ISSN 2509-2817 KiDRS Korea Institute of Design Research Society 2023. Vol.8 No.1

라이프스타일 변화에 따른 주거공간의 공간경험디자인 체계에 관한 연구

공동주택 생활공간의 사용자경험디자인 구현체계를 중심으로

A study on the Spatial Experience Design System of Residential Space according to Lifestyle Change

Focusing on the Implementation of User Experience Design for an Apartments House

주 저 자 : 천하봉 (Chun, Ha Bong) 홍익대학교 디자인공예 산업디자인전공 박사수료
hbchun1@gmail.com

https://doi.org/10.46248/kidrs.2023.1.294

접수일 2023. 2. 25. / 심사완료일 2023. 3. 8. / 게재확정일 2023. 3. 11. / 게제일 2023. 3. 30.

Abstract

Recent social trends - the diversification of lifestyles, and revitalization of the sharing economy - has led to significant changes in the fundamental functions and residences, particularly in apartments. Therefore, this study aims to define an optimized residential space by analyzing housing forms and lifestyle change factors. The study further categorizes the characteristics and operation system in an integrated living space including the integrated experience design characteristics and organization system for service content development and operation. The study scope and methods to classify the characteristics and systems of integrated experience design in integrated housing are as follows: First, the characteristics of changes in housing forms and lifestyles were defined through literature and previous research. Second, in-depth interviews were conducted, and the study direction was established using the analyzed factors of space experience design. Third, the structure concept of living platforms and the systems for implementing experience design were classified using the actualized space experience design characteristics. This study focuses on the basic concepts and systems for implementing integrated experiences in residences. Subsequently, it approaches the direction and systems for changes in housing as a unified platform. This study provides a framework that can be theorized using the experience design system for living spaces derived from its results.

Keyword

Spatial User Experience (공간사용자경험), Lifestyle (라이프스타일), User Experience (사용자경험) An Apartment House Residential Space (공동주택 주거공간), Living Space (생활공간)

요약

최근 라이프스타일의 다양화, 공유경제의 활성화에 따른 사회적 트렌드의 변화는 공동주택을 중심으로 주거공간의 본질적 기능과 영역에 다양한 변화를 주고 있다. 본 연구에서는 이러한 변화를 가져온 주거의 형태와 라이프스타일의 변화 요인들을 분석하여 주거사용자에게 최적화된 생활공간을 정의하고, 통합된 생활공간에서 운영되는 콘텐츠 서비스를 통한 주거경험의 특성과 운영체계, 그리고 공간을 기반으로한 생활 플랫폼에서 경험디자인의 특성과 구현 체계를 유형화하였다. 본 연구의 범위와 방법은 생활공간에서 경험디자인의 특성과 구현 체계에 대한 유형화를 위하여 첫째, 주거 형태와 라이프스타일 변화의 특성을 문헌조사와 선행 연구 분석을 통하여 변화된 생활공간을 정의하고 둘째, 공간별로 분석된 공간경험디자인의 특성 요인을 바탕으로 심층 인터뷰를 진행, 방향성을 구체화하였다. 셋째, 체계화된 공간경험디자인의 특성을 바탕으로 생활 플랫폼으로써의 구조 개념과 경험디자인의 구현 체계를 유형화하였다. 본 연구는 주거 공간에서 통합된 경험 구현을 위한 생활공간의 정의와 구현 체계에 관한 연구로 플랫폼으로써 공동 주택의 변화에 대한 방향성과 체계를 구체화하기 위한 접근이며, 연구 결과로 도출된 생활공간에서의 경험디자인 구현 체계를 기반으로 이론화될 수 있는 기본적인 틀을 제공하기 위함이다.

목차

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적

1-2. 연구 범위 및 방법

2. 이론적 배경

2-1. 주거 형태의 변화 방향과 특성

2-2. 라이프스타일 변화와 주거공간의 변화방향

3. 공간경험디자인의 특성과 생활공간 변화

3-1. 상업공간에서의 경험디자인 특성
3-2. 개인공간에서의 경험디자인 특성 유형화
3-3. 공간경험디자인 특성 통한 생활공간 변화

4. 생활공간에서의 공간경험디자인 구성체계

4-1. 주거서비스로써의 공간경험콘텐츠
4-2. 통합적 생활 공간경험디자인 구현체계

5. 결론 및 제언

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적

전 세계적인 팬더믹의 확산은 사회적 거리두기와 같이 일상의 삶에 큰 변화를 가져왔으며, 일반인들의 생활환경과 주거환경에 직간접적인 영향을 미치고 있다. 이러한 비대면적 환경의 확대는 가정에서의 활동 시간 증가와 생활 패턴의 변화를 야기했고, 주거공간의 본질적 기능과 영역의 변화를 유도하고 있다. 또한 최근 1-2인 가구의 증가와 라이프스타일의 다양화, 공유경제의 활성화와 같은 사회적 트렌드의 변화와 맞물려 주택 형태의 다양한 유형을 일으키는 동인이 되고 있다. 이에 따라 공동주택의 주거공간에는 변화하는 생활환경이 반영될 수 있는 기능적 고도화, 영역적 확장과 같은 물리적 요소의 변화가 일어남과 동시에 개인의 라이프스타일이 반영된 주거서비스가 도입되어 사회적인 생활활동을 지원하고 있다. 그러나 기존의 주거공간에 단지 주거서비스의 도입만으로는 지속적으로 변화하는 주거사용자들의 생활 패턴에 대응하기는 쉽지 않다. 또한 한정된 주거공간에 다양한 주거사용자들의 라이프스타일이 공존하는 문제의 해결을 위해서는 공동주택의 공간과 서비스가 융합된 통합적인 콘텐츠의 운영과 경험적 관점에서의 접근이 필요하다. 이에 본 연구는 코하우징과 같은 공유기반의 새로운 주거형태에 물리적, 서비스적 변화를 끌어내는 주거공간의 변화 요인을 분석하여 주거사용자 중심의 라이프스타일에 최적화된 생활공간을 정의하고, 주거서비스를 통해 운용될 통합된 경험을 디자인하기 위한 공간경험디자인의 체계를 구체화하고 전략적 활용을 위한 방향성을 제시하고자 한다. 이를 통해 근미래 생활공간의 효율적 구축과 지속적인 운영을 위한 공간경험디자인의 구현 체계를 유형화하여 주거사용자들의 생활환경의 퀄리티를 실질적으로 향상시킬 수 있는 경험디자인의 전략적 가치를 검증하고 이론화하기 위한 체계를 유형화하고자 한다.

1-2. 연구 범위 및 방법

연구의 범위는 변화하는 주거공간과 주거사용자의 라이프스타일을 연결하는 경험서비스의 전략적 활용을 위하여 첫째, 지속적인 변화를 담을 수 있는 생활공간을 정의하고, 이를 분석하여 공간별 경험디자인의 특성을 구체화한다. 둘째, 통합된 생활공간에서 주거 서비스 콘텐츠 운용을 위한 공간경험디자인의 구현 체계를 제시하고 검증하고자 한다. 이를 위한 연구의 방법은 첫째, 주택 및 주거 형태의 변화 특성을 문헌조사와 선행 연구 분석을 통해 파악하고, 주거 공간의 특성과 주거 사용자의 라이프스타일 변화 특성을 분석, 생활공간에서 주거 경험의 의미와 체계를 구조화하였다. 둘째, 생활공간에서의 경험 특성을 구체화하기 위해 상업공간과 개인공간에서 경험디자인의 특성에 관한 선행 연구들을 분석, 재구성하여 공간경험디자인 요소들의 특성을 추출하였다. 그리고 실질적 타당성과 전략적 효용성 검증을 위하여 사용자 인터뷰 조사를 위한 분석의 틀을 정리하였다. 셋째, 경험디자인이 반영된 코리빙 주택의 운영 매니저와 주거 사용자들을 대상으로 심층인터뷰를 진행하여 개인공간과 공용공간을 중심으로 공간경험에 대한 다양한 의견을 수집, 분석하여 앞서 정리한 생활공간에서의 경험과 주거 서비스 콘텐츠와 관련된 특성들을 추출하였다. 결과를 종합하여 검증된 특성들의 구조화를 통해 공간경험디자인 체계에 적용, 구현체계를 유형화 하였다.

