

디자인학석사 학위논문

한국의 비빔기 형태와 디자인 제안 (도자식기를 중심으로)

A Suggestion about Form and Design of
Korean Bibim Dishware
(Focused on the Ceramic Bowl)

2013년 8월

서울과학기술대학교 NID융합기술대학원
II.디자인융합프로그램

문 난 희

한국의 비빔기 형태와 디자인 제안 (도자식기를 중심으로)

A Suggestion about Form and Design of
Korean Bibim Dishware
(Focused on the Ceramic Bowl)

지도교수 최병건

이 논문을 석사 학위논문으로 제출함
2013년 8월

서울과학기술대학교 NID융합기술대학원
IT.디자인융합프로그램

문 난 회

문난회의 디자인학석사 학위논문을 인준함
2013년 8월

심사위원장 (인)

심사위원 (인)

심사위원 (인)

목 차

국 문 요 약	i
도 목 차	ii
표 목 차	iii
I. 서 론	
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구의 범위 및 방법	2
3. 선행연구의 고찰	2
II. 이론적 배경	
1. 비빔밥의 유래와 역사	5
2. 비빔밥의 종류와 특성	8
3. 현대의 비빔기 형태와 디자인 현황 분석	13
III. 디자인 연구	
1. 현대 비빔기 디자인 요소 분석	26
2. 개발 디자인에 대한 사전 소비자 선호도 조사	30
3. 디자인 개발	40
4. 개발 디자인에 대한 사후 소비자 선호도 조사	59
VI. 결론	72
참고문헌	73
부록(설문지)	76
ABSTRACT	86

국 문 요 약

21c 글로벌화 시대의 세계 각국에서는 음식을 통한 문화 산업으로서 국가의 이미지를 제고하는 많은 노력들이 이루어지고 있다. 우리나라도 이에 발맞춰 한식세계화 정책 추진을 통해 한식분야를 산업기반이나 세계화 전략 품목을 정하여 단계적으로 전략을 수립하고 추진해 가고 있다. 이에 본인은 한식 세계화 전략 품목 중 하나인 비빔밥이 국·내외에서 경쟁력과 관광 상품의 역할을 충분히 할 수 있는 메뉴임을 확신하게 되었다. 비빔밥이라는 음식과 뗄 수 없는 불가분의 관계에 있는 것이 식기이며 비빔밥의 맛과 멋을 증폭시켜주는 수단 또한 식기이므로 한식 세계화 정책의 추진 과정 내에서 표준화되고 글로벌한 비빔기 디자인 개발의 필요성이 대두되었다. 따라서 본인은 도자기 업계의 활성화, 표준화 된 개발 비빔기에 대한 상품화, 유통에 대한 기대 목적으로 연구에 접근하게 되었다.

본 연구에서는 비빔기 디자인 제안이라는 최종 목적을 가지고 한국에서 현재 유통되고 있는 비빔기의 현황을 분석하여 표준화 할 수 있는 평균크기와 용량을 도출하였다. 그리고 사전 설문지 조사를 통해 소비자들의 선호도가 반영된 형태, 문양, 색상을 분석 하여 앞으로 나아 갈 방향을 제시해 보고자 하였다. 결과적으로 기능성, 보관성, 실용성이 용이한 형태와 현대적이며 세계화가 가능한 함축적 문양으로 백자 비빔기 디자인을 제안코자 하였다. 다양한 형태의 비빔기 조사에서 도출된 O형, S형, U형, V형 중 사전 형태 선호도 조사에서 선호된 O형의 형태를 선택하고 유기, 자기, 목기, 스테인레스 비빔기 특성을 응용하여 각각 비빔기 디자인1, 2, 3, 4를 디자인하였다. 그리고 사전 문양 선호도 조사에서 도출한 여러 형식의 연꽃문양 중에서 회화적이며 선(線)적인 문양을 제시하여 4가지의 비빔기에 적용하였다. 또한 본 연구를 통해 제안된 4가지의 형태들로 사후 설문지를 통해 만족도 조사를 실시하였다. 이에 더욱 욕구가 다양해져 가는 현대 소비자들의 성향과 선택적 행동, 그리고 개발된 비빔기의 반응을 조사함으로써 차후의 한식의 세계화 및 마케팅 분야에 큰 도움이 되리라 기대한다.

도 목 차

【도1】 전주비빔밥 고궁	8
【도2】 진주비빔기 천황식당	9
【도3】 해주비빔기 능라밥상 종로3가	10
【도4】 안동비빔기 안동헛제사밥식당	11
【도5】 통영명게비빔밥 회정식당	12
【도6】 설문응답 직업비율	31
【도7】 설문응답 연령비율	32
【도8】 설문응답 결혼여부 비율	32
【도9】 설문응답 월평균 수입비율	33
【도10】 설문응답 디자인 전공교육 이수여부 비율	33
【도11】 재료적 측면에서 선호하는 비빔기제품	34
【도12】 식기제품에 문양부착에 따른 선호도	34
【도13】 비빔기의 문양별 선호도	35
【도14】 선호하는 비빔기 문양 모티브	35
【도15】 한국적 이미지의 식기문양 선호도	36
【도16】 비빔기에 어울리는 형태	36
【도17】 O형에 어울리는 식기와 문양	37
【도18】 S형에 어울리는 식기와 문양	38
【도19】 U형에 어울리는 식기와 문양	38
【도20】 V형에 어울리는 식기와 문양	39
【도21】 비빔기에 어울리는 형태	41
【도22】 선호하는 비빔기 문양 모티브	41
【도23】 한국적 이미지의 식기문양 선호도	42
【도24】 여러 가지 연꽃 문양 표현방법	46
【도25】 비빔기 디자인1 도면	51
【도26】 비빔기 디자인2 도면	52
【도27】 비빔기 디자인3 도면	53
【도28】 비빔기 디자인4 도면	54
【도29】 비빔기 디자인1 렌더링	55
【도30】 비빔기 디자인2 렌더링	56
【도31】 비빔기 디자인3 렌더링	57

【도32】 비빔기 디자인4 렌더링	58
【도33】 설문응답 직업 비율	60
【도34】 설문응답 연령 비율	61
【도35】 설문응답 결혼 여부 비율	61
【도36】 설문응답 월평균 수입비율	62
【도37】 설문응답 디자인 전공교육 이수 여부 비율	62
【도38】 설문응답 비빔기 구입 경로	63
【도39】 비빔기 구입 시 우선적 고려사항	63
【도40】 비빔기의 가격정도	64
【도41】 도예가의 작업장이나 공방에서의 적당 가격	65
【도42】 시장이나 인터넷쇼핑몰에서의 적당 가격	65
【도43】 비빔기의 이미지로 선호하는 형용사	66
【도44】 비빔기에 어울리는 식기	66
【도45】 비빔기 디자인1를 선택한 이유	67
【도46】 비빔기 디자인1의 형태와 문양의 어울림정도	67
【도47】 비빔기 디자인2를 선택한 이유	68
【도48】 비빔기 디자인2의 형태와 문양의 어울림정도	68
【도49】 비빔기 디자인3을 선택한 이유	68
【도50】 비빔기 디자인3의 형태와 문양의 어울림정도	68
【도51】 비빔기 디자인4를 선택한 이유	69
【도52】 비빔기 디자인4의 형태와 문양의 어울림정도	69
【도53】 개발디자인 된 비빔기의 적당한 가격	70
【도54】 비빔기의 이미지로 선호하는 형용사	70

표 목 차

【표1】 유기비빔기	14
【표2】 유기비빔기의 평균크기	15
【표3】 자기비빔기	16
【표4】 자기비빔기 평균크기	17

【표5】 목비빔기	19
【표6】 목비빔기의 평균크기	20
【표7】 스테인레스 비빔기	21
【표8】 스테인레스 비빔기의 평균크기	21
【표9】 비빔기의 평균크기	22
【표10】 현대의 비빔기의 현황분석	24
【표11】 현대의 비빔기 형태별 평균크기와 용량	25
【표12】 도자식기의 디자인 요소	29
【표13】 설문응답 직업비율	31
【표14】 설문응답 연령비율	32
【표15】 설문응답 결혼여부 비율	32
【표16】 설문응답 월평균 수입비율	33
【표17】 설문응답 디자인 전공교육 이수여부 비율	33
【표18】 재료적 측면에서 선호하는 비빔기제품	34
【표19】 식기제품에 문양부착에 따른 선호도	34
【표20】 비빔기의 문양별 선호도	35
【표21】 선호하는 비빔기 문양 모티브	35
【표22】 한국적 이미지의 식기문양 선호도	36
【표23】 비빔기에 어울리는 형태	36
【표24】 O형에 어울리는 식기와 문양	37
【표25】 S형에 어울리는 식기와 문양	37
【표26】 U형에 어울리는 식기와 문양	38
【표27】 V형에 어울리는 식기와 문양	39
【표28】 비빔기에 어울리는 형태	41
【표29】 선호하는 비빔기 문양 모티브	41
【표30】 한국적 이미지의 식기문양 선호도	42
【표31】 한국의 비빔기 O형의 형태 분류	43
【표32】 연꽃문양 디자인 제시안	48
【표33】 설문응답 직업비율	60
【표34】 설문응답 연령비율	61
【표35】 설문응답 결혼여부 비율	61
【표36】 설문응답 월평균 수입비율	62
【표37】 설문응답 디자인 전공교육 이수여부 비율	62
【표38】 설문응답 비빔기 구입 경로	63

【표39】 비빔기 구입시 우선적 고려사항	63
【표40】 비빔기의 가격정도	64
【표41】 도예가의 작업장이나 공방에서의 적당 가격	65
【표42】 시장이나 인터넷쇼핑몰에서의 적당 가격	65
【표43】 비빔기의 이미지로 선호하는 형용사	66
【표44】 비빔기에 어울리는 식기	66
【표45】 비빔기 디자인1를 선택한 이유	67
【표46】 비빔기 디자인1의 형태와 문양의 어울림정도	67
【표47】 비빔기 디자인2를 선택한 이유	67
【표48】 비빔기 디자인2의 형태와 문양의 어울림정도	67
【표49】 비빔기 디자인3을 선택한 이유	68
【표50】 비빔기 디자인3의 형태와 문양의 어울림정도	68
【표51】 비빔기 디자인4를 선택한 이유	69
【표52】 비빔기 디자인4의 형태와 문양의 어울림정도	69
【표53】 개발디자인 된 비빔기의 적당한 가격	70
【표54】 비빔기의 이미지로 선호하는 형용사	70

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

인간의 음식문화는 여러 자연환경과 사회적 여건들로 인해 국가마다, 지역마다 서로 다르게 형성 되었으며 쉽게 변하지 않는 특성을 가지고 있다. 더욱이 21c 글로벌화 시대의 세계 각국에서는 음식을 통한 문화산업으로서 국가의 이미지를 제고하는 많은 노력들이 이루어지고 있다. 우리나라도 이에 발맞춰 한식 세계화 정책 추진(2008.10)을 통한 한국 스타일(Korean Style)을 기획해 이 중 한식분야를 산업화 기반이나 세계화 전략 품목으로 김치, 비빔밥, 전통주, 떡볶이로 정하고 세계화 전략을 단계적으로 수립하여 추진해 나가고 있다. 또한 한식에 대한 외국소비자 인식 면에서 비빔밥>김치>불고기>갈비(한국식품연구원, 2004)와 불고기>비빔밥>순두부찌개>김치찌개(한식재단, 한식당미국진출 가이드북, 2012)로 조사되었으며, 국제 기내식 협회에서 최우수 기내식으로 선정된 바 있는 대한항공 기내식 메뉴인 비빔밥으로 미루어 점차 한식을 대표하는 음식이 김치에서 다양한 음식으로 확장되고 있음을 착안하게 되었다.

한식에 대한 내국인 소비자들의 비빔밥 선호도 조사에서 남자(38.8%) 여자(37.2%)가 “맛이 좋아서” 선호한다는 결과 분석과(이세희, 2010) 우리나라를 방문한 외국인들이 한식당에서 선호하는 메뉴도 갈비> 불고기> 비빔밥(한식재단, 간소 고품격 메뉴개발 연구, 2010)으로 미루어 비빔밥은 이제 한식의 대표 음식으로서 자리 매김 했다 볼 수 있다. 그리고 충분히 경쟁력을 갖춘 일품요리로서 국, 내외 관광 상품의 역할을 충분히 할 수 있는 메뉴가 되었다. 그러나 정작 음식과 식기는 켈 수 없는 긴밀한 관계를 갖고 있음에도 한식 세계화와 깊이 접목되지 못하고 있는 아쉬움이 있다. 한식 세계화 사업은 음식과 필수 불가분의 관계를 가지고 있는 식기에 대한 관심과 기대로 한식의 맛과 멋을 증폭시키기 위한 수단으로써 그 중요성이 크다고 하겠다.¹⁾ 이에 석고 비비는 한국식 전통요리 특징을 잘 보여주는 비빔기의 형태와 디자인의 분석이 필요하다. 더불어 도자식기로써의 비빔기가 이제는 우리 전통적 신선로나 프랑스의 에스카고르처럼 특정 음식과 함께 떠올릴 수 있는 그릇에 대한 연구가 필요한 시점에 다다랐다. 특히, 가까운 일본의 도자식기를 보더라도 이들의 특징은 형태의 즐거움과 담은 요리에 따라 서로 어울리는 그릇, 즉 음식메뉴에 따

1) 『월간도예』, 2009. 9, p.60

른 그릇의 다양성²⁾에 있다고 할 수 있다. 이제 우리나라도 한식 세계화에 발맞춰 비빔밥이라는 메뉴에 따른 비빔기를 본격적으로 연구함으로써 도자식기 업계의 활성화, 그리고 단품으로써의 표준화된 도자 비빔기의 상품화와 유통에 대한 기대 목적이 필요하다. 따라서 비빔기의 디자인 현황과, 설문조사를 통해 소비자의 디자인 선호 경향을 파악하여 현대 소비자의 요구와 취향에 맞는 제품 디자인을 구현하기 위한 기초자료를 제시하고자 한다.

2. 연구의 방법 및 범위

본 연구는 한식의 세계화 추진에 발맞추어 외국인과 내국인의 한국전통음식에 대한 인지도와 기호도 조사 결과³⁾에 따라 비빔밥의 높은 선호도에 따른 일품요리로서 식기 형태와 디자인의 개발이 필요하다는 전제 아래 출발하였다. 비빔밥이라는 단순 메뉴에 따른 식기연구의 필요성과 이론적 배경으로 다음과 같이 연구방법 및 범위를 전개해 보고자 한다.

첫째, 비빔밥에 대한 선행연구를 언급, 분류하여 사례를 조사한다.

둘째, 비빔밥의 유래와 역사를 문헌과 구전으로 구분하여, 각 지역의 비빔밥의 유래와 역사, 그리고 종류와 특징을 조사한다.

셋째, 비빔기 형태와 디자인을 현황 분석하여 평균크기와 용량, 그리고 형태의 특징을 도출한다.

넷째, 현대 비빔기의 디자인 요소를 분석하고 사전 설문지 조사를 통해 개발 디자인 제안을 위한 기초자료로써 소비자들이 선호하는 형태와 문양을 조사한다.

다섯째, 비빔기 디자인^{1, 2, 3, 4}의 형태들을 디자인 개발하고 사후 설문지 조사를 통해 소비자들이 선호하는 형태와 문양을 도출하여 분석한다.

2) 『생활 도자식기 진흥 프로그램 연구』, 재단법인세계도자기엑스포, 2007.

3) 서경화, 신민자 등, 『일본 중국 유학생들의 한국음식에 대한 기호도 및 한식당의 개선방안에 관한 연구』, 한국조리학회지, 2006, p.19.

3. 선행연구의 고찰

1) 비빔밥 선호도에 관한 선행연구

한식 세계화를 위해서는 외국인들의 한식에 대한 선호도를 파악하는 것이 중요하다고 판단되었다. 서경화⁴⁾, 한현숙⁵⁾, 이승민⁶⁾, 윤혜려⁷⁾, 이연정⁸⁾, 이세희⁹⁾ 등 이들은 외국인이 선호하는 음식종류를 파악하거나 한식당의 장·단점 평가, 그리고 외국인 출신 역별 한식에 대한 기호도 차이를 비교하였다.

2) 도자식기 형태 및 디자인에 관한 선행연구

도자식기는 한식의 맛과 멋을 증폭시키는 수단으로서 그 중요성이 크다 하겠다. 윤동숙¹⁰⁾, 김명란¹¹⁾, 이윤¹²⁾ 등은 한국인에 맞는 식기를 디자인하기 위해 한국 식문화와 식기문화의 상관적인 이론적 고찰과 분석을 통하여 식기 디자인의 현황과 선호도, 경향분석을 제시하였다. 이 논문들은 복합적이면서 규격화를 통한 개성화와 다양화를 논하였고 차별화된 전략으로 자국민의 문화적 가치를 부각시키는 식기 디자인을 제안하였다. 오중석¹³⁾은 향토음식인 전주비빔밥의 가치성을 역사적, 문화적 차원에서 이해하고 다국화 되어가는 현대사회 소비자에게 경쟁력을 갖추고자 조선조 사발의 장점을 모티브로 다양하고 실용적인 그릇을 개발하였다. 또한 차별화된 음식문화를 강조하여 여러 가지 전주의 상징물과 '전주'라는 상호를 자체 브랜드화 시킬 수 있는 비빔기를 제시하였다.

3) 비빔밥 메뉴 구성과 식기구성에 관한 선행연구

김언정¹⁴⁾ 등은 공동연구를 통해서 한식을 세계화 할 수 있는 기본을 마련하기 위해 현재 판매 되고 있는 한식당의 과다 제공되는 반찬수와 양을 줄여 간소화 하였다. 그리고 메뉴 중 고급화 할 수 있는 메뉴를 선별하여 현대인들의

4) 서경화, 신민자 등, 앞의 자료와 같음.

5) 한현숙, 『외국인을 위한 비빔밥 개발』, 호명여자대학교 석사학위논문, 2008.

6) 이승민, 『비빔밥 섭취현황 및 기호도 조사』, 호명여자대학교 석사학위논문, 2005.

7) 윤혜려, 『국내제류 외국인들의 출신지역에 따른 한식에 대한 인지도 및 선호도 연구』, 한국생활문화지, 2005, p.20.

8) 이연정, 『한류가 한국음식에 대한 인식과 태도에 미치는 영향』, 동아시아 식생활학회지, 2005, p.16.

9) 이세희, 『전통 음식인 전주비빔밥의 선택행동에 관한 연구』, 초당대학교 석사학위 논문, 2010.

10) 윤동숙, 한기웅, 『한국 식문화를 고려한 식기디자인에 관한 연구』, 한국디자인문화학회, 2006.

11) 김명란, 『도자 한식기에 대한 의식조사와 디자인 연구』, 한국도자학회, 2005.

12) 이윤, 여화선, 『현대 생활도자 식기의 형태와 디자인 분석』, 한국디자인문화학회, 2007.

13) 오중석, 『전주 비빔밥그릇 개발에 관한 연구』, 단국대학교 석사학위논문, 2002.

14) 김언정,심기현,김용한, 『간소 고품격 메뉴 개발 연구』, 숙명여자대학교 한국음식연구원, 2010, pp.7~11.

입맛에 맞게 메뉴를 개편하는 상차림을 제안하였고 한식 상차림 개발을 통하여 한식을 세계화 할 수 있는 방안을 강구하였다. 이명화¹⁵⁾는 초등학교 급식에서 제공되었던 기존의 비빔밥 식단을 대상으로 비빔밥의 종류와 메뉴 패턴을 분석하였다. 그리고 학생들의 기호도와 식사 만족도를 증가시킬 수 있는 양질의 학교 급식 메뉴를 개발하는데 필요한 기초자료를 제공하고자 시도하였다. 옥은희¹⁶⁾는 절기음식 상차림을 위한 도자 식기 디자인에 관한 연구에서 선달의 비빔밥 상차림에서 여러가지 크기와 디자인을 제시하기도 하였다.

이들 연구 결과에 따르면 외국인들의 한국 전통음식에 대한 인지도 조사 결과, 김치와 불고기, 비빔밥이 가장 많이 먹어본 음식으로 조사되었다. 기호도 결과로는 불고기, 갈비구이, 비빔밥 등의 순으로 기호도가 높은 것으로 나타났으며, 내국인들의 비빔밥에 대한 인지도도 높은 것으로 조사되었다. 식기의 형태나 디자인 연구에서는 식기디자인의 현황과 개별화와 규격화, 다양화에 대한 디자인 연구의 필요성을 제시하였다. 그리고 현대인들의 입맛에 맞는 한식 메뉴 개발과 간편하고 품격 있는 메뉴 개발로 효율적인 한식 세계화 방안을 제시하였다. 그러나 일품요리로서의 비빔기의 형태와 디자인 제시는 오중석의 연구 논문이었다. 이러한 연구 결과들을 토대로 본 연구에서는 내국인뿐만 아니라 외국인들도 선호하는 대표 한식 메뉴인 비빔밥의 활성화와 비빔밥이라는 일품요리로서 위상을 높여 줄 수 있는 식기의 필요성으로 개발 비빔기 디자인을 제시하였다.

15) 이명화, 『초등학교 급식에서의 비빔밥식의 식단 유형분석』, 경상대학교 석사 학위논문, 2007, p.2.

16) 옥은희, 『절기음식 상차림을 위한 도자식기 디자인에 관한 연구』, 이화여자대학교 석사논문학위, 2005, p.92

II. 이론적 배경

1. 비빔밥의 유래와 역사

비빔밥이 어디에서 유래 되었느냐에 대해서는 여러 가지 설이 있는데 다음과 같다.¹⁷⁾

첫째, 궁중 음식설이다. 조선시대 임금이 먹던 밥을 일컫는 수라에는 흰수라, 팔수라, 오곡수라, 비빔 등의 4종류가 있는데 이때 비빔은 점심때나 혹은 종친이 입궐했을 때 가벼운 식사로 이용되었다. 그래서 비빔은 수라라 하지 않고, 그대로 비빔이라고 불렀다. 이것이 차츰 양반계급이나 중인, 서민에까지 전하여져 오늘날에 이른 것이다.

둘째, 농번기 음식설이다. 농번기에는 하루 여러 번 음식을 섭취하는데 그때마다 구색을 갖추기 어렵다. 논밭이나 들에서 일하다가 새참으로 보리밥을 바가지에 담고 푸성귀 이것저것과 고추장을 넣어 비벼 먹던 들밥도 비빔밥의 한 뿌리이다.

셋째, 음복설이다. 음복이란 제사를 마치고 나면 제상에 놓은 제물을 빠짐없이 먹는 것을 말한다. 이는 신인공식을 의미한다. 그런데 산신제나 동제의 경우 집으로부터 먼 곳에서 제사를 지내므로 식기를 충분히 가지고 갈 수 없어 결국 제물을 끌고루 먹으면서 그릇 하나에 여러 가지 제물을 받아 비벼서 먹게 되었다는 것이다.

넷째, 묵은 음식 처리설이다. 선달 그믐날 새해 새날을 맞기 위해 여러 가지 새로운 음식을 장만 하면서 묵은해의 남은 음식을 없애기 위하여 묵은 나물과 묵은 밥을 비벼 먹은 것에서 유래한다.

다섯째, 임금 몽진설이다. 나라가 내란이나 왜란 등 난리가 일어나 임금이 몽진하였을 때 수라상에 올릴 만한 음식이 없어 하는 수 없이 밥에 몇가지 나물을 비벼 수라상에 올렸다는 것에서 유래하였다.

여섯째, 동학 혁명설이다. 동학군이 난을 일으켜 이리저리 옮겨 다닐 때 도자기가 깨지기도 쉽고 짐이 되기도 하였을 것이다. 또한 그릇이 충분하지 않아 그릇 하나에 이것저것 받아 비벼 먹었다고 유래한다.

비빔밥이 처음으로 언급된 문헌은 1890년대에 쓰였고 1910년에 세상에 알려진 한글 필사본 ‘시의전서’에서 처음 기록되었다 “밥을 정히 짓고, 고기는 재

17) 홍도애, 『역주동국세시기』, 과학원 고전 연구실, 1999, p.64.

워 볍고, 간납(전유어)은 부쳐 썬다. 각색 납새(채소)를 볍아 놓고 좋은 다시마로 튀각을 튀겨서 부셔 놓는다. 밥에 모든 재료를 다 섞고 깨소금, 기름을 많이 넣어 비벼서 그릇에 담는다. 위에는 잡탕거리처럼 계란을 부쳐서 골패짝만큼씩 썰어 얹는다. 완자는 고기를 곱게 다져 잘 재워 구슬만큼씩 빚은 다음 밀가루를 약간 묻혀 계란을 썬워 부쳐 얹는다. 비빔밥 상에 장국은 잡탕 국을 해서 쓴다"라고 쓰여져 있다.¹⁸⁾ 밥에 나물과 볍은 고기, 전유어, 튀각 등을 넣고 소금과 기름을 넣어 비벼서 그릇에 담고 알지단과 고기완자를 얹었으며 쇠고기와 내장을 끓인 잡탕국을 곁들였다고 한다. 비빔밥을 궁중에서는 골동반(御膳飯)이라 하여 여러 가지 물건을 한 데 섞는 것을 말한다. 자학집요(字學集要)의 '골동반은 어육 등 여러 재료를 미리 쌀 속에 넣어서 찐다'라고 했으니 밥 위에 나물과 고기를 얹어 비비는 밥과는 다르다고 하였다.¹⁹⁾

통국세시기(1849)에도 설날 그믐날 저녁에 남은 음식은 해를 넘기지 않는다고 하여 그것으로 비빔밥을 만들어 먹었으며 궁중에서도 '비빔'이라고 하여 설날 그믐날에 먹었다고 한다.

1921년 방신영(1890~1977)의 '조선요리제법'에는 오늘날과는 다르게 비빔밥에 고춧가루를 뿌려 넣었다. '먼저 밥을 되직하게 지어 큼직한 그릇에 퍼놓고 무나물, 콩나물, 숙주나물, 도라지나물, 미나리나물, 고사리나물 등을 만들어 먼저 무나물, 콩나물을 속에 넣고 그 위에 밥을 쏟아 넣은 후 불을 조금씩 때어 덥게하고 누르미와 산적과 전유어를 잘게 썰어 넣고 또 각색 나물들을 다 넣은 후 기름, 깨소금을 치고 젓가락으로 슬슬 저어 비벼서 각각 주발에 퍼 담은 후에 누르미, 산적, 전유어를 잘게 썰어 가장자리로 돌려 얹고 또 그 위에 튀각을 부스러트리고 팽란을 잘게 썰어 얹은 후 알고명을 잘게 썰어 얹고 고춧가루와 깨소금을 뿌려 놓느니라'라고 하였다.

