

# 韓國室內디자인에 있어 媒體的 表現傾向에 관한 研究

## A Study on the Media Expression Trend in Interior Design of Korea

오인욱\* / Oh, In-Wook  
이창윤\*\* / Lee, Chang-Youn

### Abstract

All value and constructions of contemporary cultural environment have been reorganized and the relationship between people and culture can't follow development speed of rapid material civilization development and being informationalized. Because of the circumstances, physical environment is changing into other cultural environment, existence of human being is at a crisis. Physical value precedes mental value and rapid changing causes culture lag. Modernism design of 20th century suggested standard, simplicity and mass production methods, but nowadays, as human being complexity is increasing, information-media are needed to satisfy that. Namely usual design thoughts have to be changed because our life is surrounded by many kinds of powerful media signs and various mixed cultural circumstances. People predict that the characteristics of new ages are 'Immateriality', 'Sensoriality', 'Multimedia'. Amongst them, medial spatial characteristics will be eventually remarkable in commercial space which is coincided with economic logic and multilateral culture. This study is a focus on commercial space which emphasis contemporary medial characteristics and observes medial meaning and various technique through some experimental works in Korea. Also this study's purpose is to examine design directions which correspond with contemporary Korea culture.

키워드 : 매체, 이벤트, 표상성, 테크놀로지

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경 및 목적

현대의 문화환경은 모든 가치와 구조가 재편성되고 있으며 급속한 물질문명의 발달과 초고속화, 정보화 속에서 인간과 문화의 관계가 그 발전의 속도에 대응하기도 전에 이미 다른 문화환경으로 변해 가는 물리적 환경이 인간의 존재적 위기감을마저 느끼게 하고 있다. 물질적 가치가 정신적 가치보다 우선하고 빠른 변화는 문화지체(Culture Lag)라는 문제를 야기시키고 있다. 과거 20세기의 사회 경제적 틀 안에서 자리잡고 있던 모더니즘 디자인의 제안은 표준화, 단순화 그리고 기계에 대한 대량 생산방식이었다. 그러나 현 사회에서 인간은 복잡성이 증가하고, 그 요구조건을 충족하기 위한 정보미디어, 즉 인간의 기억 속에 강렬한 매체성을 지닌 수많은 기호와 다양성이

존재된 문화적 상황 속에서 살고 있으므로 종래의 디자인 사고는 변화되어야 된다는 필요성을 가져오고 있다.

이러한 경향은 실내디자인뿐만 아니라 현대미술에서도 최근 다양한 소재와 미디어를 이용한 탈장르, 복합적인 표현방식이 증가하고 있다는 점이다. 특히 실험정신이 내재된 현대미술의 한 경향으로 다다(dada) 이후의 믹스트 미디어(Mixed Media), 인터미디어(Intermedia) 사용 등 시공간적 상황 속에서 관객의 참여를 적극적으로 유도하려는 의도를 가지려는 경향을 보이고 있다. 이런 경향의 기법들은 시대경향의 인식 속에서 통합예술로서 환경을 이루기 위한 몇 가지 개념과 사고방식을 제안하는 것으로 최근의 실내디자인에서도 적지 않게 적용되고 있다. 즉, 기본적인 글, 이미지, 소리 등에 의한 다양한 매체적 방식들은 현대 실내디자인 공간의 구조뿐만 아니라 재료, 색채, 조명등에 이르기까지 적용되어, 무한한 가능성과 다양한 변형을 통해 매체적 특징을 지닌 쌍방향적 커뮤니케이션의 오브제 형식으로 전달되고 있다. 현재 미래의 새로운 시대 즉 21세기를 비물질성

\* 회장, 경원대학교 실내건축학과 교수, 공학박사  
\*\* 정회원, 경원대학교 대학원 박사과정, 한세대 강사

(Immateriality), 감응성(Sensoriality), 다중매체(Multimedia) 등의 세 가지 현상으로 그 특징을 예측<sup>1)</sup>하고 있는데, 이 가운데 매체적 특징은 궁극적으로 경제적 논리와 다변화적인 문화흐름에 부합한 상업공간에서 주로 그 표현경향이 두드러지고 있다는 점이다. 때문에 본 연구에서는 현재 매체적 특성을 강조한 상업공간을 중심으로 한 실험성 강한 디자인을 보이고 있는 한국의 몇몇 작품사례들을 통해서 이들이 전달하고자 하는 매체의 의미와 다양한 기법들을 관찰해 봄으로써 현 한국문화에 대응한 디자인의 방향성을 점검해 보는 것에 목적을 두고자 한다.

