

# 복합상업시설 매개공간의 인터랙티브 디자인 특성 연구

## Interactive Design Characteristics in Intermediary Spaces of Mixed-use Commercial Facilities

**Author** 구혜림 Koo, Hye-Rim / 정희원, 한양대학교 실내건축디자인학과 석사과정  
황연숙 Hwang, Yeon-Sook / 정희원, 한양대학교 실내건축디자인학과 정교수, 이학박사\*

**Abstract** Recent consumption trends have shifted toward experience-oriented engagement, and mixed-use commercial facilities are increasingly planned as destinations. In these complexes, intermediate spaces play a key role in guiding movement and expressing facility identity. However, interactive design in intermediate spaces is often operated as display-oriented media rather than as an integrated spatial system. This study examines the characteristics of interactive design applied to intermediate spaces and suggests planning implications. An analytical framework and checklist were derived from prior studies using four dimensions: Functional, Sensory, Behavioral, and Relational. Field observations were conducted across seven mixed-use commercial facilities in the Seoul metropolitan area that opened or were renovated within the last decade. The results indicate that functional support is commonly provided through digital signage and kiosks, while intuitive wayfinding cues and concrete program information are limited. Sensory strategies using large media, lighting, and sound are actively employed to enhance immersion and reinforce identity. In contrast, behavioral interactivity remains shallow, mostly limited to one-way displays and basic touch functions, and relational features rarely support social participation or shared meaning. These findings suggest the need for integrated guidance interfaces and participatory interactive systems.

**Keywords** 복합상업시설, 매개공간, 인터랙티브 디자인  
Complex Commercial Facility, Intermediate Space, Interactive Design

### 1. 서론

#### 1.1. 연구의 배경과 목적

현대 사회의 소비 패러다임은 단순한 제품 구매를 넘어 공간과의 상호작용을 통해 즐거움과 몰입을 중시하는 체험 중심의 소비 방향으로 변화하고 있다. 이에 따라 단일 목적의 상업공간은 다양한 경험 제공이 가능하도록 쇼핑·문화·여가 등의 기능이 융합된 복합상업시설로 전환되고 있다. 복합상업시설과 같은 체험 중심의 소비 환경에서는 특정 매장이나 개별 상업 콘텐츠에 국한되기보다, 사용자의 공간 이동과 체류가 반복되는 과정 전반에서 형성된다는 점에서 복합상업시설 내 매개공간의 역할이 중요하게 나타나고 있다. 복합상업시설 내 아트리움, 라운지, 중앙광장 등의 매개공간은 직접적인 수익을 창출하지는 않으나, 동선 유도과 체류·휴식을 지원함으로써 시설 전반의 공간 경험을 형성하는 핵심 요소로 기능한다.

이러한 맥락에서 매개공간은 단순 통과 영역이 아닌 ‘목적지’

로 인식하여 다른 소비 공간으로의 자연스러운 연결을 도모하고 사용자의 다양한 공간 경험을 유도하는 공간 계획이 요구된다. 특히 최근에는 사용자의 경험을 유도하는 인터랙션이 공간에 적용되면서 효율적인 접근과 공간 만족의 범위가 확장되고 있으며, 인터랙션의 매개체로 디지털 기술을 활용함으로써 사용자와 공간 간의 상호작용을 촉진한다(Kim, 2012).<sup>1)</sup> 또한 인터랙티브 디자인은 다양한 상호작용을 이끌어내며, 메시지를 효과적으로 전달함과 동시에 사용자에게 기억에 남는 경험을 제공한다(Seong, 2020).<sup>2)</sup> 그러나 기존의 인터랙티브 디자인 관련 선행연구는 주로 팝업 스토어와 같이 사전에 체험 목적이 설정된 사례를 중심으로 마케팅 효과를 분석하였으며, 복합상업시설 매개공간을 다룬 연구 또한 공간 디자인 특성에 기초한 분석에 그치는 경우가 많았다. 이동과 체류가 동시에 발생하며, 이용 목적이 고정되어 있지 않은 매개공간 내 인터랙티브 디자인의 적용은 다

\* 교신저자(Corresponding Author); ysh@hanyang.ac.kr

1) 김세영. (2012). 사용자 경험을 위한 인터랙션 공간디자인 표현에 관한 연구. 한국실내디자인학회 논문집, 21(4), 48-56.  
2) 성민정(2020). 실감형 인터랙션 미디어 환경의 경험적 가치향상을 위한 프레임즈 요소에 관한 연구. 석사학위논문 한양대학교 대학원, 서울

양한 공간 경험을 제공할 수 있음에도 불구하고 이에 관한 연구가 부족한 실정이다.

따라서 본 연구의 목적은 복합상업시설 매개공간에 적용된 인터랙티브 디자인 특성을 분석하고, 이를 바탕으로 매개공간 활성화를 위한 인터랙티브 디자인 방향을 제안하고자 한다.

## 1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 최근 10년 이내 신축 또는 리뉴얼이 이루어진 수도권 복합상업시설을 범위로 설정하고 매개공간에서 인터랙티브 디자인이 이용자의 행위나 환경 변화에 반응하며 공간 경험 형성에 영향을 미치는 사례를 대상으로 하였다. 예비조사는 문헌 자료, 시설의 공식 정보, 공개된 이미지 및 영상 자료를 바탕으로 단계적으로 진행되었다. 그 결과 총 14개 시설을 1차 후보군으로 도출하였다. 이 중 브랜드가 중복되는 곳을 제외하고, 매개공간에서 인터랙티브 디자인 요소가 확인되는 12개 사례를 2차 검토 대상으로 선별하였다. 2차 검토 대상 중 현장 접근 가능성과 동일한 선정 기준 충족 여부를 고려하여 예비 현장조사를 실시하였으며 그 결과 연구 목적에 부합하는 최종 7개 사례를 선정하였다. 이 과정에서 인터랙티브 요소가 개별 매장 내부에 한정되거나 일시적 이벤트에 해당하는 경우, 또는 상시적 운영이 확인되지 않는 경우는 제외하였다. 분석 도구로 활용된 체크리스트는 문헌 고찰을 토대로 작성하였으며, 관련 전공 교수 3인의 자문을 통해 항목의 명확성과 관찰 가능성을 보완하여 타당도를 확보하였다. 본 조사는 연구자가 직접 대상지를 방문하여 동일한 기준에 따라 매개공간의 주요 동선과 체류 지점을 중심으로 관찰하고 사진 기록을 수행하는 방식으로 진행하였다. 본 연구의 절차는 다음과 같다.

첫째, 문헌 고찰을 통해 '인터랙티브 디자인'과 '복합상업시설', '매개공간'의 개념과 구성요소를 분석한다. 둘째, 문헌 고찰을 통해 인터랙티브 디자인 특성을 추출하고 복합상업시설의 매개공간에 적용할 수 있는 평가 항목을 도출한다. 셋째, 도출된 평가 항목에 기초하여 분석을 위한 체크리스트를 작성한다. 넷째, 인터랙티브 디자인이 적용된 7개 복합상업시설을 체크리스트 토대로 현장 조사를 수행하여 인터랙티브 디자인을 활용한 복합상업시설의 매개공간을 분석하고 결론을 도출한다.

## 2. 이론적 고찰

### 2.1. 복합상업시설 매개공간의 이해

#### (1) 복합상업시설의 개념

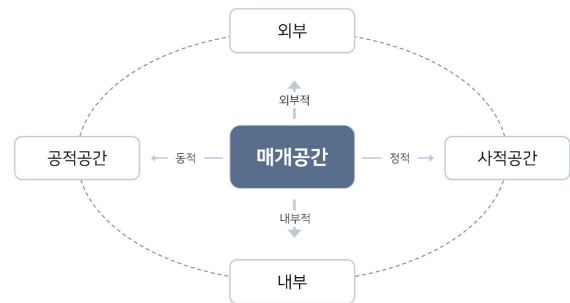
복합상업시설은 판매, 업무, 주거, 호텔, 스포츠, 레저 등의 기능 중 3가지 이상의 기능을 유기적으로 통합해 시너지를 창출하는 시설을 의미한다(Kim, 2011).<sup>3)</sup> 미국 국토 협회(ULI)는 이를

3) 김수미(2011). 복합 상업시설 공용공간의 활용성에 따른 확장 방식 연구. 박사학위논문 서울대학교 대학원, 서울

엔터테인먼트, 식음, 판매가 결합된 U.E.C(Urban Entertainment Center)로 정의하며(Beyard, 2001),<sup>4)</sup> 매장면적 3,000㎡ 이상의 대규모 점포를 지칭한다. 현대 소비 패러다임이 '상품 소비'에서 '경험 소비'로 전환됨에 따라 과거 상품 판매의 단일 목적을 수행하던 공간은 쇼핑, 문화, 여가가 유기적으로 결합한 '복합상업시설'로 진화되었다. 이러한 공간은 방문객에게 새로운 라이프 스타일을 제안하고 다양한 활동을 담아내는 공간으로서의 의의를 지닌다.

