

실용 테이블 데커레이션에 대한 선호 분석에 관한 연구*

— 색채 조화의 이미지 및 심미성의 영향요소를 중심으로 —

A Study on Preference Analysis on Eating/Drinking Table Decoration

— Centering on Color Image and Aesthetic Value —

장영순**† · 홍정표*** · 김태호***

Young-Soon Jang**† · Jung-Pyo Hong*** · Tai-Ho Kim***

전북대학교 디자인 제조 공학과**

Dept. of Manufacturing, Chonbuk National University

전북대학교 산업디자인과***

Dept. of Industrial Design, Chonbuk National University

Abstract : This study has showed verified results on 'Survey into Observer Preference for Table Decoration for Eating and Drinking'. It is a preliminary study to look into interrelation of preference to color tables, image adjectives, aesthetic value, by giving color changes in a certain regularity to each influential factor in functional table decoration. The result has demonstrated that, as for color image and preference, 'observers prefers mid/low dark-toned brown which gives a feeling of 'high-quality, and like to eat', and orange tone with a feeling of 'warm and colorful'. In evaluating interrelation between preference and aesthetic value, the study has revealed that ordinary people take the influential factor of 'unity and Gestalt' seriously, while non-professionals preferred 'uniqueness'. Stimulant No. 7 is one of constituent factors of functional table decoration, eliciting significance of images on colors and aesthetic value. This study also has practical problems about insufficiency or inadequateness in producing mood suitable to T·P·O, according to depending upon color changes in picking up stimulants, or other problems in selecting stimulants, according to time, seasons and generational parameter in which the inquiry is conducted, but it will serve as a stepping stone for developing new design using both qualitative and quantitative data in functional table decoration.

Key words : Eating/Drinking Table Decoration, color image, aesthetic value

요약 : 본 연구는 실용테이블 데커레이션의 수준별 요소에 일정한 규칙의 색채변환을 주어 관찰자(응답자) 선호의 색채 테이블과 이미지 형용사, 심미성의 각 영향 요소간의 관계성 고찰로 이는 선행 연구인 '식음 테이블 데커레

* 본 연구는 전북대학교 산업디자인 개발연구소의 지원에 의해서 연구되었음.

† 교신저자 : 장영순(전북대학교 디자인제조공학과)

E-mail : sowolflower@hanmail.net

Tel : 031-705-0846, 019-205-1595

이선의 관찰자 선호도에 대한 조사 분석'의 검증연구이다. 연구결과로 색채 이미지와 선호도는 '고급스러운, 먹고 싶은'의 이미지로, 중·저의 어두운 톤인 브라운 색채와 '따뜻한, 화사한' 이미지의 주황색 톤이 선호되었다. 선호도와 심미성 영향 요소와의 관계 평가에서는 일반인들은 '통일성, 계슈탈트'의 영향요소를 중요하게 인식하였고, 비전문가들은 '독특성'이 부각되었다. 본 연구는 자극물 선정에서 색채 변환에 의존함에 따라 T·P·O에 적합한 분위기 연출의 미흡·부적합 등 현실성의 문제점과 설문 응답이 이루어진 시기, 즉 계절, 세대 간 변수, 자극물 선정 등의 문제점이 제기되나, 실용 테이블 데커레이션에 선호 디자인에 대한 프로세스를 제한함으로써 정성적 연출뿐만 아니라 정량적인 데이터를 이용한 새로운 디자인 방향을 제시하였다는데 의의가 있다.

주제어 : 실용테이블 데커레이션, 색채이미지, 심미성 영향요소

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

본 연구는 실용테이블 데커레이션에 있어 작가와 관찰자간 상호 호응의 관계를 형성하기 위한 유도로서 관찰자의 선호요인 즉, 테이블 구성의 각 요소에 일정한 규칙의 색채 변환을 시도하여 선호 색채와 디자인이미지 및 심미성 영향요소와의 상호 인과관계성에 중점을 두어 고찰하였다.

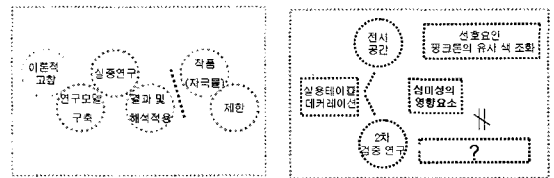
이는 선행 연구인 '식음 테이블 데커레이션의 관찰자 선호도에 대한 조사 분석' 연구결과 핑크 톤의 유사 색 조화의 선호에 대한 2차 검증연구이다. 이러한 연계적 연구는 실용테이블 데커레이션에 대한 선호 디자인 방향제시가 가능하며, 관찰자 선호 디자인의 데이터 베이스를 이용한 새로운 개념의 디자인 구축과 아울러 향후 정량적인 관찰자 평가를 통한 디자인 발전의 실효성 기대에 목적이 있다.

