

비주얼 인터페이스와 상업공간의 표피 표현

Visual Interface & Surface Expressions in Commercial Space Design

김선영* / Kim, Sunyoung

Abstract

This study examines the visual effects of surface design utilized in commercial space. In particular, I focus on the following three categories: transparency and lighting, electronic surface and media screen, and ubiquitous environments and interface. Unlike the past era in which surface design in commercial space was viewed merely as a means of decoration, it has become more important in the contemporary era because diverse expression techniques in surface design enormously help architects and interior designers embody their own ideas more effectively. Moreover, the diversity of surface design expands the concept of cultural space as it provides various graphic elements that reflect human desire for multicultures.

키워드 : Surface Expressions, Commercial Interior Space, Transparency, Media Screen, Digital Technology, Ubiquitous

1. 서론

1.1. 연구의 목적 및 의의

현대의 건축 환경은 디지털 환경과 네트워크 시스템의 구축으로 인하여 기존 마감재의 물질적 부분을 시각적, 심리적, 지각적 측면에서 초월하려는 특성을 보인다. 또한 형태적 차원의 구축적 가치와 장소성으로부터 이탈 현상을 보이며 경계의 모호함에서 기인하는 내·외부 공간간의 상호침투성의 확대 현상을 보인다. 이때 공간을 형성하는 벽체는 외부와 내부의 관계성을 조절, 통제하며 형태의 구축 수단으로서의 총체적인 조절을 요구한다. 결과적으로 공간형태의 구성 요소로서의 전통적인 입면은 점차 거부되고 자유로운 형태의 추구하고 나아가 표피와 공간의 새로운 관계성을 요구한다. 이러한 관계성은 표피의 활용을 전통적인 건축적 표현기법에서 벗어나는 시각적 변이와 정보전달의 상호작용을 내포한다. 즉 사용자의 감성을 자극하는 공간 변화에 매우 중요한 요소로 작용하며 나아가 전자화되고 디지털 기술이 접목된 가상화된 공간의 성격을 반영하기도 하는데 이는 표피가 구조와 형태의 문제뿐 아니라 물질문화의 현상적인 단면을 표현하는 수단이 되고 있음을 의미한다.

이러한 관점에서 본 연구는 현대 상업공간에서 공간의 비물질화 경향을 내포하며, 미디어(media)와 글로벌 네트워크(global network)의 소통체계가 구체화되어진 건축적 상황을

surface의 연출 기법을 중심으로 분석한다. 현대 상업공간에 활용되어진 다양한 표피의 표현 가능성인 재료의 투명성과 경량적 표현, 디지털 미디어와 테크놀로지(technology)와 상업공간과의 접목을 통해 상호작용을 구현하고자 하는 현대 상업공간의 이해와 접근 방법의 의미를 분석한다.

1.2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 상업공간을 중심으로 나타나는 현대의 건축적 경향인 다중매체를 활용한 벽체의 스크린화와 초표피 경향, 디지털 문화와 정보기술이 적용되어진 표피를 중심으로 고찰하였다. 이러한 경향은 상업공간 인테리어 디자인이 감성적 공간인지 효과의 극대화와 물리적 공간 한계를 초월하고자 하는 표피(surface) 활용과 매우 밀접한 상관성을 갖는다. 연구 범위는 상업적 기능을 보유하고 있는 시설을 중심으로 상업공간에 활용되어진 표피의 연출효과와 그에 따른 상호작용을 투명성과 조명, 전자적 표피와 미디어 스크린, 유비쿼터스(ubiquitous) 환경과 인터페이스로 대부분류하여 각각의 특성과 공간 표피의 연출을 중심으로 살펴본다. 나아가 고객과 매장 공간의 상호작용을 극대화하는 공간 기능의 상호관계와 유비쿼터스 환경의 적용을 분석하여 앞으로 상업공간이 나아가야 할 방향을 제안하고자 한다.

최근 상업공간의 인테리어는 형태로부터 표면(表面)으로의 변화와, 뼈대와 표피의 분화현상이라는 근대건축의 변화와 연속선상에 있다고 볼 수 있다. 즉, 공간을 형성하는 구조와 동시

* 정회원, 영산대학교 디자인대학 조교수

에 공간을 덮는 피막(皮膜) 개념으로서의 클래딩(cladding)으로 그 표현 관심이 변화되고 있는데 이러한 변화는 공간을 형성하는 내·외 경계면으로서의 표피의 중요성을 재인식하게 한다. 또한 그 동안 상대적이고 부수적인 것으로 인식되어 온 클래딩 구조의 다양한 표현 방식을 통해 공간의 형태와 표피가 균형을 이루려는 시도로 해석될 수 있다. 나아가 상업공간의 관습적인 파사드(facade)의 의미와 개념을 초월하여 공간의 존재론적 상징성을 나타내는 표피의 개념으로 확장되어 표현되고 있다. 이는 구조로부터 표피로의 전환의 근거로서 기술-구조보다는 상징-구조를 강조하며 공간의 경계영역으로서의 건축의 표피가 수행하는 인터페이스의 기능을 강조하게 된다. 인터페이스의 사전적 의미는 사람과 객체와의 의사소통 혹은 장비가 효과적으로 교신하거나 함께 일할 수 있도록 적절한 물리적인 연결을 확립하는 것을 의미한다. 본 연구에서의 인터페이스 기능은 사람과 공간과의 교류를 의미하며 이러한 상호작용의 관계를 표피 연출을 통하여 제안하고 있는 상업공간의 건축 경향을 분석하고자 한다. 즉, 재료와 매체의 혼성적 구성이 다양한 기법으로 표현되고 있으며 이러한 표피 구성은 대중에게 건물의 이미지를 강렬하게 표현하여 시선유도 집증을 위한 상업건축의 기본적 기능의 도구로 이용된다. 이러한 매체혼용과 투명성을 이용한 상업공간의 표피 연출은 불확정성의 시대에 새롭게 부각되는 공간가치인 인터페이스와 네트워크 차원에서의 일시적인 가설성, 변전하는 유동성과 가벼움, 이미지 발생의 동시성과 중첩 등의 현상을 중심으로 하는 현대 건축의 특성을 드러내게 된다.

이러한 건축적 배경을 근거로 상업공간에서 표현되어졌던 외피와 파사드의 표현을 포함하는 표피의 연출경향을 정의하고 표피의 인터페이스 효과를 투명성과 조명 효과, 미디어를 활용한 벽체의 스크린화, 유비쿼터스 환경을 중심으로 고찰한다. 이러한 각각의 적용 사례를 크리스찬 디올 플래그십 스토어(Christian Dior Flagship Store), 동경의 큐프론트(QFRONT), 블린켄라이트 프로젝트, 뉴욕 프라다 에피센터(Prada Epicenter, New York)를 중심으로 건축적 매체 요소가 표피에 적용되어진 효과를 시각적 인터페이스 기능을 중심으로 분석한다. 특히 뉴욕 프라다 에피센터의 경우에는 유비쿼터스 환경에서의 표피 활용에 관한 다양한 디자인 표현 사례를 중심으로 건축 외피뿐 아니라 다양한 인테리어 공간 표피에서 나타나고 있는 사용자와 공간간의 효과적인 상호작용을 고찰하였다. 또한 제품의 진열에서부터 판매상품 및 공간의 정보전달을 위해 사용된 표피의 확장된 기능을 통한 사용자와 공간과의 적극적 인터페이스를 분석하였다. 결론에서는 상업공간의 인테리어 요소로서 나타나는 표피 연출의 디자인 특성과 심리적으로 물리적 한계를 초월하기 위한 표현기법을 정의하고 유비쿼터스 환경의 적용으로 인한 표피의 상호작용과 공간의 인터페이스 기

능, 도시환경에서의 상업시설의 기능과 역할에 관하여 언급하였다.

