

VAE RESEARCH PROJECT

건축도시이론연구실

2019-22301

이민지

연구 배경

“호텔이 여행의 목적이 되기도 한다. ... 말 그대로 호텔에 머무는 게 여행이다. 관광을 하는 게 목적이 아니다. 과거 호텔이 숙소로서의 의미가 강했다면 이제는 호텔 자체가 여행 대상이 되고, 호텔에서 제공하는 각종 엔터테인먼트와 액티비티를 즐기는 것이다.”

- 박찬은, “호텔들의 플레이케이션 실험 ‘스테이테인먼트’ (Staytainment), 매일경제, 2018.09.13

“호텔 로비가 체크인이나 체크아웃을 하기 위해 잠시 머무는 공간이 아닌 '사람이 모여 즐기는 공간'으로 변신하고 있다”

- 이보미, 호텔 로비의 변신... 머무는 공간에서 즐기는 공간으로. 파이낸셜뉴스. 2013.12.19



호텔, 갤러리를 품다...로비에 회화·예술작품 등 설치

휴식공간 넘어 전시공간으로 거듭

입력 : 2018-03-24 03:00:00 수정 : 2018-03-23 10:42:54 가 가

호텔, 갤러리가 되다...통영 스탠포드호텔 전혁림 유작 특별전

김민진 기자 mjkim@busan.com

입력:2019-03-20 14:54:00 수정:2019-03-20 15:37:58 게재:2019-03-20 15:38:08



연구 목적

호텔 로비의 VAE 분석을 통해 시각적 특성을 알아보고,
이와 기존 전시 공간의 시각적 특징 연구 사례를 비교 분석하여
호텔 로비의 **공간 특성에 따른 효율적 작품 배치**에 대해 탐구한다.

그 결과를 실제 로비 내의 작품 배치와 비교하여
이후 호텔 로비 내 예술 **작품 배치 계획**에 시사점 제시를 통해
숙박 외 전시공간으로서 호텔 로비 기능의 가능성을 제시한다

연구 대상

“서울 소공동 웨스틴 조선 호텔 1층 로비는 주말 저녁 8시만 넘으면 긴 줄이 늘어서고 여기저기 인증샷을 찍는 젊은이들로 북적인다. ... 특급호텔이 변하고 있다. 예전엔 ‘특별한 사람들만 드나드는 곳’이라는 고급 이미지가 강했다면, 요즘은 만만한 곳이 됐다. 나쁜 뜻이 아니다. 그만큼 **고객층이 넓어지고 대중적인 소비 공간**이 됐다는 뜻이다.”

- 김형규, “특급호텔 특별한 사람들 위한 ‘고급진 곳에서 보통 사람들의 ‘만만한 곳’으로”, 경향신문, 2019.02.20

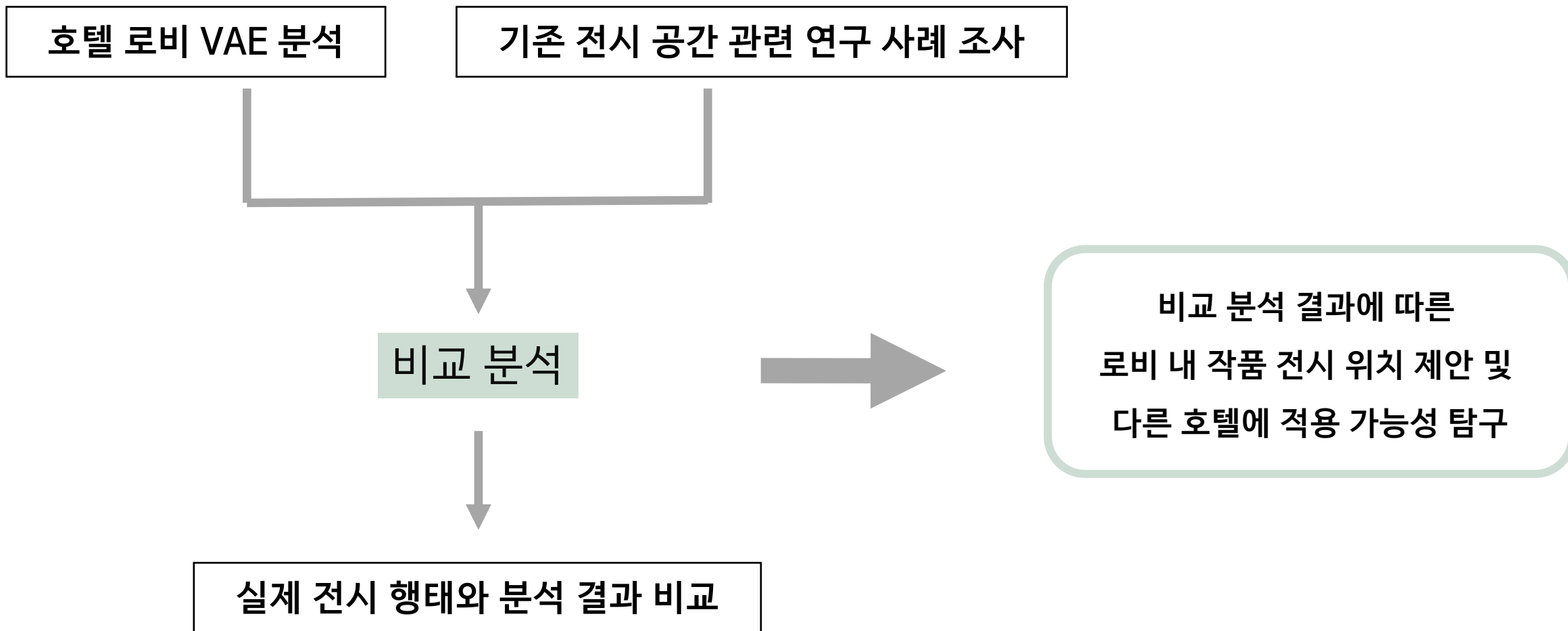
“서울 소공동에 위치한 **서울 웨스틴 조선 호텔**은 미술품을 활용하여 변화를 주는 사례로 꼽힌다. 700여 점의 미술품이 로비, 레스토랑, 객실 내부에 설치되어 있다. ... 호텔의 입구 로비층에서 객실로 올라가는 메인 엘리베이터 좌우측의 작품으로, 호텔을 이용하는 고객이라면 누구나 볼 수 있는 **메인 동선에 있는 작품을 변화의 포인트**로 삼았다.”