1.2 연구의 방법 및 범위

본 연구는 '식음 테이블 데커레이션의 관찰자 선호도에 대한 조사 분석'에 관련한 2차의 검증연구로 실용테이블 데커레이션의 개념과 색채변환 및 심미성의 영향요소를 이론적 고찰에서 살펴보고, 아울러 실용테이블 데커레이션에 대한 관찰자 반응 및 선호 분석의 연구 모델 구축에 관해 살펴보려고 한다[8].

실증연구에서는 연구 모델에 따른 관찰자 선호 결과로 작가들에게 객관적이고 신뢰할 수 있는 디자인의 가이드라인을 제공하고자 한다. 조사방법은 off-line의 대인 면접을 통한 일대일 설문 조사에 의한다. 앞서 조사한 실증 연구를 토대로 결과 해석 및 적용을 하고, 한계점 및 향후 연구 방향 제시와 아울러 작가와 관찰자 간의 근본적인 욕구와 선호도를 바탕으로 상호 원활한 커뮤니케이션의 장을 마련하고자 한다.

표 1. 연구 방법 및 범위



2. 이론적 고찰

작가의 미적 관념과 계획에 의해 주관적 연출로 이루어지는 실용테이블 데커레이션의 개념을 고찰하고, 작가와 관찰자 간의 상호 호응의 관계를 형성하기 위한 유도로서 선호도와 이미지 및 색채변환에 따른 테이블의 각 수준별 요소를 심미성 영향요소와 연계하여 고찰하였다.

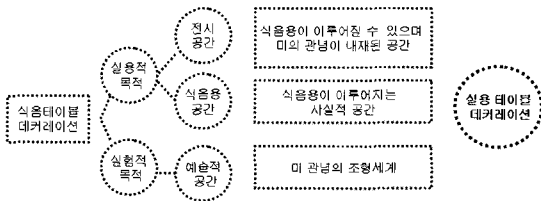
2.1.1 실용 테이블 데커레이션의 개념

테이블 데커레이션에 대한 선행 연구된 유형 분류는 실용성과 실험성(예술성)을 기준으로 분류되고 있

다. 실용적 목적의 ‘실용 테이블 데커레이션’은 식음용과 전시(디스플레이)로 나누어, 이를 ‘식음용 테이블 데커레이션’과 ‘전시용 실용 테이블 데커레이션’으로 구분한다. 미와 관념의 조형세계로 표현되는 실험성 목적의 ‘실험테이블 데커레이션’을 포함하여 각 유형으로 나누고 있다. 여기에서 전시용의 실용적인 테이블 데커레이션은 실험성(예술성)의 영역이 내포되는 의미로써 정의하고 있다[5].

본 연구에서 실용 테이블 데커레이션은 식음용이 이루어질 수 있는 사실적 테이블 데커레이션으로, 특정 목적, 즉 ‘전시 공간’의 상위개념이 수반된 작가의 심미적, 감성적, 사실적, 실험적 창작의도가 고려된 커뮤니케이션의 장(場)으로서 표출된 작품을 말한다. 이러한 의도로서 전시용 실용 테이블 데커레이션 디자인은 실험성이 내재된 영역, 즉 미의 관념이 내재된 공간으로서의 ‘실용 테이블 데커레이션’임을 밝힌다.

표 2. 실용 테이블 데커레이션의 개념



2.1.2 실용 테이블 데커레이션에서의 색채변환

본 연구는 선행 연구의 결론에서 선호된 ‘조화로운, 따뜻한, 여성적인’ 이미지의 핑크 톤의 유사 색 조합에 대한 2차 검증연구이다. 이에 대한 모델 선정은 선호되는 테이블 색채를 파악하기 위한 단계로서 먼저 전문가자이더 10명에 의해 프리그룹핑(Free Grouping)의 단계를 거쳤다. 즉, 화예디자인 중심이 된 전시공간의 테이블 데커레이션의 자극물 중 한 모델을 선별하고 이를 8종류의 색채를 선별하여 변환하였다. 색채 선별은 먼셀의 색상환표에서 명도와 채도를 조절 하였을 때 선명하게 나타날 수 있는 색채와 아울러 한국의 간색을 포함한 오방색도 함께 고려하여

