

음식도구에 있어 디자인선호와 창의성평가요소에 대한 비교

- 말레이시아와 한국을 중심으로 한 디자인 사례연구 -

Comparative study of the food Instrument design for the Design Preference and Creativity
between Korea and Malaysia

이성필*† · 홍정표**

Sung-Pil Lee*† · Hong, Jung Pyo**

동서대학교 산업디자인학전공*

Dongseo University, Dept.Industrial design*

전북대학교 산업디자인학전공**

National Chonbuk University, Dept. Industrial design**

Abstract

There are life-style and many different cultural differences between countries. Among them, food is different from other areas. Especially, if Food Tools are used by food type, even though the design factor is same, the function is different. Therefore, research and development of a Food Tool design is necessary to use a Universal Food Tool between countries. The purpose of this research is to develop a behavior analysis process for food, finding similarities and differences by food type; and cultural differences between countries; and to propose a design Food Tool design that can be used between countries. This research on methods and content is for the development of the consumer behavior analysis process about food, grafting theoretical studies about behavior analysis and working behavior analysis on the spot, to develop a food action analysis process. Second, do comparative analysis process of food order and evaluation between countries; and think about the problems and symptoms, then propose methods to resolve the problems. Third, each process is divided by category, to find the features by each category of foods between countries. Results may be obtained through research and the comparative analysis of each country's, foods, behavior and restaurant types. Specifically, researchers can use food tool design to obtain results and compare the same items between countries, compare university design education, and create new ideas through cooperation and complementary research.

Keywords : Culture difference, Food instrument , Universal Design

요약

국가 간 문화의 차이에 의하여 생활습관이나 방식이 많이 다르게 나타난다. 그중에서도 음식은 다른 분야보다 많은 차이를 나타낸다. 특히 음식의 종류에 따라 사용되는 음식도구 중 디자인요소가 동일하고 유사한 것이 있거나 다른 요소와 기능을 갖는 경우도 있다. 따라서 각 국가 간의 음식도구를 유니버설하게 사용할 수 있는 도구 디자인 연구가 필요하다. 본 연구의 목적은 음식에 대한 행동분석프로세스를 개발하여 국가 간 음

† 교신저자 : 이성필 (동서대학교 산업디자인학전공)

E-mail: Sungplee@gdsu.dongseo.ac.kr

TEL: 051-320-1946

FAX: 051-320-1945

식문화의 차이에서 오는 공통점과 차이점을 찾아내어 공용으로 사용할 수 있는 음식도구의 디자인요소를 창의성의 관점에서 제안하기 위한 연구이다. 본 연구의 연구방법과 내용으로는 첫째, 음식에 대한 소비자행동 분석 프로세스의 개발 및 관찰을 통하여 행동분석에 대한 이론적 고찰과 현장에서 일어나고 있는 행동분석을 접목하여 음식행동분석프로세스를 개발하였다. 둘째로, 개발된 프로세스를 이용하여 국가 간 음식의 주문부터 평가까지의 과정을 비교 분석하고 나타난 현상에 대한 문제점 파악 및 이에 대한 결과물을 각 국가별 학생들을 대상으로 음식도구에 대한 디자인 개발을 진행하였다. 셋째, 국가별 개발된 디자인 안을 대상으로 선호도, 요인분석, 상관분석을 통하여 국가별 선호요소와 창의성평가요소의 상관관계를 알아보았다. 본 연구를 통하여 얻어지는 효과는 개발된 프로세스를 이용하여 국가별, 음식별, 행동별, 식당형태별로 비교분석이 가능하도록 하게 하고 얻어진 결과를 이용하여 구체적으로 음식도구 디자인에 이용할 수 있으며 국가 간 동일 아이템을 디자인 교육시간에 진행시켜 대학의 디자인교육의 비교를 통하여 상호간에 협력과 상호보완으로 새로운 아이디어를 공유, 아이디어 전개에 도움이 될 수 있다.

주제어 : 창의성, 유니버설디자인, 문화의 차별성

1. 서론

1.1. 연구배경

국가 간 문화의 차이에 의하여 생활습관이나 방식이 많이 다르게 나타난다. 그 중에서도 음식은 다른 분야보다 많은 차이를 나타낸다. 특히 음식의 종류에 따라 사용되는 음식도구 중 디자인요소가 동일하고 유사한 것이 있거나 다른 요소와 기능을 갖는 경우도 있다. 따라서 각 국가 간의 음식도구를 이질감을 해소하여 공통적으로 사용할 수 있는 도구 디자인 연구가 필요하고 이를 위한 음식도구에 대한 사용자들의 행동분석과 사용자 행동분석프로세스의 개발이 필요하다. 또한 각 국가 간의 디자인선호요소와 요인이 무엇인지, 그리고 국가 간 공통적인 디자인요소는 무엇인지를 비교 연구하여 그 결과를 양 국가 간 공통적으로 선호되고 사용될 수 있는 유니버설한 디자인이 필요하다. 이를 위하여 창의성평가요소를 디자인 교육시 활용할 필요가 있다. 디자인과 같이 창조성이 요구되는 작업에 있어서 숨겨진 암묵적인 지식을 어떻게 유추하느냐에 따라 양 국가 간의 이질성을 해소할 수 있는 유니버설한 디자인을 유추할 수 있다고 생각한다. 유니버설 디자인에 있어서는 표현된 모든 요소, 구조, 평가 등을 해석하고 이해하여 알고 있는 지식을 가시화 하는 작업이 요구된다. 이 연구를 통하여 개발된 프로세스를 이용하여 국가별, 음식별, 행동별, 식당형태별로 비교분석이 가능하도록 하며, 얻어진 결과를 이용, 국가 간 동일 아이템을 대학의 디자인 교