- “늘 변함없는 모습은 옛말, 호텔 로비도 새 옷 갈아입어요~”, 동아일보, 2019.03.20

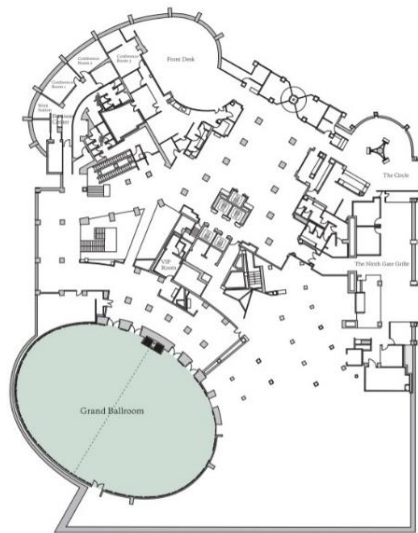
- 최근 로비 이용객의 급증
- 직선과 곡선의 조화를 이룬 형태 ⇒ 다양한 전시 공간 제공
- 실제 이용 행태 분석 가능



연구 방법

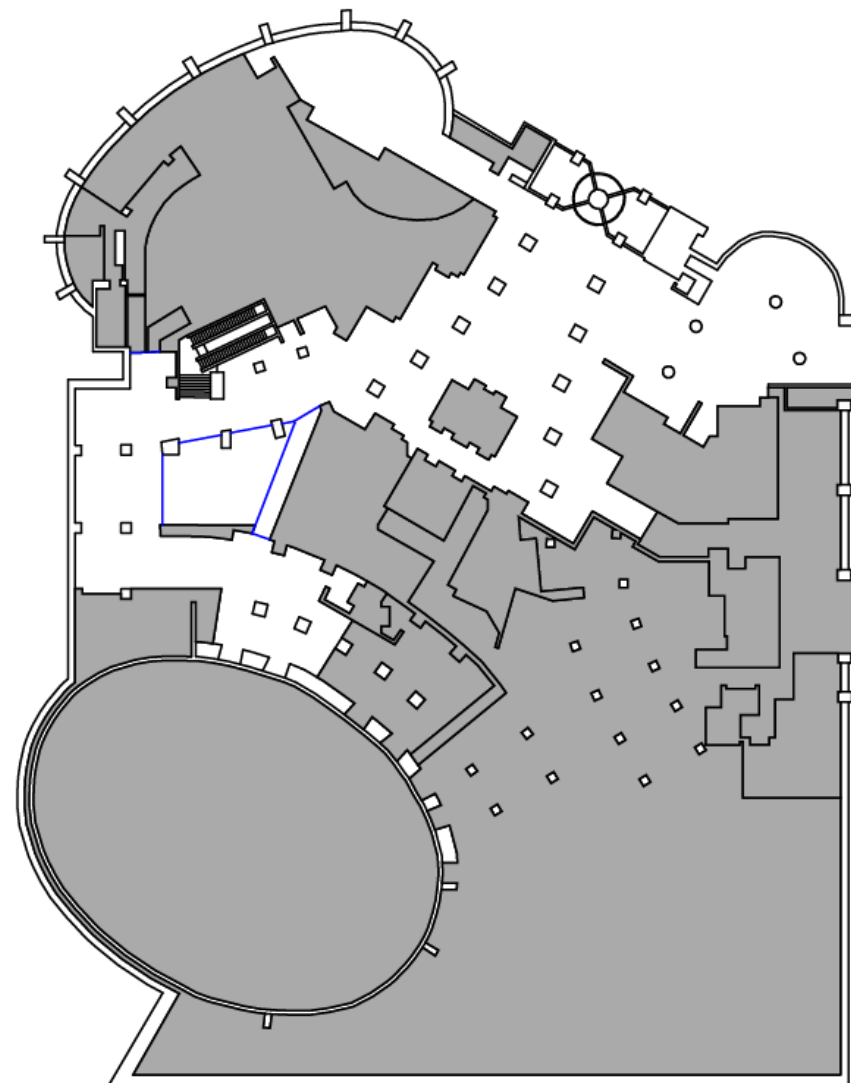


연구 대상 도면 수정

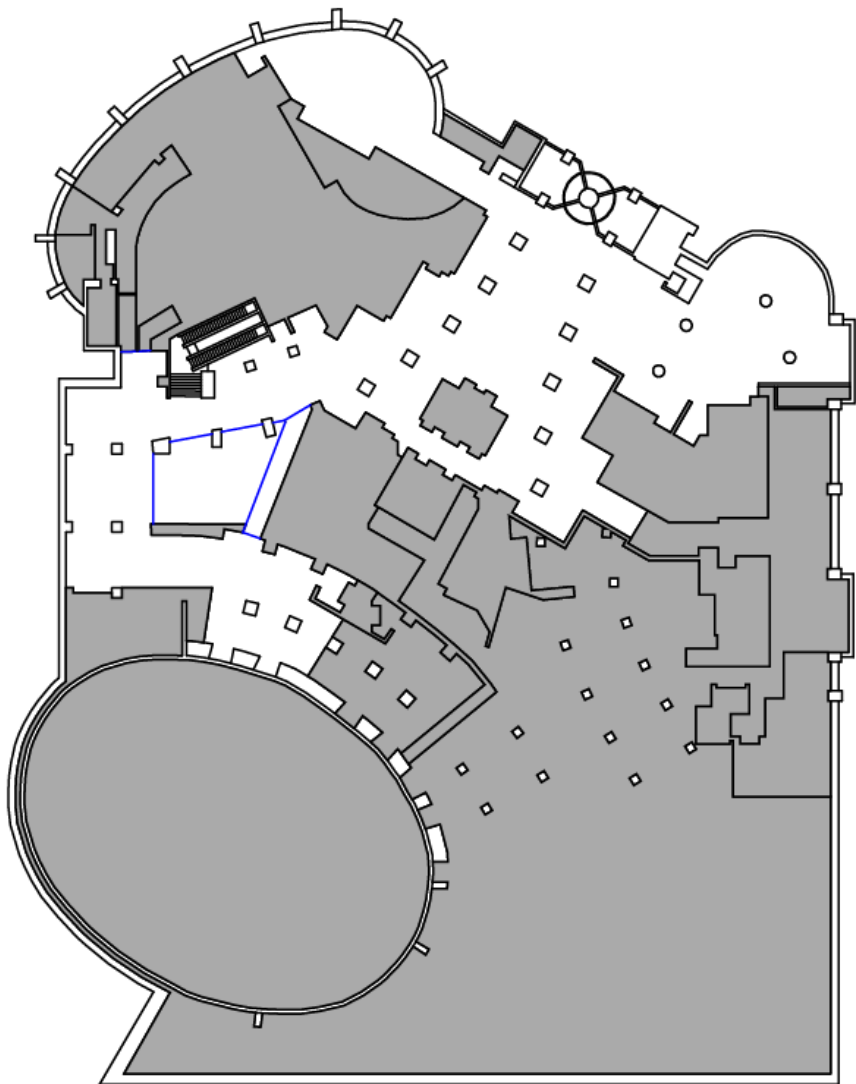


도면 수정 사항

- 현장 조사를 통해 일반인 접근 가능/불가능 구역 설정
- 기둥 제거 및 추가
- Visual access는 가능하지만 접근이 불가능한 구역의 경계는 glass 벽체로 설정
- 프론트, 컨시어지 구역 대기공간 벽체 추가



