

엑스포 파빌리온 공간개념의 변화에 관한 연구

- 상하이 엑스포 전시테마와 공간적 커뮤니케이션을 중심으로 -

A Study on the Change of Spatial Concept in Expo Pavilions

- Focus on the Space Communication with Shanghai Expo Exhibition Theme -

Author 김경진 Kim, Kyung-Jin / 정회원, 홍익대학교 공간디자인학과 박사과정
이경진 Lee, Kyung-Jin / 정회원, 홍익대학교 건축학과 박사과정

Abstract The World exposition is considered as a great event to promote the cultural exchanges of their own urbanism and share the technological developments among the various countries across the all over the world. So many countries in the world desired to host and take part in the EXPO, so far only few countries have had the chance to hold the event and show their uniqueness of urban culture. but we might say the past exhibition as those for display and publication of matters of science, technology and trade, now we must say expositions of the 21th century has come under variations on cultural and informational interchange and humanism from the global issue and problem.

What makes possible to maximize the effort of reciprocal communication between people and the public can be the EXPO event as a means of the public information of the theme and this kind of event should suggest the public a message of the topic, message, image and even more the EXPO spirits and theme as an international event gives as much considerably spreading effect as its big scale.

In that aspect, the pavilion for the exhibition of EXPO and public information should be recognized as a place for smoothly forming the activities of reciprocal communication between the society and the public. with such a aspect this study, as its purpose of improving as well as communication, concerns the process in projecting the space paradigm of pavilion in the EXPO and public message and information as a means of the communication of the global theme.

Keywords 엑스포, 파빌리온, 전시테마, 커뮤니케이션
Expo, Pavilion, Exhibition Theme, Communication

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

근대화로부터 엑스포¹⁾가 문명의 발달과 함께 인류가 이룰 수 있었던 문화들을 한 시점, 한 장소에서 집약 전시하는 정보소통의 장으로서 개최되고 기술과 과학으로부터 국가적인 홍보, 때로는 전략적 과시를 위한 것이었다면, 21세기의 엑스포는 문화와 정보의 교류를 넘어 휴머니즘과 인간중심의 글로벌 이슈의 교감과 커뮤니케이션의 장으로 점차 성격이 변하게 되었다.

이러한 가치의 변화와 함께 현대 디자인의 중요한 패러다임으로서 디지털 기반의 기술은 비경계성, 모호성, 투명성 등의 개념과 함께 건축, 전시 등 다양하게 적용 및 시도되어지고 있으며 엑스포에서의 파빌리온²⁾이라는 특

수한 공간이 각기 담고자 하는 테마와 메시지의 전달은 새로운 공간 개념의 시대적 요구와 밀접한 관계가 있음을 주목하고 공간조형과 전시개념과의 상관관계를 살펴보고자 한다. 특히 다변화하는 국제적 사회에서의 논쟁적인 전시적 방법론은 비주얼 커뮤니케이션으로서의 중요한 수단이 될 수 있음에 과거 1차적 시지각 중심의 전시기법과 전달수단이 이제는 정해진 기간과 짧은 시간 동안 다국적 관람객에게 강하고 특정한 메시지를 전달하고 테마를 순간적으로 공유해야 하는 엑스포라는 특성은 공간

1) 세계 박람회(World Expos): 본 연구에서 엑스포의 개념은 세계 각국의 생산품 및 기술을 전시하는 BIE에서 정의하는 국제적 성격의 박람회를 말함. <http://www.bie-paris.org/site/en/expos/intro-to-expos.html>
2) 파빌리온: 1.정자(亭子) 또는 그에 속하는 경미한 정원건축 2.대규모 건조물의 분절부 3.만국박람회 등 회장에 세운 진열관. 본 연구에서 파빌리온의 개념은 비상설 건축공간 박람회장의 진열관으로 한정한다.

환경을 매우 독특한 성향으로 발달되어 가게하고 있다.

본 연구는 특정한 엑스포 주제의 전달에 부합하는 파빌리온 공간구성의 특성 및 관계성을 찾는 것이며, 그 세부 목적은 다음과 같이 정리된다. 첫째, 테마를 함축하고 전달하는 공간의 특징을 발견한다. 둘째, 메시지를 공유하는 비상설 공간구조의 유형을 파악한다. 셋째, 집단적 커뮤니케이션을 위한 전시표현의 개념에 대해 연구한다.

1.2. 연구 방법 및 범위

연구의 범위는 BIE³⁾ 공인 엑스포인 2010년 중국 상하이 엑스포에서 나타난 국가관별 파빌리온으로부터 각 테마 전달을 위한 공간구성의 개념에 대한 분석이다. 200여개의 국가관 가운데 엑스포조직위⁴⁾로부터 선정된 관중 연구 주제에 적합한 4개관의 내외부의 공간구조를 중심으로 분석하였으며 연구의 방법은 내용분석을 중심으로 하는 사례연구의 방법으로 사례연구 수집을 위하여 2010년 6월부터 8월까지 두 차례의 현장답사와 사례에 대한 문헌 자료를 토대로 이루어졌다. 분석의 도구는 파빌리온 주제 유형과 커뮤니케이션 요소의 관계 구조를 관찰하여 그 틀로 삼았다. 세부적인 전시 콘텐츠는 하위 세부 스토리텔링으로 분산 적용되는 것이 일반적이므로 공간개념 중심의 본 연구에서의 분석대상에서는 제외하였다. 공간의 구조적 특성으로서 콘텐츠에 대한 주제와의 커뮤니케이션이 발생하는 전시 공간과의 경계를 중심으로 상위개념으로서 주제가 파빌리온을 통해서 관람객에게 전하고자 하는 공통적 이슈와 함축된 메시지를 전달하기 위해 적용된 구조적 개념에 주목하였다. 본 논문에서 사용하는 공간을 조형하는 디자인 요소로서의 '경계'의 개념은 공간의 '나누임' 외에 공간경험자(Space User)와 콘텐츠간의 상호 반응 등의 인터랙션을 유발하는 수용적 차원의 '접합'을 포괄적으로 포함한다.

2. 엑스포 파빌리온과 전시테마

2.1. 엑스포 테마의 개념 변화

초기 엑스포는 상품의 직접적 매매나 교환에서부터 시작되었지만 시대를 거듭하며 포괄적 개념⁵⁾은 변화하였고 21세기부터 엑스포에서는 인류 공동의 미래에 대한 가치와 전망의 장으로 주제를 적극 활용하고, 인류와 공유하고 있다.

3) BIE: Bureau of International Exposition 박람회 개최를 국제적으로 공인하고 개최국과 참가국간의 이해 관계를 조정하는 정부간의 기구.