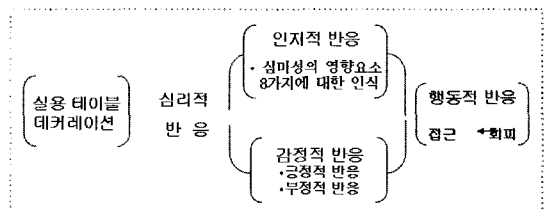
선별하였다[4]. 선별된 8종류의 색채는 테이블의 수준별 요소에 따라 각 4쌍의 색채, 명도, 채도를 일정한 규칙으로 변환하여 밝은 톤에서 어두운 톤의 차별성을 두어 자극물 32개를 조사 대상의 모델로 선정하였다.

2.2 실용 테이블 데커레이션에 대한 관찰자 반응

실용 테이블 데커레이션에 대한 관찰자의 심리적 반응은 다양하게 나타나는데, 본 연구에서는 이를 상호 관계적이고 동시에 일어나고 있는 인지적 반응과 감정적 반응으로 한하여 고찰하였다.

인지적 반응은 관찰자가 정보처리를 하는 동안 자연스럽게 갖는 생각(thoughts)으로, 추론적인 것이 아니라 생성적(produce)라는 면에서 태도와 다르다[7]. 따라서 실용 테이블 데커레이션은 관찰자 개인의 환경, 정보, 경험, 인식 등과 관람하는 동안의 느낌의 유발로 감정에 의해 진술될 수 있다. 그런데 관찰자들은 전시된 작품을 인지할 때 전체를 통합적 시각의 인식에서 오는지 아니면 하나의 디자인 요소간의 선형 프로세싱으로부터 오는지는 논란의 대상이 되고 있다[6]. 여기에서 인지적 반응은 관찰자의 통합적 시스템 구조에 대한 인식반응과 원자론적 인식반응이 심미성의 영향요소에 대하여 어떻게 반응하는지를 고찰하였다. 단, 심리적 반응과 수평관계를 이루는 행동적 반응(접근·회피 행태)은 제한하였다[8].

표 3. 실용 테이블 데커레이션에 대한 관찰자 반응



2.3 심미성에서의 영향요소

심미성이라는 용어의 기원은 18세기 독일 철학자

Alexander Baumgarten에 의해 그리스어 aesthetics (“조망, 특히 감정에 의한”을 뜻하는)로부터 만들어졌다. Baumgarten은 이 용어를 “목적을 진리로 하는 논리학과 반대되는 감각적 지식의 과학을 만들어 내기 위한 철학의 특별한 분야”로 정의하고 있다[1]. 후에 독일 철학자 G. W. Hegel은 심미성의 용도를 순수예술 연구에 제한시켰다. 몇몇 철학자들은 어떤 문체들이 형태상 동일성, Gestalt, 혹은 다른 매력적 특징 등과 같은 사람들에게 어필하는 어떤 구조적 성질들을 함유함으로써 심미적 가치를 제공한다고 주장해 왔다. 이러한 기원을 바탕으로 한 정의로 심미성이란 「디자인 프로세스에 있어서 아름다움을 만드는 질 또는 가치」이다[1]. 또한 Ellis는 광범위한 영역에서 심미적 특성들에 대한 많은 증거들을 철저한 관찰 결과에 바탕을 두고 심미성 판단들에 대한 세부적인 측정 도구로 개발하였다.

그것은 “사물의 심미적 특성들에 대한 진정한 본질”을 측정하기 위해 개발된 것으로 이 측정 도구는 다음 8가지 요소, 즉 단순/복잡, 조화성, 균형성, 통일성, 율동성, 시대성/스타일, 독특성, 계취탈트 이다. 이 8가지 요소들은 심미적 감각기관에 대한 계취탈트 심리학 법칙들을 묘사하고, 심미적 특성들의 근원을 나타낸다[9].

이러한 심미적 특성의 근원들을 자극물의 미적형태의 구체적 개념으로 도입하여 조화로운 배치 및 배열의 총합적 구성요소로서 적용하였다.