분석 설정



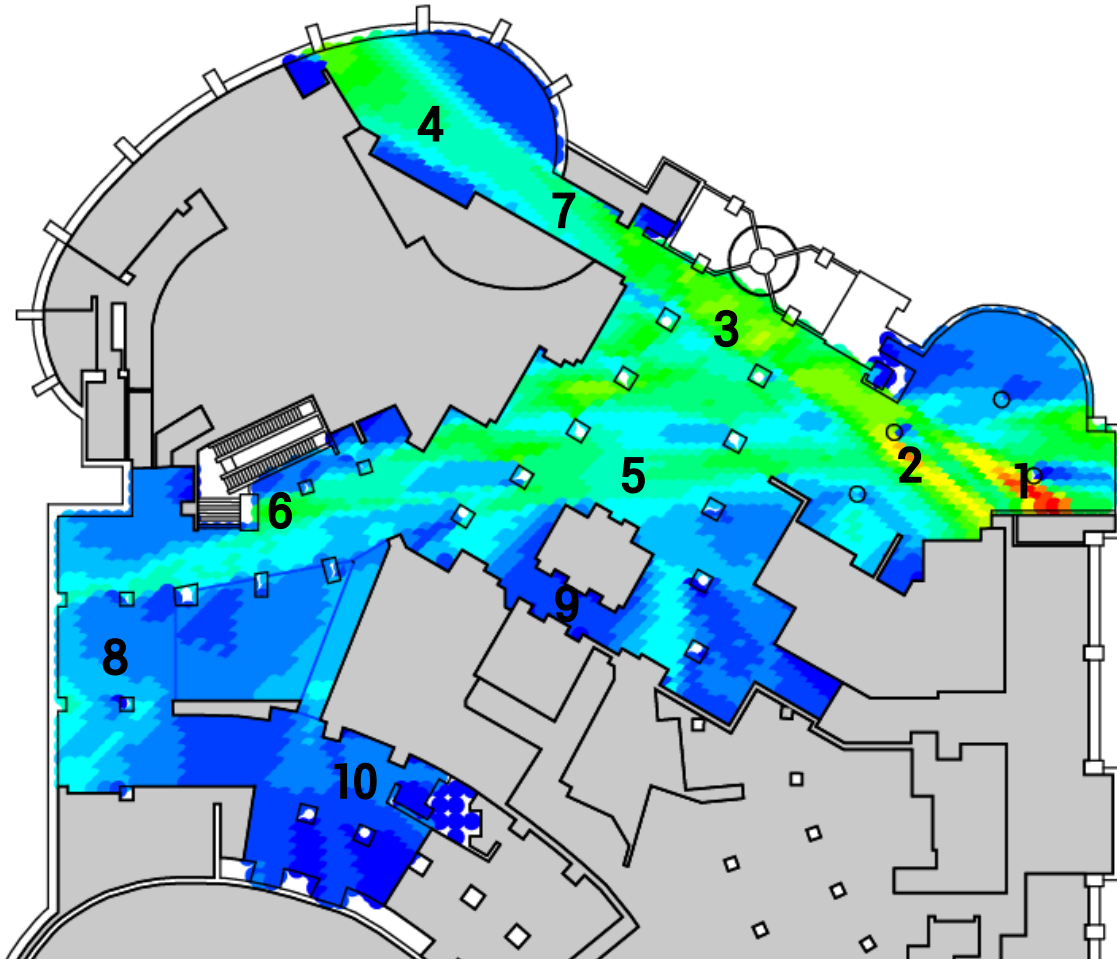
VAE 분석 설정

- 로비 내 기둥 또한 벽체의 일부로 설정
- 각 실의 출입구는 모두 닫혀 있는 것으로 가정
- 방문객이 출입할 수 없는 공간은 분석에서 제외
- 식당, 연회장, 화장실 등을 제외한 공공의 영역을 분석 공간으로 설정
- 사람이 일어선 상태에서 보이는 모든 장애물을 모두 벽체로 설정

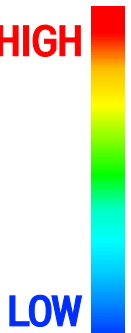
분석 조건 설정값

- Grid Distance: 1000
- Grid Rotation: 0°
- View Angle: 30°
- View Distance: Inf.
- Grid Size: 900
- Point array type: Diagonal

