

# F&B공간에 나타난 키치적 표현의 감성 요소에 관한 연구

- 키치의 특성 및 디자인 기법과의 상관성을 중심으로 -

## Sensitivity Factors of Kitsch Expression in Food and Beverage Space

- Focused on The Correlations with Characteristics of Kitsch and Design Methods -

**Author** 원다희 Won, Da-Hee / 정회원, 건국대학교 디자인대학원 실내환경디자인 석사과정  
류호창 Lyu, Ho-Chang / 정회원, 건국대학교 디자인조형대학 실내디자인학과 교수\*

**Abstract** Contemporary design of food and beverage(F&B) space reflects various needs, not only of eating, but also environmental ones. As a way of meeting this conceptual change and the various needs of contemporary consumers, kitsch expression is often utilized actively. Thus, this study intends to analyze the design characteristics and methods of kitsch expression found in contemporary F&B space and their correlations with sensitivity factors, focusing on relevant cases. Specifically, it examined the definition, origin, and changes of kitsch, and identified the sensitive role of kitsch in interior space. Next, it classified the kitsch characteristics and design methods found in interior design, finally analyzing the characteristics of kitsch expressions in contemporary F&B space by sensitivity factors and their correlations with design methods. As a consequence, it was found that the attempts in contemporary F&B space design to differentiate space through active introduction of various kitsch expressions were fulfilling the sensitive needs of changing consumers by providing new cultural experiences. That is, such attempts are considered to have improved the satisfaction of consumers who value sensitivity, by means of wide exchange of sensitivity between designers and consumers. To raise the sensitive satisfaction of consumers more in future, it is necessary to further continuous and in-depth research on the correlation between kitsch expressions and sensitivity factors in interior design.

**Keywords** 키치, 감성요소, 디자인 기법, 식음공간  
Kitsch, Sensitivity Factors, Design Method, Food & Beverage Space

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경과 목적

경제적 수준이 높아짐에 따라 현대사회의 우리는 과거 물질중심적이던 사고에서 탈피해 개인의 다양한 취향과 감성을 더욱 중요시하는 경향을 보이고 있다. 이러한 변화는 사회현상에 민감하게 반응하는 건축, 음악, 문학, 미술 등의 예술분야에 다양한 표현 경향을 가져왔다.

다양함이 요구되는 시대양상은 실내공간에도 변화를 가져와 단순히 하나의 이미지를 표현하거나 단일 기능만을 추구하던 것에서 벗어나 점차 복합적이고 다양한 디자인과 기능을 함께 추구하고 있다. 특히 감성적 접근이 강조되는 시대적 요구에 따라 기능중심적, 원론적 사고에서 일탈하여 좀 더 자유롭고, 즐거우며, 편안한 환경적

요구가 커지고 있는 것이다. 이러한 현대인의 감성적 욕구를 충족시키려는 대안의 하나로 키치적 접근을 고려하는 계기가 만들어졌고, 실내디자인에도 영향을 미쳤다.

특히나 현대의 F&B(Food & Beverage)공간은 먹는다는 기본적인 기능 외에 사교, 오락, 휴식 등의 다양한 기능이 포함된다. 소비자들은 음식을 통해 새롭고 다양한 환경과 문화를 체험하길 원하고, 새로운 감성적 자극과 변화를 통해 재충전의 장으로 활용하려 한다. 또한 F&B 사업주체는 공간의 특화된 이미지 구축을 통해 고객 만족과 홍보효과를 기대한다. 이와 같은 현대 F&B 공간의 개념 변화와 소비자들의 다양한 감성욕구 충족을 위한 방법의 하나로 역시 키치적 요소가 적극 활용되고 있다.

이에 본 연구는 현대 F&B 공간에서 키치적 표현의 감성적 요소들이 어떤 키치의 특징과 디자인 기법을 통해 표현되는지를 사례를 통해 분석해봄으로써 이들의 상관성을 이해하는 데에 본 연구의 목적을 둔다.

\* 교신저자(Corresponding Author); hclyu@kku.ac.kr

## 1.2. 연구 방법 및 범위

연구 방법은 첫째, 키치의 정의에 대해 살펴보고, 현대 사회전반의 문화현상으로 자리하게 된 발생 배경과 변천에 대해 관련 문헌을 통해 분석한다. 둘째, 감성의 개념 및 현대인들의 감성 욕구 변화와 함께 실내공간에서 키치적 요소의 감성적 역할을 살펴봄으로써 키치와 감성의 중요성을 파악한다. 셋째, 실내공간에서 나타나는 키치의 특성과 디자인 기법을 분석한 후, 현대 F&B공간에 나타난 키치적 요소의 감성 요소를 추출하고 디자인 기법과의 관계성을 정리한다. 마지막으로, 사례를 통해 각각의 감성 요소를 중심으로 키치의 특성 및 디자인 기법과의 상관성을 실증적으로 확인해 보고자 한다.

사례 선정 범위는 2000년대 이후 관련 전문지에 게재된 F&B공간을 대상으로 하되, 키치적 표현이 두드러진 작품 25점을 선정하여 감성 요소에 따른 키치의 특성과 디자인 기법간의 상관성을 살펴본다. 단 사례분석이 통계적 결과를 얻고자 함이 아니라 단지 정리된 각 요소간의 관계성을 사례를 통해 확인해보는 과정에 국한되므로 선정기준의 엄격성은 중요하게 생각하지 않았다.

## 2. 키치와 감성의 이해

### 2.1. 키치의 정의 및 변천

중세 시대나 절대주의 시대에 예술은 의구한 상품 형식을 띠었고, 예술가는 교회나 제후 혹은 예술후원자의 주문을 받아 작업했다. 그러나 도시와 상업의 발전으로 자본주의 원리가 예술에 침투하게 되면서 경제적으로나 정치적으로 강력해진 시민계층의 문화적 욕구는 커졌다. 이 시기에 교회와 귀족의 예술독점도 깨지게 되면서 예술이 대중화되었다. 즉 19세기 산업혁명 이후 예술이 ‘민주화’되면서 예술가들은 불특정 다수의 소비자를 위한 작품 활동을 하게 된다. 산업혁명 이전에 예술작품을 구입하던 계층인 정부나 교회, 귀족 고객층이 몰락하면서, 상업예술가와 시민계층이 새로운 고객 역할을 하게 되었다.

이와 같은 예술의 대중화는 문화향유방식의 다양성과 복합성을 가져왔고, ‘난해한 예술품’을 감상할 능력이 부족한 신중 부르주아들은 문화적 엘리트들의 습관이나 교양을 서투르게 모방함으로써 자신들이 선망하는 전통적 엘리트들의 위신을 획득하려했다. 결국, 산업의 발달로 물질이 풍요로워지기 시작하면서 시민계급이 자신들의 논리와 규범을 예술작품 생산에도 적용하고자 했던 욕망이 키치를 만들었다.<sup>1)</sup>

19세기 산업혁명은 도시의 팽창과 대중의 급속한 성장을 불러 일으켰으며, 소득의 증가, 여가생활의 확대, 의

무교육의 실시 등의 요인들로 인해 대중으로 하여금 문화와 예술에 관심을 갖게 했다. 이러한 흐름이 대중문화를 발생 시켰고, 이윤의 극대화를 위해 많은 고객을 확보해야 하는 시장의 논리 속에서 키치는 획일화되고 통속적으로 변했다. 당시의 키치는 이미 만들어진 각종 효과를 상품으로 판매하는 전략의 다른 이름으로 나타나고 있었다. 그렇지만 현대의 키치는 상품의 기능성과 내구성을 내적으로 숨기고 외적으로 치장해서 소비자의 감수성을 자극하여, 소비의 이데올로기를 정당화하는 하나의 디자인 요소의 개념으로도 사용하게 되었다.

