

새로운 패러다임에 따른 호텔디자인의 표현양상에 관한 연구

A Study on Expressions of Hotel Design According to the New Design Paradigm

김정아* / Kim, Jeong-Ah

김 익** / Kim, Uk

Abstract

Hotels had main functions of providing lodging and food and beverages in the past but hotels these days have been changing fast to satisfy changes of social paradigm. Hotels are providing various services and further more they are places to represent certain local culture by various ways including improved entertainment factors, accommodating combined purpose, enhancing characteristics and unique factors. These new trials can be analyzed as concepts of pursuing variety, sensual expression and pursuing originality. The concept of hotel shows new trend of expressions in design by the changes. These trends of expressions can be characterized with differentiation, sameness, heterogeneity, combination and time frame. In this study, by analyzing cases that these characteristics are applied for expanding the range of understanding toward new application method and expect to be applied to appropriate design concept of hotel culture in the future.

키워드 : 호텔, 디자인, 패러다임, 감정

Keywords : Hotel, Design, Paradigm, Emotion

1. 서론

1.1. 연구 목적 및 의의

오늘날 호텔은 여행을 가서 묵는 단순한 숙박개념을 넘어 그 호텔이 스스로 여행의 목적지가 될 정도로 문화적이고 예술적인 이벤트의 장소이기도 하다. 급변화된 환경과 다원화된 시대 상황에 따라 호텔은 단순히 만남과 숙박의 장소를 의미하는 것이 아니라 그 지역을 상징하고, 그 지역의 생활을 표상하는 경험과 문화 본질의 장소로 재조명 되어야 하며, 궁극적으로는 새로운 라이프스타일을 창조하는 감성적 공간으로 재구성되어야 한다. 이처럼 이용자의 지역적, 문화적 교류가 폭넓게 확산되면서 보다 더 체계적이고, 다기능적인 디자인의 표현이 도입된 호텔 건축계획이 절실히 요구되어지고 있는 상황이다. 초기의 도시화와 산업화, 그리고 현재의 국제화 과정을 거치면서 호텔은 양적이고 질적인 면에서 그 수요가 더욱 증가된다. 외국의 체인을 통해 직수입된 호텔은 한국적 정서와 개성이 잘 반영되지 못하고 있는 실정이며, 독창적인 도시문화를 선도하지 못하고 있다. 국제화 시대에 앞서갈 수 있는 기틀을 마련하

기 위해서는 다양한 시도들을 파악하고 그들의 가치를 객관적으로 평가하여 새로운 가능성을 찾을 수 있는 기반을 마련해야 한다. 현재 우리나라는 유럽 다른 국가들에 비하여 호텔 디자인에 관한 정보와 디자인 계획적 자료는 급변하는 새로운 변화에 매우 부족한 실정이고 체계적이지 못하다. 이에 본 연구는 국내, 외 디자인의 감성적 표현 특성이 도입된 차별화된 호텔의 최근 사례들의 특성적 성향을 도출하여 호텔의 변화 경향에 대한 미래 지향적 접근을 제시하고자 함에 그 목적이 있다.

1.2. 연구의 배경 및 방법

본 연구는 현대인의 생활수준의 향상 및 가치관의 변화 등의 사회적 이유로 인하여 점점 대중화 되어가는 호텔디자인의 변화 양상을 파악한다. 연구방법은 2장에서는 현대호텔의 특성 및 성향을 도출하고, 3장에서는 호텔의 새로운 패러다임을 알 수 있는 사회적, 경제적, 문화적 변화를 파악하고, 새로운 패러다임의 양상을 살펴본다. 그리고 4장에서는 호텔디자인 새로운 표현양상을 국내, 외적으로 디자인 개념에 있어 새로운 시도가 이루어지는 호텔들을 매체를 통해 발표되어진 최근 작품들로 한정적으로 선정하여 호텔 실내 공간 디자인을 새로운 패러다임의 변화 측면에서 사례 분석한다.

* 정회원, 홍익대학교 건축학과 박사과정

** 정회원, 홍익대학교 건축학과 교수, 공학박사

2. 현대호텔의 특성 및 성향

호텔은 연중무휴 24시간 고객에게 서비스를 제공하고 만족시켜줄 수 있는 곳이다. 여기서의 서비스는 상품(제화)과는 구별되는 특성을 내재한다. 즉 유형 제품과는 달리 서비스를 구입하여 소비될 때 까지는 인지되거나 평가할 수 없다는 것이 큰 특징이라 할 수 있다. 또한 이 상품은 제한된 시간과 공간의 범위 내에서 생산, 판매, 소비가 발생되므로 각 기능에 적합한 분위기의 다양한 디자인이 요구된다.¹⁾

오늘날의 호텔은 시대의 전반적 문화와 맥을 같이하며 발전되고 있다. 따라서 단순한 숙박이나 서비스만의 기능이 아닌 보다 복합적이고 다기능적인 사회적 기능이 요구되고 있는데, 이러한 공공 서비스 시설의 사회에 대한 개방은 호텔의 중요한 이차적 기능으로서 숙박이나 식사제공 등의 편의시설과 함께 도시문화를 형성하는 한 요인으로 인식되고 있다.²⁾

호텔은 그 지역의 상징적인 랜드마크인 동시에 문화 수준의 척도이자 경제의 척도이다. 각종 전시회, 이벤트, 결혼식, 신년회, 패션쇼, 콘서트 등이 열리며, 대다수 시민들의 만남의 장이 되어지고 있다. 또한 특정한 비즈니스 상의 약속장소, 중매의 장소로 이용되기도 한다. 휘트니스 클럽의 멤버쉽 등의 차별화된 고객들만 이용할 수 있는 고급소비의 원천으로서 상류사회를 대변해주시기도 하고, 긴장과 스트레스를 풀기위한 리조트, 휴가로부터 캠핑까지의 위락시설도 포함된다. 이처럼 복합화된 기능을 수행하게 된 호텔은 이미 한 시대와 지역의 문화와 삶의 질을 반영하는 척도로서 한 사회의 거울이 되었다.