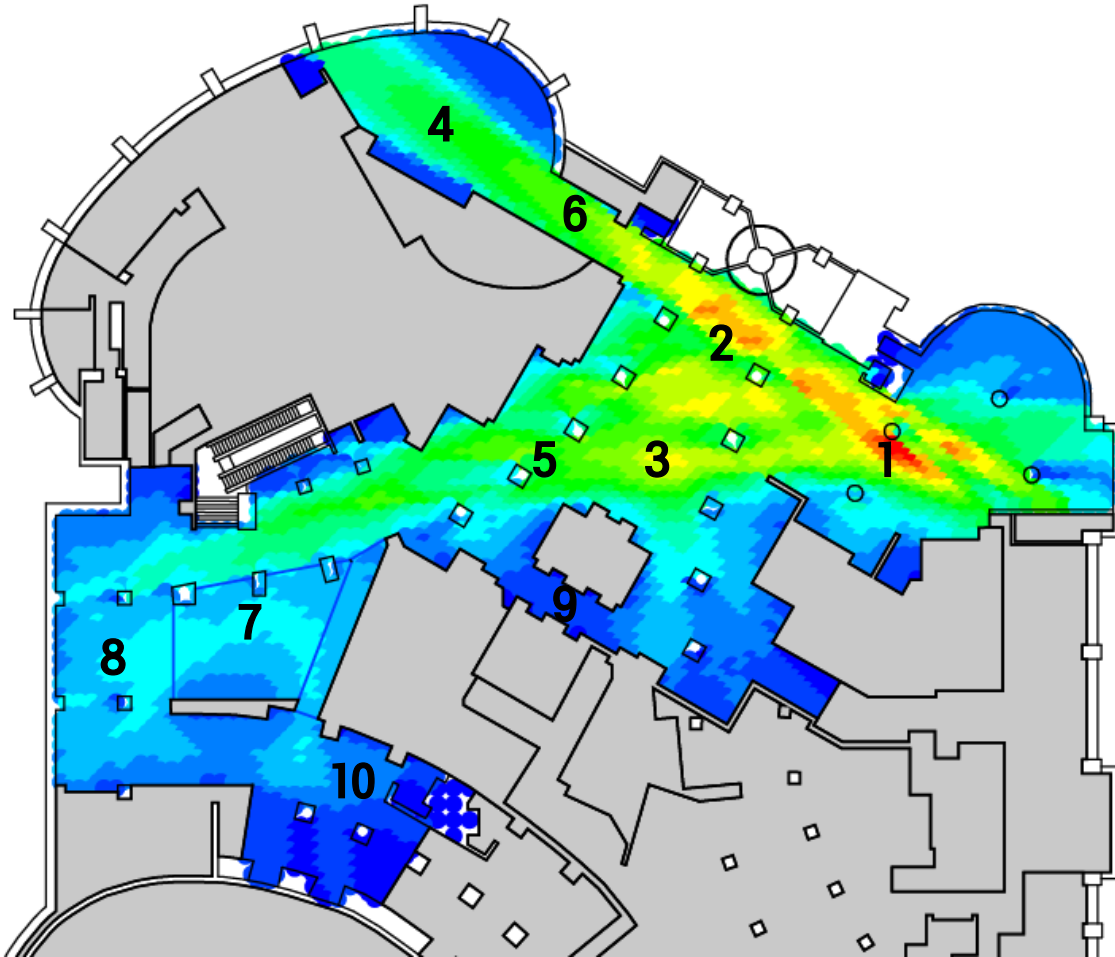
분석 결과 - VA



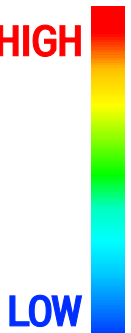
1. **High VA** - 카페 안 쪽
2. **High VA** - 카페 입구
3. **High VA** - 호텔 입구 앞
4. **Mid VA** - Front desk 앞, 대기공간 사이
5. **Mid VA** - 호텔 로비 정중앙, 입구와 엘리베이터 홀 사이
6. **Mid VA** - 로비에서 계단홀로 가는 길
7. **Low VA** - 입구에서 Front desk로 가는 길
8. **Low VA** - Grand ballroom 복도
9. **Low VA** - 엘리베이터 홀 사이
10. **Low VA** - Grand ballroom 입구 앞



