



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2014년 2월
박사학위논문

감성사회인의 자아실현 및 가치 소비를 위한 DIY 가구 체험

조선대학교 대학원

디자인경영학과

이 태 경

감성사회인의 자아실현 및 가치 소비를 위한 DIY 가구 체험

A DIY Furniture Making Program for Self-realization
and Value Consumption of People in Emotional Society

2014년 2월 25일

조선대학교 대학원

디자인경영학과

이 태 경

감성사회인의 자아실현 및 가치 소비를 위한 DIY 가구 체험

지도교수 김 정 필

이 논문을 디자인학 박사학위 논문으로 제출함



2013년 10월

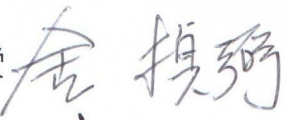

조선대학교 대학원

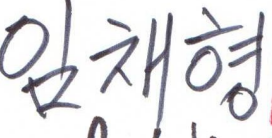

디자인경영학과

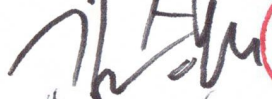

이 태 경



이태경의 박사학위 논문을 인준함

委員長 朝鮮大學校 教授  

委員 朝鮮大學校 教授  

委員 朝鮮大學校 教授  

委員 朝鮮大學校 教授  

委員 朝鮮大學校 教授  

2013年 12月

朝鮮大學校大學院

목 차

ABSTRACT

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적	1
제2절 연구의 범위 및 방법	5

제2장 감성사회인의 자아실현 및 가치소비

제1절 자아실현	8
1. 자아	8
2. 자아실현	11
제2절 감성사회	19
1. 감성	19
2. 감성사회	21
제3절 가치소비	30
1. 소비	30
2. 가치소비	33

제3장 DIY 가구(家具)

제1절 DIY	41
제2절 DIY 가구체험 요건	43
1. 경제적 요건	45
2. 시간적 요건	47
3. 감성적 요건	50

제3절 DIY 가구 공방	57
제4장 DIY 가구체험	
제1절 DIY 가구체험 과정	62
제2절 DIY 가구체험 설문 및 사례	78
1. DIY 가구체험 설문 및 분석	78
2. 온라인 설문조사	94
3. DIY 가구체험 사례 및 분석	95
4. DIY 가구체험자 인터뷰	121
제5장 결론 및 제언	
제1절 논의 및 결론	125
제2절 제언	131

참고문헌

부록

표 목 차

<표 2-1. 자아실현의 개념>	11
<표 2-2. 이성과 감성의 차이점-Ashforth& Humphrey,1995;논자 재구성>	21
<표 2-3. 문화적·사회적 소비에 대한 감성사회인 소비 욕구 진화>	32
<표 3-1. DIY를 알고 계십니까?>	42
<표 3-2. 어느 분야 DIY에 관심 있습니까?>	44
<표 3-3. 가계의 목적별 최종 소비 지출:1970-2010>	46
<표 3-4. 가구당 월평균 소비지출-통계청:2013>	46
<표 3-5. 주 5일 근무제 실시 후 여가활동 : 2007>	48
<표 3-6. 여가활용에 대한 연령대별 시간이 부족하다고 느끼는 정도:2009>	48
<표 3-7. DIY 한국 소비자 라이프스타일 보고서>	54
<표 4-1. 설문지 구성>	79
<표 4-2. 응답자의 인구통계학적 특성>	80
<표 4-3. DIY 가구체험 동기>	81
<표 4-4. DIY 가구체험 목적>	81
<표 4-5. DIY 공방에 등록 전 DIY 가구에 대한 인지도>	82
<표 4-6. 초보자의 DIY 작업물 사전 결정>	83
<표 4-7. 체험자의 DIY 작업물 사전 결정 : 좋은 의견이다-연령별 분석>	83
<표 4-8. 체험자의 DIY 작업물 사전 결정 : 좋은 의견이다-경력별 분석>	83
<표 4-9. 체험자의 DIY 작업물 사전 결정 : 기타의견-경력별 분석>	84
<표 4-10. 체험자의 DIY 가구 실습물에 대한 의견>	85
<표 4-11. 체험자가 DIY 가구 체험에 부담해야 하는 적당한 금액>	86
<표 4-12. 초보자가 DIY 가구 체험에 부담해야 하는 금액:10만원 이하-경력별 분석>	86
<표 4-13. 초보자가 DIY 가구 체험 중 가장 흥미있는 내용>	87
<표 4-14. DIY 가구체험을 통한 자아성취감이 사회생활에 미치는 영향>	89
<표 4-15. DIY 가구체험을 통한 자아성취감이 사회생활에 미치는 영향 : 연령별 분석>	89
<표 4-16. DIY 가구체험을 통한 자아성취감이 사회생활에 미치는 영향 : 경력별 분석>	89
<표 4-17. DIY 가구체험을 통해 체감할 수 있는 중요한 가치-1순위>	90
<표 4-18. DIY 가구체험 취미 활동에 대한 지속 여부>	92
<표 4-19. DIY 가구체험 취미 활동에 대한 지속 여부 : 연령별 분석>	89
<표 4-20. DIY 가구체험 취미 활동에 대한 지속 여부 : 경력별 분석>	89
<표 4-21. DIY 가구체험을 여가로 지속하는데 가장 큰 문제점>	93
<표 4-22. DIY 가구체험을 여가로 지속하는데 가장 큰 문제점 : 경력별 분석>	94

<표 4-23. 목공 취미를 갖는 이유>	95
<표 4-24. 체험자 인적사항>	96
<표 4-25. DIY 가구체험 연구 절차>	97
<표 4-26. 감성적 결과 항목>	100
<표 4-27. DIY 가구 만들기 체험-제봉틀 함>	101
<표 4-28. DIY 가구 만들기 체험-식탁의자>	102
<표 4-29. DIY 가구 만들기 체험-차장>	103
<표 4-30. DIY 가구 만들기 체험-공모전출품>	104
<표 4-31. DIY 가구 만들기 체험-TV장, 장식장>	105
<표 4-32. DIY 가구 만들기 체험-유아침대>	106
<표 4-33. DIY 가구 만들기 체험-목욕 의자>	107
<표 4-34. DIY 가구 만들기 체험-공모전출품>	108
<표 4-35. DIY 가구 만들기 체험-아동옷장>	109
<표 4-36. DIY 가구 만들기 체험-아동 침대>	110
<표 4-37. DIY 가구 만들기 체험-데이 베드>	111
<표 4-38. DIY 가구 만들기 체험-책장>	112
<표 4-39. DIY 가구 만들기 체험-우체통>	113
<표 4-40. DIY 가구 만들기 체험-연필모형>	114
<표 4-41. DIY 가구 만들기 체험-전시 가구>	115
<표 4-42. DIY 가구 만들기 체험-자전거 거취대>	116
<표 4-43. DIY 가구 만들기 체험-유아완구 가구>	117
<표 4-44. 체험자의 DIY 가구체험 후 항목별 감성적 결과 - 사례 종합 분석표>	118
<표 4-45. 체험자의 DIY 가구체험 후 항목별 감성적 결과:빈도율>	119

그림 목 차

<그림 1-1. 연구의 흐름도>	7
<그림 2-1. 프로이드의 자아>	8
<그림 2-2. 자아의 역할>	10
<그림 2-3. Maslow의 욕구단계>	15
<그림 2-4. 감성의 생성모형>	19
<그림 2-5. 세기별 가치 체계 변화>	23
<그림 2-6. 감성사회의 흐름도>	25
<그림 2-7. 미래인재 조건>	27

사 진 목 차

<사진 1. STARBUCKS>	28
<사진 2. Cul-Duct>	38
<사진 3. DIY 문화 확산-다양한 DIY 종류>	43
<사진 4. 2002년 한·일 월드컵 응원문화>	52
<사진 5. 온라인 카페 : 우드워커, http://cafe.naver.com/woodworker >	61
<사진 6. 변형 가구>	63
<사진 7. 디자인과정>	64
<사진 8. 가변형 책상-도면 : corel draw 활용>	65
<사진 9. 가변형 책상- 3차원 도면 : Sketch-Up활용>	66
<사진 10. 재단 도면:Sketch-Up활용>	68
<사진 11. 온라인 재단 구매>	68
<사진 12. DIY 안전 용품>	70
<사진 13. 스텝스툴 재단 및 가공 작업>	71
<사진 14. 가 조립 및 기본 사포작업>	72
<사진 15. 조립 과정>	74
<사진 16. 채색 이미지 : Sketch-Up활용>	75
<사진 17. 칠 작업>	77
<사진 18. 변형가구 완성>	77

ABSTRACT

A DIY Furniture Making Program for Self-realization and Value Consumption of People in Emotional Society

Lee, tai-kyoung

Advisor : Kim, Jung-pil

Department of Design Management

Graduate School of Chosun University

Aristotle in ancient Greece said that "happiness is a direction and ultimate goal in human activity, not a means for others." Although Greek values and understanding of happiness can not be the same as it they are for members of a modern emotional society, pursuing happiness has long been a desire of all human beings regardless of region or time and it is an important issue in life we have considered since we were born. Standards of happiness are formed differently according to our different senses of personal value and the styles of the times. In the life of members who do not reach a certain physical or economic level, material prosperity may be a standard of happiness, but true happiness is closely related with personal perceptions as the process and results of mental self-satisfaction in addition to economic growth or material and the social environment. As abundance can be felt in an unbalanced way according to the environment or situation in each social class, relative unhappiness, isolation, or deprivation will increase.

Today is a time for information available using advanced equipment when

material goods are mass-produced in almost all social and economic areas because of the enormous amount of industrialization. However, a flood of good or bad information binds both human minds and bodies. As such an environment has made humans isolated and human self-esteem has been controlled by the information available, the human happiness index has been gradually lowering. To escape from this situation, modern people have desired to have higher cultural values, and have pursued a society where emotional-based consumption needs can be satisfied.

Emotional society considers the emotional value of members as important unlike previous societies and is a field of self-realization where our own values are achieved. Members of an emotional society have desired emotional values which amuses them in their life and have tried to possess and enjoy their own values and meaning in life while consuming 'stories for myself' by projecting their own desires into their daily living. The current society is the age of emotion focusing on the ability to integrate which can sense the trends based on creativity and originality, create one's own values, and combine values which seem unrelated to create new ones.

This is the time when the ability to integrate values with higher concepts is needed and is an emotional society where emotions of amusement and consilience are emphasized as central values in life. This study suggests that members of an emotional society should play a role as cultural creators with subjective emotion. That is, if they can control their own culture, they can consume creative culture for themselves. As a way of healing members of an emotional society who have mental stress during social activities regardless of their own intent, physical labor is necessary. Just as it has been said that a healthy body makes a healthy mind, bodies and minds which are tired from mental labor can be healed through physical labor. It can be said that 'physical labor' is an action to satisfy the thirst of the mind. Therefore, this

study aimed to speculate on the values members of an emotional society have pursued in their daily lives through DIY and in a DIY furniture making program. The DIY furniture making program can be an important means to realize the needs of Homo Faber-style craftsmen, help them achieve self-objectification through self-lead hands-on programs, release their stress, and recover their self-esteem in the end.

It is suggested that research on the value of consumption and self-realization of members in an emotional society through a DIY furniture making program will help them find their true self through leisure activities. This study has meaning in that it presented the DIY furniture making program which will contribute to academic development and through which members can enhance their life quality and feel a sense of self-realization.

keywords : DIY Furniture, Emotional DIY Furniture, DIY Self-Realization, Emotional Society, Emotional, Value, Valuable consumption

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

고대 그리스의 아리스토텔레스는 “행복은 인간 활동의 지침으로 다른 것을 위한 수단이 아닌 궁극적인 목적”이라 하였다. 또, “삶이란 단순히 욕구충족을 위한 쾌락적 경험을 추구하는 게 아니라 어떤 이상적 목표를 지향하는 것으로 사람들이 진정한 잠재력을 실현하는 삶이 행복”이라고 했다.¹⁾ 그리스인들의 행복에 대한 가치와 이해가 현대 감성사회 구성원들이 바라는 행복에 대한 이해와 같을 수 없겠지만, 행복을 추구한다는 것은 지역과 시대 구분 없이 인류의 오랜 영원이며, 인간이 탄생하면서부터 지금까지 내려왔던 인간 삶의 중요한 문제이다.

행복의 기준은 개인이 생각하는 가치(價値)의 개념과 시대별 양식(樣式)에 따라 서로 다르게 형성되어 나타난다. 우리 사회를 시대별로 구분하면 원시 유목시대로부터 농경시대 그리고 산업시대를 거쳐 정보화시대라 할 수 있다. 원시 유목시대와 초기 농경시대엔 개인의 행복과 생활보다는 촌락, 집단의 생존이 우선이었다. 본격적인 농경시대에 접어들어 물품을 포함한 생산물이 풍부해지면서 전 시대에 비해 물질에 대한 관심이 증가하고 인간의 행복지수도 높았던 시대였다. 산업화시대는 초기와 후기로 나눌 수 있는데, 초기 산업화 시대는 경제성장을 위한 하드웨어적 양적 성장의 시기라 할 수 있고, 후기 산업화시대는 양적으로 팽창된 기반위에 소프트웨어적인 질적 팽창의 시대로 발전하였다. 초기 산업화 시대의 무분별한 대량생산은 점차 사라지고 첨단정보를 가진 몇몇 선진화된 국가나 기업의 주도에 의한 시대였다. 특히, 후기 산업화시대의 주류 세력인 이성 중심의 지식근로자들의 사회·경제 전반에 걸친 노력으로 생활환경이 물질적·경제적으로 풍요롭고 여유로워졌다. 이들은 물질적 풍요가 인간의 행복을 가져올 수 있을 것으로 생각하는 물질 만능시대였다.

물질적·경제적으로 일정 수준에 오르지 못한 구성원들의 삶에는 물질적 풍요가 행복의 기준으로 타당할 수 있지만, 물질적 풍요로움을 취하고 있는 구성원들에게는 인

1) 아리스토텔레스, 「니코마코스 윤리학」, 이창우, 김재홍, 강상진 옮김, 이제이 북스, 2007, 14p

간의 적응과 재화의 한계효용 때문에 더 이상 행복과 만족감을 증대시키지 못하고 있다.²⁾ 진정한 행복이란 자신을 둘러싸고 있는 경제적인 성장이나 물질, 사회 환경외에도 정신적인 자기만족에 따른 과정과 결과로 개인의 인식과 관련이 깊다. 거기에서가 풍요라는 감성은 사회 계층별 환경 및 상황에 따라 불균형하게 체감하는 형태이기 때문에 상대적인 불행이나 외로움, 박탈감은 더욱 증대되는 것이다.

현재는 정보화 시대이다. 이 시대는 거대해진 산업화로 사회·경제 대부분의 영역에서 물질의 대량생산되었을 뿐만 아니라 첨단 장비에 의한 정보의 시대이다. 그러나 유·무익을 따지지 않고 범람하는 정보는 인간의 정신과 육체가 속박되는 상태가 되었다. 이와 같은 환경은 인간 소외현상을 가져오고 인간의 자존감이 물질과 정보들로 인해 지배당함으로서 인간의 행복지수는 점점 낮아지게 된 것이다. 이러한 상황을 탈피하기 위하여 현대인들은 보다 수준 높은 문화 및 가치를 소유하고 싶어하고, 감성이 바탕이 된 소비 욕구를 충족시킬 수 있는 사회를 추구하게 되었다.

이들의 주된 관심사는 경제력과 사회성을 위해 일상적인 노동을 하는 경쟁 사회를 넘어, 일상과 비일상 중에 자아성취감 등을 추구할 수 있는 가치 중심적 사회를 바라고 있다. 감성 사회 구성원들은 생활 전 영역에서 ‘행복’과 ‘즐거움’을 성취하기 위하여 ‘행위’를 하고 있다고 볼 수 있다. 행복이란 구체적으로 느끼는 기쁨이나 즐거움에 대한 판단이 혼합된 상태라고 할 수 있는데, 이들에게 있어 행복과 즐거움의 감성은 ‘정신이 물질을 지배한다는 것’과 ‘물질이 정신을 지배한다는 것’ 이 둘의 관계에 의해 정해진다고 할 수 있다. 이런 의미의 행복은 흔히 흡족함이나 삶에 대한 만족으로 표현할 수 있는 감성적인 만족감이라 할 것이다.

현대인들의 삶은 ‘생존’이 아닌 ‘생활’의 형태로 진화 하고 있다. 사회 속 정체성과 관계한 의식구조도 ‘우리’의 개념에서 ‘개인’으로 변화되었고, 사회공동체 속에서 자아에 대한 의식표현이 스스로를 위한 고차원적이며 질적인 욕구로 바뀌었다..

현 사회는 매일 새롭게 도출되는 창의성과 독창성에 기반하고 있는 경향(트렌드: trend)을 감지할 줄 알고, 자신의 가치를 창출할 줄 알아야 하며, 상호 관계가 없어 보이는 가치들을 결합해 새로운 것을 창출할 줄 아는 통합의 능력이 중심인 감성시대라 할 수 있다. 아이디어 창출과 실현능력 등과 같은 하이 콘셉트(High concept)의 가치

2) 김성동, <인간의 행복에 대한 새로운 접근>, 대동철학회 논문집, 대동철학, 제41집 2007.12.

들을 통합하여 다스릴 줄 알아야 하는 시대이며, 개인을 위한 유희와 통섭(統攝)의 감성을 삶의 중심 가치로 생각하는 개인적 문화 향유를 위한 감성사회이다.

감성사회는 전(前)사회에 반해 구성원들의 감성적 가치를 중요시하는 사회로서, 남들과 차별화된 나만의 '가치'를 성취할 수 있게 만들어 주는 자아실현의 장(場)이다. 감성사회 구성원들은 자신들의 삶 속에 유희적인 감성적 가치를 원하고 있고, 일상 생활영역에서 자아의 영원(念願)을 투영시켜 '나를 위한 이야기'를 소비하면서 나의 '삶의 가치', '삶의 의미'를 소유하고 향유하고자 노력하고 있다. 논자는 이 가치를 향유할 수 있는 방안으로 감성사회인들은 주제적인 감성을 가지고 자신의 삶을 개척하는 문화 창조자 역할을 수행해야 한다고 본다. 즉, 자신의 문화를 관장할 수 있다면, 자신을 위한 창조적 문화를 소비할 수 있게 되는 것이다. 이는 스스로의 정체성을 찾기 위한 '가치 소비'를 통해 자아를 둘러싸고 있는 사회적 울타리에서부터 자유롭고 싶어 하는 사회인의 원초적인 본능이다.

논자는 감성사회인들이 가치 있고 만족할만한 생활을 향유하기 위해서는 생존을 위한 생업활동 외 취미나 봉사활동 등의 여가를 가져야 한다고 본다. 사회 활동 중 스스로의 의지와 상관없이 정신적 스트레스를 받는 감성사회인들은 치유의 방법으로 육체적 노동인 '온몸노동'이 필요하다. '건강한 육체가 건강한 정신을 만든다'라는 말이 있듯이 '정신노동'에 지친 몸과 마음을 제대로 된 '육체적 노동'으로 치유할 수 있기 때문이다. '육체적 노동'은 마음의 갈증을 채우려는 움직임으로 볼 수 있다. 그 중 논자는 DIY와 DIY 가구 만들기 체험을 통해 감성사회인이 바라는 일상 속 삶의 가치에 대해 살펴보고자 한다. DIY는 'Do It Yourself'의 약자이며, DIY 가구란 '스스로 만든 가구', 혹은 '조립식 가구', '가구의 부품을 구해서 직접 조립하는 형태'라 할 수 있다. DIY 가구체험은 가구를 자신의 몸으로 직접 만들어 보는 체험 행위로 정의할 수 있는데, DIY 가구체험은 인간 본연 속 만들고 싶어 하는 호모 파베르(Homo faber)적 공작(工作)인의 욕구를 실현시켜주는 근본적인 역할부터, 주제적인 체험 활동을 통해 자기 객관화를 찾게 되고 개성을 연출하게 되며, 스트레스를 해소하게 되어 결국에는 자존감을 회복하여 자아실현감을 찾는 중요한 방안이 될 수 있을 것이다.

그러나 감성사회인들은 다양한 산업과 문화들 속에서 경제적, 시간적 여유를 가지면

서도 육체적·정신적 만족을 성취하게 해주는 가치적 소비가 무엇인지 찾지 못하고 개인화 되어가고 있다. 그러므로 감성사회인의 자아와 감성연구를 통한 성향 연구 그리고 감성적 만족을 통한 자아실현감을 만들어 줄 수 있는 가치적 소비재에 관한 연구가 보다 중요해 지고 있다. 이에 따라 본 논문은 감성사회인의 본질적 성향에 대한 연구와 DIY 가구체험이라는 가치적 소비활동을 통해 추구할 수 있는 감성사회인의 자기발견과 자아효능감 성취 그리고 다양한 감성만족과 자아실현감을 통한 인간으로서의 ‘행복’ 성취를 연구 목적으로 한다.

본 논문의 주제인 ‘DIY 가구체험을 통한 감성사회인의 가치소비 및 자아실현 연구’는 감성사회인의 본질적인 자아와 일치되지 않는 취미활동을 통해 의미 없고 비생산적인 시간을 보내고 있는 현대인들에게 여가의 소중함을 일깨워 주는 역할을 할 것이며, 체험을 통해 자아를 찾게 해주는 기능을 해 줄 것으로 생각한다. 감성사회를 살아가는 구성원들의 삶의 질 향상과 자아실현감을 스스로 창조할 수 있도록 해주는 DIY 가구 체험을 제시하는 것으로 학문적 발전에 기여할 것이며, 연구의 의의가 있다고 본다.

제2절 연구의 범위 및 방법

본 연구는 감성사회인의 자아실현 및 가치소비를 위한 DIY 가구 체험을 연구하는 방법으로 문헌연구와 사례분석을 병행한다. 먼저, 자아와 자아실현 및 감성과 감성사회에 대한 연구, 감성사회인에 대한 명확한 설정, 소비와 가치소비에 대한 개념 및 과정을 연구하기 위하여 학위 논문, 학술지 논문, 단행본 등을 활용하여 진행한다.

DIY 가구, DIY 가구공방 그리고 DIY 가구체험 등에 대한 이론적 연구는 관련 서적 및 정기간행잡지, 인터넷 기사 등을 활용하여 진행하며, DIY 가구 체험은 조선대학교 평생교육원 DIY 가구 강좌를 통하여 논자와 체험자간 DIY 가구 제작을 실제 진행하며 연구 진행한다. DIY 가구 및 체험 작업과 관련한 다양한 상황 등은 광주광역시 소재 DIY 가구공방을 현장 탐방하여 설문형식을 빌어 조사할 것이다. 이밖에 인터넷에 개설된 DIY 가구 동호회 중 논자가 가입한 사이트³⁾ 등을 활용하여 DIY 가구에 대한 기본 정보 취득을 진행한다. 기타 DIY 가구, DIY 가구 체험과 관련된 일반적인 내용은 논자가 가구를 만들면서 경험한 상황을 근거로 연구 진행한다.

본 논문은 다음과 같이 총 5장으로 구성되어 있다.

제1장에서는 연구의 배경 및 목적을 조사하고 연구범위 및 방법을 제시한다.

제2장에서는 이론적 배경인 감성사회인의 자아 및 자아실현, 감성과 감성사회 그리고 감성사회인의 소비 및 가치소비에 대한 개념들을 고찰한다.

제3장에서는 DIY 가구체험에 대한 기본 개념과 감성사회 내에서 DIY 가구체험이 주류적 문화 경향이 될 수 있는 요건에 대한 연구를 진행한다.

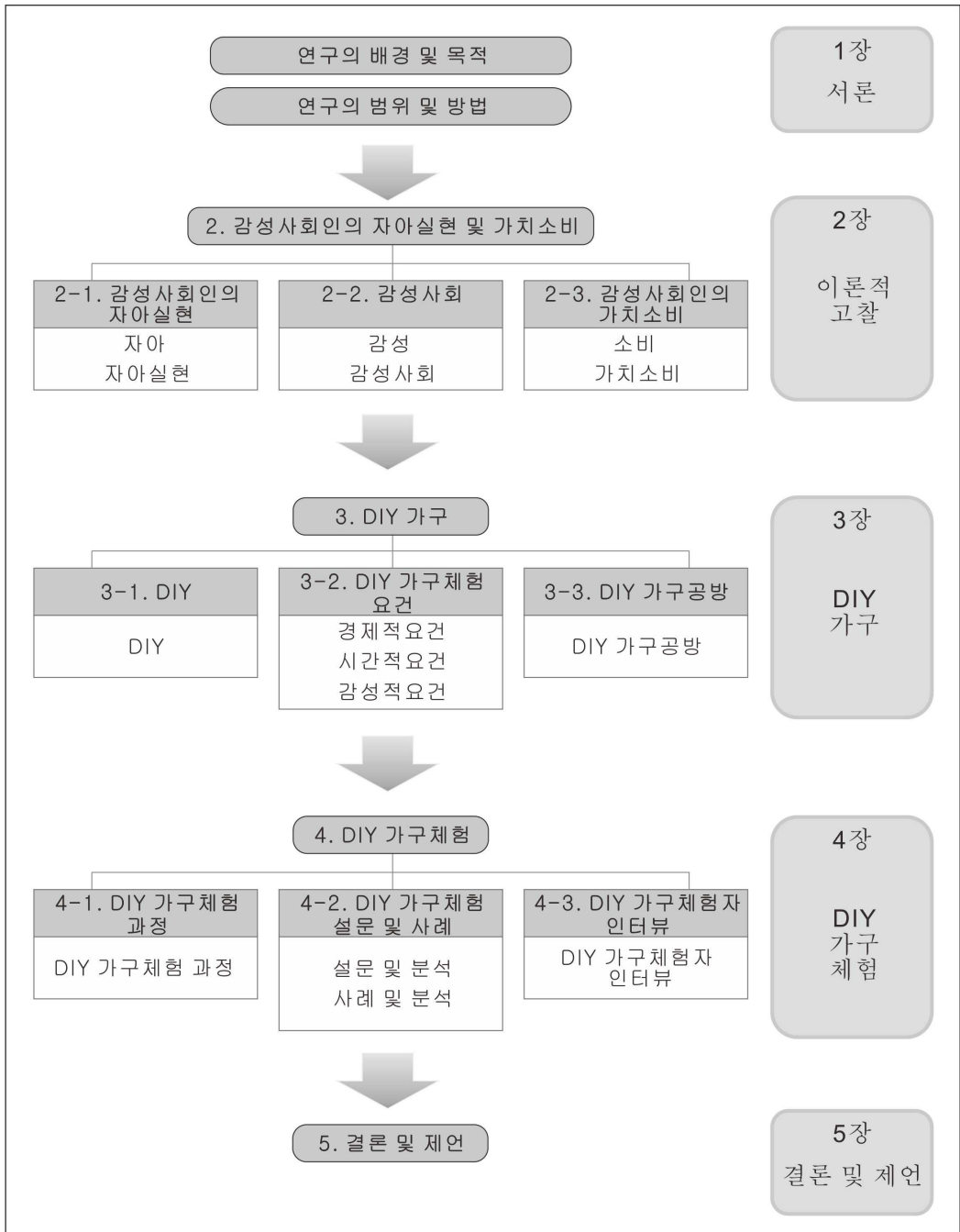
제4장에서는 DIY 가구체험 과정과 설문 및 사례 진행 그리고 분석을 진행한다. 먼

3) <http://cafe.naver.com/woodworker>

저, DIY 가구에 대한 기초적 이해를 위해 DIY 가구체험 과정을 소개한다. 다음, DIY 가구공방 취미생과 체험자의 설문 및 분석, 체험자들의 인터뷰 분석을 중심으로 DIY 가구와 체험자간 상호작용 되는 감성에 대한 조사를 위해 연구한다. 특히, DIY 가구를 실제로 제작해 본 뒤 체험자가 성취 할 수 있는 감성적인 만족과 즐거움에 대하여 연구 진행한다. 이를 바탕으로 생산적 활동을 통한 감성사회인의 자아실현 및 가치소비를 살펴볼 것이다.

제5장에서는 앞 장의 연구를 바탕으로 논문의 목적과 일치되는 감성사회인이 성취할 수 있는 가치소비의 결론을 도출할 것이며, 향후 연구 방향을 제시함으로써 본 연구의 필요성과 가능성을 제시할 것이다.

논문 연구의 흐름도는 다음 그림 <1-1>과 같다.



<그림 1-1. 연구의 흐름도>

제2장 감성사회인의 자아실현 및 가치소비

제1절 자아실현

1. 자아

국어사전을 보면 자(自)는 스스로, 몸소, 자기, 자연히 등의 뜻이며 아(我)는 나, 나의, 외고집 등의 뜻으로서 자기자신(自己自身), 즉 스스로에 대한 의식이나 관념을 뜻한다. 교육학 용어사전에서는 자아를 “인간이 자신의 동일성(同一性/identity) 또는 연속성(連續性/continuity)을 의식할 때 그러한 의식을 하는 주체”⁴⁾ 라고 설명하고 있으며, 의인적(擬人的) 표현 등의 경우를 제외하면 “자기의식을 가진 것”에만 사용한다고 되어있다.

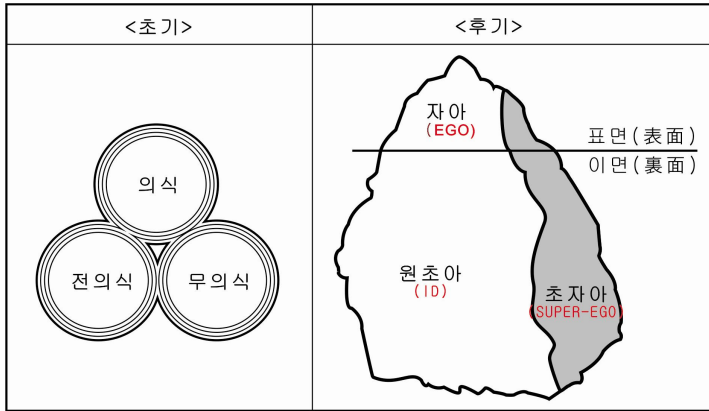
지그문트 프로이드(Sigmund Freud, 1856~1939)는 자아를 “사람의 활동을 총괄하는 역할을 하는 일종의 정신기관”이라고 하면서 “사람은 자아라는 특화된 정신 기관을 통해 자의적인 의식 활동과 실천 활동을 지휘한다”고 하였다.⁵⁾ 그는 정신 분석적 모델의 이론적 모형 중 지형학적 이론 구조를 통해 인간의 의식 구조를 설명하고 있다. 자아에 대한 그의 초기 이론에는 무의식(無意識), 의식(意識), 전의식(前意識)으로 나누어 설명하였다. 무의식은 의식의 범위 밖에 있어 떠올리려고 해도 떠오르지 않는 부분으로 충동과 욕구로 이루어져 자신도 모르게 특정 행동에 영향을 미치는 의식이고, 의식은 깨어있는 상태의 심적 현상의 총체인 의식을 말한다. 전의식은 지식이나 정서와 같이 평소에는 딱히 의식하지 않고 있으면서 노력에 의해 의식으로 올릴 수 있는 의식으로 무의식과 의식 사이에 놓였다.⁶⁾ 그림 <2-1:초기> .

자아에 대한 그의 후기 이론에는, 인간의 의식 구조를 원초아(ID), 자아(EGO), 초자

4) 교육학 용어사전. 서울대학교 교육연구소. 하우동설출판

5) 이운영. <퇴계와 프로이드의 마음이론에 관한 대비적 연구>. 성균관대학교. 박사학위논문. 2011. P.25. 논자 재인용

6) 강완수. <성서적 관점에서 본 불안에 관한 정신분석학적 연구>. 호서대학교. 박사학위논문. 2006. P.36. 논자 재인용



<그림 2-1. 프로이드의 자아>

아(Super-Ego)의 삼층으로 구분하였다. 그림<2-1:후기>은 원초아-초자아-자아를 지형학적 구조 그림으로 표현한 것이다. 원초아는 생물학적 본능으로 태어날 때 가지고 태어나는 기본적인 충동을 의미한다.⁷⁾ 먹고, 마시고, 배설하고, 고통을 피하고, 쾌감을 얻고자 하는 생물학적인 충동

이며, 긴장이 발생하면 자연적으로 해결하려는 기본적인 욕구이다. 이는 기본적 두뇌를 갖고 있는 신경구조의 기초 생물들의 행동에서도 나타나는 것인데, 인간 역시 생물의 진화를 거쳐 왔으므로 그러한 욕구들을 언제나 가지고 있다.⁸⁾ 원초아가 이면(裏面)에 존재하는 이유는 교육을 받아 성장된 초자아에 의해 억제되기 때문이다. 원초아적 본능을 여과 없이 표출한다면 사회질서가 엉망이 될 것이다. 원초아를 억제시키는 것은 개인별 교육정도에 따라 다르므로 교육수준이 높고 도덕성이 강할수록 억압하는 힘이 강하다.

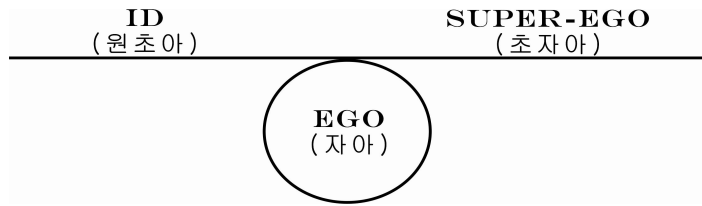
자아는 현실적인 목소리로 의식적이며 합리적인 부분을 의미하고 있다. 본능의 욕구인 원초아와 초자아의 욕구 사이를 중재하는 역할을 하고 있다. 자아는 현실에 대한 객관성 있는 판단을 통하여 적절한 해결책을 찾고 이를 통해 자신의 욕구를 충족시키기 위해 노력한다.⁹⁾ 자아가 표면(表面)에 있는 이유는 초자아를 통해 원초아를 어느 정도 억압할 것이며, 어떤 부분을 억압할 것인지를 적절하게 조절하는 영역이기 때문이다. 자아는 그림 <2-2>와 같이 균형 있는 역할이 중요하다. 원초아에 대한 과도한 규제는 정신적 스트레스를 등을 야기할 수 있고, 역으로 방임은 질서파괴와 타인에 대한 해를 가져올 수 있다.¹⁰⁾

7) 지그문트 프로이드(Sigmund Freud,1856~1939). 『정신분석 입문-인간정신에 대한 혁명적 통찰』. 최석진 역. 돌출새김. 2009. p42

8) 이윤영. op. cit. 2011, p27

9) 이윤영. op. cit. 2011, p31

10) 이윤영. op. cit. 2011, p32



<그림 2-2. 자아의 역할>

초자아(Super-Ego)는 학습에 의해 획득되는 것으로 부모와 가정교육을 통해 이루어지는 기본교육 및 학교교육 그리고 타인과의 동일시를 통해 습득할 수 있는 사회적 규범, 사회적·도덕적 가치 등을 통해 인성을 형성하는 과정에서 내면화되는 것으로, 도덕적 자아, 규율과 규범, 질서, 법 등이 해당 된다.¹¹⁾ 또한, 자아의 문제 해결 책략이 도덕적으로 수용 가능한지 여부를 결정하는 역할을 한다. 초자아는 자아가 의식하지 못하는 상황에서 이루어지기 때문에 그림 <2-1>과 같이 이면(裏面)에 숨어 있는 게 적절하다. 인간의 모든 생각과 행동 그리고 습관 속에는 자각하지 못하는 원초아와 초자아간의 갈등이 존재하며, 자아가 적절히 갈등을 해소하게 되면 무의식과 전의식에서 의식의 영역으로 들어와 정상적으로 생각하고 행동하게 되는 것이다. 기본적으로 인간의 성격에는 이 세 가지 요소가 함께 존재하며, 이들 간의 역동적인 관계에 의해 개인의 성격과 정체성이 결정된다고 볼 수 있다.¹²⁾

“정신 안에 있는 나의 대리인”이라고 말한 프로이드는 자아의 기능을 다음과 같이 설명하였다.¹³⁾

1. 자아는 내면적인 동기나 감정을 인식하고 그것을 조절하는 역할을 한다.
2. 자아는 고차원적인 사고 활동의 주체이며 기억을 저장하는 장소이다.
3. 자아는 자기 의도로서 마음대로 행동하려하는 신체 활동을 통제하는 주체이다.

자아에 대한 선행연구를 종합해보면, 인간은 태초부터 혼자 살아갈 수 없는 존재로

11) 이윤영. op. cit. 2011, p34

12) 모인순. <인지발달과 지식확장을 위한 한국의 대학 도자 교육과정 모색>. 한국교원대학교. 박사논문. 2008년, 논자 재인용

13) 윤선구. <데이빗 흄 「인간지성에 대한 탐구」>. 학술논문. 철학사상 제5권 제5호 1226-7007kcl. 서울대학교 철학사상연구소. 2005. 논자 재인용

사회 속에서 다른 자아를 가진 사람들과 관계라는 것을 통해 타인과 다른 나만의 고유한 '단 하나의 존재성'인 자아를 지각하게 되고 보존하면서 유지해 나간다고 정리할 수 있다. 결국, 자아란 자기에 대한 견해, 평가, 감정 등으로 구성되는 '의식에 반영된 아(我)'이다. 일단 자아가 확립되면, 사람은 이 자아의 도움으로 자기정체성을 유지하면서 일관성 있게 활동할 수 있게 된다.

2. 자아실현

가. 자아실현의 개념

자아실현(自我實現/Self-Realization)이란 잠재 되어 있던 자아의 가능성을 발휘하여 자신의 이상과 목적을 실현하는 일이다. 비슷한 말로 자기실현(自己實現)이라 한다. 자아실현에 대한 이론가들의 의견은 철학적·신학적·심리학적·경제적·문화적 견지 등에서 제각기 다르다. 아리스토텔레스(Aristoteles)가 말한 자아실현이란 인간이 목적적 존재로서 자신의 잠재력과 가능성을 최대한 유감없이 발휘하는 것이라 하였고¹⁴⁾, 토마스 힐(Thomas Hill. Green, 1836-1882)은 신학적 관점에서 인간이 신의 성품과 같은 최고의 선(善)의 상태를 실현하는 것이라고 하면서 자아실현은 교육의 궁극적인 지향점이며 윤리의 핵심 목표라 하였고, 인간은 자아실현을 최대한으로 발휘함으로써 인간의 이상적 목적인 행복에 이를 수 있다고 하였다.¹⁵⁾ 심리학에서는 자아실현을 자아가 인간 외부 환경과의 충돌, 마찰 등에 의해 의식화되면서 사회적 규범이나 환경조건의 내면화에 의해서 직접적인 행동으로 구체화 되는 상태라고 한다.¹⁶⁾

이외 많은 학자들의 자아실현 개념에 대한 다양한 연구발표사례를 표 <2-5>로 정리

14) 문성훈. <행복의 조건과 인정>. 학술논문. 범한철학 제 63집. 1225-1410kcl. 2011.

15) 이상갑. <Thomas Hill Green, 政治思想의 體系的 研究>. 한국정치학회보. 1229-1506kcl. 2006.

16) 진병운. <토마스 홉스 「리바이어던」>. 학술논문. 철학사상 제7권 제13호 1226-7007kcl. 서울대학교 철학사상연구소. 2006년

17) 실존주의 용어로 '미래의 가능성을 향해 자기를 던진다'.

18) 박철호, 김성수. <대학생의 여가몰입이 심리적 안녕감 및 자아실현에 미치는 영향>. 학술논문. 관광연구저널. 25권 2호 1738-3005kcl. 2011. 논자 재인용

19) 김호희. <Erich Fromm 의 사회철학적 인간관>. 석사논문. 계명대학교. 1982. 논자 재인용

20) 조용진. <브라멜드 教育哲學에 있어서의 社會的 自我實現>. 교육발전 논총 11-1(90,2), 1990. 논

학자	자아실현
Kurt Goldstein (1939)	정신 의학분야에서 Self-Actualization(자아실현)이란 용어를 가장 먼저 사용한 인간성격의 중심이 되는 선천적인 잠재력과 이를 실현시키는 과정으로 자아실현의 경향성(傾向性)을 주장하면서 자아실현을 자기생존 가능성에 대한 ‘투기(投企)’ ¹⁷⁾ 라고 하였다. ¹⁸⁾
Erich Fromm (1947)	자아실현이란 인간이 갖는 가능성을 완전히 발휘하거나 실현하는 태도나 견해를 말하며 건강한 사람들이 그들의 가능성을 실현하고 그들이 될 수 있는 모든 것으로 개인의 창조성과 유사한 개념으로 설명. ¹⁹⁾
Brameld, Theodore (1950)	문화의 전승과 창조에 참여함으로써 최고 가치로서의 사회적 자아실현을 할 수 있다 ²⁰⁾
Gordon. w. Allport (1961)	우리가 자신을 중요하고, 친밀하게 그리고 중심적으로 느끼는 자아, 즉 인식된 자아로서, 개인의 다양한 요소를 통합하고 일관성 있게 만들기 위해 고안한 개념으로 고유자아(The Proprium)란 말을 만들어냈다. 유아기-아동기-사춘기 등 총7단계를 거쳐 자아가 발달한다고 연구하였으며 프로이드와는 달리 자아 자체 내부에 막강한 긍정적 힘을 지닌 역동적 과정이 존재한다고 보았다. ²¹⁾ 자아실현 또한 자아의 완전한 참여가 이루어진 상태이고 인간의 완전한 상태가 진정한 자기가 실현된 상태라고 정의 하였다. ²²⁾
David McClelland (1961)	성취동기 이론을 통한 자아실현이 이루어진다고 주장. 성취동기란 장애를 극복하고 자신의 능력을 발휘하여 곤란한 일을 해결해 목표를 달성하려는 욕구로서 도전적이고 어려운 과업을 훌륭히 성취하고 싶어 하며 성취결과보다 성취과정에서 만족을 얻으려는 내적 의욕이다. ①성취욕구(need for achievement) ② 권력욕구(need for power) ③ 친화욕구(need for affiliation) 로서 동기 및 욕구 같은 세가지 주요한 동기를 주장 ²³⁾
Carl Rogers (1961)	자아실현을 완전히 가능한 상태, 진정한 자기 자신이 되는 과정, 자신의 잠재력, 창조성을 최대한 발휘하는 것으로 규정하면서 건강하게 자아실현을 하는 사람을 충분히 기능하는 인간(Fully Functioning Person/전인적인 사람)이라 명명하였으며 이런 사람이 추구하는 목적이 다른 아닌 자아실현이라고 하였다. ²⁴⁾

자 재인용

21) 김용섭. <Gordon W. Allport의 Personality Theory에 있어서의 成熟의 概念과 宗教的 含意>. 학술논문. 고신대학교 논문집 1225-2557kcl. 1994. 논자 재인용

22) 김복기. <Gordon W.Allport인격 이해와 기독교 가정교육>. 석사논문. 장로회신대학교. 1981. 논자 재인용

Abraham H. Maslow (1963)	과학적 행동주의자와 정신분석학자들이 주도했던 심리학 진영에서 Maslow는 인본주의에 기초한 심리학을 주도하였다. 그는 기본적인 생리적 욕구에서부터 안전, 존중 그리고 성장적인 자기실현단계에 이르기까지 충족되어야 할 욕구에 위계가 있다는 '욕구 5단계설'을 주장. ²⁵⁾
Shostrom (1963)	자아실현은 자신의 잠재력을 활용하는 방향으로 계속 성장해 가는 과정이며 잠재력은 창의적인 표현과 효과적인 대인 관계를 유지하며 충족된 삶을 살 수 있는 개인의 궁극적인 능력이라 정의하였다. 추상적이고 애매한 자아실현의 개념에 대하여 상당 심리학적 접근을 시도하여 POI ²⁶⁾ 설문지를 개발하였다. ²⁷⁾
Aldermen (1974)	Maslow의 욕구 5단계 설에 반론을 제기하면서 욕구 단위를 생존관계 및 성장의 욕구로 보고 성장욕구는 자신과 환경에 창조적이고 생산적인 영향을 미치는 것으로 자기의 능력을 완전히 발휘할 수 있을 때와 새로운 능력을 신장시키고 발전시킬 수 있을 때 충족된다고 정의하면서 Maslow의 자아실현욕구보다 성장과정을 강조하였다. ²⁸⁾
민진 (1986)	현재 또는 미래에 자기의 잠재력을 발휘하는 것 또는 자기의 이상이 달성되는 것' 이라고 하였고, 자아실현은 인간의 사회적 활동을 통해 자신의 능력발휘, 능력개발 및 이상실현을 지각하는 정도라고 정의하였다. ²⁹⁾
정범모 (1997)	자아실현 발현 가능성에 대한 것을 두 가지 의미로 표현했는데, 좁은 뜻으로 타고난 소질을 계발한다는 의미이며 넓은 뜻으로 인간적인 삶을 실현 한다는 의미로 말하고 있다. ³⁰⁾

<표 2-1. 자아실현의 개념>

-
- 23) 김석희. <현대인력관리에 있어서의 성취동기이론>. 학술논문. 산업경영연구 제1호. 1976-0191. 1994. 논자 재인용
- 24) 유성애. <노자의 『도덕경』과 로저스의 인간 중심 상담 이론의 비교>. 박사논문. 연세대학교. 2004. 논자 재인용
- 25) 윤일. <행복한 공간문화 디자인을 위한 진화심리학적 고찰 연구>. 박사논문. 홍익대학교. 2011. 논자 재인용
- 26) POI개인지향검사(Personal Orientation Inventory: POI)Shostrom이 1963년에 개발한 검사로서 자아실현의 특성에 대한 신뢰롭고 타당한 측정도구이며, 150문항의 자기보고식 질문지.
- 27) 김옥진, 이재창. <자기성장 프로그램의 개발 및 효과>. 학술논문. 한국상담 및 심리치료학회지 제 19권 제3호. 2005-8640kcl. 2007. 논자 재인용
- 28) 정은화. <자아실현으로서의 교육 : 로저스와 키에르케고르의 관점 비교>. 석사논문. 서울교육대학교. 2008년. 논자 재인용

하였다.

