

호텔 로비공간에서 시지각적 인지에 영향을 미치는 랜드마크 공간요소의 표현 특성에 관한 연구

A Study on the special property in presentation of spatial factors
in a landmark of a hotel lobby, which affects visual cognition

이효창* / Lee, Hyo-Chang
하미경** / Ha, Mi-Kyoung

Abstract

A lobby of a hotel is an important space by which the image of a hotel as a whole, the brand-identity, is determined. This study has researched and analyzed the special property in presentation of a landmark in a hotel lobby for its spatial factors, which affects visual cognition, and it is to provide information that can set out the foundation of space design for the appropriate landmark in a certain hotel lobby corresponding to the unique characteristics of a hotel. The regional range of this study includes the lobby spaces of 10 five-star hotels in Shanghai China and Seoul Korea. The types of spatial factors as landmarks and manifestation of those, which affect the visual cognition of the users are the range of context in this study. For this study, field-study and survey were both used in research. The results that have been concluded through this study are as follow. First, manifestational quality of a landmark in a hotel lobby is represented in its size, figure and contrast of 'shape', in its visibility and territory of 'space' and in its symbolic value and historical property of 'meaning', and each of those factors are related to the others. Secondly, the types of spatial factors in a landmark are displayed as being focused on the openness of the space or with large-scaled spatial factors. Light and lumination intensify the manifestation of various spatial factors in a landmark. Thirdly, each representational characteristic of spatial factors in a landmark, which are closely linked to each other should be controlled precisely in order to bring out functional and symbolic feature of a hotel lobby.

키워드 : 호텔, 로비, 랜드마크

Keywords : Hotel, Lobby, Landmark

1. 서론

1.1. 연구의 목적 및 의의

현대 도시의 호텔은 고객에게 본래 기능인 숙박, 식음제공 등의 서비스 이외에 상업, 비즈니스, 엔터테인먼트, 스포츠 및 레저 등 다양한 콘텐츠를 포함하는 서비스를 제공하고 있다. 이를 통해 호텔은 정보 및 문화교류의 장으로도 이용되고 있다.

호텔에서 방문객이 가장 먼저 접하게 되는 로비 공간은 호텔 전체의 이미지와 브랜드 아이덴티티를 결정하게 되는 주요 공간 중의 하나이다. 따라서 로비공간은接客, 휴식, 만남 등의

다양한 행태를 위한 기능성 이외에 상징성도 함께 갖추어져야 한다.

호텔 로비공간에서의 랜드마크 공간요소는 외부공간에 대해 상징적인 입면이나 변별성 있는 구성을 보여주며 내부 공간에서 해당 로비공간 중 가장 강력한 이미지 영역이 될 수 있다.¹⁾ 또한 마케팅 측면에서도 랜드마크 공간요소는 호텔 로비공간의 이미지를 시각화하고 상징화하여 방문객이 그 호텔을 명확하고 오래 기억하게 하고 로비공간 내의 수익 확보를 위한 공간으로 방문객을 유도할 수 있다. 따라서 호텔 로비공간의 특성을 고려한 랜드마크 공간요소의 디자인이 필요하다.

이에 본 연구는 호텔 로비공간에 나타난 랜드마크 공간요소

* 정희원, 연세대학교 주거환경학과 박사수료

** 정희원, 연세대학교 주거환경학과 교수

1)홍성용, 스페이스마케팅, 삼성경제연구소, 2007. 04, p.95

의 표현 특성에 관해 조사, 분석하고 이를 통해 호텔 로비공간의 특성에 적합한 랜드마크 공간요소 디자인에 관한 기초 자료를 제공하고자 한다. 세부 연구 목적은 다음과 같다 첫째, 선행연구 및 문헌고찰을 통해 호텔 로비공간의 기능적, 상징적 특성을 조사한다. 둘째, 호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소의 유형에 관해 조사한다. 셋째, 현장조사 및 설문조사를 통해 나타난 시지각적 인지에 영향을 미치는 호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소의 표현 특성을 분석한다.

1.2. 연구의 범위 및 방법

조사대상 범위는 중국 상하이시 및 서울시에 위치한 특급 호텔 10개소이다. 공간적 범위로는 호텔 로비공간이며 내용적 범위로는 이용자의 시지각적 인지에 영향을 미치는 랜드마크 공간요소의 유형 및 표현 특성이다.

조사내용은 <표 1>과 같다. 호텔 일반적 사항과 랜드마크 공간요소 표현 특성에서 '형태'의 조사항목은 및 규모성, 조형성, 대비성 등이며 '공간'의 조사항목은 영역성, 가시성 등이고 '의미'의 조사항목은 역사성, 상징성 등이다.

<표 1> 조사 내용

조사항목	조사내용	
일반적 사항	호텔명, 위치, 개관연도, 층수, 객실수, 로비공간 주요 부대시설	
랜드마크 공간요소 유형	수평적 공간요소	바닥(floor), 천장(ceiling)
	수직적 공간요소	벽(wall), 게이트(gate), 창(window), 기둥(column), 계단(stair), 발코니(balcony)
	기타 공간요소	빛/조명(lighting), 오브제(objet), 조경(gardening)
랜드마크 공간요소의 표현 특성	형태	규모성, 조형성, 대비성
	공간	영역성, 가시성
	의미	역사성, 상징성

조사방법으로 현장조사와 설문조사를 실시하였다.

첫째, 현장조사를 통하여 서울 및 상하이시에 위치한 각 조사대상 호텔을 방문하여 로비공간을 촬영하였다. 즉 로비공간의 전반적인 경관, 입구, 프론트, 라운지, 아트리움 등 다양한 시야각도에서 촬영을 실시하였으며 바닥, 벽, 천장, 기둥 등 여러 공간요소가 동시에 나올 수 있도록 촬영하였다. 사진 촬영은 2007년 6월 28일부터 7월 25일까지 실시하였다. 이는 설문조사를 통해 호텔 로비공간에서 시지각적 인지에 영향을 미치는 랜드마크 공간요소의 유형 및 표현 특성을 조사하기 위하여 평가매체로 이용하기 위함이다. 사진자료 이미지의 차이를 최소화하기 위하여 동일한 카메라로 촬영하였으며 촬영기기는 Canon EOS-400D이다.

둘째, 설문조사를 위하여 현장조사를 통해 수집된 로비공간의 사진을 각 조사대상 호텔 별로 10장 이상(총 116장) 편집하여 슬라이드로 만들었다. 슬라이드 상영 방식은 조사내용에 대한 아무 언급 없이 각 조사대상 호텔의 로비공간 전체 촬영 사진을 1장 당 약 10초간 보여주고 잠시 휴식을 취한 후 조사내

용 항목에 대하여 자세히 언급한 후 다시 각 조사대상 호텔의 로비공간 슬라이드 사진을 보여주고 설문지를 작성하도록 하였다. 설문조사 진행 과정은 첫째, 시지각적으로 인지되는 랜드마크 공간요소의 유형에 관해 설문하였다.