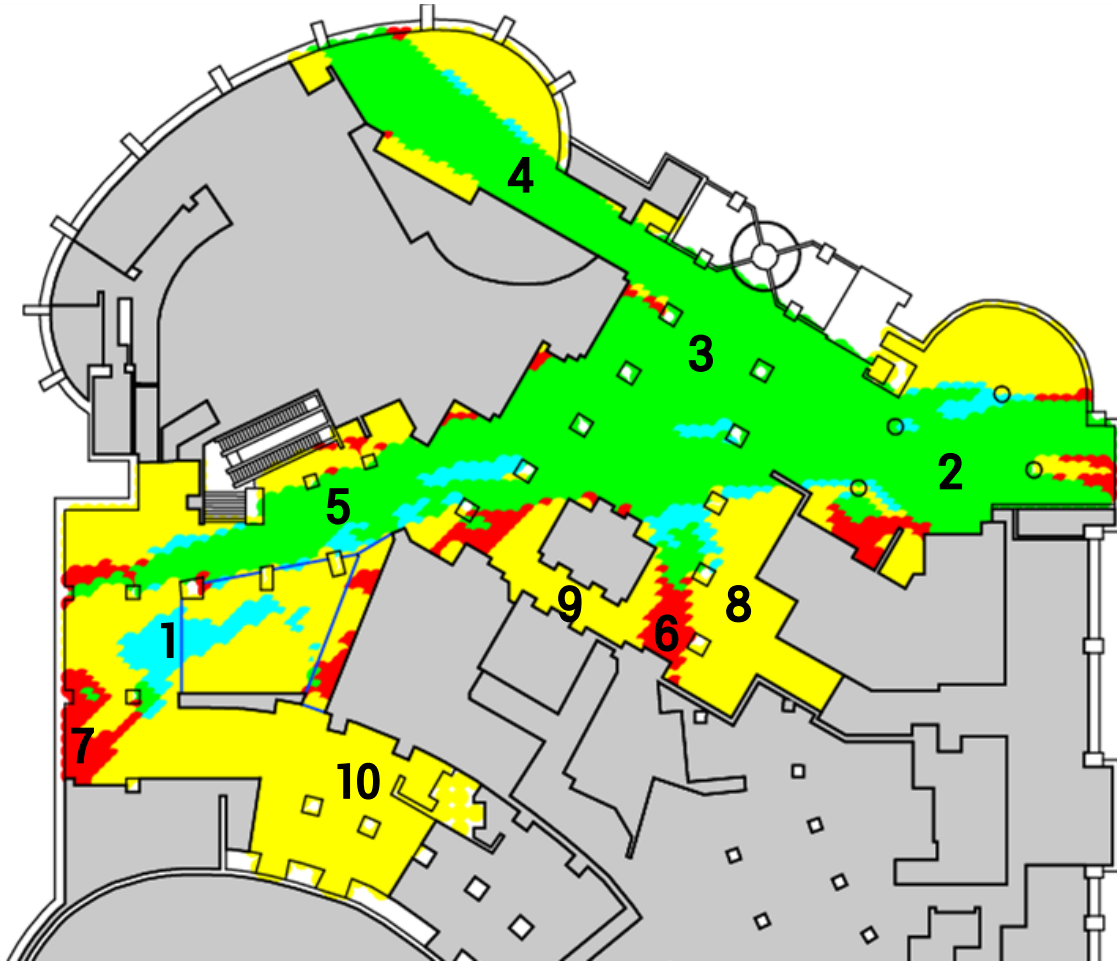
분석 결과 - VE



1. **High VE** - 카페 입구 앞 기둥 주변
2. **High VE** - 호텔 입구 앞
3. **High VE** - 호텔 로비 정중앙, 입구와 엘리베이터 홀 사이
4. **Mid VE** - Front desk 앞, 대기공간 사이
5. **Mid VE** - 기둥 사이 사이
6. **Mid VE** - 입구에서 Front desk로 가는 길
7. **Low VE** - 지하로 내려가는 계단홀
8. **Low VE** - Grand ballroom 복도
9. **Low VE** - 엘리베이터 홀 사이
10. **Low VE** - Grand ballroom 입구 앞



분석 결과 – QUADRANT



Low VA, High VE

1. 지하로 가는 계단홀 앞, 계단홀 중간

High VA, High VE

2. 입구 ~ 카페
3. 입구 ~ 로비 정중앙
4. 입구 ~ Front desk
5. 로비 ~ 계단홀

Low VA, Low VE

8. 레스토랑 앞
9. 엘리베이터 홀 사이
10. Grand ballroom 입구 앞

High VA, Low VE

6. 엘리베이터홀 양옆
7. 좌측 창 앞

참고 예상 연구 사례

A. 이주혁, 최재필. (2006).

전시공간에서 나타나는 시지각적 특성에 관한 연구. 대한건축학회 학술발표대회 논문집 - 계획계, 26(1), 93-96.

- VA와 VE가 급격하게 변하는 지점 : 관람자가 좁은 공간에서 넓은 공간으로 나왔을 때, 넓은 공간이 펼쳐지는 위치
⇒ VA와 VE가 거의 동일하며 관찰자는 심리적 긴장감을 느낌
- VE는 VA에 비해 그 수치의 증감 폭이 큼 ⇒ VE가 VA에 비해 시각적으로 공간에 민감하게 반응
- 전시공간에서 전시물을 보는 행위는 다른 관람객들을 만나거나 혹은 보고-보여지는 사건의 가능성을 동반
⇒ 관람객과 전시물과의 관계에 있어 사회적 의미를 부여할 수 있음

B. 정수영, 임채진, 윤성규. (2011).

시지각 기반의 공간분석이론에 따른 관람동선 비교 연구. 한국실내디자인학회 논문집, 20(3), 198-205.

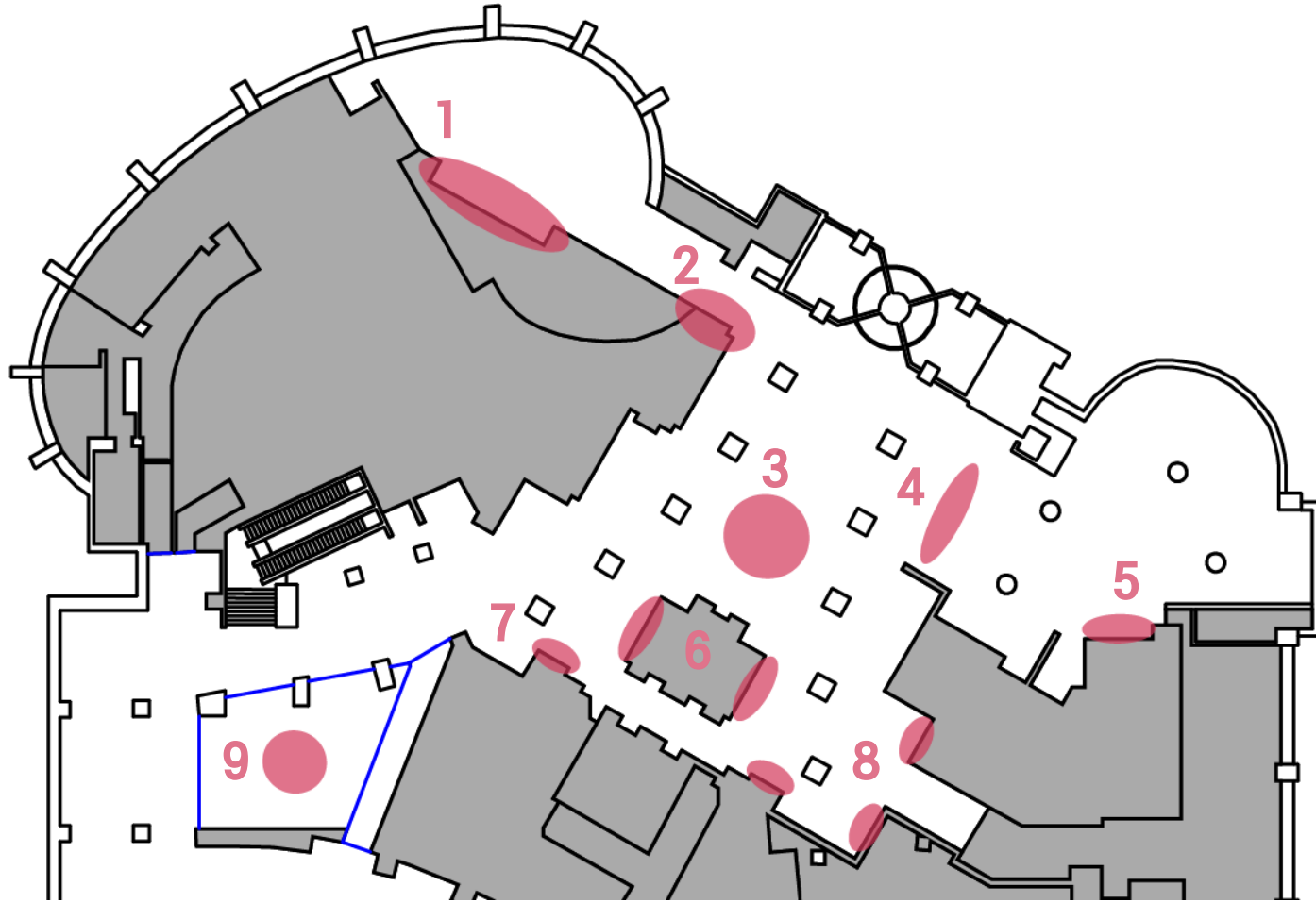
- VAE를 통한 전시공간 분석: 해당 전시실의 물리적 형태에 따라 전시공간의 시각적 접근정도와 노출정도를 파악 할 수 있게 해 줌
- VE 지표가 높은 지점 : 랜드마크적 전시가 효과를 발휘
- VA 지표가 높은 지점 : 쉽게 접근이 가능한 곳