2. 상업공간의 표피디자인

최근에는 표피 연출이 장식의 영역에서 확대되어 복합적인 매체와 기술의 적용으로 상품과 사람, 장소 그리고 시간축이 첨가되어 설치와 교체의 빈도가 잦아지는 동시에 현대의 유행과 사조를 반영하는 속성을 지니게 되었다. 이러한 상업공간에서 나타나는 표피의 다양성은 디자이너의 구성적 역량을 표현할 수 있는 하나의 영역으로 중요한 의미가 있으며 주위환경이나 콘텍스트(context)와의 순응적 접근방법이 필요하다. 나아가 공간의 표피 인식을 도시와 건축이 만나는 접점이자 도시와 건축이 공유하는 문화의 접점으로까지 확대시킬 수 있다.

최근 상업공간들은 60, 70년대에 비해 표피 연출을 통한 조형적인 표현을 시도하고 있으며 공간자체만을 주개념으로 고집하던 근대건축과는 달리 표피의 구성을 통하여 다면화된 문화욕구에의 충족과 상업공간이 도시환경의 매우 주요한 그래픽요소로 활용되고 있는 추세이다. 이는 상업공간의 디자인과정에서 특히 건물 외피의 구성요소가 지니는 의미의 중요성은 판매 기업과 상품의 홍보효과 외에도 수많은 개념과 논리를 함축적으로 담고 있는 동시에 강력한 의사전달의 수단으로서의 표현 언어가 되기 때문이다. 나아가 디자이너가 공간의 표피를 통하여 공간의 이미지와 질서 및 형태의 구성을 어떤 체계를 갖고 행하는지 암시적으로 전달하며, 궁극적으로는 설계 시 인테리어 내부의 기본적인 표현기법을 파악할 수 있기 때문이다. 동시에 플래그십 스토어의 연출을 위해 브랜드 컨셉의 정체성 표현과 개성 있는 건물의 외관을 구성하는 경우도 다수 등장하고 있다. 1990년대 이후 상업공간에 있어서 표피의 구성요소들에 의한 다양한 기법들은 유형화, 다원화 경향으로 진행이 되고 있다. 최근 나타나는 브랜드 매장의 표피연출의 경우, 공간 형태와 패턴에 의한 구성을 살펴보면 정방형 그리드를 통한 안정적인 단순한 구성과 질서를 표피의 표현체계와 충돌시킴으로서 이질적인 면의 분할, 중첩 등을 강조하는 대립적 구성이 주된 경향을 띄고 있다. 또한 피막, 분절, 적층의 구성기법도 유형화되어 가고 있는 추세이다. 패턴에 의한 구성은 정방형과 직방형의 혼합형 그리드를 통한 분할과 증식의 기법이 많이 사용되고 있다. 이때 사인과 건축적 디테일이 조형이나 색채효과에 의해 악센트 요소로 사용된다. 재료에 의한 구성은 알루미늄 복합 패널, 석재, 외단열 공법, 유리, 노출 콘크리트, 타일, 적벽돌 등 각자의 개성을 표출하고자 단일체뿐만 아니라 복합적으로 사용되고 있다. 이러한 재료 중에서 특히 유리, 플라스틱 등의 경량재 사용이 증가하고 있는데 이는 미디어 매체의

활용, 조명효과로 인한 색채 활용 등 건축요소의 자유로운 표현영역을 제공하게 된다. 유리 사용 등으로 인한 매장 외피의 투명성은 외부공간과 매장공간을 연결시키며 고객의 시선을 유도하여 매장 내부로 유인하는 중요한 기능을 수반하며 때로는 건물 외벽 전체가 광고판의 역할을 취하게 된다.

색채의 구성기법으로는 메탈릭, 흰색, 회색 등의 무채색 계열과 고채도 색상의 과감한 적용, 악센트 색상의 채택을 이용한 LED, 네온 등으로 단색 혹은 색상의 조합을 이룬다. 이때 멀티비전 혹은 스크린의 사용은 격자형 그리드가 개념적 속성, 곧 경직되고, 유통성 없는 비 독창적인 이미지에서 상징적이고, 유동적이며 동시성의 정보를 전달하는 이미지로 전이가 되어가고 있다는 점에서 표피 연출의 무한한 디자인적 가능성을 내포하게 된다.



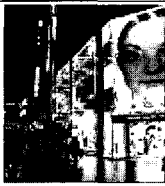


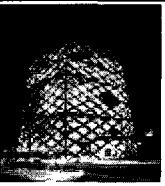
3. 상업공간의 표피 연출 환경

3.1. 표피의 투명성과 조명

상업공간 디자인에 나타나는 투명성은 물리적 견지에서는 불투명성(opacity)의 상대적 의미로 시각적으로 내부가 드러나 보이는 것을 의미하는데 투명성은 보이드(void)로 파악될 수 있는 솔리드(solid)를 형성하며 가시적인 것과 비가시적인 것, 사물과 이미지, 개념과 이념사이의 양면성을 내포한다.¹⁾ 즉, 건축 공간에서의 투명성이란 서로 다른 차원의 공간을 동시에 인식하게 함을 뜻하는 것으로 개방성과 더불어 레벨 차이(level difference)에 의한 공간 분리와 겹쳐진 후면의 공간을 예측 및 상상하게 하는데, 이러한 공간지각은 시각적 연속성과 관련된 다.²⁾ 시각적으로는 공간 실체의 노출과 중량감을 감소시키며 파편적 이미지를 연출하게 되는데 이는 공간이 불완전한 실체임을 보여주는 주요한 표현 수단이 되기도 한다.³⁾ 투명성은 건물의 외피와 내부 공간 간의 트랜스포그래밍(trans-programming) 과정을 함축적으로 표현하여 빈 공간과 외부 영역을 독립적 공간 요소로 실내에 유입하는데, 자연스런 시각의 흐름에 따른 다양한 형태의 노출을 가능하게 한다. 투명성이 두드러진 건물을 움직이는 관찰자의 입장에서 보면, 시각차 효과⁴⁾에 의해 미적인 쾌감을 얻게 되며 공간 내, 외의 상호침투를 유발하여 야외에서와 같은 개방성을 제공한다.⁵⁾ 즉, 투명한 재료를 사용함으