4) <http://en.expo2010.cn/a/20101031/000010.htm>

5) 엑스포 협약 제1조 엑스포는 일반대중의 계몽을 주된 목적으로 하는 전시회를 말하며 인간의 문명에 대한 욕구를 충족시키기 위하여 활용할 수 있는 수단을 전시할 수 있고, 특정 또는 제반 분야에서 인류의 노력으로 성취된 발전상을 전시하거나 미래에 대한 전망을 제시할 수 있다.

<표 1> 엑스포 구분에 따른 주제적 특성

구분	등록엑스포	인정엑스포
주제	인류 발전을 포괄하는 광범위한 주제선택	인류 활동 중 특정부분을 지칭하는 명확한 주제선택
개최기간	6주~6개월	3주~3개월
비용부담	주최국 부지제공 참가국 자국관 건설	주최국에서 전시관 건설 참가국 임대료 부담
면적제한	제한없음	250,000㎡ 미만
개최사례	2000 하노버엑스포 2005 아이치엑스포 2010 상하이엑스포	1993 대전엑스포 2008 사라고사엑스포 2012 여수엑스포

<표 1>과 같이 세계엑스포는 BIE 공인 여부에 따라 크게 2가지 등록엑스포와 인정엑스포로 나뉘며 등록엑스포는 다시 전문엑스포와 비전문엑스포로 구분되고 등록엑스포는 교역과 전시를 목적으로 이루어지고 있다. 공통된 주제는 인류의 노력에 의하여 이룩된 발전상, 미래상을 중심으로 전시되며 초기에는 물건 중심의 전시가 주였기 때문에 일반적인 주제를 가지고 개최하였지만 인정엑스포는 좀더 구체적인 과학기술과 문화교류를 주제로 한다. 초기의 엑스포에서부터 주제국 중심의 세계적 유산이 주는 유물문적 키워드로부터 세부 주제와 테마가 파생되는 구조이다.

<표 2> 근대 세계엑스포와 유형적 유산

엑스포 개최지	개최연도	주요유산과 기술적 주제어	
영국 / 런던	1851년	증기기관	동력
미국 / 필라델피아	1876년	전화기	통신
프랑스 / 파리	1878년	축음기	문화/예술
네덜란드 / 앤드워프	1885년	자동차	운송
프랑스 / 파리	1889년	에펠탑	기술
미국 / 세인트루이스	1904년	비행기실용화	운송
미국 / 뉴욕	1939년	텔레비전	문화/예술

1989년 엑스포의 개정안을 기준으로 엑스포의 성격과 기간, 개최규모, 개최 횟수에 따라 엑스포의 종류를 나누는 것을 원칙으로 하여 이후 등록엑스포는 BIE 승인 하에 광범위한 주제에서 '구체적인 주제'로 국가 단위로 참가하기로 하였다. 인정엑스포는 엑스포 사이에 1회 정도로 등록엑스포가 담지 못하는 '전문적인 주제'를 가지고 최소화된 참가비용으로 개최하는 것으로 자리 잡았다. 이는 위 표에서 보이는 유형적 유산⁶⁾ 경쟁의 이데올로기에서 인류 전체의 미래상을 함께 공유하고 소통하고자 하는 의지와 가치의 구현으로 엑스포의 성격이 명확히 변화함을 의미한다. 기계문명을 중심으로 하는 생산수단의 향상뿐만 아니라 전쟁으로부터 '인간성'을 되찾고자 하는 인식이 고조되어지는 시대적 상황과 함께 2차 세계대전 후에는 세계평화와 번영을 추구하자는 상호협정정신과 1970년대에서부터는 지구의 환경문제와 인간성 상실에 따른 인간의 회의가 반영되어 환경을 둘러싼 제반 문제를 반영하는 주제가 대두되기 시작하였다. 문화, 인간의 문제로 시작하여 최근에는 환경과 에너지 문제 등으로 주제의

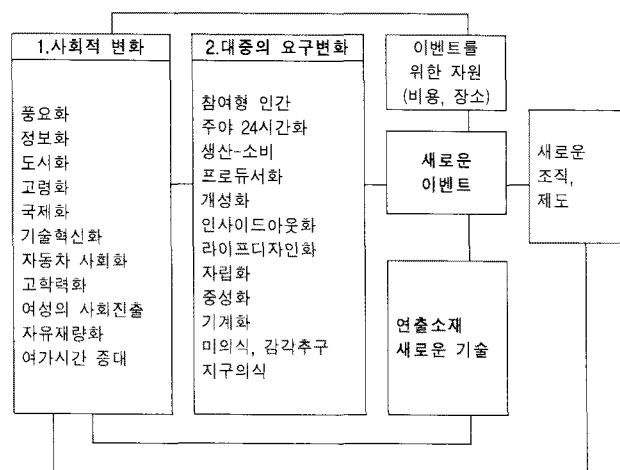
6) 유수연, 세계박람회의 테마관의 계획과 총합적 디자인프로세스에 관한 연구, 이화여자대학교 미술대학원, 1992, p.10

복잡성이 증가하고 있다. 이렇게 변화한 시기별 엑스포의 주제의 방향성과 특성을 분석하면 다음과 같다.

<표 3> 시기별 엑스포의 주제 변화와 특성 분석

시기구분	주제의 표현 및 연출특성
제1기 1851년~1900년	기술/문명개발의 시대 - 내셔널리즘 표현 - 실물전시 - 주체국 국력과시를 위한 박람회 건축 - 동적 전시기법 개발
제2기 1901년~1967년	과학문명과 인간성 회복의 시대 - 휴머니즘의 표현 - 파빌리온의 실용주의와 합리성 추구 - 상업적 파빌리온 등장 - 비일상적 연출 : 영상연출, 어트랙션
제3기 1970년~현재	인간과 자연의 조화의 시대 ⁷⁾ - 도시형, 독립형 회장계획에서 공원형, 전체 회장 계획 중심으로 전환 - 다양한 디자인, 소재를 적용한 실험적 파빌리온 등장 - 복합적 전시 : 복합적 전시공간구성, 영상매체 적극 활용, 체험형 전시기법

2기를 중심으로 등록엑스포에서는 ‘과학문명과 휴머니즘’, ‘인류의 진보와 조화’, ‘발견의 시대’처럼 광범위하고 철학적인 성향의 주제⁸⁾를 채택하였고 이데올로기와 정치적 가치관이 상실되기 시작하면서 전문엑스포 등을 통해 ‘오염 없는 진보’, ‘테크놀로지 시대의 레저’처럼 광범위한 주제를, 근래에는 ‘자원의 유한성’, ‘가용자원의 활용’처럼 구체적인 과제가 등장하였다.



<그림 1> 현대사회와 이벤트의 특성

엑스포를 국가적 주제 소통을 위한 글로벌 이벤트의 개념으로 수용되어 진다고 보면 위와 같은 요인에서 커뮤니케이션적 특성들이 발견되기 시작한다.