C. 이주혁. (2007).

시지각적 접근에 의한 전시실의 공간분석에 관한 연구 : 공간분석 이론의 재 고찰 및 사례적용을 중심으로.

- 전시 공간과 같은 비교적 소규모 공간을 인지하는데 있어, 관람자들은 특정 공간의 길 찾기를 위해 ...
시지각적으로 보여 지는 전시물의 이미지, 타 관람자의 움직임에 대한 반응으로서 나타나는 공간의 지각에 의존
- VA 값 : 전시물이나 타 관람자에 대한 시각적 접근 정도
- VE 값 : 전시물, 타 관람자 등에 의해 관람자들에게 노출된 정도

실제 전시 행태



전시물의 위치

1. Front desk 앞, 대기 공간 소파 뒤
2. Concierge 맞은 편
3. 로비 정중앙
4. 카페 앞
5. 카페 안쪽 벽면
6. 엘리베이터 홀 양 옆
7. 엘리베이터 입구 양 옆
8. 레스토랑 입구 양 옆
9. 지하 뷔페로 내려가는 계단 홀 상들리에

실제 전시 행태



1



2



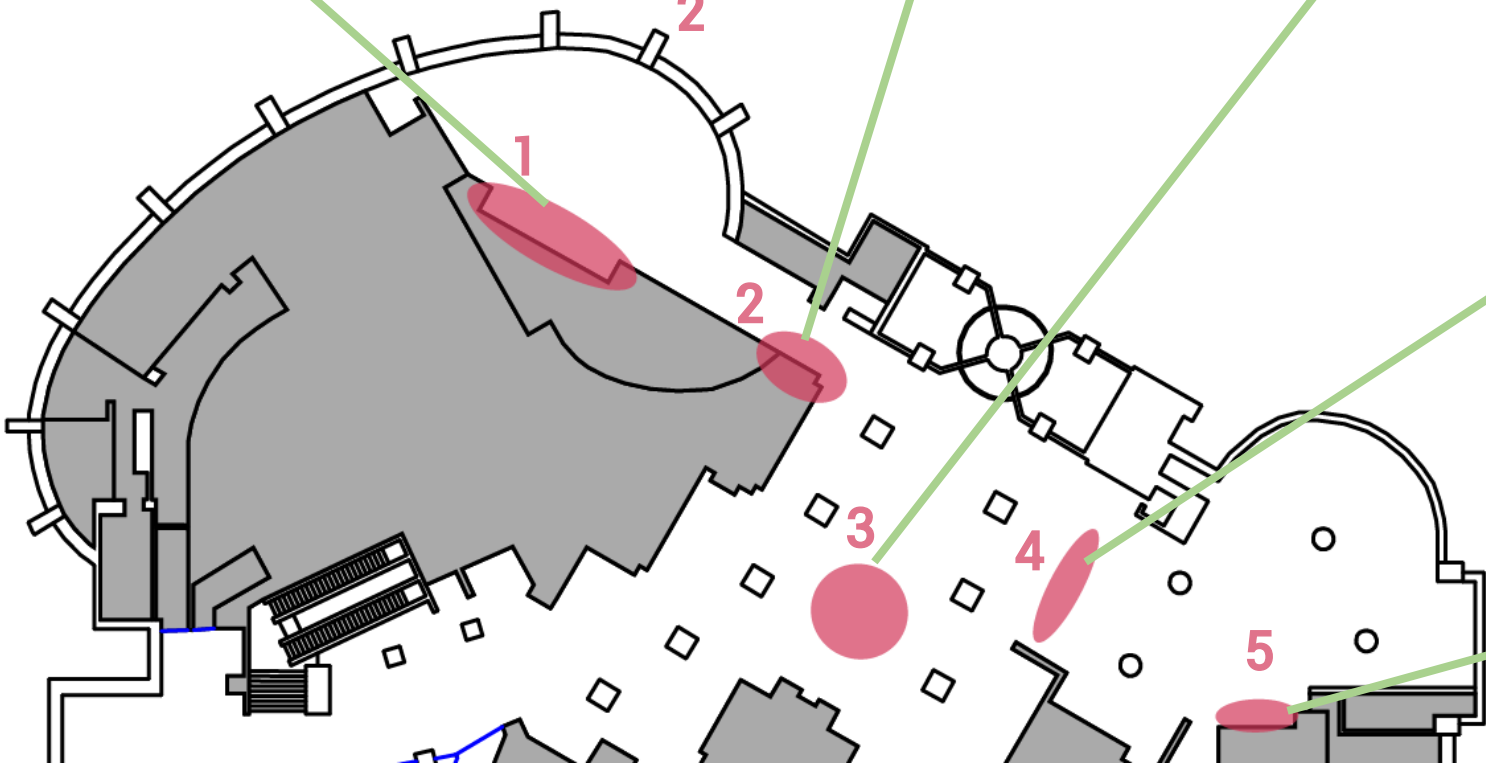
3



4



5



실제 전시 행태



6



6



9

