Journal of the Korean Institute of Interior Design
Vol.21 No.5 Serial No.94 _ 2012. 10

현대 상업공간에 표현된 디자인코디네이션 관점의 한국성 특성 분석

Analysis of the Koreanity Expression Properties found in the Modern Commercial Spaces from a Design Coordination Viewpoint

Author
임선희 Yim, Sun-Hee / 정회원, AOY Co., Ltd. Assistant Manager 석사
박영순 Park, Young-Soon / 명예이사, 연세대학교 생활디자인학과 교수, 이학박사
정의철 Jung, Eui-chul / 정회원, 연세대학교 생활디자인학과 교수, 디자인학박사*

Abstract
Since Seoul was selected as the world design capital at the end of 2007, the endeavors to modernize the Korean unique beauty is becoming more tangible. Especially, the commercial spaces to be used by the general public and tourists have the value for study in the respect that such spaces for the national iconic images and have a large and far-reaching effect to transmit the national identity. Therefore, this study analyzed the design coordination properties in the Koreanity expression found in the modern commercial spaces. the foundation for the analysis was based on Leonard Koren's work on the arrrangement rhetoric theory, 'Arranging things(2003), and the contents of Korean expression were reviewed with professional jounals. the results are as follows:
First, the design coordination properties in the Koreanity expression shown in modern commercial spaces are black-white contrast, natural materials, curved shapes, brevity, and simple beauty. Especially, some elements such as wood, traditional Korean papers, stones, mid-to-low chroma natural colors, checked patterns, and crazy patterns are used with overlapping and it is viewed that it is necessay to more aggressively seek for the disappeared traditional elements in the Korean modeling properties.
Second, the concrete images of Korean expressions could be summarized as four adjective image groups, Natural, Subtitle, Gentle and Magnificent.

Keywords
한국성 표현, 디자인코디네이션, 상업공간 디자인
Koreanity expression, Design coordination, Commercial space design

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

서울이 세계 디자인 수도로 선정된 2007년 말 이후로는 한국 고유의 전통미를 현대적으로 표현하고자 하는 노력들이 이전보다 더욱 뚜렷하게 나타나고 있으며, 특히 불특정다수의 시민과 관광객들이 활용하는 상업공간은 국가의 이미지를 형성한다는 점에서 이러한 노력들이 더욱 활성화되고 있다. 상업공간디자인에 있어서는 하나의 총체적인 이미지를 강력히 하여 통합적인 시너지 효과를 내도록 하는 디자인코디네이션의 개념이 중요하다. 한국적인 특성 즉, 문화의 고유성을 공간의 아이덴티티로 표현하고자 하는 현대 상업공간에서는 단편적인 디자인 요소들이 어우러져 하나의 총체적인 이미지를 구성할 때에 한국성 표현이 더욱 극대화 될 수 있기 때문이다.

따라서 본 연구의 목적은 실제 상업공간을 상호 및 로고, 파사드, 실내공간 및 장식효과를 중심으로 디자인코디네이션 관점에서 한국성 표현의 특성을 분석하는 것이다. 디자인코디네이션 관점에서 분석하기 위해서는 분석도구를 개발하고, 개발한 분석 도구를 활용하여 연구문제를 파악하고자 한다. 구체적인 연구 문제의 설정은 다음과 같다. 첫째, 한국 고유의 조형 특성들이 실제 디자인 사례에서 어떻게 활용되고 있는지 파악한다. 이는 디자인분야에 있어서 문화의 고유성을 어떻게 계승, 유지, 발전해야 하는가를 모색하기 위한 기초 실태 조사가 될 수 있다는 점에서 그 의의가 있다. 둘째, 현대 상업공간

* 교신저자(Corresponding Author); jech@yonsei.ac.kr

에 나타난 한국성 표현을 통해, '한국적'이라 함은 구체적으로 어떠한 이미지들을 의미하는 것인지 그 유형을 밝혀내고자 한다. 이는 한국성에 대한 이미지를 구체화시킴으로써 한국성 표현에 관하여 체계적으로 정리하고 나아가 문화적 정체성을 확립하려는데 그 의의가 있다.

이에 본 연구는, 전달하고자 하는 이미지를 강화하기 위한 방법으로써 실무디자인에서 활용되어 온 디자인코디네이션 개념의, 이론체계 정립에 기여하고 실무적으로는 한국성과 관련된 통합적 브랜드 이미지 계획을 위한 기초 자료로 활용되리라 본다.

1.2. 연구 범위 및 방법

연구의 시간적 범위는 세계 디자인 수도 서울[1]이 선정된 이후인 2008년부터 2010년까지로 한다. 이는 서울이 세계 디자인 수도로 선정된 2007년 말 이후에 한국 고유의 전통미를 현대적으로 표현하고자 하는 노력들이 더욱 뚜렷해지고 있기 때문이다.

연구의 공간적 범위는 한국의 상업공간 중 식당, 카페, 바를 포함하는 식음공간으로 한정한다. 식음공간으로 한정한 것은 그 나라의 문화와 음식을 함께 접하고 경험할 수 있는 공간으로서 시대의 트렌드가 적극적으로 반영되고, 우리 고유의 문화와 전통이 집약된 공간이라는 점에서이다. 조사 대상은 2008년부터 2010년까지 국내 인테리어 전문지인 인테리어스, 인테르니앤데코, 마루에 소개된 한국의 현대 식음공간 중에서 작가가 한국성을 반영하였다고 언급하거나, 편집자가 한국성을 표현하였다고 기술한 것 또는 문헌 고찰에서 살펴보았던 한국적 조형특성이나 한국적 사상의 표현 내용이 언급되어 있는 것들을 포함하였다. 사례는 그 중에서도 디자이너나 평론가들에 의해 한국성의 표현 내용이 비교적 비중 있게 다루어진 대표성 있는 25개의 공간을 선정하여 분석하였다.

연구의 방법은 인테리어 관련 전문지를 활용하여 사례를 선정하고, 개발한 분석도구를 통해 분석, 종합한 후 결론을 도출하는 방식이다.

2. 한국성 표현과 디자인코디네이션

2.1. 공간디자인에서의 한국성 표현

세계화와 지역화라는 동시 발생적인 상황 속에서, 지역문화의 특수 가치에 대한 인식이 높아가고 있다. 이러한 변화의 방향과 속도에 맞추어 공간디자인에도 지역의 고유성과 특수성을 반영하며, 민족 고유 가치를 새롭게 이해하고 해석하여 문화적 아이덴티티(cultural identity)을 회복하려는 움직임이 나타나고 있다.[2]

현대적 공간에서 한국성 수용에 관한 논의는 건축 및 실내디자인 분야에서 꾸준히 논의되어 오고 있다. '한국성'이라는 용어는 1980년대 이후 새롭게 부각되기 시작하였으며, 의미수용의 측면에서 볼 때 전통성은 통시적 측면만 강조되는 경향이 있음에 비해 한국성은 통시적이고 공시적인 측면을 모두 강조한다고 할 수 있다.[3] 최근에는 사회전반의 변화에 따라서 전통성의 개념을 '전통'이라는 말 대신 '한국적', '한국성'이라는 말로 많이 표현되는 것을 볼 수 있다. '한국성'의 개념은 한국 사람들의 성정과 생활양식이 깊이 우러나는 것으로 한국인다운 체취가 짙게 표현된 누구도 모방할 수 없는 고유하고 독특한 한국적 정체성이라고 할 수 있다.[4]

따라서 본 연구에서는 일반적으로 과거의 유산, 또는 조상들의 것으로 한정된 것으로 인식되어진 '전통'의 의미에 현재성을 덧붙인 '한국성'이라는 개념을 사용하기로 한다.

