개인마다 차이가 있으며, 이는 개인의 생각·기억·경험 등이 감성에 영향을 미치기 때문이다. 디자인에서의 감성은 미학이나 감정 쪽으로 기울어진 인간적인 표현을 다루는 측면으로 형태, 색채, 재질과 같은 ‘물리적 요소’와 사용성, 조작성, 편리성과 같은 ‘생리적 요소’, 불쾌, 유쾌, 쾌적성 등의 ‘심리적 요소’로 구분하고 있다(송창호와 민규홍, 1997). 감성디자인의 의미는 소비자의 욕구가 다양해지고 개성화됨에 따라 소비자의 감성적 요구를 적극적으로 파악하여 디자인에 적용하고자 하는 디자인 방법을 말하며, 그 과정에서 소비자의 니즈를 파악하고 추론하여 디자인에 적용시킴으로써, 소비자의 감성을 만족시켜 심리적 감흥을 일으키는 디자인이라 정의할 수 있다(신동진, 2003). 또는 인간이 가지고 있는 이미지나 감성을 물리적인 디자인 요소로 번역해 구체적으로 설계하는 기술을 의미하기도 하며, 인간과 공간과의 상호관계를 중심으로 생리적, 심리적 특성을 고려하여 인간과 환경과의 인터페이스를 설계하는 것이라 할 수 있다(권유지, 2010). 따라서 어린이 병원에 감성디자인 적용은 아이들의 신체적 고통을 감소시키고, 아이들의 진료와 치료에 대한 두려움을 해소시켜 심리적 조절과 함께 치료의 보조 수단이 될 수 있다.

5. 실내공간의 감성디자인 선행연구

진료 대기공간에서 스트레스를 해소하기 위한 감성디자인 특성에 대해 분석하기 위해 먼저 감성디자인을 키워드로 하여 선행연구를 추출하였다. 특히 감성디자인 관련 연구는 2000년대에 들어오면서 활발히 이루어지고 있어 2000년 이후에 게재된 학위논문을 중심으로 선행연구를 진행하였다. 선행연구에서 다루고 있는 실내공간에서 나타난 감성디자인의 표현 특성들을 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 실내공간의 감성 디자인 키워드 선행연구

분류	연구자	제목	감성디자인 특성
1	김명선 (2004)	디자인 호텔 실내 공간의 감성적 표현 특성에 관한 연구	체험성, 상징성, 장면성, 연속성, 비밀상성
2	박수정 (2005)	이토도요 공간디자인에 나타난 감성적 표현 특성에 관한 연구	체험성, 상징성, 연속성, 탈스케일
3	서수경 (2007)	뮤지엄의 감성적 공간 특성에 관한 연구: 20세기 이후 작품 분석을 중심으로	지원성, 체험성, 상징성, 연속성, 장면성, 탈스케일
4	윤정미 (2007)	현대 주거공간 디자인의 감성적 표현 요소에 관한 연구	체험성, 행태지원성, 장면성, 연속성, 상징성
5	하세강 (2006)	국내 어린이병원 실내디자인에 나타난 감성적 표현 특성에 관한 연구	시각적 체험과 상징성, 탈스케일, 장면화, 비밀상성, 조건반사적 체험
6	신선영 (2011)	어린이 놀이 학습 공간 실내디자인의 감성 표현 특성	행태지원성, 체험성, 연속성, 상징성, 스케일
7	최민영 (2011)	감성디자인을 주제로 한 오피스 공간 디자인 연구	장면성, 연속성, 상징성, 체험성, 탈스케일
8	오유경 (2011)	보육시설의 보육공간에 적용된 감성 디자인 표현 특성에 관한 연구	체험성, 연속성, 지원성, 상징성
9	최은신 (2016)	엑스포 파빌리온에서 감성디자인 표현 연구	상징성, 지원성, 장면성, 연속성, 체험성

선행연구 분석 결과 실내공간에 있어 감성디자인 표현 특성은 연구자별로 다양하게 나타났는데 이를 정리해보면 행태지원성, 체험성, 상징성, 연속성, 비밀상성, 장면성, 탈스케일로 구분할 수 있었다. 이를 다시 연구자별로 감성디자인의 특성을 빈도수에 따라 정리하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 연구자별 실내공간의 감성디자인 표현특성 빈도수

특성별	연구자									빈도
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
행태지원성			●	●		●		●	●	5
체험성	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9
상징성	●	●	●	●	●	●	●	●	●	9
연속성	●	●	●	●		●	●	●	●	8
비밀상성	●				●		●			3
장면성	●		●	●	●				●	5
탈스케일		●	●		●	●	●			5

선정된 9개의 선행연구를 비교한 결과 감성디자인 표현 특성 중에서 체험성과 상징성이 9번으로 가장 높게 활용되었으며, 연속성이 8번, 행태지원성과 장면성, 탈스케일은 각각 5번으로 활용되어 빈도수가 비교적 높게 나타났고, 비밀상성은 3번 활용되어 빈도수가 낮은 것을 알 수 있었다. 이에 따라 본 연구는 빈도수가 높게 나타난 체험성, 상징성, 행태지원성, 연속성을 통해 어린이 병원 대기공간의 실내공간의 감성디자인에 대해 분석하고자 하며, 각 특성의 개념과 어린이의 스트레스와의 관계성에 대해 먼저 내용을 정리하였다.

1) 체험성

공간의 체험성이란 감각과 지각을 통한 능동적인 공간인식으로 감성을 자극하는 체험요소를 적용하여 사용자가 공간에서 발생하는 감성적 욕구를 충족하도록 설계하는 것을 말한다. 즉, 감성디자인을 공간에 적용하기 위해서는 먼저 인간의 공간 체험 의지를 이끌어내기 위해 다양한 방법으로 오감을 자극하는 요소를 통해 공간에 표현하여 인간이 공간과 상호작용할 수 있는 기회를 제공해야 한다(오유경, 2011). 표현 요소는 공간의 재

료 및 색채, 빛, 형태, 장식적 요소 등을 통해 나타날 수 있다.

