Journal of the Korean Institute of Interior Design
Vol.22 No.5 Serial No.100 _ 2013. 10

인테리어 디자인에서 커뮤니케이션 관계구조와 표현방법에 관한 연구

- 실무 디자인 프로세스 커뮤니케이션 중심으로 -

A Study on the Communication Relationship Structure and Expression Methods in Interior Design

- Focused on the Practical design process of communication -

Author 서지혜 Seo, Ji-Hye / 정회원, 울산대학교 실내공간디자인학과 석사과정
홍일태 Hong, Il-Tae / 정회원, 울산대학교 실내공간디자인학과 교수*

Abstract Design is one of diverse human communication activities. Development of technologies has led to execution of more active design communication functions, stirring social and cultural changes. The concept of design communication has become stronger by overcoming the limitations of verbal communication and expanding the methods of communication. These social changes are highlighted In the design of modern space. Even though communication in interior design activities is so important, detailed studies on communication of each entity are still very insufficient. Design communication refers to tools and activities for overall communications in the design process. In design activities, relevant communication is indispensible. Therefore, studies on practical communication methods are essential for accurate communication of content that has to be shared in the results or in the process of obtaining the results, rather than only focusing on the future techniques and functions of design. In other words, improving the efficiency of interior design communication requires establishing a communication relationship structure of each entity, which calls for proper expression methods depending on each entity. Therefore, this study is aimed at exploring efficient expression methods in line with the relationship structure of each entity in the interior design process.

Keywords 인테리어 디자인, 커뮤니케이션, 관계구조, 표현방법
Interior Design, Communication, Related Structure, Method of Expression

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

인간은 사회적 존재이기 때문에 자신을 둘러싼 환경에 적응하면서 살아가야하고 이를 위한 중요한 수단으로 커뮤니케이션을 한다. '사람은 커뮤니케이션을 하지 않을 수 없다'라는 표현처럼 인간은 커뮤니케이션 없이는 단 하루도 사회적 존재로서의 의미를 가질 수 없다. 이처럼 커뮤니케이션은 인간을 가장 인간답게 만드는 의사소통의 과정이면서 인간이 이루는 모든 사회 조직과 현상의 기본을 형성한다. 그러나 커뮤니케이션의 개념을 단순히 의사소통이나 정보교환으로 설명하는 데에는 한계가 있다.[1)]

디자인은 인간의 다양한 커뮤니케이션 활동 중 하나이다. 기술의 발달로 디자인의 커뮤니케이션 기능은 더 활발히 전개되어 사회와 문화의 변화를 불러일으키고 있다. 특히 개인, 기업 및 국가가 디자인으로 의사소통하며 관계를 형성해가고 있다. 언어의 소통적 한계를 극복하고, 의사소통을 확장시키면서 디자인의 커뮤니케이션적 개념은 더욱 강화되었다.[2)] 따라서 인테리어 디자인 활동에 있어서 그 안에서 이루어지는 커뮤니케이션은 매우 중요한 활동이라 볼 수 있지만, 그럼에도 불구하고 기본적이고 기초적인 내용이라 치부되면서 이 분야의 연구는 간과 되어왔다.

커뮤니케이션디자인[3)]이나 커뮤니케이션 공간에 관련

* 교신저자(Corresponding Author); hue0603@hanmail.net

1) 박선욱, 기술변천에 따른 디자인 개념변화연구, 이화여자대학교 박사학위논문, 2011, p.44
2) 박해광·김경래, 과학기술과 사회, 전남대학교출판부, 2008, p.178
3) 여러 디자인 분야 중 일부분으로 시각디자인, 비쥬얼 커뮤니케이션 디자인, 광고디자인의 개념으로 쓰임

된 서적은 넘쳐나고 전문 분야 연구는 많이 이루어져 왔지만 실상 디자인 커뮤니케이션에 대한 연구는 많이 부족한 것이 현실이다.[4] 따라서 인테리어 디자인에서 필요한 커뮤니케이션이란 무엇인지, 인테리어 디자인 커뮤니케이션의 개념과 기초를 바탕으로 실제 인테리어 디자인에서 커뮤니케이션은 어떻게 이루어지며 사용되고 있는지를 살펴보고자 한다. 아울러 실무 인테리어 디자인 프로세스를 중심으로, 인테리어 디자인 커뮤니케이션의 관계구조를 파악하고 그 표현방법에 대한 연구를 토대로 주체관계별로 가장 효과적인 커뮤니케이션 방법은 무엇인지를 알아보는 것이 본 연구의 핵심이다.

1.2. 연구 방법 및 내용

인테리어 디자인 커뮤니케이션의 주체별 관계구조 및 표현방법을 연구하기 위해 우선 디자인커뮤니케이션의 개념정리로 먼저 접근하고자 한다. 그에 따른 연구 방법 및 범위의 설정은 다음과 같다.

첫째, 인테리어 디자인의 정의와 커뮤니케이션의 정의에 대한 각각 독립적인 개념을 선행연구 및 문헌을 통한 이해가 필요하다. 이후 그 이해를 바탕으로 디자인 커뮤니케이션의 분석 및 정리된 내용을 바탕으로 개념 및 역할과 중요성에 대해 먼저 인지하고, 인테리어 디자인 커뮤니케이션의 정의에 관해 논리적 토대를 구축하고자 한다.

둘째, 위의 내용을 토대로 실제 인테리어 디자인에서의 커뮤니케이션의 관계에 관한 구조를 파악하고자 한다. 이를 위해 실무 인테리어 디자인 프로세스에 대해 인지하고, 그 안에서 디자인 커뮤니케이션 활동이 이루어지는 것에 관련 된 관계구조를 살펴볼 필요가 있다. 이를 통해 주체 요소들의 역할 및 특징을 파악하고자 하는 것이다.

셋째, 실무 인테리어 과정에서 어떻게 커뮤니케이션이 이루어지고 있는가 하는 문제에 대해 실제 인테리어 디자인 커뮤니케이션의 프로세스에 따른 표현방법 및 수단에 대한 연구가 진행된다. 커뮤니케이션이 이루어지기 위한 표현방법에 대한 연구를 토대로 주체의 변화에 따라 달라지는 표현방법에 대한 이해도 설문조사 및 분석을 도출 하고자 한다.