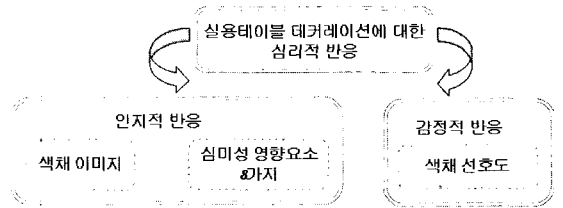
2.4 연구 모델 구축

실용 테이블 데커레이션에 대한 연구 모델은 관찰자 심리적 반응, 즉 인지적 반응과 감정적 반응으로 다음과 같은 절차로 요약하였다.

실용 테이블 데커레이션에서 관찰자가 개인의 인상과 정보, 감각, 경험을 토대로 느끼는 색채 이미지와 일반적인 색채 이미지 스케일에 대한 인식과의 차이점을 살펴보았다. 또한 심리적 반응 중 인지적 반응은 테이블의 구성을 이루는 각 수준별 요소에

대해 일정한 규칙의 색채변환을 시도하여 배열된 자극물에 대한 느끼는 감정의 반응 정도를 심미성 영향요소와 관련성도 아울러 고찰하였다. 자극물에 대한 감정적 반응은 ‘좋다’ ‘싫다’의 관계성으로서 아래 표 4와 같이 고찰하였다.

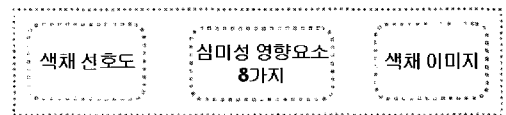
표 4. 실용 테이블 데커레이션에 대한 연구모델 구축과정



실용 테이블 데커레이션에 대한 심리적 반응의 최종적인 색채 선호도는 색채 이미지에 의해서 형성되며, 색채 이미지는 구체적이고 개별적인 심미성의 영향 요소의 연계성으로 살펴볼 수 있다.

결국 선호되는 자극물은 색채 이미지로부터 출발한다고 전제할 수 있다. 따라서 본 연구의 기본적인 모델은 색채 이미지-심미성의 영향요소-색채선호도의 연결 구조로서 이론적 프레임웍(Frame-Work)의 응용을 표 5와 같이 구축하였다.

표 5. 실용 테이블 데커레이션에 대한 연구모델



3. 실증 연구

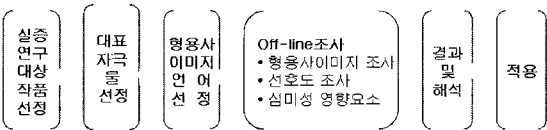
3.1 실증 연구 프로세스

실용 테이블 데커레이션의 실증 조사는 오프라인 조사(Off-Line Survey)에 의한 대인 면접의 설문조사로 이루어졌다. 기본이 되는 자극물은 먼저 8종류의 색채를 선정하고 이를 테이블의 각 수준별 요소에 따라 각 4쌍의 색채 변환을 시도함으로써 전체 32개의

자극물을 선정하였다.

선정된 32개의 자극물에 대해 먼저 형용사 이미지 언어를 추출하였으며, 4쌍의 각 8개 그룹에 대한 7점 척도로 선호색채에 대한 설문을 진행하였다. 최종적으로 선정된 선호 자극물과 심미성 영향요소간의 관계성 역시 7점 척도로 측정하여, 빈도분석에 의한 결과 및 해석, 적용을 표 6의 진행과정으로 고찰하였다.

표 6. 실증 연구 프로세스



3.2 Off-line 조사 방법

실용 테이블 데커레이션의 실증 연구 조사방법은 오프라인 조사(off-line survey)에 의한 설문내용으로 대인면접 방법을 선택하였다[6]. 자극물에 대한 편견이나 감정적 오류를 최소화하기 위해 총체적이고 전체적 인지와 원자론적 인지 요인에 관한 특별한 제한점은 두지 않았으며, 자극물에 대한 객관적 정보는 설문과정에서 배제하여 자유로운 응답을 유도하였다.

한편 관찰자들은 사물들에 대해 대중들이 가지게 되는 인상을 집단화하고 대중들의 감각을 형용사적 명칭으로 소유하게 하는 속성을 지닌다. 이는 감각적 경험에 실제적인 형식을 부여하여 비언어적인 상징체계(非言語的 象徵體系)로 대중의 정서적 경험을 형식화하는 예술인 것이다[5]. 이러한 측면으로 볼 때 실용 테이블 데커레이션에 대한 관찰자의 환경과 경험 및 다양한 요인에 의한 심리적 반응을 형용사 이미지어로 추출하여 이를 형식화의 과정을 부여함으로써 작가와 관찰자 간 상호 형성되는 호응적 관계를 도출해 낼 수 있다. 또한 작품에 대한 관찰자의 ‘좋다’, ‘싫다’의 감정적 반응과 심미성 영향요소의 연계적 관계성을 시도하여 관찰자의 근본적인 욕구

와 선호도를 살펴보았다.