자아실현에 대한 견해는 학자마다 접근방향 및 목적에 따라 다르기 때문에 그 개념을 단정 지어 말하기는 어렵다. 여러 학자들의 자아실현에 대한 견해를 종합하여 보면, 인간은 태어날 때부터 죽는 순간까지 자아 성장의 욕구를 가지고 있고, 자아를 발견한 뒤 실현하는 과정에 많은 것을 투자하고 있는 것을 알 수 있다.

인간은 자기성장이라는 자발적 동기로 인해 자신을 둘러싸고 있는 객관적 현실보다는 삶에 대한 주관적이고 감정적인 형태에 많은 의미를 부여하고 있다. 자아실현은 사회 속 개인의 다양한 경험과 그 결과들이 모여 만들어지는 주관적인 결과라는 것을 이해해야 하며, 성공과 실패라는 개념과 상관없이 보람과 행복을 스스로 창출해 낼 수 있는 조그마한 가능성 등을 지속하여 도전한다면, 본인 스스로의 만족과 가능성을 구체적으로 현실화하기 위해 노력하는 과정을 자아실현을 위한 과정으로 생각한다면, 바로 행복한 삶을 연출하는 것이고, 자아를 실현하는 것으로 봐야 한다.

나. 자아실현 욕구

욕구란 인간의 본능을 자극하여 행동으로 유발시키는 타고난 것이며, 이를 충족시킴으로써 만족을 얻는 것이다. 인간의 생물학적 욕구에 대해서는 쉽게 의견 일치를 얻는 반면에 사회적, 심리적인 욕구에 대하여는 다양한 의견들이 있어 쉽게 해결점을 얻질 못한다.³¹⁾

에이브레햄 메슬로(Abraham H. Maslow)는 인간의 욕구에 대하여 사람에 따라 다르긴 하지만 몇 가지 공통된 범주로서 나눌 수 있다고 하였다. 그의 주장에 따르면 인간이 특정한 목적의식을 가지고 어떠한 행동을 하는 것은 단순히 인간이 가지고 있는 논리적인 사고의 결과가 아니라 그 내면에 잠재해 있는 욕구충족의 필요성 즉, 개인이 잠재된 가능성을 충분히 발휘하는 것이라고 정의 하였다. 그는 인간 욕구를 차원이 다른 5단계로 구분하고 그것을 욕구의 계층으로 설명하고 있다. 그는 상위 단계 욕구에

29) <http://blog.daum.net/kjs302479/11749384>

30) 정범모. 『인간의 자아실현』. 나남출판사. 1997.

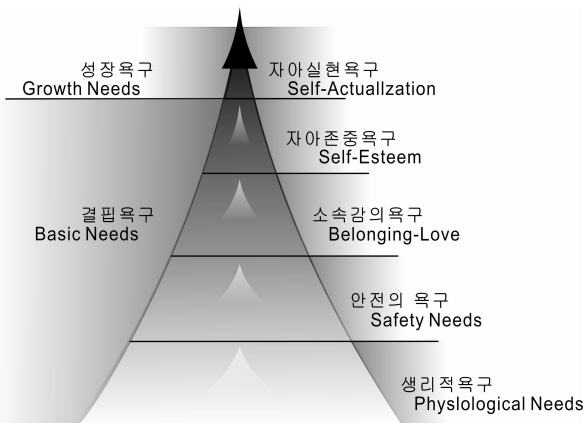
31) 김성동. <인간의 행복에 대한 새로운 접근>. 학술논문. 대동철학회지 제41집. 1229-0750kcl. 2007.

들어서기 위해선 먼저 아래 단계에 있는 기본적 욕구들이 충족되어야 한다고 주장했다. 배고프면 먹을 것을, 추우면 따뜻한 곳을, 주변이 불안하거나 위험하면 안전한 곳을 찾는다는 것이다. 신체적이나 혹은 정신적으로 무엇인가 결핍되어 있는 상태라면 최상위 개념인 자아실현에 대한 접근이 어렵다는 것이다. 그에 의하면 인간의 욕구는 타고난 것으로 우선순위와 그 강도에 따라 배열 할 수 있는데 그 배열은 생리적 욕구, 안전의 욕구, 소속감의 욕구, 자아존중의 욕구, 그리고 자아실현의 욕구 순서이다.

(그림 2-3 참조)³²⁾

(1) 생리적 욕구

생리적 욕구는 욕구의 다섯 단계 중 맨 밑인 하위 단계의 욕구로 생존에 관련된 욕구이다. 이 단계의 욕구가 충족되지 않으면 다른 어떤 일도 할 수 없는 인간행동의 기초단계로 음식, 물, 공기 등 생존과 관련된 의식주에 대한 욕구이며 수면 욕구, 성적(性的) 욕구 등 생리적 균형을 유지하는데 요구되는 단계이다.³³⁾



<그림 2-3. Maslow의 욕구단계>

(2) 안전의 욕구

생리적 욕구 다음 단계로 사회적인 위험, 공포, 사고 등으로부터 안전하고자 하는 욕구가 나타난다. 안전의 욕구는 사회 주변 환경 내에서의 확실성, 안전, 인정, 보호, 질서 및 불안과 공포로부터의 해방 등과 같은 욕구가 포함되며 사회법, 질서, 권위에 대한 위협이 있을 때 절박해진다. 이 욕구가 발생하는 주요한 이

유는 사람이 현재와 미래에 대해서 확실성, 안정성 그리고 예측성을 보장받고 싶은 것에서 나온다. 본 연구와의 관계에서는 안전의 욕구가 연관된다. DIY가구체험은 위험한

32) 윤일. op. cit. 2011. 논자 재구성

33) 지그문트 프로이트(Sigmund Freud, 1856~1939). 『정신분석 입문-인간정신에 대한 혁명적 통찰』. 최석진 역. 돌출새김. 2009

기계를 다룸으로서 신체상의 안전을 요구하게 되는 것이다.

(3) 소속감의 욕구

소속감에 대한 욕구는 생리적 욕구와 안전욕구가 충족되었을 때 나타나는 욕구이다. 인간은 사회적인 존재이므로 타인과의 교류를 통하여 자신이 필요한 존재라는 것을 인지하게 되며 어디에 소속되거나 자신이 다른 집단에 의해서 받아들여지기를 원하고 동료와 친교를 나누고 싶어 한다. 또한 이성간의 교제나 애정적인 관계를 형성하고, 인생의 동반자로 결혼을 원하며 가족을 형성한다.

이런 욕구에도 불구하고 감정적 교류를 하지 못할 때에는 사회적인 고독, 소외, 배타성, 공허함, 무(無)가치감, 적대감 등을 갖게 된다.³⁴⁾ 특히 산업사회의 현대인들은 개인주의 성향이 강해짐으로서 혼자서 하는 행위가 많아지지만 내면에는 어딘가에 소속되어 자신을 동료로서 인정하고 희노애락을 같이 할 사람을 원하는데 DIY가구체험을 통한 동료를 얻을 수가 있는 것이다.

(4) 자아존중의 욕구

타인과의 교류에 의한 소속감의 욕구가 만족스럽게 해소된 후 나타나는 자아존중에 대한 욕구는 자기존중과 타인으로부터의 존경을 모두 포함하는 것이다.

자기존중은 자신의 능력, 신뢰감, 적합성, 성취, 독립, 자유 등에 관한 것이며, 타인으로부터 존경은 명성, 인식, 지위, 평판 등을 포함하는 것으로 다른 사람으로부터 좋은 평가를 받게 되면서 자기 자신을 가치 있는 사람으로 간주하는 것이다.

이러한 자존감의 욕구가 충족되지 못할 경우 개인은 타인에 대하여 열등의식을 느끼고 자기비하를 하게 되며 자신이 무용지물이라는 인식을 갖게 된다³⁵⁾.

앞서 설명된 다른 욕구단계들과는 달리 이 욕구는 쉽게 충족되지 않는 욕구이지만 DIY가구 체험은 자신이 목표로 하는 대상물을 자신의 능력으로 성취할 수 있으므로 자아존중의 욕구를 만족시킬 수 있다.

34) 지그문트 프로이드. op. cit. 2009. 논자 재구성

35) 지그문트 프로이드. op. cit. 2009. 논자 재구성

(5) 자아실현의 욕구

메슬로는 인간 욕구 5단계를 분리하여 결핍욕구(Basic Needs)와 성장욕구(Growth Needs) 두 가지로도 나누었다. 결핍욕구란 욕구를 충족시키고자하는 욕구로서 앞서 설명된 하위 4가지 욕구를 말하며 성장욕구란 자아실현의 욕구로서, 완전하게 충족될 수는 없지만 자아를 만족시키고 진취적으로 계속 성장시키는 욕구라고 설명하였다. 그에 의하면 인간은 누구나 자아실현의 욕구를 가지고 있지만, 대부분 이 욕구를 만족스럽게 실현시키지 못한다고 한다. 또한 자아실현에 대한 욕구는 앞선 단계의 욕구와 달리 일정한 한계점이 없다는 점이다.

생물학적 욕구는 일정 수준 이상 충족되면 점차적으로 그 욕구가 소멸되는 한계점이 있으나 자아실현의 욕구는 만족에 대한 충족이 커지면 커질수록 계속적으로 더 강한 욕구가 성장한다고 봐야 한다. 인간이 갖는 가장 최상위의 욕망으로, 자기 개발과 목표 성취를 위해 끝없이 노력하는 자세'라고 정의할 수 있는 이 욕구는 개인의 내적 성장을 추구하고자 하는 욕구이면서 자신의 잠재력을 극대화하여 자기를 완성시키려는 욕구이기 때문이다. 자아실현을 완성한다는 것은 가능하지 않을 것이다.³⁶⁾ 자아실현의 욕구는 무엇이 부족해서가 아니라 더 만족스러운 것을 찾으려는 성취동기이며, 성취동기는 걱정선이 없고 그 실현이 최대 일수록 좋을 것이다.

자아효능감은 자아 형성과정에 중요한 역할을 하는 것으로 인지적 인식 요인에 국한된 것이 아니라 인간 행동의 동기화, 결정과 선택 등에 영향을 미치는 것이다.³⁷⁾ 특히, 자기효능감으로 발로된 감성은 일상생활 및 사회생활 전반에 걸쳐 업무와 과업 등에 긍정적이거나 부정적인 영향을 미치는 요인이 된다. 무엇보다도, 체험자가 주어진 체험 상황에 대처하여 성공적인 성취를 가져올 수 있다고 믿는 자기 재생적인 믿음으로 발전시킬 수 있는 요인이 된다.

논자는 감성사회를 살아가는 현대인들이 자신의 행복을 위해 행위하는 과정 중 '나의 능력을 발휘하고 싶다', '자기 계발을 계속하고 싶다'의 가능성을 실현하는 과정을

36) 지그문트 프로이트. op. cit. 2009. 논자 재구성

37) 하헌선. <초등교원의 관광동기가 지각된가치, 자기효능감, 직무만족 및 자아실현에 미치는 영향관계 연구>. 박사논문. 우송대학교. 2012

자기실현, 자아실현을 위한 과정으로 보며, DIY 가구체험을 통해 체감되는 감성적 결과의 요소로 인간의 자아실현 욕구 등을 체계적으로 정리한 메슬로의 욕구설 중 결핍 욕구인 소속감의 욕구 및 자아존중의 욕구 그리고 성장욕구인 자아실현의 욕구를 감성적 결과 요소로 제시하려 한다. 이를 바탕으로 논자가 논증하려는 DIY 가구체험을 통한 감성사회인의 가치소비 및 자아실현감에 대하여 연구 진행한다.

제2절 감성사회

1. 감성

국어사전에서 감성(感性/sensibility)을 ‘사람이 외부의 자극에 의해 어떤 느낌을 가지는 상태나 능력’으로 정의하고 있고, 철학사전에서는 ‘감(感)’은 마음의 움직임, ‘성(性)’은 본래의 성격, 개성을 의미하고 있다.

감성에 대한 연구는 심리학 분야에서 시작되었다. 미국 심리학자 윌리엄 제임스(William James, 1842~1910)는 감성을 “개인의 사건, 주변환경, 인간관계 등과 같은 경험적인 것이 내적으로 쌓이고 반응하여 밖으로 나타나는 현상”이라고 했다.³⁸⁾ 이후 여러학자들이 다양한 정의를 발표하였다. ‘감성’이라는 용어가 대한민국 학계에 대두된 것은 1970년대 히로시마 대학의 마쯔오 나가마찌(Mitsuo Nagamachi)에 의해 연구 진행된 ‘감성공학’이 한국에 소개된 이후라고 볼 수 있다.³⁹⁾ 나가마찌 교수는 감성을 “환경의 변화나 외부로부터의 물리적인 자극에 의한 인간 내부의 고차원적인 심리적 체험으로 쾌적감, 고급감, 불쾌감 등 복합적인 감정”이라고 정의하고 있다.⁴⁰⁾ 또, 이구형(1998)은 “감성이란 인체의 감각기관에 의하여 감지된 외부의 물체 또는 환경에 대한감각, 정보자극에 대하여 두뇌가 느끼는 복합감정”이라고 하였다.⁴¹⁾ 이러한 정의들을 종합해보면 ‘감성’이란 사람의 마음속에 있는 가치의식, 개성, 취향, 기분 등을 뜻하는 것으로 대상으로부터 감각되고 지각되어 표상(表象)을 형성하게 되는 인간 고유의 인식 능력이라고 생각한다.

그림 <2-4>는 감성의 생성모형이다. 인간을 자극하는 모든 것은 감각 신경을 통해 두뇌에 전달되며, 이렇게 전달된 것들은 경험이라는 것으로 두뇌에 잔류하며 이 경험들은 감각과 지각으로 구분된다. 감각은 자극에 대한 단순한 속성으로 인간이 정보를

38) 박연실, <정서적 디자인의 분석:도널드 A. 노먼의 디자인심리학을 중심으로>, 홍익대학교, 박사학위 논문, 2008, p10~11, 재인용

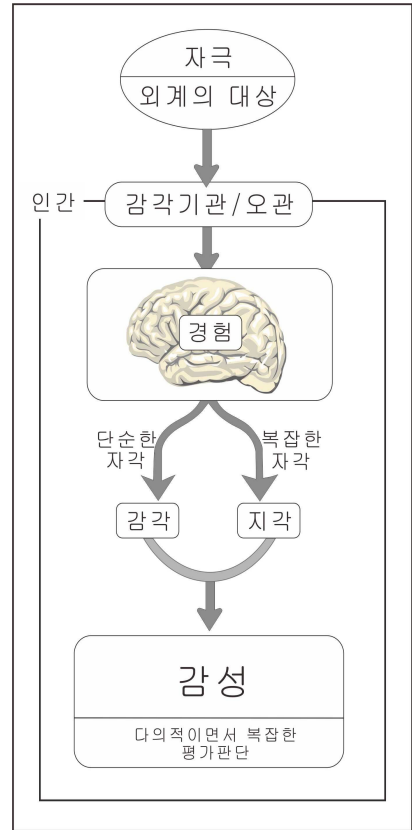
39) 나가마찌 마쯔오, 『감성공학』, 박영사, 1997

40) 이영찬, <무대공간 영역변화에 의한 감성 반응 연구>, 세종대학교, 박사학위 논문, 2009, p40

41) 이구형, <감성과 감정의 이해를 통한 감성의 체계적 측정 평가>, 한국감성과학회지, 1(1), 113~122P, 1998

획득하고 판단하여 활용하는 인지작용이 배제된 단순한 자각반응이며, 자각은 자극과 경험에 의한 복잡한 지식이라고 할 수 있다.⁴²⁾ 이렇듯, 다의적이면서 복잡한 평가판단의 종합체가 감성이라 할 것이다.

이와 같이 감성은 외부 자극의 세기와 종류 그리고 개인성을 주축으로 시시각각 변화되는 불확실하고, 모호성을 갖는 감정들이 집약되어 인간 내부에서 발원되는 심리적 표상이라고 할 수 있다. 예를 들면 빛을 보고 ‘밝다’ 혹은 ‘어둡다’ 라고 하는 것은 단순한 자극에 의한 감각 반응이지만, ‘쾌적하다, 온화하다, 따뜻하다’와 같은 형용사를 이용하여 감정 표현을 하는 것은 인간의 심리적 관점에서 표현할 수 있는 감성 표현인 것이다. 다른 예로 식당에서 식사를 할 때 ‘아름답고 맛있다’라는 표현은 미각과 관계된 달콤함이나 매운맛 같은 단순 감각을 내포하면서 음식 외 주변 장식 같은 시각적 반응과 분위기 같은 심리적 반응 그리고 과거 다른 곳에서의 경험 및 동행한 사람과의 교감 등과 같은 복잡한 정보들이 합성되어 표현되는 다의적이면서도 독특한 본인만의 감성이라 할 것이다.



<그림 2-4. 감성의 생성모형>

이외에도 인간에게는 논리적 측면과 감성적 측면이 공존하는데, 논리적 측면이란 ‘이치에 맞게 생각하는 것’이고 감성적 측면이란 ‘오감으로 느끼는 것’이다.⁴³⁾라고 정형원이는 정의하였다. 영국의 신경학자 도날드 칸(1999)은 이성과 감성의 차이를 “이성과 감성 모두 똑같이 경험과 자극에 의한 반응이지만, 이성은 원인과 결론을 중요시

42) 정형원, <감성의 개념 및 어휘체계 정립을 통한 공감각디자인 평가방법에 관한 연구>, 홍익대학교 국제디자인 전문대학원, 박사학위논문, 2008

43) 김상희, <레스토랑 유형별 감성적 식공간 연출이 고개 감정 반응, 만족, 및 행동 의도에 미치는 영향>, 세종대학교, 박사학위논문, p35

하는 반면 감성은 과정을 보다 중요시하여, 행동과 경험을 낳는다”고 하였다.⁴⁴⁾ 사회인들의 조직 내 활동 중 이성과 감성에 대한 일반적인 차이점을 정리한 것은⁴⁵⁾ 아래 표 <2-2>와 같다.

연구 범위	이성	감성
조직 내 구성원들에게 요구된 행동	기계적 객관적 실용주의 계급주의 명령 비인격적(impersonalized)	자연적 주관적 비전이 있는 자세 네트워크 강조 지지 인격적(personalized)
업무수행에 대한 관점	결과 중시 일괄된 행동 안정적 분석적 양적	과정 중시 다양한 아이디어 창조적 직관적 질적

<표 2-2. 이성과 감성의 차이점-Ashforth& Humphrey,1995;논자 재구성>

감성은 이성적 측면으로 명확한 판단이나 하나의 단어로는 묘사될 수 없는 주관적 감정과 애매모호한 개념들로 표현되기 때문에 학문적 가치가 없다고 주장되었지만, 오늘날 감성사회와 관계된 제반(諸般) 학문의 발전을 위해 감성을 포괄적 범위로 두고 고찰을 하는 것이 일반적인 경향이다. 오히려 현재 감성사회인의 내면에 대한 연구는 학술 연구분야 뿐이 아닌 다양한 분야의 연구 대상이다. 이에 발 맞춰 논자 또한 감성사회 구성원들이 여가 속 감성적 취미활동을 통해 성취하고자 하는 자아실현감 및 가치소비에 대한 연구의 기본 요소로 감성사회인의 주체적 ‘감성’을 중심 가치로 연구하였다.

2. 감성사회

가. 감성사회로의 변천

44) 필립 코틀러(Philip Kotler), 『Marketing 3.0』, 안진환역, 타임비즈, 2010

45) 이현정,<감성지능이 조직시민행동에 미치는 영향>, 이화여자대학교 대학원, 박사학위논문, 2010, 논자 재인용

사회의 성향은 구성원들의 가치관에 의해 결정 지어진다. 그들의 신념이 표출되면서 사회 분위기가 형성되고 결국 시대 정신이나 문화로 정착된다.

인간사회의 변천과정을 보면 원시 유목사회로부터 농경사회 그리고 산업사회를 거쳐 정보화사회로 발전하였고, 현재는 감성이 중심이 되는 감성사회로 진입하였다. 원시유목사회와 초기 농경사회에서는 생존을 위한 자급자족의 형태로서 물질이 존재 하였으며 개인보다는 부락, 집단의 생존이 우선이었다. 농경사회는 생존을 위한 물품이 잉여 생산물로 풍부해지면서 전(前)시대에 비해 정신보다는 물질에 대한 관심이 증가한 사회로 변하였고 이 때가 인간의 행복지수도 가장 높았던 사회였다.⁴⁶⁾ 후기 농경사회에서는 그때까지 사회를 지배하던 종교 중심의 신(神) 우선주의에서 인간성을 회복하자는 르네상스 운동이 일어나 인본주의 중심의 사회가 되었다. 그 후 산업사회는 국가의 경제성장을 위한 양적 성장의 시기였다. 이 시기에는 개인의 인권이나 행복, 가치보다는 단체, 조직 그리고 국가경쟁력이 우선 되는 시대였으며, 사회를 움직이는 중요한 쟁점들이 개인에서 공장이나 직장으로 옮겨졌고 사회·경제를 포함한 대부분의 분야에서 다양한 변화가 생겼다.

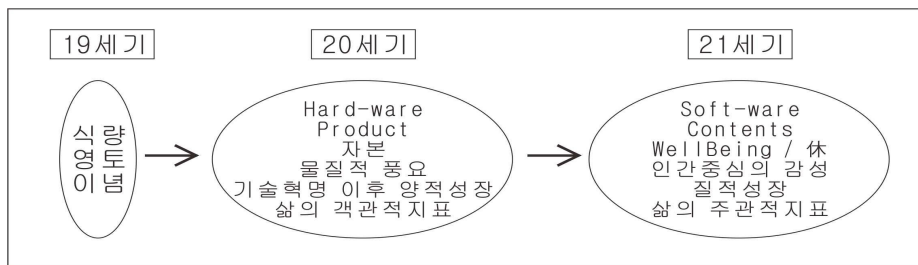
제2차 세계대전 이후 몇몇 선진국은 경제적, 물질적 안정을 목표로 노력을 하였고 그 결과로 물질적 성장을 가져왔다.

이를 바탕으로 21세기 정보사회가 태동되었다. 미국 사회학자 데이비드 리스먼(David Riesman:1902~2002) 교수는 정보사회 도래에 대하여 “사람의 손과 근육 에너지 및 그 대체물인 기계를 생산수단으로 만들어낸 물질중심의 산업사회에서, 인간의 두뇌나 지적 창조력을 생산수단으로 정보산업이 만들어내는 무형의 정보가 주체가 되는 정보화사회로 전환” 되었다고 하였다. 또한 그는 21세기 정보사회를 ‘탈공업사회(脫工業社會;post industrial society)’ 라고 표현했다. 예를 들어 컴퓨터 산업을 보면 하드웨어가 발달한 상황에서 소프트웨어적 질적 팽창의 시대로 발전하였고, 메스컴이나 엔터테인먼트 분야를 보면 이전까지는 정보전달 수준의 정보 유통 중심으로만 발전하였지만 정보사회에서는 인터넷 인프라나 미디어의 융합과 같은 새로운 기술이 발전하고 대중의 관심이 증폭되면서 정보(콘텐츠)의 생성 및 활용가치 방향으로 발전하고

46) 헬레나 노르베리 호지(Helena Norberg-Hodge), 『오래된 미래/Ancient futures:learning from Ladakh:1992』, 양희승역, 중앙북스, 2007

있음을 볼 수 있다. 이와 관련해 몇몇 기업이 정보를 독점하면서 거대해 지기도 하고 사회의 중심으로 자리 잡기도 하였다. 이렇듯 다양한 분야에서 정보를 갖고 있는 선진화된 대기업과 창조성을 중시하는 이성 중심의 지식근로자들 주도하에 경제적 풍요라는 성과를 이룩하게 되었다. 그러나 산업사회를 거쳐 정보사회에 이르기까지 물질적으로 괄목할만한 성장을 이룩했지만, 구성원들은 외적 환경에 도취되어 자신들의 정신적인 내적 성장에는 능동적으로 대처하지 못한 상황이었다. 이때까지는 소수 엘리트 문화 창조자들에 의해 문화가 생성 되면, 일반 구성원들은 별다른 저항 없이 수용하는 시대였다.

정보화 사회가 진행되면서 대한민국도 2007년 일인당 국민소득이 2만 달러를 넘어섰다. 그러나 산업사회의 산물인 물질의 대량생산과, 정보화 사회에 정보의 범람 등으로 인간은 자발적인 모습을 유지하지 못한 채 환경에 속박되는 상태가 되면서 자존감 및 행복지수는 점점 낮아지게 되었다. 이 시기에 물질주의적 가치관 만이 인생의 목표가 아니라는 생각이 일부 사회인들의 삶의 목표에 변화를 가져왔다. 그리고 점진적으로 삶의 지표인 심미적, 감성적, 정신적 욕구 등을 삶의 중점 가치로 여기는 감성사회로 발전하게 된 것이다. 변화의 중심에 개인의 자유, 자기표현 그리고 삶의 질을 강조하는 가치관이 등장하였다. 그림 <2-5>는 세기별 가치체계의 변화를 요약한 것이다.⁴⁷⁾



<그림 2-5. 세기별 가치 체계 변화>

로날드 잉글하트(Ronald F.Inglehart)는 사회 구성원들 삶의 가치관 변화에 대하여 “물질적 풍요를 우선시하던 가치관에서 삶의 질을 중시하는 가치관으로의 변화” 했다고 말하였고, 그 과정을 가리켜 “탈 물질주의”라고 명명하였다. 또 그는 “과거에는

47) 로날드 잉글하트(Ronald F.Inglehart), 『조용한 혁명 <Silent revoution>』, 정성호역. 종로서적. 1983.

물질적으로 풍요롭게 살아가는 것과 안전하게 살아가는 것을 주요하게 생각했지만, 이제는 삶의 질을 중요하게 여기는 방향으로 삶의 가치관이 변화하는 과정”이라고 하였다. 그는 이 과정을 “조용한 혁명”이라 하였다. 또한, 최소한의 경제적·육체적 안전이 이루어진 경우에는 고차원적 가치인 사랑이나 존경, 문화, 여가, 자아실현, 환경 등의 추상적, 감성적 가치로의 욕구가 점차 뚜렷해지고, 그 다음에는 최고의 가치인 지적·심미적 만족을 통한 자아실현이 삶의 중심적인 중요성을 갖게 된다고 주장하였다.

정보사회에서는 대부분의 기업과 조직에서 구성원의 창의성을 개화시켜 유입되는 정보의 처리를 능숙하게 할 수 있는 창조적 노동자를 원하게 되었다. 이러한 과정에서 구성원들은 원하지 않았던 정신적 스트레스를 갖게 되었다. 현대인들은 이러한 상황을 극복하기 위해 인간의 정체성과 자아존재감을 회복하고 개인의 행복 수준을 높이며, 자아를 만족시킬 수 있는 문화를 향유할 수 있는 사회를 추구하게 된 것이다. 이 사회가 감성사회인 것이다.

그림 <2-6>은 일본 오사카 대학의 오니구치 교수가 주장한 감성사회로의 흐름도이다. 그는 생산공정의 변화, 컴퓨터의 발전양상, 산업형태의 변화과정, 가치관의 변화과정 총 4개로 구분지어 감성사회로의 가치 흐름 변화를 표현하였다.⁴⁸⁾

48) 박필제, <감성이미지 기반 도시 경관 조명 연출 평가 모형에 관한 연구>, 박사학위 논문, 홍익대학교, 2006, 재인용



<그림 2-6. 감성사회의 흐름도>

미래학자들은 인간이 활동하는 대부분의 영역에서 감성의 비중이 증대될 것이라 말하면서, 감성사회 구성원에게는 산업사회와 정보사회에서 사회인의 수준을 판단하였던 지능지수(IQ-Intelligence Quotient)보다는 감성지수(EQ-Emotion Quotint)가 판단 척도로서 중시될 것으로 보고 있다.⁴⁹⁾

감성사회는 ‘문화’ 가치가 경제를 선도하는 역할을 수행하고 있다. 감성사회 구성원들은 각자 개인의 삶을 감성적이면서 창의적으로 주도하고 있으며, 감성적 문화를 바탕으로 즐거움과 유희의 대상들을 생산하고 소비하고 있다고 할 수 있다. 예를 들어 밥을 먹는 것도 양적인 면 보다는 어떤 분위기에서 누구와 함께 먹을 것인가와 같은 질적인 면을 더욱 중시한다고 보면 된다. 즉, 감성사회는 개인적 감성 욕구 만족을 위한 사회로 진화되고 있는 것이다.

49) 박연실, op. cit. 2008, p10

현대인들은 감성사회에서 개인의 삶이 ‘생존’의 모습이 아닌 ‘생활’의 형태로 표출되길 원하며 고차원적이면서 높은 질의 삶이 자신의 모습으로 영위되길 희망하고 있다. 특히, 감성사회는 인본주의이며 남들과 차별화된 나만의 ‘가치’를 성취할 수 있는, 그리고 개인의 감성적 가치를 유용하게 하는 사회성을 가지고 있다. 감성사회는 사회 공동체안에서 자아 존중감(self-esteem, 自我尊重感) 및 자아실현을 위한 장(場)인 것이다.

감성사회는 숫자 ‘0 과 1’의 세상인 수리적 조합의 세계가 아니며, 이성 중심의 디지털 정보화 세계도 아니다. 감성사회는 개인의 감성을 기저(基底)로 감각능력을 복합적으로 응집시켜 표출하는 감성융합의 사회이며, 현실적이고 경제적 필요(Needs)에 따른 생산, 소비 방식을 바탕으로 자아가 갈망(Wants)하는 욕구와 욕망을 실현시킬 수 있는 감성적이면서 개성적인 사회이다.

나. 감성사회인(人)

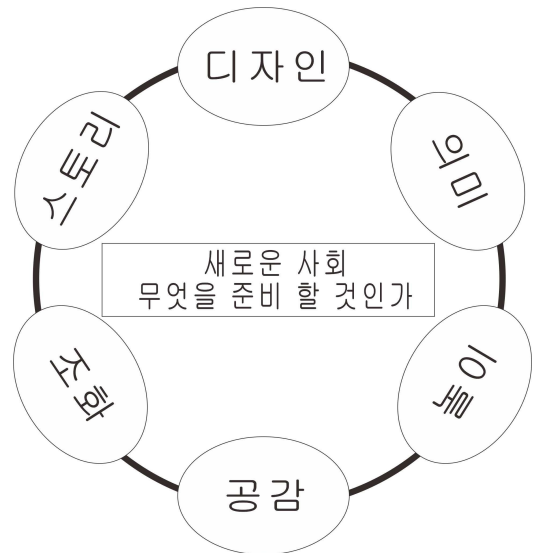
모든 사회는 그 시대 주축들이 존재한다. 이들은 자신들이 인지하는 가치체계, 사물에 대한 개념 그리고 견해나 사고를 근본적으로 규정하고 있는 패러다임이 있다. 대한민국 또한 산업사회를 거쳐 정보사회로 그리고 감성사회로 발전해 왔는데, 각 사회 별 주축들을 살펴보면 먼저, 산업사회 주축은 대량생산을 위해 노동력을 지닌 생산근로자와 조직의 제도 관리를 위한 지식근로자가 양측으로 성장하면서 사회발전과 경제부흥에 이바지 하였으며, 이것을 기반으로 정보사회 태동을 가져오게 되었다.

다음, 정보사회는 이성적 지식 근로자들이 사회의 주축이 된 사회이다. 정보사회 구성원들은 자신들이 생산해 내는 정보와 타인들에 의해 주어지는 정보 등으로 인하여 원하지 않았던 정신적 피로감에 휩싸여 있다. 인간은 정신적인 부분만이 아닌 육체적인 부분에서의 활동을 병행해야 정상적인 삶을 영위할 수 있는 존재이기에 일상에서 노동을 통한 삶의 의미를 발견하고자 노력하고 있다.

감성사회인들은 일상과 비밀상적 삶의 전 영역에서 자아의 의지와 감성에 기반을 두는 활동을 통해 주체적인 삶을 대면하기 위하여 노력하려는 이들이다. 이들은 삶의 질 향상을 위하여 투자하는 시간과 공간을 창조적인 영역으로 만들기 위한 노력을 아끼지

않고 있다. 특히 자신들의 여가나 취미활동에 관심을 가지고 있다.

다니엘 핑크는 감성사회 속 미래 인재 조건에 대해 설명하였다.(그림 2-7. 참조)⁵⁰⁾ 그는 예술적 감각이나 디자인 그리고 감성적인 아름다움을 창조하는 능력, 훌륭한 스토리를 만들어 내는 능력, 트렌드와 기회를 감지하는 능력, 그리고 서로 관계가 없어 보이는 생각들을 합하여 새로운 것을 조화롭게 통합할 줄 아는 능력 및 놀이를 즐겁게 인식하여 자신의 인생에 투영시킬 줄 아는 능력 그리고 자신과 주변 환경속 대상들의 참된 의미를 인지하는 능력 등을 강조하였다.



<그림 2-7. 미래인재 조건>

종합해보면, 생산노동자와 지식근로자 사회에서 이성적 지식근로자 사회로 발전했고

이어서 창조와 주체성을 가지고 감성적 공감사회를 조화롭게 통합하여 이끌어 나갈 수 있는 감성 사회인이 주인공인 사회로 발전하고 있다.

논자는 감성사회에서 생활하고 있는 감성사회인을 연령, 소득 수준, 빈부의 차이, 교육 수준, 지역 등과 같은 주변 환경에 따른 것이 아니라 자신의 삶을 대하는 자세, 개념과 감성을 중심으로 주체적이며 창조의 삶을 추구하는 마음과 이를 실행으로 실천하려는 삶에 대한 자세 차이로 감성사회인과 일반사회인을 분류하고 본 논문에서는 감성사회인을 대상으로 연구하고자 한다.

(1) 감성사회인의 감성

감성사회인에게 감성이란 생활 속에서 부딪치는 다양한 상황에서 심리적 작용원리로 작동되며, 사회적, 경제적 활동에 있어 상당부분 영향을 미치는 심리적 작용 원리나

50) 다니엘 핑크, op. cit. 2006, 2부 미래인재의 6가지 조건. 논자 재구성

구조 체제인 메커니즘(mechanism)이라 할 수 있다.

고사카 유지(Kosaka Yuji)에 따르면 감성사회인은 소비와 관련하여 제품의 기능, 내구성, 비용 등과 같이 넘쳐나는 정보를 쫓아 소비를 하는 것이 아니라, 서비스의 좋고 나쁨을 포함하여 제품 속에서 자신만이 느끼는 가치를 찾아내 내면적인 충족을 얻을 수 있는 감성적 만족에 충실하여 행동한다고 하였다.⁵¹⁾



<사진 1. STARBUCKS>

감성사회인의 감성적 소비활동의 예로, 프랜차이즈 커피전문점 스타벅스(STARBUCKS)가 있다. CEO 하워드 슉츠(Howard Schultz)는 ‘STARBUCKS는 커피를 팔지 않는다. 우리는 문화를 판다’라고 말한다. 스타벅스에서 판매하는 커피 가격은 다른 커피전문점보다 2배정도 비싼 가격으로 판매되고 있지만 감성사회인들은 비싼 금액을 지불하면서도 스타벅스의 커피를 애용하고 있다. 이것은 감성사회인이 커피외에 카페의 실내 장식, 조명, 음악, 분위기 등을 감성과 연결하여 자신을 만족스럽게 해주는 가치를 소비하는 것으로 봐야 한다. 커피가 아무리 맛이 있어도 바리스타의 서비스가 불친절하거나, 실내 분위기가 기호에 맞지 않거나, 창 밖으로 보이는 도회적(都會的) 느낌이 본인의 감성을 충족시켜주질 않는다면, 그 곳에서의 소비는 더 이상 없을 것이다.

또, 감성사회인의 여행 문화를 감성적인 개념과 연결지어 보면, 여행 초기에는 ‘언제, 어디로 여행을 갈 것이다.’와 같은 목적지 중심의 개념이었다. 조금씩 반복된 경험이 쌓인 관광객들은 목적지에 대한 사전 탐구를 통해 ‘가는 동안에 무엇을 할 것인가? 여행지 근처에는 유명한 식당이 있는가? 주변 및 목적지에서 다양한 체험을 통해 색다른 즐거움을 가질 수 있을까?’ 등의 개인여행, 배낭여행 따위의 개인화된 개념으로 발전하였다. 지금은 단순 관광을 벗어나 통합적 감성가치를 원하고 있다. 의료와 관광을 통합시킨 서비스, 무인도에서의 신혼여행과 같은 개인성(性)으로 특화된 스토리와 테마 중심의 여행을 말할 수 있다. 이와같이 감성사회인은 상품을 보고 ‘근사하다’거나 처음 가본 카페에서 ‘편안하다’고 느끼는 감정 등과 같이 감성사회 내 고차원적인 정보 처리 기능 역할로서 ‘감성’을 심리적 작용 체제인 메커니즘(mechanism)으로 활

51) 고사카유지. 『제품보다 스토리를 팔아라』. 정미애옮김. 중앙북스. 2010, p42

용하고 있는 것이다.

감성사회인은 과거 소수의 문화적 창조자를 추종하는 가치의존 집단 즉, 다수의 모방자 입장에서 사회를 직접 리드하고 진행하는 가치 창조적 집단으로 되고 있다. 특히, 이들은 기존 사회적 규범과 율타리라고 할 수 있는 사회적 기대감(Cultural Expectations)에서 벗어나 개인의 자유표현과 자아만족 같은 자기중심적 목적을 중시하고 있다. 생계유지에 필요한 기본적 욕구를 충족시킨 감성사회인은 수준 높은 문화를 지속적으로 경험하고자 하며, 소비하여 취할 수 있는 즐겁고 유익한 체험을 원하고 있다. 즉, 감성사회인은 일상에서 자아를 능숙하게 표현할 수 있기를 바라며, 감성을 나누기도 하고 서로의 감성을 공유할 수 있게 되기를 원하고 있다. 또한, 감성사회인들은 감성사회 내 자신이 속하고 싶은 집단을 통해 자아가 형성 될 것으로 보고 있다. 감성사회인은 결과가 정해져 있는 완결된 상태의 대상에 대한 활동보다는 되어가는 과정, 만들어 가는 체험을 통해 만족을 느낄 수 있다면 지금보다 여유롭고 즐거움을 향유할 수 있을 것으로 믿고 있는 것이다.

제3절 가치소비

1. 소비

소비는 인간의 욕구나 욕망을 충족시키기 위하여 돈, 시간, 노력 등의 필요한 물자 또는 용역(用役) 따위를 이용하거나 소모하는 일을 말하는 것으로 일상생활 전반에 걸친 사회·문화적 현상이라고 할 수 있다. 인간은 태어나서 죽을 때까지 소비를 한다. 소비는 시대 혹은 사회적 구분에 상관없이 전 영역에서 욕구를 충족시키기 위한 활동이며, 개개인의 개성과 요구사항들이 다르듯 소비의 대상과 종류, 이유도 다양하기 때문에 생(生)을 다하는 순간까지 자신을 위하여 소비에 대한 체계적 학습과정이 필요하다.

가. 감성사회인의 소비

본 연구에서는 감성사회인의 소비를 일상적 소비, 문화적소비, 사회적소비, 생산적 소비로 분류하였다.

(1) 일상적 소비

일상적 소비란 감성사회인뿐만 아니라 인간 생존에 영향을 주는 것으로 의·식·주에 필요한 모든 용품이나 식료품, 술, 차와 같은 음료수를 마시는 것 그리고 자신의 몸을 보호하고 치장하기 위한 의상이나 액세서리 등 필요한 재화를 소모하는 일이다.

(2) 문화적 소비

문화적 소비란 정신이나 심리적 만족을 얻기 위해 영화·뮤지컬·미술품 감상, 운동 경기 등의 문화콘텐츠를 관람하거나 운동경기에 참여하고 악기 다루기 등과 같은 행동을 말한다. 이외에도 서예, 요가, 여행, 등산, 산림욕, 주말 농장, 명상, 종교활동 등에 참여하여 신체적이나 정신적 만족을 얻을 수 있는 것도 문화적 소비로 볼 수 있으며,

명상과 같이 아무 것도 하지 않고 있는 것 역시 철학적으로 보면 문화적 소비를 하는 것으로 볼 수 있다.