#### (2) 복합상업시설 매개공간의 개념

복합상업시설 내에서 경험의 가치를 결정짓는 핵심 요소인 '매개공간'의 '매개(媒介)'란 '둘 사이에서 양편의 관계를 맺어 줌'을 뜻하며, 공간적 측면에서는 서로 다른 성격의 공간을 연결하고 전이를 형성하는 완충 공간을 의미한다.<sup>5)</sup> 현대의 매개공간은 단순히 이동하거나 통과하는 영역이 아닌, 서로 다른 성질의 공간 사이를 유기적으로 연결함으로써 조화로운 효과를 얻을 수 있다.<sup>6)</sup> 이러한 측면에서 복합상업시설 매개공간은 사적·공적공간을 이어주는 중간 영역으로 준공적·사적공간이 되며, 건축의 내부 공간과 외부공간을 완충해 주는 반외부·내부적인 공간이라고 할 수 있다.<sup>7)</sup> 그 내용은 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 복합상업시설 매개공간의 개념

#### (3) 복합상업시설 매개공간의 구성요소 도출

복합상업시설 매개공간은 방문객의 동선을 유도하고 공간 경험을 결정짓는 핵심적인 요소로 작용한다. 본 연구는 복합상업시설 매개공간의 구성요소를 도출하고자 So(2024), Kim(2022), Kim(2021), Lee(2017)의 선행연구를 분석하였다. 이 과정에서 복합상업시설 매개공간은 실내공간 뿐만 아니라 옥외 광장이나 테라스 등의 실외공간을 포함하고 있음을 파악할 수 있었다. 이에 본 연구는 복합상업시설 내 수평·수직적 이동이 집중적으로 발생하는 실내공간을 중심으로 분석하고자 선행연구에서 공통

4) Michael D. Beyard, Developing Retail Entertainment Destinations, Urban Land Institution, 2001. p.5

5) 김희현(2022). 이용자 소비문화 변화에 따른 4세대 상업시설 매개공간 특성 연구. 석사학위논문 국민대학교 테크노디자인전문대학원, 서울

6) 소옥(2024). 4차 산업혁명 시대에 따른 복합상업시설 매개공간 디자인에 관한 연구. 석사학위논문 한양대학교 대학원, 서울.

7) 양승철, 이희정(2012). 입체복합시설 매개공간의 공공성에 대한 이용객만족도 연구. 대한건축학회 논문집 - 계획계, 28(1), 207-216.

적으로 언급한 복합상업시설 매개공간의 실내공간에 해당하는 ‘전이공간, 연결공간, 코어공간’으로 구분하였다. 그 내용은 <표 1>과 같다.

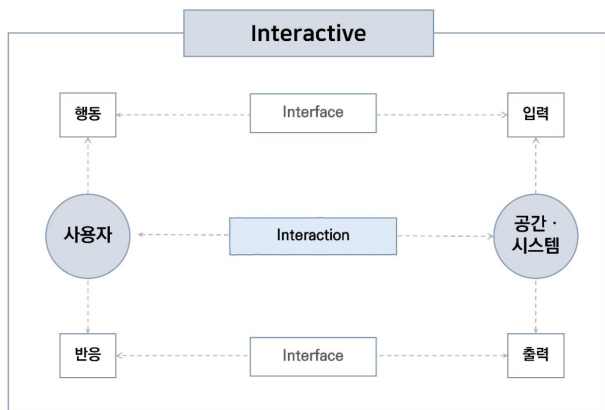
<표 1> 복합상업시설 매개공간의 구성요소

구분	구성요소	특징
전이 공간	로비, 출입구	시설의 첫인상 형성 및 내부 공간으로의 접근, 유도
연결 공간	복도, 브릿지, 에스컬레이터, 계단	수직·수평적 동선의 흐름
코어 공간	아트리움, 중앙 광장, 이벤트 공간, 휴식 공간	방문객의 체류 및 휴게

## 2.2. 인터랙티브 디자인의 이해

### (1) 인터랙티브의 개념

‘인터랙티브(Interactive)’는 상호 활동적인 방식을, ‘인터랙션(Interaction)’은 사용자와 시스템 간의 상호작용 과정을 의미하며, 이를 물리적으로 구현하는 매개체를 ‘인터페이스(Interface)’라 한다. 즉, ‘인터랙티브 디자인’이란 특정 인터페이스를 통해 사용자의 상호작용을 유도하고 그 과정에서 발생하는 총체적인 경험을 설계하는 행위이다(Koo, 2025).<sup>8)</sup> 이는 단순한 결과물 제작을 넘어 사용자와 시스템 간의 유기적 관계를 구축하는 방법론으로 빌 모그리지(Bill Moggridge, 2007)는 이를 ‘사물의 형태가 아닌 사용 과정의 경험을 디자인하는 것’이라 정의하며 그 본질이 결과물이 아닌 관계와 과정에 있음을 강조하였다. 인터랙티브 디자인의 흐름도는 <그림 2>와 같다.



<그림 2> 인터랙티브 디자인의 흐름

### (2) 인터랙티브 디자인을 활용한 공간 특성 도출

본 연구는 인터랙티브 디자인에 관한 내용을 다루고 있는 국내 선행연구인 Lee(2022), Jung(2017), Kim(2018), Kim(2016), Kim(2012), Kwon(2013), Lee(2012), Song(2009)의 내용을 분석하여 세부 내용을 통해 상위항목을 추출하였다. 연구자에 따라

8) 구혜림(2025). 복합상업시설 매개공간의 인터랙티브 디자인 연구. 석사학위논문. 한양대학교 대학원, 서울.

각 용어의 정의는 상이하게 제시되었으나, 세부 내용을 비교·검토한 결과 유사성을 파악할 수 있었다. 분석 내용은 다음과 같으며 <그림 3>, <표 2>와 같다.

### 1) 기능성

인터랙티브 디자인은 사용자의 직접적인 정보 습득 및 특정 행동을 가능하게 하여 공간 이용을 지원한다. 이러한 측면에서 Lee(2022)는 시스템을 제어하는 ‘조작 가능성’을 언급하였으며, Kim(2016)은 정보 탐색을 통한 ‘유용성’과 누구나 쉽게 이용 가능한 ‘접근성’을 언급하였다. 또한, Kim(2012)과 Song(2009)은 인터랙티브 디자인을 통해 명확한 정보 전달이 가능하다고 제시하였고 Kim(2018)은 이러한 ‘정보성’을 통해 공간 이용에 있어 사용자의 흥미를 유발한다고 하였다. 위의 내용을 종합하면 사용자가 공간을 이해하고 이용 목적에 따른 행동을 유도하는 기능적 측면을 포함하고 있음을 파악할 수 있다. 이에 본 연구는 공간에 관한 명확한 정보 제공 및 안내, 탐색 등을 통해 사용자의 공간 이용과 목적 달성을 직접적으로 지원하는 특성인 ‘기능성’을 도출하였다.

### 2) 감각성

인터랙티브 디자인은 사용자의 오감을 자극함으로써 공간의 분위기를 형성하고 감성적 경험의 질을 확장한다. Jung(2017)과 Lee(2012)는 인터랙티브 디자인이 오감 반응을 활용한다는 점에서 ‘감각적’, ‘시각적’ 요소를 제시하였고 Kwon(2013)은 이러한 요소를 통해 물리적 환경과 디지털 요소가 결합된 복합적인 공간 구성을 통해 ‘체험성’이 나타난다고 하였다. 이를 통해 Lee(2022)는 사용자의 ‘몰입’을 유도한다고 하였으며, Kim(2016)은 감각적 자극을 통해 공간에 관한 ‘감성적 즐거움’과 ‘매력성’을 증대시킨다고 하였다. 위의 내용을 종합하면 감각 자극을 매개로 사용자와 공간 간의 정서적 반응을 유도하는 감각적 측면을 포함하고 있음을 파악할 수 있다. 이에 본 연구는 사용자의 감각을 자극을 통해 몰입을 유도하고 공간에 관한 인상을 형성하는 특성인 ‘감각성’을 도출하였다.