2.2. 디자인코디네이션의 개념과 원리

디자인코디네이션은 디자인과 코디네이션의 합성어로, 실무디자인으로부터 시작된 개념이어서 아직은 정립된 이론이 거의 없으나 관련 분야의 이론들을 적용하고 발전시켜 개념, 프로세스, 방법 등을 체계화할 필요가 있다. 디자인코디네이션의 개념은 80년대에 일본에서 '나카니시 모토'(中西元男)가 '경영전략으로서의 디자인 통합'을 주창하면서, '데코마스'(DECOMAS : design coordination as a management Strategy) 라는 새로운 용어로 급속히 전파되기도 하였는데, 이는 지금의 기업의 통일된 브랜드 이미지 전략, CI(Corporate Identity)의 시초라 볼 수 있다. 데코마스의 목적은 기업의 통일된 이미지를 강화하여 소비자에게 보다 강력한 기업이미지를 주입하려는 것이다. 이처럼 디자인코디네이션의 개념은 디자인 과정에서 다양한 시각적 요소들을 특정한 목적에 부합되도록 관계성을 부여하고 전체를 하나로 조화롭게 연결시키는 조형적 표현 작업의 프로세스와 그 결과물을 의미한다.

디자인코디네이션의 이론에 대한 체계가 아직 정립되지 않은 가운데 레오나르드 코렌(Leonard Koren)은 그의 저서 '사물의 배치[5](Arranging things)'에서 수사학의 원리를 사물의 배치의 원리로 제시하고 나아가 시각적 의미전달의 기본체계로 제시하고 있다. 디자인코디네이

1) 2007년 10월 21일 샌프란시스코에서 개최된 Icsid(국제 산업디자인단체협의회) 총회에서 서울특별시가 2010년 세계디자인 수도로 선정되었다. 이탈리아의 토리노가 첫 시범도시로 지정되었으며, 서울이 처음으로 세계디자인수도로 공식 선정되어 2010년부터 1년 동안디자인수도의 모델이 되었다.

2) 권영걸, 공간디자인 16강, 도서출판 국제, 2001, pp.210-211

3) 최상헌, 전통성, 한국성, 그리고 한국 현대 실내디자인, 대한건축학회지 4권 2호, 2001, pp.19-20

4) 심영옥, 한국의 아름다움, 그리고 그 의미, 진실한 사람들, 2006

5) Leonard Koren, Arranging things, Stone Bridge Press, 2003

션은 특정한 의미와 시각적 이미지의 전달을 목적으로 하므로 사물의 배치는 코디네이션의 핵심이라 할 수 있다. 디자인코디네이션의 원리라 할 수 있는 배치의 수사학이론은 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 배치의 수사학 이론

물리적 속성	첫 신상과 배치의 기술적인 측면
	우선순위 / 정렬 / 감각 특성
추상적 속성	일반적인 문화적 지식과 상식에 근거해서 불러일으켜지는 연상
	은유 / 신비화 / 설화
통합적 속성	배치의 다양한 요소들이 합쳐져서 나타내는 결과
	통일성 / 여운

사물의 배치는 물리적, 추상적, 통합적 속성의 과정을 통해 우리에게 그 의미가 전달되며, 물리적 속성은 위계, 정렬, 감각특성으로, 추상성은 은유, 신비화, 설화로, 통합성은 통일성, 여운으로 그 의미가 파악된다는 것이다. 물리적 속성에 속하는 '우선순위'는 상대적인 시각적 강조점과 보조적인 요소들을 의미한다. '정렬'은 사물들 간의 서로간의, 그리고 보조적인 요소들 간의 공간적인 위치를 말한다. '감각적 특성'은 사물과 보조적인 요소들의 특성에 관한 것이다. 즉, 색채, 질감, 패턴, 촉감, 형태, 생생함 같은 특성이 여기에 속한다.

추상적 속성의 '은유'는 의미의 전이와 변환을 뜻한다. 다시 말해서 사물이나 대상의 사전적 정의와 같은 본질적인 의미로부터 다른 어떤 것으로 그 의미가 변환되는 것이다. '신비'는 의도적인 모호함이나 미스테리처럼 어떤 목적을 위해서 쓰일 때도 있다. 때로는 배치하는 사람의 생각이나 의도가 분명하지 않거나 혼란스러운데서 기인한 부적합함의 산물이기도 하다. '설화'적 이야기는 지금까지 앞서 제시된 수사학적 원리에 의해 제시된 모든 정보로부터 가능한 이야기를 풀어내는 일이다.

통합적 속성의 '통일성'은 배치의 명료함을 말한다.. 통일성에 있어서 중요한 차원은 일관성이다. 일관성은 전반적인 주제, 연속적인 순서 및 논리적인 관계, 배치된 요소들 간의 일치성 등으로 표현될 수 있다. '여운'은 사물의 배치에 대한 흥미가 얼마나 깊이, 또 오래 지속되는지, 그리고 마음속에 퍼져서 새로운 생각이나 느낌을 자극하고 불러일으키는 정도를 말한다.

이러한 코렌의 '사물의 배치의 수사학' 이론은 디자인 분야에서 다양하게 활용되어지고 있다.

2.3. 상업공간의 디자인코디네이션

최근 상업공간들은 빠르게 변화하는 트렌드와 서로 다른 라이프스타일과 개성을 지닌 소비자들의 욕구에 따라 점차적으로 건축, 인테리어 뿐만 아니라 이에 수반되는 가구, 조명, 소품 및 패키지와 같은 부수적인 아이템까지 전체적인 코디네이션의 개념이 점차 부각되고 있다. 이처럼 철저한 브랜딩을 거쳐 완성된 공간은 각 브랜드의 아이덴티티와 시대의 트렌드가 적극적으로 반영된, 디자인코디네이션의 개념이 집약된 공간이라 할 수 있다.

상업공간의 디자인코디네이션의 요소는 다음 <표 2>와 같이 크게 시각요소, 실내요소, 설비요소, 장식요소, 패션요소로 분류할 수 있다. 시각요소의 세부요소로는 상호, 로고, 모티브, 색채, 실내요소로는 공간구성과 마감재, 설비요소로는 가구, 집기 및 조명, 장식요소로는 소품과 설치물, 패션요소로는 패브릭, 직원들의 유니폼 등이 해당된다.[6)]

<표 2> 상업공간 디자인코디네이션의 요소

시각요소	실내요소	설비요소	장식요소	패션요소
상호, 로고, 모티브, 색채	공간구성, 마감재	가구, 집기, 조명	소품, 설치물	패브릭, 유니폼

상업공간 코디네이션의 범위는 디자인 컨셉의 방향설정, 추구하는 디자인의 이미지를 효과적으로 나타낼 수 있는 브랜드 네이밍, 뿐만 아니라 브랜드를 단적으로 보여줄 수 있는 상징적 모티브의 선정에서부터 구체적 요소들의 표현에 이르기까지 총체적인 프로세스를 포함한다.