이러한 키치(Kitsch)라는 용어는 19세기 말부터 예술 비평에 쓰이기 시작했고, 20세기 중반에 들어서면서 널리 퍼지게 되었다. 이제 키치는 특정한 종류의 예술작품을 지칭하기보다는 사회 전반의 현상과 더불어 하나의 삶의 양식을 가리키는 용어로도 쓰이고 있다. 20세기 중반까지 예술과 복잡한 관계를 맺었던 키치는 포스트모더니즘이 본격화되기 전까지 고급미술의 아류로 치부되었으며, 중심의 예술이 어떻게든 떨쳐버리려고 한 기생물과 같이 여겨졌다.<sup>2)</sup> 즉 키치는 저속하고 감상적인 것으로, 예술에 비해 저급한 존재로 인식되어 왔다.

비평가 클레멘트 그린버그(Clement Greenberg)는 “참된 문화의 가치에는 무감각하면서도 특정 문화만이 제공할 수 있는 오락을 갈망하는 사람을 위해 생겨난 대중문화가 곧 키치”<sup>3)</sup>라고 정의하면서 키치 자체를 그가 정의하는 참된 문화인 순수예술과 고급문화에 반대되는 의미로 말하고 있다.

헝가리 예술가 아놀드 하우스(Arnold Houser) 또한 “키치가 내세우는 요구들이 아무리 고상한 것일 수 있다고 할지라도 키치는 사이비 예술인 것이며, 달콤하고 싸구려 형식을 갖춘 예술이고, 위조된 기만적인 현실 묘사에 불과한 것이다.”<sup>4)</sup> 라고 말하면서 키치예술에 대한 부정적인 시각을 들어냈다.

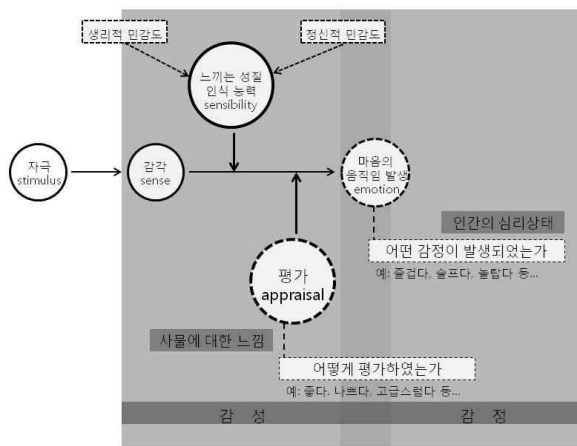
이와 같은 부정적 의미를 갖고 출발한 키치는 1910년대에 산업생산이 본격화되고 소비가 증가하면서 그 의미가 확장되었으며, 일상생활의 전 영역에 걸쳐 사용되면서 생활 속의 용어가 되어 대중적인 소통어로서 국제적 지위를 획득하는 용어로 공인되었다.<sup>5)</sup> 현대사회에 이르러 키치는 대중적인 문화예술로서 그 의미가 확장되어 모더니티의 미적개념으로 발전하였으며, 예술의 한 부분으로까지 자리잡았다. 더불어 사회적 성격이 강조되면서 사회 전반에 큰 영향력을 행사하는 보편적인 사회현상으로 확대되어 더 이상 키치를 벗어난 대중사회는 그 어디에서도 찾아 볼 수 없게 되었다.

2) 이영일, 키치로 현대미술 횡단하기, 경성대학교 출판부, 2011, p.12  
3) 클레멘트 그린버그, 아방가르드와 키치: 현대미술비평 30선, 임정숙 역, 중앙일보, 1987, p.283  
4) 아놀드 하우스, 문학과 예술의 사회사, 백낙청 역, 창작과 비평사, 1999  
5) 이영욱, 키치/진실/우리문화, 시각과 언어, 1994, p.306

1) 이리라, 효과적인 키치광고를 위한 색채 배색 연구, 홍익대학교 석사논문, 2003, p.30

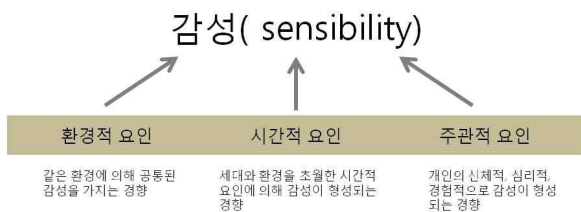
## 2.2. 감성의 개념 및 변천

감성(Sensibility)은 인간의 기본적인 심리작용이며, 그 결과로 나타나는 정서적 반응이다. 또한 감성은 감각을 매개로 하여 어떤 대상이 교감을 이룰 때 인간이 받아들이는 느낌이라고도 할 수 있다. 감각 기관이 외부의 자극을 지각하고 이 지각정보는 머리에 전달되어 감성작용이라는 심적 과정을 거친다. 이 과정에서 외부의 지각정보 뿐 아니라 과거의 경험, 성격, 분위기, 인지상태 등이 영향을 미치며 이러한 감성작용의 결과로서 마음의 정서적 반응, 감성반응이 나타난다.



<그림 1> 감성의 개념

감성은 여러 신체 감각기관이나 주변상황의 요인에 의해 복합적이고, 주관적이기 때문에 명확히 정의를 내리거나 측정하기 어렵다. 실제로 감성과 감정이란 단어를 혼용해서 사용하기도 하는데, 이는 그 특성이 크게 차이나는 심리적 변화다. 무엇보다 감성과 감정의 가장 다른 점은 감정은 자의적 조절이 가능한 반면 감성은 조절이 불가능하다는 점이다. 감성은 외부의 자극에 순간적으로 발생되기 때문에 인위적 조절이 불가능하다. 이러한 감성의 특징은 <그림 2>와 같다.



<그림 2> 감성의 특징

이러한 감성에 대한 의식은 프랑스 산업혁명과 시민혁명을 통해 오랫동안 인간의 의식을 지배해 온 이성(logos)에 대한 자각이 이루어지면서 새롭게 눈뜨게 되었다. 이러한 새로운 감성시대로의 전환은 철학뿐 아니라 미술, 건축, 음악, 문학, 영화 등의 다양한 분야에서

낭만주의, 인상주의, 후기 인상주의, 표현주의, 입체파, 미래파, 초현실주의, 포스트모더니즘 시대를 거치면서 발전해 왔다. 특히 인류가 지금까지 겪어보지 못했던 대중적 부와 물질적 풍요는 감성에 대한 관심을 더욱 증폭시켰다. 이와 같은 변화는 기능성과 효율성을 중요시하던 과거의 사회에서 탈피한, 감성에 초점을 맞춘 새로운 감성시대로의 전환을 의미한다.