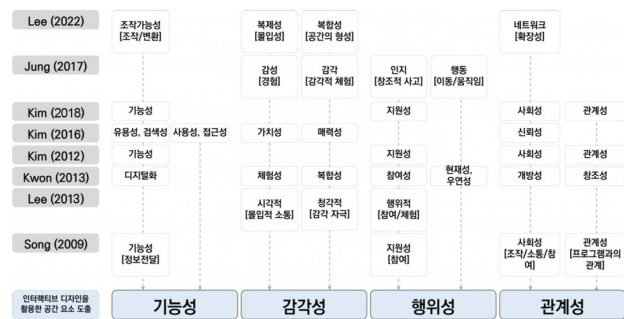
### 3) 행위성

인터랙티브 디자인은 사용자의 행위에 따라 시스템이 반응하여 능동적인 참여 경험을 형성한다. 이러한 측면에서 Kim(2018)과 Song(2009)은 ‘사용자 중심’의 상호작용 구조가 필요하다고 하였다. 이를 위해 Jung(2017)과 Lee(2012)는 사용자의 움직임을 유도하는 ‘행위적 유도’를 언급하였고 Kim(2012)은 지속적인 능동적 참여가 가능하도록 ‘지원성’을 강조하였다. 이와 함께 Kwon(2013)은 실시간 변화와 ‘우연성’에 대응하는 요소가 결합될 경우, 사용자의 능동적 개입이 더욱 활성화될 수 있다고 하였다. 위의 내용을 종합하면 사용자의 행위를 유도하고 이에 대한 반응이 실시간으로 이루어지면서 상호작용이 반복되는 구조를 형성하는 것으로 이해할 수 있다. 이에 본 연구는 사용자 행위와 시스템 반응의 유기적인 연결을 통해 사용자의 능동적 참여를

유도하는 특성인 ‘행위성’을 도출하였다.

#### 4) 관계성

인터랙티브 디자인은 사용자와 공간, 사용자 간의 상호작용을 통해 관계를 형성함으로써 공간에 새로운 의미를 부여한다. Lee (2022), Kim(2012), Kim(2018), Song(2009)은 정보 공유와 소통을 통해 사용자 간의 관계를 심화시키는 ‘네트워크’와 ‘사회성’을 언급하였다. 또한, Kwon(2013)은 사용자의 참여를 통해 공간 경험을 형성하는 ‘창조성’과 집단적 상호작용을 가능하게 하는 ‘개방성’을 제시하였다. 위의 내용을 종합하면 인터랙티브 디자인은 개인의 경험이 타인 및 공간과 연계되면서 사회적 의미가 생성되는 상호작용 구조를 형성하는 것으로 이해할 수 있다. 이에 본 연구는 사용자와 공간, 사용자 간의 사회적 연결을 촉진하고 공간의 의미를 확장하는 특성인 ‘관계성’을 도출하였다.



<그림 3> 인터랙티브 디자인을 활용한 공간 특성 도출

<표 2> 인터랙티브 디자인을 활용한 공간 특성

구분	내용
기능성 (Functional)	공간에 관한 정보 제공과 탐색, 안내 기능을 통해 사용자가 공간을 이해하고 이용 목적에 따른 행동을 직접적으로 지원하는 특성
감각성 (Sensory)	시각·청각 등의 감각 자극을 통해 물입을 유도하고 공간에 대한 인상과 감성적 경험을 형성하는 특성
행위성 (Behavioral)	사용자 행위에 따른 시스템 반응을 통해 능동적 참여를 유도하고 상호작용이 반복되는 경험 구조를 형성하는 특성
관계성 (Relational)	사용자와 공간, 사용자 간의 상호작용을 매개로 사회적 연결을 촉진하고 공간의 의미를 확장하는 특성

### 3. 복합상업시설 매개공간의 인터랙티브 디자인 체크리스트

본 연구의 분석 틀을 위해 선행연구를 바탕으로 복합상업시설 매개공간의 인터랙티브 디자인 요소를 도출하였다. 앞선 인터랙티브 디자인 공간 특성 도출 과정에서 활용된 선행연구인 Lee (2022), Jung(2017), Kim(2018), Kim(2016), Lee(2012), Kim (2013), Kwon(2013), Song(2009)에서 제시한 특성별 세부내용을 바탕으로 분석 항목을 도출하였다. 복합상업시설 매개공간의 인터랙티브 디자인 체크리스트는 다음 <표 3>과 같다.

<표 3> 복합상업시설 매개공간의 인터랙티브 디자인 체크리스트

구분	분석항목
기능성	F1 방문객이 시설 정보 확인, 매장 위치 검색, 현재 위치 파악 등 기본적인 정보를 명확하게 제공하고 있는가
	F2 교차로, 층간 이동이 이루어져 혼동되기 쉬운 공간의 바닥, 벽, 천장에 미디어 안내 장치나 표지가 적절한 위치와 높이에 배치되어 방문객의 자연스러운 이동을 유도하고 있는가
	F3 코어 공간에서 방문객이 목적지를 직관적으로 파악할 수 있도록 개방적인 공간으로 조성되어 있는가
감각성	S1 주 출입구 또는 로비의 벽, 천장 등에 동적인 빛이나 미디어가 구현되어 방문객의 시선을 끌고 흥미를 유도하고 있는가
	S2 연결 공간의 바닥, 벽, 천장에 적용된 조명·그래픽이 이동 중 연속적으로 이어져 통일된 분위기와 주제에 감각적 물입을 유도하고 있는가
	S3 공간 전체의 분위기를 형성하는 대형 미디어 스크린이나 공간 전반에 울리는 음향(ex.음악, 자연 소리 등)이 반영되어 있는가
행위성	B1 방문객의 움직임을 센서가 실시간으로 감지하여 그 반응으로 안내 화면이 전환되거나 방문객 맞춤형 정보를 제공하는 등의 상호작용 구조가 구현되어 있는가
	B2 방문객의 이동이나 특정 행위에 따라 바닥, 벽, 천장 등이 실시간으로 반응하여 방문객이 공간과 직접 상호작용할 수 있는 환경이 조성되어 있는가
	B3 방문객이 화면을 터치하거나 소리, 행동 등을 통해 화면 속의 콘텐츠가 실시간으로 변화하거나 개인 기기를 활용하여 디지털 레이어를 중첩시킬 수 있는 체험 요소를 제공하고 있는가
관계성	R1 미디어 장치가 시설의 브랜드, 상징, 환경 메시지 등을 반복적으로 보여주어 방문객이 공간의 정체성을 자연스럽게 인지할 수 있는가
	R2 서로 다른 층이나 구역으로 이동하는 과정에서 그래픽·조형물·미디어 요소가 공간들을 하나의 주제 또는 스토리로 연결되어 있는가
	R3 방문객이 기록하거나 생성하는 콘텐츠가 실시간으로 반영 및 공유되어 다른 방문객과의 간접적인 소통이나 공동 참여를 형성하고 있는가

### 4. 사례분석

#### 4.1. 사례 대상 개요

본 연구는 최근 10년 이내 신축 또는 리뉴얼이 이루어진 서울·경기권 복합상업시설을 대상으로 설정하였다. 예비조사를 통해 문헌 자료와 공식 정보, 공개 이미지 및 영상 자료를 검토하여 1차 후보군을 도출하였으며, 브랜드 중복 시설과 매개공간에 인터랙티브 디자인이 상시적으로 적용되지 않은 사례를 제외한 후 최종 7개 사례를 선정하였다. 이후 연구자가 직접 대상지를 방문하여 동일한 기준에 따라 현장조사, 관찰 및 사진 촬영을 수행하였다. 최종 선정된 사례들은 규모와 유형에는 차이가 있으나, 매개공간에서 인터랙티브 디자인이 이용자의 행위 및 환경 변화에 반응하며 공간 경험 형성에 작용하는 구조가 공통적으로 확인되어 동일한 분석 틀을 적용한 비교 연구가 가능한 대상으로 판단하였다. 사례 분석 대상지의 개요는 다음 <표 4>와 같다.

<표 4> 사례분석 대상지 개요

구분	사례명	위치	영업면적	개관 연도
A	스타필드 수원	경기도 수원특례시 장안구 정자동, 수성로 175	약 331,000㎡	2024
B	인스파이어 리조트	인천광역시 중구 공항문화로 127	약 350,000㎡	2024
C	더현대 서울	서울특별시 영등포구 여의대로 108	약 89,100㎡	2021

D	파라다이스 시티	인천광역시 중구 운서동	약 330,000㎡	2017
E	롯데월드타워 & 롯데월드몰	서울특별시 송파구 신천동 29	약 805,872㎡	2017
F	스타필드 코엑스몰	경기도 하남시 미사대로 750	약 460,000㎡	2017
G	아이파크몰	서울특별시 용산구 한강대로23길 55	약 330,000㎡	2016

## 4.2. 사례분석

### (1) 사례 A : 스타필드 수원

스타필드 수원은 ‘스테이필드(Stayfield)’라는 컨셉 아래 고객이 공간에 머무르며 시간을 소비하는 경험 중심의 복합상업시설이다. 특히 시설의 핵심 매개공간인 ‘별마당 도서관’은 4층부터 7층까지를 수직으로 관통하는 22m 높이의 대형 보이드 공간으로 구성되어 층간의 경계를 허물고 방문객에게 압도적인 공간감과 개방감을 제공한다. 분석내용은 <표 5>와 같다.