## 1.2. 연구의 범위 및 방법

본 연구의 진행은 첫째, 이론적 배경으로 실내디자인과 밀접한 관계와 영향을 가지는 예술과 공간의 매체적 흐름과 이러한 경향의 공간적 표현기법의 유형들을 살펴보았다. 둘째로 이러한 경향이 적용된 한국의 공간적 사례들의 기법과 그 특징들을 분류해 보고, 마지막으로 이를 토대로 한 매체적 범주의 재규명과 한국 실내디자인에서의 그 가능성 및 문화적 대응방안으로써의 필요성을 예측해 보았다. 특히 본 연구에서 다루게 될 작품사례의 범주는 1990년대 이후의 작품들을 대상으로 조사하였으며, 매체적 특징을 보다 적절하게 드러내 주는 시각적 전달성을 중요시하는 상업공간을 중심으로 접근하였다.

## 2. 매체의 이론적 배경

### 2.1. 예술에서의 매체적 경향

<표 1> 예술에서의 매체적 경향

분야		매체적 표현특징	
매체도구	매체적 범주	매체예술의 특징	매체예술의 효과
현대미술	레이저아트&홀로그래픽아트	라이트와 테크놀리지의 결합으로 생성된 영역으로 이들이 매체적 요소이며, 매체자체의 본질적 구조에 근거한 효과, 빛의 고유한 특성과 색채를 낳는 기능, 자발적인 창조능력이 특징	특수 매체를 통한 이벤트적 참여의식 창출(특수성, 참여성)
	테크놀리지 ↓ 현대미술	비디오와 테크놀리지의 매체결합으로 조절적 질서의 형식적 탐구를 포함하여 기술적인 처리과정을 이용한 이미지 창조를 시도하고 개념미술과 퍼포먼스의 행위를 녹화하는 커뮤니케이션 작업	일상적 대상이나 전자시스템의 실험적 탐구 등을 기록하는 접근(일상성, 가상성, 실험성)
	컴퓨터 아트	컴퓨터 또는 전산처리를 이용한 매체영역으로 비디오 이미지와 그 외의 다른 이미지들의 제작, 사이버네틱 조각, 환경, 광디스크나 비디오의 제작, 정보통신작품 등을 매체로 작업	컴퓨터를 통한 합성이미지로 동적 현상을 창출(변형성, 상징성, 가상성)
	커뮤니케이션 아트	일반적인 커뮤니케이션방식(글, 이미지, 소리)이 테크놀리지와 결합하여 총체적인 방식으로 다른 매체아트를 포괄하는 영역으로 물질적 오브제보다는 이벤트적 특수성과 시간과 공간의 초월을 통해 감성적 대중참여와 인터랙션(Interaction)의 개념으로 한 순수표현작업	일상적 전달방식이 첨단 테크놀리지와 결합된 총체적 커뮤니케이션의 접근(일상성, 상호성, 특수성, 참여성)
	오브제 ↓ 현대미술	설치미술 (Installation)	오브제를 임의의 공간 속에 설치 배치함으로써 예술과 일상, 오브제와 공간, 사물과 관객 등의 표현매체를 확장시키는 작업
행위 ↓ 현대미술	퍼포먼스 (Performance)	일상적인 행위, 예술가 자신과 관객들의 행위를 움직이는 예술적 형태로 제시하는 매체적 특성을 지니며, 일상성의 반영과 이벤트적인 측면을 강조하는 작업	신체적 행위를 매체로 예술과 관객의 커뮤니케이션을 접근(일상성, 이벤트성, 일회성)

일반적으로 매체의 사전적 정의는 어떤 작용을 한 쪽에서 다른 쪽으로 전달하는 역할을 하는 것을 의미하고 있다. 특히 과학적 해석으로는 매질인 물체가 그 대상이 되고, 주로 예술에 있어서의 매체는 전자공학의 발달 그리고 예술가들의 끊임없는 실험과 발견을 통해서 레이저, 홀로 그래픽, 비디오, 컴퓨터와 텔레커뮤니케이션 등을 이용한 예술형태로 발전하고 있다. 또한 해프닝, 퍼포먼스, 키네틱아트를 인공지능시스템의 디지털기술과 결합시켜 정보예술(Info Art), 인터랙티브 아트(Interactive Art), 사이버 아트(Cyber Art) 등으로 확장되고 있다.

이러한 매체적 특징의 미학적 이슈는 과거공예가연맹회합(1907)에서 표명되었던 “도구와 기계 사이에 어떠한 제한된 경계가 없었다.”라는 순수예술과 실용예술과의 혼합으로 비예술적인 오브제와 현상들에 동시에 적용할 수 있는 미학에 근거를 둔 것<sup>2)</sup>에서 출발한다. 즉, 전자매체와 예술의 결합으로 인간과 인공지능, 사람과 기계, 가상과 실재, 참여와 인터랙티비티를 포함시켜야 하는 문제<sup>3)</sup>이다. 이는 의미를 창조하는 사람과 창조적 과정으로서의 예술과의 관계성 속에서 상호교류의 가능성을 확장하는 것으로 이에 대한 실현성의 문제가 아닌가 한다.