프로이드의 인간 내적 무의식, 소쉬르와 레비스트로스의 구조주의, 메를로 폰티의 현상학이론을 거쳐 현재 후기구조주의 시대의 들뢰즈까지 많은 철학자들도 감성과 관련된 철학을 통해 감성시대로의 전환을 주장했다.

## 2.3. 키치의 감성적 역할

키치의 감성적 역할은 철학자 아브라함 몰르가 키치의 가치(기능)을 다섯 가지로 요약한 것으로부터 키치의 심리적이고 정신적인 기능을 살펴 볼 수 있다. ①성공의 보장 ②자기긍정 ③본질적인 가치로서의 소유물 ④편안함 ⑤생활양식의 의식성 등이다. 이는 자신의 생활양식이나 경제체계의 확신으로서의 자기긍정과 밖으로 보여지는 소유물에 의한 본질적인 가치화, 감각에 관여하는 편안함과 아늑함, 상류계층을 흉내내는 의식으로서의 생활양식을 통한 기분, 감각의 귀속감, 이상적인 존재방식인 성공의 보장 등이 구체적인 내용들이다. 이러한 키치의 감성적 기능들은 사회지정학적인 공간과 그 위치점에 따라 실제적이고 상호 중첩되는 방식으로 이루어진다.<sup>6)</sup>

실내공간의 경우, 키치적 요소는 감성적 접근이 중요시되는 시대적 요구에 따라 개인의 개성과 감정에 충실한 소비자를 만족시킬 수 있는 감성적 역할을 하고 있다. 디자이너가 일방적으로 사용자에게 전달하고자 했던 감성은 사용자 중심의 이차적 감성으로 변화된다. 이러한 키치를 통한 감성변화는 무미건조하고 다원화된 사회에서 사용자에게 새로운 세계의 체험과 현실 탈피 기회를 제공하는 역할을 하기도 한다. 이러한 키치적 감성은 이국적 이미지의 재현, 비현실적 상황의 재현, 일상적인 것에 대한 새로운 발견, 과거 이미지를 인용한 연출 등을 통해 실내공간에서 구체적으로 표현되기도 하는데, 이를 통해 사용자의 감성 욕구를 만족시키고 있다.

## 3. 실내공간에 나타난 키치 특성과 디자인 기법

### 3.1. 키치의 특성

키치의 특성을 분류한 학자와 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

6) 이영일, 전계서, p.46

<표 1> 키치의 특성에 관한 선행연구

학자 및 연구자	키치의 특성
Abraham Moles	부적절성, 쾌적성, 중용범용, 공감각성, 누적성
Klaus Kowalski	기능장애, 부적절성, 이질성, 공감각성, 누적성
전미화 <sup>7)</sup>	향수성, 과시성, 대리만족, 놀이, 성적유희, 풍자성

크게 심리적 특성과 조형적 특성으로 분류되어 분석되기도 하지만 통합 정리하여 본 연구에서는 실내공간에 주로 나타난 특성을 과장성, 부적절성, 자기기만성, 유희성, 향수성, 상투성으로 정리했다.

(1) 과장성

키치의 전형적인 특성 중 하나인 과장성은 사물을 통해서 사회적 지위의 상승이나, 자신을 표현하고자 하는 욕구에서 시작되었다. 키치의 지위상승 욕구는 변화되어 가장 단순하고 순진한 표현형태, 즉 수집열과 사물의 과도한 확대나 축소로 나타났다. ‘더 많이’ 라는 충동은 대중문화의 특징이 되었으며, 이는 현대에 이르러서 단순함을 거부하는 키치적 태도와 결합하여 과도한 장식과 과장된 이미지를 만들어냈다.

(2) 부적절성

앵겔 하르트는 “키치에는 본래의 기능을 거부하는 특징이 있다”고 주장했다. 즉, 사물의 본래 목적에서 벗어나 다른 목적으로 사용되는 특징이 반드시 나타나며 예술적 영역에서도 예외는 아니라고 설명한다.<sup>8)</sup>

디자인에 나타난 키치의 부적절성은 재료나 형태, 크기 등의 형식적 특징이 부적합한 단일대상에서 볼 수 있을 뿐만 아니라, 어떤 미적 대상의 결합이나 배열에 관련해서도 나타난다. 순수함을 표현할 때도 비순수함으로 바꿔 표현하고, 차원의 위화감 같은 것도 찾을 수 있다. 개별적으로 보면 절대 키치적이지 않은 대상들도 그 결합이나 배열에 의해서 키치의 효과를 얻을 수 있다. 이는 쾌락을 즐기려는 놀이처럼 상식을 뒤집는 부자연스러운 결합으로 시각적 무게 균형을 파괴함으로써 대상을 부각시키는 효과로 작용한다.

(3) 자기기만성

키치가 가진 자기기만적인 특성은 키치의 발생에서부터 성격이 시작되었다. 이는 예술적 가치보다는 모방된 예술품을 소유하더라도 타인에게 보이는 시선이 중요했기 때문이다. “키치는 우리의 허위의식과 무지, 그리고 기만을 자양분으로 번성하는, 자못 진지한 예술임을 자랑하는 거짓되고 감상적인 예술일 뿐이다.”<sup>9)</sup>라는 일부 해석과 같이 키치의 자기기만성에는 부정적인 내용이 담겨있다.

그렇지만 현대의 실내공간에서 나타난 자기기만적인

키치의 특성은 ‘보여줌’의 대중적 욕구를 잘 활용하고 있다. 이는 대중에게 새로운 소비문화를 제시해 줌으로써 그들의 욕망을 발산하고, 새로운 즐거움을 준다는 두 가지 의미가 있다.

(4) 유희성

키치가 가진 유희적 특성은 실제로부터 이탈하고 싶은 인간의 심리에서 출발한다. 이러한 인감의 심리를 자극시키는 유희는 성적 유희, 풍자, 놀이 등 그 범위가 다양하지만 공통적으로 현실의 지루함으로부터 벗어나 특별한 체험을 위해 다른 것으로 변화를 추구하는 일탈의 과잉임은 분명하다. 이와 같은 키치의 유희성은 진지한 삶의 맥락으로는 이해가 되지 않지만 키치를 통해 대중 스스로가 자신만의 이야기를 만들어 즐거움을 찾는다.

“재미있는 이야기를 창조해 내려고 어떤 특정 시기에 어떤 특정 문화와 밀접하게 관련되어 있는 이미지, 주제, 상징을 구체화하는 일이 필요하다. 그것은 원형적 패턴이라고 볼 수 있다. 이는 어떤 문화를 지배하고 있는 기본적인 관심사는 어떤 것인가를 드러내 줄 뿐만 아니라, 어떻게 그러한 관심사들이 취급되고 있는가, 까지도 암시하고 있기 때문이다. 재미는 특정시기에 어떤 문화에 밀접하게 관련되어 있는 이미지, 주제, 상징을 구체화하는 것에서부터 나오는 것이다.”<sup>10)</sup>라는 주장과 같이 키치의 유희성은 사회전반의 관심사와 문화를 대변하고 있다.

(5) 향수성

과거를 그리워하는 대중의 심리가 과거의 어떤 가치 또는 과거 자체를 모방하게 하는 것이 키치의 향수성이다. 현재 속에서 나타난 과거의 모습은 서로 이질적이고 중층적 결합으로 나타난다. 또한 과거의 기능과는 전혀 관련 없는 것들이 지각의 자극을 통해 새로운 이차적 감성으로 대중을 자극한다. 이러한 이차적 감성을 통해 대중은 시대를 초월한 재경험의 욕망을 해소하며, 익숙하면서도 낯선 즐거움을 얻는다.