현대의 글로벌 사회에서 담아야 하는 집단적 구성원과 사회적 구조의 변화 특성으로부터 엑스포와 같은 소통 중심의 이벤트⁹⁾에는 <그림 1>과 같은 기술과 장소성의

7) 이낙현, 세계박람회의 변천과 한·일박람회 특성 연구, 대구대학교, 2004, p.35
8) 차미정, 2010여수세계박람회 성공적 유치 방안에 관한 연구, 여수대학교 산업대학원, 2001, p.13

변화로부터 국가적 흐름의 반영(사회적 변화)과 인류, 즉 집단적 소통(대중의 요구변화)이 동시에 고려되어지는 것에 그 원인이 있고 이러한 배경으로부터 이벤트와 대중 사이의 커뮤니케이션이 발달하고 중요하게 되었다.

2.2. 엑스포 전시테마의 특성 변화 분석

글로벌 테마와의 소통이라는 복합적 기능과 성격으로 변화한 엑스포에서의 파빌리온이 전시적 기능 이외에 커뮤니케이션을 위한 디자인적 계획 특성 고찰을 위해 <표 4>의 주제 유형으로부터 2가지 관점을 설정하였다.

<표 4> 연도별 엑스포의 주요 전시테마

연도	엑스포명	개최지 / 종류	엑스포 테마
1975	오끼나와 국제해양박람회	일본 오끼나와/ 특수박람회	바다, 그 바람직한 미래
1992	제노아 박람회	이탈리아 제노아/ BIE 종합박람회	배와 바다 (콜럼버스)
1992	세비아 박람회	스페인 세비아/ BIE 종합박람회	발견의 시대
1998	리스본 박람회	포르투갈 리스본/ BIE 인정박람회	바다, 미래의 유산
2000	하노버 박람회	독일 하노버 / BIE 등록박람회	인간-자연-기술
2005	아이치 박람회	일본 아이치/ BIE 등록박람회	자연의 예지
2008	사라고사 박람회	스페인 사라고사/ BIE 인정박람회	물, 지속 가능한 발전
2010	상하이 박람회	중국 상하이/ BIE 등록박람회	도시, 생활을 더욱 아름답게

첫째, 3기 이후의 엑스포 주요 테마 특징을 세부 주제와 함께 구체적으로 반복되는 최근의 전시적 테마의 방향성을 중심으로 한다. 둘째, 선행 엑스포 연구로부터 엑스포 파빌리온의 기존의 전시적 개념을 확인하여 새롭게 변모되는 개념의 분석틀과 범위를 비교 선택한다.

표와 같이 주제가 부각되는 주요 엑스포의 전시테마를 분석한 결과, 지구를 하나의 자연으로 해석하고 이와 공생하는 인간의 삶 자체를 엑스포의 최대 가치로 설정하는 추세가 뚜렷하며 기술을 경쟁의 수단이 아니라 하나의 해법으로 제시하고 공동의 이슈를 찾고자 하는 무대로서 엑스포를 배경처럼 활용하고 인류와 커뮤니케이션하고자 하였다.

관련 선행연구의 흐름과 후속 연구과제에서는 엑스포 주제의 경향 변화와 밀접한 파빌리온의 전시환경이 담고 있는 공간의 구조적 특성도 함께 동시적으로 변화해야 함을 살펴 보았고 엑스포의 테마 특성과 콘텐츠와의 커뮤니케이션에 파빌리온의 전시적 성격¹⁰⁾을 고려한다.

9) 도비오카 겐, 이벤트의 마술, 김영사, 1992, p.71
10) 지수호, 세계박람회 건축의 특성에 관한 연구, 홍익대학교 대학원, 1987, pp.5-7

<표 5> 선행연구 조사분석

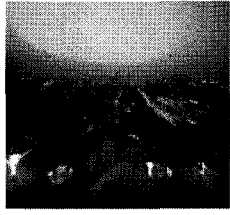
구분	저자	연도	관련 선행연구 내용
엑스포 연출 프로세스	차미정	2001	2010여수세계박람회 성공적 방안에 관한 연구 박람회 변천과 의의, 박람회를 통한 지역 활성화 효과와 사이트의 사후 활용에 대한 전반적 내용을 다룸으로서 여수엑스포 유치의 당위성과 문제점, 기대효과를 구체적으로 제시
엑스포 개념 변화	송지훈	2006	지속가능한 개발 개념 도입에 따른 세계박람회 건축의 변화 시대의 주요한 화두인 환경-생태적 담론이 국제박람회의 단계를 계획과 건축에 어떻게 반영되어왔는지를 지속가능 개념이 대두된 92년 리우선언 이후 박람회를 중심으로 고찰
	이낙현	2005	세계박람회의 변천과 한-일박람회 특성 연구 세계 박람회의 변천사를 개회배경, 역사적 흐름, 주제의 변화, 개최지에 따라 3개의 큰 흐름으로 분류하고 각각의 박람회의 변천과 표현특성을 도출하여 박람회의 미래 방향을 제시
엑스포 파빌리온 전시연출	유수연	1992	세계박람회 테마관의 계획과 총합적 디자인프로세스에 관한 연구 파빌리온 전시계획을 중심으로 전시매체, 건축, 영상, 운영의 제반사항에 대한 사례를 분석하여 적절한 전시매체를 선택하고 전시공간을 연출하는 통합적 프로세스를 제시
	김은주	1990	세계박람회 한국관 전시환경 디자인에 관한 연구 인간과 전시환경과의 커뮤니케이션인 박람회 전시의 구체적 과정을 제시하였으며, 역대 주요 박람회의 국제관과 한국관의 전시디자인 분석을 통해 전시경향과 문제점 파악
	우상기	1994	박람회 전시연출에 관한 연구 : 전시연출 커뮤니케이션 믹스를 중심으로 박람회 전시연출 커뮤니케이션 믹스의 개념을 도출하고 예측, 반응, 연출의 프로그래밍으로 분류하여 박람회 전시연출 사례에 적용/제시함
	허정	2010	세계박람회의 국가관 연출에 관한 연구 : 사라고사 세계박람회를 중심으로 파빌리온의 목적과 형태, 전시연출의 특성을 사라고사 엑스포의 한국관과 국가관을 분석함으로써 향후 박람회의 국가 이미지 표현을 위한 주제전시의 방향을 제시하고자 함
파빌리온 조성특성	김보선	2004	세계박람회(EXPO)의 한국관에 나타난 건축적 특성에 관한 연구 : 1964년 이후 한국관의 형태 및 전시공간의 변천을 중심으로 한국관의 전시규모, 전시내용에 따른 전시연출 기법의 변화를 분석하고, 한국의 국가적 이미지를 높일 수 있는 전시표현방법을 고찰
			1) 진보성: 일상을 풍부하게 하고 기술과 생산의 진보, 발전을 촉진, 인간의 정신활동을 가치를 전달, 2) 국제성: 국가, 기구, 단체가 질서를 중요하게 여기며 엑스포의 개념과 기준으로 하는 국제성, 3) 대중성: 인류의 역사와 경험, 지식과 사상의 표현이 인정되고 사상과 관계없이 인종의 구별 없이 관람하고 참가함으로써 보편적 커뮤니케이션을 성립, 4) 결합성: 근대문명은 지성의 결합체로서 발전하고 과학의 진보가 수반되어 생활을 향상시켜 왔고 경험하며 혜택을 받고 주제는 산업과 밀접히 결합, 5) 통일성: 내용이 다양화, 복잡화되며 기술상의 문제외에 공통의 문제를 주제로 상징, 고민하고 공유 및 전파하는 역할 수행.