최근 시각적, 다감각적 세계로 인도되는 미디어아트의 공통적 요소는 환영주의(Illusion)에 기초한 이미지와 실재의 역설적인 표현, 물질의 물질화, 빛, 색, 형태의 변형 등 새로운 상황과 조건들을 창조하고 있다. 다시 말해서 매체적 특성인 시각적이고 표현적인 효과를 극대화하기 위해 다양한 기술을 결합하고 변형하는 실험을 시도하고 있다. 이러한 경향은 예술의 한 장르로서 정착되었으며, 물리적 공간의 환영 외에 감각의 세계를 초월한 사이버 공간 영역의 환영 즉, 사이버 문명을 창조하는

1)Luigi Prestinenza Puglisi, 박숙미·서정연 공역, 하이퍼 건축, 李鏞, 2001, p.8

2)프랑크 포페르, 박숙영 역, 전자시대의 예술, 예경, 1999, p.11.

3)김주미, 설치미술의 조형적 사고와 표현특성, 한국실내디자인학회논문집 26호, 2001. 3, p.111

데 까지 확장되고 있다. 1980년대 이후 예술가들은 심리, 물질적인 인간 경험을 강화시키기 위한 의미들의 관계성에 대해서 관심을 기울였고, 소위 현대 매스 미디어(Mass Media)시대의 가장 대표적인 예술형태로서 새로운 기술과 예술이 결합한 쌍방향 상호작용의 과정을 예술작품 속에서 실현시키고 있는 것이다. 사용자와 관찰자는 작품 그 자체 속에서 질문하고 대답함으로써 새로운 커뮤니케이션의 장을 창조하고 있다.

## 2.2. 공간에서의 매체적 경향

이러한 성향은 최근 고도의 소비사회의 기호와 상업주의의 반영 그리고 대중적 정보와 이미지를 전달하기 위한 매체건축이라 불리는 실험적 흐름으로 실현되고 있으며, 특히 비물질적, 가상적, 텔레마틱(Telematic)공간이 확산되고 있다. 그러나 이러한 경향은 최근에 이르러서 생겨난 것이라 단정짓기보다는 과거의 발전적 양상에서 찾아 볼 수 있다는 점이 흥미롭다. 즉 과거 각 시대마다 매체가 되는 나름대로의 건축적 표현양식들이 있었다는 점이다. 예를 들어 고딕시대의 스테인드 글래스가 이것을 증명하는 것이라 하겠다. 그것들은 그들의 정적인 이야기를 표현하고 있으며 그 그림들은 창세기 이후에 일어나 전설적인 성직자 또는 성서에 나오는 이야기를 상징하고 있다. 이런 종류의 그림은 일반적으로 사람의 생각, 문화 그리고 종교적인 것에 영향을 받지만 중세시대 사람들의 일상생활은 아니다. 르네상스와 바로크 시대의 벽걸이용, 융단과 그림들은 이와 비슷한 역할을 한다. 성당의 스테인드 글래스와 19세기의 파노라마와 디오라마 형식의 그림들 사이에서 단순히 표면상으로만 일치함을 밝힌 것으로 매개로서의 공간표현양식이다. 극장, 오페라 하우스 같은 건축으로부터 20세기초의 영화 극장이 발전한다. 이러한 극장은 예전 같은 표현양식을 지닐 뿐만 아니라 예술의 매체적 양상의 시기처럼 1980년대 말 서구와 아시아 지역에서 널리 퍼진 옴니맥스(Omnimax-), 아이맥스(Imax-)같은 복합적인 극장이 갖는 다용도의 능력을 갖고 있다. 이런 형태의 건축들은 움직이는 이미지에 의존을 한다. 이처럼 20세기는 움직이는 이미지의 표현을 강조하는 시기로서 필름에서 비디오로, 컴퓨터와 최근의 혼합된 여러 매체, 그리고 다양한 기술이 개발되었다.