어린이는 성장 단계에 있고 오감에 대한 요소는 탐색 단계에 있기 때문에 청각, 시각 및 촉각과 같은 직접적 감각기관은 어린이에게 더욱 더 경험적이다. 어린이 진료 대기공간에 있어 체험성은 어린이들의 오감을 통한 감성적 체험요소를 통해 공간을 능동적으로 인식하도록 하며, 감성적 욕구를 만족 시킬 수 있도록 디자인하는 표현 특성이다.

2) 상징성

감성적 공간은 인간과 환경이 서로 상호작용 하는 동안 그 환경에 대한 의미와 상징성을 형성한다(김흥기, 2001). 이는 공간에 대한 인간의 경험과 심리적 만족과 관계되며, 단순한 기능적·물리적 해결의 공간이 아닌 개인의 가치관을 대변하며, 사회와 문화를 반영하는 특징을 갖는다. 이러한 상징적 표현은 현대 감성공간에 있어 많이 차용되는데, 사용자의 호기심을 유발하고 강한 기억을 남기도록 하기 위해 공간에 공간 고유의 특성을 부각시킴으로써 표현되기도 한다. 또한 공간에 어떠한 물리적 요소를 적용하였을 때 사용자에게 그 공간의 의미와 공간에서 일어나는 주된 활동이 무엇이며 어떤 행동을 기대할 수 있는지 암시를 주기도 한다.

어린이병원은 치료 전 두려움이나 긴장감을 해소시킬 수 있도록 아이들의 눈높이에 맞는 흥미롭고, 친근한 공간을 형성할 수 있는 상징적 공간으로 표현하는 것이 중요하다. 또한 어린이는 사물에 대한 접근이 적고 성인사회에서 사용하는 기호나 표지의 경우 어린이는 인지하지 못할 수 있기 때문에 캐릭터와 그래픽 문자와 같은 조형적인 표현 및 공간의 형태, 오브제적 장치는 어린이에게 개념적 도구로서 의미적이고, 상징적 표현수단으로 나타날 수 있다.

3) 행태지원성

지원성은 공간이 인간과 상호작용 할 수 있는 방식을 지각하는 것이며, 공간의 지원성이란 인간이 공간 내에서 원활한 활동을 하기 위한 수단을 얻고, 공간과 그 공간에서의 활동에 적합한 심리적, 생태적 관계생성을 지원해 주는 것이다(이정민, 2003). 즉, 감성디자인은 인간의 행동가능성을 파악하여 인간의 행태와 감성을 고려하는 인간 중심의 능동적인 공간을 설계하는 것이다(최은신, 2016).

어린이 병원의 대기 공간에 있어 지원성은 아이들의 행태를 고려한 공간의 설계 및 프로그램과 관련 있다. 어린이들의 특수한 집단을 고려하여 종종 전문적인 지원 공간이 필요하며, 이를 통해 활동의 목적에 맞게 효율적인 활동을 지원할 수 있다. 따라서 어린이 대기공간도 대부분 복합공간이며 어린이 행사장, 학부모 동반 대기공간이 포함되는 경우가 있다. 또한 어린이의 감성에 따른 다양한 표현요소로 공간에 있어 편리함과 쾌적함 등의 심리적 만족감을 줄 수 있다.

4) 연속성

공간에서의 연속성이란 심리적 차원의 비일상적 의식작용을 하나의 장면, 또는 여러 장면으로 나누어 표현하는 방식이라 할 수 있다. 인간은 공간에서의 이동에 의해 지각작용과 심리적 변화를 겪으며, 연속적 변화의 현상과 움직임의 연결에 따른 장면의 전개현상을 얻고, 공간 내에서 신체가 움직이면 시간의 경과와 위치 변화에 따라 장면과 장면간이 연속적 관계성으로 이어져 공간경험을 이끌게 된다. 공간에서 연속성이 적용되면 기대감을 부풀게 하고, 방향을 제시하며, 움직임을 유도하고 흥미를 유발하여 공간속에 위치한 공간과 대상을 통해 개념을 보여지게 된다(신선영, 2010). 이는 공간의 구성과 배치, 동선, 디자인 형식 등에 의해 표현 될 수 있다.

어린이 진료 대기공간에서 연속성은 아이들의 흥미와 관심을 끌 수 있는 여러 가지 심리적 요소를 공간에 적용하여 공간에서의 움직임에 의한 시선 이동에 따라 다양한 감성적 욕구를 충족시킬 수 있는 특성이라 할 수 있다. 선행연구 분석을 통해 감성디자인의 어린이 진료 대기공간 내 표현특성을 4가지 특성으로 구분하여 정리하였다.

6. 분석의 틀

본 연구에 앞서 선행연구와 함께 어린이 진료대기공간에 있어 감성디자인 적용성에 대해 파악하기 위해 예비조사를 실시하였고, 2곳의 어린이 전문 병원 대기공간을 방문하여 표현특성에 따라 각 요소 세부 내용을 체크하였다. 어린이병원 진료 대기공간에 적용되는 감성디자인 표현 특성에 대한 세부내용을 정리한 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3> 대기 공간의 감성적 표현특성 세부내용

표현특성	분류	계획요소
체험성	E1	오감을 자극하는 요소로 빛, 색채, 재질, 형태 등을 공간에 표현하여 어린이가 공간과 상호작용 할 수 있는가?
	E2	대기공간에 장남감과 캐릭터, 도서, 놀이기구 등이 제공되어 아이들의 다양한 감성적 경험을 제공하는가?
	E3	대기공간에 경쾌하고 편안한 환경 사운드 또는 음악이 조성되어 아이들에게 청각적 경험을 제공하는가?
상징성	S1	아이들의 눈높이에 맞도록 병원의 상징성을 표현하는 요소가 있는가? (형태, 색, 캐릭터, 그래픽, 패턴 등)
	S2	어린이의 호기심을 유발하고 기억을 자극할 수 있는 요소가 있는가? (재미있고 독창적인 가구 및 설치물, 색채 등)
	S3	캐릭터, 그래픽 문자 요소, 공간의 형태 등을 통해 어린이에게 공간에서 일어나는 주된 행위활동을 암시할 수 있는가?
행태 지원성	B1	이용자의 요구에 따라 변화하는 공간 및 다양한 활동을 위한 공간이 마련되어 있는가?
	B2	아이들이 안전할 수 있도록 공간이 구성 되었는가?
	B3	자연채광 및 환기, 냉난방 시스템, 쾌적한 재료, 조명 등을 통한 쾌적한 환경을 제공하는가?
연속성	C1	시각적 요소의 연속적 도입으로 아이들의 능동적인 동선을 유도하는가?
	C2	움직임을 유도하기 위한 시각적 흥미와 호기심을 자극할 수 있는 다양한 요소들이 설치되어 있는가?
	C3	자연스럽게 연결된 공간의 형태로 이동이 수월한 동선의 흐름을 제공하는가?