육시간에 진행한 결과비교를 통하여 나타난 결과를 디자인에 활용할 수 있도록 한다. 또한 연구과정을 통하여 얻어진 내용과 결과를 이용하여 상호간에 협력과 상호보완으로 새로운 아이디어를 공유하고 아이디어 전개에 도움이 될 수 있는 연구가 필요하다.

1.2. 연구목적 및 방법

연구목적으로는 첫째로, 음식문화의 차이에서 오는 공통점과 차이점을 찾아내어 공용으로 사용할 수 있는 도구의 디자인을 제안한다. 둘째로, 본 연구를 얻어진 음식도구디자인에 있어 중요하게 고려되는 창의성평가요소에 대한 구체적인 디자인 전개를 할 수 있는 기초적인 데이터를 만드는데 기여할 수 있도록 하는 것이다. 연구방법과 내용으로는 첫째, 행동분석에 대한 이론적 고찰과 현장에서 일어나고 있는 행동분석을 접목하여 음식에 대한 소비자행동 분석 프로세스를 개발한다. 둘째로, 개발된 프로세스를 이용하여 국가 간 음식의 주문부터 평가까지의 과정을 비교 분석하고 나타난 현상에 대한 문제점은 무엇이며 문제를 해결하기 위한 방안을 제안하여 디자인에 적용시킬 수 있도록 한다. 세 번째로, 각 프로세스를 큰 단계별(카테고리)로 나누어 국가 간 음식 별 특징을 밝혀내어 디자인샘플을 발체 및 분석하여 음식문화의 차이에서 오는 공통점과 차이점을 찾아낸다. 마지막으로 한국과 말레이시아가 공용으로 사용할 수 있는 유니버설한 음식도구의 디자인에 대한 중요하게 나타난 창의성평가요소가 무엇인지를 알아본다.

2. 이론적 고찰

2.1. 행동프로세스의 연구방법

식당에서의 소비자 행동의 프로세스란 식당에 출입하여 퇴장까지의 전반적인 과정을 행동분석을 통하여 고객의 모든 행동과정을 관찰하는 과정이다. 이는 1986년 일본의 케이치이오 교수가 처음으로 문제점을 발굴하기 위하여 개발한 기법으로서 소비자의 관점과 서비스제공자의 관점에서 현재의 문제점이 무엇인지, 문제점들이 있다면 개선할 방법이 무엇인지, 이로 인한 개선의 기회가 무엇인지를 **Front Stage**(가시적 의미의 서비스)와 **Back Stage**(비가시적 의미의 서비스)의 관점에서 서비스 현상을 진단하고 해결하여 나가는 방법이다. 서비스의 본질적인 구성요소를 표현한 것으로 블루프린트를 사용하는 고객, 서비스제공자, 고객과 서비스제공자의 상호작용의 발생 점, 서비스 제공자 간의 상호작용의 발생 점, 환경에 있어서의 프로세스나 활동을 명확히 식별이 가능 하다. (그림 1)