3. 호텔의 새로운 패러다임

3.1. 배경

(1) 사회적 변화

물질적 풍요로움과 소비 지향, 그리고 여가시간의 확대는 현대인들의 생활패턴에 많은 변화를 주었다. 자아의 실현과 삶의 질에 대한 욕구들이 보편적인 가치로 인식되면서 사람들은 자유시간을 만끽하고 스스로의 삶을 보다 더 건강하고 활기차게 향유하기 위하여 투자를 아끼지 않는다. National Retail Federation과 Deloitte & Touche가 공동으로 실시한 여론 조사에 의하면 대다수의 미국인들은 '상자 속에 포장된 선물' 대신에 휴가, 마사지, 골프 연습과 같은 가족이나 개인의 삶의 질을 향상시키는 선물 목록으로 방향을 바뀌고 있다는 사실을 발견했다. 따라서 시간을 절약해 주거나 혹은 시간을 좀 더 효율

적으로 활용할 수 있게 해주는 브랜드가 변창하게 될 것이다. 사람들은 이제 호텔, 온천장, 카지노, 등으로 모여들어 향후 기타 레저 산업이 더욱 발전하게 될 것이다. 정보화시대를 살아가고 있는 우리들은 끊임없이 데이터의 용단폭격을 맞고 있으며 2,3초 안에 중요한 의사결정을 내리도록 내몰리고 있다.³⁾ 정보화 시대는 그 스스로의 발전 속도만큼이나 사람들의 많은 가치와 취향을 변화시켰다. 사람들이 얻게 되는 다양한 정보들은 그것이 단순한 지적인 충족에 멈추지 않고, 생활패턴까지도 바꾸게 한다. 정신적이고 물질적인 다양함이 코앞의 모니터로 다가오면서 사람들의 소비의 양과 질에 대한 태도를 변화시키며 사람들에게 무한한 욕구를 거침없이 자극하게 된다. 이 자극들은 현대인의 삶의 중요한 원동력으로 작용하게 되어 보다 더 나은, 보다 더 다양한, 보다 더 독특한, 수요와 환경을 추구한다. 이런 현대적 패러다임에 가장 직접적인 반향을 주는 것은 소비패턴의 변형이고, 호텔에서도 특징인에서 대중으로, 상류독점에서 일반인으로 더 나아가서는 모든 특별한 것들을 포용하여 현대문명의 꽃이 피기를 원한다.

(2) 경제적 변화

21세기가 도래하면서 우리는 GNP 2만불 시대와 세계화를 통한 국제적 경쟁시대라는 새로운 변화를 체험하게 된다. 언어는 경쟁력이고 국가 간의 경계는 모호해 지고 있으며, 경제적인 교류는 가파르게 증가하는 추세이며 업무목적의 여행도 매년 증가하는 추세이다.

현대인들의 생활수준 향상 및 주 5일제 근무, 전문직 여성들의 증가로 인한 다양한 사회적 욕구의 발생으로 여가활동에 관한 관심들이 고조되고 있다. 이제 여행은 단순한 주말여행 시대에서 해외여행시대로 특정한 사회 계급이 아닌 일반대중에게로 보편화 되고 있으며, 시간에 쫓겨 바쁘게 움직이는 현대인들은 보다 독립적이고 독자적으로 행동하는 개인적 여행으로 점점 더 변화되어 지는 추세이다. 배낭여행은 이미 젊은이들에게는 일반적인 일이며 어학연수, 기업연수, 단체관광, 이벤트관광 등과 같은 다양한 형태의 문화 체험은 이미 보편화 되어 있다. 관광객들은 일상의 탈피로부터 새로운 체험의 욕망을 갈구함으로 체험으로서의 호텔의 역할은 중요시 되고 있다.

이처럼 관광산업의 증가로 호텔은 각 지역의 정치, 사회, 경제, 예술 등의 문화적 특성을 자연스럽게 대변해 주는 장소로 자리매김 되고 있으며 세계 각국의 관광객들의 만남의 장소로서 역할을 수행하며, 서비스 차원에서도 각 나라 투숙객의 문화적 특성에 대한 이해를 간과해서는 안 될 것이다.

(3) 문화적 배경

현대사회는 사람들이 형이상학적이고 관념적이며 추상적인 가치와 형이하학적이고 물질적이고 감성적인 가치를 동시에 추

1)원민정, 호텔 유형별 차별화전략에 따른 아이덴티티 연구, 홍대석론, 2006, p.9

2)김분덕 외 7인 공저, 실내건축 디자인학론, 광문각, 2001, p.211

3)Marc Gobe 지음, 이상민, 브랜드엔컴퍼니 옮김, 감성디자인 감성브랜드, 김앤김북스, 2005, p.403

구해도 될 정도로 안정적인 사회구조를 갖게 되었다. 사회적 경제적 변화들은 궁극적으로 사람들의 생활패턴과 의식구조를 변화시키고 가치관에 커다란 변화를 주게 되었다. 풍요로움은 문화와 여가, 그리고 감성적인 것에 많은 의미를 두게 된다.

21세기 감성소비의 시대에는 다양한 개성을 가진 소비자들이 제각각 원하는 삶의 스타일을 창조하는 것이 디자인의 가장 큰 역할이자 힘이다. 소비자들은 살아가는데 없어서는 안 될 필수품을 구매하기 보다는 자신의 아이덴티티를 표현하고 자신이 추구하는 라이프스타일을 위해 소비를 하는 시대가 되었다. 따라서 그들에게 호소하는 것은 상품의 기술이 아니라 상품의 감성과 스타일이다. 그들은 자신의 스타일과 아이덴티티의 상품화를 위해 무엇보다 디자인에 눈을 돌릴 것이다.⁴⁾

현상의 배경에는 본질이 있으며 현상만으로 모든 변화와 존재를 파악할 수 없다. 스타벅스, 디즈니월드의 건설, 나이키 상표의 운동화의 디자인이 하나의 현상이라면 그 뒤에 숨겨진 실체는 시대정신, 가치관, 사회구조 등으로 이해되어야 한다. 호텔의 고급스럽고 화려한 형태들이 주는 현상의 배후에는 동시대인들의 삶과 가치관, 사회적 의지 등 다시 말해서 시대적 패러다임이 존재한다.