(3) 사회적 소비

감성사회인의 사회적 소비는 대상과의 상호 교감(交感)을 통해 사회 속 효능감을 위한 것으로도 볼 수 있다. 감성사회인은 사회적 소비 행위를 통해 감성사회인 무리에서 정체성을 인정 받을 수 있고, 나아가 사회적 지위와 심리적 안정을 보장 받는다고 생각하고 있다. 감성사회인은 사회적 소비활동을 바탕으로 사회적 관계 및 소통을 구매하려는 행위로 발전시키고 있다.

인간은 사회적 동물이기 때문에 가족이나 친구, 직장 동료들과 같은 사람들과 교류하기를 원하는데, 일련(一連)의 사회적 소비를 통해 주변인과의 소통을 취하고 있다.

즉, 감성사회인이 사회적 소비를 하는 것은 사람들과 소통하고자 함이며 사회와 관계(關係) 맺기를 원하는 것이다.

감성사회인의 사회적 소비의 예로 휴대폰이 있다. 초기엔 접해보지 못했던 문화에 대한 호기심과 편의성으로, 이후 기술과 성능이 융합된 서비스를 제공받는 컨버전스(convergence)제품을 사용하며 활용했지만, 현재휴대폰은 사용자간의 감성과 문화를 연결해주는 매개체(媒介體)로서의 기능이 더욱 중시되고 있다. 즉, 감성사회인 간의 소통의 교량 역할을 해주고 있는 휴대폰 소비는 사회적 소비로 볼 수 있는 것이다.

이외에도, 감성사회인은 자신을 다른 사람과 구별하기 위한 사회적 소비 행위를 바라고 있다. 이는 사회적 욕구의 일환으로 수많은 감성적 소비 대상들 사이에서 ‘나’를 위한 가치있는 소비를 통해 다른 사람과 다름을 나타내고 싶은 것이다. 결국, 사회적 소비란 감성사회인들이 자아 존재감 및 자아 효능감을 위한 소비, 그리고 자아를 타자와 구별하고 싶은 사회적 욕구를 소비를 통해 말을 하는 것인데, 종단(終端)에는 사회적 위치(social-positioning) 및 주변과의 관계를 형성시키는 ‘사회적 의미작용’까지 구축(構築)하는 체계로 진행하면서 자아실현을 위한 소비적 활동으로 진화할 것으로 생각한다. 이를 바탕으로 DIY 가구 체험자들의 가구체험을 통한 활동 또한 사회적 소비욕구를 충족 시켜줄 수 있는 사회적 소비활동이라 할 수 있다.

이와 같이 감성사회인은 문화적·사회적 소비 행위에 자신을 위한 감성적 가치를 중심으로 놓고 기호(嗜好)에 맞는 소비대상을 자신의 상징체계(象徵體系)로 투영하려는 의지적이며 주체적인 소비 활동으로 진행시키고 있다.

표 <2-3>는 문화적·사회적 소비에 대한 감성사회인의 욕구 진화를 살펴본 것이다.

사회	욕구의 진화
산업 사회	물질적 풍요로움
정보화 사회	물질적 풍요로움 + 기능적 충족
감성 사회	물질적 풍요로움 + 기능적 충족 + 자존감의 충족

<표 2-3. 문화적·사회적 소비에 대한 감성사회인 소비 욕구 진화>

(4) 생산적 소비

감성사회인의 생산적 소비는 물건을 생산하는 인간과 사물간의 교호작용(交互作用, Reciprocal action: 상호작용)⁵²⁾이라 할 수 있다. 이것은 인간의 성향 중 물건을 제작하고 사용하는 호모 파베르(Homo faber)를 말한다. 무엇인가를 만들면서 창작하는 의식적인 활동은 호모사피엔스 및 호모 루렌스(유희적 인간)적 성향을 포함하고 있으며, 사물의 제작 행위를 통해 자아효능감과 같은 감성을 취할 수 있는 자아 인지작용으로 설명할 수 있다.⁵³⁾

감성사회인은 점차적으로 주체적 생산자의 모습을 발산하기 시작하면서 문화를 직접 생산하고 소비하려는 적극적인 참여를 시도하고 있다. 감성사회 이전 사회에서도 직접 생산하고 소비하는 문화에 대한 관심과 소비는 있었지만, 감성사회로 진입하면서 내면에 잠재해 있던 공작인(工作人)으로서의 가치를 본격적으로 표출하고 싶어지면서, 소비 대상들을 직접 만들어 보고 싶은 관심이 증가하게 된 것이다.

특히, 이들은 자기발전을 위한 문화적 생산 및 소비에 대한 행위 중 원하는 것을 자체적으로 해결하는 DIY 문화에 관심을 가지게 되었다. DIY 소비 행위는 인간이 자신

52) 듀이의 '연속성'과 '상호작용'에 대한 설명. "듀이가 의도한 교호작용은 단순하게 주고 받는 자극반응식의 상호작용이 아니라 인간과 그를 둘러싼 환경(사물)간에 일어나는 일체의 상호 관계적 활동이며, 동시에 그런 활동에 수반되는 시공간상 확대된 인식작용을 말하고 있다."

김무길, 『존 듀이의 교호작용과 교육론』, 원미사, 2007, p3

53) 박연실, op. cit. 2008, p9.

에게 필요한 것을 창의적으로 제작하는 공작인(호모 파베르)성향과 일치하며, 문화를 수신만하는 것이 아닌 주체적인 모습으로 발신하는 모습을 가능하게 해주기 때문이다.

2. 가치소비

국어사전에서 가치란 사물이 지니고 있는 쓸 만한 것이라는 뜻이며, 넓은 의미로는 일상생활에서 필요와 욕구를 충족시킬 수 있는 것을 말한다. 유의어는 진가(眞價), 값어치, 쓸모 등이며 영어로는 벨류(value), 워스(worth) 등이다. 백과사전에서는 가치를 재화(財貨)나 상품(商品)과 같이 경제적인 만족감을 주는 경제적인 것과 육체의 쾌적함이나 건강을 추구하는 것, 인간의 정신적 활동과 욕구에 만족을 가져다주는 정신적인 것으로 나누어 설명하고 있다. 이외에도 지적, 도덕적, 미적, 종교적 가치 혹은 개개인의 주관적인 경험 등에 의해 다양하게 나눌 수 있으며, 일상생활에서 감성사회인의 욕구를 충족시킬 수 있는 것은 모두 가치의 범주에 포함될 것이다.

전(前) 사회에 비해 소비의 기회가 풍부해지고 다양해졌기 때문에 감성사회 소비자 중에는 인간의 욕망을 충족시켜줄 수 있는 소유에 집착하고, 손에 잡히는 물질적 소비에 치중하는 이들이 있다. 그러나 자아의 욕구와 욕망을 충족시키기 위한 일련의 행위라는 소비의 기본 개념을 정확히 인식하지 않고 물질을 쫓아 소비를 하다보면 자존감 및 사회적 효능감에 대한 회의감이 들 때가 있다. 무작정 즉흥적인 감정으로 소비재를 탐한다면, 본연의 감성과 위배(違背)되는 비생산적 소비행위를 하게 될 것이며, 자아를 부정하는 부정적인 소비에 지배당할 수 있다.

특히 이성에 바탕을 둔 합리적 소비가 아닌 감각적인 욕구를 위한 충동구매 같은 감정적 행위는 소비의 근본적 목적인 인간 본연의 욕구나 욕망을 만족시켜주는 것이 아니라 잠시 현실을 망각시켜주는 일시적 감성 향유로서 감성만족 시간이 길지 않다는 것이다. 환상에서 깨어나면 소비자의 자존감 및 효능감은 소비 이전 상태보다 깊은 상실감을 체감하면서 우울해 질 수 있다. 뿐만 아니라 장기간 소유하고 싶었던 특정 상품을 구매하게 되더라도 소비 직전까지 쌓여온 긴장감 따위가 일순간에 해소되면서 소비행위 이전의 상태보다 소비자를 더욱 우울하게 만든다는 연구 결과도 있다. 이와 같

이 충동구매나 계획적인 구매에서도 합리적이지 못한 잘못된 소비행위라면 이로 인해 발생하는 회의나 우울감과 같은 심리적 황폐(荒廢)감을 일으킬 수 있으므로 이러한 우울감을 치유하기 위해서는 감성사회인이 가치소비에 관심을 가져야 한다는 것이다.

가치소비(價値消費/Value-consum)에 대한 경제학 정의를 보면 자신이 지향하는 가치를 부여하거나 본인의 만족도가 높은 상품은 비록 고가의 소비 대상일 지라도 과감히 소비하고, 지향하는 가치의 수준은 낮추지 않는 대신 가격·만족도 등을 꼼꼼히 따져 합리적이며 나를 위한 소비 행위로 소비하는 성향을 지칭하고 있다.

또한, 호경기 때는 남들에게 보이기 위해 과시소비가, 경제위기 때에는 무조건 아끼는 알뜰소비가 유행하는 경향이 있는데, 가치소비는 남을 의식하는 과시소비와는 다르게 실용적이고 자기만족적인 성격이 강하며, 무조건 아끼는 알뜰소비와 같은 저렴한 상품을 소비하는 것이 아닌 가격 대비 자기 만족도가 높은 것에 대해서 소비 하는 행위로 정의 할 수 있다. 즉, 보여주는 소비가 아닌, ‘가치를 소비’ 한다는 인식으로 발전되고 있다. 감성사회가 발전할 수록 감성사회인의 가치소비 경향은 더욱 개인화되면서 자기 만족 성향으로 변화하고 있고 합리적인 소비나 자신을 위한 가치를 높일 수 있는 소비 행위로 진화하고 있다.

감성사회인은 자아 효능감 및 자아 정체성을 유지하고 자존감을 내보일 수 있는 ‘가치를 위한 소비’에 대해서는 과감하게 소비를 하고 있다.

이런 행위를 통해 감성사회인의 삶의 질이 형성된다. 삶의 질이란 교육, 노동, 안전, 문화, 여가 등의 영역에서 다양한 경험들을 통해 느껴지는 만족감, 안정감, 행복감 등의 주관적 평가의식을 규정하는 복합적인 요인을 말하는 것으로, 사람의 삶의 질을 규정한다거나 평가한다는 것은 매우 어려운 일이다. 일반적으로 생활수준이 높은 집단에 속한 이들의 삶의 질이 높을 것으로 예측하는 것일 뿐, 개개인별 살고 있는 모습, 목표와 이상 그리고 꿈이 다르기 때문이다. 대한민국도 2000년 초부터 복지나 행복의 정도를 표현하는 웰빙(Well-Being)이 유행이 되어 각 개인 삶 속에서 중요 가치가 된 것을 보면, 삶의 질에 대한 국민들의 욕구와 염원을 느낄 수 있다.

‘행복한 사람은 쇼핑을 하지 않는다’⁵⁴⁾는 명제가 있다. 단순한 소비 행위가 아닌 소비를 하는 주체적 감성 만족도에 대한 표현이다. 매사에 긍정적이며 창조적인 삶은 생산적이며 주체적인 소비 요건에 의해서 만족하게 될 수 있다. 그러나 소비를 위한 소비를 통해 타인과 자신을 ‘비교’하기 시작하면 ‘만족’은 상대성이기 때문에 충족될 수 없는 것이 되며, 자아실현감 또한 성취할 수 없게 된다. 현 상태의 자아가 행복하다면 매번 욕구와 욕망을 채우기 위해 감성시장에서 소비 대상을 찾을 필요가 없을 것이다. 점차적으로 감성사회인은 물질적 풍요로움이 주지 못하는 감성적 가치 및 삶의 질 향상을 위하여 의식 변화가 발생하였고 특히, 생존하기 위한 생활 방식에서 행복과 만족, 즐거움을 취하기 위한 방식으로 소비의 가치관이 변화하게 되었다. 문화 향유를 위한 소비욕구가 커지게 되면서 ‘가치’라는 비이성적인 개념을 소비 행위에 적용하게 된 것이다. 이에 발 맞추어 감성사회에서는 정신적·육체적 안정감을 주는 가치 소비 대상들에 대한 연구가 다방면으로 진행되고 있고, 갈수록 물질을 축적하는 가치보다는 개인의 자존감과 자기효능적 가치를 소유할 수 있는 가치 소비적 대상들이 감성사회인에게 각광받고 있다.

가치소비를 통해 자아의 주관적 만족을 최대한 이끌어 내야 할 것이다. 감성사회인의 욕구와 욕망을 충족시킬 수 있는 소비대상은 모두 가치의 범주에 포함된다. 무엇보다 가치소비 성향이 돋보이는 분야는 개인 만족을 우선으로 삼는 ‘취미’ 분야이다. 감성사회인이 주목하고 있는 가치소비는 개개인의 주관적인 욕구에 따라 다양한 선택지가 있겠지만, 논자는 ‘DIY 가구 체험’이 감성사회인의 자아를 즐겁게 만족시켜줄 수 있는 생산적이면서 문화적이고 또한, 사회적 소비를 성취할 수 있게 해주는 취미활동으로 자기만족도가 높은 가치소비라고 생각한다.

가. 감성사회인의 가치소비 학습

사회는 산업사회에서 정보화 사회를 거쳐 개인화(個人化/personalization)된 감성사회로 변화 했지만, 시대 주체이며 문화를 선도하는 감성사회인의 긍정적 소비활동에

54) 박규상. 『행복한 사람은 쇼핑을 하지 않는다』. 21세기 북스. 2012

대한 가치 체계와 인식 수준은 급진적으로 진화하고 있는 다양함에 주체적으로 대처하지 못하고 있으며 미비한 상태이다. 때문에 대부분의 감성사회인은 양과 질을 공평히 따져야 할 소비에서 형평성을 잡지 못한 채 비(非)생산적인 소비활동을 하고 있다. 특히 소비하는 양을 통해 주변인과 비교하거나 소유(所有)를 목적으로 기준이 설정되는 가치 없는 소비가 이루어지고 있다. 예를 들어 최근 아웃도어 캠핑문화가 확산되면서 무조건적으로 용품부터 구매하는 맹목적 문화 추종을 하는 소비 등이 문제이다.

이것은 급변하고 있는 문화 패러다임에 맞춰 적응하기도 바쁜 감성사회인이 가치소비에 대한 정보를 체계적으로 교육 받은 적도 없으며, 가치소비에 대한 경험을 체험할 곳도 없기 때문이다.

전(前) 사회에서는 가정, 학교, 사회 등의 다양한 장소에서 저축과 소비에 대한 기초적인 정보를 습득하고 세분화되지 않은 대중문화로 인해 문화와 소비에 대한 정보도 획일화된 경로를 통해 사회인들에게 전달되었기 때문에 체험을 통해 경험할 수 있었다. 그러나 지금은 시시각각 진화하고 있는 감성사회 패러다임과, 인터넷을 통한 다양한 정보의 유입, 그리고 감성사회인의 적극적 대중 심리 등으로 인해 문화가 세분화되면서 어떤 경로를 통해 사회인에게 전달되지 못함으로써 자아를 위한 가치소비 활동의 올바른 방향을 잡기 힘든 때이다.

뿐만 아니라 문화·사회적 그리고 생산적 소비에 대한 정보도 사실적 진위와 질적 가치에 대한 객관적 판별 없이 확산되고 있다. 이러한 부정확한 정보에 대한 의존은 감성사회인이 행하려는 가치적 소비의지에 부정적 영향을 줄 수 있기 때문에 감성사회인이 자신만의 감성 욕구를 채워주는 감성적 가치소비재(材)에 대한 정확한 정보를 취득하기는 어렵다. 감성사회인은 자신이 향유하고 싶은 문화를 취하기 위해서는 자신에게 적합한 여가, 취미와 관련된 정보 등을 자발적으로 찾아야 하는 노력이 필요한 시기이다.

감성사회인은 자신을 위한 가치 소비에 대하여 잘 모른다. 소비에 대한 교육을 제대로 받은 적이 없었기 때문이겠지만, 대부분은 가치 소비에 대해서 솔직하지 못하고 부정확하다. 정확히 표현하면 좋아하는 것과 싫어하는 것에 대한 ‘자기객관화(自己客觀化/self-objectification)’과정, 즉 자아발견 훈련이 부족하기 때문이다. 심연(深淵)에 감

취진 자아를 어떻게 발견하고 표출 시킬 것인가?, 가치소비에 앞서 감성사회인 스스로 자기객관화를 통해 ‘나는 누구인가?(Who am I)’와 ‘나는 무엇인가?(What am I)’, 나는 무엇을 좋아하는가? 등에 대하여 명확한 개념 및 기준부터 스스로 설정해야 할 것이다. 이 후 본인 취향에 맞는 가치소비를 위해 정확한 정보들을 취합(聚合)해야 한다..

이 과정을 거친 감성사회인은 가치소비행위가 진행되는 과정에서 만족과 즐거움을 성취할 수 있으며, 자신만의 가치소비 과정과 목적에 도달했을 때 자아 효능감 (self-efficiency)을 통한 자아발견을 자각 할 수 있을 것이다. 감성사회인은 가치소비의 중심축으로 ‘무엇을 가졌느냐’ 보다는 ‘대상을 통해 무엇을 향유하고 사느냐’를 중요시 하고 있으며, 대상을 생산하고 소비하는 일련의 과정을 통해 인생을 풍부하고 윤택하게 만들기 위한 방향으로 움직이고 있다. 이들은 이성적 소비나 합리적 소비와는 달리 자아 만족도가 높은 가치소비 대상에 대해서 과감한 소비를 행한다. 남이 뭐라던 ‘나’의 만족을 위해 대상을 소비하고 있다.

논자는 DIY 가구 체험을 가치소비과정으로 인식하며, 감성사회인이 문화향유를 통한 자아실현이라는 미명(美名)하에 생산적 소비 대상들을 통해 자아를 찾고, 체험을 통한 자아실현으로 가는 과정을 어떻게 향유하고 유지할 것인가? 에 대하여 연구 하고 있다. 앞서 밝혔듯이, 자기객관화 훈련을 통해 자신의 성향과 일치하는 생산적 소비 대상을 찾아야 하는 것이 우선일 것이며, 이후 자아를 위한 자신만의 소비 방향을 학습해야 한다. DIY 가구체험은 생산적이며 문화·사회적인 가치소비 대상으로 합당할 것이다. 즉, 감성사회인이 자아와 합일되는 가치적 소비 대상인 DIY 가구체험과정을 통해 ‘쾌’의 감성을 찾게 된다면, 바로 자아실현을 성취할 수 있을 것이다.

나. 감성사회인의 가치소비 대상(對象)

이전 사회에서 소비되었던 대상물들은 감성사회인의 감성을 충족시켜주질 못하고 있다. 감성사회의 소비 대상들은 문화가 발전하는 경향에 기대어 개념과 가치가 감성사회인의 개인성(性)을 위한 향유의 대상으로 진화하고 있다. 먼저, 감성사회인의 향유적

인 소비성향을 이해하기 위해서는 새로운 문화 경향으로 가치가 정립되고 있는 컬-덕트(Cul-Duct)에 대한 연구가 필요하다.

컬-덕트의 개념은 롤프엔센(Rolf Jensen)의 저서 『Dream Society』에서 말한, “정보사회 다음의 사회인 꿈의 사회에서는 상품을 사고 파는 것이 아니라 상품에 든 이야기이자 문화인 꿈을 사고 팔게 된다”에서 유래되었다.⁵⁵⁾ 컬-덕트는 문화적(Cultural)과 생산물(Product)의 합성어로 문화적 생산품을 의미한다. 또한, 특정한 문화 또는 문화 집단의 상징으로 표현되는 제품이나 서비스를 말하는 것으로 문화가 체화된 상품 즉, 문화융합(文化融合)상품으로 정의할 수 있다.

컬-덕트는 생산기술의 발달에 따른 제품의 평준화로 더이상 제품의 기능이나 품질 같은 것으로는 유사 제품들과의 차별화를 얻을 수 없기 때문에, 소비자의 감성에 호소하는 전략적 차원에서 나온 감성마케팅이라 할수 있다. 즉, 감성적·문화적 가치를 투영하여 소비자의 감성에 자극을 주는 것이다. 예를 들어 초코파이는 ‘정(情)’을 전면에 부각하는 감성 광고를 이용하여, 초코파이를 주고받는 것은 ‘정’을 주고 받는 것이라는 감성 문화를 유도한것이다. 컬-덕트는 감성사회 초기부터 존재했지만, 점차적으로 문화를 향유하고 싶어하는 감성사회인의 욕구 등이 소비의 목표가 되면서 더욱 강화되고 있다. 소비행위 자체를 즐기면서 지속할 수 있는 소비의 가열성(加熱性)을 가지고 있기 때문이다.

또한, 컬-덕트 소비는 자신의 감성을 발산할 수 있는 특정한 집단의 문화를 대변해주는 매개체로서의 역할도 수행하고 있다. 이 소비를 통해 유사한 감성을 가진 이들과 공유되는 소속감 그리고 심리적 안정감과 같은 사회적 성취감도 느낄 수 있다.



<사진 2. Cul-Duct>

감성사회인이 즐겨하는 감성적 소비 대상들에 대한 경제적인 면이나 가치평가를 단

55) 롤프엔센(Rolf Jensen). 『The Dream Society』, 서정환옮김. 리드리드. 2010

지 활용 빈도 횡수를 가지고 결정하기는 어려운 문제이다. 감성사회인이 일상생활에서 평범하게 쓰는 제품 중 토스트기를 예로 들면 사용하는 빈도수와 사용시간을 따졌을 때 하루 24시간 중 10분미만으로 사용하는 제품이다. 하루에 10분도 사용하지 않는 이 주방기기에 대한 소비기준은 무엇일까? 일반적으로 동일 제품 중 가격대비 기능이 우수한 것을 선택하는 것이 합리적인 소비의 기술이겠지만, 감성사회인은 활용성보다는 외형적으로 아름다운 컬러와 형태를 더 중시하여 심리적인 만족감을 얻을 수 있는 토스트기를 선택하고 있다. 이것은 소비자가 하루 24시간 중 10분정도의 유용시간을 뺀 나머지의 시간동안 한 자리를 차지하고 있을 이 제품의 미적 정체성을 중시하는 것이다.

정리해보면, 롤프엔센이 『Dream Society』에서 표현한 “몽상(夢想)사회”는 현 감성사회인이 가치소비 활동을 바탕으로 문화·사회적소비 및 생산적소비 욕구 충족을 가능하게 만들어 주는 감성사회이며, 감성사회인의 감성적 욕구를 채울 수 있는 ‘꿈을 꿀 수 있는 사회’ 그리고 ‘꿈을 이룰 수 있는 사회’ 라고 정리 할 수 있다. 이를 바탕으로 감성사회인이 문화융합 소비대상을 감성적 가치소비 대상과 병합하여 소비를 하는 것은 자아 필요와 욕구 같은 것들을 해소해주는 관계물(關係物)로 그리고 개인적 문화향유를 취하기 위한 소비 과정으로 볼 수 있는 것이다. 감성사회인은 컬-덕트를 활용한 가치소비 과정이 자아를 표현한다고 생각하고 있으며, 문화가 체화된 상품 즉, 문화융합소비 대상들이 자신을 위해 존재한다고 믿고 있다. 자신의 인생을 변화 시키고 싶어 하는 감성사회 소비자로서 가치소비를 통해 감성적 교호관계를 성취하려는 열망을 가지고 있는 것이다.

감성사회인은 가치소비 대상들이 자기의 존재감을 회복시켜 줄 수 있는 가치체계로 확신하게 되면서, 자아 만족을 위한 대상이라면 가격과 품질의 고하, 크기의 대소는 중요하지 않다고 판단하고 있다. 하나의 대상을 생산하고 소비하는 과정 자체가 자기를 위한 ‘하나이면서 모든 것’의 개념으로 바뀌게 된 것이다.

감성사회인은 자아를 위한 가치소비 대상을 찾아야 하고 주체적으로 소비활동을 가져야 하는데, DIY 가구체험 과정은 자신만의 문화를 만들어 내고 소비하면서 타인과 같은 것을 소비하고 있지만 ‘나’는 ‘너’와 다름을 증명할 수 있는 소비 대상물이라고

생각한다. 나아가, DIY 가구체험은 감성사회인 스스로 문화적·사회적 권리를 보장 받고자 하는 프로 슈머(Pro-sumer)⁵⁶⁾ 성향이라 할 수 있으며, 인간이 만들고 소유하고자 하는 본래적 욕구 해결을 넘어 문화적·사회적·생산적 소비를 포괄적으로 취할 수 있게 만들어주는 감성적 가치소비라 할 수 있다.

56) 프로슈머((Pro-sumer)-프로듀서(Producer)와 컨슈머(Consumer)의 합성어로 생산적 소비자를 말한다. 제품 개발을 할 때에 소비자가 직접적 또는 간접적으로 참여하는 방식. 미래학자 앨빈 토플러가 저서 《제3의 물결》에서 처음으로 쓴 용어이다.

제3장 DIY 가구(家具)

제1절 DIY

D.I.Y.(Do It Yourself)를 국립국어원에서는 “부품이나 재료를 구매해서 소비자가 직접 조립하여 제품을 만드는 일”이라는 외래어로 규정하고 있으며, Oxford 사전에서는 “가정용품의 제작·수리·장식을 직접 하는 것”이라 하고 있다. DIY는 영국에서 생활문화로 시작되었다. 제2차 세계대전이 끝난 후 파괴된 주택과 도시를 복구하고 망가진 생활용품을 수리해야 하는 상황에서 자신이 할 수 있는 일은 스스로 해야 한다는 사회운동 개념으로 부터이며, 1957년 “Do it yourself”라는 이름의 잡지가 영국에서 창간되면서 D.I.Y의 기원이 영국이라는 설을 증명하고 있다.⁵⁷⁾

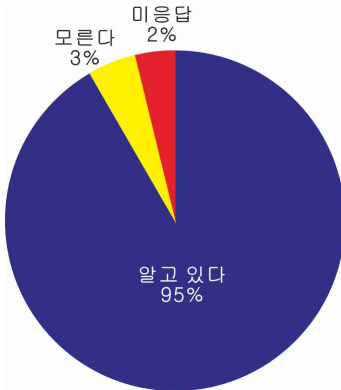
대한민국에서는 DIY 용어가 1980년대부터 사용됐지만, 활성화 되지는 않았다. 대한민국은 산업화 과정을 거치면서 직업이 분업화되었고, 필요한 것을 직접 만들어 썼던 생활관습에서 벗어나 전문인에게 의뢰하거나 서비스를 받는데 익숙하게 변화되었기 때문이다. DIY 용어가 본격적으로 알려지게 된 것은 1990년대 초 DIY와 목 공방이 합쳐진 ‘DIY 목공방’ 이름으로 대중화됐다고 할 수 있다. 처음에는 집수리 등이 중심이었지만 시류가 변하면서, 가구제작, 정원관리 등 생활공간을 수리하거나 창조하는 활동 그리고 패션, 음식, 향수, 스마트폰 케이스, 컴퓨터 수리, 자동차개조 등의 생활영역과 교육, 레저 등 생활 문화 전반에서 전문가에게 의존하지 않고 소비자가 자신이 원하는 물건을 자발적으로 만들거나 고치는 활동으로 진화하고 있다.

최근 필요한 물건을 직접 만들어 사용하려는 사람들이 늘면서 DIY 문화가 확산되고 있다. 표 <3-1>은 감성사회인들이 DIY를 인지하고 있고, 즐기고 있는지에 대한 조사의 결과이다.⁵⁸⁾ 먼저, ‘DIY를 알고 있는지’에 대한 문항에 미 응답자 2명을 제외한 95

57) 이봉규. <D.I.Y 용품 디자인의 신경향과 금후의 전망>. 광주대학교 민족문화예술연구소 논문집. 1992

58) 미디어우드. 『DIYNEWS』. (주)나무친구들. Vol.1 2월.2013. p3

명(95%)이 알고 있다고 답변했고, 3명은 모른다고 대답했다. 이는 인터넷 정보 및 지상파 TV매체, 온라인 블로그, 카페 등 소셜 커뮤니티가 발달하면서 생활정보에 대한 지식공유 및感性사회인의 적극적 생활자세 등 때문이다. 특히, 온라인 포털 사이트를 통한 정보 검색 수준으로도 DIY에 대하여 얻고자 하는 정보를 손쉽게 얻을 수 있게 됐고, 스스로 집을 꾸미는 취미 등의 여가 산업이 성장하면서, 자연스럽게 DIY 문화가感性사회인 사이에 인식되었다.



<표 3-1.
DIY를 알고 계십니까?>

제2절 DIY 가구체험 요건(要件)

대한민국은 빠른 경제 성장과 함께 국민들의 생활 수준은 향상되었지만, ‘삶의 질’이 동반 향상된 것은 아니다. 감성사회인이 바라는 삶의 질은 자신이 취할 수 있는 문화에 대한 주체적 생활 자세 등을 말하는 것으로 생활 수준을 평가하는 지표의 숫자나 그래프로 설명 가능한 것이 아닐 것이다. 이들은 일상생활에서 받는 스트레스를 해결하는 대안으로 생산적인 가치소비를 통해 긍정의 기운을 되찾고자 하지만, 너무 다양한 가치소비 대상의 틈바구니에서 감성사회인은 당황하고 선택을 못 하고 있는 실정이다. 특히, 주 5일 근무제⁵⁹⁾가 시행된 이후 확산한 여가와 주말 시간활용을 어떻게 할 것인가의 고민이 더욱 커졌다.

감성사회인들의 주말 여가 활용 고민은, 시간을 어떻게 소비 할 것 인가의 문제이며, 자아를 주체적·생산적·가치적으로 활용할 수 있게 해주는 매개물에 대한 고민으로 보아야 한다. 주변을 보면 주말 시간을 온전히 자신을 위해 소비하는 감성사회인이 많지 않다. 왜냐하면, 자신의 경제적 상황을 고려하여 주말에도 일을 해야 하는 이들이 있으며, 경제적 보상이 있는 일이 아니더라도 주 중에 못했던 가사(家事)부터 친구들과의 약속 등 다양한 주변 일들이 많기 때문이다. 이렇듯 잡다한 일들을 제쳐 두고, 자아 계발을 위해 무엇인가를 시작하려 해도 막상 쉽게 시작할 수가 없다. 왜냐하면 자아와 일치하는 소비 대상을 찾는 것이 어렵기 때문이다.

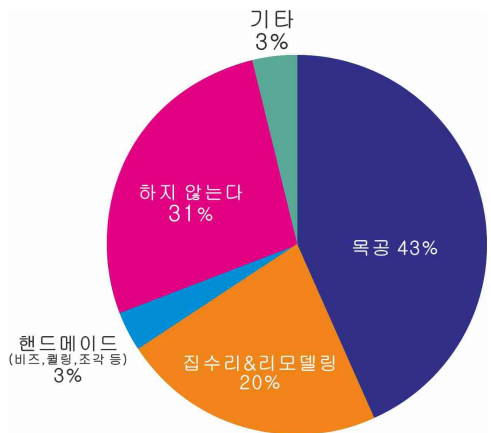


<사진 3. DIY 문화확산-다양한 DIY 종류>

59) 근로자 수 100명 이상-통상적으로 5일제 근무제라 한다:2006년 부터 시행

서점 내 DIY, 취미관련 책을 찾아보면, 주말 여가를 주체적이며 재미있게 활용할 수 있는 컴퓨터, 요리, 꽃꽂이, 여행, 그리고 DIY 취미, 자기 계발 등을 위한 책을 쉽게 찾아볼 수 있다. 사진 <3>는 DIY 취미에 대한 다양한 안내 책자들이다. 이는 감성사회인이 5일제 근무 환경 이 후 다양한 취미활동이라 할 수 있는 가치적 소비 대상들 틈에서 자아와 병합되는 가치 소비재를 찾고자 하는 의지를 볼 수 있다.

표 <3-2>는 미디어우드. 『DIYNEWS』에서 발췌한 것으로 ‘어느 분야의 DIY에 관심이 있는지’에 대한 답변이다. 조사 결과를 보면 목공(가구)에 대한 답변이 43%로 가장 높게 나타났고, 다음 순으로 집수리&리모델링(20%), 비즈, 퀘링, 조각 등의 핸드메이드 분야가 3%였으며, 아무것도 하지 않는다는 31%, 기타 답변이 3%로 조사되었다.⁶⁰⁾



<표 3-2. 어느 분야 DIY에 관심 있습니까?>

최근 소비자들은 획일화된 시스템, 공업화된 제품 등에서 탈피하여 남과 다른 나만의 개성을 표현하고 나를 중심으로 사고하는 개인화 경향이 심화되고 있다. 따라서 개인의 흥미, 용모, 성과, 취향 등의 개성표현과 차별화의 수단으로 개인별 맞춤형이 문화 경향으로 주목받으면서 DIY가구 또한 문화 경향의 중요한 역할을 한다고 본다. 이와같이 DIY 가구는 개성표현과 차별화가 가능한 생산적인 소비활동이기 때문에 감성사회인이 주 중 일상 생활에서 받는 스트레스를 긍정의 에너지로 바꿀 수 있는 분야이다. 무엇보다도, 현대 라이프 스타일이 변화됨에 따라 취미를 갖게 되는 시간이 많아지면서 사람들은 자기만의 가구를 제작하여 가정에서 사용할 수 있는 DIY 가구를 선호하고 있다.⁶¹⁾

DIY 가구의 매력은 세상에 존재하는 하나의 대상을 만들면서, 소비를 위한 소비로 여가를 보내는 것이 아니고 소비를 하면서 생산을 할 수 있다는 점에서 현명한 삶의 질을 성숙하게 발전시킬 수 있는 것이다. 현재 주 5일제 근무가 정착되고 후생복지(직

60) 미디어우드. 『DIYNEWS』, (주)나무친구들. Vol.1 2월.2013. p3
-기타답변:‘앞으로 해보고 싶다’, ‘요리를 즐긴다’, ‘피규어 조립’ 등이다.

61) 남궁선 <DIY가구 제작에 활용도를 높이는 짜임의 난이도 연구>. 한국가구학회지. 2010.03

장인들을 위한 숙식·의료·문화 등의)가 증진되면서 단순히 놓고 쉬는 여가가 아니라 일상의 재충전과 스펙(specification) 향상을 위한 생산적인 여가를 보내려는 인구가 크게 늘 것이라고 예상된다. 여가활동의 새로운 흐름을 보면, 시 공간의 제약을 극복하는 여가, 전문지식을 요구하는 여가, 직접 참여하는 여가 등이 증가하면서 여가 소비의 트렌드 또한 바뀌고 있다. 이중에서도 손수 만드는 재미를 느낄 수 있는 생산적인 DIY 가구활동이 증가하고 있다. 이에 발맞추어 DIY 가구체험 문화와 관련되어 공방, 서적, 동호회, 관련 온-오프(On-Off) 인프라 등을 쉽게 찾아 볼 수 있을 정도로 DIY 시장속에서 빠른 속도로 성장 중이다.

대한민국에서 DIY 가구체험이 감성사회 여가문화의 중심 경향으로 성장할 수 있고, 감성사회인의 가치소비가 될 수 있는 요건을 경제적, 시간적, 감성적 요건으로 나누어 보면 다음과 같다.

1. 경제적 요건

먼저, 대한민국의 경제적 요건을 통해 DIY 가구체험이 감성사회인의 여가로 성장 할 수 있는 가능성을 살펴본다. DIY 문화는 과거에도 존재했다. 과거 농경사회에서는 절구나 지게, 도리계 같은 농경기구 및 겨울 놀이기구인 썰매나 팽이, 새총 등을 각자 집에서 만들어 사용하는 등 가정 내 DIY 활동이 우리 생활문화 속에서도 실존(實存)했지만, 산업화가 되면서 내가 직접 하지 않아도 전문적으로 그 일을 대신해주는 전문집단이 정착되어 생활 속 DIY 문화가 주변에서 실종된 것이다. 특히, 경제성장과 생활수준을 끌어 올려야 했던 산업사회 분위기에서는 사회인들의 관심거리가 될 수 없었다.

그러나 산업화에 따른 국민소득 증대(2007년 \$21.695)로 어느 정도의 경제적 여유가 생기고 주 40시간 근무제(2006년 시행) 확대에 따른 여가에 대한 관심 그리고 정보화 사회 이후 성숙해진 사회 분위기를 타고 웰빙 트렌드에 맞춘 건강하고 아름다운 생활에 대한 갈망 등의 이유로 감성사회인은 점차적으로 주말 여가를 행복하고 만족스럽게 보낼 수 있는 가치소비재를 찾게 되었다. 이들은 양(量)적 문제 보다 감성적 가치 충족이 가능한 질(質)적 소비 대상을 찾고 있는 가운데 DIY 문화가 감성사회인의

삶에 생기를 불어 넣어 줄 수 있는 생활 속 요건을 갖추고 있다는 것을 인지하고 가치 소비 활동이 가능한 DIY 가구체험에 주목하게 되었고 많은 관심이 쏠리고 있는 실정이다. 표 <3-3>과<3-4>는 DIY 가구체험이 감성사회속 여가문화의 중심 경향이 될 수 있는 대한민국 경제적 상황에 대한 것이다.

표 <3-3>은 대한민국 가계(家計)

단위:십억원

의 1970년부터 2010년까지 총 국내 소비 지출 금액을 5년 주기로 조사된 것으로 목적별 최종 소비지출에 대한 보고서인데 소비지출 종목 중 오락·문화 종목의 실질 소비⁶²⁾ 금액만 따로 정리 한 것이다. 산업화시기였던 1970년대부터 1980년대까지는 오락·문화 지출 금액이 년 5%

년도	총 국내 소비지출 금액	오락·문화 소비지출 금액	비중(%)
1970	51,450.9	1,106.9	2.15
1975	73,928.8	1,140.9	1.95
1980	98,620.2	2,251.7	2.28
1985	139,458.2	5,473.3	3.92
1990	215,648.4	10,555.8	4.89
1995	317,098.4	20,407.9	5.44
2000	380,210.0	25,251.2	6.64
2005	445,529.0	35,722.2	8.02
2010	521,892.3	46,029.6	8.82

<표 3-3. 가계의 목적별 최종 소비 지출:1970-2010> 미만이었지만, IMF 경제위기 극복

이후 2005년과 2010년은 여가활동과 문화생활에 대한 감성사회인의 관심과 투자가 8% 이상으로 증가하고 있음을 볼 수 있다.

(단위 : 천원, %)

	금 액		증 감 률	
	13.1/4	구성비	13.1/4	
소 비 지 출	2,542.6	100.0	-1.0 (명목)	-2.4 (실질)
식품·주류음료	336.6	13.2	-1.6	-3.4
주 류·담 배	26.7	1.1	-2.7	-4.5
의 류·신 발	165.3	6.5	4.8	1.3
주거·수도·광열	325.7	12.8	3.0	-0.7
가정용품·가사서비스	89.3	3.5	-0.3	-0.5

다음, 표 <3-4>는 통계청의 2013년 1/4분기 2인 이상 가계 동향이다.⁶³⁾ 가구당 월 소득 평균 419만 3천 원 중 월평균 소비지출은 254만 3천 원으로 조사되었다.

소비지출 목록 중 오락·문화에 대한 지출은 약 14만 3천 원으로 집계되었는데, 전년대비 소비지출

62) 통계표 URL

http://kosis.kr/gen_etl/start.jsp?orgId=301&tblId=DT_074Y025&conn_path=l2&path=NSI

문화체육관광부 문화예술국. 문화여가정책과. 2013.

-‘명목’이란 물가변동을 적용하지 않는 계산 등을 말하며 ‘실질’은 물가의 변동률을 적용하여 계산하는 것을 말한다.

63) 2013년 통계청 1/4분기 자료

보 건	171.5	6.7	2.9	2.7
교 통	294.3	11.6	1.9	1.4
통 신	151.1	5.9	1.8	1.8
오락·문화	143.3	5.6	3.3	2.7
교 육	339.5	13.4	-6.9	-8.5
음 식·숙 박	295.9	11.6	-0.1	-1.2
기타 상품·서비스	203.3	8.0	-12.3	-9.3

<표 3-4. 가구당 월평균 소비지출-통계청:2013>

12종목 중 6개 종목이 감소한 상황에서 오락·문화 종목 실질소비가 2.7% 상승을 했다는 것은 감성사회인의 오락·문화에 대한 관심과 이들의 여가에 대한 가치변화 그리고 문화생활에 대한 투자가 증

가하고 있다는 것을 보여주고 있는 증거이다.

경제학에서는 국민소득(GNP)이 1만 달러를 넘으면 특정 소비문화가 형성 되고 1만 5천 달러는 확산을 가져오고 2만 달러가 넘으면 소비 형태로 정착된다고 한다. 표 <3-3>과 <3-4>를 보면 대한민국은 개인적 문화생활에 대한 소비가 가능한 사람들이 증가하고 있음을 볼 수 있고, 사회 변화와 경제적 여유 등의 이유로 오락·문화 종목, 즉 자신의 여가활동과 취미생활에 관심을 가지고 있음을 알 수 있다. 이외에도 근래 몇 년 동안 등산 및 스포츠용품의 판매율이 급등했음을 보았을 때 의류와 신발에 대한 소비 중 일정 부분도 집 밖에서의 취미 활동이라 할 수 있는 오락·문화와 관련된 소비라 할 수 있다.

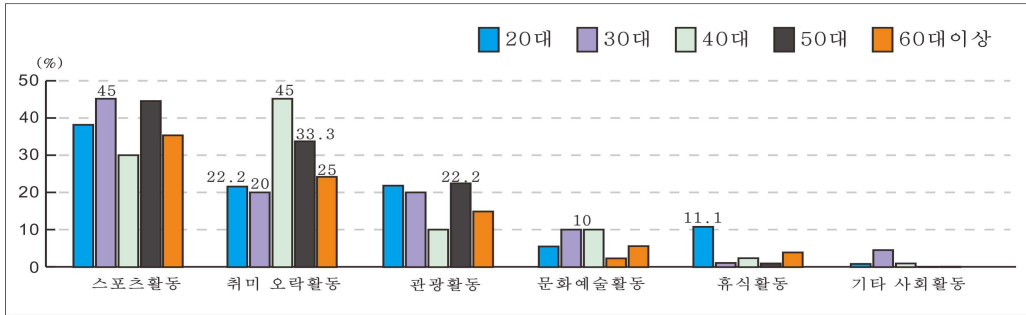
2. 시간적 요건

감성사회 진입 후 DIY 가구체험을 여가로 활용할 수 있는 시간적 요건에 대한 것이다. 표 <3-5>는 주 5일 근무제 실시 후 2007년 여가활동 종목별 조사이다.⁶⁴⁾

제도가 시행된 이후 감성사회인들의 관심이 스포츠 활동, 취미·오락 활동, 관광 순서로 집중 되어 있음을 볼 수 있다. 특히, 취미·오락종목에서는 40대는 45%, 50대는 33.3%, 60대는 25%로 이 종목에 대한 높은 관심도를 볼 수 있는데, DIY 가구체험 역시 오락·문화활동의 한 종목으로서 감성사회인이 가치있게 생각하는 여가활동으로 발전시킬 수 있는 주말 여가로서의 가치를 볼 수 있는 면이다.