과거에 대한 역사적인 향수성은 현대의 모더니즘의 획일성과 단순성에서 탈피하여 역사적이고 복합적인 것에 대한 대중적 요구에 부합한 것이라고도 할 수 있다.<sup>11)</sup>

(6) 상투성

상투성은 가장 일반적이며, 때로는 구태의연하다는 의미까지도 포함한다. 이것은 어디에나 있을 법한 유형과 관계가 있으며, 새로움이나 진보의 성격을 배제한다.

키치의 상투성 또한 지루할 정도의 보편성을 포함하지만, 익숙한 편안함을 제공하기도 한다. 키치가 다수의 행복을 추구하는 예술로서의 보편타당성이 있다면, 고도로 발달된 문명의 일상 속에서 발견되는 키치의 상투성은

7) 전미화, 실내디자인에서 표현된 키치 유형연구, 국민대학교 석론, 2001, pp.42-58

8) 신인범, 광고에 나타난 키치(Kitsch)적 표현의 의미작용에 관한 연구: 패션광고잡지를 중심으로, 동서대학교 석논, 2006, p.36

9) 조종걸, 키치, 우리들의 행복한 세계, 프로네시스, 2007, p.8

10) 박성봉, 대중예술의 미학: 대중예술의 통속성에 대한 미학적 접근, 동연, 1996, pp.335-336

11) 유명지, 포스트모던 미술에 드러나는 패션의 키치적 특성에 관한 연구, 고려대학교 석논, 2004, p.63

오히려 유희가 된다. 상투적 표현은 디자이너와 대중과의 거리를 좁혀주며, 새로운 소비문화를 창출하고, 새로운 유행을 만드는 원동력이다.

### 3.2. 키치의 디자인 기법

키치의 특성을 나타낸 실내공간의 디자인 기법을 선행 연구를 통해 살펴보고 이를 조형적 측면과 재료적 측면으로 분류했다.

<표 2> 실내공간에 나타난 디자인 기법에 관한 선행연구

연구자	실내공간에 나타난 디자인 기법
손나리 <sup>12)</sup>	오브제의 혼용, 형태의 왜곡과 변형, 이질재료의 중첩과 병치, 스케일의 변형.
박민석 <sup>13)</sup>	형태의 혼용, 재료의 혼용, 오브제의 혼용, 스케일의 변형, 생물학적 혼용 등.
배성희 <sup>14)</sup>	스케일의 왜곡, 이질적 재료 병치, 이국적 이미지 재현, 가상공간 재현, 향수성이 짙은 기호로의 재현, 일탈 등.

#### (1) 조형적 측면

##### 1) 스케일의 변형

스케일을 확대 또는 축소하는 기법을 통해 사용자가 예측하지 못한 새로운 체험을 제공한다. 이러한 표현 기법은 마치 ‘걸리버 여행기’의 동화 속 주인공처럼 일상에서 만나는 요소들이 극도로 작아지거나, 극도로 커지는 시각적 효과를 통해서 비일상성을 경험한다.

<표 3> 실내공간에 나타난 스케일 변형 기법 사례

작품	작품명/작가/연도/위치	디자인 기법/ 특성
	Katsuya/ Philippe Starck/ 2009/ Los Angeles	게이사 얼굴의 특정부위를 크게 확대해 고객의 호기심을 자극 시키고, 이를 통해 공간과 공간의 연결시켜 시각의 움직임을 유도함. 과장성, 유희성.
	Sandwiched/ INABA and C-Lab /2010/ New York	와인 잔 모형의 커다란 조명을 이용해 보이지 않는 경계를 형성해 공간을 구획함으로써 색다른 경험을 전달함. 과장성, 유희성.
	Tokyo Baby cafe/Nendo 2012/ Tokyo	전체 공간에 들어찬 대형의 소파는 기존 소파의 기능이 아닌 놀이공간이라는 새로운 기능을 가짐으로써, 새롭고 다양한 즐거움을 전달함. 과장성, 유희성.

##### 2) 이미지의 중첩과 병치

우리가 흔히 이미지라고 일컫는 개념은 어떤 사물로부터의 느낌이다. 이미지가 내포한 의미는 굉장히 넓은 영역으로 마음속에 떠오르는 영상도 이미지에 포함되며, 어떠한 모습을 담은 그림도 이미지에 속한다. 즉 이미지는 표현된 영상이나 그림을 보고 느끼는 감성의 한 영역이라고도 할 수 있다.

키치적 특성을 가진 이미지가 직접적으로 공간에 적용

- 12) 손나리, *더페이즈*망과 오브제적 표현특성 및 감성에 미치는 영향, 조선대 석논, 2011, pp.34-41
- 13) 박민석, 현대 식음공간 실내디자인의 초현실주의적 표현특성에 관한 연구, 건국대학교 석논, 2007, pp.47-58
- 14) 배성희, 키치현상의 비일상적 표현에 관한 연구, 국민대학교 석논, 2006, pp.41-54

되기도 하지만, 때로는 키치적이지 않은 이미지의 중첩과 병치 기법을 통해서도 키치의 부적절성을 나타낸다.

<표 4> 실내공간에 나타난 이미지의 중첩과 병치 기법 사례

작품	작품명/작가/연도/위치	디자인 기법/ 특성
	Beijing Noodle NO.9/ Yuhkichi Kawai 2009/Las Vegas	중국 화훼도안으로 만든 아라베스크문양 이미지를 천정과 벽에 가득 채움으로써 천정과 벽의 경계가 없는 독특한 공간을 구현함. 과장성, 부적절성, 자기기만성
	Meat Liquor/ Shed /2010/ London	유희적이고, 자극적인 이미지를 클래식한 고대 건축양식인 로코코 양식 돔에 중첩, 병치시켜 아이러니함을 전달함. 부적절성, 유희성.

#### 3) 시각적 왜곡

과학적 이론을 무시하고 기존의 형태나 이미지를 변형해 충격을 주고, 시각적 착시를 통해 머릿속에 상상되고 감각에 의해 촉발되는 형태를 공간에 반영한다. 이를 통해 사용자의 감성은 시점의 장면성과 변화되는 경험의 연속성에 따라 달라진다.

예를 들어 기존에 우리가 가지고 있던 바로 세워진 벽, 평평한 바닥과 천정에 대한 고전적 규범에 대한 반발은 시각적 왜곡을 통한 키치로 받아들여지곤 한다. 즉 낯선 공간적 구성을 통한 시각적 왜곡이 실내디자인에서 표현되는 키치의 한 유형이 되는 것이다.

<표 5> 실내공간에 나타난 시각적 왜곡 기법 사례

작품	작품명/작가/연도/위치	디자인 기법/ 특성
	Switch Restaurant/ Karim Rashid 2009/Dubai	천정과 벽을 잇는 끝없는 물결형상이 착시효과를 일으키고 시간의 변화에 따른 공간색의 변경이 새로운 경험을 제공함. 과장성, 유희성.
	D'espresso/ Nemaworkshop 2010/NewYork	천정, 벽, 바닥의 기본적인 이론을 벗어난 공간배치를 통해 낯선 공간을 구성하고, 이로 인해 독특하고 새로운 경험을 함. 부적절성, 유희성.

