

*** 도시여성의 특성에 따른 실내디자인 이미지 선호성향

- 광주광역시 여성들을 중심으로 -

Preferences for Interior Image among Urban Female Residents

- Focus on Females living in Kwangju City -

김미희* / Kim, Mi-Hee

문희정** / Moon, Hee-Jeong

Abstract

This study explores the interior image preferred by females living in urban areas. It also examines the relationship between interior image and socio-demographic characteristics such as age, marital status, employment status, total household income.

The target population of this study was 301 adult females living in Kwangju City. The data were analyzed with frequency, percentage, General Linear Model, and Duncan's multiple range test using the SAS package. The major findings of this study were as follows.

- 1) The majority of the females generally preferred modernity of interior image to traditionalism. Also they preferred femininity of interior image to masculinity and complexity to simplicity.
- 2) Females in the age of 40s were more likely to prefer simple and oriental-traditionalism image to those under the age of 30s.
- 3) Those with the higher total household income were more likely prefer western-traditionalism image to those with the lower.

But those with the lower household income were more tended to prefer modernity image to those with the higher.

키워드 : 현대성, 복잡성, 여성성

1. 서론

1.1. 연구목적 및 필요성

한국사회는 현대화 과정에서 주거의 양적인 공급은 충족시켰지만 주거의 전통적 특성을 변모시키고 대량생산으로 인한 획일성을 탈피하지 못하여 생활수준의 향상으로 개성화 되고 다양화된 소비자의 주거에 대한 요구와 선호에 적절하게 대응하지 못하였다.

개인의 개성과 취향, 기호, 및 이미지를 반영하는 주거의 구성 및 실내공간은 자신의 목표에 적합하게 생활환경을 유지하고 자신의 욕구에 맞게 수정하는 과정이다.

주거실내공간은 실제로 인간이 자신을 표현하고 상징화하기 위해 주거공간 실내이미지를 물리적 형태로 구체화하고 의미를 부여한다.

실내공간의 특성은 환경인성학적 관점에서 환경을 창조하고 소유하는 개인의 일정한 선호성향인 환경적 성향이 반영된 것이라 할 수 있다.

창조된 실내공간의 특성은 단지 유행이나 제품 시장의 특성의 영향과 환경을 창조하고 소유한 개인의 일정한 선호경향을 반영하는 것이라고 할 수 있다. 따라서 개인의 실내 환경적 성향을 알게 되면, 소비자가 요구하는 실내환경의 특성 및 선호를 예측할 수 있다¹⁾.

여러 실내 환경적 성향 중 시지각에 관련된 대표적인 성향

* 정회원, 전남대학교 가정관리학과 정교수, 이학박사

** 정회원, 전남대학교 가정관리학과 박사수료

*** 1998년, 태평양 문화재단 연구비에 의한 논문임

1) 이연숙·정현원, 인성과실내환경적 성향과의 관련성에 관한 연구, 한국 실내디자인학회지, 12(9), 1997, pp.78-86.

으로서 실내이미지에 대한 선호가 있다. 경제성장에 따라서 점차 많은 상품이 다양하게 발전하고 있으며 선호하는 상품을 선택할 수 있는 기회 및 가능성이 증가되어 소비자의 선호시장이 만들어지고 있다. 이에 따라 실내디자인을 할 수 있는 선택의 폭이 더욱 증가하여 자아표현의 가능성이 증가하고 있다. 그러나 상대적으로 실내디자인을 하고자 하는 소비자의 대부분의 경우는 자기표현을 위한 이미지가 분명하지 않고 뚜렷한 개성을 지니기보다는 재료, 색채등 실내디자인의 각 요소에 대한 선호를 지니고 있을 뿐 통합적인 실내디자인에 대한 이미지를 형성하는 데는 어려움을 갖게 되어 단순히 유행을 좇는 경향을 보이기도 한다²⁾. 소비자의 디자인 선호에 대한 선행연구들의 대부분은 디자인요소 중 색과 형태 및 재료에 대한 개별적인 선호에 대한 것으로서³⁾ 실제 소비자가 디자이너와 상담하는 과정시 큰 도움이 되지 못하는 실정이다. 즉, 디자이너는 시각적 정보에 익숙해 있고 상대적으로 소비자는 이들 시각적 정보와 이에 대한 표현이 부족함으로 인해 디자이너와 소비자들의 디자인 커뮤니케이션시 효율적인 의사소통이 어렵게 된다⁴⁾.

일부에서는 디자이너와 소비자간의 효율적인 의사소통을 위한 도구로서 어휘척도를 이용하여 전체 이미지나 선호하는 디자인에 대한 평가를 해왔지만⁵⁾ 실내이미지선호는 그 중요성에 비하여 그동안 학계에서의 연구가 미비하였다.