마지막으로 인테리어 디자인 커뮤니케이션의 관계구조에 따른 효과적인 표현방법에 관한 결론 및 제언으로 이루어진다.

본 연구는 국내의 서적, 학회논문집 및 학위논문 정기간행물 관련기관의 발간물 및 정기통계자료, 인터넷 검색자료 등의 문헌조사 및 설문조사와 자료조사 등의 방법을 통한 분석 및 정리 과정으로 진행되었다.

4) 통상적으로 커뮤니케이션디자인이나 디자인커뮤니케이션이 시각디자인이라는 의미로 같게 쓰이고 있다. 본 연구에서는 커뮤니케이션디자인과 디자인커뮤니케이션의 의미를 구분해 두고자한다.

2. 인테리어 디자인과 커뮤니케이션의 이론적 고찰

2.1. 인테리어 디자인 정의

(1) 인테리어 디자인의 개념

인테리어 디자인 커뮤니케이션의 내용을 다루기전에 앞서 인테리어 디자인의 정의에 대한 이론적 고찰을 통해 인테리어 디자인의 개념을 이해하고자 한다.

인테리어(Interior)란 단어의 원뜻은 내부(內部)를 뜻하지만 여기서 인테리어란 실내 공간 디자인의 의미이다.

실내 공간 디자인이란 실내 건축 디자인(Interior Architectural Design), 실내디자인(Interior Design), 실내디자인의 디자인 단어를 빼고 실내(Interior, 인테리어)란 뜻으로서 통용되고 있으며, 건축물의 내부공간을 각기의 목적과 용도에 맞게 계획되고 형태화되는 작업을 뜻 하는 것이다.

그리하여 오늘날 인테리어 디자인을 대상으로 하는 범위는 거의 모든 건축물을 대상으로 한다. 주택을 비롯하여 사무실, 상점, 병원, 호텔, 레스토랑, 카페, 백화점, 미용실, 의상실, 공장, 학교 등 인간이 거주하게 되는 모든 건축물이 해당된다. 우리나라에서도 초기에는 실내장식(Interior Decoration)의 의미만을 갖고 있었지만, 오늘날에는 계획, 코디네이트, 디스플레이의 개념을 형성하고 있다.[5]

(2) 인테리어 디자이너의 역할과 중요성

오늘날 인테리어 디자이너는 계속적으로 변화하는 기술사회에서 환경이 가지고 있는 고도로 복잡한 문제를 해결하도록 그 역할이 확대되고 있다.

인테리어 디자이너는 환경과 물체를 사용하고 이에 반응하는 사용자를 위하여, 환경과 물체에 아이디어를 적용시키는 창조적인 사람이라고 볼 수 있다. 언뜻 보면 이러한 작업이 단순해 보이지만 디자인 하는 행위는 예술과 과학이 복잡하게 결합된 것이다.

실내 디자인은 구조, 생명유지 장치, 가구 및 비품, 설비류 등을 포함한 실내의 모든 환경을 창조하고 개선하는 것을 포함한다, 따라서 실내 디자이너는 그 안에 거주할 사용자의 개성, 욕구, 경험 등도 알아야 한다, 조명, 색채, 재료, 인간의 행위 그리고 액세서리까지도 관여하는 실내 디자이너는 특별한 요구에 부합되도록 실내 공간을 계획하고 구성한다.[6] 따라서 인테리어 디자이너는 한 분야에 얽매이지 않고 다방면으로의 지식과 견문이 넓어야하고 많은 경험들을 토대로 새로운 시도를 통해

5) [네이버 지식백과]인테리어 디자인 [interior design](인테리어 용어사전, 동방디자인, 2006.10.10)

6) 로즈메리 킬머·W. 오티 킬머, 인테리어 디자인 기초·실무이론, 김혜원·윤혜경·천진희 역, 교문사, 2010, p.8

삶과 밀접한 공간을 다루는 직업이다. 또한 여러 작업을 통해 스스로가 지속적으로 발전을 할 수 있다.

2.2. 커뮤니케이션의 정의

(1) 커뮤니케이션의 개념

커뮤니케이션의 가장 중요한 개념은 '과정(process)'이라는 것이다. 정지된 하나의 단순한 행위가 아니라, 시간의 경과와 더불어 진행되며 나와 상대방이 상호 연결되는 일련의 행위라는 점이다. 이 때문에 커뮤니케이션은 개입 요소가 매우 상호의존적인 환경을 만들어 낸다.[7]

(2) 커뮤니케이션의 요소

송수신자 - 커뮤니케이션의 가장 기본적인 형태는 2인의 송수신자(sender-receivers) 혹은 몇몇 사람들 사이에서 일어나는 것이다. 내가 전하고자 하는 신호의 의미를 상대방이 이해할 때(혹은 상대방이 전하고자 하는 신호의 의미를 내가 알아차렸을 때) 커뮤니케이션은 성립된다.

메시지 - 상대방을 이해시키려는 의도에서 만들어 내는 신호'라고 할 수 있다. 그러나 메시지는 한 가지 종류가 아니며 반드시 언어를 통해 일어나지도 않는다. 문자나 그림, 상징 등도 훌륭한 커뮤니케이션 수단이 된다.

채널 - 채널(channels)은 송신자와 수신자에게 메시지를 도달하게 하는 방법이다. 면 대 면(face-to-face) 커뮤니케이션 상황에서는 음성과 시각이 주요한 채널이 된다.

피드백 - 피드백(feedback)이란 송수신자가 서로에게 반응하는 것을 말한다. 피드백은 무엇보다 커뮤니케이션의 활력소가 된다는 점에서 중요하다.