로써 내, 외부가 동시에 보여 지고 공간간의 연계성을 높이며 공간의 깊이를 유도하는데 이때 투명막이 하나의 레이어(layer)가 되어 공간을 풍부하게 연출하게 된다. 즉, 건물 내부공간의 상호관입에 의해 새로운 형태의 공간이 생성되며 시각적으로 방해 없이 서로 침투하여 흐르는 공간을 형성하고 공간에 연속성을 부여하여 전체적인 경량감을 제시한다.⁶⁾ 이러한 투명 막은 유리, 알루미늄, 금속재료와 같은 신소재의 사용과 형태적 경량감을 제시하며 마감기술의 발달로 인한 정교함으로 탈 중력적인 공간 볼륨(space volume)을 형성한다. 또한 기후, 날씨, 외부환경에 대하여 공간이 끊임없이 반응하게 함으로써 공간의 절대성을 부정하며 변화하는 공간을 제시하는데, 이러한 현상은 인간의 풍부한 감성을 자극하며 시간의 흐름에 따라 인지되는 공간을 변화시킨다. 이때 표피에 나타나는 구조 부재의 조형적 처리는 사용재료와 구성부재의 결합 방식의 다양화가 투명도 조절과 결부되어 더욱 복합적인 공간 효과를 갖게 한다. 상업공간에서 전체적 혹은 부분적으로 적용되고 있는 투명성은 사용 부재의 물리적 경량성과 더불어 조명에 의한 실내 공간의 다양한 노출을 적극적으로 표현하게 되며 공간의 피막을 제거함으로써 마치 공간이 질량을 지닌 물질이 아닌 것처럼 느끼게 한다. 투명화 된 공간이 외부로 빛을 발산할 때, 공간은 부유하는 빛의 덩어리가 되고 시각적으로 가벼워지며 이때 공간 내부는 빛과 그림자로 인식되는 반사의 연출로 비물질화 되어져 인지된다. 이때 투명한 외벽을 통하여 실내 공간이 그대로 투영되며 실내의 구성요소와 내벽은 최소화되어진 구성 요소로 작용하는데 이때 조명의 효과는 실내 공간의 연상 작용을 위한 조형 요소로 활용되며 증폭된 그림자들의 효과가 건축 공간의 형태미를 강조한다.⁷⁾

<표 1> 도시환경과 상업공간의 표피(surface) 연출 사례

		
일본 Christian Dior Flagship Store 외관	일본 동경 Chanel 매장 외관	동경 베네통 매장외벽
		
룩셈부르크 힐스 외관	동경 롯데기 시내건축물 외벽	프라다, Epicenter Store 외관

1)Donis A. Dondis, A Primer of Visual Literacy, Massachusetts Institute of Technology, 1973, p.121.

2)데이비드 라우어, 이대일 역, 조형의 원리, 미진사, 1990, p.101.

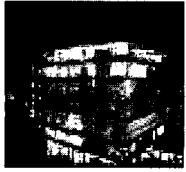
3)C. Rowe & Slutzky, Literal and Phenomenal Transparency, A+U, 7502.

4)건축 공간에서는 관찰자가 열주를 통과하거나 기둥들이 상대적으로 위치가 바뀌어 보이는 것을 의미하며 관찰자의 시점에서 실제적인 행동 변화에 의해 발생되어지는 대상물의 명백한 변위로 정의된다.

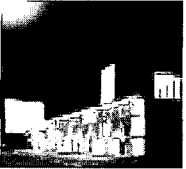
5)임미나, 가벼운 느낌을 주는 건축디자인에 관한 연구, 서울대학교 석사 학위논문, 1992, p.103.

6)김선영, 건축 환경의 투명성 효과와 경량적 표현, 한국실내디자인학회 논문집 43호, 2004. 4, pp.48-49.

7)Jean Nouvel, Bibliotheque Nationale de France, Artemis, 1996.



<그림 1> Toyo Ito, Mediatheque, Sendai, 1999



<그림 2> Périphérique, Music Café



<그림 3> ESPRIT 매장외관



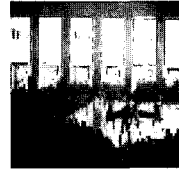
<그림 4> Christian Dior Flagship Store, Ginza, Tokyo.



<그림 5> Christian Dior Flagship Store, Omotesando, Tokyo.

센다이미디어테크(Sendai Mediatheque)의 건축사례에서는 건축물의 표피를 건축의 공간적 전망을 통합하기 위해 합성물질, 유리, 플라스틱 등 투명한 소재의 활용으로 나타나고 있다. 이때 투명한 외피는 실내 공간요소의 투영과 브랜드의 전달을 위한 LED, 그래픽 영상, 로고, 사인 등의 다양한 시각적 연출과 공간형태의 깊이감, 비물질성의 표현 양상을 보이고 있다. 또한 건물 내부, 외부의 경계 소멸로 표층으로서의 건축외피가 부드럽고 유동적인 피막으로 존재하며 물리적으로 견고한 벽체가 아닌 외부환경에 상업공간의 정보를 방출하는 유동적인 표피로서의 존재감을 전달한다. 현대 도서관의 복합적 프로그램, 탈위계적 공간이 통합적 공간으로 구현되고 있으며, 특히 연속성, 소통성, 투명성의 구현 요소를 발견할 수 있었다.⁸⁾ 이러한 물리적인 혹은 공간적인 연결은 정보의 저장, 접근, 소통이 상징적으로 또한 실제적으로 하나의 공간 안에서 원활하게 이루어지게끔 하고 있다. 페리페리크(Périphérique)의 뮤직 카페(Music Café)의 외관에서는 입방체와 마감재의 투명성을 통합한 외관에서는 조명 및 채광효과의 유리외벽과 색유리의 사용으로 시각적으로 대기 중에 녹아드는 투명성의 시각적 효과를 표현하고 있다. 에스프리(Esprit) 매장외관의 경우 컨트롤러 키패드(controller keypad)를 이용하여 52개의 색 조합 연출이 가능한 LED 조명의 칼라플레이를 건물 파사드에 적용하여 최적의 시각적 인터페이스를 선명한 색상의 조명으로 연출하고 있다.

동경의 긴자는 전 세계의 고급 부티크가 일본 전통 샵들과 조화를 이룬 곳으로 크리스찬 디올의 동경 긴자 플래그십 스토어는 2004년 10월 24일 개관한 상업공간으로 지상 6층, 지하 1층 규모이다. 건물 전체가 화이트 톤으로 구성된 외관은 케인 워크-등나무 세공-패턴이 빌딩의 전면부를 연출하고 있다. 야간에는 광학섬유 라이트가 건물의 투명도를 강조하며 주간에는 광섬유 고유의 흰색의 조명으로 섬세하고 차가운 느낌의 파사드를 연출한다. 또 다른 동경 오모테산도의 플래그십 스토어는 전 세계에서 가장 최대 규모의 크리스찬 디올 매장으로 2003년



<그림 6> HongKong, Christian Dior Flagship Store, plasma screen



<그림 7> Christian Dior Flagship Store, HongKong

12월 7일 개관하였다. 건물 디자인 계획단계부터 디올이 참가하였으며 오모테산도의 중심가를 향하고 있는 유리 벽 외관 전면은 마치 거대한 조형물과 같은 위상을 표현한다. 가장 바깥부분의 투명하고 평평한 유리와 유연하게 구부러진 아크릴 벽이 겹쳐져서 두 겹의 층으로 이루어진 외관은 우아하고 아름다운 의상의 한 부분을 연상하게 한다. 흰색 스트라이프가 아크릴 벽면에 인쇄되어 주간에는 채광, 야간에는 인공광의 광원의 강도에 따라 건물의 표피를 변화시킨다. 총 2층의 홍콩의 플래그십 스토어는 패션과 비즈니스의 중심가에 위치한 랜드 마크로 3차원적인 비주얼 효과를 연출하는 조명을 발산한다. 내부는 화려한 칼라의 플라즈마 스크린(plasma screen)과 소용돌이 계단이 특징적이다.