한편, 생활수준의 향상으로 실내공간의 독창적 연출에 대한 관심이 높아지고 소비자의 요구가 개성화 되며 디자인 시장이 다양하게 발전할수록 상품을 판매하는 서비스 현장, 상품개발팀, 실내디자인 관련업체에서는 고객의 요구를 보다 쉽게 파악할 수 있는 시각적 의사소통 도구를 필요로 하게 된다. 이제까지 실내이미지에 대한 선호를 측정하는데 주로 사용된 어휘척도법은 조사시 응답자의 상상력에 의존하게 되는데, 이는 실내이미지에 대한 시각적인 선호를 측정하는데는 한계가 있다. 따라서 보다 간편하게 시각적 선호를 측정할 수 있는 방법이 요구되었다. 그리고 컴퓨터의 발달 및 이용으로 제반 실내디자인

특성을 체계적으로 조절하고 통제할 수 있게 되어 모의 실험적인 환경을 만들 수 있게 되었다. 이러한 배경에서 어휘가 아닌 시각적인 도구를 이용하여 보다 정확하고 용이하게 실내이미지에 대한 선호를 파악할 수 있는 '실내이미지 선호 판별도구 (IIPS: Interior Image Preference Scale, 이연숙교수 연구실, 1997)'가 개발되었다. 이것은 실내이미지에 대한 선호성향을 측정하는 과학적인 시각적 도구로서, 측정변인에 대한 체계적인 통제과정을 거쳐 컴퓨터 시뮬레이션을 통해 디자인된 일련의 실내이미지들로 구성되어서 시지각과 관련된 실내디자인에 대한 선호를 보다 즉각적이고 정확하게 측정할 수 있는 도구이다⁶⁾.

소비자들이 자신이 선호하는 개성적인 주거공간을 창조하고자 하는 요구의 증가 및 상품을 선택할 수 있는 다양한 기회가 증가함에 따라서 본 연구는 컴퓨터 시뮬레이션기법을 이용하여 개발된 실내이미지 선호 측정 시각적 도구를 사용하여 광주지역에 거주하고 있는 여성소비자들의 선호성향과 그들의 특성에 따른 선호를 비교분석하여 광주지역 여성소비자들의 디자인 선호체계를 규명하고자 하는 것이다. 이는 광주지역 여성소비자들의 선호 행태를 예측할 수 있는 기초자료로 사용될 수 있을 것이다.

1.2. 연구내용 및 방법

(1) 연구문제의 설정

본 연구는 도시여성의 실내디자인 선호성향을 규명하여 소비자의 디자인 선호에 부응할 수 있는 디자인 및 상품개발을 유도하고자 시도된 것으로서 연구문제는 다음과 같다.

연구문제1) 도시여성의 실내디자인 선호성향의 일반적 경향은 어떠한가?

연구문제2) 도시여성의 특성에 따라서 실내디자인 선호성향에 차이가 있는가?

2-1) 연령에 따라서 실내디자인 선호성향에 차이가 있는가?

2-2) 결혼여부에 따라서 실내디자인 선호성향에 차이가 있는가?

2-3) 취업여부에 따라서 실내디자인 선호성향에 차이가 있는가?

2-4) 월평균소득에 따라서 실내디자인 선호성향에 차이가 있는가?

(2) 조사도구

지금까지 살펴본 기존의 실내디자인 선호 측정도구는 대부분이 설문지 형식의 어휘적 도구이지만 본 연구에는 컴퓨터 시뮬레이션으로 제작한 시각적 도구인 이연숙(1997)이 개발한 '실내이미지 선호 판별 도구'를 사용하고자 한다. 이 도구의 특성을 보면 실내이미지 선호를 시각적 이미지를 통해 파악하기 위

6)홍미혜. 실내이미지 선호 측정도구의 실증적 검증 및 사용 연구, 연세대학교 대학원 박사학위 논문, 1999

2)이윤정, 한국 주택의 실내디자인 이미지 유형 및 특성 분석, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1995

3)김부곤·하숙녕, 아파트 평형별 실내분위기 선호도에 따른 사례 연구, 한국실내디자인학회 공개 강연회집, 1996, pp.41-55

김옥란, 아파트 단위평면의 실내디자인에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, 1981, pp.23-30

박영순 외 2인, 도시 아파트 거주자의 주생활양식과 실내분위기 선호 연구, 한국주거학회지5(1), 1994, pp.17-27.

4)신화경, 소비자 특성별 실내디자인 선호체계 비교연구, 한국실내디자인학회지, 17호, 1998, pp.210-216.

5)박영순·게린, 실내환경의 색채미 평가를 위한 도구개발, 대한 가정학회지, 30(4), 1992, pp.167-182.

박영순 외 2인, 도시 아파트 거주자의 주생활양식과 실내분위기 선호 연구, 한국주거학회지5(1), 1994, pp.17-27.

이연숙·신화경, 아파트 실내장식품 특성의 실내 및 선호에 관한 연구, I-강동구 잠실지역 아파트를 중심으로-, 대한가정학회지, 23(4), 1985, pp.22-30

한 도구로서, 본 연구에서 사용된 실내이미지는 주로 주거공간의 거실이며 동양전통적, 서양전통적, 현대적의 전통·현대성, 남성·여성성, 단순·복잡성의 세 가지 속성이 3x2x2로 요인방안으로 서로 중복되어 12가지 이미지가 제작되었다. 전통·현대성 측정도구 20항목, 남성·여성성 측정도구 30항목, 단순·복잡성 측정도구 30항목의 총 80항목으로 되어있다. 그리고 각 하위도구를 구성하는 항목들은 그 특성별로 2개 또는 3개의 실내이미지 그림이 하나의 세트를 이루어져 있다. 조사대상자의 일반사항으로는 연령, 결혼여부, 취업여부, 학력, 월평균수입, 주택특성을 조사하였다. 질문지는 실내이미지 선호성향 및 조사대상자의 일반사항으로 구성되었다. 실내이미지 선호를 측정하는 방법은 시각적 도구 책자에서 각 장별로 제시된 실내이미지 그림세트를 보고 상대적으로 선호하는 것을 선택하도록 하였다.