III. 사례 분석

1. 조사대상 개요

본 연구는 서울 지역에 위치한 어린이 병원을 대상으로 최근 20년에 설립된 곳부터 비교적 오래 전 설립된 곳 모두 분석의 대상으로 삼았다. 따라서 2000년대 초반에 오픈된 어린이 병원부터 최근 2016년도에 오픈된 곳을 포함하여 총 6곳을 조사대상으로 선정하여 사례분석을 실시하였다. 이 중 가장 개관 된지 오래된 곳은 사례 A로 2002년에 오픈하였으며, 가장 최근에 지어진 곳은 사례F로 2016년도에 오픈하였다. 본 연구에서 조사한 대기공간은 주로 로비 층에 마련된 공간으로 지하를 포함하여 지층부에 많이 분포되어 있었다. 조사대상의 구체적인 개요는 <표 4>와 같다.

<표 4> 조사대상의 개요

분류	명칭	설립 년도	면적	건축 규모	대기공간 층수	위치
A	서울대학교 어린이병원	2002	16,86 ㎡	B1-7	B1,1,2,3	종로구 연건동
B	신촌세브란스 어린이병원	2006	11,173 ㎡	1-10	1,2	서대문구 연세로
C	서울특별시 어린이병원	2007	14,872 ㎡	B1-6	1,2	서초구 현릉로
D	서울아산 어린이병원	2009	2,139 ㎡	1	1	송파구 울림픽로
E	오산 서울 어린이병원	2013	9784 ㎡	B1-5	1	오산시 경기대로
F	푸르메재단 넥슨 어린이재활병원	2016	18,572 ㎡	B3-7	1,2,3	마포구 월드컵북로



2. 분석방법

본 연구는 선행연구를 바탕으로 도출된 체험성, 상징성, 행태지원성, 연속성에 따라 어린이 병원 아동 대기 공간의 감성적 디자인 표현 특성에 대해 분석하였다. 분석의 틀에 체크항목 리스트에 따라 표현특성별 계획 요소를 모두 만족 하였으면 높음 ●(5점), 1~2개 계획 요소를 만족하면 보통◎(3점), 모든 계획요소가 만족되지 않을 시 낮음○(0점)으로 하여 3가지 단계의 척도로 조사하여 평가하였다. 아이들이 처음 방문하는 공간에 중점을 두기 위해 주출입구를 통한 로비에 위치한 대기공간을 중심으로 조사하였다. 조사기간은 2019년 11월 20일~30일로 총 10일간 이루어졌으며, 각 사례를 현장 방문하여 관찰 및 사진촬영을 통해 진행하였다.

3. 어린이 진료 대기공간의 감성디자인 특성 분석

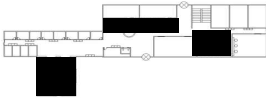

1) 사례 A : 서울대학교 어린이병원

<표 5> 사례A 분석내용

A 병원					
평면도 (B1)	공간 구성 및 배치				
	접수 및 수납, 대기공간, 진료실				
감성디자인 표현 특성					
사진					
	특성	체험성	상징성	행태지원성	연속성
체험성	E1	●	●	◎	●
	E2	●	●	◎	●
	E3	●	●	◎	●
상징성	S1	●	●	◎	●
	S2	●	●	◎	●
	S3	●	●	◎	●
행태지원성	B1	●	●	◎	●
	B2	●	●	◎	●
	B3	●	●	◎	●
연속성	C1	●	●	◎	●
	C2	●	●	◎	●
	C3	●	●	◎	●