3.3 실증 조사

3.3.1 실증 연구 자극물 선정

실용 테이블 데커레이션의 자극물은 2001년부터 2003년간의 전시 공간 및 각종 행사를 통해 수집된 사진자료 중 한 작품을 전문디자이너(10명)들에 의해 선정하였다. 이는 비교적 색채 변환의 조건을 충족하기 위한 대표적 자극물 선정으로서의 단계를 거쳐 추출하였다.

추출된 작품을 8색으로 변환하고 이를 디자인의 각 요소에 대해 4단계의 일정한 명암과 채도의 변화를 두어 밝고 어둠의 32개 자극물을 선정하였으며, 대인 면접을 통한 오프라인 설문조사로 이루어졌다. 설문 내용은 첫째, 일반적 조사 둘째, 형용사 이미지어 조사 셋째, 선호도 조사 넷째, 심미성의 영향요소에 대한 반응으로 대상은 전공자 20세에서 50세의 남녀 30명과 20세의 비전공자(학생) 70명에 대한 대인 면접 설문을 실시하였다.

구분	설문 내용
조사 대상물	자극물 8색 각 4쌍의 32 작품
조사 대상	20-50세 남녀 전문가 30명
	20세 비전문가(학생) 70명
조사 방법	1:1 대인 면접 설문
조사 기간	2005.10~12월

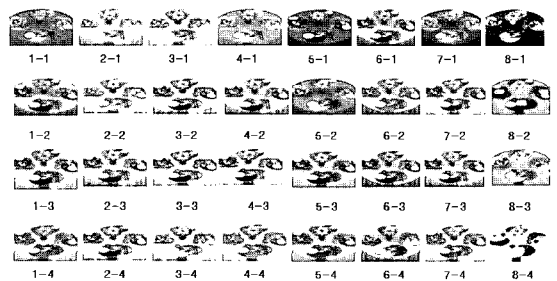


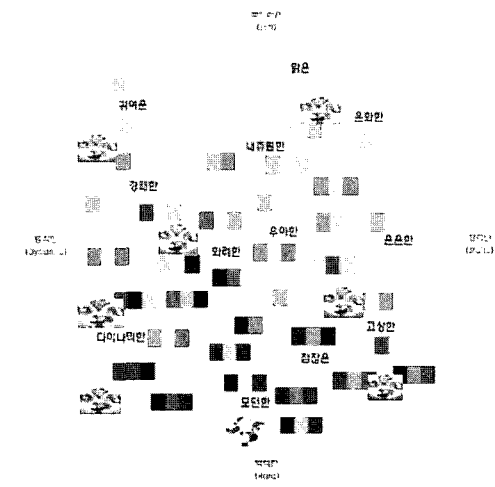
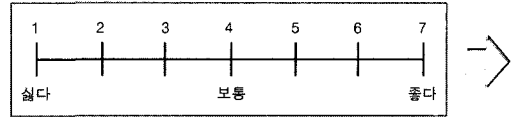
그림 1. 대표 자극물 32개

3.3.2 실용 테이블 데커레이션 색채에 대한 이미지 형용사

앞서 언급한 바와 같이 관찰자에게 그림 1의 8개 그

(1) 1차 선정 - 자극물 32개 중 가장 선호하는 대표작품

표 8. 응답자별 32개 자극물을 통한 선호작품 8개 추출



자극물	자극물대표언어	색 이미지 맵
1	화려한 정렬적인, 강렬한	다이내믹한, 개성적인
2	따뜻한, 화사한	화려한, 매력적인
3	밝은, 산뜻한, 상큼한	내추럴한, 정다운
4	신선한, 상쾌한, 편안한	경쾌한, 쾌적한
5	차가운, 시원한, 무서운	강한, 기운찬
6	화려한, 화사한, 고급스러운	고상한, 차분한
7	고풍스러운, 먹고 싶은	고급스러운, 우아한
8	깔끔한, 엄격한, 모던한	모던한, 딱딱한

