

# 성형외과 실내 계획을 위한 디자인 선호성향 조사

## A Survey on the Design Preference for a Plastic Surgery Interior Design

조정민\* / Cho, Jeong-Min

천진희\*\* / Chun, Jin-Hee

### Abstract

As more people want plastic surgery for various reasons, the demand for pleasant and aesthetical environment has increased also. This study, therefore, conducted literature and portal sites research before surveying women in their 20's and 30's who are more likely to be interested in and have plastic surgery. And we worked out a questionnaire to predict the customer demand and a survey board using specific vocabulary conveying emotional information as well as designs, targeting 120 people in Gangnam and Myeongdong areas.

As a result, the respondents preferred natural designs, followed by modern and casual one with slight differences based on the areas. Thus, this is open to further studies. The preference for natural designs is considered to be related with the current interests in well-being and nature-friendly trend, coupled with new naturalism in the 21C. Hence, in order to add more colorfulness, minimalism, and vitality to the existing natural environment, one needs to seek motives from nature but make use of high-tech materials with strong colors to avoid boredom but create a lively indoor environment.

**키워드** : 성형외과, 어휘 선호도, 이미지 선호도, 내추럴

**Keywords** : Plastic surgery, Design Preference, Natural

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 목적 및 배경

경제, 사회, 문화의 급속한 발전과 서구 문명의 도입에 따라 생활양식, 사고 형태도 변해 서양인과 같은 외모를 선호하는 경향이 강해지고, 복잡하고 다양한 현대 사회에서 좋은 이미지로 대인 관계를 원활히 유지하기 위해서는 첫인상이 매우 중요하다는 인식 확산에 따라 상대방에게 호감을 주고 자신의 아름다움을 표현하기 위해 성형을 원하는 사람들이 증가하고 있다.

성형외과의 주 고객은 경제적 능력과 미에 대한 관심이 높은 여성이므로 이들에 대한 취향이 반영되고 미적이며 쾌적한 의료 환경을 제공하는 등 보다 높은 차원의 분위기와 의료 기능을 수행해야 할 필요성에 직면하게 되었고, 치료의 목적 이외에 휴식과 안정을 취할 수 있는 장소로의 변화가 요구되어 진다.

이에 본 연구에서는 다양한 트렌드가 공존하고 있는 현 상황에서 주 고객으로 예측되는 수요자를 대상으로 성형외과에 대한 디자인 선호 성향을 조사하여 성형외과를 찾는 고객에게 만족스러운 실내공간을 제공하는데 목적이 있으며, 지역적으로

편차가 있는지에 대해서도 조사하였다.

### 1.2. 연구의 범위 및 방법

연구 범위는 성형외과 실내 공간 계획 이전에 수행되어야 할 사용자 감성 파악에 관한 부분으로, 디자인 선호 성향 조사이며 조사 대상자는 성형에 관심이 많고 성형수술 건수가 많은 20 ~ 30대 여성<sup>1)</sup>이다. 이 연구를 위해 문헌조사 및 인터넷 포털 사이트 검색이 선행되었으며 예상 고객의 요구 조건 파악을 위해 설문지를 이용한 자기기입 방식의 기초 조사와 설문 보드를 이용한 스티커 부착 방식의 선호 어휘 조사와 이미지 조사가 수행되었다.

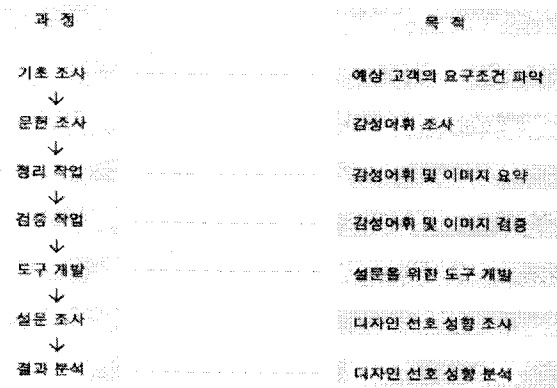
### 1.3. 연구의 내용

본 연구는 크게 2단계로 진행되었으며 성형외과 디자인을 위한 첫 단계로 2006년 3월에 일반사항에 대한 기초 조사를 서울, 경기도 지역에 거주하는 70명을 대상으로 실시하였으며, 본 조사는 2006년 4월에 강남, 명동, 대학로 지역의 피 실험자 120명을 대상으로 어휘 및 이미지를 이용한 설문도구를 작성하여 선호도 조사를 하였다. 연구의 진행 과정은 <그림 1>과 같다.

