

동양 식음시설에 대한 서구인의 의식 조사

- 워싱턴 수도권 소재 레스토랑/라운지/바에 대한 현지인들의
감성적 인지 특성을 중심으로 -

The research of Westerner's Consciousness of Asian Food and Beverage Facilities

- Focused on Local People's Emotional Cognition Characteristics of
Asian Restaurant / Lounge/ Bar in Washington Metropolitan Area -

백 지원

인제대학교 실내디자인학과 겸임교수

Paik, Jiwon

Inje University

1. 서론

- 1-1. 연구의 배경 및 목적
- 1-2. 연구 방법과 범위

2. 이론적 배경

- 2-1. 감성적 인식(認識)과 이성적 인식
- 2-2. 감성적 공간 인지(認知)
 - 2-2-1. 감성에 대한 정의
 - 2-2-2. 공간 인지

3. 조사 대상 시설의 디자인 특성

- 3-1. 조사 개요
- 3-2. 조사 대상 시설의 개요
- 3-3. 조사 대상 시설의 디자인 특성
- 3-4. 소 결

4. 동양 식음시설에 대한 서구인의 감성적 인지 특성

- 4-1. 설문조사 개요
- 4-2. 조사 대상자의 일반적 특성
- 4-3. 동양 문화에 대한 의식 조사
 - 4-3-1. '동양'의 지역성에 관한 의식 조사
 - 4-3-2. 동양 문화에 대한 관심과 이해
- 4-4. 동양 식음시설에 대한 인지적 특성
 - 4-4-1. 공간 사용에 대한 일반적 특성
 - 4-4-2. 조사 대상 시설 사용 후 감성적 인지 특성
- 4-5. 소 결

5. 결론

참고문헌

논문요약

근래 서구사회에는 동양 식음시설의 수가 증가하고, 그 공간 디자인에 대한 관심이 높아지는 현상을 보이고 있다. 이러한 식음공간의 특징은 음식의 맛, 종류와 함께 다양한 동양적 요소를 도입한 동양적 느낌의 공간 연출을 통하여 서구인에게 감성적인 공간의 인지를 유도하고 있다는 점이다. 본 연구는 이러한 서양 내 동양 식음시설 및 이의 공간 디자인에 대한 서구인의 의식 및 선호가 꾸준한 성장을 이루고 있다는 전제 하에, 미국의 수도 워싱턴 DC 지역, 주요 동양 식음시설의 동양적 디자인 요소와 이에 대한 서구인들의 의식을 감성적 인지의 측면에서 조사, 분석함으로써 이들의 선호 요소 방향의 파악을 목적으로 한다. 또한 본 연구의 결과는 향후, 본격적인 우리의 식음문화의 서구 진출을 위하여 선행되어야 할 현지인들의 동양 문화 공간에 대한 감성적 인식을 이해하는데 기여하리라 생각된다.

본 연구는 2010년 7~8월 중, 워싱턴 수도권 지역의 6개 동양 식음시설에 대한 현장관찰조사와 설문조사로 진행되었다.

조사 결과, 동양문화(Oriental Culture)라는 개념에 대해서 현지인들은 동양의 철학, 종교와 예술 등 관념적 문화를 연상하는 빈도가 높았으며, 식음시설의 비율에 있어서도, 특정 한 국가를 배경으로 하는 시설보다는 동양 일반의 문화와 음식을 배경으로 하는 동양 퓨전 식음시설의 비율이 높음을 알 수 있었다. 이러한 현상은 동양적 이미지를 나타내는 공간의 디자인 요소에 대하여도 나타나 동양적 그림이나 문자, 장식품 등의 생활 문화에 나타난 예술적 요소와 함께 종교적 상징물 등을 동양적 이미지 연출을 위한 주요 디자인 요소로 사용하고 있음을 알 수 있었다.

주제어

서양의 동양 식음시설, 워싱턴 수도권 지역, 감성적 공간 인지

Abstract

In recent years, there has been an increasing number of Asian food and beverage facilities in Western society, and this result which gave increased interest in the interior design. The characteristics of these Asian food and beverage facilities are leading Western people with emotional cognition of the interior design derived with different kind of foods and the various oriental ornaments with the atmosphere. This study is based upon the premises of steady growth of Asian food and beverage facilities in the Western society and its spatial awareness and preference. The study was done in Washington Metropolitan area's Asian food and beverage facilities interior design to determine and identify the Westerner's elements of preferred oriental design in terms of emotional cognition and awareness. In addition, result of this study is also aimed to be used as future reference and contribute to Western cultural advancement of our food and beverage and also understand local people's emotional recognition about Asian cultural space.

In this study, on-site observations and surveys about the six (6) Asian food and beverage facilities in the Washington metropolitan area were conducted from July to August of 2010.

As the result of the survey, 'Oriental Culture' reminds local people the Eastern abstract culture such as philosophy, religion and art. Higher rate was found that general Asian fusion food and beverage facilities rather than facilities in contexts of particular countries. These phenomena represent the design elements for the oriental image of the space that appear in the Eastern pictures or letters, ornaments and other artistic elements along with Eastern religious symbols for coordinating Asian-like atmosphere.

Keywords

Asian Food and Beverage Facilities in Western, Washington Metropolitan Area, Emotional cognition in space

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

미국의 수도, 워싱턴 DC를 비롯한 워싱턴 수도권 지역(Washington Metropolitan Area)은 세계 각국의 공관이 모여 있는 미국의 국립 수도권 지역(National Capital Area)이고, 다민족 공존 사회로서 다양한 민족과 그들의 문화가 함께 어우러지는 지역으로 미국의 정치, 외교, 문화의 중심지이다. 2001년 9.11사태 이후, 보안상의 이유로 직업이 세분화, 다양화되어, 워싱턴 DC 수도권 지역에는 이에 따른 거주 이동으로 인구 집중 현상을 보이고 있다.1) (U.S. Census Bureau, Population Division, 2008)

활발한 경제 활동이 진행되며, 외식이 잦고 음식문화도 다양하여 수많은 종류의 음식점이 존재한다. 그 중 동양 음식점 또한 많은 부분을 차지하고, 이 중에는 한국음식점을 비롯하여, 중국, 일본, 태국, 베트남, 몽고 등 다양한 아시아권 음식점이 자국의 전통음식을 제공, 판매하기도 하지만, '동양음식점(Oriental Restaurant)'이라는 명칭 하에 서구 지역 현지인들의 입맛에 맞춘 동양 퓨전음식점의 형태를 취하기도 한다. 이러한 식음공간의 특징으로는 음식의 맛과 종류와 함께 다양한 동양적 요소를 도입한 동양적 느낌의 공간 연출을 통하여 서구인에게 감성적 공간 인지를 유도하고 있다는 점이다.

이의 한 예로, 부다바(Buddha Bar)는 세계적으로 사회, 문화적 이슈가 되고 있는 식음시설로서, 싱가포르나 인도네시아 등 동양의 국가에서 영업 반대라는 반응을 받은 반면, 이의 동양적이고 불교적인 분위기는 오히려 서구인들에게 선호되어 이의 장식품이나 음악은 전 세계에 보급되어 새로운 문화로 자리를 잡아가고 있다.2) (연합뉴스, 싱가포르 AFP. 2000.05.18; 연합뉴스, 자카르타. 2009.01.24)

본 연구는 이러한 서양 내 동양적 식음시설 및 이의 공간 디자인에 대한 서구인의 인식 및 선호가 꾸준한 성장을 이루고 있다는 전제 하에, 근래 미국

1) 2000년에서 2008년의 미국 전체 인구증가율이 7.76%인데 비하여, 워싱턴 수도권 지역의 인구증가율은 9.91%로 2.15%가량 높았으며, 교외지역 중, 통근거리 거주지역인 북버지니아의 인구 증가율은 15.10%에 달해 상당한 인구집중 현상을 보이고 있다.