3. 분석도구의 개발과 분석방법

3.1. 디자인코디네이션 분석도구의 개발

디자인코디네이션 관점에서 분석하기 위한 분석도구의 개발은 총 3차의 프리테스트(pretest)를 통하여 수정, 보완의 과정을 거치며 완성되었다. 최종 분석도구는 이론적 고찰에서 살펴본 레오나르드 코렌(Leonard Koren)의 이론, 디자인코디네이션의 원리에 따라 상업공간 디자인을 분석하도록 구성하였다. 따라서 분석도구의 가로축은 이론적 고찰에서 살펴본 배치의 수사학 이론을 토대로 구성하고, 세로축은 상업공간 요소를 상호 및 로고, 외관 및 입구, 실내공간, 장식효과로 나누어 구성하였다. 이와 같이 디자인코디네이션의 원리인 배치의 수사학이론에 따라 사례들을 분석하도록 구성된 분석도구에는 한국성의 표현과 관련하여, 전문지의 핵심문구를 직접 기재하는 방식과 사례들의 결과를 통계내기 적합하도록 해당유형에 체크하는 방식을 함께 적용하였다.

디자인코디네이션 원리의 물리적 속성에서는 사물의 첫 인상과 관련된 우선순위와 정렬, 그리고 감각적특성에 대하여 분석하였다. 하부의 세부항목은 프리테스트를 통하여 한국성을 표현한 상업공간에 해당하는 요소들로 구성하였다. 추상적 속성에서는 상업공간의 요소에 따라 한국성과 관련된 연상을 파악하였으며, 그 유형을 은유,

6) 박영순, 디자인코디네이션 강의자료, 2009

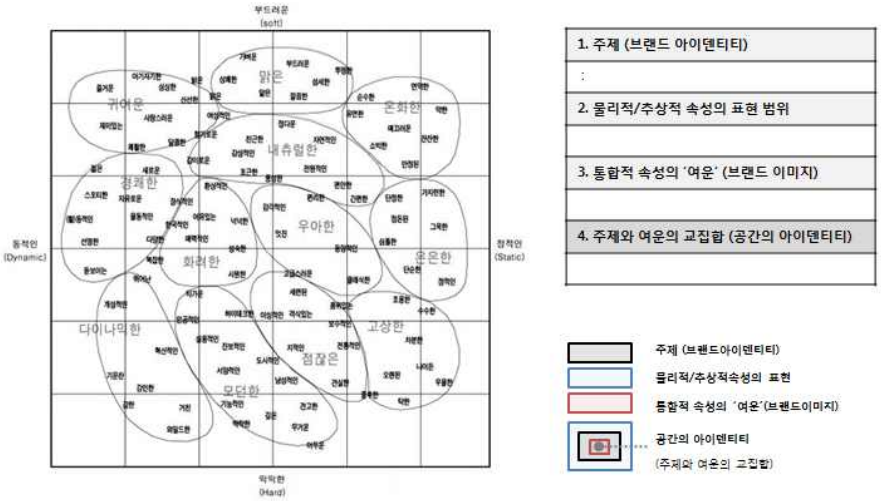
도구1: 상업공간의 요소별 코디네이션 특성 기록 양식

위치:
용도:
디자이너:
공간 컨셉:

상업공간 사례의 사진

		디자인코디네이션 원리																								
		물리적 속성																			추상적 속성				통합적 속성		
		우선순위							정렬					감각적특성											통일성		
		색재			질감	빛	형태	기타	수직	수평	수직수평	복합	기타	색재	질감	패턴	빛	형태	기타	관련/연상/이용	은유	신비화	설화	명료한	다양한	여운
		흑백	레드	그린																						
상업공간디자인요소	상호, 로고																									
	외관, 입구																									
	실내공간																									
	장식효과																									
종합																										

도구2: 공간의 주제, 표현, 여운 분석을 위한 이미지맵



<그림 1> 적용 분석도구

신비화, 설화 또는 직접적 연상이 없는 것으로 체크하도록 하였다. 한국성과 관련된 연상의 내용에 대해서는 통일성의 칸에 상업공간의 요소별로 기재하고, 여기서 추출된 형용사어들의 범위가 IRI 이미지 스케일 상에서 몇 개의 영역에 해당하는지에 따라 '명료한' 혹은 '다양한'으로 분류하였다. IRI 이미지 스케일의 총 12개 영역 중 절반인 6개 이하의 영역에 머무르면 비교적 명료하다고 보았으며, 7개 이상의 영역에 걸쳐 나타나면 다양한 것으로 파악하였다.

여운의 항목에서는 전달되어지는 한국성 표현의 이미지 가운데 가장 강력하고 인상적이라고 느껴지는 것을 전문지의 평가 내용을 종합하여 판단하였다. 이러한 분석 내용을 근거로 하여 주제(브랜드 아이덴티티), 물리적·추상적 속성의 표현범위, 여운(브랜드이미지)을 이미지 스케일 상에 각각 다른 색상으로 표기하여, 공통된 부분을 최종적인 사례의 공간 아이덴티티로 파악하였다.

이로써 최종 완성된 분석도구는 <그림 1>과 같다.

3.2. 분석방법

(1) 상업공간의 요소별 코디네이션 특성 분석

사례를 분석하기 위하여 우선 선정한 사례들의 전문지에 소개된 내용을 기초로 하여. 한국성 관련 표현 어휘를 추출하였다. '한국적', '전통적인', '우리 고유의' 등과 같이 한국성 표현에 대해 직접적으로 언급하고 있는 것을 포함하여, 앞서 이론적 고찰에서 살펴보았던 한국적 조형미와 사상 및 특성에 관계된 내용, 그 밖에 직접적

으로 드러나진 않았지만 한국인의 정서와 생활양식이 배어나는 표현들을 그 대상으로 하였다. 이상에서 추출된 한국성 표현 내용의 키워드들을 바탕으로, 디자인코디네이션 원리에 따른 분석도구에 빠짐없이 기재하였다.

물리적 속성의 우선순위와 정렬에서는 상업공간의 첫 인상, 사물의 배치와 관련하여 상업공간디자인의 각 요소별로 해당하는 유형에 체크하였다. 색채, 질감, 패턴, 빛 등의 감각적특성에서는 디자인 요소별로 중복되는 표현이 많아, 상업공간을 총체적으로 살펴본 후 통합적인 내용을 기입하였다.

추상적 속성에서는 상업공간의 각 디자인 요소별로 한국성의 연상 방법을 앞서 설명한 바와 같이 은유, 신비화, 설화로 나누고 해당하는 유형에 체크하였으며, 한국성과 관련된 연상이 특별히 느껴지지 않는 부분에서는 '직접적인 연상 없음'에 표기하도록 하였다.

이상의, 한국성 표현과 관련된 연상의 내용은 상업공간의 요소에 따라 느껴지는 형용사어들을 통일성의 칸에 기재하고, 이러한 형용사어들이 IRI 이미지 스케일의 총 12개 영역 중 절반인 6개 이하의 영역에 머무르면 그 범위가 비교적 명료하다고 보았으며, 7개 이상의 영역에 걸쳐 나타나면 다양한 것으로 파악하였다. 마지막으로 통합적 속성의 여운에서는 공간에서 느껴지는 이미지들을 나열하고, 대표적이라 할 수 있는 이미지를 종합의 칸에 기재하였다. 통합적 속성에서는 통일성의 측면과 여운의 주제와의 일치여부를 판단하기 위하여 IRI 이미지 스케일을 추가적인 분석도구로 활용하였다.