(3) 커뮤니케이션의 역할과 중요성

커뮤니케이션 역할은 프로젝트의 성공에 영향을 미치는 요소이며, 프로젝트를 수행하는 구성원들 간의 목적이 다른 부분이나 프로젝트 전체를 공통의 목표로 이끄는데 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다. 현재 행해지고 있는 의사소통 매체들은 다양하고 이를 이용하는 방법에 있어서나 전달에 있어서도 차이점이 존재한다. 의사소통 주제에 따라 매체들이 다르게 이용될 수도 있으며, 각각의 방법들을 사용하는데 있어서 단순히 사용적인 측면만 생각할 것이 아니라, 의사소통 매체의 효율적인 이용방법에 대해서도 고려하여야 한다.

커뮤니케이션 행위가 의식적이고 지적인 행위임을 인식하고 커뮤니케이션하는 것은 매우 중요하다. 자신이 의도하는 것을 제대로 전달하지 못하면 자신의 욕구 충족은 이루어질 수 없기 때문이다. 자신이라는 존재와 타인이라는 존재가 동시에 말을 주고받으며 상호작용하고 상호 이해하는 과정은 쉬운 일이 아니다. 따라서 말을 하는 이유를 분명히 인식하고 또 적절하게 조절하는 것은 공감과 소통을 통해 우리 삶의 광장을 합리적으로 가꾸는 길이다.[8]

2.3. 인테리어 디자인에서의 커뮤니케이션 정의

디자이너는 생각을 시각화하거나 도면을 통해 그들의 아이디어를 표현한다. 아무리 많은 훌륭한 아이디어를 갖고 있다 하더라도 이러한 개념들은 전달되어야 가치가 있다. 만약 효과적으로 전달되지 않고 단순히 '좋은 아이디어'에 머문 채 현실화 되지 못한다면, 본질적으로 쓸모없는 것이 되고 만다. 시각적인 형태로 전달되더라도 전달받는 자(일반적으로 클라이언트-의뢰인)들은 시각적으로 생각하도록 훈련되지 못했을 수도 있다. 예를 들면, 주로 말과 서류로 의사를 전달하는 변호사는 건축적으로 그려진 평면, 단면과 입면을 이해하지 못한다. 디자이너는 그들의 생각들을 분명히 전달할 수 있는 최상의 방법을 찾으려는 시도를 해야만 한다. 의사전달이란 일방적인 것이 아니므로, 디자이너는 클라이언트가 말하는 것을 잘 이해해야 한다.[9]

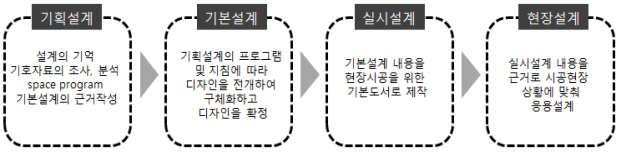
디자이너는 작업자(시공자)와의 소통도 생각하여야한다 자신의 디자인이 어떻게 표현되는지는 작업자의 영향도 크다. 작업자와 디자이너는 주로 도면으로 소통한다. 기능적으로 디자인이 어떻게 표현이 될 것인지 실현이 가능한지, 작업자와의 소통은 대부분 도면을 통해 이루어지기 때문에 디자이너는 여러 가지 소통하는 방법을 이해하고 활용할 수 있어야 한다.

디자인을 보여 주는 것은 일반적으로 최종 산물이 아니고, 디자이너의 특정문제나 상황에 관한 지각개념을 실행하기 위해서는 다른 사람들과의 상호작용이 있어야 한다. 즉, 인테리어 디자인 커뮤니케이션이란 인테리어 디자인 프로세스에서 커뮤니케이션 활동을 하는 주체들의 의사소통 방법과 수단을 포함한 과정들을 의미한다.

3. 실무 인테리어 디자인의 커뮤니케이션

3.1. 인테리어 디자인 프로세스와 커뮤니케이션

건축, 인테리어를 포함한 공간 디자인의 설계과정은 보통 '기획설계-기본설계-실시설계-현장설계(시공 및 감리-사후관리)' 단계로 이루어진다.



<그림 1> 인테리어 디자인 설계 프로세스

7) 커뮤니케이션의 의미(커뮤니케이션, 커뮤니케이션북스, 2012)

8) 김정기, 나를 좋아하게 하는 커뮤니케이션, 인북스, 2012, p.26

9) 로즈메리 킬머, 인테리어 디자인 실무이론, 김혜원 역, 교문사, 1999, p.286

기획설계는 설계의 조건 결정, 프로젝트에 관한 자료 조사 및 분석, 스페이스 프로그램, 디자인 요소에 대한 원칙과 컨셉 설정, 예산편성 및 배분계획이 이루어지는 첫 번째 디자인 설계단계이다.

기본설계는 기획설계를 토대로 하는 디자인의 구체화 과정으로 평면도, 천장도, 입면도, 일반 단면도 등 일련의 렌더링으로 아이디어를 시각화한다. 하지만 숫자로 된 치수를 표기하지 않고 사람 등 점경요소로 상대적인 스케일로 표기한다. 설계 설명서의 작성, 공사비계산서와 공정 개요서의 작성 및 디자인 프레젠테이션을 하는 단계이다.

기본설계를 발전시키는 실시설계에서는 설계내용의 각 요소별 시공방법을 제시하되 견적 및 시공의 기준이 되는 기본 디테일을 제시하고 디자인이 변경되는 경우 새로운 디자인 제시가 이루어진다. 이 때 건축설계도면의 설계치수를 기본으로 하여 구체적으로 치수를 표기한다.

현장설계는 현장 실측치수에 의한 치수를 표기하며 기준이 되는 디테일을 응용하여 보다 큰 척도로 상세한 시공 디테일을 작성하고 현장 변경사항과 현장 상황에 따른 적절한 시공 디테일의 제시하는 단계이다.[10]

시공 및 감리단계에서는 시공기간에도 건축가의 의도에 따른 디자인의 실현을 위해 검토 및 보완 등 요구되는 디자인 후 관리 업무도 포함한다.[11]

위의 내용을 바탕으로 실무 인테리어 디자인 프로세스 및 커뮤니케이션에 관한 내용은 다음 표와 같다.