3. 엑스포 테마와의 공간적 커뮤니케이션

3.1. 상하이 엑스포 파빌리온의 테마적 특성

2010 중국 상하이 엑스포의 주제는 '아름다운 도시, 행복한 삶'이며 전시기간은 6개월 동안(2010.5.1.~10.31) 진행되었고 도시를 테마로 하며 세부 주제는 다음과 같다.

<표 6> 상하이엑스포의 주제와 메시지

2010 상하이 세계박람회(The 2010 World Exposition, Shanghai, China)			
개요	성격	세계박람회기구(BIE) 공인 등록박람회 (Registered EXPO)	
	시기	2010. 5. 1 ~ 2010. 10. 31(184 일간)	
	장소	중국 상하이시	
	총 관람객	7,300만 명	
주제	더 좋은 도시 생활을 위하여 (Better city, Better Life)		
메시지	중국의 도시화 현황을 재점검하고 새롭게 추진하기 위한 전 세계 도시의 다양한 모습을 중국의 최첨단 도시 상하이에 펼쳐 놓는 것이 목표		

개최 장소는 상하이 황포강의 남포대교와 루푸대교 사이의 강변을 따라 5개의 존으로 구분되어지고 A, B, C존은 포동지역에 D, E 존은 포서지역에 위치하며 엑스포의 특성상 지리학적 장소 특성 뿐만 아니라 장소의 문화적 상황의 고려, 관계를 갖는 도시와의 공간성을 살펴보아야 한다.

<표 7> 상하이 엑스포 파빌리온 전시의 물리적 요소

상하이 엑스포 파빌리온 공간구성의 관련 요소 분석			
구분	항 목	물리적 전시 환경 요소	파빌리온 구성 및 프로세스 주요점
전시 특성	패러다임 전환	고도성장으로 대표되는 중국 국가 패러다임을 환경을 포함한 삶의 질 문제로 전환하고자 하는 의미	246개 국가와 기업, 국제조직 참여
	환경 박람회	박람회장 안쪽에 태양광 발전기와 풍력 발전기를 설치하여 그린 에너지 생산 관람객 이동수단, 수소·전기·하이브리드 자동차 이용 여름철 열섬현상(heat island)을 줄이고 에어컨 사용 최소화 지속가능한 발전의 터전으로서 도시상 제시	5개의 테마관 구성 도시인관(Urbanian Pavilion) 도시생명관(Pavilion of City Being) 도시지구관(Pavilion of Urban Planet) 도시발자취관(Pavilion of Urban Footprint) 도시미래관(Pavilion of Future)
엑스포 공간 구성	부지 개요	도심에서 멀리 떨어진 최초의 박람회. 남쪽의 베일링링 작은 강이 푸동의 황푸강 지역에 합류하여 워터프론트 형성	1) 접근성: 공간이용자의 쾌적한 접근, 용도별 동선의 계획, 전시물, 전시품의 반출입에 대한 기능성의 향상과 장애자 동선에 대한 배려 및 고려. 2) 명쾌성: 명쾌한 동선으로부터 중첩되지 않으며 건축과 전시계획의 오차를 줄이며 순환, 선택동선 특징을 고려, 주제와 테마를 전달하는 합리적인 프로그램 계획.
	인프라 구축	연 100만 명이 이용할 수 있는 국제여객센터가 울 해 말 완공을 목표로 박람회장 인근에 건설. 루푸대교 인근에는 황푸강을 동서로 잇는 해저 터널 공사가 진행 중	3) 거주성: 상주 관리자를 고려한 설비적, 기계적 측면에 대한 환경조건을 계획, 관람자의 관람피로와 피크타임의 로드에서의 공간적 휴식과 여유공간의 설정. 4) 안전성: 순간적으로 유입에 따른 가족 중심의 관람 유형으로부터 어린 세대와 노년 세대의 잠시간 관람의 비상시의 피난동선의 수용. 5) 편리성: 메인전시 이외에도 부대시설을 통한 엔터테인먼트적인 요소가 공존. 판매시설 및 선택적 부가정보시설이 스타트 혹은 엔딩 부분에 배려. 6) 경제성: 관리효율을 높이고 작업능률을 향상, 에너지 및 경제적 효과를 이루는 기법이 동시적으로 고려.
	황푸강 종합 개발 계획	20km에 이르는 황푸강 유역의 133,300천㎡를 금융, 무역 그리고 국제항공 운송의 허브로 개발	

포동의 A존은 아시아 국가관, B존은 주제관 및 국제기구관, C존은 유럽, 아메리카, 아프리카 국가관, 포서의

D존은 기업관과 주제관, E존은 미래관과 기업관으로 구성되었다. 도시구조의 일부인 강이라는 자연적 요소가 주제 영역구분 및 위계 설정에 의도적으로 도입되었다는 특색이 타 엑스포와 차별적인 입지이며 이렇게 계획된 엑스포의 공간 구조와의 소통이 주제와의 커뮤니케이션에 새로운 인자로 작용하였다.

3.2. 파빌리온 전시테마와 공간적 커뮤니케이션

인간의 사회를 중심으로 하는 자아와 주변과의 소통, 메세지와 의 교류, 테마와의 공감, 즉 커뮤니케이션의 중요성은 앞서 언급한 엑스포가 하나의 글로벌 이벤트로서의 기능을 수행하면서 더욱 필요충분조건으로 성립되게 되었음을 확인하였다. 이러한 커뮤니케이션으로부터 생성되는 주제와의 이미지는 시간(temporal image)을 중심으로 펼쳐지는 공간이미지(spatial image), 관람자 자신의 개인이미지(personal image)와의 관계(relational image)와 감정(emotional image) 등의 감각적 소통으로 주제에 부합하는 가치이미지(value image)로 발견되고 생성, 구축되어 진다. 이렇게 공간환경에서의 소통에 대한 디자인적 요소¹¹⁾를 정리하면 다음과 같다.