32. 전자적 표피와 미디어 스크린

물질적인 측면을 초월하거나 건축의 전통적인 입면의 공간 구획적인 특성을 탈피하려는 비물질화 경향과 입면의 유기적인 표현은 경량재가 가지고 있는 물성에 근거한 직접적이고 함축적인 경량적 표현을 가능하게 한다. 이러한 효과는 상업공간 건축에서 건축 표피를 미디어와 매체로 표현하게 되는 표현 개념을 시사하며 건축물의 투명성과 디지털 테크놀로지의 결합, 미디어와 대중 매체 등의 결합을 활용한 건축 사례가 증가하고 있으며 외피의 다양한 조작과 표현은 표피 개념의 전환과 공간의 기술-구조보다 상징-구조를 강조한다. 이때 건축 외피가 부드럽고 유동적인 피막으로 존재함을 원칙으로 하는데 이는 결과적으로 공간의 표피가 매개체적 기능을 부여받게 되는 원인이 된다. 스티븐 페렐라(Stephen Perrella)는 최근에 나타나는 초표피 경향을 미디어 건축을 중심으로 분석하였는데 표피의 전자화, 피부화를 통한 정보 문화의 구축환경을 역설하였다.⁹⁾ 이는 정보들의 자유로운 유영(遊泳)을 위한 공간 표피를 창조한 것이라 설명할 수 있다. 이러한 표피의 표현은 다양한 기술을 동원한 벽면의 투명성 조절로 공간의 다변화를 의도하며 특히 전면을 유리로 구성하여 건물 윤곽의 불규칙성을 보여주므로 건물의 외관은 수시로 변모된다. 벽면의 투명도를 조작하여 공간 내, 외부의 관계를 이용한 다변적 공간 연출은 최근 매체 혼용과 더불어 공간의 상대성을 입증하는 중요한 건축 기법이라고 할 수 있다. 공간 확장과 상대적 공간의 의미를 시각적으로 표출하며 건축 공간을 투명 막과 빛을 이용한 상업성과 대

8)이경훈·김우영·김광현, 미디어테크의 프로그램 체계와 공간 구현 요소에 관한 연구, 대한건축학회 논문집, v.18 n.5, 2002, 5, pp.57-65.

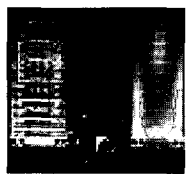
9)Maggie Toy, editor, Stephen Perrella: Hypersurface Theory: Architecture><Culture, Hypersurface Architecture, Architectural Design, Academy Edition: London, 1998.

중성이 결합된 다양한 영상매체와 인포메이션의 전달은 빌딩의 표피를 영상 이미지로 환원시켜 건물이 고정된 물리 구조체가 아님을 시사한다. 건축의 투명성과 영상 이미지의 적극적 활용은 1960년대부터 시도된 벤투리(Venturi)의 대중 건축 운동에서 시작되었으며 1980년대 후반기부터는 스크린을 건물의 입면 요소로 적극 활용하려는 경향으로 발전하게 된다. 최근의 현대 건축물은 입면의 일정 면적을 영상 매체에 할애한 후 영상의 내용을 변화시키면서 공간의 내, 외부 및 사이공간을 다변적으로 연출한다. 이러한 표현기법은 미디어 시대에 중요한 건축적 요소로 건물 외피의 유리판들은 건물 부재와 스크린의 역할을 동시에 수행하게 된다. 이러한 현상은 건물 벽체가 불투명 고형체라는 절대주의적 개념에서 벗어나 영상 이미지의 파노라마를 구현할 수 있는 다양한 멀티비전과 색채, 조명의 처리로 나타나며 도시환경에서 상업적인 목적으로 활용되는 사례가 증가하고 있다.



<그림 8> Jean Nouvel, Cartier Foundation, Paris, France, 1994

장 누벨(Jean Nouvel)의 카르티에 재단(Cartier Foundation)은 종래의 혼한 커튼 월 건물과는 달리 건물의 볼륨 바깥으로 연장된 두 유리벽과 전면에 추가되어 서 있는 유리벽 사이의 공간에 의해 강조된다. 사무실 기능의 주 볼륨 전방에는 빈 유리벽이 나무를 사이에 두고 서 있으며 좌우에 위치한 외부계단을 싸고 있는 유리벽 역시 주 볼륨으로 확장되어 추가된 면이다. 옥상에 위치한 테라스에는 지붕 없는 유리벽이 수직으로 솟아오르고 있는데 겹쳐지는 투명재료의 혼용과 유리벽 사이에서 다양한 효과를 가진다.¹⁰⁾ 장 누벨은 근대건축의 정형화된 형태어휘인 상자(the box)를 새롭게 해석하였으며 미니멀 구성형태는 최첨단 공학의 미디어에 의해 조절되어 공간이미지를 드라마틱하게 연출하는 미디어 건축의 원형이 되었다. 그의 박스 형태는 다기능 복합체로 파사드는 외부 그리드와 미디어 스크린으로 이루어져 다채로운 빛의 효과를 담아낸다. 벽체는 보다 얇게 하고, 수많은 센서를 장착한 박막(薄膜)이 되어 여러 가지 조절기능을 수행하며, 미디어로 장식되어 작동되는 이미지-텍스트 표피(表皮)가 상호 교환적이며 세심하게 겹쳐지고 스크린 된 이미지 파사드로 대체되었다. 토요 이토의 미디어 파사드는 바람의 탑(The Tower of the Wind)에서와 같이 정보가 유동하는 매체인 동시에, 외부 환경에 자기감응(自己感應)적으로 반응하는 유기적인 매체로 나타나고 있다.



<그림 9> Toyo Ito, The Tower of the Winds, Yokohama, 1986

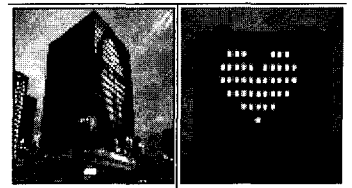
블린켄라이트 프로젝트¹¹⁾는 건축 표피와 정보기술(information

technology)을 접목한 초표피 표현으로 고층 건물의 유리창을 모니터로 활용하여 컴퓨터 영상물을 구현하는 국제적 규모의 프로젝트이다. 베를린의 알렉산드라 광장에 위치한 8층 빌딩의 전면(front)의 가로 20개, 세로 26개의 창(총 면적 3,370m²) 후면에 램프를 설치한 후 램프의 전원을 컴퓨터로 원격 조절하여 대형 동영상을 건축물 표면에 구현하고 있다. 독일 해커들의 모임인 카오스 컴퓨터 클럽(Chaos Computer Club)이 주축이 되어 진행되어졌으며, CCC는 행사기간 동안 창문을 이

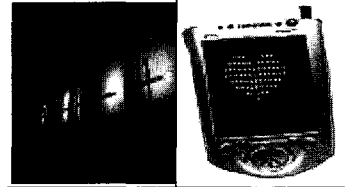
용한 대형 모니터를 통해 일반 네티즌들이 구성한 애니메이션과 게임 장면을 대형 화면으로 실시간 구현한다. 구성된 각 프레임은 장면의 지연 시간을 @기호를 사용하여 밀리 세컨드(millisecons)로 표시되는데 @1000은 1초에 해당하며 지연된 시간이 흐르면 다음 장면으로 전환되어진다. 즉, 건물의 표피와 도시환경 그리고 인간이 디지털 테크놀로지의 상호작용으로 유기체적 상황을 연출하는 프로젝트의 전형을 제시하고 있다.

