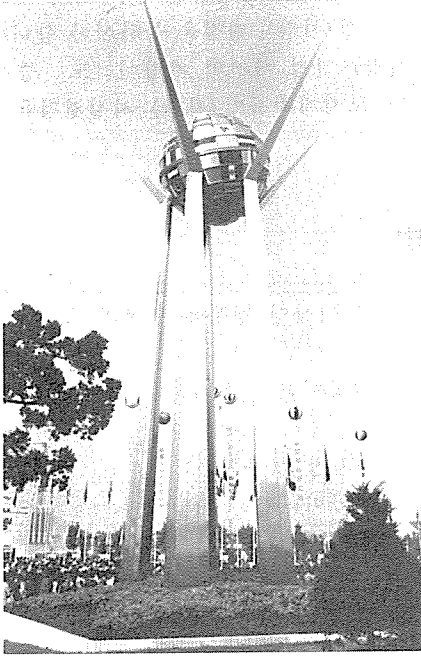


“눈길끄는 各社의 獨立館들”



□ 심볼 · 타워

□ 모양 / 소재도 제 각각

6만여명의 「국제장터」— 참가국 41개국, 참가업체 약 1천여, 예상 참관인과 1백여만명(이미 개장 10여일만에 돌파했지만)—. 지난 달 24일 테이프를 끊은 '82 SITRA의 규모다.

전국이래 몇차례 박람회도 있었으나 참가국 면에서나 규모면에서 이번 박람회가 첫손에 꼽히고 있다.

전면과 양측면에 나있는 출입구로 들어서면 금새 눈에 띄이는 것이 국내 10대 재벌그룹들이 세운 독립관의 위용이다.

이들 독립관들은 기존전시장을 위로

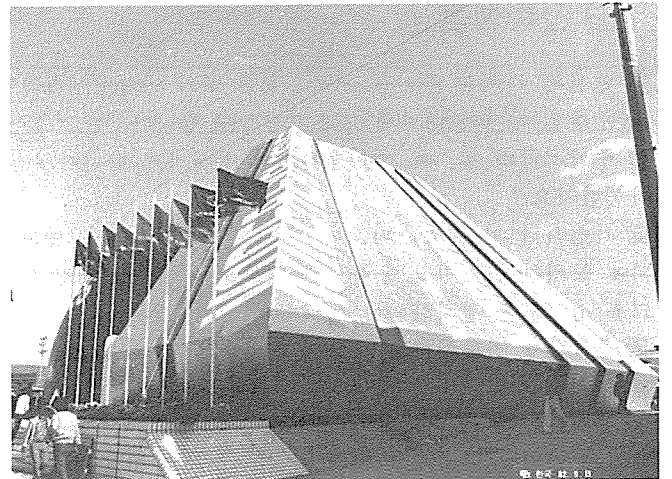
하고 양쪽과 전면에 들어서 있으며 그 중심부에 '82 SITRA 심볼 · 타워가 서있다. 세계의 은백색 금속제 삼각 기둥이 참가국 국기를 아로새긴 철제 지구의를 떠 받치고, 기둥을 1백20도가량 꺾은 가시나래는 사위(四位)를 향하고 있다. 그 자태는 그대로 이번 박람회의 주제인 「내일의 번영」을 표상해 주고 있다.

박람회장은 크게 이들 독립관과 국내관, 국제관으로 나뉘어져 있으며 바이어들이나 관람인파가 몰린 곳은 역시 재벌기업들의 독립관이다.

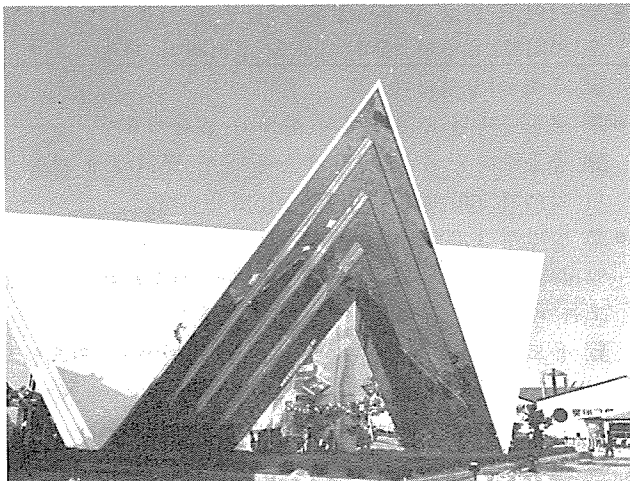
아이디어를 짜내 나름대로의 조형미를 뽐내고 있는 독립관은 우선 꾸며 놓은 외관부터가 휘황찬란해서 관람