(3) 연구대상의 표집 및 자료수집

본 연구의 조사대상은 광주광역시에 거주하는 18세 이상의 성인여성으로 한정하였고, 취업여성은 교사로 그 대상을 한정하여 보육교사, 초등교사, 중등교사 등을 선정하였는데 이는 조사도구의 특성상 직접면담 형식을 취하고 10명 이상을 함께 소집하여 도구에 대한 설명이 요구되기 때문에 여성근로자의 비율이 높은 직종을 표집하기 위한 것이다.

조사대상의 표집은 교사직은 학교, 연수원 등을 통하여 선정하고 비취업 여성은 전남대학교 내의 사회교육원 수강생을 대상으로 하여 미혼과 기혼의 비율과 연령을 고르게 유의적 표집을 하였다.

자료수집방법은 조사기간은 교사의 경우, 학교에서는 1999년 7월 1일부터 7월 18일까지 이루어졌고, 연수원에서는 7월 24일부터 8월 17일까지 면담을 실시하였다. 비취업 여성의 경우, 9월 14일부터 10월 15일까지 실시하였다.

(4) 분석방법

자료분석에 이용된 모든 자료는 SAS(Statistical Analysis System)통계 패키지를 이용하였으며 연구내용별 통계처리는 다음과 같다.

- 1) 도시여성의 실내이미지 선호 성향의 일반적 경향을 파악하기 위해 빈도와 백분율을 구한다.
- 2) 도시여성의 취업여부, 결혼상태, 연령 등에 따른 실내이미지 선호성향의 차이를 규명하기 위해서는 GLM (Generalized Linear Models)을 사용한 F검정과 던칸의 다중범위검증을 이용한다.

2. 실내디자인에 관한 선행연구

실내디자인 선호에 관한 선행연구들을 살펴보면, 처음에는

대부분 각각의 디자인요소를 개별적으로 분리하여 색과 형태 및 재료에 등 디자인 요소에 대한 연구가 진행되다가 점차적으로 전체 실내디자인안에 내포된 디자인의 한 요소에 대한 선호를 중심으로 파악되었다.

이윤정(1995)은 '한국주택의 실내디자인 이미지 유형 및 특성 분석 연구'에서 한국의 실내이미지를 유형화하였다. 이를 위해 국내 월간지를 통해 수집된 240개의 사진을 남성적·권위적·웅장한 분위기, 여성적·낭만적·따뜻한 분위기, 한국적·전원적 분위기, 현대적·간결한 분위기로 선별과정을 통해 대표적인 4개의 사진을 선정하고, 예비조사를 통해 추출된 72개의 실내이미지 표현어휘를 가지고 4개의 사진을 평가하도록 한 설문조사 결과를 요인분석하여 유형화하였다. 실내이미지는 전통적 이미지, 아늑한 이미지, 산뜻한 이미지, 단순한 이미지, 중후한 이미지의 요인구조를 가지고 있는 것으로 나타났다.

박영순 외 2인(1994)은 디자인 요소로서의 색을 개별적으로 분리하지 않고 실내환경내에서 색채의 영향과 실내색채에 대한 의미를 평가하였다⁸⁾. 이 연구에서는 색채가 실내디자인에 대한 선호를 강화시키거나 약화시키는 중요한 변인으로 나타났다.

한편, 가족생활주기나 연령, 성별과 같은 인구학적 특성에 따른 실내디자인 선호성향의 차이를 분석한 연구를 살펴보면 다음과 같다

홍미혜(1998)⁹⁾는 연령과 성별에 따른 실내이미지 선호성향에 대해서 분석하였는데 전통현대성, 남성여성성, 단순복잡성, 각 속성별로 연령 및 성별에 따라 상대적 선호성향에 차이가 있었다. 즉, 연령이 많을수록 동양전통적인 실내이미지를 선호하였고, 남자가 여자보다 동양전통성을 더 선호하였다. 또한 연령이 젊을수록 현대적인 실내이미지를 선호하는 경향이 있었다. 신화경(1998)의 연구¹⁰⁾에서도 연령과 성별 변수는 이와 비슷한 현상을 보였으나 소득에 따른 차이는 나타나지 않았다. 또한 평균규모와 소득 및 주거계층과 같은 사회경제적 특성과의 관련성을 분석한 연구도 찾아 볼 수 있다.

김행신 외(1993)의 연구¹¹⁾에 따르면, 주거규모, 거주지역, 소유형태 등을 점수화하여 구분한 주거계층에 따라서도 거실구성에 사용되고 있는 의장물과 공간감(거실의 분위기)등에 차이를 보이는 것으로 나타났는데 주거계층이 상위로 갈수록 격식과 품위가 있고 풍요롭고 화려하면서 조화롭고 개성적인 공간을 원하는 것으로 나타났다.