2. 이론적 배경

2-1. 주거 형태의 변화 방향과 특성

2-1-1. 주택의 변화

주거(housing)란 사람이 생활을 영위하는 장소와 그 안에서 생활하는 주체인 인간까지 포함하는 개념으로 경험과 정서적 측면을 모두 포함하는 총체적인 개념[1]이다. 이는 단순히 물리적 건물을 뜻하는 주택과는 다른 개념으로 일정 기간 일정한 곳에서 머물면서 가족의 공동생활, 근린 생활, 사회활동이 함께 이루어지는 생활 장소로써의 개념[2]으로 이해해야 한다. 그러나 한국의 경우, 급격한 도시화에 따라 80년대부터 아파트가 대표적인 주거 형태로 떠오르면서 공동 주거의 형태는 일반화 되었지만, 주거의 의미보다는 재산 증식 수단으로써의 가치가 더 부각되면서 생활 영위의 장소로 사용에 대한 가치의 중요성은 크게 주목받지 못했다. 그러나 2010년대를 전후로 공유경제 개념의 확산과 사회적 트렌드 변화에 따라 기존과 차별화된 주택의 형태가 국내에도 도입되기 시작했다. 이를 2000년대 전,후로 나누어 한국 주택의 형태가 변화된 요인의 특성을 정리해보면 [표 1]과 같다.[3]

[표 1] 주택 형태의 변화

시기	주택 형태	특성 요인
80~90 년대	밀집형 고층아파트와 전원주택, 테라스 하우스 등	건설기술의 발전, 주택의 고급화
2000 년대	초고층 주상복합 브랜드, 모듈러주택, 초소형주택 등	수요 맞춤형, 주택 형태의 다양화
2010 년대	쉐어하우스, 코하우징, 공유주택 등	공유 경제기반, 공동공간의 확장
2020 년대	도시형 생활주택, 혁신형 주거	4차산업기반, 개인취향 서비스화, 스마트홈

이렇게 주택 형태의 변화에 따른 주거 형태의 변화와 관련해서 크게 2010년대를 기준으로 구분해 보면 이전은 주택의 형태가 물질적, 재화적 요인에 유리한 형태로 공급과 판매 중심의 공간이었다면, 2010년대에 들어서는 개인과 생활을 중심으로 형태와 공간의 가치가 변화하고 있음을 알 수 있다. 이에 따라 기존 주택과는 차별화되어 개인의 취향과 라이프스타일이 반영된 공간적 영역에서의 경험과 소유보다는 사용의 가치를 수용하는 서비스적 방향으로 주거의 형태가 진화하고 있다. 즉, 물질적 가치 중심에서 주거 본래의 의미를 담을 수 있는 '생활공간에서의 사용적 가치'로 주거 경쟁력의 축이 변화하고 있다. 특히 최근 전 세계적인 팬더믹의 확산은 주거공간의 활동 밀도를 높이며, 다양한 목적의 외부적 활동을 소화할 수 있는 서비스적 공간 경험이 주거의 가치를 넘어 주택의 가치로 형성되는 근본적 변화를 이끌 수 있음을 예상할 수 있다. 따라서 이러한 변화의 속성을 분석, 종합하여 [표 2]와 같이 구분하였다.

[표 2] 공동주택 속성의 변화

시기	가치	역량	속성
과거	재산 증식	기술, 기업	물질적
현재	생활 공간	수요자, 브랜드	개인적
근미래	주거 서비스	스마트, 커뮤니케이션	무형적

이러한 변화는 2010년대 중반부터 코하우징, 셰어하우스 등과 같은 공유 주거의 형태로 리마크빌, 어바니엘 그리고 인테리어를 넘어 주거공간에서의 경험에 집중하고 있는 SK D&D의 에피소드와 같이 새로운 주거 형태의 실험으로 지속되고 있다. 물론 이러한 새로운 개념의 주거 방식을 적용한 주택 형태를 받아들이는 것은 지역별, 세대별로 차이가 존재한다. 따라서 초기 코하우징의 형태는 주로 임대 주택이나 청년을 위한 공유 주택에 도입되는 경향을 보여 왔다.[4]

[그림 1] 청년주택 커뮤니티룸과 자이 리버파크 카페테리아

그러나 최근 자이나 대림과 같은 1군 건설사들도 [그림 1]과 같이 입주민 중심의 커뮤니티 공간을 강화하고 프리미엄 컨시어지 서비스나 개인화된 주택 평면(Curated plan) 등을 고급화, 차별화 요소로 선보이며 주거 경험의 강화를 통해 공동주택의 가치를 향상시켜 가고 있다. 즉, 앞으로 근미래 주택과 주거의 경쟁력은 [표 2]에서 제시한 물질적, 개인적, 무형적 속성들을

1) 더불어 잘 사는 사회 웹사이트. (22.2.1). ULR: https://hearted-welfare.tistory.com/49

2) [네이버 지식백과] 주거 [住居] (건축용어사전)

3) 안세윤 외, STEEP-V 방법론을 활용한 미래주거예측 및 대응 방안, 한국콘텐츠학회논문지 Vol.20, No.6 .p232, 응용.

4) 강순주 외, 기업형 임대아파트 수요자들의 주거서비스 요구분석, 한국주거학회 2017 추계학술대회 논문집 29권, 제2호, No.6 p171, 응용.

브랜드와 지역적 특성을 반영한 콘텐츠와 서비스를 결합하여 얼마나 차별화된 주거 경험의 형태를 제시하느냐에 따라 차이가 날 것으로 판단된다.

2-1-2. 주거형태 변화의 특성

최근 공동 주택의 변화를 가져오게 된 주요한 원인으로 분석된 주거형태의 특성을 파악하기 위하여 먼저 주거형태의 변화 원인부터 살펴보고자 한다. 최근 주거형태의 변화 원인은 국내 사회환경 및 트렌드의 변화에 따라 크게 세 가지로 구분할 수 있다.

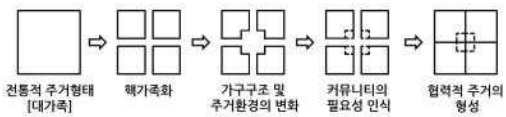
첫 번째 요인은 '가구 구성원의 변화'다. 주거 공간의 형성을 크게 결정짓는 요인들 중 가구 구성원의 수와 주거 형태와의 관계는 일차적으로 고려되어야 한다. 특히 2000년대에 들어 1-2인 소규모 가구의 급격한 증가는 중요한 사회현상으로 2021년에는 전체 가구 수의 약 60%가 1-2인 가구로 집계되었으며, 이중 약 50% 정도는 아파트에 주거하는 것으로 파악된다.[5] 작년 우리나라 전체 가구의 평균 가구원 수는 2.29명으로 이는 717만에 달하는 1인 가구의 증가와 맞물려 도시 인프라를 누리기 위한 도시형 생활주택이나 소규모 집합 주택들이 확산하면서 새로운 주거의 형태로 자리 잡아가고 있다.[6]

두 번째 변화는 '주거 관련 트렌드의 변화'다. 주거 트렌드에 영향을 미치는 요소는 매우 다양하고 변화가 많지만 지속적으로 상호 관계를 형성하며 주택과 주거 형태에 대한 변화를 이끌어왔다. 특히 2020년대가 되면서 시작된 코로나의 상황은 라이프스타일의 급격한 변화를 일으키고 있다. 이에 스테이케이션(Staycation)과 같이 집이나 근처 인프라를 중심으로 문화와 여가를 즐기면서도 주거공간은 멀티룸, 마스터룸과 같은 개인 공간의 활용을 통해 홈트레이닝, 홈오피스, 홈카페 등과 같이 주로 외부에서 진행되던 사회적 활동을 일부 소화해 낼 수 있는 특화 설계의 선호도가 높아지고 있다. 특히 프리미엄 아파트의 경우 고품격 커뮤니티 시설에 입주민들의 개성과 취향을 반영한 시설과 서비스 프로그램을 주거 환경 전반에 제공하면서 주거의 공간적 영역을 특화 설계가 반영된 개인 공간과 확장된 커뮤니티 성격의 공용공간으로 확장시키고 있다.[7]

즉, 주거관련 트렌드의 변화에 따라 주거의 형태는 주거사용자의 생활 활동 전반에 대응하는 복합적 영역의 주거공간으로 확장되며 개인의 사적공간과 사회적 공간인 공용공간의 영역을 어떻게 조화롭게 연결, 운용할지에 대한 고민이 필요한 상황이라 볼 수 있다.

세 번째 변화의 요인은 '공용공간의 변화'다. 과거 공용공간은 경비실과 관리사무소와 같은 생활 편의시설과 노인정, 보육시설, 커뮤니티센터 등과 같이 기본적으로 설치되는 공동시설을 의미했다. 그러나 최근 아파트 및 공동주택의 고급화, 브랜드화, 주거 트렌드의 변화와 맞물려 주거 전용공간의 퀄리티 향상과 더불어 복합적인 공용 시설의 외형적 확장과 기능적 향상이 전개되고 있다.

이와 같이 주거형태와 관련된 변화의 특성을 종합해 보면 전반적인 가구가 핵가족화됨에 따라 새로운 주거의 형태가 나타나며 트렌드의 변화와 맞물려 주거공간이 개인공간과 공용공간을 포함한 생활의 영역 전체로 확장되어가고 있다는 것을 알 수 있다. 이러한 상황에서 확장된 커뮤니티 시설과 같은 공용공간의 질적 퀄리티 향상은 공동주택의 가치를 형성하는 중요한 요소로 인식되며, 다양한 사회적, 경제적 활동이 가능하게 됨에 따라 개인공간에서 충족하지 못했던 다양한 욕구를 해결할 수 있는 확장된 '생활의 공간'으로 변화하고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 주거사용자들의 주거 의식이 변해가며 공간의 소유 보다는 사용의 가치를 더 중요하게 여기면서 협력적 주거의 형태를 지닌 커뮤니티 공용공간과 개인공간과의 연계성에 대한 중요성이 부각되고 있다.