2) 2000년 싱가포르에서는 내, 외국인들의 향의로 인하여 부다바의 상호와 인테리어를 바꾼 바가 있었고, 인도네시아의 불교단체에서는 상호의 'Buddha' 사용과, 불상, 부처의 이미지 장식이 신성모독이라는 이유로 '부다바'의 영업 허가 취소를 요청한 바가 있다 2009년, 자카르타의 부다바는 상호를 바꾸었음에도 불구하고, 2010년 7월까지도 자카르타에서는 시민들의 시위가 계속되고 있다.

의 수도 워싱턴 DC 지역의 주요 동양 식음시설의 디자인 경향을 파악하고, 동양적 디자인 요소와 이에 대한 서구인들의 의식을 감성적 인지의 측면에서 조사함으로써 선호 배경을 파악하고자 함을 목적으로 한다. 또한 본 연구의 결과는 향후, 본격적인 우리의 식음문화의 서구 진출을 위하여 선행되어야 할 현지인들의 동양 문화 공간에 대한 감성적 인식을 이해하는데 기여할 것을 기대한다.

1.2 연구 방법과 범위

본 연구는 미국의 수도권 지역에 위치하는 동양적 식음시설이 선호되는 배경에 대하여 파악하고자 주요 동양 식음시설의 디자인에 대한 현장조사와 지역인의 동양에 대한 인식에 대한 설문조사로 이루어졌다.

현장조사의 대상지는 워싱턴 수도권 지역(Washington Metropolitan Area) 중, 중심지(Core)인 워싱턴-알링턴-알렉산드리아 지역과, 활발한 사회활동과 함께 중심지로의 통근 가능 거주지역인 교외지역(Suburban)까지를 포함하여 범위를 제한하여, 지역인의 인지도가 높고, 실내디자인의 질적 수준이 높은 6개소를 대상으로 선정하였다. 2010년 7~8월 중 대상시설을 직접 방문하여 동양적 디자인 요소와 공간연출을 중심으로 현장조사를 실시하였다.

설문조사는 워싱턴 수도권 지역에 거주하는 현지인 89명을 대상으로 동양 식음시설에 대한 사용자들의 인식과 감성적 공간 인지에 관하여 자기기입식 설문지를 통하여 이루어졌으며, 이의 결과를 빈도분석으로 도출하였다.

2. 이론적 배경

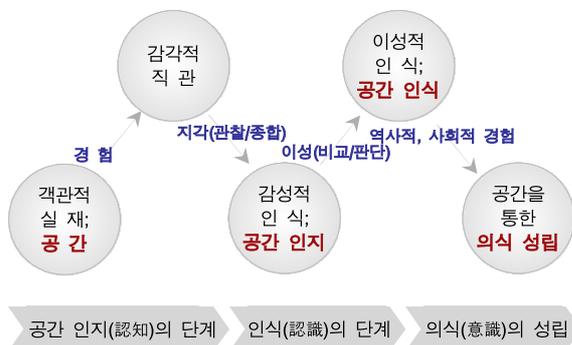
2.1 감성적 인식(認識)과 이성적 인식

철학의 인식론적 입장에서, 인식(認識)은 객관적 실재의 가능한 한 정확한 반영으로서 확립되고 점검된 생각이나 견해, 명제를 총합한 개념이다. 인식은 감성과 이성을 통한 개별적 활동이며 각 개인에 의해 성립되지만, 그 개인들의 사회적 제 활동 속에서 확립되는 사회적 산물이다. 인식의 이러한 개별적 활동은 실천 경험 속에서 획득한 감각적 지각을 기초로 확립되고, 어떠한 분야에서도 결코 완전할 수 없으며, 최종적인 것이 아니어서 완성되어 있지 않고 항상 성장하며 발전하는 특징을 지닌다(쿠퍼스, M, 1988, pp.124-138).

이렇듯 대상을 안다는 것, 즉 객관적 실재로서의

공간에 대한 인식(認識)을 갖는다는 것은 사회적 활동 속 개인의 감성(感性)과 이성(理性)의 복합적 인식 작용이며, 항상 변화하며 발전할 수 있는 특징을 지닌다.

감성적 인식은 감각적 직관을 통해 받아들여진 인식의 한 부분으로, 이는 사물의 외면적인 현상에 대하여 갖게 되는 일종의 표상이다. 감각적 직관이 지각을 통해, 감성적 인식으로 자리를 잡는데 이는 곧 객관적 대상에 대한 인지 작용인 것이다. 그리고 감성적 인식 후, 다른 사물과의 비교·판단·추리 등의 이성적 활동을 통하여 이성적 인식을 얻는 것이다. 이성적 인식은 인간의 이해력으로써 획득하는 인식으로 사물의 본질과 내적인 연관성 그리고 운동발전의 합법칙성을 인식한다(조성오, 2005, p.173). [그림 1]



[그림 1] 인지, 인식, 의식의 단계

2.2 감성적 공간 인지(認知)

2.2.1 감성에 대한 정의

미학(美學: Aesthetik)이라는 학문 영역을 창설한 18세기 독일 철학자 바움 가르텐(A.G.Baumgarten)은 그 바탕을 '감성적 인식(episteme asithetike)'이라는 그리스어에 두고, 인간의 주관적 감성을 주로 다루고 있는데, 감성의 개념과 그 영역에 관해서는 여러 가지 주장이 이어지고 있다(장파, 1999, p.27; pp.112-113).

공간과 관련된 감성에 대한 국내의 선행 연구로서, 정아영과 요영근(2008)은 감성을, 감각을 통한 정신적 반응이라 정의하고 인간의 내부에서 표출되는 심리상태로서의 감성을 주장하여 심리학적으로 접근하였고, 한명흠과 오인욱(2010)은 인간 내면에 상상을 일으키고 미적 대상의 핵심과 본질을 파악하는 인식능력으로서의 감성을 주장하여 철학적, 미학적으로 접근하였다. 정은하와 김개천(2009)은 감각을 매개로하여 인간이 그를 둘러싼 환경과의 접촉에서 어떤 대상과 교감을 이룰 때 인간이 받아들이는 느

낌을 감성이라 주장하여 인간공학의 인지적 측면에서의 감성을 정의하였다. 이성미는 여러 연구문헌에서의 감성 개념에 대한 적용 사례를 취합, 분류하여 크게 세 가지로 정의하고 있는데, 첫째는 감정(emotion)과 혼용되어 사용되는 의미이고, 둘째는 감각 지각에 의한 인지능력으로서의 감성, 마지막 세 번째는 자극정보에 대한 인식능력으로 감성을 정의하고 있다(2008, pp103-106). 이러한 감성의 특성에 대하여 이구형(1998)은, 외부의 자극에 대하여 순간적으로 발생되기 때문에 인위적인 조정이 불가능하며 논리적 의사결정보다 앞서서 감각자극에 대한 정보 처리나 의사 결정에 영향을 미친다 하고, 또한 감성은 개인성을 가지고 생활경험의 기억과 개인의 내적상태에서 기인하여 직관적이고 반사적이라고 하였다.