그림 2. 자극물 대표언어 및 색 이미지 맵의 대표언어

3.4.2 선호도 조사 분석

선호도 관념은 ‘좋다’ - ‘싫다’의 비유적 관념에 의한 원관념과 보조관념 사이의 반대(opposition)로 자극물에 대한 선호도 척도를 제시하는 과정으로 이루어지며, 1:1 대인 면접의 설문결과는 빈도분석으로 조사 분석하였다. 즉, 자극물에 대한 각각의 선호도(호감도)는 응답자에게 ‘싫다’ - ‘좋다’의 정도를 낮은, 중간, 높은 의 세 가지 그룹으로 나누어 점수를 주도록 하였다. 낮은 단계의 점수는 1점, 중간단계 4점 높은 단계는 7점, 그리고 각각의 척도 정도에 따라 2점, 3점, 6점을 선택하도록 하였으며, 조사는 전문가, 비전문가 및 전체로 구분하여 살펴보았다.

전문디자이너(30명)

학생(70명)

전체(100명)

자극물	밝은				어두운			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1	●							●
2			●			●		
3			●			●		
4			●			●		
5		●				●		
6			●			●		
7			●			●		
8	●						●	

위의 표 8에서 보는 바와 같이 실용 테이블 데커레이션의 색채 변환에 있어 응답자들은 각 8가지 색채 중 채도와 명도가 높은 밝은 톤의 색채보다는 저채도 및 저명도의 중간보다 어두운 파스텔 톤의 색채조화를 선호하였다. 그러나 8번 무채색(黑/白) 테이블에서는 흰색 중심의 자극물이 선호되었다.

(2) 선호 자극물 선정

본 연구는 선행 연구인 ‘조화로운, 따뜻한, 여성적인’의 핑크 톤 유사 색 조화의 결론에 대한 검증연구이나 아래 표에서 보듯이 ‘고풍스러운, 먹고 싶은’의 이미지인 브라운 톤의 색채와 ‘따뜻한, 화사한’ 이미지의 주황색 자극물이 차례로 선정되어 색채는 자극물의 제 여건 따라 다르게 선정됨을 알 수 있었다. 이는 실제 설문조사가 이루어지는 계절이나 자극물의 다양한 변용 및 변화의 조건에 대한 반응으로 여겨지나 이에 대한 계속적인 검증 연구가 필요하다고 본다.

전문가	비전문가(학생)				전체	
가장선호(1순위, 2순위)	가장선호(1순위, 2순위)		가장선호(1순위, 2순위)		가장선호(1순위, 2순위)	
7-3	2-3	7-3	2-3	7-3	2-3	

그림 3. 1차 선정된 자극물 8개 중 선호 자극물 1, 2위

3.4.3 이미지 언어와 선호도 및 심미성 영향 요소와의 관계 분석

실용테이블 테커레이션에서의 이미지 언어와 선호도 및 심미성 영향요소는 공간, 테마(theme), 환경, 시기 등에 따라 적합하게 부연되고 조합되어야 하는 조건들이다. 이는 작가 및 관찰자의 의도에 따라 전체의 구성 및 구도, 형태, 색채, 크기 등 다양한 디자

인 수준별 요소의 배열과 구성, 조합 등의 요건 충족의 수단으로서, 또한 원활한 커뮤니케이션의 장을 마련하는 목적으로서 필수적이기도 하다. 이러한 실용테이블 테커레이션에 대한 이미지 언어와 선호도 및 심미성 영향 요소의 관계성은 아래 그림 4와 같다.