동경의 큐프론트는 하마노 야스히로(Yasuhiro Hamano)에 의해 리모델링 되어진 건축물로 전시효과와 공간 활용을 극대화하고 있다. 외벽에 거대한 스크린을 설치하여 일명 디지털 보드 건물로 불리며 건축 파사드를 메시지 보드로 활용하고 이것을 건물의 정면에 위치시켜 주목성을 높였다. LED를 이용한 외벽 영상과 측면에 있는 거대한 오브제는 건축물의 간판에 대한 새로운 시각을 부여한 프로젝트라고 할 수 있다. 1999년 10월 완공된 큐프론트 건물은 초대형 멀티비전을 가진 상업시설로 동경에서 가장 상권이 발달한 시부야 지역에 위치한다. 동경을 대표하는 최고의 상업시설로 외피의 대형

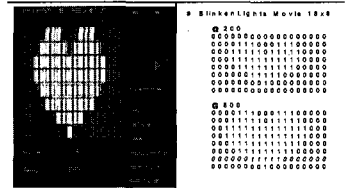
<표 2> 블린켄라이트 프로젝트



건물 표피를 이용한 영상 전달

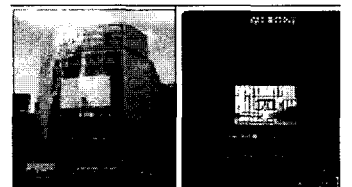


각 층의 창문에 설치된 조명장치와 네트워크 PDA 프로그램

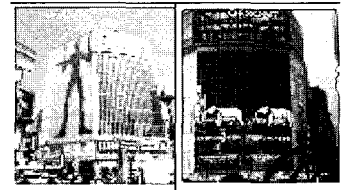


사용 디지털 프로그램과 전자 기호에 의한 영상 신호

<표 3> QFRONT 빌딩



QFRONT 빌딩에 설치된 대형 스크린 'Q's EYE.'



다양한 영상을 투사하는 건물 표피

10)이은석, 장 누벨과 극단을 향한 이미지, 프랑스 산업양식 건축(1), PLUS 9410, pp.158-171.

11)김선영, 건축 환경의 투명성 효과와 경량적 표현, pp.51-52.

LED 광고판이 매우 특징적이다. 건물의 외곽 표피는 루버(louver)형태의 LED 조명이 삽입되어진 유닛으로 이루어진 대형 사이즈의 영상비전이 유리 외피로 싸여져 있으며 이러한 건축적 효과는 투명한 유리의벽을 통한 영상이미지를 전달하게 되며 필요에 따라서 조명의 역할을 하게 된다. 시부야의 상징적 건물로 전체 건축부지 784.26㎡, 연면적 6,692.14㎡의 건물로 지하2층, 지상 8층으로 이루어진 10층 건물이다. 6개 층은 CD, 비디오, 서적을 임대하고 판매하는 대형체인인 쓰타야(Tsutaya)가 차지하고 있으며 4층에는 1만2000여권의 도서를 보유하고 있는 게임, 애니메이션 코너가 위치한다. 각 층마다 24시간 방송하는 인터넷방송국, 7층에는 영화관 시네 프론트(CINE FRONT), 1, 2층에는 아메리카 스타벅스 커피(Starbucks Coffee), 일본식커피숍이 위치하며 8층에는 음식점 등 각종 휴식, 오락, 서비스시설이 마련되어있다. 건물 좌측에는 조나단 보로프스키(Jonathan Borofsky)의 하트 라이트 맨(Heart Light Man)이 그려져 있다. 건물주에게 경제적으로 이익을 주면서도 동시에 랜드 마크로서 건축물 외피를 표현하고 있는 좋은 사례이다.¹²⁾

3.3. 유비쿼터스 환경과 표피 연출

디지털의 발전은 오늘날 실재성이 약화된 새로운 삶의 방식을 가져왔는데, 특정한 장소에 위치한 인간과, 전자적 방법에 의해 이동하는 공간 확장의 기술은, 물리적 공간과 사이버 공간과의 관계를 갈수록 복잡하고 모호하게 만들고 있으며 균질화 된 삶, 모의된 가상의 삶으로 특징 지워지고 있다. 여기에서 실재(reality)에 대한 의문이 제기되는데, 전자 미디어에 의해 원본과 차이가 없는 복제(複製) 재생산이 가능해진 오늘날, 본질과 비본질의 차이는 소멸되는 경향을 띠며, 실재와 비실재의 구분조차 무의미해져 가고 있다. 이러한 테크놀로지는 인간의 인지 범위를 물리적 공간 영역에서 확장시켜 디지털 환경(digital environment)에서의 가상성이 접목된 인간과 공간의 인터페이스 환경 조성과 공간 표현을 가능하게 한다. 이때 형태의 경량감은 비 스케일화, 부유감, 가장 미래적인 이미지화를 통해 구현되며, 동시대적이고 상호 커뮤니케이션(mutual communication)이 가능한 쌍방향적인 디지털적 사고와도 맥락을 공유하게 된다. 또한 경량성의 표현 기법과 디지털 환경의 정보매체 활용을 이용한 가상성의 접목을 통해 물리적인 공간의 정보화와 가상성의 결합을 추구하게 된다. 이러한 디지털 환경과 건축 공간의 표현기법은 매우 광범위해 지고 있으며 실체적이고 현상적이며 선형적인 공간-시간-정보의 통합적 경험을 제공하게 된다.

디지털 기술과 공간 표현기법의 접목은 능동적이며 개별 선택적인 상황, 실시간을 이용한 정보와 공간의 상호작용을 가능하게 하였으며 센서(sensor)나 스크린을 이용한 다양한 공간연출 시스템의 개발은 사용자에게 정보제공 기능의 충족과 공간과 공간, 사용자간의 적극적인 상호관계를 형성한다. 나아가 실재와 가상공간의 접목으로 인한 동시적 공간표현의 실험성은 공간의 인터페이스 기능을 더욱 가속화시키는데 기여하고 있다. 또한 디지털 환경과 매체의 활용으로 인한 혼용기법은 공간의 내부와 외부의 자유로운 소통과 고정되거나 정지하지 않은 공간의 이미지를 제공하며 시각적이고 심리적인 공간 이동을 가능하게 하여 가벼운 공간의 볼륨을 표현하게 된다. 또한 실재 공간과 디지털에서의 자유로운 유기적인 형태 표현 역시 기하학적인 공간의 중력감을 제거하며 인간의 인지적 범주를 초월하려는 자유로운 표피와 새로운 상호작용의 개념을 제시한다.