랜드마크 공간요소의 유형은 총 11가지로서 수평적 공간요소('바닥(floor)', '천장(ceiling)'), 수직적 공간요소('벽(wall)', '게이트(gate)', '창(window)', '기둥(column)', '계단(stair)', '발코니(balcony)'), 기타 공간요소('빛/조명(lighting)', '오브제(objet)', '조경(gardening)') 등이다. 둘째, 표현 특성이 해당 랜드마크 공간요소에 반영된 정도를 평가하였다. 즉 선행연구 및 문헌고찰을 통해 추출된 랜드마크 공간요소의 표현 특성을 '형태', '공간', '의미' 등으로서 이를 총 7가지의 항목으로 세분화하였고 각 항목별 표현 특성 반영 정도를 5점 척도를 이용하여 평가하였다. 설문조사는 2007년 9월 6일부터 9월 20일까지 진행하였다. 조사결과 분석은 SPSS window version 12.0 프로그램을 이용하여 빈도, 백분율, 상관분석 등의 통계방법을 이용하여 분석하였다.

2. 문헌고찰

2.1. 호텔 로비공간의 특성

(1) 호텔 로비공간의 기능적 특성

로비공간은 호텔의 특성을 일차적으로 결정짓는 공간인 동시에 다양한 기능을 포함하는 공간이며 여러 다른 공간을 연결하는 기능을 가지고 있다. 따라서 로비공간은 심미적, 기능적, 인지적 요소 등을 고려한 디자인이 필요한 공간이다.

로비공간의 기능은 크게 출입기능과 휴식기능 등으로 나눌 수 있다. 출입기능 측면에서 로비는 현관에 도착하는 방문객이 호텔에 들어서면 처음 대하는 홀로서 입구의 기능을 갖는다. 또한 이용객의 출입을 위한 공간뿐만 아니라 투숙객이 숙박을 수속하거나 방문객을 응접하는 곳이다. 호텔 로비공간은 프론트를 포함하여 주출입구, 부출입구, 각 부분의 출입구, 통로, 홀, 서비스 카운터, 벨 데스크 등으로 구성된다. 휴식기능 측면에서 로비는 사람을 기다리거나 간단히 환담하는 휴식공간으로 리셉션 로비의 성격을 갖는다. 또한 비수익성 부분인 로비에 수익성을 높이기 위해 로비의 일부분을 구획하여 라운지를 만들거나 티라운지(tea lounge), 바라운지(bar lounge), 커피숍 등 식음공간을 두기도 한다.²⁾

(2) 호텔 로비공간의 상징적 특성

로비공간은 호텔의 이미지와 브랜드 아이덴티티를 결정짓는 공간 중의 하나이며 외부와 내부를 연결시키는 전이공간을 의미한다. 특히 무한대의 외부환경에서 각 개인의 방향목표를 설

2) 한국실내건축가협회, 실내건축계획, 한국실내건축가협회, 2004. 12, p.103.

정함으로써 각 공간으로 연결하는 완충적 역할을 갖는다. 따라서 외부와 내부의 중간적 성격을 가짐으로써 수직적으로 다른 내부공간보다 더 넓게 나타나며 동시에 개방성이 강하다. 현대의 도시 호텔이 갖는 개방성으로 인한 복잡한 동선과 여행자의 편리한 프라이버시를 동시에 수용하여야 할 로비공간은 환영의 공간으로서 생동적이며 흥미로운 분위기를 만드는 것이 기본적인 과제이다.³⁾

위와 같이 호텔 로비공간은 다양한 기능적, 상징적 특성을 가지고 있다. 따라서 이러한 로비공간의 특성을 살리기 위하여 랜드마크 공간요소의 적극적인 도입과 효율적인 디자인이 필요하다. 본 연구에서는 호텔 로비공간의 기능적 특성 및 상징적 특성을 <표 2>와 같이 요약하였다.

<표 2> 호텔 로비공간의 기능적, 상징적 특성

분류	항목	
기능적 특성	동선인지	안내 및 유도, 출입
	휴식 및 대기	휴식, 대기
상징적 특성	수익 확보	수익 확보 가능한 공간구성
	이미지 형성	환영 및 개방, 아이덴티티, 프라이버시

2.2. 랜드마크의 정의 및 특성

랜드마크의 사전적 의미는 ‘어떤 지역을 식별하는 데 목표물로서 적당한 사물(事物)로, 주위의 경관 중에서 두드러지게 눈에 띄기 쉬운 것’,⁴⁾ 또는 ‘어떤 지역을 대표하거나 구별하게 하는 표지’를 의미한다.⁵⁾

랜드마크는 외부적 요소로서 공간 이용자에게 참조점으로 작용하며, 다양한 크기의 단순한 물리적 요소이다. 특정 공간에 익숙한 공간 이용자는 랜드마크의 독특함을 통해 해당 공간을 보다 친숙하게 느끼는 경향이 있다.

공간에서 두드러져 보이는 랜드마크는 크게 두 가지 방법을 통해 그 역할을 하게 된다. 즉 다양한 배치를 통해 시각적 요소를 만드는 방법과 형태적으로 주변 요소와의 대비를 통하는 방법이다. 또한 어느 경로를 통해 갈 것인가를 결정해야 할 접합점에 위치하는 것도 랜드마크의 특성을 강화하는 경우이다. 특히 랜드마크는 방향 제공에 중요한 역할을 하게 되며 연속된 랜드마크의 경우 그에 따라 공간 이용자의 이용 빈도가 높은 경로를 형성할 가능성이 매우 높다. 이는 랜드마크에 따른 공간 인지와 기억의 영향이기도 하다.⁶⁾ 랜드마크는 그 중요한 특징으로서 가시성, 특이성을 가지고 있기 때문에, 랜드마크는 사람들에게 쉽게 지각되어 질 수 있고, 그렇기 때문에 랜드마크는 사람들의 길찾기 행위를 향상시키는 경향을 가지고 있다.⁷⁾

3) 이성재, 도시 디자인 호텔 로비공간 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 2005. 12, pp.45-48, 재구성.

4) 네이버, <http://100.naver.com/100.nhn?docid=54279>

5) 네이버, <http://krdic.naver.com/detail.nhn?kind=newword&docid=2875>

6) Kevin Lynch, The Image of The City, The MIT Press, 1960, pp.78-83.

7) 정진우, 가상현실을 이용한 화재공간에서 길찾기와 랜드마크에 관한 연구, 한국실내디자인학회 논문집, no.37, 2003. 04, p.122.

랜드마크 특성에 대한 연구는 Appleyard(1969), Harrison과 Howard(1972)에 의해 구체화되기 시작되었다. Appleyard는 형태(form), 가시성(visibility), 상징성(signification)을 중요한 특성으로 규정하였다. 반면 Harrison과 Howard는 랜드마크의 위치성, 외관, 의미성, 개인과의 관련성 등에 관해 조사하였다.⁸⁾ 국내에서는 이견영과 김용기(1984)가 물리적 변수 5개, 비물리적 변수 3개, 개인별 특성을 나타내는 변수 2개 등 총 10개의 변수를 <표 3>과 같이 선정하였다⁹⁾.

