

장소 마케팅을 위한 지역 상징적 테마와 이미지 표현 기법에 관한 연구
- 일본 테마전시관 사례를 중심으로 -

A Study on the Symbolic Regional Themes and its Expression Methods for Place Marketing
- Focused on the Theme Museums of Japan -

박혜경(Park, Heykyung)

인제대학교 디자인학부

김정재(Kim, ChungJae)

경북대학교 건축공학부

본 연구 논문은 2001년도 인제대학교 교내 학술연구비 지원에 의한 것임.

1. 서론

2. 지역 상징적 테마에 대한 일반적 고찰

- 2-1. 테마의 기능과 특성
- 2-2. 지역 상징적 테마와 장소성
- 2-3. 지역 상징적 테마와 장소마케팅
- 2-4. 지역 상징적 테마의 이미지화

3. 사례 조사

- 3-1. 조사 범위 및 방법
- 3-2. 조사 대상 시설의 일반 현황

4. 지역 상징적 테마 유형 분석

- 4-1. 물리적 맥락의 테마 유형
- 4-2. 사회문화적 맥락의 테마 유형

5. 지역 상징적 테마 표현 기법 분석

- 5-1. 재현적 표현 기법
- 5-2. 은유적 표현 기법
- 5-3. 상징적 표현 기법
- 5-4. 환유적 표현 기법
- 5-5. 테마 유형별 표현 기법 특성

6. 결론 및 향후 과제

참고문헌

(要約)

본 연구는 장소 마케팅 전략인 지역 특성화를 위해서 적절한 지역 상징적 테마의 발굴과 이의 효과적 이미지 표현이라는 두 가지 관점에서 접근되어야 한다는 전제 하에 최근 20년간 일본 지역 테마전시관에 나타난 지역 상징적 테마와 이의 표현 기법을 조사 분석하는 실증적 연구로 진행되었으며 이는 향후 국내의 지역 상징적 테마 특성과 표현 방법과의 비교연구를 위한 기초 자료로서의 목적을 가진다.

사례 조사 분석의 결과, 자연지형과 생태, 인공시설, 유적과 유물 등 물리적 유형과 지역산업, 지역문화, 지역인물, 역사사건 등의 사회문화적 유형으로 분류되었다. 또한 전시관에 부여된 지역 상징적 테마를 적절히 표현하는 방법으로 재현, 은유, 환유, 상징 등의 표현기법 사례들이 나타났다. 특히 90년대 후반부로 갈수록 다양한 지역을 상징하는 테마적용이 증가하고 더욱 강한 이미지로 표현되고 있었다.

(Abstract)

In these days, each local administrative organizations and residents have made constant efforts to achieve unique regional identity and its publicity as a strategy for 'Place Marketing'.

Developing a proper symbolic regional theme for the area can bring the economic and cultural vitality to the local areas. The purpose of this study is to investigate and to analyze the contents of theme and expression methods of local theme museums of Japan for last 20years. The types of regional themes appeared as 'Physical' part like topography/ecology, relics and manmade facilities, and 'Social & Cultural' part like industry, culture, people or historic events. The cases of expression methods such as Representation, Metaphor, Symbol and Metonymy could be also found. There was an increasing tendency applying and expressing the symbolic regional theme more impressively as the time passed.

(Keyword)

Theme Museum, Expression Method, Japan

1. 서론

세계화, 지방화 시대를 맞아 지역 특성을 기반으로 하는 다양한 경제, 문화 활동이 지역의 정체성 확립과 지역 발전의 출발점이 된다는 인식이 확산되면서 지역 특성을 반영하는 새로운 발전과 디자인을 통한 적극적인 개발의 결과들이 많이 나타나고 있다. 1995년 민선 지방자치 단체장 선거 후, 본격적인 지방자치 시대가 열리게 된 이래, 각 지방정부들은 지역 특유의 정체성 확립과 지역 경제 성장을 위한 자구적인 정책 마련에 노력하지 않을 수 없게 되었으며 이러한 과정에서 지역은 단순한 생활의 터전이 아니라 자유 경쟁 시장에서 자본의 유입을 위해 서로 경쟁하는 사회, 경제적 기회로 여겨지게 되었다. 각 지역들은 이를 위하여 장소, 즉, 고장을 상품화하고, 소비, 홍보, 판매될 수 있는 마케팅 대상으로 부각하게 되었다. 구체적으로 특정 장소, 혹은 도시에 대한 이미지를 홍보하고 관광 자원화하여 외지 방문객 유치, 지역 투자 유치, 외지로부터의 인구 유입 등을 통한 지역 활성화가 지역을 마케팅하는 궁극적 목적이 된다.¹⁾

레이놀즈(H. Reynolds)는 '레저 혁명'이란 글에서 '지역이 방문하기 좋은 곳이라는 것은 바로 그 지역이 일하기 좋은 곳, 살기 좋은 곳으로 개발되었음을 의미한다'고 함으로써 관광 산업의 성장이 다른 모든 산업이나 사업의 성장을 대변한다고 설명하고 있다.²⁾ 이처럼 많은 지방정부들이 적극적 지역 마케팅 전략의 일환으로 문화산업에 관련된 관광 매력물의 개발을 통하여 외부인들을 지역에 방문하게 하는 동기 유발을 위해 노력을 기울이고 있다.

지역의 특성을 창출하는 요소로서는 도시이미지 형성 작업, 경관 디자인, 문화 산업, 지역 개발 등의 분야로 분류할 수 있으며, 이중, 문화산업과 관련하여 지역 고유의 이미지를 부여한 축제나 서비스 등 무형적 부문과 문화시설, 유적지, 문화 공간, 문화상품 등 유형적인 부문으로 분류될 수 있다. 많은 지역들이 문화 관련 축제나 프로그램들 개최에 관심을 가지고 있으나,³⁾ 선행 연구에 의하면 연간 수 백여 건 이상 이르는 각 지역의 문화예술 행사와 프로그램들 중 소수를 제외하고는 실효를 거두지 못하고 있다는 것이다.⁴⁾ 지역마다 같은 테마의 중복 유치, 보편적이며 평이한 내용 구성으로 인해 지역적 특성을 제대로 살려내지 못하고 있다는 것이다. 이렇게 지역 차별화가 원활히 이루어지지 않고 있다는 내용에서 볼 수 있듯이, 각 지역에서는 자신만의 차별화될 수 있는 독특한 문화 콘텐츠 개발이 이루어져야 할 것이며, 일회적인 무형적 부문에 편향되기 보다는 가시적으로 표현되며 기간적 제약을 받지 않는 유형적 부문으로서 테마 문화시설,

1) 김숙진, 장소마케팅이 지역 이미지와 경제 활성화에 미친 영향에 관한 연구, 서울대 석사, 1999, p.2

2) 이소영, 지역문화의 장소마케팅 전략 수립에 관한 연구, 서울대 석사, 1999, pp. 2-10 재인용

3) 전국적으로 600여종 이상 개최됨. 전국문화원 연합회 <http://www.kccf.or.kr>

4) 예를 들어 도자기라는 한 주제에 여주, 이천, 용인 등 여러 지역이 서로 같은 내용을 택하거나 농산물이나 전승문화 등 기존에 이미 인식되고 있는 지방 특성에 국한되고 있다. 윤태범, '지역문화자원의 산업화 정책', 전환기의 지역경제 정책, 삼성경제연구소, 1998, p.322

경관디자인 등에 대한 정책도 균형 있게 추진되어야 한다.

지역의 경쟁력이라 할 수 있는 다 지역과의 차별화를 위해서는 새롭고 참신한 지역 상징적 테마의 발굴이 필수적임은 물론, 테마의 시각적 표현 방법에 있어서도 독창적이며 차별화된 이미지 창출이 적극적으로 이루어져야 할 것이다.