김영주(1993)의 연구¹²⁾에서는 주거공간구성의 물리적 요소

7)이윤정, *ibid*, 1995

8)박영순 외2인, *ibid*, 1994.

9)홍미혜, 실내이미지 선호 측정도구의 실증적 검증 및 사용 연구, 연세대학교 대학원 박사학위 논문, 1999

10)신화경, *ibid*, 1998.

11)김행신·이영호, 도시아파트 거주가구의 주거계층별 실내의장 특성 분석, 대한건축학회 논문집 9(9), 1993.

중 기능적 품목과 장식적 품목 이외에도 구조적 장식물에 있어서도 평수에 따라 집단간에 차이가 있음이 나타났다. 즉 평수가 큰 집단의 거주자들은 평수가 작은 집단에 비해 공간성과 장식성을 중시 여겨 더욱 다양한 주거변경행위를 통해 자신의 주거-아이덴티티를 적극적으로 표현하는 것으로 나타났다, 특히 구조적 장식물의 경우 부엌작업대와 마감재료, 창틀, 가구의 색 변경 등 반 고정적이면서 실내의 분위기를 크게 좌우하는 부분에 대해 자기표현을 가장 많이 실행하였다.

박영순 외(1994)는 도시 아파트 평형별 거주자의 실내디자인 선호를 분석한 연구¹³⁾에서 평형별로 선호하는 실내분위기와 실내색채와 실내마감재를 종합하여 볼 때, 24평 이하의 거주자들은 전원적인 디자인의 실내공간을 선호하고 25평-33평의 거주자들은 일상적인 디자인의 공간을 선호하는 것으로 나타났다. 반면, 34평-49평과 50평 이상의 중대형 아파트의 거주자들은 화려한 디자인의 실내공간을 선호하는 경향이 있음이 나타났다. 이상에서 살펴본 바와 같이, 시각적인 실내이미지에 대한 선호는 개인이 느끼는 감정이며 개인의 성별, 연령, 학력, 성격 등 개인적인 변수에 의해 차이가 있을 수 있으므로, 시각적인 실내이미지 선호를 연구하는데 개인적 변수는 가장 기본적이고 중요한 변수이다.

또한 마케팅 분야에서 시장세분화 기법 중 소비자의 욕구와 선호파악을 위해서는 연령, 성별, 소득, 교육수준 등의 인구통계적 변수를 주로 사용하고 있으며, 이중 연령과 성별, 소득이 소비자 집단을 구분하는 보편적인 기준으로 사용되고 있다¹⁴⁾. 그러므로 본 연구에서는 여성소비자의 특성으로서 연령, 소득 변인을 설정하였으며, 이와 더불어 취업여성과 비취업여성, 미혼여성과 기혼여성의 선호체계를 파악하기 위해 취업여부와 결혼여부를 관련변으로 설정하였다.

3. 조사결과 및 논의

3.1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 연령은 20대가 46.9%로 제일 많고 30대가 30.9%, 40대가 22.2% 순으로 나타났다. 조사대상 중 기혼은 66.8%, 미혼은 33.3%로 기혼이 많이 표집되었으며 취업여부는 비취업이 30.2%, 취업이 69.8%였다. 학력을 보면 대학교 졸업이 50.5%로 제일 많고, 2년제 대학 졸업 22.6%, 고등학교 졸업 17.8% 순으로 나타났다. 소득에 있어서 평균소득은 215만원이었으며 120만원미만부터 320만원이상까지 비교적 고른 분포로 나타났다. 주택의 소유형태는 자가 67%, 임대33%로 자가의 비

12)김영주, 아파트 거주자의 주거-아이덴티티 표현에 관한 연구, 연세대학교 대학원 박사학위논문, 1992.

13)박영순 외 2인, ibid, 1994, pp.17-27.

14)김진성, 마케팅, 법경사, 1997, pp.34-50.

율이 높게 나타났다. 주택유형은 단독주택 30.8%, 집합주택 69.2%로 집합주택에 거주하고 있는 여성들이 더 많았다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성

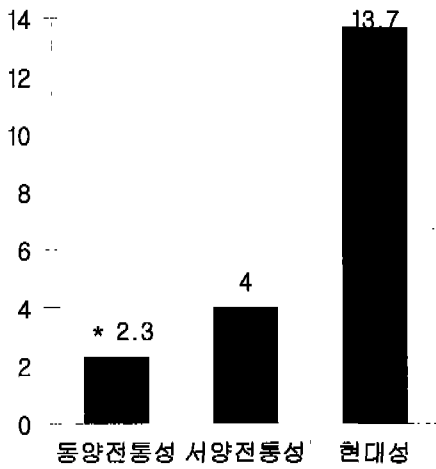
구분	분포	F	%	
연령	20대	139	46.9	
	30대	93	30.9	
	40대이상	69	22.2	
	합계	301	100.0	
결혼 여부	기혼	201	66.8	
	미혼	100	33.2	
	합계	301	100.0	
취업 여부	취업	211	69.8	
	비취업여성	91	30.2	
	합계	301	100.0	
	취업 여성	유치원어린이집 교사 110 28.4 초등학교 교사 57 14.7 중등학교 교사 43 11.1		
	합계	301	100.0	
학력	중학교 졸업이하	9	3.0	
	고등학교 졸업이하	53	17.8	
	2년제대학 졸업	67	22.6	
	대학교 졸업	150	50.5	
	대학원 졸업이상	18	6.1	
합계	297	100.0		
월평균소득	120만원 미만	39	13.6	
	120-160만원 미만	49	17.1	
	160-200만원 미만	37	12.9	
	200-240만원 미만	39	13.6	
	240-280만원 미만	35	12.2	
	280-320만원 미만	37	12.9	
	320만원 이상	51	17.8	
합계	287	100.0		
주택 소유형태	자가	201	67.0	
	임대	99	33.0	
	합계	300	100.0	
주택유형	단독주택	88	30.8	
	집합주택	198	69.2	
	합계	286	100.0	