2.2.2 공간 인지

정은하와 김개천(2009)은, 신체는 공간과 인간의 정신 작용이 접촉하는 매개체로서, 신체 지각(지각)을 통한 체험은 공간을 구성하는 사물과 서로 얽혀진 장(場)의 인지를 통해 의미와 가치를 만들며, 공간은 신체적 체험 의미로 인식하게 되는 것이라 하여 인



[그림 2] 공간인지관계

간의 정신 작용, 즉 인식 작용의 전제로 신체적 지각을 통한 공간의 인지를 주장하고 있다. 그리고 공간의 자극에 최초로 작용하는 오관(시각, 청각, 후각, 미각, 촉각)을 통하여 반응하고 이는 곧 12감각과 함께 공감각적으로 작용하게 되며, 지각의 과정을 거치면서 형성된 경험을 통해 인간은 공간을 인지하게 된다고 주장한다. 김예진과 이정욱(2006)은 이러한 경험을 통한 인지과정에 의해 공간의 가치는 정의되고, 그 공간은 인간의 감성을 자극하게 되며 피드백 작용을 통하여 다른 공간의 인지에도 영향을 미치게 된다고 한다. 이 때 인간은 인지적 존재로서 개인마다 속성과 경험이 다르기 때문에 공간의 지각하는 과정도 다르며 인지의 결과도 다르게 형성된다고 주장하며 [그림 2]를 제시한다.

이와 같이 공간 인지 이론에 따르면 인지의 과정은 '감각과 지각'이라는 경험을 통하여 '공간 가치

3) 지각(知覺)이란, ①알아서 깨달음. 또는 그 능력. ②[심리학] 감각 기관을 통하여 외계의 대상 등을 의식하는 작용 및 이에 서 얻어지는 표상(表象). ③사물의 이치나 도리를 분별하는 능력. 철. (민중국어사전)

정의'라는 공간의 인지를 이루는 것이며, 이는 곧 앞서 설명되었던 철학적, 심리학적 영역에서의 인식론적 개념으로의 감성적 인식과 동일시되는 과정이며 개념인 것이다.

3. 조사대상 시설의 디자인 특성

3.1 조사 개요

동양 식음시설의 동양적 요소와 디자인 특성을 조사, 분석하기 위하여 주요 동양 식음시설을 사전 조사하여, 워싱턴 수도권 지역 내, 총 370여 개소의 동양 식음시설 (http://www.washingtonpost.com/gog/search/q.sortSpecifier_Name,categories_Restaurants,types_Asian.html) 중, 워싱턴 DC의 BUDDHA BAR 와 Mie N Yu, Fairfax의 P.F.Chang's, Reston의 BIG BOWL, National Harbor의 GRACE'S Mandarin 등 최종 다섯 개소의 주요 동양 식음시설을 선정하였다. [그림3] 그리고, 워싱턴 수도권 지역



[그림 3] 워싱턴 DC 지역의 동양식음 시설의 소재

과는 약 300Km 정도 떨어져 있지만, 실내디자인의 질적 수준이 높고, 휴양지라는 지역적 특성상 워싱턴 수도권 지역인들의 방문이 많은 뉴저지주 Atlantic City의 Buddakan을 조사 대상지로 추가하여, 2010년 7월에서 8월 사이 직접 현장을 방문하여 이들 공간의 구성 요소 및 디자인 특성에 대한 현장 조사를 실시하였다.

3.2 조사 대상 시설의 개요

총 6 개의 조사 대상시설은 공통적으로 동양 퓨전음식점으로 동양 여러 나라의 음식을 고루 다루고 있다.

(1) 부다바 (Buddha Bar)

George V Entertainment社의 자회사 중 하나인,

레스토랑 부다바(Buddha bar)는 레이몬드 비산(Raymond Visan)에 의해 1996년 파리에서 처음 영업을 시작한 후, 두바이, 베이루트, 상파울로, 카이로, 프라하, 몬테카를로와 키에프 등 세계 10여 군데 이상의 프랜차이즈에 이어, 2010년 미국의 워싱턴 DC에서도 개점을 하였다. 바와 홀의 식사 공간 외에도 라운지 시설을 갖춘 복합 식음 문화공간으로, 공간 전체를 조망하는 DJ 박스에서는 동양적 라운지 음악으로써 공간의 동양적 분위기를 배가시키고 있다. 회, 초밥, 롤, 카레를 비롯한 일본, 중국, 인도, 태국의 복합적 동양 음식을 주메뉴로 하고, 다양한 칵테일과 주류, 음료를 취급하고 있다.

(2) 피에프 창 (P.F.Chang's)

1992년 필립 치앙은 아리조나주의 스코트데일에서 첫 번째 레스토랑을 개업한 이후, 현재까지 멕시코와 쿠웨이트를 비롯, 미국 각지에 200곳이 넘는 프랜차이즈를 갖고 있는데, 그 중 한 곳이 2005년, 버지니아의 Fairfax에 개점하였다. 공간의 정면 중앙에 바가 위치하고 있으며 홀은 그 주변을 감싸는 형식으로 구성되어 있다.

서양인의 입맛에 맞춘 서양화된 중국음식을 주메뉴로 하고, 맥주와 와인, 사케, 차 등의 음료를 취급하고 있으며, 그 메뉴들은 일반마트에서 냉동식품으로 상품화되어 유통되고 있을 만큼 대중화되어 있다.

(3) 빅 볼 (Big Bowl)

LEYE(Lettuce Entertain You Enterprises)社는 접시를 주 식기로 사용하는 미국의 음식 문화에 '사발(Bowl)'개념을 도입하여 1992년 '빅볼(Big Bowl)'이라는 음식점을 시작하였다. 초기에는 세계 각국의 음식을 다루는 음식점이었으나, 태국음식과 중국음식에 집중된 고객의 요구에 의하여 동양 음식점으로 전환하였다. 1992 오픈 이후, 미네아폴리스 지역, 시카고 지역, 워싱턴 수도권 지역등에 8개소의 프랜차이즈 점을 갖고 있으며, 빅볼 익스프레스라는 이름으로 포장전문 형태로 미국 각지 백화점이나 몰의 푸드코트에 입점하여 있다.

친환경과 지속성, 천연재료, 유기농과 지역성을 중시한 식재료를 사용하며 중국과 태국 음식을 주메뉴로 하고 있으며, 자신들이 관리하는 농장에서 채배된 유기농 야채와 육류를 사용하며, 커피나 차 등에 관해서도 유기농을 구입해 사용하고 있음을 강조하고 있다. 실내 공간은 바와 홀, 룸의 세 공간으로 이루어져 있으며, 바 공간은 식사공간과 완전히 분리된 별도의 공간으로 재료선택 메뉴를 위한 뷔페 테이블과의 혼잡을 배제하였으며, 홀 공간은 전형적

식사 공간으로 사용되고 있다.