<표 5> 사례 A. 스타필드 수원

구분	스타필드 수원			
공간 개요	위치	경기도 수원특례시 장안구 정자동, 수성로 175		
	개관연도	2024년	영업면적	331,000㎡
이미지	전이 공간	연결 공간		코어 공간
	<ul style="list-style-type: none"> <li>주 출입구</li> <li>로비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주 동선</li> <li>에스컬레이터 홀</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>별마당 도서관</li> <li>아트리움</li> </ul>	
분석항목	분석내용			
	F1	전이 공간인 출입구 영역에 디지털 사이니지를 배치하여 시설 정보, 매장 검색, 현재 위치 등 복합상업시설에 관한 기본 정보를 제공하는 양상이 두드러짐		
가능성	F2	교차로 및 층간 이동이 이루어지는 연결 공간의 바닥·벽·천장에 공간의 위치 및 정보 파악을 지원하는 등의 미디어 안내 장치와 유도 표지의 배치가 두드러지지 않음		
	F3	코어 공간 '별마당 도서관'이 4~7층을 관통하는 대형 보이드 구조와 대형 미디어 월을 통해 층별 공간 구성과 행사 및 운영 일정 등을 실시간으로 제공하는 양상이 두드러짐		
	S1	주 출입구 및 로비 상부에 대형 상층리에가 시선을 끄는 조형물로 기능하고 있으나, 고정된 형태에 가까워 동적인 빛이나 미디어를 활용한 반응형 시각 효과는 제공하지 않음		
감각성	S2	연결 공간의 바닥·벽·천장이 이동 방향과 일관되도록 연속적인 조명 및 그래픽의 배치보다는 개별 연출 위주로 구성되어 통일된 분위기와 주제로 동선 흐름을 유도하고 있지 않음		
	S3	코어 공간인 '별마당 도서관'에 대형 미디어 영상과 공간 전반을 아우르는 음향이 통합적으로 제공되어 도서관 고유의 분위기와 휴게 기능이 조화를 이루는 몰입형 감각 환경이 두드러짐		
	B1	주 출입구와 주요 동선의 디지털 사이니지가 일방향 정보 송출 방식으로 방문객의 접근·움직임을 센서가 감지하여 맞춤형 정보를 제공하는 상호작용 시스템은 두드러지지 않음		
행위성	B2	방문객의 이동이나 행동에 따라 바닥, 벽, 천장 등의 공간 요소가 실시간으로 반응하는 인터랙티브 환경은 제공하지 않음		
	B3	시설 내 디지털 미디어가 사전에 설정된 영상 송출 위주로 운영되어 화면 터치 및 행동을 통한 콘텐츠 변경이나 개인 기기를 통한 디지털 레이아웃이 이루어지는 능동적 참여 체험 요소를 제공하지 않음		
	R1	미디어 장치가 기능적 정보 전달에 치중되어 있어 브랜드 상징이나 환영 메시지를 통한 공간 정체성을 표현하는 연출 요소로 활용되지 않음		

R2	물리적으로 분리된 구역을 잇는 조형물이 단일 형태로 배치되어 이동 경로 전체가 일관된 스토리나 주제로 연결되어 있지 않음
	QR코드를 통한 개별 참여는 가능하나, 생성된 콘텐츠가 공유되거나 다수의 방문객과 소통 및 공동 참여가 이루어지는 인터랙티브 요소의 적용은 두드러지지 않음

### (2) 사례 B : 인스파이어 리조트

인스파이어 리조트는 ‘엔터테인먼트 리조트’에 대표적인 예시로 목적 공연장(아레나), 카지노, 쇼핑몰, 호텔 등이 유기적으로 결합된 구조를 갖는다. 핵심 매개공간인 ‘오로라(Aurora)’는 길이 150m, 높이 25m에 달하는 LED 스크린이 천장과 벽면을 덮고 있는 몰입형 디지털 공간으로 구성되어 있다. 단순한 이동 통로였던 복도 공간을 미디어 아트를 통해 시시각각 변화하는 숲이나 심해의 환경으로 전환시키며 압도적인 현존감을 제공한다. 9) 분석내용은 <표 6>과 같다.

<표 6> 사례 B. 인스파이어 리조트

구분	인스파이어 리조트			
공간 개요	위치	인천광역시 중구 공항 문화로 127		
	개관연도	2024년	영업면적	약 350,000㎡
이미지	전이 공간	연결 공간		코어 공간
	<ul style="list-style-type: none"> <li>주 출입구</li> <li>메인 로비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>오로라</li> <li>에스컬레이터 홀</li> <li>쇼핑 아케이드</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>로툰다</li> <li>인스파이어 오로라</li> </ul>	
분석항목	분석내용			
	F1	다양한 구역의 출입구 영역에 디지털 사이니지를 배치하여 시설 정보, 매장 검색, 현재 위치 등 복합상업시설에 관한 기본 정보를 제공함		
가능성	F2	교차로 및 층간 이동이 이루어지는 연결 공간의 바닥·벽·천장에 미디어 안내 장치와 유도 표지의 배치가 넓은 규모 대비 충분하지 않아 방문객의 자연스러운 이동 유도가 이루어지지 않음		
	F3	코어 공간인 '오로라'에 시각적 개방감과 시야 연결을 갖춘 대형 미디어 화면 구조를 반영하여 공간의 인지는 용이하나, 행사나 운영 일정 등의 시설 이용 목적을 구체적으로 안내하는 기능을 제공하지 않음		
	S1	2층 진입부 앞 '로툰다' 영역에 상하로 구동하는 키네틱 상층리에가 동적인 빛과 미디어 연출을 반영하여 코어 진입부에서 방문객의 시선을 집중시키고 흥미를 유도함		
감각성	S2	복도와 브릿지 등의 연결 공간 벽면과 조형물에 적용된 미디어 아트가 이동 방향과 일관되게 배치되어 이동 과정에서 통일된 분위기를 형성하고 동선 흐름을 시각적으로 인지할 수 있는 환경을 조성함		
	S3	코어 공간인 '인스파이어 오로라'의 천장과 벽에 설치된 대형 미디어 스크린과 공간 전반의 음향 연출이 결합되어 공간 전체 분위기에 몰입할 수 있는 감각적·몰입형 환경을 조성함		
	B1	주 출입구와 주요 동선의 디지털 사이니지가 일방향 정보 송출 방식으로 방문객의 접근·움직임을 센서가 감지하여 맞춤형 정보를 제공하는 상호작용 시스템은 두드러지지 않음		
행위성	B2	연결 공간 내 미디어와 키네틱 조형물이 이동 유도를 위한 시각적 연출을 제공하지만, 방문객의 이동 속도나 행동 등에 따라 실시간으로 반응하는 인터랙티브 환경은 두드러지지 않음		
	B3	관람 중심의 공간 구성으로 화면 터치나 개인 기기를 활용해 디지털 레이어를 중첩시키는 등의 능동적 참여 체험 요소는 활용되지 않음		

9) 인스파이어 리조트, <https://www.inspireresorts.com/ko/about-us/inspire-resort>

관계성	R1	1층 출입구 전면의 미디어 아트 공간이 코어 공간인 '오로라'와 연계되어 리조트의 상징적 시각 요소를 반복적으로 제시함으로써 브랜드 이미지와 공간 정체성을 자연스럽게 인지할 수 있는 환경을 조성함
	R2	물리적으로 분리된 구역 간에 유사한 조형물과 미디어를 적용하여 하나의 일관된 주제와 스토리로 연결되도록 공간을 연출함
	R3	관람 중심의 공간 구성으로 콘텐츠 공유를 통해 다른 방문객과 소통하거나 공동 참여가 이루어질 수 있는 인터랙티브 요소는 적용되지 않음

(3) 사례 C : 더현대 서울

더현대 서울은 '리테일 테라피' 라는 새로운 공간 철학을 제시한 사례이다. 본 시설 전체 영업 면적의 약 50%를 실내 조경과 휴식 공간으로 할애하는 공간으로 구성되어 있다. 이는 상품 판매보다 방문객의 경험과 휴식을 최우선으로 두는 전략으로 상업 시설이 도심 속 공공 휴게 공간으로 기능할 수 있음을 보여준다. 핵심 매개 공간인 5층의 '사운즈 포레스트'와 1층의 '워터풀 가든'은 시각적 개방감과 청각적으로 느낄 수 있는 '도심 속 자연주의' 컨셉으로<sup>10)</sup> 공간 구성되어 있다. 방문객에게 쇼핑 목적 없이도 공간을 산책하고 머무르게 하는 능동적인 행위를 유도한다. 분석내용은 <표 7>과 같다.