3.2. 실내디자인 선호성향의 일반적 경향

실내디자인 선호성향은 실내이미지 판별도구와 질문지를 이용하여, 도구에서 제시된 실내이미지 세트를 보고 상대적으로 선호하는 것을 선택하게 하는 방법으로 측정하였으며, 각 성향에 대한 범주는 총 항목의 수 중에서 선택된 개수에 따라 점수화 하였다. 각 개념마다 최저 0점부터 최고 30점(전통·현대성 개념은 최고20점)의 범위를 이루고 점수가 많을수록 선호성향이 강함을 의미한다.

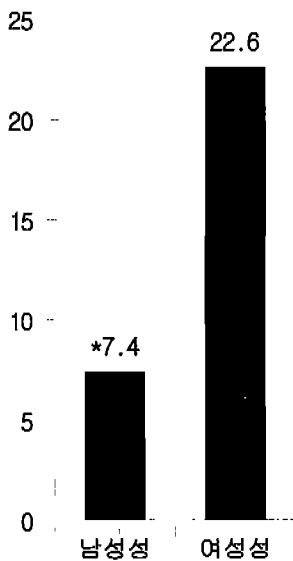
전체 조사대상자의 실내이미지 선호 성향의 일반적 경향은 다음과 같다. 전통·현대성 개념에서는 일반적으로 현대적인 실내디자인을 선호하는 성향이 가장 강하고, 전통성에서는 서양전통적인 실내디자인이 동양전통적인 실내디자인에 비해 선호하는 것으로 나타났다<그림1 참조>.

남성·여성성 개념에서는 여성적인 실내디자인을 선호되는 성향이 아주 높았고<그림2 참조>, 단순·복잡성 개념에서는 복잡한 실내디자인을 선호하는 성향이 약간 높게 나타났다<그림3 참조>.



<그림 1> 전통, 현대성 실내이미지 선호성향

* 평균점수
최소 0, 최대 20점의 범위이며 점수가 높을수록 선호성향이 강함

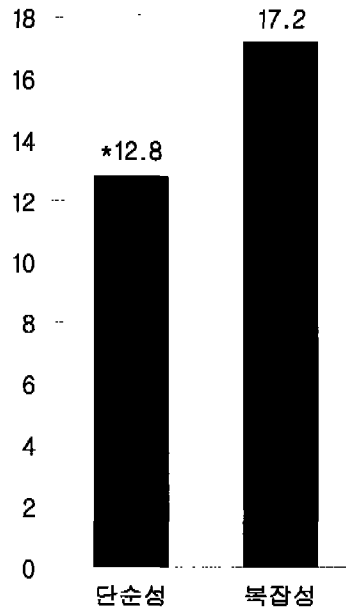


<그림 2> 남성, 여성성 실내이미지 선호성향

* 평균점수
최소 0, 최대 30점의 범위이며 점수가 높을수록 선호성향이 강함

이러한 연구결과는 신화경(1999)과 홍미혜(1998)의 연구¹⁵⁾결과와 비슷하며 전통·현대성 측면에서는 현대적인 실내디자인을 선호하는 성향이 전통성에 비해 강하게 나타났는데 이는 현대사회에서 20세기 중반이후 모던 양식과 포스트 모던 양식이

15) 신화경, ibid, 1999.
홍미혜, ibid, 1998.



<그림 3> 단순, 복잡성 실내이미지 선호성향

* 평균점수
최소 0, 최대 30점의 범위이며 점수가 높을수록 선호성향이 강함

주를 이루는 국제화 양식이 보편화되면서 보이는 시대적 특성으로 해석할 수 있다. 남성·여성성 개념에서 여성적인 실내디자인을 선호하는 것으로 나타났는데 이는 성별에 대한 일반적인 특성과 실내디자인 선호 특성이 서로 연관이 됨으로 인해 부드러운 곡선적 우아함을 나타내는 여성성을 더 선호하는 것 같다. 이는 남성은 남성성을 여성은 여성성을 더 선호한다고 나타난 신화경(1998)의 연구결과 중 여성성의 실내이미지에 대한 결과와 일치한다고 볼 수 있다. 단순·복잡성 선호에서 단순한 실내디자인에 비해 복잡한 이미지를 선호하는 것으로 나타났다.