(4) 미앤유 (Mie N Yu)

2003년 워싱턴 DC 시내 한복판으로 위치를 옮긴 미앤유는 그 내부공간을 홍콩식 바, 터키식 텐트, 모로코식 바자, 베네치안 바와 라운지, 바로크식 룸, 티벳 라운지 등의 바, 라운지, 홀의 공간으로 구분하여 고대 실크로드의 문명을 테이블 군집에서 표현하는 옴니버스식 구성을 취하고 있다. 음식에 대하여도 마찬가지로 각국의 특징을 그대로 살려 삼겹살을 'Korean "Samgyupsal" Pork Belly'라는 이름으로, 불고기를 'Korean Bulgogi and Banchan'이라는 이름으로 판매하여 한국음식을 비롯, 일본, 중국, 태국, 터키, 베트남, 인도, 인도네시아, 아프가니스탄, 말레이시아 등 다국적 음식을 그 본래의 모습대로 제공하고자 하는 노력이 역력히 보이고 있다.

(5) 그레이스 만다린 (Grace's Mandarin)

그레이스 탕(Grace Tang)은 그레이스 포춘(Grace's Fortune)과 그레이스 스테이크와 시푸드(Grace's Steak and Seafood)에 이어서, 이곳 메릴랜드(Maryland)의 내셔널 하버(National Harbor)에 2009년, 그레이스 만다린을 설립하였다. 총 3개 층 규모의 신축건물이며 1층은 바와 스시바가 있으며, 2층은 식사공간인 홀이, 메자닌 형식의 3층은 개별적 공간으로 구성되어있다. 포토맥 강변 쪽으로는 전창의 글라스 월을 사용하여 내부에서는 강의 경치를 조망하고, 계단실의 외벽은 유리로 처리하여 그 안쪽의 전층 10m 높이의 불상이 밖에서도 보이도록 오브제로 활용하였다. 초밥과 회, 롤 등의 일식과 중국, 인도, 인도네시아, 말레이시아 등의 음식이 지역인의 입맛에 맞추어 준비되어있으며, 바에서는 칵테일 등 각종 음료가 준비되어 있다.

(6) 부다칸 (Buddakan)

1995년 설립된 스테판 스타(Stephen Starr)의 스타 레스토랑 (Starr Restaurant) 그룹은 '멀티 컨셉 레스토랑 (Multi-Concept Restaurant Company)'으로 레스토랑과 엔터테인먼트를 겸하는 회사다. 공연이 있는 레스토랑 설립으로 빠르게 성장하였으며, 뉴욕과 뉴저지, 필라델피아, 아틀랜틱 시티 등지의 모리모토(Morimoto), 컨티넨탈(The Continental), 바클레이 프라임(Barclay Prime), 컨티넨탈 미드타운(Continental Mid-Town), 엘베즈(El Vez), 존스(Jones), 알마드큐바(Alma de Cuba), 파드(Pod), 파크(Parc), 부첼앤싱어(Butcher and Singer), 스테이크 954(steak954) 등의 레스토랑을 가지고 성장하고 있

는 회사다. 그 중 하나 인, 부다칸(Buddakan)은 2006년 뉴욕과 필라델피아에 이어 아틀랜틱 시티 (Atlantic City)의 시저호텔(The Pier at Ceaser)에서도 문을 열었다.

홀과 커튼으로 구분된 개별 공간의 룸으로 구성되어 있으며, 홀 중앙의 조명이 매입된 긴 테이블은 행사시, 무대로 활용되기도 한다.

회, 롤, 튀김, 카레, 김치요리, 팟타이 등 한국의 김치를 비롯해서 일본, 중국, 인도, 태국, 싱가포르 등 여러나라의 다양한 음식을 서양식으로 재해석한 복합적 동양 음식을 주메뉴로 하고, 다양한 와인과 샴페인, 사케 등 각종 음료를 취급한다.

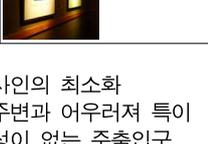
	상 호	위 치	개점 년도	구 성	배경문화	
					종교	국가
1	Buddha Bar	455 Massachusetts Ave. Washington, DC	2010	홀/라운지/바	불교	중국
2	P.F.Chang's	4250 Fairfax Corner Ave, Fairfax, VA	2003	홀/바	X	중국
3	Big Bowl	11915 Democracy Dr. Reston, VA	2005	홀/바/룸	X	중국 태국
4	Mie N Yu	3125 M Street, NW Washington, DC	2003	홀/라운지/바/룸	불교	다국적
5	Grace's M.	188 Waterfront St. National Harbor, MD	2009	홀/바/룸	불교	중국
6	Buddakan	The Pier at Caesars, One Atlantic Ocean, Atlantic City, NJ	2006	홀/룸	불교	일본

[표 1] 조사 대상 시설 개요

3.3 조사 대상 시설의 디자인 특성

조사 대상 동양 식음시설을 공간별로 디자인 특성을 비교 분석하여, 전체적 이미지로 파사드와 실내전경을 제시하고, 그 마감재를 분석하였고, 공간별 디자인 요소를 문양, 색상, 조명, 가구로 분류하여 각각의 요소별 특징을 조사하였다. 공간에서 오브제로 사용되는 조형물과 공간의 이미지 부각을 위한 소품을 조사하여 각 공간별 디자인 특성을 다음과 같이 정리하였다. [표 2]

상호	구분	디자인 특성	
Budha Bar	이미지 및 마감재	 <ul style="list-style-type: none"> • 용문양의 facade gate와 조명매입의 사인으로 모던하면서도 동양적인 분위기 연출 	
		 <ul style="list-style-type: none"> • 바닥-우드 플로링 • 벽-도장, 벽지, 패브릭 • 천장-도장 	
	디자인 요소	 <ul style="list-style-type: none"> • 주출입구 사인과 Bar상부 이미지, 포인트 액자 등에 용문양 강조 • '佛' - 천장 구조물, 소품 등 인테리어 곳곳에 한자를 사용 	
		 <ul style="list-style-type: none"> • 붉은색 - 벽도장, 조명매입의 bar카운터 등 배경 색상 • 금색 - 기둥 벽지 등 포인트 색상으로 사용 	
		 <ul style="list-style-type: none"> 조형물 	
		 <ul style="list-style-type: none"> 소품 	
P.F. Chang's	이미지 및 마감재	 <ul style="list-style-type: none"> • 외관의 파벽돌 마감으로 자연미 강조 • 3350mm 진시황 병마용의 대형 말 석상으로 매장의 심볼 로고 부여 	
		 <ul style="list-style-type: none"> • 홀 중앙의 Bar 구성 • 바닥 - 우레탄, 우드플로링 • 벽- 벽지, 타일, 파벽돌 • 천장-도장 	
	디자인 요소	 <ul style="list-style-type: none"> • 홀 중앙 유선형 Bar 카운터 상부의 중국 12세기 민화 출력마감으로 동양적 이미지 강조 	
		 <ul style="list-style-type: none"> • 자연 소재의 자연적 색상 바탕 위, 원색적 그림과 오렌지 포인트 색상의 사용으로 동양적 온화한 분위기 연출 	
		 <ul style="list-style-type: none"> 조형물 	
		 <ul style="list-style-type: none"> 소품 	