입춘날이 되면 입춘절식이라 하여 궁중에서는 오신반(五辛盤)을 수라상에 얹고, 민가에서는 세생채(細生菜)를 만들어 먹었다. 조선후기의 문인 유만공(柳晩恭)은 '세시풍요(歲時風謠)'(1895)에서

18) 한복려, 『우리음식100가지』, 현암사, 1999, pp121~152.

19) 계승희, 문현경, 염초애, 송태희, 이성희, 『한국음식의 조리법 표준화를 위한 연구(Ⅲ)-비빔밥 류』, 한국조리과학회지, 1996.

파 썬 푸르고, 겨자는 노라니,
 여러 가지 나물을 진절하매 한 소반이 향기롭다
 밥은 골동 밥을 이루어서 쓴맛이 더하니
 술을 드리매 의당 백엽주(百葉酒)로 할 것이다.

라 읊었으며 이러한 봄의 미각에 대한 시에서도 오신채와 오신반이 등장한다. 입춘 날에는 다섯 가지의 나물을 넣어 먹는 오신채(五辛菜)의 시식(時食) 풍습이 있었는데 바로 오신채를 얹어 먹는 향기로운 입춘 비빔밥을 칭찬한 시이다. 예부터 입춘 날에는 진산채(進山菜)라 하여 경기도 산골 지방의 여섯 육에서 음파, 산갓, 당귀썬, 미나리썬, 무썬 등의 오신채(五辛盤)을 궁중에 진상하고 민가에서도 선물을 주고받는 풍습이 있었다.

조선시대 요리서인 조선무쌍신식요리제법(1930년)에서는 “대체 부빔이란 출처는 골동이라는 말이니 장사가 무슨 물건이든지 오래되고, 파상 난 것과 현령마 등을 벌여 놓고, 팔고 사는 데는 골동 일컬으니 그것만 보아도 부빔밥이 여러 가지 잡되게 섞는 것이니 가게라도 신선하고 아담한 물건을 각각 정결하게 벌여놓은 것이 보기에 깨끗하니 여러 가지 골동 물건을 잡되게 벌여 놓은 데는 부빔밥 좋아하는 사람처럼 골동 파는 사람도 그와 같이 탁하여 뵈나니라”라고 하였다. 이는 비빔밥을 만들 때는 잘 정연된 골동품 가게처럼 깨끗이 하라는 뜻일 것이다.

조선인 손정규는 1940년대 일본어로 출판된 ‘조선요리’에서 비빔밥 조리법을 소개했다. 그는 일제강점기에 생활개선 운동에서 식생활을 담당하여 다수의 계몽적인 글을 발표했다. 1948년 그가 다시 한국어로 펴낸 ‘우리음식’이란 책에 실린 비빔밥 조리법은 다음과 같다. ‘소고기를 이기고 이상의 조미료에서 고춧가루만 빼고 다른 것은 모두 조금씩 넣어서 볶아둔다. 다른 채소는 각각 데쳐서 물기를 뺀 후 조미료를 섞어서 데친 것은 조미료를 함께 볶는 것이 좋다. 오이는 얇게 잘라 소금에 절였다가 짜서 기름에 살짝 볶으면 좋다. 밥은 좀 고슬고슬하게 짓는 것이 좋으며 아무쪼록 밥알이 뭉그러지지 않게 살살 피어가며 이상의 여러 가지 고명을 얹는다. 고춧가루는 입에 넣으며 맛을 보아서 싱거우면 다른 고명을 더 넣는다. 다시마 튀긴 것을 넣으면 더 좋으나 일부러 만들 것은 없고 튀긴 것이 있으면 넣어도 좋다. 그릇에 담을 때는 위에 다 고기와 채소를 보기 좋게 늘어놓는 것도 좋고 계란을 얇게 부쳐서 가늘게 썰어놓는 것도 좋다. 그러나 보통 집 안에서 해 먹을 때는 위에 놓는 고명이 없어도 속에 충분히 섞여 있으니 괜찮다.’²⁰⁾라고 하였다. 3월 시식인 탕평채

를 비빔밥의 뿌리로 생각해 볼 수도 있다. 빨간 살코기, 파란 미나리, 검은 김, 노란 녹두묵 등 4색의 음식을 섞어 초장에 찍어 먹거나 밥에 비벼 먹기도 했던 것이다.²⁰⁾

지금까지 비빔밥의 유래와 역사에 대해서 살펴보았다. 조선요리책에 비빔밥이 소개된 것은 1800년대 말엽이지만 그 훨씬 전부터 비빔밥을 먹어 온 것으로 보인다. 비빔밥은 사람과 조상과의 공식의 제사 절차에서 그 뿌리를 찾을 수 있다. 제상에 올렸던 음식을 제사가 끝난 다음 자손들이 모여 나물, 적 등을 함께 섞어 비벼먹는데서 온 것이다.²²⁾ 이와 같이 비빔밥이 어디서 유래되었느냐에 대해서는 살펴본 바와 같이 여러 설이 있었으나 정확하게 단정 짓기는 어렵다²³⁾

2. 비빔밥의 종류와 특성

비빔밥은 우리나라 일품요리의 하나로 각 지방마다 특산 농산물의 사용을 바탕으로 각 향토의 별미가 형성되어 발달하였다²⁴⁾ 특히 전주, 진주, 해주, 안동 헛제사밥, 평양비빔밥, 통영비빔밥이 유명하다.²⁵⁾

1) 전주비빔밥

전주비빔밥은 대표적인 전라도 향토음식으로 타지방과는 차별화된 방식으로 그 지방만의 고유한 지역적 특성이 반영된 특유의 조리법으로 발전시켜온 음식이다.²⁶⁾ 전주비빔밥의 특징은 직접 기른 콩나물과 오래 묵은 간장, 고추장, 육회, 참기름 등을 넣고 위에 생 계란을 깨어 얹는다. 겨울에는 햇김, 이른 봄에는 청포묵, 초여름에는 쪽갓, 늦가을에는 고춧잎, 깻잎 등을 곁들여 계절의 맛을 즐긴다.²⁷⁾ 【도1】은 현재 전주비빔밥 식단과 식기들이다.

20) 주영하, 『음식인문학』, 휴머니스트, 2011.

21) 이규태, 『우리의 음식이야기』, 1991, p.86.

22) 이효지, 『한국의 음식문화』, 신원출판사, 1999, p.167.

23) 홍도애, 『역주동국세시기』, 과학원 고전 연구실, 1999, p.64.

24) 윤서석, 『우리나라 식생활 문화의 역사』, 신원출판사, 2000.

25) 한현숙, 『외국인을 위한 비빔밥 개발』, 호명여자대학교 석사학위논문, 2003.

26) 김희근, 『특집 한국음식세미나-향토음식 중심의 요리 관광코스개발』, 식품과학산업, 1994, p.27.

27) 이효지, 『한국의 음식문화』, 신원출판사, 1998, p.51.



[도1] 전주비빔밥. 고궁

①비빔밥 구성 재료: 밥, 무채지, 호박나물, 고사리, 콩나물, 버섯나물, 도라지, 오이무침, 육회, 달걀지단, 황포묵, 대추, 밥(1인분밥 200g, 나물전체무게 200g)

②국: 콩나물국

③부재료: 우영야채샐러드, 물김치, 배추김치, 전, 오징어젓

④비빔기 형태 및 디자인: 전주를 대표하는 용량 1250cc 비빔기인 옥면기를 사용하였다. 비교적 바닥이 넓은 편이어서 밥을 비비는 데 편하였다. 그러나 바닥으로 이어지는 식기의 벽이 넓어지는 형태여서 비빔 후 식기 벽을 이용해 숟가락 사용시 제대로 모아지지 않은 불편함이 있었다. 그리고 비빔기의 높이와 숟가락의 길이와도 깊은 연관이 있음을 알았다. 비빔기의 높이가 높을수록 숟가락의 길이가 그 만큼 식기 안에 깊이 머물러야 하므로 손이나 팔의 불편함이 있었다. 부재료 식기는 모두 자기를 사용하였다.

2) 진주비빔밥

진주비빔밥은 1592년 임진왜란 당시 진주성 싸움에서 의병과 군, 관, 민 그리고 돌맹이를 나르던 부녀자들의 식사 제공을 위하여 생겨난 음식이다. 이 진주비빔밥은 꽃밥 또는 일곱 색깔 꽃밥인 칠보화반 이라고도 한다. 동황색의 등근 낫그릇과 흰빛의 밥에 다섯가지 나물과 바지락을 곱게 다져 자작하게 볶은 보탕국을 얹어 비벼 먹는 것이 특징이다. 그 위에 묽은 옛 고추장 특히 석고기를 채로 썰어 깨소금, 마늘, 참기름 등으로 양념한 육회를 반드시 얹어 먹는데 이는 시각적으로나 영양적으로 매우 우수한 음식이며 선지국이 국으로 뒤따른 점이 특징이다²⁸⁾ [도2]는 현재 진주비빔밥 식단과 식기들이다.

28) 김은실, 정혜옥, 『한국음식』, 문지사, 2002.



[도2] 진주비빔기. 천황식당

①비빔밥 구성 재료: 밥, 숙주, 콩나물, 쏙데기(파래 종류), 고사리, 어린배추나물, 육회

②국: 선지국

③부재료: 신김치, 깍두기, 포채, 동치미

④비빔기의 형태 및 디자인: 가장 오래된 비빔밥식당 중 한 곳으로 비빔기와 물컵은 스테인레스, 부재료 식기는 멜라민기를 사용하고 있었다. 스테인레스 비빔기(10.5cm(Ø) × 8.2cm(H))의 밑은 좁고 위는 넓은 대접 형태를 띤 식기였다. 비빔 후 숟가락으로 밥을 식기 벽에 스쳐 뜰 때 제대로 떠지지 않은 불편함이 있었다. 그리고 수저와 비빔기의 소재가 같아서 소리가 요란스러웠다.

3) 해주비빔밥

‘해동죽지’에서 해주 명물로 골동반을 들고 있다²⁹⁾ ‘젠지 버무리’ 또는 ‘찬지 밥’ 이라고도 한다³⁰⁾ 황해도 향토음식인 해주비빔밥은 밥 위에 닭고기와 여러 가지 나물 등을 얹어서 만드는 비빔밥이다. 해주 수양산에서 나는 고사리와 황해도 특산물인 김을 넣고 미리 기름에 볶은 밥을 소금으로 간을 한 뒤에 닭고기를 기본 고명으로 얹는 것이 다르다. 해주 비빔밥은 해주교반 이라고도 한다. [도3]은 현재 해주비빔밥 식단과 식기들이다.

29) 윤서석, 『한국음식』, 수화사. 1987, p.132.

30) 이승민, 『비빔밥 섭취현황 및 기호도 조사』, 숙명여자대학교 석사 학위논문, 2005.



[도3] 해주비빔기. 능라밥상

①비빔밥 구성재료: 밥, 숙주나물, 버섯볶음, 고사리, 도라지, 미나리, 닭 가슴살, 김가루, 콩나물, 달걀 지단채, 간장소스

②국: 육수(닭국)

③부재료: 무생채, 백김치, 양배추김치, 부침개

④비빔기의 형태 및 디자인: 이곳의 비빔기(21.5(Ø) × 8.5cm(H))는 다소 넓고 큰 멜라민기를 사용하였다. 식기 전의 형태는 높고 낮음이 있는 흐름형태였고 디자인은 사선이 서로 얹혀있는 식기였다. 비빔기의 높이가 다소 높아서 수저로 밥을 비비거나 뜯 때 불편하였다. 이곳의 식기 역시 전이 벌어지는 대접형태의 식기여서 밥을 뜯 때 제대로 떠지지 않았다. 부재료의 식기는 모두 멜라민기 사각 형태의 사선이 얹혀 있는 디자인이었다.

4) 안동헛제사밥

쌀밥에 쇠고기, 간고등어, 상어, 두부, 달걀, 무산채, 시금치, 콩나물과 같이 제사 때에 먹는 나물이 밥 위에 얹혀진 비빔밥이다. 옛날 안동지방의 원님이 고을에서 제사 지낸 뒤, 주는 밥이 너무 맛있어 번번이 청하자, 그냥 만들어 올렸다는 유래를 가졌다. 제사 때에나 만들어 먹을 수 있었던 비빔밥을 평소에 먹을 수 있는 비빔밥으로 만든 것이 헛제사밥이라 할 수 있는데 제사음식처럼 어산적, 육산적을 만들어 넣고³¹⁾ 나물에는 파, 마늘을 쓰지 않고 고추장도 쓰지 않는 것이 특색이다.³²⁾ [도4]는 현재 안동헛제사 비빔밥 식단과 식기들이다.

31) 문화재관리국, 『한국민속종합조사보고서: 향토음식편』, 형설출판사, 2006, pp.27~60.

32) 김은실, 최은희, 서명희, 『웰빙한국음식』, 서울MJ미디어, 2005.



[도4] 안동비빔밥. 안동헛제사밥식당

- ①비빔밥 구성재료 :밥, 콩나물, 취나물, 무채, 배추나물, 고사리, 도라지
- ②국: 무국
- ③부재료: 배추김치, 각종 전유어(전달걀, 호박 전, 두부전, 상어, 소고기, 고등어, 배추전, 김전), 안동식혜
- ④비빔기의 형태 및 디자인: 이곳의 비빔기(20cm(Ø) × 7.3cm(H))는 굽(높이 1.3cm)이 있는 유기식기여서 식기 자의 높이가 높아 비빔 때 팔을 좀 더 들어야 하는 불편함이 있었다. 밑은 좁고 위는 넓어지는 대접형태여서 수저 위에 비빔밥이 모아지게 하는 데는 한계가 있었다. 부재료 식기는 유기접시와 멜라민기, 자기, 스테인레스 식기를 섞어 사용하였다.

5) 통영 비빔밥

밥을 담고 그 위에 섭조개와 홍합살을 볶은 것과 여러 가지 나물을 고명으로 얹어 비벼 먹는 비빔밥으로 날 김무침과 무나물을 많이 넣는 것이 특징이다. 통영 비빔밥은 국이 특징적인데 끓일 때 쌀뜨물에 미역과 파래로 끓인 국을 곁들인다³³⁾. [도5]는 현재 통영비빔밥 식단과 식기들이다.

33) 문화재관리국, 『한국민속종합조사보고서: 향토음식편』, 형설출판사, 2006, pp.27~60



[도5] 통영비빔기. 회정식당

①비빔밥 구성재료: 밥, 생오이무침, 명게회, 냉동숙성명게, 김가루

②국: 미역국

③부재료: 깍두기, 배추김치, 시금치나물, 무채지, 취나물, 오징어젓, 물메기알

④비빔기의 형태 및 디자인: 19cm(Ø) × 6.5cm(H)의 대접형태 멜라민 민무늬 식기였다. 식기의 내부가 넓어 비빔기에는 좋았지만 시식할 때는 외부로 벌어지는 형태여서 수저 위의 비빔밥이 쉽게 떨어지지 않았다.

부재료의 식기(13.5cm(Ø) × 3cm(H))도 모두 크기가 같은 민무늬의 멜라민식기였다. 형태는 식기의 중간벽이 오목한 모양에 비빔밥 부재료 반찬이 7가지였고, 컵과 밥그릇은 스테인레스를 사용하였다.

3. 현대의 비빔기 형태와 디자인 현황 분석

1) 유기 비빔기 디자인





























우리나라 유기기의 역사는 청동기시대부터 시작되었고 신라시대에는 유기기를 만드는 국가의 전문기관이 있었다. 고려시대에는 더욱 발달하여 얇고 광택이 아름다운 유기기를 만들었다. 조선 전기에 기술이 퇴화한 듯하였으나 18세기에 이르러 다시 성행하여 사대부족들이 안성에다 유기기를 주문 생산케 하여 안성유기가 발전하였다. 유기는 대표적인 구리합금 금속으로서 각 성분비율에 따라 여러 종류가 있다. 구리와 주석을 7:3으로 합금하여 만든 놋그릇을 방짜유기라 하고, 구리와 아연을 합금하여 만든 그릇을 황동유기라 하는데 두 종류

는 노르스름한 빛깔에 은은한 광택이 난다. 구리에다 니켈을 합금한 것은 백동유기라 하여 흰 빛을 띤다. 제작기법에 따라 방짜와 주물, 반방짜 등이 있다. 가장 질이 좋은 유기로 알려진 방짜유기는 일명 양반쇠라고도 하는데, 북한의 납청유기가 가장 유명하다. 유기장은 전통적인 금속공예기술로서 지역별로 독특한 양상으로 발전하였고, 실용성이 높은 고유의 공예품으로서 가치가 인정되어 중요무형문화재로 지정되었다. 현재 김근수(주물), 이봉주(방짜), 한상춘(반방짜)님 등이 기능보유자로 인정되어있다.³⁴⁾ 이러한 놋그릇은 식중독을 일으키는 악성 대장균 0-157등 세균을 제거해 주며 인공첨가물 또는 음식이나 농약이 들어간 식품을 담아 두었을 때 그릇, 또는 음식 색깔이 변한다. 놋쇠로 만든 화분이나 꽃병에서 식물은 더욱 오랫동안 싱싱하게 살아있고, 찬합에 담긴 생선이나 고기는 더 오래 신선도를 유지한다³⁵⁾하여 유기그릇을 선호하기도 하였다.

유기업체에서 생산되는 비빔기의 형태는 3~4가지로 옥면기, 냉면기, 고궁면기, 비빔기로 조사되었다. 주로 면기가 주를 이루었지만 고급 비빔밥 식당에서는 비빔기 뿐 아니라 면기를 비빔기로 사용하는 곳이 많아서 면기와 비빔기로 나누지 않고 주인의 취향에 따라 비빔기를 선택해 사용하는 경향이 많았다. 중간 부분에 볼록하게 배가 나온 형태의 옥면기와 좁은 밑부분과 윗부분으로 갈수록 벌어지는 대접형태의 냉면기, 식기의 밑부분이 넓으며 위로 갈수록 약간 좁아지는 고궁면기, 냉면기보다는 밑부분이 약간 넓은 대접 형태의 비빔기로 나눌 수 있었다. 금속이라서 무겁고 용량은 1250cc~1700cc까지 사용되고 주로 1250cc가 보편적으로 사용되고 있었다. 디자인은 내형이나 외형에 민무늬였으며 옥면기나 고궁면기의 전 아래 전을 따라 둥근 선이 하나 돌췌 새겨져 있으며 심플한 디자인이고 형태는 업체마다 같은 양상이었으나 식기의 크기는 제각각 이었다. 일반적으로 대·중으로 혹은 중·소의 크기로 나누어 양산, 판매되고 있었으며 크기는 위의 표와 같이 옥면기 18cm~19.5cm(Ø) × 6.8cm~8.0cm(H), 냉면기 18.5cm~23.0cm(Ø) × 6.7cm~9.0cm(H), 고궁면기 17.0cm~17.5cm(Ø) × 7.5cm~8cm(H) 로 조사되었다.

34) 출처:문화재청

35) 한경심, 한국문화평론가, icecreamhan@empas.com

	옥면기	냉면기	고궁면기	비빔기	기타
가람 유키					
	19.0cm(Ø) × 8.0cm(H)	23.0cm(Ø) × 9.0cm(H)	17.5cm(Ø) × 8.0cm(H)	20.5cm(Ø) × 8.0cm(H)	23.0cm(Ø) × 40cm(H)
저장 유키					
	19.2cm(Ø) × 6.9cm(H)	20.1cm(Ø) × 6.0cm(H)	17.0cm(Ø) × 7.8cm(H)	17.4cm(Ø) × 6.7cm(H)	16.0cm(Ø) × 8.0cm(H)
납정 유키					
	18.0cm(Ø) × 6.8cm(H)	20.1cm(Ø) × 7.7cm(H)	17.5cm(Ø) × 8.0cm(H)	18.0cm(Ø) × 6.8cm(H)	20.1cm(Ø) × 7.7cm(H)
안성 유키					
	19.5cm(Ø) × 7.0cm(H)	18.5cm(Ø) × 8.5cm(H)	17.4cm(Ø) × 6.7cm(H)	18.5cm(Ø) × 8.5cm(H)	
영일 유키					
	18.5cm(Ø) × 8.0cm(H)	20.0cm(Ø) × 9.0cm(H)	17.0cm(Ø) × 7.5cm(H)	21.0cm(Ø) × 8.0cm(H)	26.0cm(Ø) × 8.0cm(H)
조선 유키					
	19.5cm(Ø)	20.0cm(Ø)	17.0cm(Ø)	20.0cm(Ø)	

[표1] 유키비빔기

최근의 유기식기의 디자인은 꽃 형태나 식기의 전 주변에 선을 한두개 넣는 정도로 단순한 디자인이었다. 유기비빔기의 평균 크기는 [표2]와 같다.

업체	가람유기	저창유기	납청유기	안성유기	영일유기	조선유기
평균 크기	17.4cm(Ø) × 8.4cm(H)	18cm(Ø) × 7.1cm(H)	18.8cm(Ø) × 7.4cm(H)	18.5cm(Ø) × 7.7cm(H)	19.1cm(Ø) × 8.1cm(H)	19.1cm(Ø)
유기비빔기의 평균크기		18.4cm(Ø) × 7.4cm(H)				

[표2] 유기비빔기의 평균크기

2) 자기 비빔기 디자인

도자식기의 역사는 그것이 식생활의 필요에 의해서 발생된 것인 만큼 어로, 수렵의 식생활 방식을 개발 하였던 신석기시대 까지 소급된다. 이때의 식기는 토기의 표면에 빗살과 같은 기하학적인 문양을 새긴 빗살무늬토기였다. 청동기 시대에 이르러 식기는 거의 무늬가 없는 무문토기로 바뀌었다.

식기는 삼국시대로 오면서 상·하층의 구분된 사회제도와 주·부식의 정착으로 재료나 종류 면에서 매우 다양해졌다. 이중 신라는 앞 시대의 토기를 한층 발전시킨 경질 토기를 등장시켰다. 통일신라는 삼국의 식기문화를 그대로 이어오면서 유약사용으로 그릇의 질을 한층 높였다. 통일신라의 다양한 식기는 고려에 와서 한층 재료가 다양화 되었을 뿐 아니라 형태상 세련미를 나타내게 되었다. 고려시대의 대표 식기는 청자였다. 조선시대의 식기로는 백자 외에도 사기, 질그릇 등이 있었다. 사기는 여러 곳에 사깃골이 있어 막사기를 구워내서 민용 식기로 쓰였고, 질그릇은 이미 석기시대부터 전승되어 오던 것이 김창의 발달과 더불어 되살아 난 것이다. 조선후기에는 서양문물의 도입과 함께 서양풍의 평접시가 유행하게 되었다. 이에 따라 청자, 백자 등의 전통적인 식기는 생산이 거의 되지 않게 되면서 골동품의 가치를 지니게 되었다. 식기의 종류는 재료별, 형태별 등으로 나눌 수 있겠으나 식기로서 도자 비빔기로 사용되고 있는 형태와 디자인을 살펴보도록 하겠다.

광주요	옥부용문	음각목단문	분청산팔문	백자도화문	쑥빛면기
					
	17.0cm(Ø) × 9.0cm(H)	17.0cm(Ø) × 9.0cm(H)	17.0cm(Ø) × 9.0cm(H)	17.0cm(Ø) × 9.0cm(H)	19.0cm(Ø) × 10cm(H)
유진 도자기	회분청	회분청문자	한송이들꽃각	인화문분청	궁중냉면기
					
	17.5cm(Ø) × 8cm(H)	19.5cm(Ø) × 9.5cm(H)	19cm(Ø) × 8cm(H)	18cm(Ø) × 7.8cm(H)	18cm(Ø) × 7cm(H)
이천 도자기 토비	홍크로바	풀피리	여유만만육각	산초롱	자연용기사각
					
	21cm(Ø) × 7.8cm(H)	19.5cm(Ø) × 7cm(H)	20cm(Ø) × 9cm(H)	20cm(Ø) × 6.5cm(H)	20cm(Ø) × 7.5cm(H)
한국 도자기	더 갤러리	드림면기	비올레또	새틴로즈	펼침장생
					
	18.9cm(Ø) × 8.2cm(H)	16.5cm(Ø) × 8.7cm(H)	16.5cm(Ø) × 8.7cm(H)	18.4cm(Ø) × 7.7cm(H)	17.4cm(Ø) × 7.5cm(H)
해성요	고백자매화꽃	백자패랭이	삼배인화문	신용기	분청무지
					
	22.5cm(Ø) × 8cm(H)	21.5cm(Ø) × 8.5cm(H)	22~23cm(Ø) × 6cm(H)	22.5cm(Ø) × 8cm(H)	21.2cm(Ø) × 8.9cm(H)

[표3] 자기비빔기

자기 비빔기는 도자기만의 특별한 유약으로 여러 가지의 멋스러운 색을 낼 수 있고, 흙의 물성으로 인해 작가의 의도대로 얼마든지 다양한 형태를 제작할 수 있는 장점을 가지고 있었다.

도자기업체에서 생산되는 비빔기는 면기라는 이름으로 생산되어 사용할 때는 면기용, 냉면기용, 썰러드용, 비빔용 등의 용도로 사용되어지게 생산되었다. 그래서 각 업체마다 평균적으로 크기가 조금씩 차이를 알 수 있다.

광주요의 클래식 시리즈에서는 17.0cm(Ø) × 9.0cm(H)의 크기로 표준화된 형태에 디자인은 문양과 바탕을 대비적으로 두드러지게 하는 박지기법의 식기를 생산하고 있었다. 또한 전통과 현대를 아우르는 아올다 시리즈의 형태에 손느낌의 돌림문양과 쪽빛, 연갈빛이 나는 자연 색감의 현대적 디자인 식기를 생산하고 있었다.

유진도자기에서는 17.0cm~19.0cm(Ø) × 7.0cm~8.0cm(H)의 비교적 흙의 물성을 이용한 자유로운 형태와 디자인의 식기가 유약의 다양한 색깔과 함께 선보이고 있었다. 이천도자기 토비에서는 19.5cm~22.5cm(Ø) × 6.5cm~9.0cm(H)까지의 비교적 다른 업체들에 비해 식기를 크게 제작하였다. 여러 형태가 자유롭게 나타나고 전부분의 변화가 두드러졌으며 야생화를 모티브로 디자인을 하였다. 한국도자기의 면기는 유니크 하면서 회화적인 면을 부각시킨 유럽스타일의 디자인으로 각각의 식기는 스토리를 갖고 있었으며 16.5cm~18.9cm(Ø) × 7.5cm~8.7cm(H)의 크기였다. 해성요는 21.2cm~23.0cm(Ø) × 6.0cm~8.9cm(H)의 비교적 큰 형태의 식기로 여러 종류의 흙과 유약으로 다양한 형태와 디자인을 출시하였다. 도자기 비빔기의 평균크기는 다음과 같다.