<표 7> 사례 C. 더현대 서울

구분	더현대 서울			
공간 개요	위치	서울특별시 영등포구 여의대로 108		
	개관연도	2021년	영업면적	약 89,100㎡
이미지	전이 공간	연결 공간		코어 공간
	<ul style="list-style-type: none"> <li>주 출입구</li> <li>메인 로비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>에스컬레이터 홀</li> <li>판매 매장 복도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사운즈 포레스트</li> <li>실내 정원</li> <li>워터풀 가든</li> </ul>	
이미지				
분석항목	분석내용			
기능성	F1	주요 출입구마다 디지털 사이니지를 배치하여 매장 검색 및 위치 확인 등 복합상업시설에 관한 기본 정보를 제공함		
	F2	혼동되기 쉬운 연결 공간의 바닥·벽에 방문객의 자연스러운 이동을 유도하는 직관적인 미디어 안내 표지의 배치는 두드러지지 않음		
	F3	코어 공간의 미디어는 공간 분위기를 연출하기 위한 목적으로 주로 활용되고 있어 시설 이용 목적을 구체적으로 안내하는 기능적 역할은 부분적으로 나타남		
감각성	S1	주 출입구에는 방문객의 시선을 유도하거나 흥미를 유발하는 동적인 빛이나 반응형 미디어의 적용이 이루어지지 않음		
	S2	연결 공간은 판매용 디스플레이 위주로 구성되어 이동 방향과 일관된 연속적인 조명이나 그래픽을 통한 동선 인지 등은 제공하지 않음		
	S3	코어 공간의 영상과 음향이 통합적으로 제공됨에 따라 자연 친화적인 컨셉에 부합하는 공간 전체의 분위기를 효과적으로 형성함		
행위성	B1	디지털 사이니지가 일방향 정보 송출 방식으로 방문객의 접근·움직임을 센서가 감지하여 맞춤형 정보를 제공하는 상호작용 시스템을 제공하지 않음		
	B2	연결 공간의 미디어 장치가 방문객의 행동에 실시간으로 반응하거나 변화를 보여주는 등의 상호작용 시스템을 제공하지 않음		
	B3	공간 연출 중심으로 구성되어 있어 화면 터치나 개인 기기를 활용한 디지털 레이어 중첩 등의 능동적 디지털 체험 요소는 적용되지 않음		

10) 글로벌 에픽, [https://www.globalepic.co.kr/view.php?ud=20251103111606297848439a4874\\_29](https://www.globalepic.co.kr/view.php?ud=20251103111606297848439a4874_29)

관계성	R1	워터풀 가든의 미디어 연출과 공간 컨셉에 맞는 조형물 배치를 통해 방문객이 '도심 속 휴식'이라는 공간의 정체성을 자연스럽게 인지할 수 있는 공간을 조성함
	R2	인공폭포 조형을 통해 물리적으로 분리된 구역이라도 하나의 일관된 주제와 스토리로 연결되도록 공간을 연출함
	R3	공간적 경험의 공유는 가능하나, 디지털 콘텐츠를 통해 공동 참여가 이루어질 수 있는 실시간 소통 인터랙티브 요소는 구현되지 않음

(4) 사례 D : 파라다이스 시티

파라다이스 시티는 창조적 공간, 예술과 엔터테인먼트가 결합한 '아트엔터테인먼트'를 핵심 가치<sup>11)</sup>로 내세웠다. 호텔, 카지노, 컨벤션, 쇼핑, 갤러리, 테마파크 등으로 구성되어 있다. 특히 시설 내·외부를 연결하는 '파라다이스 워크'와 '더 플라자'는 단순한 이동 통로가 아닌 계절별 테마 이벤트 등이 열리는 커뮤니티의 구심점으로 기능한다. 이곳은 시시각각 변화하는 조명과 사운드, 조형물들을 배치하여 방문객에게 감각적 몰입감을 제공하는 체험형 예술 산책로 공간으로 구성되어 있다. 분석내용은 <표 8>과 같다.

<표 8> 사례 D. 파라다이스 시티

구분	파라다이스 시티			
공간 개요	위치	인천광역시 중구 운서동 일대		
	개관연도	2017년	영업면적	약 330,000㎡
이미지	전이 공간	연결 공간	코어 공간	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>호텔 로비</li> <li>와우 스페이스</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>파라다이스 워크</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>더 플라자</li> <li>아트 가든</li> </ul>	
이미지				
분석항목	분석내용			
기능성	F1	전이 공간인 주요 출입구와 로비 곳곳에 키오스크형 디지털 사이니지와 미디어를 배치하여 시설 정보·매장 검색·길 찾기 등 복합상업시설에 관한 기본 정보를 제공하는 양상이 두드러짐		
	F2	혼동되기 쉬운 교차로 공간의 바닥·벽에 방문객의 자연스러운 이동을 유도하는 직관적인 미디어 방향 표지의 배치가 부족함		
	F3	시각적 개방감을 갖춘 광장형 보이드 구조를 갖춘 코어 공간인 '더 플라자'에 대형 미디어 파사드를 설치하여 행사 일정과 시설 정보 등을 제공함		
감각성	S1	메인 로비와 와우 스페이스에 거대한 예술 작품 중심의 정적인 오브제를 배치하여 시선 유도와 흥미를 유발하는 동적인 빛이나 반응형 미디어의 적용은 이루어지지 않음		
	S2	이동 동선 과정에서 방문객의 흥미를 유발하고자 연결 공간인 '파라다이스 워크'의 터널형 벽·천장 전체에 조명과 사운드가 결합한 몰입형 미디어를 적용함		
	S3	코어 공간인 '더 플라자'는 광장 전체에 조명과 외벽 미디어 파사드를 통해 공간 전반의 시각적 분위기를 형성하며 코어의 상징성과 공간 전체의 분위기를 효과적으로 형성함		
행위성	B1	주요 동선의 디지털 사이니지와 미디어 장치는 사전에 설정된 영상을 일방적으로 송출하는 방식으로 방문객의 접근·움직임을 센서가 감지하여 맞춤형 정보를 제공하는 상호작용 시스템은 두드러지지 않음		
	B2	연결 공간인 '파라다이스 워크'의 바닥·벽·천장에 적용된 디지털 요소가 실시간으로 반응하는 상호작용 환경을 조성함		

11) 파라다이스 시티, <https://www.p-city.com/front/contents/pcity/paradiseCity?M1=PAR&M2=PC>

	B3	코어 공간 내 미디어 아트와 테마형 체험 요소는 관람 중심의 요소로 화면 터치나 개인 기기를 활용한 디지털 레이어 중첩 등이 이루어지는 능동적 참여 체험 요소를 제공하지 않음
관계성	R1	곳곳에 배치된 예술 작품과 미디어 파사드를 통해 '아트테인먼트 리조트'라는 브랜드 이미지를 반복적으로 제시함으로써 방문객이 공간의 정체성을 자연스럽게 인지할 수 있는 공간을 조성함
	R2	서로 다른 성격의 사설을 연결하는 '파라다이스 워크'는 빛과 소리를 활용한 미디어 터널을 통해 물리적으로 분리된 구역들이 하나의 일관된 주제와 스토리로 연결되도록 공간을 연출함
	R3	관람 중심의 공간으로 공간에 관한 콘텐츠를 공유하거나 다른 방문객과 소통하거나 공동 참여가 이루어질 수 있는 인터랙티브 요소는 적용되지 않음

(5) 사례 E : 롯데월드타워 & 롯데월드몰

롯데월드타워 및 롯데월드몰은 글로벌 상징성과 한국의 전통미, 첨단 기술과 자연이 공존하는 '미래형 수직 도시'의 개념을 구현한 사례이다.<sup>12)</sup> 초고층 오피스, 호텔, 쇼핑몰, 아쿠아리움 등이 복합적으로 구성되어 있다. 광활한 면적을 연결하기 위해 시각적 개방감을 극대화한 아트리움과 서로 다른 성격의 쇼핑 공간을 연결하는 다양한 매개 공간이 배치되어 있다. 이러한 연결 공간들은 계절별로 미디어 연출이나 조형물을 통해 공간의 성격을 변화시키며 방문객에게 단순한 쇼핑 이상의 새로운 공간 경험을 지속해서 제공하는 기능을 수행한다. 분석내용은 <표 9>와 같다.