아래의 그림과 같이 선호된 자극물에 대한 심미성의 영향요소는 대부분의 응답자가 7점 척도 중 평가

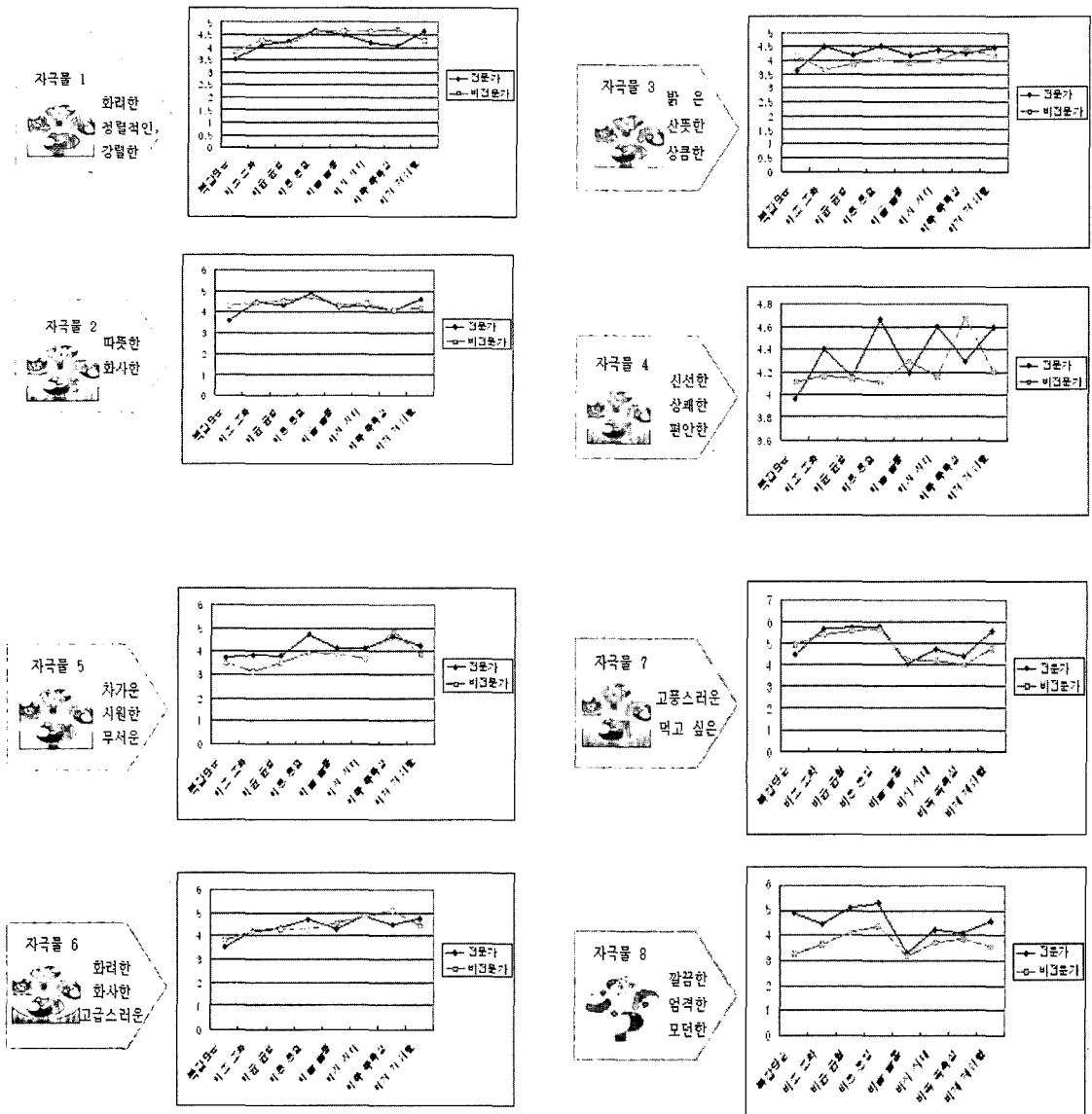


그림 4. 선호 자극물 8개의 이미지 형용사, 심미성 영향요소에 대한 전문가 및 비전문가별 분포도

수준을 3.5~6.0으로 중간보다 높은 수준으로 응답함으로써 심미성 영향요소는 중요한 요소로 부각되었다. 심미성 영향요소 중 전문가들은 자극물을 인식할 때 각 수준별 요소를 인지하기 보다는 총체적으로 인식하는 경향의 '통일성과 계슈탈트'를 중요한 요소로 인지하였으며, 비전문가들은 '독특성' 강조의 경향을 보였다. 자극물 4는 비교적 보통 수준 이하의 선호도를 보이며, 각 심미성 영향요소에 대한 인지도의 격차도 나타났다. 전문가들은 '통일성, 시대성, 계슈탈트'를 보통이상의 분포도로 인지하였으며, 비전문가들은 특히 '독특성'이 강조되었다. 응답자가 가장 선호한 '고풍스러운, 먹고 싶은'의 자극물 7의 반응은 4.0에서 6.0의 비교적 높은 분포도를 볼 수 있는데, 이는 실용 테이블 데커레이션에서 색채가 가장 중요한 요소로서, 느끼는 감정에 의한 이미지를 알 수 있다.