업체	광주요	유진도자기	이천도자기	한국도자기	해성도자기
평균크기	17.4cm(Ø) × 9.2cm(H)	18.4cm(Ø) × 8.1cm(H)	20.1cm(Ø) × 7.8cm(H)	17.5cm(Ø) × 8.2cm(H)	22.1cm(Ø) × 7.9cm(H)
자기비빔기의 평균크기			19.1cm(Ø) × 8.2cm(H)		

[표4] 자기비빔기 평균크기

3) 목비빔기 디자인





















목기의 역사는 신라고찰 실상사의 스님이 3천여명이 넘었는데 스님들로부터

바리 만드는 기술을 전수한 것이 목기제작의 시초라고 한다. 특히 남원의 목기는 지리산을 배경으로 한 풍부한 임산자원과 더불어 사용되는 목재의 독특한 향과 함께 모양이 정교하고, 섬세하며, 목기 자체가 단단하여 더욱 유명하다. 남원의 목기는 옛날부터 왕실에 진상하는 진상품이었는데 현재 전국 수용의 50%이상을 공급하고 있다. 현재 이곳의 목기는 제기, 상, 함지박, 목공예품 등을 천연 옷칠과 카슈 등을 사용, 현대감각을 살려 세련미의 품격을 갖춘 우수제품을 대량 생산하고 있다. 도자기와 유기가 제조되기 전까지는 각종 목기가 필수적인 생활도구로 사용되었으며, 그 후 목기는 도자기 및 유기와 함께 사용되었다. 그러나 실용적인 면에서 도자기와 유기에 미치지 못해 조선조에 이르러서는 왕실, 사찰과 일반 가정에서도 주로 제기로의 기능을 유지하였다.³⁶⁾ 식기로서의 목기는 여러 번의 옷칠과 사포질의 과정을 거쳐 원목에 충분히 스며들게 하여 옷칠 특유의 방수성, 방습성, 내열성, 항균성, 내구성까지 갖추고 있는 고급스러운 식기이다. 식기로서의 목기는 저변확대가 되지 못하고 있지만 웰빙이 유행을 타면서 더불어 식기, 생활용기, 다기, 수저 등에 자연소재 바람이 불어 목기의 사용이 점차 늘고 있다. 대일공예사에서 생산 중인 비빔기는 형태나 디자인이 독특하여 인기리에 판매 중이었다. 박씨 상방에서 제작, 판매되고 있는 사찰에서 주로 사용 중인 바루라는 목기는 다양한 크기로 되어있어 밥의 양에 따라, 재료의 쓰임에 따라 사용할 수 있어서 소비자에게 편리함을 주나 가격이 너무 비싼 단점이 있었다.

목기업체에서 생산되는 면기와 함께 다양한 용도로 제작되어 사용되고 있는 형태는 주로 2~3인용의 비빔기로 사용할 수 있는 함지형이 눈에 띄었다. 목기 비빔기도 유거나 도자기업체에서와 마찬가지로 중간배가 볼록하게 나온 형과 밑이 좁고 위로 갈수록 벌어지는 사발형, 그리고 밑에서 위까지 곧게 뻗은 일자형으로 조사되었다.

경기도 성남시 분당에 있는 고운공예에서는 옛날부터 큰 용기에 많은 양의 음식을 한꺼번에 넣어 비벼 나눠 먹었던 비빔밥의 특성을 잘 보여주는 지름 30.0cm의 함지형을 좋은 재질의 원목으로 생산하고 있었다. 주황 계통의 은은한 호박형태와 전부분에 물결무늬와 꽃무늬를 넣은 함지형태 목기를 생산 중이었고, 이견무늬가 운영하는 나무그리기 공방에서는 냉면기라는 이름으로 나무의 재질에 따라 자연스런 디자인의 세련된 식기를 생산 중이었다. 그리고 면기, 비빔기, 샐러드 용기로 판매되고 있었다.

36) www.sjbnews.com

용기 이름	호박함지	꽃함지	물결함지	원함지	귀함지
고운 공예					
크기	30.5cm(Ø) × 9cm(H)	30.5cm(Ø) × 9cm(H)	29cm(Ø) × 8.5cm(H)	29.5cm(Ø) × 5.5cm(H)	30.3(Ø) × 9cm (H)
용기 이름	냉면기1	냉면기2	냉면기3	냉면기4	느티비빔기
나무 그릇					
크기	17.5cm(Ø) × 8.3cm(H)	17cm(Ø) × 8cm(H)	18.5cm(Ø) × 7.5cm(H)	18.5cm(Ø) × 7.3cm(H)	18cm(Ø) × 7.5cm(H)
용기 이름	대죽기	바루	샐러드볼	금꽃볼	접칠보
지산 공예					
크기	16.9cm(Ø)	18.5cm(Ø)	17cm(Ø)	23cm(Ø)	21~26cm(Ø)
용기 이름	물푸레비빔기	물푸레	물푸레	박씨비빔기	웃수레비빔기
예인 공방					
크기	17cm(Ø) × 7cm(H)	17.5cm(Ø) × 8cm(H)	17cm(Ø) × 7cm(H)	18cm(Ø) × 6.5cm(H)	17.5cm(Ø) × 8.5cm(H)

[표5] 목비빔기

남원목기에서는 생 칠에 금분으로 디자인을 하고 식기의 겉에 칠보를 입혀 더욱 고급스런 식기를 선보였다. 특히 목기 중에서 바루는 스님들이 사용하는 식기 중 하나인데 크기가 다양하여 비빔기로 손색이 없을 정도로 사용할 수

있는 식기였다. 비빔기로써 목기를 사용할 수 있는 크기는 17.5cm~30.0cm(Ø) × 5.5cm~9cm(H)까지 다양하고 다른 소재의 비빔기보다 다소 크게 제작되고 있었다. 목비빔기의 평균크기는 다음과 같다.

업체	고운공예	나무그릇	지산공예	예인공방	박민철공방
평균크기	29.3cm(Ø) × 8cm(H)	18cm(Ø) × 8cm(H)	19.2cm(Ø)	17.4cm(Ø) × 7.4cm(H)	18cm(Ø) × 7.5cm(H)
목비빔기의 평균크기		20.4cm(Ø) × 7.7cm(H)			

[표6] 목비빔기의 평균크기

4) 스테인레스 비빔기 및 기타

기타의 비빔밥기로는 돌솥, 양은, 스테인레스, 유리, 멜라민기 등이 있겠다. 우리나라 사람들은 비빔밥 선호도 조사에서 특히 돌솥 비빔밥을 선호한 것으로 미루어 비빔기로써 돌솥의 쓰임은 인기가 대단히 많다. 돌솥은 우리나라 사람들의 식생활 특성상 밥을 먹고 승냥과 누룽지까지 먹을 수 있게 해 주기 때문이다. 그 밖에 양은이나 스테인레스, 멜라민 비빔기는 깨질 염려가 없거나 편리해서 일반 식당에서 가장 많이 사용하는 식기이다. 다양한 형태와 모던한 디자인도 식당 소비자들의 이목을 끌고 있었다.

스테인레스 식기에 대한 우리나라의 비빔식당에서의 사용현황을 보면 유기식기와 함께 스테인레스 식기도 많이 사용되고 있음을 알 수 있다. 경제적으로 저렴하면서 사용상의 편리성으로 한 번 구입하면 반영구적으로 사용할 수 있는 장점일 것이다. 스테인레스는 현대에 와서 냉·보온성의 기능을 위한 개발이 활발히 이루어지고 있었다.

현대의 스테인레스 비빔기는 이중으로 기능을 추가해 좀 더 따뜻함이 지속되도록 만든 기능성 식기로 디자인이 다양하고 소비자들의 요구를 충분히 반영하고 있었다. 지금까지 현장 방문한 비빔기로써의 식기 조사를 한 결과는 다음과 같다.

용기 이름	냉면기	다단식면기	다단식이중 궁중냉면기	두줄냉면기	샤튼이중 다단식냉면기
금속 상사					
크기	21cm(Ø) × 9.5cm(H)	19.5cm(Ø) × 8.5cm(H)	22cm(Ø) × 11cm(H)	20cm(Ø) × 8cm(H)	19.5cm(Ø) × 7cm(H)
용기 이름	이중탕기	스텐뚝배기	이중굽비빔기	이중무광 다단식탕기	합면기
하인 즈상 사					
크기	19.5cm(Ø) × 8cm(H)	17cm(Ø) × 9cm(H)	18cm(Ø) × 9.5cm(H)	19.5cm(Ø) × 8cm(H)	19.5cm(Ø) × 8cm(H)

[표기] 스테인레스 비빔기

업체	금속상사	하인즈상사
평균크기	20.5cm(Ø) × 8.8cm(H)	18.7cm(Ø) × 8.5cm(H)
스테인레스비빔기의 평균크기	19.6cm(Ø) × 8.7cm(H)	

[표8] 스테인레스 비빔기의 평균크기

5) 소 결

유기, 자기, 목기 비빔기는 유구한 역사와 함께 우리조상들의 생활식기로써 지금까지 지속적인 관심과 사랑을 받고 있다. 비빔기라는 표준화된 식기는 거의 찾아보기 어려웠지만, 유기 공예에서는 다른 공예분야와는 다르게 냉면기, 떡국기, 소면기, 비빔기, 뽕배들이 등의 이름으로 제품이 판매되고 있었으며 크기 또한 지름 19cm~20cm 높이 6cm~7cm로 조사되었다. 유기비빔기의 디자인은 주로 두 가지로 조사 되었다. 옥냉면기 형태처럼 중간부분이 볼록한 형과 민냉면기처럼 밑과 위의 넓이 차이가 조금 있으면서 자연스레 식기 벽이 연결되는 형태이다. 비빔기가 따로 있었지만 냉면기를 비빔기로 사용하는 경우가 더 많았다.

유기 비빔기는 주로 전주 비빔밥과 진주 비빔밥의 중요 식기로 인식하며 사용되어지고 있었지만 각 지방을 대표하는 비빔밥의 고급 식당에서는 거의 사용되어지고 있었다. 용량은 1250cc~1700cc이며 주로 1250cc가 보편적으로 사용되고 있었다.

자기 비빔기는 우리나라의 대표 도자기업체의 한국도자기나 행남자기에서 조차 따로 비빔기라는 이름으로 생산되지 않았다. 일반 가정에서는 냉면기라는 식기를 비빔기 대응으로 사용하고 있었다. 몇몇 개인 공방에서는 비빔기를 제작, 판매되고 있었으나 이 또한 표준화된 크기는 없었다. 현재 판매중인 도자 비빔기의 크기는 지름 16~23cm, 높이 6~9cm로 제작되고 있었다. 자기 비빔기는 다양한 색, 형태와 디자인이 많아 소비자의 선택의 폭을 크게 제공해 주는 분야이고, 일반적으로 가정에서 가장 선호하고 많이 사용 중인 식기 분야였다. 용량은 1700cc에서 2000cc까지이며 그 이상도 있었고 보통 1700cc가 보편적으로 사용되고 있었다.




목기 비빔기는 가볍고 친자연적이며 가볍고 쉽게 깨질 염려는 없지만 마니아층 아니면 극히 일부 식당에서 사용 중이었다. 목기 식기 경우 수입품이 아닌 국산제품일 경우 고가의 식기에 속했다. 크기나 형태는 유거나 자기 비빔기와 비슷하나 디자인은 나무만의 독특한 문양과 가볍고 옷 처리로 인한 반영구적 견강한 제품인 것으로 소비자에 인식되고 있었다.

스테인레스 비빔기는 지름17~22cm, 높이7~11cm로 일반 식당에서 가장 널리 사용되고 있는 식기로 냉면기 또는 비빔기로 공동 사용하고 있었다.

각종 비빔기의 평균크기는 다음과 같다.

종류	유기비빔기	자기비빔기	목비빔기	스테인레스비빔기
평균크기	18.4cm(Ø) × 7.4cm(H)	19.1cm(Ø) × 8.2cm(H)	20.4cm(Ø) × 7.7cm(H)	19.6cm×(Ø) × 8.7cm(H)

[표9] 비빔기의 평균크기

 <div data-bbox="493 710 655 779" style="border: 1px solid black; text-align: center; padding: 5px;">O형</div>	 <div data-bbox="1023 710 1185 779" style="border: 1px solid black; text-align: center; padding: 5px;">V형</div>
 <div data-bbox="493 1321 655 1391" style="border: 1px solid black; text-align: center; padding: 5px;">S형</div>	 <div data-bbox="1023 1321 1185 1391" style="border: 1px solid black; text-align: center; padding: 5px;">U형</div>
O형 식기의 특징	<ul style="list-style-type: none"> -비빔기의 벽이 오목함. -수저사용과 팔의 움직임에 대한 적은부담. -조형적 형태. 식기 내부 재료의 안정성. -평균크기 19cm(Ø) × 8cm(H). 용량 1700c.c
S형 식기의 특징	<ul style="list-style-type: none"> -수저사용 불편. 기의 높이 높음. -식기의 벽이 벌어지는 형태. -밥이 잘 떠지지 않는 불편. 가장 많이 양산. -평균크기 21cm(Ø) × 8.7cm(H). 용량 2000cc.

U형 식기의 특징	<ul style="list-style-type: none"> -식기 내부 넓음. 비빔 때 편안함. -식기의 벽이 오목하지 않음. -수저 사용시 밥이 흩어짐. 식기의 크기 작음. -유기식기에서 많이 사용. 보관상 용이. -가장 많은 식당에서 사용중인 형태. -평균크기 19.5cm(Ø) × 7.8cm(H). 용량 1800cc.
V형 식기의 특징	<ul style="list-style-type: none"> -아래 바닥 좁음. 높이 가장 높음. 벌어지는 형태. -비빔기 중 가장 불편. 좁은 바닥은 비빔 때 불안감. -비빔재료들 밖으로 흩어짐. -높은 높이는 수저 사용시 손과 팔이 불편. -면기에 많이 사용. -보관상 가장 용이. -평균크기 18.7cm(Ø) × 8.6cm(H). 용량 1700cc.

[표10] 현대 비빔기의 현황분석

6) 비빔기의 현황분석 결과

지금까지의 한국의 비빔기를 현황 분석해 보면 다음과 같은 결과를 도출할 수 있다. 첫째, 형태면에서 비빔기는 O형 S형 V형 U형으로 분류할 수 있었고 각각의 특징들은 다음과 같으며 [표10]으로 나타낼 수 있다.

O형 식기는 비빔기의 벽이 오목한 형태여서 비빔 후 수저 사용 시 밥을 안전하게 뜰 수 있는 가장 이상적인 식기이다. 형태상 조형성이 돋보이는 형태이며 높이가 알맞아 비빔 때 수저 사용과 팔의 움직임에 대한 부담이 적다. 보관상 용이한 편이다.

S형 식기는 가장 일반적으로 많이 사용되는 식기이지만 비빔기의 벽이 벌어지는 형태여서 비빔 때 재료들이 밖으로 흩어져 나오는 경우 있다. 식기의 높이가 높아 수저 사용이 불편하다. 또한 식기의 벽이 오목하지 않아 밥이 잘 띄이지 않으며 불편하다. 도자식기에서 가장 많이 양산되어 지고 있는 형태이다.

U형 식기는 식기 내부 자체가 넓어 비빔 때는 편안했지만 식기의 벽이 오목하지 않아 비빔 후 수저 사용 시 밥이 흩어지는 경향이 있다. 식기의 크기가 크지 않아 사용상 불편하지 않고 보관상 용이하다. 유기식기에서 가장 많이 사용되어지고 있으며, 가장 많은 식당에서 사용 중인 형태이다.

V형 식기는 아래 바닥이 좁고 높이가 가장 높으며 벌어지는 형태여서 비빔기 사용으로는 가장 불편한 형태이다. 좁은 바닥은 비빔 때 불안감을 주고 비빔 재료들을 밖으로 흩어지게 하며, 높은 높이로 수저 사용 시 손과 팔이 불편하다. 주로 면기에 많이 사용되어 지고 있는 식기이며 보관상 가장 용이하다.

둘째, 크기 면에서 비빔기는 각각 소재별로 약간의 차이를 보였고 그 결과 유기비빔기는 18.4cm(Ø) × 7.4cm(H), 자기비빔기 18.4cm(Ø) × 7.4cm(H), 목비빔기 18.4cm(Ø) × 7.4cm(H), 스테인레스비빔기는 19.6cm(Ø) × 8.7cm(H)의 평균크기를 [표11]과 같이 도출할 수 있다

형태	O형	S형	U형	V형
평균크기	19cm(Ø) × 8cm(H)	21cm(Ø) × 8.7cm(H)	19.5cm(Ø) × 7.8cm(H)	18.7cm(Ø) × 8.6cm(H)
용량	1700cc	2000cc	1800cc	1700cc

[표11] 현대의 비빔기 형태별 평균크기와 용량

Ⅲ.디자인 연구

1. 현대 비범기 디자인 요소분석

1) 식기 디자인의 개념 및 방법

(1) 식기 디자인의 개념

디자인은 상업적인 측면보다는 보편적인 의미를 갖고 있는 말이다. 디자인의 사전적 정의는 ‘계획’이라는 단어와 동의어로서 디자인을 한다는 것은 계획하는 것, 즉 조직하는 것을 의미한다. 식기의 경우 도안과 제작이 별개의 구성요소로 구분되어선 본래의 의도대로 완성할 수 없기 때문에 제작과 디자인의 행위가 전 과정에 상호작용을 하며 동시에 이루어져야 할 것이다. 또한 기술의 범주를 넘어서는 생각 할 수 없으므로 다른 장식 디자인과 다르다. 독창성과 기능성, 심미성을 동시에 추구하기위해 원료의 성질, 유약의 문제, 소성 기술 등을 확실하게 익히지 않으면 완전한 것이 될 수 없다.³⁷⁾ 따라서 소지와 재료에 대한 특성 고려와 흙의 성형시의 가소성과 질감에 대한 이해와 결과에 대한 기대치의 조화가 이루어 졌을 때 완성된 식기 디자인으로 받아 들여 지는 것이다.

(2) 식기 디자인의 방법

잘 디자인된 식기는 음식의 맛과 멋을 돋보이게 하고 식생활의 질을 향상 시켜주는 역할을 한다. 우리의 삶을 풍요롭게 하는 식기의 디자인 개발은 다음과 같은 방법으로 이루어진다.

첫째, 목표 설정이다. 디자인은 과거에 곁포장으로 인식되어지거나 그림이라는 인식이 많았다. 하지만 이제 디자인은 사업이나 프로젝트를 더욱 빛나게 해주는 역할뿐만이 아니라 부가가치를 이끌어내는 아주 중요한 요소가 되었다.³⁸⁾ 식기의 디자인 역시 소비자가 원하는 것이 무엇인지를 정확히 알아내는 것이 무엇보다 중요하다. 이로 인해 이윤을 남기기 위해 잘 팔리게 해야 한다. 최근 소비자들은 그들의 경제력의 상승과 전문화, 개성화로의 차이를 뚜렷이 나타내므로 디자인의 세분화를 추구하는 정확한 목표설정과 기획을 명확히 하는 일이 중요하다.

37) 김명란, 『생활도자공예디자인』, 세진사, 1998, pp.27~60.

38) 나 권 외3명, 『디자인실행하기 기획발전소』, 비주얼스토리공장출판부, 2009, p.116.

둘째, 자료 수집 및 분석이다. 목표에 따라 필요한 자료를 수집하고 재료와 구조에 관한 새로운 제조 공정, 식생활의 변화 등 선별적으로 수집, 분류한다. 제품에 대한 소비자의 반응이나 외국제품에 대한 정보, 유행에 대한 정보, 환경과 조화되는 색채에 대한 연구 분석은 무엇보다 중요하다. 다음으로 기술 정보의 수집이다. 유약 및 태토, 장식기법 등에 관한 신기술의 재빠른 도입으로 디자인 경쟁력을 높일 수 있기 때문이다. 이와 같은 자료들은 형태, 가격, 회사, 양식별 등으로 분류하여 비교 검토될 때 자료로서의 가치를 지니게 되는 것이다. 식기의 경우 목표로 설정한 판매 대상이 대체로 어떤 주택에서 거주하며 주방의 형태는 어떠한지 어느 정도의 가격과 디자인을 선호하는지 분석한다. 이러한 자료들을 객관적으로 분석, 정리하여 디자인 전개를 위한 자료로 삼는다.³⁹⁾

셋째, 디자인 전개이다. 식기의 세계는 그 형태에서부터 색채, 장식, 마무리까지 무한한 다양성이 존재한다. 그 때문에 하나의 표현매체로서 상당히 매력적이고 흥미로운 대상이며, 도예가에게 무엇이든 선택할 수 있음을 선사한다. 식기의 종류마다 그 작업 과정이나 순서는 천차만별이겠으나 공통적인 제 1원칙은 형태의 결정일 것이다. 형태를 기능성에 따라 결정할 수도 있고, 심미적인 측면에서 결정할 수도 있다. 기능을 가장 우선으로 둔다면 효율적이고 편리하게 각 부분들을 디자인해야 할 것이고 반대로 미적인 측면이 우선이라면 기능은 부차적인 요소로 밀려날 것이다. 형태에 따라 조형방법이 달라지므로 도자 디자인의 경우 기술적인 방법을 터득하면 굿 디자인(good design)은 가능할 것이다. 색채와 장식에서는 형태보다 표현 범위가 훨씬 더 광범위하다. 식기 표면에 나타낼 수 있는 효과는 모든 색채, 질감, 스타일 따위를 응용할 수 있으므로 이루 헤아릴 수 없이 다양하다. 더구나 과학기술의 발달로 새로운 형태와 장식방법의 다양화를 손쉽게 해결할 수 있게 되었다. 컴퓨터의 보급으로 모델링의 한계가 넓어졌고 다양한 패턴이나 장식 효과를 시뮬레이션을 통해 실험할 수 있게 되었다 3D로 입체 제작물을 모델링하고 그 결과에 따라 패턴과 색채를 대비 시켜 나간다면 현대의 디자인 다양화의 문제 해결에 많은 도움이 될 것이다.

(3) 비빔기 디자인의 당위성

오랜 기간 음식은 진화를 거듭하며 새로운 식문화로 우리의 밥상 위에서 여

39) 이재희, 『식기 디자인 개발에 관한 연구』, 경희대학교, 석사학위논문, 2001, p5.

전혀 하루 세 번 우리를 맞이하고 있다. 음식을 담는 식기 역시 음식의 진화에 발맞춰 개발되고 만들어져 왔다.

최근들어 한식이 세계화의 물결을 타고 그 위상 또한 격상되고 있다. 특히 비빔밥은 국·내외 국민들의 기호도 및 선호도 조사 결과에서 보듯이 세계적인 음식의 반열에 올라 세계인들의 관심과 사랑을 받고 있다. 비빔밥이 한식으로써 세계화가 되기 위해서는 음식과 비빔기의 디자인 개발이 함께 이루어져야 한다. 왜냐하면 음식이라는 것은 그 자체만으로 원하는 이미지를 완성하기란 쉽지 않기 때문이다.

음식은 대부분 조리가 되기 때문에 조형적으로 보이게 하는 데에 있어서 한계는 분명 존재한다. 즉 음식으로 선이나 면, 점 또는 색상을 자유롭게 표현하기에는 형태나 색상, 질감 등이 음식의 이미지화에 미치는 영향력이 더욱 클 수밖에 없다. 그러므로 비빔밥의 맛과 멋을 증폭시키는 수단으로서 비빔기는 그 중요성이 크다고 하겠다.

한식 세계화를 위한 비빔기의 역할을 기대해 볼 때 그릇 본래의 기능인 담아내는 기능에 충실한 그릇도 필요하지만 때때로 강렬한 이미지를 위해서는 연출효과가 뛰어난 그릇의 필요성도 요구되어진다. 이는 강조하고 싶은 음식을 멋지게 소화할 수 있도록 맞춤형으로 디자인된 그릇을 말하는데 음식을 이미지화 하는 데에 있어서 매우 효과적이다.⁴⁰⁾ 비빔밥이라는 특정한 음식과 함께 세계인의 머릿속에 쉽고 매력적인 이미지로 떠올릴 수 있는 비빔기가 요구되어진다.

40) 월간도예, 2009. 9, p.67.

(4) 도자식기의 디자인요소

디자인요소 대분류	디자인 요소 소분류	내용
개념적 요소	기능성 (Functional)	도자식기의 기본 기능은 음식물을 담는 것으로서 디자이너는 기능에 충실하고 사용이 편리한 형태의 제품을 개발하여야 한다.
	창조성 (Creativity)	독창적이다. 창조성은 디자인 요소에서 매우 중요한 부분이다. 항상 앞서가는 디자인을 창조하여야 한다.
	경제성 (Economical)	디자이너는 원가개념과 투자비에 상응하는 경제성이 있는 디자인을 기획하고 실행하여 기업 이윤추구에 이바지 하여야 한다.
	심미성 (Esthetical)	아름다움은 디자인의 기본이다. 디자이너는 항상 미적 감각을 훈련시켜 소비자의 감성을 자극하여야 한다.
	생산성 (Productivity)	구조적으로 제작이 간편하고 대량생산이 가능한 제품을 기획하고 설계자와 생산자의 의견을 수렴하여 합리적인 제품을 디자인 하여야 한다.
생산적 요소	형태 (Form)	형태는 디자인의 가장 기본적인 요소로서 형태가 갖는 이미지는 매우 중요하다.
	재질 (Material)	도자소지에 대한 기본 지식으로 소지를 이용한 디자인 개발이 필요하다.
	색상 (Color)	색상이 주는 이미지는 사용자 감성에 큰 변화를 줄 수 있다.
	패턴 (Pattern)	도자식기의 패턴은 형태와 더불어 디자인의 품격을 한층 향상시킬 수 있는 매우 중요한 요소이다.

[표12] 도자식기의 디자인 요소⁴¹⁾

41) 박재현, 『도자식기의 디자인요소가 감성에 미치는 영향 연구』, 한국디자인문화학회, 2009, p7.

2. 개발 디자인에 대한 사전 소비자 선호도 조사

본 연구에서는 사전 설문지 조사를 통해 소비자의 요구와 감성을 충족시킬 수 있는 비빔기의 디자인 반영을 목적으로 한국의 비빔기의 개발 디자인에 대한 사전 선호도 조사를 하였다. 항목을 2가지로 나누어 다음과 같이 설문지 설계를 하였다.

1) 설문지 구성

(1) 응답자의 인구통계학의 특성

응답자의 나이, 결혼유무, 월 평균수입, 디자인전공 교육여부의 문항으로 구성하였다.