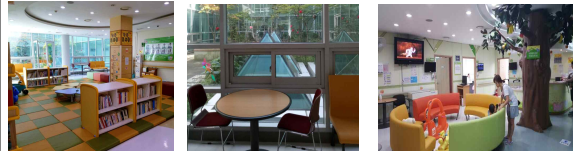
2) 사례B : 신촌세브란스 어린이병원

<표 6> 사례B 분석내용

B 병원					
평면도 (1F)					
공간 구성					
<div></div>		대기공간, 로비(주출입구), 안내, 진료실 (1-10), 치료실, 계측실, 수유실, 검사실, 외래 접수 및 수납, 영상 촬영실, 초음파실, 재활실, 주사실, 소아 내시경실, 기브스실, 불리자드 I-room			
감성디자인 표현 특성					
사진	<div></div>				
	특성	체험성	상징성	행태지원성	연속성
		◎	●	●	◎
체험성	E1	대기공간에는 파스텔계열의 기다란 쿠션 형 의자가 배치되어 있고, 공간 곳곳에 다양한 애니메이션이 그려져 있어 아이들의 시각적 경험을 제공한다. 천장에는 채광조명으로 어린이의 시각과 촉감을 자극하고 어린이가 공간과 상호작용 할 수 있는 기회를 제공하고 있다.			
	E2	대기공간에는 작은 책꽂이와 소량의 어린이 책들이 놓여 있고, 대기공간에 마련된 놀이공간에 장난감과 캐릭터 도서가 배치되어 아이들에게 여러 가지 경험을 제공한다.			
	E3	음악적 요소는 없어 청각적 요소는 표현되지 않았다.			
상징성	S1	어린이들이 건강하게 쑥쑥 자라는 장수 동물 기린을 병원의 대표 캐릭터로 상징화 하고 있다. 대기공간뿐만 아니라 병원 곳곳에 대표캐릭터와 다양한 애니메이션을 이용해 인테리어하고, 대기 공간 입구에 빨간 비행선이 매달려 있는 장식물을 통해 어린이들에게 친숙하고, 재미있고 유쾌한 공간의 상징성을 부여하고 있다.			
	S2	벽에 그려진 다양한 애니메이션은 이야기의 줄거리와 연관이 있어 어린이들의 호기심을 자극하고 기억을 연상시킨다.			
	S3	공간 속 애니메이션은 사인과 문자의 역할을 대신하여 어린이들에게 낯설지 않고 친근감 있게 공간의 주요 활동을 암시할 수 있도록 하고 있다.			
행태지원성	B1	대기공간은 어린이들이 마음껏 뛰어 놀 수 있는 넓은 활동공간으로 구성되어 있으며, 놀이 공간, 실내 무대가 설치되어 있어 음악회, 문화활동, 유희공간 등의 다양한 활동을 지원한다. 또한 e-도서실(불리자드 I-Room)는 배움과 휴식의 공간으로 아이패드와 노트북을 활용한 학습과 병원생활에 도움이 될 수 있는 다양한 프로그램(메디컬 놀이, 음악놀이, 문화 프로그램, 미술 심리 치료, 생일 파티 등의 어린이들을 위한 다양한 프로그램을 지원하고 있다.			
	B2	어린이들의 안전을 고려하여 딱딱한 재질 보다는 폭신폭신한 소재와 라운드형태의 가구를 주로 사용하였으나 모서리 띠와 같은 안전 요소는 설치되어 있지 않았다. 바닥과 벽의 재질은 딱딱하고, 매끄러운 소재로 부드럽고 안전한 형태를 띠지는 않았다.			
	B3	창문과 문을 통한 자연채광 및 환기가 자유롭게 이루어지고 있으며, 냉난방 시스템이 적절하게 유지되고 있었다. 천장에 유입되는 자연광은 따뜻하고 밝은 분위기가 연출되었으며, 쾌적성을 주기에 충분하였다.			
연속성	C1	어린이들의 시각을 자극하는 요소들이 곳곳에 있으나 이것이 시각적으로 연결성을 주기에는 무리가 있다.			
	C2	대기공간을 포함 곳곳에 다양한 캐릭터와 애니메이션이 설치되어 있어 아이들의 시각적 흥미와 호기심을 자극하고 있으며, 다른 공간으로의 기대감을 주고 있다.			
	C3	어린이들이 자연스럽게 공간을 인지할 수 있는 동선의 흐름이라기 보다는 다소 넓은 실내 공간으로 어린이들이 공간을 이동 하는데 다소 복잡하게 느낄 수 있어 보호자의 안내가 필요할 것으로 보인다.			



3) 사례C : 서울특별시 어린이병원

<표 7> 사례C 분석내용

사례C 병원									
평면도 (1F)	공간 구성 및 배치								
	로비, 접수, 수납. 상담실, 진료실, 카페								
감성디자인 표현 특성									
사진									
특성	<table><tr><th>체험성</th><th>상징성</th><th>행태지원성</th><th>연속성</th></tr><tr><td>●</td><td>●</td><td>●</td><td>●</td></tr></table>	체험성	상징성	행태지원성	연속성	●	●	●	●
체험성	상징성	행태지원성	연속성						
●	●	●	●						
체험성	E1	로비 및 대기공간의 바닥, 벽, 가구는 주로 어린이들의 눈높이에 맞는 빨강, 노랑, 초록 계열의 색상으로 표현하였고, 카페트와 폭신폭신한 소재의 가구를 통해 시각 및 촉감을 자극한다. 또한 대기공간에는 실내 조경의 나무가 설치되어 있어 자연친화적인 요소가 나타나며, 이는 어린이들에게 있어 재료의 물성에서 자연을 체험하도록 하며, 오감을 자극하여 공간과 상호작용할 수 있는 경험을 제공한다.							
	E2	로비 한 구역에는 어린이들이 독서할 수 있도록 도서공간이 마련되어 있으며, 간단한 장난감을 두어 유희적 경험을 제공한다.							
	E3	대기공간에는 동요를 통해 경쾌한 느낌을 주고, 어린이들에게 청각적 경험을 제공한다.							
상징성	S1	다양한 원색의 컬러와 어린이들을 위한 유희적 설치물을 통해 공간의 상징성을 주고 있으며, 병원 대표캐릭터인 코끼리를 곳곳에 인테리어로 활용하여 공간의 정체성을 주고 있다.							
	S2	공간의 놀이 공간과 색깔의 배합은 아이들의 호기심을 자극할 수 있으며, 병원 대표 캐릭터는 어린이들에게 재미있고, 호기심을 줄 수 있는 요소로 작용되었다.							
	S3	공간을 안내하는 표시가 모두 코끼리 캐릭터로 공간에 맞게 표현되고 있어 아이들의 호기심을 유발하며, 공간의 주된 행위를 암시하게 해준다.							
행태지원성	B1	대기공간 층에는 놀이공간이 따로 마련되어 있지는 않지만 아이들의 유희적 경험을 제공하는 설치물, 장난감, 도서공간이 배치되어 다양한 행태를 지원하고 있다. 또한 카페공간이 마련되어 있어 어린이들과 함께 온 부모들이 휴식을 취하고, 차를 마실 수 있도록 하였다.							
	B2	대기공간은 주로 라운드형의 가구와 폭신폭신한 소재, 카페트를 사용하여 어린이들이 사용하기에 안전성을 주고 있다.							
	B3	어린이들이 주로 활동하는 공간에 자연채광이 유입될 수 있는 큰 창이 배치되어 있어 적절한 환기와 채광을 통해 실내를 밝고 쾌적하게 유지하고 있다. 자연채광으로 인해 실내 조명요소는 최소화 하였지만 공간의 밝기는 적절하게 유지되고 있으며, 냉난방 시스템이 작동되어 불편함이 없다.							
연속성	C1	공간 곳곳에 병원 캐릭터와 어린이들의 흥미를 끄는 시각적 요소들이 배열되어 있어 자연스럽게 어린이들의 움직임을 이끌며 공간의 연속적 경험을 유도하고 있다.							
	C2	어린이들의 흥미와 호기심을 줄 수 있는 유희적 설치물이나 장난감들이 곳곳에 배치되어 어린이들의 시선을 이끌며 움직임을 유도하고 있다.							
	C3	복잡하지 않은 개방형의 넓은 대기공간은 자유로운 동선의 흐름으로 하나의 놀이공간처럼 인식하게 하며, 공간의 이동이 복잡하지 않고 수월하다.							