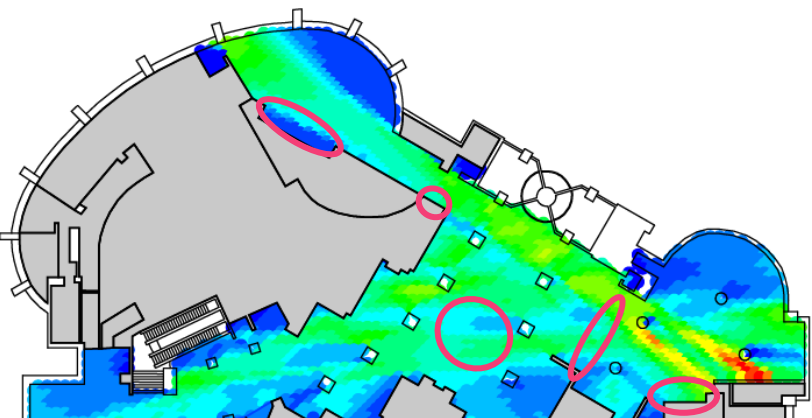


7

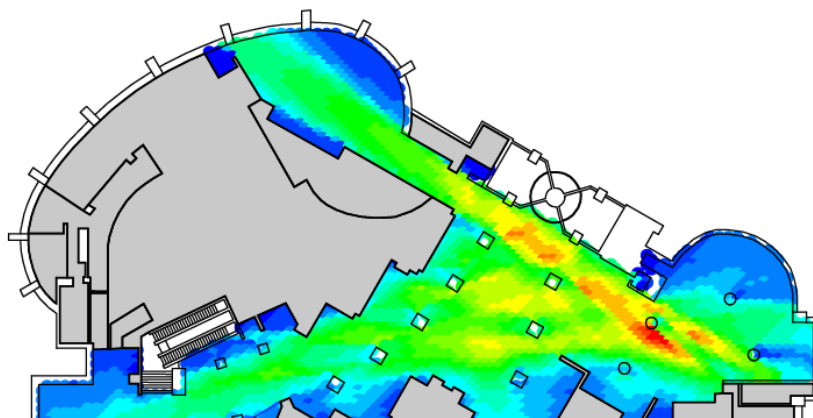


8

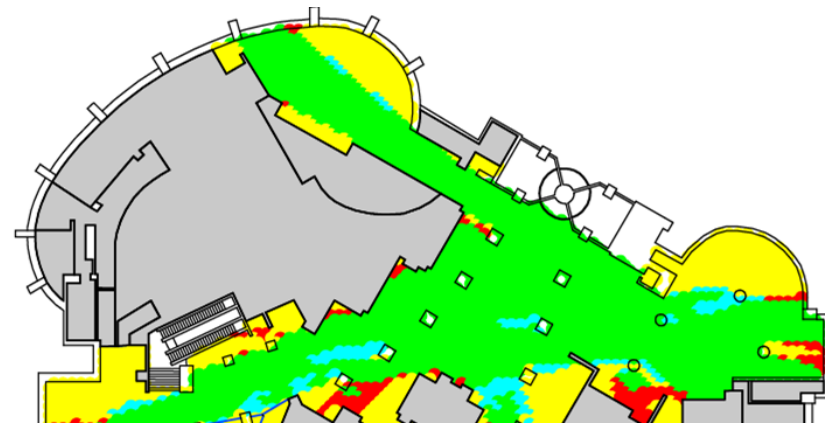
VAE 결과와 실제 전시 행태 비교



VA



VE



QUADRANT

1. Front desk 앞, 대기 공간 소파 뒤

- VA와 VE가 낮았다가 높아지는 경계에 위치
- 마주하기 전까지 전시물의 존재를 인지하기 어려움
- 관람자가 심리적 긴장감을 느낄 수 있음 (A)

2. Concierge 맞은 편 / 3. 로비의 정중앙

- 비교적 VAE값이 모두 높은 지점에 위치
- 전시물의 인지가 쉽고, 들어 오자마자 보이는 전시물로, 랜드마크적 성격을 가질 수 있으며, 접근이 용이함 (B)

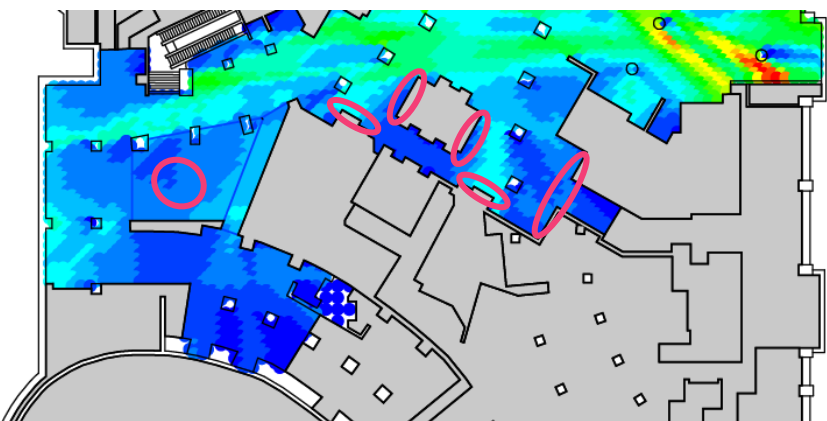
4. 카페 앞

- 기둥으로 인해 시각적 접근도는 다소 떨어지지만, 노출도가 높음
- 실제로 로비 쪽에서는 기둥으로 인해 인지가 어렵지만 카페안에서는 인지가 쉬움