<표 8> 공간적 커뮤니케이션과 디자인 환경의 요소

커뮤니케이션 요소	공간환경론	환경심리학	공간디자인 기법
커뮤니케이션 상황	커뮤니케이터가 일어나는 시간적, 지리적 상황. 커뮤니케이션이 일어나는 분위기, 장소, 시간, 수용자와의 관계는 물론 포괄적으로 사회적, 정치적, 문화적 상황을 포함.		
커뮤니케이터 communicator	지리적 환경 geographical environment	근접성 proximity	공간이미지 spatial image
메시지 message	행동적 환경 behavioral environment	유사성 similarity	시간적 이미지 temporal image
매체 medium	잠재적 환경 potential environment	연속성 continuation	관계 이미지 relational image
수용자 receiver	실제적 환경 effective environment	방향성 common fate	개인이미지 personal image
효과 effects	자연적 환경 natural environment	완결성 closure	가치이미지 value image
피드백 feed back	인위적 환경 built environment	대칭성 symmetry	감정이미지 emotional image
커뮤니케이션 상황 context setting	공간환경의 다양성에 대한 고려	디자인의 기법적용	테마와 감각적 의미
	다양한 공간환경과 주제전달에 부합하는 디자인과 연출 요소 도출		

최근의 엑스포의 전시는 디지털 기술의 발달로 3차원 모델링과 같은 디자인 도구의 도움으로 내부와 외부가 동질의 하나의 덩어리로서 사고되며 이전에 비해 확장된 사고에서의 계획이 가능하게 되었다.

특히 파빌리온의 공간은 건축, 인테리어, 전시의 산업 기반의 전문영역 분할이 아닌 총체적 아트큐레이팅의 개

념으로 변화하고 있으므로 하나의 공간을 조형하고 계획함에 있어 표면과 내부의 공간이 별개가 아닌 '단일하게 인식되는 과정'이 가능해지고 현대의 공간에서 경계영역을 중심으로 그 형태와 구조가 가지는 의미가 더욱 중요한 요소, 또는 커뮤니케이션으로의 변수, 즉 주제로 의도된 연출로써 다가오게 됨을 상하이 엑스포 전후의 가장 대표적인 엑스포를 비교하면서 분석하였다.

<표 9> 3대 엑스포의 커뮤니케이션 요소와 전시연출 특성

구분	커뮤니케이션주제	주요매체	전시연출효과	
아이치 엑스포	나가 쿠테 일본관	일본의 경험, 20C 풍요로움으로부터 21C의 풍요로움으로 멀어지기 시작한 사람과 자연을 다시 연결하자	-30입체 영상 -360도 천구형 시어터	-지구의 방 로비에서는 3D용 안경을 쓰지 않아도 볼 수 있는 세계최대급의 입체 영상 상영 -지구의 100만 분의 1(직경 128m)의 구체 스크린 안을 일부 강화유리를 이용한 브릿지나 관통하고 있어 발밑에서부터 머리 위까지 360도 끊어짐이 없는 박력 있는 영상이 상영
	미츠 비시 미래관 @earth	지금 이 지구에 살아있는 불가사의, 그 기적에 대한 시선(우주적 시야에서 본 지구환경 유지)	-IFX Theater	-관람석 326석의 IFX 효과에 의한 거대한 영상과 서라운드 음향시스템에 의해서 무한대로 퍼지는 우주 영상 공간을 체험
	캐나다관	다양성의 예지	-24매의 플라즈마 스크린 -최첨단 3D 확장기술	-3개의 높고 투명한 스크린을 설치한 대형 Theater에서는 투명 스크린을 통해 기존에 경험해보지 못한 체험을 하게 됨
아이치엑스포 커뮤니케이션 특성 요소	1)매체(medium): 메시지를 담고 있는 용기(vehicle) 및 용기의 운반체와 회로(channel), 메시지가 수용자 및 관람자에게 전달. 2)효과(effects): 수용자가 커뮤니케이션 자극을 받고 나타나는 반응과 커뮤니케이터가 바라보는 반응, 전시의 주제적 시각에서의 전달성이 강조.			
사라고사 엑스포	워터타워	Water for Life	-135개 상정 조형물 -컬러 조명	-물방울이 바닥에 떨어지는 순간을 포착한 형상을 135개의 조각으로 연출하여 물이라는 테마를 부각시킴 -램프를 통해 73m 높이의 공간을 수직적으로 이동하면서 물의 가치를 느끼고 생각하는 공간
	아라곤관	Water and Future	-20mx7m의 벽면 스크린 영상	-대형공간 전체를 영상면으로 활용하여 관람객이 자유롭게 관람하도록 하여 휴식과 명상을 즐길 수 있는 감성적 공간을 연출함
	멕시코관	We are water	-천정 영상과 거울로 이루어진 영상관 -벽면 멀티 스크린 영상	-공간전체를 조명, 영상에 의한 복합 연출 표현에 의하여 감성적으로 주제메시지를 전달함
사라고사엑스포 커뮤니케이션 특성 요소	1)메시지(message): 커뮤니케이터 소통의 목적을 위한 내용과 기호 또는 자극들의 집합에서 개관적 사물, 사상, 상황을 대신하는 언어, 그림, 도식 등을 의미하여 연출자가 가지고 있는 생각과 커뮤니케이터의 생각이 기호로 바뀌어져 표출된 상태 혹은 상황의 조건 강조. 2)수용자(receiver): 커뮤니케이터가 보내는 메시지를 받게 되는 개인과 단체로서 수용자는 커뮤니케이터의 메시지 뿐만 아니라 속성이나 영향을 수용자가 메시지를 받고 반응하는 것은 메시지 하나 이상으로 직각한 모든 복합적 자극에 대한 반응적 특성 생성.			
상하이 엑스포	일본관	인간의 마음과 기술의 조화	-musical theater를 통한 Scenography적인 연출	-6000㎡의 면적에 높이 24m로 역대 엑스포 사상 가장 큰 국가관임 -Main Show 공간은 Musical Theater로 구성됨 -Musical Theater를 통해 영상을 포함한 다양한 무대연출과 Scenography적인 연출로 구성됨

11) 김은주, 세계박람회 한국관 전시환경디자인에 관한 연구, 이화여자대학교 산업미술대학원, 1990, pp.12-16 요약정리

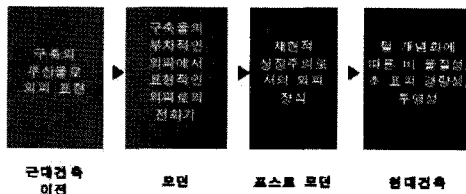
상하이 엑스포	독일관	조화로운 도시	-30,000개의 LED로 만들어진 전자 -750명을 수용할 수 있는 대형공간에서 5분간에 쇼타임이 있음
	한국 기업관	Together, we make better	-30,000개의 LED로 만들어진 독창적인 오브제적 영상매체 활용 -나선형의 영상관람 공간을 구성함 -42인치 PDP 16대가 192개의 Multi-PDP영상면을 만들어 내는 색다른 매체를 구성함
상하이엑스포 커뮤니케이션 특성 요소	1)피드백(feed back): 커뮤니케이터에게 되돌아 오는 수용자의 반응이 커뮤니케이터가 수용자의 반응을 보고 의도와 비교 평가하여 커뮤니케이션의 자극을 수정, 보완해서 재입력하는 과정 생성. 2)커뮤니케이터(communicator): 정보인자로서 커뮤니케이션의 행위자의 발생, 엑스포 전시에서 관람객 개개인과 개인이 동시에 수용된 상황에서의 집단적 상황의 표출.		