#### 4) 오브제와 소품의 혼용

오브제가 가진 사전적 정의는 시각, 촉각, 청각 등의 감각을 통해 인식할 수 있는 물건, 물체라는 뜻과 인식 주체의 인식대상으로서의 정신적인 것을 포함한 대상, 객체다.<sup>15)</sup>

공간에서의 오브제는 단순히 예술로서의 의미만이 아니라, 기능을 지닌 대상을 포함한다. 바닥, 벽, 천정, 기둥, 가구, 조명, 장식 소품에 이르기까지 공간을 구성하는 모든 요소가 오브제의 범위에 들어간다. 이와 같이 넓은 개념을 포함하고 있는 오브제는 강렬한 시각적 효과를 주고, 무질서한 혼용을 통해 키치의 부적절성, 유희성 등을 표현함으로써 색다른 경험을 제공하고, 공간의 이야기를 풍부하게 만드는 효과를 낸다.

- 15) 안주희, 현대 식음공간에 나타난 오브제 표현 특성에 관한 연구, 건국대학교 석논, 2008, p.5

<표 6> 실내공간에 나타난 오브제와 소품의 혼용 기법 사례



작품	작품명/작가/ 연도/위치	디자인 기법/ 특성
	BON/ Phillipe Starck 2008/ Moscow	쫄농의 오래된 잔해가 더해진 쫄불 오브제들과 가구의 무질서한 배치를 통해 몽환적 분위기를 연출함. 과장성, 부적절성, 유희성
	Mason Baccarat/ Phillipe Starck/ 2008/ Moscow	동화 '이상한 나라의 앨리스'의 한 장면을 화려한 샹드리에와 크리스탈 소품들을 통해 동화의 주인공이 된 듯 한 경험을 함. 과장성, 자기기만성.
	Fabrica Creator/ Minas kosmidis/ 2012/Komotini	도축한 고기를 소품화해 공간 이곳, 저곳에 배치하고, 도축 작업대를 연상하게 하는 오브제를 가구로 배치해 공간 전체의 이미지와 성격을 직접적으로 전달함. 유희성, 상투성.

(2) 재료적 측면

1) 낡은 재료와 소품의 플라주

키치가 가진 이차적 감성은 새로운 자극을 통해 대중에게 호소하고 이러한 특성은 대중의 욕구와 함께 발전했다. 낡은 재료와 소품의 플라주 기법을 통한 키치적 표현은 현대사회에 지친 대중들에게 과거를 그리워하는 향수를 충족시키고, 시대를 초월한 경험을 통해 익숙하면서도 낯선 즐거움을 전달한다.

<표 7> 실내공간에 나타난 낡은 재료와 소품의 플라주 기법 사례

작품	작품명/작가/ 연도/위치	디자인 기법/ 특성
	L'Eclaireur/ Arne Quinze 2009/ Paris	낡은 판재를 재사용함으로써 재료가 가진 시대를 초월한 멋을 전달하고, 이를 플라주 기법을 통해 본래의 물성을 재해석해 표현함. 유희성, 향수성, 상투성.
	Atelier Mecanic/ Corvin Cristian/ 2012/ Romania	과거 지역의 특성이 담긴 소품들과 가구, 낡은 재료를 이용한 공간 연출과 과거와는 다른 새로운 기능의 부활을 통해 낯선 경험을 함. 유희성, 향수성.

2) 일상 재료의 재발견

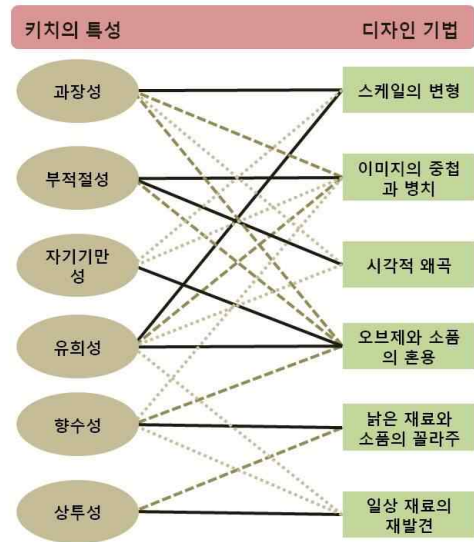
일상에서 흔히 볼 수 있는 진부하고 따분한 재료나 소품들의 재발견을 통해 익숙함을 반전시키는 새로운 미를 만들고, 새로운 기능도 부여함으로써 엉뚱한 즐거움을 전달한다. 이와 같은 일상 속에서의 유희가 키치가 가진 상투성이며, 우리를 둘러싼 것에 대한 생각의 변화를 통해 키치를 표현한다. 이는 디자이너와 사용자 사이의 감성 거리를 좁히는 하나의 기법이기도 하다.

<표 8> 실내공간에 나타난 일상 재료의 재발견 기법 사례

작품	작품명/작가/ 연도/위치	디자인 기법/ 특성
	Diesel Denim Gallery/ Ayako Maruta 2009/Tokyo	공사현장에서 흔히 사용되는 가설조명의 새로운 조형배치를 통해 미적가치를 부여하고, 이를 통한 익숙하고 낯선 즐거움을 경험함. 향수성, 상투성.
	Lik+Neon/ Gitta Gschwendtner/ 2010/London	플라스틱 우유병이라는 일상재료를 이용해 조명이라는 새로운 기능을 부여하고, 일상재료의 색다른 조형배치를 통해 아름다움을 표현함. 유희성, 상투성.

3.3. 키치의 특성과 디자인 기법의 상관성

앞 절의 사례를 통해 살펴본 키치의 특성과 디자인 기법의 상관성을 <그림 3>과 같이 정리했다.



<그림 3> 실내공간에 나타난 키치의 특성과 디자인 기법의 상관성

분류한 각 요소들의 상관성을 살펴보면, 과장성은 스케일의 변형, 이미지의 중첩과 병치, 시각적 왜곡, 오브제와 소품의 혼용 등의 기법을 통해 나타나고 있다. 부적절성은 이미지의 중첩과 병치, 시각적 왜곡, 오브제와 소품의 혼용기법을 통해 나타났다. 자기기만성은 스케일의 변형, 이미지의 중첩과 병치, 오브제와 소품의 혼용기법으로 표현되었다. 유희성은 스케일의 변형과 오브제와 소품의 혼용기법을 중심으로 이미지의 중첩과 병치, 시각적 왜곡, 낡은 재료와 소품의 플라주기법을 통해서 나타났다. 향수성은 낡은 재료와 소품의 플라주기법을 중심으로 이미지의 중첩과 병치, 오브제와 소품의 혼용, 일상 재료의 재발견을 통해 나타났다. 마지막으로 상투성은 일상 재료의 재발견과 낡은 재료와 소품의 플라주기법을 통해 나타났다. 이처럼 각 키치의 특성은 다양한 기법들의 혼합과 조화를 통해 나타나고 있음을 알 수 있다.

4. F&B공간에 나타난 키치적 표현의 감성 요소

4.1. 키치적 표현의 감성 요소

F&B공간에 나타난 감성 요소를 선행연구를 통해 살펴보고, 앞 장의 키치의 특성과 디자인 기법을 기준으로 키치적 표현의 감성 요소를 정체성, 상징성, 체험성, 실화성, 소통성으로 재정리하였다.