4. 결론

4.1 결론 및 기대효과

미의 관념이 수반된 실용테이블 데커레이션은 식용용이 이루어질 수 있는 사실적 공간으로, 이에 대한 색채이미지와 선호도 및 심미성의 영향요소를 전문가 및 비전문가를 대상으로 조사하였다. 즉, 자극물 8개 색채(각 4쌍)에 대해 밝은 톤에서 어두운 톤의 채도 및 명도의 일정한 색채변환을 테이블의 각 수준별 요소에 시도하여 선호도를 살펴 본 결과 '고풍스러운, 먹고 싶은' 이미지인 중·저의 어두운 브라운 톤의 색채와 '따뜻한, 화사한' 이미지의 주황색 톤이 차례로 선호되었으며, 밝은 톤의 자극물 보다는 중·저의 어두운 톤의 색채를 대부분 선호하였다.

이와 같이 실용 테이블 데커레이션은 이미지에 따른 색채 선택이 중요하며, 1차 연구 결과의 핑크 톤의 색채조화와 차이를 나타내는 것은 설문응답이 이루어지는 계절의 변수 등 다양한 조건이 전제된 것으로, 이와 연계된 연구가 요구된다.

또한 실용 테이블 데커레이션에서 심미성의 영향요소는 각 수준별 요소에 대해 인지하기 보다는 전체적이고 총체적인 인식의 '통일성, 계슈탈트'가 중요한 요소로 하계 인식되었으며, 20대인 비전문가들은 '독특성'의 인식이 부각되고 있음을 볼 때, 각 세대의 성향을 고려하여 T·P·O에 적합한 연출이 요구된다.

4.2 한계점 및 향후 연구 방향

본 연구의 한계점은 실증 연구의 자극물 선정에서 색채 변환에 의존함에 따라 T·P·O에 적합한 분위기 연출 등, 각 수준별 요소의 다양한 선택의 미흡·부적합 등 현실성의 한계점이 수반되고 있다. 또한 핑크색 조화의 선호로 나타난 1차 검증 연구로서, 이는 식음이 전제된 실용테이블 데커레이션의 특정영역으로 응답자의 느낌이나 감정, 경험 외에 설문응답이 이루어진 시기(계절 및 시간대)의 변수, 소수 피험자수의 비율 불균형, 자극물 선정 및 다양성을 고려한 설문조사의 문제점 등의 한계성이 제기된다. 이러한 한계성이 있음에도 불구하고 본 연구는 실용테이블 데커레이션에 대한 선호 디자인에 대한 프로세스를 제안함으로써 '새로운 디자인 방향제시' 전환점의 기회를 갖는 데 그 의의를 둔다.

이와 같은 연구과정이 실용테이블 데커레이션에 있어 정성적 연출뿐만 아니라 정량적인 데이터를 이용한 새로운 디자인 발전의 실효성을 기대한다.

참고문헌

- [1] 김지애 (2000). 심볼의 심미성 요소 개발을 위한 조상 방법 연구, 전북대학교 석사학위 청구논문.
- [2] 김학성 (2000). 디자인을 위한 색채, 도서출판 조형사, 서울.
- [3] 박영순 (1985). 의미분별 척도법에 의한 디자인 평가도구의 개발-생활기기에 대한 소비자 평가를 중심으로-, 연세대학교 주생활학과 박사학위 청구

논문.

- [4] 박영순, 이연주 (2002). 색채와 디자인, 교문사, 서울.
- [5] 서정호 (2004). 테이블 데커레이션 유형에 따른 화예디자인 특성에 관한 연구, 숙명여자대학교 석사학위청구논문.
- [6] 이유리 (2002). 디자인에 대한 소비자 반응에 있어서 IT기반 인터랙션을 통한 디자인 지식 경영 패러다임 구축, 전북대학교 산업디자인학과 석사학위청구논문.
- [7] 이학식, 전용석 (2005). 광고 노출시점의 소비자 기분이 광고효과에 미치는 영향—인지적 및 감정적 반응, 광고 및 상표태도, 그리고 기억성과, 광고연구, 66, 165-185.
- [8] 장영순, 양종열, 홍정표, 김태호 (2005). 식음테이블 데커레이션에 대한 선호 분석에 관한 연구—전시공간의 화예디자인을 중심으로, 감성과학, 8(3), 291-301.
- [9] 형성은 (2000). STREET FURNITURE의 심미성과 정체성 확립을 위한 조사 방법에 관한 연구, 전북대학교 석사학위청구논문.

원고접수 : 2006. 7. 27

수정접수 : 2006. 8. 25

게재확정 : 2006. 8. 28