이런 환경 속에서 예술은 전자디지털 기술에 의하여 만들어지고 이런 시대적 이미지를 만들어 내게 된다<sup>4)</sup>. 즉, 현대의 매체가 미적인 면뿐만 아니라 기술적인 전달기능을 정의하는데, 적당한 매체 건축이라는 규명에 이르게 된 것이다. 현재 매체 건축은 오늘날 더욱 진보된 기술에 의해 다양한 표현방식들을 지원 받고 구사할 수 있게 되었는데, 즉 시각적, 촉각적, 후각적, 감성적 면뿐만 아니라, 가변적인 지붕과 벽, 스토리적 파사드의

상징성 표현, 움직이는 텍스트와 이미지 심지어 이들의 표피에 진동하는 그래픽을 하거나 소리를 사인으로 바꿀 수도 있는 기술적 도움에 의한 가능성이 현실화되고 있다. 이것은 가까운 미래에 매체적 이미지들이 우리의 일상환경에 지배적 부분이 될 것이라는 예측은 이미 멀티미디어와 다중차원에 의한 표현이나 파사드의 전자적 광고의 일부에 불과한 스크린적 수준을 뛰어 넘는 그 이상의 의미성으로 상호작용하는 동적인 조각이 되려는 경향을 띠고 있다. 특히 벽의 경우에는 몇 개의 레이어로 지각되는 마치 막같은 표피를 포함한 구조체로 점차 변화되고 있다. 이 벽들은 에너지 저장, 심지어 에너지 발전 같은 다양한 기능을 제공한다. 또한 정보와 매우 복잡한 설화적(narrative) 구조나 상호작용하는 예술적 표현으로부터 발생하는 이미지와 텍스트로 장식되기도 한다. 이런 벽은 그 자체로 건축적 서술을 발전시키고 다양한 가능성을 생성시킬 수 있다는 점<sup>5)</sup>이다.

## 2.3. 공간의 매체적 표현기법 유형

이와 같이 현대미술과 공간의 매체적 특징에 있어 평범한 현실세계를 소재로 또는 특정 소재를 이들 영역으로 끌어들이고 있는 것을 볼 수 있다. 특히 매체적 진행은 예술적 차원에서 공간적 확장으로 움직임이나 이에 반하는 작업 모두가 진행되는 영역적 확장(예술↔공간)이 부각되고 있다는 점이다. 이러한 진행은 현대미술의 매체적 특징을 보이는 실험적 공간작품 속에서 표현기법과 그 특징을 찾아 볼 수 있다.

### (1) 공간적 Event



공간은 행위(육체적 퍼포먼스)뿐만 아니라 사고(정신적 퍼포먼스)가 동시에 진행된 과정으로서의 장소이다. 물리적 구성체로서 만이 아닌 그 속에서 활동하는 퍼포먼스 장소로서의 공간, 더 나아가 신체 연장으로서는 내부공간을 설명할 수도 있다. 또한 비가시적, 혼적으로 남게되는 인간행위는 언어와 마찬가지로 시공 속에서 탈물질화하게 된다. 즉 환경을 인간의 생활, 움직임 등의 비물질적 상황과 상태가 개입되어 역동적인 이벤트를 발생시키는 퍼포먼스적 장소로 생각하는 것이다. 이벤트가 발생하는 공간이란 사고의 이벤트, 차이의 장치로서 또 다른 가능성과 기회를 제공하는 드라마틱한 장치물이 내재된 장소를 뜻한다. 이러한 공간적 관심은 퍼포먼스와 설치미술적 특징을 분열, 치환, 변형의 방법으로 표현한 딜러 & 스코피디오(Diller & Scofidio)의 작품<sup>6)</sup> 속에서 적절하게 드러나고 있다. 이들은 공간의 문제를 검증하기 위한 도구로서 시간, 공간, 및 신체의 문제를 한 점에 집중한다고 하는 의미에서 이벤트적 표현을 공간적 개념으로 확장시킴으로써 스타일을 초월한 문화적 맥락에 응답하는 공간을 가능하게 하고 있다.

4)Christian W. Thomsen, Mediarchitecture-Final : Conclusion, a+u, 1996. 9, p. 118

5)Christian W. Thomsen, Mediarchitecture-Part 1: Defining Positions, a+u, 1995. 1, pp.80-83

6)이영일, '딜러+스코피디오'의 작품세계, 플러스, 1992.10, pp.162-165



<표 2> Diller & Scofidio의 공간적 이벤트

	작품	
	with Drawing room, 1986	Slow House, 1991
현대공간 (공간=예술)		
매체적 특징	일상적 공간개념을 분할과 분리라는 설치적 개념을 통해 공간적 행위를 이벤트화 시킴.	가상적 매체(비디오 카메라)를 설치하는 행위를 통해 인공과 자연, 허구와 실재를 중첩시킴으로써 공간적 이벤트를 창출
	일상성 → 이벤트화	가상성 → 이벤트화