<표 3> 랜드마크를 나타내는 변수(이견영, 김용기(1984))

구분	변수	세부항목
물리적 변수	규모성	랜드마크의 크기(대지면적, 건축면적, 높이 등)
	조형성	랜드마크의 조형적, 시각적 특이성
	가시거리	랜드마크의 가시성을 나타내기 위한 지역적 가시범위
	장소	랜드마크가 위치한 장소와 이와 상관된 가시성
비물리적 변수	광고성	랜드마크의 기억과 가시성을 돕는 요소(간판, 광고탑 등)
	역사	랜드마크가 가지고 있는 역사적 의미
	혼잡도	랜드마크 또는 그 주변의 활동 유인 및 유발 정도
개인적 변수	상징성	랜드마크가 도시의 사회경제, 문화활동에 갖고 있는 기능 및 의미
	직장	과거 또는 현재의 직장 위치 또는 근접지역
방문	방문	거래관계 등 개인적인 이유로 자주 가는 곳과 랜드마크의 관계

본 연구에서는 문헌고찰과 선행연구를 바탕으로 실내 공간 랜드마크 공간요소의 표현 특성을 분류하여 정의 및 조사내용을 <표 4>와 같이 정리하였다.

<표 4> 랜드마크 공간요소 표현 특성의 정의 및 조사내용

분류	표현 특성	정의 및 조사내용
형태	규모성	랜드마크 공간요소의 크기(면적, 높이 등) 수평적 공간요소 - 주변의 수평적 공간요소에 비해 해당 공간요소가 면적을 통한 시각적 특성을 지님 수직적 공간요소 - 주변의 수직적 공간요소에 비해 해당 공간요소가 높이 및 표면적을 통한 시각적 특성을 지님. 해당 공간요소가 위치한 공간의 1개 층 이상의 높이를 초과하는 규모의 특성을 지님
	조형성	랜드마크 공간요소의 조형에 따른 시각적 특성 주변의 공간요소에 비해 해당 공간요소가 형태, 구조, 규모 등을 통한 고유한 외부형태의 시각적 특성을 지님
	대비성	랜드마크 공간요소와 배경과의 대비 특성(조형, 색채, 재료 등) 주변의 공간요소에 비해 해당 공간요소가 조형, 색채, 재료 등을 통해 강조 및 대비의 특성을 지님
공간	영역성	랜드마크 공간요소가 위치한 장소의 경계적 특성 주변의 공간에 대해 물리적, 상징적 경계를 통해 공적, 반공적 영역을 구성하는 특성을 지님
	가시성	랜드마크 공간요소를 지각할 수 있는 용이성 주변의 공간요소에 비해 해당 공간요소의 시각적 인지가 용이함을 지님
의미	역사성	랜드마크 공간요소가 가지고 있는 전통적, 역사적 의미 주변의 공간요소에 비해 해당 공간요소가 조형, 재료, 색채, 문양 등이 역사적 이미지의 특성을 지님
	상징성	랜드마크 공간요소가 가지고 있는 상징적 의미 주변의 공간요소에 비해 해당 공간요소가 상징적 이미지의 특성을 지님

8) 이견영, 서울 도심지의 랜드마크에 대한 인지와 상관변수에 관한 분석적 연구, 대한국토계획학회 국토계획, 1984. 12, vol 19, no. 2, p.23, 재인용.

9) 이견영, 서울 도심지의 랜드마크에 대한 인지와 상관변수에 관한 분석적 연구, 대한국토계획학회 국토계획, 1984. 12, vol 19, no. 2, p.27.

3. 조사결과 및 분석

3.1. 조사대상 호텔의 일반적 사항

조사대상 호텔은 중국 상하이시와 서울에 위치한 특급 호텔 10개소이며 일반적 사항은 <표 5>와 같다.

조사대상 호텔의 위치는 중국 상하이시 4개소, 서울시 6개소이며 개관연도는 1914년 ~ 2001년, 층수는 지상 4 ~ 43층, 객실수는 140 ~ 1,497실의 분포를 보이고 있었다. 로비공간의 주요 부대시설 중 프론트 데스크, 라운지 커피숍, 오피스(관리자용), 엘리베이터 홀 등이 가장 많은 분포를 보이고 있었다.

<표 5> 조사대상 호텔의 일반적 사항

위치	호텔명	개관 연도	층수		객실수 (실)	로비공간 주요 부대시설
			지하	지상		
중국 상하이시	H-1 호텔	2000	6	43	773	프론트 데스크, 라운지 커피숍, 바, 그릴, 오피스, 엘리베이터홀
	H-2 호텔	2001	-	31	555	프론트 데스크, 라운지, 그릴, 오피스, 엘리베이터홀
	X 호텔	2001	0	4	140	프론트 데스크, 라운지 커피숍, 바, 오피스, 엘리베이터홀
	S-1 호텔	1998	4	36	981	프론트 데스크, 라운지 커피숍, 바, 오피스, 엘리베이터홀
서울시	L 호텔	1973	3	38	1,497	프론트 데스크, 라운지 커피숍, 바, 오피스, 엘리베이터홀
	P 호텔	1976	3	22	455	프론트 데스크, 라운지 커피숍, 오피스, 엘리베이터홀
	J 호텔	1914	1	20	453	프론트 데스크, 라운지, 바, 오피스, 엘리베이터홀
	M 호텔	2000	4	34	497	프론트 데스크, 라운지 커피숍, 오피스, 엘리베이터홀
	S-2 호텔	1973	3	23	465	프론트 데스크, 라운지 커피숍, 갤러리, 오피스, 엘리베이터홀
	H-3 호텔	1978	3	20	601	프론트 데스크, 라운지 커피숍, 그릴, 오피스, 엘리베이터홀

유형에 대한 설문조사 결과는 <표 8>과 같으며 <그림 1>은 호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소 유형에 대한 설문조사 결과를 전체 평균으로 나타낸 것이다.

전체 반영점수를 보면 호텔 로비공간에서 랜드마크로서 인식되고 있는 공간요소는 '천장'(3.77), '빛/조명'(3.44), '기둥'(3.1), '발코니'(3.13) 등의 순으로 높게 나타났다. 반면 공간요소 중 조경(2.23), 계단(2.53), 오브제(2.54), 바닥(2.58)은 호텔 로비공간의 랜드마크로 인식하기 어려웠다. 각 조사 대상 호텔에서 랜드마크로 인식되는 공간요소 중 반영점수 상위 3개 이내에 포함되는 공간요소 유형의 빈도수를 보면 천장(7회), 빛/조명 및 벽(각 6회), 기둥(4회), 발코니(3회) 등의 순서로 나타났다.