[그림 2] 코하우징의 형성 과정 모형[8]

이에 따라 최근 여러 가지 주택의 형태에서 실험적으로 적용되며 그 가치가 검증되고 있는 코하우징 주택의 형성 과정으로 [그림 2]를 보면 과거 대가족 중심의 주거형태에서 가구 구성원의 수가 점차 줄어들고 주거 환경이 변화함에 따라 공유공간에서의 커뮤니티를

5) 2021년 인구주택총조사

6) 정일훈, 가구 구조 변화에 따른 협력적 주거 패턴 연구, 대한건축학회집 제28권, 제11호, 2012, p.93.

7) 스테이케이션이 트렌드, 좋은 집 기준은 아파트 커뮤니티다 웹사이트. (2022.2.2.). ULR: https://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2019041202109923813020&ref=naver

8) 정일훈, op.cit., p.95.

통해 협력적 주거 환경이 형성, 공유공간의 역할에 대한 새로운 변화 요구가 자연스럽게 형성될 수 있음을 알 수 있다. 그렇다면 공용공간의 기능과 역할을 강화하기 위해서는 우선 공용공간의 외형적 확대가 필수적이지만, 과거와 같이 물질적 시설 위주의 접근으로는 변화해가는 주거 트렌드와 주거사용자들의 다양한 라이프스타일에 대응하기는 현실적으로 쉽지 않다. 따라서 협력적 주거의 형태에서 가장 중요하다고 볼 수 있는 공유공간에 대한 소프트웨어적 서비스의 접목과 적극적 활용을 위한 경험 기반 콘텐츠의 접근은 그 대안이 될 수 있는 방법의 하나라 볼 수 있다. 이와 같이 공용공간 내에서의 서비스 품질은 콘텐츠의 퀄리티도 중요하지만 주거자들의 삶과 함께 할 수 있는 '지속 가능한 운영'의 방법에 대한 고민이 필요한 시점이다. 이러한 주거형태 변화의 특성을 종합해 보면 [표 3]과 같다.

[표 3] 주거형태의 변화 배경과 특성

배경	특성
가족 구성원의 변화	개인화, 개성화 공간
주거 트렌드의 변화	확장된 특화 공간
공용공간의 변화	지속가능한 생활공간

이러한 변화의 특징은 첫째, 개인 공간은 독립적이며 라이프스타일의 구현을 위해 개성화되고 취향이 반영된 공간으로 변화하고 있다. 둘째, 공용공간은 커뮤니티 공간을 활용하여 사회적 활동이 가능한 상업적 성격의 기능적 특화 공간으로 확장되고 있으며 셋째, 계층과 생애 주기에 적합한 콘텐츠의 운용을 통한 지속 가능한 생활공간으로의 진화다. 따라서 앞으로 주거공간에서의 경험은 주거 사용자를 중심으로 내부적 공간과 외부적 공간의 기능적 요소들이 통합된 생활의 공간에서 일어나는 다양한 방식의 콘텐츠들의 경험을 통해 구현되고 있음을 이해하는 것이 필요하다. 따라서 경험의 주체인 주거 사용자들의 라이프스타일 특성에 대한 이해와 반영이 필수적이다.

2-2. 라이프스타일 변화와 주거공간의 변화방향

2-2-1. 라이프스타일의 변화

라이프스타일은 개인이나 어느 집단이 그 시대의 사회, 문화적 환경, 개인의 가치관 등에 반응하여 나타나는 생활양식, 행동양식, 사고양식 등으로 이해할 수 있으며[9] 대상을 소비자가 아닌 생활자의 개념으로 바라보고, 복합적이면서도 종합적인 특성을 가지고 있다. 이러한 특성은 인구통계학적 특성이나 사회경제적 특성, 심리학적 특성이 해석하지 못하는 점을 보다 폭넓게 설명해 준다는 점에서 유용하다고 볼 수 있다.[10] 또한 라이프스타일은 고정 불변하는 것이 아니며 시시각각 변화하는 시대상을 반영한다. 특히 현대인의 라이프스타일은 소비 패턴의 질적 수준 향상, 새로운 사회계층의 등장, 가치관의 다양화, 가족 구성원의 변화, 여가문화의 확산, 생산방식의 변화, 소비 방식의 다양화, 스마트 기술의 발전 등 급변하는 시대상에 맞춰 지속적으로 변화되어가며 다원화되어가는 추세다.[11] 이에 문소인(2018)은 2010년대 이후에 라이프스타일의 변화를 다음과 같이 정리하였다.[12]

[표 4] 라이프스타일의 변화

특성	가치관의 변화	라이프스타일의 변화
새로운 사회계층의 등장	물질적만족 →심리적만족 여가생활,여유,휴식,건강에 대한 관심증가	양적만족 → 질적만족 가치중시 소비, 개념 소비 증가
가치관의 변화	일중심 → 레저,여가중심 수동적 → 능동적 물질 중심→ 인간 중심	여가 활동 다양화, 이벤트 활성, 축제 참여 증가, 워라벨, 여행, 조깅 등 활성화
공간에 대한 인식변화	공간에 대한 인식 변화, 체험의 중요성 증가	복합 문화공간 활성화, 입체적 공간 활성화, 홈 퍼니싱 증가
정보기술 수용	관습 → 합리성 다른 문화에 대한 이해, 정보에 대한 공유성, 접근성 증가	홈쇼핑, 주거 기능의 다양화, 정보의 영역 확대,정보기기 활용 일상화, 해외직구 증가
가치 중심적 소비	양적 만족 → 질적 만족 가치 중요시하는 소비, 개념 있는 소비 증가	합리적 소비, 욕구의 다양화에 따른 소비 유형 증가, 가치 있는 소비 중요시, 감성적 소비 증가

[표 4]를 통해 알 수 있는 것은 라이프스타일의 변화가 가치관의 변화를 반영하여 서로 선순환 되는 관계를 가지고 있다는 점이다. 이에 따라 2010년대 이후

9) 신혜진, 라이프스타일의 변화를 반영한 주거디자인 특성 연구, 한국공간디자인학회논문집, 제13권 4호, 통권 52호, 2018, p.120.

10) 정유경, 공간연출에 나타나는 라이프스타일 해석, 브랜드디자인학연구, 통권 제 33호, 2015, p.168.

11) 황윤정, 거주자 유형에 따른 중형 아파트의 욕실디자인, 한양대학교 박사학위논문, 2010, p.29.

12) 문소인, 라이프스타일 변화에 따른 홈 퍼니싱 스토어 스페이스 브랜딩 표현 특성 연구, 국민대학교 석사학위논문, 2018, p.14, 재구성.

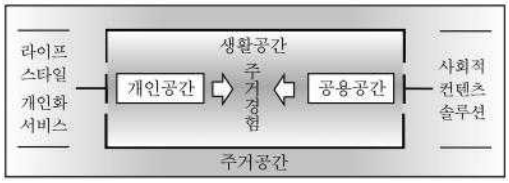
공간에 대한 가치관의 변화는 주거를 단순히 생활하는 장소 이상의 의미가 내포된 취미, 여가, 건강, 교육 활동같이 자아실현의 욕구를 충족시킬 수 있는 공간으로써 개인의 라이프스타일에 최적화된 독립된 공간으로 개성화, 다양화되고 있다. 따라서 라이프스타일은 시대상과 가치관의 변화를 반영하며 지속적으로 주거의 형태에 영향을 미친다고 볼 수 있다.

2-2-2. 라이프스타일 변화에 따른 주거공간 변화

이렇게 라이프스타일을 반영한 주거의 형태를 선호하는 경향은 아파트와 같은 대단위의 공동주택의 변화와도 밀접하게 관련되어 있다. 과거에도 일부 개인주택이나 프리미엄 공동주택에 개인의 라이프스타일을 반영한 주거공간을 선보여 왔으나 최근에는 대단지의 브랜드 아파트에도 라이프스타일 요소를 반영하여 변경 가능한 주거공간의 특화설계를 핵심적인 차별 요소로 표방하는 경우가 [그림 3]과 같이 일반화되어가고 있다.

[그림 3] 드파인의 큐레이티드 플랜, C2 House

이러한 변화와 함께 코로나 발생 이후, 집에서 생활하는 시간이 늘어나고 주거공간을 중요하게 여기는 경향은 집안에서 여가나 취미 활동과 관련된 구독 서비스의 증가로 자연스럽게 이어졌다. 이것은 팬데믹으로 인한 일시적인 상황일 수도 있지만, 주거공간에서 사회적 활동의 경험은 외부적 특성을 가진 서비스 솔루션들이 앞으로 개인의 공간에서 지속적으로 운용될 수 있음을 방증한다. 이에 따라 주거공간은 사용자를 위한 생활방식과 생활환경의 변화를 효율적으로 반영할 수 있는 플랫폼으로써의 주거형태와 공간으로 진화하고 있다. 하지만 전통적인 주거의 기능과 함께 라이프스타일의 변화와 관련된 다양한 활동들이 기존의 공간에 함께 일어나므로 오히려 개인의 일상적인 생활에 지장을 초래하는 상황도 일어나고 있다. 따라서 개인공간에서 주거 기능의 확장으로 인해 발생하는 문제들을 적극적으로 수용, 해결할 수 있는 대안으로 제시될 수 있는 것이 공용공간의 활용이다. 즉, 개인의 공간은 의식주와 개인적 활동에 더 집중하고 외부적 활동은 공용공간과 연계된 협력적 커뮤니티를 통한 사회적 솔루션을 활용하여 개인공간에서 수용이 어려운 문제 들을 해결할 수 있다.