3.2. 새로운 패러다임의 양상

(1) 다양함의 추구

현대는 경제성장과 기술 혁신으로 인하여 모든 분야의 기능면에서의 품질은 거의 평준화된 반면, 소비자의 기호와 감성은 점점 다양화 되고 복잡해지는 실정이다. 이런 사회의 전반적인 경향이 소비자가 원하는 것을 제공할 수 있어야 하는 추세로 변화되고 있다. 웰빙문화라는 건강에 대한 관심과 전문직 여성들의 사회적 증가로 다양한 직업이 대두된다. 사회가 복잡하게 혼합되면서 다원화된 수요와 공급이 발생하게 되고 새로운 가치들이 창출되면서 취미와 취향, 관심들도 다양해진다. 호텔에서든 다양함은 현대사회의 한 부분일 뿐 아니라 디자인과 서비스들도 이러한 새로운 패러다임에 맞추어 많은 변화가 진행 중이다.

(2) 감성적 표현

21세기는 모든 디자인 분야에서 감성(Emotion)이 중요한 아이콘으로 떠오르고 있다. 이러한 현상들은 제품디자인부터 주거공간, 호텔 디자인에 이르기까지 폭넓게 나타나고 있다. 이는 20세기 전반에 영향을 크게 미친 기능주의 디자인의 이성적 논리적 한계를 극복하고, 그 후에 나타난 포스트모더니즘에서도 도외시 되어온 인간의 감성적인 측면까지를 포함 시키는 디자인이 요구되기 때문이다.⁵⁾ 그래서 21세기를 감성시대라고 까지 표현할 정도이다. 기계화와 규격화의 규정 속에서 인간들이 좀

더 자유롭고, 본능적인 욕구를 충족시키려는 것은 자연스런 현상일지도 모른다. 감성에 충실하려는 태도는 산업사회와 디지털시대에 대한 인간의 자연스런 자기 적응과정으로도 해석될 수도 있다.

호텔은 고객에게 감성(Emotion)을 제공하는 곳이어야 한다. 고객은 장소와 시간에 대해 감성적으로 기억하게 된다. 호텔이라고 하는 장소는 고객들의 삶의 일부가 되어 문화와 체험이 집약되는 한 시대의 대변인이 된다.

(3) 오리지널리티의 추구

불과 몇 년 전 유럽 호텔들 사이에서는 내 집처럼 편안한 호텔을 추구하는 인테리어가 유행한 적이 있었다. 그러나 지금은 뉴 컨셉 호텔, 디자인 호텔이라는 이름으로 재탄생되어지고 있다. 엘레강스하고 안락한 호텔 보다는 하루를 머물더라도 자기 집과는 다른 흥미로운 요소로 자극적이고, 강한 인상을 받기를 원하는 사람들의 증가로 차별화된 인테리어디자인 호텔들이 늘어나고 있는 추세이다. 그렇다고 해서 근사한 건물과 화려한 디자인이 좋은 것만이 아닌 여느 호텔과는 다르게 고객을 끌어당길 수 있는 함축된 감동이 내재되어 있는 곳이어야 성공한 디자인이며 점차 까다로워지는 고객들의 욕구를 만족시켜줄 수 있을 것이다.

우리는 소비 그 자체가 하나의 문화생활이며 이벤트로 여겨지는 시대에 살고 있다. 상징을 소비하며 상징은 소비 이상의 의미로서 자신을 표현하는 기호적 소비가 되고 있는 것이다. 자신의 기호는 곧 자신을 말해주며 그러한 선택은 자신을 표현하는 중요한 표현수단이 되며 자신의 정체성(Self-Identity)을 확인하는 길이 된다. 이러한 기호적 소비로의 변화로 인해 소비자(고객)들에게 상품의 특징이나 혜택보다는 자신이 되고 싶어하는 모습, 즉 아이덴티티(Identity)를 추구하는 것이고 “나”를 찾고자하는 아이덴티티라는 키워드가 중요하게 되었다.⁶⁾

4. 새로운 패러다임에 따른 호텔디자인의 표현 양상

다양함과 감성적이고 독창적인 디자인으로 표현되는 호텔의 새로운 성향들은 그 디자인에서 몇 가지 양상으로 특징지을 수 있다. 이런 양상들은 실제로 최근에 시도되어지고 있으며 앞으로로도 다양한 방법으로 호텔 디자인에 적용될 것으로 사료된다. 양상은 크게 차별성, 동질성, 이질성, 복합성, 시간성으로 구분할 수 있다. 이런 구별은 사물의 특성에 대한 이해와 분석의 틀로서 일종의 개념화 작업이기도 하다. 현상학적 특성에서도 출된 개념들은 그 개념들 간에 중첩되거나 반복되지 않는 체계를 가진 고유의 범주를 가지게 된다. 사례분석으로는 다양한

4)김신, 감성 소비의 시대 디자인이 경쟁력이다, 월간디자인, 2004, p.96

5)정소미·천혜미, 미래지향적 관점에서 본 카펫 라쉬드의 작품에 관한 연구, 한국실내디자인학회, 통권 8호, 2005. 5월, p.51

6)정소영, 차별화 전략을 위한 아이덴티티 연구, 이대석론, 2005, p.37

표현양상을 지닌 국내, 외 호텔들 중에서 가장 특징적인 성향을 지닌 호텔을 선택하여 사례로 제시하였다.