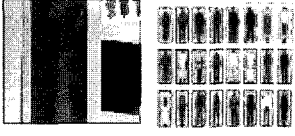




뉴욕 프라다 에피센터는 이러한 유비쿼터스 환경과 테크놀로지의 정점을 보여주는 상업공간으로 2,520㎡의 새로운 경험의 상업공간으로 단순한 전시와 판매의 공간이라기보다는 공연과 이벤트를 포함하는 도심 속에서의 대중문화를 담당한다. 매장 내부는 쇼핑 외에도 거리, 공연장이 존재하며 구매에 대한 의무감 없이 대중이 접근 할 수 있는 곳으로 집적 혹은 회유하는 장소의 개념을 상업공간에서 제안하고 있다.¹³⁾ 진앙지, 진원지(Epicenter)라는 디자인 컨셉을 구현하고자 인터랙티브 인스톨레이션, 인터페이스, 디스플레이, 인터랙티브 드레싱 룸, 포켓용 크기의 디바이스, 센싱 디바이스 등의 디지털미디어 환경과 유비쿼터스 환경이 일체화되어 상업공간에 적용되어 체험하는 상업공간과 공간 마케팅을 제안한다. IT 기술을 기반으로 만들어진 유비쿼터스 환경은 일회성, 순간성, 즉흥성, 멀티미디어가 총체적으로 조합된 영상 표피와 디바이스를 이용하여 일상적인 구매환경의 개념을 적극적인 인터페이스의 개념으로 매장 내부에서 연출하고 있다. 즉, 사용자의 각각의 환경에 따라 새로운 상황을 만들어내는 디지털미디어-환경-인간이라는 상호작용을 연출하고 있다. 디지털이란 매체와 일상의 삶과 환경이 일치된 그 자체가 절대 중요한 가치를 지니고 있고 그것으로부터 새로운 시대정신이 창출되어지는 것을 기대하고 인지할 수 있을 것이다.¹⁴⁾ 유비쿼터스 환경에서의 핵심개념은 인간을 둘러싸고 있는 주위환경 자체가 센싱, 컴퓨팅 및 커뮤니케이션 기능을 갖는다는 개념으로서 인간과 환경이 하나의 지능적 컴퓨팅 유기체를 형성함으로써 인간의 다양한 활동을 자연스럽게 효율적으로 지원해주는 컴퓨팅 환경을 의미한다. 이를 위해서는 주위의 물체들과 실내, 외부환경 전체가 컴퓨팅 기능을 보

13)Koolhaas, Rem, Prada, Projects for Prada Part 1, Fondazione Prada Edizioni, Milan, 2001.

14)김미진, 디지털시대의 이미지 쌍방향 이해, 월간 문화도시문화복지 141호, 2003.

12)Kim Yenny & Chung Jaejun, Produce a lifestyle, Yasuhiro Hamano, Design vol. 307, 2004, January, pp.120-121.

<표 4> Dressing Room의 유비쿼터스 환경

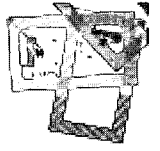
Touch screen	
closet과 연결됨/웹사이트의 그래픽과 연결됨/closet 내부의 제품의 부가적 정보를 보여줌/closet의 품목을 보여줌.	
Magic Mirror	
드레싱 룸의 카메라가 거울로 표면 처리된 플라즈마 스크린과 연결되어 있음 / small movements -> real-time replay-large movements->time delay로 재생하여 자신의 모습을 볼 수 있다.	
Controllable Lighting	
고객은 드레싱 룸의 조명을 채광, 사무공간, 이벤트 조명 등 다양한 환경으로 조절할 수 있음.	
Switchable Glass	
고객은 드레싱 룸의 문의 투명도를 조절할 수 있다.	
Phones	
prison phones 과 같이 유리 벽체 건너편의 사람과 대화할 수 있다.	

유해야 한다는 것을 전제로 한다. 이러한 개념과 환경에 적용하기 위한 디자인 프로세스는 OMA/AMO 건축사무소와 미디어 디자이너 리드 크렘¹⁵⁾(Reed Kram), 클레멘스 와이샤¹⁶⁾(Clemens Weisshaar)에 의해 진행되었다. 유비쿼터스 디스플레이 기술을 기반으로 50여 개의 모형과 목업(mock-up)을 통한 건축적 통합과 공학적 생산 과정을 디자인으로 통합시켰으며 멀티플 미디어 캔버스 개념을 스토어 전반에 걸쳐 조성하였다. 기존의 상점에서 흔히 볼 수 없는 혁신적이고 기능성이 우수한 새로운 형태의 플라즈마 스크린은 상점 정면부나 필요한 어느 곳에나 설치가 가능하도록 고안되었다. 또한 정교하고 세련된 기술력으로 상호작용이 가능한 인터랙티브 디스플레이 효과와 비디오 콘텐츠를 보여주는 스크린으로 사용될 수 있도록

- 15)디자이너 Kram은 개념적이면서도 기능적인 드레싱 룸의 진형을 제안하고 있으며 터치스크린은 AMO과 icon nicholson과의 협력으로 고안되었다.
- 16)Clemens Weisshaar(1977년생)는 독일 뮌헨 출신의 산업디자이너로 런던의 central saint martins에서 금속디자이너 견습생으로 일한 바 있으며 2000년에는 인터스트리얼 디자이너 Konstantin Grcic 사무실에서 일한 바 있다. 현재에는 LA 프라다 스토어의 미디어 디바이스 프로젝트를 진행 중이며 Reed Kram과 함께 조명기기, 가구 등과 전자 제품 프로젝트를 진행 중이다.

제작되어 다양한 규모와 크기의 표피활용을 보여주고 있다.

드레싱 룸의 경우 개인 공간을 구성하는 공간 표피의 활용도를 극대화한 상업공간의 사례이다. 고객에게 완전한 개인 공간의 역할을 할 수 있는 상업 환경 중 독특한 성격의 공간인 드레싱 룸은 비공개적이며 개인적 취향을 경험할 수 있는 기능을 수행하게 된다. 동시에 사용자와 매장 환경과의 긴밀하고 직접적인 인터페이스를 실행할 수 있도록 공간의 표피가 연출되어 있다. 드레싱 룸 내부에 설치된 카메라는 사용자의 움직임을 기록하게 되어 있으며 기록되어진 영상은 반대편 벽에 투영된다. 또한 한쪽 면에는 의류의 상세한 정보와 디자이너의 스케치 등이 터치스크린에 나타난다. 이러한 터치스크린은 고객에게 의류와 관련된 기사나 현재 재고 상태 등을 검색하여 파악할 수 있도록 한다. 즉 가장 개인적 공간인 드레싱 룸에 최신 테크놀로지를 이용하였으며 센서를 이용한 탈의실은 사람이 있으면 불투명이 되고 없으면 반투명이 되며, 모든 제품에 부착되어 있는 전자 태그(RFID tag)를 읽을 수 있게 되어 있어 고객이 가지고 들어온 제품의 사이즈, 보유 현황 등을 스크린을 통하여 알려준다.¹⁷⁾ 특히 거울 안에 박혀있는 스크린에는 제품 착용 시의 고객의 모습을



<그림 10> RFID TAGS: 프라다 전 품목에 부착되어있는 RFID tags는 아이템의 위치를 추적할 수 있다.