<표 8> 랜드마크 공간요소의 유형 조사결과*

n=82

조사항목	조사대상 호텔											전체 평균
	H1	H-2	X	S-1	L	P	J	M	S-2	H-3		
수평적 공간요소	바닥	2.28	2.29	2.16	2.52	2.63	3.99	2.45	2.32	2.29	2.91	2.58
	천장	4.12	4.08	4.55	2.87	4.58	4.64	2.76	2.87	4.35	2.86	3.77
수직적 공간요소	벽	3.78	2.32	3.01	2.18	3.67	2.19	3.98	2.21	3.99	3.65	3.10
	게이트	2.05	2.65	2.38	2.16	2.32	2.88	3.68	2.54	2.01	3.20	2.59
	창	3.28	3.67	2.12	2.48	2.66	2.34	2.23	3.38	2.43	2.33	2.69
	기둥	2.23	2.48	2.21	4.82	2.39	2.45	2.58	4.67	4.02	3.89	3.17
	계단	2.02	2.18	2.33	2.23	2.67	2.07	2.65	4.01	2.48	2.67	2.53
	발코니	3.32	4.76	1.87	3.87	2.53	2.13	2.76	3.95	3.82	2.32	3.13
기타 공간요소	빛/조명	3.89	3.97	3.87	2.36	3.88	3.95	2.22	3.66	3.32	3.28	3.44
	오브제	3.66	2.45	2.29	1.55	1.99	3.56	3.76	1.02	2.48	2.65	2.54
	조경	2.87	2.22	2.53	1.32	2.93	2.81	1.43	1.3	2.26	2.61	2.23

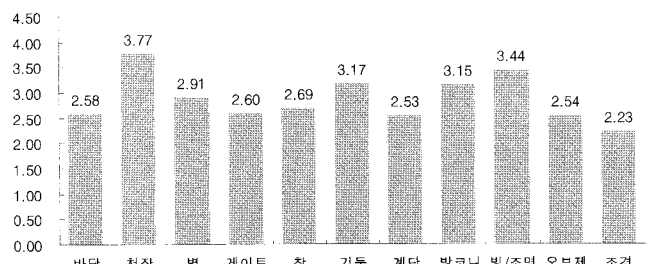
* 복수응답

무응답 제외

반영 정도의 5점 척도를 점수화하여 그 평균을 산정함(5점 - 반영정도 가장 높음)

3.2. 설문응답자의 일반적 사항

랜드마크 공간요소의 표현 특성 평가를 위한 설문조사에 참여한 대상은 대학에서 인테리어디자인 관련 학과에 2학년 이상 재학하고 있는 대학생 82명이다. 10개의 조사대상 호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소의 유형 및 표현 특성을 파악하기 위하여 슬라이드 쇼를 통해 총 164부를 설문하였다. 설문조사 대상자의 연령 및 성별 분포는 <표 6>, <표 7>과 같다.



<그림 1> 랜드마크 공간요소의 유형 조사결과(전체 평균)

<표 6> 설문응답자의 연령분포

f(%)

나이	21세	22세	23세	24세	25세 이상	합계
설문응답자 수	55(67.1)	15(18.3)	9(11.0)	2(2.4)	1(1.2)	82(100)

<표 7> 설문응답자의 성별분포

f(%)

성별	남	여	합계
설문응답자 수	28(34.1)	54(65.9)	82(100)

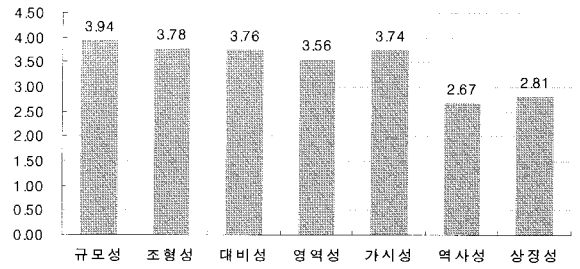
3.3. 호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소 유형

조사대상 호텔 로비공간에서 랜드마크로 인식되는 공간요소

'천장'과 '빛/조명'이 높게 나타난 이유는 로비공간 천장에 자연채광 도입, 개방감 표현, 차별화 된 형태의 조명기기 이용 등의 사례가 많았기 때문이며 특히 '빛/조명'의 경우 천장뿐만 아니라 다른 공간요소와 함께 랜드마크 공간요소로서 이용된 사례가 많았기 때문이다. 또한 '벽', '기둥', '발코니'가 높게 나타난 이유는 전반적으로 조사대상 호텔 로비공간이 상·하부층으로 확장됨으로써 개방감을 확보하여 수직적 공간요소의 인지가 용이했기 때문이다.

3.4. 호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소 표현 특성

랜드마크 공간요소 유형의 조사결과에 따라 각 조사대상 호텔 로비공간에서 랜드마크로 인식되는 상위 3개 공간요소에 대하여 표현 특성을 설문조사하였다. 각 조사대상 호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소 표현 특성에 대한 설문조사 결과는 <표 9>와 같다. <그림 2>는 호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소의 표현 특성에 대한 설문조사 결과를 전체 평균으로 나타낸 것이다.



<그림 2> 랜드마크 공간요소의 표현 특성 조사결과(전체 평균)

<표 9> 랜드마크 공간요소의 표현 특성 조사결과 n=82

호텔명	랜드마크 공간요소 유형	랜드마크 공간요소의 표현 특성						
		규모성	조형성	대비성	영역성	가시성	역사성	상징성
H-1	천장	4.33	3.95	4.15	4.08	3.89	2.45	3.29
	빛/조명	4.23	3.42	3.86	3.96	3.87	2.43	3.02
	벽	4.18	3.68	3.95	3.58	3.96	3.24	3.53
H-2	발코니	4.43	4.23	3.98	4.02	4.33	2.48	3.22
	천장	3.98	4.1	3.95	3.81	3.9	2.56	3.01
	빛/조명	3.9	3.88	3.87	3.85	4.21	2.23	2.98
X	천장	4.01	3.89	3.95	3.86	3.99	3.51	3.28
	빛/조명	4.11	3.99	4.35	3.8	3.76	3.24	3.67
	벽	3.35	3.64	3.14	2.48	3.05	2.49	2.52
S-1	기둥	4.35	3.89	4.33	3.45	3.67	3.98	4.02
	발코니	3.35	3.29	3.44	3.85	3.6	2.45	2.77
	천장	3.54	3.69	3.97	3.91	3.43	3.22	3.23
L	천장	4.08	3.94	3.76	3.99	4.21	2.49	3.01
	빛/조명	3.92	4.01	3.82	3.12	3.89	3.13	3.05
	벽	3.01	3.64	3.66	3.09	2.98	2.65	2.88
P	천장	4.21	4.01	3.95	3.62	3.91	2.35	3.01
	빛/조명	3.89	4.11	3.91	3.55	3.87	3.04	2.48
	바닥	3.78	3.69	3.98	3.19	3.8	2.96	2.58
J	벽	4.24	3.99	3.65	3.42	4.02	2.22	2.31
	오브제	3.96	3.83	4.1	3.21	3.89	2.32	2.49
	게이트	3.28	3.86	3.53	3.86	2.48	3.85	3.21
M	기둥	4.43	3.24	3.89	3.82	3.9	2.34	2.03
	계단	3.79	3.92	3.58	4.02	3.88	2.08	2.46
	발코니	4.02	3.98	3.77	4.14	3.92	2.23	2.01
S-2	천장	4.12	3.86	3.97	3.61	4.11	3.23	3.69
	기둥	3.64	3.24	2.64	2.02	2.86	2.08	2.11
	발코니	3.81	2.95	2.51	3.98	3.01	1.62	1.58
H-3	기둥	4.22	4.02	3.98	3.59	4.07	2.53	2.22
	벽	4.11	3.65	3.9	3.21	3.85	2.24	2.35
	빛/조명	3.85	3.91	3.29	2.84	3.86	2.55	2.32
전체 평균	3.94	3.78	3.76	3.56	3.74	2.67	2.81	
최고반영점수 빈도	13	6	5	5	2	0	0	

* 복수응답
무응답 제외
반영 정도의 5점 척도를 점수화하여 그 평균을 산정함 (5점 - 반영정도 가장 높음)

조사결과 호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소의 표현 특성은 규모성(3.94), 조형성(3.78), 대비성(3.76), 가시성(3.56), 영역성(3.56), 상징성(2.81), 역사성(2.67)의 순서로 높게 나타났다. 또한 각 조사대상 호텔 로비공간 별 반영점수가 가장 높은 표현 특성의 빈도수는 규모성(14회), 조형성(6회), 대비성 및 영역성(5회), 가시성(1회) 등의 순으로 높게 나타났다.