20여 년 전부터 모습을 보여 온 테마 전시관은 일찍이 지역과 관련된 테마를 중심으로 지역의 문화, 산업 관련 자료의 보존이란 차원에서 지역 특성화에 기여해 온 시설물로서 그랜드마크적 특성으로 인해 지역 아이덴티티를 나타낼 수 있는 이미지 창출이 용이하다. 또한 오늘날 다양한 체험과 비일상적 여흥이라는 오락적 기능과 복합되어 관광 수요를 유발하는 지역 마케팅의 선구자적 역할을 함으로써 다양한 선례를 찾아 볼 수 있는 대상일 것이다.

따라서 본 연구는 우리와 유사한 문화적 배경을 가졌지만 상대적으로 이른 시기, 지자체가 정착되고 다양한 지역 테마와의 적극적 이미지 표출을 시도해 온 일본의 지역 테마전시관에 나타난 지역 상징적 테마와 이의 표현 기법을 조사 분석하는 실증적 연구로 진행되었으며 이는 향후 국내 지역 상징적 테마의 특성과 표현방법 비교연구를 위한 기초 자료로서의 목적을 가진다.

2. 지역 상징적 테마에 대한 일반적 고찰

2-1. 테마의 기능과 특성

테마란 1635년 부르제르스 디키우스의 '논리학'에서 최초 사용된 철학 용어로서 동일한 사상이나 동일한 의미의 직접 대상을 지시하는 기호로서 오늘날 '상징'과 거의 같은 의미로 사용되었다. 이는 수사학에서 문장 표현의 근본 대상을 나타내는 용어로, 문학이나 음악에서는 '주제'를 일컫는 용어로 사용된다.⁵⁾ 디자인에서 테마란 어떤 대상에 대한 디자인 전 과정에서 반복적으로 나타나는 특정적 요소로서 기획 단계의 방향 설정에서 세부적인 디테일 마감 결정까지의 프로세스에 일관성을 부여하는 기능을 가진다.⁶⁾

상기의 사실들을 볼 때, 주제의 존재는 대상물의 전체화를 가능케 하는 구조적 주 요인으로서 구체적이며 독창적인 특성을 가능하게 하는 중요 수단이 된다.

근래의 사례로 인천시는 시민이나 관광객 등에게 다양한 볼거리를 제공하고 10개 군·구의 특성을 나타내기 위해 각 지역마다 테마전시관을 건립하기로 결정하고 해양·달동네·소금 등 지역 특성을 살린 10개 테마전시관 건립을 추진하고 있다.⁷⁾ 여기서 해양, 달동네, 소금이라는 각 지역 상징적 테마가 어우러져 인천이라는 도시 전체의 정체성을 효과적으로 나타내고 있음을 볼 수 있다.

이러한 구체적인 테마가 가지는 특성으로서 통합성, 특수성, 인지성, 문화성 등을 들 수 있다. 특정 주제에 기초를 두고 전체를 하나로 통합하여 통일적으로 연출하거나 운영이 가능하며, 테마에 맞지 않는 내용은 기본적으로 배제됨으로 강한 개별성 확립에 기여한다. 이러한 강한 통합성은 각 대상

5) 동아원색 세계대백과사전, 동아출판사 vol. 28 pp.129

6) Tim Moginty, 건축학 개론, 윤일주 외, 기문당, 1988, p.223

7) 인천일보, 2000.09.27일자, 1면

의 정체성 확보에 결정적인 역할을 한다. 주제마다 구체적이며 고유한 정체성을 지니고 있어 주제별로 차별성이 강조된다.

테마가 대상에게 주어지는 보편적이 아닌 특별한 흥미의 요소를 제공하기 용이해지며 독특한 주제의 도입으로 일상적이지 않은 의외적 즐거움, 상상적, 비일상적 환경 조성이 가능하다는 등, 흥미성과 비일상성으로 인한 특수성이 다른 하나의 특성이 된다.⁸⁾

결국, 이러한 특성들은 강한 이미지 동반과 함께 인지도를 향상시키는 특성을 가지게 되며, 주제를 통하여 명확하고 구체적인 전달이 가능하므로 테마가 상징하는 지역 및 국가의 문화적 특성 표출에도 매우 효과적인 측면이 있다. 따라서 지역 상징적 테마의 존재는 주민의 공감대 형성은 물론, 지역 문화유산의 보존과 확대의 가속화, 홍보, 교육적 효과의 증대에도 기여하는 결과를 가지게 될 것이다. 즉, 지역 상징적 테마 도입은 다양한 지역 구성 요소 간의 통합을 용이하게 하며, 각 영역에 대한 장, 단기적 미래 전략을 명확히 함으로써 지역 특성화를 위한 정책의 실행에 있어서도 중요한 역할을 하는 것이다.

2-2. 지역 상징적 테마와 장소성

장소성이라 함은 특정 장소가 가지는 아이덴티티를 의미한다. 아이덴티티란 모든 대상물의 본질적인 속성을 파악하는 데 사용되는 개념으로서 타 개체들과 구분되도록 하는 개별성(하이데거, 1960)과 타 개체들과의 동일성(에릭슨, 1956)의 측면을 동시에 가진다. 즉, 타 대상과 구분되는 자신만의 차별성과 주변 환경적 특성들을 공유하는 맥락적 관계성을 의미한다.⁹⁾ 장소성을 명확하게 지각 인지할 수 있고 기억할 수 있는 것, 생동감 있고 주의력을 끌어들이는 어떤 것, 다른 공간이나 장소와 쉽게 구별하게 하는 것으로 정의하고 있는 린치(K. Lynch, 1981), 단손(Dan Soen, 1979)이 전자의 입장을 취하고 있는 것이라면, 개별성보다 지역성과 건물의 역할을 고려하는 것이 장소성이라고 언급한 슐츠(C. Norberg-Schulz)나 주어진 환경적 맥락과 관련된 의미를 갖는 것이라고 한 에코(U. Eco, 1980) 등은 후자의 입장이라고 할 수 있다.¹⁰⁾

위 사실을 종합하면, 장소성이란 장소와 관련된 정체성, 개별성, 독자성으로 정의되며, 특성과 의미에 의해 타 개체와의 차별화를 의미하는 것인 동시에 장소의 지역성, 주변 맥락의 고려, 대상 장소의 주변 환경적 특성들이 연속적인 상호교류를 하는 것으로 해석될 수 있다. 따라서 장소적 아이덴티티란 추상적 개념인 공간에 어떤 구체적 정의와 의미를 부여함으로써 탄생되며 그 의미는 주변 환경적 요소 속에서 찾아져야 한다.

장소성 형성 관련 요인들은 일반적으로 지형, 경관, 자연 색

조 등의 물리적 측면과 시대, 역사와 관련된 사회 문화적 측면으로 나눌 수 있으며, 이는 비단 현재라는 시점에서의 상황뿐 아니라 과거로부터 지금까지 장소가 가졌던 특성들도 포괄한다.¹¹⁾ 슐츠는 '테마(theme)'와 '응용(variation)'이 건축 디자인에서 결정적인 중요성을 갖는 의상요소들 뿐만 아니라 건축물이 자신의 아이덴티티를 소유하며 특별한 유형으로 차별화되게 하는데 기여한다고 하였다. 테마와 이의 응용은 평범한 의미들로 이루어진 구조에 개별적인 아이덴티티를 표현하는 유용한 도구로 인정받고 있으며, 장소적 아이덴티티를 대상물에 부여하고 표출하는 기능을 가진다고 하였다.¹²⁾

20세기 모더니즘의 전개는 각 지역 고유의 개성을 상실한 채 획일화, 규격화의 결과를 초래했다. 그 이후, 건축 도시 디자인에서 주제 표현의 경향이 나타나기 시작하면서 획일화, 규격화된 지역 상황에서 테마의 설정이 대지의 조건이나, 문화, 역사적 의미 등 개별적 도시 이미지 회복을 위한 문제 해결 방법으로 부각되고 있음을 볼 수 있다.