3.3. 도시여성의 특성에 따른 실내디자인 선호 성향

조사대상자들이 전체적으로 전통·현대성 중에서는 현대적인 실내디자인을, 남성·여성성 중에서는 여성적인 이미지를, 단순·복잡성 중에서는 복잡한 실내이미지를 더 선호하는 경향을 보이고 있는데 이러한 세 가지 속성에 관련변인에 따른 상대적인 선호성향을 파악하기 위해 GLM을 이용한 F검정과 Duncan의 다중범위검증을 하였다.

(1) 연령에 따른 실내디자인 선호 성향

조사대상자의 연령별 실내디자인 선호 성향에 대한 차이검정은 다음과 같다.

전통·현대성 선호에서는 동양전통성과 현대성 선호성향에서 연령대별로 의미 있는 차이가 있었지만 서양전통성에서는

차이가 없었다<표2 참조>. 동양전통성 선호 성향에서는 40대가 20대, 30대에 비해 동양전통성을 더 선호하는 경향이 있는 것으로 나타났고, 현대성 성향에서는 연령이 젊을수록 더 선호하는 것으로 나타났다. 이는 연령이 많아질수록 전통적인 가구 유형을 선호한다는 결과16)와 40대 이후는 젊은 연령층에 비해 전통적인 실내디자인 양식을 선호한다는 선행연구의 결과17)와 일치함을 알 수 있다.

남성·여성성 선호성향에서는 연령에 따라서 유의적인 차이를 보이지 않았다<표3 참조>. 단순·복잡성 선호성향에서는 연령에 따라서 의미있는 차이가 나타났는데 연령이 증가할수록 복잡한 이미지의 실내디자인을 더 선호하고 단순한 이미지를 덜 선호하는 것으로 나타났다<표4 참조>. 집단별로 보면, 20대 보다는 30대가, 30대 보다는 40대가 복잡한 이미지의 실내디자인에 대한 선호가 뚜렷해짐을 알 수 있었다.

<표 2> 연령에 따른 전통·현대성 실내이미지 선호 성향

종속변인	독립변인	사례수	자유도	평균	F	Duncan
동양 전통성	연령 20대	139		1.6	5.1**	B
	30대	93	2	2.3		B
	40대	69		3.8		A
서양 전통성	연령 20대	139		3.7	0.6 (NS)	
	30대	93	2	4.2		
	40대	69		4.3		
현대성	연령 20대	139		14.7	5.1**	A
	30대	93	2	13.5		B
	40대	69		11.9		C

** p<. 01
NS. 유의하지 않음.

<표 3> 연령에 따른 남성·여성성 실내이미지 선호 성향

종속변인	독립변인	사례수	자유도	평균	F	Duncan
남성성	연령 20대	139		7.0	0.3 (NS)	
	30대	93	2	7.7		
	40대	69		7.8		
여성성	연령 20대	139		23.0	0.3 (NS)	
	30대	93	2	22.3		
	40대	69		22.2		

NS. 유의하지 않음

<표 4> 연령에 따른 단순·복잡성 실내이미지 선호 성향

종속변인	독립변인	사례수	자유도	평균	F	Duncan
복잡성	연령 20대	139		15.8	8.5**	C
	30대	93	2	17.2		B
	40대	69		19.9		A
단순성	연령 20대	139		14.2	8.5**	A
	30대	93	2	12.8		B
	40대	69		10.1		C

** p<. 01 *** p<. 001

16) 오승혜, 가구디자인의 조형적 요소에 대한 소비자의 선호 연구, 연세대학교 석사학위논문, 1982.

17) 황유진, 도시아파트 거주자 특성에 따른 실내양식 선호분석, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1994, p.18.

(2) 결혼여부에 따른 실내디자인 선호 성향

결혼여부에 따른 실내디자인 선호 성향에 대한 차이검정은 다음과 같다. 전통·현대성 선호, 남성·여성성 선호, 단순·복잡성 선호 모두에서 의미 있는 차이를 보이지 않았다<표5,6,7 참조>.

<표 5> 결혼여부에 따른 전통·현대성 실내이미지 선호 성향

종속변인	독립변인	사례수	자유도	평균	F	Duncan
동양 전통성	결혼 기혼	201		2.7	0.0	
	여부 미혼	100	1	1.7		
서양 전통성	결혼 기혼	201		4.0	0.5	
	여부 미혼	100	1	3.9		
현대성	결혼 기혼	201		13.3	0.3	
	여부 미혼	100	1	14.4		

<표 6> 결혼여부에 따른 남성·여성성 실내이미지 선호 성향

종속변인	독립변인	사례수	자유도	평균	F	Duncan
남성성	결혼 기혼	201		7.6	0.1	
	여부 미혼	100	1	7.0		
여성성	결혼 기혼	201		22.4	0.1	
	여부 미혼	100	1	23.0		

<표 7> 결혼여부에 따른 단순·복잡성 실내이미지 선호 성향

종속변인	독립변인	사례수	자유도	평균	F	Duncan
단순성	결혼 기혼	201		12.2	0.4	
	여부 미혼	100	1	14.2		
복잡성	결혼 기혼	201		17.8	0.4	
	여부 미혼	100	1	15.8		

(3) 취업여부에 따른 실내디자인 선호 성향

취업여부에 따른 실내디자인 선호 성향에 대한 차이검정은 다음과 같다.