⑵ 공간의 주제, 표현, 여운의 이미지 분석

각 사례의 코디네이션 특성 기록 양식을 토대로 추출된, 공간 컨셉 키워드, 물리적·추상적 속성 표현의 형용사어, 여운의 형용사어를 IRI 이미지 스케일상에서 각각 다른 색상으로 표기하여 이들 주제, 표현, 여운의 공통된 영역을 최종적인 사례별 공간 아이덴티티로 해석하였다.

4. 사례분석 결과

4.1. 일반적 특성

⑴ 사례의 업종 및 지역별 분포

분석한 25곳의 사례의 업종별 분포는 <표 3>에서 보는 것과 같이, 레스토랑에 해당하는 한식당이 12곳, 카페를 겸한 레스토랑이 5곳, 카페는 7곳, 퓨전주점은 1곳으로 나타났다. 한국성 표현이 가장 활발히 이루어지고 있는 곳이 한식당이라는 것은, 한식당과 같은 상업공간의 용도가 한국성 표현에 뚜렷이 영향을 주고 있음을 시사하는 것이다. 사례들의 지역별 분포는 다음 <표 4>과 같이, 총 25곳 중 22곳이 서울, 나머지 3곳이 경기 지역에 해당된다.

<표 3> 사례의 업종별 분포

Restaurant		Cafe	Bar
한식당	카페 겸 레스토랑	카페	퓨전주점
12	5	7	1
17		7	1

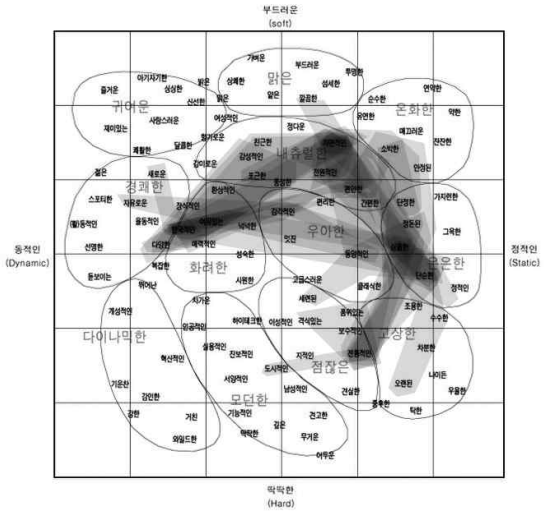
서울에서는 강남, 송파, 서초, 용산, 종로, 마포, 광진의 7개의 구에 걸쳐 나타났으며, 강남구와 강북구로 나누어 보았을 때에는 각각 11곳씩으로 동일한 분포를 보인다. 그러나 경기 지역은 서울에 비하면 상당히 적은 분포를 보이는 것으로 보아, 이는 국내 인테리어 전문지에서 다루는 대상들이 다른 지역에 비해 서울에 집중되어 있음을 파악할 수 있다.

또한, 강남에서는 강남구, 강북에서는 종로구가 한국적 특성이 표현된 식음공간이 밀집된 지역임을 시사한다.

<표 4> 사례의 지역별 분포

서울							경기	
강남구			강북구					
강남구	송파구	서초구	용산구	종로구	마포구	광진구	성남시 분당구	안산시 단원구
7	2	2	2	7	1	1	2	1
11			11					
22							3	

분석한 25개 사례의 공간디자인 주제는, 전문지의 내용을 바탕으로 컨셉의 키워드를 추출하여 IRI 형용사 이미지 스케일 상에 대입한 결과, 한국성을 표현하고 있는 상업공간 사례들의 두드러지는 주제의 특성은, 한국성 표현을 직접적으로 언급하고 있는 '한국적인', '전통적인'의 형용사어를 배제하고, 심플한, 편안한, 자연적인, 감각적인 이미지로 <그림 2>와 같이 나타났다.



<그림 2> 주제의 종합

4.2. 디자인코디네이션 속성별 특성

상업공간 디자인요소별로 코디네이션 원리인 물리적·추상적·통합적 속성을 분석한 결과는 다음 <표 5>와 같다.

<표 5> 상업공간의 요소별 코디네이션 특성 분석 결과

		디자인코디네이션 원리																										
		물리적 속성																			추상적 속성				통합적 속성		
		우선순위							정렬					감각적특성							없음	은유	신비화	설화	통일	여운	
		색채			질감	빛	형태	기타	수직	수평	수직수평	복합	기타	색채	질감	패턴	빛	형태	기타						명료한	다양한	여운
		흑백	레드	그린																								
상업공간요소	상호로고	9	7	3	0	0	0	5	2	9	2	4	7	<표7> 참조							15	8	0	1	<표 8> 참조		<그림 3> 참조
	외관입구	3	2	1	6	6	2	4	3	3	10	5	3								10	11	2	1			
	실내공간	4	3	0	15	0	2	1	9	0	9	6	1								1	13	5	6			
	장식효과	1	1	0	2	17	1	3	1	0	7	9	8								2	16	4	3			
종합		17	13	4	23	23	5	13	15	12	28	24	19								28	48	11	11	13	12	

(1) 물리적 속성

디자인코디네이션 원리 중 첫인상 측면에 해당하는 것으로 볼 수 있는 물리적 속성은 '우선순위'와 '정렬', '감각적 특성' 항목으로 분류되어진다.

분석결과, <표 5>에서 보는 것과 같이 첫 번째, 상호 및 로고에서의 시각적 우선순위는 사례 25곳 중 9곳이 색채의 흑백대비로 가장 많이 나타났으며, 그 다음으로 채도 높은 붉은색, 시각적 강조를 두지 않은 사례 등이 뒤이어 나타났다. 상호 및 로고에서 흑백대비의 특성이 많이 표현되는 것은 한국적 조형미 중 소박미, 백색미의 미적 특성이 반영된 것으로 보여진다. 흑백대비와는 대조적으로 채도 높은 붉은 계열의 색이 상호 및 로고에서 시각적 강조로 많이 활용되고 있는 것으로 보아, 한국성을 표현함에 있어 푸른 계열의 색상보다는 붉은 계열의 색상이 더욱 선호되는 것을 알 수 있다. 정렬 특성은 수평적인 배치가 9곳으로 가장 두드러지게 나타났으며, 다음으로 자유로운, 붓글씨체로 쓴 듯한 느낌의 자연스러운 배치가 많이 나타났다. 이는 한국 전통적인 서체의 미를 은유하여 표현한 사례라 할 수 있으며, 상호 및 로고에서 두드러지는 한국적 조형특성은 단순미, 백색미, 소박미, 자연미로 대표될 수 있다.

두 번째, 외관 및 입구에서는 시각적 우선순위를 '질감'과 '빛'의 강조로 표현한 사례가 각각 6곳씩으로, 전체 사례의 절반 정도를 차지하였다. 질감의 강조는 목재, 석재 등의 자연소재 질감 표현이 대부분이었고, 빛의 표현은 인간의 시지각 반응 순서가 빛에서 색, 그리고 형태의 순서인 것으로 볼 때 상업공간의 첫 인상인 파사드에서 빛을 활용하는 것은 시각적 강조를 위하여 효과적인 방법이라 할 수 있다. 정렬 특성으로는, '수직·수평'적 형태가 25곳 중 10곳으로 가장 많이 나타났으며 그 다음으로, 복합적 형태가 뒤를 이었다. 수직 수평적 배치는 한국적 조형미의 특성 중 단순미와 간결한 비례의 미와 관련이 있다고 보여지며, 복합적 형태는 직선적인 요소와 곡선적인 요소, 혹은 사선적, 기하학적 선의 배치들이 복합적으로 나타나는 형태로서 전통적인 것과 현대적인 것이 어우러져 나타난 특성이라 볼 수 있다. 한옥 고유의 선을 살리거나 곡선적인, 자연그대로의 형태를 강조하는 한국적인 조형미의 직접적인 표현보다는, 직선적이고 간결하게 변형되거나 모던하게 재해석되어 표현되고 있는 경향이 많음을 시사해주는 결과라 할 수 있다. 외관 및 입구의 한국성 표현은 한국적 조형미의 자연미, 질박미, 단순미, 비례의 미로 대표할 수 있다.