<표 5> 프라다 매장의 유비쿼터스 디스플레이와 표피 연출

Ubiquitous Display	
스크린 자체가 디스플레이 기능을 하며 특별한 정보 화면을 전환할 수 있다. 물리적인 디스플레이 매체로 인식되어지는데 화면에 정보가 없을 경우 "screen savers"모드로 전환/착용이 가능한 input devices로 조정이 가능하고 아이টে를 확인하거나 고객 상담용으로 활용되는 소형 LCD, plasma screens, projections	
Media Stage (Prada, Los Angeles)	
14개의 비디오 프로젝터에서 투사되며 단별로 배열되거나 파노라믹 이미지를 구성/모든 프라다 매장(가상/현실)을 연결할 수 있으며 entry area 전체를 에워싸고 있으며 collection, 전 세계 매장뿐 아니라, 벽화, 벽지 등의 효과를 내는 파노라믹 이미지를 전달/투영된 면은 건축 마감재의 역할을 하며 고객과 제품목록database에 연결되어 있어 정보검색이 가능함.	
Mirror Wall (Prada, San Francisco)	
LA Media Stage와 콘텐츠 교류가 가능함 /HoloProSystem 을 이용한 semitransparent daylight projections의 디스플레이/프로젝션을 이용한 mirror images blur	

17)Hart, Sara, Prada Flagship Store, Architectural Record 02. 2002, McGrawHill, New York, p.87.

여러 각도에서 비디오로 찍어 본인이 볼 수 있도록 하여 탈의 실은 하나의 작은 극장으로서 가상의 솔로 연출을 가능하게 하는데 여기서 거울은 영상을 투영하는 스크린의 역할을 수행하게 된다.¹⁸⁾

각 매장의 아이덴티티를 변화시키는 유동적인 벽지의 연출 방법은 6미터 길이의 디지털 픽셀 무늬의 벽지가 제품 디스플레이와 더불어 8개월마다 교체된다. 이러한 매장내부 표피의 시각적 변화는 패션 트렌드 변화의 속도감을 건축적으로 적용한 상업공간의 연출기법이라고 할 수 있다.¹⁹⁾ 1층의 공연장 혹은 전시장으로 이용되는 가변적 공간은 줄무늬 나무 패턴의 파동치는 곡면은 지하 바닥까지 연결된다. 필요에 따라 곡면의 일부가 빠져나와 스테이지가 형성되거나 공간 표피에 스크린이 설치되어 최대 200명까지를 수용할 수 있다. 또한 계단과 같이 이루어져 있어 평상시에도 관람객이 앉아서 움직이는 이벤트를 관람하는 공간을 제공한다. 이때 파여서 높아진 굴곡의 벽은 무대의 배경막(backdrop)을 형성하여 극적인 효과를 제공한다. 매달린 메쉬(mesh) 망 박스에는 마네킹 및 의류 전시 품목이 진열되어 있으며 이 박스는 천장의 트랙을 따라 모토로 움직이게 된다. 가변적 공간 형성을 위해 천장에서 전시 위치를 바꿀 수도 있으며 공연 시에는 무거운 오디오 기구들을 수용할 수 있도록 되어 있다. 즉, 시각적 방해물 최소화하기 위한 재배치가 가능하기 때문에 표피와 더불어 유동적인 공간을 형성하게 된다.²⁰⁾

프라다 에피센터의 디지털 미디어 컨셉은 물리적 공간과 정보건축을 통합한 단계라고 할 수 있다. 상점 내의 인터페이스 기능은 판매자(sales people)에게 부여하였으며 구매자와 상점 환경과의 직접적인 인터랙션 기능을 제한하고자 한 디자이너의 의도로 일반적으로는 고객은 상점의 스텝(staff)을 통해 상점 환경의 인터랙션을 경험하게 된다. 대신 개인적이고 개별적인 인터랙션은 기술혁신적인 디바이스를 이용하여 가능하게 하였으며 이러한 기술력은 드래싱 룬, 인스톨레이션과 다양한 인터페이스 기능 그리고 공간 내부와 다양한 매체의 표피를 이용하여 접속할 수 있는 웹 사이트에서 나타나고 있다. 또한 스텝을 위한 무선의 소형 디바이스는 상점의 데이터베이스에 연결되며 이러한 기기를 통해 실시간으로 재고품에 관한 정보 전달, 제품 카탈로그의 검색 그리고 고객의 정보 기록을 통한 차별화된 서비스를 제공하게 된다.

4. 결론

본 논문은 현대 상업공간에 활용되어진 상업시설의 표피 디자인과 연출에 따른 시각적 상호작용의 범주를 투명성과 조명, 전자적 표피와 미디어 스크린 그리고 유비쿼터스 환경과 인터페이스로 분류하여 각각의 특징을 사례 중심으로 고찰하였다. 최근 상업시설의 경우 표피의 연출이 단순한 장식의 영역에서 확대되어 복합적인 매체와 기술이 적용되고 있으며 동시에 현대의 유행과 사조를 반영하는 속성을 지니게 되었다. 이러한 상업공간에서 나타나는 표피의 다양한 표현은 디자이너의 구성적 역량을 표현할 수 있는 하나의 영역으로서 중요한 의미가 부여되고 있다. 이러한 표피의 표현은 다면화된 문화욕구에의 충족과 상업공간이 도시환경의 매우 주요한 그래픽 요소로 활용되며 판매 기업과 상품의 홍보효과 외에도 도시환경과 콘텍스트와의 접점이자 도시와 건축이 공유하는 문화의 접점으로까지 확대시킬 수 있는 개념과 논리를 함축적으로 담게 된다. 동시에 강력한 의사전달의 수단으로서의 표현 언어로서 디자이너가 공간의 표피를 통하여 공간의 이미지와 질서 및 형태의 구성을 어떤 체계를 갖고 행하는지 암시적으로 전달하게 된다.

현대 상업공간의 표피 연출 경향을 분석한 결론은 다음과 같다. 첫째, 현대 건축에서 전체적 혹은 부분적으로 적용되고 있는 투명성의 경우 사용 부자재의 물리적 경량성과 시각적 경량성을 제시하며 상업공간의 노출을 적극적으로 표현한다. 투명한 표피가 공간내외부의 조명으로 인해 빛을 발산하게 되며 이때 공간은 부유하는 빛의 덩어리가 되어 시각적으로 가벼워지며 비물질화 되어져 인지된다. 이때 표피에 활용된 조명의 효과는 상업공간의 형태미를 강조한다. 최근 나타나는 브랜드 매장의 표피 연출의 경우, 단순한 정방형 그리드를 통한 안정적인 단순한 구성과 질서의 표피 표현체계를 제시함으로써 표피 면의 분할, 중첩 등을 강조하는 구성이 주된 경향을 띄고 있다. 이때 사용된 유리 등으로 인한 공간 표피의 투명성은 건축 외부와 상업공간을 연결시키는 고객의 시선을 유도하게 된다. 표피의 투명성과 조명의 시각적 효과는 사용자를 매장 내부로 유인하는 중요한 기능을 수반하게 되는데 이때 사인과 건축적 디테일이 조명의 색채 효과와 더불어 건물 외벽 전체가 광고판의 역할을 취하게 된다. 즉, 조명효과로 인한 건축요소의 자유로운 표현영역의 제공이 상업시설로서의 기능을 수행하게 된다.