(2) 형태에 따른 선호식기와 문양에 대한 사항

비빔기에 어울리는 형태와 문양을 제시하여, 형태의 종류와 문양을 응답자 특성에 따라 선호하는 정도를 알아보아 디자인을 제안하기 위한 문항이다

2) 사전 설문조사 결과 분석

최근 감성 디자인 시대를 맞이하여, 소비자들의 가치변화로 단순히 기능적이거나 값이 싸거나 또는 기술만을 제시하는 디자인으로는 충분하지 않게 되어 소비자들의 감성을 자극할 수 있는 혁신적인 제품을 요구하고 있다.

그러므로 이 연구에서는 실제 구매 의사결정에 있어 중요한 역할을 하는 여성 소비자를 설문조사 대상으로 무작위 선정하였다. 설문조사는 2013년 6월22일부터 약 1주일에 걸쳐 실시되었다. 서울에 거주하는 20대 이상의 여성을 대상으로 오프라인을 통해 100부를 배포하였다. 이를 분석하여 조사 결과를 도출해 냈다.

(1) 응답자의 특성

응답자의 특징을 살펴보면 20대 26%(26명), 30대 24%(24명), 40대 30%(30명), 50대 15%(15명), 60대이상 5%(5명)으로 구성되었다. 직업분포는 학생이 25%(25명), 자영업 17%(17명), 기술직 6%(6명), 영업직 10%(10명), 전문직 8%(8명), 사무직 10%(10명), 주부 22%(22명), 기타 2%(2명)이며, 결혼여부는 미혼 41%(41명), 기혼 59%(59명)로 나타났다. 가정의 월 평균 수입정도는 200만원 미만인 9%(9명), 200만원 이상~300만

원 미만 10%(10명), 300만원 이상~400만원 미만 18%(18명), 400만원 이상~500만원 미만 32%(32명), 500만원 이상~600만원 미만 20%(20명), 600만원 이상 11%(11명)이고 디자인 관련 전공교육 여부는 교육을 받지 않은 사람이 92%(92명), 교육을 받은 사람이 8%(8명)로 나타났다.

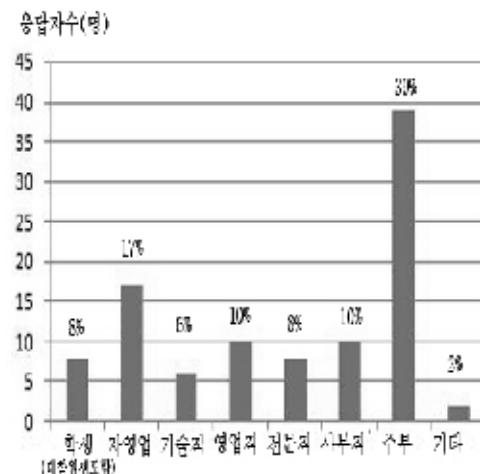
(2) 직업

총 100명의 응답자 중에서 직업분포는 학생이 8%(8명), 자영업 17%(17명), 기술직 6%(6명), 영업직 10%(10명), 전문직 8%(8명), 사무직 10%(10명), 주부 39%(39명), 기타 2%(2명)으로 나타났다. 본인은 직업분포에서 설문조사가 어느 한쪽으로 치중되지 않은 응답자의 결과를 얻고자 노력하였다.

주부와 자영업의 직업군에서 높은 비율을 나타낸 것은 아파트 주변에서 설문조사가 이루어졌기 때문에 높은 비율을 나타낸 것으로 보인다.

직업	빈도	비율(%)
학생	8	8
자영업	17	17
기술직	6	6
영업직	10	10
전문직	8	8
사무직	10	10
주부	39	39
기타	2	2
합	100	100

[표13] 설문응답 직업비율



[도6] 설문응답 직업비율

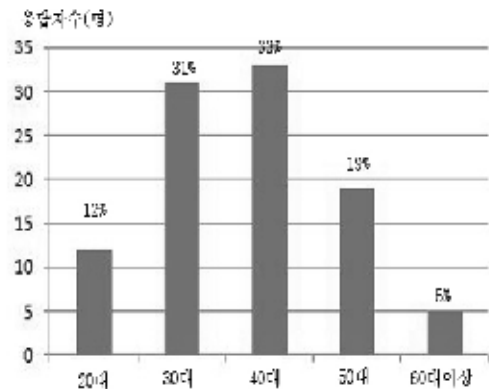
(3) 연령

응답자의 연령 분포는 20대 12%(12명), 30대 31%(31명), 40대 33%(33명), 50대 19%(19명), 60대이상 5%(5명)으로 구성되었다.

이는 식기에 대한 구매와 관심도가 많은 30대, 40대, 50대 주부가 골고루 분포되어 바람직한 설문이 이루어졌다고 할 수 있겠다.

연령	빈도	비율(%)
20대	12	12
30대	31	31
40대	33	33
50대	19	19
60대 이상	5	5
합	100	100

[표14] 설문응답 연령비율



[도7] 설문응답 연령비율

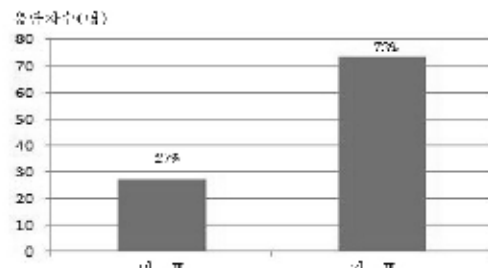
(4) 결혼여부

응답자의 결혼여부는 미혼 27%(27명), 기혼 73%(73명)로 나타났다.

이는 기혼자가 훨씬 음식문화에 대한 민감도가 높다는 것을 알 수 있다.

결혼여부	빈도	비율(%)
미 혼	27	27
기 혼	73	73
전체	100	100

[표15] 설문응답 결혼여부 비율



[도8] 설문응답 결혼여부 비율

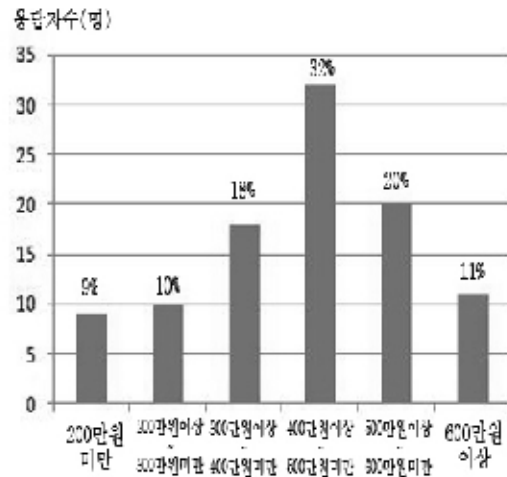
(5) 가정의 월 평균 수입정도

응답자의 가정의 월 평균 수입 정도는 200만원 미만인 9%(9명), 200만원 이상~300만원 미만인 10%(10명), 300만원 이상~400만원 미만 18%(18명), 400만원 이상~500만원 미만 32%(32명), 500만원 이상~600만원 미만 20%(20명), 600만원 이상 11%(11명)으로 구성되었다.

이 결과로 봤을 때 400만원 이상~500만원 미만 32%(32명)의 비교적 경제적으로 안정적 계층의 사람들이 식기의 디자인에 민감함을 알 수 있다

수입	빈도	비율(%)
200만원 미만	9	9
200만원 이상~ 300만원 미만	10	10
300만원 이상~ 400만원 미만	18	18
400만원 이상~ 500만원 미만	32	32
500만원 이상~ 600만원 미만	20	20
600만원 이상	11	11
합	100	100

[표16] 설문응답 월평균 수입비율



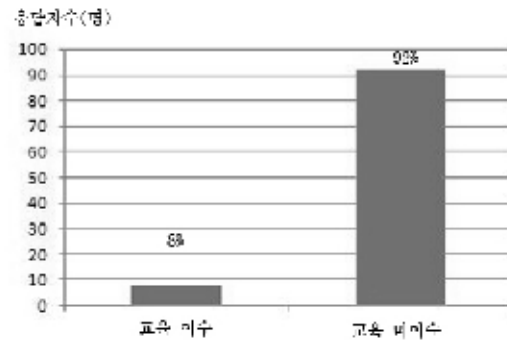
[도9] 설문응답 월평균 수입비율

(6) 디자인 전공교육 이수 여부

응답자의 디자인 전공교육 이수여부는 교육을 받은 적이 있는 경우가 8%(8명), 전공교육을 접해보지 못한 경우가 92%(92명)로 나타났다. 이것은 높은 비율의 응답자가 중년층의 여성들로 디자인 교육이 그리 활성화 되지 않았던 때에 교육을 받았기 때문일 것으로 보인다.

교육이수여부	빈도	비율(%)
교육 이수	8	8
교육 미이수	92	92
합	100	100

[표17] 설문응답 디자인 전공교육 이수여부 비율



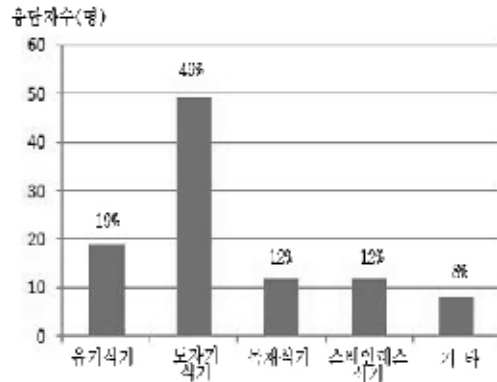
[도10] 설문응답 디자인 전공교육 이수여부 비율

(7) 재료적 측면에서 선호하는 비빔기제품

응답자에게 조사한 결과 선호하는 비빔기는 도자기식기가 49%로 나타났다. 유기식기가 의외로 19%로 높게 조사되었고 기타의 다른 재료들에서도 고른 분포로 선호하는 경향을 보이는 것은 더욱 소비자들의 취향이 다양해지고 있음을 알 수 있다.

선호하는비빔기	빈도	비율 (%)
유기식기	19	19
도자기식기	49	49
목재식기	12	12
스테인레스식기	12	12
기타	8	8
전체	100	100

[표18] 재료적측면에서 선호하는 비빔기제품



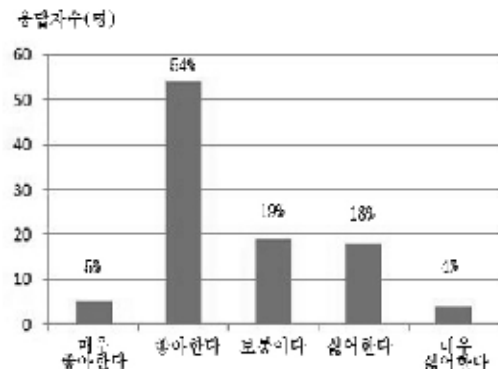
[도11] 재료적측면에서 선호하는 비빔기제품

(8) 식기제품에 문양부착에 따른 선호도

도자비빔기에 문양이 있는 것을 좋아하는 정도를 조사한 결과 긍정적 반응 59%(59명)로 부정적인 응답비율 22%(22명)에 비하여 대체로 식기에 문양이 있는 제품을 좋아하는 것으로 나타났다.

선호정도	빈도	비율 (%)
매우 좋아한다	5	5
좋아한다	54	54
보통이다	19	19
싫어한다	18	18
매우 싫어한다	4	4
전체	100	100

[표19] 식기제품에 문양부착에 따른 선호도



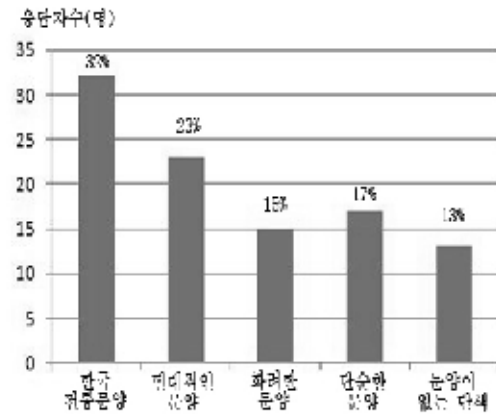
[도12] 식기제품에 문양부착에 따른 선호도

(9) 비빔기의 문양별 선호도

한국적인 이미지의 비빔기를 새로 구입해야 한다면 어떤 문양이 있는 제품을 구입하시겠습니까? 라는 질문에 대한 대답으로 32%의 응답자가 한국전통 문양을 가장 선호 한다는 것으로 나타났으며, 현대적인 문양도 23%로 높은 선호도를 보였다.

선호문양	빈도	비율 (%)
한국 전통문양	32	32
현대적인 문양	23	23
화려한 문양	15	15
단순한 문양	17	17
문양이 없는 단색	13	13
전체	100	100

[표20] 비빔기의 문양별 선호도



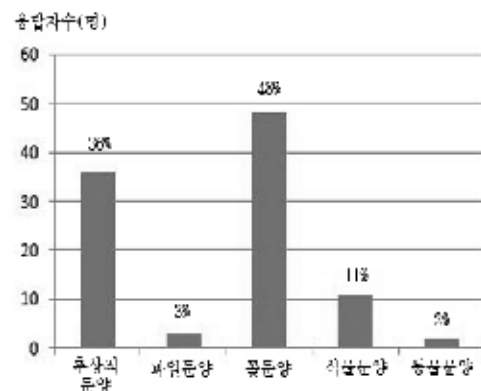
[도13] 비빔기의 문양별 선호도

(10) 선호하는 비빔기 문양 모티브

응답자가 선호하는 비빔기의 문양 모티브는 꽃모양(48%)으로 나타났다. 두 번째로 높은 선호도를 보인 모티브는 추상적인 모양(36%)이고 그 뒤를 이어 식물모양과 과일모양으로 조사되었다. 꽃모양에 대한 다양한 연구와 소비자의 취향을 고려한 디자인 개발이 필요할 것으로 생각된다.

선호하는 문양 모티브	빈도	비율 (%)
추상적 문양	36	36
과일 문양	3	3
꽃 문양	48	48
식물 문양	11	11
동물 문양	2	2
전체	100	100

[표21] 선호하는 비빔기 문양 모티브



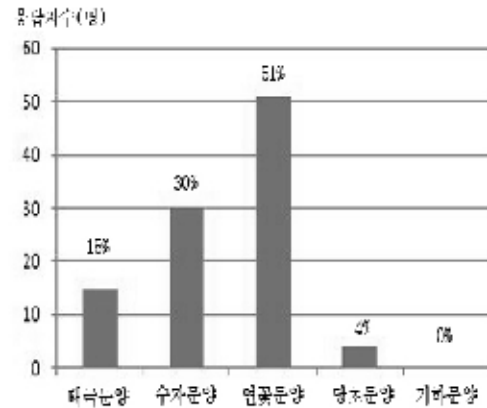
[도14] 선호하는 비빔기 문양 모티브

(11) 한국적 이미지의 식기 문양 선호도

가장 한국적인 이미지의 비빔기의 문양을 응답자들에게 조사한 결과 연꽃문양이 51%로 가장 높게 나타났으며, 그 뒤를 이어 수자문양과 태극문양으로 나타났다. 이는 많은 응답자들 중에 중년의 여성들이 많으며 연꽃에 대한 좋은 의미가 있어서 높은 선호도를 보인 것으로 생각 된다.

문양별	빈도	비율(%)
태극문양	15	15
수자문양	30	30
연꽃문양	51	51
당초문양	4	4
기하문양	0	0
전체	100	100

[표22] 한국적 이미지의 식기문양 선호도



[도15] 한국적 이미지의 식기문양 선호도

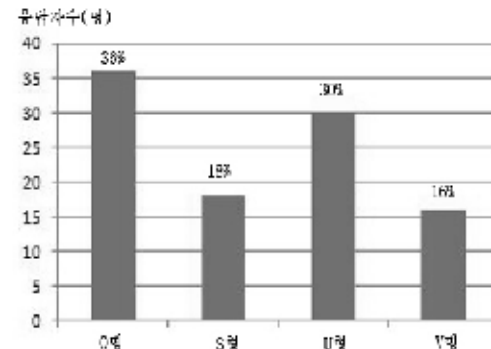
(12) 비빔기에 어울리는 형태

비빔기에 어울리는 형태를 조사함으로 소비자들의 형태에 대한 성향을 인지하는 정도를 파악해 볼 수 있다.

응답자에게 4가지의 형태, 즉 비빔기의 기본 형태인 O형, S형, U형, V형 형태를 제시하고 각각 비빔기에 어울리는 형태의 질문을 알아본 결과, O형(34%), S형(18%), U형(30%), V형(16%)로 나타났다

형태	빈도	비율(%)
O형	36	36
S형	18	18
U형	30	30
V형	16	16
전체	100	100

[표23] 비빔기에 어울리는 형태



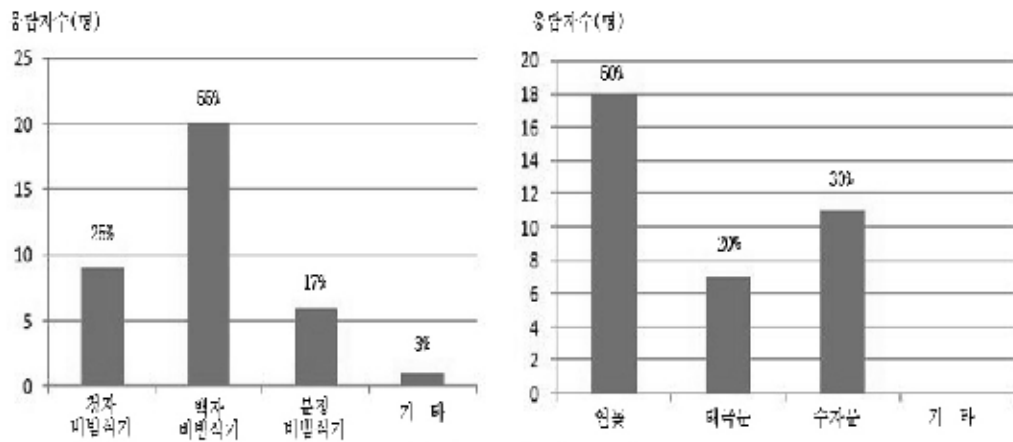
[도16] 비빔기에 어울리는 형태

(13) O형에 어울리는 식기와 문양

O형태에 가장 어울리는 식기는 백자(55%), 청자(25%), 분청(17%)이었고 가장 어울리는 문양에는 연꽃문(50%), 수자문(30%), 태극문(20%)으로 나타났다

○형/식기	빈도	비율(%)	○형/문양	빈도	비율(%)
청자 비빔기	9	25	연꽃문	18	50
백자 비빔기	20	55	태극문	7	20
분청 비빔기	6	17	수자문	11	30
기타	1	3	기타	0	0
전체	36	100	전체	36	100

[표24] ○형에 어울리는 식기와 문양



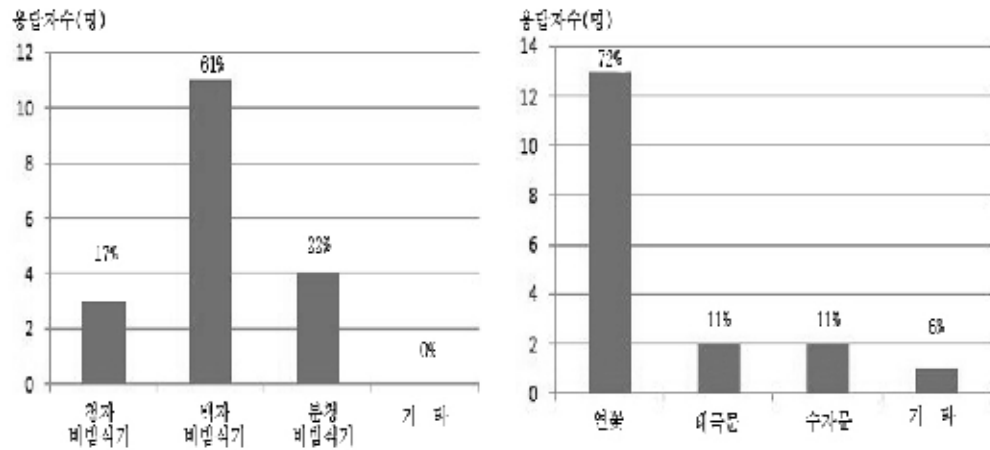
[도17] ○형에 어울리는 식기와 문양

(14) S형에 어울리는 식기와 문양

S형태에 가장 어울리는 식기는 백자(61%), 분청(22%). 청자(17%)이었고 가장 어울리는 문양에는 연꽃문(72%), 태극문(11%), 수자문(11%)으로 나타났다

S형/식기	빈도	비율(%)	S형/문양	빈도	비율(%)
청자 비빔기	3	17	연꽃문	13	72
백자 비빔기	11	61	태극문	2	11
분청 비빔기	4	22	수자문	2	11
기타	0	0	기타	1	6
전체	18	100	전체	18	100

[표25] S형에 어울리는 식기와 문양



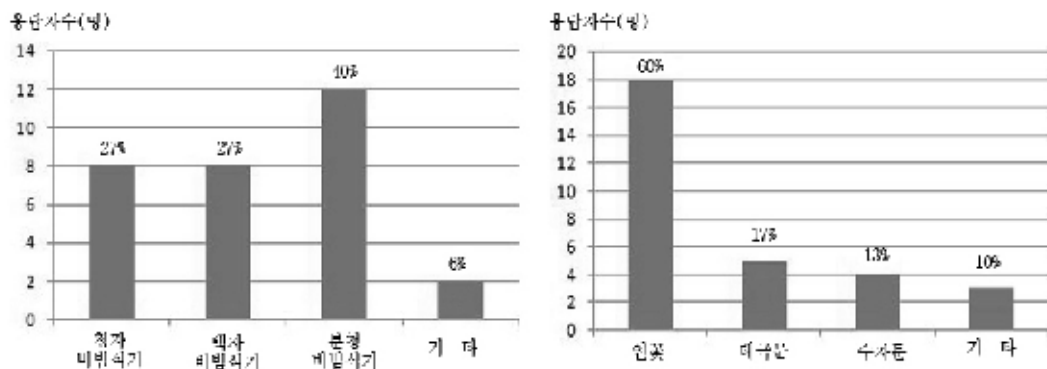
[도18] S형에 어울리는 식기와 문양

(15) U형에 어울리는 식기와 문양

U형태에 가장 어울리는 식기는 분청(40%), 청자(27%), 백자(27%)이었고 가장 어울리는 문양에는 연꽃문(60%), 태극문(17%), 수자문(13%)으로 나타났다.

U형/식기	빈도	비율(%)	U형/문양	빈도	비율(%)
청자 비빔기	8	27	연꽃문	18	60
백자 비빔기	8	27	태극문	5	17
분청 비빔기	12	40	수자문	4	13
기타	2	6	기타	3	10
전체	30	100	전체	30	100

[표26] U형에 어울리는 식기와 문양



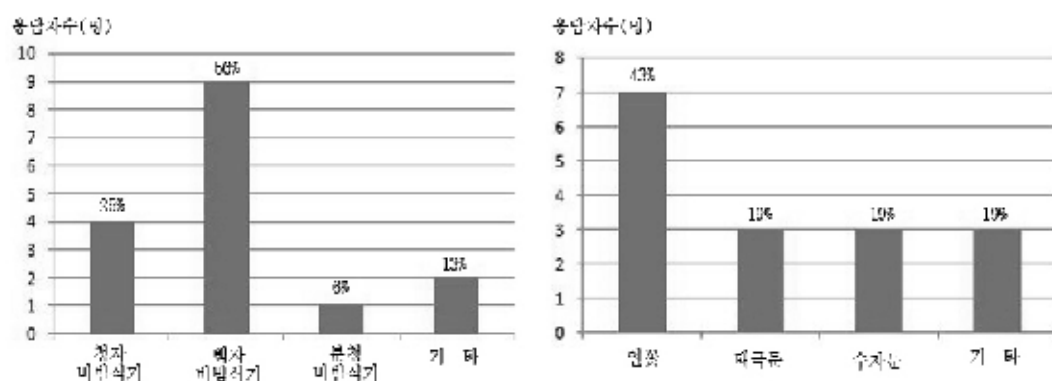
[도19] U형에 어울리는 식기와 문양

16) V형에 어울리는 식기와 문양

V형태에 가장 어울리는 식기는 분청(40%), 청자(27%), 백자(27%)이었고 가장 어울리는 문양에는 연꽃문(60%), 태극문(17%), 수자문(13%)으로 나타났다.

V형/ 식기	빈도	비율(%)	V형/ 문양	빈도	비율(%)
청자 비빔기	4	25	연꽃문	7	43
백자 비빔기	9	56	태극문	3	19
분청 비빔기	1	6	수자문	3	19
기타	2	13	기타	3	19
전체	16	100	전체	16	100

[표27] V형에 어울리는 식기와 문양



[도20] V형에 어울리는 식기와 문양

3) 소 결

디자인 제안을 위한 사전 선호도 조사에서 주로 식기에 관심과 구매에 영향력을 끼치는 경우는 30대(31%), 40대(33%), 50(19%)대의 주부(39%)와 자영업(17%)이 높은 비율의 직업군에 종사하였다. 월평균 400만원이상 500만원미만(32%)의 수입원을 갖고 디자인을 전공하지 않았다.(92%) 그리고 주로 응답자들이 선호하는 형태에 따른 식기와 문양에 대한 사항을 조사한 결과 다음과 같은 사항들을 도출하였다.

첫째, 도자비빔기에 문양이 없는 것 보다는 있는 것(59%)을 선호 했으며 한국 전통 문양(32%)을 더 좋아했지만 현대적인 문양(23%)에도 선호도가 높은 것으로 조사되었다. 그리고 비빔기에 어울리는 문양의 모티브를 묻는 조사에서는 꽃모양(48%)으로 나타났다. 응답자들에게 가장 한국적 이미지의 비빔기의 문양에 대한 질문에는 51%의 높은 선호도를 보인 연꽃 문양이었다. 이로서 연꽃에 대한 더욱 다양한 문양 개발이 필요한 것으로 판단되었다.

둘째, 형태에 따른 식기와 문양에 대한 사항을 조사한 결과, 응답자는 비빔기로 오목한 형태인 O형(36%)의 비빔기를 가장 선호 하였으며 이에 어울리는 식기와 문양으로는 백자비빔기(50%)와 연꽃(50%)을 선호한 것으로 나타났다.