<표 1> 인테리어 디자인 프로세스 및 커뮤니케이션 주체

단계	항 목	내 용 [12]	커뮤니케이션 주체
기획설계	설계 계획수립	설계개요 및 범위설정 설계비 산출 및 합의	디자이너 / 클라이언트 디자이너 / 디자이너
	설계 자료수립 및 분석종합	의뢰자의 요구사항 정리 기본도면 입수 및 건축 현황 조사 종합분석표 작성 디자인 방향 및 목표 설정	디자이너 / 디자이너
	면적배분 계획	공간배분 및 면적분할 동선계획	디자이너 / 디자이너
기본설계	디자인 원칙의 결정 및 전개	디자인 계획 설정 단위평면계획 컬러 및 재료, 조명 및 가구 계획 바닥, 벽, 천정, 디자인 전개 컬러 및 재료, 조명 및 가구 설계 설비 및 전기 계획	디자이너 / 디자이너
	표현	이미지 스케치, 투시도 제작 모형 및 애니메이션 재료 및 컬러, 가구 보드제작 기본설계보고서 작성 사진촬영 및 편집 영상브리핑 자료제작	디자이너 / 클라이언트
실시설계	설계도면 작성	평면, 입면, 천정도 단면 및 상세도, 창호도 마감재 리스트 범례 작성	디자이너 / 디자이너
	서류작성	설계견적 작성 물량산출 일위대가 작성 단위단가 작성 시방서 작성, 공정표 작성	디자이너 / 디자이너
현장설계 (시공 및 감리)	시공업체 선정	입찰 및 현장설명 견적 및 서류제출 낙찰 및 공사 계약	디자이너 / 시공자 디자이너 / 클라이언트
	시공, 감리	시공계획 및 공정표 검토 시공자가 작성한 시공도의 검토 시공자가 제시한 시험 성과표 검토 공정 및 기성고 사정 준공도 검토, 현장작업일지에 대한 확인 및 감리일지 작성 도면에 따른 시공 여부확인 현장 반입 자재에 대한 승인 중간 검사	디자이너 / 시공자 디자이너 / 클라이언트
	준공	준공확인서 제출 체크리스트 작성 고객만족도 작성	디자이너 / 클라이언트

10) 김부곤, 실내건축 실시설계, 기문당, 2010, p.18

11) 전진화, 공간디자이너를 위한 공간디자인마케팅에 관한 연구, 이화여자대학교 석사학위논문, 2009, p.37

3.2. 인테리어 디자인에서 커뮤니케이션 주체들의 역할

(1) 인테리어디자인 관련 주체요소의 역할

인테리어디자인 관련 주체들은 커뮤니케이션의 요소 중 송 수신자에 해당한다. 인테리어 디자인 주체요소에는 기본적으로 의뢰인(클라이언트), 디자이너, 시공자(작업자)가 있으며 건물 신축 시 건축업자도 포함된다.

의뢰인 - 의뢰인은 개인일 수도 있고 회사, 정부 기관, 또 다른 기관들일 수 있다. 작업의 구조에서 의뢰인은 무엇보다 중요한 사람이다. 따라서 위계질서의 가장 위에 있다. 의뢰인은 작업을 가능하게 만들고, 프로젝트 전반에서 최종 결정권을 가지고 있다. 디자인과 관련된 모든 결정은 의뢰인과 관련되어 있고 일이 아래로 전달되어 수행되기 전에 의뢰인의 동의를 얻어야 한다.[13]

디자이너 - 인테리어 디자이너는 주택, 사무실, 상가 건물의 내부 환경을 기능과 용도에 맞게 설계, 장식한다. 내부 시설의 목적과 기능, 고객의 기호, 예산, 건축형태, 시설장비 등 내부 환경이 장식에 영향을 미치는 요인을 조사, 결정하기 위하여 고객과 협의하고 건물의 목적과 기능, 예산 및 건축형태 등 특성을 파악하여 디자인 컨셉을 세우고 세부 일정 및 계획을 수립한다.

공간구조, 가구나 시설의 배치 및 이용, 색상 등 구체적인 계획에 대하여 고객과 협의하고, 동선계획과 색채계획, 조명계획 등을 세우고, 가구와 장식품, 조명기구 등을 구체적으로 선정하여 계획하고 선택된 사항들을 손이나 컴퓨터를 이용해 도면에 그리고 표시한다. 디자인이 완성되면 세부도면을 작성하여 시공업자에게 전달하고 경우에 따라서는 시공 작업을 감독하기도 한다.[14]

시공자 - 클라이언트의 요구와 디자이너의 제안을 현실적으로 구현시켜주는 매개체 역할로서, 넓은 뜻으로는 공사를 실시하는 자이며, 좁은 뜻으로는 그 실시 책임자를 뜻한다. 공사 청부계약서에 기재되어 있는 청부자 또는 그가 위임하는 현장대리인 등을 말한다.

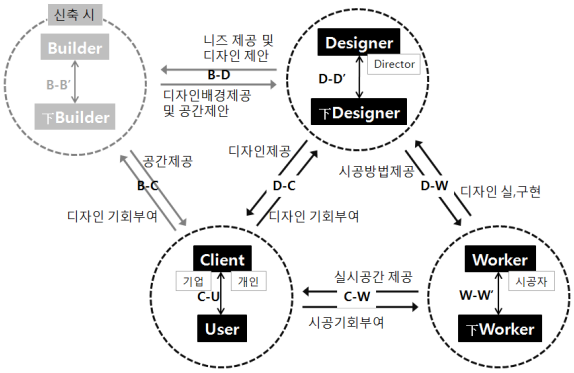
12) http://blog.naver.com/aestdesign/20113471848

13) 톰리스 탕가즈, 인테리어 디자인 스쿨, 임호균 역, 미진사, p.128

14) [네이버 지식백과] 인테리어디자이너 (한국직업능력개발원)

건축업자 - 건축업자는 의뢰인과 디자인 팀과 연결된 직접적인 책임자이며, 견적사와 함께 일하게 될 것이다. 건축업자는 세부적인 전문가들로 구성된 팀인 하도급자들과 하도급을 맺을 수 있다.[15]

3.3. 인테리어 디자인 커뮤니케이션 주체들의 관계구조



<그림 2> 인테리어 디자인 커뮤니케이션 주체관계 구조 시스템

인테리어 디자인에서 이루어지는 커뮤니케이션 활동의 주체들의 관계 구조 시스템과 이에 관한 내용은 다음 그림과 같다.

