

# 오프라인 서비스 존의 디자인 특성에 관한 연구

## A study on design properties of offline service zone

권혁래

국민대학교 테크노디자인 대학원 건축디자인 학과

이공희

국민대학교 건축대학 건축학과 전임강사

김용성

국민대학교 테크노디자인 대학원 교수

Kwon, Hyok-Rae

Dept. of Architectural Design, TED, KMU

Lee, Kong-Hee

Prof, Dept. of Architecture, KMU

Kim, Yong-Sung

Prof, Dept. of Architectural Design, TED, KMU

• Key words: Offline Service Zone, Architectural Design, Consumer Society, Image

### 1. 서론

컴퓨터 보급률의 성장과 네트워크 기술의 발전, 이동통신 시장의 성장을 기반으로 정보통신부문의 경제적인 비율은 비정상적으로 급성장하였고, 이러한 급속한 성장은 한때 사회적인 문제로서 인식되었다. 특히 컴퓨터 네트워크와 이동통신의 경우 기업간의 심한 경쟁으로 인해 초기에는 가격절하, 덤핑 등의 방법으로 시장 확보를 추구하였다.

정부의 시장간섭과 함 [표-1] 2002 정보화 실태 조사 - 통계청

가입자 수	1997	2000
이동전화	6,828,169	26,816,398
무선호출기	15,198,910	568,225
pc통신	3,117,553	16,807,067

개 시장도 안정세에 이르자, 기업들은 마케팅 방법에 변화를 주기 시작했고, 이후 기업이미지를 이용한 마케팅과 함께, 다양한 고객서비스를 개발, 증가시키게 된다. 이러한 사회적, 경제적인 배경을 가지고 나타나기 시작한 Offline Service Zone\*은 디자인에 있어 새로운 특성을 많이 보여주고 있다. 현재는 일부 이동 통신사와 인터넷 회사들이 주축으로 Offline Service Zone이 운영하고 있으나, 정보화가 가속화되고, 네트워크의 발달이 가속될수록 현재 나타나고 있는 Offline Service Zone과 유사한 디자인 특성과 지닌 건축공간들이 계속해서 나타나리라고 예상된다.

본 논문은 Offline Service Zone이라는 새로운 형태의 건축디자인이 생성되는데 바탕이 된 사회-문화적 배경과 디자인 특성, 가능성에 대해서 연구한다.

### 2. 정보화 사회의 배경적 특징

#### 2-1. 소비사회

정보화 사회의 사람들은 끊임없이 생산되는 복잡하고 다양한, 대량의 재화(유-무형의 재화), 서비스 속에 묻혀서 살고 있다. 이러한 물질적인 풍요 속에서 살아가는 현대인의 삶에서 '소비'란 매우 중요한 요소로 인식된다. '소비사회'로 설명

될 수 있는 현대사회에서 정보, 상징, 이미지, 욕구와 같은 기호의 경제성이 엄청나게 증가하는 경향을 보이는데, 건축역시 이러한 기호의 경제성을 수용하는 것으로 사회의 변동을 받아들이고 있다. 이러한 소비사회에서의 소비공간<sup>1)</sup>은 소비를 매개로 소비가 지니는 여러 가지 상징적인 현상들이 나타나는 '장'으로서 '상품과 소비'가 이루어질 뿐만 아니라 공간에 대한 의미부여와 해석이 발생하는 '공간 자체의 소비'라는 의미를 동시에 내포하고 있다. 소비공간의 이미지 자체가 소비행위에 동기를 부여하고 소비행위를 촉발하기 때문에 소비공간은 단순한 판매를 위한 상품진열로서의 물리적 공간이나 자연적 공간이 아니다. 다시말해 소비공간은 경제적인 의미에서 개인의 소비활동 장소임과 동시에 사회학적인 의미에서 공간에 대한 의미부여와 해석이 발생하는 '사회문화적인 복합 공간'의 성격을 띠고 있다.<sup>2)</sup>

#### 2-2. 이미지의 부각

모든 미디어의 영향력은 실로 엄청나다. 미디어는 그것이 개입한 결과이든, 정치적 또는 경제적 결과이든, 미학적·심리적·윤리적·도덕적·사회적 결과이든 간에 매우 설득력이 있기 때문에 우리는 이 미디어에 접촉하지 않거나, 이 미디어로부터 아무런 간섭을 받지 않거나, 아무런 영향을 받지 않을 수는 없다.<sup>3)</sup> 정보화 시대의 Internet이 만들어 내는 Online상의 이미지의 경우 실제 생활에 있어 그 비중이 급속도로 확대되고 있다. Internet상의 기업의 높은 인지도를 바탕으로, 기업의 Logo을 Sign으로 이용해 Offline상에 그림 1 lycos의 로고서 이용자들의 시선을 유도하는 형태의 판매시설 등도 나타나고 있다. 이와는 반대로 Online상의 기업의 이미지를 개선하기 위해서 Offline상에 실제적인 설치물을 장치하는 경우도 있다.