3. 디자인 개발

1) 디자인 의도

21세기의 핵심 키워드 중 하나인 디자인은 이제 기업들의 생존수단이 되었다. 1970년대까지만 해도 기업의 경쟁력은 기술이었으며 디자인의 역할은 제품의 스타일이나 그래픽 요소에 대한 것으로 한정되어 있는 경우가 많았다. 그러나 2000년대인 오늘에 이르기까지 정보사회를 위한 새로운 현상들이 출현하게 되어 사회 전반적인 재정비를 가져오고 있어 변화의 환경에 대처해야 할 상황에 놓이게 되었다. 즉, 다양한 문화를 지닌 소비자들에게 호소할 수 있는 새로운 마케팅 전략과 통신의 발달로 인한 소비자의 힘과 지위가 변하게 되어 소비자의 성격적 요인에 의한 집단 그룹화, 소비자들의 가치변화로 인해 생겨나는 새로운 제품의 유형을 만들어 내는 제품 차별화로 사용자 입장에서 소프트웨어 가치를 제공할 수 있어야 한다는 것이다.⁴²⁾

본 디자인에서는 한식의 세계화에 발맞춰 음식과 식기와의 뗄 수 없는 불가분의 관계에서 비빔기가 국·내외인들의 머릿속에 쉽게 매력적인 이미지로 자리잡을 수 있어야 하는데 이에 큰 역할을 할 식기개발을 제안하고자 한다.

디자인 제안에는 우리나라를 찾는 외국인에게 보여지는 비빔기와 외국의 한식당에서 외국인들에게 보여지는 비빔기로 세분화시킬 수 있으나 제안된 디자인으로 국·내외용의 비빔기로 적용할 수 있다.

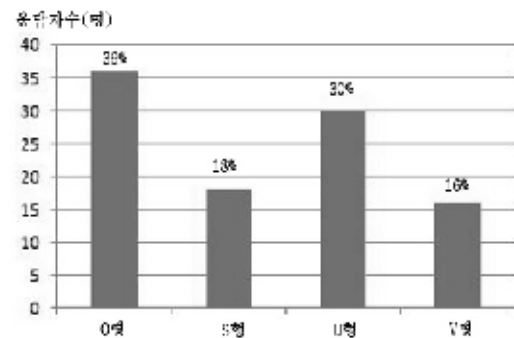
이는 한국식당, 한국의 일반가정, 외국의 한식당을 포함하여 전 세계에서 통

42) 이해목, 『산업디자인 선도기업의 제품디자인 성공화 전략에 관한 연구』, 한국조형예술학회, 2000

용되는 글로벌화 된 비빔기를 말한다. 이미 우리의 그릇들은 청자, 백자, 분청자기 등 독특한 이미지의 식기들이 많다. 이를 바탕으로 본인은 현대의 시대성을 감안하여 시대의 흐름과 가치변화에 따른 더욱 다양해진 소비자들의 욕구 충족을 위해, 본인은 비빔기에 어울리는 디자인을 다음과 같이 제안하고자 한다. 설문지를 통한 결과로 비빔기에 어울리는 형태를 조사함으로써 소비자들의 형태에 대한 성향을 인지하는 정도를 [표28]과 같이 파악해 볼 수 있었다. 응답자에게 4가지의 형태, 즉 비빔기의 기본 형태인 O형, S형, U형, V형 형태를 제시하고 각각 비빔기에 어울리는 형태의 질문을 알아본 결과, O형(34%), S형(18%), U형(30%), V형(16%)로 조사되었다. 이러한 결과로 얻어진 비빔기의 기본 형태 중에서 응답자의 선호도 결과에 따른 O형의 형태를 디자인 형태의 기본으로 하고자 한다.

형태	빈도	비율(%)
O형	36	36
S형	18	18
U형	30	30
V형	16	16
전체	100	100

[표28] 비빔기에 어울리는 형태



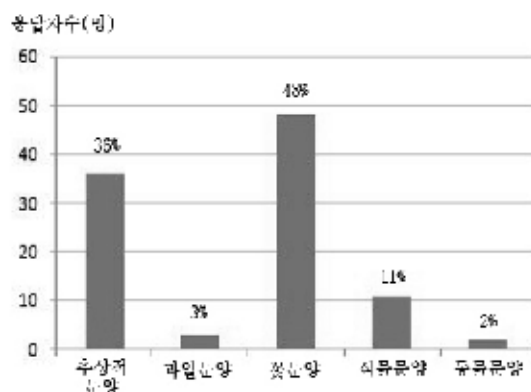
[도21] 비빔기에 어울리는 형태

O형의 형태를 각각 유기적 형태, 자기적 형태, 목기적 형태, 스테인레스적 형태의 특징을 모티브로 하여 4가지의 형태를 디자인 하고자 한다. 그리고 문양은 사전 설문지 조사에서 결과로 나타난 선호하는 비빔기의 꽃문양 모티브 중 연꽃 문양으로 디자인 하고자 한다. 본인은 문양에 대한 다음과 같은 선호도 조사의 결과를 [표29]와 같이 도출하였다.

선호하는 비빔기 문양 모티브를 묻는 조사에서 응답자가 선호하는 비빔기의 문양 모티브는 꽃모양(48%)으로 나타났다. 두번째로 높은 선호도를 보인 모티브는 추상적인 모양(36%)이고 그 뒤를 이어 식물모양과 과일모양으로 조사되었다. 꽃모양에 대한 다양한 연구와 소비자의 취향을 고려한 디자인 개발이 필요할 것으로 보인다.

선호하는문양 모티브	빈도	비율 (%)
추상적 문양	36	36
과일 문양	3	3
꽃 문양	48	48
식물 문양	11	11
동물 문양	2	2
전체	100	100

[표29] 선호하는 비빔기
문양 모티브

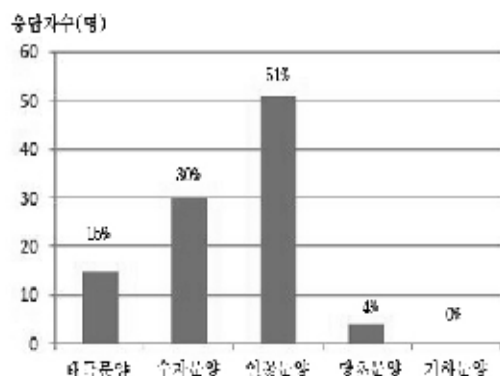


[도22] 선호하는 비빔기
문양 모티브

한국적 이미지의 식기 문양 선호도에서는 가장 한국적인 이미지의 비빔기의 문양을 응답자들에게 조사한 결과 연꽃문양이 51%로 가장 높게 나타났으며, 그 뒤를 이어 수자문양과 태극문양으로 나타났다. 이는 많은 응답자들 중에는 중년의 여성들이 많으며 연꽃에 대한 좋은 상징적의미를 부여하여 높은 선호도를 보인 것으로 생각 된다.

문양별	빈도	비율(%)
태극문양	15	15
수자문양	30	30
연꽃문양	51	51
당초문양	4	4
기하문양	0	0
전체	100	100

[표30] 한국적 이미지의 식기문양
선호도



[도23] 한국적 이미지의 식기문양
선호도

(1) 형태제안의 이론적 근거

O형은 비빔기로서 여러 형태 중 가장 이상적인 형태로서 예부터 본래 우리의 주식인 밥과 국물이 있는 요리를 담기 좋은 그릇이며, 오목주발⁴³⁾이나 바리가 있으며 오목형이 발달하였다. 이는 음식문화와 맞물려 식문화의 전통성과 깊은 관련이 있다는 것을 증명하는 것이라 할 수 있다.⁴⁴⁾

43) 속을 오목하게 만든 솥쇠로 된 밥그릇으로 여자나 아이들의 밥그릇으로 많이 사용되었다.

44) 김명란. 『생활도자 공예디자인』, 세진사, 1998, P302

현재 유통되고 있는 식기들 중 O형의 비빔기(19cm(Ø) × 8cm(H))는 바닥이 넓어 안정감을 주며, 중간부분이 오목하고 높이가 높지 않아 비빔 때 손과 팔에 불편함을 주지 않는다. 또한 비빔재료들이 쉽게 밖으로 흩어져 나오지 않으며, 비빔 후 수저로 밥을 뜯을 때 쉽게 밥알이 모아지는 장점이 있다. 다른 형태들을 모두 전부분이 벌어지는 개방형인데 O형은 오목형이라서 식사 후의 비빔기 내부를 시각적으로 좁혀주며 보관상 용이하다.

(2) 형태의 제안

사전 설문지에 의거한 선호도 조사에서 가장 선호도가 높게 나타난 O형의 형태를 표준화된 크기로 도면화한다. 특정한 부분에 각 재료의 특성에서 도출한 디자인적 요소를 형태에 응용 시키고, 연꽃의 문양을 단순화시켜 현대적 문양으로 디자인한다. O형의 형태를 각각 유기의 특성을 반영한 유기적 형태, 자기의 특성을 반영한 자기적 형태, 목기의 특성을 반영한 목기적 형태, 스테인레스의 특성을 반영한 스테인레스적 형태로 국한하고 다음의 2가지의 조건에 의해 디자인 한다. 형태는 유기, 자기, 목기, 스테인레스의 재료적 특성을 고려하여 두드림, 빗음, 깎음, 찍음 등의 질감표현을 이용하여 디자인한다.

유기적인 형태인 비빔기 디자인1은 표면의 질감과 형태를 결합시켰을 때 두드림의 가장 효율적인 조건은 연밥의 형태를 모티브로 접근함이 타당하다 생각되어 두드림의 질감과 마티에르로 인한 각진 형태가 되도록 디자인하였다. 자기적 형태인 비빔기 디자인2는 흙의 질감과 형태를 결합시켰을 때 달 항아리 완성 전 단계인 접합 전의 형태를 모티브로 접근함이 타당하다 생각되어 형태를 디자인 하였고 흙의 물성을 이용한 자연스런 형태이며 겉 표면은 백자의 깔끔한 달항아리의 형태가 되도록 디자인하였다. 목기적 형태인 비빔기 디자인3은 깎음과 조각이라는 재료적 특성을 결합시켜 연꽃잎을 모티브로 접근함이 타당하다 생각되어 목기적 특성인 깎음의 텍스처로 꽃잎의 잎맥 표현을 쉽게 접근할 수 있는 형태를 디자인하였다. 스테인레스적 형태인 비빔기 디자인4는 찍음(프레스 가공)이라는 재료적 특성을 결합시켰을 때 단순하고 산업적인 느낌을 살리고자 선을 모티브로 하여 디자인하였다.

이런 근거에 의한 형태 디자인 연구로 본인은 O형의 형태를 [표31]과 같이 4가지의 형태로 제시한다. 또한 식기의 특성상 비빔기라는 점을 감안하여 실용적 측면을 강조하며 식당에서나 가정에서 편리하게 사용하고, 보관하기 쉽게 디자인하였다.

현재 생산되어지는 용기의 크기와 용량을 분석하고 표준화함으로써 비빔 때

와 비빔 후 밥을 뜯 때의 불편함을 최소화 하며, 한국의 전통성과 현대성을 부여한 식기로 전통적인 문양과 한국의 대표적인 이미지의 규격화된 비빔기를 제시한다.

O형의 종류	유기적 형태	자기적 형태	목기적 형태	스테인레스적형태
식기의 형태				
형태의 디자인적요소 및 특징	-두드림의 질감 -연밥모티브	-빛음의 질감 -달항아리모티브	-깎음의 질감 -연꽃잎모티브	-찍음의 질감 -선을모티브
제안된 형태				

[표31] 한국의 비빔기 O형의 형태 분류

(3) 문양 제안의 이론적 근거

식기에 전통적인 문양과 한국의 대표적인 이미지를 다음과 같은 이론적 근거에 의해 제시하고자 한다. 전통 문양은 자연적, 역사적, 종교적 바탕위에 형성된 문양이며, 우리 민족은 공통적으로 소망하던 부귀, 다남, 장령, 성애, 또는 일상적인 윤리덕목 같은 현세적 가치들을 크게는 건축물, 담장, 의복, 장식품, 일상 생활용품 등에 시문함으로써 기원의 의지를 나타내었다.⁴⁵⁾ 또한 문양은 각 지역의 문화적 성격을 강하게 지니고, 새로운 문화의 영향으로 변천되면서 그 본래의 전통을 이어나갔던 것이 보통이다. 종류별로는 크게 보아 인위적인 것과 자연적인 것의 두 가지로 전자는 기하학적이거나 추상적인 것을, 후자는 자연물을 단순하게 도식화한 것이 되풀이 하여 배열하거나 단독으로 구성하여 만든 것이다⁴⁶⁾ 한국적 이미지에 관한 문양 도출에 관한 이론적 근거는 다음과 같다.

45) 유남해, 『전통문양』, 대원사, 1996, p.13.

46) 김덕경, 『한국길상문』, 형설출판사, 2004, p.8.

국가 이미지는 어떤 국가에 대하여 사람들이 가지는 다양한 정보를 바탕으로 형성된 종합적이고, 복합적인 심상이며, 국제사회에서 관광경쟁력을 갖기 위해서는 우리나라 고유의 국가이미지를 개발하여 관광산업에 활용할 필요가 있다. 국가이미지는 후광효과로도 나타나는데, 국가이미지가 좋아지면, 제품인지도도 좋아지게 되고, 이로 인하여 제품과 기업의 마케팅 비용 면에서도 절감 효과를 가져 온다.⁴⁷⁾

국가 상징의 종류는 공식적인 상징과 비공식적인 상징으로 나뉜다. 공식적인 상징은 국기, 국화, 국가, 국조, 국장 등이고 비공식적인 상징은 역사적 사실, 유명조형물, 건축물, 특산물, 유명인사 등이다. 이러한 이론적 근거를 바탕으로 본인은 사전 선호도 조사에 의해 도출된 꽃모양 중의 연꽃의 문양을 가지고 역사적, 상징적 의미가 있는 문양을 선택한다.

우리나라에서는 일찍이 고구려 고분벽화에서 사용된 외에도 신라와 백제의 와당(瓦當)에서 각기 특색 있는 연꽃의 조형미를 찾아볼 수 있다. 또한 도자기, 목공예, 금속공예, 직물에 이르기 까지 다양하게 나타나고 있으며, 회화의 소재로도 활용되고 있다. 연꽃은 불교를 상징하기도 하지만, 진흙바탕에서 맑고 고운 꽃을 피워 낸다는 점에서 화중군자(花中君子)라고도 불렸으며, 어렵고 힘든 세상살이에서 청렴함을 표현하는 것으로 널리 사랑받았다.⁴⁸⁾

(4) 문양의 제안

문양의 제안은 사전 설문지 조사에 의한 응답자의 모티브 선호도에 따른 꽃 문양과 전통문양 선호도 조사에 의해 선호도가 높은 연꽃을 선택하여 문양을 디자인한다. 한국을 대표하는 음식 중 하나인 비빔밥을 가장 돋보이게 하는 비빔기의 문양이나 문양의 형태는 한국의 종교와 철학을 상징하는 식물이며 영생이나 내세적인 의미가 있는 연꽃으로 판단된다. 문양에 전통적으로 많이 애용되었던 자연 소재 가운데서 연꽃은 불교 상징물로 인식되어 왔으며 진흙구덩이 속에서 자라지만 더러워지지 않고, 아름다운 꽃을 피운다는 특성이 민속신앙과 함께 흡수되어 신성시되면서 불교와 불가분의 관계로 까지 이어졌던 것으로 보인다. 이러한 연꽃의 특성이 응답자의 높은 선호도로 나타났다고 볼 수 있다.

이에 본인은 김지선⁴⁹⁾과 어정⁵⁰⁾의 선행 연구에서 제시된 문양의 배열 방식

47) 이해만, 『국가홍보 광고에 나타난 한국의 상징이미지에 관한 연구』, 한국기초조형학회, 2004, p.435.

48) 김덕경, 『한국길상문』, 형설출판사, 2004.

49) 김지선, 『한국 전통 꽃문양의 상징성과 형태 및 색채 특성에 따른 조형성』, 연세대학교 박사학위논문, 2007.

과 표현방식 등을 조사하여 다음과 같은 [도24]의 방식과 문양적 특성을 도출하여, 연꽃의 문양을 여섯 가지로 다양하게 전개시켜 보았다.

①번의 평면적 표현방법은 연꽃의 특성을 도식화한 문양이 전체적으로 확장된 구조로 평면적 전개된 특성을 나타낸 방법이고, ②번의 사실적 표현방법은 연꽃의 음영과 형태, 질감표현 등을 사실적으로 묘사하는 특성을 나타낸다.

③번의 약화적 표현방법은 연꽃의 특성 중에서 대표적인 부분만 사실적으로 표현해서 사실적인 느낌을 약화시킨 간결한 표현 특성을 나타내며, ④번의 회화적 표현방법은 연꽃의 사실적인 윤곽을 지니고 있으며 음영처리나 선적 표현 등에서 회화적인 특성을 나타낸다.

또한 ⑤번의 양식적 표현방법은 연꽃을 상징적으로 연꽃임을 충분히 알아 볼 수 있도록 표현하며 상당히 단순화 된 문양특성을 지닌다. ⑥번의 복합적 표현 방법은 연꽃이라는 개념전달이 되지만 상당히 변형, 도식화된 형태가 기하학적, 반추상적 문양과 함께 전개된 특성을 지닌다. 그리고 연꽃문양의 구성방법으로는 단일적, 집중적, 반복적 구성방법으로 분류할 수 있다.

다음 [도24]는 연꽃문양 중에서의 다양한 문양적 형태를 보여주는 예이다.



[도24] 여러 가지 연꽃 문양 표현방법

본인은 위의 도출 결과로 가장 전통성과 현대성을 대표하고 글로벌화 할 수 있는 문양으로 연꽃의 사실적인 윤곽을 지니고 있으며 음영처리나 선적 표현 등에서 회화적인 특성을 나타낸 ④번의 문양인 회화적 표현방법으로 국한하고 다음과 같은 당위성을 제시하고자 한다.

50) 어 정, 『생활용품 문양에 대한 현대인의 선호에 관한 연구』, 연세대학교 석사학위논문, 2008.

④번의 표현 방법에서의 선적인 문양은 지극히 회화적이다. 직선과 곡선으로 이루어진 이들의 미학적 의미는 무한한 움직임의 가능성을 지닌 가장 간결한 형태⁵¹⁾로서 남성적이고 명확하고 단순하며 직접적인 느낌을 주며, 긴장되고 굳고 단호하고 가혹하고 딱딱하며 굴복되지 않는 성질을 나타낸다.⁵²⁾ 또한 고요하고 수동적이며 침착하고 안정감을 주며(수평선) 변화에 대해 저항적이지만 질서가 있으며 안정된 감정을 준다.(수직선) 그리고 무한한 움직임의 가능성 중에서 가장 간결한 방향이며, 안정된 조화와 균형을 가지고 있으며 변화적이며 강한 움직임을 연상케 하며 동적이다.(대각선) 자연적인 곡선은 자유롭고 윤희적이며 선 가운데서 가장 많은 변화를 주는 윤희적인 연속성을 나타내며 그것은 높은 표현력을 가지고 있다.

이와 같이 직선은 지적, 논리적, 인공적인 것에 반하여 곡선은 감정적, 관념적, 자연적이라고 표현할 수 있다. 이러한 각기 다른 선들은 자율성을 지니며 전체적으로 한 공간 내에서 서로 긴밀하게 연관되어 있으며, 선은 반복되어 밀도 있는 공간을 형성하며 선과 선의 간격, 길이 등의 변화를 통하여 공간을 한층 짜임새 있고 윤희감 있게 펼칠 수 있다⁵³⁾

이러한 이론적 근거로써 본인은 회화적 표현 방법의 선적인 연꽃 문양을 선택하여, 현대적 감성에 대입, 응용해 봄으로써 문양에서 오는 모던한 디자인 요소로 끌여들이고자 하였다. [표32]에 대한 문양디자인 근거는 다음과 같다

⑦번 문양은 비빔기 디자인1에 장식할 단순화 시킨, 보다 세련된 선을 이용한 연꽃 문양이다. 꽃잎 하나하나를 굵고 가는 선을 응용하여 보다 안정적이고 윤희적으로 표현 하였다. 이는 청화의 색감과 가장 어울리고 선의 굵기를 더욱 풍부하게 표현할 수 있으므로 시각적 아름다움을 비빔기 디자인1의 형태에 어울리도록 하였다.

⑧번 문양은 비빔기 디자인2에 장식할 양식화 시켜 편안함과 심미적인 곡선을 이용한 연꽃 문양이다. 꽃잎의 면적을 적당히 선의 굵기로 조절하고 크기를 달리하여 표현 하였다. 꽃잎의 끝을 뾰족하게 하여 진취적인 느낌을 주었으며 꽃잎의 앞쪽에서는 부드러운 곡선으로 마무리 하여 비빔기 디자인2의 형태와 어울리도록 하였다.





⑨번의 문양은 비빔기 디자인3에 삽입할 형상화 시킨 연꽃문양이다. 전체적인 연꽃의 이미지를 최대한의 곡선을 사용하여 부드럽고 완만하고 유연한 이미지로 표현 하여 디자인 3의 형태와 어울리도록 하였다.

51) W. Kandinsky, 『점, 선, 면』, 안경언(역), 서울 미진사, 1982, P.51.

52) Maitland Graves, 『디자인과 색채』, 배만실(역), 이화여자대학교 출판부, 1990, p.111.

53) 서현옥, 『승무 춤사위에 내재된 선의 이미지 형상화에 관한 연구』, 숙명여자대학교 석사학위논문, 2008, p.15.

⑩번의 문양은 비빔기의 디자인 4에 삼입할 함축적 연꽃문양이다. 꽃잎의 크기를 단계적으로 크기를 달리하여 문양의 형태상 시각적 안정감을 줄 수 있게 표현 하였다. 선의 굵기에 관여하지 않는 디자인이므로 가장 단정하고 심플하여 비빔기 디자인4의 형태와 어울리도록 하였다.

문양	표현 방법
 <p>문양 ⑦</p>	<ul style="list-style-type: none"> -연꽃을 단순화 -꽃잎의 가는 선과 굵은 선의 미적 조화 -삼각형구도 -안정감 -울동감
 <p>문양 ⑧</p>	<ul style="list-style-type: none"> -연꽃을 양식화. -꽃잎의 면적을 선의 굵기로 조절 -진취적 -부드러움
 <p>문양 ⑨</p>	<ul style="list-style-type: none"> -연꽃의 형상화 -꽃잎의 선과 면적의 대비 -부드러움 -완만함 -유연함
 <p>문양 ⑩</p>	<ul style="list-style-type: none"> -연꽃의 함축화 -꽃잎의 크기로 시각적 아름다움표현 -안정감 -단순함

[표32] 연꽃문양 디자인 제시안

(5) 색상의 이론적 근거

문양에 사용할 색상은 청색의 청화를 사용하고자 한다. 청화는 순도 높은 순백의 기면(器面) 위에 코발트(Co)를 비롯하여 철(Fe) 망간(Mn) 동(Cu) 니켈(Ni) 등 여러 가지 금속화합물의 청색 안료이다.

청화 안료는 사찰이나 궁궐 등의 건축물 단청에도 사용되었기 때문에 안료에 따라 명칭이나 종류가 다양하다. 도자기에 사용되는 청화 안료는 페르시아산인 회회청(回回靑)과 중국산인 석청(石靑)이 있으나 조선은 주로 회회청을 중국에서 수입하여 사용하였다. 이러한 안료는 배합의 비율과 불의 온도, 태토와 유약의 성질 등에 따라 변화하기 때문에 백자의 결과도 달라지게 된다. 이러한 청화 안료로 그림을 그리고 백색의 장식질과 석회석질의 유약을 그 위에 석위 1,250℃~1,400℃의 높은 온도에서 환원 소성(燒成)한 것이 백자이다. 초기의 이름은 고청화(古靑華)이며, 청화백사기(靑華白沙器) 또는 청화백자 등으로 불린다.

일반적으로 청화백자는 중국의 경우 원(元)나라 중기에 시작, 징더전[景德鎮] 가마에서 대량 생산되어 유럽으로 수출되었으며, 명(明)나라 선덕연간(宣德年間:1426~1435) 및 성화연간(成化年間:1465~1487)에는 우수한 제품을 생산하였고, 이후 청(淸)나라 때까지 자기의 주류를 이루었다.

한국에 전래된 것은 14세기 말이며, 본격적으로 생산된 것은 15세기 중엽 이후이다. 이러한 발전과정은 시문양식(施文樣式)에서도 나타난다. 초기의 주요 무늬는 조선시대의 회화적인 무늬로 하고, 종속적인 무늬, 즉 접시 테두리와 항아리의 아가리 부분 및 어깨 부분의 무늬는 연꽃잎 무늬 등을 시문하다가 15세기 후반에 이르면 이러한 종속적인 무늬가 완전히 소멸되고 회화적인 무늬만이 남는다.

(6) 색상의 제안

이러한 이론적 근거로써 본인의 개발 비빔기 디자인에 사용할 색상을 백자와 가장 잘 어울리며 회화적인 선(線)문양을 가장 잘 나타내는 청화를 선택하고자 한다. 청화 안료는 배합의 비율과 불의 온도, 태토와 유약의 성질에 따라 변화하기 때문에 백자위에 시문한 디자인의 결과도 달라지게 되며, 도자기의 안정된 고온 하회 안료로 널리 이용되고 있는 재료이다. 그리고 본인이 개발하고자 하는 비빔기는 비빔재료들의 색상이 이미 풍부하고, 청화는 깔끔한 백자와 가장 어울리며 선(線)을 표현하기에 가장 어울리는 색상이라고 판단하였

으므로 [표32]와 같이 4가지의 청화 문양 디자인을 이론적 근거와 함께 제안하고자 한다. 그리고 단품으로써의 표준화된 도자 비빔기의 상품화와 유통에 대한 기대 목적이 필요한 만큼 대량생산을 위해 전사기법으로 장식한다.