<표 9> 사례 E. 롯데월드타워 & 롯데월드몰

구분	롯데월드타워 & 롯데월드몰			
공간 개요	위치	서울특별시 송파구 신천동 29		
	개관연도	2017년	영업면적	약 805,872㎡
이미지	전이 공간	연결 공간	코어 공간	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>메인 출입구</li> <li>로비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>몰과 타워의 연결 통로</li> <li>복도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>아트리움</li> <li>이벤트 존</li> <li>롯데시네마</li> </ul>	
분석항목	분석내용			
가능성	F1	주요 출입구와 동선 교차로에 배치된 디지털 키오스크와 사이니지를 통해 시설 정보·매장 위치·현재 위치 등 복합상업시설에 관한 기본 정보를 제공하는 양상이 두드러짐		
	F2	연결 복도와 교차로 등 혼동되기 쉬운 지점의 바닥·벽면에 자연스러운 이동 동선을 유도하는 직관적인 미디어 유도 장치를 설치함		
	F3	아트리움 코어에 대형 미디어를 설치하여 개방된 코어 공간 상·하부에서 시설에 관한 정보를 인지 가능함		
감각성	S1	지하철 연결 통로와 1층 아트리움 전이 공간에 기본적인 전반 조명을 배치하여 방문객의 시선을 끌고 흥미를 유발하는 공간 연출은 두드러지지 않음		
	S2	연결 공간 바닥과 천장에 이동 방향과 일관되게 배치된 빛의 흐름이 연출되고 있으나, 미디어 연출이나 예술적 그래픽을 통한 감각적 경험은 제공하지 않음		
	S3	에스컬레이터 인근 대형 미디어가 장치는 공간에 관한 정보 전달이 주로 이루어지고 있어 공간 전체의 분위기를 형성하는 감각적 연출은 반영하지 않음		

12) 롯데월드몰, <https://www.lwt.co.kr/ko/about/tower-story.do>

행위성	B1	키오스크와 디지털 사이니지가 능동적 조작을 전제로 한 터치형 정보 탐색 기능을 주로 수행하고 있어 센서 감지를 통한 반응형 화면 전환 시스템은 적용하지 않음
	B2	방문객의 행동에 실시간으로 반응하거나 변화를 보여주는 등의 상호작용 시스템을 제공하지 않음
	B3	이벤트 존을 제외하고는 개인 기기 연동이나 디지털 레이어 중첩 등을 통한 능동적 체험 요소는 두드러지지 않음
관계성	R1	수직 도시·글로벌 랜드마크라는 브랜드 정체성을 보유하고 있음에도 공간의 미디어 장치는 주로 개별 브랜드 광고와 단순 정보 전달 위주로 운영되고 있음
	R2	브릿지 구역과 같이 물리적으로 분리된 층과 구역에서 마감재 적용의 차이를 통해 공간을 구분하고 그래픽·미디어 요소를 활용하여 하나의 주제와 스토리로 공간을 연결하기 위한 연출이 이루어지지 않음
	R3	방문객의 활동이 실시간으로 기록 및 표출되거나 다수의 방문객들이 공동으로 참여할 수 있는 디지털 소통 플랫폼을 제공하지 않음

(6) 사례 F : 스타필드 코엑스몰

스타필드 코엑스몰은 기존 지하 아케이드가 가진 폐쇄성을 극복하고 패션, 미식, 문화와 엔터테인먼트까지 도시의 감성이 깃든 시티 라이프라는 컨셉을 가진<sup>13)</sup> 사례이다. 핵심 매개 공간인 '별마당 도서관'은 몰의 중심부인 센트럴 플라자에 위치한 약 2,800㎡ 규모의 복층형 오픈 라이브로 이곳은 별도의 출입문이나 벽이 없는 개방형 공간으로 설계되어 단순한 이동 통로이자 만남의 장소였던 유휴 공간을 방문객들이 목적을 가지고 찾아와 머무르는 문화 향유의 장소이다. 분석내용은 <표 10>과 같다.

<표 10> 사례 F. 스타필드 코엑스몰

구분	스타필드 코엑스몰			
공간 개요	위치	경기도 하남시 미사대로 750		
	개관연도	2017년	영업면적	약 460,000㎡
이미지	전이 공간	연결 공간	코어 공간	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>메인 출입구</li> <li>로비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>내부 복도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>별마당 도서관</li> <li>엔터테인먼트 공간</li> </ul>	
분석항목	분석내용			
가능성	F1	전이 공간에서 동선이 분기되는 주요 지점과 기동마다 다수의 키오스크와 디지털 사이니지를 배치하여 복잡한 동선 내에서도 복합상업시설에 관한 기본 정보를 제공하는 양상이 두드러짐		
	F2	연결 공간의 교차로, 바닥 등에 자연스러운 이동 동선을 유도하는 직관적인 방향 지시 미디어 장치를 설치함		
	F3	'별마당 도서관, 영화관, 아트리움' 등의 코어 공간에서 방문객이 공간 위치와 목적지를 직관적으로 인지하도록 수직적으로 개방된 보이드 구조를 통해 시각적 연결성을 확보함		
감각성	S1	지하철과 연결되는 출입구와 여러 출입구에 대형 디지털 미디어, 투명 디지털 미디어 등이 설치되어 있어 동적인 빛과 영상을 통해 방문객의 시선을 끌고 내부로의 진입을 유도함		
	S2	연결 공간에 다양한 정보 및 행사 콘텐츠가 나오는 디지털 미디어가 이동 방향에 따라 배치되어 있으나, 예술적 그래픽 등을 반영한 감각적 경험은 두드러지지 않음		
	S3	코어 공간인 '별마당 도서관'은 계절 테마에 맞춘 조명과 음향 연출로 공간 자체의 감각적 경험을 제공함		

13) 스타필드 수원, <https://www.starfield.co.kr/coexmall/about.do>

행위성	B1	라이브 플라자와 주요 복도의 디지털 기둥은 정보를 일반적으로 노출하는 방식으로 방문객의 접근이나 움직임을 센서가 감지하여 화면이 전환되는 상호작용 시스템은 적용하지 않음
	B2	방문객의 보행 속도나 방향에 따라 바닥·벽·천장이 실시간으로 반응하는 장치를 반영하지 않음
	B3	팝업 행사 시에 개인 기기를 활용한 체험요소를 제공하지만, 상시적인 인터랙션 기능은 제한적으로 두드러짐
관계성	R1	출입구의 미디어 장치는 상업적 광고를 위주로 송출되어 시설 고유의 브랜드나 상징을 인지시키는 요소의 적용은 이루어지지 않음
	R2	전반적으로 각 층과 구역 간에 배치된 그래픽, 조형물은 정보 전달을 위주로 배치되어 있으나, 별마당 도서관 구역에서는 해당 코어 공간에 관한 행사 정보를 중심으로 일정 부분 주제 연결이 이루어짐
	R3	코어 공간에 다양한 강연과 이벤트는 개최됨에도 불구하고 방문객이 디지털 방식으로 의견을 남기거나 콘텐츠를 실시간 공유하여 소통하는 시스템은 두드러지지 않음

(7) 사례 G : 아이파크몰

아이파크몰 용산점은 서울 용산역과 직접 연결된 대규모 상업·문화·여가 복합 공간이다. 패션, 리빙, 가전, 영화관 등 다양한 유형의 공간을 수용하는 단일 건물형 구조이다. 리뉴얼을 통해 ‘어반 네이처(Urban Nature)’ 컨셉을 도입하였으며 고객에게 휴식과 치유에 대한 메시지를 전한다.<sup>14)</sup> 핵심 매개 공간으로는 3층 주 출입구 대광장, 메인 로비, 4층 더 가든, 영화관 그리고 건물 내부를 관통하는 더 센터로 구성되어 있다. 이 공간은 유동 인구의 단순 통과형 동선을 체류 중심의 경험 공간으로 구성되어 있다. 분석내용은 <표 11>과 같다.