둘째, 미디어 매체의 활용으로 인한 다면적 표피의 연출은 전자적 표피와 미디어 스크린이라는 매체 혼용을 상업공간에 접목시켰다. 스크린을 건물의 입면 요소로 적극 활용하려는 이러한 경향은 상업시설의 외피 전체 혹은 입면의 일정 면적을 영상 매체에 할애한 후 영상의 내용을 변화시키면서 공간의 표

18)Ibid, p.87.

19)Barr, Vilma, Transcent Wave, www.richterratner.com/ddiprada.asp.

20)김명옥, 지역적 특성을 지닌 특성화 상점에 관한 연구, 한국실내디자인 학회논문집 37호, 2003. 4. pp.84-85.

피를 시각적 접면으로 하는 사이공간을 연출한다. 이러한 표현 기법은 미디어 시대에 대두되고 있는 주요한 건축적 요소로 건물 표피의 유리판은 건물 부채와 스크린의 역할을 동시에 수행하게 된다. 이러한 현상은 건물 벽체가 불투명 고풍체라는 절대주의적 개념에서 벗어나 영상 이미지의 파노라마를 구현할 수 있는 다양한 멀티비전과 색채, 영상의 처리로 나타나며 도시환경에서 상업시설의 주목성과 멀티미디어를 이용한 정보전달을 통해 상업적인 목적을 극대화하는 효과를 발휘한다.

셋째, 프라다 에피센터의 유비쿼터스 환경과 미디어 디자인을 접목한 새로운 상업공간 환경을 조성하였다. 또한 사용자와 공간과의 인터페이스 기능을 수행하기 위한 다양한 표피 연출의 영역과 디바이스를 사용함으로써 물리적 공간과 인포메이션 시스템을 상업공간에서 통합시킨 단계라고 사료된다. 이러한 상업 환경은 인터랙티브 기능이 부여된 다양한 디바이스와 비주얼 인터페이스를 구체화 한 스크린과 디스플레이의 설치, 사용자의 개인적 공간을 제안하고 있는 인터랙티브 드레싱 룸과 센싱 디바이스 등이 어우러진 미디어 환경을 대중에게 체험하게 한다. 특히 멀티플 미디어 캔버스 개념을 스토어 전반에 걸쳐 조성하였으며 실시간으로 정보를 교류할 수 있는 플라즈마 스크린을 공간 표피에 설치하여 구매자와 브랜드 상품 및 스텝과의 상호작용이 가능하도록 고안된 실내 표피의 디스플레이 효과는 상업공간에서 유용한 정보매체로 사용될 수 있다. 또한 인터랙티브 기능과 정보의 전달을 위한 비디오 콘텐츠의 상영으로 실시간 구매자와 제품, 공간의 상호작용이 가능하다. 즉, 고객과 매장 공간의 상호작용을 극대화하는 공간 기능의 상호관계를 위한 상업시설의 유비쿼터스 환경을 제안하였다.

결과적으로 건축의 내·외부를 구성하는 공간 경계면의 비주얼 인터페이스 효과는 공간은 안(內)과 밖(外)이라는 개념이 개체의 독립성과 깊은 관계에 있지만, 새로운 미디어와의 결합으로 우리들이 의식하지 못하는 곳에 내·외라는 개념을 모호하게 만들고 있다. 공간에서 고립된 개체들은 전자미디어를 통하여 다시 연결되고 확장될 수 있으며, 물질적인 육체의 영역과 전자적인 공간의 존재가 중첩(重疊)되는 것이다. 현대 상업공간의 다양한 표피 연출은 디지털 환경과 미디어, 유비쿼터스 등의 정보기술과 투명성을 활용한 건축적 조형언어로 작용되며 의장적인 다양함과 변화, 공간의 풍부함을 느끼게 하는 가장 현대적인 도시환경의 패러다임으로 간주되고 있음을 알 수 있다. 즉, 현대 상업공간에서의 적극적인 미디어와 디지털 정보기술(digital information technology)의 접목은 공간의 시각적 인터페이스 기능을 더욱 발전시키고 가속화시키는데 기여하고 있다. 나아가 건물의 표피가 디지털 테크놀로지와 도시환경과의 상호작용의 매개체로서의 역할을 수행하게 하며 상업공간을 체험의 대상으로 규정하여 감성적 가치를 부여하게 되는 주요한 역할을 수행한다.

참고문헌

1. 김명옥, 지역적 특성을 지닌 특성화 상점에 관한 연구, 한국실내디자인학회논문집 37호, 2003. 4.
2. 김미진, 디지털시대의 이미지 쌍방향 이해, 월간 문화도시문화복지 141호, 2003.
3. 김선영, 건축 환경의 투명성 효과와 경량적 표현, 한국실내디자인학회논문집 43호, 2004. 4.
4. 이경훈·김우영·김광현, 미디어테크의 프로그램 체계와 공간 구현 요소에 관한 연구, 대한건축학회 논문집, v.18 n.5, 2002, 5.
5. 이은석, 장 누벨과 극단을 향한 이미지, 프랑스 산업양식 건축(1), PLUS 9410.
6. 임미나, 가벼운 느낌을 주는 건축디자인에 관한 연구, 서울대학교 석사학위논문, 1992.
7. 데이비드 라우어, 이대일 역, 조형의 원리, 미진사, 1990.
8. 비토리오 M. 람프나니, 이호정 역, 현대 건축의 조류, 태림문화사, 1990.
9. C. Rowe & Slutzky, Literal and Phenomenal Transparency, A+U, 7502.
10. Donis A. Dondis, A Primer of Visual Literacy, Massachusetts Institute of Technology, 1973.
11. Gyorgy, Kepes, Language of Vision, Chicago, 1944.
12. Hart, Sara, Prada Flagship Store, Architectural Record 02. 2002.
13. Jencks, Charles, 조철희 외 역, The New Moderns, 공간예술사, 1992.
14. Kim Yenny & Chung Jaejun, Produce a lifestyle, Yasuhiro Hamano, Design vol. 307, 2004, January.
15. Koolhaas, Rem, Prada, Projects for Prada Part 1, Fondazione PradaEdizioni, Milan, 2001.
16. Muschamp, Herbert, Forget the Shoes, Prada's New Store, McGrawHill, New York.
17. Nouvel, Jean, Bibliotheque Nationale de France, Artemis, 1996.
18. Toy, Maggie editor, Stephen Perrella: Hypersurface Theory: Architecture>>Culture, Hypersurface Architecture, Architectural Design, Academy Edition: London, 1998.
19. Van de Ven, 정진원 역, 건축공간론, 기문당, 1988.
20. Vilma, Barr, Transcent Wave, www.richterratner.com/ddiprada.asp.
21. www.nytimes.com/2001/12/16/fashion/PRAD.html/
22. www.qfront.co.jp/
23. www.bobmagazine.com/
24. www.arch.utah.edu/people/faculty/julio/tecto.html
25. www4.alzando.net/idhist.html

<접수 : 2005. 4. 22>