4.1. 차별성-호텔 내부에서 다양한 디자인의 조합


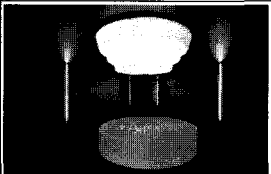



호텔들은 다양한 가치를 수용하기 위해 여러 각도에서 차별화전략을 추구한다. 호텔 체인들은 스스로의 이미지 부각을 위해 디자인과 운영, 서비스 등에 걸쳐서 새롭고 독창적인 시도를 하게 되고, 이런 시도들은 각층을 전혀 다르게 디자인하거나 각각의 객실들조차도 다르게 디자인해 항상 새로운 체험을 할 수 있도록 한다.

(1) 층별 차별성

1) 푸에르타 아메리카 호텔 Puerta America Hotel /Madrid

세계 각국의 유명한 건축가, 디자이너가 모여 층별로 각각 다르게 개성 있는 객실과 통로를 디자인하였다. 이는 한 프로젝트이면서 동시에 15개의 프로젝트 이상의 효과를 창출하고 있는 점이 특색이며, 방문객들은 몇 층에 머무르지 행복한 고민을 하게 된다. 실험과 탐구정신에 의해 완공된 이곳은 건축과 실내 공간, 그리고 디자인 마케팅까지 디자인의 새로운 트렌드를 분석할 만한 중요한 기준을 제시하고 있다.

<표 1> 마드리드 푸에르타 아메리카 호텔의 공간분류와 디자인 특성

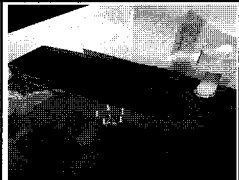


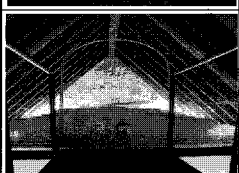

공간구분	이미지	특성
1층 로비		액체효과와 빛, 군더더기 없는 극도의 미니멀한 디자인과 부드럽게 연결되는 테크놀로지는 감성적인 모던한 공간을 재 창조하며 미래의 디자인을 제시한다.
4층		데이비드 치퍼필드에 의해 디자인된 4층은 빛과 색의 조화에 심혈을 기울인 로비와 복도공간에서 단순함을 표현했다.
5층		플라스마 스튜디오는 4층을 기하학적으로 디자인하여 호텔의 고정관념을 탈피한 진취적인 공간으로 탈바꿈하려 시도하였다. 엘리베이터를 기다리는 동안 투영되는 마드리드의 조망을 볼 수 있도록 디자인 했다
10층		리처드 글러크먼의 디자인으로 상자의 상자라는 개념으로 가볍고 깨끗하면서 질서정연한 공간을 만들어 냈다
13층		장누벨 "꽃과 여자"의 주제로 각각 객실마다 천정과 벽면에 다양한 그림으로 장식되어 있으며, 특별한 순간을 경험하기 위한 욕망의 체험 장소로 디자인 되었다.

(2) 실별 다양성

1) 루트 스위트호텔 Lute Suites Hotel /Marcel Wanders Studio

네덜란드 암스텔담에 위치한 새로운 컨셉트의 부티크 호텔이다. 이곳은 18세기의 오두막집을 개조하여 현재 가장 독창적인 감각으로 인정받는 마르셀 반더스(Marcel Wanders)에 의해 디자인 되었다. 7개의 스위트 객실은 모두 다른 건축구조로 되어 있으며 이에 따라 자연스럽게 각각 색깔 있는 독특한 디자인이 이루어진다. 모던과 클래식이 혼합되어 각자의 요소를 더욱 부각시켜주는 기법 뿐 아니라 집처럼 편안한 분위기로 트렌드 세터들이 즐겨 찾는 명소이다.

<표 2> 루트 스위트 호텔 객실의 공간분류와 디자인 특성

공간구분	실내공간	특성
suite1		3m 높이의 큰 창이 있어 빛이 가득 쏟아지는 메자닌 구조의 로프트에 아늑한 침실과 거실도 큼직한 패턴과 붉은 색 카펫, 프로어 스탠드가 활기찬 느낌을 전달한다.
suite2		마르셀 반더스가 비사자 타일로 직접 만든 거실에 놓인 컬러풀한 둥근 테이블과 침대 옆에 책꽂이를 통한 긴 직사각형 테이블이 특징이다.
suite3		골드컬러의 천장과 바로크스타일의 앤티크 가구 및 디자인 오브제의 매치가 잘 되어있는 공간이다.
suite5		스위트 5의 박공지붕 아래에 침실로 올라가는 계단부분. 특별히 스위트5는 거실부분도 침실과 같은 이미지로 연결되고 타원형 욕조가 특징이다.
suite6		모자이크 타일로 마감한 화려한 패턴의 벽과 침대 옆에 놓인 독특한 디자인의 테이블 스탠드가 특징이다.




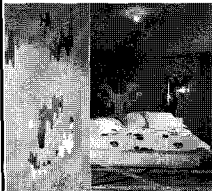

2) 폭스 호텔 Hotel Fox / Copenhagen

폭스바겐사의 신제품 발표회와 동시에 열린 프로젝트 폭스는 코펜하겐 중심지에 위치하며 젊은이들의 무한한 재능을 키우고 인재를 발견하고자하는 취지에서 폭스바겐이 후원한 프로

7)트렌드 세터(Trend Setter), 새로운 소비 권력으로 생겨난 용어로서 "의식주와 관련한 각종 유행을 창조, 수호, 대중화하는 사람, 혹은 기업"이라는 뜻이다. 매년 컬렉션을 통해 유명 디자이너나 유명 인사들이 제안한 디자인이나 색깔은 유행에 민감한 사람들이 받아들여 새로운 시장을 형성한다, 부산일보, 2006. 12. 15

젝트이다. 호텔폭스는 다양한 국가에서 21명의 디자이너, 건축가, 그래픽 디자이너 등이 팀을 만들어 각각의 객실을 다르게 디자인하였다.