전통·현대성 선호, 남성·여성성 선호, 단순·복잡성 선호 모두에서 의미 있는 차이를 보이지 않았다<표8,9,10 참조>. 한편, 평균점을 중심으로 살펴보면 전통·현대성 실내이미지 선호측면에서 비취업 여성들의 평균점이 취업여성들의 평균점보다 서양전통성, 동양전통성 모두에서 약간 높았고 현대성에 있어서는 취업여성들의 평균점이 비취업여성들의 평균점보다 약간 높았다.

<표 8> 취업여부에 따른 전통·현대성 실내이미지 선호 성향

종속변인	독립변인	사례수	자유도	평균	F	Duncan
동양 전통성	취업 취업	210		2.0	0.3	
	여부 비취업	91	1	3.2		
서양 전통성	취업 취업	210		3.8	0.8	
	여부 비취업	91	1	4.3		
현대성	취업 취업	210		14.2	1.2	
	여부 비취업	91	1	12.4		

<표 9> 취업여부에 따른 남성·여성성 실내이미지 선호 성향

종속변인	독립변인	사례수	자유도	평균	F	Duncan
남성성	취업여부	취업	210	7.2	1.1	
	비취업	91	1	8.0		
여성성	취업여부	취업	210	22.9	1.1	
	비취업	91	1	22.0		

<표 10> 취업여부에 따른 단순·복잡성 실내이미지 선호 성향

종속변인	독립변인	사례수	자유도	평균	F	Duncan
단순성	취업여부	취업	201	13.5	0.4	
	비취업	100	1	11.3		
복잡성	취업여부	취업	210	16.5	0.0	
	비취업	91	1	18.7		

(4) 월 평균소득에 따른 실내디자인 선호 성향

월평균 소득에 따른 실내디자인 선호 성향에 대한 차이검정은 다음과 같다.

전통·현대성 차원에서는 서양전통성과 현대성이 소득에 따라 차이가 있는 것으로 나타났는데 그 결과는 <표11>과 같다. 서양전통성에 있어서는 월 평균 소득이 320만원 이상인 집단이 320만원 미만인 집단보다 선호성향이 더 높게 나타났다. 이와 반대로 현대성에 대한 선호성향은 320만원 미만인 집단이 320만원 이상인 집단보다 더 높게 나타났다.

남성·여성성 차원에서는 소득에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다. 평균점을 중심으로 살펴보면 남성성에 대한 선호성향은 320만원 미만인 집단이 320만원 이상인 집단보다 약간 높았고, 여성성에 있어서는 320만원 이상인 집단이 그 밖에 집단보다 선호성향이 약간 높게 나타났으며 그 결과는 <표12>와 같다.

단순·복잡성 차원에서는 소득에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다. 평균점을 중심으로 살펴보면 120-320만원 미만인 집단이 다른 집단들보다 단순한 이미지에 대한 평균점이 약간 높으며 320만원미만인 집단과 320만원이상인 집단은 복잡한 이미지에 대한 평균점이 약간 높게 나타났다<표13 참조>.

신화경(1998)은 소득에 따라 전통·현대성, 남성·여성성, 단순·복잡성에 대한 유의한 차이가 없으나, 소득이 높은 집단이

<표 11> 월평균 소득에 따른 전통·현대성 실내이미지 선호 성향

종속변인	독립변인	사례수	자유도	평균	F	Duncan
동양 전통성	월평균 소득	120만원미만	39	1.9	0.28 (NS)	
	120-320만원미만	197	2	2.3		
	320만원이상	51	1	3.0		
서양 전통성	월평균 소득	120만원미만	39	3.6	4.05**	B
	120-320만원미만	197	2	3.8		B
	320만원이상	51	1	5.0		A
현대성	월평균 소득	120만원미만	39	14.5	3.81*	A
	120-320만원미만	197	2	13.9		A
	320만원이상	51	1	12.0		B

* 월평균소득 : 상 ≥ M(215만원)+SD(110만원), M+SD < 중 < M-SD, 하 ≤ M-SD
 * p < .05 ** p < .01 NS. 유의하지 않음

낮은 집단에 비해 전통적인 실내에 대한 선호가 약간 더 높다는 연구결과를 밝힌 바 있다.

<표 12> 월평균 소득에 따른 남성·여성성 실내이미지 선호 성향

종속변인	독립변인	사례수	자유도	평균	F	Duncan
남성성	월평균 소득	120만원미만	39	7.5	1.15	
	120-320만원미만	197	2	7.5		
	320만원이상	51	1	6.7		
여성성	월평균 소득	120만원미만	39	22.5	1.15	
	120-320만원미만	197	2	22.5		
	320만원이상	51	1	23.3		

* 월평균소득 : 상 ≥ M(215만원)+SD(110만원), M+SD < 중 < M-SD, 하 ≤ M-SD

<표 13> 월평균 소득에 따른 단순·복잡성 실내이미지 선호 성향

종속변인	독립변인	사례수	자유도	평균	F	Duncan
단순성	월평균 소득	120만원미만	139	12.6	0.68	
	120-320만원미만	93	2	12.9		
	320만원이상	69	1	12.5		
복잡성	월평균 소득	120만원미만	139	17.4	9.68	
	120-320만원미만	93	2	17.1		
	320만원이상	69	1	17.5		

* 월평균소득 : 상 ≥ M(215만원)+SD(110만원), M+SD < 중 < M-SD, 하 ≤ M-SD

4. 결론

본 연구에서는 실내이미지 선호측정 시각적 도구를 이용하여 여성소비자의 특성별 실내이미지 선호 체계를 파악한 것으로, 분석결과를 종합하여 실내이미지 선호성향의 체계를 종합 정리하면 다음과 같다.