2-3. 지역 상징적 테마와 장소마케팅

지역간 경쟁 시대의 도래와 함께 지역 활성화를 목표로 하는 이른바 장소 마케팅에 대한 관심이 증가하고 있으며, 이는 홍보 인쇄물 제작, 배포, 지역 이벤트 개최 등을 통한 문화전략이 주를 이루고 있다. 장소 마케팅이란 몰락해 가는 서구 구산업 도시의 재생을 위하여 문화 전략을 적극 활용함으로써 새로운 도시 이미지 구축에 성공한 사례들로부터 비롯되었으며 주요 도시에 비해 상대적으로 쇠퇴해가는 지역의 활성화를 위한, 보다 전략적인 취지에서 실시 방안들을 의미한다.¹³⁾

이의 일환으로 지역 고유의 아이덴티티 창조와 표출 문제에 대한 관심이 부각되면서 각 행정기관과 지역민들에 의해 자신의 고장에 특별한 의미를 부여하려는 노력들이 이루어지고 있다. 기존의 역사적, 문화적 자원의 혜택을 받은 지역이 아닐지라도 자신들만의 특유한 문화 콘텐츠를 개발한다면, 타 지역과 차별화된 독특한 지역 문화를 창출할 수 있을 것이다. 즉, 과거에는 특정 지역에서만 혜택을 누리던 문화유산의 가치만이 관심의 대상이었지만 현재는 거의 모든 지역에서 독창적 테마의 발굴과 표출을 통하여 각자 자신의 지역을 대표하는 문화 콘텐츠 개발이 유행하다는 것이다. 자연 경관, 역사적 유물 등, 관광 자원을 거의 갖지 않은 미국 오레곤 주의 페이슬리는 단지 모기가 유명한 것이 고장이 가지는 특징이었다. 지역의 약점이기도 한 이를 긍정적으로 표면화시켜 모기에 잘 물리는 여성(Ms. Quito) 선발대회 등, 각종 행사를 수반하는 모기축제를 개최한 결과, 수천 명의 관광객이 물려든 사례가 되었다¹⁴⁾. 또한, 다카마즈 신이 설계한 모래 박물관(1990)이 위치한 일본 시마네현의 니마쥬는 인구

8) 김일룡, 일본의 테마파크 주제에 미치는 영향 요인에 관한 연구, 서라벌대학 논문집 제 15권, 1999, p.3

9) 이경훈, 건축물 외관의 아이덴티티 해석에 관한 연구, 대한건축학회 논문집 계획계 17권 1호, 2001, pp.3-4

10) 하재명, 박찬식, 주거지의 환경적 아이덴티티 계획에 관한 연구, 대한건축학회 논문집, 1992, pp.29-30

11) Juan Pablo Bonta, Architecture and its Interpretation, Rizzoli, NY, 1979, pp.12-13

12) Christian Norberg-Schulz, Genius Loci, 민경호 외역, 태림문화사 2001, pp.204-206

13) 이소영, op.cit., pp.13-14

14) Kotler, P. & Haider, D.H., Rein, L., Marketing Places, 1993, The Free Press p.96

5,500명의 조그만 마을로서 바닷가의 고운 모래 외에는 특별한 것이 없는 듯 했던 지역으로서 거대한 1년짜리 모래시계의 제작과 이를 위한 박물관을 설립한 이래, 1년 내에 40만 명의 방문객을 기록한 바 있다.¹⁵⁾ 이들은 모두 지역만이 독특하게 가지는 것은 강점이나 약점이든 간에 무엇이나 자원화될 수 있으며, 지역만의 진정한 경쟁력은 지역 차별화라는 사실을 보여주는 사례들이다.

이러한 장소 혹은 지역 마케팅에는 문화시설, 유적지, 문화공간, 문화상품 등의 보다 장기적인 계획이 요구되는 부문과 이미지, 축제, 서비스 등 보다 단기적인 의미의 부문이 있다.¹⁶⁾ 오늘날 양산되는 각종 문화 행사 및 홍보 활동들만이 장소 마케팅으로 해석되는 경향이 있는데 장소 마케팅이란 장소 홍보의 기능 외에 보다 더 넓은 기능을 포괄하는 것으로 두 부문의 노력이 조화롭게 이루어져야 할 것이다.

2-4. 지역 상징적 테마의 이미지화

지역의 독특한 아이덴티티 확립을 위해서는 지역 상징적 테마 발굴은 물론 이미 적절한 시각적 이미지화가 절대적이다. 즉, 지역의 정체성을 나타내는 적극적이고 효율적인 표현 방법이란 지역민들이 공감하는 지역 테마의 정책적 확보와 독창적 표현을 통한 형상화일 것이다.

이미지 마케팅이란 어떤 지역이 자기 고유의 이미지를 인식하고 개발하여 이를 목표 집단에게 인지시키고자 노력하는 것이며 거의 모든 마케팅 활동이 사실상 이미지를 관측하므로 마케팅에서 이미지 마케팅을 분리된 개념으로 떼어내는 것은 사실상 불가능할 것이다. 오늘날 고객들은 상품 자체 구매보다는 상품이 지니는 이미지를 구매하는 경향이 커지고 있기 때문에 그 중요성은 점차 확대되고 있다.

디자인에 있어서의 테마의 설정은 전체화를 가능하게 하는 주요 구조적 요소로서 디자인 개념과 의미와의 관계 속에서 상징성을 드러내는데 중요한 역할을 하며, 이미지 표현에 있어서 주제가 수사적으로 나타날 때 대상물의 의미는 더욱 심화되어 전달될 수 있다.¹⁸⁾ 따라서 환경 디자인에서 테마를 조형적으로 표현하는 것은 마치 서술화된 사고를 시각적으로 상징화하는 것이라 할 수 있으며 그 기술적 의미를 직설, 은유, 상징, 환유 등 수사학적인 시각으로 분석 가능할 것이다.

3. 사례 조사

3-1. 조사 범위 및 방법

본 사례조사는 지역 특성화를 위한 적절한 지역 상징적 테마의 발굴과 이미 효과적인 이미지 표현이라는 두 가지 관점에서 일본 현지에서 수집한 자료를 기초로 진행되었다.

지역 특성에 대한 관심이 건축테마에 반영되어 나타나고 있는 1981년 이후¹⁹⁾, 20년간 일본에서 발간된 신건축, 건축문

화, GA JAPAN에 발표된 총 188개 상설 전시시설 자료를 우선적 대상으로 조사하였다. 통상적으로 상설전시관이란 대상물의 수집, 보존, 조사, 연구, 전시, 교육의 기능을 가지는 시설을 의미하며, 본 연구에서는 상기 기능을 가지는 박물관, 자료관, 기념관 등의 시설을 포괄하여 조사하였으며, 선정 대상 시설에 대해 설립 배경과 과정, 작가 노트, 외관 이미지, 평면, 입면, 등을 검토한 결과, 지역 상징적 테마를 보이는 96개 시설을 최종 선정하였다. 4장의 유형 분석에서는 지역 특성과 연관되는 상기 96개 테마에 대해 물리적 맥락과 사회문화적 맥락의 틀에서 분류하여 세부 유형을 추출하여 분포 상황을 살펴보았다. 5장에서는 전시 테마의 내용을 건축물 외관에 표출하는 데 있어서의 이미지 표현 기법의 특성에 대하여 작가의 작품노트, 입면, 외관 사진 등을 중심으로 조사 분석하였다. 분석은 각 지역 상징적 테마 유형별 시설에 사용된 표현기법을 크게 재현적, 비유적(은유적, 상징적, 환유적), 비표현적의 세 가지 기준을 적용하여 조사하였다. 전 조사 분석에 있어서 대상 시설물을 건축물이라기보다는 전시라는 내용물을 담는 용기라는 관점에서 접근하였으며 따라서 시설의 외관 조형에 대한 분석으로 국한하였다.