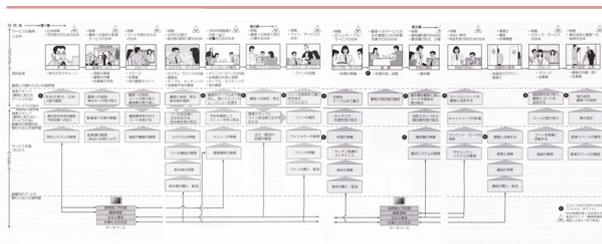


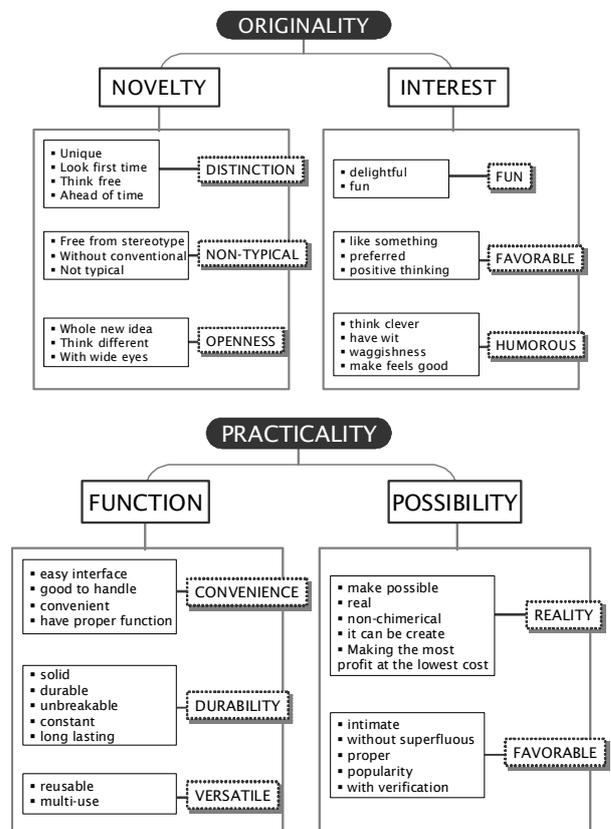
그림 1. 서비스블루프린트의 예시

2.2. 디자인 창의성 평가도구 창의성평가요소

1)창의성이란 창의적인 환경 속에서 창의적인 사고 과정을 통해 창의적인 결과물을 만들어 내는 것으로 각 학문에서는 영역에 맞는 독자적인 창의성에 대한 적용 방법을 연구하고 있다. 따라서 창의성이란 디자인뿐만 아니라 예술가나 과학자 등 모든 창조적인 업무에 종사하는 주체들이 합리적이고 새로운 아이디어를 통해 결과물에 적용시키고 있다. 그러나 지금까지 디자인에 있어서 결과물에 대한 평가 방법은 경험이 풍부한 디자이너의 직관에 의해 정성적인 판단이 대부분 있었고 이러한 판단은 대체적으로 정확하다고 볼 수 있지만 디자인을

논리적이고 객관적으로 설명하기는 어렵다. 따라서 창의적인 디자인 결과물을 만들고 평가하기 위해서는 숙련된 디자이너의 직관에 의한 정성적 판단을 객관적으로 뒷받침 할 수 있는 정량적인 디자인 창의성 평가 방법이 필요하다. 또한 Finke는 'Creative Imagery'에서 '창의성은 실용성과 독창성을 지닌 제품(a product of practicality and creativity)'으로 정의하고 있다. 다시 말해, 실용성과 독창성 모두에서 높이 평가된 해결안만을 창의적이라고 간주하였다. 김은주(2008)는 디자인 창의성을 평가할 수 있는 도구를 개발하였는데 디자인 창의성을 크게 독창성(Originality)과 실용성(Practicality)으로 구분하였다. 각 항목을 자세히 살펴보면 독창성은 새로움(Novelty)과 흥미성(Interest)로, 새로움은 차별성(Distinction), 비전형성(Non-Typical), 개방성(Openness)으로 흥미성(Interest)은 재미성(Fun), 호감성(Favorable), 유머성(Humorous)으로 구분되고, 실용성(Practicality)은 기능성(Function)과 실현가능성(Possibility)로 기능성은 편리성(Convenience), 내구성(Durability),다용도성(Versatile)으로 실현가능성은 현실성(Reality), 친근성(Friendly)으로 구분되어 있다(표 1).

표 1. 창의성 평가요소



1) [1] 김원경(1997), 디자인조형교육에 있어서 창의적 사고와 독창적 표현능력에 관한연구, 인문과학예술문화연구, 제16집, 357-376.

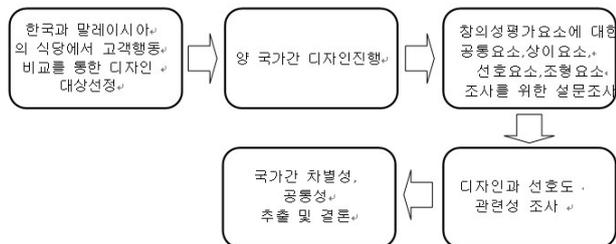
그러므로 본 연구에서는 많은 연구가 되어있지 않은 디자인 창의성에 대한 정량적 평가를 위해 창의성 평가 항목을 이용하여 음식도구 디자인 요소나 속성이 창의성 평가 요소와의 연관성을 중심으로 한국과 말레이시아 비교를 통해 찾아보고자 하였다.

3. 실험연구

3.1. 실험방법

본 실험연구를 위하여 첫째로, 한국과 말레이시아의 식당에서 사용자 행동을 조사와 관찰을 통하여 음식에 대한 소비자 행동프로세스를 개발하여 개발된 소비자행동프로세스를 이용하여 양 국가 간의 공통점과 상이점을 찾아내었다. 둘째로, 조사 분석을 위하여 7분 척도법에 의한 설문조사를 실시하고 SPSS법을 활용하여 선호디자인과 창의성평가요소와 선호요인, 선호조형요소가 어떤 상관관계가 있는지 알아보았다. 또한 디자인결과물을 통한 선호조형에 대하여 어떠한 공통요소 및 차별요소가 있는지를 알아보았다.

표 2. 공통성, 차별성과 선호요소 추출 프로세스



2) 구체적인 실험방법은 식당에서 음식과 관련된 도구들을 대상으로 선정하였으며 소비자 행동프로세스를 이용하여 얻어진 내용을 기반으로 관찰과 토의를 통하여 Front Stage(가시적 의미의 서비스)와 Back Stage(비가시적 의미의 서비스)로 분류하였다. 분류된 내·외부의 요소를 중심으로 각 국가의 학생들이 디자인을 진행하고 창조성 평가요소에서 중요하게 다루는 차별성(Distinction), 비전형성(Non-Typical), 개방성(Openness), 재미성(Fun), 호감성(Favorable), 유머성(Humorous), 편리성(Convenience), 내구성(Durability), 다용도성(Versatile), 현실성(Reality), 친근성(Friendly)