\* 정회원, 상명대학교 예술·디자인대학원 실내디자인학과 석사과정

\*\* 이사, 상명대학교 디자인대학 실내디자인전공 부교수

1) <http://www.kmib.co.kr/html/kmview/2006/0307/092011462411131100.html>

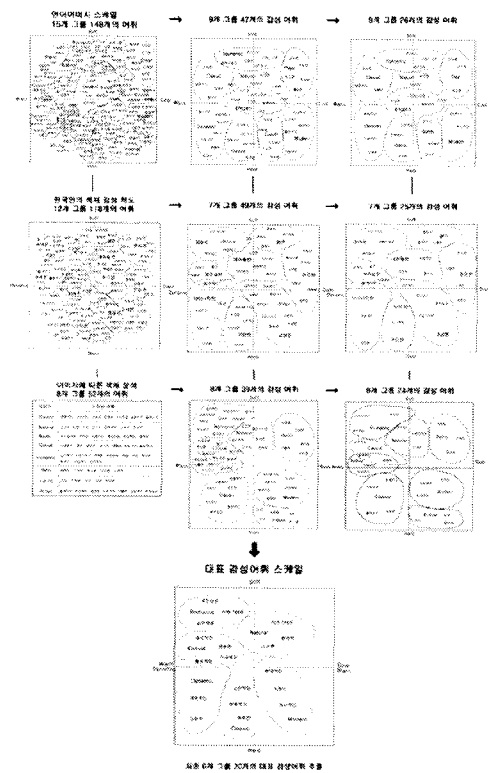


<그림 1> 연구의 흐름도

## 2. 선호성향 조사를 위한 설문도구 개발

### 2.1. 어휘를 이용한 설문도구 개발

설문도구 개발을 위해 국내 문헌과 인터넷 포털 사이트<sup>2)</sup>를 통해 수집한 일본 NCD 컬러 연구소의 「언어 이미지 스케일」, 산업자원부 지원 IRI 디자인 연구소의 「한국인의 색채 감성 척도」, 그리고 Color Color Color<sup>3)</sup>에서 제시한 「이미지에 따른 색채 분석」을 <그림 2>와 같이 문헌조사, 연구자의 요약, 전공자의 검증 과정을 거쳐 최종 6개 그룹 20개 감성어휘를 추출하여 대표 감성 어휘 스케일 설문도구를 개발하였다.



<그림 2> 어휘를 이용한 설문도구 개발 과정

## 2.2. 이미지를 이용한 설문도구 개발

설문 도구 개발을 위해 국내 문헌<sup>4)</sup>과 인터넷 포털 사이트 검색을 통해 시각적 자료를 수집하였다. 그 가운데 서로 다른 이미지를 가지고 있는 실내 공간 중 실내 분위기가 특징적으로 표현되었다고 생각되는 성형외과 11곳을 연구자가 임의로 추출하여 실내디자인 전공 대학·대학원생 25명에게 대표 감성 어휘 이미지 군에 따라 분류하도록 하였다. 이미지 선정은 연구 대상 세부 내역 중 실내 이미지를 결정하는 중심 공간인 대기 공간으로 하였으며, 각 감성 어휘 군별 이미지를 1개씩 추출하도록 하였다. 분류 결과 <표 1>에서 나타나는 바와 같이 선택된 8곳 중 중복되는 2곳을 제외한 6곳의 성형외과 이미지가 추출되었다. 추출된 이미지는 <그림 3>에서 나타나는 바와 같이 대표어휘 스케일에 맞추어 대표 이미지 스케일 설문도구를 개발하였다.