첫째, 여성들의 전체적인 실내디자인 선호 성향을 살펴본 결과, 전통·현대성에 있어서 도시 여성들은 현대적인 이미지의 실내디자인을 전통적인 이미지의 실내디자인보다 더 선호하는 것으로 나타났다. 또한 남성·여성성에 있어서는 여성적인 이미지의 실내디자인을 남성적인 이미지의 실내디자인보다 더 선호하였는데 이는 성별에 대한 일반적인 특성이 실내디자인 선호 특성과 서로 연관이 됨으로 인해 여성이 직선적이고 위엄을 나타내는 남성적인 실내이미지보다는 곡선적이고 부드러운 여성적인 실내이미지를 더 선호하는 것으로 이해된다.

둘째, 도시여성의 연령, 결혼여부, 취업여부, 소득에 따른 실내디자인 선호성향의 차이를 파악해 본 결과, 연령과 소득에 있어서만 유의한 차이가 있었으며 결혼여부나 취업여부에 따른 차이는 보이지 않았다.

먼저, 연령에 있어서는 40대의 여성들이 20대, 30대의 여성들보다 동양전통적인 이미지의 실내디자인을 더 선호하였고, 연령이 젊어질수록 현대적인 이미지의 실내디자인을 더 선호하는 경향이 나타났다. 또한 연령이 많아질수록 단순한 이미지보다는 복잡한 이미지의 실내디자인을 더 선호하였는데, 즉 20대 보다는 30대가, 30대 보다는 40대의 여성들이 복잡한 이미지의

실내디자인을 더 선호하였다.

월 평균 소득이 고소득 집단의 여성들이 저소득 집단의 여성들보다 서양 전통적인 이미지의 실내디자인을 더 선호하였다.

한편, 실내디자인 선호성향에 있어서, 기혼·미혼 여성들과 취업·비취업 여성들의 차이는 나타나지 않았는데 이러한 결과는 본 연구에서는 취업여성이 교사직종으로 제한되어 동질적이기 때문으로 생각된다.

이와 같이 여성들의 실내디자인 선호 성향은 그들의 특성 중 연령과 소득계층에 따라서 차이가 밝혀졌으므로 이는 실내디자인의 선호에 관련된 마케팅 연구에 기초자료로 이용할 수 있으리라 사료된다.

또한 본 연구에서 여성들의 연령과 소득에 따라 실내이미지에 대한 선호성향이 차별화된 것을 근거로 할 때, 이 도구를 사용하여 다른 독립변인을 추가하여 연구할 경우 디자인 선호를 차별화할 수 있으며 이는 실내디자인 마케팅 분야에서도 활용할 수 있을 것으로 생각된다.

참고문헌

1. 김부곤·하숙녕, 아파트 평형별 실내분위기 선호도에 따른 사례 연구, 한국실내디자인학회 공개 강연회집, 1996, pp.41-55
2. 김영주, 아파트 거주자의 주거-아이덴티티 표현에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1992.
3. 김육관, 아파트 단위평면의 실내디자인에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, 1981.
4. 김행신·이영호, 도시아파트 거주가구의 주거계층별 실내의장특성 분석, 대한건축학회 논문집 9(9), 1993.
5. 박영순·계림, 실내환경의 색채의미 평가를 위한 도구개발, 대한가정학회지, 30(4), 1992, pp.167-182.
6. 박영순 외 2인, 도시 아파트 거주자의 주생활양식과 실내분위기 선호 연구, 한국주거학회지5(1), 1994, pp.17-27.
7. 신화경, 소비자 특성별 실내디자인 선호체계 비교연구, 한국실내디자인학회지, 17호, 1998, pp.210-216.
8. 이연숙·신화경, 아파트 실내장식물 특성의 실태 및 선호에 관한 연구, I-강동구 잠실지역 아파트를 중심으로-, 대한가정학회지 23(4), 1985
9. 이연숙·정현원, 인성과 실내환경적 성향과의 관련성에 관한 연구, 한국실내디자인학회지, 12(9), 1997, pp.78-86.
10. 이윤정, 한국 주택의 실내디자인 이미지 유형 및 특성 분석, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1995.
11. 홍미혜, 실내이미지 선호 측정도구의 실증적 검증 및 사용 연구, 연세대학교 대학원 석사학위 논문, 1999
12. Craik & Bosselmann, *Perceptual simulations of environments, in Methods in Environmental and Behavioral Research.*(Betchtel. R. B) New York : Van Nostrand Company, 1987.
13. Friedman, A., Zimmering, C., & Zube, E, *Environmental design evaluation*, New York: Plenum press, 1978.
14. Hada, Lynne Reubush, Personality and furniture fabric preferences, *Home Economics Research Abstracts*, 1976.
15. Mary Gilliatt, *The Complete Book of Home Design*. Boston: Little Brown and Company, 1984.

<접수 : 2000. 11. 10>