<표 3> 폭스 호텔의 객실의 디자인 특성

객실	실내공간	특성
sleep seasons 121		거울장에서 영감을 받아 디자인된 객실은 안에 텐트를 두어 그 어느 곳 보다 편하게 잠을 잘 수 있게 디자인 되었다. 동물들이 숲속에서 깊은 잠에 빠질 수 있는 분위기 연출이다.
You are A Baby 202		디자이너는 객실에 머무는 손님들이 열광적인 느낌을 갖도록 의도하였고 어머니의 부드러운 가슴과 아기가 된 기분을 동시에 전해주려고 천장에 여성의 손가락에 장난감 같은 모빌이 걸려있다.
Ecstasy 206		벽면과 침대커버에 장식된 과감한 그림은 단지 벽을 칠한 느낌보다는 공간을 느낀다는 컨셉에 초점을 맞추었다.
Chance 209		몽상적인 분위기의 객실은 "인생은 기회" 라는 테마로 삶의 기회가 주는 의미와 또 그것에 가능성을 표현하는 디자이너의 철학이 내재된 객실이다
Two Swans (Fertility Shrine) 214		신선한 숲의 분위기가 일상에서 탈피하여 온 고객을 위해 동화속 자연의 부드러운 본능을 체험하려는 디자인 의도이다.

이 밖에도 디자이너 마리 크리스티앙 도레에 의해 1988년 완성된 파리의 La Villa Hotel은 객실의 분위기를 다양하게 디자인하여 손님이 체크인할 때의 기분을 질문하고 고객의 취향에 적합한 것을 안내해 주는 독특한 시스템을 제공하는 예를 볼 수 있다.


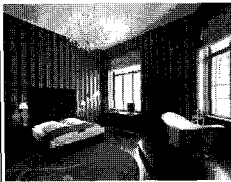
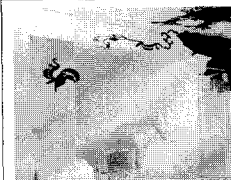
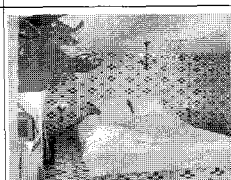
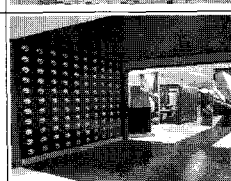

4.2. 동질성-디자인의 일괄적 개성

현대사회의 다양함은 문화적 수준의 차이에 대한 갈등과 소비의 성향을 가질 수밖에 없다. 소비를 극복하기 위한 대중적 심리는 개인, 가족, 계층의 아이덴티티, 그리고 궁극적으로는 사회적 부류의 아이덴티티를 추구하게 된다. 이런 부류적 성향은 동질성에 대한 강력한 욕구를 가지게 되고, 디자인에서도 이런 욕구를 충족하기 위한 다양한 시도들이 추구된다.

(1) 분위기, 소재, 패턴의 연속성

오스트리아에 위치한 Altstadt호텔, 폭스호텔, 부산 파라다이스 호텔에서 나타난 자연스런 구조의 특성에 따라 패턴의 연속성을 주기도하고, 마감재의 연속성과 객실 전체를 캔버스화 하여 회화적으로 이미지를 표현한 사례를 제시하였다.

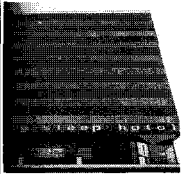
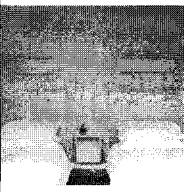
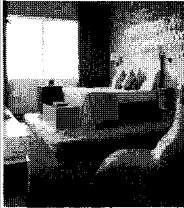

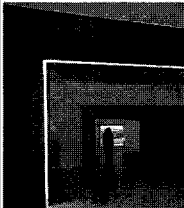
<표 4> Altstadt, 폭스, 부산 파라다이스 호텔 실내 공간의 연속성 표현 특성

호텔 명	공간구분	실내공간	특성
Altstadt호텔	복도		마테오 툰이 디자인한 오스트리아에 있는 Altstadt호텔 이곳은 엘리베이터에서 내려 복도를 걸으며 스트라이프 월 페이퍼로 공간의 연속성을 표현한다.
	객실		객실에서도 마찬가지로 복도에서 연계된 월 페이퍼를 연속해서 마감재 주며 통일성을 표현하고 있다.
폭스호텔	lifelines 405		바닥부터 벽, 천장까지 연결된 선들은 방안에 있는 한 개체에서 또 다른 개체로 끊임없이 연결되어진다.
	Harmony's Melm 302		침대의 프레임과 바닥, 벽까지 동일한 패턴의 모자이크 타일로 연결시켜 주고 있고 침대 시트 패턴의 칼라도 동일한 노랑색을 사용했다.
부산 파라다이스 호텔	로비		로비 부분에서도 영역을 동일한 마감재를 사용하여 구획하였고 벽면에는 조명을 이용하여 특징적인 요소로 부각시켰다.
부산 파라다이스 호텔	에메랄드 스위트		공간의 영역을 정방형의 타일 패턴으로 바닥, 벽, 천장의 한 부분을 띠장 처럼 연결하며 공간의 구획을 잘 표현해 주고 있다

(2) 컬러의 연속성

영국 웨일즈의 바닷가 도시 카디프에 위치한 더 빅 슬립호텔 The Big sleep Hotel / Cardiff 외관에서부터 내부객실에 이르기까지 블루계열의 한색으로 색채계획 되어졌고, 이같은 양상은 폭스호텔 객실 뿐 아니라 이탈리아 건축가 파비오 노렘브레에 의해 설계된 호텔 리쿰케디 Li Cunchedi 주 출입구 부분에서도 블루계열 색상의 연속성을 찾아볼 수 있다.