<표 9> F&B공간에 나타난 감성 요소에 관한 선행연구

연구자	F&B공간에 나타난 감성 요소
손나리 <sup>16)</sup>	장면성, 연속성, 상징성, 유희성, 회화성, 탈재현성, 비밀상성
채경아 <sup>17)</sup>	오감체험성, 상징성과 해석성, 장면성과 연속성, 설화성, 탈스케일
안주희 <sup>18)</sup>	공간체험성, 상징성, 탈스케일, 탈현재성,

(1) 정체성(Identity)

변하지 아니하는 존재의 본질을 깨닫는 성질을 정체성이라고 하며, 그 성질을 가진 독립적 존재로 자기동일성, 일체감을 말한다. 이를 공간에 비유했을 때, 다른 공간과 구별되는 배타적 고유성과 다른 비슷한 공간과 연계되는 상관적 공유성을 모두 포함한다. 다른 공간이 갖지 않은 것을 나타내고, 독특한 이미지를 이용한 키치적 표현은 개별적인 정체성을 나타내며, 이를 매개로 동일성의 정체성을 나타내기도 한다. F&B 공간에서의 이와 같은 정체성은 사용자로 하여금 공간에 대한 기억력을 높이고, 이를 통해 재방문의 기회를 제공한다.

<표 10> 정체성에 따른 키치의 특성과 디자인 기법 사례

작품명/연도/위치	키치의 특성	디자인 기법
 100%Chocolate cafe/2003/Tokyo	과장성 부적절성 자기기만성 유희성 향수성 상투성	거대한 초콜릿으로 뒤덮은 카페 천정의 표현이 상투적이긴 하지만 시선을 끌어 고객을 유도하고, 매장의 정체성을 직접적인 화법으로 전달함. 스케일의 변형 기법.
 Olivomave/2007/London	과장성 부적절성 자기기만성 유희성 향수성 상투성	천정과 벽면을 가득채운 바다 밑 이미지들과 환상적 느낌의 오브제를 통해 공간의 차별화를 줌으로써 정체성을 표현함. 이미지의 중첩과 병치, 오브제와 소품의 혼용.
 Inamorestaurant/2008/London	과장성 부적절성 자기기만성 유희성 향수성 상투성	테이블 위 이미지화된 색다른 메뉴판으로 마치 게임을 하듯 터치하는 방식의 주문을 통해 독특한 재미를 줌으로써 정체성을 표현함. 이미지의 중첩과 병치.
 SONG/2009/London	과장성 부적절성 자기기만성 유희성 향수성 상투성	천정을 가득채운 구형체의 조명을 오브제화 했다. 오브제의 이미지를 오거트의 상큼함과 자연의 건강함에 초점을 맞춰 표현해 정체성을 전달함. 오브제와 소품의 혼용.
 East Street/2012/London	과장성 부적절성 자기기만성 유희성 향수성 상투성	홍콩이나, 베트남의 길거리나 마켓에서나 볼 수 있을 법한 분위기 연출을 통해 정체성 전달함, 모든 소품과 가구를 또한 남동아시아의 분위기를 표현. 오브제와 소품의 혼용.

(2) 상징성(Symbol)

상징은 어떤 이미지와 의미 사이의 공통적 특성을 매개로 한 연결이며, 이미지를 통해 대상의 형식을 취한다.

16) 손나리, 전게서, pp.26-28

17) 채경아, 식공간을 위한 감성적 공간연출에 관한 연구, 경원대학교 석논, 2009, pp.45-47

18) 안주희, 전게서, pp.51-55

이러한 상징성은 인간과 환경이 서로 상호작용하는 동안 형성되는데, 이는 사용자의 환경장치에 대한 정서적 만족과 연관을 갖는다. 단순한 기능적, 물리적 환경에서 벗어나 개인이 가진 가치관을 대변하는 상징성은 환경에 대한 만족과 즐거움을 동반한다.<sup>19)</sup>

키치적 표현의 상징성은 사회, 문화적인 측면의 특징을 함께 표현하기도 하고, 해석적으로도 표현해 대중에게 쉽게 다가간다. 때로는 자극적 표현을 통해 기억, 이미지 등을 환기시킨다. 또한 공간에 은유적 의미를 부여해 F&B공간이 사용자에게 요구하는 고객만족을 통한 이차적 효과까지 기대할 수 있게 한다.

<표 11> 상징성에 따른 키치의 특성과 디자인 기법 사례

작품명/연도/위치	키치의 특성	디자인 기법
 Tao night club/2005/LasVegas	과장성 부적절성 자기기만성 유희성 향수성 상투성	높은 천정으로 구성된 중앙 홀을 중심으로 거대한 불상을 배치하고, 각 공간에 다양한 불상 배치 함으로써 공간을 상징화함. 스케일의 변형, 오브제와 소품의 혼용.
 Chinadoll club/2006/Beijing	과장성 부적절성 자기기만성 유희성 향수성 상투성	중국 현대인의 사랑과 삶을 중국 인형을 통해 상징화하고, 화려한 색의 영상과 이미지를 공간 전체에 중첩, 병치시켜 상징성을 부각함. 이미지의 중첩과 병치, 오브제와 소품의 혼용.
 Vanity nightclub/2007/LasVegas	과장성 부적절성 자기기만성 유희성 향수성 상투성	보석을 도형으로 형태화해 다양한 이미지로 중첩, 병치시켜 벽과 천정, 가구 등에 패턴으로 표현함. 더불어 오브제화한 조명과 기둥에도 도형화한 보석의 이미지를 넣어 상징성을 표현함. 이미지의 중첩과 병치.
 Boca del Lobo Restaurant/2008/Quito	과장성 부적절성 자기기만성 유희성 향수성 상투성	중앙의 나무가 가장 큰 상징성이며, 종교적 아이콘이 그려진 타일의 사용은 바닥, 벽, 천정을 덮어 묘한 분위기를 강조함. 이미지의 중첩과 병치, 오브제와 소품의 혼용.
 DreamBags-JaguarShose/2011/London	과장성 부적절성 자기기만성 유희성 향수성 상투성	야생의 정글을 상징화한 회화가 돋보임. 자연에 나타난 모든 화려한 색을 이용해 정글이미지를 중첩, 병치시켜 그린 회화를 통해 상징성을 부각함. 이미지의 중첩과 병치.

(3) 체험성(experience)


체험성이란 환경이나 공간을 인간과 별개의 것이 아닌 교감의 개념으로 이해하고 합리적, 물리적, 이성적 사고에 근거하여 체험을 통한 인간의 감성을 자극하고 사용자의 참여를 유발하는 것이다.<sup>20)</sup>

키치적 표현이 나타내는 다양한 시점의 체험을 통해 사용자는 연속적인 심리변화를 경험하고, 끊임없이 변화하는 환경이 만들어낸 공간에 다양한 성격을 부여함으로써 새로운 감성 체험의 기회를 제공받는다.