\* Offline Service Zone: 아직 정확한 학문적 정의가 내려지지 않은 관계로 본 연구에서는 무형의 재화를 제공하는 기업(이동통신 및 정보관련 사업체를 중심으로), 기업이미지 홍보와 마케팅을 위해 시도하는 새로운 방법으로, 기업이 가진 비물질적, 무형적 이미지를 가시적, 물질적인 것으로 변화시키고 이에 더불어 다양한 고객service를 제공하는 공간(장소)이라 정의함.

1) 소비공간은 구체적인 공간개념을 바탕으로 하는데, 마케팅측면에서 보는 상점, 점포, 매장 등의 구체적인 판매공간 뿐만 아니라, 홀대 앞, 신촌, 대학로 같은 특화지역을 중심으로 지역화한 공간 또한 그 범주에 포함될 수 있다.  
2) 전해은, 현대 소비공간과 소비행동, 서울대학교 석논, p2, 2001  
3) 마셜 맥루한·펄빙 피오르, 김진홍 역, The Medium is the Massage 미디어는 마시지다, 커뮤니케이션북스, 2001

### 3. Offline Service Zone의 디자인 특성

그림 2 구조체와 독립된 '초표피' 이미지의 생성하는 벽의 야경  
- ON & OFF

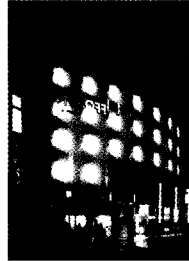


그림 3 계단실에 설치된 기업로고  
- On-Off상의 image 연계  
- TTL Zone 대학로

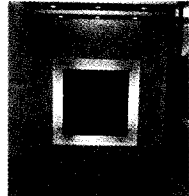


그림 4 투명한 벽체를 이용한 내·외부 공간의 시각적 연계  
- TTL Zone 대학로



그림 5 끊임없이 이미지를 방출  
- TTL Zone 대학로



그림 6 메탈과 검은색을 이용한 사이버 이미지의 표출  
- NAZIT 대학로



1999년 TTL Zone을 선두로 현재 전국적으로 수십여 곳이 운영중이다. 짧은 기간에 급하게 조성됨으로 인해 Offline Service Zone은 건축의 본질적 성격인 형태, 공간적인 면에 비해 디자인 측면이 강조되었다.(그림-2) 특히 건축 표면에 만들어진 벽면은 구조체에서 분리된 '초표피'<sup>4)</sup>로서, 특히 아직 미디어적인 방법을 통한 외부환경과의 소통을 나타내지는 않지만 그 공간이 제시하려 하는 미래적Image를 강하게 외부로 표출한다. 이런 특성과 함께 공통적으로 나타나는 특징으로서 On-Off공간상의 image의 연결을 들 수 있다. 매우 중요한 디자인 요소로서 자주 사용되는데, 브랜드 로고, TV광고에서 이용되는 다양한 이미지들을 외부 장식적 요소로 사용하여, on-off상의 연속된 이미지를 제공한다.(그림-3)

Offline Service Zone은 '소비공간'이다. 이용자격이 되는 회원들은 이곳에서 무상으로 공간을 이용하고, 서비스를 받는다. 사용 중에 이용자들은 기업의 이미지를 무의식중에 각인 받는다. 또한 모든 행위를 외부에서 관찰할 수 있도록 하여, 외부의 비 이용자들에게 '공간소비'의 욕구를 자극해 마케팅적인 효과를 얻게 된다. 즉 투명한 벽체를 통한 내·외부의 시각적 연결을 바탕으로 끊임없는 이미지를 방출하게 된다.(그림-4) 투명성을 바탕으로 하는 또 다른 특징으로 외부로 향하는 TV모니터를 볼 수 있다. 이는 디지털에 의해서 계속적으로 변화는 이미지를 계속 외부로 제공함으로써, 동적인 성격을 가진 이미지들은 고정되지 않는 정보의 흐름을 상징적으로 나타낸다. 시각적 자극제가 되어 장소에 대한 이미지를 강조하게 된다.(그림-5)