<표 11> 사례 G. 아이파크몰

구분	아이파크몰		
공간 개요	위치	서울특별시 용산구 한강대로23길 55	
	개관연도	2016	영업면적 약 330,000㎡
이미지	전이 공간	연결 공간	코어 공간
	<ul style="list-style-type: none"> <li>메인 출입구</li> <li>로비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>더가든</li> <li>도파민 스테이션</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>더 센터</li> <li>영화관</li> <li>리빙파크</li> </ul>
분석항목	분석내용		
기능성	F1	주요 진입로에 디지털 사이니지와 키오스크를 통해 시설 정보와 매장 검색 등 복합상업시설에 관한 기본 정보를 제공하는 양상이 두드러짐	
	F2	층간 이동부와 교차로 바닥의 미디어 안내 장치를 통해 혼동 지점에서 방문객의 자연스러운 동선을 유도함	
	F3	코어 공간의 ‘영화관’은 보이드 구조와 외부 코어의 개방적 입면을 통해 목적지를 직관적으로 파악할 수 있는 공간을 구성함	
감각성	S1	시즌 테마 미디어 파사드를 통해 출입구와 전이 공간에서 시선을 끌고 방문객의 진입을 유도하는 감각적 연출을 반영함	
	S2	이동 동선 과정에서 감각적 몰입을 유도하도록 곡선형 LED 패널과 조명 패널이 천장·벽면을 따라 연속적으로 배치함	
	S3	특정 코어 공간에서 대형 스크린, 빛, 계절 테마와 어울리는 사운드가 결합한 독창적인 감각적 몰입 경험 제공이 두드러짐	
행위성	B1	미디어 장치가 일방향 송출 방식 위주로 운영되어 센서 감지를 통한 반응형 화면 전환 시스템은 적용하지 않음	

14) 아이파크몰, 세계 행복지수 1위 핀란드의 복유럽 감성 힐링 일러스트 메시지. <https://www.ktnews.com/news/articleView.html?idxno=113556>

행위성	B2	‘도파민 익스프레스’와 같은 공간에서 방문객의 진입과 체류, 촬영 등을 통한 체험 활동을 제공하고 있으나, 디지털 반응 기반의 인터랙션 체험 활동 제공은 이루어지지 않음
	B3	상설 미디어 공간이 시각적 관람과 공간적 체험을 중심으로 운영되고 있어 디지털 요소를 통한 능동적 체험 요소가 이루어지지 않음
	R1	지속적인 시즌별 테마 연출을 통해 ‘트렌디한 복합상업시설’의 이미지를 형성함
관계성	R2	‘리빙파크’와 ‘더 센터’ 등의 분리된 구역을 잇는 천장 미디어 벨트와 조명 연출을 통해 분절된 공간이 하나의 주제와 스토리로 연결되는 공간 경험이 두드러짐
	R3	시즌별 테마 연출이 방문객의 자발적 SNS 공유를 유도하고 있으나, 미디어 장치를 통한 실시간 콘텐츠 반영 및 공동 참여 플랫폼은 구축되지 않음

4.3. 소결

본 연구는 복합상업시설 매개공간의 인터랙티브 디자인 특성에 기초한 사례 분석을 진행하였다. 사례 분석 내용을 종합한 결과는 다음과 같다.

기능성 측면에서 분석한 결과, 모든 사례는 디지털 사이니지와 키오스크를 도입하여 시설 정보, 매장 위치, 현재 위치 등의 기본 정보를 제공하고 있었다. 그러나 사례 A·C·D는 혼동되기 쉬운 동선 지점에서 직관적인 이동 유도 장치의 배치가 제한적으로 이루어져 있었다. 사례 B 또한 일부 시설에 관한 정보 등을 안내하는 요소는 적용되어 있었으나, 주요 동선과 연계된 이동 유도 장치는 확인되지 않았다. 반면, 사례 E·F·G는 방문객이 별도의 탐색 행위 없이도 직관적으로 이동 경로를 파악할 수 있는 방향 지시 미디어와 바닥 안내 장치 등을 배치하고 있었다. 사례 A·E는 보이드 구조와 대형 미디어가 결합되어 공간의 위치와 시설 이용 목적에 관한 내용 등을 동시에 제공하고 있었으며, 사례 B·C·D·F·G는 대형 미디어가 주로 공간 분위기 연출에 활용되어 행사 및 공간 정보를 제공하는 기능적 측면의 활용 비중은 상대적으로 낮은 것으로 나타났다.

감각성 측면에서 분석한 결과, 사례 B·F·G는 로톤다 상들리에, 대형 투명 미디어 등의 동적인 시각 장치를 도입하여 공간으로의 유입을 유도하는 감각적 장치가 적용되어 있었다. 그러나 사례 A·C·D·E는 주로 기본적인 전반 조명 설치와 정적인 조형물 배치하여 방문객의 시각적 반응을 유도하는 인터랙티브 디자인 요소의 적용이 이루어지지 않았다. 또한, 사례 A·C·E·F는 디지털 화면이 상업적 광고 전달 또는 각 영역에 관한 정보 전달 등을 중심으로 운영되어 전체적으로 통일된 공간 분위기를 조성하지 않았다. 이에 비해, 사례 B·D·G는 미디어 아트와 조명의 연속적인 배치를 통해 이동 과정 자체에서 몰입형 감각 환경을 조성하고 있었다.

행위성 측면에서 분석한 결과, 대부분의 사례에서 복합상업시설 매개공간에 디지털 미디어가 도입되어 있으나, 실제 작동 방식은 일방향 정보 제공 또는 기본적인 화면 터치 기능 중심으로 나타났다. 반면, 방문객의 접근·이동 등 행태 변화에 따라 콘텐츠가 실시간으로 전환되는 개인화(맞춤형) 상호작용 시스템은

사례 전반에서 적용 범위가 제한적인 것으로 확인되었다. 사례 B·D·G의 경우, 보행 흐름에 따라 빛과 형태가 변화하며 이동 유도를 위한 인터랙티브 디자인 요소나 촬영을 통한 체험은 유도되었으나, 사용자의 행동으로 인한 실시간 콘텐츠 변화나 능동적 상호작용으로의 경험 확장이 이루어지지 않았다.

관계성 측면에서 분석한 결과, 사례 B·C·D·G는 미디어 파사드와 예술 작품, 조형물 배치, 시즌별 테마 연출 등을 통해 시설에 관한 이미지를 지속적으로 표현하고 있었으나, 사례 A·E·F는 개별 브랜드 광고와 정보 전달 중심으로 운영되고 있어 시설에 관한 정체성 표현이 나타나지 않았다. 또한, 사례 B·D·G는 빛과 소리 기반의 미디어 적용 및 조형물 배치 등을 통해 성격이 다른 영역을 통일하여 공간만이 갖는 스토리를 반영한 공간 경험을 제공하고 있었다. 그러나 모든 사례에서 방문객 간의 유대감을 형성하는 사회적 차원의 디지털 소통 장치는 구축되어 있지 않아 공동의 참여를 유도하는 인터랙티브 디자인의 적용은 제한적으로 이루어지고 있었다.

## 5. 결론

최근 현대 사회의 소비 패러다임이 상품을 소비하는 행위에서 공간과의 상호작용을 통해 다차원적인 경험과 즐거움을 추구하는 ‘경험 소비’로 전환되고 있다. 이러한 측면에서 복합상업시설 매개공간은 단순한 이동 통로를 넘어 방문객의 동선을 유도하고 시설의 첫인상과 정체성을 형성하는 핵심 장소로 전환됨에 따라 방문객에게 다양한 공간 경험을 제공하고자 인터랙티브 디자인을 활용하고 있다. 이에 본 연구는 복합상업시설 매개공간의 인터랙티브 디자인 활용을 바탕으로 2010년 이후 건축 및 리뉴얼되고 복합상업시설 매개공간에 인터랙티브 디자인이 모두 적용된 수도권 소재의 사례를 대상으로 분석하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 선행연구 분석 과정을 통해 복합상업시설 매개 공간의 인터랙티브 디자인 특성으로 ‘기능성·감각성·행위성·관계성’을 도출하였다. ‘기능성’은 공간에 관한 정보 제공과 탐색, 안내 기능을 통해 사용자가 공간을 이해하고 이용 목적에 따른 행동을 수행하도록 지원하며, ‘감각성’은 시각·청각 등 감각 자극을 통해 몰입을 유도하고 공간에 대한 인상과 감성적 경험을 형성한다. 또한 ‘행위성’은 사용자 행위에 따른 시스템 반응을 통해 능동적 참여와 반복적 상호작용 구조를 형성하고, ‘관계성’은 사용자와 공간, 사용자 간의 상호작용을 매개로 사회적 연결을 촉진하며 공간 경험의 의미를 확장한다.

둘째, 기능성 측면에서는 디지털 사이니지와 키오스크와 같은 디지털 안내 시스템을 통해 복합상업시설에 관한 기본적인 정보를 제공하고 있으나, 바닥·벽·천장을 통해 직관적인 이동 동선을 유도하는 안내에 있어 디지털 미디어의 적용이 제한적인 것

으로 나타났다. 이는 디지털 안내 시스템에서 제공하는 정보가 물리적인 공간 구조에 배치되는 유도 표지와 시각적으로 연속되지 않음을 파악할 수 있었다. 또한, 현재 복합상업시설에 적용된 인터랙티브 미디어는 단순한 시설 안내에 그쳐 행사 및 프로그램 정보를 공간의 흐름에 맞춰 능동적으로 송출되는 기능은 나타나지 않았다. 이에 단순한 위치 안내 중심의 기본적인 정보 전달에 그치지 않고 전이·연결·코어 공간 전반에 걸쳐 복합상업시설 내 운영되는 행사 및 프로그램 정보를 방문객의 이동 동선과 연계되는 인터페이스로 보완할 필요가 있다.