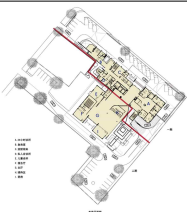

4) 사례D : 서울아산 어린이병원

<표 8> 사례D 분석내용

평면도 (1F)		공간 구성 및 배치			
		- 대기 공간, 외래진료 및 수납, 안내, 주사실, 진료실, 심리상담센터, 문화광장, 전시실			
감성디자인 표현 특성					
사진					
	특성	체험성	상징성	행태지원성	연속성
체험성	E1	노랑, 초록, 등 벽 색깔의 조합과 벽에 그려진 캐릭터 및 만화요소는 어린이들에게 시각적 자극을 줌으로써 오감을 자극하여 어린이가 공간과 상호작용 할 수 있는 기회를 제공한다.	●	◎	◎
	E2	대기공간에는 TV가 있어 어린이들이 어린이 프로그램을 시청할 수 있도록 하였으며, 대기공간에는 장난감과 도서, 놀이기구를 통해 병원 안에서 여러 가지 경험을 제공한다.	●	◎	◎
	E3	대기공간에는 동요를 통해 경쾌한 느낌을 주고, 어린이들에게 청각적 경험을 제공한다.	●	◎	◎
상징성	S1	대기 공간의 벽과 의자는 밝은 노랑, 초록색을 주로 사용하고, 벽에는 캐릭터 장식으로 어린이들에게 공간의 정체성을 주고 있다. 그 외에 공간의 특별함을 부여하기 위해 어린이의 관심을 끄는 독특한 요소의 적용은 미흡하다.	●	◎	◎
	S2	벽에 그려진 다양한 캐릭터의 만화는 어린이들의 호기심을 자극하고 있다.	●	◎	◎
	S3	도형 문자 요소를 통해서 공간의 주요 행동 활동을 암시할 수 있다.	●	◎	◎
행태지원성	B1	대기공간에 어린이의 활동공간이 있지만 공간이 다소 협소하여 어린이들이 마음껏 뛰어 놀이에는 부족하다. 놀이공간이 따로 마련되어 있지 않고 대기공간 내에 비치되어진 장난감이나 도서를 통해 어린이들의 활동을 지원하고 있다.	●	◎	◎
	B2	비교적 폭신한 소재의 의자를 두고 있으나 안전띠와 같은 요소는 없으며 가구사이의 폭은 어린이들이 지나다니면서 부딪힐 수 있는 정도로 보였다.	●	◎	◎
	B3	자연채광이 유입되나 대기공간 까지 유입되는데 멀어 주로 실내조명을 통해 밝기를 유지하고 있으며, 공간의 규모는 대기공간이 볼품 있는 공간으로 어린이들이 몰릴 시에는 쾌적성이 부족할 수 있는 요소로 나타났다.	●	◎	◎
연속성	C1	아이들에게 시각적 요소를 통한 연속적 경험을 제공하는 요소는 나타나지 않았다.	●	◎	◎
	C2	공간은 만화 형식의 캐릭터를 통해 어린이들의 시각적 자극을 통한 움직임을 유도하고 있다.	●	◎	◎
	C3	공간과 공간은 복도 형식으로 이동할 수 있게 되어 어린이들이 다른 공간까지 이동할 수 있도록 연결하고 있다.	●	◎	◎

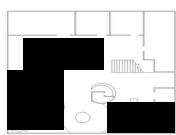



5) 사례E : 오산 서울어린이병원

<표 9> 사례E 분석내용

E 병원	
평면도 (1F)	공간 구성 및 배치
	대기공간, 카페, 접수, 수납, 진료실
감성디자인 표현 특성	
사진	
특성	체험성 상징성 행태지원성 연속성
체험성	E1 여러 가지 원색 컬러를 이용하여 벽과 의자를 구성해 시각적 재미를 주고, 폭신한 소재의 재질은 어린이들의 촉각을 자극한다. 공간의 형태는 다소 평범한 평면적 형태와 배치로 어린이들에게 다양한 경험을 제공하기에는 부족해 보였다.
	E2 대기공간에는 도서와 장난감이 배치되어 있어 어린이들에게 독서와 유희적 경험을 제공한다.
	E3 음악적 요소는 없어 청각적 요소는 표현되지 않았다.
상징성	S1 병원은 전체적으로 노랑, 초록, 보라, 빨강색을 사용하여 색채를 통한 공간의 상징성이 나타나며, 캐릭터나 그래픽 요소와 같은 요소는 없었다.
	S2 규칙적으로 배열되는 여러 가지 색을 조합한 가구들이 어린이들에게 재미요소로 나타나고 있다.
	S3 캐릭터와 그래픽 문자를 통한 공간의 인지성은 없으며, 공간마다 색을 다르게 표현하여 어린이들에게 공간의 인지성을 주고 있다.
행태지원성	B1 대기공간에는 어린이들이 자유롭게 이동할 수 있도록 넓게 위치하고 있어 다양한 활동을 주고 있으나, 놀이공간이 따로 제공되지는 않았다. 곳곳에 장난감과 놀이시설물을 배치하여 아이들에게 신체적 활동을 제공한다. 카페가 있어 어린이와 함께 온 부모들이 휴식을 취하며 차를 마실 수 있도록 하였다.
	B2 의자는 폭신폭신한 쿠션형 소재와 라운드 형태나 모서리가 둥근 형태를 사용하여 어린이들에게 안전성을 주었다. 바닥은 다소 미끄러울 수 있는 형태이나 어린이들이 넘어질 시 다치지 않도록 로비에 배치된 모든 가구들이 주로 라운드형으로 구성되어 있었다.
	B3 모든 병실과 복도에 온돌 난방 시스템이 작동하여 편안하고 따뜻하게 보낼 수 있도록 하였으며, 채광의 유입은 없고 실내 조명으로 밝기를 유지하고 있었다.
연속성	C1 벽에는 일정하게 배치되는 색들의 변화로 시각적 변화를 주면서 어린이들의 능동적인 동선을 유도하고 있다.
	C2 공간은 넓게 홀로 구성되어 있어 어린이들의 움직임이 비교적 자유롭고, 곳곳에 시각적인 재미난 요소들보다는 색채의 변화로 아이들의 흥미를 끌고, 호기심을 주어 공간의 기대감을 주고 있다.
	C3 공간은 각각의 뚜렷한 색상을 통해 문과 벽을 통해 표현하고 있어 어린이들이 색채를 통해 공간의 인지를 통해 동선을 유도하고 있었으며, 다소 구획되지 않은 공간의 흐름은 어린이들에게는 다소 복잡하게 느껴질 수 있었다.