주제 연출의 의도와 경향, 각 테마 전달성과의 관계를 살펴보고 세부적인 파빌리온의 변화 특성 및 공간의 형식에 연결하여 비교하고자 한다.

(1) 은유적 테마의 파빌리온 공간개념

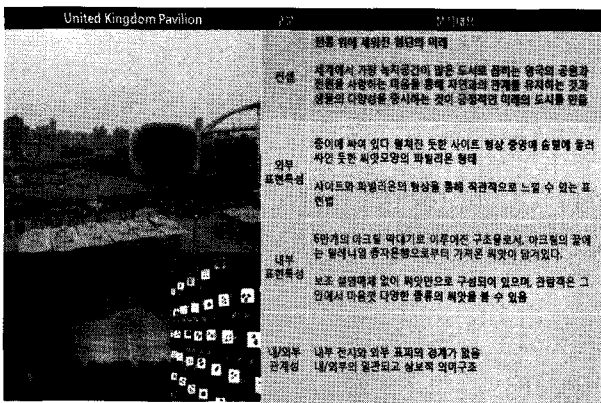
① 환경심리에서의 자극과 반응: 커뮤니케이션 지각

앞서 설명한 커뮤니케이션 요소로부터 파빌리온에 대한 환경의 지각은 인체의 감각기관을 통하여 현존하는 환경에 대한 정보를 감지하여 받아들이는 과정을 수용한다. 또한 인간이 사용하고 있는 환경에 관한 지식의 바탕을 제공해주며 환경에 적응하는데 있어서 공간적으로 드러난다.



<그림 2> 공간구획의 성격변화: 콘텐츠 수용과 경계

공간환경의 인지는 과거 및 현재의 외부 환경과 현재 및 미래의 인간 행태를 연결시켜주는 지식을 얻는 다양한 수단¹²⁾을 말하며 형태심리학에서의 관점에서 주제들의 유사성(similarity)이 메인테마와의 연속성을 유지하며 하나의 방향성(common fate)을 가지고 메시지로서 완결하게



<그림 3> 은유적 테마와 전시공간의 유형분석: 영국관

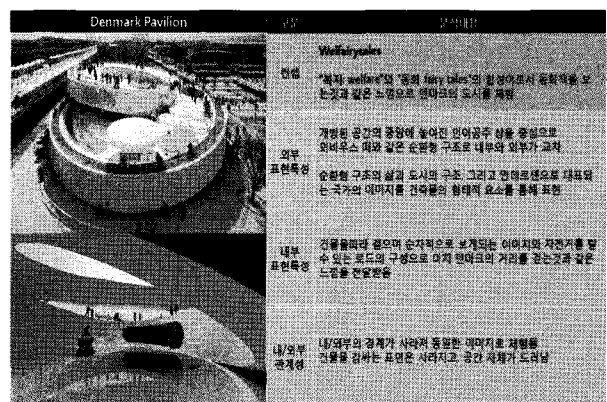
되는 특성에서 관람객은 관람 후의 주제의 연결로부터 대칭성(symmetry)을 확인 할 수 있고 관람자가 무엇을 본다고 하는 것은 물체지각(object perception)인 아닌 환경지각(environmental perception)의 개념으로 확장된다.

공간환경 지각은 사용자와 공간환경 사이의 적극적인 상호작용이며, 공간디자이너는 담겨 있는 것들을 보여주기 위하여 환경적 자극의 요소들이 독립된 별개가 아니고 통일된 하나로서 동시에 전체로서 일체화 됨을 지각, 이해하고 있으며 이는 의도된 전시환경과의 소통을 바탕으로 형성한다.

② 내부 콘텐츠의 암시적 장치: 상보성

파빌리온 외부와의 커뮤니케이션이 공간의 이동(관람자 시점의 시간의 변화) 후 내부의 조각과 하나 되어 콘텐츠와 스토리를 완결하게 하는 방법으로 공간의 커뮤니케이션을 위한 이미지 맞추기의 행태가 유발이 가능하고 선형적 경험을 중심으로 콘텐츠 각각이 주제가 되어 능동적 테마를 구현하고 형성하는 현상이 발생하며 전시공간의 경계는 '연극의 막과 장'처럼, 스토리 구성의 가이드가 되어 간다. 공간의 내외부의 경계가 불분명하거나 유사한 이미지를 통해 연계성을 느낄 수 있을 때, 건축물이 온전히 하나의 단일체의 의미구조로 이루어진 주제의 수용을 수행하고 소통한다.

내외부 전시공간체험과 커뮤니케이션을 통해 관람객은 내재된 의미를 경험과 함께 인지하며, 내외부를 통해 전달되는 메시지를 이해하고 재해석 할 수 있는 자기중심적 공간이용 행태를 지니게 된다. 스스로 형성하고 만들어낸 주제적 가치의 콘텐츠이므로 관람객에게 지속적인 감흥 및 엑스포 기간 이후의 확장적 파급을 줄 수 있는 효과가 있다.



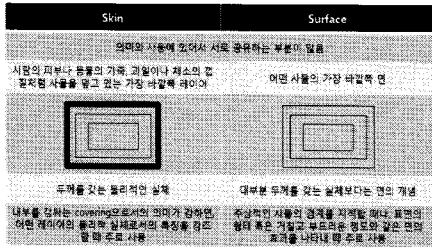
<그림 4> 상보적 테마와 전시공간의 유형분석: 덴마크관

(2) 상징적 테마의 파빌리온 공간개념

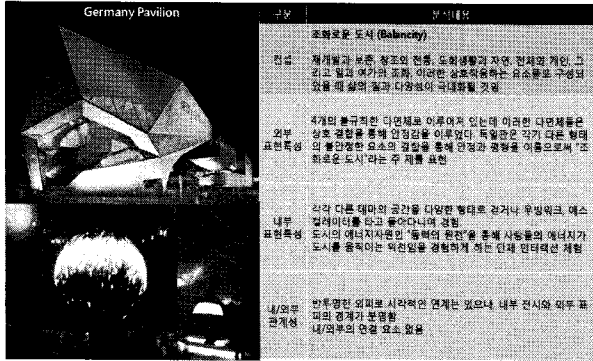
① 잠재적 환경과 실제적 환경으로부터의 주제 생성:

사용하는 공간에서의 시간성을 포함한 경계의 이동은 인간이 속한 환경과의 관계 속에서 변화적 특성을 알아내어 현상을 조절하고 공간환경의 일부분으로서 자신을 발견하는 개념이다.