기본관계구조로는 '클라이언트-디자이너-시공자' 관계로 이루어지며 건물 신축 시 공간 구획 및 설계에 관해 인테리어 디자이너와 소통하기 위해 건축업자도 주체 관계 구조에 포함될 수 있다.

주체 자들은 각각 독립적으로 존재하는 관계가 아니라 서로 긴밀하게 연결된 상호보완적 관계로서 각각의 관계 성격에 따라 커뮤니케이션의 방법 및 수단에서도 여러 가지 영향을 미칠 수 있다. 따라서 각 주체들의 역할을 잘 이해하여야 한다. 인테리어 디자인에서 주체 관계 구조별 커뮤니케이션 행태는 다음 표와 같다.

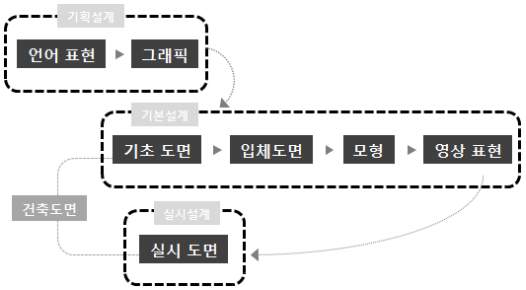
<표 2> 주체관계별 커뮤니케이션 내용

약어	관계	커뮤니케이션 내용
D·D'	디자이너와 디자이너	보다 나은 디자인 결과를 위한 연구 및 디자인 제시
W·W'	시공자와 하도급자	디자인의 실제적으로 구현시켜주는 역할
C·U	클라이언트와 사용자	고객유형은 클라이언트로서의 고객과 실제 공간이용자로서의 고객으로 나뉜다.
D·C	디자이너▶클라이언트	디자인제공
	클라이언트▶디자이너	디자인 기회부여
D·W	디자이너▶시공자	시공방법제공
	시공자▶디자이너	디자인 실,구현
C·W	클라이언트▶시공자	시공기회 부여
	시공자▶클라이언트	실제 시공 공간 제공
B·C	건축업자▶클라이언트	공간제공
	클라이언트▶건축업자	디자인 기회부여
B·D	건축업자▶디자이너	니즈제공 및 디자인제안
	디자이너▶건축업자	디자인배경제공 및 공간제안

15) 톰리스 탕가즈, 인테리어 디자인 스쿨, 임호균 역, 미진사, p.129

4. 인테리어 디자인 커뮤니케이션 표현방법 및 커뮤니케이션의 특징

4.1. 인테리어 디자인 커뮤니케이션 표현방법[16]



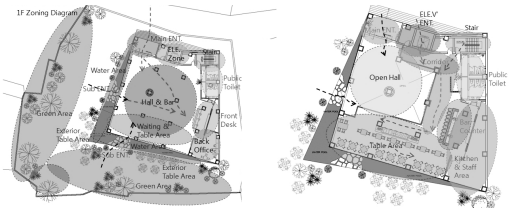
<그림 3> 인테리어 디자인 커뮤니케이션 표현방법의 종류

(1) 인테리어 디자인 커뮤니케이션의 언어적 표현

디자이너와 클라이언트 간의 대화는 가장 일반적이고, 기본적인 디자인 의사소통이다. 구두의 언어는 시각적 프레젠테이션의 논증 형태로 사용된다. 시각적 매체가 아이디어를 전달하기에 아주 효과적이지 못한 경우이거나, 클라이언트가 디자이너의 개념을 이해하기 어려울 때, 양자 간의 대화는 굉장한 도움이 된다. 또한 이는 즉각적인 반응을 얻게 하고 클라이언트로부터의 유일한 직접적인 피드백(feedback)이 된다.

(2) 인테리어디자인커뮤니케이션의 그래픽 표현

그래픽(시각적 표현) - 디자인 착상단계에서의 첫 도면작성 시에는 대개 건축 그래픽이라 불리는 특정기호들이나 시각적으로 추상화한 그림 등을 다루게 된다. 이들은 상세한 평면도, 입면도, 단면도 등을 포함하기보다는 특정 디자인의 기초적인 문제점, 아이디어, 개념, 물리적인 관계 등을 보여준다. 인테리어 디자인을 위한 그래픽은 각각의 말이나 기호를 가진 다양한 형태로 표현될 수 있다. 이러한 그래픽에는 다이어그램(diagram), 조닝(zoning), 계획도(plan), 동선(circulation), 공간관계(spatial relation)등이 속한다.



<그림 4> 버블 조닝 다이어그램 예시

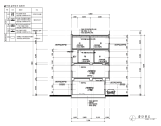
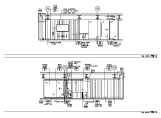
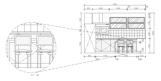
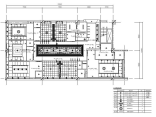
(3) 인테리어 디자인 커뮤니케이션의 건축도면 표현

건축도면/Architectural Drawings - 건축도면은 건물이나 실내 공간, 또는 만들어질 구성요소 등의 모습을

16) 로즈메리 킬머, 인테리어 디자인 실무이론, 김혜원 역, 교문사, 1999, pp.290-323 중심으로 인용 및 표로 재정리

그림으로 나타낸 것이다. 이러한 도면은 시공자들이 따라서 시공할 수 있도록 디자이너가 그린 제작물의 재료나 방법 등이 표기되어 있다. 건축도면은 개요 안이나 건축 그래픽과는 다르며, 프레젠테이션용 기초 도면보다 실시도면[17]은 스케일과 상세정도가 좀 더 정확하다.