6) 사례F : 푸르메재단 넥슨 어린이재활병원

<표 10> 사례F 분석내용

F 병원									
평면도 (1F)	공간 구성								
	- 대기 공간, 접수공간, 독서공간, 놀이공간, 재활공간, 카페								
감성디자인 표현 특성									
사진	  								
특성	<table><tr><th>체험성</th><th>상징성</th><th>행태지원성</th><th>연속성</th></tr><tr><td>●</td><td>●</td><td>●</td><td>●</td></tr></table>	체험성	상징성	행태지원성	연속성	●	●	●	●
체험성	상징성	행태지원성	연속성						
●	●	●	●						
체험성	E1	대기공간은 주로 화이트, 노랑, 하늘색을 사용하여 아이들에게 따뜻하고 밝은 느낌을 주고 있으며, 한쪽 벽면에는 커다란 장식적 요소인 액자가 설치되어 아이들에게 시시각각 경험을 주고 있다. 공간은 다소 평범할 수 있는 직선적 형태이나 중간에 원형의 인셉션을 두어 다양한 형태의 경험을 제공한다. 벽면에 넓게 개방된 창은 외부의 빛을 받아들이어 아이들의 시각과 촉각을 자극하며, 어린이가 공간과 상호작용 할 수 있는 경험을 제공한다.							
	E2	대기 공간에 도서관과 어린이 활동 공간이 마련되어 있어 장남감과 캐릭터 도서, 놀이기구를 통해 다양한 경험을 제공한다.							
	E3	대기공간의 카페에는 편안하고 조용한 음악을 틀어놓아 대기 공간까지 음악이 흐르며, 어린이들은 차분한 감성을 느낄 수 있도록 되어 있다.							
상징성	S1	대기공간에 마련된 부모와 함께 할 수 있는 재활공간은 이 곳의 정체성을 보여주고, 다양한 형태와 색채, 재질, 신체적 놀이기구 등은 이 공간의 고유성을 나타내고 있다.							
	S2	공간에는 어린이들이 실내에서 산책할 수 있도록 하는 공간이 마련되어 있어 아이들의 호기심을 유발하며 재미있는 경험적 자극을 제공한다.							
	S3	색상이나 공간의 형태, 설치물 등을 통해 어린이에게 공간에서 일어나는 주된 행위활동을 암시해 주고 있다.							
행태지원성	B1	대기공간에는 보호자와 함께 할 수 있는 재활공간이 마련되어 있어 걷는 훈련 겸 실내에서 산책 할 수 있도록 하였다. 또한 독서공간과 놀이공간이 함께 마련되어 있어 어린이들의 놀이와 편의를 제공하고 있다. 카페가 마련되어 있어 어린이들뿐만 아니라 함께 온 부모나 보호자가 음료를 마시며 휴식을 취할 수 있도록 하고 있다.							
	B2	재활병원 특성상 모든 가구 배치에 있어 충분한 여유를 두어 휠체어의 이동에 불편함이 없도록 하였다. 안전을 고려한 폭신폭신한 소재와 라운드형 가구를 주로 배치하였다.							
	B3	병원 대기공간은 다른 공간에 비해 천장이 높고 창문이 커서 자연광이 더 많이 유입되어 밝고 개방되어 있어 쾌적성을 주었다. 환기 및 냉난방 시스템이 적절히 이루어지고 있었다.							
연속성	C1	일정한 배열의 규칙적인 의자배치는 어린이들에게 시각적으로 공간과 공간을 연결하여 스스로 시선의 방향을 설정하고, 심리적인 동선을 형성할 수 있도록 도와주고 있다.							
	C2	어린이들의 흥미를 끌만한 캐릭터나 그래픽 패턴과 같은 요소는 없지만 공간마다 가구나 벽 요소에 색감을 다르게 설정하여 어린이들에게 시각적 자극을 주고 움직임을 유도한다.							
	C3	공간이 구획되지 않은 홀 형태의 로비는 어린이들이 자연적인 움직임에 따라 방향을 설정하고 다른 공간으로 이동하게 되어 있다. 이러한 이동은 연속적 시점 변화에 의해 공간에 다양한 경험을 할 수 있다.							