[그림 4] 주거 공간에서의 생활 솔루션 도입 구조

[그림 4]와 같이 생활공간에 개인화 서비스와 사회적 솔루션의 도입은 공동주택의 계획 단계에서부터 주거 사용자들이 참여하는 협력적 주거의 특성과 함께 라이프스타일에 맞는 쾌적한 환경 조성에 기여하여 주거의 경험을 향상시킬 수 있을 것으로 예상된다. 이렇게 확장된 공용공간의 역할과 기능을 위해서는 주거 사용자들의 라이프스타일을 바탕으로 균형 잡힌 생활공간의 컨셉과 적절한 스타일이 반영된 공간계획의 디자인이 필요하지만, 더 중요한 것은 시간적 측면에서 지속적으로 변화해가는 주거 트렌드와 라이프스타일의 반영이 가능한 지속가능성을 어떻게 확보할 수 있는가에 있다. 즉, 주거공간은 변해가는 생활 서비스가 지속적으로 운용될 수 있는 플랫폼으로서 다양한 개인의 라이프스타일에 대응할 수 있는 주거경험의 서비스 솔루션들이 운영되는 공간으로 변해갈 것으로 판단된다.

2-2-3. 생활공간에서의 주거 경험과 서비스

주거공간의 플랫폼화는 집에 대한 물리적 요구가 어느 정도 충족됨에 따라 생활활동 전 영역에서 서비스에 대한 요구가 높아지며 '주거서비스', '주거생활서비스'의 도입으로 일반화 되어가고 있다. 기존에도 주택시설관리와 같은 제한적 주거서비스가 있었지만, 이제는 거주자의 주거생활과 관련된 전 영역의 서비스로 확장되고 있다. 특히 공공 섹터의 주거서비스 효과성 분석 연구 결과, 투입비용 대비 경제적, 사회적 편익이 3배 이상으로 우수한 효과성을 입증했다.[13] 또한 이와 관련하여 주택산업연구원은 2018년 [민간임대주택과 주거서비스] 보고서를 통해 공급자 중심의 주거서비스는 사용자의 개성을 전혀 반영하지 못해 차별화 부재와 같은 획일화의 문제를 나타내고 있다고 밝혔다. 이는 주거서비스 개선과 함께 주거사용자들의 수요를 확보하기 위해 공급자 중심의 주거서비스 체계에서 수요

13) 건설기술 뉴스 웹사이트. (2022.2.5).
ULR: https://www.ctman.kr/news/26850

자 중심의 주거서비스 체계로 전환할 시점임을 증명하며, 장기적으로는 산업화를 통해 선택형 주거서비스 체계로 발전시켜 나가야 한다고 했다.[14] 이러한 결과는 과거 물질적 시설 중심의 서비스로는 변해가는 주거 사용자들의 생애 주기에 대응이 어렵다는 것을 의미하며 개인의 취향이 반영되지 못한 콘텐츠 기반 서비스 또한 차별화와 지속성을 확보하기에는 어려운 점이 있음을 방증한다. 따라서 주거 사용자를 중심으로 생활공간 전 영역에서 연결된 공간적 경험과 개인적 라이프스타일을 통합된 주거의 경험으로 적절하게 조율하기 위해서는 각 공간별 특성에 따른 특화된 사용자 경험을 구현하기 위한 경험 디자인의 특성을 파악하는 것이 중요하다. 특히 공용공간은 다양한 주거 사용자들에게 서비스되는 공간으로 이벤트와 같은 일시적인 콘텐츠의 운영도 필요하지만 지속적으로 사용되는 사회적 생활의 공간으로써의 역할도 매우 중요하다. 따라서 공용공간에서 지속적인 서비스의 차별화를 위해서는 상업공간에서 일어나고 있는 공간경험디자인의 특성을 파악하고 개인 공간에서의 경험디자인 특성들과 융합하여 통합된 공간경험디자인을 통한 차별화된 주거 경험을 만들어내는 것이 필요하다.

3. 공간경험디자인의 특성과 생활공간 변화

3-1. 상업공간에서의 경험디자인 특성

3장에서는 앞서 정의한 생활공간에서의 통합적 경험 설계를 위하여 상업공간의 특성을 가지는 공용공간과 라이프스타일이 반영되는 개인 공간의 특성을 구분, 각 영역별로 선행 연구 분석을 통해 공간별로 경험의 특성을 분류하고 통합해 보고자 한다. 이는 각 공간에 적용해야 하는 경험의 특성이 다르다는 가설을 전제로 하며, 주거 사용자 인터뷰를 위한 분석의 체계를 갖추어 공간에서 경험을 일으키기 위한 설계를 위해 경험디자인은 어떻게 체계화되어야 하는지에 대한 논리를 구체화하기 위함이다.

상업공간은 공간을 조성하는 주체가 목표로 하는 지향점을 성공적으로 수행하여 경제적 이익을 창출할 수 있는 공간이다. 상업공간의 디자인은 그동안 기업의 경제적 이익을 더 많이 취할 수 있는 방향으로 최적화되어 왔지만, 최근 기업 간 제품과 서비스의 경쟁 심화와 팬데믹으로 인한 온라인 상거래의 확산은 오프라인 상업공간의 전략적 활용을 강화시키는 계기가 되었다. 이에 따라 온라인만으로는 제공하기 어려운 O2O 연계를 통한 고객과 옴니버스적 채널의 확보와 공간에 연계된 접점에서 다양한 방식의 경험을 통해 고객 체험을 강화하여 체류 시간을 늘리고 재방문의 욕구를 일으킬 수 있는 체험 중심의 전략적 공간으로 진화되어 가고 있다. 즉, 상업공간은 더 이상 판매의 공간이라기보다는 기업과 브랜드의 최전선으로 고객과의 접점을 확보하여 서로 소통하는 새로운 경험의 채널로 진화하고 있다.

[그림 5] 체험 중심의 상업공간, 무신사, 시몬스 그로서리 스토어

최근에는 MZ세대의 특성을 고려하여 잠시 들리는 팝업 스토어에 브랜드나 기업의 메시지를 좀 더 강렬하게 전달하기 위하여 비일상적인 상호작용 방식을 통한 감각적인 공간의 경험을 선보이고 있다. 이러한 변화는 성수동 지역에 있는 팝업 스토어들과 같이 각자의 목적에 맞는 체험형 상업공간으로 확산되었고, 체험형 상업공간의 공간별 특성은 결과적으로 판매 목적의 달성을 위한 '기능 중심형 공간', 능동적 참여를 통한 체험 및 교류를 통해 소비자와의 관계를 형성하는 '체험형 공간', 그리고 기업의 공공성 확보나 가치 전달을 위한 '의미 중심형 공간'으로 분류할 수 있다.[15] 상업공간에서의 경험디자인은 사용자를 중심으로 공간의 전략과 범위, 구성의 성격에 따라 디자인으로 표현된 인테리어, 제품, 서비스 등이 공간에서 서로 상호작용하면서 느끼고 생각하게 되는 총체적인 경험으로, 사용자의 상황을 예측하고 여정에 반영하여 가장 이상적인 경험 콘텐츠의 전달 솔루션을 제공하는 것이라 할 수 있다.[16] 특히 경험디자인은 사용자와의 상호작용의 결과인 피드백을 '경험'이라는 시각으로 이해함으로 사용자의 요구에 보다 실질적으로 접근하며, 콘텐츠의 정보와 정보 속에 내재한 의미의 적극적인 소통을 이끌어

14) 박홍철, 민간임대주택과 주거서비스, 주택산업연구원, 2018, p.14.

15) 구하진, 상업유형별 브랜드 체험 중심형 공간의 디자인 특성 분석, 대한건축학회 춘계 학술발표대회 논문집 제41권 제1호, 2021, p.137.

16) 김동환 외 2인, [스토리텔링으로 풀어보는 UX디자인], 에이콘, 2011, pp.41-42.