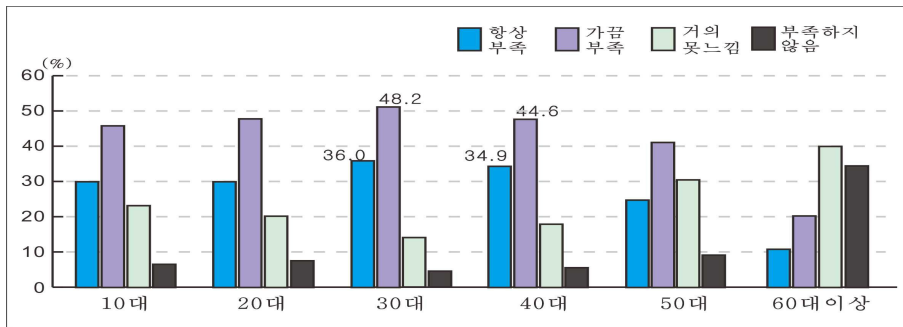
64) 통계표 URL:

http://kosis.kr/gen_etl/start.jsp?orgId=113&tblId=DT_113_STBL_1015332&conn_path=I3&path=NSI. 문화체육관광부 문화예술국 문화여가정책과. 2007



<표 3-5. 주 5일 근무제 실시 후 여가활동 : 2007>

다음 표 <3-6>는感性사회인의 여가활용에 대한 시간이 부족하다고 느끼는 정도에 대한 조사이다.⁶⁵⁾



<표 3-6. 여가활용에 대한 연령대별 시간이 부족하다고 느끼는 정도:2009>

표를 보면 여가활용이 항상 부족이나 가끔 부족하다고 느끼는 세대 중 30대는 36.0%와 48.2%, 40대는 34.9%와 44.6% 정도로 다른 연령대에 비해 높다. 30대는 결혼 및 출산 그리고 사회 활동 등으로 새로운 가치소비를 경험하는 세대로서 변화된 생활에 맞추어 삶의 가치가 설정되겠지만, 이들의 부모세대처럼 절약과 저축에 대한 가치는 크게 생각하지 않는 세대이다. 이들은 가정뿐만이 아닌 집 밖에서도 자아 만족을 목표로 삶을 즐기고자 하는 자발적 노력을 하는 세대로 볼 수 있다. 이들은 개인의 여가 생활 및 가족과 함께할 수 있는 여가 그리고 사회적 관계를 위해 동료와 공유해야 할 취미 생활에 대한 욕구가 타 세대와 비교하면 크게 작용하고 있다고 생각한다.

마찬가지로 10~20대도 비슷하지만, 10대는 아직 생산과 소비의 주체가 되지 못하는

65) 통계표 URL:

학생신분이며, 20대는 생산적 활동을 통한 소비의 가치를 느끼기에는 경험이 부족하여 비율이 약한 것일 뿐이다. 이에 반하여 장년층과 노년층은 여가활용 시간에 대한 불만을 거의 못 느끼거나 부족하지 않다고 생각하는 비율이 높은 것은 여가 활용에 대한 무관심보다는 어린 세대와는 다른 여가와 여유에 대한 이 세대만의 고유한 가치 의식을 가지고 삶을 대면하고 있다고 생각한다. 즉 그들은 경제적으로 어려웠던 시대를 보내면서 소비하는 것 보다는 절약이 몸에 배이고 일을 하느라 여가생활 자체를 못 가짐으로서 여가시간을 어떻게 보내야하는지 체험하지 못하여 무료하게 시간을 보내기 때문에 여가시간이 부족하지 않다고 느낄 수 있다.

5일제 근무 제도가 시행되면서 노동시간이 단축되고 여가가 증대되었다. 때문에 이론적으로는 시간에 대한 여유가 있는 것 같지만, 현실적으로 주말에 쉴 수 있는 시간 중 일부분을 가사 등 자발적 '노동'에 할애하거나 단순 휴식을 취하고 있는 소극적 여가 활동을 하고 있다. 이와 같이 다른 차원의 가치에 여가를 투자한다는 것은 생각보다 쉽지 않다. 그렇지만 소극적 여가를 보내고 있는 이들도 경제적·시간적 여유가 생긴다면, 진짜 하고 싶은 여가활동이 있을 것이다.

감성사회인이 자신의 여가를 원하는 방향으로 활용하지 못하는 문제는 감성사회인들은 개개인 별로 다른 감성을 가지고 있으면서 서로 다른 관심사와 특성이 있는 만큼 자신에게 적합한 여가활용법을 터득해야 하는데, 여가를 어떻게 활용할 것인가에 대한 정보와 지식이 부족한 상태이기 때문인 것이다

이들에게 주 5일제가 단순히 놓고 쉬면서 무의미하게 시간과 돈을 소비만 하는 여가가 아닌 일상 속 재충전과 자아발견을 위한 생산적이며, 창조적인 DIY 가구체험 문화가 주변에 있다는 것을 알려주어야 한다.

어쨌든 과거와 비교하면 삶의 질이 전반적으로 향상된 점은 분명하다. 이는 감성사회인들이 현재보다 더 윤택한 여가생활을 위한 노력의 결과일 것이다.

3. 감성적 요건

감성적 요건에는 놀이와 재미, 의미, 자발성, 절약의 요소가 있다.

가. 놀이와 재미(Fun)

대한민국보다 DIY 가구 문화가 오래된 미국과 영국 그리고 일본인들의 생활에는 DIY로 가구 및 생활집기 등을 만들어 사용하는 문화가 자연스럽게 있는 것처럼 보인다. 그들은 필요에 따라 직접 만들어 사용하는 문화를 당연하게 생각하는 것 같고, 더 나아가 생산 후 판매까지 연결하는 경제 활동을 볼 수 있다. 그들의 DIY 가구 문화를 보면 인위적이지 않은 자연스러운 생산 활동을 통해 재미를 느끼는 감성 요건을 볼 수 있다. 물론 이러한 문화가 생활 속에 안착되기 까지는 고 물가와 같은 요인이 있었겠지만, 무엇보다도 자발적으로 필요한 것을 만들면서 만족을 취하려는 인간 본연의 ‘창작(創作) 활동을 통한 놀이와 재미’ 가치 등이 자연스럽게 그들의 문화와 환경 그리고 경험을 통해 습득했기 때문일 것이다.

논자는 DIY 가구체험이 감성사회 문화트렌드로 발전할 수 있는 요건 중 ‘만듦’의 과정에서 느낄 수 있는 ‘재미’ 요소를 우선 순위로 본다. 재미의 요소는 호이징하(Johann Huizinga, 1872-1945)의 저서 『호모 루덴스(Homo Ludens)』에서 말하는 호모 루덴스 즉, ‘유희(遊戱)적 인간’ 이론과 상충한다. 백과사전에서 유희는 ‘특별한 목적의식 없이도 그것 자체로서 흥미를 느끼게 되는 인간 활동의 총체’로 풀이 될 수 있는데, 호이징하는 특히, “모든 형태의 문화 속에는 놀이라는 요소가 내재해 있으며, 예술과 놀이 사이에는 환희, 기쁨이라는 재미의 요소인 유희성이 내재 한다”고 밝히면서, 놀이는 “문화보다 더 오래된 것이며, 놀이하는 인간은 원초적인 본능의 심리상태를 전쟁, 시, 예술, 종교 및 기타 문화 등으로 표현”한다고 말했다. 그냥 놀이가 아닌 의미 있는 놀이를 하는 “놀이하는 인간(Man the Player)”으로 인간이 가진 유희에 대한 것을 놀이로서 정의하였다.⁶⁶⁾

현실에서 일과 재미 모두를 성취하는 감성사회인은 소수에 불과할 것이다. 이것은 감성사회인이 행하는 업무에서는 의무와 책임감을 많이 인식하고 있을 뿐, 재미라는 가치를 느끼지 못하고 있기 때문으로 생각한다. 실제로 감성사회인들은 생업과 관련해서는 의무감만 있고, 실제로 눈에 보이거나 손에 잡히는 실체는 없이 재미있는 일, 생

66) 요한 호이징하(Johan Huizinga). 『Homo Ludens』. 1938.

산적이며 창조적 즐거움이 있는 일, 보람 있는 일 등을 찾지 못하고 있기 때문에 ‘정신 노동’에 대한 사회적 피로감을 받고 있다. 이렇듯 감성사회인들이 자발적 의도와 상관없이 얻게되는 정신적 피로감을 해소하기 위해서는 주중이나 주말 육체적 노동을 통해 근육을 움직이고 땀을 쏟으면서 심리적 갈증을 채우려는 놀이의 시간이 필요한 것이다.

스스로 무엇인가를 만들어 내는 DIY 가구체험은 노동과 창의적 놀이의 통합을 시도할 수 있는 특수성이 있기 때문에, 텃밭가꾸기나 정원만들기 등과 같은 유사한 성향의 DIY 여가 문화 중에서도 놀이와 재미를 무의식적으로 느낄 수 있는 문화이다. 그러므로 이를 통한 스트레스 해소는 생활 전반에 걸친 자아효능감을 자발적으로 향상하는 방법이며, 자신감을 만들어 줄 것이다. 감성사회인이 자신을 위한 시간을 자아와 만족을 위하여 사용하고자 한다면 생산적 놀이와 창의적 즐거움을 체험할 수 있는 DIY 가구체험 같은 취미를 가져야 하는 것이다.

감성사회인은 유희적 체험을 통해 여가를 온전히 ‘자아효능감을 만드는 시간’, ‘자신을 위한 시간’으로 소유할 능력이 충분하다. 수면 아래에서 자고 있는 자아 속 유희본능을 깨울 수 있는 재미있고 즐거운 DIY 가구체험이 감성사회인에게 필요하다.

재미는 타인이나 주변 환경에 의해 분위기가 형성되기도 하지만, 가치소비 과정과 결과를 통해 취해지는 감정만큼은 고유(固有)한 자신의 감성이다. 고려대 사회학과 김윤태교수가 말한 ‘근원과 본질을 찾고 싶어하는 사람들이 만들어 낸 사회현상’과도 상충된다. DIY 가구체험은 원칙적으로 소비활동이지만 창조가 될 수 있고, 노동이지만 놀이문화이다.

나. 의미(意味)

DIY 가구 체험활동의 ‘의미’ 요소에 대하여 알아보면 다음과 같다. 먼저, 감성사회인의 여행을 예로 들면, 감성사회 이전까지는 목적지에 가서, 구경하고, 사진 찍고 기념품 전시장에서 관광 상품을 구매한 후 돌아 오는 것이 일반적인 여행이었다면, 감성사회인은 관광객을 대상으로 운영하는 체험 학습장, 문화학습장을 주 목적으로 하는 체험 관광을 찾는다. ‘어디를 가는지’ 보다는 여행을 가서 ‘무엇을 체험 할 수 있으며,

무엇을 체감할 수 있는지’와 같은 자신을 위해 ‘의미’가 있는 여행을 선호하게 된 것이다.

다른 예로 가구 소비를 보면, 원하던 가구를 적합한 가격에 구매하여 만족을 하고 있었지만, 얼마 후 똑같은 가구가 다른 곳에서 더 저렴한 가격에 판매하는 것을 알게 되었을 때, 대부분의 소비자는 자신의 소비행위를 불평해 할 것이며, 우울해질 수 있다. 그러나 직접 가구를 만들거나 수제 가구를 주문하는 것은 특별한 의미를 두고 소비하는 활동이기 때문에 우울감보다는 독자적인 자신감을 갖게 된다. 더군다나 가구에 자신의 이름이나 사랑하는 사람의 이름을 조각한다면, 그 가구는 더욱 특별한 ‘의미’가 형성될 것이다. 더 나아가, 본인이 직접 조각칼을 들고 조각을 한다면, 소비자의 감성은 ‘감동’으로까지 체감될 수 있는 것이다. 감성사회인은 체험의 규모가 크거나 작거나, 혹은 체험 비용이 높고 낮음을 떠나 감성적 가치 체험을 통해 자신만의 의미, 자신만의 이야기 등을 투영하여 재미를 느끼고 감동을 체험하고 싶어한다. 이렇듯 ‘의미’는 감성사회인의 삶의 방식을 감동으로 이끌어 낼 수 있는 감성적 요소로서 가치가 있다.

다. 자발성

DIY 가구체험의 ‘자발적인 욕구’에 대하여 알아보면 다음과 같다. 워런 버핏(Warren Edward Buffet)은 삶의 성공조건에 관하여 ‘좋아하고 잘할 수 있는 일을 자발적으로 하라’고 말하였다.⁶⁷⁾

감성사회인은 2002년 한·일 월드컵을 전·후하여 자발적으로 자신이 참여할 수 있는 문화 등에 동참하면서 재미와 즐거움을 체감하게 되었다. 점차적으로, 자아를 즐겁게 해주는 자신만의 여가 문화를 창조해내는 활동을 통해 자아실현의 가치를 자각하게 된 것이다.

감성사회인은 자발적 의지로서 지속적인 즐거움을 유지할 수 있는 문화적 요건을 선호하고 있다. 이들의 가치소비 대상에 대한 자발적 참여의지는 개성 없는 제품을 소비

67) 워런 버핏(Warren Edward Buffet). 『워런 버핏 & 빌 게이츠 성공을 말한다』. 김광수 옮김. 일북. 2004.



<사진 4. 2002년 한·일 월드컵 응원문화>

하면서 느껴왔던 차별성에 대한 욕구를 취하기 위한 동기로 볼 수 있다. 즉, 개성이 내재되어 있는 가치소비 대상을 구매하기 어렵다면, 본인이 직접 만들어서 욕구 만족을 해결해야 한다고 생각하고 있는 것이다. 일반적인 경제 논리로 봤을 때 생활에 필요한 용품이 있다면 그냥 시장에서 구매하는 것이 편한 방법이며 현명한 방법이다. 그러나 감성사회인은 비용과 시간 등을 들여서

라도, 자신이 만들 수 있는 것은 자발적으로 제작하려는 생각을 하고 있다. 이들은 자발적 욕구를 통해서 창작의 즐거움을 느끼고, 창조적 감성을 발전시켜 그 결과에 만족하는 것이다. 이는 획일화 되어있는 문화 소비 대상을 싫어하는 감성사회인의 프로슈머(Pro-Sumer:참여형 소비자)이다. DIY 가구체험을 자발적으로 활동하는것은 참여형 소비자의 역할을 수행하게 해주는 감성적 요소인 것이다.

표 <3-7>는 2011년 LG경제연구소의 한국 소비자 라이프스타일에 대한 보고서로서, 감성사회인의 자발적인 DIY 문화에 대한 관심에 관한 것이다.⁶⁸⁾ 조사결과를 보면, 집에서 활용하는 간단한 소품이나 가구 등을 직접 만들어서 사용하길 원하는 항목에 20대 20%, 30대 17%, 40대 12%, 50대 10%, 10대 9% 순으로 나타났다. 제품 구매 후 취향에 맞게 디자인이나 성능 교체를 원하는 감성사회인은 20대 31%, 10대 26%, 30대 22%, 50대 18%, 40대 16% 순으로 조사되었다. 이렇듯 LG경제연구소의 조사를 보면, 감성사회인들은 자발적인 노력으로 자신의 생활환경에 필요한 가구들로부터 식자재 등까지 자신들의 생활환경을 개선하기를 원하고 있는 것으로 보인다. 특히, 이 중 20대와 30대의 관심이 가장 높게 나타난 점을 볼 때 DIY 문화에 대한 관심이 다른 세대에 비해 높다는 것을 알 수 있다.

68) 최경운. 『한국 소비자 라이프스타일 보고서』. LG경제연구소. Business Insight. 2012,4,18. P17



<표 3-7. DIY 한국 소비자 라이프스타일 보고서>

DIY 가구체험에 대한 자발적 접근은 기술의 습득이나 경험에 의한 수준이 높고 낮음과 상관없이 직접적인 참여를 했다는 것만으로도 만족감을 느낄 수 있다. 예를 들어 교외에 있는 목공방에 부속으로 있는 카페 한편에서 진행되는 DIY 가구체험은 짧은 시간이나마 직접 나무판자와 못, 망치를 들고 가구를 만들어 보는 경험을 해보는 것만으로도 자아효능감 및 성취감을 느끼게 하고 있다. 이렇듯, 짧은 경험일 지라도 감성적인 만족을 체험해 본 감성사회인은 여가를 자기 개발 같은 취미활동으로 개척하기 위하여 자발적으로 공방을 찾아갈 것이며, 창작 행위를 지속해서 진행하면, 메슬로우가 말한 궁극적 성장욕구인 ‘자아실현의 욕구’가 실현 될 수 있을 것이다.

DIY 가구체험을 통해 세상에 하나밖에 없는 가구로서, ‘하나이지만 전부’의 의미를

가지고 있는 가구를 직접 만들어보는 것은 품질이나 규모와는 상관없이 즐거움을 느낄 수 있게 해준다. 나아가, 개성있는 가구를 만들어 자신이 좋아하는 일을 하면서 경제적 수익 발생이 가능한 가치소비를 할 수 있다면, 바로 감성사회인의 자아실현이며 꿈일 것이다.

라. 절약

DIY 가구체험을 통해 취할 수 있는 ‘절약’ 요소는 DIY 문화가 영국에서 시작된 근본적 이유에 해당한다. DIY 가구체험을 통해 소품부터 생활가구까지 만들어 보는 것은 DIY 문화의 근본적 가치인 ‘절약’의 요소로 작은 것 하나라도 아끼는 문화를 만들어 보는 가치가 있다. 경제발전과 산업화로 인해 경제적 여유가 생겼지만 소유하고 싶은 물건들을 모두 구매하는 것은 가능하지 않다. 가구소비 또한 그러하다. 자녀를 위한 가구를 살 때에도 자라나는 속도에 맞춰 매년 고가의 유명브랜드 가구를 사줄 수는 없는 것이다. 이 상황이 DIY 가구체험이 필요한 이유 중 하나인 것이다. 튼튼하고 디자인이 멋진 가구를 만들 능력은 아닐지라도, 자신과 가정 경제에 적합한 재료를 선택하여 정성된 노동으로 자녀를 위한 가구를 만드는 소비활동은 가구보다 가치가 있는 가구가 될 것이다. 나아가, 가구 공방에서 가족구성원 모두가 힘을 합쳐 자신들에게 필요한 가구를 만들어 본다면, 가정 교육 및 부모와 자식간의 감성적인 교류가 깃드는 가족애가 발생 될 수 있는 효과까지 기대 할 수 있다.

DIY 가구체험의 몇가지 요소를 통해 감성사회속 여가문화로 발전할 수 있는 요건들을 살펴보았다. 제기된 요소들 모두 감성사회인의 욕구를 충족시키려는 ‘나만을 위한 (Only for me)’ 자의적(恣意的)요소로 단정지을 수도 있다. 그러나 혹시 하는 소비심리로 구매한 후 장시간 버려두다 중고로 되팔거나 혹은 버린 경험들은 누구나 있을 것이다. 이렇듯 무(無)가치한 소비 경험을 반복한 후, 내가 원하는 것을 내가 만들 수는 없을까? 와 같은 생각을 하는 이들이 많아질 수록 DIY 가구문화는 발전 할 것이다.

감성사회인은 다양한 소비 대상들 틈에서 관심을 분산하기 보다는 자아효능감 및 감성 만족을 주는 대상에 집중해야 한다. 요소들을 종합해보면, 감성사회인은 자발적으

로 시간과 능력을 조정하면서 경제적이며 합리적인 가치소비 행위를 창의적으로 활용할 수 있는 자신만의 문화를 원하고 있는 것으로 볼 수 있다. DIY 가구체험은 이와 같은 요소들을 통해 즐거움의 감성을 배가할 수 있는 가치적 소비 감성을 줄 수 있다. 빠르게 변화하는 감성사회인의 욕구 충족을 위하여, 바라는 제품을 직접 만드는 DIY 가구 풍토가 발전하고, DIY 가구체험 문화가 여가 문화로 정착된다면 가구 ‘만들’의 가치는 감성사회인이 상상하는 것보다 더 다양해질 것이다.

제3절 DIY 가구공방

DIY 가구 공방은 나무를 주 소재로 가구 또는 생활용품을 직접 만들어 보는 창작의 장소이다. 대한민국에 DIY 가구 공방이 생기기까지 경제적·사회적 상황을 보면 다음과 같다.

대한민국이 산업화 되기 이전 1960년대 초까지는 일상에서 사용하는 생활용품의 많은 부분을 자급자족 형태로 만들어서 생활해 왔었다. 그러나 당시 사회와 가정경제 상황으로 보았을 때 필요한 것이 발생할 때마다 해결할 수 있는 생활 수준의 가정들이 많지 않았다. 다만, 일부 가정에서 필요한 물건이나 일이 있을 때 그에 해당하는 기술자를 불러 가정 내에서 사용되는 생활용품들을 제작 의뢰하는 상황이었다.

이후 1960년대 말부터 온 국민이 힘을 합쳐 경제발전을 위한 노력을 하였고 점차 경제·사회분야에서 많은 성과를 냈다. 산업화의 형태가 갖추어지면서 자연스럽게 직종이 분업화되었으며, 이 과정에서 사회 각 분야의 전문직종과 전문가들이 생겨나게 되었다. 사회가 산업화되면서 구성원들의 생활이나 가정에서 삶의 방식 등이 변하게 되었다. 산업화 이전에는 필요한 물품이 있으면 많은 것들을 직접 만들어야 했고, 고장이 나면 고쳐서 사용했던 모습들이 필요가 없어진 것이다. 자급자족 형태로 이루어졌던 대부분의 생산적 노력이 더는 가치가 없어지게 된 것이다. 왜냐하면, 공장에서 각 분야의 전문기술로 만들어진 많은 생활용품들이 대량으로 만들어져 시장에 공급되었고 개인들은 사회에서 본인의 전문적 역할을 하여 재화를 얻게 되면서부터 자신이 취득한 재화를 이용하여 자신에게 필요한 생활용품들을 상품으로 구매하면 되었기 때문이다.

목공 작업도 마찬가지이다. 가구를 만든다는 것은 제작 기술을 가진 사람의 직업으로 생활에 필요한 가구제작과 집안 수리 등을 동네 목공소에 있는 목수들이 하게 된 것이다. 1970년 새마을 운동으로 가옥의 형태가 초가(草家)집에서 슬레이트지붕과 블록집으로 바뀌고 와우아파트(1970) 건설 등으로 집안의 내부 공간이 넓어지고 서구화되면서 많은 가구가 필요하게 되었다. 이러한 이유로 가구를 만드는 공장도 생겨나게 된 것이다. 이후 가구는 공장에서 만드는 것이며, 일반인이 필요에 의해서든 취미로든 가구를 직접 만들어 사용하는 경우는 쉽게 볼 수 없었다.

이후 1997년 대한민국 IMF 경제 위기로 인하여 대량 실업상황이 생기면서 개인 중심의 창업이 다양한 업종에서 발생 되었다. 경제적 위기를 기회로 바꾸길 원했던 이들 중에 평소 목공예에 관심이 있고 손재주가 있다고 생각해왔던 사람들이 과거 동네 목공소와는 다른 목공방을 시작하였다. 변화된 목공방의 초창기를 이때부터라고 말할 수 있다. 목공방은 이즈음 유행을 얻기 시작한 실내 장식업의 집기 제작과 실내 장식에 필요한 테이블, 의자, 장(櫥)·농(籠) 등 상업 가구를 소규모 생산하는 일들이 대부분이었다.

이때까지도 사람들이 일상생활에서 사용하는 가구 소비는 가구 전문 매장과 시장에서 대부분 이루어졌다. 경제위기를 극복하고 뉴 밀레니엄시대에 접어들면서 가구소비에 대한 감성사회인의 의식변화가 생겨났다. IMF(1997)가 소비를 위한 소비, 무분별한 소비 생활의 반추(反芻)계기가 되었고 절약에 대한 소비의지가 발로(發露)되면서, 필요한 것을 직접 만들어보겠다는 DIY 문화가 다시 사회인들 사이에 알려지게 된 것이었다. 그러나 가구를 만들기 위해서는 과거에 수작업으로 하였던 방식과는 달리 기계가 필요하고 기계를 놓은 장소 등 경제적인 부담이 되는 요소가 많아 작은 가구나 신발장과 같은 간단한 생활집기 등을 목공방에 주문하게 된 것이다. 더하여 2002년 한·일 월드컵 전후로 대중문화가 확산하면서, DIY 문화라는 자발적 감성의 주체적 생활문화가 감성사회인들에게 매력적인 트렌드로 자리매김을 할 수 있게 된 것이다. 이때부터, 가구 소비에 관한 개성적인 특성과 저렴한 방식을 알게 된 일부 감성사회인은 목공방을 이용하여 생활 집기, 작은 가구 등을 주문하게 된 것이다.

또한, 비슷한 시기에 가구 매입을 원하는 감성사회인 중 고가의 가구와 품질이 낮은 시장 가구에서 벗어나 주문가구에 관심을 가지는 이들이 생겨났다. 1990년대 후반에 서울 홍익대학교 주변 화방들에서 가구를 주문받고 제작하여 판매하는 일들이 시작되었다.⁶⁹⁾ 점차 이 근처에 가면 디자인이 좋은 가구들을 구매할 수 있다는 소문이 나게 된 것이다. 가구 수요가 발생하면서 실내장식 회사의 납품가구 위주로 운영을 해왔던 목공방 중 일부에서 공방수익 활로를 개척하기 위하여 감성사회인의 주문을 통한 가구를 만들기 시작한 것이었다. 이때 목공방에서 만들어진 주문가구들의 품질은 높은 편은 아니었다.

69) DIYNEWS. (주)나무친구들. WWW.DIYNEWS.CO.KR.

목공방은 기성(既成) 가구 소비에 만족하지 못한 고객이 방문하면, 상담을 통해 주문자의 의견을 반영해주고, 공방 작업자의 감각 및 개성 그리고 편의성을 더해 만들어서 판매하는 방식으로 주문가구를 만들어 왔다. 초창기 주문가구의 종류와 품질을 보면 일반 가구점에서 구매하기 힘들었던 선반, CD케이스, 작은 의자 등 작은 규모의 가구 위주였고 재료 또한 저렴한 집성판으로 제작 주문이 발생하였다. 이후 점차 주문가구의 쓰임새와 개성 그리고 품질 등에 대한 신용이 생기고 감성사회인의 소유 욕구가 다양해 지면서 종류 또한 책상, 의자, 장식장, 침대 등으로 확산하였고 품질도 향상되었다.

최근 10년 사이 감성사회 발전과 대중문화 확산으로 감성사회인의 자발적 소비의지가 높아지면서 이들의 가구 주문 방식 또한 변화하기 시작하였고, 공방 역시 가구를 만들어서 전해주기만 해왔던 기존 영업방식을 고수하기는 어렵게 되었다. 무엇보다도, 인터넷과 같은 인프라의 발달로 주문가구와 디자인에 대한 수준 높은 정보들이 감성사회인들에게 공유되면서 목공방에 요구하는 사항들이 복잡해지게 되었다. 가구를 주문했던 초창기에는 ‘그냥 예쁘고, 튼튼하게 만들어 주세요.’라고 했던 소극적 자세였지만, 최근에 와서는 주문가구에 쓰이는 재료, 기능, 편의성, 제작기법, 색상, 마감 칠까지 전문가 못지않은 가구에 관한 정보를 미리 조사한 후 제작을 하는 공방관계자들에게 자신들의 요구사항을 정확히 전달하고 있다. 즉, 자신들의 소비 욕구를 충족시키기 위하여 적극적이고 다양한 방법을 시도 하고 있다. 이러한 욕구는 주재료인 품질 좋은 집성목, 공방 관계자들의 공방 차별화를 위한 개성 있는 디자인 연구, 목공방의 가구 제작기술의 발달 등에 의한 기계 설비 등의 투자로 이어져 주문가구의 가격상승 요인이 되고 있다.

감성사회인의 욕구 충족 의지와 직접 가구를 만들어보겠다는 주체적 소비자세, 주문가구의 가격상승, 그리고 공방내 가구제작 기계 및 공구의 편의성과 안전성이 전에 비해 개선 되면서, 여가활용과 취미생활로 가구 만들기를 시도하는 이들이 생겨났다. 이때부터, DIY 가구 공방이 생겨난 것이다. 가구 공방 측면에서 보면, DIY로 가구를 만들려고 하는 감성사회인을 취미생으로 받게 되어 발생할 수 있는 수익창출을 기대하게 되었다. 그러나 DIY 가구 취미 반이 만들어진 초창기에는 DIY 가구공방과 취미생 모두 서로에 대한 경험이 없었기에 강습과 체험과정에서 많은 시행착오가 있었다. 공

방관계자의 표현에 의하면 ‘초창기에는 그냥 재료비 정도만 받고 위험한 작업과정은 공방에서 작업해주고 취미생은 조립과정을 돕는 역할과 사포 작업 그리고 채색작업을 하는 정도였다’고 말한다.⁷⁰⁾

시간이 흐르면서 주체적이며 개성을 표출하고 싶은 감성사회인의 감성적 소비 욕구와 가치를 따져보는 생산적 가치소비 욕구가 수익창출을 위해 다양성을 찾고 있던 가구 공방과의 뜻이 맞으면서 가구 공방 내에 DIY 가구 취미생을 위한 프로그램들이 자체적으로 개발되었다.

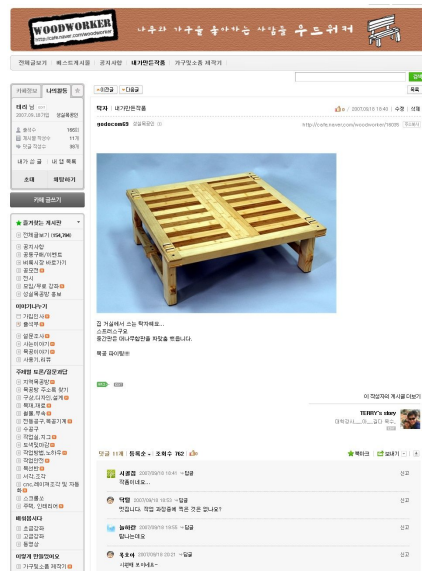
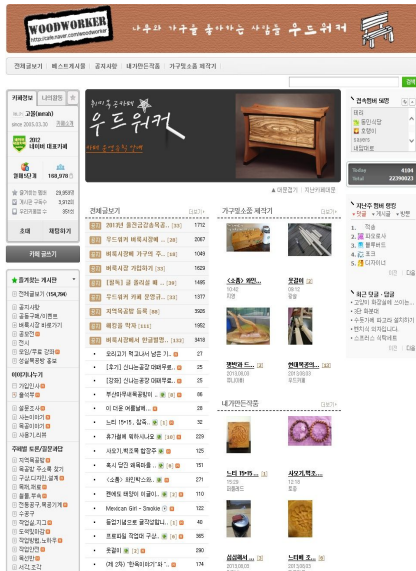
현재는 이러한 문화적·경제적 수요에 기대여 DIY 가구 공방에서는 단계별 취미 반을 구성하여 가구 체험을 유도하고 있으며, 다양한 DIY 가구제작 체험행사를 진행하고 있다. DIY 가구 공방에 대한 정확한 통계는 없지만, 2013년 현재 (사)DIY가구공방협회에 등록된 공방은 전국 총 370개이다.⁷¹⁾ 이 중 서울에 등록된 가구 공방은 95개 정도이며, 인천을 포함한 경기도에 110개 이상의 공방이 운영되고 있어 전체의 약 55%가 수도권에 위치하고 있다. 서울은 전 지역 골고루 분포하고 있고 경기도는 인천시, 고양시, 광주시에 집중 분포되어 있다. 다음으로 부산을 비롯한 경남지역에 많은 목공방이 운영되고 있다. 목공방은 ‘개인창업’과 ‘프랜차이즈 창업’ 두 형태로 나눌 수 있다. 프랜차이즈 목공방의 대표라 할 수 있는 ‘헤펠레코리아’의 ‘헤펠레 목공방’을 보면, 현재 국내에 총 66개의 목공방이 운영되고 있다. 협회에 등록되지 않은 공방과 인터넷 홈페이지, 블로그를 이용하여 가구를 만들거나 반제품 DIY 가구를 판매하고 있는 소규모 공방까지 합친다면 전국적으로 900개 이상의 가구 공방이 있을 것으로 추정된다.

최근에는 가구 디자인관련 대학을 졸업한 젊은청년들이 모여 목공방을 창업하는 사례가 있으며, 전문교육기관을 통한 목공방 창업자가 날로 증가하고 있어 꾸준히 목공방 창업이 이루어질 것으로 판단되고 있다. 그러나 DIY 가구 공방을 포함한 목공방 산업 및 문화발전을 위해서는 인프라 구축이 우선적으로 해결되어야 할 것이다. 먼저, 전국의 목공방에 대한 명확한 전국 공방 개수, 연 매출액, 연 수익률 등에 대한 통계 자료가 필요할 것이며, 무엇보다도 DIY 가구 취미생에 대한 지원과 발전을 위해서는 DIY 가구 디자인 교육체계 등에 대한 정보 구축이 마련되어야 할 것이다.

70) 나무풍경. 가구공방 관계자 인터뷰. 2013.03

71) 사)한국DIY가구공방협회. <http://www.koreadiy.org/>. 2013. 8월, 협회 등록 공방의 수.

이외에도 감성사회인이 가구 및 생활 소품 제작 체험을 해볼 수 있는 장소는 다양하게 있는데, 대도시 동네마다 들어선 DIY 가구 공방부터 지자체, 백화점이나 마트에서 운영하는 문화센터, 가구동호회원들 간 만들어진 열쇠 공방⁷²⁾, 상호 정보교류 및 중고 장터를 목적으로 하는 온라인 카페, 자재구매 쇼핑몰에서 운영하는 온, 오프라인 체험장 등 다양한 주변환경을 통해 DIY 가구 체험이 가능하다. 사진 <5>는 인터넷 온라인에서 운영되는 가구관련 사이트이다. 이러한 사이트를 통해 공통된 사고를 지닌 이들끼리 감성을 교류하고 있다. 이렇듯 DIY 가구제작 경험이 없는 감성사회인도 직·간접으로 경험해 볼 수 있는 환경이 과거에 비하여 쉽게 조성되면서 현재 DIY 가구문화는 감성사회인의 생활 영역 안으로 범위를 넓혀가는 중이다.



우드워커 네이버 카페 메인페이지 논자의 DIY 작품 소개 및 회원들의 댓글

<사진 5. 온라인 카페 : 우드워커, <http://cafe.naver.com/woodworker>>

72) *열쇠공방

-순수 아마추어 동호회원들간 합심하여 만든 작업 공방을 지칭한다. 취미생활을 유지하는데 필요한 고가의 장비 등을 개인들이 구입 한 뒤, 한 공간에 설치한 후 공유하여 취미생활을 유지하려는 노력으로 만들어진 공유 공간이다.

제4장 DIY 가구 체험

제1절 DIY 가구 체험 과정

체험이란 본인이 직접 관찰하거나 참여하여 발생하는 자극에 의한 경험이라 할 수 있다. 경험을 통해 반복된 기억은 다음 행동에 반영되는 인지작용을 한다. 체험에도 간접적인 것과 직접적인 체험으로 나뉘어 볼 수 있는데, 자신의 삶을 주체적으로 개척하고 싶어하는 감성사회인들은 직접적인 체험을 바라고 있다. 이 중 다양한 감성적 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 DIY 가구체험의 진행 과정을 살펴보면 다음과 같다.

① 가구 구상 → ②정보 및 자료조사 → ③디자인 → ④설계 및 재단도면 → ⑤재료 구매 → ⑥안전 교육 → ⑦기초 재단 및 가공 → ⑧조립 및 샌딩 → ⑨칠(채색, 마감) → ⑩설치

논자는 평생교육원 DIY 가구체험 강좌 중 하반신 신체 장애가 있는 자녀의 식사를 돕기 위한 가구 제작을 위해 수강 신청한 여성 체험자와 함께 작업한 가변형(可變形) 식탁이나 책을 보기위한 가구를 중심으로 DIY 가구 만들기 과정을 살펴보았다.

① 가구 구상

가변형 가구를 만들 계획이라면, 가구의 용도, 사용자의 편의성 등을 고려하여 가구 디자인 컨셉을 명확히 구상하여야 할 것이다. 가변형 가구를 만들려는 목적이 무엇인지 정확히 인지한 후 사용자의 편의성을 위한 디자인에 집중하여 구상을 해야 한다. 일반적으로, 사용자가 가구를 사용하는 의도를 면밀히 파악한 후 가구를 사용할 공간과의 관계를 생각해야 한다. 무엇보다도, 가구가 사용될 공간 및 환경과 사용자의 신체 치수 모두를 고려하여 가구 치수 등을 결정해야 편의성을 최대로 할 수 있다. 그리고 주변의 다른 가구들과 조화가 되도록 디자인을 진행해야 한다. 색상, 바닥재, 벽, 천장과의 유기적인 공간과의 조화를 염두에 두고 디자인을 구상해야 할 것이다. 즐거운 마

음으로 만든 가구가 인체 규격과의 상이함, 공간과의 문제 등 때문에 불편함을 준다면 즐거움의 감성이 반감될 수 있기 때문이다.

② 정보 및 자료조사

만들 가구가 정해지면, 스케치하기 전 자료 조사가 선행되어야 한다. 자료조사를 하는 방법은 다른 가구를 보기 위해 매장을 둘러본다든가, 가구 전시회나 유사한 가구를 볼 수 있는 곳을 찾아다니며 볼 수 있고, 인터넷 검색을 통해서 자신이 구상한 가구와 유사한 사진을 찾아보는 방법도 있다.

이 과정은 기존 가구들을 분석하여 본인이 만들고 싶은 가구의 재료, 형태, 치수, 기능 등을 결정하는데 참고 자료로 이용하기 위함이다. 조사된 자료를 통해 기능상의 장·단점을 살펴보고 또한, 제작 과정의 난이도를 예측하여 본인 수준에 맞는 제작 방법을 선택하는 것이다.

그리고 DIY 가구를 디자인하고 도면화하는 과정에서 재료에 관한 정보와 지식이 부족하면 창의적 발상이 어렵기 때문에 목재상 및 재료상 등을 방문하여 DIY 가구 제작에 도움이 되는 정보들을 습득해야한다.

사진 <6>는 변형(變形)기능을 가진 가구에 대한 인터넷 자료조사이다.⁷³⁾

③ 디자인

디자인 과정은 구상하고 있는 상상 속의 3차원 가구를 2차원인 종이 위에 표현하는 것이다. 이 과정은 가구의 외관 형태 및 기능을 결정하는 과정으로 디자인의 외형은 사용하는 사람의 인체 치수를 적용하여 인간공학적으로 전체 규격 및 세밀한 치수로 구성해야 한다.

사진 <6>과 같이 정보 차원에서 수집한 자료들의 치수는 일반적으로 적용된 평균 규격이다. 다른 사람의 환경과 치수에 의해 만들어졌기 때문에 그대로 따라하게 되면 제작 후 사용하는데 불편함이 있을 수 있다. DIY 가구 영역에서 디자인이 좋은 가구란 사용자의 실정에 맞는 특화된 가구이며, 타인의 생각으로 만들어진 가구보다는 나의 생각으로 만들어지는 가구가 자아를 표현해 주는 DIY 가구의 매력일 것이다.

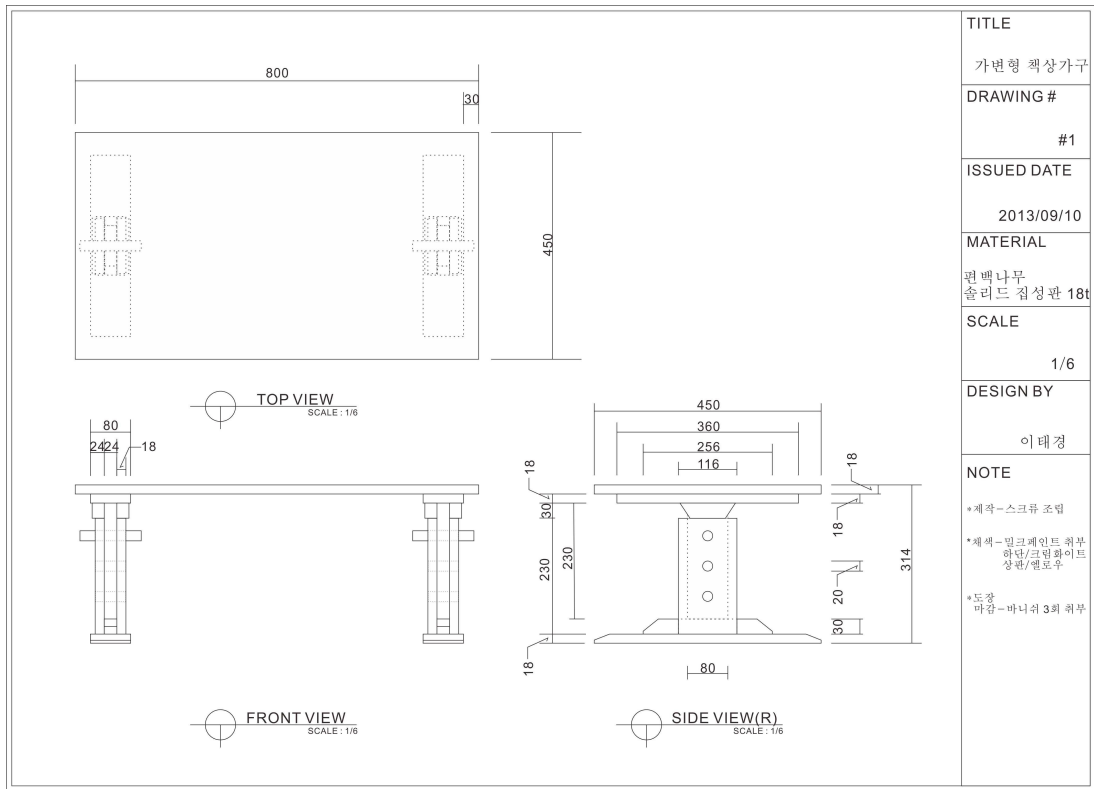
73) 자료조사 google,naver 등

바닥면의 접지면을 최대한 넓게 구상하였다. 또한, 평상시에는 낮은 의자에 앉아 생활하는 점을 고려하여 책상 다리에 구멍을 뚫어 책상 상판 높낮이를 위아래로 조정할 수 있는 변형을 목적으로 디자인을 구상 하였다. 논자와 수강생간 디자인에 대한 의논을 통해 <사진 7>의 디자인 중 수강생의 의견에 따른 디자인 ③으로 결정하였다. 이외에도, 사용자가 아동인 점 그리고 필요에 의해 이동하며 사용하는 가구임을 유념하여 원목 집성판 중 상판은 피톤치드향이 발산되는 편백나무 집성판으로, 나머지는 내구성이 강한 레드파인 집성판으로 재료를 정하였다. 이와 같이 디자인 과정에서 형태, 규격 외에도 재료, 색상, 활용성 등을 사용자에게 맞는 환경으로 구상하므로서 DIY 가구의 효과를 높일 수 있다.