<표 11> 조사대상 대기공간에 나타난 감성디자인 표현 특성 종합

특성		사례						
		A	B	C	D	E	F	평균
체 험 성	E1	●	●	●	●	●	●	5.0
	E2	●	●	●	●	●	●	5.0
	E3	○	○	●	●	○	●	2.5
	종합	◎	◎	●	●	◎	●	4.0
상 징 성	S1	●	●	●	●	●	●	5.0
	S2	●	●	●	●	●	●	5.0
	S3	●	●	●	●	●	●	5.0
	종합	●	●	●	●	●	●	5.0
행태 지 원 성	B1	○	●	●	○	●	●	4.1
	B2	○	●	●	○	●	●	4.1
	B3	●	●	●	●	●	●	5.0
	종합	◎	●	●	◎	●	●	4.3
연 속 성	C1	●	○	●	○	●	●	3.3
	C2	●	●	●	●	●	●	5.0
	C3	●	○	●	●	●	●	4.1
	종합	●	◎	●	◎	●	●	4.3
평균		3.8	3.8	5.0	3.8	4.6	5.0	4.4

<표 12> 종합 결과

분류	조사 결과
특성	상징성 > 행태지원성 = 연속성 > 체험성
사례	C, F > E > A, B, D
도표	<p>■ 체험성 ■ 상징성 ■ 행태지원성 ■ 연속성</p>

조사대상 대기공간의 감성디자인 표현 특성은 상징성>행태지원성=연속성>체험성 순으로 높게 나타났다. 상징성이 평균 5.0 점으로 가장 높았는데 모든 사례가 어린이들의 호기심이나 흥미를 자극시키는 요소로 아이들의 눈높이에 맞는 공간의 상징성을 부여하고 있었다. 행태지원성의 경우 어린이들을 포함한 보호자를 위한 다양한 활동을 지원하는 공간에 대해 사례별로 차이가 있었으며, 어린이들을 위한 놀이공간 및 독서공간을 제공하는 것에 대해 대부분 사례가 적용이 되었다. 연속성의 경우 시각적 연속을 통한 공간의 연속성은 사례 B, D를 제외한 모든 사례에서 나타났고, 주로 시각적 체험을 통해 자연스럽게 이동할 수 있도록 동선의 방향을 유도하는 것으로 나타났다. 벽, 바닥, 천장, 기둥의 재료 및 색채, 캐릭터 패턴 등을 연속적으로 사용함으로써 공간의 연속성이 표현되었다. 체험성은 가장 낮게 나타났으며, 대부분 사례가 어린이들이 시각과 촉각을 통해 공간과 상호작용 할 수 있도록 하고 있었다. 대기공간에 어린이들의 청각적 경험을 줄 수 있는 음악의 요소는 사례 A, B, E를 제외한 사례에서만 표현되고 있었으며, 주로 어린이들의 감성에 맞는 동요나 경쾌한 사운드의 음악을 틀어 아이들이 시각, 촉각 외에 청각적 경험을 통한 공간의 경험을 이끌어 내고 있었다.

조사대상의 감성디자인 표현 특성은 평균 4.4점으로 비교적 평균점수가 높은 것으로 나타났다. 그 중 사례C, F가 5.0점으로

4. 소결

사례조사를 통해 각각의 어린이병원 대기공간의 감성디자인 표현 특성을 종합한 결과는 <표 11>과 <표 12>와 같다.

감성디자인의 표현특성이 가장 높게 나타났고, 사례A, B, D 각각 3.8점으로 가장 낮게 나타났다. 비교적 최근에 지어진 사례가 2000년대 초반에 지어진 병원보다 감성디자인 실내 표현특성의 반영이 높은 것을 알 수 있었다. 사례C와 F는 표현특성의 각 항목을 모두 만족하여 감성디자인이 잘 표현된 사례였다. 특히 체험성의 부분 중 청각적 요소를 통한 어린이들의 감성을 경험하게 하는 부분과 행태지원성에서 다양한 활동과 안전한 공간을 제공하는 부분에서 다른 사례와 차이가 있었다. 또 연속성 부분에서는 시각적 요소를 통한 어린이들의 능동적인 동선을 유도하는 부분에서 모두 만족하여 점수가 높았다. 사례 E는 전체적으로 모든 항목을 만족하였으나 체험성 중 청각적 경험에 대한 항목 부분이 표현되지 않았다. 사례B는 체험성과 연속성에서 부분적 표현이 나타났고, 사례D는 행태지원성과 연속성에서, 사례A는 체험성과 행태지원성에서 부분적인 표현이 나타나 다른 사례보다 평균 점수가 낮게 나타났다.

IV. 결론

본 연구는 서울 지역 6곳의 어린이전문병원 대기공간을 대상으로 병원에서의 어린이들의 정서적 스트레스를 해소하기 위한 감성적 실내 디자인 표현특성에 대해 분석하였으며, 이에 대한 결론은 다음과 같다.

첫째, 어린이 전문병원 대기공간은 병원의 특성상 공간의 구획이 아닌 대부분 개방형으로 배치되어 외래 진료, 수납, 안내 공간과 함께 구성되어 있었다. 특히 어린이 전문병원의 특성상 대부분 사례가 놀이공간과 독서공간이 마련되어 어린이들의 흥미와 재미를 줄 수 있도록 하였으며, 부모나 보호자도 휴식을 취하고, 차를 마실 수 있는 카페공간이 함께 마련된 사례도 있었다. 배치된 가구 종류는 어린이의 이용에 알맞도록 대부분 높이가 낮고, 폭신폭신한 소재의 의자를 배치하여 어린이 이용에 편리성을 주고 있지만 대부분 좌석이 고정되어 있어 이동성과 가변성을 주기에는 부족하였다. 따라서 고정의자의 경우는 사례B와 같이 바퀴가 달린 의자를 함께 배치하여 이동성을 줄으로써 다양한 이용자가 여러 활용이 가능하도록 편리성을 줄 수 있고, 사례F처럼 일정하게 가구를 규칙적으로 배열하여 어린이들과 보호자가 쾌적하고 대기 시 불편함이 없도록 할 수 있을 것이다.

둘째, 체험성은 표현 특성 중 다른 특성에 비해 비교적 낮게 나타났는데 대부분 사례가 주로 색채나, 캐릭터의 요소, 장난감, 놀이기구를 통해 시각 및 촉각을 자극하고 신체활동을 통한 공간과의 상호 경험을 제공하였다. 청각적 요소인 음악이나 자연적 체험과 같은 자연친화적인 재료 및 직접적인 자연물의 도입을 적용한 사례는 많지 않았다. 이는 아이들의 신체 및 감성인

지에 촉각이 중요한 발달 인지과정 중 하나이므로 재료의 물성에서 느껴지는 친근하고 유희적인 요소를 통해 오감을 자극하여, 어린이들의 다양한 감성을 이끌어낼 수 있어야 할 것이다. 또한 공간의 바닥, 벽, 천장 및 설치물들이 비교적 단순한 직선 형태로 표현되어 있었다. 따라서 곡선이나 다양한 유기적인 형태를 통한 공간의 구성은 어린이들에게 좀 더 색다른 경험을 통해 공간과 상호작용의 기회를 제공할 수 있을 것으로 판단된다.