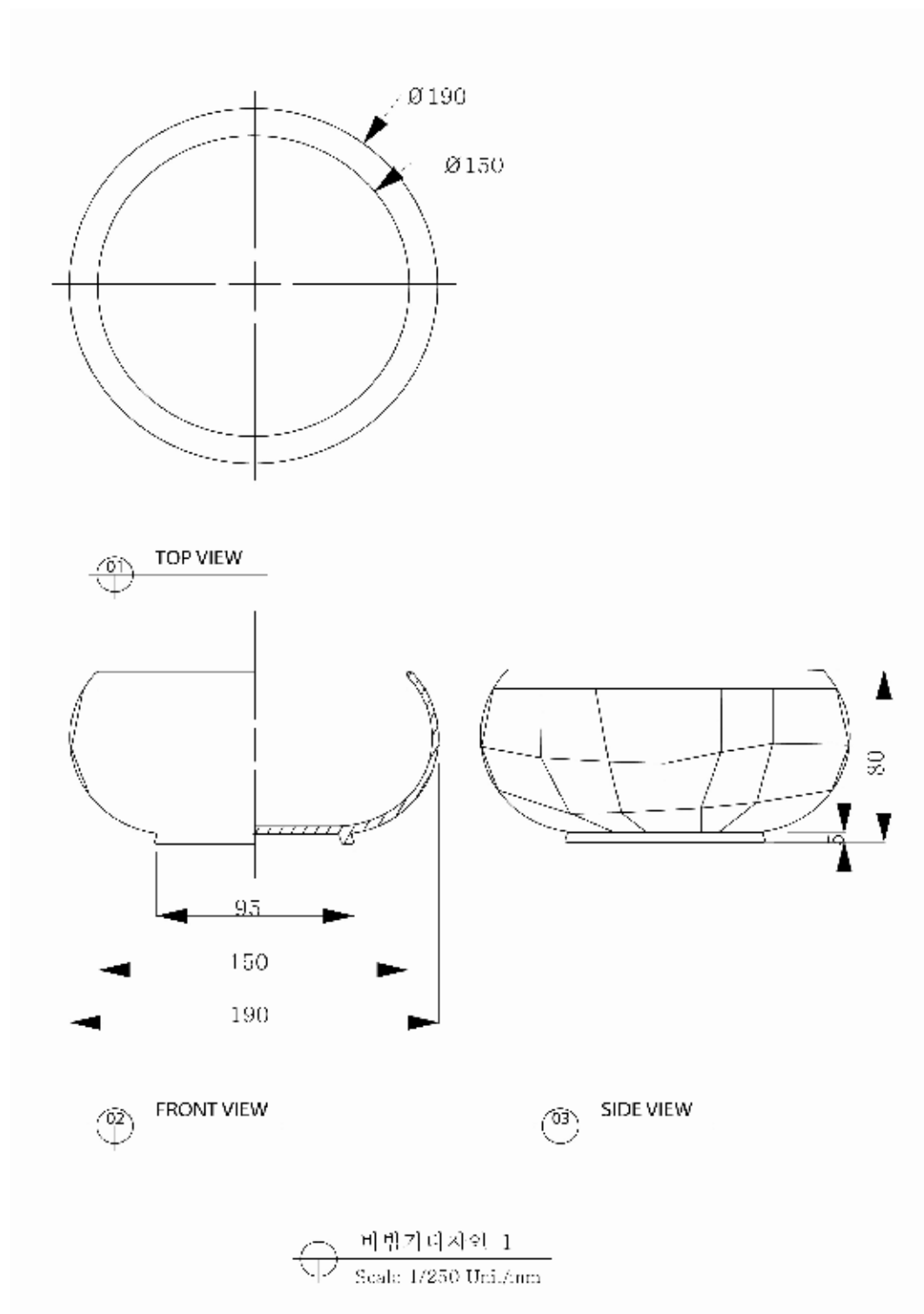
2) 디자인 계획

본 디자인은 한식세계화를 세분화시켜 전통성과 현대성을 절충하여 새롭고 참신한 이미지의 비빔기를 디자인한다. 전통적 식기의 맥을 잇기 위해 설문지 조사에 의해 높은 선호도를 보인 우리 고유의 독특한 식기이며, 깔끔하고 단단한 시각적 효과가 있는 백자식기의 색감과 전통문양인 연꽃문양을 중심으로 디자인한다. 또한 비빔밥 자체에서 풍겨 나오는 화려함이 있어 식기의 내부는 모던하게 디자인 하고자 한다. 기능적 측면에서는 밥과 재료를 함께 비벼야하는 형태적 특성을 고려하여 O형, S형, U형, V형의 기본형태 중 설문지 조사에서 가장 높은 선호도와 비빔기 중 가장 안정적인 O형의 형태를 선택하여 디자인한다.

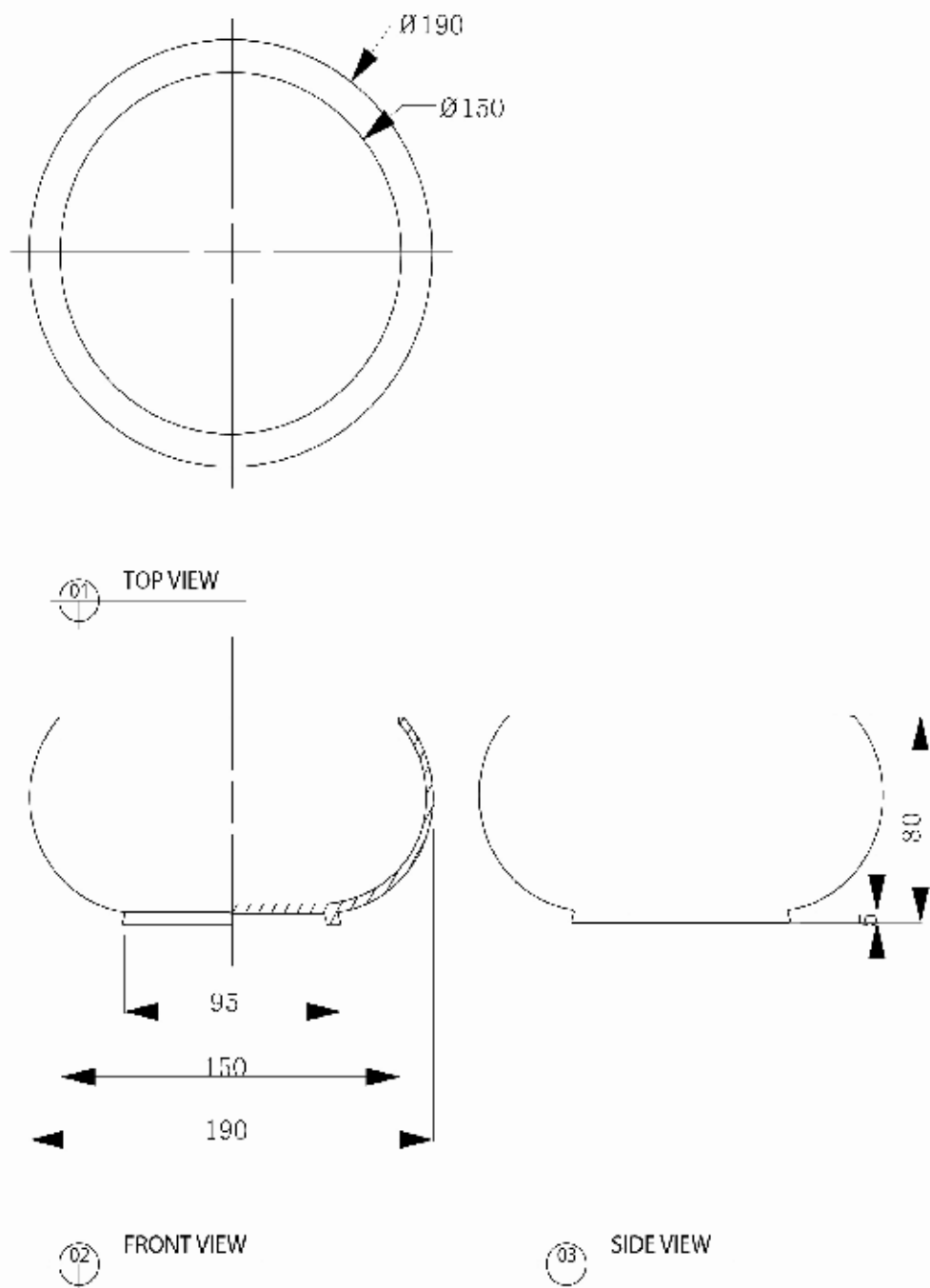
O형의 형태는 각각 유기적 형태인 「비빔기 디자인1」, 자기적 형태인 「비빔기 디자인2」, 목기적 형태인 「비빔기 디자인3」, 스테인레스적 형태인 「비빔기 디자인4」로 디자인 하고자 한다. 각 재료별 특성과 형태의 디자인적 특징을 고려하여 도출한 4가지의 형태에 대한 디자인과 평균 크기(지름 19cm × 높이8cm)를 참고삼아 표준화, 정형화된 비빔기를 제안한다. 또한, 설문지 조사로 인한 높은 선호도를 보인 전통적 문양에서 도출한 선(線)적인 연꽃 문양을 최종적으로 선택, 현대적 문양으로 디자인한 4가지의 문양을 형태에 장식한다.

색상은 안료 배합의 비율과 불의 온도, 태토와 유약의 성질 등에 따라 변화하여, 백자와 가장 어울리는 청색의 청화를 선택하여 전사기법으로 시문한다.

3) 디자인 제시



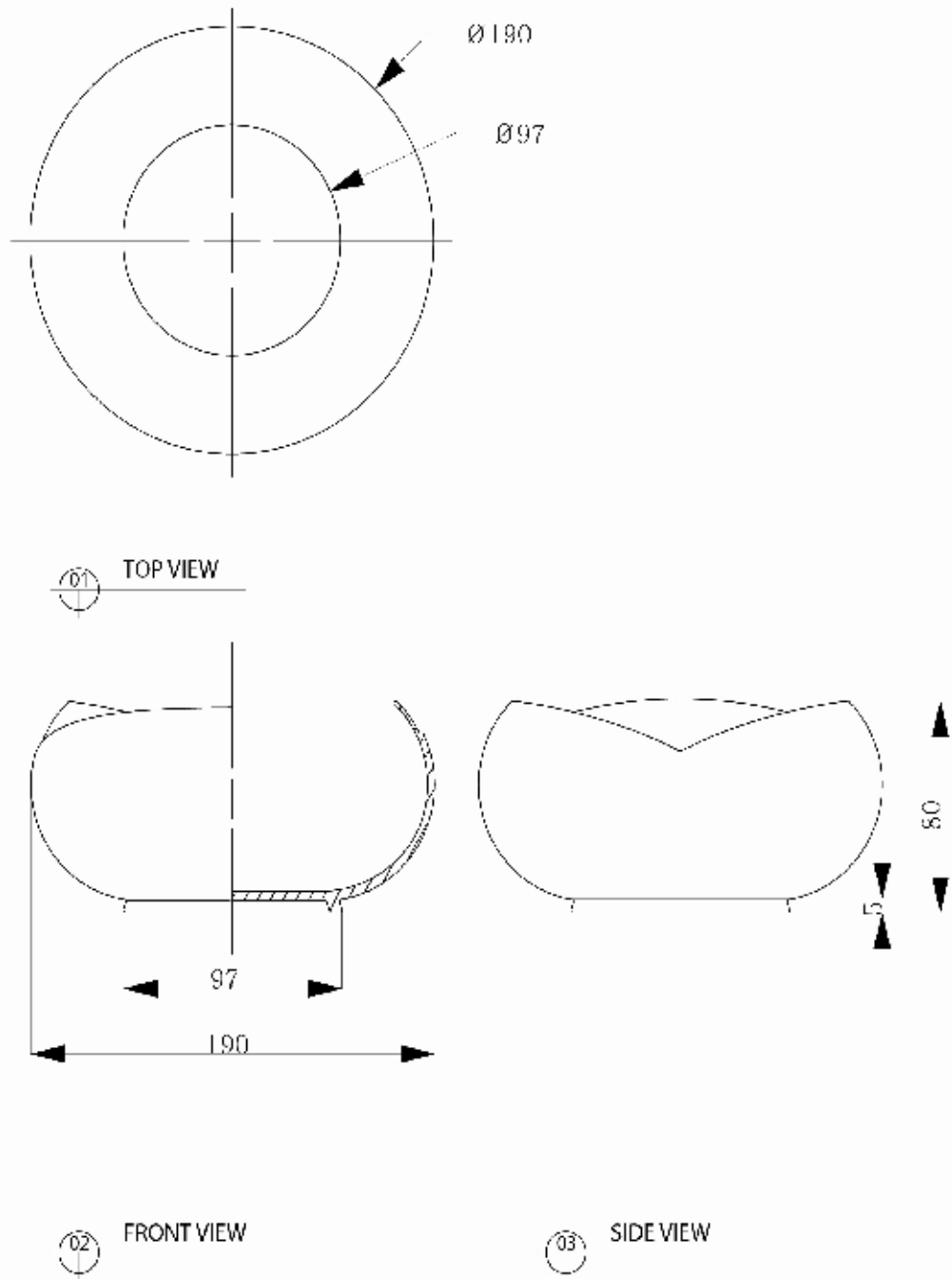
[도25] 비빔기 디자인1 도면



비빔기디자인_2

Scale 1/250 Unit:mm

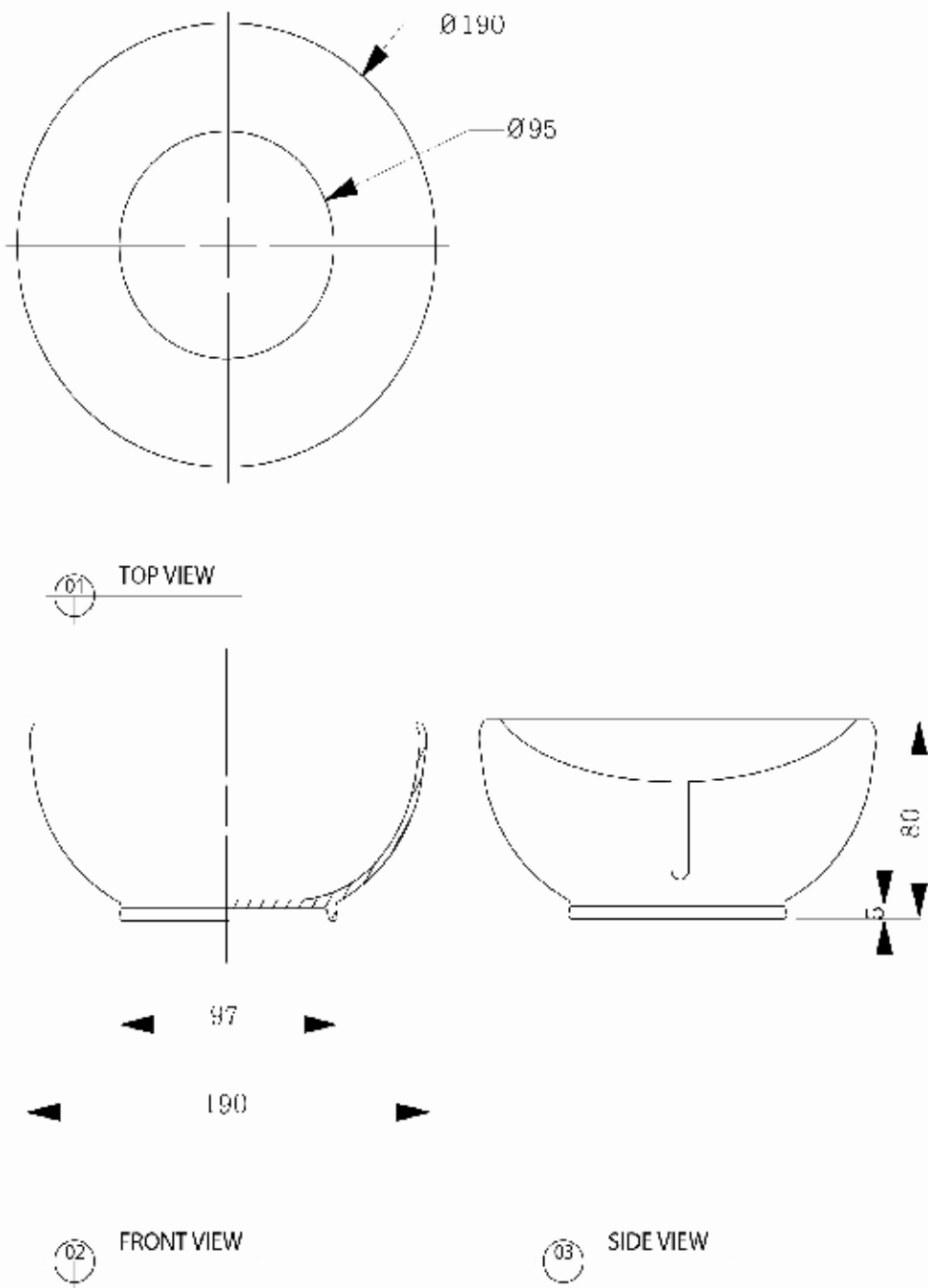
[도26] 비빔기 디자인2 도면



비빔기디자인_3

Scale 1/250 Unit:mm

[도27] 비빔기 디자인3 도면



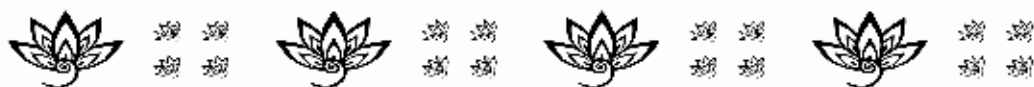
비빔기디자인_4
Scale 1/250 Unit/mm

[도28] 비빔기 디자인4 도면



[도29] 비빔기 디자인1 렌더링

비빔기 디자인 1은 표면의 질감 형태를 결합 시켰을 때 두드림의 가장 효율적인 조건은 연밥의 형태를 모티브로 접근함이 타당하다 생각되어 디자인 하였다. 전 부분은 1cm 가량 남기고 나머지 부분은 두드림의 텍스처로 면들을 넓게 표현하고 연꽃을 단순화시켰다. 그리고 ⑦번 문양을 패턴화 하여 간결하게 상·하 연속 배열로 장식하였다. 꽃잎의 가는 선과 굵은 선의 미적 조화 그리고 안정감과 울퉁감의 느낌이 비빔기 디자인 1의 형태와 어울리며 전체적으로 각진 형태의 디자인이다. 색상은 안료 배합의 비율과 불의 온도, 태토와 유약의 성질 등에 따라 변화가 다양하며, 백자의 형태와 선(線)적인 문양을 표현하기에 용이한 청색의 청화로 장식 하였다. 그리고 단품으로써의 표준화된 도자 비빔기의 상품화, 유통에 대한 필요성으로 대량생산을 위한 전사기법으로 시문하였다. 디자인 1의 평균크기는 가로넓이 19cm, 높이 8cm이고 용량은 1700cc이다.



[도30] 비빔기 디자인2 렌더링

비빔기 디자인 2는 흙의 빛음의 질감과 형태를 결합시켰을 때 달 항아리 완성 전 단계인 접합 전의 형태를 모티브로 접근함이 타당하다 생각되어 디자인하였다. 흙의 물성을 이용한 자연스러운 곡선과 플랫한 결 표면은 백자의 깔끔함과 시각적 단단함을 주는 형태이다. 연꽃을 양식화시킨 ⑧번 문양을 패턴화 하고 크기를 달리하여 수평 연속 배열로 장식하였다. 꽃잎의 면적을 선의 굵기로 조절하여 진취적임과 부드러움의 느낌이 비빔기 디자인 2의 형태와 어울리며 전체적으로 전형적인 O형의 형태이다. 색상은 앞 디자인과 동일하게 청화로 장식하였고 비빔기의 상품화, 유통에 대한 필요성으로 대량생산을 위한 전사기법으로 시문하였다. 디자인 2의 평균크기는 가로넓이 19cm, 높이 8cm이고 용량은 1700cc이다.



[도31] 비빔기 디자인3 렌더링

비빔기 디자인 3은 깎음과 조각이라는 목기의 재료적 특성을 결합시켜 연꽃잎을 모티브로 접근함이 타당하다 생각되어 디자인 하였다. 연꽃의 이미지와 결합하여 비빔기의 윗부분을 연꽃의 꽃잎 형태로 표현 하였다. 연꽃을 형상화시킨 ⑨번 문양을 패턴화 하고 크기와 배열을 달리하여 상, 중, 하 연속문양으로 장식하였다. 꽃잎의 선과 면적의 대비로 부드러움, 완만함, 유연함의 느낌이 비빔기 디자인 3의 형태와 어울리며 전체적으로 연꽃잎 형태의 디자인이다. 색상은 앞 디자인과 동일하게 청화로 장식하였고 비빔기의 상품화, 유통에 대한 필요성으로 대량생산을 위한 전사기법으로 시문하였다. 디자인 3의 평균 크기는 가로넓이 19cm, 높이 8cm이고 용량은 1700cc이다.



[도32] 비빔기 디자인4 렌더링

비빔기 디자인 4는 찍음(프레스 가공)이라는 스테인레스의 재료적 특성을 결함시켰을 때 단순하고 산업적인 느낌을 살려 연밥의 선을 모티브로 형태 디자인하였다. 연꽃을 함축화시킨 ⑩번 문양을 패턴화 하고 크기와 배치를 자유롭게 운동감 있게 불규칙으로 연속 시문하였다. 꽃잎의 서로 다른 크기와 시각적으로 정적임과 동적인 배열이 비빔기 디자인 4의 형태와 어울리며 전체적으로 결면에 부조의 연밥 문양 형태의 디자인이다. 색상은 앞 디자인과 동일하게 청화로 장식하였고 비빔기의 상품화, 유통에 대한 필요성으로 대량생산을 위한 전사기법으로 시문하였다. 디자인4의 평균크기는 가로넓이 19cm, 높이 8cm이고 용량은 1700cc이다.

4. 개발 디자인에 대한 사후 소비자 선호도 조사

본 연구에서는 사전 설문지 조사를 통해 소비자의 요구와 감성을 충족시킬 수 있는 비빔기의 디자인 반영을 목적으로 한국의 비빔기의 개발 디자인에 대한 사전 선호도 조사를 하였다. 항목을 2가지로 나누어 다음과 같이 설문지 설계를 하였다.

1) 설문지 구성

(1) 응답자의 인구통계학의 특성

응답자의 나이, 결혼유무, 월 평균수입, 디자인전공 교육여부의 문항으로 구성하였다.

(2) 비빔기의 구매에 대한 일반적인 사항

비빔기 제품을 구입할 때 응답자가 우선적으로 고려하는 사항과 제품의 구입 경로와 가격 등을 마케팅적 측면에서 알아보기 위한 문항이다.

(3) 개발 디자인한 비빔기에 대한 일반적인 사항

개발 디자인한 비빔기 중 비빔기로 가장 어울리는 형태와 문양을 제시하여, 응답자 특성에 따라 선호하는 정도를 알아보기 위한 문항이다

2) 사후 설문조사 결과 분석

최근 감성 디자인 시대를 맞이하여, 소비자들의 가치변화로 단순히 기능적이거나 값이 싸거나 또는 기술만을 제시하는 디자인으로는 충분하지 않게 되어 소비자들의 감성을 자극할 수 있는 혁신적인 제품을 요구하고 있다. 이에 본인은 개발한 비빔기의 디자인에 대한 사후 설문조사를 통하여 소비자들의 소비 성향과 선택적 행동을 파악 하고자 하였다. 그러므로 이 연구에서는 실제 구매 의사결정에 있어 중요한 역할을 하는 여성 소비자를 설문조사 대상으로 무작위 선정하였다. 설문조사는 2013년 7월2일부터 약 1주일에 걸쳐 실시되었다. 서울에 거주하는 20대 이상의 여성을 대상으로 오프라인을 통해 100부를 배포하였다. 이를 분석하여 조사 결과를 도출해 냈다.

(1) 응답자의 특성

응답자의 특징을 살펴보면 20대 15%(15명), 30대 28%(28명), 40대 32%(32명), 50대 20%(20명), 60대이상 5%(5명)으로 구성되었다. 직업분포는 학생이 6%(6명), 자영업 15%(15명), 기술직 4%(4명), 영업직 12%(12명), 전문직 6%(6명), 사무직 10%(10명), 주부 49%(49명), 기타 4%(명)이며, 결혼여부는 미혼 28%(28명), 기혼 72%(72명)로 나타났다. 가정의 월 평균 수입정도는 200만원 미만 15%(15명), 200만원 이상~300만원 미만 28%(28명), 300만원 이상~400만원 미만 32%(32명), 400만원 이상~500만원 미만 20%(20명), 500만원 이상~600만원 미만 7%(7명), 600만원 이상 4%(4명)이고 디자인 관련 전공교육 여부는 교육을 받지 않은 사람이 96%(96명), 교육을 받은 사람이 8%(8명)로 나타났다.

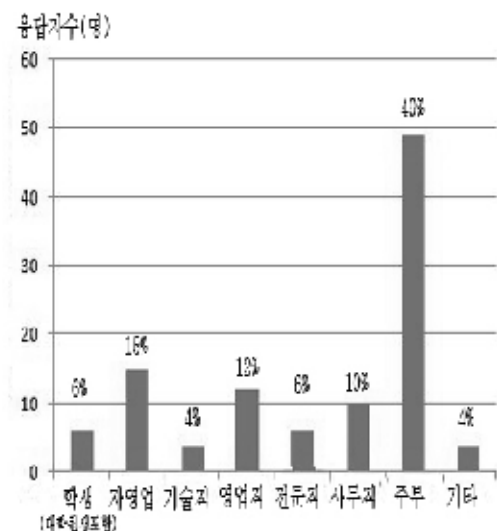
(2) 직업

총 100명의 응답자 중에서 직업분포는 학생이 6%(6명), 자영업 15%(15명), 기술직 4%(4명), 영업직 12%(12명), 전문직 6%(6명), 사무직 10%(10명), 주부 49%(49명), 기타 4%(4명)으로 나타났다. 본인은 직업분포에서 설문조사가 어느 한쪽으로 치중되지 않은 응답자의 결과를 얻고자 노력하였다.

주부와 자영업의 직업군에서 높은 비율을 나타낸 것은 아파트 주변에서 설문조사가 이루어졌기 때문에 높은 비율을 나타낸 것으로 보인다.

직업	빈도	비율(%)
학생	6	6
자영업	15	15
기술직	4	4
영업직	12	12
전문직	6	6
사무직	10	10
주부	49	49
기타	4	4
합	100	100

【표33】 설문응답 직업비율



【도33】 설문응답 직업비율

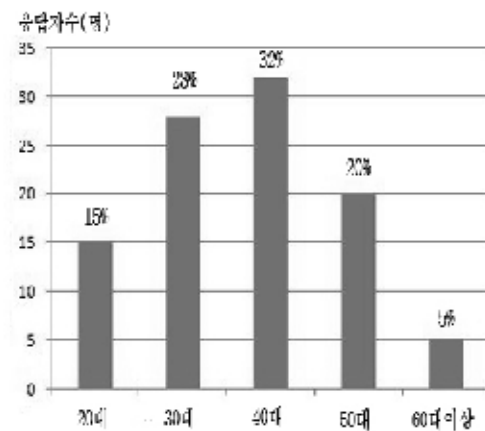
(3) 연령

응답자의 연령 분포는 20대 15%(15명), 30대 28%(28명), 40대 32%(32명), 50대 20%(20명), 60대이상 5%(5명)으로 구성되었다.

이는 식기에 대한 구매와 관심도가 많은 30대, 40대, 50대 주부가 골고루 분포되어 바람직한 설문이 이루어 졌다고 할 수 있겠다.