19) 손나리, 전게서, p.27

20) 안주희, 전게서, pp.51-52

<표 12> 체험성에 따른 키치의 특성과 디자인 기법 사례

작품명/연도/위치	키치의 특성	디자인 기법
 VOLAR/2006/Shanghai	과장성	공포스런 이미지를 공간을 둘러싼 벽에 스프레이로 그려 넣고, 동물 오브제가 각 공간의 장면을 연결시키며 자유스럽고 묘한 분위기 연출을 통해 체험성을 표현함.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	이미지의 중첩과 병치, 오브제와 소품의 혼용.
 LAN/2007/Beijing	과장성	벽, 천정, 가구, 액자 등에 그려진 회화가 마치 공간이 회화를 보는 듯한 장면을 연출 시키고, 화려한 조명과 가구, 소품들이 더해진 역동성을 통해 체험성을 표현함.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	이미지의 중첩과 병치, 오브제와 소품의 혼용.
 The majk cafe/2008/Belgrade	과장성	바닥과 천정, 벽을 둘러싼 3차원적인 그래픽의 시각적 왜곡을 통해 공간의 장면성과 연속성을 표현함. 오브제를 통해 다양한 공간 체험을 표현함.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	이미지의 중첩과 병치, 오브제와 소품의 혼용.
 Kurve/2009/New York	과장성	유기적 곡선들이 공간 전체를 뒤덮고, 변화무쌍한 선들의 움직임이 유기적인 가구들의 선과 함께 시각적 왜곡을 만들면서 공간의 다양한 체험성을 표현함.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	이미지의 중첩과 병치, 시각적 왜곡, 오브제와 소품의 혼용.
 Vanilli 2009/Linz	과장성	좁은 골목의 공간을 시각적으로 확장시키는 물성의 특성을 이용해 공간의 단점을 보완하고 오브제를 통한 시각적 왜곡으로 정체성을 표현함.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	시각적 왜곡, 오브제와 소품의 혼용.

(4) 설화성(Narration)

설화성은 말 그대로 이야기가 있는 공간을 의미한다. 이는 그 내용이 사실 또는 허구인 일련의 사건을 재현하는 것이다. 마치 소설을 읽을 때와 같은 공간 안에 화자의 관점을 더해 의미를 부여하고 감성적 상황을 제공하는 키치적 표현을 통해 다양한 표현으로 공간의 이야기를 표현한다. 이는 사용자에 상상 속에 존재하는 공간 체험의 기회와 디자이너와의 감성교류를 통한 특별한 경험을 통해 자기만족감을 높여준다.

<표 13> 설화성에 따른 키치의 특성과 디자인 기법 사례

작품명/연도/위치	키치의 특성	디자인 기법
 Le Cristal Room restaurant/2004/Paris	과장성	바카라의 역사적 이야기가 담긴 화려한 오브제들이 각 공간에 프랑스의 옛 이야기를 표현하고 이를 통해 사용자는 과거의 공간을 체험함.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	오브제와 소품의 혼용.
 Bella Italia Weine/2007/Stuttgart	과장성	레스토랑과 술집을 겸업으로 하고 있는 곳으로 작은 규모의 공간에 두 개의 기능과 이야기를 표현하기 위해 벽시장에서 구한 오래된 다양한 거울을 사용해 설화성을 표현함.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	오브제와 소품의 혼용, 넓은 재료와 소품의 풀라주






작품명/연도/위치	키치의 특성	디자인 기법
 Alice in Wonderland/2010/Tokyo	과장성	동화 '이상한나라의 앨리스'의 이야기를 공간화 함. 마치 동화의 화자가 된 듯한 경험을 배치된 오브제와 가구들, 동화 속 배경을 상징하는 이미지를 통해 설화성을 표현함.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	이미지의 중첩과 병치, 오브제와 소품의 혼용.
 Evolution Bar/2012/Bucharest	과장성	역사가 깊은 옛 공간에 기하학적인 가구와 오브제화한 조명의 배치를 통해 과거와 미래를 연결하는 이야기를 전달함으로써 설화성을 표현함.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	오브제와 소품의 혼용.
 Ammo Restaurant/2012/Hong Kong	과장성	공상과학영화를 소재로 다이나믹한 공간을 표현함. 계단이라는 일상 소재를 오브제화하고, 벽과 바닥의 패턴, 새로운 형태의 가구를 통해 설화성을 부각함. 오브제와 소품의 혼용.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	

(5) 소통성(Communication)

의사소통의 사전적 의미를 먼저 살펴보면, 언어, 몸짓 등의 물질적 기호를 매개수단으로 하는 정신적, 심리적인 전달 교류를 말한다. 즉 사람들끼리 서로의 생각과 느낌을 전달하고 정보를 주고받는 일을 말한다.

공간에서의 의사소통은 위와 같은 내용을 포함해, 공간과 공간과의 소통, 공간과 사람과의 소통, 사람과 사람과의 유대관계를 함께 아우른다. 키치적 표현을 통한 의

<표 14> 의사소통에 따른 키치의 특성과 디자인 기법 사례

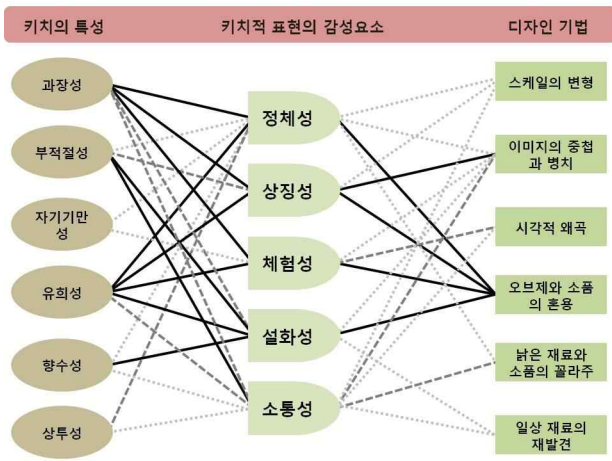
작품명/연도/위치	키치의 특성	디자인 기법
 Ella Dining Room and Bar/2007/Sacramento	과장성	과거 재료의 사용을 통한 편안함 감성 연출과 오브제와 조명의 확대를 통한 현대적인 디자인을 혼합해 표현함. 현대의 새로운 감성과 과거의 익숙한 감성을 통해 공간 의사소통을 표현함. 스케일의 변형, 넓은 재료와 소품의 풀라주.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	
 L'Idiot Restaurant/2009/Taipei	과장성	기하학적 형태로의 중앙 바가 사용자의 시선을 이끌며 공간으로 사람을 모으는 의사소통의 기능을 함. 이를 통해 공간을 연결하고 사용자를 연결함. 오브제와 소품의 혼용.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	
 ZEBAR/2010/Sanghai	과장성	흑과 백의 선을 이용해 3차원의 공간을 표현한 시각적 왜곡은 새로운 공간을 구성하고, 이러한 공간에 사용자 스스로 기능을 더해 공간과 사람과 함께 소통함. 시각적 왜곡.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	
 Stork Restaurant/2011/Amsterdam	과장성	버려진 오래된 옛 공장을 부지로 새로운 모임장소를 구성하고, 버려진 일상소품들에 새로운 기능을 줌으로써 의사소통의 기능을 부각함.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	오브제와 소품의 혼용, 넓은 재료와 소품의 풀라주.
 Ozone Bar/2011/Hong Kong	과장성	기하학적인 형태와 색으로 공간을 만드는 오브제, 바닥 천정에 복잡하게 얽힌 이미지의 시각적 왜곡을 통한 공간구획을 통해 의사소통의 감성을 표현함.
	부적절성	
	자기기만성	
	유회성	
	향수성	스케일의 변형, 시각적 왜곡, 오브제와 소품의 혼용.