세 번째, 실내공간에서의 시각적 우선순위는 질감 강조의 표현이 사례 25곳 중 15곳으로, 가장 두드러지게 나타났으며 그 이외에 흑백의 강조, 붉은 계열의 색상 강조 등이 그 뒤를 이어 나타났다. 질감 강조의 표현은 특히 전통적인 자연 소재인 목재와 한지의 활용이 월등히 많이 나타났다. 정렬 특성으로는, 천고가 높고 여백의 미를 강조한 수직적 공간구성과 직선적이고 간결한 표현의 수직 수평적 구성이 많은 분포를 차지하였다. 그 밖에는 곡선적, 사선적인 다양한 기하학적 선들의 복합적 구성과 비워두는 공간의 구성이 주된 특성으로 분석되었다. 이러한 결과는 한국적 조형미의 특성 중 자연미, 여백의 미, 단순미, 추상미의 특성과 관련지어 볼 수 있다.

마지막으로, 장식효과에서의 시각적 우선순위는 빛을 활용한 표현이 사례 25곳 중 17곳으로 가장 많이 나타났으며 그 이외에는 전통적인 소품 및 한옥의 디테일 요소를 활용한 사례, 흑백대비를 강조한 사례 등이 뒤이어 나타났다. 정렬 특성으로는, 직선적인 요소와 곡선적인 요소, 간결한 것과 섬세한 것의 대비, 화려한 것과 소박한 것의 조화와 같은 다양한 요소들의 복합적인 형태가 눈에 띄었다. 그 다음으로는 수직수평의 직선적이고 단순한 패턴, 장식적인 효과에서 드러내지 않는, 절제의 표현을 강조한 사례들이라 할 수 있다. 한국적 조형 특성 중 대표적으로 단순미, 자연미, 조화의 미, 여백의 미에서 비롯된 특성이라 할 수 있었다. 상업공간 디자인에 있어 자연미와 단순미는 공통적으로 많이 나타나는 한국적 조형 특성이라 볼 수 있으며, 상호 및 로고에서는 백색미와 소박미, 외관 및 입구에서는 질박미와 비례의 미, 실내공간에서는 여백의 미와 조화미, 그리고 장식효과에서는 절제의 미가 돋보였다. 이상의 우선순위와 정렬 특성의 구체적 내용을 종합하여보면 다음 <표 6>과 같다.

물리적 속성에 해당하는 세 번째 항목인 '감각적특성'에서는 색채, 질감, 패턴, 빛, 형태 및 기타의 세부 항목으로 분류하여, 상업공간에서 실질적으로 활용되고 있는 한국적 조형요소들의 활용 실태를 종합해 보았다. 다음의 <표 7>과 같이, 색채에서는 중저채도의 자연색과 오방색의 활용이 주를 이루었으며, 중저채도의 자연색 중에서는 특히 나무소재의 색과 흰색의 사용이 지배적이었다. 질감에서는 전통적인 소재 중 특히 나무와 한지, 돌 소재의 활용이 두드러지게 많이 나타났으며, 그 이외에,

<표 6> '우선순위'와 '정렬' 분석의 내용

	우선순위와 정렬	한국성 표현 내용	한국적 조형 특성
상호 및 로고	색채(흑백)의 강조 색채(레드)의 강조 수평적 정렬 기타	흑과 백의 대비, 무채색의 표현 오방색, 전통적인 원색의 표현 간결하고 단순한 표현 붓글씨로 쓴 듯한 자연스러운 느낌	단순미, 백색미, 자연미 소박미,
외관 및 입구	질감의 강조 빛의 강조 수직수평적 정렬 복합적 정렬	자연소재(목재,석재)의 질감을 강조 밝고 풍부한 빛의 표현 직선적이고 간결한 표현 사선적, 곡선적 기하학적인 형태	자연미, 질박미 단순미, 비례의미,
실내 공간	질감의 강조 수직적 정렬 수직수평적 정렬 복합적 정렬	자연소재(목재,한지)의 질감을 강조 공간의 수직적 구성 두드러짐 수직수평의 직선적이고 간결한 구성 간결한 구성과 곡선적이고 다양한 구성이 복합적으로 나타남	자연미, 여백의 미, 단순미, 추상미 조화미
장식 효과	빛의 강조 수직수평적 정렬 복합적 정렬	빛을 활용한 장식 효과의 표현 수직수평의 직선적이고 단순한 패턴 다양한 요소들의 조화 자연 조경의 표현 드러나지 않는, 절제의 표현	단순미, 조화미, 자연미, 절제미

<표 7> '감각적 특성' 분석내용

	구성요소	한국성 표현 내용		비고	한국적 조형 특성
감각적 특성	색채	중저채도의 자연색		나무소재의 색, 흰색이 지배적임.	자연미, 조화미
		오방색(적색, 백색, 흑색)			
	질감	자연 소재	목재	특히 나무, 한지, 돌 소재의 활용이 두드러짐	자연미, 질박미
			지재(한지)		
			석재		
			토재(황토)		
			죽재(대나무)		
			투명재(유리, 아크릴)		
			기와		
			초재		
	패턴	생활 속 문양	조각보패턴	격자무늬와 조각보를 응용한 패턴이 많이 활용됨	추상미, 곡선미
			문살문		
			단청패턴		
		상징적 문양	격자무늬		
			태극문양		
			곡선적문양		
			전통적 기하학문		
			곡선적문양		
	빛	밝고 풍부한 빛		자연채광도 적극적으로 활용됨	밝음의 원리, 담조미, 은근미
		따뜻하고 온화한 빛			
		고즈넉하고 은은한 빛			
	형태	간결한, 단순한, 추상적인 형태		간결하거나 자연 그대로의 투박함을 강조함	비례미, 소박미, 여백의 미, 비움과 채움의 조화
		다듬어지지 않은, 자연적인 형태			
		여백의, 허(虛)공간의			
	기타	한옥의 요소(기와지붕, 서까래, 목기둥, 댓돌, 보, 도리, 'ㅁ'자 배치, 마당)		조형적 요소 이외에 개념적 요소의 활용도 많이 나타남	자연미 (친화미, 순응미), 순리미, 조화미
		자연적 요소(중정, 정자, 개울, 등 자연 조경)			
		생활양식 및 정서(좌식문화, 방의 구조, 대청마루)			

대나무, 황토, 기와, 유리 및 투명재, 초재 등이 활용되는 것으로 나타났다. 패턴은 격자무늬, 전통적 기하학문, 식물문, 곡선적 문양, 태극문양 등의 상징적 문양과 조각보 패턴, 창살문, 단청패턴 등의 생활 속 문양을 활용한 사례들이 나타났다. 그 중에서도 격자무늬와 조각보의 구성을 응용한 패턴이 가장 많이 활용되는 대표적 전통 문양이라 할 수 있다.