④ 설계 및 재단도면

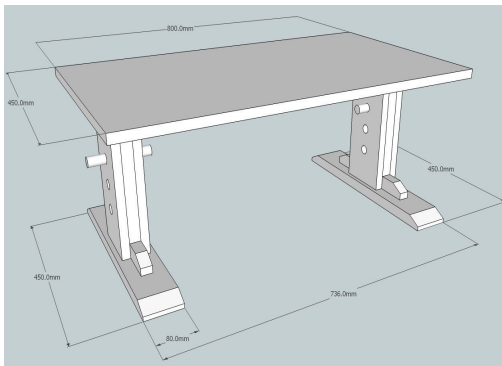
사진 <8>, 설계 도면은 만들고자 하는 가구를 평면 위에 도식화하는 것으로 가구의 구조와 치수를 명확하게 표현하고 투시의 형태로 작도 해야 하며, 정면도, 측면도, 입면도 3방향의 도면이 기본이다. 경우에 따라 오른쪽·왼쪽 측면도, 배면도(背面圖) 등이 필요 할 때가 있다. 도면 구성은 가구의 전체 모양, 외부 치수, 내부 치수 등이 그려져야 하며 세부 치수나 정밀한 결합 방법 등을 작도할 필요가 있다면 부분 단면도를 통해 표시해야 한다. 이외에도 도면에는 제목, 제작날짜, 사용되는 목재, 스케일, 하드웨어 그리고 결합 방법 등 제작에 필요한 정보 등을 기재한다.

가구 만들기에서 치수 단위는 mm를 사용하며 다른 단위와 혼용하면 안된다. 설계도면 작도 방식은 손으로 직접 하는 것과 컴퓨터 2D, 3D 그래픽 프로그램을 이용하는 방식이 있다. DIY 가구공방에서는 손으로 작도하는 것이 일반적이다. 둘 중 어떤 방식이든 상관 없지만 자신만 알아볼 수 있는 표식이나 기호로 작도하면 안되며, 누가 보든지 명확하게 내용을 인식할 수 있도록 작도 해야한다.

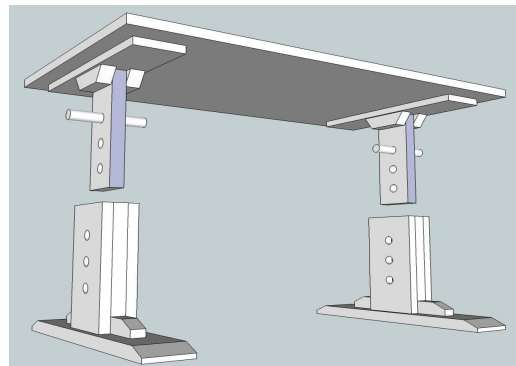


2차원 평면 도면

<사진 8. 가변형 책상-도면 : corel draw 활용>



입체 도면

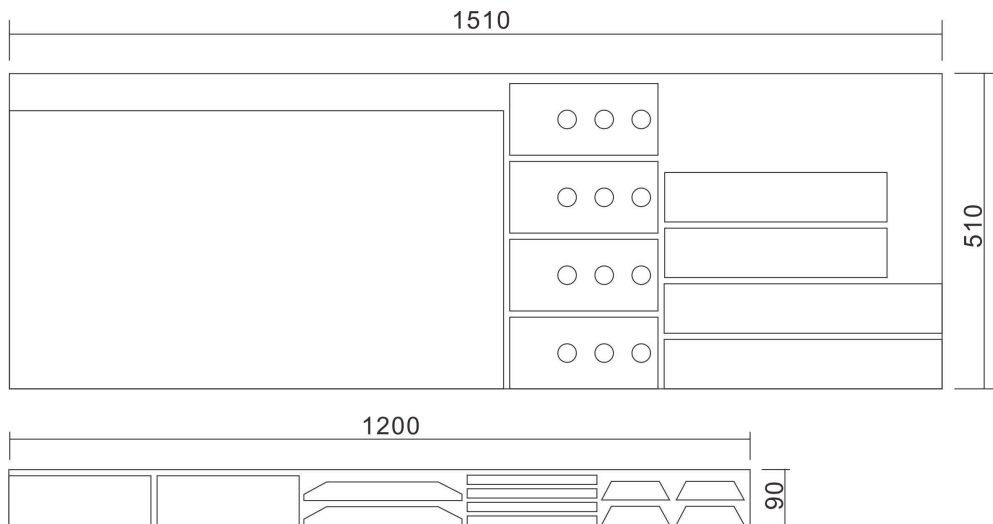


가변(可變) 모습

<사진 9. 가변형 책상- 3차원 도면 : Sketch-Up 활용>

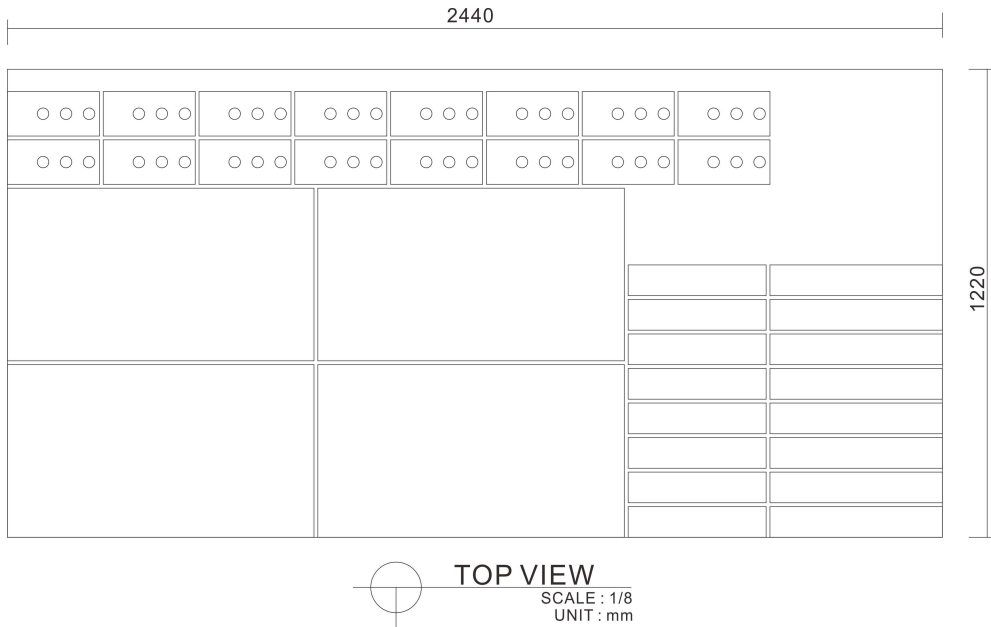
설계 도면 과정을 통해 전체 공정을 예측하고 기록하는 것은 실제 작업할 때 실수를 줄여줄 수 있다. 사진 <8~10>은 컴퓨터 그래픽 프로그램을 활용한 도면 작도이다. 그래픽 프로그램을 활용하는 이유는 손 도면에 비해 능률 면에서 우수하고 입체 조형 물에 대한 이해력이 빨라지며, 도면을 수정하기가 쉽고 도면을 보관하여 다음 작업에 응용하는 등 활용성이 좋기 때문이다.

사진 <10>은 가변형 책상 재료를 절단하기 위한 작업 도면으로 같은 규격의 목재를 그룹으로 배치하여 재단하면 재료를 최대로 활용할 수 있다. 먼저, 가변형 책상 가구 1개 도면을 보면, 작업에 필요한 집성판은 규격 W-510/mm, L-1510/mm 그리고 각재 W-90/mm, L-1200/mm 재료가 필요하였다.(사진. 10-1 참조)



TOP VIEW
SCALE: 1/8
UNIT: mm

(사진 10-1. 재단 도면 -가구 1개)



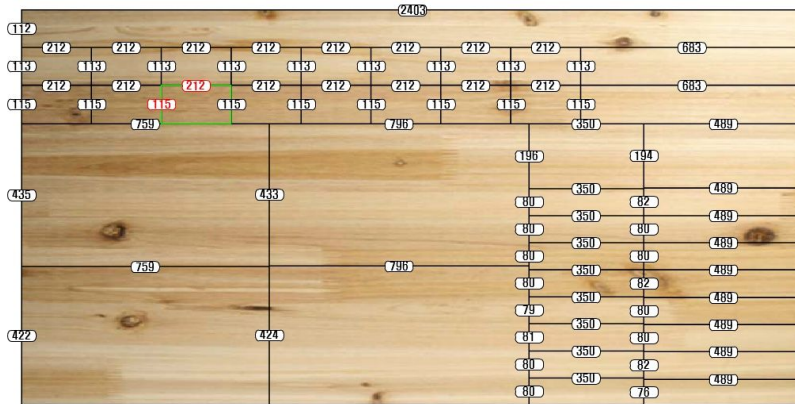
(사진 10-2. 재단 도면 -가구 4개)

<사진 10. 재단 도면:Sketch-Up활용>

목재를 절약하기 위해서는 합판의 칫수를 고려하여 디자인을 구상하여야 한다. 재료를 기준하여 가변형 책상을 최대치로 만들어야 할 경우 사진 <10-2>와 같이 합판 전체 규격(W1220×L2440)에서 활용 가능한 경우의 수를 미리 연구하여 손실을 최소로 하는 재단 방법을 모색해야 한다. 사진을 보면 재료 한 판에서 생산 가능한 가변형 책상 가구의 최대치는 4개로 계산되었다. 이외에도, 재단 도면은 큰 치수부터 작은 치수 순서로 배치하는 것이 효과적이다. 주의할 점은 원목과 집성판의 경우 목재의 나뭇결 방향을 디자인과 맞게 계획해야 한다. 특히, 집성판의 경우 나뭇결 방향을 단면으로 절단하여 조립하게 되면 가구의 견고성이 떨어져 파손 가능성이 높아지며 시각적으로도 미적요소가 감소된다.

⑤ 목재 구매

설계 도면과 재단 도면을 통해 가구 만들기에 필요한 재료의 양을 산출한 다음 재단 및 조립과정에서 실수 할 수 있는 변수를 염두에 두고 여유있게 목재를 구매해야 한



#	목재	크기	장수	단가	총가격	추가
1	스프러스	1209 x 2403 x 18	1	137,550	137,550	삭제

직접배송, 수신자부담용달 (할인금액 : 5,000원) 총가격 : 137,550원
 +1 ▲
 -1 ▼

인터넷 재단 비용

<사진 11. 온라인 재단 구매>

다. 이외에도 온라인 DIY 가구 재료상을 통해 DIY가구용 목재를 구입할 수 있다. 사진 <11>은 인터넷 온라인 철물점에서 소비자를 대상으로 목재 재단을 대신하여 작업해주는 예이다. 이와같이 재료상에서는 소비자가 직접 원하는 규격을 결정해 주면 비용을 받고 재단을 해서 배송을 통해 전달하고 있다. 또

한, 소비자가 가구품목을 선택하면 집에서 DIY 가구 만들기를 할 수 있도록 재료(목재, 나사, 본드, 부속철물, 조립방법 설명서 등) 전부를 묶음으로 판매하고 있다. 이를 반제품이라고 부른다.

⑥ 안전 교육





<사진 12. DIY 안전 용품>

DIY 가구 만들기 작업에 앞서 안전교육을 숙지한다. DIY 가구 체험을 여가 속 취미활동으로 지속하기 위해서는 안전사고 예방에 신경을 써야한다. DIY 가구 체험 과정에 많은 목공기계를 다루어야 하는데 많은 목공기계는 안전장치가 미흡하기 때문에 안전교육을 필수로 한다. 최근 몇년 사이 안전사고를 예방할 수 있는 목공기계들이 출시되고 있는데 탁상용 동근톱의 일종인 ‘쇼스탑(Saw Stop)’ 목공기계는 사람 손가락과 목재를 수분으로 감지하여 작업자의 손이 기계에 닿았을 때 순간적으로 멈추어 재단 사고로부터 보호해주는 안전장치가 달린 목공기계이다. 이 기계는 2006년 대한민국에 수입되어 목공작업이 진행되는 목공방 및 교육시설 등지에 많이 보급되었다. 또한, 2013년 1년 동안 조선대학교 미술대학 가구전공 실습과정에서도 이 기계의 안전장치인 카트리지가 7개 손실되면서 안전사고를 예방하였다. (사진 12-1 참조)



<사진 12-1. 쇼스탑 안전용품-카트리지 >

목공작업 시 발생할 수 있는 사고 원인은 작업자 자신의 부주의에 있으며 안전사고 대부분은 기본을 지키지 않는데서 발생한다. 자신을 포함해 주변 사람까지 다칠 수 있는 안전 사고는 목공 작업의 특성이므로 무엇보다도, 안전을 위해서 자신의 기분 및 마음 상태가 작업을 할 수 있는 상태인지를 먼저 살펴봐야 할 것이다.

공구는 목적과 용도에 맞게 쓰는 것이 기본 원칙이다. 전동공구를 사용할 때 보호안경 같은 용구를 착용하되 장갑은 드릴 같이 회전 하는 전동공구의 경우 빨려 들어갈

수 있기 때문에 착용하지 말아야 한다. 그리고 트리머, 그라인더 같이 날물을 교체하며 작업하는 공구들은 전원코드를 빼고 교체해야 한다.

그리고 DIY 가구 공방은 개인 작업장이 아닌 다수의 감성사회인이 동시에 작업을 진행하는 장이기 때문에 서로가 지켜야 할 것들이 있다. 기계 및 공구사용 시 순서를 지켜야 하고, 사용 후에는 정리 정돈을 해야 한다. 특히 기계를 사용하고 있는 작업자 옆을 지날때 말을 건넌다거나, 큰소리를 내는 것은 사고 발생 위험 요소이므로 조심해야 한다. 자신이 즐거운 시간을 취하고자 작업을 하고 있듯이 타인도 그렇다는 것을 유념하여 다른 사람의 작업을 방해하지 않도록 한다. 공유의 공간에서 서로간 질서를 지키는 것은 즐거운 여가를 만드는 기본이 된다.

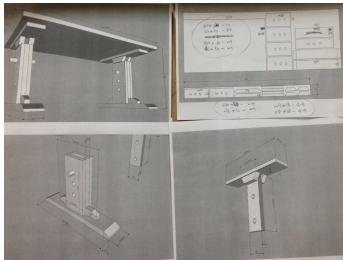
이외에도 먼지로 인한 환기문제와 화재에 대비한 소방기구 확인 그리고 간단히 응급 조치할 수 있는 구급약을 잘 보이는 곳에 상비해야 할 것이다. 이렇듯, 가구작업에 있어 안전사고 예방은 DIY 가구작업을 통한 자기만족을 취하는 과정에 있어 기본이며 필수적인 요소이다.

⑦ 재단 및 가공

재단은 실제 치수 보다 조금 큰 치수로 1차 재단을 한 후 규격에 맞춰 다시 재단 한다. 재단된 목재를 디자인에 맞춰 가공하기 전 목재 위에 가공선을 그린다. 가공선은 가공 작업 때 실수를 하지 않도록 위치를 표시하는 것이다. 작업 상황에 적합한 공구를 결정 한 후 작업 순서에 따라 작업을 진행한다. 가공 작업 순서를 보면 일반적으로 다음과 같다.

작업 상황에 맞는 공구 세팅 → 가공 목재 수량 파악 → 단계별 작업 순서 결정 → 가공 작업 → 작업 이후 점검 → 다음 작업 세팅

작업 단계가 많고 절차가 복잡한 가공 작업 일수록 단계별로 점검해야 실수를 줄일 수 있다. 공구 세팅을 한뒤 공통의 작업할 부재들은 그룹으로 묶어서 가공 작업을 진행한다. 작업이 잘못되었거나 빠트리고 지나가 버리는 경우 추후 공구 세팅을 이전과 동일하게 세팅하기는 어렵기 때문에 세팅된 공구를 해제 하기 전 빠진 부분이 있는지 혹은 잘못된 곳이 있는지 점검한다. 사진 <13>은 재단 및 가공 작업이다. 판재 재단은 테이블 소우(Table Saw/켜는 톱)와 슬라이딩 소우(Sliding Saw/자르는 톱)를 이용



13-1)

도면을 통한 작업계획 수립



13-2)

톱을 이용한 재단



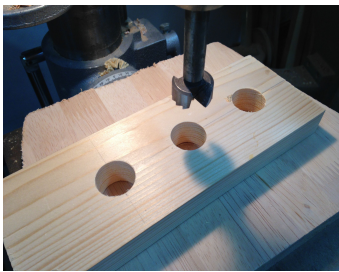
13-3)

1차 재단



13-4)

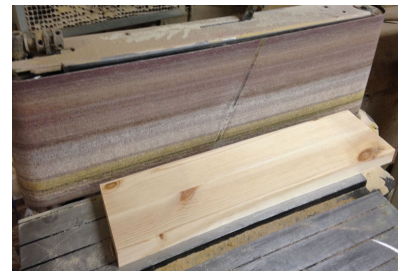
가공작업



13-5). 가공작업



상판 모서리가공



13-6). 거친 부분 사포작업

<사진 13. 스텝스틀 재단 및 가공 작업>

하여 가장 넓은 상판 800*450/mm부터 켜기 시작하고 작은 형태 순서로 재단한다.(사진. 13-2,3) 다음은 정확한 규격에 따른 가공 작업을 한다.(사진13-4,5) 가공 작업 순서가 정해져 있지는 않지만, 1차 재단에서와 동일하게 큰 형태부터 작은 형태 순서에 맞춰 작업을 진행한다. 무엇보다도 목공기계 사용시 안전에 유의한다. 가공작업 이후 목재의 거친면은 사포로 제거하고 다듬는다.(사진13-6) 사포작업은 재단 표시 선 등을 제거하는 작업이며, 조립과정에서 발생할 수 있는 안전사고 예방을 위해 목재의 거친 부분을 제거하는 작업이다.

⑧ 사포작업 및 조립

실제 조립 전 가조립을 한다.(사진. 14-1) 이 과정은 이전 작업들이 제대로 진행됐는지를 확인하기 위함이며, 페인트 작업 등을 미리 점검하는 차원이다. 가조립을 통해 조립 방법 및 필요한 공구를 미리 생각하여 실제 조립시 문제 없이 진행될 수 있도록 한다. 조립 이후 사포 및 페인트 작업을 진행하기 어려운 부분이 있다면, 페인트 작업



14-1). 가조립

14-2). 조립 전 사포작업

<사진 14. 가 조립 및 기본 사포작업>

을 먼저 한 뒤 조립 한다. 특히 본드를 이용한 목재와 목재간의 접합을 염두하여 접지면을 부드럽게 하는 사포작업을 진행한다.(사진. 14-2) 일반적으로 천(布)사포 100#에서 400# 까지 진행한다. 사포면은 숫자가 작을 수록 거친 재질이다.

목재를 조립할 때는 먼저, 목공용 본드를 이용하여 목재접착을 한다.(사진. 15-3) 목공용 접착제는 포름알데히드(formaldehyde) 방출량이 기준치를 넘지 않는 제품을 사용한다. DIY 가구 조립을 할 때는 나사(screw:스크류)를 이용한 조립 방법이 일반적이다. 나사 길이 선택은 목재 두께의 2배 정도가 적당하다. 그러나 무거운 하중을 버텨야 하는 침대 같은 경우에는 목재 두께의 3배 이상 되는 길이의 스크류를 사용 하는 것이 일반적이다. 준비된 조립 공구를 이용하여 조립한다.(사진. 15-4)



15-1). 조립 준비



15-2).조립전 마감사포



15-3). 접착 작업



15-4). 조립공구



15-4). 조립공구



15-5). 구멍 작업



15-6). 위치별 나사
결합



15-7). 나사 결합 후
버섯 다보 구멍 메꿈



15-7). 조립



15-8). 형태 완성 및 마감 사포



<사진 15. 조립 과정>

나사를 이용한 조립은 정해진 위치에 구멍작업을 먼저 한 후 나사 체결작업을 진행 하는것이 순서이다.(사진. 15-5,6) 구멍작업을 먼저 하지 않은 상태에서 작업을 진행하면, 목재 파손 혹은 나사 체결이 되지 않을 수 있다. 구멍작업으로 생긴 구멍은 목다보를 이용하여 마감 정리한다.(사진. 15-7) 목다보는 종류가 다양하다.

형태 완성 후에는 채색작업 및 도장 품질을 우수하게 만들기 위해 표면을 매끈하게 해주는 마감 사포작업을 한다.(사진. 15-8) 이 때 사용되는 사포는 천 사포 400#~1000# 정도의 부드러운 재질로 마감하는 것이 일반적이다. 손을 이용한 사포 작업과 전동 사포기계(원형, 사각 샌더기 등)를 이용한 작업을 병행하여 진행한다. 주의할 점은 너무 강하게 하여 모서리가 마모되지 않도록 작업을 해야 하며, 모든 면에 채색작업과 도장이 오르도록 면 전체를 작업해야 한다. 작업의 편의를 위해 넓은 면은 주로 전동 사포기계를 이용한다.

⑨ 칠(채색, 마감)

사진 <16>은 그래픽 프로그램을 이용하여 다채로운 채색 이미지를 연출한 것이다. 그래픽 작업을 통해 색상 이미지를 연출해 볼 수 있는 것이 컴퓨터 작업의 장점 중 하나이다. 이중 흰색과 갈색으로 연출된 이미지를 참조하여 채색 작업을 하여 보았다.

<사진 16. 채색 이미지 : Sketch-Up활용>

칠 작업에 필요한 도구는 페인트 붓, 롤러, 트레이, 커버링 테이프 등이 필요하다. 전체 면을 동일 색으로 칠하는 경우를 제외하고 색상을 나누어 칠 한다면, 커버링 테이프를 이용하여 주변에 페인트가 묻지 않게 해주는 사전 준비가 필요하다. 페인트의 경우 굴곡진 부분을 먼저 칠하고 면이 넓은 부분을 후에 작업하는 것이 좋다.

스테인 착색작업은 목재 상황에 따라 도구가 다양하지만 보통 스펀지와 붓 등을 이용한다. 목리 골이 깊은 목재의 경우 구뚫솔을 이용하기도 한다. 작업자에 따라 분무기를 이용하여 목재에 물을 뿌리고 작업하는 경우가 있으며, 스펀지에 물을 묻히고 짜낸 후 작업하는 경우도 있다.

하도(下塗) 오일 작업은 면(綿)과 스펀지 등을 이용하여 작업하며, 둥근 원을 그리듯이 문지르며 작업 한다.

페인트와 스테인 모두 색을 덧칠하면 할수록 색상이 짙어진다. 건조 후 수성페인트는 조금 옅은 색으로 변하며, 오일은 제품별 차이는 있지만 목재 색상을 진하게 변화

시킨다. 이 경우에 대비하여 색상을 시험해 볼 수 있는 동일한 자투리 목재에 먼저 칠을 해본 후 색상 변화의 결과를 보고 결정하는 것이 시행착오를 줄일 수 있다.

▶날씨 환경

페인트 작업은 날씨의 영향을 많이 받는다. 춥거나 흐리고 습한 날씨는 잘 마르지 않고 건조 시간이 길어져 작업시간을 효과적으로 활용할 수 없게 된다.

▶주변 정리

채색작업을 하다 보면 의도치 않게 다른 곳에 색이 칠해지는 경우가 발생한다. 칠하기 전 묻으면 안 되는 곳을 커버링 테이프로 가린다.

▶조색

필요에 따라 색상을 조합하여 색을 만들어 사용한다. 비닐장갑이 필요하며 준비된 용기에 칠 액을 넣은 뒤 물을 이용하여 농도를 조정한다. 주의할 점은 작업이 끝나기 전에 도료가 소진(消盡)해버렸을 경우 똑같은 색을 다시 조합하기 어렵기 때문에 작업에 필요한 양보다 여유있게 만들어 놓는 것이 좋다.

▶채색 작업 및 건조

색상이 만들어지면 직사광선이 없는 그늘에서 도구를 이용하여 채색작업에 들어간다. 붓 작업은 밑에서 위쪽 방향으로 붓질하는 것이 일반적이며, 스펀지 작업은 문지르는 방식으로 작업을 한다.

채색 작업은 두껍게 한 번 칠하여 색상을 연출하는 것보다는 한번 칠한 후 건조 시키고 다시 칠을 하면서 색을 연출하는것이 좋다.

▶마감칠

페인트와 스테인 작업 후 바니쉬를 칠한다. 바니쉬는 얇게 발라주며 건조 후 사포 작업을 하고 다시 칠을 반복한다. 보통 3~5회 정도가 적당하다.



상판 오일



다리 수성페인트



바니쉬 칠(총 3회)

<사진 17. 칠 작업>

<사진 15>은 페인트 및 오일 작업이다. 상판은 식사를 위한 주 사용목적과 이외(以外) 용도에서 사용자와 제품간의 빈번한 접촉을 염두에 두고 친환경 오일로 하도 및 상도 작업 후 왁스 마감을 하였고 나머지 부분은 마호가니 색상의 수성 페인트 후 마감 바니쉬로 도장하였다.

현재 DIY 가구제작에 사용 가능한 마감 칠은 다양하게 출시되고 있다. 마감 칠에 대한 경험이 쌓이게 되면 더욱 만족할 수 있는 DIY 가구를 만들 수 있을 것이다.

⑩ 완성



높이 변형-①



높이 변형-②



높이 변형-③

<사진 18. 변형가구 완성>

제2절 DIY 가구체험 설문 및 사례

1. DIY 가구체험 설문 및 분석

설문은 DIY 가구체험을 취미활동으로 하고 있는 감성사회인을 대상으로 조사한 것이다.

가. 설문 조사 및 분석 방법

- ▶조사 장소 - 조선대학교 평생교육원 DIY 가구 강좌 / 광주광역시 내 DIY 가구 공방 2곳⁷⁴⁾
- ▶조사 일시 - 2013년 11월10일~12월12일
- ▶조사 대상 - DIY 가구 체험자
- ▶조사 인원 - 총 34명(남자 19명/여자 15명)

나. 설문지 구성

본 연구의 설문지는 다음 순서로 구성하였다.

첫째, 인구통계학적 요인을 측정하기 위해 조사대상자들의 성별, 나이, 직업, DIY 가구체험 경력을 조사하였다.

둘째, DIY 가구체험 인지와 관계된 질문으로 DIY 가구취미 동기 및 목적 그리고 DIY 가구공방 등록 전 인지도를 조사하였다.

74) DIY 가구공방

1. 내가 디자인하고 내가 만드는 가구-광주광역시 광산구 월산동
2. 집과 가구-광주광역시 서구 금호동

셋째, DIY 가구체험과 감성적 관계 등에 대한 질문은 3가지로 구성하였다. 첫 번째 질문에는 DIY 가구체험과 관계된 질문으로 ①작업물에 대한 사전 결정, ②작업비용, ③DIY 가구체험 과정별 선호에 대한 질문이고 두번째는 DIY 가구 체험에 따른 감성관계에 관한 질문으로 구성하였다. 마지막으로 DIY 가구체험 지속 여부에 관한 질문으로 구성하였다.

설문지의 문항 구성은 표 <4-1>과 같다.⁷⁵⁾

조사 형태	조사 구분	측정 항목	문항 수
기본 질문	인구통계학적 요인	성별, 나이, 직업, 체험 경력	4
	DIY 가구체험 인지	-DIY 가구취미 동기 -DIY 가구취미 목적 -DIY 가구취미 등록 전 인지도	3
본 질문	DIY 가구체험	-작업전 작업물 사전 결정 -작업 비용 -DIY 가구체험 과정별 선호	3
	DIY 가구 체험 감성관계	-DIY 가구체험과 자아실현감 -DIY 가구체험의 중요한 가치	2
	DIY 가구 체험 지속여부	-취미나 여가활동으로 지속여부 -지속할 시 문제요인	2
합계			14

<표 4-1. 설문지 구성>

다. 설문 자료 분석

(1) 인구 통계학적 특성

본 연구에 참여한 표본집단의 인류학적 특성은 표 <4-2>와 같다. 총 34명의 설문 대상자 중 남자는 18명(52.9%), 여자는 16명(47.1%)이다. 나이별로는 20대 7명(20.6%), 30대 11명(32.4%), 40대 9명(26.5%), 50대 2명(5.9%), 60대 이상 5명(14.7%)으로 30대가 가장 많다. 직업별로는 전문직이 9명(26.5%)으로 가장 많으며, 다음순으로 공무원 8명(23.5%), 자영업 7명(20.0%), 주부 3명(8.8%), 학생 3명(8.8%),

75) 설문지- 부록 참조

무직 4명(11.8%)이다. DIY 가구체험 경력 조사에서는 6개월에서 1년 미만 15명(44.1%)이 가장 많으며, 다음 순으로 2년이상 8명(23.5%), 1년 이상 6명(17.6%), 6개월 미만 5명(14.7%)이다.

분류	세부분류	N(명)	합계	%	계
성별	남자	18	34	52.9	100%
	여자	16		47.1	
나이	20대	7	34	20.6	100%
	30대	11		32.4	
	40대	9		26.5	
	50대	2		5.9	
	60대 이상	5		14.7	
직업	전문직	9	34	26.5	100%
	공무원	8		23.5	
	자영업	7		20.6	
	주부	3		8.8	
	학생	3		8.8	
	무직	4		11.8	
DIY 가구체험 경력	6개월 미만	5	34	14.7	100%
	6개월~1년	15		44.1	
	1년이상	6		17.6	
	2년이상	8		23.5	

<표 4-2. 응답자의 인구통계학적 특성>

(2) DIY 가구체험에 대한 설문 분석

설문 -1번, DIY 가구 만들기 체험에 참여한 동기에 대한 분석 결과는 표 <4-3>과 같다. 자발적으로에 응답한 이가 23명(66.7%)으로 가장 높게 조사되었다. 자발적인 동기 비율이 높은 것은 감성사회인이 취미생활에 높은 관심을 가지고 있다고 볼 수 있는 부분이다. 다음 순으로 홍보물을 보고가 6명(17.6%), 주변인의 권유가 5명(14.7%)이다. 주변인의 권유로 강좌에 등록한 체험자 중 아내 권유로 등록했다고 밝힌 체험자와의 인터뷰에서, 그는 만들고 싶은 가구 및 생활 소품을 따로 논자에게 제시하고, 수업 외 시간에 함께 제작할 수 있는지 등을 요구하면서 적극적 자세를 보였다.

문항	항목	응답자 수		백분율(%)
DIY가구 체험에 참여한 동기는 무엇입니까? (N=34)	자발적으로 (새로운 여가문화 체험)	23	남자 12 여자 11	66.7%
	홍모물을 보고 (전단지, 방송광고 등)	6	남자 4 여자 2	17.6%
	주변인의 권유로 (친구, 선경험자 등)	5	남자 2 여자 3	14.7%
	합계		34명	100

<표 4-3. DIY 가구체험 동기>

설문 -2번, 체험자가 DIY 가구체험에 참여하게 된 목적에 대한 분석 결과는 표 <4-4>와 같다.

문항	항목	응답자 수		백분율(%)
DIY 가구 체험에 참여한 목적은 무엇입니까? (N=34)	여가선용	8	남자 6 여자 2	23.5
	여가선용 + 생활가구 제작	16	남자 7 여자 9	47.1
	여가선용 + 생활가구 제작 + 재취업	10	남자 5 여자 5	29.4
	합계		34명	100

<표 4-4. DIY 가구체험 목적>

‘여가선용 + 생활가구 제작’ 목적에 응답한 이가 16명(47.1%)으로 가장 높게 조사되었다. 16명을 연령별로 교차 분석해보면 30대가 7명으로 가장 많았고, 40대 4명, 20대 3명, 60대 2명으로 조사되었다. 이 중 30대 체험자들과 인터뷰를 한 결과, 이들의 가구제작 목적은 결혼 후 새로운 가구가 필요한 경우와 독립된 생활에 필요한 저렴하면서도 개성있는 가구를 원하는 경우 등의 사유가 대부분이었다. 이는 DIY 가구체험이 여가활용의 가치 성취와 더불어 생활 가구를 만들고 싶어하는 생산적 가치소비 감성으로 사료된다. 이와같이 ‘여가선용 + 생활가구 제작’ 목적(16명)이 ‘여가선용’ 목적(8명)으로 가구체험에 참여한 체험자보다 많은 것은, 단순한 여가선용으로 시간을 보내는 것보다는 무엇이든 만들어 보는 시간을 가지는 것이 더욱 큰 만족감을 주는 것으로 사료된다. 이는 앞서 연구된 ‘공작인의 역할(호모 파베르)’에 대한 것을 증명하는 것으로도 볼 수 있다.

‘여가선용 + 생활가구 제작 + 재취업’에 응답한 이는 10명(29.4%)이다. 이들과의 인터뷰 결과 여성 취미생 중 일부는 스텐실 공예방과 리폼 가구샵 운영에 관심을 두고 DIY 가구체험을 하고 있었으며, 남성 취미생 중 일부는 DIY 가구취미반 과정을 통해 초보 이상의 실력을 갖춘 후, DIY 가구 개인공방 창업을 목표로 준비하는 취미생도 있었다. 이들 중 일부는 대학교 내 가구전공자들의 교육환경 및 기자재 현황 등에 관심을 보이면서, 공방창업과 목공기계와 관련한 시설투자문제 및 목재구입방법, 자재 종류 등에 관한 질문을 논자에게 많이 하였다.

설문 -3번, DIY 가구 공방에 등록하기 전 DIY 가구에 대해 어느정도 알고 있었는지에 대한 분석 결과는 표 <4-5>와 같다.

문항	항목	응답자 수	백분율(%)
평생교육원 DIY 가구 강좌 및 DIY 가구 공방에 등록하기 전 DIY 가구에 대해 얼마나 알고 있었습니까? (N=34)	상세히 알고 있었다	18 남자 5 여자 13	52.9
	어느정도 알고 있었다	6 남자 3 여자 3	17.6
	조금 알고 있었다	7 남자 6 여자 1	20.6
	용어만 알고 있었다	2 남자 1 여자 1	5.9
	전혀 모르고 있었다	1 남자 1 여자 0	2.9
	합계	34명	100

<표 4-5. DIY 공방에 등록 전 DIY 가구에 대한 인지도>

총 34명의 체험자 중 ‘상세히 알고 있었다’가 18명(52.9%)으로 가장 높게 나타났다. 18명 중 여성 체험자가 13명으로 남성 5명보다 많은 것은 여성이 소비의 주체 세력이며, 문화 흐름에 민감하다는 것을 보여주는 부분이다. 다음 순으로 ‘조금 알고 있었다’ 7명(20.6%), ‘어느정도 알고 있었다’ 6명(17.6%), ‘용어만 알고 있었다’ 2명(5.9%), ‘전혀 모르고 있었다’ 1명(2.9%)이다. DIY 가구에 대해 잘 알지 못하지만 등록한 체험자가 3명 있는 것을 보면, DIY 가구체험 인지도를 높일 수 있는 다양한 홍보 방법을 찾아야 할 것이다.

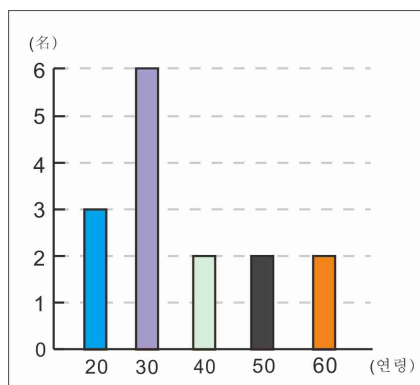
설문 -4번, DIY 가구체험을 시작하는 취미생의 원활한 작업진행을 위해 DIY 가구

작업물을 공방이나 강사가 사전에 결정하여 진행하는 것에 대한 분석 결과는 표 <4-6>과 같다.

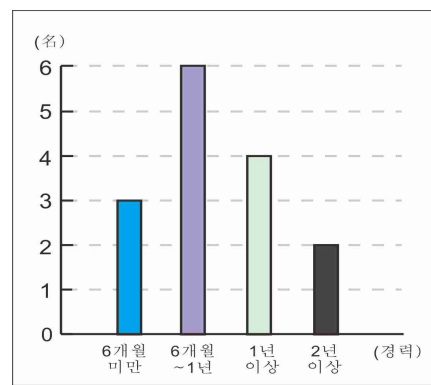
문항	항목	응답자 수		백분율(%)
		남자	여자	
DIY 가구과정을 시작하는 취미생의 원활한 작업진행을 위해 DIY 가구작업물을 공방이나 강사가 사전에 결정하여 진행하는 것을 어떻게 생각하십니까? (N=34)	좋은 방법이다	10	5	44.1
	보통이다	5	3	23.5
	전혀 아니다	1	2	8.8
	기타	2	6	23.5
	합계	34명		100

<표 4-6. 초보자의 DIY 작업물 사전 결정>

‘좋은 방법이다’에 응답한 이는 15명(44.1%)으로 가장 높게 나타났다. 15명을 연령별로 보면 30대가 6명으로 가장 높고, 20대가 3명, 나머지는 2명씩이다.(표. 4-7 참조) 또한, 경력별로 보면 6개월에서 1년미만의 체험자가 6명으로 가장 많고, 1년 이상 4명, 6개월 미만 3명, 2년이상 2명으로 조사되었다.(표. 4-8 참조)



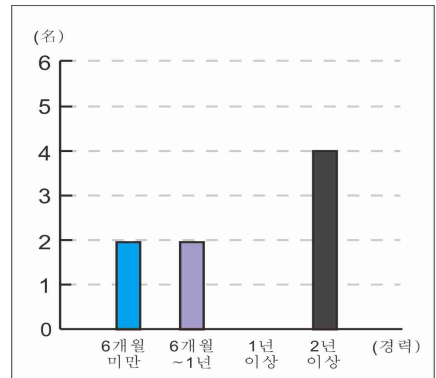
<표 4-7. 체험자의 DIY 작업물 사전 결정 : 좋은 의견이다-연령별 분석>



<표 4-8. 체험자의 DIY 작업물 사전 결정 : 좋은 의견이다-경력별 분석>

다음 순으로 보통이다는 8명(23.5%), 전혀 아니다 3명(8.8%), 기타 8명(23.5%)이다. 특히, 기타 의견에 대답한 8명은 자신들이 만들고 싶어하는 가구 종목에 대하여 주관적인 생각들을 논자와 인터뷰 중 밝혔다. 이들 8명의 DIY 경력 분석을 보면, 2년

이상 4명, 6개월 이상 2명, 6개월 미만 초보자도 2명으로 나타났다.(표 4-9. 참조) 이 중 6개월 미만 초보자 2명의 경우 DIY 가구체험 경험은 미비하지만, 처음부터 인터넷 정보를 통해 자신들이 만들고 싶어 했던 가구에 대하여 적극적으로 의사를 표현했던感性사회인이었다. 이들은 주체적인 여가생활을 바라는 체험자로 사료된다. 전체 34명 중 2명의 결과만 가지고 분석 하기에는 불분명하지만 개인적 성향 차이로 체험 초기부터 자기 것을 원하는 성향을 지닌 체험자들도 있음을 볼 수 있다. 표 <4-10>은 ‘기타’ 의견자 8명 중 4명의 인터뷰를 기술한 것이다. 의견을 종합해 보면, 강의 초반 DIY 가구에 대한 기본 지식과 기초적 기술 및 정보 전달을 위해 공방과 강사가 작업물을 미리 선택하는 것이 편의적 상황임을 이해 못하는 것은 아니지만, 되도록이면 DIY 가구 취미를 유지하기 위해서는 초보 때부터 실습물에 대한 선택을 체험자 자신이 해야 하며, 즐거움의 감성을 더욱 향상하기 위해서는 체험자 본인의 자율적이며 주체적 태도가 필요한 것으로 의견들을 제시하였다.



<표 4-9.

체험자의 DIY 작업물 사전 결정
: 기타의견-경력별 분석>

나이	DIY 가구 경력	의견
26 (여)	2개월	“나또한 비슷한 느낌을 받았다. 공방에서 제시하는 작업물 수준에 실망하였다. 꼭 그렇게 진행해야 하는 별다른 상황 설명없이 진행하는 방식이 싫었지만, 기술의 부족을 알고 있어서 참았다. 작업물을 그대로 따라가느냐 마느냐의 차이점보다 정확한 강사의 설명이 있다면 별 불만 없이 진행될것 같다.”
48 (남)	2년 이상	“초보자는 무조건 아무것도 모른다”는 일방적 지도 방식에 문제가 있다. 공방에서는 운영의 편리와 안전사고 때문에 그렇다고 하지만, 처음부터 재미를 주지 못하면, 체험자는 금방 식상해 한다.
38 (여)	2년이상	강사의 지도 시간이 더 늘어나겠지만, 일대일 전담 지도를 통해 처음에는 강사가 유도하는 방식을 자세히 설명한 후 작업을 진행하고, 다음 작업물 부터는 자신이 하고 싶어하는 것을 할 수 있도록 지도해야 한다.“
42 (여)	4년 이상	“체험자들이 처음엔 재미있어 하다가 몇 달 지나면 포기하는 경우가 많은데, 이는 자기가 작업 상황 전체를 관장하지 못하기 때문인 이유로 볼 수 있다. 공방이나 가르치는 강사 입장에서는 힘든 상황일 수 있지만, 중도 포기자를 미연에 방지하고, 공방 수익을 위해서라도 초보자들에게 처음부터 자료를 직접 조사하게 만들고 또한, 직접 그림을 그려오게 해야 한다.” 그림을 잘 그리지 못하더라도 이 과정을 통해 초보자는 재미와 만족을 체험할 것이다.

<표 4-10. 체험자의 DIY 가구 실습물에 대한 의견>

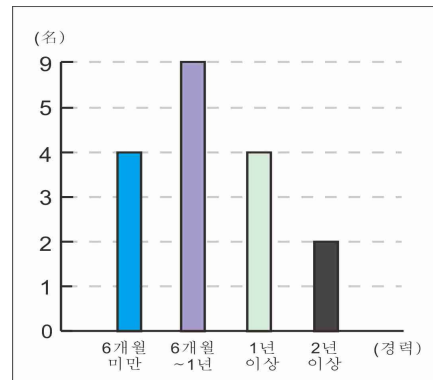
논자의 DIY 가구체험 강의 경험을 비춰보더라도, DIY 가구 문화 초창기에는 체험자들이 수동적이었지만 최근에 와서는 그렇지 않다. 체험자들은 강좌 초반부터 자신들이 희망하는 가구를 적극적으로 강사에게 제시하고 있고, 초보 강좌 샘플로 제시받은 가구들을 그대로 따라하는 형식보다는 자기가 원하는 방향과 쓰임새를 생각하여 변형할 수 있기를 바라고 있다. 이는 선행 연구한 생산적 가치를 바라는 가치소비 의식, 그리고 DIY 가구체험의 감성적 요소 중 재미, 의미, 자발성 등을 원하는 감성사회인의 감성 욕구와 병합되는 것으로 사료된다. 무엇보다도, 사소한 것이라도 다른 이와 다른 감성을 느끼고 싶어하는 차별적 즐거움에 대한 욕구를 충족시키기 위한 자세로 볼 수 있다. 이는 만족을 원하는 적극적인 자기 주장인 것이다.

설문 문항-5번, DIY 가구 체험 과정을 시작하는 취미생이 DIY 가구 체험에 부담해야 하는 적당한 금액은 어느 정도인지에 대한 분석 결과는 표 <4-11>과 같다.