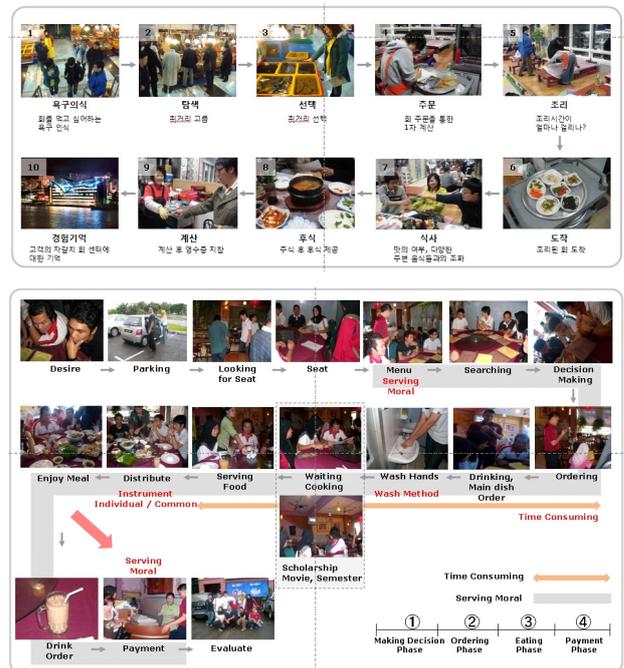
2) 이성필, Collaboration Project Culture Experience Tourism, 2008, 12.

의 11개항목과 선호성, 구입의지 순으로 나누어 설문을 실시하였다. 또한, 피 설문자들이 선정한 내용을 선호한다면 선호요소가 무엇인지를 알아보았다. 마지막으로 회귀분석을 통하여 추출한 내용을 기반으로 의미의 연관성 의미를 해석하고 디자인을 진행한 음식도구에 대한 선호 공통성, 차별성, 선호성 모델 표 1을 구축하였다.

3.2. 실험 대상 이미지 추출

실험샘플 구축을 위한 구체적인 방법은 한국과 말레이시아 디자인전공 학생 50명을 대상으로 4개의 그룹으로 나누어 말레이시아에서 식당방문 및 그룹 회의를 통하여 음식에 대한 소비자 행동프로세스 (표 3)를 작성하고 각 팀에서 진행한 내용을 중심으로 비교 분석하여 공통적인 요소와 차별적 요소를 발췌 하였다(표 4).

표 3. 음식에 대한 소비자 행동프로세스



행동프로세스에서 작성된 내용을 기반으로 도표화하여 유사성과 차별성을 분류한 후 한국과 말레이시아인의 4개 종족(인디안, 이반, 말레이, 중국인)을 중심으로 음식도구 디자인 진행 안 3가지를 결정하였다. 선정한 3가지 안은 첫째, 음식을 담은 접시 디자인으로서 양 국가 간의 식사습관이나 문화에 따라 접시의 구조와 사용방법이 어떻게 다르며 어떠한 공통점이

있는지를 디자인을 통하여 알 수 있었다. 특히 말레이시아인 들은 문화적인 특성과 식습관의 영향으로 음식을 손으로 먹는데 반해 한국인은 숟가락 및 젓가락을 사용하여 음식을 먹는다. 둘째, 소스를 담는 도구로서 양 국가 간의 음식에 따라 사용되는 소스용기의 차별성을 알아보았다. 말레이시아-중국인의 경우 자신들의 종족만의 음식문화의 특성을 살려 차별화된 음식을 섭취하는 경향이 있었고, 여기서 특이한 사항은 다양한 소스를 이용한다는 점이다. 셋째, 테이블이다. 식사 중 나누는 대화의 형태, 앉는 문화에 따라 테이블 디자인이 어떻게 다른지 알아보았다. 전반적인 말레이시아 식당은 중국식 문화의 영향을 많이 받은 경향이 있어, 주로 여러 가지의 음식을 주문하여 서로 나누어 먹는 경향이 많았다. 이에 효율적으로 상호간 음식을 나누기 위해서는 식당에서 주로 원탁 형태 테이블 위 돌아가는 테이블이 추가로 설치되어 있음을 알 수 있었다. 한국의 경우는 가정의 습관형태에 따라 개인의 취향에 따라 다르게 나타나 원형과 사각형 등의 다양한 형태의 식탁을 사용하는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 가지고 한국 과 말레이시아(인디안, 이반, 말레이, 중국인) 대학생들이 3개의 팀으로 나누어 접시, 소스컨테이너, 테이블을 중심으로 디자인을 진행하였다