호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소 표현 특성의 반영점수에 따른 상호간의 상관계수는 <표 10>과 같다. 각 표현 특성간의 상호간의 관계는 역사성/상징성(0.750), 규모성/가시성(0.745), 대비성/상징성(0.630), 조형성/대비성(0.620), 대비성/가시성(0.608), 조형성/가시성(0.518), 규모성/대비성(0.500) 등의 순서로 높게 나타났다. 전반적인 표현 특성 상호간의 관계는 규모성 및 조형성과 대비성 및 가시성과의 상관관계가 높게 나타났다.

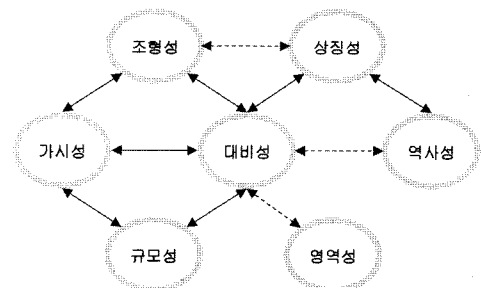
<표 10> 랜드마크 공간요소의 표현 특성의 상호간의 관계

(pearson 상관계수(유의확률), n=30)

	규모성	조형성	대비성	영역성	가시성	역사성	상징성
규모성	1						
조형성	0.305 (0.101)	1					
대비성	0.500** (0.005)	0.620** (0.000)	1				
영역성	0.347 (0.061)	0.198 (0.233)	0.410 (0.024)	1			
가시성	0.745** (0.000)	0.518** (0.003)	0.608** (0.000)	0.388 (0.034)	1		
역사성	-0.049 (0.799)	0.338 (0.068)	0.496** (0.005)	0.048 (0.800)	-0.093 (0.626)	1	
상징성	0.154 (0.416)	0.419* (0.021)	0.630** (0.000)	0.234 (0.213)	0.181 (0.337)	0.750** (0.000)	1

** 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의함.
* 상관계수는 0.05 수준(양쪽)에서 유의함.

<그림 3>은 상관계수를 바탕으로 랜드마크 공간요소 표현 특성간의 관계를 그림으로 나타낸 것이다.



<그림 3> 랜드마크 공간요소의 표현 특성 상호간의 관계

* 실선 화살표 : 표현 특성간의 상관계수 0.500 이상
점선 화살표 : 표현 특성간의 상관계수 0.500 미만

대비성, 가시성, 규모성, 조형성 등의 표현 특성 상호간의 관계가 높게 나타남을 알 수 있다.

이상과 같이 표현 특성 설문조사 결과를 종합하면 전반적으로 호텔 로비공간에서 랜드마크로 인식되는 공간요소는 개방된 로비공간에서 조형성, 가시성, 규모성을 통하여 대비성을 표현하고 있다. 또한 대비성과 조형성 등은 관찰자로 하여금 상징적, 역사적 이미지를 인식하게 하는 상징성, 역사성의 표현 특성과 관계있는 것으로 나타났으며 특히 대비성은 영역성의 표현 특성과도 상호간에 관계가 있는 것으로 나타났다.

(1) 규모성

본 연구에서 규모성의 표현 특성을 규모, 즉 크기나 면적을 통해 랜드마크 공간요소를 표현하는 특성으로 정의하였다.

규모성의 표현 특성이 가장 높게 나타난 공간요소는 천장(5회), 기둥(4회), 벽(3회), 빛/조명 및 발코니(각 1회) 등이다. 조사대상 호텔 로비공간에서 랜드마크로 인식되는(반영점수가 가장 높은) 상위 3개의 공간요소 표현 특성 중에서 규모성이 가장 높게 나타난 경우는 총 13회이다.

<그림 4>, <그림 5>는 규모성의 표현 특성을 가진 랜드마크 공간요소 중 천장과 기둥의 사례이다.



(a) S-1 호텔 (b) P 호텔 (c) L 호텔

<그림 4> 랜드마크 공간요소의 표현 특성-규모성(천장) 사례



(a) H-3 호텔 (b) M 호텔 (c) S-1 호텔

<그림 5> 랜드마크 공간요소의 표현 특성-규모성(기둥) 사례

천장이 랜드마크 공간요소로 나타난 로비공간은 주로 상·하부층과 개방되지 않았으나 천장 및 빛/조명 디자인을 통해 공간에 개방감을 부여함으로써 규모성을 나타내고 있었다.

규모성이 천장에 나타난 호텔의 사례의 경우 연속된 형태의 천장 디자인 사례를 제외하고 진입부에서부터의 시선축이 형

성되지 않았으며 그로인해 동선이 다소 혼란스러운 분위기를 형성하고 있었다. 이는 개방감 강조에 따른 공간적 정위감이 형성되지 못한 이유이기도 하다. 따라서 이러한 유형의 호텔의 경우 진입부에서 프론트 데스크까지 직접 연결되어 있거나 비교적 근거리에서 위치하고 있었다.

반면 기둥이 랜드마크 공간요소로 나타난 호텔 로비공간은 상·하부층으로 개방된 공간이며 이로 인해 기둥의 크기가 증가하여 규모성의 표현 특성이 나타났다. 규모성과 상호 관계가 높은 표현 특성은 가시성과 대비성으로 나타났다.

규모성이 기둥에 나타난 호텔의 경우 주로 격자형 그리드(grid) 패턴으로서 동선 체계는 순환형으로 나타났다. 또한 상·하부층으로의 시각적 개방감이 뛰어나 공간 내 동선 인지가 비교적 명확하였다. 특히 진입구와 프론트 데스크사이의 개방된 공간에 식음료 공간이 위치하고 있어 공간 이용자로 하여금 비교적 여유있는 로비 공간을 제공하고 있었다.

(2) 조형성

본 연구에서 조형성의 표현 특성을 랜드마크 공간요소의 조형에 따른 시각적 특성으로 정의하였다. 조형성의 조사내용은 주변의 공간요소에 비해 해당 공간요소가 형태, 구조, 규모 등을 통한 고유한 외부형태의 시각적 특성을 나타내고 있는가에 관한 것이다.

조형성의 표현 특성이 가장 높게 나타난 랜드마크 공간요소는 빛/조명(3회), 천장, 벽, 게이트(각 1회) 등이다. 조사대상 호텔 로비공간에서 랜드마크로 인식되는 상위 3개의 공간요소 표현 특성 중에서 조형성이 가장 높게 나타난 경우는 총 6회이다. 랜드마크 공간요소 유형 중 빛/조명이 가장 높게 나타난 조사대상 호텔 로비공간은 없었으나 조형성 측면에서 다른 공간요소와 함께 랜드마크로 인식됨으로써 설문조사결과 랜드마크 표현 특성의 반영점수가 높게 나타났다.