빛의 표현은 밝고 풍부한 표현, 따뜻하고 온화한 표현, 또는 고즈넉하고 은은한 표현 등으로 나타났다. 형태는 간결하거나 단순한 비례를 살린, 투박하지만 자연그대로의 멋을 살린 것이 많았다. 그 이외에도 빈 공간을 두어, 여백의 미를 강조하거나 비움과 채움의 조화를 살린 한국적 조형미의 특성을 발견 할 수 있었다.

⑵ 추상적 속성

물리적 속성에 의한 연상 작용이라 할 수 있는 추상적 속성에서는 한국성의 표현 방법을 '은유', '신비화', '설화' 또는 '한국성과 관련된 직접적 연상 없음'으로 분류하였다. 앞서 <표 5>에서 볼 수 있듯이, 관련된 직접적인 연상이 없는 표현이 24곳 중 15곳으로 가장 많이 나타났고, 나머지 8곳의 사례에서 한국적인 조형 특성이나 정서를 그대로 재현현하고자 한 '은유'의 방법이 사용된 것으로 나타났다. 상호 및 로고에서는 한국적 조형 특성의 표현이 비교적 간접적이거나 간략화 된 것으로 보여진다. 이에 반해 외관 및 입구, 실내공간과 장식효과에서는 직접적으로 한국 고유의 정서나 특성을 연상시키는 '은유'의 표현 방법이 가장 많이 활용되었다. 또한 '실내공간'에서는 은유의 방법 이외에 '설화'적인 특성이 다른 디자인 요소에서 보다 많이 활용되고 있음을 알 수 있었다. 이상의 분석내용을 종합하여 보면, <표 8>과 같다.

<표 8> 추상적 속성 분석 내용

	은유	신비화	설화
상호 및 로고	-한국 음식 및 자연 재료 (비빔밥, 콩 등) -한국 전통 적인 식문화 (전통차, 상차림)	-	-한국적 사상 (무위자연, 이상향 추구)
외관 및 입구	-한옥, 고택 -전통 소품 (항아리, 전통삼층장) -자연	-의도적인 모호함	-공간 전체의 스토리적 구성과 연계된 표현
실내 공간	-전통 가옥의 요소 (서까래, 목기둥, 대들보, 마당, 평상, 대청마루, 등) -자연 (마을, 정자, 개울, 담장 등) -전통가구 (사방탁자, 삼층장 등)	-정적인 것과 동적인 것의 조화 -전통적인 것과 현대적인 것의 공존	-일관된 주제의 체험적 공간 구성 -유기적인 동선의 계획
장식 효과	-오방색 -먹 -전통 생활소품 (항아리, 보자기, 발 등) -전통문양 (단청, 태극문양, 문살문 등) -자연 조경 -한지를 통해 은은하게 새어 나오는 빛	-동양적인 적과 서양적인 것 혼용 (가구 및 소품 등의 사용)	-공간 전체의 스토리적 구성과 연계된 표현

⑶ 통합적 속성

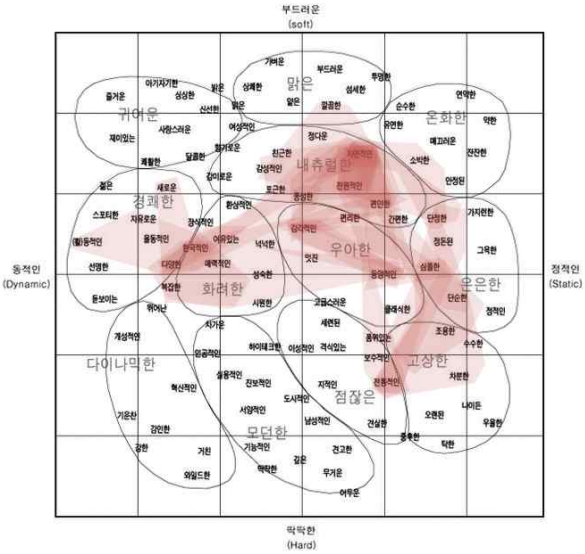
앞서 <표 5>에서 볼 수 있듯이, 사례 25곳의 '통일성'의 측면에서 분석한 결과, 표현의 범위가 이미지 스케일상에서 6개 이하의 영역 내에 해당되는 비교적 명료한 브랜드 이미지를 갖고 있는 곳은 13곳, 6개 이상의 영역에 걸쳐 표현되는 사례는 12곳으로 나타났다. 또한 통합적 속성의 '여운'은 다음 <표 9>과 같이 전체 25곳의 사

례 중 주제와 여운이 일치하는 곳은 12곳, 부분 일치하는 곳은 13곳으로 나타났다.

<표 9> '여운'의 종합

	여운	
	표현범위내에서 주제와 완전히 일치하는 여운	표현범위내에서 주제와 부분 일치하는 여운
종합	12	13

한국성을 표현한 상업공간 25곳의 '여운' 내용을 구체적으로 파악하기 위해, IRI 이미지 스케일 상에서 25곳의 여운을 종합하여 보면 다음 <그림 3>과 같다.



<그림 3> '여운'의 분석 내용

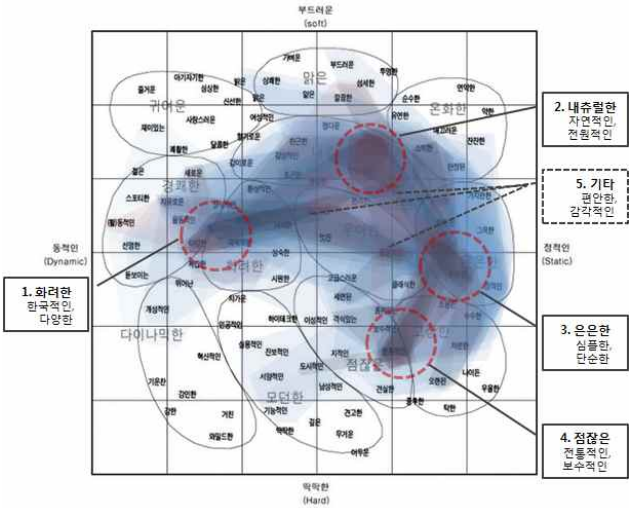
'자연적인, 전원적인, 한국적인, 다양한, 편안한, 전통적인' 등의 형용사 이미지에 많이 분포되어 있는데, 이미지 스케일 상에서 주로 딱딱한 쪽보다는 부드러운, 동적인 쪽보다는 정적인 쪽의 영역에 많이 집중되어 있는 것을 알 수 있다.

4.3. 공간의 아이덴티티 유형 분석

(1) 공간의 주제, 표현, 여운의 관계

본 절에서는 분석도구를 활용하여 파악한 각 사례의 주제, 물리적·추상적 속성의 표현, 그리고 통합적 속성의 '여운'을 파악해보고자 한다. 앞서 언급한 것과 같이, 사례별 공간의 주제와 표현, 그리고 여운을 IRI 이미지 스케일 상에 각각 다른 색상으로 표기하여 그 범위를 살펴본 결과는 다음 <그림 4>와 같다.