NAZIT는 현대의 소비공간에서 나타나고 있는 즐기는 공간의 성격을 분명하게 나타내고 있다.<sup>5)</sup> 이러한 성격은 디자인적인 면에서도 나타나는데, 메탈과 검은색을 사용하해 젊음, 다이내믹함과 미래 지향적인 성향을 강하게 나타낸다.(그림-6) 다양함 프로그램을 가진 놀이 공간을

그림 7 오픈 스테이지의 이동식 벽체  
- 기능과 공간의 확장을 동시에 가능  
- NAZIT 대학로



표방한 이곳의 또 다른 특징으로 공간의 확장과 연속성이다. 일반적인 상황에서는 각 공간들은 분리되어 이용되지만, 특정 경우에 이 공간들은 완벽하게 연결 된다. 인터넷 게임, 휴식, 간이무대로 구분된 공간들은 필요에 따라 제거가 가능한 벽에 의해서 유연성 있는 관계를 가지고 있다.(그림-7)

### 4. 결론

현 시대는 정보에 의해 사회의 전반적인 면이 이해되고 그에 맞춰 변해 가는 정보화 시대임과 동시에 새로운 유형의 소비가 나타나는 소비시대이다. 이런 배경은 Offline Service Zone이 나타내는 디자인 특성의 바탕이 된다. 여기서 그 특성을 간략하게 정리하면 다음과 같이 정의할 수 있을 것이다.

#### - On-Off image의 상호 관계성

Internet를 기반으로 한 가상공간은 동일한 이용자가 Online과 Offline을 넘나들며 서로 다른 문화적 특성을 골고루 향유하고 있는 또 다른 생활공간이다. 즉, Online Offline과는 분리된 다른 공간의 의미가 아니라, 하나의 사회, 문화 속에서 상호작용(Interaction)을 하는 공존의 존재인 것이다. Offline Service Zone이 보여주는 On-Off상의 image의 상호연속성은 디지털의 발전과 정보화의 심화에 따라 디자인에 있어 더욱 중요한 issue가 될 것이다.

#### - 프로그램의 혼용

여기에서 나타나는 프로그램들의 혼용은 기능으로서의 mix가 아닌 시선에 의한 관찰자의 시점에서의 혼용이다. 이것은 다양한 activity의 창출을 유도하며, 그러한 행위의 겹침은 하나의 이벤트, 동적인 image로서 이용자들에게 인식되어진다.

#### - 비물질성을 통한 내·외부 공간의 관계

외부에서 보이는 Offline Service Zone의 내부공간은 자체가 하나의 Image로서 인식되어지며, 이는 내·외부 공간을 구분하는 '벽'에 대한 '비 물질성'의 성격을 요구하게 된다. 이는 단지 외벽의 재료에 의한 것뿐만이 아니라, 내부공간의 구성으로 연속된다. 이로 인해 외부로 지나가는 사람들은 내부의 모든 공간을 완벽하게 인식할 수 있도록 되어있다. 재화의 전시가 아닌 내부공간의 행위를 보여주기 위한 방법으로 비물질적(행위, 이미지 등) 디자인 요소의 적용의 좋은 예가 된다.

이와 같은 Offline Service Zone의 디자인 특성들은 정보화 시대의 건축디자인의 특성을 이해하는데 대표적인 사례라 할 수 있다.

#### 참고문헌

- 전해은, 현대 소비공간과 소비행동, 서울대학교 석논, 2001
- 송은아, 정보화 시대로 도래한 공간의 이미지화에 관한 연구, 건국대학교 석논, 2001
- 김성홍, 건축과 관객: 소비문화의 상점건축, 대한 건축학회 논문집 12권 5호 통권 91호, 1996 05
- 마살 맥루한·펄렛 피오르, 김진홍 역, The Medium is the Massage 미디어는 마시지다, 커뮤니케이션북스, 2001

4) 초표피: 건축의 내·외부에서 표층성을 띠고 실험되는 것으로, 구조에서 분화된 클래딩으로서의 피막개념으로, 완전히 자유로운 상태에서 이미지가 투사되고 중첩되는 스크린이자 동시에 주변환경에 대한 감응체이며 정보의 소통체이라 할 수 있다.

5) NAZIT 대학로점 담당 매니저 장훈휘 씨와의 인터뷰 중