<그림 6>은 조형성의 표현 특성을 가진 랜드마크 공간요소 중 빛/조명의 사례이다. 빛/조명은 천장, 기둥 등 다른 랜드마크 공간요소의 조형을 강조하는 역할을 하며 이를 통해 랜드마크로 인식되고 있었다. 조형성과 상호 관계가 높은 표현 특성은 규모성과 같이 가시성과 대비성으로 나타났다.



(a) P 호텔 (b) H-1 호텔 (c) H-3 호텔

<그림 6> 랜드마크 공간요소의 표현 특성-조형성(빛/조명) 사례

공간 요소의 조형성은 주로 로비공간의 수평적, 수직적 형태에 많은 영향을 받고 있었다. 주로 진입부에서 로비공간의 내부로 시각을 유도하는 역할을 하고 있으나 각 공간의 개방감으로 인하여 그 느낌은 많은 차이를 보이고 있었다. 즉 수평적으로 개방된 로비공간의 경우 조형성은 해당 랜드마크 공간요소만 강조하고 단순한 시각적 동선 안내 기능을 갖고 있으나<그림 6, (a), (b)> 수직적으로 개방된 로비공간의 경우 조형성은 각 부대시설의 구역을 형성하는 주요한 시각적 인지 요소로 작용하고 있었다<그림 6, (c)>.

(3) 대비성

본 연구에서 대비성의 표현 특성을 랜드마크 공간요소와 배경과의 대비 특성(조형, 색채, 재료 등)으로 정의하였고 조사내용은 주변의 공간요소에 비해 해당 공간요소가 조형, 색채, 재료 등을 통해 강조 및 대비의 특성을 나타내고 있는가에 관한 것이다.

대비성의 표현 특성이 가장 높게 나타난 공간요소는 천장, 벽, 바닥, 빛/조명, 오브제(각 1회) 등으로 고른 분포를 나타냈다. 조사대상 호텔 로비공간에서 랜드마크로 인식되는 상위 3개의 공간요소 표현 특성 중에서 대비성이 가장 높게 나타난 경우 총 5회이다.

<그림 7>은 대비성의 표현 특성을 가진 랜드마크 공간요소 중 천장과 벽의 사례이다. 특히 이러한 공간요소는 조형, 재료, 조명 등을 통해 대비성의 표현 특성을 나타내고 있었다. 즉 주변의 정형적인 형태에서 탈피하여 사선 등의 형태를 이루고 있거나 <그림 7, (a)> 인조가죽, 투과성 재료 등 독특한 재료를 이용해 주위의 다른 공간요소와 대비를 이루고 있었다. <그림 7, (b)> 또한 빛/조명의 공간요소는 이러한 대비성을 시각적으로 더욱 명확하게 나타내고 있다. 조사결과 대비성은 랜드마크 공간요소의 표현 특성 중 조형성, 가시성, 규모성, 상징성 등과 상호간의 관계가 있는 것으로 나타났다.



<그림 7> 랜드마크 공간요소의 표현 특성-대비성(천장, 벽) 사례

조사대상 호텔 로비공간에서 나타난 공간요소의 대비성은 로비공간의 전반적인 차분한 분위기와는 차이가 있었으며 다소 긴장감 있는 이미지를 나타내고 있었다. 대비성이 적용된 공간요소는 주로 특정 기능을 수행하는 부대시설에 집중하여 나타나고 있었다. 즉 휴식을 위한 라운지, 이동을 위한 엘리베이터

홀 및 계단 주변 등에서 나타나고 있었으며 이용자로 하여금 시시각적 인지도를 높임으로써 동선의 혼란을 최소화 하는 경향을 보였다. 또한 로비공간 공간요소의 대비성을 통하여 재방문한 이용자로 하여금 해당 호텔에 대한 친숙함을 높이는 효과를 보이기도 한다.

(4) 영역성

본 연구에서는 영역성의 표현 특성을 랜드마크 공간요소가 위치한 장소의 경계적 특성으로 정의하였다. 또한 조사내용은 주변의 공간에 대해 물리적, 상징적 경계를 통해 공격, 반공적(半公的) 영역을 구성하는 특성을 나타내고 있는가에 관한 것이다.

영역성의 표현 특성이 가장 높게 나타난 랜드마크 공간요소는 발코니(3회), 게이트 및 계단(각 1회) 등이다. 조사대상 호텔 로비공간에서 랜드마크로 인식되는 상위 3개의 공간요소 표현 특성 중에서 영역성이 가장 높게 나타난 경우 총 5회이다.

<그림 8>은 영역성의 표현 특성을 가진 랜드마크 공간요소 중 발코니와 계단의 사례이다. 랜드마크 공간요소로서 영역성의 표현 특성을 통해 발코니는 라운지, 그릴, 커피숍 등 특정 기능을 가진 공간을 형성하고 있었으며 계단은 상하 수직이동을 안내, 유도하는 공간을 형성하고 있었다. 이는 호텔 로비공간에서 랜드마크 공간요소의 기능을 명확히 나타내는 사례라고 볼 수 있다. 즉 랜드마크 공간요소는 로비공간 내에 수익을 만들기 위한 공간을 형성하거나 기타 다른 공간으로의 안내 및 유도 기능을 수행하고 있다. 그러나 영역성의 표현 특성은 다른 랜드마크 공간요소의 표현 특성 상호간의 관계가 낮은 것으로 나타났다. 따라서 영역성을 통한 랜드마크로서의 기능을 원활하게 수행하기 위하여 다른 표현 특성과의 연계가 필요하다.



(a) M 호텔 (b) S-1 호텔 (c) S-2 호텔

<그림 8> 랜드마크 공간요소의 표현 특성-영역성(발코니, 계단) 사례

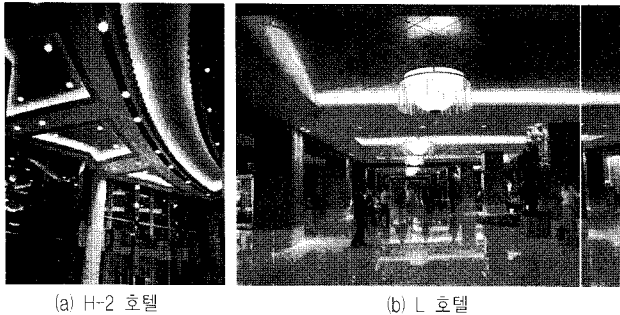
(5) 가시성

본 연구에서는 가시성의 표현 특성을 쉽게 지각, 인지할 수 있는 용이성을 통해 랜드마크 공간요소를 표현하는 특성으로 정의하였다. 조사내용은 주변의 공간요소에 비해 해당 공간요소의 시각적 인지가 용이함을 지니고 있는가에 관한 것이다.

가시성의 표현 특성이 가장 높게 나타난 랜드마크 공간요소는 빛/조명 및 천장(각 1회) 등이다. 조사대상 호텔 로비공간에서 랜드마크로 인식되는 상위 3개의 공간요소 표현 특성 중에서 가시성이

가장 높게 나타난 경우는 총 2회이다. 그러나 가시성은 랜드마크 공간요소의 표현 특성 반영점수가 전반적으로 높게 나타났다.