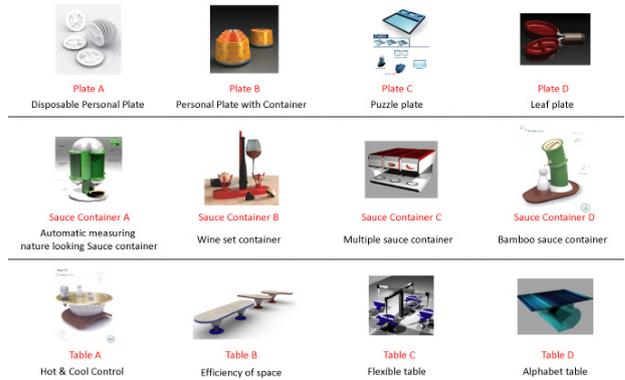
표 4. 한국과 말레이시아의 유사성 및 차별성 도출과정

PHASE	STEP	SINGAPORE		DIFFERENCE		SOLUTION & ISSUE		PHASE	STEP	SINGAPORE		DIFFERENCE		SOLUTION & ISSUE		
		INDIA & KOREA	INDIA & KOREA	INDIA & KOREA	INDIA & KOREA	INDIA & KOREA	INDIA & KOREA			INDIA & KOREA	INDIA & KOREA	INDIA & KOREA	INDIA & KOREA	INDIA & KOREA		
1. Making Decision	Decor	Decorative items in the table	None	None	None	None	None	4. Payment	Payment	None	None	None	None	None	None	
	Looking for Seat	Decorative items in the table	None	Decorative items in the table	None	None	None		5. Serving Moral	Ordering	None	None	None	None	None	None
	Menu	Decorative items in the table	None	Decorative items in the table	None	None	None			Drinking Order	None	None	None	None	None	None
	Searching	Decorative items in the table	None	Decorative items in the table	None	None	None			Serving Food	None	None	None	None	None	None
Decision Making	Decorative items in the table	None	Decorative items in the table	None	None	None	6. Desert	Additional Menu	None	None	None	None	None	None		
Seat	Decorative items in the table	None	Decorative items in the table	None	None	None		Desert	None	None	None	None	None	None		
2. Washing & Cooking	Washing Mouth	None	None	None	None	None	7. ETC	Parting	None	None	None	None	None	None		
	Washing & Cooking	None	None	None	None	None		Evaluate	None	None	None	None	None	None		
3. Enjoy Meal	Drink	None	None	None	None	None										
	Enjoy Meal	None	None	None	None	None										

3.3. 디자인 결과물 설문조사

각 국가 간 진행한 디자인 결과물에 대하여 선호성, 유사성, 상관성 조사를 위하여 선정한 창의성평가요소 항목을 중심으로 차별성과, 유사성, 선호도를 위한 설문을 실시하였다. 다음의 (표 5) 이미지는 각 국가의 디자인전공 학생들이 선정한 3가지 음식도구 디자인의 진행한 결과물이다.

표 5. 한국, 말레이시아 음식도구디자인에 대한 대학생 자인 결과물 및 설문지



실험 샘플은 디자인 특징을 분류하기 위하여 각각의 디자인 안에 대하여 창의성평가요소 11 항목(표 2)을 적용하였다, 즉 차별성(Distinction), 비전형성(Non-Typical), 개방성(Openness), 재미성(Fun), 호감성(Favorable), 유머성(Humorous), 편리성(Convenience), 내구성(Durability), 다용도성(Versatile), 현실성(Reality), 친근성(Friendly) 더불어 선호성, 구입의지를 물어보았다. 마지막으로 보여준 사진의 디자인 안을 선호한다면 선호요소가 무엇인지를 형태(Shape), 색상(Color), 재질(Material), 구조(Structure) 중 1개를 보기에서 선택하여 분류하는 방법으로 설문을 실시하였다. 샘플에 대한 분석은 분류된 차트 표를 중심으로 제품에 대한 선호 차별성, 동질성, 을 파악하기 위하여 디자인결과물을 중심으로 각 국가의 학생, 교수 20명 총 40명을 대상으로 진행하였으며 아래의 표 6과 같이 7점 척도법으로 설문을 실시하였다.

표 6. 7점 척도법 설문지 예시

Age :
Gender : Male () Female ()
Occupation ()



Design 1

A-1 Distinction

1 2 3 4 5 6 7

A-2 Non-Typical

1 2 3 4 5 6 7

A-3 Openness

1 2 3 4 5 6 7

A-4 Fun

1 2 3 4 5 6 7

A-5 Favorable

1 2 3 4 5 6 7

A-6 Humorous

1 2 3 4 5 6 7

A-7 Convenience

1 2 3 4 5 6 7

A-8 Durability

1 2 3 4 5 6 7

3.4. 실험결과

3.4.1. 창의성 평가요소와 디자인

선호하는 조형요소에 대한 각각의 항목들이 어떠한 관계성이 있는지 밝혀내기 위하여 설문문을 통하여 얻어진 결과물을 SPSS 통계분석을 활용하여 창의성 항목을 평가하기 위해 회귀분석을 실시하였다.