사소통은 공간 창출을 통해 사람을 모으는 장소제공의 역할과 함께, 사람들과 새로운 교류를 통한 놀이문화 형성 등의 역할을 한다.

#### 4.2. 키치적 표현의 감성요소에 따른 키치의 특성과 디자인기법의 상관성

현대 F&B공간에 나타난 키치적 표현의 감성 요소에 따른 키치의 특성과 디자인 기법의 상관성은 <그림 4>와 같이 정리된다.



<그림 4> 현대 F&B공간에 나타난 키치적 표현의 감성요소에 따른 키치의 특성과 디자인 기법의 상관성

하지만 키치적 표현의 감성적 효과는 다양한 디자인 기법과 키치의 특성이 매우 복합적으로 결합되어 작용하고, 단일의 기법이나 특징만이 표출되거나 활용되는 경우가 거의 없는 것으로 판단된다. 이것은 오히려 키치가 제공하는 감성적 호소력이 공간사용자들에게 자유롭게 자신의 해석을 가능하게 해줌으로써 그 활용성이 극대화된다고 할 수 있다.

### 5. 결론

현대 F&B공간에 나타난 키치적 표현의 감성 요소를 키치의 특성과 디자인 기법 중심으로 분석한 결과는 다음과 같이 정리된다.

정체성은 공간이 가진 남들과 구별되는 성격을 통해 공간 기억력을 높이는 하나의 감성 요소로 오브제와 소품의 혼용, 이미지의 중첩과 병치 기법 등이 주로 활용되며, 키치의 과장성, 유희성, 향수성의 특성이 주로 나타난다.

상징성은 공간이 가지는 하나의 이미지를 대변하는 감성 요소이며, 이미지의 중첩과 병치, 오브제와 소품의 혼용기법 등을 통해 표현되고, 과장성, 부적절성, 자기기만성 등의 키치 특성이 공간에 은유적 의미를 부여해 사용

자의 감성을 자극하는 역할을 한다.

체험성은 환경을 인간과의 교감의 개념으로 이해하고, 체험을 통한 인간의 감성을 자극하고 사용자의 참여를 유발하는 것이다. 시점변화에 따른 다양한 감성 표현은 시각적 왜곡, 오브제와 소품의 혼용, 이미지의 중첩과 병치기법의 활용을 통해서 키치의 과장성과 유희성의 특성을 나타냈고, 이는 사용자에게 다이나믹한 공간체험의 기회를 제공한다.

설화성은 사용자의 관점을 더해 독립적인 이야기를 만들고 체험하는 감성 요소로 오브제와 소품의 혼용, 이미지의 중첩과 병치, 일상 재료의 발견기법을 통해 주로 표현되었다. 이를 통해 과장성, 부적절성, 유희성, 향수성의 다양한 키치의 특성을 나타낸다.

소통성은 사람들의 만남과 공간과의 만남이 만들어 내는 교류를 통한 감성으로 이미지의 중첩과 병치, 낡은 재료와 소품의 골라주 기법 등을 통해 주로 표현되고, 키치의 과장성, 부적절성, 유희성, 향수성, 상투성의 다양한 특성이 복합적으로 나타났다.

종합적으로 볼 때, 현대 F&B공간에 나타난 키치적 표현은 특정한 감성적 호소력을 나타내다가보다 다양한 감성 요소가 복합적으로 표출되고, 각각의 감성 요소 또한 특정 기법과 특성이 두드러지게 활용되었다기보다는 다수의 디자인 기법과 키치 특성이 적용되어 사용자의 감성을 자극했다고 할 수 있다. 이와 같은 키치의 복합적이고 모호한 성격이 오히려 디자이너와 소비자의 폭넓은 감성교류를 형성시키고, 결과적으로 감성을 중요시하는 소비자의 만족도를 높이는 역할을 한다고 판단된다. 공간사용자의 감성적 만족도 제고를 위한 실내디자인의 다양한 표현적 요소에 대한 지속적 연구가 요구된다.

### 참고문헌

1. 권영길, 공간디자인 16강, 도서출판 국제, 2001
2. 광대영, 디자인에 나타난 키치의 속성에 대한 연구, 동의대학교 동의 논집, 1999
3. 김용석, 깊이와 넓이 4막 16장, 휴머니스트, 2002
4. 박민석, 현대 식음공간 실내디자인의 초현실주의적 표현특성에 관한 연구, 건국대학교 석논, 2007
5. 박성봉, 대중예술의 미학: 대중예술의 통속성에 대한 미학적 접근, 서울:동연, 1996
6. 박선희, 도시 정체성을 중심으로 한 디자인서울가이드라인의 구성과 특징에 관한 연구, 한양대학교 석논, 2009
7. 박영애, 현대 실내공간의 혼성적 표현에서 나타나는 감성적 특성 연구, 국민대학교 석논, 2007
8. 손나라, 테페이즈망의 오브제적 표현특성 및 감성에 미치는 영향, 조선대학교 석논, 2011
9. 신인범, 광고에 나타난 키치(Kitsch)적 표현의 의미작용에 관한 연구: 패션광고잡지를 중심으로, 동서대학교 석논, 2006
10. 아브라함 몰르, 엄광현 역, 키치란 무엇인가?, 시각언어, 1996
11. 아놀드 하우스, 문학과 예술의 사회사, 백낙청 역, 창작과 비평사, 1999
12. 안주희, 현대 식음공간에 나타난 오브제 표현 특성에 관한 연구, 건국대학교 석논, 2008

13. 원용희·장재규·이보현, 레스토랑 창업 바이블, 신광출판사, 2001
14. 이리라, 효과적인 키치광고를 위한 색채 배색 연구, 홍익대학교 석논, 2003
15. 유명지, 포스트모던 미술에 드러나는 패션의 키치적 특성에 관한 연구, 고려대학교 석논, 2004
16. 이구형, 인간감성의 특성과 감성적 공학기술, 한국정밀공학회지, 2001
17. 이영옥, 키치/진실/우리문화, 시각과 언어, 1994
18. 이영일, 키치로 현대미술 횡단하기, 경성대학교 출판부, 2011
19. 이한석, 이성 그 너머의 감성공간디자인, 기문당, 2009
20. 전미화, 실내디자인에서 표현된 키치 유형연구, 국민대학교 석론, 2001
21. 조중걸, 키치, 우리들의 행복한 세계, 프로네시스, 2007
22. 채경아, 식공간을 위한 감성적 공간연출에 관한 연구, 경원대학교 석논, 2009
23. 클레멘트 그린버그, 아방가르드와 키치: 현대미술비평 30선, 임정숙 역, 중앙일보, 1987
24. 피터 왓슨, 생각의 역사 1, 들녘, 2009
25. <http://www.dezeen.com>
26. <http://www.contemporist.com>
27. <http://www.starck.com/en>
28. <http://noahkalina.com/interiors>

[논문접수 : 2012. 08. 31]

[1차 심사 : 2012. 09. 18]

[게재확정 : 2012. 10. 12]