Big Bowl	이미지 및 마감재	 <ul style="list-style-type: none"> • 현대적 건물의 조형물을 이용한 외부 사인으로 모던한 분위기 	
		 <ul style="list-style-type: none"> • 자연적 마감재와 블랙의 조화로 현대적 동양적 분위기 연출 • 바닥 - 우레탄 • 벽 - 도장 • 천장 - 도장 위 구조물 	
	디자인 요소	 <ul style="list-style-type: none"> • 한문사용의 로고 • 한자 문양의 커튼, 사인, 이미지월과 중국화 폐 문양의 이미지 월로 동양적 분위기 배가 	
		 <ul style="list-style-type: none"> • 벽체의 붉은 도장과 자연적 소재의 자연적 색상의 조화 	
		 <ul style="list-style-type: none"> 조형물 	
		 <ul style="list-style-type: none"> 소품 	
Mie N Yu	이미지 및 마감재	 <ul style="list-style-type: none"> • 사인의 최소화 • 주변과 어우러져 특이성이 없는 주출입구 	
		 <ul style="list-style-type: none"> • 다국적 음식과 공간의 분리로 동양 여러 국가의 독립된 분위기 연출 • 원목마루, 도장마감 	
	디자인 요소	 <ul style="list-style-type: none"> • 고목의 반복적 사용으로 자연미를 강조한 간접조명과 남녀공용 세면대 공간 	
		 <ul style="list-style-type: none"> • 자연소재 마감재 사용으로 자연 색감의 바탕 위, 파랑, 초록 등의 원색적 포인트 색상으로 국가별 분위기 연출. • 금색의 조형물 	
		 <ul style="list-style-type: none"> 조형물 	
		 <ul style="list-style-type: none"> 소품 	

Grace's Mandarin	이미지 및 실내전경		<ul style="list-style-type: none"> 진시왕릉 병마용 전사 황동상을 주출입구에 배치하여 중국적 느낌을 강조 		
			<ul style="list-style-type: none"> 인공연못의 대나무와 봉어 등과 대형불상과 코끼리 등으로 '자연'을 강조하는 오브제 활용 화강석바닥, 벽지와 도장벽체마감, 천장 도장 		
	디자인 요소	문양		<ul style="list-style-type: none"> 한자'貴'의 로고 사인 사각문양의 반복 동양적 그림 이미지 문양의 사용 	
		색상		<ul style="list-style-type: none"> 붉은 색과 금색의 조화로 중국풍의 동양스러움을 강조 	
		조명		조형물	
		가구		소품	
	Budakan	이미지 및 실내전경		<ul style="list-style-type: none"> 단순화한 조경과 사인의 자연적 조형물 중첩된 게이트 성 구조로 방문객의 자연스런 유입유도 	
				<ul style="list-style-type: none"> 전면 대형 불상 앞, Bar 타입의 조명매입 테이블은 행사시 무대 활용 우드블럭바닥, 오각패턴 유리 위 커튼 벽, 회벽, 천장의 도장마감 	
		디자인 요소	문양		<ul style="list-style-type: none"> 반복되는 오각형의 기하학적 문양과 회벽의 유선형 문양으로 자연미 강조
			색상		<ul style="list-style-type: none"> 자연소재 마감재의 내추랄한 색감 금색과 붉은 색으로 전면 불처상 강조
조명				조형물	
가구				소품	

[표 2] 조사 대상지별 공간 디자인 특성

3.4 소 결

대상 시설의 공통적 문화 배경은 동아시아 지역 국가들이거나 불교적 배경을 가지고 있는 것으로 나타났다. 각 공간에서의 동양 이미지를 나타내는 요소들의 특징은 한 국가의 특징에 국한하지 않고 동양적 이미지 일반에 대하여 표현되고 있었다. 이들 시설들의 동양적 디자인 요소를 분석하면 다음과 같이 정리할 수 있다. [표 3]

◎: 매우 동양적 ○: 동양적 X: 동양적이지 않음

상 호	문양 ⁴⁾ (형태)	색상	동양적 특성			외부사인
			조명	가구	외부사인	
1 Buddha Bar	문자문(한자:佛) 동물문(용)	赤, 金	패브릭 팬던트	실크 목가구	전면갈바, 돌출사인	
	◎	◎	◎	◎	◎	
2 P.F.Chang's	자연산수문 (동양민화)	黑, 黃	원형 광다운	목가구	전면네온, 찬넬사인	
	◎	X	X	X	○	
3 Big Bowl	문자문(한자大碗) 인공물문(화폐)	赤	패브릭 팬던트, 벽부등	목가구	찬넬사인, 조형물	
	○	○	○	X	X	
4 Mie N Yu	기타문(고목)	靑, 綠, 金	앤틱 팬던트, 벽부등	소파, 부스	돌출사인	
	X	X	◎	○	X	
5 Grace's M.	문자문(貴) 기하문(사각) 기타문(변검탈)	赤, 金	패브릭 직부, 팬던트	가죽 목가구	전면갈바, 돌출사인	
	○	◎	◎	X	○	
6 Buddakan	기하문(오각형)	赤, 金	LED, 패브릭 벽부등	철재 가구, 부스	찬넬사인	
	X	○	X	X	○	

[표 3] 조사 대상 시설의 동양적 요소

4. 동양 식음시설에 대한 서구인의 감성적 인지 특성

4.1. 설문조사 개요

동양 식음시설에 대한 지역인의 설문조사 방법은 자기 기입식 설문지 형식으로 실시하였다.

설문의 구성은 첫째, 성별과 연령, 인종 등 조사 대상자의 일반적 특성 관련 질문과 둘째, Oriental'로 연상되는 국가, 'Asian Culture', 'Buddha'에 관한 문항 등, 현지인들의 동양문화에 대한 일반적 의식 관련 내용, 그리고 셋째, 동양 식음시설 사용 후의 선호 요소와 비호감적 요소 등 공간의 감성적 인지 관련 내용 등으로 이루어졌다. [표 4]

4) 전통 문양의 종류 : 기하문, 동물문, 식물문, 문자문, 복합문, 인공물문, 인물문, 자연산수문, 기타문

구분	내용	
일반적 특성	성별, 연령, 인종	
동양 문화	지역성	'Oriental'에서 연상되는 국가
	관심과 이해	'Asian Culture'에서 가장 인상적인 것 'Buddha'의 의미와 연관이 깊은 것
동양 식음 시설	공간 일반	동양 음식점 방문 빈도
		공간 방문 이유
		동양적 공간의 가장 중요한 디자인 요소
	특정 공간	공간 사용 후, 동양이미지에 대한 인식 변화
	POE	공간에서 호감적 디자인 요소 공간에서 비호감적 디자인 요소

[표 4] 설문지 조사내용

4.2 조사 대상자의 일반적 특성

본 연구의 조사대상자는 남자 44.32%, 여자 55.68%였고, 이들의 평균연령은 34세였으며, 18세 미만 1.14%, 18세에서 24세가 19.32%, 25세에서 34세가 40.91%, 35세에서 44세가 18.18%, 45세에서 54세가 11.36%, 55세 이상이 6.82%였다. 인종으로는 흑인(African American)이 18.68%, 동양인(Asian)이 18.68%, 백인(Caucasian)이 45.05%, 라틴계(Hispanic)이 8.70%, 그 밖의 인종이 8.70%였다. [표 5]

특성	구분	f(%)	특성	구분	f(%)
성별	남	40(44.94)	연령	18세 미만	1(1.12)
	녀	49(55.06)		18-24세	17(19.10)
	계	89(100)		25-34세	37(41.57)
인종	흑인	17(18.48)		35-44세	16(17.98)
	동양인	18(19.57)		45-54세	10(11.24)
	백인	41(44.57)		55세 이상	6(6.74)
	라틴	8(8.70)		무답	2(2.25)
	그 외	8(8.70)		계	89(100)
	계	92(100)		평균연령	33.91(11.07)