총 25개 사례의 주제, 물리적·추상적 속성의 표현, 여운을 종합하여 보면 거의 대부분의 사례가 물리적, 추상적 속성의 표현 범위 내에 주제와 여운이 포함되는 것을 알 수 있고, 주제와 여운은 완벽히 일치하진 않지만 모든 사례에서 공통된 부분을 가지고 있다. 이와 같이, 물리적·추상적 속성의 표현 범위 내에 주제와 여운의 교집합 부분을, 한국성을 표현하고 있는 상업공간의 아이덴티티로 파악하였다.



<그림 4> 공간의 아이덴티티(주제-표현-여운의 교집합)의 분포

주제, 표현, 여운의 교집합인 공간의 아이덴티티는 IRI 이미지 스케일 상에서 좌표의 상, 하, 좌, 우의 위치로 파악해 보았을 때 다음 <표 10>과 같이 동적인 쪽보다는 정적인 쪽에, 딱딱한 쪽 보다는 부드러운 쪽에 많은 분포를 보이고 있었다.

<표 10> IRI 이미지 스케일상의 공간의 아이덴티티

좌	중	우	상	중	하
동적인	-	정적인	부드러운	-	딱딱한
6	3	16	16	3	6

(2) 공간의 아이덴티티 분포

공간의 아이덴티티, 즉 주제, 표현, 여운의 교집합이 많은 분포를 보이는 곳은 다음 <그림 4>와 같이 '화려한', '내츄럴한', '은은한', '점잖은' 이렇게 네 가지의 형용사어 그룹이다.

따라서, 상업공간에서 나타난 한국성 표현의 구체적인 이미지는 화려하고 다양한 이미지, 자연적이고 전원적인 이미지, 은은하고 심플한 이미지, 점잖고 보수적인 이미지, 이렇게 네 가지의 유형으로 나누어 볼 수 있다.

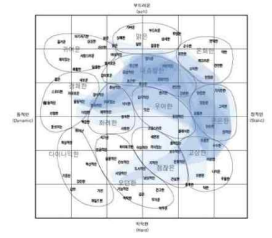
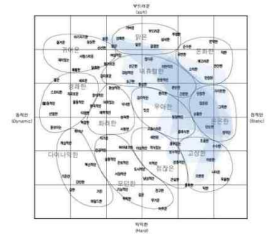
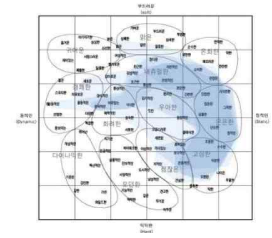
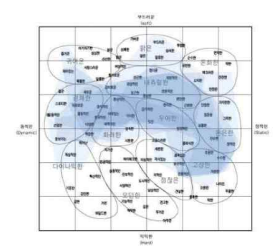
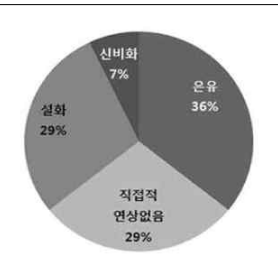
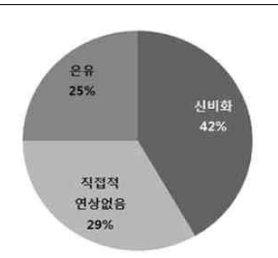
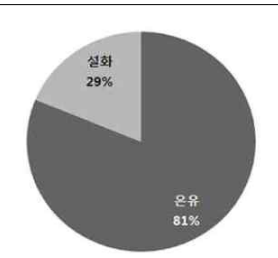
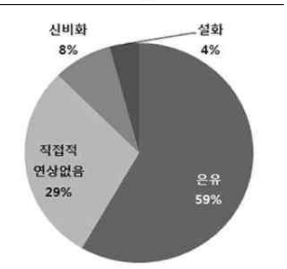
(3) 공간의 아이덴티티 유형별 디자인코디네이션 특성

앞서 분류한, 한국성을 표현하고 있는 공간의 아이덴티티 네 가지 유형에 따라 디자인코디네이션 특성을 종합하여 보면 다음 <표 11>과 같다.

공간의 아이덴티티 유형은 자연적인, 은은한, 점잖은, 화려한 유형으로 나누어 볼 수 있고, 그에 따른 디자인코디네이션 특성은 물리적 속성과 추상적 속성, 통합적 속성의 내용이 해당된다.

물리적 속성의 특성은 자연적인 유형과 점잖은 유형에

<표 11> 공간의 아이덴티티 유형별 디자인코디네이션 특성

디자인코디네이션 특성	내츄럴한	은은한	점잖은	화려한
물리적 속성 '우선순위' '정렬'				
물리적 · 추상적 속성				
추상적 속성				
통합적 속성 '통일'	사례명 / 동질적 속성 '동일': 명료 / 다양한 4 프라우 ● 7 오설록 인사동점 ● 10 Yido ● 11 그리고 ● 13 무이무이 ● 14 산정 ● 17 바이킹스 빼증 ● 종합 6 1	사례명 / 동질적 속성 '동일': 명료 / 다양한 6 공두 ● 8 b_shop ● 20 더 갠치 ● 종합 3 0	사례명 / 동질적 속성 '동일': 명료 / 다양한 1 손수현 ● 9 차림 ● 19 천지일기 ● 23 정일품 ● 종합 0 4	사례명 / 동질적 속성 '동일': 명료 / 다양한 2 현익원 ● 5 북스쿡스 ● 15 두마래 ● 21 카페루 ● 22 화수목 ● 25 꼰노리 ● 종합 0 6

서는 질감의 강조가, 은은한 유형에서는 흑백대비의 특성이 눈에 띄게 나타났다. 또한 화려한 유형에서는 붉은 계열의 색상과 빛의 활용이 두드러지게 나타났다. 이러한 시각적 우선순위의 특성과 함께 정렬적 특성은 단순하고 간결한 형태의 '수직수평적' 구성이 모든 유형에 공통적으로 많이 나타났다. 자연적인 유형에서는 기타 항목의 빈도가 높게 드러났는데, 이는 자유롭고 복잡한 자연적인 배열의 특성이 많이 나타났기 때문인 것으로 파악된다. 또한 점잖은 유형에서는 수평적 배열, 화려한 유형에서는 다양한 요소들의 복합적 구성이 눈에 띄는 특성으로 나타났다. 물리적 속성의 시각적 강조의 표현과 배치의 정렬적 특성은 곧 전달되어지는 이미지의 특성과 직결된다고 볼 수 있다.

추상적 속성은 점잖은 유형과 화려한 유형에서는 은유의 표현 방법이 많이 나타났고, 자연적인 유형에서는 설화적 특성이, 은은한 유형에서는 신비화의 표현이 가장 두드러지게 나타났다. 자연적인 유형은 기타 유형들과 다르게 설화적인 표현이 눈에 띄게 많이 나타났는데, 이는 자연적이고 전원적인 이미지들을 표현함에 있어 단순한 장면의 연상보다는 스토리가 담겨있는, 디자인 요소들간의 유기적 연결과 공간적 체험을 중시하는 성향이 반영된 것이라 보여진다. 이와 같이 한국성의 표현에 있어서 자연적인 유형은, 그 표현 방법은 다양하게 나타나지만 물리적·추상적 속성의 표현이 좁은 것으로 보아, 전달되어지는 브랜드 이미지는 명료한 것으로 분류된다.