12) Moore and Golledge, Environmental know: Concepts and theories, Downden, Hutchinson and Ross, 1976, pp.3-6



<그림 5> 상징성의 내포되는 공간경계

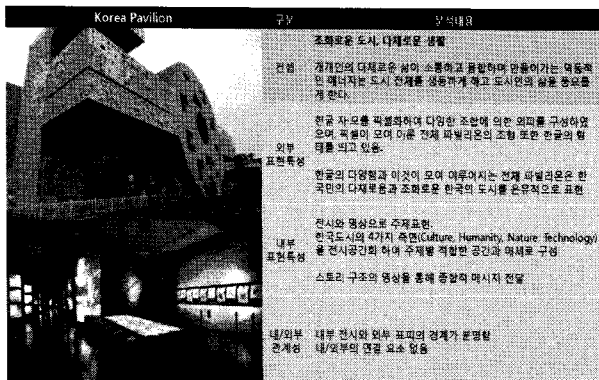


<그림 6> 잠재적 테마와 전시공간의 유형분석: 독일관

인간은 자신이 가지고 있는 지능과 감정의 의지로 물리적 세계 혹은 사회와의 관계와 커뮤니케이션을 가지며 자의식, 자기규정, 가치의식을 갖고 인간 사회 안에서 자아의 위치를 발견하고 사회의 일부분으로서 인간을 논하게 되기에 파빌리온의 공간 가운데 놓여진 관람자는 끝없이 전체 공간을 감각하며 자신의 기억과 지식의 실제적 환경 이외의 잠재적 환경과의 차이를 발견해나가며 행동을 통해 소통하는 현상을 이루게 된다.

② 내부 콘텐츠의 전이적 요소로의 표면: 상징성

상업적 건축 파사드나 공공영역에서의 체험공간으로부터 많이 보였던 유형으로 건축 표면이 마스크처럼 1차원적 시각 감각으로 커뮤니케이션의 다양성을 펼치는 타입이다. 표현에 있어 내부와 동일하거나 유사한 메시지를 공유하고 있으나, 커뮤니케이션 방법이 실시간 상이하며 콘텐츠가 응축된 디지털 매체를 이용한 표현방식을 통해



<그림 7> 상징적 테마와 전시공간의 유형분석: 한국관

미리 입력된 신호나 주변의 시그널 센서를 활용하여 같은 뷰포인트에서 다양한 파노라마를 이루어 스토리와 시퀀스를 발생시켜 주제를 강조한다.

내외부가 연결성은 적지만 프리쇼로서 외부공간을 활용하므로 의미 전달에 있어 연속성을 가지며, 내외부의 하나 된 대규모의 현장감이 간접적으로 가능하다. 기존 건축구조에 리노베이션 방법으로 구현이 가능하므로 재생건축 등에 활용가능성이 있고 모바일 인터페이스와 융합되어 폐쇄적이지 않은 커뮤니케이션에 유리하다.

3.3. 엑스포 테마와의 커뮤니케이션과 공간특성

앞의 유형들로부터 테마 및 콘텐츠의 공간적 표현 전달에 있어 파빌리온들의 개념이 각각의 특성을 갖는 것을 확인하였고 세부항목을 비교하면 다음과 같다.

<표 10> 상하이 파빌리온 사례분석의 종합

파빌리온 공간개념	내외부 공간 관계			커뮤니케이션 요소		
	경계	내부	외부	메시지/수용자	매체/효과	커뮤니케이션 터/피드백
분석요소						
은유적 특성 (영국관)	공간을 통한 지각과 감각			직접적 커뮤니케이션 연출		
공간확장	연계성 ●	모호성 ○	실명적 ○	개념적 ●	연계성 △	모호성 ○
주제전달	실명적 ○	개념적 ●	연계성 △	모호성 ○	실명적 ●	개념적 ○
상호적 특성 (테마크관)	공간 상호보완적인 구성			적절하고 명료한 주제 소통		
공간확장	연계성 △	모호성 △	실명적 ○	개념적 △	연계성 △	모호성 ○
주제전달	실명적 ○	개념적 △	연계성 △	모호성 △	실명적 ●	개념적 ×
잠재적 특성 (독일관)	공간구성의 직간접 체험			상호반응적 주제의 교환		
공간확장	연계성 ○	모호성 △	실명적 ×	개념적 ○	연계성 ●	모호성 △
주제전달	실명적 ×	개념적 ○	연계성 △	모호성 △	실명적 ○	개념적 ●
상징적 특성 (한국관)	직접적 심볼과 상징 구성			객관적 콘텐츠의 약호화		
공간확장	연계성 △	모호성 ×	실명적 ●	개념적 ○	연계성 △	모호성 ○
주제전달	실명적 ●	개념적 ○	연계성 △	모호성 △	실명적 ●	개념적 ○

*반영의 결과값 표시기호: ●(100~80) / ○(80~60) / △(60~40) / ×(40~0)

파빌리온 사용자들부터의 반응을 커뮤니케이션 요소로서 적용시키고 그 데이터와 상황을 안과 밖으로 연결하고 내외부의 동질성과 현장성을 증폭시켜 그 공간을 담는 사람들, 공간사용자 집단 자체가 상징이며 콘텐츠로서 마지막 완성으로서 구성하는 경향으로 나타나는 특성이 발견되었다. 건축 표면이 내부 콘텐츠의 약호와 같이 내외부의 동시성을 추구는 현장성을 바탕으로 하는 장소에 가치를 불어 넣은 개념으로 더욱 발전하고 관람객은 외부를 통해 내부의 콘텐츠를 직감적, 암시적으로

전달 받아 외피 자체가 내부 콘텐츠의 촉각 기능을 수반하며 내외부 관객을 서로의 경계너머를 통해 '동시'에 같은 감응과 전달의 기능이 가능하게 된다.