(2) 표상적 오브제의 확장

공간에 있어서 표상적 오브제란 외적 자극과는 관계없이 체험적 경험에 기초하여 구체적이고, 감각적으로 마음속에서 재생되어진 형상이 반영된 오브제의 공간적 설치라고 말할 수 있다. 이는 과거와 현재를 연결하는 매체로써 인간의 경험, 기억, 연상 등을 자극하는 시각적 상징언어로 작용한다. 이러한 표현은 프랭크 게리(Frank O. Gehry)의 치아트 데이 마조(Chiat/Day/Majo)와 스위스 바젤의 비트라 국제본부 등의 작품(7)에서 그 특징을 찾아 볼 수 있다. 이들 공간 속에 설치된 물고기나 뱀의 형상들의 채택은 게리의 개인적 상징물로 유년시절의 기억이며, 암시적인 형태이다. 이러한 표상적 오브제의 환경 조각화와 같은 발상은 예술과 공간 자체를 공공영역과 일상으로 확장시키려는 사회적 행위일 뿐만 아니라 시공간을 초월하려는 커뮤니케이션적 접근으로 볼 수 있다.

<표 3> Frank O. Gehry의 표상적 오브제 확장

	작품	
	Chiat/Day/Majo, 오피스 회의실, 1991	비트라 국제본부
현대공간 (공간=예술)		
매체적 특징	연상적 오브제(뱀과 물고기의 형상)를 통해 예술과 공간을 일상으로 확장시키고, 또한 과거와 현재를 연결시키려는 표상적 작가개념을 공간 속에 담으려는 매체적 접근	
	연상성 → 확장성	

(3) 테크놀로지(Technology)의 매체화

현재 테크놀로지와 결합된 미디어 인터페이스(Interface)는 더욱 능동적이고 생각하는 공간적 개념을 가능하게 하고 있다. 이러한 흐름은 종래의 공간적 어휘, 문법 그리고 수사학을 변화시키고 있다. 즉 공간의 벽이 일종의 센서가 부착된 미디어 스크린으로 그 표면은 각종 이미지를 표현하기도 한다. 그러나 이런 이미지들은 기계적 형태라기보다는 보이지 않는 것들이


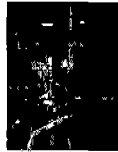
7)윤재은, 해체주의 건축의 외적 조형성과 내적 조형공간의 상관관계에 관한 연구, 한국실내디자인학회논문집 24호 2000, 9. pp.26-29

호르는 공간이다. 여기서 중요한 것은 표현된 형태라기보다는 그런 형태의 표현을 가능하게 만드는 공간의 이미지이다.

이러한 최근의 테크놀로지를 통한 매체적 접근으로 4명이 공동작업을 하고 있는 페리페리크(Périphériques)의 New Casino (2001)와 Total Media Tower(2009, 완공)<sup>8)</sup> 등에 의해 그 실험적 가능성이 진행되고 있다.

이들 두 작품에서는 미디어 스크린에 의한 다양한 유형의 정보 뿐만 아니라 그 자체 역동적 장식성을 생성시켜 실내공간의 시각적 체험영역을 확장시키고 있다. 과거 토요 이토(Toyo Ito)가 “Dreams”(일본의 비전, 1991-92)와 바람의 달걀(Egg of Wind, 1989-91) 등에서 표현했던 것처럼, ‘우리가 아직 찾지 못한 전자시대에서 삶의 발상을 반영하는 공간’<sup>9)</sup>을 확인시키게 하는 기회를 마련한다는 그의 주장이 실험적 탐구 속에 구체적 진행을 보이는 경향이라 할 수 있다.

<표 4> Périphériques의 테크놀리지적 매체화

	작품	
	New Casino, France, Paris, 2001	Total Media Tower, Tokyo/ Seoul/ Bangkok, 2009, 완공
현대공간 (공간=예술)		
매체적 특징	다양하게 굴곡된 내부형태 자체가 매체적 스크린 역할을 하며, 여기에 투사된 다양한 영화 이미지가 역동적 장식성과 공간적 참여성을 생성시킴.	툴 킷 건축(Tool Kit Architecture)이라 불리워 지는 이 공간은 제한된 공간 개념이 아닌 사용자에 의해 작용하는 도구(Tool)의 개념을 의미하는데, 외내 부 벽면이 매체적 역할을 하고, 여기에 각 도시의 다양한 이미지와 상징적 정보를 투영하여, 공간과 인간, 도시와 도시를 연계시킴.
	가상성 → 참여성	상호성 → 확장성

3. 韓國室內디자인의 媒體的 接近

공간에서의 매체적 접근은 한국실내디자인에서도 시대정신과 사상 등의 다차원적인 변화를 수용하고, 다양한 요구를 반영하려는 실험적 시도의 일환으로 전개되고 있다. 즉 공간에서의 매체적 특징인 공간적 이벤트화, 표상적 오브제의 확장, 테크놀로지의 매체화 등을 각 장르(예술분야와 첨단기술)의 끊임없는 탐구와 이들의 매체적 상호 텍스트성을 강조한 새로운 구성방식으로 접근하고 있는 것이다. 이처럼 앞서 논의된 매체적 특징을 바탕으로 몇몇의 실험적 접근사례를 분류하면 다음과 같다.