표 7. 국가별 선호조형 회계분석 결과물

< 한국과 말레이시아 전체 >

모형	비표준화 계수 B ₁	표준오차	표준화 계수 베타	T ₁	유의확률	B에 대한 95% 신뢰구간 하한값	상한값
(상수)	-0.99266 [*]	0.197115 [*]		-5.03597 [*]	6.8E-07 [*]	-1.380006 [*]	-0.605332 [*]
Distinction	0.10444 [*]	0.046129 [*]	0.0951094 [*]	2.264173 [*]	0.024021 [*]	0.0137979 [*]	0.195089 [*]
Non Typical	-0.06023 [*]	0.045796 [*]	-0.052693 [*]	-1.31511 [*]	0.189117 [*]	-0.150218 [*]	0.029765 [*]
Openness	0.0239806 [*]	0.043161 [*]	0.0246724 [*]	0.690568 [*]	0.49018 [*]	-0.055008 [*]	0.11462 [*]
Fun	0.0244497 [*]	0.047592 [*]	0.0245992 [*]	0.514734 [*]	0.606982 [*]	-0.069024 [*]	0.118018 [*]
Favorable	0.239288 [*]	0.049683 [*]	0.220886 [*]	4.81627 [*]	1.98E-06 [*]	0.1416576 [*]	0.336919 [*]
Humorous	-0.01508 [*]	0.040128 [*]	-0.015602 [*]	-0.37582 [*]	0.707219 [*]	-0.093935 [*]	0.063773 [*]
Convenience	0.058212 [*]	0.040175 [*]	0.0535763 [*]	1.448966 [*]	0.148018 [*]	-0.020734 [*]	0.137157 [*]
Durability	0.066333 [*]	0.034919 [*]	0.0658351 [*]	1.899636 [*]	0.058097 [*]	-0.002284 [*]	0.134951 [*]
Versatile	0.096726 [*]	0.036377 [*]	0.0920045 [*]	2.658957 [*]	0.008108 [*]	0.0252422 [*]	0.168209 [*]
Reality	0.186809 [*]	0.043867 [*]	0.1633335 [*]	4.254011 [*]	2.54E-05 [*]	0.1004088 [*]	0.27281 [*]
Friendly	0.437662 [*]	0.04302 [*]	0.3967284 [*]	10.1734 [*]	4.3E-22 [*]	0.3531246 [*]	0.522199 [*]
종속변수: Preference							

< 말레이시아의 경우 >

모형	비표준화 계수 B ₁	표준오차	표준화 계수 베타	T ₁	유의확률	B에 대한 95% 신뢰구간 하한값	상한값
(상수)	-0.89407 [*]	0.317437 [*]		-2.81653 [*]	0.005282 [*]	-1.519569 [*]	-0.26857 [*]
Distinction	0.029265 [*]	0.061025 [*]	0.0297526 [*]	0.479566 [*]	0.631998 [*]	-0.090982 [*]	0.149512 [*]
Non Typical	-0.07258 [*]	0.057807 [*]	-0.069662 [*]	-1.25551 [*]	0.210586 [*]	-0.186485 [*]	0.04133 [*]
Openness	0.070061 [*]	0.055981 [*]	0.0641589 [*]	1.251518 [*]	0.212034 [*]	-0.040248 [*]	0.18037 [*]
Fun	0.003535 [*]	0.064887 [*]	0.0036373 [*]	0.054475 [*]	0.956605 [*]	-0.124323 [*]	0.131392 [*]
Favorable	0.209009 [*]	0.071219 [*]	0.1834931 [*]	2.934746 [*]	0.003681 [*]	0.0686747 [*]	0.349344 [*]
Humorous	0.068539 [*]	0.057382 [*]	0.0706704 [*]	1.194428 [*]	0.233557 [*]	-0.044531 [*]	0.181608 [*]
Convenience	0.065004 [*]	0.05737 [*]	0.0622901 [*]	1.133069 [*]	0.258381 [*]	-0.048042 [*]	0.178051 [*]
Durability	0.016789 [*]	0.051031 [*]	0.0170543 [*]	0.328995 [*]	0.742463 [*]	-0.083765 [*]	0.117343 [*]
Versatile	0.159484 [*]	0.05361 [*]	0.185534 [*]	2.974895 [*]	0.003248 [*]	0.0538474 [*]	0.265122 [*]
Reality	0.226094 [*]	0.05911 [*]	0.2196072 [*]	3.824987 [*]	0.000169 [*]	0.1096203 [*]	0.342569 [*]
Friendly	0.347503 [*]	0.059608 [*]	0.3208657 [*]	5.829781 [*]	1.89E-08 [*]	0.2300464 [*]	0.464859 [*]
종속변수: Preference							

< 한국의 경우 >

모형	비표준화 계수 B ₁	표준오차	표준화 계수 베타	T ₁	유의확률	B에 대한 95% 신뢰구간 하한값	상한값
(상수)	-0.67099 [*]	0.254742 [*]		2.63401 [*]	0.009016 [*]	-1.172943 [*]	-0.16904 [*]
Distinction	0.249104 [*]	0.080166 [*]	0.2120596 [*]	3.107353 [*]	0.002128 [*]	0.0911432 [*]	0.407066 [*]
Non Typical	-0.06841 [*]	0.073289 [*]	-0.056903 [*]	0.86279 [*]	0.389162 [*]	-0.224644 [*]	0.087824 [*]
Openness	-0.11653 [*]	0.072771 [*]	-0.087836 [*]	1.60136 [*]	0.110683 [*]	-0.259923 [*]	0.026658 [*]
Fun	0.030332 [*]	0.072024 [*]	0.0307534 [*]	0.421138 [*]	0.674051 [*]	-0.111586 [*]	0.172251 [*]
Favorable	0.323932 [*]	0.07515 [*]	0.3197119 [*]	4.310505 [*]	2.42E-05 [*]	0.175856 [*]	0.472009 [*]
Humorous	-0.04438 [*]	0.057527 [*]	-0.046499 [*]	0.77144 [*]	0.441247 [*]	-0.15773 [*]	0.068974 [*]
Convenience	0.071619 [*]	0.059039 [*]	0.066042 [*]	1.213063 [*]	0.226361 [*]	-0.044714 [*]	0.187951 [*]
Durability	0.06248 [*]	0.053989 [*]	0.0586797 [*]	1.157287 [*]	0.248366 [*]	-0.0439 [*]	0.168861 [*]
Versatile	0.049339 [*]	0.052334 [*]	0.0449699 [*]	0.942763 [*]	0.3468 [*]	-0.053782 [*]	0.152459 [*]
Reality	0.099782 [*]	0.068382 [*]	0.0810676 [*]	1.459175 [*]	0.145893 [*]	-0.03496 [*]	0.234523 [*]
Friendly	0.464027 [*]	0.06631 [*]	0.4064314 [*]	6.997844 [*]	2.87E-11 [*]	0.3333682 [*]	0.594686 [*]
종속변수: Preference							