은은한 유형은 신비화의 특성이 두드러지게 나타났는데, 이는 은은한 유형이 심플한, 단순한의 이미지를 중점적으로 표현하고 있는 공간으로서 한국성을 표현함에 있어 은유적, 설화적 표현보다는, 현대의 것 또는 서구적인 것과 함께 배치하여 의도적인 모호함을 전달하거나 디자이너의 의도에 따라 새롭게 재해석된 경우가 많음을 시사해주는 것이다. 전체적으로 은은한 유형은 브랜드 이미지가 명료하다는 특성이 있다.

점잖은 유형, 즉 전통적이고 보수적인 이미지들의 공간에서는 직접적인 은유의 표현 방법이 압도적으로 많이 나타났다. 전통적인 가구나 소품의 활용, 한옥의 디테일 재현, 한국적인 감성과 조형 특성을 직접적으로 은유한 표현들이 많았다. 물리적·추상적 속성의 표현범위는 광범위하게 나타난 것으로 보아, 풍부하고 다양한 브랜드 이미지의 특성을 가지고 있다고 볼 수 있다.

마지막으로 화려한 유형은 한국 전통을 직접적으로 연상하게 하는 은유의 방법과 동시에, 직접적으로 혹은 구체적으로 한국적 특성이 직접적으로 연상되지 않는, 현대화하거나 재해석한 표현방법이 많이 나타남을 알 수 있었다. 물리적·추상적 속성의 표현범위는 광범위한 편으로, 풍부하고 다양한 브랜드 이미지의 특성을 전달하고 있다고 할 수 있다. 앞서 살펴본 자연적인, 은은한, 점잖은 유형이 한국성을 표현하는데 있어 전형적인 이미지의 유형이라고 한다면, 화려한 유형은 현대적인 것과 절충되어 최근에 많이 부각되어 나타난 유형이라 볼 수 있다.

통합적 속성의 통일성 측면에서 점잖은 유형과 화려한 유형이 다양한 브랜드 이미지의 특성을, 자연적인 유형과 은은한 유형이 명료한 브랜드 이미지의 특성을 가지고 있다고 볼 수 있는데 이는 형용사 이미지 스케일 좌표 상에서 '화려한'과 '점잖은'이 한국성을 표현하는 이미지어들 가운데 외각 쪽에 위치하고 있어 다른 이미지들과의 연계 때문에 자연스럽게 표현의 범위가 광범위해지고 풍부해진 것으로 보여진다. 전달되는 브랜드 이미지가 비교적 명료한 범위의 표현은 의도한 시각적 이미지를 간결하고 명확하게 전달하는데 있어 유리하다고 볼 수 있고, 광범위한 표현은 풍부하고 다양한 체험을 제공함으로써 브랜드 이미지를 각인시킬 수 있다는 점에서 그 표현 방법의 효과가 다르다고 할 수 있다.

5. 결론

본 연구는 디자인코디네이션 관점에서 한국성 표현의 특성을 상업공간을 대상으로 분석하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 상업공간의 디자인코디네이션 특성으로는 흑백대비, 자연적 소재, 간결함과 단순미 등의 조형 특성이 주를 이루었다. 특히 나무, 한지, 돌 소재와, 중저채도의 자연색, 격자무늬, 조각보패턴 등 일부요소들만이 집중적으로 나타나고 있어 이외의 사장된 전통요소들도 더욱 적극적으로 발굴되어야할 필요가 있다고 보여진다.

둘째, 상업공간에 나타난 한국성 표현의 유형은 자연적인, 은은한, 점잖은, 화려한 이미지의 네 가지 유형으로 드러났다.

셋째, 물리적 속성으로부터 연상되는 추상적 속성과 통합적 속성의 코디네이션 특성은 한국성 표현의 유형에 따라 그 특성을 분류하여 볼 수 있었다. 자연적인 유형은 기타 유형들과는 다르게 '설화'적인 표현이 많이 나타났는데 이는 자연적이고 전원적인 이미지들을 표현함에 있어 단순한 장면의 연상보다는 스토리가 담겨있는, 디자인 요소들 간의 유기적 연결과 공간적 체험을 중시하는 성향이 반영된 것이라 볼 수 있다. 또한 은은한 유형에서는 신비화의 특성이 두드러지게 나타났는데 이는 한국성을 표현함에 있어 모호함을 전달하거나 모던하게 재해석된 것으로 보여 진다. 그에 반해 점잖은 유형, 즉 전통적이고 보수적인 이미지들의 공간에서는 직접적인 은유의 표현 방법이 압도적으로 많이 나타났다. 전통적인 가구나 소품의 활용, 한옥의 디테일 재현, 한국적인 감성과 조형 특성을 직접적으로 나타내고자 한 특성들 때문인 것으로 보여 진다. 마지막으로 화려한 유형은 앞서 살펴본 한국성 표현의 전형적인 이미지들과는 달리 현대적인 것과의 절충으로, 최근에 많이 부각되어 나타나고 있는 유형으로서 현대화, 재해석의 표현방법으로 인해 다양하고 풍부한 공간의 이미지 특성이 드러난다.

이에 본 연구는 디자인코디네이션 원리에 따른 분석도구를 개발함으로써, 통일되고 강력한 이미지의 전달이 중요한 상업공간 디자인에 있어 하나의 평가 기준을 제시하였다는 점에서 학문적 의미를 찾을 수 있다. 또한 실무적으로는 한국성과 관련된 통합적인 브랜드 이미지 계획을 위한 기초 자료가 될 수 있다는 데에 그 의의가 있다.

참고문헌

1. 권영걸, 공간디자인 16강, 국제, 2001
2. 김영기, 한국인의 조형의식, 창지사, 1991
3. 심영옥, 한국의 아름다, 그리고 그 의미, 진실한 사람들, 2006
4. 오쿠와키 후미히코, 상업공간의 계획과 디자인 방법, 오영창 譯, 국제, 1990
5. 아커데이비드(Aaker David), 데이비드 아커의 브랜드 경영, 비즈니스북스, 2003
6. 장보드리야르(Baudrillard, Jea), 소비의 사회, 이상률 역, 문예출판사, 1999
7. 크리스티안 미쿤다, 제3의 공간, 미래의 창, 2005
8. Leonard Koren, Arranging Things, Stone Bridge Press, 2003
9. Walker Stuart. Sustainable by Design. Stylus Pub Llc, 2006
10. 김은경, 카페형 베이커리 스토어에서의 브랜드 아이덴티티 전달을 위한 디자인 방법 연구, 연세대학교 석사학위논문, 2006
11. 박성신, 공간 디자인마케팅의 전략과 효과에 관한 연구, 연세대학교 박사학위논문, 2007
12. 김국선・이은민・이연숙, 현대 실내건축디자인의 한국성 구현 방법에 관한 연구, 한국실내디자인학회지 5권 5호, 2003
13. 노윤경, 한국적 전통성의 현대적 재해석에 의한 공간연출의 특성, 한국디자인학회, 2004
14. 오인욱, 한국의 현대 실내공간에 나타난 한국적 조형의식에 관한 연구, 한국실내디자인학회지 5권 5호, 2004
15. 우지연, 상업공간디자인에 있어 에스닉스타일의 활용에 관한 연구, 한국디자인트렌드학회, 2010
16. 최상헌, 전통성, 한국성 그리고 한국 현대 실내디자인, 대한건축학회지 45권 2호, 2001

[논문접수 : 2012. 08. 31]
[1차 심사 : 2012. 09. 24]
[2차 심사 : 2012. 10. 08]
[게재확정 : 2012. 10. 12]