(1) 공간적 Event

8)Architect, Périphériques, Space, 2001. 5, pp.112-123

9)Luigi Prestinenza Puglisi(박부미, 서정연 공역), op. cit., p.24

<표 5> 공간적 이벤트(Event)

	작품	
	최정화, 살, 1996	개오망 디자인, 휴그(Bar Hugh), 2000
현대공간 (공간→예술)		
매체적 특징	기존의 형식적인 상업공간의 개념을 일상적 삶의 영역으로 확장시킴으로써 사용자의 이벤트적 참여 가능성과 자유롭고 다양한 체험을 유발시키려는 매체적 의도를 제시. (일상적 소재의 설치) (사용자의 이벤트적 행위유발)일상성 → 이벤트화	3 장소에 설치된 슬라이드 프로젝트를 매체적 수단으로 공간적 단선성을 다양함으로, 공간적 단절을 연계성으로, 또한 거친 재료 면을 시각적 이벤트로 유도하는 공간을 제시 (특수매체물 설치) (사용자의 시각적 다양성의 행위유발)가상성 → 이벤트화

한국에서의 공간적 이벤트 성향은 현대미술개념의 실제적 차용이나 계구성 속에서 진행시키고 있는 것을 발견할 수 있다. 즉 작가의 개념적 행위를 통해 구현된 설치적 특징이 사용자들로 하여금 이벤트적 참여를 유도하려는 의도라고 할 수 있다.

이것은 디자인이 기능과 합목적성을 만족시키는 것 이상이기를 원한다면 디자인과 커뮤니케이션의 관계에 주목해야 하며, 커뮤니케이션으로서의 디자인이 구가할 수 있는 최고의 단계가 물리적 주파수에 반응하는 공명과 같은 감성적 접근의 시도에 바탕을 둔 개념일 것이다.

이러한 감성적 자극을 위해 일상적 매체로 이벤트화 시키는 작업은 최정화의 '살'이나 개오망디자인의 '휴그'(Bar Hugh)등에서 그 특징을 찾아 볼 수 있다.

(2) 표상적 오브제의 확장

표상적 오브제의 한국적 경향은 전통과 현대, 서구와 동양의 체험적 경험에 의한 혼재된 커뮤니케이션의 인지양상으로 나타나고 있다. 즉 오브제의 가능성은 시간과 문화에 따라 쌍방향적이거나 일방향적인 시각언어로 인지될 수 있기 때문에 작가의 설치개념과는 달리 사용자에게의 반영은 보다 다양한 확장 개념으로 다가서게 된다. 이러한 흐름은 고흥적 공간개념의 탈피 가능성과 다학제적인 탐구의 필요성을 가져오는 경향이라 할 수 있다.

<표 6> 표상적 오브제의 확장

	작품	
	전시형, 궁(宮), 1998	마영범, 화(和), 2001
현대공간 (공간→예술)		
매체적 특징	구조체인 기둥에 현대미술가인 박재영의 조각적 오브제를 차용함으로써 전통과 현대의 표상 및 공간적 단선성과 조형적 다양성을 공존시키는 상징적 매체성을 지님. (연상적 오브제의 설치) 연상성	화합 또는 융합(和)을 의미하는 표상적 오브제의 설치는 안과 밖, 빛과 어둠, 동양과 서양, 과거와 미래라는 대립적 개념을 공존시키려는 혼재적 매체성을 가짐 (사용자의 감성적 다양성 유발) 확장성

현재 국내공간에서 표상되는 오브제적 요소는 상징적이지만 연상성을 강조한 접근을 추구하고 있는데, 그 대표적 작품으로 전시형의 '궁'(宮)과 마영범의 '화'(和) 등에서 그 특징을 살펴볼 수 있다.