[표 5] 조사 대상자의 일반적 특성

4.3 동양 문화에 대한 의식 조사

4.3.1 '동양'의 지역성에 관한 의식 조사

미국의 동양 식음시설을 조사하기에 앞서, 워싱턴 수도권 지역의 현지들이 생각하는 '동양 음식점'에서의 동양이란 어느 나라의 음식문화를 생각하게 되는지 알아보기 위하여 그들 의식에서의 '동양'이란 어떠한 국가들을 연상하게 되는지 조사하였다. 설문조사 시, 자신의 경험과 연관성이 있는 국가를 대표적 이미지로 떠올릴 수 있음을 고려하여 세 곳의 국가를 선택하게 하였고, 이를 다시, 아시아의 여섯 지역적 구분으로 나누어 통계하였다. 나라별로는 중국 26.60%, 일본 20.97%, 한국 12.73%, 홍콩 9.36%, 태국 5.99%, 대만 5.24%, 베트남 4.12%, 인도 3.00%, 필리핀 2.62%, 싱가포르와 인도네시아가 각 1.87%의 순으로 나타났으며, 아시아의 지역적 구분으로 나누

었을 때는 동아시아 지역에 편중 되어있는 것을 볼 수 있었다. [표 6]

지역	국가	f(%)	%
서아시아	사우디아라비아	1(0.37)	3(1.12)
	터키	1(0.37)	
	이란	1(0.37)	
남아시아	방글라데시	2(0.75)	14(5.24)
	인도	8(3.00)	
	파키스탄	1(0.37)	
	스리랑카	2(0.75)	
동아시아	중국	71(26.60)	211(79.03)
	일본	56(20.97)	
	한국	34(12.73)	
	홍콩	25(9.36)	
	대만	14(5.24)	
동남아시아	태국	16(5.99)	63(23.60)
	말레이시아	3(1.12)	
	베트남	11(4.12)	
	필리핀	7(2.62)	
	싱가폴	5(1.87)	
	인도네시아	5(1.87)	
북아시아	러시아	1(0.37)	4(1.50)
	우즈베키스탄	3(1.12)	
중앙아시아	몽골, 티벳	0(0)	(0)
계		267(100)	267(100)

[표 6] '동양'이미지에 연상되는 국가

4.3.2 동양 문화에 대한 관심과 이해

(1) 동양 문화에 대한 인식

지역 현지인들이 생각하는 동양 문화에 대한 인식을 알아보기 위하여 '동양문화'에서 인상 깊은 부분이 무엇인지에 대하여 조사하였다. 89명의 응답자 중, 41.44%가 철학과 종교, 예술의 관념적 문화를 답하였고, 29.83%가 패션과 음식 등의 물질적 문화를 답하였고, 27.07%가 관습과 생활습관 등의 규범적 문화를 답하였다. [표 7]

식음시설	f(%)
철학, 종교, 예술	75(41.44)
관습, 생활양식	54(29.83)
패션, 음식	49(27.07)
그 외 (기술 등)	3(1.66)
계	89(100)

[표 7] 동양 문화에 대한 인식

(2) 조사 대상지 방문 빈도와 '부처'이해

89명의 워싱턴 수도권 지역 현지인들에게 '부처'의 개념에 대해 복수 선택하도록 하였으며, 그 답안으로는 불상 31.53%, 불교의 창시자 27.52%, 열반에 이른 자 34.85%, 답 없음 5.50%의 답을 받았다. 불상은 틀린 개념은 아니나, 종교라는 관념적 문화를 물질로 해석하는 서구적사고의 발상이라 해석될 수 있고, 불교의 창시자는 틀린 개념, 열반에 이른자는 맞는 개념이다. 동양 식음시설의 이용 빈도와 '부처'개념의 이해 관계를 알아보기 위하여 그 이용 빈도를

일주일에 1번 이상인 사람과 한 달에 1번 미만인 사람, 한 달에 2~3회 방문하는 사람의 세 그룹으로 나누어 그 대답을 분석하였다. 주 1회 이상 이용하는 자의 54.17%는 바른 개념인 '열반에 이른 자'를 선택하여 동양 종교에 대한 이해도가 높았고, 이에 비하여 월1회 이하 집단에서는, '불상'의 선택이 47.06%로 동양 문화에 대한 관심이 적은 것으로 해석되며, 월 2~3회 방문하는 사람들은 정답이 약간 많았으나, 전체적으로 비슷한 비율을 보이고 있었다. [표 8]

방문빈도	불상	불교의 창시자	열반에 이른 자	답없음
월 4회 이상 (23)	3(12.50)	7(29.17)	13(54.17)	1(4.17)
월 2~3회 (33)	16(31.37)	16(31.37)	18(35.29)	1(1.96)
월 1회 이하 (30)	16(47.06)	7(20.59)	7(20.59)	4(11.76)
계	35(32.11)	30(27.52)	38(34.86)	6(5.50)

[표 8] 조사 대상지 방문 빈도와 '부처'에 대한 답

'불교의 창시자'는 잘못된 개념인데, 이 또한 직선적 세계관을 가진 서구식 사고의 오류라 볼 수 있다. 이러한 대답은 모든 집단에서 20.59%, 29.17%, 31.37%의 빈도로 나타나 잘못된 이해를 갖고 있는 부분도 상당 수 있음을 알 수 있었다.

4.4 동양 식음시설에 대한 인지적 특성

4.4.1. 공간 사용에 대한 일반적 특성

(1) 방문빈도

워싱턴 수도권 지역민들은 동양 식음시설 방문 빈도에 대한 답으로 한 달에 1번 이하 33.71%, 한 달에 2~3번 40.45%, 4~5번 8.99%, 6번 이상 16.85%로 답하여, 전체 응답자 중, 25.84%가 1주일에 한 번 이상의 빈도로 이용하고 있었다. [표 9]

방문회수	f(%)	방문회수	f(%)
1번 이하	30(33.71)	4-5번	8(8.99)
2-3번	36(40.45)	6번 이상	15(16.85)

[표 9] 방문빈도 조사

(2) 방문이유

방문 이유에 대하여는, 전체 응답자 89명이 답한 121개소의 동양 식음시설에 관한 대답으로 방문 이유에 대한 답은 복수 가능토록 하였다. 그 결과는 음식 47.93%, 분위기 27.27%, 가격 8.26%, 기타 (모임, 친구의 권유 등) 16.53%로 나타났다. [표 10]

(3) 동양적 공간 창출을 위한 디자인 요소

동양적 공간 창출을 위한 디자인 요소를 묻는 질문에서는 자연소재의 '마감재' 6.74%, 중국과 일본을 상징하는 붉은 색과 금색, 또는 원색적 색감의 '컬러톤' 28.09%, 한지나 페브릭을 사용한 반간접적 '조명'

방문 이유	f(%)
음식	58(47.93)
분위기	33(27.27)
가격	10(8.26)
그 외 (권유, 모임 등)	20(16.53)
계	121(100)

[표 10] 동양 식음시설 방문 이유

5.62%, 전통적 '문양' 13.48%, 전통적 '가구' 24.72%, 소품 11.24%, 조각품 등의 오브제 10.11%로 답하여, 동양적 이미지를 표현하기 위한 요소로 편리함과 안락함이 겸비된 전통적 느낌의 가구와 원색의 포인트와 붉은색, 금색 등의 컬러톤을 선택하고 있었다.