<그림 9>는 가시성의 표현 특성을 가진 랜드마크 공간요소 중 천장, 빛/조명의 사례이다. 랜드마크 공간요소에 가시성의 표현 특성을 강조하기 위하여 빛/조명 등을 이용하여 그 효과를 극대화할 수 있다. 가시성은 규모성, 대비성, 조형성 등의 표현 특성과 상호간의 관계가 높게 나타났다. 즉 가시성은 이러한 상호간의 관계가 높은 표현 특성이 공간요소에 표현됨으로써 잘 나타난다고 볼 수 있다.



<그림 9> 랜드마크 공간요소의 표현 특성-가시성(천장, 빛/조명) 사례

조사대상 호텔 로비공간 공간요소의 가시성은 다른 공간요소의 랜드마크 요소 특성을 강화하는 형식으로 나타난다. 가시성은 객실 영역과는 구분되는 퍼블릭 영역의 시지각적, 장식적 특성을 차별화하는 역할을 하며 다른 공간요소의 형태를 강조하는 역할을 수행하고 있다. 즉 가시성을 갖춘 천장의 경우 로비공간의 전체 형태에 대한 느낌을 시지각적으로 짧은 시간 내에 각인시키는 역할을 한다. 가시성을 갖춘 빛/조명의 경우 천장 디자인을 차별화하며 바닥, 벽면의 반사를 통해 전반적으로 공간에 통일감을 부여하게 된다.

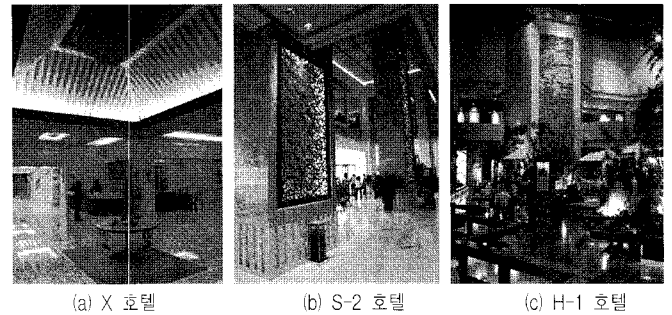
(6) 역사성

본 연구에서는 역사성의 표현 특성을 랜드마크 공간요소가 가지고 있는 전통적, 역사적 의미로 정의하였다. 조사내용은 주변의 공간요소에 비해 해당 랜드마크 공간요소가 조형, 재료, 색채, 문양 등이 역사적 이미지의 특성을 지니는가에 관한 것이다.

역사성의 표현 특성이 가장 높게 나타난 랜드마크 공간요소는 없었으며 주로 나타난 랜드마크 공간요소는 기둥, 게이트, 천장, 벽 등이다. 또한 조사대상 호텔 로비공간에서 랜드마크로 인식되는 상위 3개의 공간요소 표현 특성 중에서 역사성이 가장 높게 나타난 사례는 없었다.

<그림 10>은 역사성의 표현 특성을 가진 랜드마크 공간요소 중 기둥, 천장, 벽의 사례이다. 사례에서 나타난 랜드마크 공간요소 표현의 역사성은 조형, 즉 전통건축의 지붕 또는 처마의 형태를 현대적으로 표현하거나<그림 10, (a)> 전통문양을 추상화하여 색채 및 조각으로 나타내었다.<그림 10, (b), (c)> 역사성과 상호 관계가 높은 표현 특성은 상징성 등으로 나타났다.

서울의 조사대상 호텔의 경우 역사성은 명확히 나타나지 않았으며 주로 상하이에 위치한 조사대상 호텔의 로비공간 일부에서 나타나고 있었다. 이는 대부분의 조사대상 호텔이 국제적 브랜드 체인 호텔로서 통일된 디자인으로 인해 해당 호텔이 위치한 지역의 문화나 역사성을 적극적으로 반영하고 있지 않은 결과이다. 다만 조사대상 호텔에서 역사성을 나타낸 공간요소는 주로 호텔 로비공간 동선의 결절점에 위치하거나 비교적 장시간 머물 수 있는 부대시설에 규모성과 대비성을 갖추고 나타남으로서 해당 호텔이 위치한 지역성의 느낌을 주고자 하였다.



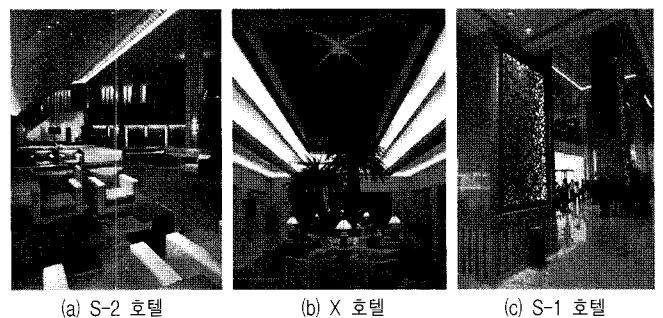
<그림 10> 랜드마크 공간요소의 표현 특성 - 역사성 사례

(7) 상징성

본 연구에서는 상징성의 표현 특성을 랜드마크 공간요소가 가지고 있는 상징적 의미로 정의하였다. 조사내용은 주변의 공간요소에 비해 해당 공간요소가 상징적 이미지의 특성을 지니고 있는가에 관한 것이다.

상징성의 표현 특성이 주로 나타난 랜드마크 공간요소는 기둥, 천장, 빛/조명, 벽 등이다. 또한 조사대상 호텔 로비공간에서 랜드마크로 인식되는 상위 3개의 공간요소 표현 특성 중에서 상징성이 가장 높게 나타난 경우는 없었다.

<그림 11>은 상징성의 표현 특성을 가진 랜드마크 공간요소 중 천장, 빛/조명, 기둥의 사례이다. 사례에서 나타난 상징성은 주로 역사성과 함께 랜드마크 공간요소의 이미지를 형성하고 있었다. 상징성의 표현 특성은 휴게공간과 통로 등 공간간의 시각적 구획을 형성하기도 한다. 특히 빛/조명의 경우 특정 공간요소의 상징적 의미를 강조하기도 한다. 상징성과 상호 관계가 높은 표현 특성은 역사성, 대비성 등이다.



<그림 11> 랜드마크 공간요소의 표현 특성 - 상징성 사례

공간요소의 상징성은 호텔의 대표적인 이미지를 형성하는 주요 수단이다. 조사대상 호텔에서 상징성은 공간요소의 표현 특성 상 다양하게 나타나며 전반적인 공간의 이미지를 단순화시켜 동선 및 공간 인지, 전반적인 호텔 이미지 형성에 기여하게 된다.

3.5. 호텔 로비공간의 특성에 따른 랜드마크 공간요소의 표현 방향

본 연구를 통한 선행연구 및 문헌고찰, 조사결과 등을 바탕으로 다음과 같이 호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소 표현 방향을 제시하고자 한다. 이는 로비공간의 기능적, 상징적 특성¹⁰⁾과 랜드마크 공간요소의 표현 특성을 고려하여 호텔 로비공간의 특성에 부합하는 랜드마크 공간요소의 디자인 방향을 제시하고자 함이다.