내기 위한 종합적 디자인이라 정의할 수 있다.[17] 이렇게 경험디자인 적용으로 체험이 일어나는 상업 공간의 특성을 이민아는(2013) 다음과 같이 분석하였다.[18]

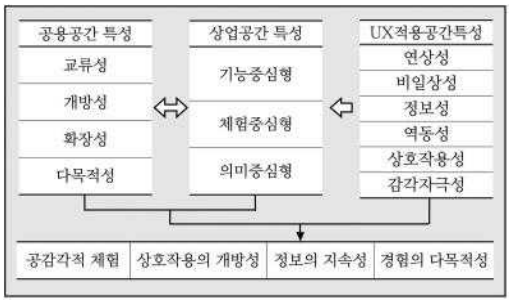
[표 5] 상공간에서의 경험디자인 공간 특성

특성	내용
연상성 Association	-시각적 이미지를 통한 사용자의 개별 기억 또는 경험 자극 -사용자로부터 감성적 반응 유도 -은유화된 시각 이미지로 연관된 사고 유도
비일상성 Non-dailiness	-의외성에 대한 심리적 충격과 유희적 자극에 의한 특별한 경험 제공 -일상적이지 않은 형태, 스케일, 패턴 등을 통한 호기심 자극
정보성 Informativeness	-새로운 인지적 경험에 의한 정보학습 효과 -학습 후 행동 유발 요소 제공
역동성 Dynamics	-사용자의 적극적 유입을 위한 개방적 공간 -동적인 공간 디자인으로 심리적 자극 제공
상호작용성 Interactivity	-사용자의 움직임이나 사용자 관련 데이터에 반응 및 변화 -인터랙션 방식에 따른 다른 반응 공간형성
감각 자극성 Sensory stimulation	-감각을 통하여 사용자의 몸이 공간을 기억하게 하는 자극적 요소 제공 -다양한 감각적 요소에 의한 종합 경험효과

이와 같은 선행 연구들은 주로 대형 상업 공간에 적용된 경험디자인 요소들의 분석을 통한 공간의 특성으로 주로 오감적인 상호작용을 통한 경험의 특성을 파악하였다. 따라서 상업공간의 경험디자인은 짧은 시간에 고객의 흥미를 이끌어 내는 비일상의 경험을 통해 공간별로 감각의 자극이나 인지적 정보 전달을 위한 행위 유도의 요소들을 다양한 방식으로 활용하는 특성을 보인다. 즉, 사용자에게 체험되는 경험의 스타일을 만들어내는 공간에서 '상호작용의 방식과 퀄리티'가 상업공간이 가져야 하는 경쟁력과 밀접한 관계가 있다고 보인다. 따라서 상업 공간적 특성을 가진 공용공간에서의 경험 특성은 상업공간의 특성과 사용자 경험의 특성을 결합하여 파악하는 것이 필요하다.

17) 전성일, "경험디자인의 관점에 따른 MMORPG의 시각 정보에 대한 연구", 홍익대학교 석사학위논문, 2005, p.11.

18) 이민아, 공간 디자인에서의 사용자 경험 디자인 특성에 관한 연구, 한국공간디자인학회 논문집 제9권 1호 통권 26호, 2013, p.248.



[그림 6] 공용공간에서의 경험디자인 특성

[그림 6]은 모조설(2019)이 제시한 공유주택의 공용공간 특성[19]들과 앞서 살펴본 체험형 상업공간의 특성, 그리고 상업공간을 중심으로 한 사용자 경험이 적용된 공간의 특성, 세 가지 특성을 종합하여 추출한 것으로 주거 사용자들의 다양한 라이프스타일이 교차하는 공간의 성격상 경험의 구현을 중심으로 다음과 같은 특성을 도출하였다.

첫째, '공감각적 체험'을 통해 상업공간의 특성이 접목된 공용공간은 다양한 주거 사용자들의 생활 활동이 융합된 공간에서 보다 자연스러운 소통과 교류를 도와주는 비일상적인 경험 요소를 통해 내, 외부적 콘텐츠 운영을 지원할 수 있어야 한다.

둘째, '상호작용의 개방성'이 필요하다. 공용공간은 외부와 지속적인 연결이 되어야 하는 장소이기에 쌍방향으로 개방적인 공간의 구조와 상호작용적 경험의 흐름을 조성할 수 있어야 한다.

셋째, '정보의 지속성'이 확보되어야 한다. 주거 사용자의 생애 주기나 트렌드에 맞는 다양한 성격의 콘텐츠들이 지속적으로 실행되고 업데이트되어야 한다. 또한 이러한 콘텐츠의 지속성을 확보하는 차원에서의 데이터 관리도 필요하다.

마지막으로 공용공간은 이러한 주거 사용자들의 일상의 삶을 돕는 경험 콘텐츠들이 함께 연계되는 '경험의 다목적성'을 가져야 한다. 이는 필요에 따라 상호 조율되는 경험 요소들을 통해 콘텐츠를 변화시켜 작용되는 공간의 인프라와 연계된 특성으로 기본적인 공간 계획과 인프라 구축에 반영되어야 한다. 이렇게 상업공간의 특성들이 반영된 공용공간에 형성되는 무형의 경험들이 상호작용하여 개인공간에서는 해결하기 어려웠던 사회적 활동의 질적 품질은 향상될 수 있다.

19) 모조설, 1인 가구를 위한 공유주택의 공유공간 구성 및 사용자 분석, 한국실내디자인학회 논문집, 제28권, 6호, 통권 137호, 2019, pp.13-14.

3-2. 개인공간에서의 경험디자인 특성 유형화

주거공간은 개인의 일상적인 의식주를 해결하는 공간으로써 근래에 들어 개인의 취향이 반영된 라이프스타일을 표현하는 개인화된 공간으로 변해가고 있다. 하지만 현실적으로 개인의 생애 주기와 라이프스타일의 변화에 맞추어 매번 주거공간 전체를 변경하는 것은 현실적으로 쉽지 않다. 또한 의식주 활동의 특성상 생활의 영위를 위해서는 매우 반복적인 활동이 지속되기 때문에 상업공간에서의 경험과 같은 수준의 특성이 반영된다면 주거 사용자의 입장에서는 개인적인 생활에 오히려 역효과를 낼 수 있다. 그러므로 공용공간에서의 특성과는 다른 라이프스타일이 반영될 수 있는 개인공간에서의 경험디자인 특성에 대하여 분석하는 것이 필요하다. 그러나 개인의 주거공간에 대한 경험이라는 인식이 형성된 것은 최근의 상황으로, 한옥 체험과 같은 경험으로 소비되는 체험형 주거 모델보다는 코하우징과 같은 공동주택에서의 주거형태 변화에 따른 개인공간의 확장된 경험 구현을 위한 경험디자인의 특성으로 파악하고자 한다. 그동안 공간에서의 경험디자인에 대한 연구는 주로 상업공간과 브랜드 측면에서 진행되어왔고, 일반적인 주거공간에서의 경험디자인적 특성에 대한 연구는 주로 1인 가구나, IoT 기술이 적용된 스마트 홈을 중심으로 이루어졌다. 따라서 본 연구에서는 라이프스타일이 반영된 주거공간의 특성으로 김승현(2020)의 연구 결과로 분류된 기술지향성, 감성지향성, 경험지향성, 환경지향성, 안전지향성[20] 5가지를 라이프스타일이 적용된 개인공간의 디자인 분류 유형으로 응용하고자 한다. 그리고 주거 공간에서 일어나는 사용자경험의 특성으로 천수진(2015)의 연구에서 상업공간에 적용된 경험디자인의 특성을 기반으로 도출한 주거공간에서의 사용자경험 특성으로 제시된 지원성, 다감각성, 안전성, 접근성, 맥락성[21] 5가지의 특성을 연계하여 [표 6]과 같이 정리하였다.

20) 김승현, 라이프스타일을 반영한 주거공간 디자인 특성 연구, Journal of Integrated Design Research vol.19 no.1, 2020, p.45.

21) 천수진, Smart Home 환경에서의 욕실 공간 사용자 경험(UX) 디자인 특성 연구, 한국 공간디자인학회 논문집 제16권 7호 통권 76호, 2015, p.243.

[표 6] 개인공간에서의 경험디자인 특성요소

Lifestyle반영공간특성	구성요소	개인공간경험디자인특성	구성요소
기술지향	스마트공간서비스	지원성	유용성,사용성
감성지향	취향,라이프스타일	다감각성	신뢰성,비일상성
경험지향	개인 및 공용공간	안정성	연상성,매력성
환경지향	친환경,공생	접근성	관계성,정보성
안전지향	보안,휴식	맥락성	상호작용,확장성

이렇게 공용공간과 개인공간의 특성들이 반영된 공간의 현재 상황에 대한 분석을 위해 심층인터뷰를 위한 설문을 다음과 같이 작성하였다. 본 연구에서는 현재 운영중인 코리빙 주거공간에 대한 디자인적 분석보다는 Life on 2Gather[22]와 에피소드[23]의 운영 매니저 3명과 주거사용자 4명을 대상으로 현재의 공간에서 경험디자인에 대한 인식과 상황, 앞으로의 방향성에 대한 의견을 파악하기 위한 목적으로 각각의 공간을 방문하여 심층인터뷰를 진행하였다. [표 7]은 설문의 내용으로 각 항목별 상황에 대한 사전 설명 후 5점 척도로 도출된 점수들을 평균하여 항목별 선호도로 정리하였다. 이후 설문의 각 항목들과 관련된 각 공간에 대하여 개방형 심층 인터뷰를 진행하였다.