셋째, 감각성 측면에서는 네 가지 특성 중 비교적 두드러지게 나타나는 경향이 확인되었다. 대형 미디어와 음향, 테마 조명을 활용한 연출은 방문객의 몰입을 유도하고 공간의 정체성을 형성하는 주요 요소로 작용하고 있었다. 다만 일부 사례에서는 정적인 조형물이나 기본 조명 중심의 구성 또한 함께 나타나 감각 자극이 다층적인 상호작용 구조로 확장되는 데에는 일정한 한계가 관찰되었다. 이러한 결과를 매개공간의 맥락에서 해석하면, 감각적 요소는 이동 과정에서의 경험 흐름을 조직하거나 체류 환경의 분위기를 형성하는 방향으로 확장될 가능성을 지닌다. 따라서 향후에는 조명·미디어·음향이 건축 공간과 보다 유기적으로 연계되는 환경을 통해 방문객의 흥미와 기대감을 강화하고, 동선의 유입과 체류 경험의 질적 향상으로 이어질 수 있는 적용 전략에 대한 검토가 필요하다.

넷째, 행위성 측면에서는 복합상업시설 내 디지털 미디어의 도입 수준에 비해 이용자의 신체적 개입이 적극적으로 요구되는 상호작용 구조는 뚜렷하게 확인되지는 않았다. 다수의 사례에서 사전에 설정된 콘텐츠의 송출이나 제한적인 터치, 단순 센서 반응을 기반으로 한 관람 중심의 방식이 주로 나타났다. 이는 인터랙티브 디자인이 사용자와 시스템 간의 실시간 반응 관계로 확장되는 단계에는 아직 이르지 못했음을 보여준다. 향후에는 개인 기기, 센서, 데이터 연동 기술 등을 통해 방문객의 선택과 행동이 공간 환경의 변화로 연결되는 구조를 마련함으로써 보다 능동적인 참여 경험을 형성할 필요가 있다. 이러한 행위성의 확장은 코어공간에서의 체류 활성화뿐 아니라 연결공간에서의 이동 과정을 참여 경험으로 전환할 수 있는 발전 방향을 제시한다.

다섯째, 관계성 측면에서는 미디어 파사드와 예술 작품, 조형물 배치, 시즌별 테마 연출 등을 통해 시설의 고유 이미지와 스토리를 연속적으로 표현하고 있었으나, 상업적 광고를 위주로 송출하는 경우 시설의 정체성 인지가 약화되는 경향을 파악할 수 있었다. 또한, 방문객 간 소통과 공간에 관한 의미를 공유하는 사회적 차원의 인터랙티브 디자인은 제한적인 것으로 나타났다. 이에 단순한 정보 전달과 시각적 정체성 표현을 넘어 공간 간의 이동과 체류 과정에서 축적되는 경험을 서사적으로 연결하여 방문객 간의 상호작용을 유도하고 공감 형성을 매개함으로써 인터랙티브 디자인을 통한 관계 지향적 공간 경험을 확장할 필요가 있다.

종합하면, 현재 복합상업시설 매개 공간의 인터랙티브 디자인은 기능성과 감각성 중심으로 발전한 반면, 행위성과 관계성은 상대적으로 제한된 단계에 머물러 있다. 공간 경험 확장을 위해서는 상호작용과 사회적 연결 기능의 강화가 핵심 과제로 도출된다. 이는 인터랙티브 디자인이 단순 연출 수단을 넘어 매개 공간의 구조와 이용 경험을 재구성하는 전략적 설계 요소로 기능해야 함을 시사한다.

본 연구는 매개공간에서 관찰되는 인터랙티브 디자인의 구현 양상을 특성 중심으로 체계화하고, 사례 비교를 통해 적용 경향을 도출하였다는 점에서 의미를 가진다. 다만 본 연구는 특성에 따른 비교 분석을 중심으로 수행되었기 때문에, 매개공간을 전이공간·연결공간·코어공간과 같은 유형 체계로 구분하여 각 특성이 공간 위계 속에서 어떻게 차별적으로 작동하는지에 대한 분석까지는 확장하지 못하였다. 이러한 공간 구조와 특성 간의 정밀한 대응 관계를 규명하는 작업은 매개공간 활성화를 위한 구체적 설계 전략을 마련하는 데 중요한 후속 연구 과제가 될 것이다. 향후 연구에서는 공간 유형별 이용 행태 분석과 방문객 경험 데이터를 병행함으로써 인터랙티브 디자인이 실제 공간 활성화에 미치는 영향을 실증적으로 검증할 필요가 있다. 이를 통해 기술, 프로그램, 건축 요소를 통합적으로 고려한 실천적 가이드라인으로 발전되기를 기대한다.

## 참고문헌

1. Beyard, M. D. (2001). *Developing Retail Entertainment Destinations*. Urban Land Institute. p. 5.
2. Bill Moggridge (2007). *Designing Interactions*, MIT Press.
3. Jung, M. H. (2017). *A Study on the Characteristics Exterior Space of Architecture Using Interactive Design* [Unpublished master's thesis]. Namseoul University, Cheonan.
4. Kim, B. R. (2021). *A Study on Leisure Relaxation Space Using Landscape Elements - Focusing on the Common Space of Multi-Commercial Complexes* [Unpublished master's thesis]. Hongik University, Seoul.
5. Kim, H. H. (2022). *A Study on the Characteristics of '4th Generation Commercial Facilities' Mediation Space according to the Change of User Consumption Culture : Focusing on experiential cultural space* [Unpublished master's thesis]. Kookmin University, Seoul.
6. Kim, I. N. (2012). *A Study on the Communication through Interactive Design in Outdoor Space of Apartment House* [Unpublished master's thesis]. Hongik University, Seoul.
7. Kim, S. (2012). A Study on the Expression of Interaction Space Design for User Experience - Focusing on the Digital Media. *Journal of the Korean Institute of Interior Design*, 21(4), 48-56.
8. Kim, S. M. (2011). *study on the characteristic ways of extension in commercial multi-complexes based on the utilization of common spaces* [Unpublished doctoral dissertation]. Seoul National University, Seoul.
9. Kim, S. W. (2018). *A study on the improvement of the environment of the street spaces in the downtowns by applying the interactive designs : Focused on the central separation spaces* [Unpublished master's thesis]. Sookmyung Women's University, Seoul.
10. Kim, Y. R. (2016). *A study on the VDM function improvements through the introduction of interactive design* [Unpublished master's thesis]. Hongik University, Seoul.
11. Koo, H. R. (2025). *A Study on Interactive Design in Intermediate Spaces of Mixed-Use Commercial Facilities*. [Unpublished master's thesis]. Hanyang University. Korea.
12. Kwon, J. E. (2013). *Development of user participation behavior model using motion analysis for interactive space* [Unpublished doctoral dissertation]. Hongik University, Seoul.
13. Lee, S. Y. (2013). *Studies on Interactive Open Space Design Using Time Pattern of Music* [Unpublished master's thesis]. Ewha Womans University, Seoul.
14. Lee, Y. A. (2022). *A study on the interactive design of children's museum experience space in Korea* [Unpublished master's thesis]. Hongik University, Seoul.
15. Lee, Y. J. (2017). *A study on the construction of SPSE model (simultaneous-perceptive sequence evaluation model) in the intermediate space of multi-complex shopping malls* [Unpublished doctoral dissertation]. Hongik University, Seoul.
16. Seong, M. J. (2020). *Study on the presence factors for improving the experiential value of realistic interaction media* [Unpublished master's thesis]. Hanyang University, Seoul.
17. So, W. (2024). *A study on the intermediate space design of complex commercial facilities in the era of the 4th industrial revolution* [Unpublished doctoral dissertation]. Hanyang University, Seoul.
18. Song, Y. J. (2009). *Study on Interactive Design Characteristics shown in Corporate Participated Public Spaces* [Unpublished master's thesis]. Konkuk University, Seoul.

[논문접수 : 2026. 01. 06]  
 [1차 심사 : 2026. 01. 20]  
 [2차 심사 : 2026. 02. 03]  
 [3차 심사 : 2026. 03. 05]  
 [게재확정 : 2026. 03. 05]