<표 5> 빅슬립, 폭스, 리쿤케디 호텔 실내공간의 컬러의 연속성 표현특성

호텔명	공간구분	실내,외 공간	특성
빅 슬립 호텔	외관		건물 외관에서도 특별한 디자인 없이 블루와 그레이 톤으로 시원한 이미지를 전달한다.
	객실		화이트와 스카이블루 컬러가 빛어내는 공간으로 모든 가구는 화이트와 블루 컬러로 이루어 졌다.
	객실		바다가 보이는 창 의 커튼은 시각적으로 따뜻한 효과를 주기위해 양털 텍스타일 마감하였고, 모든 가구는 세상에서 디자이너가 만든 하나 뿐인 가구다.
폭스호텔	객실		고풍스런 멋을 지니며 같은 톤의 블루 컬러를 연속적으로 사용하며 소재만 패턴을 다양하게 사용하였다.
호텔 리쿤케디	주출입구		호텔 입구에 시작되는 푸른색 터널은 강철과 네온으로 구성되는 창문으로 자연스럽게 고객의 동선을 유도하여 맥자에 맞춘 듯한 푸른 자연풍경으로 연속성을 나타낸다.

4.3. 이질성-왜곡과 가변성, 스케일의 과장, 변질된 형태를 통한 독특한 이미지 구현

이질성은 일반적으로 건축물이 도시 건축적 컨텍스트에 합응해서 조화롭게 전체에 집적되어야 하지만 독창성과 랜드마크, 그리고 스스로를 표현하려는 현대적 패러다임에 상응하여 대비되는 개념으로 이질적인 디자인을 통해 스스로를 부각시킨다. 이질성은 불협화음이나 엇박자의 개념과는 대비되는 요소로서 전체 맥락의 새로운 활력이 되고 자기주장의 요소로서 활용되지만 본질적으로는 조화를 위한 폭넓은 시도로서 이해되어야 한다. 이질성의 방법은 다양하게 표출되며, 그 대표적인 디자인 양상은 왜곡적 형상과 과장과 축소, 그리고 물성과 관습적 인지형태의 변질 등을 들 수 있다.




(1) 가변성

수트케이스 하우스호텔 Suitcase House Hotel/ Beijing /Cary Chang, EDGE

이 호텔은 베이징의 The Commune by the Great Wall 실험개발에서 비롯되었으며, 이 프로젝트의 개발자들인 아시아

지역 12명의 젊은 건축가들에 의해 설계되었다. 침실과 욕실, 그리고 명상실이 가변형으로 설치되어 낮 시간에는 거실과 커뮤니티의 공간으로 활용되도록 하였다. 각 공간들은 최소의 규모로 하여 공간 활용을 극대화 하였다.



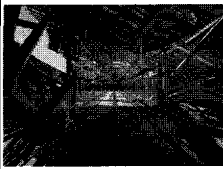
<표 6> 수트케이스 하우스 호텔의 공간분류와 디자인 특성

공간구분	실내공간	특성
명상실		명상실 바닥을 유리로 처리해서 아래로 흘러가는 계곡을 볼 수 있으며 부유하는 느낌을 전달한다.
객실		상부를 닫으면 위에선 바다면으로 사용할 수 있고, 상부를 열면 벽면으로 세워지는 가변형 구조로서 각각 한 칸의 독립적인 개인의 용도의 객실로 이용 한다.
욕실		세면대 공간 또한 다른 곳과 같은 개념으로 상부를 열어 벽면이 세워지는 개념으로 이용할 수 있다.

(2) 소재의 이질성

Ice Hotel Quebec Canada 얼음이라는 독특한 소재로 구성된 호텔이다. 얼음으로 만들어졌다고 하면 차갑고 쾌적하지 못하다는 일반적 관념을 넘어 실제 호텔에 적용시켜 독창적인 분위기를 창출하고 투숙할 때 불편하지 않도록 설비적 해결로 인하여 쾌적한 여건을 조성하며 특별한 체험의 장소로 기억될 수 있다. 마르키스 드 리스칼 Mirques de Riscal은 이질적인 재료들로 구성된 독특한 특성을 지닌 디자인 호텔이다.

<표 7> 아이스, 마르키스 드리스칼 호텔 소재의 이질적 표현특성




호텔명	공간구분	실내,외 공간	특성
아이스호텔	객실		얼음이라는 이질적인 재료로 이루어진 동굴형태의 외관은 내부의 조명으로 신비스러움이 느껴진다.
	주출입구		내부 객실 역시 동굴형태로 이루어졌으며, 가구 또한 얼음이다. 각 침대에는 털 소재의 시트로 덮혀 있다.
마르키스 드 리스칼	브릿지		스파와 부대시설을 이어주는 브릿지에서는 호텔의 구조와 철골, 다양한 컬러의 티타늄페널, 유리, 등의 재료를 노출하여 볼 수 있는 공간이다.

(3) 규모의 변화-스케일의 대비/사실적 스케일로부터의 탈피

마르키스 드 리스칼 와이너리호텔 (Mirques de Riscal/Spain)

세계적인 호텔그룹 스타우드사의 부티크 호텔중의 하나로 가장 최근에 오픈한 마르키스 드 리스칼 호텔은 포도와 와인의 캐릭터를 형상화하였으며, 디자인은 프랭크 게리 특유의 구불 구불한 지붕부터 벽면까지 여느 호텔과는 확연히 차별화 된다. 포도와 와인병, 캡의 이미지를 건축물 형태에 반영한 것으로 실제보다 과장된 스케일로 강력한 형태미를 강조한다.