5. 카페 안쪽 벽면

- 비교적 높은 VA, 낮은 VE값 – 바깥쪽에서 인지가 어려움
- 카페 이용자들만을 위한 전시물로 판단 됨

VAE 결과와 실제 전시 행태 비교



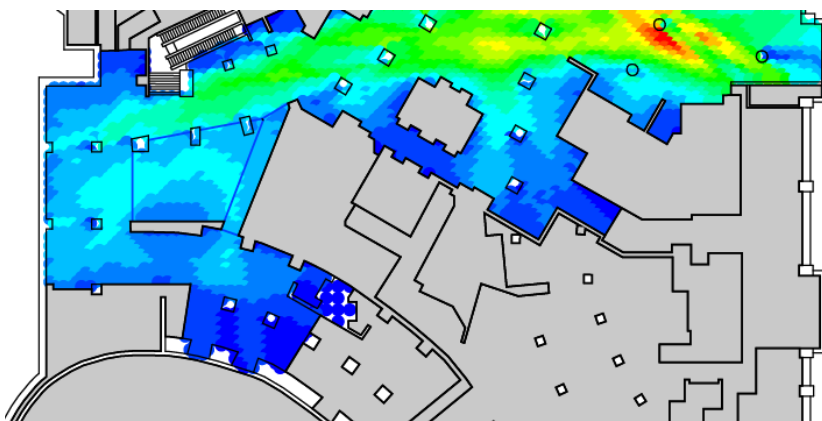
VA

6. 엘리베이터 홀 양 옆

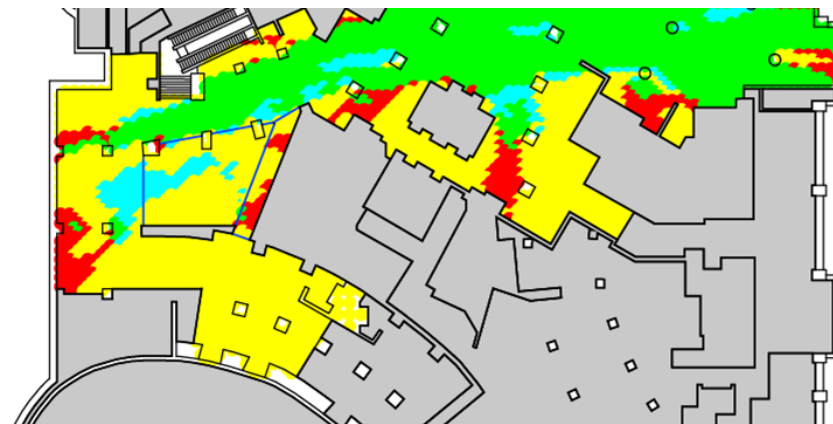
- VA와 VE가 모두 낮음
- 인지와 접근 모두 쉽지 않아 좋지 않은 위치
- 실제로 그냥 지나치는 사람이 많음

7. 엘리베이터 입구 양 옆

- VE는 낮지만, VA는 높음
(기둥으로 인한 효과로 판단됨)
- 시선을 신경 쓰지 않고 사진찍기 좋음



VE



QUADRANT

8. 레스토랑 앞

- VA, VE값이 모두 낮음
- 레스토랑이라는 목적성을 가지지 않는 이상 전시물을 마주칠 확률이 낮음

9. 지하 뷔페로 내려가는 계단 홀 상들리에

- 전반적으로 VA, VE모두 낮은 값을 보이지만,
- 이 방향으로 접근하는 사람들에 의한 노출의 가능성이 높음
- 지하로 향하는 지표가 되어줌

결론

- 웨스틴 조선 호텔은 곡선, 직선의 다양한 조화와 다양한 크기와 모양의 기둥들과 같은 다양한 **물리적 환경으로 인해** 넓지않은 공간임에도 불구하고 **역동적인 VAE의 변화**를 보여줌
- 로비내에서 단순히 목적성을 가진 사람들(카페, 레스토랑, 지하 뷔페 방문자 또는 숙박을 위해 front desk나 객실 엘리베이터 이용을 하는 숙박객)을 위한 동선에만 전시물이 설치가 되어있다는 점은 호텔 로비의 물리적 특성을 효과적으로 활용하지 못하고 있다는 것을 보여줌
- 엘리베이터홀 양 옆처럼 인지가 쉽지 않은 지점에는 벽에 완전히 밀착하거나 무채색의 눈에 잘 띄지 않는 전시물 보다는 돌출되거나, 입체적이거나, 강렬한 색상으로 눈길을 끄는 작품을 배치하는 것이 효과적일 것이라고 판단됨
- 기둥이 꽤 크고 많아서 (est. 2x2 / 접근 가능 구역에만 20개) 시야의 가림이 많고 공간의 인지가 다소 어려움 하지만 단계적으로 배치되어있는 특징을 작품 전시에 적극적으로 활용한다면 기둥을 단순히 불편한 물리적 요소로 인지되지 않을 것

⇒ **호텔 로비 공간에 대한 VAE 분석은 그 공간에 대한 시지각적 특질에 대해서 파악하고,
이 결과는 작품 배치 계획에 도움을 줄 수 있다.**

연구의 의의 및 한계

연구의 의의

- 로비내 전시 작품의 효율적 배치를 통해 방문객에게 다양한 전시 경험 선사
- 호텔 비수기에도 전시 관련 행사를 통해 방문객 유치 가능
- 새로운 문화 공간 창출을 통한 지역 문화 예술 활성화 가능성 제시

연구의 한계

- 엘리베이터 앞, Concierge 주변 등 방문객에게 기다림, 잔류를 유발하는 공간에 위치한 작품의 노출 시간에 대한 영향력은 고려하기 어려움
- 전시 공간은 강제적으로 동선을 유도 할 수 있기 때문에, 동선에 따른 작품의 노출도 예측이 가능하지만, 호텔의 특성상 각기 다른 목적성을 가진 방문객들의 동선의 종류가 지나치게 많음
- 하나의 예시만을 분석했기 때문에, 한정적인 결과라고 할 수 있음