3-2. 조사 대상 시설의 일반 현황

테마 전시관은 주체 집단이나 개인의 개별적 취향에 따라 대상이 수집되는 특정 전문 전시관의 형태로서 각 지역에서 전승되어온 문화유산과 관련된 상설전시시설의 일부이다.²⁰⁾ 일본 통계청에서 조사된 등록전시관 총수는 1,045개에 이르고 있으며,²¹⁾ 이중, 1981년 이후 설립된 전시관의 전시내용에서 향토역사계 전시관(75%)이 이공자연계 전시관(25%)의 약 3배라는 높은 구성을 이루고 있는 것으로 조사된 사실에서도 각 지역의 특성을 보존하고 표출하는데 적절한 형태의 지역 문화시설로 부각되어 왔음을 알 수 있다. 흔히 알고 있는 종합적 성격의 대형 박물관이나 과학전시관, 역사전시관, 미술관 등의 전문 박물관이 상설전시관의 일반적인 유형이었다면, 테마 전시관이란 이러한 기존 분류 이상의 좀 더 구체적 테마를 중심으로 전시 내용이 일관되는 것을 말한다. 본 조사에서 대상 시설의 설립 지역과 설립연도에 따른 일반적 상황은 다음과 같이 나타났다.

[표 1] 상설전시시설의 지역적 테마 유무

분기	표본 총수	테마 무		테마 유		표본 총수	장소성 유		장소성 무	
		빈도 수	상대 도수 (%)	빈도 수	상대 도수 (%)		빈도 수	상대 도수 (%)	빈도 수	상대 도수 (%)
1981~1985	46	29	63.0	17	37.0	17	12	70.6	5	29.4
1986~1990	40	21	52.5	19	47.5	19	18	94.7	1	5.3
1991~1995	55	18	32.7	37	67.3	37	31	83.8	5	13.5
1996~2000	47	9	19.1	38	80.9	38	35	92.1	3	7.9
계	188	77	41.0	111	59.0	111	96	86.5	14	12.6

15) JA, 新建築社, 1994-2, pp.52-55

16) 이소영, op.cit., p.2

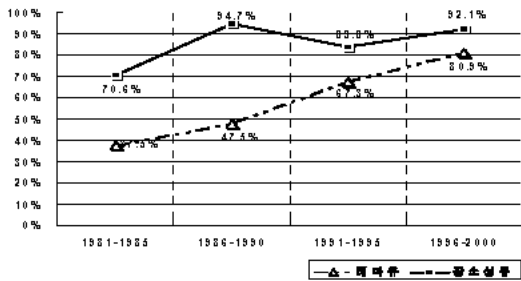
17) 한일수, 이미지 마케팅, 한국경제신문사, 1994, pp.20-22

18) 이윤주, 현대 실내공간에 있어서의 상징의 의미와 표현에 관한 연구, 홍익대 석사, p.2

19) 허재혁, 송종석, 미국 현대 주택건축의 디자인 테마와 표현수법에 관한 조사연구, 대한건축학회 논문집 15-2, 1995, p.87

20) 이장섭, 지역문화 유산과 테마미술관, 문화도시문화복지 63호, 한국문화정책개발원, 1999, pp.22-24

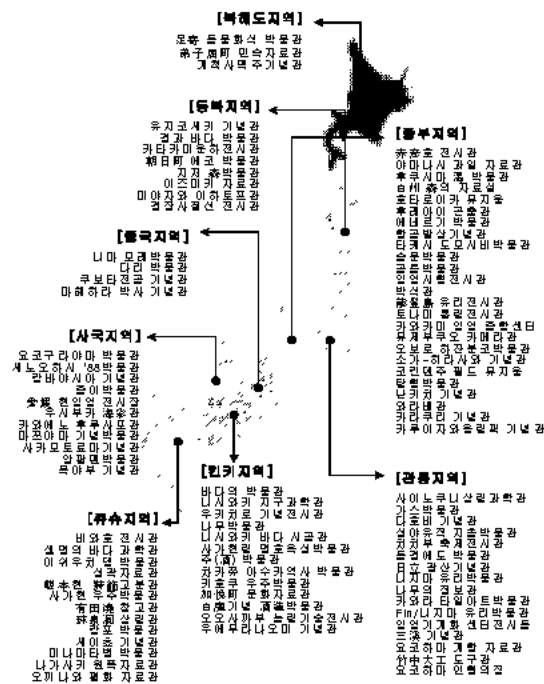
21) 일본사회교육조사보고 2003, 일본 총무성
http://www.stat.go.jp/english/data/menkan/1431-20.htm



[그림 1] 분기별 테마와 지역성

총 188개 상설 전시시설 중 테마가 있는 테마박물관이 전체의 59.0%에 해당되는 총 111개를 차지하고 있었으며, 이들 중, 테마 내용이 지역 특성과 연관되는 대상 시설을 조사한 결과, 86.5%에 해당되는 96개 전시시설로 나타났다.(표1) 이의 설립연도를 5년 단위로 분류해 보면 일본 지역 상설 전시관에 있어서 테마의 도입은 조사 대상 기간 중 지속적으로 두드러지는 증가를 볼 수 있는 한편, 테마의 지역 상징성에 대한 항목은 분기에 관계없이 일반적으로 70%에서 90%대를 오가는 높은 비율을 유지함으로써(그림1), 지역 상설 전시관 적용 테마는 대부분 지역 상징적 성격을 가지는 것을 알 수 있다.

조사 대상 시설의 설립 지역별 분포는 다음 그림과 같이 나타났다.



[그림 2] 조사대상 시설의 지역별 분포

위의 내용들을 통하여 일본의 각 지역 전시시설에 특정 테마를 부여하는 경향이 급격히 증가함과 테마의 내용이 지역 특성과 밀접하게 연관되어 있다는 사실을 확인할 수 있었다.

4. 지역 상징적 테마 유형 분석

일본 현대 테마전시관에서 지역 상징적 테마 사례들을 조사

한 결과, 물리적인 테마와 사회문화적인 테마로 나눌 수 있었으며, 전자는 자연지형과 생태, 인공시설, 유적과 유물로 후자는 지역산업, 지역문화, 지역인물, 역사사건 등의 세부 유형으로 나타났다.

4-1. 물리적 맥락의 테마 유형(類型)

① 자연지형·생태

해변, 삼림, 평야 등의 지형에서 테마를 취한 경우로 바다(니시와키 바다 시공관 외), 삼림(요코구리아마 삼림전시관 외), 호수(사가현립 비와호 전시관 외)의 예들이 나타났다. 또한 지역에 서식하는 심해생물의 이름을 딴 호타루이카 전시관, 나무박물관, 아마니시 과일 자료관 등은 주변 생태환경에서 지역 관련 테마를 가져온 사례들로서 모두 20개의 사례가 조사되었다. 그 중, 늪지(후쿠시마 늪박물관)와 모래(니마 모래박물관)나 북위 35도 동경 135도의 교점에 위치한다는 자오선상의 특성(니시와키 지구과학관) 등은 독창적으로 개발된 지역 상징적 테마의 예라고 할 수 있겠다.