<표 11> 복합적 커뮤니케이션 공간특성 요소

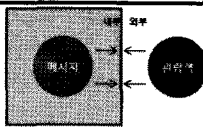
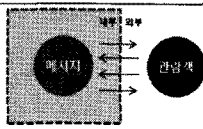
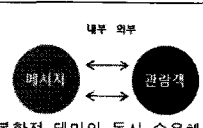
특성	공간세부항목		공간기법요소
상징성	메시지 표현의 상징성	공간표현 연출기법	- 독창적 구조 - 상징적 연출
경계성	공간구성	내외부 경계 내외부 표현	- 내외부 경계 - 내외부 표현방식
공감각성	감각요소	형태, 질감 빛, 조명 오감연출	- 마감재료, 재질 - 색채 및 조명계획 - 다감각 체험연출
시간성	인지체계	연계성 가변성 동선체계	- 역동성 - 공간의 중첩 - 관람동선의 형식
상호작용성	소통방법	환경감응 정보전달형 관람자주도형	- 환경과 공간의 상호작용, 방법 - 상호작용을 통한 특정 정보전달 - 관람객 참여를 통한 관람체험 완결

열린 구조, 마치 양방향의 판막 같은 공간구조는 과거 광장형의 단일 공간에서의 이벤트보다 입체적이며 상상적 이슈의 커뮤니케이션이 가능하며 확장된다. 이러한 특성이 다양한 연출요소와 융합된다면 같은 물리적 규모의 공간에서도 다채로운 커뮤니케이션 환경이 조성될 것이다.

3.4. 종합분석

상하이 엑스포 주요 파빌리온의 전시연출에서 메인 테마와의 커뮤니케이션을 달성하기 위해 사용된 대표적인 개념을 정리하면 크게 아래와 같이 나누어진다.

<표 12> 테마와 공간유형에 따른 커뮤니케이션

파빌리온 공간개념	커뮤니케이션 유형적 특성
 <p>상징적 테마의 파빌리온</p>	-주제의 상징성/구조의 잠재성: 내외부의 물리적, 체험적 공간의 경계를 지정하며, 외부와 내부가 서로 다른 연출을 통해 메시지를 소통, 전달하므로, 내외부의 상관관계가 매우 약하지만 상징적 주제를 강조할 수 있다.
 <p>은유적 테마의 파빌리온</p>	-메시지의 은유성/공간의 상보성: 파빌리온의 표면을 통해 관람객과 건축물이 서로 감응하게 되며 이를 통해 메시지를 전달할 수 있는 공간구조로 일반적으로 감응적 체험은 전시공간에도 지속되며, 건축 표면을 통해 내외부의 관계성이 강화되는 형태로 은유적 커뮤니케이션이 발생한다.
 <p>복합적 테마의 동시 수용체계</p>	-콘텐츠의 동시성: 파빌리온 자체로서 메시지의 전달이 가능하며, 공간의 내외부 부분이 어렵거나 동일한 디자인 언어로 구성되어 있음. 전시공간 내외부는 완벽하게 하나로 연결되어 물리적, 시각적으로 구분이 모호, 상호보완적 주제 컨트롤이 이루어진다.

3가지의 유형이 주제특성에 따라 공간형식은 다르지만 다음과 같은 연출적 특성의 유형이 나타나고 있다.

1)엑스포 콘텐츠의 언어적 커뮤니케이션(verbal sign) 수용과 함께 비언어적 커뮤니케이션(non-verbal sign)중심의 주제 소통의 방법으로 사용되는 유형.

2)대인 커뮤니케이션을 통한 엑스포 메시지 전달과 매스커뮤니케이션을 통한 주제전달이 단일 파빌리온 공간

에서 동시적으로 구현되는 유형.

3)상징과 시공간 언어로서의 소통이 공간의 내외부의 구분과 경계를 넘나들며 엑스포 주제와 함께 실시간으로 생성되는 유형.

4. 결론

세계적 이슈와 메시지를 인류가 다 같이 공유하는 장이 된 엑스포는 주제의 효과적 전달과 소통이 무엇보다 중요하다. 2010년 상하이 엑스포에서는 그 주제 전달을 위한 다양한 연출과 파빌리온의 개념들이 등장하거나 디자인적으로 정착되어지는 모습이 보였는데 특히 엑스포 주제를 관람객에게 전달하는데 있어 파빌리온을 중심으로 집단과의 소통을 위한 커뮤니케이션 중심의 공간조형과 내외부의 경계적 특성 변화 등이 현장에서의 주제에 대한 생생한 몰입을 강화하는 유형으로 엑스포 공간환경이 발달하는 것을 알 수 있었다.

그 특성은 첫째, 물리적 공간의 경계가 테마와의 커뮤니케이션 방법에 따라 조절되고 있다. 둘째, 공간개념의 유형은 커뮤니케이션 요소와 연출로부터의 주제전달 방법에 많은 영향을 받는다. 셋째, 일방향적 메시지의 전달 공간이 아닌 각각의 소통을 통해 주제와 교감하고 생성되는 현장성과 집단적 특성을 활용한다. 따라서 엑스포의 발전은 보편화되는 다문화의 사회구조에서 콘텐츠의 다양한 사용 및 각각의 수용적 측면에서 주요 공간개념으로의 활용 및 발전 될 것으로 기대된다.

참고문헌

1. Moore and Golledge, Environmental know: Concepts and theories, Downden, Hutchinson and Ross, 1976
2. EXPO2010 SHANGHAI CHINA OFFICIAL ALBUM, China Published Group Corporation, 2010
3. 주강현, 상하이세계박람회_상하이의 역사적 풍경과 파빌리온의 경관, 블루&노트, 2010
4. 도비오카 겐, 이벤트의 미술, 김영사, 1992
5. 스키모토 토시마사, 큐브에서 카오스로, 발인, 2002
6. 지수호, 세계박람회 건축의 특성에 관한 연구, 홍익대 석사논문, 1987
7. 이낙현, 세계박람회의 변천과 한·일박람회 특성 연구, 대구대 석사논문, 2004
8. 유수연, 세계박람회의 테마관의 계획과 총합적 디자인프로세스에 관한 연구, 이화여대 석사논문, 1992
9. 김은주, 세계박람회 한국관 전시환경디자인에 관한 연구, 이화여자대학교 산업미술대 석사논문, 1990
10. 차미정, 2010여수세계박람회 성공적 유치 방안에 관한 연구, 여수대 석사논문, 2001
11. 권현아, 현대건축에서 나타나는 표면의 특성에 관한 연구, 서울대 석사논문, 2003
12. 박병찬, 현대 건축에서 나타나는 활성화된 건축표면의 특성에 관한 연구, 건국대 석사논문, 2006
13. 박선영·황미영, 도시공간에서 현대 건축 외피의 인터페이스적 특성에 관한 연구, 한국문화공간건축학회논문집 통권 제23호, 2008.9

[논문접수 : 2011. 03. 31]
[1차 심사 : 2011. 04. 19]
[게재확정 : 2011. 05. 06]