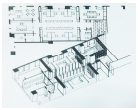
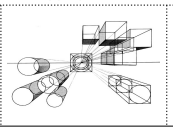
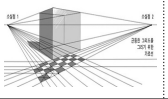
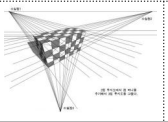
<표 3> 실시도면과 프레젠테이션용 기초도면

종류	내용	실시도면	p.t 기초도면
평면도 FLOOR PLAN	건물 벽을 바닥 층에서 1.2m 높이로 가상의 수평 단면을 내어 윗부분을 들어내고 내려다 본 모습		
입면도 ELEVA -TION	천장의 높이, 붙박이장과 액세서리들의 위치, 유형과 크기를 나타내는 내벽들의 수직 투영도		
단면도 SECTION	가상으로 건물을 수직으로 잘라낸 후, 그 실내와 내용물의 모습을 나타내는 도면		.
상세도	구체적인 배려나 부연이 더 필요한, 특별한 실외나 실내 부분을 크게 확대해서 그린 축적이 맞는 도면		.
천정· 조명· 전기도	평면도를 투명한 천장을 통해 내려다 본 것처럼 그린 것		.
알람표	건물이나 공간에 중요한 요소들을 열거한 표		.
설치도	실시도면의 일부로 가구나 소품, 장비 등과 같은 이동형 물건이나 붙박이장 등의 위치를 알린다.		.

(4) 인테리어 디자인 커뮤니케이션의 입체도면 표현

입체도면- 공간, 사물과 마감재와의 관계를 좀 더 사실적으로, 혹은 사진과 같이 표현 한다. 크게 조감도와 투시도로 나눌 수 있다.

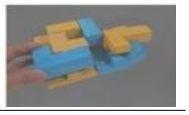
<표 4> 입체도면

조감도	초기 디자인 단계에서 입체적인 아이디어를 쉽게 그려서 검토할 수 있는 방법	등축투상도(아이소 메트릭)	
		30°를 기준으로 한 그림. 3개의 기준축인 두 개의 수평상의 축과 높이를 위한 한 개의 수직상의 축으로 그려짐	
		경사투영도	
		바닥평면의 실제 크기와 형태를 표시 30°/60°로 회전시켜 수직으로 높이 값을 준 것	
투시도	3차원의 공간을 2차원적인 평면상에 그리는 가장 보편화된 표현기법	1점 투시도	
		한 개의 소실점을 향한 깊이를 묘사	
		2점 투시도	
		수직선과 두 개의 다른 소점들이 수평선 사이에 존재하며 모든 수직선은 서로 평행	
		3점 투시도	
		소점이 세 개가 있고 모드 선들은 이들 소점으로 향한다.	

(5) 인테리어 디자인 커뮤니케이션의 모형 표현

입체모형- 디자인 아이디어를 전달하는 또 하나의 효과적인 방법은 제안된 프로젝트에 관한 3차원의 축소 모형을 제작하는 것이다. 클라이언트는 공간배치, 연속되는 공간, 물체들과 비례관계에 관한 디자이너의 의도를 모델을 통해 명확하게 알 수가 있다. 색상, 재질, 마감재 및 가구의 계획안도 또한 포함될 수 있다.

<표 5> 입체모형

모형	내용	표현
개념적 모형	일반적으로 재질과 그 구조면에서 단순하며 다양한 건축단계를 연구 단순, 재구성이 가능, 가변적	
스터디모형	개념적 모델이 보완된 것 건물의 창호나, 색상과 같은 좀더 구체적인 내용을 포함	
프레젠테이션 모형	사실적, 비례가 맞는 완성된 상태 비례, 마감재, 색상, 디테일과 공간, 구조적인 요소들을 통해 정확하게 묘사	

(6) 인테리어 디자인 커뮤니케이션의 가상적 표현

앞서 설명한 (1)~(5)의 과정의 내용들을 클라이언트에게 가상적 시뮬레이션을 통해 보다 효과적으로 표현할 수 있다.

<표 6> 가상적 표현

가상적표현	내용	표현
영상	비교적 큰 프로젝트에서 많이 이용되며 대부분 파이널 프레젠테이션 때 이용된다.	
입체사진	원근감에 의해 입체적으로 떠올라 보이는 사진. 실체사진(實體寫眞)·스테레오사진이라고도 한다. 이용률은 현저히 낮다.	
홀로그래피	렌즈가 아닌 레이저 광선을 이용하여 입체상을 촬영·재생하는 사진 기법 이용률은 낮으나 전시, 공연무대디자인 방면으로 발전이 지속되고 있다.	

17) 건물을 실제로 건설하기 위하여 그린 도면.

4.2. 주체관계의 변화에 따른 표현방법 및 특성

<표 7> 주체별 커뮤니케이션 표현방법 및 특성

약어	표현종류	표현방법	특성
D·D′	언어 그래픽 기본도면 입체도면 모형 영상 실시도면	그래픽/다이어그램/평면도/단면도/입면도/상세도/천정, 조명, 전기도/알라표/설치도/조감도/투시도/스터디모형/파이널모형/영상	이미지와 디자인언어, 도면들 로만으로도 대화가능
W·W′	언어 그래픽 기본도면 입체도면 모형 영상 실시도면	평면도/단면도/입면도/상세도/천정, 조명, 전기도/알라표/설치도/조감도/투시도/모형/영상	도면들(실시도면들로만 대화가능 다른 부가적인 묘사는 필요 없음
D·C	언어 그래픽 기본도면 입체도면 모형 영상 실시도면	/그래픽/다이어그램/조감도/투시도/스터디모형/파이널모형/영상	도면으로는 대화 안됨 부가적인 세부묘사가 필요함 정확한 치수에 의한 결과보다 분위기와 실제 시공 시 모습을 예측하여 가장 실체와 같게 묘사해주어야 함
D·W	언어 그래픽 기본도면 입체도면 모형 영상 실시도면	그래픽/다이어그램/평면도/단면도/입면도/상세도/천정, 조명, 전기도/알라표/설치도/조감도/투시도/파이널모형	실시도면 및 세부적인 묘사도 소통되어야함 프리스케치 시공자와 클라이언트의 매개체 역할
C·W	언어 그래픽 기본도면 입체도면 모형 영상 실시도면	평면도/단면도/입면도/상세도/천정, 조명, 전기도/알라표/설치도	클라이언트의 요구에 따라 실시도면을 통해 커뮤니케이션을 시도하는 경우가 있기는 하나 클라이언트가 상세히 이해하기에는 어려움.
B·C	언어 그래픽 기본도면 입체도면 모형 영상 실시도면	그래픽/다이어그램/평면도/조감도/투시도/스터디모형/파이널모형/영상	D,C 간의 커뮤니케이션 전단계로서 디자이너와 클라이언트의 커뮤니케이션 과정과 방법이 비슷하다.
B·D	언어 그래픽 기본도면 입체도면 모형 영상 실시도면	그래픽/다이어그램/평면도/단면도/입면도/상세도/천정, 조명, 전기도/알라표/설치도/조감도/투시도/스터디모형/파이널모형/영상	이미지와 디자인언어, 도면들 로만으로도 대화가능하며 D,C / D,D′ 간의 커뮤니케이션 전에 이루어진다.