<표 8> 마르키스 드 리스칼 호텔의 공간분류와 디자인 특성

공간구분	실내 공간	특성
외관		프랭크게리의 특징인 구불구불한 과장된 지붕은 와인을 상징하는 짙은 핑크, 와인병 칼레벨을 의미하는 골드, 와인병의 캡을 의미하는 실버를 표현한 것이다.
객실		천장고가 4m 되는 다각형의 스위트룸에는 천장 끝까지 닿은 책장과 비스듬히 경사된 창문밖에는 호텔 지붕과 이를 지지하는 구조물이 펼쳐진다.
테라스		호텔 맨 위층에 자리한 와인바의 테라스는 굴곡진 티타늄 패널 지붕이 벽을 만들고, 비스듬히 튀어나온 커다란 문이 독특한 분위기를 연출한다. 지붕에 반사되는 풍경을 특별히 체험할 수 있는 장소이다.

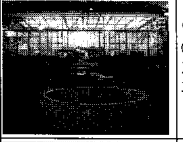
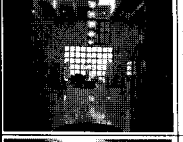

4.4. 복합성

현대사회는 다원, 다층화된 구조적 특성에 의해 시스템적 구성 양상과 표출 형식들이 다양화 되며, 그 요소들은 상호작용을 통해 복합성을 가지게 된다. 디자인에서도 이런 요소들은 여러 가지 표현형식으로 표출되고 그 궁극적인 내용은 복합성의 의미를 지니게 된다.

(1) 멀티샵, 갤러리를 이용

코르소 코모 10 Corso Como10/Milano

<표 9> 코르소 코모 10 호텔의 공간분류와 디자인 특성




공간구분	실내 공간	특성
카페		입구 진입부분에 위치한 카페 중앙에는 우물형태의 오브제가 있어서 자연스럽게 동선을 만들어주고 수공간이 형성된다.
멀티샵		카페에서 멀티샵으로 들어가는 진입부 멀티샵을 2차 형태로 이루어졌다
서점		3층에 위치한 서점으로 오른쪽으로 나가면 갤러리로 통하게 된다.

인간의 5감각을 만족시켜주는 호텔로서 립은 오직 3개 뿐이며 갤러리, 전문서적, 옷, 액세서리, 오브제, 텍스타일, 음악, 카페, 향수, 향료, 정원등이 있으며 최단동선으로 이루어진 복합적 호텔이다.

(2) 기능의 조합-로비, 바, 객실의 서재 공간 도입

오스트리아에 위치한 알츠타트(Altstadt) 호텔 객실에 욕조, 세면대, 서재 등이 별도의 파티션 없이 립을 구성하며 뉴욕 허드슨(Hudson)호텔 '라이브러리 바(Library Bar)' 와 뉴욕 라이브러리 호텔 라운지를 분석하였다.

<표 10> 호텔 실내공간 기능의 조합적 디자인 특성

	공간구분	실내공간	특성
Altstadt 호텔	객실		비엔나의 Altstadt 호텔 객실 내부에 책장과 책상을 두어 서재처럼 활용할 수 있는 공간을 마련했다.
허드슨 호텔	바		뉴욕 허드슨 호텔의 "라이브러리 바" 교육적 발견과 항해적 경험, 지성과 민주주의에 관한 마치 도서관 같은 바 이다.
라이브러리 호텔	라운지		투스객 라운지로 이 호텔은 실제로 2만 2천여 종의 서적을 보유하고 있으며 1층 로비와 2층 투숙객 라운지의 높은 벽면 등 호텔의 많은 공간이 책으로 장식되어 있다.



4.5. 시간성

시간성은 세계화, 정보화, 그리고 미래화 등의 포괄적 개념으로 급변하는 현대사회에 정신적 지표가 되는 중요한 가치 기준으로 작용해야 한다. 그래서 다문화, 다차원, 다시간을 담는 문화적 척도가 되어야 한다. 현대의 변화양식은 인류사상 가장 급변하여 오히려 시간은 정지되거나 앞서가야 할 필요를 가진다. 그래서 모든 현재성보다도 중요하게 되고 과거는 현재에 존재하고 미래는 역동적으로 현재를 반영하게 된다. 그런 시대적 패러다임은 자연스럽게 디자인에 반영되고, 다양한 양식으로 꾸준히 디자인에 시간성이 반영된다. 그러므로 현재는 과거와 미래를 담는 그릇으로 존재할 수 있어야 한다. 시간성에 대한 개념으로 과거성, 미래성, 현재성, 그리고 무시간성 등을 들 수 있다.

(1) 과거성 - 제주도 씨에스 호텔

과거 전통적요소를 그대로 유지시켜 디자인에 접목시킴으로서 자연의 아름다운 요소를 최대한 살린 곳으로 시간이 멈춘듯 한 느낌을 전해준다.

<표 11> 제주도 씨에스호텔의 공간분류와 디자인 특성

공간구분	실내공간	특성
외관		전통가옥을 이축 복원한 초당, 제주 전통 가옥 방식을 그대로 살린 문화공간이다.
객실		초당내부 공간으로 거실에서 문을 열면 바닷가를 조망할 수도 있고 내부 가구도 전통적 요소를 최대한 살려 현대화 하였다.

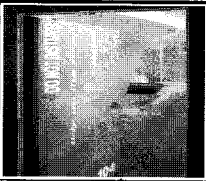
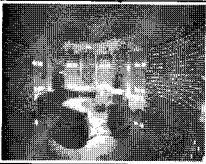
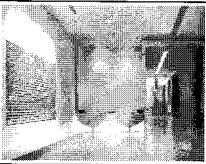
(2) 미래성

마드리드 푸에르타 아메리카 호텔, Puerta America Hotel

/Madrid, W-Hotel 호텔/서울

푸에르타 호텔 객실문에 메시지를 전하기 위해 설치된 LED조명, 캐서린 핀들리에 설계된 인터랙티브 스페이스, 기억의 벽 등은 미래지향적인 느낌을 전달해 준다. W호텔에서 사람의 움직임을 인지하는 우드미러는 유비쿼터스적 요소가 도입된 사례라 볼 수 있다.