(3) 테크놀리지(Technology)의 매체화

현재 공간에서의 매체적 특징인 테크놀리지의 관심은 전 영역에서 개념과 예술적 환경을 질서화할 수 있는 효율적 수단으로 적용되고 있을 뿐만 아니라 지각적 경험을 풍부히 하고 정보와 감각경험을 운반하는 미디어 디자인을 창조할 수 있는 가능성을 제공하고 있다. 이러한 경향은 점차 디자인 속에 통신망, 가상현실, 고성능컴퓨터를 하나의 매체적 도구로 인정하게 되었고, 단지 현대미술을 위한 도구로만 여겨지는 것이 아니라 그 자체가 예술적 환경을 구성할 수 있다는 시대적 필요성에 주목하는 현상이라 할 수 있다. 물론 테크놀리지의 유용성은 현대의 또 다른 이슈인 생태학적 세계관과 대립양상을 띠기 때문에 테크놀리지의 매체화와 생태학적 균형을 고려한 환경적 접근을 요구하기도 한다. 이러한 실험적 테크놀리지의 경향은 한국에서도 사용자와 공간의 커뮤니케이션적 참여유발의 수단으로, 부분적 혹은 전체적인 차용이 시도되고 있다. 즉, 카텍디자인의 메카박스 시네플렉스(Magabox Cineplex), 최정화의 제스티(Zesty), 보이드 플래닝의 넥손 사무실(Nexon Office), 마영범의 바바(Barba), 중앙디자인의 티티엘 존(TTL Zone, 광주점) 등의 작품들에서 적절한 그 특징들을 살펴볼 수 있는데, 특히 광섬유, 홀로그래픽 시트 등의 테크놀리지적 소재나 레이저, 멀티미디어의 도입 등이 그 예라 할 수 있다.

<표 7> 테크놀리지의 매체화

	작품	
	중앙디자인, TTL Zone, 1999	최정화, Dance Club Zesty, 1997
현대공간 (공간→예술)		
매체적 특징	6면의 거울과 각기 다른 멀티미디어의 결합은 가상적 체험공간으로 사용자 하여금 시각적 확장감과 참여성을 유발시키는 매체적 효과를 창출함. (가상적 매체의 설치) (공간과 사용자의 커뮤니케이션)가상성 → 상호성	유리, 알루미늄 등의 일반소재와 테크놀리지적 소재인 홀로그램 시트의 결합은 환영적 공간으로 체험자를 흡입하는 매체로 전환됨. (테크놀리지적 소재의 설치) (공간적 흥미유발) 특수성 → 참여성

4. 매체유형과 공유의 관계

이와 같은 한국실내디자인의 매체적 접근 경향은 통상적인 커뮤니케이션의 형태를 물질적 실재(physical presence)와 가상적 실재(virtual presence)로 대비하고, 이를 다시 '동시적'(synchronous)인 것과 비동시적(asynchronous)인 것으로 분류하고 있는 미첼(Bill Mitchell)의 저서 "City of Bit"를 통해

그 특징을 접근해 볼 수 있다. 즉 물질적 실재와 가상적 실재에는 각각 동시적인 접촉과 비동시적 접촉이 있어서 네 가지의 기본적인 커뮤니케이션 형식이 도출된다. 여기서 물질적 실재의 매체란 어떤 의사소통의 행위를 위해서 사람의 직접적인 발화나 문서, 오브제와 같은 유형적인 매체를 사용하여 발신자의 의사나 감성을 자극하는 경우를 지칭하며, 그 반대인 가상적 실재의 매체는 전자적 신호를 이용하여 유무선을 통해 내용이 전달되는 것을 지칭한다. 예를 들어 사람과 사람이 동시에 접촉하여 이루어지는 면담이나 회의, 혹은 편지같은 커뮤니케이션의 행위는 물질적 실재를 전제로 하지만, 전화, 팩스 또는 E-메일 같은 것은 가상적인 실재에 해당되는 것이다.<sup>10)</sup>

<표 8> 커뮤니케이션의 동시성과 실재성

실재성 \ 동시성	동시성	비동시성
	동시적 커뮤니케이션 사용자 다수의 매체공유	비동시적 커뮤니케이션 개인적 매체인지
물질적 실재	면담, 회의	예모를 남기거나 편지를 띄우는 것
가상적 실재	전화, 화상회의, 컴퓨터를 이용한 토크	E-메일, 팩스 전자게시판

<표 9> 한국실내디자인의 매체유형과 공유상태

(관계성 : ●)

커뮤니케이션의 형태 작품	매체유형(실재성)		공유상태(동시성)		매체유형과 공유상태
	물리적 실재	가상적 실재	동시적 커뮤니케이션	비동시적 커뮤니케이션	
최정화, 살, 1996	●		●		공간적 이벤트 매체유형은 상이하지만 사용자 다수에게 동시적 이미지를 부여
개오망 디자인, 휴그(Bar Hugh), 2000		●	●		
전시형, 궁(宮), 1998	●			●	표상적 오브제 동일한 매체유형을 통해 매체전달의 이미지가 사용자 개개인에게 상이하고, 주관적으로 접근
마영범, 화(和), 2001	●			●	
중앙디자인, TTL Zone, 1999		●	●		테크놀리지의 매체화 매체유형은 상이하지만 사용자 다수에게 동시적 이미지를 부여
최정화, Dance Club Zesty, 1997	●		●		