연령	빈도	비율(%)
20대	15	15
30대	28	28
40대	32	32
50대	20	20
60대 이상	5	5
합	100	100

[표34] 설문응답 연령비율



[도34] 설문응답 연령비율

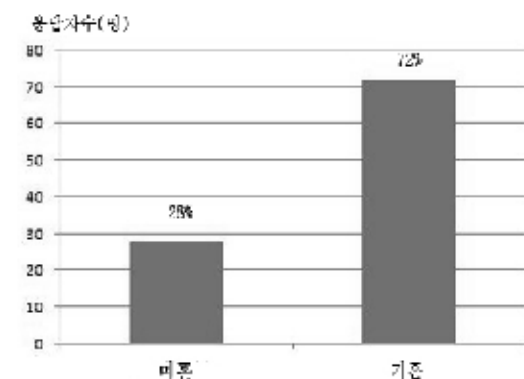
(4) 결혼여부

응답자의 결혼여부는 미혼 28%(28명), 기혼 72%(72명)로 나타났다.

이는 기혼자가 훨씬 음식문화에 대한 민감도 높다는 것을 알 수 있다.

결혼여부	빈도	비율(%)
미 혼	28	28
기 혼	72	72
전 체	100	100

[표35] 설문응답 결혼여부 비율



[도35] 설문응답 결혼여부 비율

(5) 가정의 월 평균 수입정도

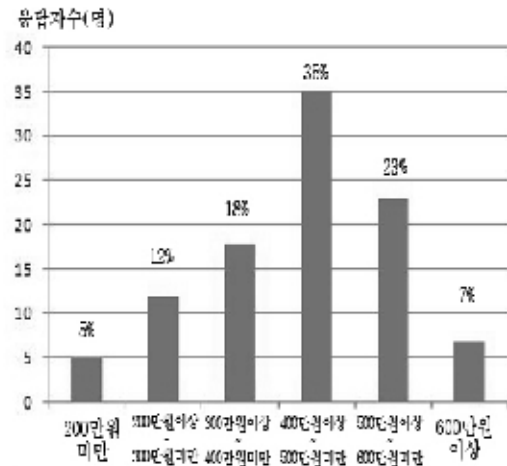
응답자의 가정의 월 평균 수입 정도는

200만원 미만 5%(5명), 200만원 이상~300만원 미만 12%(12명), 300만원 이상~400만원 미만 18%(18명), 400만원 이상~500만원 미만 35%(35명), 500만원 이상~600만원 미만 23%(23명), 600만원 이상 7%(7명)으로 구성되었다.

이 결과로 봤을 때 400만원 이상~500만원 미만 35%(35명)의 비교적 안정적인 계층의 사람들이 식기의 디자인에 민감하게 보인다. 결국 연봉도 식기디자인에 민감한 연봉대가 존재함을 알 수 있다.

수입	빈도	비율 (%)
200만원 미만	5	5
200만원 이상~300만원 미만	12	12
300만원 이상~400만원 미만	18	18
400만원 이상~500만원 미만	35	35
500만원 이상~600만원 미만	23	23
600만원 이상	7	7
합	100	100

[표36] 설문응답 월평균 수입비율



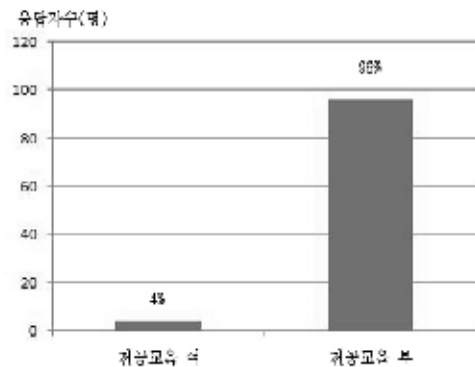
[도36] 설문응답 월평균 수입비율

(6) 디자인 전공교육 이수 여부

응답자의 디자인 전공교육 이수여부는 교육을 받은 적이 있는 경우가 4%(4명), 전공교육을 접해보지 못한 경우가 96%(96명)으로 나타났다. 이것은 높은 비율의 응답자가 중년층의 여성들로 디자인 교육이 그리 활성화 되지 않았던 때에 교육을 받았기 때문일 것으로 보인다.

교육이수여부	빈도	비율 (%)
교육 이수	4	4
교육 미이수	96	96
합	100	100

[표37] 설문응답 디자인 전공교육
이수여부 비율



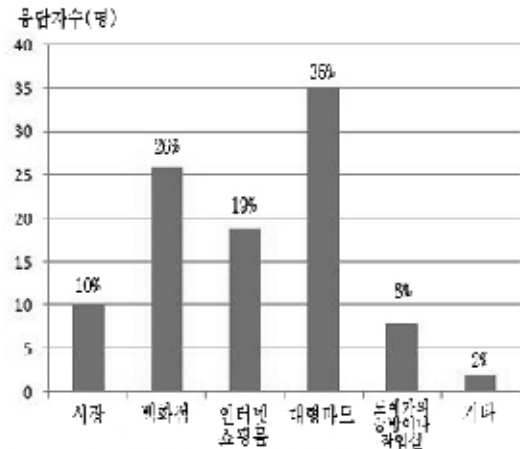
[도37] 설문응답 디자인 전공교육
이수여부 비율

(7) 도자비빔기 구입 경로

응답자를 대상으로 도자비빔기의 구입 경로를 조사한 결과, [표38]과 [도38]에서 볼 수 있듯이 최근에 많이 생긴 대형마트에서 비빔기를 구입한다는 응답자가 전체의 35%로 가장 높게 나타났다. 대형마트 다음으로는 백화점이 26%로 높은 비율을 보였다. 인터넷쇼핑몰 이용도 19%로 높게 나타났고 도예공방이나 작업실 (8%)을 이용한다는 응답자의 비율은 낮게 나타났다.

이는 최근 어려운 경제 상황에 백화점 보다는 저렴한 대형마트를 이용하는 소비자들이 증가하고 있는 것으로 판단된다.

구입경로	빈도	비율(%)
시장	10	10
백화점	26	26
인터넷쇼핑몰	19	19
대형마트	35	35
도예공방이나 작업실	8	8
기타	2	2
전체	100	100



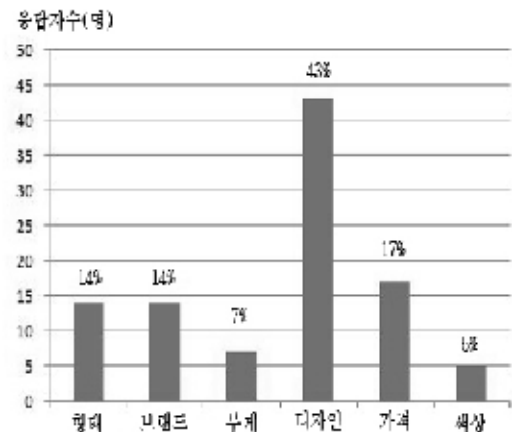
[표38] 설문응답 비빔기 구입 경로

[도38] 설문응답 비빔기 구입 경로

(8) 비빔기 구입 시 우선적 고려사항

비빔기를 구입할 때 응답자가 우선적으로 고려하는 사항을 알아본 결과 [표 39], [도39]와 같다. 가장 우선적으로 고려한다는 사항은 디자인(43%)으로 압도적인 우위를 차지하였고 최근 어려운 경제상황으로 가격(17%)도 응답자의 고려사항으로 높은 비율을 나타냈다. 그리고 의외로 응답자들은 무게(7%)와 색상(5%)에는 크게 고려되지 않는 사항으로 조사되었다. 디자인에 대한 높은 비율의 우선적 고려사항은 앞으로 지속적이고 다양한 디자인 연구가 필요하다고 생각한다.

고려사항	빈도	비율
형태	14	14
브랜드	14	14
무게	7	7
디자인	43	43
가격	17	17
색상	5	5
전체	100	100



[표39] 비빔기 구입시 우선적 고려사항

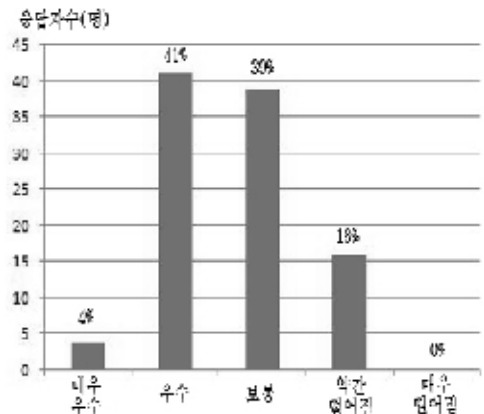
[도39] 비빔기 구입시 우선적 고려사항

(9) 비빔기의 가격 정도

현재 시중에서 유통되고 있는 도자비빔기의 가격 정도를 알아보기 위한 물음에는 많은 응답자들이 42%로 적당하다고 하였으나 비싸다는 응답자도 36%나 조사 되었다. 그러나 도자식기의 복잡한 완성 과정을 어느 정도 인지하고 있는 응답자들은 20%로 저렴하다고 응답하였다. 도자비빔기의 양산업체에서나 공방운영 도예가들은 식기의 다양한 가격대의 상품을 제고해야 할 것으로 생각된다.

가격정도	빈도	비율
아주비싸다	2	2
비싸다	36	36
적당하다	42	42
저렴하다	20	20
아주저렴함	0	0
전체	100	100

[표40] 비빔기의 가격정도



[도40] 비빔기의 가격정도

(10) 도예가의 작업장이나 공방에서의 적당 가격과 시장이나 인터넷 쇼핑몰에서의 적당한 가격

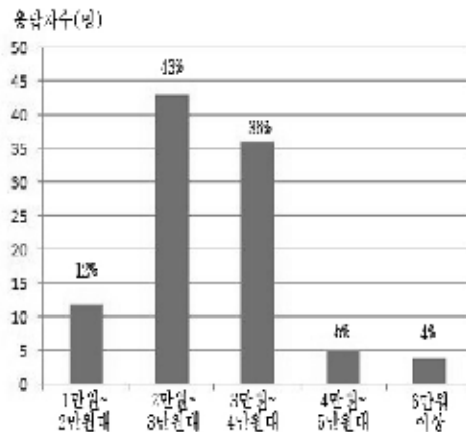
도예가의 작업장이나 공방에서의 적당 가격과 시장이나 인터넷 쇼핑몰에서의 적당한 가격을 동시에 비교하여 적당한 가격을 조사하였다. 응답자들은 도예가의 작업장이나 공방과 시장이나 인터넷 쇼핑몰에서의 가장 선호하는 가격대는 2만원~3만원대로 43%와 49%로 높게 조사되었고 그 다음으로는 도예가의 공방에서 3만원~4만원대(36%) 시장이나 인터넷쇼핑몰에서 1만원~2만원대(32%)로 나타났다. 그리고 5만원이상에서의 가격에서는 시장이나 인터넷 쇼핑몰에서 0%로 구입의사가 없음을 알 수 있었지만 도예가의 작업장이나 공방에서는 4%로 작가의 예술성과 작품성을 높이 평가하는 것으로 생각된다.

적당가격	빈도	비율
1만원~2만원대	12	12
2만원~3만원대	43	43
3만원~4만원대	36	36
4만원~5만원대	5	5
5만원 이상	4	4
전체	100	100

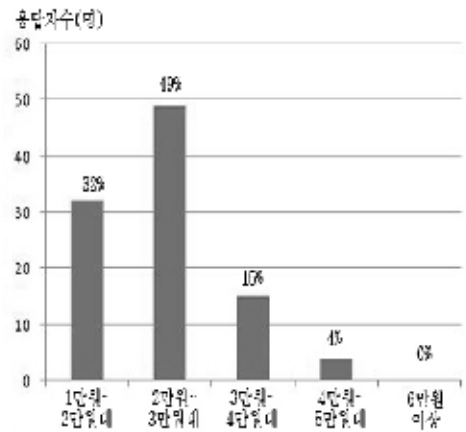
[표41] 도예가의 작업장이나
공방에서의 적당가격

적당가격	빈도	비율
1만원~2만원대	32	32
2만원~3만원대	49	49
3만원~4만원대	15	15
4만원~5만원대	4	4
5만원 이상	0	0
전체	100	100

[표42] 시장이나 인터넷쇼핑몰에서의
적당가격



[도41] 도예가의 작업장이나
공방에서의 적당가격

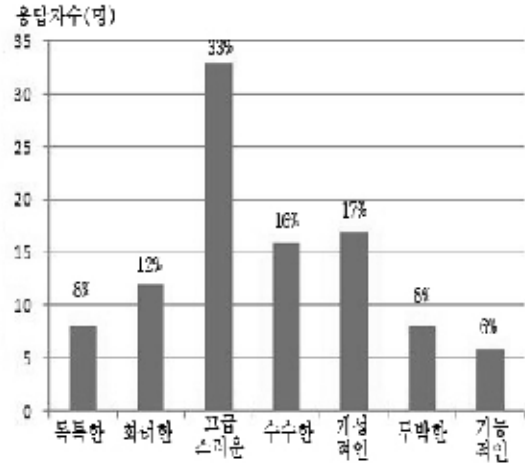


[도42] 시장이나 인터넷쇼핑몰에서의
적당가격

(11)비빔기의 이미지로 선호하는 형용사

응답자들이 어떤 이미지의 비빔기를 선호하는지 알아보기 위해 비빔기의 이미지를 나타내는 형용사 어휘를 조사하였다. 가장 선호하는 형용사는 고급스러운(33%)으로 나타났고 그 뒤로 개성적인(17%) 형용사를 선호하였다. 이로써 비빔기를 양산하는 업체나 디자이너들의 역할이 중요할 것으로 생각된다.

형용사	빈도	비율
독특한	8	8
화려한	12	12
고급스러운	33	33
수수한	16	16
개성적인	17	17
투박한	8	8
기능적인	6	6
전체	100	100



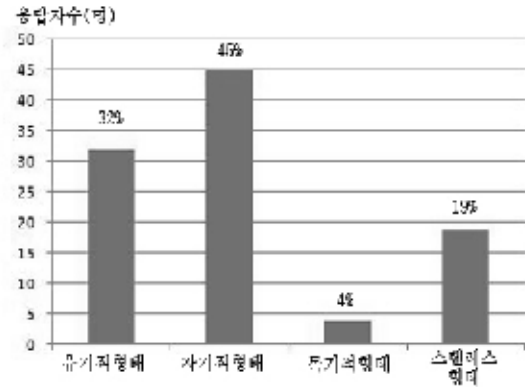
[표43] 비빔기의 이미지로
선호하는 형용사

[도43] 비빔기의 이미지로
선호하는 형용사

(12) 비빔기에 어울리는 식기

응답자에게 개발 디자인한 다음과 같은 형태 중 비빔기에 어울리는 식기에는 45%가 자기적 특성 중 달항아리를 모티브로 디자인한 형태를 가장 선호하였다.

식기	빈도	비율
비빔기 디자인1	32	32
비빔기 디자인2	45	45
비빔기 디자인3	4	4
비빔기 디자인4	19	19
전체	100	100



[표44] 비빔기에 어울리는 식기

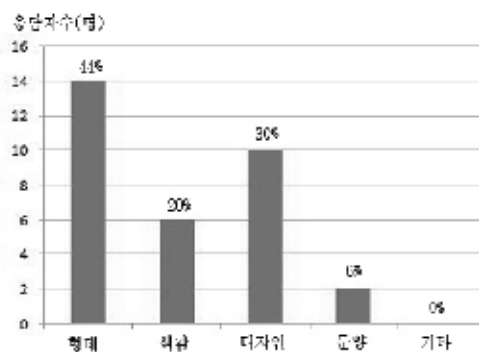
[도44] 비빔기에 어울리는 식기

(13) 비빔기 디자인1를 선택한 이유 및 형태와 문양의 어울림정도

유기의 두드림의 모티브에서 개발디자인 된 유기적 형태를 선택하게 된 이유를 묻는 조사에서는 형태(44%)와 디자인(30%)을 선호하여 선택하였고 형태와 문양의 어울림정도의 조사에서도 90%로 높게 나타났다

선택이유	빈도	비율
형태	14	44
색감	6	20
디자인	10	30
문양	2	6
기타	0	0
전체	32	100

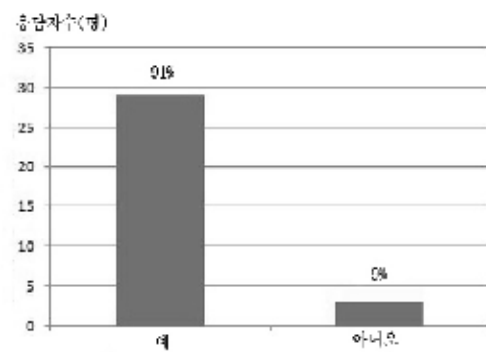
[표45] 비빔기 디자인1를
선택한 이유



[도45] 비빔기 디자인1를
선택한 이유

어울림정도	빈도	비율
예	29	91
아니오	3	9
전체	32	100

[표46] 비빔기 디자인1의 형태와
문양의 어울림 정도



[도46] 비빔기 디자인1의 형태와
문양의 어울림 정도

(14) 비빔기 디자인2를 선택한 이유 및 형태와 문양의 어울림정도

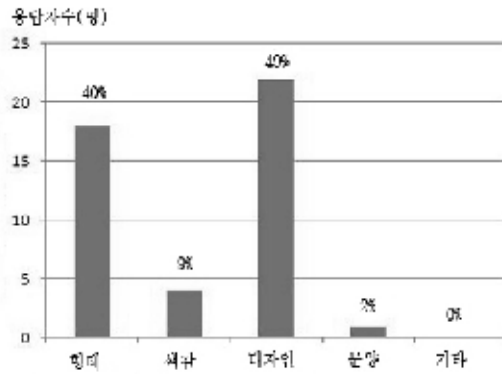
자기의 넉넉한 달항아리의 넉넉함의 모티브에서 개발디자인 된 자기적 형태를 선택하게 된 이유를 묻는 조사에서는 디자인(49%)과 형태(40%)를 선호하여 선택하였고 형태와 문양의 어울림 정도의 조사에서도 98%로 높게 나타났다

선택이유	빈도	비율
형태	18	40
색감	4	9
디자인	22	49
문양	1	2
기타	0	0
전체	45	100

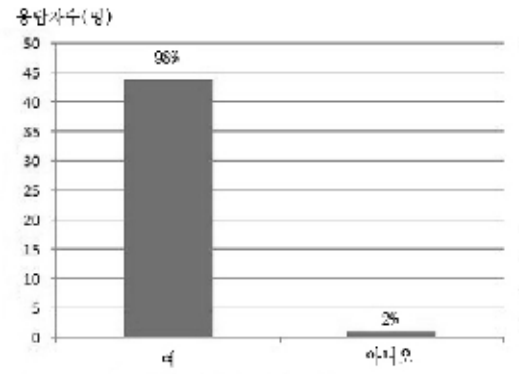
[표47] 비빔기 디자인2를
선택한 이유

어울림정도	빈도	비율
예	44	98
아니오	1	2
전체	45	100

[표48] 비빔기 디자인 2의 형태와
문양의 어울림 정도



[도47] 비빔기 디자인2를
선택한 이유



[도48] 비빔기 디자인 2의 형태와
문양의 어울림 정도

(15) 비빔기 디자인3을 선택한 이유 및 형태와 문양의 어울림정도

목기의 꺾임과 조각적 특성의 모티브에서 개발디자인 된 목기적 형태를 선택하게 된 이유를 묻는 조사에서는 색감(75%)과 형태(25%)를 선호하여 선택하였고 형태와 문양의 어울림정도의 조사에서도 100%로 높게 나타났다

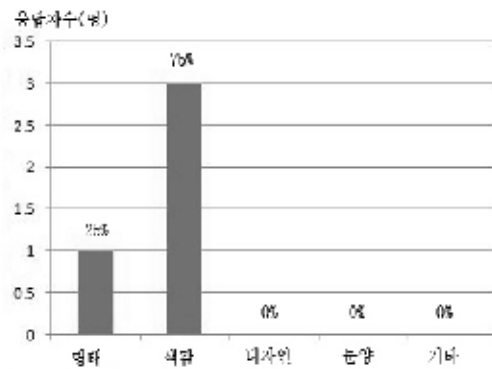
그러나 목기적 형태는 전체적인 응답자들 중에 가장 선호도가 낮은 형태였다.

선택이유	빈도	비율
형태	1	25
색감	3	75
디자인	0	0
문양	0	0
기타	0	0
전체	4	100

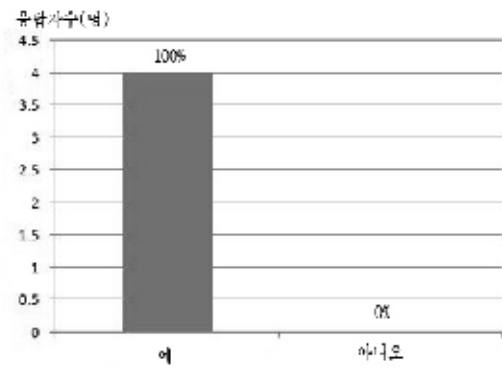
[표49] 비빔기 디자인3을
선택한 이유

어울림정도	빈도	비율
예	4	100
아니오	0	0
전체	4	100

[표50] 비빔기 디자인3의 형태와
문양의 어울림 정도



[도49] 비빔기 디자인3을
선택한 이유



[도50] 비빔기 디자인3의 형태와
문양의 어울림 정도

(16) 비빔기 디자인4를 선택한 이유 및 형태와 문양의 어울림 정도

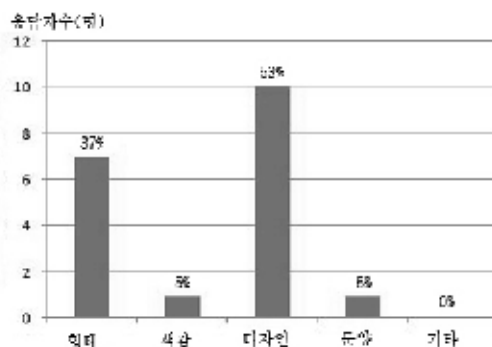
스테인레스의 차가움과 짝어낸 듯한 산업적인 특성의 모티브에서 개발 디자인된 형태의 조사에서는 디자인(53%)과 형태(37%)를 선호하여 선택하였고 형태와 문양의 어울림 정도의 조사에서도 100%로 높게 나타났다.

선택이유	빈도	비율
형태	7	37
색감	1	5
디자인	10	53
문양	1	5
기타	0	0
전체	19	100

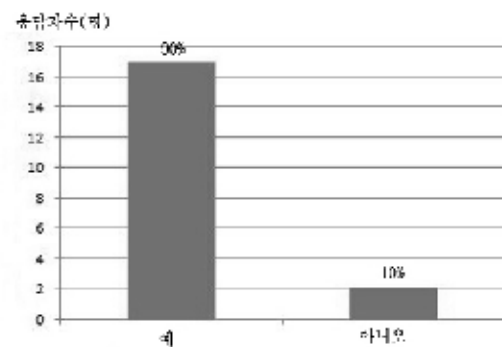
[표51] 비빔기 디자인4를
선택한 이유

어울림정도	빈도	비율
예	17	90
아니오	2	10
전체	19	100

[표52] 비빔기 디자인4의 형태와
문양의 어울림 정도



[도51] 비빔기 디자인4를
선택한 이유



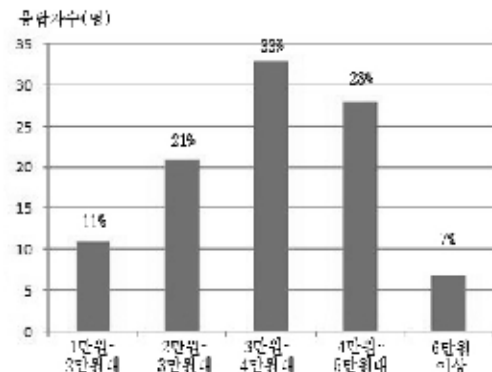
[도52] 비빔기 디자인4의 형태와
문양의 어울림 정도

(17) 개발디자인 된 비빔기의 적당한 가격

개발 디자인 된 비빔기의 적당한 가격을 물어보는 조사에서 응답자들이 가장 선호하는 가격대는 3만원~4만원대의 33%로 높게 조사되었고 그 다음으로 4만원~5만원대의 28%로 조사되었다. 앞서 A항의 일반적인 비빔기의 가격 선호도와 비교해 볼 때 개발 디자인에 대한 가격이 더 높게 나타났다.

적당가격	빈도	비율
1만원~2만원대	11	11
2만원~3만원대	21	21
3만원~4만원대	33	33
4만원~5만원대	28	28
5만원 이상	7	7
전체	100	100

[표53] 개발디자인 된 비빔기의 적당한 가격



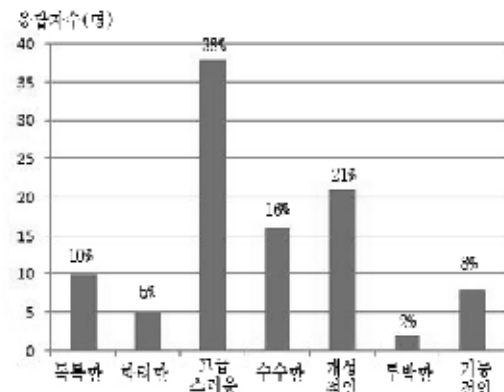
[도53] 개발디자인 된 비빔기의 적당한 가격

(18) 개발 비빔기의 이미지로 어울리는 형용사

응답자들이 개발 비빔기의 이미지로 어울리는 형용사 어휘를 조사하였다. 개발 비빔기의 이미지로 가장 어울리는 형용사는 고급스러운(38%)으로 나타났고 그 뒤로 개성적인(21%) 형용사를 선호하였다. 깔끔한 백자에 청화로 모던하고 선(線)적인 문양이 고급스러움과 개성적인 이미지에 어울리는 것을 알 수 있다.

형용사	빈도	비율
독특한	10	10
화려한	5	5
고급스러운	38	38
수수한	16	16
개성적인	21	21
투박한	2	2
품격있는	8	8
전체	100	100

[표54] 비빔기의 이미지로 선호하는 형용사



[도54] 비빔기의 이미지로 선호하는 형용사

3) 소 결

비빔기의 구매에 대한 일반적인 사항을 조사한 결과, 응답자는 주로 대형마트에서 구매를 하며, 구입 시 디자인과 가격을 우선 고려한다는 것을 알 수 있었다. 응답자는 시중의 비빔기의 가격이 적당하다고 생각하고 있었고 도예가의 작업실이나 공방에서의 가격과 시장이나 인터넷 쇼핑몰에서의 가격을 2만원~3만원대가 적당하다 생각하고 있었다. 또한 응답자들은 적합한 어휘로써 고급스러운 비빔기의 이미지를 선호한다는 것을 알 수 있었다.