문항	항목	응답자 수	백분율(%)		
			남자	여자	
DIY 가구 체험 과정을 시작하는 취미생으로서 DIY 가구 체험에 부담해야 하는 적당한 금액은 어느 정도라고 생각하십니까? (N=34)	10만원 이하	19	8	11	55.9
	10~20만원	12	7	5	35.3
	20~30만원	2	2	0	5.9
	30만원 이상	1	1	0	2.9
합계		34명			100

<표 4-11. 체험자가 DIY 가구 체험에 부담해야 하는 적당한 금액>

‘10만원 이하 금액’이 19명(55.9%)으로 가장 높게 나타났다. 이들에 대한 경력별 분석을 보면, 6개월 ~1년 미만자가 9명, 6개월 미만이나 1년 이상이 각 4명, 2년 이상 2명이다.(표 4-12. 참조) 이들의 의견을 보면, 초보 기간에는 저렴한 재료를 통해 작업을 진행 하는 것이 만족감 성취를 높이는 방법일 것으로 생각하고 있으며, 초보 일수록 재료에 대한 관심 보다는 가구디자인에 대한 기본적인 정보와 기초적인 기술 습득에 더욱 관심을 가져야 한다고 하였다. 또한, 경험이 쌓일 수록 고급 재료를 이용하여 가구를 만들거나, 고가 장비를 활용한 고급 기술을 통해 가구제작을 하게 되면 만족의 쾌감이 더욱 향상된다고 말하는 체험자도 있었다. 다음 순으로 ‘10만원~20만원’ 12명(35.3%), ‘20만원~30만원’ 2명(5.9%), ‘30만원 이상’ 1명(2.9%)이다. 재료에 들어가는 비용이 높다고 해서 무조건 감성만족이 높은 것은 아니라는 생각을 유추해 볼 수 있는 부분이다.



<표 4-12. 초보자가 DIY 가구 체험에 부담해야 하는 금액:10만원 이하-경력별 분석>

설문 -6번, DIY 가구체험 과정 중 가장 재미있고 흥미로웠던 내용에 대한 복수 응

답 빈도 조사 결과는 표 <4-13>과 같다.

문항	항목	응답자수	백분율	전체(%)
DIY 가구 강좌 및 체험(만들기) 과정 중 가장 재미있고 흥미 있었던 내용은 무엇입니까?	오리엔테이션 -DIY, DIY 가구와 관련된 정보 전달	28	11.6%	82.4%
	현장학습 -목자재상, 공구점, 철물점 등 탐방	29	12.0%	85.3%
	자료 수집	15	6.2%	44.1%
	디자인	27	11.2%	79.4%
	설계 및 재단도면	15	6.2%	44.1%
	재료 구매	26	10.7%	76.5%
	안전 교육	16	6.6%	47.1%
	재단 및 가공	18	7.4%	52.9%
	조립 및 사포작업	22	9.1%	64.7%
	칠	19	7.9%	55.9%
	완성 및 설치	27	11.2%	79.4%
합계	242	100.0%	711.8%	

복수 응답 분석

<표 4-13. 초보자가 DIY 가구 체험 중 가장 흥미있는 내용>

설문 -6번 항목은 논자가 평생교육원에서 강좌한 DIY 가구 강좌 내용을 바탕으로 진행하였다. 전체 11가지 항목에 대한 설문 대상자 34명이 응답한 수는 총 242건이다. 이 중 ‘현장학습’ 과정 29건(12.0%), ‘오리엔테이션’ 과정 28건(11.6%)이 가장 흥미있었던 체험 과정으로 나타났다. 이는 체험자들이 삶의 질을 높일 수 있는 DIY 문화와 정보에 대한 갈증이 있었다는 것을 증명하는 것이며, 새로운 취미와 여가활동에 대한 관심과 호기심을 보여주는 것으로 볼 수 있다. 다음 순으로 ‘디자인’, ‘완성 및 설치과정’이 27명(11.2%)으로 조사되었다. ‘디자인’에 대한 높은 관심은 비록 체험자들이 가구 전문가는 아니지만, 본인들이 직접 디자인 경험을 해 보는 것 만으로도 놀이와 재미에서 만족을 느끼는 것으로 사료된다. 논자는 DIY 가구체험을 시작하는 초보자들에게서 ‘내가 디자인을 해야 되요?’라는 질문을 많이 받았다. 체험 강좌를 진행하는 입장에서 보면, 초보 체험자들에게 디자인을 교육한다는 것은 어려운 과정일 수 있

다. 왜냐하면, 새로운 것을 창작해야하는 디자인은 선행 자료를 조사하고 몇 번 보고, 한 두번 스케치를 해본 경험 정도로는 능숙하게 디자인을 진행할 수 없기 때문이다. 현실적으로 DIY 가구체험 초보자들은 창작의 과정을 쉽게 해결할 수 있는 방법으로 가구 브로슈어(brochure) 및 참고 도서, 온라인 정보 등에서 보고 따라하고 있다. 경험이 없는 초보 입장을 고려하면, 본인이 원하는 가구와 유사한 관련 사진 등을 참조하여 디자인 및 만드는 과정 전체를 그대로 따라하는 것이 당연한 방법일 수 있다. 그러나 논자는 체험 과정을 온전히 자기 만족과 즐거움을 위한 가치있는 시간으로 채울려면, 되도록 사전 정보로 취득한 기존 디자인을 바탕으로 자신에게 필요한 쓸모와 생산적 가치를 투영하는 것을 권장하고 있다.

같은 빈도 비율로 ‘완성 및 설치’가 있다. 체험과정을 통해 ‘만듦’의 즐거움과 재미 가치도 있지만, ‘완성 및 설치’와 같은 활동 또한 체감되는 자아성취감 및 자아만족감의 감성이 상대적으로 높은것으로 조사되었다.

다음 순으로, ‘재료 구매’가 26명(10.7%), ‘조립 및 사포’가 22명(9.1%), ‘칠’ 19명(7.9%), ‘재단 및 가공’ 18명(7.4%), ‘안전교육’이 16명(6.6%)으로 나타났다. ‘안전교육’ 항목이 낮게 나온 점은 현실적으로 DIY로 가구를 만들어 보는 실제 작업 과정 중, 위험한 기계를 다루는 작업과정에서는 공방과 강사의 도움을 받기 때문으로 볼 수 있다. 또한, 체험작업 전에 안전교육 강좌를 진행하였기 때문에 체험자들은 별 다른 흥미를 보이지 않은 것으로 사료된다. 그러나, 안전의 문제는 자아실현감, 성취감, 자아효능감 등의 감성과 직접으로 연결되어 있다. DIY 가구체험 중 안전사고의 경중(輕重)과 상관없이 사고가 발생하게 되면, 즐거움의 시간을 갖고자 노력했던 모든 일들은 가치상실이 될 것이다.

다음 순서로 ‘설계’, ‘도면과정’, ‘자료 수집’이 15명(6.2%)이다. 논자의 경험상 초보일 수록 자료수집에는 관심이 없고, 경험이 쌓일 수록 정보의 중요성을 알고 자료수집에 관심을 보이는 것을 보았다. 초보 체험자는 정보에 대한 질적 판단이 명확할 수 없기 때문에 자신이 만들고 싶은 가구에 대한 정보의 질적 판단을 정확히 할 수 없겠지만, 많이 보고 학습할 수록 발전 속도가 빨라질 것이다.

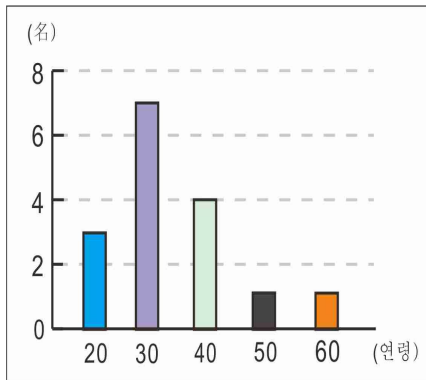
설문 -7번, DIY 가구체험을 통한 자아성취감이 사회생활에 영향을 미친다고 생각하

십니까?에 대한 분석 결과는 표 <4-14>와 같다.

문항	항목	응답자 수		백분율(%)
DIY 가구체험을 통한 자아성취감이 사회생활에 영향을 미친다고 생각하십니까? (N=34)	매우 긍정적인 영향을 미친다	남자 9 여자 7	16	47.1
	긍정적인 영향을 미친다	남자 5 여자 2	7	20.6
	보통이다	남자 4 여자 2	6	17.6
	그렇지 않다	남자 0 여자 5	5	14.7
	매우 그렇지 않다.	남자 0 여자 0	0	0
	무응답	남자 0 여자 0	0	0
합계		34명		100

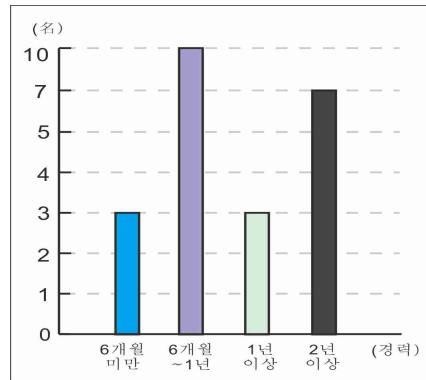
<표 4-14. DIY 가구체험을 통한 자아성취감이 사회생활에 미치는 영향>

‘매우 긍정적인 영향을 미친다’가 16명(47.1%)으로 가장 높게 나타났으며, ‘긍정적인 영향을 미친다’가 7명(20.6%) 순이다. 이 둘의 빈도율은 전체 34명 중 23명(67.7%)으로 높은 비율이다. 23명에 대한 연령별 분석을 보면 30대 7명, 40대 6명, 20대 5명 순서이며, 다음으로 60대 3명, 50대 2명 순서로 나타났다.(표 4-15. 참조)



<표 4-15.>

DIY 가구체험을 통한 자아성취감이 사회생활에 미치는 영향:연령별 분석>



<표 4-16.>

DIY 가구체험을 통한 자아성취감이 사회생활에 미치는 영향:경력별 분석>

장년층보다 20~50대 청·중년층의 빈도율이 높은 점을 눈여겨 봐야 할 것이다. 장년층은 사회적 기대(Cultural Expectations)로 인하여 자신의 자아 표출 및 자아성취감

에 대한 표현이 청·중년층에 비하여 약한것으로 볼 수 있다.

또한, 이들의 경력별 분석 보면 6개월~1년 미만자가 10명으로 나타났으며, 2년 이상 7명, 1년 이상 3명, 6개월 미만 초보자는 6명 순이다.(표 4-16. 참조) 이들 23명 중 6개월 미만의 초보자 3명과 6개월~1년 미만 경력자 10명과의 인터뷰 결과, 다음 순으로, ‘보통이다’ 6명(17.6%), ‘그렇지 않다’ 5명(14.7%)이다. ‘매우 그렇지 않다’와 ‘무응답’은 0명이다.

설문 -8번, 표 <4-17>은 DIY 가구체험을 통해 체감 할 수 있는 중요한 가치 6가지 중 우선 순으로 3가지를 선택하도록 하였고, 이에 대한 복수 응답 분석 조사이다.

문항	항목	1순위		2순위		3순위		합계
		응답 자 수	백분 율(%)	응답 자 수	백분 율(%)	응답 자 수	백분 율(%)	복수 응답 수
DIY가구체험(만 들기)을 통해 체 감할 수 있는 가 장 중요한 가치 는 무엇이라고 생각하십니까? (N=34)	자아성취감을 통한 자아효능	9	26.5	7	20.6	8	23.5	24
	다양한 생활가구 제 작을 통한 경제적 (절약)	12	35.3	4	11.8	8	23.5	24
	자아실현	8	23.5	9	26.5	2	5.9	19
	놀이와 재미	4	11.8	7	20.6	8	23.5	19
	자발성	1	2.9	2	5.9	5	14.7	8
	의미	0	0	5	14.7	3	8.8	8
	합계	34명	100	34명	100	34명	100	102

<표 4-17. DIY 가구체험을 통해 체감할 수 있는 중요한 가치-1순위>

중요한 가치 항목은 ‘자아 성취감을 통한 자아효능’, ‘다양한 생활가구 제작을 통한 경제적 절약’, ‘자아실현’, ‘놀이와 재미’, ‘자발성’, ‘의미’의 총 6가지 항목으로 구성하였다. 이는 선행 연구 하였던 DIY 가구체험의 감성적 요건 및 요인 그리고 DIY 가구체험자들과의 설문 전 사전 인터뷰 및 DIY 가구체험 이론 교육 강좌를 통해 체험자들에게 강조하였던 감성적 요소들에 대한 것들을 종합한 것이다.

DIY 가구체험을 통해 체감 할 수 있는 중요한 가치 1순위 분석 결과를 보면, ‘다양한 생활가구 제작을 통한 절약의 경제적’이 12명(35.3%)으로 가장 높게 나타났다. 여

가 만족을 위해 행하는 DIY 가구체험이지만, DIY 문화의 근본적 이유에 해당되는 가정 경제를 위한 생산 활동으로의 가치가 우선인 것으로 사료된다. DIY 가구체험을 통해 무조건 아끼고 안쓰는 의미의 절약이 아닌, 작은 것 하나라도 만들어 보는 경제 가치의 의미를 중시 여기는 감성사회인의 자세를 볼 수 있는 부분이다. 무엇보다도, 가정 경제를 위한 가치소비로 사료된다. 다음 순으로 ‘자아성취감을 통한 자아효능’ 9명(26.5%), ‘자아실현’ 8명(23.5%)으로 나타났다. ‘경제적’ 다음 순으로 ‘자아효능감과 자아실현’ 순서로 나타난 점은 체험자들이 DIY 가구체험을 통해 성취하려는 것을 단적으로 보여주는 증거라고 사료된다. 감성사회인들은 DIY 가구체험 과정을 단순히 무엇인가를 만들어 보는 생활 취미단계를 넘어서, 육체적 노동을 통해 성취할 수 있는 ‘자기 희열’의 정신적인 과정으로 생각하고 있는 것으로 볼 수 있다. 다음 순으로 ‘놀이와 재미’ 4명(11.8%), ‘자발성’ 1명(2.9%)이다.

DIY 가구체험을 통해 체감할 수 있는 중요한 가치 2순위 분석에서는 ‘자아실현 가치’가 9명(26.5%)로 가장 높게 나타났다. 1순위에서 ‘다양한 생활가구 제작을 통한 절약의 경제적 가치’를 우선 순위로 선택한 체험자 중 대부분이 자아실현 가치를 선택한 결과로 생각된다. 다음 순으로 ‘자아성취감을 통한 자아 효능적’과 ‘놀이와 재미’ 각 7명(20.6%)이며, ‘의미’ 5명(14.7%), ‘절약’ 4명(11.8%), ‘자발성’ 2명(5.9%)이다.

DIY 가구체험을 통해 체감할 수 있는 중요한 가치 3순위 분석 결과는 ‘자아성취감을 통한 자아 효능적’, ‘경제적’, ‘놀이와 재미’가 동일하게 8명(23.5%)으로 나타났다. 다음 순으로 ‘자발성’ 5명(14.7%), ‘의미’ 3명(8.8%), ‘자아실현’ 2명(5.9%) 순이다.

1순위, 2순위, 3순위를 종합해보면, ‘경제적 가치’와 ‘자아성취감을 통한 자아효능’에 각 24명, ‘자아실현’과 ‘놀이와 재미’가 각 19명, ‘의미’와 ‘자발성 가치’ 각 8명으로 복수 응답하였다. 체험자들의 DIY 가구체험을 대하는 자세와 바라는 가치소비가 무엇인지를 알 수 있는 자료로 사료된다.

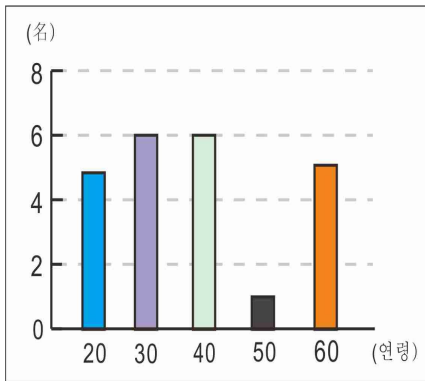
설문 -9, DIY 가구체험을 생활 속 취미활동으로 지속할 것인가에 대한 분석결과는 표 <4-18>과 같다. ‘매우 희망한다’가 16명(47.1%)으로 가장 높게 나타났다. 다음 순으로 ‘희망한다’가 7명(20.6%)이다. ‘매우 희망한다’ 및 ‘희망한다’를 선택한 이들은

전체 34명 중 23명(67.7%)으로 비중이 높다.

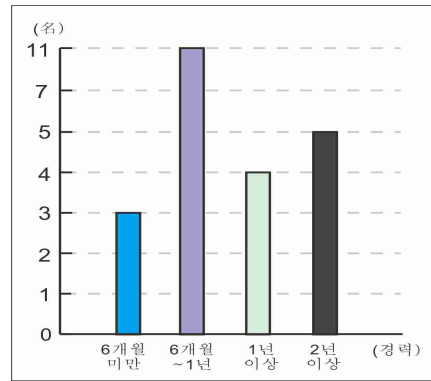
문항	항목	응답자 수		백분율(%)
DIY 가구체험(만들기) 활동을 계속하기를 희망하십니까? (N=34)	매우 희망한다	남자 7 여자 9	16	47.1
	희망한다	남자 5 여자 2	7	20.6
	보통이다	남자 3 여자 2	5	14.7
	희망하지 않는다	남자 0 여자 1	1	2.9
	아직 모르겠다	남자 3 여자 2	5	14.7
합계		34명		100

<표 4-18. DIY 가구체험 취미 활동에 대한 지속 여부>

23명을 연령별로 분석하면, 30대와 40대 6명, 60대 5명, 20대 5명 그리고 50대가 1명이다.(표 4-19. 참조) 청·장년층이 중년층에 비해 향후 DIY 가구 취미를 여가생활로 생각하는 적극성이 더 큰 것으로 나타났다. 또한, 23명에 대한 경력별 분석을 보면, 6개월 이상 11명, 2년 이상 5명, 1년이상 4명, 6개월 미만은 3명으로 나타났다.(표 4-20. 참조)



<표 4-19.
DIY 가구체험 취미 활동에
대한 지속 여부:연령별 분석>



<표 4-20.
DIY 가구체험 취미 활동에
대한 지속 여부:경력별 분석>

다음 순으로 ‘보통이다’ 5명(14.7%), ‘희망하지 않는다’ 1명(2.9%), ‘아직 모르겠다’

가 5명(14.7%)이다.

설문 -10, DIY 가구체험을 생활 속 취미활동으로 지속하는데 가장 큰 문제점에 대한 항목 분석결과는 표 <4-21>과 같다. ‘경제적 문제’가 10명(29.4%)으로 가장 높게 나타났다. 이는 설문 5번문항 질의였던 ‘DIY 가구 체험 과정을 시작하는 취미생이 DIY 가구 체험에 부담해야 하는 적당한 금액은 어느 정도인지’에 대한 분석 결과 중 가장 많았던 10만원 이하 항목(19명) 응답자들의 생각과 일치되는 분석으로 볼 수 있다.

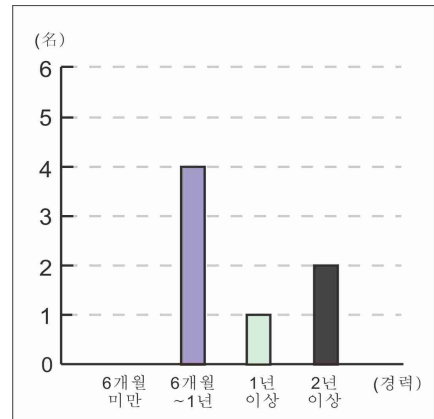
문항	항목	응답자 수		백분율(%)
		남자	여자	
DIY 가구체험(만들기를 여가로 지속하는데 가장 큰 문제점은 무엇입니까? (N=34))	경제적 문제	10	6 4	29.4
	시간적 문제	6	2 4	17.6
	환경적 문제	5	3 2	14.7
	공방 환경적 문제	2	0 2	5.9
	작업의 위험성	7	5 2	20.6
	공방 내 취미생간의 불협화음	4	2 2	11.8
	합계		34명	100

<표 4-21. DIY 가구체험을 여가로 지속하는데 가장 큰 문제점>

이는, 일상에서 얻게된 정신적 피로감을 치유하기 위해 선택한 여가활동이지만 재료비, 공방 이용비 등의 경제적 상황을 자신의 경제 상황과 고려하여 여가를 지속할 것인지에 대한 결정을 하는 것으로 사료된다. 체험을 진행하는 가구공방 관계자와 체험을 지도하는 강사는 체험자들의 감성적 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 DIY 가구 콘텐츠 개발을 지속적으로 개발하는 노력으로 감성사회인들이 저비용 고효용의 가치소비를 체감할 수 있도록 추구 해야 할 것이다.

다음 순으로 ‘작업의 위험성’이 7명(20.6%)이다. 7명을 경력별로 분석하면, 6개월~1년 미만 4명, 1년이상 1명, 2년 이상 2명으로 조사되었다.(표 4-22. 참조) 경력이 부족한 체험자 일수록 작업에 대한 불안감이 큰 것으로 사료된다. 다음 ‘시간적 문제’는 6명(17.6%)이다. 이들은 가구를 생산하는 과정이 생각했던 것 보다 길며 복잡한

단계라고 말하면서 다른 취미활동에 비해 상대적으로 여유 시간의 부족때문이라고 하였다. ‘외부 환경적 문제’는 5명(14.7%)으로 가구공방 위치가 자신의 주거지와 거리가 멀다든지 주차 문제 등이 있다. 다음 ‘공방 내 취미생간의 불협화음’은 4명(11.8%)이다. 같은 취미활동을 통해 공유 감성을 가지고 있는 체험자들 간에도 불협화음이 존재한다는 것에 관심을 가져야 할 것으로 사료된다. 이는 재료와 공구를 공유하며 사용해야 하는 DIY 가구공방 환경에 대한 부족한 정서 일 수 있다. 마지막으로 기계설비 노화, 장비 부족 등의 ‘공방 환경적 문제’는 2명(5.9%)이다.



<표 4-22.

DIY 가구체험을 여가로 지속하는데 가장 큰 문제점:경력별 분석 >

이상으로 설문을 통한 DIY 가구공방과 DIY 가구를 통한 감성에 대하여 분석 연구하였다.

2. 온라인 설문조사

다음, 표 <4-23>는 DIY 목공취미를 갖는 이유에 대한 인터넷 온라인 설문조사이다.⁷⁶⁾

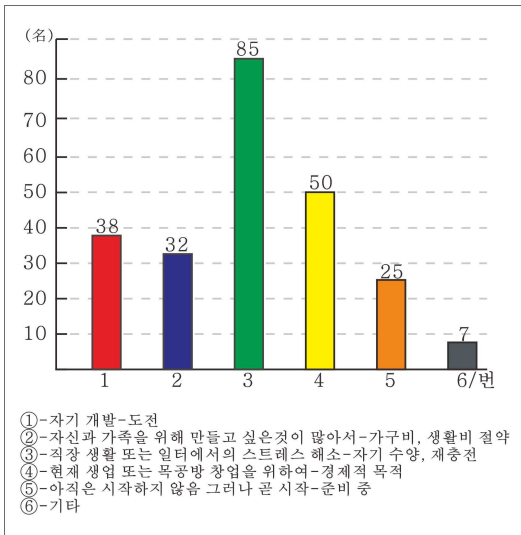
- ▶설문 주제 : 목공 취미를 갖는 이유?
- ▶설문 기간 : 2007.06.01.~ 현재
- ▶설문응답자 : 237명(名)-2013년 10월 20일 기준
- ▶설문 대상 : 인터넷 가구 DIY 동호회(WOODWORKER) 정회원
- ▶설문 조사 문항
 - ① 자기 개발 -도전
 - ② 자신과 가족을 위해 만들고 싶은 것이 너무 많아서 -가구비/생활비 절약
 - ③ 직장 생활 또는 일터에서의 스트레스를 해소하기 위한 여가. 목공과 같은 취미로

76) <http://cafe.naver.com/woodworker/11384>

몰두할 것이 필요 - 자기수양, 재충전

- ④ 현재 직접 생업(목공) 또는 목공 관련 창업을 위한 준비 - 경제적 목적
- ⑤ 아직은 시작하지 않음 - 준비 중
- ⑥ 기타

▶설문 결과



③ “직장 생활 또는 일터에서의 스트레스를 해소하기 위한 여가활동으로 목공같은 취미가 필요하다” 항목이 전체 237명 중 85명 (36%)로 조사되었고 다음으로 ④ 현재 직접 생업(목공) 또는 목공 관련 창업을 위한 준비 -경제적 목적이 50명으로 대답을 한 것은 본 사이트가 목공 작업을 하는 동호인 사이트 중 가장 많은 회원과 프로에 가까운 전문가들이 참여하는 사이트이기 때문이다

<표 4-23. 목공 취미를 갖는 이유>

3. DIY 가구체험 사례 및 분석

가. 체험 대상자 현황 및 연구범위

- ◎체험 장소 및 연구범위-조선대학교 평생교육원 ‘DIY 가구만들기 강좌’
- ◎체험 시기-2011년 1학기 ~ 2012년 2학기
- ◎총 체험인원-총 8명(남자 6명/여자 2명)
- ◎체험자 연령분포-30대(3명), 40대(3명), 60대(1명)

본 연구는 DIY 가구체험을 진행하고 분석하여 논자가 연구하고 있는 DIY 가구 체험을 통한 가치소비 및 자아실현감에 대한 사례 분석이다. 논자는 조선대학교 평생교육원에 ‘DIY가구만들기’ 강좌를 2011년 봄 학기에 개설하여 2012년 2학기 까지 총 4학기 동안 매학기 15주 수업, 4시간 총 60시간 강좌를 진행하였다.

DIY 가구체험을 진행할 목공 작업실의 시설 환경적 요인 그리고 가구작업의 집중도를 높이고 안전사고 위험을 최소로 하기 위하여 매 학기 수강 인원은 5명이내로 제한하여 강좌를 진행하였다. 개인적 시간문제로 초반에 포기한 몇명을 제외하고, 4학기 동안 8명의 체험자들과 DIY 가구 체험 15건, 공모전 참가 2건을 진행하였다. 표 <4-24>은 체험자 인적사항이다.

사례	체험자	나이	직업	DIY 가구 경력
1				
2	한 **(女)	47세	주부	無
3				
4				
5				
6	안 **(男)	34세	인테리어	無
7				
8				
9				
10	박 **(男)	40세	의류매장 매니저	有(2년 이상)
11				
12	신 **(男)	68세	교직 은퇴자	有(1년 이상)
13				
14	임 **(女)	36세	어린이 미술학원 운영	無
15	김 **(男)	45세	인테리어 장식업	有(1년 이상)
16				
16	김 **(男)	45세	컴퓨터 매장운영	無
17	김 **(男)	36세	CAR 실내 인테리어 및 홍보 제품 기획	無
17				

<표 4-24. 체험자 인적사항>

나. DIY 가구체험 진행 및 분석절차

DIY 가구 체험 사례 및 분석 진행은 계획수립, 연구실행, 체험 후 결과 분석 순으

로 진행하였다.(표 4-25. 참조)

(1) 계획 수립

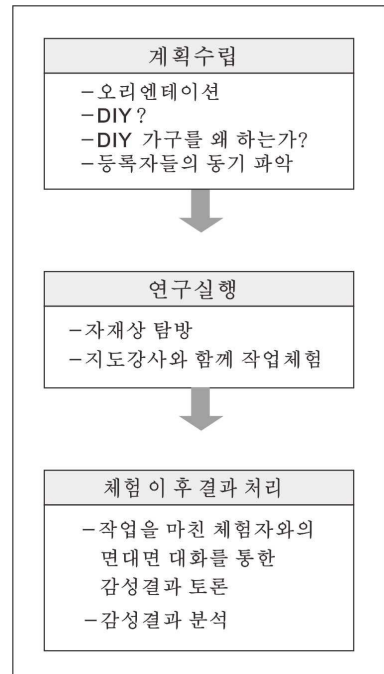
체험자 대부분은 강좌를 등록하기 전에 논자와 전화 상담을 통해 DIY와 DIY 가구체험에 대한 의문들을 물어봤다. 질문 중 ‘나도 가구를 만들 수 있을까요?’가 가장 많았다. 이는 선행 연구한 자아, 자아효능감, 자아성취감 등과 연관되는 질문이다. 또한, 대부분의 체험자들은 일반 목공소 및 DIY 가구공방 그리고 문화센터 등지에서 소품, 악세서리 만들기 과정 등을 통해 이미 DIY와 DIY 가구에 대한 정보를 인지하고 있었으며, 전부터 DIY 가구 강좌에 관심을 두면서 본인들의 생활에 변화를 주고 싶었지만, 여유 부족 및 경제적 상황 등의 이유로 기회가 없었다고 하였다.

먼저, 체험자들은 본인이 만들고 싶고, 소유하고 싶은 가구들을 DIY 강좌를 통해 해결하려는 의욕을 보였다. 그러나 욕구와는 달리 전체 체험자 8명 중 3명만이 DIY 가구체험 경험이 있었다. 대부분은 DIY 가구에 대한 정보가 부족하여 본인들이 원하는 가구에 대해서도 잘 알지 못하는 상황이었다.

논자는 실습 강좌 전 오리엔테이션 과정에서 등록자들과의 면대면 상담을 통해 DIY 가구공방에 등록하기 전 DIY 가구에 대한 인지 ‘DIY 가구강좌에 등록한 동기 및 목적’, 등을 포함한 여러 사항들에 대하여 선행 조사하였다.

수집된 체험자 개인별 정보 등을 바탕으로

등록자들이 DIY 가구를 해본다는 ‘경험’과 ‘가치’에 많은 비중을 두고 있음을 알게 되었고, 가구를 직접 제작해보는 과정을 통해 ‘만족스러운 여가’와 소유할 수 있는 유형(有形)의 대상에 목적이 있음을 알게 되었다.



<표 4-25.
DIY 가구체험 연구 절차>

그래서 오리엔테이션을 통한 사전 교육을 바탕으로 ‘DIY 가구체험을 통해 체감하고 소유할 수 있는 주체적이고 생산적인 가치소비’ 그리고 ‘즐거움과 만족을 위한 여가 생활’에 대한 교육을 강조하였다. 이외에는 이들의 창작 아이템을 돕는 DIY 가구의 쓰임새 및 활용성에 대해서도 강좌를 진행하였다.

(2) 연구 실행

먼저, 체험자들과 함께 목재, 페인트, 철물점 등 자재상을 탐방하여 DIY 가구제작에 필요한 정보 제공을 진행하였다. 이 후 자재를 구입 한 후 개인별 작업진행표에 맞춰 가구 만들기를 진행하였다.

체험자들은 DIY 가구 강좌 오리엔테이션 수업 중 ‘DIY 가구체험을 통해 체감할 수 있는 주체적이고 생산적인 가치소비’, ‘육체적 노동을 통한 정신적 피로감 힐링’과 관련된 새로운 문장과 용어 등 교육을 낚설어하며 이해 하지 못하였지만, 작업 체험이 진행되면서 이해하는 모습을 볼 수 있었다. 특히, 활용성을 바탕으로 자신이 구상한 컨셉 및 아이디어 구상, 디자인을 진행하게 되면서 논자가 강조한 ‘DIY 가구체험을 통해 취할 수 있는 다양한 감성’에 대한 것들을 자신이 만들고자 하는 가구에 접목하여 이해해 나가는 모습을 관찰 할 수 있었다.

(3) 체험 이후 결과 분석

논자가 입증하고자 하는 감성사회인의 가치소비 및 자아실현을 위한 DIY 가구체험에 대한 연구는 논자와 체험자가 함께 체험을 하면서 연구하는 방법으로 진행하였다. 이 연구 절차는 인간에 대한 과학적 접근 방법에 속한다. 특히, 17개 사례물에서 발견되는 사실과 현상들을 관찰하여 감성사회인의 가치소비와 자아실현에 대한 감성적 요건과 요소 등을 정리하는 귀납적 방법으로 체험 결과를 분석 시도하였다. 그러나 체험을 바탕으로 진행하는 분석 연구는 다른 연구 방법과는 달리, 연구를 수행하는 연구자와 연구 대상인 체험자간에 상호 감성적 교류 분리가 정확하게 되지 않는다는 특색이 있을 수 있다. DIY 가구체험자에 대한 논자의 감정과 느낌이 존재되어 연구 결과에 투영될 수 있어 연구 결과에 대한 객관성의 문제가 발생할 수 있는 것을 말한다. 그러나, 체험 분석 과정의 귀납적 연구 특징은 체험자의 실제적 감성들을 정확히 인식할

수 있는 연구의 고리가 되는 것이며, 나아가, 실제 체험 속에서 체험자들이 느끼는 다채로운 감성들에 대한 구체적 정보 취득을 가능케 하는 연구 방법으로 사료된다. 또한, 체험자의 감성적 체험 결과가 나오기까지 연구자와 체험자가 같이 체험을 진행하였기 때문에 체험과정을 통해 얻은 감성적 결과를 곧바로 DIY 가구 연구의 다른 상황 속에 응용할 수 있는 연구방법이라 사료된다.

가구 제작 경험이 전무했던 일반인으로는 쉽지 않은 가구 만들기 과정에도 불구하고 체험을 통해 자신이 원하는 것을 얻기 위해 시간과 경제력을 투자하는 감성사회인이 되고자 노력하는 모습을 볼 수 있었다. 논자와 체험자간의 체험 분석 결과는 DIY 가구 체험과정을 개선하고 연구 발전 시키는데 중요한 역할을 할 것으로 기대된다. 체험을 마친 수강생과의 면대면 대화를 통해 체험 후 체감되는 감성에 관계하여 분석을 진행하였다. 논자는 체험자와의 대화 내용을 정확히 기술하고자 했고, 이 자료들은 논자가 연구를 통해 증명하려는 감성사회인의 가치소비와 자아실현감에 대한 검증자료로 이용하고자 한다.

다. DIY 가구 체험 사례 및 분석

논자는 논문의 주된 연구인 DIY 가구체험을 통한 감성사회인의 자아실현 및 가치소비를 검증하기 위해 체험자의 DIY 가구체험에 대한 감성적 결과 항목 내용을 작성하였다.(표 4-26 참조) 결과지의 내용 작성은 우선 체험자가 직접 긍정적으로 느낀 항목에 표시를 하고, 구체적 내용은 체험자의 감성적 결과를 정확히 기재하기 위하여 논자가 체험자와의 대화와 관찰을 통해 느낀 점을 기술하였다. 그 내용으로는 먼저, DIY 가구 체험을 시작할 때 만들고자 했던 가구의 구상 동기에 대하여 인터뷰를 통해 조사하였으며, 이후 정보수집 단계에서 완성까지 체험자들의 상태를 관찰하였다. 그리고 체험자가 감성적 결과지를 표시할 때에도 인터뷰를 진행하였다. 감성적 결과의 항목의 내용에 대하여 잘 이해하지 못하는 체험자 들에게는 충분한 설명을 통하여 감성적 결과의 내용을 도출하였다.

도출된 내용의 결과를 DIY 가구 체험 17건의 사례별로 분석 정리하였다. DIY 가구

체험 사례 분석은 감성적 결과 항목 11가지를 기초로 표 <4-27>~<4-43>까지 정리하였다.

체험자의 DIY 가구체험에 대한 감성적 결과		
항목	표시	구체적 내용
자아실현감	○	자아효능감 및 자아 가능성을 발휘하여 자신의 잠재력, 창조성을 발휘할 수 있는 실현감
자아존중	○	자신의 능력, 신뢰감 등을 통한 자기존중과 명성, 인식, 지위, 평판 등을 통한 다른 사람으로부터의 부터의 존경을 체험.
성취감	○	자신이 목표로 하는 DIY 가구를 가구 품질, 완성도, 체험가구의 종류와 상관없이 직접 자신의 능력으로 완성을 해 냈다는 '성취감'의 감성만족
소속감 (사회적 소비)	○	자기 중심적인 여가활동이지만, 가족 구성원이나 주변인들의 반응에 의한 자아효능감 성취
문화적 소비	○	문화 활동을 통한 문화적 소비감 성취
생산적 소비	○	공작인(호모 파베르)욕구, 인간과 사물간의 교호작용(交互作用) 등에 의한 교감적 소비활동으로 직접 체험되는 '만들'의 가치 만족감
가치 소비	○	남과 비교하는 소비가 아닌 나의 '만족'을 위한 자기 만족도 성취
놀이 와 재미	○	'육체적 노동'을 통한 자기희열감 성취
의미	○	단순 소비가 아닌 가구제작을 통한 의미 성취
자발성	○	주체적이며 적극적인 여가 소비 의지
절약	○	경제적인 절약과 더불어 심리적인 절약정신 성취

<표 4-26. 감성적 결과 항목>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
1	한 **(女)	47세	재봉틀 함	2011년 1학기

구상 동기

시 어머니가 물려준 재봉틀 함이 파손된 이후 사용함에 불편함이 있었는데, 물려 받은 소중한 것을 생각하고 불편함을 해소하기 위해 DIY 가구 강좌를 통해 재봉틀 함을 만들기로 결정.

체험 과정 사진



항목	표시	구체적 내용
자아실현감	○	<p>체험자의 첫번째 작업물은 재봉틀 함이다. 체험자는 시 어머니로부터 물려 받은 물건을 보관해야 한다는 기본적 '의미'와 '절약'의 감성을 가졌으며, 유품을 통한 가족간의 연대를 느낄 수 있는 '소속감' 욕구 또한 충족시키는 DIY가구 체험이었다고 한다. 뿐만 아니라 이러한 행동을 자녀에게 보임으로서 교육적인 효과도 얻고자 하였다. 그리고 무엇보다도, DIY 가구 강좌 등록 전 전화 문의를 통해 말하였던, “나도 무엇인가를 만들 수 있을까요”라는 불안감을 첫번째 DIY 가구체험을 통해 재미와 성취감을 느끼면서 떨쳐냈다고 하였다. 또한, 앞으로의 작업에 대한 자신감을 가지게 되었고, 이 과정에서 무료했던 여가를 벗어날 수 있는 '의미'와 '생산적 소비'에 대한 갈증도 해결할 수 있을 것 같다고 밝혔다. 특히, 남과 비교되는 소비에서 벗어나길 원하였는데, 몸과 정신을 투자하여 무엇인가를 만들 수 있는 취미를 발견하게 된 것만으로도 기분이 좋다고 하였다. 체험자는 이를 '나만의 희열'을 체험한다고 밝혔다. 이것은 남과 비교하는 소비가 아닌 나의 '만족'을 위한 자기 만족도 성취와 같은 '가치소비'에 해당한다고 본다. 나아가, 완성되고 집에 가지고 간 뒤 식구들에게 보여주면서 자아존중감 및 절약을 체감했다고 하였다.</p>
자아존중	○	
성취감	○	
소속감 (사회적 소비)	○	
문화적 소비	○	
생산적 소비	○	
가치 소비	○	
놀이와 재미	○	
의미	○	
자발성	○	
절약	○	

<표 4-27. DIY 가구 만들기 체험-재봉틀 함>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
2	한 **(女)	47세	식탁의자	2011년 1학기

구상 동기

집의 인테리어를 리모델링한 후 식탁 높이가 싱크대 높이와 일체가 되면서 높아졌다. 때문에 식탁의자인 바 스톨(bar stool)을 구매하려 했지만, 고가(高價)이며 씩크대 디자인과 조화롭지 못한 상품들로 인하여 구매를 망설이다 DIY 가구 만들기를 통해 직접 제작을 결정함

체험 과정 사진

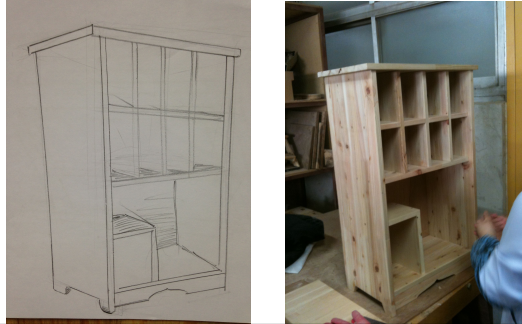


항목	표시	구체적 내용
----	----	--------

자아실현감		
자아존중		
성취감	○	체험자의 두번째 작업물은 ‘식탁의자’였다. 주방 리모델링을 통해 식탁과 싱크대의 높이가 같아지면서 기존 식탁의자를 사용하지 못하게 되자, 새로운 가구가 필요해진 것이다. 식탁의자를 구매하기 위해 가구매장을 방문 해 보기도 하고 온라인 판매 사이트를 검색하였지만, 체험자가 원하는 기능과 모던 스타일의 식탁의자를 찾지 못하여서, DIY 가구 강좌를 통해 해결하고자 하는 동기가 발생하였다고 한다.
소속감 (사회적 소비)	○	
문화적 소비		체험자는 식탁가구를 만들기 위하여 유사한 사진들을 탐색하는 자세를 보였으며, 논자와 체험자는 논의를 거쳐 체험자가 원했던 직선 형태의 심플한 디자인과 밝은 색상의 재료, 사이즈 등을 결정하였다.
생산적 소비	○	체험자는 식탁가구의 활용성에서 여러명이 함께 앉을 수 있는 벤치식의 긴 의자로 디자인 구상을 하였다. 이 과정을 통해 체험자는 실제 가정 내 설치되어 있는 기존 주방 가구와의 디자인 코디의 중요성을 배우는 계기가 되었다고 하였다. 이는 새로운 지식을 쌓아가는 학습의 즐거움, 즉 지적 즐거움에 해당 된다고 볼 수 있다. 또한, 체험자는 가족들이 사용할 가구를 직접 만들어 볼 수 있는 ‘성취감’에 희열을 느낀다고 하면서 ‘소속감’ 그리고 ‘절약’의 감성을 취했다고 밝혔다. 체험자는 식탁의자 체험 이 후 다음 작업에 대한 열의로 디자인과 새로운 재료에 대한 질문을 논자에게 많이 하였다.
가치 소비		
놀이 와 재미		
의미		
자발성		
절약	○	

<표 4-28. DIY 가구 만들기 체험-식탁의자>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
3	한 **(女)	47세	차(茶) 장	2012년 1학기
구상 동기				
수집한 다기세트를 보관할 수 있는 차 보관겸 장식장 제작 희망				
체험 과정 사진				



항목	표시	구체적 내용
자아실현감		<p>체험자는 직전학기가 끝나고 방학 기간동안 퀼트, 염색, 등의 취미활동을 하였다고 한다. 논자는 체험자에게 DIY 가구체험과 체험자가 경험해본 다른 여가활동 종목과의 차이점에 대하여 물어보았다. 체험자는 퀼트, 염색, 십자수 그리고 반지 만들기 등 다양한 취미생활을 해 본 결과, DIY 가구체험은 위험한 기계들 때문에 불안감이 있는 것은 사실이지만, 온 몸을 사용하여 가구를 만들기 때문에 다른 종목들에 비해 '성취감'이 가장 높은 것 같다고 말하였다. 또한, 여가 활동을 통해 무엇인가를 만들고 난 후 주변인에게서 가장 많은 부러움과 질문을 받은 것은 가구체험이 유일했던 것 같다고 밝혔다.</p> <p>체험자의 세번째 작업물은 '차장'이었다. 체험자는 자신에게 필요한 가구가 무엇일까?를 고민한 끝에, 체험자가 평상히 즐겨하는 취미인 차(茶)와 관련된 벽걸이형 차장 가구를 만들어 보기로 결정하였다. 체험자는 애초 디자인 구상에서 시도하려 했던 레드파인 집성판재와 채도가 높은 색상재료로 진행하지 못하였다. 강사의 지시대로 벽걸이형 기능을 감안하여 추천해준 18mm두께의 삼나무집성판으로 형태를 만들고 색상이 없는 무광(無光)의 마감 투명 바니쉬를 이용하여 DIY 가구 체험을 진행하였다. 그 결과 체험자는 강사가 권해준 재료와 색상 결과에 대하여 실망감을 밝혔었다. 특히, 완성 후 만족감이 반감되는 기대 이하의 감성을 가지게 되었다고 말하였다. 또한, 체험자 본인이 결정하였지만, 벽걸이형 기능 장식장으로서의 역할에 대해서도 불편한 기색을 내 비치었다. 왜냐하면 사용상에서 불편함을 많이 느꼈기 때문으로 사료된다. 체험자는 디자인 구상에 대한 중요성을 인식하는 계기가 되었다고 하였다. 그럼에도 불구하고, 체험자는 체험 이 후 '생산적 소비', '성취감', '의미', '절약'에 대한 감성은 느꼈으며, 주변인들의 긍정적인 반응에 힘입어 다음 작업에 대한 기대감을 표현하였었다.</p>
자아존중		
성취감	○	
소속감 (사회적 소비)	○	
문화적 소비		
생산적 소비	○	
가치 소비		
놀이 와 재미		
의미	○	
자발성		
절약	○	

<표 4-29. DIY 가구 만들기 체험-차장>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
4	한 **(女)	47세	공모전 출품	2011년 11월

구상 동기

DIY가구 체험이 누적되면서 생활에 필요한 가구를 만드는데 보다 세련되고 기술이 필요한 가구를 만들어 보고 싶은 욕심을 부부 테이블에서 찾기로 생각하고 구상을 하였다.