[표 7] 주거 공간별 경험디자인 및 서비스 선호도 조사

분류		선호도 내용	평균
개인공간 특성	지원성	-개인 라이프스타일이 반영된 주거공간의 선호도는?	4.5
		-개인의 공간에서 개인화된 경험에 대한 선호도는?	4.8
	다감각성	-다감각을 통한 정보 전달의 선호도는?	3.8
		-비일상적 체험에 대한 선호도는?	3.3
	안정성	-개인 정보가 반영된 공간디자인에 대한 선호도는?	4.6
		-상호작용 방식 중 5: 무의식적 방식과 1: 자연스러운 방식 중 선호도는?	2.5
	접근성	-생활 정보의 전달은 어느 매체를 더 선호하는가? 5: Mobile device ~ 1: 공간정보매체	3.6
		-경험을 통한 정보전달 방식에 대한 선호도는?	4.3
	맥락성	-제품과 공간이 함께 상호작용 하는 것에 대한 선호도는?	4.6

22) Life on 2Gather 웹사이트. (2022.2.2.). URL: https://live-life.kr

23) 에피소드 웹사이트. (2022.2.3.). URL: https://www.epsd.co.kr

		-나의 상황이 반영된 기능 및 상호작용에 대한 선호도는?	4.8
공용공간 특성	공감각적체험	-비일상적 체험 서비스에 대한 선호도는?	4.8
		-1: 단편적 경험과 5: 복합적 경험 중 선호도는?	4.5
	상호작용 개방성	-개인공간과 연계된 경험에 대한 선호도는?	4.2
		-외부콘텐츠 서비스에 대한 활용의사는?	4.8
	정보의 지속성	-지속적인 콘텐츠 업데이트의 활용성은?	5
		-개인화된 콘텐츠 활용시 데이터 공개 의사는? 5: 매우있다~1: 전혀없다	2.1
	경험의 다목적성	-다목적으로 활용 가능한 콘텐츠를 활용할 의사는? 5: 매우있다~1: 전혀없다	4.8
		-콘텐츠 경험 후 데이터에 대한 정보제공 의사는? 5: 매우있다~1: 전혀없다	2.6
생활공간 특성	-생활공간 전체에서 개인의 경험이 연계된다면 선호도는?		4.6
	-5: 내부서비스와 1: 외부서비스 중 어느 서비스를 더 선호하는가?		3.6
	-내부와 외부서비스가 연계된다면 구독 의향은?		4
	-구독시 개인 정보에 대한 축적 및 반영에 대한 의견은?		4.2
	-콘텐츠 경험이 피드백 반영하여 지속 제공되는 것의 선호도는?		4.6
	-공간에서의 경험과 제품 기능의 경험이 연계되는것에 대한 선호도는?		4.8

본 설문 및 인터뷰의 결과, 통합된 공간에서의 사용자 경험에 대한 인식은 두 조사 대상 모두 부족하여 조사 대상간 의미있는 차이가 없었다. 이에 따라 선호도 점수의 결과는 통합하여 의미를 파악하였고, 인터뷰 결과와 종합하여 방향성을 추출하였다. 각 공간별 특성에 대한 선호도 결과와 인터뷰를 통한 의견을 정리하면 첫째, 개인의 공간에 대하여는 경험적 요소들을 적극 활용한 생활 활동에 대하여 긍정적인 평가와 필요성에 대한 인식을 확인할 수 있었다. 그러나 개인의 정보 공개에 대해서는 전반적으로 부정적 의사와 함께 제공에 대한 명확한 피드백(이익)에 대한 부분이 충족되어야 가능할 것이라는 의견이 많았다. 둘째, 공용공간에 대해서는 사회적 기능을 하면서도 교류를 도와주는 비일상적인 외부 콘텐츠들의 서비스에 만족과 함께 생애 주기와 연관된 서비스의 지속성을 언급하였다. 공용공간에서도 마찬가지로 개인의 정보는 피드백 반영을 통한 유효한 개선이 있는 경우에 한 해 긍정적인 제공 의사를 확인하였다. 마지막으로 통합된 생활공간에서는 코리빙 주택이 이미 공용공간에서 서비스를 운영하고 있기 때문에 상대적으로 개인공간과 연계된 서비스의 필요성과 개선에 대한 의견이 제시되었다. 특히 공간과 제품이 연계된 경험의 필요성에 대하여 긍정적 반응과 함께 여러 가지 아이디어성 의견도 제시되었다. [표 7]에서 제시된 설문 항목 외에도 심층 면담을 통하여 선호도에 대한 구체적인 의견을 수렴할 수 있었으며 수치적 결과와 인사이트를 분류, 종합하고 체계화 과정을 거쳐 통합적 생활공간에서의 경험디자인 특성을 구체화하고자 한다.

3-3. 공간경험디자인 특성을 통한 생활공간의 변화

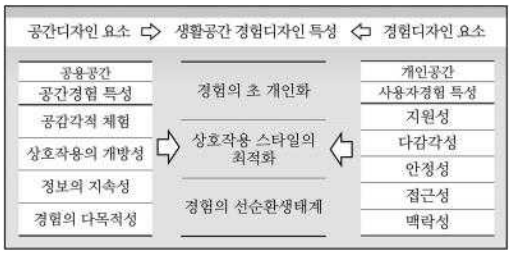
심층 인터뷰를 통해 파악된 생활공간 전 영역에서 개인에게 최적화된 서비스의 활성화는 공동주택의 공간구조 변화와 주거서비스의 운영으로 발생하는 생활공간에서의 경험을 통해 물리적 공간이 가지는 한계를 넘어 생애 주기별로 특화된 콘텐츠의 필요성을 제공하며 공동주택 전반의 주거 및 생활 만족도를 높여줄 것으로 판단된다. 이러한 결과는 설문 후 심층 인터뷰의 과정에서도 확인할 수 있었으나, 아직은 초기 단계라 앞으로 적지 않은 시행착오와 개선 과정을 거쳐 이러한 생태계의 경제성과 합리성, 지속가능성이 구체화될 필요가 있다. 이렇게 선행 연구들의 분석 결과와 설문조사 및 심층 인터뷰 결과를 바탕으로 다음과 같은 방향성을 정의하였다.

첫째, '경험의 초개인화'를 위한 다각적인 노력이 필요하다. 인터뷰를 진행했던 Life on 2Gather와 에피소드와 같이 개인공간에 테마와 연결된 경험디자인적 요소를 적용한 상황에서도 주거 사용자들은 좀 더 자신의 취향과 상황에 맞는 공간과 서비스의 경험을 원했으며, 이는 각 개인의 다양한 니즈를 하나의 고정된 공간이 충족시켜줄 수 없는 구조적인 문제로부터 시작됨을 알 수 있었다. 또한 생활공간에서 개인공간과 공용공간의 통합적 경험의 연계성에 대한 확보와는 별개로 개인공간에 좀 더 취향을 표현할 수 있도록 공간구조와 인테리어, IoT 제품, 소품 등의 구성요소 간의 협력적인 시퀀스를 구성, 같은 공간에서도 색다른 경험을 할 수 있는 스마트홈 생태계와의 협력적인 상호작용에 대한 필요성도 확인하였다. 즉, 각 공간들에서 시각적으로만 어울리는 스타일이 아닌 연결된 경험을 위하여 인테리어와 가전, 공간 구성요소들 간의 통합된 경험설계 솔루션을 통해 개인화된 라이프스타일의 니즈를 최적화하여 충족시켜 줄 수 있는 공간경험의 초 개인화가 가능할 것으로 판단된다.

둘째, 공간 컨셉에 맞춘 구성요소들의 유연하고 '최적화된 상호작용의 스타일'을 디자인해야 한다. 생활공간은 개인적 공간의 속성과 공용적 공간의 경험 속성

들이 함께 유기적으로 연계된 작용의 결과로 표현되어지는 경험의 스타일과 방식에 따라 최적화 될 수 있다. 즉, 사용자의 라이프스타일에 최적화된 경험의 결과를 만들어내기 위한 상호작용들이 구성요소 간에 어떻게 연계되어 실행되어야 하는 맥락적 조율의 체계를 통해 사용자가 선호하는 방식에 따라 경험의 스타일이 구성되고 전달될 수 있어야 한다. 따라서 각각의 구성요소들은 콘텐츠의 특성과 기능을 표현하면서도 다른 공간들과의 연계성이 실시간으로 상호 조율될 수 있어야 한다. 이러한 결과는 심층 인터뷰를 통해 주거자의 생활과 연결된 기본적인 공간의 기능과 연계된 경험이 필요함을 알 수 있었으며 특히, 작동 방식에 대한 습득보다는 스스로 상호작용하는 것이 매우 중요하다고 보인다. 그 이유는 경험의 내용인 콘텐츠가 가진 특성을 표현하기에 일반적인 공간의 접점들의 디자인과 상호작용들은 사용자의 관점에서는 적합하지 않을 수도 있기 때문이다. 따라서 어떤 접점들의 속성은 숨기거나 줄이고, 전달에 효과적인 속성은 강조하여 상호작용의 효율을 올리면서도 최적화된 경험의 스타일을 만들어 내는 것이 필요하다. 이를 통해 주거 사용자의 여정을 바탕으로 한 통합적 관점에서 상호작용들의 속성을 연결하고 조율하여 목적에 맞는 경험의 방식을 개발, 디자인적 차별화를 이끌어내어 사용자에게 최적화된 경험의 스타일 관점과 운영의 결과적 관점에서 만족할 수 있는 피드백을 이끌어 낼 수 있다. 즉, 유기적인 상호작용의 관계를 통합적으로 조율하여 경험의 최적화를 위한 생활공간 전체를 아우르는 경험의 상호작용 설계가 필요하다.

셋째, 생활공간에서 '경험의 선순환 생태계'를 구축해야 한다. 이는 경험의 속성상 반복된 경험의 가치는 떨어지기 때문에 지속적인 콘텐츠의 운용에 대비하여 공간 구성요소의 특성들이 주거 사용자의 행동에 따른 피드백을 반영하는 데이터 기반의 선순환 체계를 구축해 놓아야 한다. 따라서 경험의 구현이 일어나는 공간을 구성하는 매개체들 즉, 기능에 따른 인테리어, 제품, 가구, 조명, 소품 등의 디자인과 설계 시 지속적인 피드백을 통한 업데이트가 가능한 하드웨어적, 소프트웨어적 설계를 어느 접점의 디자인에 적용시킬지에 대한 계획과 플랫폼에 의해 통합적으로 구현되는 체계에 대한 조율이 각각의 요소들에 선반영되어야 한다.