[표 11]

디자인 요소	f(%)	디자인 요소	f(%)
마감재	6(6.74)	가구	22(24.72)
컬러톤	25(28.09)	소품	10(11.24)
조명	5(5.62)	조각/오브제	9(10.11)
문양	12(13.48)	계	89(100)

[표 11] 동양적 공간을 연출을 위한 디자인 요소

4.4.2 조사 대상 시설 사용 후 감성적 인지 특성

조사 대상시설 사용 후 의식조사에 관하여는 전체 응답자 89명이 답한 101개소의 동양 식음시설에 관한 답안 중, 포장 전문 음식점과 실내디자인의 질적 수준이 검증되지 않은 47개의 대답은 배제하고, 지역인의 인지도와 실내 디자인의 질적 수준에 준하여 앞서 조사하였던 Buddha Bar, P.F.Chang's, BIG BOWL, Mie N Yu, Grace's Mandarin, Buddakan 등의 여섯 개 시설로 제한하여 조사 대상 시설로 선정된 공간에 대한 54개의 설문답안으로 분석하였다.

(1) 공간사용 후 동양 문화에 대한 의식변화

공간의 사용자들은 공간의 감성적 인지를 통한 자신의 '동양 이미지'에 대한 의식에 변화가 있었는지에 대한 물음 61.11%가 그렇지 않다고 답하여 많은 사람들은 공간이 자신의 의식에 영향을 미치지 않는다 생각하고 있었고, 38.89%의 응답자만이 공간 사용 후, 의식의 변화가 있다고 대답하였다. 그리고, 변화가 있었다는 응답자 중의 91%는 긍정적 방향으로의 변화라고 답하여, 동양적 공간이 지역인의 동양 문화에 대한 인식에 다소나마 긍정적인 영향을 미치고 있다고 보여 진다. [표 12]

인식의 변화	f(%)	변화의 방향	f(%)
매우 있다	1(1.85)	긍정적	20(95.24)
있다	4(7.41)	부정적	1(4.76)
있는 편이다	16(29.63)	계	21(100)
없다	25(46.30)		
전혀 없다	8(14.81)		
계	54(100)		

[표 12] 공간 사용 후, 인식 변화

(2) 동양 식음시설 선호도 조사

워싱턴 수도권 지역민 89명의 응답자 중, 6개소의 조사 대상 동양 식음시설 중 한 곳만을 방문한 사람이 26.97%, 두 곳을 방문한 사람은 11.24%, 세 곳 이상을 방문한 사람은 8.99%로, 전체 응답자 중, 47.2%가 조사 대상 시설의 방문 경험이 있었다. 이 곳의 방문경험은 없지만 다른 동양 식음시설을 선호하는 사람은 46.07%였고, 동양 식음시설을 한 번도 이용하지 않았던 사람이 6.74%였다. [표 13]

방문 경험 있는 동양 식음시설	f(%)
조사 대상지 중 한 곳	24(26.97)
조사 대상지 중 두 곳	10(11.24)
조사 대상지 중 세 곳 이상	8(8.99)
조사 대상지 외, 다른 동양 식음시설	41(46.07)
전혀 가본 적 없음.	6(6.74)
계	89(100)

[표 13] 동양 식음시설 방문 경험

지역민 89명을 대상으로 설문조사하였으며, 복수 선택 가능토록한 장소 선호도는 Buddha Bar 9.77%, P.F.Chang's 26.32%, Big Bowl 7.52%, Mie N Yu 6.02%, Grace's Mandarin 3.76%, Buddakan 4.51%의 순으로 나타났다. 동양 식음시설 방문 경험이 한 번도 없는 사람이 4.51%를 차지하고 있었고, 그 밖의 다른 곳을 선택한 사람이 37.59%였다. [표 14]

식음시설	f(%)	식음시설	f(%)
BUDDHA BAR	13(9.77)	Mie N Yu	8(6.02)
P,F,Chang's	35(26.32)	GRACE'S M.	5(3.76)
BIG BOWL	10(7.52)	가본적 없음	6(4.51)
BUDDAKAN	6(4.51)	그 외	50(37.59)
		계	133(100)

[표 14] 선호 동양 식음시설

(3) 공간의 선호 디자인 요소

• 공간에서 선호하는 디자인 요소

여섯 곳의 조사 대상 동양 식음시설의 각 공간별 디자인 요소들을 마감재, 색상, 조명, 문양, 가구, 소품, 조각(오브제) 등의 7가지로 나누어 선호하는 요소를 복수 선택하도록 하였다. 총 54개의 설문답안에서 220개의 선호 요소의 답을 받아, 한 답안 당 4.07개의 선호 디자인 요소가 대답 되었다. 각 대상지의 설문을 종합하여 분석한 결과, 마감재 10.45%, 색상 17.73%, 조명 16.82%, 문양 10.45%, 가구 14.09%, 소품 14.55%, 조각(오브제) 15.91%의 선호 디자인 요소로서의 선택되어 전반적으로 색상, 조명, 조각(오브제) 등이 주요 선호되는 요소였다. [표 15]

• 공간에서 비호감적인 디자인 요소

각 공간별 비호감적인 디자인 요소에 대해서는 총 54개의 설문답안에서 73개의 답을 받아, 한 답안

디자인 요소	f(%)	디자인 요소	f(%)
마감재	23(10.45)	가구	31(14.09)
컬러톤	39(17.73)	소품	32(14.55)
조명	37(16.82)	조각/ 오브제	35(15.91)
문양	23(10.45)	계	220(100)

[표 15] 공간에서 선호하는 디자인 요소

당 1.35개의 비호감적 디자인 요소가 대답 되었다. 선호요소가 답안 당, 4.07개의 선택을 보인데 비하면, 비호감적 요소보다는 선호되는 요소가 월등히 많았음을 알 수 있다. 각 대상지의 설문을 종합하여 분석한 결과, 마감재 15.07%, 색상 10.98%, 조명 12.33%, 문양 15.07%, 가구 21.92%, 소품 15.07%, 조각(오브제) 9.59%로 답하여, 가구에 월등히 많은 선택이 있었으며, 마감재와 문양, 소품이 그 다음을 차지하고 있었다. [표 16]

디자인 요소	f(%)	디자인 요소	f(%)
마감재	11(15.07)	가구	16(21.92)
컬러톤	8(10.96)	소품	11(15.07)
조명	9(12.33)	조각/ 오브제	7(9.59)
문양	11(15.07)	계	73(100)

[표 16] 공간에서 비호감적 디자인 요소

4.5 소 결

조사 대상 시설에서 선호되는 디자인 요소는 색상, 조명, 오브제 등이었고, 비호감적 디자인 요소로는 가구의 선택 빈도가 높았으며, 그 구체적인 내용은 다음과 같이 설명될 수 있었다.