체험 과정 사진



항목	표시	구체적 내용
자아실현감	○	<p>체험자는 DIY 가구체험 강좌가 진행되었던 조선대 미술대학 가구전공실에서 공모전 출품을 준비하는 가구 전공 학생들을 관찰하게 되면서 체험자 또한 공모전 출품에 대한 생각을 하게 되었다고 한다. 논자 또한, 공모전 출품이나 전시회 참여를 하는 것이 사회적 성취감과 문화적 소비 감성 같은 것에 큰 영향을 미치는 것이라는 내용을 오리엔테이션 강좌 중 교육하였었다. 상담을 거쳐 네번째 작업물을 출품하는 것으로 하였다.</p> <p>체험자는 DIY 가구체험을 몇 차례 진행해오면서 CNC 목공용 조각 기계를 활용한 가구디자인에 관심을 가졌었다. CNC를 활용한 디자인을 구상한 결과 부부테이블로 결정하였고 디자인과정을 전개하였다. 재료는 18T의 자작합판과 가죽나무집성판으로 결정 한 후 나뭇잎 모양의 테이블 상판 형태는 CNC기계를 활용하기로 구상하였다. 색상은 체험자가 직접 선택하였다.</p> <p>DIY 가구 만들기 강좌를 통해 제작한 부부테이블을 2011년 11월에 진행된 대한민국문화대전(광주광역시 디자인센터) 공모전에 출품하여 입상하였다.</p> <p>이 경험은 여가 활동을 지속하게 해주는 계기가 될 수 있었으며, 자아만족 및 자아실현의 과정으로 가는 역할로의 가치가 충분하다고 생각하였다. 이는 ‘문화적 소비’에 해당할 것이다. 체험자는 작품의 질이 높고 낮음에 상관없이 창조 노동을 통해 만들어진 결과물을 공모전에 출품해보는 것 자체에 ‘성취감’과 ‘즐거움’을 느낀다고 밝혔다. 입상을 한 체험자는 만드는 과정에서 즐거움을 경험하게 되면서, 향후 DIY 가구 작업에 더 많은 시간을 할애할 것으로 보인다.</p>
자아존중	○	
성취감	○	
소속감 (사회적 소비)	○	
문화적 소비	○	
생산적 소비	○	
가치 소비	○	
놀이 와 재미	○	
의미	○	
자발성	○	
절약	○	

<표 4-30. DIY 가구 만들기 체험-공모전출품>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
5	안 **(男)	34세	장식장	2011년 2학기
구상 동기				

결혼 혼수 가구를 직접 만들고 싶은 생각에 DIY 가구 강좌에 등록.

체험 과정 사진



항목	표시	구체적 내용
자아실현감	○	체험자는 결혼을 앞둔 예비 신랑으로 평상시 생각으로만 해왔던 DIY 가구 만들기 체험을 통해 혼수 가구 제작을 희망하였다. 수강생은 DIY 가구 만들기는 처음이라고 했지만, 소유하고 싶은 생활 가구에 대한 이미지 조사를 많이 해왔다. 그는 인터넷 조사와 가구 대리점을 몇 차례 방문하여 자신만의 자료를 정리해왔다. 수강생 본인이 원하는 디자인과 기능에 대한 자기 주장이 확실했기 때문에 논자는 되도록 체험자의 의견대로 진행하였다.
자아존중		
성취감	○	체험자는 DIY 가구 만들기가 처음이기 때문에 제작 과정에서 논자의 도움을 많이 받았다. 체험자는 이에 관하여 '비록 강사의 많은 도움을 통해 가구를 제작하였지만, 신혼가구를 직접 만들어 보겠다는 꿈을 이루게 되어, 즐거움 이상의 자아실현 감성을 체험하였다'고 밝혔다. 또한, 결혼식 이후 집들이 행사 등을 통해 부인과 체험자 주변인들의 가구에 대한 칭찬과 부러움을 많이 받게 되면서 사회적 소비 감성이 느껴졌다고 밝혔다. 특히, 부인을 위해 세상에 하나 밖에 없는 가구를 자신이 직접 디자인하고 만들어 생활에서 부인과 같이 사용할 수 있는 '소속감'과 같은 상황에 감사해하였고 성취감을 느끼게 됐다고 밝혔다.
소속감 (사회적 소비)	○	
문화적 소비		그는 완성된 가구를 보며 만들어 내는 감성적 자아 실현감을 느낀다고 하였다.
생산적 소비	○	
가치 소비	○	였다.
놀이 와 재미	○	
의미		
자발성		
절약	○	

<표 4-31. DIY 가구 만들기 체험-TV장, 장식장>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
6	안 **(男)	34세	유아 침대	2012년 1학기
구상 동기				
결혼 후 아내가 임신을 하자 아이에게 필요한 가구를 직접 만들고 싶은 생각에 유아용 침대를 구상하게 되었다				
체험 과정 사진				



항목	표시	구체적 내용
자아실현감	○	<p>체험자는 직전 학기 DIY 가구 만들기 체험을 통해 신혼가구를 제작한 결과 주변 반응이 긍정적이고 좋았다고 하였다. 덕분에 더욱 큰 자신감을 가지고 DIY 가구 만들기 강좌에 재 등록하여 앞으로 태어날 아기의 유아 침대에 도전한다고 하였다. 그는 침대 디자인 기초 단계부터 집의 공간에 대한 생각과 유아 용품을 수납하기 위한 서랍장에 대하여 고민을 하였다. 논의 결과 서랍없이 침대를 제작하기로 결정하였고, 대신 이동이 가능한 바퀴 달린 함을 따로 제작하기로 하였다. 또한, 수강생의 감성 만족을 높여 줄 수 있는 방법으로 부부의 이름을 유아침대 상단 면에 조각하기로 했다.</p> <p>그러나 사례 6의 경우 체험자는 유아침대를 만드는 과정과 완성을 통해 생산적 소비, 가치소비, 놀이와 재미, 성취감 등은 체감 하였지만, 자신의 기술력으로는 진행할 수 없었던 기술적인 한계 및 목공 기계에 대한 두려움으로 의미와 자발성, 자아존중 등을 취하지 못하였고, 특히, 가구 제작 시간이 상대적으로 길어지면서 사례 5에서의 느꼈던 온전히 만족스러운 취미 생활로의 가치가 상실되었다고 밝혔다.</p> <p>이렇듯, 체험자의 높아진 눈높이 등으로 자아 만족과 즐거움의 감성은 취미활동 양과 폭이 커질 수록 까다롭게 변하게 되는 것으로 사료된다.</p>
자아존중		
성취감	○	
소속감	○	
(사회적 소비)		
문화적 소비		
생산적 소비	○	
가치 소비	○	
놀이 와 재미	○	
의미		
자발성		
절약	○	

<표 4-32. DIY 가구 만들기 체험-유아침대>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
7	안 **(男)	34세	목욕 의자	2012년 1학기

구상 동기

욕실에서 아내가 가사일을 할때 의자가 없어 불편함을 느끼고 있는데, 이를 해결하기 위한 목욕탕 의자를 제작하기로 결정.

체험 과정 사진



항목 표시

구체적 내용

자아실현감		
자아존중		체험자와 논자는 상의끝에 목욕탕의 습식 구조로 인한 욕실 가구의 재료는 습도에 강한 편백나무로 결정하였다. 목욕 의자는 체험자의 자발적 구상으로 진행된 것이 아니라, 아내의 요구에 의해서 계획되었고, 진행되었기 때문에 다양한 감성의 즐거움을 성취하지 못한것으로 사료된다. 특히 체험자는 자신이 창작한 구상에 의한 것이 아닌, 기성 제품을 그대로 모방한 디자인과 과정 때문에 성취감과 자아실현감을 체감하지는 못했다고 밝혔다.
성취감		
소속감 (사회적 소비)	○	그러나 완성 이후 가정 내에서 다양하게 활용되는 가치와 아내 주변인의 평가가 좋았기 때문에 사회적 소비 즐거움은 체감했다고 밝혔다. 이외에도,
문화적 소비		
생산적 소비	○	수강생은 직전 작업이었던 유아 침대 제작 이후 DIY 가구 공방에 대한 애착이 깊어졌음을 말하였는데, 사례 7, 목욕의자를 마친 후에는 가구 판매를 위한 대량생산과 간단한 조립법을 통한 작업의 능률 등과 같은 가구작업을 통한 경제적 가치까지 염두에 두는, 열쇠공방의 형태와 방향 등을 고민하는 자세를 보였었다. 단순 여가로만 생각하였던 가구체험을 다른 시점으로 보게 된 것이다. 이는 생산적 소비를 통한 가정경제를 생각하는 가치소비에 해당된다고 사료된다.
가치 소비	○	
놀이 와 재미	○	여가활동으로 시작한 가구 만들기를 지속하여 유지하고 싶은 열망을 느낄 수 있었다.
의미		
자발성		
절약	○	

<표 4-33. DIY 가구 만들기 체험-목욕 의자>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
8	안 **(男)	34세	공모전 출품	2012년 11월

구상 동기

DIY 가구 만들기 강좌를 통해 경험이 누적되자 자신의 실현감이나 효능감을 알아보기 위해 공모전에 출품할 수 있는 가구를 만들고자 구상을 하였다.

체험 과정 사진



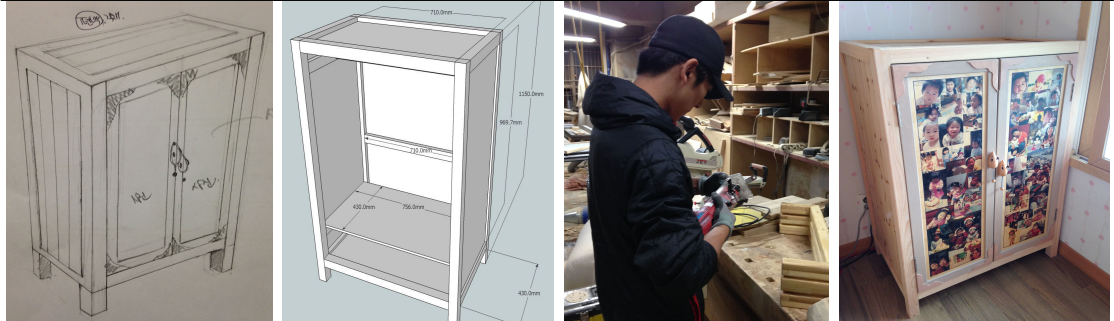
항목	표시	구체적 내용
자아실현감	○	<p>체험자는 2012년 11월에 진행된 대한민국문화대전(광주광역시 디자인센터) 공모전에 출품하려는 의지를 가지고 장식장가구 구상과 제작을 했다. 출품을 목표로 하였기 때문에 많은 노력과 열정을 가지고 가구제작에 임하였다. 목표가 있음으로 가치나 생산적 소비에 투자를 아끼지 않은 것이다. 체험자는 입선으로 입상하였다. 제작과정에서의 성취감과 완성했을 때의 자아존중감 그리고 입상이라는 결과에 따른 문화적 소비는 즐거움과 감성적 욕구를 충족시켜 주었다. 특히, 입상을 한 체험자는 만족의 즐거움을 경험하게 되었고, 향후 DIY 가구 작업에 더 많은 시간을 할애할 것으로 보인다. 이는 여가 활동을 지속하게 해주는 계기가 될 수 있으며 자아만족 및 자아실현의 과정으로 가는 역할로 가치가 충분하다. 특히, 공모전 입상 이후, 본격적으로 취미공방(열쇠공방) 개설을 추진한다고 밝혔다. 체험자는 가구제작에 필요한 목공용 공구들을 저렴한 가격에 구입할 수 있는 중고판매점을 찾아다니는 열정을 보여주었다.</p>
자아존중	○	
성취감	○	
소속감	○	
(사회적 소비)	○	
문화적 소비	○	
생산적 소비	○	
가치 소비	○	
놀이 와 재미	○	
의미	○	
자발성	○	
절약	○	

<표 4-34. DIY 가구 만들기 체험-공모전출품>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
9	박 **(男)	40세	아동 옷장	2011년 2학기
구상 동기				

자녀의 생일을 기념하여 추억과 기념이 될 수 있는 선물에 대하여 고민하던 중 아동 옷장을 만들기로 결정.

체험 과정 사진



항목	표시	구체적 내용
자아실현감	○	<p>체험자는 DIY 가구 체험을 2년 이상 계속하고 있는 감성사회인으로서 DIY 가구체험을 통한 ‘성취감’, ‘생산의 즐거움’ 그리고 가구 활용을 통한 ‘가치소비’, ‘소속감’ 등과 같은 감성 체감에 동감하고 있었다. 체험자는 디자인 전개, 재료선택과 같은 항목에서만 논자에게 도움을 청하였고, 그 외 체험과정에서는 스스로의 힘으로 제작하려는 의지를 보였다.</p> <p>체험자는 논자와의 대화를 자주 시도하였고, 논자와 디자인 상담 중 자신이 무엇때문에 DIY 가구체험을 하고 있는지와 만들고 있는지에 대한 자신만의 생각들 그리고 지속해서 DIY 가구를 만들겠다는 의지를 밝히면서 차후 조그만 규모에 목공기계 몇 가지라도 구비해서 개인 작업장을 만들고 싶다고 밝히면서, DIY 가구를 지속하여 유지하고 싶다는 생각들을 말해주었다.</p> <p>논자는 몇 가지 아이디어를 제공하는 수준으로만 지도하였다. 그 중 옷장 앞문에 자녀의 사진을 프린팅하는 평판프린팅 기법을 활용한 액자식 문짝을 추천하였다. 논자는 체험자가 재료 재단에서 조립과정까지의 과정 대부분을 직접 진행하였기 때문에 감성항목 대부분을 취했을 것으로 예상 하였지만, 체험자는 다음 작업으로 구상했던 원목 침대에 대한 연습과정으로 아동옷장을 만든다고 밝히면서, 이번 작업물에서는 의미, 놀이와 재미, 절약 등에 대한 감성 체감은 없는것 같다고 밝혔었다.</p>
자아존중		
성취감	○	
소속감 (사회적 소비)	○	
문화적 소비		
생산적 소비	○	
가치 소비	○	
놀이 와 재미		
의미		
자발성		
절약		

<표 4-35. DIY 가구 만들기 체험-아동옷장>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
10	박 **(男)	40세	아동 침대	2012년 1학기
구상 동기				

아토피성 피부질환이 있는 자녀를 위해 피톤치드 효과가 있는 편백나무를 이용하여 아동침대를 만들기로 결정.

체험 과정 사진



항목	표시	구체적 내용
자아실현감	○	<p>논자와 체험자는 새로운 학기가 시작되기 전 3번의 미팅을 통해 침대에 대한 디자인 구상 및 조립방법을 의논하였었다. 그는 2년 정도의 경력을 가지고 있었지만, 침대 제작은 처음이라고 밝히면서 침대 제작 방법, 재료 등에 대한 질문을 많이 하였다. 또한, 체험자는 가구 만들기 동영상 등을 통해 가구 결합 구조와 만드는 방법 그리고 경험해 보지 못한 새로운 목공 기계에 대한 호기심을 꾸준히 가지면서 순수 아마추어 이상의 가구제작 기술 향상을 원하였다.</p> <p>아동침대 작업에 들어가기전, 아토피성 피부질환을 앓고 있는 체험자의 자녀를 고려하여 재료 선택에 많은 정보를 취합하는 신중한 모습을 볼 수 있었다. 또한, 시중에서 편백나무 침대의 가격이 고가인 점이 스스로 침대를 만들려는 근본 이유라고 밝혔다. 이는 생산적 소비와 경제적 가치 그리고 놀이와 재미 등이 포함된 가치소비로 볼 수 있다. 체험자는 침대의 형태는 일반적이지만, 자녀만을 위한 감성적이면서 개성있는 디자인에 대해서도 고민하였고, 그 결과 논자와의 논의를 통해 침대 헤드보드에 자녀의 이름 이니셜을 조각하기로 결정하였다. 체험자는 조각한 한문 이름을 보면서 즐거워 하였고, 또한, 대형 가구 만들기를 처음 경험한 것에 대하여 큰 만족을 느꼈다고 밝혔다.</p>
자아존중		
성취감	○	
소속감	○	
(사회적 소비)	○	
문화적 소비		
생산적 소비	○	
가치 소비	○	
놀이와 재미	○	
의미	○	
자발성	○	
절약	○	

<표 4-36. DIY 가구 만들기 체험-아동 침대>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
11	박 **(男)	40세	데이 배드	2011년 2학기
구상 동기				

주로 거실에서 텔레비전 시청과 생활을 하는 부모님을 위한 거실용 원목 소파를 직접 만들기로 결정
 체험 과정 사진



항목	표시	구체적 내용
자아실현감	○	
자아존중	○	체험자는 직전 작업이었던 편백나무 침대를 제작해본 결과 다양한 감성을 체험하게 되었고, 무엇보다도 대형 가구에 대한 자신감이 생겼다고 밝혔다.
성취감	○	체험자는 원목소파와 관련된 다양한 사진 정보들을 논자에게 보여주면서 디자인과 제작 방법에 따른 형태변화 등까지 연구하는 자세를 보여주었다.
소속감 (사회적 소비)	○	논자와 디자인 논의 결과, 사용상의 편의성을 위해 앞뒤 앉는 부분을 넓게 제작하고, 팔걸이와 등받이를 최대한 낮도록 구상하였다.
문화적 소비	○	체험자는 부모님을 위한 가구를 만든다는 동기 때문인지 열의를 가지고 작업에 임하였지만, 회사 출장때문에 작업이 중단되는 일이 몇차례 발생하면서, 놀이와 재미, 자발성 등에서 연속성을 가지지 못하게 되었다고 밝혔고, 체험 후 다양한 즐거움을 체험하지 못하였다고 하였다.
생산적 소비	○	그러나, 자신이 만든 가구를 주변인들에게 보여주고 판매에 대한 문의가 계속 이어지면서 취득하는 감정을 '자기희열'이라고 표현하였다. 논자는 이 또한 감성사회인의 독특한 자세라고 생각된다. 특히, 자신의 주체적 취미활동을 즐기려는 체험자들이 가지고 있는 성향으로 생각한다.
가치 소비	○	
놀이 와 재미	○	
의미	○	
자발성	○	
절약	○	

<표 4-37. DIY 가구 만들기 체험-데이 배드>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
12	신 **(男)	68세	책장	2011년 2학기
구상 동기				

손주들이 초등학교에 입학하게 되자 선물로 책상 옆에 놓고 사용할 책장을 만들어 주고 싶어서

체험 과정 사진



항목	표시	구체적 내용
----	----	--------

자아실현감

자아존중	○	체험자는 초보자였지만, 첫 수업 때부터 몇 차례에 걸쳐 논자에게 이미 만 들려는 가구가 있다는 의중을 밝혔다. 그는 자신이 디자인한 원목 책장 디자인을 논자에게 보여주면서 자신의 의견을 강하게 표현하였다. 이는 생산적 소비, 자발성에 대한 감성으로 사료된다.
성취감	○	
소속감 (사회적 소비)	○	논자는 체험자와 논의 과정에서 체험자가 디자인해온 책장 가구에 대한 구조적 장·단점, 기능과 디자인의 문제 및 활용성의 문제 등에 관하여 의견을 제기하였지만, 재료를 편백나무로 교체한 것을 제외하고는 체험자의 강한 의지를 바꿀 수 없었으며, 결국, 체험자 의견 그대로 제작하기로 결정되었다. 그 결과 예상했던 대로 구조적 결함과 사용상의 불편함이 발생하였지만, 체험자는 스스로 만들어 본 첫번째 작업물을 가족들에게 빨리 보여주고 싶다고 말하면서, ‘성취감’과 ‘의미’ 특히, 자발적 의지로 진행된 과정에 자
문화적 소비	○	
생산적 소비	○	신만의 긍지를 느끼는것 같았다.
가치 소비	○	
놀이 와 재미	○	절약
의미	○	
자발성	○	
절약	○	

<표 4-38. DIY 가구 만들기 체험-책장>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
13	신 **(男)	68세	우체통	2011년 2학기
구상 동기				

주택 입구에 설치할 우체통 제작 희망

체험 과정 사진



항목	표시	구체적 내용
자아실현감	○	<p>체험자는 사례-12, 책장 때와 같이 디자인에 대한 고집은 있었지만, 외부환경에 목재로 만든 우체통이 노출되어야 할 상황 때문인지, 목재나 마감 페인트를 쉽게 결정하지 못하였다. 체험자가 구상했던 디자인은 지붕이 없는 사각형 모양에 우편물을 삽입할 수 있는 기본형태의 디자인이었다. 이와같이 편지를 넣는 입구(구멍)가 외부에 그대로 노출 될 경우, 비나 눈 등에 의한 내용물의 손실 등을 가져올 수 있는 문제가 발생할 수 있기 때문에, 논자는 위 사진에서 볼 수 있는 지붕이 있는 형태의 디자인을 제안하였다. 또한, 재료 선택에 있어서도, 체험자는 미송합판(12T)으로 제작하고 채도가 약한 페인트를 구상하였지만, 논자는 해충과 습에 강한 편백나무를 추천하였다. 체험자는 디자인 및 재료 선택 등에 대한 논자의 의견을 수용하는 자세를 보여주었다. 이것은 기능이나 목재의 성질 등을 알게 되는 지적 즐거움을 바탕으로 가치소비 감성을 성취할 수 있는 예로 볼 수 있다.</p> <p>체험자는 자신의 노력을 바탕으로 도면과정을 제외한 DIY 가구 체험과정 대부분 영역을 직접 하였으며, 사진에서 볼 수 있듯이 완성 후 자택에 설치하는 것까지도 스스로 처리하였다.</p> <p>그는 나이 문제만 아니라면, 목공작업을 지속하여 유지하고 싶다고 밝히면서, 무엇인가를 만들어 보는 창의적 취미활동이 자신의 마음을 '유쾌'하게 만들어 준다고 밝혔다. 또한, 남의 도움을 싫어하는 본인의 성향에 대하여도 말을 하면서, 작업 도중 가구가 망가지더라도 온전한 자신만의 성취감을 위한 여가를 가지고 싶다고 말하였다.</p>
자아존중	○	
성취감	○	
소속감 (사회적 소비)		
문화적 소비		
생산적 소비	○	
가치 소비	○	
놀이 와 재미		
의미		
자발성	○	
절약		

<표 4-39. DIY 가구 만들기 체험-우체통>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
14	임 **(女)	36세	연필 모형	2011년 1학기
구상 동기				

미술학원 인테리어를 겸하여 강의실 문에 부착할 학원 상징물로서 연필 모형을 제작 희망

체험 과정 사진



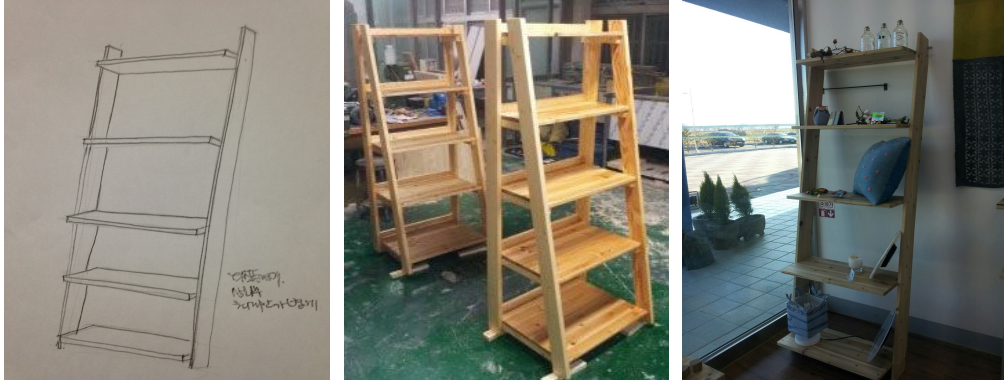
항목	표시	구체적 내용
자아실현감		체험자는 미술학원을 운영하고 있는 원장이다. 미술대학 미술전공 출신으로 평상시 실내인테리어에 관심이 있었으며, 최근 자신의 학원을 리모델링 하면서 더욱, 학원 실내 환경 조성에 관심이 있다고 밝혔다.
자아존중		
성취감		체험자는 자신의 능력으로 학원을 좀더 미적으로 꾸미고 싶어하는 욕구 충족을 위하여 DIY 가구강좌에 등록하였다고 말하면서, 직접 소품 등을 만들 수 있는 기술을 배우고 싶어하였다. 이는 '자발성'의 발로일 것이다.
소속감 (사회적 소비)	○	체험자는 논자와 상의 도중 자신의 학원 강의실 입구에 부착할 모형물을 구상하였고, 모티브로 연필을 생각하였다. 논자는 체험자의 의견을 따라, 벽에 부착할 수 있을 만큼 가벼운 소재인 삼나무 집성판 12T를 추천하였다.
문화적 소비		
생산적 소비		
가치 소비	○	그러나 체험자는 강사가 추천한 목재료의 목리와 질감을 싫어하였고, 직접 목재상을 방문하여 스프러스 집성판 18T로 결정한 후 작업을 진행하였다.
놀이 와 재미		채색 구상 또한, 체험자가 페인트 재료상에서 샘플을 구입 후 선행 샘플작업을 진행하는 등, 자신의 작업물에 대한 열성을 보여주었다.
의미		
자발성	○	그러나 작업 결과 체험자는 처음 구상 했던 것보다 큰 형태로 제작된 점을 아쉬워 하였지만, 자신의 학원을 상징할 수 있는 '차별적'인 디자인을 구상하고 실현했다는 점은 '가치소비'를 얻은 것 같았다. 그리고 미술학원에
절약	○	대한 '소속감' 만족을 밝혔다.

<표 4-40. DIY 가구 만들기 체험-연필모형>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
15	김 **(男)	45세	전시 가구	2012년 1학기
구상 동기				

매장 내 물품을 전시할 수 있는 사다리 모양의 상품 진열장을 제작 희망

체험 과정 사진



항목	표시	구체적 내용
자아실현감		체험자는 인테리어 장식 업을 운영하고 있으며, 직전 학기에 등록 한 후 기초반 과정을 수료한 체험자였다. 그는 일품가구와 같은 고급수제 가구보다는 상업 인테리어에서 쓰이는 가구에 깊은 관심을 보였다. 특히, 옷 가게나 카페 인테리어가 주 종목인 관계 때문인지, 용품을 전시 할 수 있는 매장 가구와 신발장, 장식소품 등에 관심이 많았다. 사례-15는 향수 및 악세서리 용품점을 인테리어하고 있는 가운데, 필요한 소품 가구들을 직접 제작하여 인테리어 비용을 절감하려는 목적으로 재 등록한 경우에 해당된다고 볼 수 있다. 이는 '자발성'에 따른 감성과 '절약' 감성을 취하려는 욕구일 것이다.
자아존중		
성취감	○	
소속감	○	
(사회적 소비)		
문화적 소비		
생산적 소비	○	
가치 소비		체험자는 DIY 가구강좌에 재 등록 하기전에 혼자 힘으로 상품 진열장을 만들기 위해 노력했지만 실패를 하였다고 밝혔고, DIY 가구강좌를 통해 사다리 진열장 가구 제작 및 제작 기술 습득을 목적으로 한다고 말하였다. 그는 향후 계획으로 위 사진에 있는 사다리 전시가구를 30여개 만들어야 한다고 밝혔다. 그래서 만들 수 있는 제작 기술을 익힌 후 회사 직원들에게 자신이 가르쳐야 한다고 밝힌 점은 '절약', '성취감', '사회적 소비'를 체험하는
놀이 와 재미		
의미		
자발성	○	
절약	○	과정으로 사료된다.

<표 4-41. DIY 가구 만들기 체험-전시 가구>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
16	김 **(男)	45세	자전거 거취대	2012년 1학기
구상 동기				

출 퇴근용 자전거 거취를 할 수 있는 거취대 용품 제작 희망

체험 과정 사진



항목	표시	구체적 내용
자아실현감	○	<p>체험자는 자전거 거취대 디자인 구상을 진지하게 하지 않았었다. 그는 단 순히 거취 기능만을 생각하였고 개성이 없는 디자인을 고집하였다. 논자와 체험자는 논의 끝에 두가지 작품을 만들어 보기로 결정했다. <사례 16-1>은 체험자가 디자인 구상한것으로서 거취대 기능에 충실한 일반 합판을 이용하여 만든 것이며, <사례 16-2>는 논자가 디자인 한 것으로 재료의 변화와 미적 요소를 첨가한 것이다. 결과적으로, 체험자는 <사례 16-2>에 만족을 표현하였다.</p> <p>특히, 체험자는 완성 이후 사무실과 집에서 거취대를 사용하였는데, 직장 동료들에게서 많은 부러움을 받게 됐고, 체험자가 등록되어 있는 온라인 DIY 가구체험 동호회원들에게서 개성 인정과 칭찬을 받게 되자 성취감이 배가 되는 즐거운 감성을 느끼게 되었다고 밝혔다. 이후 DIY 가구 제작에 자신감을 가지게 될 것 같다고 표현했다.</p>
자아존중	○	
성취감	○	
소속감 (사회적 소비)	○	
문화적 소비	○	
생산적 소비	○	
가치 소비	○	
놀이와 재미	○	
의미	○	
자발성	○	
절약	○	

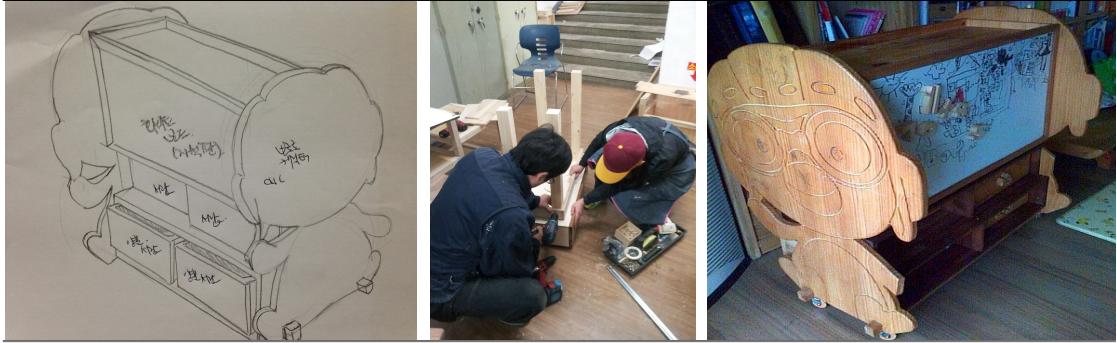
<표 4-42. DIY 가구 만들기 체험-자전거 거취대>

사례	체험자	나이	체험 가구	체험 년도
17	김**(男)	36세	유아 완구 가구	2012년 2학기

구상 동기

자녀의 한글과 숫자교육을 위해 고민하던 중 아동 캐릭터를 이용한 교육 겸용 아동가구 제작 희망.

체험 과정 사진



항목	표시	구체적 내용
자아실현감	○	<p>체험자는 자동차 실내인테리어 및 간판디자인 그리고 홍보용 제품을 기획하는 컴퓨터 프로그램 전공자로서 직접 아동용 캐릭터를 CAD데이터로 작업하였다. 또한, CNC(목공용 조각기계)를 활용하여 옆면 캐릭터모양 작업을 하였다. 그는 CNC라는 기계를 이용하여 회사 내에서는 아크릴 가공만을 해보았었는데, 가구제작에 처음 활용해보면서 디자인적인 '성취감'을 느꼈다고 밝혔다. 이는 새로운 경험을 체험 할 수록 체감되는 지적즐거움을 통한 '가치소비'라고 할 수 있다.</p> <p>또한, 체험자는 경제적으로 부담될 수 있는 CNC 가공비였지만, 자신의 자녀를 위한 가구라는 이유와 자신이 선택한 첫번째 DIY 가구체험 작품이라는 이유 그리고 사회에서 받은 피로감을 풀 수 있는 자신만의 여가활동에 대한 기대감으로 흔쾌히 제작비를 부담하였다. 또한, 감각적 소비 욕구만을 위해 그동안 소비해왔던 일회성 소비에 반성하는 자세를 보였다. 그 결과, '생산적 소비'의 즐거움을 통해 가장으로서의 역할 및 아빠의 역할을 할 수 있게 된 점을 논자에게 감사해 하였다. 이는 '성취감'을 통한 '소속감'의 욕구 충족을 느끼는 '자아실현감'이라 할 것이다. 그는 DIY 가구체험 여가를 지속하여 진행하고 싶다고 밝히면서 규모가 있는 가구공방을 소개해 달라고 하였다.</p>
자아존중		
성취감	○	
소속감 (사회적 소비)	○	
문화적 소비		
생산적 소비	○	
가치 소비	○	
놀이 와 재미		
의미		
자발성	○	
절약		

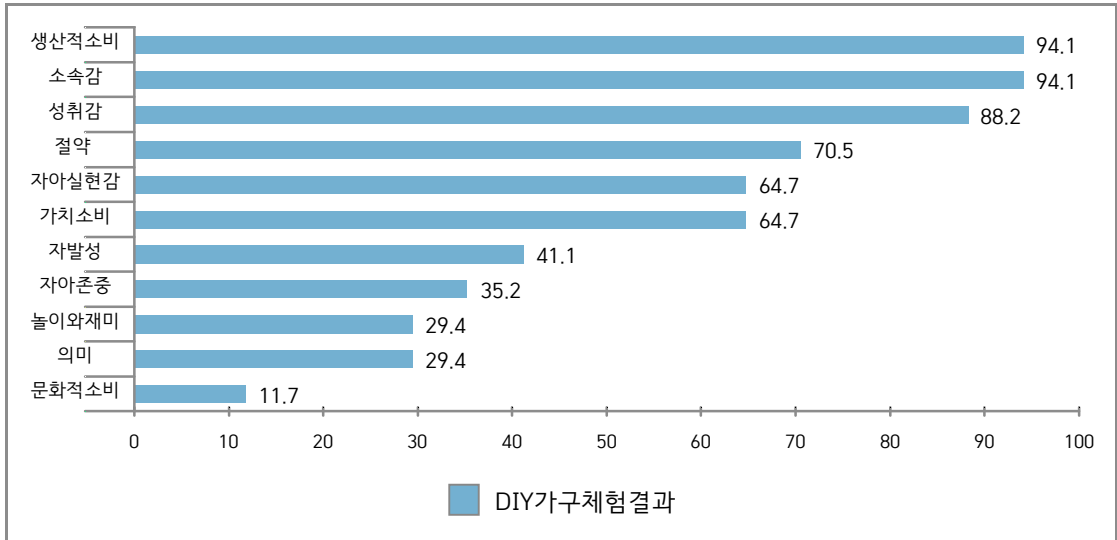
<표 4-43. DIY 가구 만들기 체험-유아완구 가구>

표 <4-44>는 DIY 가구체험 사례 17건을 종합한 것이며, 표 <4-45>는 항목 별 빈도 분석 그래프이다.

사 례	체 험 자	체 험 가 구	체험자의 DIY 가구체험 후 감성적 항목										
			자 아 실 현 감	자 아 존 중 감	성 취 감	소 속 감 (사 회 적 소 비)	문 화 적 소 비	생 산 적 소 비	가 치 소 비	놀 이 와 재 미	의 미	자 발 성	절 약
1		재봉틀함	○	○	○	○			○	○		○	○
2	한	식탁 의자			○	○			○				○
3	** _(女)	찻(茶) 장			○	○			○			○	○
4		공모전출품	○	○	○	○	○	○	○		○	○	
5		장식장	○		○	○			○	○	○		○
6	안	유아 침대	○		○	○			○	○	○		○
7	** _(男)	목욕 의자				○			○	○	○		○
8		공모전출품	○	○	○	○	○	○	○				
9		아동 옷장	○		○	○			○	○			
10	박 ** _(男)	아동 침대	○		○	○			○	○	○	○	○
11		데이 배드	○		○	○			○	○			○
12	신	책장		○	○	○			○	○		○	○
13	** _(男)	우체통	○	○	○				○	○			○
14	임 ** _(女)	연필 모형				○			○				○
15	김 ** _(男)	전시 가구			○	○			○				○
16	김 ** _(男)	자전거 거취대	○	○	○	○			○				○
17	김 ** _(男)	유아완구 가구	○		○	○			○				○
소계(%)			64.7	35.2	88.2	94.1	11.7	94.1	64.7	29.4	29.4	41.1	70.5

○-표시

<표 4-44. 체험자의 DIY 가구체험 후 항목별 감성적 결과 - 사례 종합 분석표>



<표 4-45. 체험자의 DIY 가구체험 후 항목별 감성적 결과:빈도율>

체험자의 주관적인 DIY 가구 품목선택과 재료선택, 작업과정 그리고 참여도 등에 따라 감성적 체험 차이는 상이하겠지만, ‘생산적 소비’가 94.1%로 가장 높게 나타났다. 이는 현대 감성인이 사회생활에서 육체적인 노동의 부족으로 인간의 호모 파베르 성향을 본능적으로 추구하는 성향으로 보이며, 인간과 사물간의 교호작용(交互作用, Reciprocal action) 등에 따른 감성으로 볼 수 있다. ‘소속감’ 역시 94.1%로 높게 조사되었다. 이는 현대인들이 사회생활을 하면서도 군중속의 고독과 같이 일 이외에 만나는 사람들과의 기회나 교분이 적은 상태에서 인간과의 유대감을 원하고 있었다는 것을 체험으로 느끼게 된 결과라고 본다. DIY 가구체험은 자기 중심적이고 개인화된 성향의 체험활동으로 인식되어질 수 있는 여가소비이지만, 가구를 직접 사용하게 될 가족 구성원 및 주변인들의 관심도 등이 체험자가 느끼는 감성 만족에 많은 영향을 주는 것으로 사료된다. 체험자들은 DIY 가구체험으로 여가소비를 지속하게 되자, 체험자 주변인들이 체험자에게 부러움의 시선과 함께 감성적인 여론 및 무엇인가 기대하는 감성적 상황들이 발생하게 되었다고 밝혔다. 이외에도, 체험자들은 자신이 만든 가구가 즐겁게 활용되는 모습들을 보면서 더욱 소속감의 감성이 향상됐다고 밝혔다. 특히, 체험사례 6·9·10·17번 등의 경우, 자녀를 위한 가구 제작을 통해 가정 내 소속감을 체감하면서 성취감, 자아실현의 감성으로 발전되는 느낌을 갖게 된다고 밝히고 있다.

다음 순으로 ‘성취감’이 88.2%였다. 체험 전에 ‘나도 가구를 만들 수 있을까?’라고 염려하였던 대부분의 DIY 가구체험자들이 DIY 가구체험 강좌를 통해 직접 만들고, 색을 칠해 보면서, 체험가구의 종류, 품질, 완성도와 상관없이 자기 손으로 완성을 해 냈다는 ‘성취감’의 감성을 자기 것으로 느끼는 것을 볼 수 있다.

다음은 ‘절약’항목이 70.5%이다. 절약은 DIY 감성적 요소에서 살펴 보았듯이, DIY 문화의 근본적 이유에 해당된다. DIY 가구체험을 통해 자신에게 필요한 소품부터 생활 가구까지 직접 만들어 생산하는 것은 무조건 아끼고 안쓰는 절약의 의미도 있지만, 작은 것 하나라도 만들어 보는 문화적 의미로 사료되며, 고가의 품질이 뛰어나고 세련된 유명 가구를 구입할 경제적 여건이 되지 않아 선망의 대상으로 바라 보았던 가구를, 경제적으로 합리적인 재료 등을 선택하여 정성된 노동으로 자녀를 위한 가구를 만드는 행위는 고가의 명품가구보다 가치가 있는 가구라고 생각한다. 이는, 설문 8번 문항 질의 중 1순위로 분석된 ‘다양한 생활가구 제작을 통한 경제적 가치’(19명)와 일치되는 결과로 볼 수 있다.

다음 순으로 ‘자아실현감’과 ‘가치소비’가 각 64.7%로 나타났다. 이 둘의 감성이 생산적소비나 소속감, 성취감 보다 낮게 나타나게된 점은, 체험자가 DIY 가구체험 반복 경험을 하게 되면서, 자연스럽게 성취하고 싶은 다양한 감성적인 욕구가 상승했기 때문으로 사료된다. 처음으로 자신만의 가구를 만들어 보는 첫 경험을 통해서, 가치소비와 자아실현감 등을 많이 느꼈지만 이후, 체험이 반복되면서 증가된 감성적 욕구를 만족시킬 만큼의 기술적 향상이 뒤따르지 못함으로 자극하여 드러나는 자아실현감이 둔해진 것일 수도 있다. 이외에도, 체험자들에게 오리엔테이션 및 사전 교육 강좌를 통해 감성항목의 용어들에 대한 교육을 진행하였지만, 용어가 갖는 본질적 의미와 가치내용을 명확하게 인식 못했기 때문일 수도 있다.

다음으로 ‘자발성’이 41.1%로 조사되었다. 체험자가 가져야 할 자발성은 DIY 가구체험의 기본 요소 중 하나일 것이다. 논자가 체험자들과 DIY 가구체험을 진행하면서 느낀 점 중 하나는, 체험자 성향에 따라서 ‘체험 결과에 대한 스스로의 평가가 주관적이다’라는 것을 알게 되었다. 자신의 작업물에 대한 자발적인 참여도가 높은 경우에는 만족의 감성이 높다는 것이며, 반대로 감사나 주변인들의 간섭과 같은 의견들이 많을 수록 즐거움의 감성이 퇴화되면서 앞서 나타난 감성들을 체감하지 못한다는 것이다.