셋째, 어린이 병원 대기공간에서의 감성디자인은 상징성이 가장 두드러지게 나타났다. 이는 어린이들의 호기심이나 흥미를 끄는 요소인 병원 캐릭터나 다양한 애니메이션을 활용하여 공간에 친근감을 주고, 어린이들이 공간의 용도를 쉽게 인식하도록 공간에 상징성을 부여하였다. 기둥이나 벽, 천장 곳곳에 병원의 상징성을 보여주는 대표 캐릭터 및 유희적 설치물과 아이들에게 친근한 색상 등을 통해 아이들의 시각, 촉각 등을 자극하며, 낯설고 두렵지 않은 공간의 정체성을 나타내었다.

넷째, 행태지원성을 살펴보면 대기공간은 몇 사례를 제외하고 대부분 넓은 공간을 조성하여 어린이들이 뛰어다니고 놀 수 있는 쾌적한 환경을 제공하였다. 또한 아이들의 다양한 활동을 지원하기 위해 공간에 놀이공간과 독서 공간 외에 다양한 어린이 프로그램을 지원할 수 있도록 실내 무대나 프로그램 활동 공간을 배치한 사례도 있었다. 이러한 공간은 어린이들에게 병원 놀이 및 어린이 프로그램을 통해 좀 더 친숙하고 재미있는 공간으로 인식시켜 병원에서의 불안감과 긴장감을 해소 시켜줄 수 있다. 가구 및 집기류는 대부분 어린이의 안전성을 고려하여 라운드 형식이나 부드러운 소재로 마감하였으며, 어린이의 이용에 알맞도록 대부분 낮은 의자를 배치하여 편의를 주고 있었다. 그러나 어른 신체에 맞도록 배치된 의자나 다소 모서리가 네모난 형태의 가구가 배치된 경우도 있어 모서리 안전띠를 두르거나 아이들의 신체에 맞는 가구를 함께 배치하는 계획이 필요할 것으로 파악되었다. 채광이나 통풍, 환기, 냉난방 시스템은 대부분 잘 갖추어져 있어 쾌적성을 주고 있었으며, 천장이나 측창을 통해 자연채광을 도입하여 개방감을 주는 사례도 있었다.

다섯째, 연속성의 경우 대기공간 곳곳에 병원의 대표 캐릭터나 다양한 애니메이션을 활용한 인테리어를 통해 어린이들의 시각적 흥미와 호기심을 자극하고, 다른 공간으로의 기대감을 주고 있었다. 대부분 사례에서 대기공간에 구획을 두지 않고, 로비와 함께 개방성을 주어 어린이들이 자연적인 움직임에 따라 방향을 설정하고, 이동함으로써 연속적 시점 변화에 의한 다양한 경험을 주도하고 있었다. 주로 시각적 체험을 통해 공간의 연속성이 나타났는데 색채나 캐릭터 등을 통해 표현되었으며, 공간에 설치물을 통한 다양한 자극의 유도는 표현되지 않았다. 좀 더 적극적으로 아이들에게 공간의 연속성을 부여할 수 있는 흥미요소를 설치한다면 어린이들에게 좀 더 능동적이고

자연스러운 공간의 이동 및 경험을 부여할 것으로 판단된다.

참고문헌

- 권유지. (2010). 감성디자인 선호 유형주택 계획에 관한 연구. 건국대 석사학위논문.
- 김흥기. (2001). 건축 조형디자인론. 가문당.
- 김수정. (2019). 어린이전문병원 대기공간 실내디자인을 위한 유아환자 행태 연구. 부산대 대학원 석사학위논문.
- 박지영. (2002). Human-care 개념의 한 양방 협진병원 외래진료부의 실내디자인에 관한 연구. 건국대 석사학위논문.
- 한명옥. (1985). 소아과 대기실의 실내공간구성에 관한 연구. 이화여대 석사학위논문.
- 박수정. (2006). 이토도요 공간디자인에 나타난 감성적 표현 특성에 관한 연구. 호서대 석사학위논문
- 김소현. (2005). 감성 이미지를 도입한 어린이집 실내디자인에 관한 연구. 상명대 석사학위논문.
- 김명선, 김주연(2004). 디자인 호텔 실내공간 의 감성적 표현 특성에 관한 연구. **한국실내디자인학지**, 13(4), 74-82.
- 신동진. (2003). 감성디자인에 의한 기업홍보관 전시연출계획에 관한 연구 : 내외 대기업 사례를 중심으로. 건국대 석사학위 논문.
- 하세강. (2006). 국내 어린이 병원 실내디자인에 나타난 감성적 표현 특성에 관한 연구. 중앙대 석사학위논문.
- 신선영. (2010). 어린이 학습공간 실내디자인의 감성 표현 특성. 울산대학교 석사학위논문.
- 최민영. (2010). 감성디자인을 주제로 한 오피스 공간 디자인 연구. 서울과학기술대학교 석사학위논문.
- 오유경. (2011). 보육시설의 보육공간에 적용된 감성디자인표현 특성에 관한 연구. 한양대 석사학위논문.
- 최은신. (2016). 엑스포 파빌리온에서 감성 디자인 표현 연구, **한국디자인문화학회지**. 22(3), 590-591
- 송창호, 민규홍(1997). 감성 커뮤니케이션의 지원수단과 방법에 관한 연구. **인덕대 논문집**, 19호, 30
- 윤정미. (2007). 현대 주거공간 디자인의 감성적 표현 요소에 관한 연구. 건국대 디자인대학원 석사학위논문.