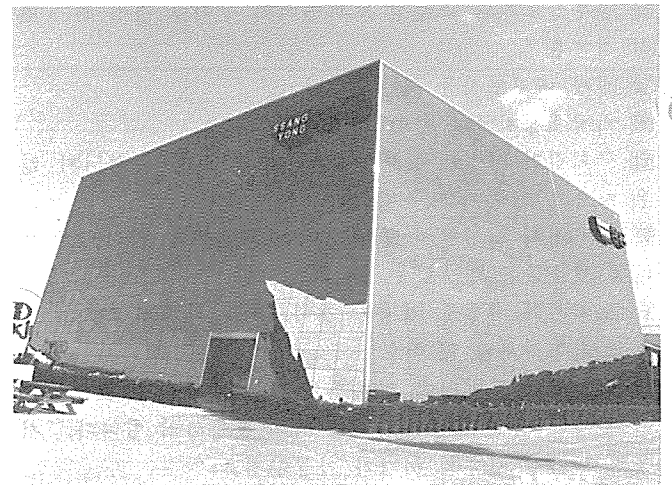
□ 국제그룹관



□ 한국화약관



□ 선경그룹관



□ 상용그룹관

“6 만여평 垆地위에 제각기 웅크린 怪物들…… 10大 企業들의 獨立館”

객들의 시선을 사로잡기에 부족함이 없다.

□ 건축적 배려 아쉬워

형태도 각양각색이어서 왕관 형상을 한 것, 돔모양, 거대한 원통형, 정육면체, 터어빈을 본뜬 것 등등에다가 온통 거울로 외양을 덮은 것, 은백색을 씌운 것, 붉은 페인트로 도장한 것 따위가 흡사 신기한 동물처럼 웅크리고 있다.

결국 자사(自社) PR을 위한 치열한 경연장을 방불케 하고 있다.

문제는 국제적인 규모의 박람회를 개최하는 데에는 해를 넘기는 많은 시간과 이에 따른 인력, 자금 등 제한

여건이 수반된 가운데 하나의 조화를 이루는 작업이어야 한다. 불과 3, 4 개월에 끝낼 수 있는 급조된 것으로 세계의 이목을 집중케 하려는 생각은 무리라는 것이다.

박람회장의 구조물(독립관 등)이 감각적인 면에서는 금세 대중의 호기심을 끌게 하는지는 모르겠지만 좀더 충분한 배려가 있었다면, 특히 건축적인 측면을 계산에 넣었다면 질높은 각종 수출제품을 파는 것 이상으로 우리나라의 이미지를 훨씬 강하게 심어 줄 수 있었지 않았나 하는 아쉬움이 있다.

아는 바와 같이 각국이 같은 비중으로 참가하는 국제박람회의 경향은

□ 감각적인 면보다 든직한 이미지 심었어야

자국의 제품소개라는 국부적인 면에서 떠나 한 나라를 소개하고 이미지를 부각시키는 국가 PR 장으로 변해가고 있으며 따라서 참가국들은 모든 제품을 크게 하나로 묶어 이를 효과적으로 전달하기 위한 각종 시설에 많은 정력을 쏟고 있다. 때문에 건축적인 배려가 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것도 사실이다.

아 물론 6 만여평의 대지 위에 제각기 서있는 구조물들이 제몹을 다해서 '82 SITRA 소기의 목적이 달성되길 바란다. (*)



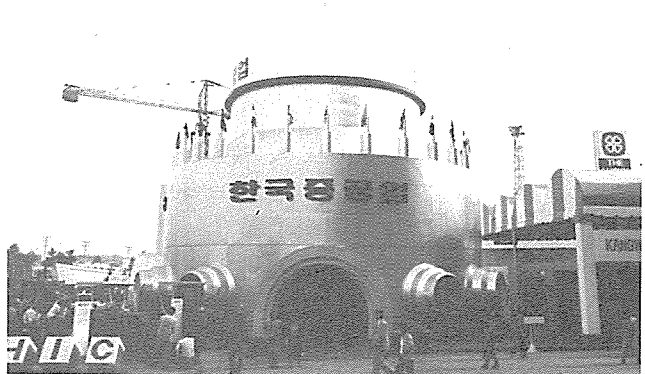
□대우그룹관



□롯데그룹관



□한국중공업관



□삼성그룹관