송신자 역할의 주체와 수신자 역할의 주체들이 표현할 수 있는 방법과 받아들일 수 있는 방법들은 각각이 다르다. 표현 방법에 따라 받아들이는 주체가 이해하기에 한계가 있는 부분도 생기게 된다. 따라서 각각의 방법들을 사용하는데 있어서 단순히 사용적인 측면만 생각할 것이 아니라, 의사소통 매체의 효율적인 이용방법에 대해서도 고려가 되어야 한다. 따라서 주체간의 효율적인 커뮤니케이션 방법을 제안하고자 한다.

4.3.주체별 커뮤니케이션 설문조사 및 분석

(1) 조사대상 선정 기준

클라이언트가 기업일 경우에는 기업 내 전문가가 클라이언트를 대신하여 커뮤니케이션을 하므로 전문가 대 전문가의 커뮤니케이션이 이루어지기 때문에 비교적 미스커뮤니케이션이 적다. 그러므로 기업을 상대로 하는 프로젝트는 제외하고 디자이너와 클라이언트, 시공자 사이에서 1:1 커뮤니케이션 특징이 잘 나타나는 경우를 살펴보고자 한다. 따라서 이들 간의 직접적인 커뮤니케이션 상황에서 미스커뮤니케이션의 발생이 잦은 주택 설계 프로젝트를 전제로 울산지역 내 최근, 가까운 현장에서 실제 건축 및 인테리어를 디자인하는 업체의 디자이너들과 그 업체가 진행 하고 있는 주택설계 프로젝트의 클라이언트와 협력업체의 시공자들을 대상으로 선정하였다.

(2) 조사대상 및 내용

프로젝트 시 사용되지 않은 표현방법은 답변 란에 기재 하지 않게 하고, 사용된 표현방법들에 대해서는 이해의 정도를 1(전혀 이해되지 않음)~5(이해하기 가장 쉬움)점을 기준으로 답변 란에 기재하도록 하여 사용여부 및 이해도를 디자이너 23명(51.1%), 클라이언트 12명(26.6%), 시공자10명(22.2%)를 대상으로 설문조사를 실시하였으며 조사 대상 구분은 다음 표와 같다.

<표 8> 조사대상

주체 별	디자이너(D)	클라이언트(C)	시공자(W)
응답 수	12	23	10
비율(%)	26.6	51.1	22.2
합계 명/%)	45(100)		

(본 연구에서 조사대상의 성별은 의미가 적다고 판단되어 별도로 기재하지 않음)

(3) 설문 조사 결과 및 분석

주체별 커뮤니케이션 표현방법의 사용 및 이해도에 대한 설문을 실시한 결과 다음 표와 같다.

<표 9> 주체별 표현방법 및 이해도 조사

	표현방법	사용인원(명)	사용도(%)**	설문평균이해도점수	응답의합계	사용인원(명)	사용도(%)**	설문평균이해도점수	응답의합계	사용인원(명)	사용도(%)**	설문평균이해도점수	응답의합계
디자이너(D) 23명		D·D′				D·W				D·C			
	그래픽	20	86.7	3.13	72	3	13,1	2.13	49	12	52.2	2.91	67
	기본도면	23	100.0	3.57	82	15	65.2	2.83	65	15	65.2	8.67	76
	입체도면	23	100.0	3.86	89	18	78.3	3.43	79	15	65.2	3.35	77
	모형	23	100.0	4.35	100	4	17.4	3.83	88	7	30.4	3.87	89
	영상	23	100.0	4.04	93	2	8.7	4.26	98	4	17.4	4.13	95
	실시도면	23	100.0	4.22	97	21	9.1	4.74	109	1	4.3	0.52	12
시공자(W) 10명		W·D				W·W′				W·C			
	그래픽	2	20	3.80	38								
	기본도면	5	50	4.80	48					3	30	2.30	23
	입체도면	8	80	4.50	45	6	60	3.70	37	4	40	2.60	26
	모형	3	30	4.20	42								
	영상												
	실시도면	10	100	4.70	47	10	100	4.80	48	3	30	0.40	4
클라이언트(C) 12명		C·D				C·W				C·C′			
	그래픽	10	83.3	2.33	28								
	기본도면	12	100	3.83	46	4	33.3	2.92	35				
	입체도면	12	100	4.08	49	3	25.0	3.58	43				
	모형	7	58.3	4.58	55								
	영상	3	25.0	4.75	57								
	실시도면	2	16.7	1	12	4	33.3	0.42	5				

(* 본연구 결과는 제한점이 있으므로 응답 수에 따라 연구결과가 달라질 수 있다)
**=사용인원 수 x 10 /주체별 응답 수 x0.01
***= 설문 평균 점수 = 같은 문항별 설문조사 응답의 합계 / 주체별 전체 응답 수

<표 9>를 바탕으로 각 주체별 효과적인 표현방법을 추출한 결과 다음과 같다.