② 인공시설

지역의 물리적 조건에 있어서 흔히 산, 바다 등, 자연적 조건 외의 인간에 의해 구축된 특정 시설물이나 환경에 대한 테마 내용들로서 총 6개 사례가 나타났다. 댐(이취우치 댐 박물관), 다리(세노오하시 '88박물관), 비행장(도코로자와 항공발상기념관) 등 다양한 지역 인공시설물 사례를 볼 수 있었으며 어느 지역이나 새로운 지역적 테마 발굴에 있어 쉽게 접근할 수 있는 부문으로 생각된다.

③ 유적·유물

과거의 유적을 테마로 한 경우로서 과거로부터 어느 정도 혜택을 받은 지역만이 가능한 부문이라고 할 수 있겠다. 고분(熊本현 裝飾고분관), 비석(다호비 기념관), 성곽(安士城下町 성곽자료관), 인류의 삼림 생활 흔적(지치 삼림박물관) 등이 있었다. 현재까지 남아 있는 과거의 유물에 대한 것으로는 등잔(타케시 도모시비 박물관), 승문토기(三方町승문박물관), 공룡(후쿠이현립 공룡박물관) 등, 총 11개 사례로 나타났다.

4-2. 사회문화적 맥락의 테마 유형(類型)

사회문화적 맥락의 테마를 살펴본 결과, 지역의 현재와 과거의 문화, 지역의 전통 혹은 현재 산업, 지역과 관련된 인물, 역사적 사건 등에 대한 사례들로 나타났다.

① 지역문화

지역문화 부분에는 지역의 특징을 형성하는 현재의 문화, 혹은 전승문화를 테마로 한 내용들이다. 여기에는 동경 에도박물관, 캄야아시아카즈키 문화기념관 등, 11 곳의 예가 나타났으며, 별자리 관찰지로서의 특성을 살린 키호쿠(輝北)우주박물관, 지역 축제를 주 테마로 한 치치부 축제박물관 등 현재 성행하는 지역 문화에 관련된 테마내용과 함께 전통 사자무를 테마로 한 사자윌드관, 부족 문화를 주제로 한 제자굴정(弟子屈町)민속자료관, 나부타니 아이누 문화박물관 등 전승문화를 보존, 전수하고 있는 테마 사례가 있었다.

② 지역산업

지역의 주요 산업을 테마로 한 전시관 형태들로서 농림기술

[표 2] 조사 대상 시설의 테마 유형 및 표현기법

유형	년도	박물관명	규모	테마내용	지역	테마표현 ²⁾			유형	년도	박물관명	규모	테마내용	지역	테마표현		
						재현	은유	환유							재현	은유	환유
지형·생태	88	후쿠시마 유지코세키 기념관	소	경관	동북	●	.	.	지역산업	82	白鹿기념 酒造박물관	중	주조산업	킨키	.	.	●
	89	해의 박물관	중	바다	킨키	.	.	●		83	石川현 일일시험전시관	소	일일	중부	.	.	●
	90	제우스 니마 모래박물관	소	모래	중국	.	.	●		83	有田燒 참고관	소	도자기제조	큐슈	.	.	●
	92	니시와키 지구파화관	소	경위도	킨키	.	●	.		84	球峯洞 삼림관	소	일일	큐슈	.	.	●
	92	경과 바다 박물관	중	고래바다	동북	.	●	.		85	종이박물관	중	제지산업	사국	.	.	●
	93	시모수와호 전시관	소	호수	중부	.	.	●		85	日高 광산기념관	소	광업	관동	.	●	.
	94	우키지로 니카야 전시관	소	눈얼음	킨키	●	.	.		88	박석관	소	석재가공	중부	●	.	.
	94	나무박물관	중	나무	킨키	.	.	●		88	오오사까부 농림기술전시관	소	농림기술	킨키	.	.	●
	94	사이노쿠니삼림과학관	중	삼림	관동	.	.	●		87	개척사막주기념관	중	맥주제조	북해도	.	.	●
	95	아이타시 과일 자료관	대	과일	중부	.	.	●		88	니지마 유리박물관	소	유리제조	관동	.	●	.
	96	사가현립 비와호 전시관	대	호수	큐슈	.	.	●		89	木の 정보관	소	목제품	관동	.	.	●
	97	후쿠시마 날박물관	중	눈	중부	.	.	●		90	愛媛현 일일시험장 전시장	소	유리	사국	.	.	●
	96	白州 숲의 자료실	소	삼림	중부	.	●	.		91	石川현 熊鷹호 유리전시관	소	일일	중부	.	●	.
	97	오코구라이마 삼림전시관	중	삼림	사국	.	.	●		95	카와라 타일아트박물관	소	타일	관동	.	●	.
	98	생명의 바다 과학관	중	바다	큐슈	.	.	●		96	Finl니지마 유리박물관	소	유리공예	관동	.	●	.
	98	호타로이카 전시관	중	심해생물	중부	●	.	.		96	토나미 톨립전시관	소	톨립	중부	.	●	.
	98	石川현 후레이아 곤충관	중	곤충	중부	.	.	●		97	우시부카 海彩관	중	바다	사국	.	.	●
	99	카타카미운하전시관	소	운하	동북	●	.	.		97	카와카미 林業 종합센터	소	일일	중부	.	.	●
	00	朝日町 에코 박물관	중	환경	동북	.	.	●		99	카와에노고원 후루사또관	소	종이	사국	.	●	.
	00	니시와키 바다 시공관	대	바다	킨키	.	.	●		99	일일기계화 센터전시동	소	기계	관동	.	.	●
인공시설	82	다미 에네르기 박물관	소	에너지시설	중부	.	●	.	00	무제부쿠오카메라관	소	카메라	중부	.	●	.	
	86	가스박물관	중	가스	관동	.	.	●	81	마쓰야마시 시키 기념박물관	대	문학가	사국	.	.	●	
	87	橋의 박물관	중	다리	중국	●	.	.	88	二溪 기념관	소	인물	관동	.	.	●	
	88	세노오하시 '88박물관	중	다리	사국	.	.	●	90	오보로 하잔분교박물관	중	국문학자	중부	.	●	.	
	93	이쉬우지 댐 박물관	소	댐	큐슈	.	.	●	91	고치현립 사카모토로마 기념관	소	인물	사국	.	.	●	
	93	토코로자와 항공발상기념관	중	비행장	중부	.	●	.	91	平澤(소가, 히라사와)기념관	소	인물	중부	.	.	●	
	88	安土城下町 성곽자료관	소	성곽	큐슈	.	.	●	92	미야자와 이하토프관	소	인물	동북	.	.	●	
	89	타케시 도모시비박물관	소	등잔	중부	.	.	●	93	코인텐주 빌드 뮤지움	소	화가문학	중부	.	.	●	
	92	熊木현 藝跡고분관	중	고분	큐슈	.	●	.	93	우즈보 쿠보타전공 기념관	소	기술자	중국	.	.	●	
	93	사가현립 명호옥성박물관	중	성곽	킨키	.	.	●	94	우에무라나오미 기념관	소	모험가	킨키	.	●	.	
유물·유적	96	다호비 기념관	소	비석	관동	.	.	●	94	탐험박물관	소	탐험가	중부	.	●	.	
	96	지저 삼림박물관	중	산림유적	동북	.	.	●	94	닌지 기념관	중	문학가	중부	.	.	●	
	98	주(酒) 박물관	소	술도구	킨키	.	.	●	95	합포 박물관	중	서도자료	큐슈	.	●	.	
	98	足寄 동물화석 박물관	중	화석	북해도	.	.	●	95	와라베관	중	동요	중부	.	.	●	
	99	성야유적 지층박물관	소	지층	관동	.	.	●	95	노리키카 마에하라 박사 기념관	소	의사	중국	.	.	●	
	00	二方町 승문박물관	중	승문토기	중부	.	.	●	96	카리쿠리 기념관	소	자본인형	중부	.	●	.	
	00	후쿠이현립공룡박물관	소	공룡발자국	중부	.	.	●	96	양방맨 박물관	소	만화가	사국	.	.	●	
	82	弟子屈町 민속자료관	소	무속문화	북해도	.	.	●	98	마쓰모토세이쵸 기념관	중	작가	큐슈	.	.	●	
	83	지저부 축제전시관	소	축제	관동	.	.	●	99	목야부 기념관	대	식물학자	사국	.	.	●	
	지역문화	91	니부타니아이누박물관	소	무속문화	북해도	.	.	●	81	오코하마 개항 자료관	중	개항	관동	.	.	●
92		동경에도 박물관	대	에도문화	관동	.	.	●	82	竹中太工 도구관	소	공공도구	관동	●	.	.	
93		이즈미키 자료관	소	무속문화	동북	.	●	.	88	오코하마 인형의집	중	인형	관동	●	.	.	
94		차카쥬 아스카역사 박물관	소	무속문화	킨키	.	.	●	88	미니마타병 박물관	소	질병	큐슈	.	.	●	
95		키호쿠 우주박물관	소	우주	킨키	.	.	●	95	토이마현립 타테야마 박물관	소	불교	관동	.	.	●	
96		加悦町 문화자료관	소	동백문화	킨키	.	.	●	96	나가사키 원폭자료관	대	원폭	큐슈	.	.	●	
96		사자윌드관	소	사자털	중부	.	.	●	96	미야기현 慶長使節船 전시관	대	목조선출항	동북	.	.	●	
97		캄바야시카쓰키 기념관	중	문학	사국	.	.	●	99	오기나와 병화기념 자료관	중	병화	큐슈	.	.	●	
99		사가현 우주박물관	대	우주	큐슈	●	.	.	99	카루이자와 올림빅 기념관	대	올림빅	중부	.	●	.	