회귀분석을 통한 한국과 말레이시아 창의성 평가 결과 음식도구 디자인에 있어서 창의성 속성으로는 차별성(Distinction), 호감성(Favorable), 다용도성(Versatile), 현실성(Reality), 친근성(Friendly)가 공통적으로 창의성 항목과 관련 있는 것으로 분석 되었다. 또한, 한국의 경우는 차별성(Distinction), 호감성(Favorable), 친근성(Friendly)의 속성이, 말레이시아의 경우는 호감성

(Favorable), 다용도성(Versatile), 현실성(Reality), 친근성(Friendly)가 창의성 속성과 관련이 있었다. 따라서 국가 간 비교에서는 호감성(Favorable), 친근성(Friendly)의 속성이 공통적인 속성으로 조사되었지만 한국은 차별성(Distinction)말레이시아는 다용도성(Versatile), 현실성(Reality)가 다르게 나타났다. 이것을 종합해 보면 한국은 식기류 디자인에 있어서 창의적인 범위로 새로움(Novelty: Distinction), 흥미성(Interest: Favorable), 실현가능성(Possibility: Friendly)와 관계가 있고, 말레이시아는 흥미성(Interest: Favorable),기능성(Function: Versatile), 실현가능성(Possibility: Reality, Friendly)와 관계가 있다. 이것은 공통적으로 흥미성(Interest)과 실현가능성(Possibility)은 비슷하지만 한국은 새로움(Novelty), 말레이시아는 기능성(Function)의 항목이 차이를 나타내는 것을 알 수 있다. 이러한 결과를 설명하기 위해 디자인 전문가 집단과 토의한 결과 이것은 문화와 환경적인 이유와 관련 있다는 결론을 얻었다. 즉 한국은 제품 디자인에 대한 독창성(Originality)를 중시하며 말레이시아는 실용성(Practicality: Function)을 중요시하는 이유는 한국의 경우 식기류뿐만 아니라 일반 제품에 있어서도 관련 기업들 간의 경쟁이 심해지는 현실 속에서 디자인의 결과물이 다른 디자인과 어느 정도 차별화를 만들 수 있는지가 디자인에 있어 중요한 포인트가 되지만 말레이시아에서는 제품의 독창성(Originality)보다 실제 생활에 있어서 얼마나 사용하기 편리한지 한 가지 제품이 얼마나 다양한 기능을 할 수 있는지에 대한 디자인의 실용성(Practicality)의 기능적(Function)적 요소가 중요한 것으로 보인다. 따라서 디자인의 창의성 평가와 기준에 있어서도 대상 지역과 국가의 문화와 환경적 특성에 따라 창의성 적용 방법이 달라져야 한다는 것을 알 수 있다.

3.4.2. 선호 요인과 선호조형요소

위의 회귀분석 결과와 실제 디자인 결과물에 대한 선호도를 조사하기 위해 디자인 안에 대한 선호도와 디자인 구성 요소의 중요도를 평가하였다. 조사 결과 한국의 경우 평균적으로 가장 선호하는 디자인은 Table D번(4.60) 이었고 디자인 구성 요소에 대한 주요 요인으로는 색상(Color)과 구조(Structure)가 중요한 요소인 것으로 조사되었다. 반면 말레이시아의 경우 Table C, Container A 번(5.6)의 이미지를 평균적으로

로 가장 많이 선호되었고 디자인 구성 요소로는 한국과 마찬가지로 Color 및 Structure를 선호하는 요인으로 선정하였다. 마지막으로 한국과 말레이시아의 공통적으로 선호하는 이미지의 샘플은 Container A번(4.93)이고 이에 대한 공통적 디자인 구성 요소로는 color가 주요인으로 작용한다는 것을 알 수 있었다. 이것을 창의성 평가에 대한 회귀분석 결과와 비교해보면 한국의 경우 식기류의 선호디자인은 다른 제품과 차별화된 디자인이 선호되지만 말레이시아는 창의성 평가 결과와 동일하게 기능적 요소가 포함된 디자인안이 선호되었다. 따라서 국가별 디자인의 선호도는 창의성 평가 결과에서 보는 것 같이 디자인 진행에 있어서 한국의 경우 차별성(Distinction), 호감성(Favorable), 친근성(Friendly)을 어떻게 디자인에 적용할 것인가가 창의성이 높은 디자인을 만드는 방법이 될 것이며 말레이시아의 경우 호감성(Favorable), 다용도성(Versatile), 현실성(Reality), 친근성(Friendly)의 항목이 디자인에 적용되는 것이 창의적인 디자인이 될 것이다. 또한 글로벌 시장을 위한 한국과 말레이시아에 공통적으로 적용 가능한 창의적 디자인을 위해서는 차별성(Distinction), 호감성(Favorable), 다용도성(Versatile), 현실성(Reality), 친근성(Friendly)이 포함된 디자인을 만드는 것이 한국과 말레이시아에서 통용될 수 있는 디자인이 될 수 있다. 아래의 표 8은 국간 디자인 결과물에 대한 선호요소와 창의성에 관련한 결과물이다.