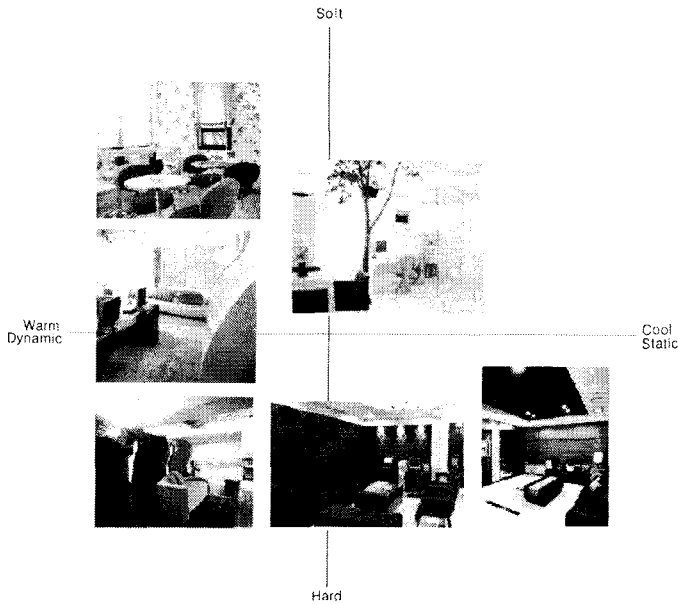
<표 1> 추출된 성형외과 이미지와 이미지 형성인자

출처	위치	이미지군	이미지	이미지 형성인자
국내 문헌	서울, 강남 A 성형외과	Casual		마감재: 바닥, 폴리스 타일
				벽: 아트 글래스 타일
				천장: 페인트
국내 문헌	경기, 수원 B 성형외과	Dynamic		색채: 화이트, 브라운, 아이보리, 다운라이트, 광섬유, 자연채광
				조명: 다운라이트, 광섬유, 자연채광
				문양: 민무늬, 문자(일부 벽)
국내 문헌	서울, 강남 F 성형외과	Modern		마감재: 벽, 락카, 벽지, 인테리어 필름
				천장: 페인트, 인테리어 필름
				색채: 화이트, 브라운, 그린, 다운라이트, 간접조명
인터넷 포털 사이트	서울, 강남 Y 성형외과	Classic		바닥: 대리석
				벽: 대리석, 페브릭
				천장: 페인트
인터넷 포털 사이트	서울, 강남 M 성형외과	Natural		색채: 화이트, 아이보리, 레드, 블랙
				조명: 상드리에, 다운라이트, 브라켓
				문양: 민무늬, 사선
인터넷 포털 사이트	서울, 강남 G 성형외과	Romantic		바닥: 대리석
				벽: 벽지, 페인트
				천장: 페인트
인터넷 포털 사이트	서울, 강남 G 성형외과	Romantic		색채: 화이트, 옐로우, 레드, 핑크
				조명: 다운라이트, 자연채광
				문양: 민무늬, 꽃무늬

2) <http://www.naver.com/>

3) 김현영·손경애·여화선, Color Color Color, 예경, 2003, pp.86-100

4) 월간마루, Interior Design 5 TOTAL CLINIC, 2003, 건축세계(주), In Detail 05 Hospital, 2005, 건축세계(주), Interior World Vol.37, 2005



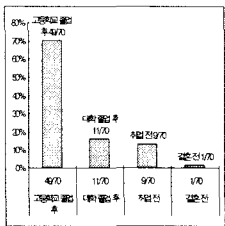
<그림 3> 대표 이미지 스케일

### 3. 설문도구 결과 분석

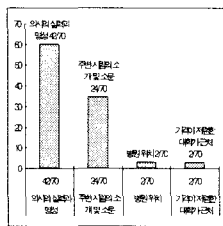
#### 3.1. 기초조사 결과 분석

기초 조사에 응답한 여성의 평균 연령은 29.2세로 직장인 52/70(74.3%), 학생 18/70(25.8%)으로 나타났다. 거주 지역은 서울 50/70(71.4%), 경기11/70(15.7%), 천안 9/70(12.9%) 순으로 나타났다. 또한 세부 사항에 대한 응답 결과는 다음과 같다.

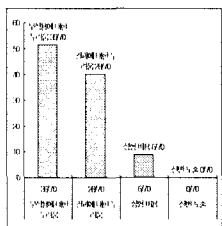
##### (1) 성형 수술 시기



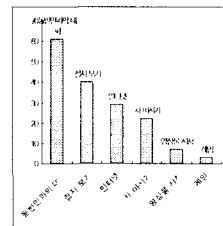
##### (2) 성형외과 선택 기준



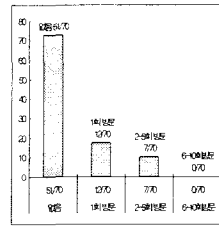
##### (3) 성형외과 방문 시 우려 사항



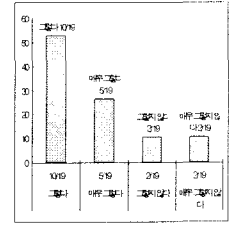
##### (4) 시간 소일을 위한 행동 (복수 응답)