비빔기에 대한 일반적인 사항을 조사한 결과, 응답자는 비빔기에 가장 어울리는 식기로 흙의 재료적 특성과 넉넉한 달항아리를 모티브로 개발한 자기 형태의 비빔기 디자인 2를 가장 선호 하였다. 응답자들이 비빔기 디자인2를 선호한 이유로는 디자인과 형태를 꼽았으며 개발 디자인한 형태가 각각의 문양과 어울리냐는 질문에 91%의 높은 비율로 그렇다고 응답하였다. 또한 적정가격은 3만원~4만원대의 가격을 선호하였고 이에 적합한 단어로써는 고급스러움과 개성적이라고 조사되었다.

IV. 결 론

본인은 한식세계화 정책으로 한국음식을 대표할 수 있는 비빔밥이 세계적인 음식으로 경쟁력을 갖춘 일품요리라는 전제하에 국내외에서도 관광 상품의 역할을 충분히 할 수 있는 비빔기의 조사와 한식 세계화에 발맞춰 한국을 대표하는 도자비빔기 디자인의 제안 연구를 하였다. 이로써 도자식기 업계의 활성화, 단품으로써 정형화된 도자비빔기의 상품화, 유통이 본 연구를 통해 발전되기를 기대한다. 이에 현대의 비빔기의 형태와 디자인을 현황분석하고 사전 설문조사를 통해 소비자의 선호 경향을 파악 하고, 디자인을 개발 하였다. 이후 두번째 설문조사를 통해 비빔기의 만족도를 조사하고 다음과 같은 결과를 얻을 수 있었다.

첫째, 현재 시중에서 유통되고 있는 도자기, 유리, 목기, 스테인레스 비빔기의 형태, 크기, 디자인을 현황 분석하고 사전 설문지 조사를 통해 개발 디자인 제안을 위한 기초자료로써 소비자들이 선호하는 형태와 문양을 도출 하였다.

둘째, 각각 O, V, S, U형태를 도출해 비빔기로 가장 이상적인 형태가 O형이라는 결과를 얻을 수 있었다. 그리고 O형에 적합한 크기 분석과 함께 유리, 자기, 목기, 스테인레스 비빔기의 형태와 재료적 특성에서 발전하여 두드림을 모티브로 한 「비빔기 디자인1」, 흙의 물성과 빛음을 모티브로 한 「비빔기 디자인2」, 깎음과 조각을 모티브로 한 「비빔기 디자인3」, 찍음과 산업적인 선을 모티브로 한 「비빔기 디자인 4」를 디자인 하였다. 또한 연꽃 문양 중 회화적이고 선(線)적인 문양을 응용하여 4개의 문양을 제안하고 형태에 장식하였다.

셋째, 사후 소비자 선호도 조사를 통해 개발 된 비빔기의 만족도 조사를 통해 소비자들이 선호하는 형태와 문양에 대한 결과를 도출하였다. 개발 디자인 한 비빔기에 대한 일반적인 사항을 조사한 결과, 응답자는 비빔기에 가장 어울리는 식기로 흙의 재료적 특성과 넉넉한 달항아리를 모티브로 개발한 자기적 형태의 「비빔기 디자인2」의 식기와 연꽃문양 디자인 제시안의 문양⑥를 가장 선호 하였다. 또한 개발디자인 비빔기의 적정가격을 3만원~4만원대라고 응답하였으며 이에 적합한 어휘로써 고급스러움과 개성적이라는 단어를 선호 하였다.

본 연구는 이러한 결과로 O형의 자기적 형태인 「비빔기 디자인2」에 현대

적으로 재해석된 연꽃문양의 백자 비빔기를 개발함으로써 한식 세계화와 인류 열풍 속에서 한국을 대표할 수 있는 비빔기가 되기를 기대한다. 또한 향후 더욱 다양한 디자인의 비빔기를 통해 현대인이 원하는 체계적인 조사와 연구가 계속 되리라 사료된다.

참고 문헌

논문

- 한현숙, 『외국인을 위한 비빔밥 개발』, 호명여자대학교 석사학위논문, 2003
- 이승민, 『비빔밥 섭취 현황 및 기호도 조사』, 숙명여자대학교 석사학위논문, 2005
- 이세희, 『전통 음식인 전주비빔밥의 선택행동에 관한 연구』, 초당대학교 석사학위논문, 2010
- 오중석, 『전주 비빔밥그릇 개발에 관한 연구』, 단국대학교 석사학위논문, 2002
- 이명화, 『초등학교 급식에서의 비빔밥식의 식단유형 분석』, 경상대학교 석사학위논문, 2007
- 옥은희, 『절기음식 상차림을 위한 도자식기 디자인에 관한 연구』, 이화여자대학교, 석사학위논문, 2005
- 이재희, 『식기 디자인 개발에 관한 연구』, 경희대학교 석사학위논문, 2001
- 어 정, 『생활용품 문양에 대한 현대인의 선호도에 관한 연구』, 연세대학교 석사학위논문, 2008
- 정진교, 『물의 이미지를 형상화한 도자식기연구』, 국민대학교 석사학위논문, 2011
- 서영예, 『화(化)문양을 응용한 도자식기의 표현특성과 조성기법에 관한 연구』, 경원대학교 석사학위논문, 2009
- 오옥자, 『창호(窓戶) 문양을 시문한 도자식기 디자인 연구』, 제주대학교 석사학위논문, 2008
- 김민지, 『한국의 국가 상징을 활용한 국립중앙박물관 유니폼 디자인 개발』, 이화여자대학교 석사학위논문, 2007
- 조선옥, 『개인용 도자식기세트 개발 연구』, 홍익대학교 석사학위논문, 2008
- 윤선아, 『울동적 선의 이미지를 주제로 한 빛의 표현 연구』, 서울과학기술대학교 석사학위논문, 1999
- 서혜숙, 『실용 도자 식기에 나타난 한국 전통 문양의 특성과 현대적 접근에 관한 고찰』, 홍익대학교 석사학위논문, 2007

단행본

- 홍도애, 『역주 동국세시기』 과학원 고전 연구실, 1999
- 한복려, 『우리음식 100가지, 현암사』, 1999
- 주영하, 『음식 인문학』, 휴머니스트, 2011
- 이규태, 『우리 음식 이야기』, 기린원, 1991
- 이효지, 『한국의 음식문화』, 신광사, 1999
- 윤서석, 『우리나라 식생활 문화의 역사』, 신림사, 2000

김의근, 『특집 한국음식세미나 향토음식 중심의 요리 관광코스개발』, 식품과학과 산업, 1994

김은실, 김태욱, 『한국음식』, 문지사, 2002

윤서석, 『한국음식』, 수학사, 1987

문화공보부 문화재관리국, 『한국민속종합조사 보고서-향토음식편』, 형설사

김은실, 최은희, 『웰빙 한국음식』, 서울 MJ미디어, 2005

김명란, 『생활도자공예디자인』, 세진사, 1998

나 건 외3명, 『디자인실행하기 기획발전소』, 비주얼스토리 공장출판부, 2009

유남해, 『전통문양, 대원사』, 1996

김덕겸, 『한국길상문』, 형설출판사, 2004

월간도예, 2009, 9

생활도자식기 진흥 프로그램 연구, 재단법인 세계도자기 엑스포, 2007

W. Kandinsky, 『점, 선, 면』, 안정연(역), 서울 미진사, 1982

Maitland Graves, 『디자인과 색채』, 배만실(역), 이화여자대학교 출판부, 1990

학회논문

계승희, 문현경, 염초애, 송태희, 이성희, 『한국음식의 표준화를 위한 연구(Ⅲ)-비빔밥류』, 한국조리과학회지, 1995

서경화, 신민자 등, 『일본 중국 유학생들의 한국음식에 대한 기호도 및 한식당의 개선 방안에 관한 연구』, 한국조리과학회지, 2006

윤혜려, 『국내체류 외국인들의 출신지역에 따른 한식에 대한 인지도 및 선호도 연구』, 한국생활문화 학회지, 2005

이연정, 『한류가 한국음식에 대한 인식과 태도에 미치는 영향』, 동아시아 식생활학회지, 2005

윤동숙, 한기웅, 『한국 식문화를 고려한 식기디자인에 관한 연구』, 한국디자인문화학회, 2006

이해목, 『산업디자인 선도기업의 제품디자인 성공화 전략에 관한 연구』, 한국조형예술학회, 2000

김명란, 『도자 한식기에 대한 의식조사와 디자인 연구』, 한국도자학회, 2005

이윤, 여화선, 『현대 생활도자 식기의 형태와 디자인 분석』, 한국디자인문화학회, 2007

박재연, 『도자식기의 디자인요소가 감성에 미치는 영향 연구』, 한국디자인문화학회지, 2009

이해만, 『국가홍보 광고에 나타난 한국의 상징이미지에 관한 연구』, 한국기초조형학회, 2004

김연정, 심기현, 김용한, 『간소 고품격 메뉴개발 연구』, 숙명여자 대학교, 한국음식연구원, 2010

웹 문서

icecreamhan@empas.com,

www.sjbnews.com

anthro.chonbuk.ac.kr

www.culturecontent.com

museum.daejeon.go.kr

부 록

사전 설문지

최근 감성 디자인 시대를 맞이하여, 소비자들의 가치변화로 단순히 기능적이거나 값이 싸거나 또는 기술만을 제시하는 디자인으로는 충분하지 않게 되어 소비자들의 감성을 자극할 수 있는 혁신적인 제품을 요구하고 있습니다.

본 연구는 ‘한국의 비빔기의 형태와 디자인 분석-도자식기를 중심으로’라는 주제의 석사논문을 진행하기 위한 것으로서 설문조사를 통해 소비자의 요구와 감성을 충족시킬 수 있는 비빔기의 디자인을 반영한 제품디자인의 기초자료를 제시하려는 목적으로 설계되었습니다. 정확한 조사를 위해 한 문항도 빠짐없이 답해주시기를 부탁드립니다. 응답하신 내용은 통계적인 목적 이외에는 사용하지 않을 것을 약속드립니다.

질문의 양이 많아 번거롭더라도 끝까지 성의껏 응답해 주시기 바랍니다.

설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

2013년 8월

서울과학기술대학교 NID융합기술대학원 조형문화디자인 전공
석사과정 : 문 난 희

A. 다음 항목을 읽고 본인의 의견과 가장 가깝다고 생각하는 번호에 V표 하거나 해당하는 부분에 숫자를 적어주시기 바랍니다.

*이 연구에서는 도자비빔기의 범위를 소비자들이 일반적으로 많이 사용하는 면기, 냉면기, 비빔기로 제한하였습니다.
위의 사항을 참고하여 질문에 응답해 주시기 바랍니다.

1. 가장 선호하는 비빔기 제품은 무엇입니까?

①유기식기 ②도자기식기 ③목재식기 ④스테인레스식기 ⑤기 타

2. 일반적으로 제품에 따라 문양이 있는 것을 좋아하는 정도가 다를 것으로 생각 됩니다. 도자비빔기에 문양이 있는 것을 좋아하시는 정도를 표시해 주십시오.

①매우 좋아한다 ②좋아한다 ③보통이다 ④싫어한다 ⑤매우 싫어한다

3. 새로 가장 한국적인 이미지의 도자비빔기를 구입해야 한다면 다음 중 어떤 문양이 있는 제품을 구입하시겠습니까? 구입하고 싶은 제품의 문양이 무엇인지 표시 해 주십시오.

①한국 전통문양 ②현대적인 문양 ③화려한 문양 ④단순한 문양 ⑤문양이 없는 단색

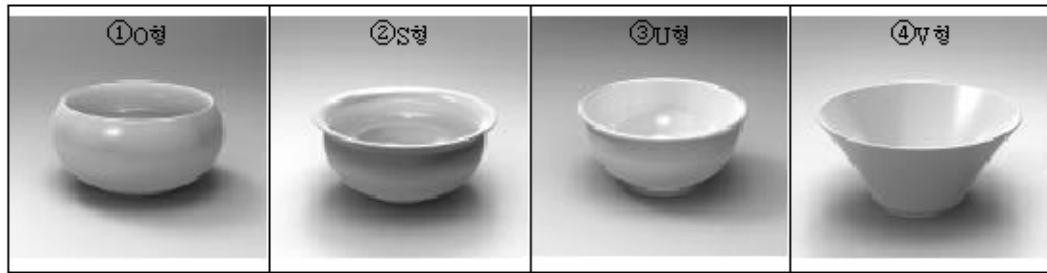
4. 가장 마음에 드는 한국적인 이미지의 도자비빔기 제품의 문양 모티브는 무엇입니까?

①추상적 문양 ② 과일문양 ③꽃문양 ④식물문양 ⑤동물문양

5. 가장 한국적 이미지의 비빔기를 디자인 할 때 선호하는 문양은 무엇이 생각하십니까?

①태극 문양 ②수자 문양 ③연꽃 문양 ④ 당초문양 ⑤기하문양

6.다음 형태 중 비빔기에 어울리는 형태는 무엇이라고 생각하십니까?

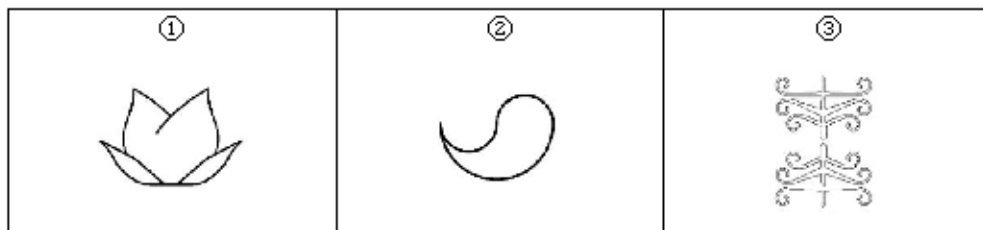


* ①번의 O형을 선택하였다면 [7번.8번] 문항으로 가세요.

7.만약에 ①의 형태를 선택하였다면 이에 어울리는 비빔기는 무엇이라고 생각하십니까?

①청자비빔기 ②백자비빔기 ③분청비빔기 ④기타

8.만약에 ①번을 선택하셨다면 이 형태에 어울리는 문양은 무엇이라고 생각하십니까?

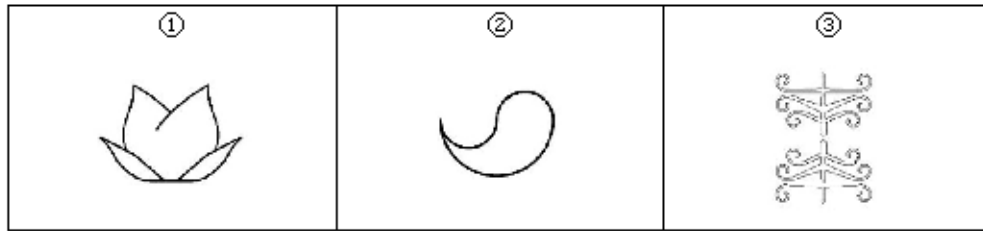


* ②번의 S형을 선택하였다면 [9번.10번] 문항으로 가세요.

9.만약에 ②의 형태를 선택하였다면 이에 어울리는 비빔기는 무엇이라고 생각하십니까?

①청자비빔기 ②백자비빔기 ③분청비빔기 ④기타

10.만약에 ②번을 선택하셨다면 이 형태에 어울리는 문양은 무엇이라고 생각하십니까?



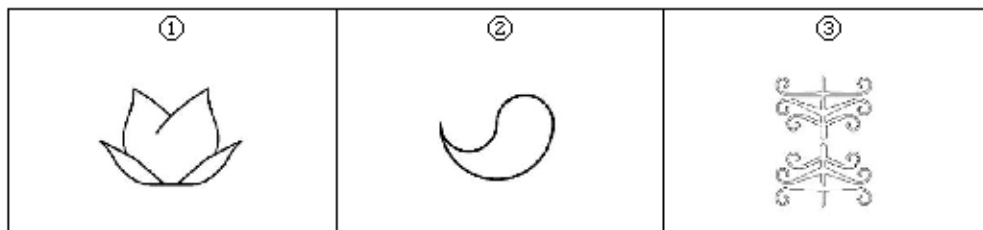
①연꽃 ②태극문 ③수자문 ④기타

* ③번의 U형을 선택하였다면 [11번.12번] 문항으로 가세요.

11.만약에 ③의 형태를 선택하였다면 이에 어울리는 비빔기는 무엇이라고 생각하십니까?

①청자비빔기 ②백자비빔기 ③분청비빔기 ④기타

12.만약에 ③번을 선택하셨다면 이 형태에 어울리는 문양은 무엇이라고 생각하십니까?



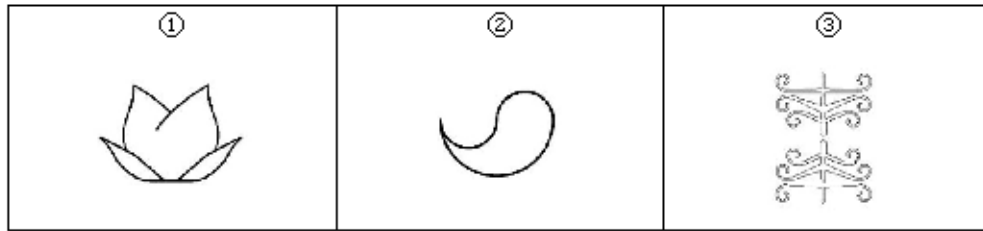
①연꽃 ②태극문 ③수자문 ④기타

* ④번의 V형을 선택하였다면 [13번.14번] 문항으로 가세요.

13.만약에 ④의 형태를 선택하였다면 이에 어울리는 비빔기는 무엇이라고 생각하십니까?

①청자비빔기 ②백자비빔기 ③분청비빔기 ④기타

14.만약에 ④번을 선택하셨다면 이 비빔기에 어울리는 문양은 무엇이라고 생각하십니까?



①연꽃 ②태극문 ③수자문 ④기타

B.다음 문항을 읽고, 해당하는 숫자에 V표를 해 주십시오.

1.직업

①학생(대학원생포함) ②자영업 ③기술직 ④영업직 ⑤전문직 ⑥사무직 ⑦주부
⑧기타

2.나이

①20대 ②30대 ③40대 ④50대 ⑤60대이상

3.결혼여부

①미혼 ②기혼

4.가정의 월 평균 수입정도

①200만원미만	②200만원이상~300만원미만
③300만원이상~400만원미만	④400만원이상~500만원미만
⑤500만원이상~600만원미만	⑥600만원이상

5.디자인 관련 전공교육을 받으신 적이 있습니까?

①예 ②아니오

설문에 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다.

부 록

사후 설문지

최근 감성 디자인 시대를 맞이하여, 소비자들의 가치변화로 단순히 기능적이거나 값이 싸거나 또는 기술만을 제시하는 디자인으로는 충분하지 않게 되어 소비자들의 감성을 자극할 수 있는 혁신적인 제품을 요구하고 있습니다.

본 연구는 ‘한국의 비빔기의 형태와 디자인 분석-도자식기를 중심으로’라는 주제의 석사논문을 진행하기 위한 것으로서 설문조사를 통해 소비자의 요구와 감성을 충족시킬 수 있는 비빔기의 디자인을 반영한 제품디자인의 기초자료를 제시하려는 목적으로 설계되었습니다. 정확한 조사를 위해 한 문항도 빠짐없이 답변주시기를 부탁드립니다. 응답하신 내용은 통계적인 목적 이외에는 사용하지 않을 것임을 약속드립니다.

질문의 양이 많아 번거롭더라도 끝까지 성의껏 응답해 주시기 바랍니다.

설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

2013년 8월

서울과학기술대학교 NID융합기술대학원 조형문화디자인 전공
석사과정 : 문 난 희

A. 다음 항목을 읽고 본인의 의견과 가장 가깝다고 생각하는 번호에 V표 하거나 해당하는 부분에 숫자를 적어주시기 바랍니다.

*이 연구에서는 도자비빔기의 범위를 소비자들이 일반적으로 많이 사용하는 면기, 냉면기, 비빔기로 제한하였습니다.
위의 사항을 참고하여 질문에 응답해 주시기 바랍니다.

1. 도자비빔기의 제품은 일반적으로 어떤 경로를 통해 구입하십니까?

- ①시장 ②백화점 ③인터넷 쇼핑몰 ④대형마트 ⑤도예가의 공방이나 작업실
⑥기타

2. 도자비빔기 제품을 구입하실 때 우선적으로 고려하는 사항은 무엇입니까?

- ①형태 ②브랜드 ③무게 ④디자인 ⑤가격 ⑥색상

3. 현재 유통되고 있는 도자비빔기의 가격이 어떻다고 생각하십니까?

- ①아주 비싸다 ②비싸다 ③적당하다 ④저렴하다 ⑤아주 저렴하다

4. 새로 도자비빔기를 구입해야 한다면 도예가의 작업장이나 공방에서의 적당한 가격은 어느 정도여야 한다고 생각하십니까?

- ①1만원~2만원대 ②2만원~3만원대 ③3만원~4만원대 ④4만원~5만원대 ⑤5만원 이상

5. 새로 도자비빔기를 구입해야 한다면 시장이나 인터넷 쇼핑몰에서의 적당한 가격은 어느 정도여야 한다고 생각하십니까?

- ①1만원~2만원대 ②2만원~3만원대 ③3만원~4만원대 ④4만원~5만원대 ⑤5만원 이상

6. 비빔기 이미지를 형용사 어휘로 표현한다면 선호하는 느낌은 무엇입니까?

- ①독특한 ②화려한 ③고급스러운 ④수수한 ⑤개성적인 ⑥투박한 ⑦기능적인

B.각 항목에 해당하는 그림을 보고 본인의 의견과 가장 가깝다고 생각하는 번호에 v표를 해 주십시오

1.다음의 형태와 디자인 중 비빔기에 가장 어울리는 식기는 무엇이라고 생각하십니까?



* ①번의 형태를 선택하였다면 [2번.3번] 문항으로 가세요.

2.만약에 ①의 형태를 선택하였다면 왜 그렇다고 생각하십니까?

①형태 ②색감 ③디자인 ④문양 ⑤기타

3.①의 형태와 디자인 및 문양이 서로 어울린다고 생각하십니까?

①예 ②아니오

* ②번의 형태를 선택하였다면 [4번.5번] 문항으로 가세요.

4.만약에 ②의 형태를 선택하였다면 왜 그렇다고 생각하십니까?

①형태 ②색감 ③디자인 ④문양 ⑤기타

5.②의 형태와 디자인 및 문양이 서로 어울린다고 생각하십니까?

①예 ②아니오

* ③번의 형태를 선택하였다면 [6번,7번] 문항으로 가세요.

6.만약에 ③의 형태를 선택하였다면 왜 그렇다고 생각하십니까?

①형태 ②색감 ③디자인 ④문양 ⑤기타

7.③의 형태와 디자인 및 문양이 서로 어울린다고 생각하십니까?

①예 ②아니오

* ④번의 형태를 선택하였다면 [8번,9번] 문항으로 가세요.

8.만약에 ④의 형태를 선택하였다면 왜 그렇다고 생각하십니까?

①형태 ②색감 ③디자인 ④문양 ⑤기타

9.④의 형태와 디자인 및 문양이 서로 어울린다고 생각하십니까?

①예 ②아니오

10.새로 도자비빔기를 구입해야 한다면 위의 디자인 된 비빔기의 적당한 가격은 어느 정도여야 한다고 생각하십니까?

①1만원~2만원대 ②2만원~3만원대 ③3만원~4만원대 ④4만원~5만원대 ⑤5만원 이상

11.위의 새로 개발된 비빔기 이미지를 형용사 어휘로 표현한다면 어울리는 느낌은 무엇입니까?

①독특한 ②화려한 ③고급스러운 ④수수한 ⑤개성적인 ⑥투박한 ⑦품격있는

C. 다음 문항을 읽고, 해당하는 숫자에 V표를 해 주십시오.

1. 직업

- ① 학생(대학원생포함) ② 자영업 ③ 기술직 ④ 영업직 ⑤ 전문직 ⑥ 사무직 ⑦ 주부
⑧ 기타

2. 나이

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상

3. 결혼 여부

- ① 미혼 ② 기혼

4. 가정의 월 평균 수입정도

- | | |
|---------------------|---------------------|
| ① 200만원 미만 | ② 200만원 이상~300만원 미만 |
| ③ 300만원 이상~400만원 미만 | ④ 400만원 이상~500만원 미만 |
| ⑤ 500만원 이상~600만원 미만 | ⑥ 600만원 이상 |

5. 디자인 관련 전공 교육을 받으신 적이 있습니까?

- ① 예 ② 아니오

설문에 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다.

Abstract

A Suggestion about Form and Design of Korean Bibim Bowl
(Focused on the Ceramic Bowl)

Moon Nan Hee
(Supervisor Choi Byong Keon Shick)
Dept. of IT.Design fusion program
The Graduate School of NID Fusion Technology
Seoul National University of Science and Technology

The countries of the world in the 21st century are putting a lot of effort into boosting their global image through food culture. Step by step and year by year, our country is pushing ahead with "Globalization Strategy of Korean Food" In this age of globalization, I am confident that a korean traditional food 'BiBimBab' is so competitive in the world market. Also this food is important part of tourism merchandising in that it represents our country 'Korea'. There is an inseparable relationship between 'BiBimBab' and 'bowl.' to add to the taste of the food and its wonderful decorations. The need for the development korean brand dishware design for it has recognized within globalization Strategy of Korean Food. To develop dishware design for me is a new study on the revitalization and the standardization for commercializing and branding it to bring new products to market in the ceramic industry.

A study on useful suggestions of the BiBim dishware design, I was able to draw a conclusion of the average size and appropriate capacity for it from analyzing the current situation out at our domestic distribution market. According to the survey on consumer preference, I'd like to suggest new directions of the development of the pattern of forming and the most innovative design, and the color in ceramic bowl. The functional white porcelain of the "BiBim" dishware is specifically designed for the

practical use, adding a modern twist to a global and abstract art form. At the result of the survey on consumer preference, The shape of "O" was selected on the score of the most popular among those shapes of "S", "U", "V" and "O". The distinctive quality of the BiBim dishware design 1, 2, 3, and dishware design 4, in the shape of "O" is applied in its each forms. I developed unique design of the otus flower motif with picturesque character by using modern line on four main types of "BiBim" dishware.

At the Analytical Research on Consumers' Level of Satisfaction on designed four main types of "BiBim" dishware. I will be able to be a great help in the fields of globalization of Korean dishes , marketing and rapid transformations of shopping trends on various consumer demand and consumer lifestyles.