사례 3번, 찻장가구의 재료 선택문제, 사례 7번, 목욕의자 제작을 바랬던 아내의 주문 사례에서 볼 수 있듯이, 주변의 의견이나 요구들이 많아 질 수록 체험자의 감성은 즐거움과는 반대되는 감성을 가지는 것으로 조사되었다. 반대로 사례 12-책장, 사례 15-전시가구 등을 보면, 자신의 강한 의지로 디자인을 구상하면서 DIY 가구체험을 진행하게 되면 가구 완성도 등과 상관없이 유쾌한 감성을 가지게 되는 것으로 볼 수 있다.

다음 ‘자아존중’ 35.2%이며, ‘놀이와 재미’, ‘의미’가 각 29.4%로 조사되었고 마지막으로 ‘문화적 소비’가 11.5%로 조사되었다.

4. DIY 가구체험자 인터뷰

조선대학교 평생교육원 DIY 가구 강좌 8명과 DIY 가구 공방을 방문하여 DIY 가구체험을 여가로 활용하고 있는 감성사회인을 대상으로 현장 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰 내용은 ‘왜, DIY 가구만들기 체험을 원하는가?, 왜, 하고 있는가?’에 대한 것이다.

이들의 인터뷰 내용은 다음과 같다.⁷⁷⁾

〈 인터뷰-1 : 공방회원 30초반 남성 〉

“자기 손으로 만들어 보는 열정, 누구에게나 있을 법한데 다들 생각만 하고 있을 뿐 실제로 실행하기에는 용기가 부족한것 같다. 그래서 DIY 강좌를 통해 나무 냄새라도 맡아보고 싶어서 등록하였다. 할 수만 있다면 작은 신발장이라도 만들어 보고 싶다.”

77) *인터뷰 방식은 구두형식으로 진행됐으며 논자가 메모하는 형식으로 정리하였다. 논문에는 인터뷰 내용을 중심으로 대화체 말투를 가능한 수정하지 않고 기술하였다.

* DIY 가구공방

-1. 내가 디자인하고 내가 만드는 가구-광주 목련점(광주광역시 광산구 운남동)
-2. 가구와 집 만드는 세상 (광주광역시 서구 금호동 화개 중앙로 114번길)

〈인터뷰-2 : 공방회원 40후반 남성〉

“DIY 경향도 하나의 시대 흐름인것 같다. 일상생활 용품들이 빠른 사이클로 매일 새롭게 출시(出市)되고 사장(死藏)되면서 구입한 제품에 대한 만족감이 길게 가지 못하는데, DIY로 내가 사용할 가구를 직접 만든다는 것은 유행을 쫓아만 가는 것이 아닌 내가 유행을 만들 수 있다는 생각이 든다.”

〈인터뷰-3 : 사례 1-4번 체험자〉

DIY가구 만들기를 하기 전 여가 생활 마저도 확실적인 취미로 시간을 보내고 있는 내 모습을 보면서 각성을 하고 취미를 찾던 중 DIY가구 만들기를 주부들도 쉽게 할 수 있다는 정보를 인터넷과 잡지에서 보게 되었고 그래서 DIY가구 만들기 평생 교육원에 등록하여 작업을 하게 되었다.

주부인 입장에서 식탁 의자를 제일 먼저 만들고 싶었고, 실력이 향상되면 식탁을 만들어 보고 싶었는데 생각과는 달리 제일 먼저 선반을 만들게 되었다.

서툴지만 독특하고 감성적인 느낌과 내 손으로 만들었다는 성취감이 나를 즐겁게 해주고 있다.

“개인적인 생각으로는 한국에 DIY 가구 문화가 시작된지 10년이 넘어가고 있는데 감성사회인들이 체감하고 있는 DIY 가구의 인식은 기술력이나 경험의 부족으로 만들기 때문에 저급 가구로 생각하거나 나만의 개성적이고 자신이 소유하기 때문에 고급 가구로 생각하는 두 가지 생각이 있는 것 같다. 나는 가능한 고급 가구를 사용하고 싶은 욕구로 시작하였는데 실현될런지는 계속 작업을 해 봐야 알 것 같다..”

인터넷이 발달하기 전에는 뭐 하나 만들고 싶어도 동네 목공소에서 목수분들의 편잔을 들어가며 부탁을 했는데, 지금은 나사 하나라도 배송해주니 주부입장에서는 DIY가구를 만들 수 있는 여건이 되어 기분이 좋고 편해졌다. 나의 이런 모습을 남편이 보고난 뒤 현재는 남편 스스로 베란다 페인트 색상 교체 작업을 하는 등 집 안일에 더욱 적극적으로 바뀌지고 있다. 다음 강좌 부터는 남편과 같이 등록하여 부부용 커피테이블을 만들어 보기로 계획하였다.”

< 인터뷰-4 : 공방회원 20후반 여성. >

DIY 가구 만들기를 하는 이유는 원하는 디자인이나 자신이 생각했던 제품이 시중에 없을 때, 그리고 비싼 제품에 대한 소유욕을 대신하여 내가 만들어서 해결할 수 있다는 점 때문이라고 생각한다. 나아가, 자신의 집에 딱 맞는 맞춤형 가구를 만들 수 있다는 장점이 크다고 본다. 즉, 내가 제품에 맞춰 역지로 구매해야하는 것이 아니라 제품을 나에게 맞추는 것이기 때문에 DIY 가구 만들기 유행이 확산하고 있다고 생각한다. 과거 컴퓨터를 구매할 때 무조건적으로 완성된 완제품을 구매해야 했던 시절 점차적으로 컴퓨터를 조립하여 사용하는 인구가 늘어난것 처럼, 지금의 DIY 문화도 비슷한것 같다. 특히, 과거에 비해 공구사용이 보편화되면서 전문가들만 가능했던 기술에 대한 부담이 줄어든 것 또한 DIY 문화 확산에 일조한것 같다. 궁극적으로는 자신감도 얻을 수 있고, 새로운 능력이 더 생기는 것 같다.”

< 인터뷰-5 : 사례 15번 체험자. >

철물점을 운영하며 가구 관련 하드웨어와 자재를 취급하다보니 자연스럽게 가구 제작에 관심을 가지게 되었다. 철물점에 오는 손님 중에는 공구 및 자재를 구경만 하러 오는 이들이 있다. 이들 대부분은 자신이 무엇을 만들고 싶은데 어떤 공구가 필요한지 물어 보면서, 나중에라도 시간과 경제적 여유가 생겼을 때, 만들어 보기 위하여 지금부터 구매 준비하고 있다고 말하는 이들이다.

손님 중에는 가구 만들기를 취미로 하고 있는 분들이 있는데, 그 분들과 대화를 나누다 보면 나 또한 가구 만드는 여가를 자연스럽게 동경하게 되었다. 평상시에 생각만 하다 용기를 내어 이번 학기 DIY 강좌를 등록하였는데, 그림 교육을 받은 적도 없는 입장에서 상상으로만 생각하고 있는 가구를 구체적으로 만들 수 있을지 궁금하다.

DIY 가구 만들기에 대한 경험이 전무한 상태이기 때문에 단정지어 말 할 수 없지만, 집에 꼭 맞고 사용자 편의에 적합한 마음에 드는 제품을 내손으로 만들기가 힘들것 같다. 그러나 지금 당장의 마음으로는 품질과는 상관없이 직접 만든다는 경험자체 하나만으로도 충분히 만족스러울것만 같다. 나아가 디자인+규격+비용 그리고 덤으로 품질까지 고품격이 된다면, DIY 가구 취미를 하는 이유로는 충분하다고 생각한다. 아직 초보 입장으로는 목공 작업복을 착용하고 보호안경을 쓰고 작업실에서 사포작업을 하는 내 모습 자체가 어색하고 낯설고 이상하지만, 전문가의 도움을 받으면서 구멍을 뚫고, 나사로 목재를 붙이고, 다듬는 과정이 다시 학교를 다니는 기분 같아 설레이고 즐겁다. 집에서 혼자 만들었을 때는 답답했는데 평생교육원 강좌를 통해 여럿이 같이 하니 더욱 동기 부여가 되는것 같다.

〈 인터뷰-6 : 사례 17번 체험자.〉

“확산하고 있는 주 5일제 근무에 따른 여가활동 그리고 친환경 생활에 대한 관심으로 DIY 가구만들기에 관심이 몰리고 있는것 같다.”

〈 인터뷰-7 : M가구 공방 운영자, 41세 〉

“회원 분들 위주로 말씀을 드리면, 우선 미혼 남녀들은 필요에 의한 경우도 있지만 취미적인 성향이 강하고, 주로 여가 시간을 이용하여 DIY 가구에 접근하는 것 같다.

젊은 기혼 남녀들은 남성보다 여성 회원들이 많은데 필요에 의해서 오는 것 같다. 특히 아이를 두고 있는 엄마와 주부들이 대부분으로 주변에서 쉽게 접하게 되는 MDF로 만든 가구들이 유해(有害)하다는 정보를 듣고 자신의 아이에게는 편백나무 같은 원목으로 가구를 만들어 보려는 분들이다. 물론 시중 원목가구의 높은 가격도 원인인것 같다.

중년의 기혼 남녀들은 여가 활용면이 강하다. 그러나 여가활동을 하면서도 뭔가 눈에 보이는 결과물을 목적으로 한다. 그리고 이 연령층은 원목가구에 대한 소비욕구가 강한 편이기 때문에 여가 활동을 가구 만들기를 함으로서 결과물도 얻으려 한다. 시간이나 금전적으로 여유가 있긴 하지만 가구를 만드는데 도움이 되는 좋은 공구들이 비용면에서 부담이 되어 DIY공방을 찾는 것 같다.

정년을 앞둔 직장인들도 공방에 오시는데, 이분들은 퇴임 후 할일을 고민하다 오시는 분들인것 같다. 창업쪽도 생각하시는 분들이 많이들 찾고 있다.

그 외에도, 공방에 여자 분들이 많은 이유는, 남자들은 가구를 만드는 기술로는 여성보다 잘하지만 반면에 실수가 많고, 결과물을 빨리 확인하기를 바라는 측면 때문인지 급히 진행하다보니 완성도가 생각보다 떨어진 경우가 있는데 이러한 이유들로 인해 중도에 포기하는 경우가 많다. 그러나 여성분들은 가르쳐 주는 순서대로 천천히 작업을 진행하다보면 비록 시간은 오래 걸리지만 완성도가 그만큼 높아진다. 일반적으로 생각하기에는 남자분들이 공구를 다루거나 작업상 거친일이기 때문에 더 잘 할 수 있을 거라 생각되지만, 결과적으로 이러한 성별 성격때문에 여자분들이 더 오래 더 많은 작품을 만들어서 가지고 가는 것 같다.

제5장 결론 및 제언

제1절 논의 및 결론

현대의 많은 감성사회인은 사회생활에서 주체적이지 못하고 가시화되어야 하는 결과물을 쫓는 과정에서 자아 본연의 창조성을 발휘하지 못한채 자신의 일에 만족하지 못하면서 자신감을 상실하고 정신적 피로감을 느끼고 있다. 감성사회인들이 주체적 삶을 통해 자아실현을 자신의 것으로 성취하기 위해서는 자신이 할 수 있는 것들을 스스로 창조하고 ‘자기객관화’ 과정을 통해 자아에 대한 자신의 신뢰감을 통하여 자기실현의 감성을 성취하고 자신감을 회복하여야 한다.

본 연구는 감성사회 구성원들이 만족스러운 여가를 갖지 못하면서 발생하는 다양한 문제점을 감성적 가치소비를 통하여 극복하여 자기발견과 자아효능감 성취 그리고 자아실현감을 느껴 자신의 행복을 성취하는것이 목적이다. 이를 위하여, 자아와 자아실현, 감성과 감성사회 그리고 가치와 가치소비 등에 대한 이론적 근거를 검토하였으며, DIY 가구체험자를 대상으로 설문조사, 인터뷰, DIY 가구 체험사례와 분석을 통해 DIY 가구체험 소비가 감성사회인의 생활에 어떠한 영향을 미치는지부터 자아실현 성취감까지 살펴보았다. 본 연구 과정 및 결과를 정리하면 다음과 같다.

감성사회인은 여가에 자신의 욕구를 충족시킬 수 있는 감성적 가치소비인 DIY 가구 체험을 활용함으로써 자아 존중감이나 효능감을 느낄 수 있는데, 그러기 위해서는 몇 가지 요건이 맞아야 한다.

첫째, 경제적 요건으로 대한민국의 경우 산업화에 따른 국민소득 증대로 2007년 \$21,695가 넘어 경제적 여유가 생기고 정보화 사회 이후 성숙해진 사회 분위기 및 웰빙 경향에 맞춘 건강하고 즐거운 생활에 대한 갈망을 원하게 되었다. 이에따라 감성사회인은 점차적으로 주말 여가를 자신의 행복과 만족스러운 감성충족을 가질 수 있는 가치소비재를 찾게 되었다. 경제학에서 개인소득이 \$2만이 넘었을 때는 특정 소비문화가 정착된다고 하였는데 DIY 가구체험은 감성사회인들의 경제적 요건에 적합한

생활 속 소비재 요건을 가지게 된 것이다.

둘째, 시간적 요건은 한국이 2007년 주 5일 40시간 근무 제도가 시행된 이후, 여가 생활에 대한感性사회인들의 관심이 스포츠 활동, 취미·오락 활동, 관광 순서로 집중되어 있다고 조사되었다. 그러나 50년대의 빈곤국에서 개발도상국을 거쳐 OECD국가에 들어갈 정도의 경제적 성장을 하기 위해 한국인들은 여가시간을 어떻게 보내는 것이 감성적이며 창조적인 것인지 생각할 여유가 없었다. 그러나 21세기에 들어오며 한국의 사회여건은 경제뿐만 아니라 자신의 여가를 감성적이며, 창조적인 여가소비활동으로 발전시킬 수 있는 가치소비 시간에 대한 욕구와 갈증이 많아 지게 되었다.

지금까지 여가를 도박이나 몸보신 혹은 쇼핑을 위한 관광같이 시간과 돈을 소비만 하는 무의미한 여가가 아닌, 일상 속 재 충전과 자아발견을 위한 생산적이며, 창조적인 여가의 시간을 갖기를 원하게 된 것이다

DIY 가구체험은 오락, 문화 활동의 한 종목으로서感性사회인 자신의 행복을 위한 창의적이고 생산적인 가치있는 시간을 만들어주는 가치소비의 요건을 가지고 있다.

셋째. 감성적 요건이다. 감성적 요건은 놀이와 재미, 의미, 자발성, 절약의 요소가 있다. 놀이와 재미 요소는 여가 활동을 통해 환희와 기쁨을 체험하는 것을 말하는 것으로, DIY 가구체험은 가구를 만드는 과정에서 재미를 느껴 인간 본연의 욕구를 충족시켜주어 생활 속에 '유희성'을 주는 역할을 한다. 의미요소는 DIY 가구체험에 자신만의 이야기, 생각 등을 자연스럽게 투영할 수 있는 기회를 제공해 주는 체험활동이다, DIY 가구체험은感性사회인의 삶의 방식을 감동으로 이끌어 낼 수 있는 의미적 요소를 가지고 있다. DIY 가구체험의 자발성 요소는感性사회인의 주체적인 소비의식을 말하는 것으로,感性사회인의 자발적인 생산자로서의 역할 즉, 자기가 능동적으로 대상을 이룩하려는 감성적 가치소비적 요소를 말한다. 절약의 요소는 가치소비를 통한 경제적인 절약과 함께 심리적인 절약 정신을 말하는 것이다. 이와같이 몇가지 요소들을 통해感性사회인들이 자기발견과 자아효능감 그리고 자아존중감과 성취감 등의 감성을 발견할 수 있는 것을 연구 분석하였으며, DIY 가구체험이感性사회 속 주요한 여가 문화로 발전될 수 있는 배경을 연구하였다.

다음 감성적 가치소비인 DIY 가구 체험을 통한 감성사회인의 다양한 감성 만족감 성취와 자아실현감을 위한 실증적 조사 및 연구로서 DIY 가구체험을 여가로 삼고 있는 감성사회인을 대상으로 DIY 가구체험에 관한 설문조사를 한 결과와 조선대학교 평생교육원에 DIY 가구강좌를 개설하여 감성사회인들과 직접 DIY 가구체험을 진행하면서, 체험에 대한 관찰 및 인터뷰를 통해 감성결과를 분석하였다 이를 통해 DIY 가구 체험이 감성사회인에게 미칠 수 있는 감성에 대한 연구의 결과를 정리하면 다음과 같다.

하나, DIY 가구체험은 생산적 즐거움을 통해 자신을 위한 가치를 만드는 매개체 도구이다. 기본적으로 DIY 가구체험은 호모 파베르적 활동이다. 감성사회인은 생산적 소비 활동을 자아 정체성을 형성하고 유지하기 위한 도구로 믿고 있다. 주말이면 목공실에서 능력이나 기술의 높고 낮음과 상관없이 자신의 창작물을 통해 여가를 진행한다. DIY 가구체험을 적극적 체험을 통해 자아를 발견하고, 삶의 보람을 찾으려는 내면의 욕구를 표출시켜주는 취미 활동으로 사회생활을 긍정의 가치로 소유할 수 있게 해주는 가치소비로 간주 할 수 있다. DIY 가구체험은 개인성(性)을 위해 특화된 생산적이며 가치적인 소비로 '나는 할 수 있다, 나는 스스로를 위해 필요한 것을 만들 수 있다'와 같은 자아효능감을 만들어 주는 가치적 체험 소비활동이다. DIY 가구체험과 같은 생산적 활동으로 '노동 결실'물을 취하는 것은 가시적이지 않은 사회 활동의 결과물 속에서 자신의 손으로 만들어 낸 창작물을 통해 삶의 주인공이 자신임을 깨닫게 해준다. 감성사회인은 생산적 활동을 통해 자아의 모습을 문화를 주체적으로 생성하고 발전시키는 적극적인 모습으로 변화시켜 문화수신자가 아닌 문화 발신자로서의 역할을 자처하고 있으며, 창조적인 통섭의 모습을 갖고자 노력하고 있다.

둘, 감성사회인은 육체적 즐거움을 바탕으로 DIY 가구체험을 통해 만족과 즐거움을 성취한다. DIY 가구체험은 온몸을 활용한 오감(五感) 만족이며, 나아가 육체적 노동을 통한 정신노동에 지친 몸과 마음을 치유해 줄 수 있는 노동세러피(Therapy)효과가 있다. 이는 선행연구 하였던 Erich Fromm(1947)의 '정신과 육체가 건강한 사람들이 가

능성을 실현한다’는 주장과 일치되는 결과이며, 설문조사 7번 문항-자아성취감과 사회 생활과의 관계에서의 ‘매우 긍정적인 영향을 미친다’의 답변과 8번 문항-DIY 가구체험을 통해 체감 할 수 있는 중요한 가치에 대한 1순위 답으로 ‘자아성취감’이 나온 점과 일치되는 분석으로 정리할 수 있다. 창의적 발상과 주체적 의지에 따라 DIY 가구체험과 같은 육체적 노동을 할 경우, 만족과 즐거움을 자연스럽게 성취할 수 있다. 또한 사회 활동에 대한 조절능력까지 취하게 되는 효과까지 발생한다.

셋, DIY 가구체험은 남과 비교되는 소비가 아닌 나만의 ‘만족’, 자기 만족도 성취를 가능하게 해주는 차별의 즐거움을 주는 가치 소비이다. 감성사회인은 과거 상층계급의 사람들이 자신들만의 독특한 문화를 통해 대중 문화와는 다른 문화를 즐기며 대중들과의 구별을 원했던 것처럼, 자신의 생활 환경 테두리에서 DIY 가구를 만들면서 자신의 감성을 충족시킬 수 있는 차별적 체험 가치를 소유하고자 한다. DIY 가구체험은 획일(劃一)성과 몰 개성(沒個性)의 사회적 경향에 대응할 수 있는 소비이며, 타인과 같을 수 없는 ‘의도적(意圖的)이며 의식적(意識的)인 창조적 활동’이다. 즉, 나만의 가구 만들기 체험을 통해 차별적 가치를 주변인들에게 표출하기 위하여, 생산하고 소비하는 자기 만족적인 여가활동이다. DIY 가구체험은 창조적 생산의 즐거움을 지속해서 향유할 수 있는 ‘정신적 가치 공간(Mental Value Place)’의 의미를 가지고 있다. ‘정신적 가치 공간’이라고 생각하는 이면(裏面)에는 ‘타인들은 생각하지 못하거나 알지 못하고 있는 가치소비를 나는 할 수 있다’라는 차별적 의식이 숨어 있는 것이다. 또한, 자신은 특별한 존재이고 자신을 스스로 귀하게 대접하겠다는 자의식이 바탕에 있다. DIY 가구 체험을 여가로 활용하는 감성사회인은 발산할 수 있는 차별적 가치를 통해 자아 실현감을 체감하는 것이다. DIY 가구체험 활동은 집과 직장같이 자신을 감싸고 있는 사회적 울타리를 벗어나, ‘나만의 것, 그리고 나를 위한 것’ 등의 온전히 나를 위한 가치적 의미가 있는 유(有)·무형(無形)의 가치적 기준으로서 컬트(Cult)적 전문성을 갖춘 문화 형태로 발전할 것이다.

넷, DIY 가구체험은 공유의 감성을 통한 소속감 및 사회적 즐거움을 체감하게 해준다. DIY 가구체험을 취미로 하는 이들은 공방이라는 공유의 공간안에서 여가활동을 즐

기면서 서로 이해해주고 배려해주면서 각자의 개성을 존중하고 있다. 같은 취미를 가진 이들끼리 DIY 가구 만들기부터 여가생활 전반에 걸쳐 발생할 수 있는 다양한 문제를 공유하고, 의견을 나누는 교감(交感)을 통해 사회적 즐거움을 성취하고 있다. 나아가, DIY 가구 공방에서 발생하는 구성원 간의 소통은 자신의 사회적 위치 (social-positioning)를 보장받게 해주는 매개체이며, 감성 사회 내 문화적 소외감을 극복할 수 있는 대안이다.

이외에도, DIY 가구 체험 활동은 다양한 세대들의 욕구를 만족하게 해주고 있다. 아이들과 학생들에게는 교육적 체험을 제공한다. 인격형성이 자리 잡는 중요한 시기인 만큼 DIY 가구 체험 활동을 통해 스스로 할 수 있다는 자립심을 키울 수 있고, 목공방 체험 놀이 등을 통한 창의적 발상 욕구에 도움이 될 수 있다. 2~30대 젊은 세대에게는 가족들과 함께 생활 가구를 만들어 보면서 주말 가족단위의 여가 욕구를 만족하게 할 수 있다, 4~50대에게는 5일제 근무에 따른 주말 여가 활용 및 욕구를 자신만의 가치를 찾을 수 있는 휴식과 재충전의 시간으로 보낼 수 있고, 경우에 따라 인생설계를 재정비할 수 있는 기회를 갖게 해준다. 노년기의 DIY 가구체험 활동은 노동력을 재생산시킬 수 있고, 은퇴로 인해 사회의 공식적인 의무에서 벗어난 이들에게 역할 상실로 인한 의기소침이나 고독감을 해결 할 수 있다. 나아가 자아실현의 기회를 제공함으로써 사회·가정에서의 소외감을 극복하게 도와주는 물론, 건강 유지 그리고 자아존중감을 유지하게 해주는 등 다양한 충족을 가능하게 해준다. 그러나 감성 사회인 모두가 자아를 찾고 즐거움을 체감하며, 자아실현을 성취할 수 있는 것은 아니다. 설문조사 10번 문항 DIY 가구체험을 여가로 지속하는 문제점에서 조사되었듯이, 경제적 부담과 육아 및 사회 활동 등으로 인한 시간 부족, 공방 환경에 대한 불만 및 언제든지 발생할 수 있는 안전사고, 공방 내 구성원들 간 불협화음에 따른 소통의 문제 그리고 가구 제작 기술 난이도의 어려움에 의한 자신감 부족 등 때문에 창조성과 주체적 의지가 소멸되어 여가를 망칠 수도 있다.

이상과 같은 결론을 통하여 본 시사점은 다음과 같다.

본 연구는 감성적 가치소비인 DIY 가구체험을 통해 성취할 수 있는 감성적 즐거움과 자아실현에 대하여 분석하고 연구하였다는데 의의가 있다. 감성사회인의 감성을

총실히 만족 시켜줄 수 있는 가치소비재가 부족한 실정에서 본 논문에서 살펴본 창조적 생산 및 주체적 소비를 동시에 체험할 수 있는 DIY 가구체험 활동은 자아성장을 기반으로 사회성까지 도모할 수 있는 계기이며, 체험이라는 문화적 요소를 바탕으로 만족과 자아실현까지 취할 수 있게 하는 역할로서의 의의가 있다

제2절 제언

본 연구는 감성사회인의 DIY 가구 체험 중심에 대한 질적인 연구인 자아실현 방향으로 진행되었다. 연구를 통하여 몇 가지의 시사점에도 불구하고 한계점을 가지고 있다. 연구자가 미흡하다고 생각하는 문제점은 DIY 가구 체험과 관계된 양적인 것과 관계된 것들로서 후속 연구에서는 더욱 나은 연구 결과를 얻을 수 있도록 제언한다.

▶본 연구에서는 감성사회 구성원 중 DIY 가구 체험자를 남녀별, 나이별, 세대별, 직업별 등으로 세분화하였지만, 설문 대상자 수 및 설문조사 연구 범위를 광주광역시로 한정하여 연구 진행한 점을 대상별 감성 체험 차이 및 자아실현 감성으로 일반화하기에는 다소 무리가 있다. 이를 위해 후속 연구는 다양한 대상자 및 각 지역별 체험자를 고려하여 연구를 나누어 진행해야 할 것이다.

▶본 연구에서는 DIY 가구 체험 활동을 여타(餘他) 체험 활동과의 비교 검증을 못한 점은 미흡하다고 본다. 다양한 체험 분야별 취할 수 있는 자아 만족 체감에 대하여 규명(糾明)을 하지 않은 점은 후속 연구를 통해 규명해야 할 것이다.

▶DIY 가구 취미 활동으로 즐거움의 감성을 성취한 이후 개인의 삶에 미치는 결과 및 생활 변화 등에 대한 연구가 필요하다. 특히, 사회 경제적 위치 및 지위에 따른 지속적 체험 빈도에 대한 후속 연구가 필요하다.

▶DIY 가구 공방에서 체험하고 있는 감성사회인이 만들고 있는 가구 품목별 만족 체감 차이에 대한 명확한 분석이 다음 연구에서는 필요하다. 동일한 취미 활동안에서도 문화적 취향은 개성차이가 있을 것이다. 이를 위해서는 직접 면접 방법과 관찰 그리고 실습을 통한 연구방법을 통해 분석해야 할 것이다. 자아 만족과 자아실현 감성을 명확하게 규명하기는 어렵지만 가구 품목, 디자인, 재료, 색상 등에 대한 체험 사례를 분석하면, 보다 구체적으로 감성사회인의 감성을 규명할 수 있을 것으로 사료 된다.

▶ 체험 활동의 긍정적인 효과를 인식하고, 체험 활동의 활성화를 위해서는 우선,感性사회인의 DIY 가구 체험 활동들을 효과적으로 지도할 수 있는 DIY 가구 제작전문가들에 대한 양상과 연구가 필요하다. 또한,感性사회인의 연령, 성별, 교육 정도 및 기호 등에 따른 개별화된 체험 활동들을 제공할 수 있는 DIY 가구 공방의 노력이 필요할 것으로 생각한다.

▶ DIY 가구 체험 활동이 더욱感性사회인의 자존감 및 자아실현의 만족을 발전적으로 진행하기 위해서는 다양한 형태의 연구 및 활동을 제언한다. 예를 들어, 세대별 연구분야에서 대한민국 인구 중 베이비 부머 세대라 칭하는 60세 이상의 실버 층에 연구가 필요하다. DIY 가구 체험과 은퇴 후 재취업을 포함한 경제 활동, 다양한 교육활동, 자원봉사 활동 등과의 관계를 연구하여 노인 생활의 안정감과 삶의 만족감을 느끼도록 하는 후속 연구를 진행해야 할 것이다.

▶感性사회인 중 유행에 따라 남들이 하니까 따라 하다 중간에 포기함으로서 시간적, 경제적 노력 등을 소비하는 부정적인 면도 있다. 이와 같이 소비활동 주체자로서 자주적인 소비의식을 갖지 못하는 경우 다양한 소비활동에 관한 자율적인 주체성과 욕구 발생이 상실될 수 있다는 점을 중점으로 후속 연구에서는 이들에 대한 대체 연구가 진행되어야 할 것이다.

참고 문헌

[학위논문 및 학술논문]

- 장인원, <조직문화와 조직구성원의 행복에 대한 연구>, 전주대학교, 박사학위논문, 2010
- 박연실, <정서적 디자인의 분석;도널드 A. 노먼의 디자인심리학을 중심으로>, 홍익대학교, 박사학위 논문, 2008, p10~11, 재인용
- 정형원, <감성의 개념 및 어휘체계 정립을 통한 공감각디자인 평가방법에 관한 연구>, 홍익대학교 국제디자인 전문대학원, 박사학위논문, 2008
- 이영찬, <무대공간 영역변화에 의한 감정 반응 연구>, 세종대학교, 박사학위 논문, 2009, p40
- 김상희, <레스토랑 유형별 감성적 식공간 연출이 고개 감정 반응, 만족, 및 행동 의도에 미치는 영향>, 세종대학교, 박사학위논문, p35
- 이현정, <감성지능이 조직시민행동에 미치는 영향>, 이화여자대학교 대학원, 박사학위논문, 2010, 재인용
- 박필제, <감성이미지 기반 도시 경관 조명 연출 평가 모형에 관한 연구>, 박사학위 논문, 홍익대학교, 2006, 재인용
- 정희경, <감성시스템을 적용한 실내색채이미지에 관한 연구>, 홍익대학교 건축도시대학원, 석사학위논문, 2004
- 이윤영, <퇴계와 프로이드의 마음이론에 관한 대비적 연구>, 성균관대학교, 박사학위논문, 2011, P.29.
- 강완수, <성서적 관점에서 본 불안에 관한 정신분석학적 연구>, 호서대학교, 박사학위 논문, 2006, 재인용
- 모인순, <인지발달과 지식확장을 위한 한국의 대학 도자 교육과정 모색>, 한국교원대학교, 박사논문, 2008년
- 김호희, <Erich Fromm 의 사회철학적 인간관>, 석사논문, 계명대학교, 1982, 재인용
- 김복기, <Gordon W.Allport인격 이해와 기독교 가정교육>, 석사논문, 장로회신대학교, 1981.
- 유성애, <노자의 『도덕경』과 로저스의 인간 중심 상담 이론의 비교>, 박사논문, 연세대학교, 2004
- 윤일, <행복한 공간문화 디자인을 위한 진화심리학적 고찰 연구>, 박사논문, 홍익대학교, 2011
- 정은화, <자아실현으로서의 교육 : 로저스와 키에르케고르의 관점 비교>, 석사논문, 서울

교육대학교. 2008년

- 이봉규. <D.I.Y 용품 디자인의 신경향과 금후의 전망>. 광주대학교 민족문화예술연구소 논문집. 1992
- 하헌선. <초등교원의 관광동기가 지각된가치, 자기효능감, 직무만족 및 자아실현에 미치는 영향관계 연구>. 박사논문. 우송대학교. 2012
- 김성동, <인간의 행복에 대한 새로운 접근>, 대동철학회 논문집, 대동철학, 제41집 2007.12.
- 이구형, <감성과 감정의 이해를 통한 감성의 체계적 측정 평가>, 한국감성과학회지, 1(1), 113~122P, 1998
- 국민대학교 환경디자인연구소. <국제 비교분석을 통한 감성디자인 요소의 지역적 특성 추출 및 응용에 관한 연구>. 1998
- 윤선구. <데이빗 흄 「인간지성에 대한 탐구」>. 학술논문. 철학사상 제5권 제5호 1226-7007kcl. 서울대학교 철학사상연구소. 2005. 재인용
- 문성훈. <행복의 조건과 인정>. 학술논문. 범한철학 제 63집. 1225-1410kcl. 2011.
- 이상갑. <Thomas Hill Green, 政治思想의 體系的 研究>. 한국정치학회보. 1229-1506kcl. 2006.
- 진병운. <토마스 흄스 「리바이어던」>. 학술논문. 철학사상 제7권 제13호 1226-7007kcl. 서울대학교 철학사상연구소. 2006년
- 조용진. <브라멜드 教育哲學에 있어서의 社會的 自我實現>. 교육발전 논총 11-1(90,2), 1990.
- 박철호, 김성수. <대학생의 여가몰입이 심리적 안녕감 및 자아실현에 미치는 영향>. 학술논문. 관광연구저널. 25권 2호 1738-3005kcl. 2011년
- 김용섭. <Gordon W. Allport의 Personality Theory에 있어서의 成熟의 概念과 宗教的 含意>. 학술논문. 고신대학교 논문집 1225-2557kcl. 1994년
- 김석희. <현대인력관리에 있어서의 성취동기이론>. 학술논문. 산업경영연구 제1호. 1976-0191. 1994.
- POI개인지향검사(Personal Orientation Inventory: POI)Shostrom이 1963년에 개발한 검사로서 자아실현의 특성에 대한 신뢰롭고 타당한 측정도구이며. 150문항의 자기보고식 질문지.
- 김옥진, 이재창. <자기성장 프로그램의 개발 및 효과>. 학술논문. 한국상담 및 심리치료학회지 제19권 제3호. 2005-8640kcl. 2007년
- 김성동. <인간의 행복에 대한 새로운 접근>. 학술논문. 대동철학회지 제41집. 1229-0750kcl. 2007

- 최경운. 『한국 소비자 라이프스타일 보고서』. LG경제연구소. Business Insight. 2012,4,18. P17

[단행본]

- 아리스토텔레스, 「니코마코스 윤리학」, 이창우, 김재홍, 강상진 옮김, 이제이 북스, 2007, 14p
- 나가마찌 마쯔오, 『감성공학』, 박영사, 1997
- 로랄드 잉글하트(Ronald F.Inglehart), 『조용한 혁명 <Silent revoution>』, 정성호역. 종로서적. 1983.
- 고사카유지. 『제품보다 스토리를 팔아라』. 정미애옮김. 중앙북스. 2010, p42
- 김무길, 『존 듀이의 교호작용과 교육론』, 원미사, 2007, p3
- 박규상. 『행복한 사람은 쇼핑을 하지 않는다』. 21세기 북스. 2012
- 롤프옌센(Rolf Jensen). 『The Dream Society』, 서정환옮김. 리드리드. 2010
- 교육학 용어사전. 서울대학교 교육연구소. 하우동설출판
- 지그문트 프로이드(Sigmund Freud,1856~1939). 『정신분석 입문-인간정신에 대한 혁명적 통찰』.최석진 역. 돌출새김. 2009
- 정범모. 『인간의 자아실현』. 나남출판사. 1997. P
- 요한 호이징하(Johan Huizinga). 『Homo Lundens』. 1938.
- 워런 버핏(Warren Edward Buffet). 『워런 버핏 & 빌 게이츠 성공을 말하다』. 김광수 옮김. 월북. 2004.
- 필립 코틀러(Philip Kotler), 『Marketing 3.0』, 안진환역, 타임비즈, 2010

[통계자료-통계청]

- 통계표 URL:
:http://kosis.kr/gen_etl/start.jsp?orgId=301&tblId=DT_074Y025&conn_path=I2&path=NSI. 문화체육관광부 문화예술국 문화여가정책과. 2013.
- 통계표 URL:
http://kosis.kr/gen_etl/start.jsp?orgId=113&tblId=DT_113_STBL_1015332&conn_path=I3&path=NSI. 문화체육관광부 문화예술국 문화여가정책과. 2007
- 2012년 통계청 1/4분기 자료

[인터뷰 및 설문]

- DIY 가구공방
 - 내가 디자인하고 내가 만드는 가구(광주광역시 광산구 월산동)
 - 집과 가구(광주광역시 서구 금호동)

[온라인 사이트]

- DIYNEWS. (주)나무친구들. WWW.DIYNEWS.CO.KR.
- 사)한국DIY가구공방협회. <http://www.koreadiy.org/>
- 손잡이닷컴. <http://www.sonjabee.com>

[부록]

감성사회인의 자아실현 및
가치소비를 위한 DIY 가구체험을 위한 설문

설 문 지

본 설문은 조선대학교 디자인경영학과 박사과정에서 “감성사회인의 가치소비 및 자아실현을 위한 DIY 가구체험”의 주제로 연구에 필요한 설문자료입니다. 공방 내 가구체험(만들기)을 취미생활로 삼고 있는 취미생 분들의 전문적 의견 조사 설문지로서 향후 DIY 가구체험의 발전방향을 모색하고자 하는데 주 목적이 있습니다. 본 조사의 내용은 학술 목적으로만 사용될 것입니다. 감사합니다

지도교수: 김 정 필(H.P:010-6323-4285)

연구자: 이 태 경(H.P:010-9205-0525)

본 연구는 감성시대를 살아가는 현대인들의 주체적 여가활동을 위한 취미활동으로 DIY 가구 체험을 제안하는 기초 자료로서 DIY 가구 만들기를 주 취미로 활용하는 DIY 가구 공방생들의 현황 및 취미생활을 대하는 자세 등을 조사하기 위한 설문지입니다.

설문에 제시된 질문을 읽으시고 해당 사항에 맞는 내용을 기입하여 주시기 바랍니다

[응답자 기본 사항]

성별	남	여	나이	직업	전문 직	공 무 원	자 영 업	주 부	학 생	무 직
DIY 가구 취미활동 경력			6개월미만	6개월~1년	1년이상		2년이상			

1. DIY 가구 취미(만들기)를 가지게 된 동기는 무엇입니까?

- ① 자발적으로(새로운 여가 문화를 경험하기 위하여)
- ② 홍보물을 보고(전단지, 방송광고 등)
- ③ 주변인의 권유로(친구, 선 경험자 등)

2. DIY 가구 취미(만들기)를 가지게 된 목적은 무엇입니까?

- ① 여가선용
- ② 여가선용+생활가구 제작
- ③ 여가선용+생활가구 제작+재취업(기술 습득 후 공방창업, 공방취업 등)

3. DIY 공방에 등록 하기 전 DIY 가구에 대해 어느정도 알고 있었습니까?

- ① 상세히 알고 있었다
- ② 어느정도 알고 있었다
- ③ 조금 알고 있었다
- ④ 용어만 알고 있었다
- ⑤ 전혀 모르고 있었다

4. DIY 가구 체험(만들기)과정을 시작하는 취미생으로 DIY 강좌의 원활한 진행과 작업을 위해, DIY 가구 작업물을 사전에 결정하여 진행하는 것에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- ① 좋은 방법이다
- ② 보통이다
- ③ 전혀 아니다
- ④ 기타

기타 의견

5. DIY 가구 체험(만들기)과정을 시작하는 취미생으로서 DIY 가구에 부담해야 하는 적당한 금액은 어느 정도라고 생각하십니까?

- ① 10만원 이하
- ② 10~20만원
- ③ 20~30만원
- ④ 30만원 이상

6. DIY 가구 강좌 및 체험(만들기) 과정 중 가장 재미있고 흥미 있었던 내용은 무엇입니까?
(다중 선택-흥미 있는 항목에는 모두 체크해 주세요)

- ① 오리엔테이션-DIY, DIY 가구와 관련된 정보 전달
- ② 현장학습-목자재상, 공구점, 철물점 등 탐방
- ③ 자료 수집
- ④ 디자인 과정
- ⑤ 설계 및 재단도면
- ⑥ 재료 구매
- ⑦ 안전 교육
- ⑧ 재단 및 가공
- ⑨ 조립 및 사포작업
- ⑩ 칠
- ⑪ 완성 및 설치

7. DIY 가구체험(만들기)을 통한 자아성취감이 사회생활에 영향을 미친다고 생각하십니까?

- ① 매우 긍정적인 영향을 미친다.
- ② 긍정적인 영향을 미친다
- ③ 보통이다
- ④ 그렇지 않다
- ⑤ 매우 그렇지 않다.
- ⑥ 무응답

8. DIY 가구체험(만들기)을 통해 체감할 수 있는 가장 중요한 가치는 무엇이라고 생각하십니까? (우선 순으로 3가지만 기재하여 주십시오/예:①-③-②)

- ① 자아성취감을 통한 자아효능 가치
- ② 다양한 생활가구 제작을 통한 경제적 가치(절약)

- ③ 자아실현 가치
- ④ 놀이와 재미 가치
- ⑤ 자발성 가치
- ⑥ 의미 가치

우선 순위로 기재하여 주십시오
() () ()

9. DIY 가구체험(만들기) 활동을 계속 하기를 희망하십니까?

- ① 매우 희망한다
- ② 희망한다
- ③ 보통이다
- ④ 희망하지 않는다
- ⑤ 아직 모르겠다

10. DIY 가구체험(만들기)을 여가로 지속하는데 가장 큰 문제점은 무엇입니까?

- ① 경제적 문제(고가의 재료비 등)
- ② 시간적 문제(작업시간이 길다, 여유 시간 부족 등)
- ③ 환경적 문제(공방위치가 멀다, 먼지가 많다 등)
- ④ 공방 환경적 문제(기계 설비 노화문제, 최신 기계 부족, 장비 부족 등)
- ⑤ 작업의 위험성
- ⑥ 공방 내 취미생간의 불협화음

저작물 이용 허락서

학과	디자인경영학과	학번	20097241	과정	박사
성명	한글 : 이 태 경	한문 : 李 泰 旻	영문 : Lee, Tai-Kyoung		
주소	광주광역시 서구 금호동 주은아파트 101동 405호				
연락처	E-mail : Ltk.terry@gmail.com				
논문제목	한글 : 감정사회인의 자아실현 및 가치소비를 위한 DIY가구 체험 영문 : A DIY Furniture Making Program for Self-realization and Value Consumption of People in Emotional Society				

본인이 저작한 위의 저작물에 대하여 다음과 같은 조건 아래 조선대학교가 저작물을 이용할 수 있도록 허락하고 동의합니다.

- 다 음 -

1. 저작물의 DB구축 및 인터넷을 포함한 정보통신망에의 공개를 위한 저작물의 복제, 기억 장치에의 저장, 전송 등을 허락함.
2. 위의 목적을 위하여 필요한 범위 내에서의 편집·형식상의 변경을 허락함. 다만, 저작물의 내용변경은 금지함.
3. 배포·전송된 저작물의 영리적 목적을 위한 복제, 저장, 전송 등은 금지함.
4. 저작물에 대한 이용기간은 5년으로 하고, 기간 종료 3개월 이내에 별도의 의사표시가 없을 경우에는 저작물의 이용기간을 계속 연장함.
5. 해당 저작물의 저작권을 타인에게 양도하거나 또는 출판을 허락을 하였을 경우에는 1개월 이내에 대학에 이를 통보함.
6. 조선대학교는 저작물의 이용허락 이후 해당 저작물로 인하여 발생하는 타인에 의한 권리 침해에 대하여 일체의 법적책임을 지지않음.
7. 소속대학의 협정기간에 저작물의 제공 및 인터넷 등 정보통신망을 이용한 저작물의 전송·출력을 허락함

2014년 1월 10일

저작자 : 이 태 경



동의여부 : 예(●) 아니오()

조선대학교 총장 귀하