<표 12> 푸에르타 마드리드, w호텔의 공간 분류와 디자인 특성

호텔명	공간구분	실내공간	특성
마드리드 푸에르타	1층 객실		자하하디드가 설계한 객실 문에 설치된 LED조명은 문밖에 고객의 메시지를 밝혀주는 기능이다. 이 방법을 통해 투숙객은 방청소를, 아침식사를, 방해받고 싶지 않다는 것을, 무엇이 필요한지를 알릴 수 있는 역할을 한다.
	8층 로비		캐서린 핀들리에 의해 디자인된 인터랙티브 디자인 공간으로 고객들이 로비에서 상호작용 할 수 있는 벤치와 "기억의 벽"이라 불리는 벽면의 조명은 사람의 움직임에 따라 빛이 작동 된다.
W호텔 서울	로비		서울 W호텔 로비에 있는 우드미러는 지나가는 사람들의 움직임에 따라 함께 움직일 수 있도록 작동 되었다.

5. 결론

본 연구에서는 오늘날 빠르게 변화되어가는 새로운 시대적 패러다임에 대한 배경과 그 양상을 도출하고 어떻게 호텔디자인에 반영되고 표현되는지를 분석 하였으며, 대표적인 사례인 최근에 완공된 마드리드 푸에르타 디자인 호텔을 시작으로 국내 전통적 양식을 보존한 제주도 씨에스 호텔까지 살펴보았다. 이러한 특징들은 다음과 같이 종합적으로 체계화 시킬 수 있다.

호텔디자인의 새로운 패러다임을 일종의 디자인 개념 또는 개념에 대한 방법론적 해석으로 이해할 수 있다.

차별성의 표현유형에서 층별, 객실별 차별성 뿐 아니라 동별, 용도별 차별성의 개념으로 디자인에 적용될 수 있을 것이라 사료된다. 동질성은 비교적 전통적 성향으로 거의 모든 가

능한 표현유형에 따라 사례가 적용된 것을 알 수 있다. 그리고 이질성은 아직도 여러 가지 새로운 표현유형들이 시도될 것이라고 기대해 보고 특히 가변성의 개념은 침실공간의 가변적 활용뿐 아니라 로비나 복도, 식당 등 다양한 시도들이 기대되기도 한다. 그래서 고정적인 호텔이 아니라 시간에 따라 변하는 이질성의 생소함으로 새로운 디자인 언어로 활용될 수 있는 개념이다. 복합성은 새로운 요소의 추가와 그 요소들간의 다양한 조합에 의해 더욱 다양해 질 것이다. 시간성은 비교적 난해한 개념으로 무시간성과 같이 변하지 않는 가치와 감성의 추구도 디자인에 새로운 표현유형이 될 수 있다.

<표 13> 호텔의 새로운 패러다임에 의한 표현양상

구분	표현양상	표현유형
호텔의 새로운 패러다임	다양함의 추구	가치관의 다양함, 직업, 취미, 취향, 미적 감각, 관심
	감성적 표현	디자인 선호도, 외향적, 외모지향,
	오리지널리티의 추구	창의성, 차별성, 예술품의 핸드메이드
호텔 디자인의 새로운 패러다임	차별성	각각의 층별, 객실별 차별성
	동질성	디자인의 일괄적 개성, 분위기, 소재, 패턴의 연속성, 컬러의 연속성
	이질성	가변성, 스케일의 왜곡, 규모의 변화
	복합성	기능의 조합, 형태의 조합
	시간성	과거성, 미래성, 무시간성

다원화되려는 새로운 시대적 패러다임은 호텔에 있어 숙박과 식음의 기본적 기능 외에 문화적이며 정신적인 그 무엇인가를 원하고 있다. 그것은 바로 새로운 경험에 대한 기대이며, 호텔디자인이 앞으로 추구해야할 이정표이기도하다. 이를 위해서는 본 연구에서 분석된 개념과 양상의 기본적 원리들이 호텔디자인에 적극 반영되어야 할 것이다. 디자이너들은 좀 더 다원적인 접근이 필요하며 새로운 사고와 지식의 접근을 통해 한층 더 발전되고 성숙한 호텔문화와 공간을 제시해야 한다.

참고문헌

1. Design Hotels, Silvio San Pietro, Paola Gallo, Ediziono L'archivoltto 2005
2. Hospitality, Hotel Design Diffusion, 2005
3. Hotel1990-2005 architecture, Gianluca Peluffo, Federico Motta Editore, 2005
4. New Hotels3, Agata Losantos, Collins Design& Loft Publication, 2006
5. 마크고베 지음, 이상민, 브랜드엔컴퍼니 옮김, 감성디자인 감성 브랜딩, 김앤김북스, 2003
6. 김문덕 외 7명 공저, 실내건축 디자인각론, 팽문각, 2001
7. 박진배, 호텔 경영과 디자인 팔레트, 도서출판국제, 2003
8. 원민정, 호텔 유형별 차별화전략에 따른 아이덴티티 연구, 홍대석론, 2006
9. 정소미·천혜미, 미래지향적 관점에서 본 카림라쉬드의 작품에 관한 연구, 한국실내디자인학회 논문집 통권 8호 2005. 5
10. 정소영, 차별화 전략을 위한 아이덴티티 연구, 이대석론, 2005
11. 김신, 감성 소비의 시대 디자인이 경쟁력이다, 월간디자인, 2004
12. 최지영, Hotel Fox, 월간 MARU, 2005. 8
13. 신지혜, Puerta America Hotel, 월간 Bob, 2006. 1
14. 김미영, Global Hotel, 월간 공간사랑, 2006. 10
15. 박진영, Lute Suites Hotel, 월간 공간사랑, 2006. 11
16. 이수정, 호텔 마르키스드 리스칼, 월간 공간사랑, 2006. 12
17. 부산일보, 2006. 12. 15

<접수 : 2006. 12. 31>