[그림 7] 생활공간에서의 경험디자인 특성

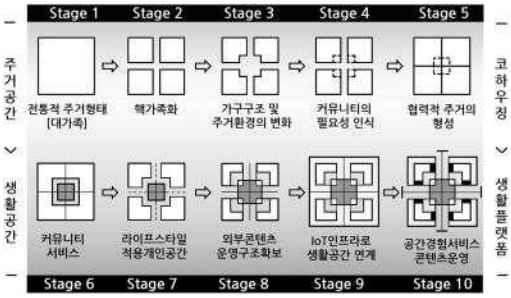
[그림 7]은 앞서 도출한 공용공간에서의 경험의 특성과 개인공간에서의 사용자경험 특성을 서로 연결하고 인터뷰 결과로 도출된 3가지 방향성의 내용을 바탕으로 생활공간에서 경험디자인의 3가지 특성을 체계화시켰다. 이렇게 생활공간에서 공간 경험의 구현을 위해서는 우선 경험 요소별 센싱의 결과나 피드백을 공간에서 상호 기술적인 연계를 통해 개인의 데이터를 축적하고, 분석된 사용자의 성향을 바탕으로 다시 공간의 경험 작용 체계에 반영되기 위해서는 개인의 경험에 대한 정확도가 중요하다. 주거 사용자의 행동에 최적화된 상호 피드백 데이터 교환은 적절한 경험의 양과 스타일까지 목적에 맞게 조율하여 사용자의 만족도를 높이면서도 기업이나 브랜드의 목적을 달성할 수 있는 상업적 공간 수준의 경쟁력을 가질 수 있을 것으로 보인다. 앞으로 생활공간은 새로운 관점의 비즈니스 채널로 그 가치가 확장될 수 있다고 판단된다. 따라서 앞으로 생활공간에서의 공간경험은 기업이나 브랜드 채널의 연속선상에서 주거공간을 플랫폼들을 위한 플랫폼으로 고도화해나갈 수 있는 비즈니스 모델을 제공하며, 오프라인 공간에서 개인의 생활 활동 전반을 지원할 수 있는 새로운 기회를 제공할 수 있을 것으로 사료된다.

4. 생활공간에서의 공간경험디자인 구성체계

4-1. 주거서비스로써의 공간경험콘텐츠

공용공간에서의 주거서비스 콘텐츠들은 현재 코하우징 주거지원 서비스들을 통해 실험적으로 운영되고 있지만, 외주 서비스 업체들의 콘텐츠를 활용하다보니 실제 주거 사용자들이 원하는 서비스를 적절하고 지속적으로 제공하기는 쉽지 않다. 또한 조사 결과를 보면 단순한 교육이나 취미와 관련된 이벤트같이 비교적 단편적이어서 지속적인 콘텐츠 업데이트에 대한 애로사항들이 있었다. 따라서 외부에서 운용되는 주거서비스와 내부의 생활공간에서 운영되어야 하는 주거서비스는 구분될 필요가 있다. 즉, 생활공간에서의 주거서비스는 외

부 콘텐츠를 받아들이는 개방성도 필요하지만 독립적으로도 운영되어야 한다. 이는 오히려 주택의 생활공간과 주거 사용자들의 일상생활과 더 밀접하게 관련되어 있기 때문에 건설사나 건물을 주관하는 기업이 운영할 수 있는 생활 밀착형 주거서비스라 할 수 있다. 이러한 서비스 운용을 위한 구조를 2장에서 분석한 [그림 2] 코하우징의 형성 과정을 응용, [그림 8]과 같이 생활플랫폼으로 구조화하였다.



[그림 8] 생활공간 형성 과정과 생활플랫폼의 구조개념

현재 외부 서비스 기업을 활용하는 단계인 8단계를 넘어 9단계부터는 생활공간 내부에 구축된 인프라를 통해 보다 생활과 밀접한 서비스의 운영이 가능할 것으로 판단된다. 10단계는 주택과 주거공간에 원활한 내, 외부적 서비스들이 운용되는 생태계화된 단계의 구조를 모형화 한 것이며, 기업과 브랜드의 사업 영역이 개인의 생활 활동 전반에 연계되어 온라인과 연계된 서비스가 운영될 수 있는 주택의 O2O 플랫폼 구조라 볼 수 있다. 이것이 가능한 이유는 서비스 실행 시에 공간의 접점에서 기능의 구현과 경험의 실행에 따라 발생하는 다양한 고객들의 행동 데이터가 있기 때문이다. 기업은 행동 데이터를 확보하여 개인의 니즈에 맞는 콘텐츠나 서비스를 구독화하여 지속적으로 제공할 수 있다. 이렇게 단계별 구조 모형에 기반한 경험서비스의 운영으로 이것을 소비하는 행동에 대한 분석을 통해 최적화된 경험 콘텐츠를 적재적소에 제공할 수 있어야 한다. 따라서 생활공간은 주거자의 생애 주기와 생활 패턴에 따른 적절한 서비스를 제공하는 플랫폼이 될 수 있다. 이러한 생활공간에서 서비스가 운영될 때 필요한 경험과 콘텐츠의 특성을 파악하면 다음과 같다.

첫째 '공간경험의 연계성'이 필요하다. 생활공간에서 통합된 공간경험의 품질은 두 영역을 아우를 수 있는 경험의 연계 수준과 개인화된 정보의 활용에 따라 달라질 수 있다. 즉, 매끄러운 경험의 연속성을 위한 상호작용의 방법과 구현 체계에 따라 공간을 디자인할 때 경험디자인 특성인 연상성, 비일상성, 감각 자극성 등을 공간을 구성하는 접점들에 적용해 목적에 맞는 스타일로 경험을 만들어내어 매끄러운 콘텐츠의 전달을 구현할 수 있기 때문이다. 따라서 경험의 품질을 만들어내는 공간의 구성 체계와 서비스 콘텐츠 간의 기술적 연계성을 콘텐츠의 내용을 중심으로 구체화하는 것이 필요하다.

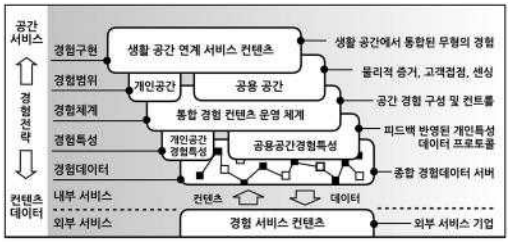
둘째 '콘텐츠의 지속성'이 필요하다. 콘텐츠가 서비스화된다는 것은 지속성을 기반으로 하는 것으로, 경험은 무형이기에 물리적으로 남는 것이 없다. 즉, 지속성이 없다. 서비스를 경험할 때는 체험하지만 지나고 나면 전체적인 평가로만 남기 때문이다. 그러므로 주거사용자의 경험 과정에 따른 결과적 데이터가 반영된 콘텐츠를 지속적으로 업데이트할 수 있어야 한다. 또한 주거자의 생애 주기에 적합하고 지속성 있는 내부 운영을 위해서도 내, 외부 서비스 콘텐츠의 개발이 필요하다. 따라서 주거 사용자를 더 잘 이해하고 필요한 생활서비스를 제공하기 위한 지속적인 콘텐츠 운영 체계를 통해 그들에게 필요한 생애 주기별 생활공간 서비스들을 구독할 수 있는 운영 생태계를 구축하고 패키지를 제공할 수 있어야 한다.

셋째, 개인 '경험의 데이터화'가 필요하다. 주거 사용자에게 최적화된 유연한 경험서비스를 위해서는 공간 요소별로 최적화된 센싱과 피드백에 대한 데이터화를 통해 자연스럽게 사용자의 상황을 이해하고 축적하여 필요한 서비스를 선 준비하고 제안하는 것이 필요하다. 서비스의 구독을 통한 지속적인 데이터의 업데이트를 통해서도 개인의 성향과 행동에 대한 데이터를 확보할 수 있어야 한다. 이러한 솔루션의 구축은 비용적 측면에서 주거 사용자들의 생활 밀착형 콘텐츠 서비스의 구독을 통해 제품의 이익을 환수하는 플랫폼 방식이 적합하며, 주거공간을 제품으로 본다면 플랫폼화된 개인 및 공용공간의 투자에 대한 매력도가 상승할 것으로 판단된다. 즉, 주택은 소유보다는 내가 원하는 주거의 서비스들을 경험하면서 살아갈 수 있는 지속적인 공간 경험재로 변화하게 될 것으로 보인다. 따라서 근미래 주택의 가치는 주거의 경험적 품질의 차별성에 따라 객관적인 차이가 발생할 수 있다.