##### (5) 성형외과 방문 경험



##### (6) 거부감과 두려움을 느끼는 요인으로의 병원 분위기



<그림 4> 기초 조사 분석 결과

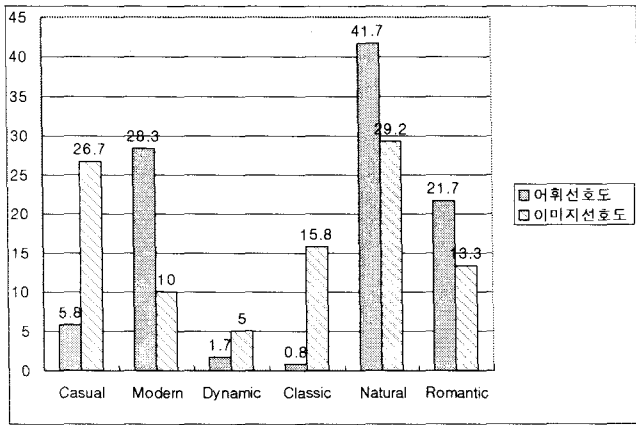
설문 조사 결과 적당한 성형 수술 시기는 사회생활을 시작하기 전인 고등학교 졸업 후로 나타났으며, 일반적인 병원 선택 기준은 부작용이나 성형 결과에 대한 두려움으로 인해 의사의 명성과 실력이 병원 선택의 중요한 인자였고, 주변 사람의 소개 및 소문도 병원 선택에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 병원 방문 시 거부감이나 두려움을 느끼는 요인에 병원 분위기가 영향을 주는지에 대해 조사한 결과, 그렇다와 매우 그렇다가 78.9%를 차지한 것으로 나타나 병원의 분위기가 거부감과 두려움을 없애는데 중요한 요소가 됨을 알 수 있었다. 또한 대기공간에서의 시간 소일을 위해 가능한 것을 조사한 결과, 동반인과의 대화, 잠지 보기, 차 마시기, 영상물 시청을 할 수 있는 안락하고 편안한 공간이 요구되어지며 인터넷이나 게임을 할 수 있는 독립된 공간도 요구되어 지는 것으로 나타났다.

#### 3.2. 어휘를 이용한 선호도 조사 결과 분석

대표 어휘 스케일을 600 × 350의 보드로 제작하여 강남, 명동, 대학로 지역의 피 실험자 각 40명 총 120명에게 가장 선호하는 어휘를 스티커 부착 형식으로 조사한 결과 <그림 5>에서 나타나는 바와 같이 내추럴 50/120(41.7%)을 가장 선호하였고 모던 34/120(28.3%), 로맨틱 26/120(21.7%), 캐주얼 7/120(5.8%), 다이내믹 2/120(1.7%), 클래식 1/120(0.8%) 순으로 나타났다. 이는 최근 웰빙이나 자연친화적 선호 경향이 성형외과 선호도에서도 나타나는 것으로 판단되나 표본 조사 수가 적어 이를 일반화하기에는 한계가 있을 것으로 보인다.

#### 3.3. 이미지를 이용한 선호도 조사 결과 분석

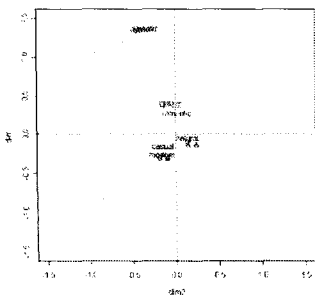
대표 이미지 스케일을 이용하여 위와 같은 방법으로 선호하는 이미지를 조사한 결과 <그림 5>에서 나타나는 바와 같이 내추럴 35/120(29.2%)을 가장 많이 선호하였고 캐주얼 32/120(26.7%), 클래식 19/120(15.8%), 로맨틱 16/120(13.3%), 모던 12/120(10%), 다이내믹 6/120(5%) 순으로 나타났다. 이는 어휘 선호도 조사와 일치하는 결과는 아니나 가장 선호하는 이미지는 내추럴로 나타나 동일한 결과를 보였다.