표 8. 국가별 선호조형 및 창의성 요소 결과물

	Most Preferred from Korea	Most Preferred from Malaysia	Most Preferred from Both
			
한국인의 선호 디자인	Color, Structure	Distinction, Favorable, Friendly	
말레이시아인의 선호 디자인	Color, Structure	Favorable, Versatile, Reality, Friendly	
양국 간 공통적 선호 디자인	Color	Distinction, Favorable, Versatile, Reality, Friendly	

4. 결론

본 연구는 사례연구를 통하여 음식도구에 대한 창의성평가요소와 선호도, 선호요소에 대한 연구에서 다음과 같은 결론을 얻었다. 본 연구에서 연구자의 주장은 첫째로, 선호디자인을 위하여는 창의성평가요소 중 각 제품별로 조금씩 다른 요소를 고려하여야 하나 공통적으로 고려하여야 할 요소는 차별성(Distinction), 호감성(Favorable), 친근성(Friendly)이다. 따라서 3가지 요소를 충족시킬 수 있는 디자인을 하여야 한다. 둘째로, 디자인선호요소에 대하여는 한국인과 말레이시아인이 선호 하는 형태는 차이가 있으나 공통적으로 색상 및 형태가 선호도에 크게 영향을 미친다. 따라서 음식도구를 디자인을 할 때 양 국가 간의 공통적으로 선호하는 제품에 어울리는 색상과 기능을 만족시킬 수 있는 구조를 갖는 형태를 적용하여야 한다. 셋째, 이 연구를 통하여 얻어진 결과를 이용하여 음식도구 디자인에 적용하여 유니버설디자인을 할 수 있을 것이며 향후 디자인 시에 참고 자료로 활용 할 수 있을 것이다. 향후 연구로는 음식도구를 디자인할 때 고려하여야 할 3가지 요소인 차별성(Distinction), 호감성(Favorable), 친근성(Friendly)에 대한 구체적인 디자인 적용요소가 무엇인지를 연구하여 디자인에 활용할 수 있도록 하여야 할 것이다. 또한 특정대상과 한정적인 조건에서 연구되어 데이터의 신뢰성과 정확도에 문제가 있을 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 연구대상 국가와 소비자의 폭을 넓혀 객관성을 높여야 할 것이다.

참고문헌

- 김원경(1997), 디자인조형교육에 있어서 창의적 사고와 독창적 표현능력에 관한연구, 인문과학예술 문화연구, 제16집, 357-376.
- 찰스 L.오옌(2005), 디자인 사고방식과 .그정의, 차이점 및 새로운 가치를 갖는 분야, 2005 한국디자인학회 국제 디자인 교육. 연구 학술회의 강연집, 9-10.
- Klaus K. Urban(1995), 한국교육개발원 영재교육 특 임본부 번역, 창조성-요소적 접근모델, 세계영재학술대회.
- Steven J. Fenves, A Methodology for the Evaluation of Designers for Conformance with Standards, Vol. 4

of Design Policy(London : The Design Council, 1984), 41-48.

- Design Knowing and Learning: Cognition in Design Education, Edited by Charles Eastman Mike McCracken, Wendy Newstetter. Elsevier, 2001. 129 [7] 조성근 (1999), 산업 디자인 논술, 한빛지적소유권센터, 53.
- 김광규(1992), 창조적인 아이디어 발상법, (주)디자인신문사 출판국, 16, 서울.
- Brunel, Frederic Francois(1998), "The Psychology of Product Aesthetics :Antecedents and Individual Difference in Product Evaluations (Elaboration Likelihood Model, Attitude, Consumer Behavior), Doctoral Dissertation, University of Washington.
- Holbrook and Robert B. Zirlin(1985), "Artistic Creation, Artworks and Aesthetics Appreciation", Advances in Non-Profit Marketing, 1, 1-54.
- 홍정표(2007), 소비자의 마음에 호소하는 감성디자인과 창의성, 제 2회 CT 감성으로의 초대, 감성과 학회.
- 홍정표, 정수경, 창조적 디자인 발상을 위한 디자인 방법론, 감성과학, vol.9 no.4.
- Kim, Eun-Ju, Correlationship between categorical elements in children's creativity evaluation and TTCT, KEER 2007
- 이성필, Collaboration Project Culture Experience Tourism, 2008, 12.

원고접수 : 09.05.21

수정접수 : 09.06.12

게재확정 : 09.06.20