4-2. 통합적 생활 공간경험디자인 구현체계

주거 서비스는 지속적으로 콘텐츠를 통해 변화해가는 주거공간과 사용자들의 라이프스타일에 대응하며 생활공간을 개인의 취향과 삶의 방식에 최적화될 수 있

는 지속 가능한 플랫폼으로써 다양한 방식의 비즈니스적 접근이 가능한 공간으로 변화시켜가고 있다. 이러한 변화는 생활공간 각 영역별 특성이 적용된 서비스 콘텐츠들의 개발과 사용을 통한 사용자경험의 특성이 반영된 데이터들을 통합적으로 운영할 수 있는 체계의 구축을 요구하고 있다. 또한 사용자들에게 최적화된 서비스를 위해서는 공간에서의 단순한 기능일지라도 경험의 관점에서 앞서 정의한 연계성과 지속성, 데이터화를 통해 차별화된 서비스의 개발과 운용이 필요하다. '연계성' 측면에서는 개인과 공용공간의 기능에 따른 경험을 일으킬 수 있는 고객 접점 요소들을 개발, 연계하여 공간에서의 구현 방식을 조절하여 경험의 흐름, 즉 스타일링 할 수 있는 통합적 경험디자인 체계의 구체화가 중요하다. '지속성' 측면에서 주거 서비스는 경험 결과의 데이터가 반영되어 지속적으로 최적화되어가는 콘텐츠를 통해 주거공간과 사용자들의 라이프스타일에 대응하며 생활공간을 개인의 취향과 삶의 방식에 최적화될 수 있는 지속이 가능한 플랫폼으로써 다양한 방식의 비즈니스적 접근이 가능한 공간으로 변화시켜가는 것이 필요하다. 마지막으로 '데이터화'는 O2O 플랫폼의 체계를 적용하여 적절한 이익의 교환에 따른 데이터의 확보를 통해 규모의 경제를 이루어 지속성을 좀 더 강화할 수 있는 요건을 만들어 갈 수 있다. 이렇게 공간경험의 연계성과 지속성, 데이터화를 효과적으로 구현할 수 있는 통합적 디자인 구현 체계의 유형화가 필요하다. 이 구현 체계에 의하여 주거 사용자 중심의 생활공간 서비스는 솔루션화 되어 관련된 이해관계자 모두에게 이익을 공유할 수 있는 플랫폼으로써의 기능을 하게 될 수 있을 것이다. 특히 공간에서 매끄러운 경험을 연출하기 위해서는 공간을 구성하는 디자인적 요소들과 생활 서비스들이 유기적으로 상호 연계되어 작동되어야 하며, 상황에 따라 각각의 기능적 공간에 적용된 물리적 디자인 접점들의 유기적 조율에 의해 구현될 수 있다. 이렇게 연계된 경험을 설계하고 구현, 지속적으로 업데이트하기 위해서는 내부적으로 사용자의 행위에 대한 결과 데이터의 추출과 이해관계자들과의 활용 체계에 대한 구조화가 선행되어야 한다. 또한 외부 콘텐츠 서비스 기업들과의 제휴를 통해 생애주기별 필요한 서비스들이 지속적으로 공급될 수 있는 체계를 만들어야 한다. 이렇게 생활플랫폼에서 통합된 경험의 구현을 위한 경험디자인의 구현체계를 [그림 9]와 같이 단계별로 유형화하였다.



[그림 9] 생활플랫폼에서의 경험디자인 구현체계

앞으로도 주거의 형태와 라이프스타일은 지속해서 변화해 나갈 것이며 주거 사용자의 경험을 중심으로 한 공간과 일상생활의 연결은 지속가능성을 넘어 경제적인 가치도 추구할 수 있는 비즈니스 플랫폼으로써 바라볼 필요가 있다. 또한 시각적 디자인 측면의 공간경험에서 진화하여 주거 사용자의 삶의 변화에 따라 생활공간 전체에서 지속될 수 있는 경험의 구현체계와 운영을 공간경험디자인을 통해 전략적으로 구현할 수 있는지에 대하여 지속적인 연구가 필요하다. 본 논문은 그 기초 단계의 담론적 고찰로 이론화를 위한 정량, 정성적인 추가 연구를 통해 체계화된 공간경험디자인 프로세스로 만들어 나가고자 한다.

5. 결론 및 제언

주거사용자들의 높아진 생활의 질에 대한 안목과 소유재가 아닌 경험재로써 주택과 주거공간의 인식 변화는 생활공간 전체를 플랫폼화할 수 있는 기회를 조성하고 있다. 주거환경과 라이프스타일의 지속되는 변화는 주거의 형태를 진화시키며, 기술적 진보에 따른 주택과 공간은 점점 더 스마트화 되어가고 있다. 주거 사용자들은 생활공간에서 자신의 개성을 드러내고 개인적, 사회적으로 융합된 활동을 경험하며 삶의 질을 향상하기 위한 다양한 주거 관련된 니즈를 요구하고 있다. 이러한 상황에서 대단위 공동주택 브랜드들이 주목한 것이 공간의 경험과 주거서비스의 향상이다. 따라서 앞으로의 주거공간은 라이프스타일이 반영되는 '생활의 경험 공간'으로써 초개인화된 경험 구현을 위한 콘텐츠들이 운용되는 플랫폼으로써의 역할을 준비하고 있다. 그러나 아직 공간에서의 통합된 경험을 건축의 구조와 인테리어, IoT 제품, O2O 콘텐츠 및 그 외 구성 요소들을 종합적으로 조율하여 목적하는 결과를 정량적인 데이터로 만들어 낼 수 있는 통합 디자인과 프로세스는 확립되지 못했다. 현재는 결과물에 대한 사용자들의

정성적 판단에 의한 평가를 정량화하여 근거로 활용하고 있다. 이러한 사후평가에 의한 결과는 추측을 기반으로 한 선 투자를 만들게 됨으로 통합적 공간 구축에 있어 불완전한 투자를 야기하게 되고, 이에 따라 결과적으로 디자인 품질의 저하로 이어지는 악순환이 발생하고 있다. 이러한 상황에서 본 논문이 선행 연구들과 다른 점은 아직 구체화되지 못한 주거공간에서의 경험을 관련된 선행 연구의 분석과 사용자 조사를 통해 생활공간에서의 공간 경험 체계로 유형화하였으며, 플랫폼으로써 생활공간의 차별화 경쟁력을 만들기 위한 통합된 공간경험디자인의 특성과 이의 운용을 위한 구현 체계를 유형화하였다는 것에 있다. 본 연구는 앞으로 공간과 제품이 유연하게 융합되어 사용자의 생애 주기에 대응 가능한 경험콘텐츠의 개발과 이를 생활공간에서 유기적으로 연계된 경험으로 구현하기 위한 공간경험디자인의 체계에 대한 필요성을 제시, 결과적으로 디자이너들이 만들어내야 할 통합적 공간경험에 대한 경험디자인 체계와 디자인 프로세스 구현을 위한 기초적인 접근이며 앞으로 추가적인 연구를 통해 구체화해 나가고자 한다.

참고문헌

1. 김동환 외 2인, [스토리텔링으로 풀어보는 UX디자인], 에이콘, 2011.
2. 제임스길모어 외 1인, [경험경제], 유엑스리뷰, 2021.
3. 세라W.골드헤이건, [공간혁명], 다산사이언스, 2017.
4. 박홍철, 민간임대주택과 주거서비스, 주택산업연구원, 2018.
5. 안세윤 외, STEEP-V 방법론을 활용한 미래주거예측 및 대응방안, 한국콘텐츠학회논문지 Vol.20, No.6.
6. 안세윤 외, STEEP-V 방법론을 활용한 미래주거예측 및 대응방안, 한국콘텐츠학회논문지 Vol.20, No.6.
7. 신혜진, 라이프스타일의 변화를 반영한 주거디자인 특성 연구, 한국공간디자인학회논문집, 2018, 제13권 4호, 통권 52호.
8. 정일훈, 가구구조 변화에 따른 협력적 주거 패턴 연구, 대한건축학회집, 2012, 제28권, 제11호.
9. 구하진, 상업유형별 브랜드 체험 중심형 공간의 디자인 특성 분석, 대한건축학회 춘계 학술발표대회 논문집, 2021, 제41권 제1호.
10. 이민아, 공간 디자인에서의 사용자 경험 디자인 특성에 관한 연구, 한국공간디자인학회 논문집 2013, 제9권 1호 통권 26호.
11. 천수진, Smart Home 환경에서의 욕실 공간 사용자 경험(UX) 디자인 특성 연구, 한국 공간디자인학회 논문집, 2015, 제16권 7호 통권 76호.
12. 김승현, 라이프스타일을 반영한 주거공간 디자인 특성 연구, Journal of Integrated Design Research, 2020, vol.19 no.1.
13. 모조설, 1인 가구를 위한 공유주택의 공유공간 구성 및 사용자 분석, 한국실내디자인학회논문집, 2019, 제28권, 6호, 통권 137호.
14. 황윤정, 거주자 유형에 따른 중형 아파트의 욕실디자인, 한양대학교 박사학위논문, 2010.
15. 문소인, 라이프스타일 변화에 따른 홈 퍼니싱 스토어 스페이스 브랜딩 표현 특성 연구, 국민대학교 석사학위논문, 2018.
16. 전성일, 경험디자인의 관점에 따른 MMORPG의 시각 정보에 대한 연구, 홍익대학교 석사학위논문, 2005.
17. 2021년 인구주택총조사
18. hearted-welfare.tistory.com/49
19. www.dt.co.kr
20. www.ctman.kr/news/26850
21. live-life.kr
22. www.epsd.co.kr