(大阪府 농림 기술전시관 외), 임업(카와카미 林業 종합센터 외), 유리공예(니지마 유리박물관 외) 등이 있었다. 튜립 화훼 산업(토나미 톨립전시관), 제지산업(카와에노고원 후루사또관)과 관련된 테마들의 현재 산업 관련 사례와 술(白鹿기념 酒造박물관), 도자기(有田燒參考館), 타일(카와라 타일아트박물관) 등 지역 대대로 내려오는 과거 전통 산업 관련 사례를 합쳐 총 21개 사례가 나타났다.

③ 지역인물

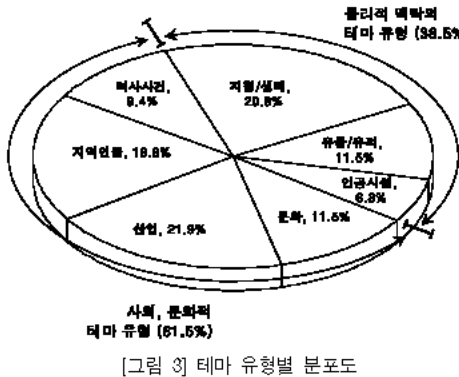
22) 각 조사 항목은 다음의 개념 정의에 근거하여 이루어 졌다. ①재현: 직설적 표현으로서 유형적인 테마의 형상이 건물외관에 그대로 모방되어 표현된 경우 ②은유: 직접적으로 연관이 없는 듯한 표현매체를 통하여 테마를 암시함으로써 다의적 해석이 가능한 경우 ③상

지역과 관련된 주요 인물에 대한 기념비적인 전시관으로 인물의 출생지와 관련된 탐험가 우에무라 나오미 기념관, 인물의 활동지와 관련된 노리키카 마에하라 박사의 의학기념관, 그리고 인물의 사망지와 관련된 오보로 하잔분교박물관, 창시자를 기념하기 위한 산케이(三溪)기념관 등 총 18개 사례가 있었으며 이 중 인물의 활동지 관련 내용이 가장 빈번하게 나타났다.

④ 역사사건

징: 표현매체를 사용하여 대상을 의미화하지만 은유와는 달리 등 시대나 문화에서 공유되는 이미지를 표현매개로 사용하는 경우 ⑤환유: 직접적인 연상을 이용해 두 대상을 연결시키는 표현으로 물체와 표현체 사이에 서로 지시적 관계를 이루는 경우

장소 혹은 지역이 겪은 역사적 사건을 주 테마로 하는 유형으로서 총 9개 사례가 나타났다. 요코하마의 개항을 기념하기 위한 요코하마 개항 자료관, 불교 만다라의 발상지인 토야마 현립 타테야마(立山)박물관, 히로시마 원폭 투하의 역사적 사건을 테마로 한 나가사키 원폭자료관, 오키나와 평화기념 자료관, 국내 최초의 비행장의 전신으로서 비행 시험장이 있던 장소에 세워진 도쿄로자와(所沢)항공발상 기념관, 올림픽을 기념하기 위한 카루이자와 올림픽 기념관 등이 있었으며, 이 중 특이한 예로는 질병을 테마로 한 미나마타병 박물관이나 운석이 떨어진 것을 테마화한 운석 전시관등이 있었다. 각 유형별 빈도 분포는 다음과 같이 나타났다.



각 유형별 빈도는 지역산업(21.9%), 지형·생태(20.8%), 지역인물(18.8%) 순으로 높게 나타났으며 인공시설(6.3%), 역사사건(9.4%) 순으로 낮게 나타났다. 물리적 맥락과 사회문화적 맥락의 관계에서는 각각 38.5%와 61.5%로 사회문화적 맥락의 측면이 높게 나타났다.

5. 지역 상징적 테마 표현 기법 분석

전시 테마의 내용을 건축물 외관에 표출하는 이미지 표현 기법의 특성에 대한 연구를 위하여 대상 시설물의 작가노트, 입면, 외관 사진 등을 중심으로 조사 분석하였다. 전시테마가 외관에 표출되고 있는 사례 중, 크게 재현적 표현과 비유적 표현으로 구분하고 비유적 표현은 또한 은유적, 상징적, 유추적 표현이라는 세부유형으로 구분하여 각기 기법에 해당되는 대표적 사례를 중심으로 분석하였다.

5-1. 재현(Representation)적 표현 기법

재현이란 주제의 가시적 형상을 그대로 모방하여 2차원적 형상이나 3차원적 오브제 등으로 표현하는 방법이다. 비유가 아닌 직설법에 해당되는 표현기법으로서 테마를 수사화하는 중간 매개체가 존재하지 않는 경우라 할 수 있다. 실물로 존재하는 장소적 요소들을 원형으로 혹은 수정하여 외관에 적용한 사례들이 해당된다.

본 조사에서의 대표적 사례로 해당 지역의 바다 생물을 전시하는 호타루이카 전시관은 그 지역에만 서식하는 심해 생물인 호타루이카의 모습을 외관 전체에 재현하고 있었다. 한편, 테마를 부분적으로 외관에 도입하는 예로서 우키치로 나카야 전시관은 전시테마인 눈의 결정체인 육각형 형상을, 카타카미 운하 박물관은 운하의 형상을 도입하여 전시 테마

에 대한 이미지를 전달하고 있었다. 이를 통하여 나타난 이미지는 강한 차별성을 나타내며 가장 쉽게 건물이 담은 전시 테마를 전달하고 있었지만 다양한 의미의 해석 가능성이 배제되는 단순한 표현기법으로 보여지고 있었다.