이러한 개념은 미첼의 실재성과 매체의 유형으로, 동시성은 사용자의 공유상태와 관련을 가진다고 할 수 있다. 이를 앞서 논의한 한국실내디자인의 매체적 사례에 관련지으면, 공간적 이벤트나 테크놀리지의 매체화는 매체유형이 상이하지만 사용자 다수에게 동일한 이미지를 부여하고, 표상적 오브제는 동일한 매체유형을 통해 매체전달의 이미지가 사용자 개개인에게 상이하고, 주관적으로 접근하는 양상을 살펴 볼 수 있다.

## 5. 결론

한국에서의 매체적 공간의 특징을 종합해 보면 그 범주가 기

존의 매체건축 보다 더 포괄적 개념으로 확장되고 있다는 점을 관찰할 수 있다. 즉 매체적 공간은 테크놀리지라는 특수매체를 공간에 도입함으로써 미적 기능을 창출하는 기존 개념을 넘어, 일상적 대상 자체를 이벤트화 하여 매체적 특징을 창출시키는 방법이나 표상적 오브제 자체를 확장시켜 매체적 특징을 창출하는 방법 등으로 보다 다양한 접근양상을 보이고 있다는 점이다. 특히 앞서 논의된 한국실내디자인의 사례들을 살펴보면, 현 한국의 시대정신과 문화적 대응으로써 매체적 특징의 가능성과 필요성을 점검해 볼 수 있다.

첫째, 한국에서의 공간적 이벤트의 특징은 일상적 소재 혹은 특수매체 등을 통해 공간체험자들로 하여금 부분적 효과로 전체적 자극을 생성시키는 보다 적극적인 감성디자인으로써의 진행 방향성과 경제적 효율성에 의해 그 가능성과 필요성을 더하게 될 것이라는 예측을 할 수 있으며, 둘째로 표상적 오브제는 공간의 인지적 다양성을 부여하는 동시에 모호해 지기 쉬운 공간의 전체 이미지를 재규명해 줄 수 있는 역할 가능성과 특히 전통성 논의에 관련한 새로운 제안 가능성을 생각해 볼 수 있다. 마지막으로 테크놀리지적 매체화의 특징은 새로운 가상매체 및 소재를 통해 공간 프로그램상의 한계성 극복과 보다 자유롭고 확장된 디자인적 사고를 구현할 수 있는 대개적 역할을 기대해 볼 수 있다.

이와 같은 접근들은 이미 현대예술 전반 영역에서 시대정신, 사상 등 다차원적인 변화를 수용하고, 다양한 요구를 반영하려는 시도로써 활발히 전개되고 있는 것이 현시점이다. 때문에 더욱 본격화되어질 21세기의 테크놀리지적 문화 속에서 한국실내디자인이 나아갈 방향성과 그 영향에 대한 재사고적 접근이 본 연구의 궁극적 목적이라 할 수 있다. 그런 의미에서 이러한 매체적 표현경향은 디자이너 스스로 새로움을 발견하려는 의도로서의 실험적 태도와 조형의지라는 관점으로 긍정적 가치를 들 수 있을 것이다.

## 참고문헌

1. Luigi Prestinzenza Puglisi, 박부미·서정연 공역, 하이퍼 건축, 李鏞, 2001.
2. 프랑크 포페르, 박숙영 역, 전자시대의 예술, 예경, 1999.
3. 김주미, 설치미술의 조형적 사고와 표현특성, 한국실내디자인학회논문집 26호, 2001 3.
4. Christian W. Thomsen, Mediarchitecture-Final : Conclusion, a+u, 1996. 9.
5. Christian W. Thomsen, Mediarchitecture - Part 1 : Defining Positions, a+u, 1995. 1.
6. 이영일, '딜러+스코피디오'의 작품세계, 플러스, 1992.10.
7. 윤재은, 해체주의 건축의 외적 조형성과 내적 조형공간의 상관관계에 관한 연구, 한국실내디자인학회논문집 24호 2000, 9.
8. Architect, Périphériques, Space, 2001. 5.
9. 김성아, 건축설계정보의 공유와 커뮤니케이션, 건축, 1997. 9.

<접수 : 2001. 7. 25>

10) 김성아, 건축설계정보의 공유와 커뮤니케이션, 건축, 1997. 9, p.25