(1) 호텔 로비공간의 기능적 특성 - '동선인지'

호텔 로비공간은 가장 기본적인 기능으로 '안내 및 유도'와 '출입' 등이 필요하다. 이를 위해 랜드마크 공간요소는 참조점의 기능이 필요하다. 특히 '안내 및 유도'의 기능을 위하여 랜드마크 공간요소는 가시성을 확보해야 한다. 이를 위하여 해당 랜드마크 공간 요소에 조형, 조명, 색채, 재료 등을 이용하여 조형성, 대비성, 규모성이 표현되어야 한다.

'출입'은 이전의 '안내 및 유도'를 종료하고 다른 공간으로의 '안내 및 유도'를 의미한다. 따라서 '출입'의 기능을 위하여 랜드마크 공간요소는 '안내 및 유도'를 위한 랜드마크적 표현 특성과 더불어 대비성을 갖추므로써 동선 변화를 위한 강력한 이미지를 제공해야 한다. 또한 해당 랜드마크 공간요소에 영역성을 부여함으로써 방문객 등이 호텔에서 수익 확보를 위해 마련한 공간 등 특정 기능을 가진 공간으로 자연스럽게 이동할 수 있도록 해야 한다.

(2) 호텔 로비공간의 기능적 특성 - '휴식 및 대기'

호텔 로비공간은 외부와 내부를 연결하는 전이적 공간으로서 방문객이 공간의 변화에 대응 할 수 있도록 '휴식' 등을 통해 시간적 여유를 부여해야 한다. 따라서 이를 위해 랜드마크 공간요소에 가시성, 영역성을 표현하여 방문객이 휴식 공간임을 알 수 있게 해야 하고 역사성을 표현함으로써 시각적으로 편안한 공간을 제공해야 한다. 또한 '휴식' 후의 이동을 위해 동선 안내를 목적으로 랜드마크 공간요소에 가시성을 표현해야 한다.

호텔 로비공간에서의 '대기'는 잠재적 수익 향상을 위한 요

소로 볼 수 있다. 즉 호텔에서 제공하는 각종 콘텐츠를 이용할 목적이거나 공간을 제공받기 위해 찾아오는 방문객에 의해 발생하는 행위로서 로비공간에서 갖추어야 할 주요 기능이다. 따라서 랜드마크 공간요소에 가시성과 상징성을 표현함으로써 동선 인지와 특정 공간으로의 유도를 명확히 할 수 있다.

(3) 호텔 로비공간의 기능적 특성 - '수익 확보'

마케팅 측면에서 호텔 로비공간의 주요 특성은 비수익성 공간으로서 수익 확보를 위한 공간을 직·간접적으로 지원한다는 점이다. 따라서 랜드마크 공간요소 표현 특성 중 대비성을 확보해야 한다. 즉 대비성을 통해 랜드마크 공간요소가 가시성을 확보할 수 있으며 수익 확보를 위한 공간에 영역성을 확보할 수 있다.

(4) 호텔 로비공간의 상징적 특성 - '이미지 형성'

호텔 로비공간은 방문객으로 하여금 가장 먼저 호텔의 이미지를 결정짓게 하며 호텔의 브랜드 아이덴티티를 확보할 수 있는 공간이다. 따라서 호텔 로비공간에서 랜드마크 공간요소의 상징적 특성, 즉 이미지 형성 기능은 전반적인 호텔 분위기를 좌우한다. 호텔 로비공간에 필요한 이미지는 '환영 및 개방', '아이덴티티', '프라이버시' 등이다.

'환영과 개방'의 이미지 형성을 위해 규모성을 갖춘 랜드마크 공간요소에 조형성과 대비성, 상징성을 표현함으로써 생동감 있는 분위기를 연출할 필요가 있다.

'아이덴티티'의 확보를 위해 호텔 브랜드 요소는 랜드마크 공간요소를 통해 상징화(상징성) 시켜야 하며 호텔이 위치한 지리적, 역사적 특성을 반영하기 위해 랜드마크 공간요소에 역사성을 부여할 필요가 있다.

개방된 로비공간에서의 '프라이버시' 기능은 여행자를 위해 편리한 기능을 제공하는 측면에서 갖추어야 할 기능이다. 이는 호텔 로비공간의 기능적 특성 중 '휴식'과 유사한 랜드마크 공간요소의 표현 경향을 가질 수 있다. 다만 개인 단위 공간 구성을 위해 랜드마크 공간요소에 부분적으로 가시성을 확보한 영역성을 부여해야 한다.

4. 결론

본 연구를 통하여 호텔 로비공간에 나타난 랜드마크 공간요소의 유형을 파악하고 표현 특성에 관하여 조사, 분석하였으며 이를 통하여 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

첫째, 호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소의 표현 특성은 '형태'의 규모성, 조형성, 대비성, '공간'의 영역성, 가시성, '의미'의 역사성, 상징성 등으로 나타나며 표현 특성 상호간에 관련을 가지고 있다. 특히 대비성과 가시성은 다른 표현 특성과 상호간의 관계가 큰 것으로 나타났다.

10)본 연구에서는 문헌고찰 결과를 통해 호텔 로비공간의 특성을 기능적 특성과 상징적 특성으로 분류하였다. 기능적 특성은 동선인지(안내 및 유도, 출입), 휴식 및 대기, 수익확보 등이며 상징적 특성은 이미지 형성(환영 및 개방, 아이덴티티, 프라이버시)등이다. (2.1. 호텔 로비공간의 특성 참조)

둘째, 랜드마크 공간요소의 유형은 개방감을 확보하거나 규모가 큰 공간요소, 즉 천장, 기둥 등을 중심으로 나타나며 빛/조명은 여러 랜드마크 공간요소의 표현 특성을 강조하고 있다.

셋째, 호텔 로비공간의 기능적, 상징적 특성을 위하여 랜드마크 공간요소 각각의 표현 특성을 상호간 적절히 조절해야 한다.

향후 연구에서는 호텔 로비공간의 랜드마크 공간요소가 영향을 주는 공간 이용자의 행태 및 공간 마케팅에 관해 조사할 필요가 있으며 더 나아가 상업공간 등에 나타난 랜드마크 공간 요소에 관해 조사할 필요가 있다.

참고문헌

1. 이건영, 서울 도심지의 랜드마크에 대한 인지와 상관변수에 관한 분석적 연구, 대한국토계획학회 국토계획, 1984. 12, vol 19, no. 2.
2. 이성재, 도시 디자인 호텔 로비공간 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 2005. 12.
3. 정진우, 가상현실을 이용한 화재공간에서 길찾기와 랜드마크여 관한 연구, 한국실내디자인학회 논문집, no.37, 2003. 04.
4. 홍성용, 스페이스마케팅, 삼성경제연구소, 2007. 04.
5. 한국실내건축가협회, 실내건축계획, 한국실내건축가협회, 2004. 12.
6. <http://100.naver.com/100.nhn?docid=54279>
7. <http://krdic.naver.com/detail.nhn?kind=newword&docid=2875>
8. Kevin Lynch, The Image of The City, The MIT Press, 1960.

<접수 : 2007. 10. 19>