첫째, 선호되는 디자인 요소로서의 색상이다. 동양적 색상으로 보이는 부분은 붉은 색과 금색, 그리고 동양적 그림이나 문양에 포인트로 사용되는 화려한 원색적 색감이 있었는데, 이러한 원색적 색감은 자연적 소재와 어우러져 포인트로 사용되고 있었다. 두 번째로는 조명 요소가 선호되고 있었다. 대상 공간에서 공통으로 사용된 조명은 패브릭 커버의 팬던트 조명과 한지 느낌의 벽부조명, 간접조명 등이었으며, 조도가 높지 않아 은은한 분위기를 연출하고 있었다. 세 번째는 조각상 등을 이용한 오브제로서의 디자인 요소를 선호하고 있었다. 대형 불상이나 진시황 병마용의 전사와 말석상이 대표적 요소이다. Buddha Bar, P.F.Chang's, Mie N Yu, Grace's Mandarin, Buddakan의 5곳에서는 대형 조각상이 배치되어 있었으며, 그 오브제는 공간에서 선호되는 디자인 요소로 지목되고 있었다. 마지막으로 가구는 비호감적 요소로 가장 많이 선택되었는데, Mie N Yu의 가구는 오래된 소파와 고풍스러운 목재 의자가 공간과 잘 어울리고 편안하여 공간에서 선호되는 요소로 작용하기도 하였다. 그와 반대로 Buddha

Bar, P.F.Chang's, Grace's Mandarin의 가구는 그 모양이 너무 일반적이거나 편안함을 주지 못하여 비호감적 요인으로 선택되었다.

조사 대상자들은 동양 공간의 사용이 자신의 인식에 영향을 미치지 않는다고 생각하는 사람이 61.11%로 더 많았으나, 공간 사용의 빈도와 '부처'의 개념에 대한 답의 관계에서 방문 빈도가 높은 사람이 낮은 사람보다 동양 문화에 대한 관심과 이해가 높은 경향이 있어, 공간의 사용과 동양 문화에 대한 인식의 관계가 무관하지 않음을 짐작할 수 있었다.

또한 조사대상 동양 식음시설 중, 한국 음식은 Mie N Yu에서만 'Korean Bulgogi and Banchan'과 'Korean "Samgyupsal" Pork Belly' 라는 이름으로 판매되고 있었는데, 공간에 대해서는 한국적 이미지를 갖고 있지 않았다. 음식이 대중화되어 있는 상황에서 공간의 창출은 가까운 미래에 순차적으로 일어날 일이라 여겨지며 공간의 한국적 이미지를 연출하기 위해서는 앞서 설문하였던 바와 같이 현지인들의 의식을 고려할 때, 색상과 가구에 중점을 두는 것이 중요하다 여겨진다. 포인트 색상의 오방색 적용이라든가, 전통가구의 재해석을 통한 편리성과 안락함을 겸비한 전통적 가구의 재창출을 통하여 한국적 특징을 살리는 것이 현지인들의 공간에 대한 기대와 부흥하여 사용자들에게 깊은 인상을 남기게 될 것이며, 점차 한국적 공간이라는 개념을 형성할 것이라 사료된다.

5. 결론

공간 사용에 따른, 감성적 인식 작용의 공간 인지 후, 조상 대상지에 대한 현지인들의 의식을 살펴본 결과, 근래 워싱턴 수도권 지역의 동양 식음시설 증가 요인과 그 공간의 디자인 특성의 배경이 현지인들의 동양 문화에 대한 의식과 감성적 인지에 따른 선호 요소에서 기인함을 알 수 있었으며 그 구체 내용은 다음과 같이 종합될 수 있다.

첫째, 워싱턴 수도권 지역의 현지인들은 '동양(Oriental)'이라는 단어에서 한국, 중국, 일본 등의 동아시아 국가들을 연상하고 있었으며, 이들의 철학, 종교, 예술 등 관념적 문화를 '동양문화(Asian Culture)'의 대표적 모습으로 인식하는 비중이 높았다. 이러한 경향은 지역에서 현지인들에게 선호되고 있는 동양 식음시설의 실내 디자인에서도 나타나고 있어, 그 동양 식음시설의 디자인 특성은 한 국가에 제한적이지 않고, 다국적 특성을 지니며, 불교적 문화의 배경이 강하게 나타나고 있었다.

둘째, 동양적 분위기를 연출하기 위한 주요 디자인 요소로써 색상과 가구의 중요성을 높이 생각하고 있었으며, 이는 감성적 인식에 따른 공간 인지의 선호 디자인 요소에서 가장 선호되는 요소로 색상이, 그리고, 가장 비호감적인 디자인 요소로 가구가 선택되어 이에 대한 기대가 높음을 알 수 있었다. 현지인들에게 선호되는 동양 식음시설의 디자인 요소는 색상, 조명, 오브제의 순이었는데, 색상은 붉은색과 금색, 그리고 원색적 색감의 포인트가 자연적 재료의 무채색 색상과 어우러짐을 선호하고 있었고, 조명은 패브릭 커버의 펜던트 조명과 간접 조명을 사용하여 전체적으로 낮은 조도의 은은한 분위기를, 그리고, 동양적 문화와 종교적 상징의 오브제를 선호하고 있었다.

마지막으로, 워싱턴 수도권 지역의 동양 식음시설의 수가 이전 보다 많아져 이 공간의 사용 빈도가 점점 높아지고 있으며, 동양 식음공간의 사용 빈도가 높은 사람의 집단이 낮은 사람의 집단보다 동양 문화에 대한 이해도와 관심도가 상대적으로 높은 경향을 보이고 있음을 알 수 있었다. 이는 동양 식음시설 사용에 따른 공간의 인지가 사용자들의 감성적 인식의 형성, 그리고 그 문화에 대한 의식에 까지 연관이 있으며, 이전 서구사회의 동양 문화에 대한 오해와 편견이 시대적 흐름에 따라 관심과 호감으로 전환되어 가고 있음을 알 수 있는 부분이었다.

참고문헌

- 오인욱.(2002). 실내디자인학, 서울: 기문당
- 일본건축학회.(1998). 배현미, 김종하 역, 인간심리 형태와 환경디자인, 서울: 보문당
- 장파.(1999) 유중하 역, 동양과 서양 그리고 미학, 푸른숲, p.27, pp.112-113
- 정무웅 외8명, (2004), 건축디자인과 인간행태심리. 서울: 기문당
- 조성오, (2005), 철학에세이, 서울, 동녘
- Glancey, J.(2003), The Story of Architecture, London: Dorling Kindersley Ltd,
- 콘퍼스, M.(1988), 이보임 역, 인식론, 서울: 동녘
- Grillo, P.J.(2003), 김학철 역, 디자인이란 무엇인가, 서울: 세진사.
- Abercrombie, S.(1990), A Philosophy of Interior Design, Colorado: Westview
- 김예진, 이정욱.(2006). 경험디자인의 개념과 특성에 관한 연구, '실내디자인학회' 57, 138-146
- 이구형.(1998). 감성과 감정의 이해를 통한 감성의 체계적 측정평가, '한국감성과학회지:감성과학', 1, 113-122
- 이성미.(2008). 공간디자인의 감성에 대한 개념적 연구, '실내디자인학회' 66, 102-109
- 정아영, 오영근.(2008). 공간연구에 있어서 감성적 연구경향에 관한 연구, '실내디자인학회' 70, 157-165
- 정은하, 김개천.(2009). 디지털 미디어를 적용한 감성 공간 표현 특성에 관한 연구, '실내디자인학회' 77, 115-123
- 한명흠, 오인욱.(2010). 공간환경의 감성평가척도에 관한 연구, '실내디자인학회' 81, 3-10
- U.S. Census Bureau, Population Division, 2008; <http://www.census.gov/>
http://www.washingtonpost.com/gog/search/q,sortSpecifier_Name,categories_Restaurants,types_Asian.html