[표 3] 재현적 표현기법 사례

시설명	테마전시시설외관	테마유형	전시테마	표현방법
호타루이카 전시관		지형생태	호타루이카(심해 생물)	호타루이카 외형 단순화하여 적용 스케일 확대 전체적 적용
우키치로 나카야 전시관		지형생태	눈	육각형 눈 결정 외형 단순화 스케일 확대 부분적 적용
카타카미 운하 전시관		지형생태	운하	운하 형상 도입 외형 단순화 전체적 적용

5-2. 은유(Metaphor)적 표현 기법

은유는 언어 사용에 있어서 전이(transference)를 뜻하는 그리스어에서 어원을 두고 있으며 하나의 개념을 지칭하기 위하여 다른 개념의 물체, 즉 표현 매개체를 사용하는 간접적 전달 방식이다. 단순한 단어의 치환이 아니라 문맥과 문맥이 호환되는 결과로 생겨난다. 이는 하나의 뜻 속에 두 개의 다른 컨텍스트가 공존하는 것으로 다의적 해석이 가능하므로 다원적인 현 시대의 특성상 널리 사용되는 조형 표현기법 중의 하나이다.²³⁾

조사 대상 시설 중, 지역의 전통 산업인 제지산업을 테마로 택한 카와에노고원 후루사또관이 종이를 컷팅한 것과 같은 형태의 조형을 부여하고 있었으며 얇은 종이 가 잘려간 느낌의 조형물을 세움으로써 종이라는 표현 대상을 은유적으로 나타내고 있었다. 또한 근대 일본의 자동인형 창시자인 지역 인물을 기념하여 설립된 카라쿠리 기념관은 기구, 기계의 역사에 대한 기념 자료관으로서 기계의 물성을 복잡한 선들이 교차된 형상으로 테마내용을 표현하고 있었다. 그리고 Fin/니지마 유리 박물관은 지역 산업인 유리에 대한 박물관으로서 유리의 물성인 반짝임을 물고기 지느러미의 이미지로 은유화하고 있었다.

이들은 직접적인 형태에 관련된 이미지라기보다는 표현 대상의 특성을 은유하는 방법을 통해 성공적으로 장소적 아이덴티티를 표출하고 있는 예로서 외관 전체 이미지에 적용된 사례들로 나타났다.

한편, 부분적으로 은유가 적용되고 있는 것으로 나타난 사례로 도쿄로자와 항공발상기념관과 니시와키 지구과학관을 들 수 있다. 전자는 최초로 시험비행장이 설립된 장소를 기념하여 테마전시관이 설립된 예로서 비행기 엔진 특성을 표현하는 것과 같은 선들, 경쾌한 색조 등이 테마 내용을 전달하고

23) 김민수, 웹그래픽에 나타난 수사적 특성에 관한 연구, 디자인학 연구 통권 제 51호 vol.16, 2003, p.300

있다. 니시와키 지구과학관이 위치한 니시와키시는 북위 35도, 동경 135도의 교점에 위치한 장소로서 자오선상의 일본의 중심의 의미를 갖는데 이러한 지역적 특징을 반영한 지구라는 테마를 자오선, 항해, 탐험 등의 다양한 의미를 가진 파도와 배와 같은 형상을 통하여 은유적으로 표현하고 있다.

[표 4] 은유적 표현기법사례

시설명	테마전시시설외관	테마유형	전시테마	표현방법
카와노 에고원 후쿠사도관		지역산업	제지업	종이의 물성 (얇음, 잘리워짐) 페이퍼 커팅 부분적 적용
Fir/ 니지마 유리 박물관		지역산업	유리 제조업	유리의 물성 (반짝임, 매끄러움) 전체적 적용
카리 쿠리 기념관		지역인물	자등인형 창시자	발명가의 발명품 기계 이미지 (복잡한 선) 전체적 적용
所澤항 공발상 기념관		인공시설	항공 발상지	기계적 형상 전체적 적용
니시와키 지구 과학관		지형상태	지구, 항해	지구 테마를 파도, 배, 자오선 표현 다양한 개념 부분적 적용

5-3. 상징(Symbol)적 표현 기법

상징이란 사물을 전달하는 매개적 작용을 하는 것을 통틀어 나타내는 말로서 그리스어의 '심벌론(symbolon)'을 어원으로 하며 후에 '기호'라는 의미로 사용된다. 보여지는 대상의 성질을 직접 나타내는 기호(sign)와는 달리, 그것을 매개로 하여 다른 내용을 전달하는 작용이며 인간에게만 부여된 고도의 정신작용의 하나라고 할 수 있다. 은유가 단순히 매개를 사용하여 대상을 의미화하는 것이라면 상징은 보다 지속적인 공용되는 매개체와 그 의미를 사용한다는 데에서 차이가 있다. 역사, 사진, 산업, 전통 등의 무형적 테마일 경우 이를 가시화하기 위하여 같은 지역, 같은 문화, 시대 등에서 통용되는 특정 이미지를 도입하여 그 아이덴티티를 나타낼 수 있다. 특성을 직접 가시화하여 표현하기 보다는 연상 등의 과정을 거쳐 다른 개체의 형태를 기호화하여 의미전달을 시도하는 형식이다.²⁴⁾

대상 시설 중에서는 에도 박물관, 가열정(加悦町)문화자료관, 승문박물관 등이 대표적 사례로 나타났다. 과거 선사 패총이 있던 곳으로 승문 토기가 발굴된 장소에 설립된 승문 박물관은 건물 내부에 자연광과 외기를 도입하는 장치를 남성기 모양과 유사한 거대한 원기둥으로 표현하였으며 대지를 이용하여 여성이 임신한 모습으로 표현하였다. 이는 생명과 생산에 중요성을 둔 당시의 애니미즘 사상을 이러한 남성과 여성의 성적 표징의 형상을 적용함으로써 전달하고 있다. 전

24) 이운주, op.cit., pp.5-7

승문화의 테마를 가진 가열정 문화자료관은 전시 테마인 동백 문화의 내용을 상징하는 동백꽃 모양을 적용하고 있으며 에도시대의 수도인 동경에 세워진 에도 박물관은 에도시대의 대표적 상징적 건축물을 스케일 확대를 통하여 건물 전체에 도입함으로써 에도 문화를 표현하고 있다.

[표 5] 상징적 표현기법 사례

시설명	테마전시시설외관	테마유형	전시테마	표현방법
에도 박물관		지역문화	에도	에도시대 상징적 건축 스케일 확대 전체적 적용
加悦町 문화 자료관		지역문화	가야	문화의 상징 동백꽃 모양 전체적 적용
승문 박물관		유적유물	승문토기	남성 성기와 여성의 임신 애니미즘 은유 부분적 적용

5-4. 환유(Metonymy)적 표현 기법

환유란 직접적인 연상을 이용해 두 대상을 연결시키는 표현 기법으로서 은유보다는 좀 더 현실적인 측면이 강하다. 즉 의미화 과정에서 물체와 표현체 사이에 지시적 관계를 수반하거나 물질적 특성을 표현하는 측면을 가진다. 예를 들어 왕을 왕관의 이미지로 대체하거나 호수를 배의 이미지로 표현하는 것처럼 즉각적인 이해가 가능한 비유기법이다.²⁵⁾

[표 6] 환유적 표현기법사례

시설명	테마전시시설 외관	테마 유형	전시 테마	표현 매개	표현방법
아마니시 과일 자료관		지역 산업	과일	씨앗	생장과 번식의 의미를 가진 씨앗의 형태 전체적 적용
시모수 와호 박물관		지형 상태	호수	배	호수, 강을 쉽게 연상시켜 줌 전체적 적용
제우스 모래 박물관		지형 상태	모래	피라미드	모래의 개념을 사막으로 연결 부분적 적용

대상 시설 중, 아마니시 과일자료관, 시모수와호 전시관, 제우스 모래박물관 등이 환유의 기법을 통하여 테마를 명쾌하게 드러내고 있는 것으로 나타났다.