<표 10> 주체관계별 효과적 표현방법

	D·D′	D·W	D·C	W·D	W·W′	W·C	C·D	C·W
표현 방법	4.35	4.74	4.13	4.80	4.80	2.60	4.75	3.58
	모형	실시 도면	영상	기본 도면	실시 도면	입체 도면	영상	입체 도면

(* 본연구 결과는 제한점이 있으므로 응답 수에 따라 연구결과가 달라질 수 있다)

조사 결과, 디자이너와 디자이너간의 커뮤니케이션 수단으로는 모든 방법이 사용되며 비교적, 모형을 통한 커뮤니케이션이 가장 이해도가 높았다. 또한 디자이너와 시공자 사이에서도 모든 방법으로 커뮤니케이션이 가능하지만 비교적 영상을 통한 커뮤니케이션은 사용도가 낮은 것을 알 수 있다. 이는 이해도가 낮기보다는 사용도가 낮은 것으로 이해해야 하며 디자이너와 클라이언트 간에는 영상 표현 방법이 가장 효과적인 것을 알 수 있다. 시공자와 클라이언트 간에는 서로의 표현능력부족 때문에 디자이너의 도움을 통한 입체도면으로의 커뮤니케이션이 이해도가 가장 높았으며, 시공자와 시공자 사이에서는 실시도면으로만 커뮤니케이션이 이루어지는 것을 알 수 있다. 따라서 다른 표현방법들보다 실시도면을 통한 커뮤니케이션이 가장 효율적이라고 본다.

5. 결론

'인테리어 디자인 커뮤니케이션'이란 인테리어 디자인 활동을 위한 전반적인 과정에서 의사소통이 되는 수단과 활동들의 대체적인 것을 의미한다.

인테리어 디자인 활동에 있어서 그 안에서 이루어지는 커뮤니케이션을 빼 놓을 수가 없다. 따라서 디자인 교육이나 실무에 있어 기법과 기능에만 집중하고 가르치기보다 그것의 실현과정의 수단인 커뮤니케이션이 무엇인가를 먼저 인식하고 실질적 커뮤니케이션이 되기 위한 방법에 관한 이해와 학습이 기초가 되어야한다.

본 연구에서 인테리어 디자인 프로세스 주체에 따라 각각의 효과적인 표현방법을 모색하는데 주안점을 두고 연구한 결과 다음과 같은 결론을 도출하게 되었다.

첫째, 디자이너는 그들의 생각들을 분명히 전달할 수 있는 최상의 방법을 찾으려는 시도를 해야만 한다. 의사전달이란 일방적인 것이 아니므로, 디자이너는 클라이언트가 말하는 것을 비롯하여 여러 가지 소통하는 방법을 이해하고 활용할 수 있어야 한다.

둘째, 실무인테리어 디자인 프로세스와 그 안에서 디자인커뮤니케이션 활동에 관련된 주체들의 관계구조를 통해 주체 자들은 각각 독립적으로 존재하는 관계가 아니라 서로 긴밀하게 연결된 상호보완적 관계로서 각각의 관계성에 따라 커뮤니케이션의 방법 및 수단에서도 여러 가지 영향을 미칠 수 있다는 것을 알 수 있다.

셋째, 실무 인테리어 과정에서 이루어지고 있는 여러 가지 커뮤니케이션 표현방법에 대해 정리한 결과 주체들 간의 표현할 수 있는 방법과 받아들일 수 있는 방법들은 각각 다르며, 표현 방법에 따라 받아들이는 주체가 이해하기에 한계가 있는 부분도 생기게 된다. 즉, 실제 클라이언트를 위한 도면과 실시 도면과는 많은 차이가 있었고, 작업자(시공자)와 클라이언트 간에는 도면으로는 커뮤니케이션이 쉽게 되지 않음을 알 수 있다.

따라서 각각의 방법들을 사용하는데 있어서 단순히 사용적인 측면만 생각할 것이 아니라, 의사소통 매체의 효율적인 이용방법에 대해서도 고려되어야 한다. 또한 인테리어디자인 커뮤니케이션의 효율성 향상을 위해서는 주체별 커뮤니케이션 관계구조의 구축이 필요하며 이를 구현하기 위해 주체에 따라 적절한 표현방법이 이루어질 필요가 있다. 본 연구를 통해 실제 인테리어 디자인 분야에 조금이나마 기여할 수 있는 기초적 자료가 되길 바란다.

본 연구에서는 데이터의 실효성을 높이기 위하여 한정된 대상자로 조사실시하였기 때문에, 주체에 따르는 커뮤니케이션 표현방법의 효율성 영향관계를 보다 일반화하기 위해서는 향후 광범위한 조사 대상자에 의한 후속 연구가 필요할 것으로 사료된다.

참고문헌

1. 김부곤, 실내건축 실시설계, 기문당, 2010
2. 김정기, 나를 좋아하게 하는 커뮤니케이션, 인북스, 2012
3. 박해광·김경래, 과학기술과 사회, 전남대학교출판부, 2008
4. Rosemary Kilmer.ASID, Designing interiors, 인테리어 디자인 실무이론, 김혜원 역, 교문사, 1999
5. Rosemary Kilmer.ASID·W. Otie Kilmer.A, Designing interiors, 인테리어 디자인 기초·실무이론, 김혜원·윤혜경·천진희 역, 교문사, 2010
6. Tangaz, Tomris, Interior Design Course, 임호균 역, 미진사, 2007
7. 김다움, 디자이너와 수용자의 소통과 매개과정에 대한 기호학적 접근, 이화여자대학교 석사논문, 2003
8. 김인화, 레스토랑 디자인커뮤니케이션 구성요소가 레스토랑 아이덴티티 형성에 미치는 영향 분석, 경기대학교 박사논문, 2008
9. 박선욱, 기술변천에 따른 디자인 개념 변화 연구, 이화여자대학교 박사논문, 2011
10. 전진화, 공간디자이너를 위한 공간디자인마케팅에 관한 연구, 이화여자대학교 석사논문, 2009
11. 한정원, 실내디자인 과정에서 나타나는 디자이너의 사고특성에 관한 연구, 연세대학교 박사논문, 2000
12. http://blog.naver.com/aestdesign/20113471848
13. http://blog.naver.com/drill99/30170578038
14. http://blog.naver.com/gloriaclover?Redirect=Log&logNo=65152394

[논문접수 : 2013. 08. 31]
[1차 심사 : 2013. 09. 21]
[2차 심사 : 2013. 10. 02]
[게재확정 : 2013. 10. 11]