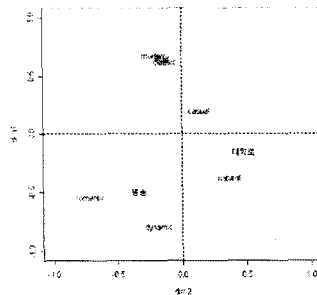
<그림 5> 어휘 선호도 및 이미지 선호도 비교 분석 결과

### 3.3. 대응분석을 이용한 선호도 조사 결과 분석

지역에 따라 피 실험자의 선호도 성향이 서로 차이가 있는지를 검증하기 위해 카이제곱의 동질성 검정<sup>5)</sup>을 하고자 하였으나 어휘의 50%와 이미지의 33%가 5보다 적은 기대빈도를 가지고 있어 이에 대한 대안으로 대응분석<sup>6)</sup>을 실시하였다. 대응분석 결과 <그림 6> ~ <그림 7>에서 나타나는 바와 같이 어휘 선호도의 경우 내추럴을 가장 선호하지만, 강남 지역은 모던을, 명동 지역은 내추럴을, 대학로 지역은 로맨틱을 다른 지역에 비해 좀 더 선호하는 경향을 보였다. 또한 이미지 선호도의 경우도 내추럴을 가장 선호하지만, 강남 지역은 모던과 클래식, 명동 지역은 로맨틱을, 대학로 지역은 내추럴을 다른 지역에 비해 좀 더 선호하는 것으로 나타났다. 이는 대표 어휘 스케일과 대표 이미지 스케일을 이용한 선호도 조사 결과와 동일하게 내추럴을 선호하지만 지역마다 조금은 다른 특정 어휘와 이미지를 선호한다는 의미로 해석할 수 있으며, 성형외과 실내 계획 시 위치 선정에 따라 선호하는 실내이미지가 달라 질 수 있음을 예측케 하는 결과라 할 수 있다.



<그림 6> 대응분석을 이용한 어휘 선호도 조사 결과



<그림 7> 대응분석을 이용한 이미지를 선호도 조사 결과

5) 카이제곱의 동질성(유의성) 검정이란 둘이상의 모집집단이 있을 경우 각 모집집단에서 어떤 특성의 분포가 따르는지 검정하는 통계적 기법이다.  
 6) 대응분석이란 두 집단간의 평균의 차이가 통계적으로 유의한지 파악할 때 사용하며 행(row)과 열(column)을 저차원(일반적으로 2차원) 공간상의 점들로 동시에 나타내어 그들의 관계를 탐구하는 통계학적 자료 분석 방법이다.

## 4. 요약 및 결론

성형외과 실내 계획을 위한 기초조사와 디자인 선호도를 조사한 결과는 다음과 같다.

1. 기초조사 결과, 성형 수술의 부작용이나 결과에 대한 두려움으로 인해 병원 선택 시 의사의 실력과 명성이 중요한 선택 인자였고, 거부감이나 두려움을 없애는데 병원의 분위기가 영향을 주는 것으로 나타나 성형외과를 찾는 고객에게 안정감과 쾌적한 공간을 제공해야 할 필요성이 있다.

2. 선호도 조사 결과, 조사 대상 표본수가 적어 일반화하기에는 한계가 있으나 어휘의 경우 내추럴, 모던, 캐주얼 순으로, 이미지의 경우 내추럴, 로맨틱, 모던 순으로 나타나 가장 선호하는 실내이미지는 내추럴이며, 이는 최근 웰빙이나 자연친화적 선호 경향이 성형외과 선호도에서도 나타나는 것으로 판단된다.

3. 대응분석 조사 결과, 세 지역 모두 선호하는 어휘와 이미지로 내추럴을 선택하였으나, 어휘의 경우 상대적으로 모던과 로맨틱을 좀 더 선호하는 지역, 이미지의 경우 모던, 클래식, 로맨틱을 좀 더 선호하는 지역 등 차이를 보여 실내이미지 선호도가 지역적으로 달라 질 수 있음을 추론할 수 있다.

### 참고문헌

1. 김현영·손경애·여화선, Color Color Color, 예경, 2003
2. 월간마루, Interior Design 5 TOTAL CLINIC, 2003
3. 건축세계(주), In Detail 05 Hospital, 2005
4. 건축세계(주), Interior World Vol.37, 2005
5. <http://www.naver.com/>
6. <http://www.kmib.co.kr/>