아마니시 과일자료관은 과일이라는 지역 상징적 테마를 직접적 연상이 가능한 씨앗이라는 형태로 표현하고 있었으며 호수의 역사를 전시하는 시모수와호 전시관은 호수를 연상할 수 있는 배가 뒤집힌 형상, 그리고 제우스 모래 박물관은

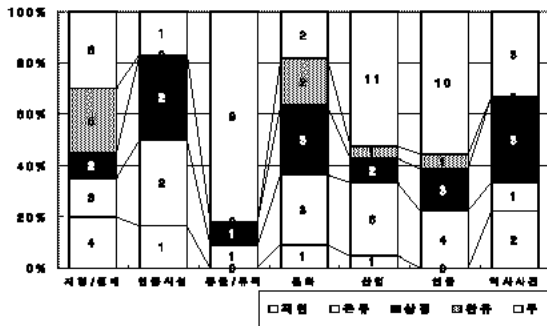
25) 김민수, op.cit., p.301

피라미드라는 상징적 기호를 사용하여 모래라는 대상을 표현하고 있다.

5-5. 테마 유형별 표현 기법 특성

사례 분석에서 살펴본 바와 같이 표현하고자 하는 대상의 이미지를 직설적으로 표현하는 재현적 기법과 이와 달리 다른 개념이나 이미지를 빌어 대신 표현함으로써 목적하는 효과를 거두는 비유기법들이 적절히 사용되고 있었다. 비유 기법에는 직유, 은유, 제유, 환유, 의인, 의성, 의태 등이 속할 수 있는데 본 조사에서 나타난 것은 은유, 상징, 환유에 해당되는 표현 기법들이었다. 이러한 비유 기법을 사용할 경우, 표현하고자 하는 주체인 원관념과 비유되는 보조관념 사이의 관계는 어떠한 유사성의 실마리를 가지고 있어야 하며, 이러한 유사성이 비일상적인 것일수록 그 비유의 강도나 효과는 커지는 경향이 있었다.

조사원 각 테마 유형별 표현기법 분포는 다음과 같이 나타났다.



[그림 4] 유형별 표현기법 분석

테마 내용에 대해 적극적 표현이 이루어지지 않은 항목은 유적 유물, 지역 인물, 지역 산업의 순으로 나타났으며 재현적 기법은 유물·유적, 인물 보다는 지형·생태, 역사사건 등에서 많이 사용되었고 비유적 기법이 가장 적극적으로 사용된 부문은 인공시설과 지역문화, 역사사건의 순으로 나타나고 있었다.

6. 결론

본 연구의 결과, 지역 특성화를 위한 아이덴티티란 타 개체와의 차별화와 동시에 주변의 물리적 환경 조건, 사회문화 등의 맥락이 반영되어 형성됨을 알 수 있었다.

1980년대 이후, 일본 지역 테마 전시관에서는 지역과 관련된 보다 다양한 영역에서 지역 특성을 상징할 수 있는 테마를 발굴하고 이를 적극적이며 다양한 이미지로 표현하는 기법들이 나타났고 있음을 알 수 있었다. 특히 기존에 익숙해 있던 전통문화나 유물·유적, 지역산업에만 의존하지 않고 아직 우리에게 생소한 지형·생태나 역사사건 등에 해당되는 지역 테마를 적극적으로 발굴하고 있었다. 또한 전시관에 부여된 지역 상징적 테마를 적절히 표현하는 방법으로 재현적 기법과 은유, 상징, 환유 등의 비유적 기법에 의해 각각의 테마를 비일상적이며 강한 이미지로 표현하는 사례들이 적지 않게 보여지고 있었다. 테마가 적극적으로 이미지화되어 외관에 표출되는 사례는 지형·생태, 인공시설, 문화 등의 테마 유형에서 빈번하게 나타났으며 재현적 기법은 지형·생태,

역사사건 등에서 비유적 기법은 인공시설, 지역문화, 역사사건 같은 테마유형에서 빈번하게 나타났다. 이와 같은 표현기법들은 대체적으로 다양한 모습들로 테마들을 형상화하는데 기여하고 있었으며 주변 맥락을 적극적으로 반영하여 보다 구체적인 장소적 아이덴티티를 효과적으로 표출하는 방법으로서 활용되고 있었다.

본 연구의 결과는 유사 시설 설계시 참고자료로서 활용 가능함은 물론, 보다 체계적으로 표현 양상들을 분석하여 유형화한다면 설계시 과정모델로서 유용한 연구로 발전 되리라 기대되며, 향후 국내 지역의 테마 전시관과의 조사 및 분석 연구로 지속되어야 할 것이다.

참고문헌

- 김민수, 웹그래픽에 나타난 수사적 특성에 관한 연구, 디자인학 연구 통권 제 51호 vol.16, 2003
- 김성홍, 건축설계와 비평에서의 은유, 대한건축학회논문집 11권 12호 통권86호, 1995
- 김숙진, 장소마케팅이 지역 이미지와 경제 활성화에 미친 영향에 관한 연구, 서울대 석논, 1999
- 김일룡, 일본의 테마파크 주제에 미치는 영향 요인에 관한 연구, 서라벌대학 논문집 제 15권, 1999
- 이경훈, 건축물 외관의 아이덴티티 해석에 관한 연구, 대한건축학회논문집 계획계 17권1호, 2001.1
- 이소영, 지역문화의 장소마케팅 전략 수립에 관한 연구 -서울시 인사동을 사례로- 서울대 석논, 1999
- 이윤주, 현대 실내공간에 있어서 상징의 의미와 표현에 관한 연구, 홍익대 석사, 1999
- 이장섭, 지역문화 유산과 테마미술관, 문화도시 문화복지 63호, 한국문화정책개발원, 1999
- 허재혁, 송종석, 미국 현대 주택건축의 디자인 테마와 표현수법에 관한 조사연구, 대한 건축학회 논문집 15-2, 1995
- 하재명, 박찬석, 주거지의 환경적 아이덴티티 계획에 관한 연구, 대한 건축학회 논문집 통권49호, 1992
- 한일수, 이미지 마케팅, 한국경제신문사, 1994
- C .N. Schultz, 장소의 혼, 민경호의 역, 태림문화사, 2001
- Donald Appleyard, The Environment as a social symbol, Ekistics 278, 1979
- Juan Pablo Bonta, Architecture and its Interpretation, Rizzoli, 1979
- Kotler, P.& Haider, D.H, Rein, I., Marketing Places, The Free Press, 1993
- Paolo Portoghesi, After Modern Architecture, 태림문화사, 1989
- Philip Jodidio, Contemporary Japanese Architects, vol.II, Taschen, Tokyo, 1997
- Tim McGinty, 건축학 개론, 윤일주 외, 기문당, 1988
- 동아원색 세계대백과사전, 동아출판사 vol. 28
- 일본사회교육조사보고서 2003, 일본 총무성
- 인천일보, 2000.09.27일자
- 건축문화, (주)건축문화사, 일본 동경, 1981-2000
- 신건축, (주)新建築社, 일본 동경, 1981-2000
- GA, A.D.A EDITA Tokyo Co. Ltd., 일본 동경, 1993-2000
- JA, (주)新建築社, 일본 동경, 1994-2호