

전시문화 산업의 전문인력양성 방안과 전망

A Prospective study for professional training plans for
the Cultural Exhibition Industry



김경훈 (Kim, Kyeong Hoon)

서울산업대학교 과학문화디자인연구소

박정희 (Park, Jeong Hei)

서울산업대학교 과학문화디자인연구소

논문요약

Abstract

I. 서론

- 1. 연구 목적 및 배경
- 2. 연구 방법과 범위

II. 국내 전시문화산업의 인력양성과 현황

- 1. 국내 전시문화 산업의 동향과 특징
- 2. 국내 전시문화 산업의 인력양성 현황
- 3. 국내 전시산업의 인력양성과 문제점

III. 해외 전시문화산업의 인력양성과 현황

- 1. 미국
- 2. 유럽
- 3. 아시아

IV. 디지털시대와 전시문화 인력양성방안과 전망

- 1. 디지털시대의 전시패러다임
- 2. 전시문화 산업의 인식전환
- 3. 전시문화 산업의 인력양성 모델

V. 결론

참고문헌

(Keyword)

Exhibition Industry, Cultivation of human resource, Education Program

논문요약

전시산업은 국가 및 지역경쟁력 차원에서 무역인프라 확충뿐 아니라 전시개최 관련기업들에게 고부가가치의 서비스산업으로 발전하는 계기를 마련하므로 이미 선진국을 중심으로 국가적 중추산업으로 육성하여 왔다. 우리나라도 최근들어 전시산업이 국가 전략산업으로 인식되었고 그 발전을 위한 제도적 기반이 구축되고 있는 상황으로 본 연구에서는 전시 문화산업의 인력양성을 목표로 이에 대한 방안과 전망을 제안하고자 한다.

이를 위해 첫째, 국내 전시문화 산업의 동향과 특징을 살폈다. 둘째, 국내전시문화 산업의 인력양성 현황을 국내대학 관련학과를 토대로 분석하였으며 문제점을 도출하였다. 셋째로 해외전시 문화산업의 인력양성 현황을 조사하였다. 미국과 유럽, 아시아를 중심으로 인력양성 프로그램을 살펴보고 벤치마킹할 수 있는 이점을 서술하였다. 넷째, 디지털시대에 따른 전시문화의 패러다임을 살펴보았다. 특히 멀티미디어 기반의 과학전시는 관객이 더욱 체험화 할수 있고 쌍방향적인 관계로 전환이 되고 있음을 알수 있었다. 이렇듯 진술된 것들을 토대로 국가발전의 동력과 첨단전시문화 산업화를 위해서는 교육과 R&D가 연계된 전시전문 인력양성이 시급히 요청됨을 알수 있었고 시사점과 기대효과를 도출할수 있었다.

Abstract

The Exhibition Industry has supplied not only expansion of trade infrastructure and raised national competitiveness but also created the momentum necessary for the development of exhibition-related companies into a high value-added service industry.

The Exhibition Industry has already become pivotal to our building of an advanced contry. It's been recognized as a strategic component with institutional foundation laying the groundwork for further development. I would like to offer a prospective study on the future of professional training.

First, I have studied trends and characteristic of the cultural exhibition industry in korea

Second, by studying and analyzing the status of

professional training within related university departments.

Using results from research on the trends and characteristics of foreign cultural exhibition industrys and their training programs. I hope to show the benefits of benchmarking training programs American, Europe and Asian. Forthly, Also of importnce is the cultural exhibition industry in the context of the Digital Era. This has allowed audiences at scientific exhibitions to interact using multimedia in new ways. As a result of this research it's been found that pro-training. Cultural exhibition industry needs to become related with education and R&D to produce an industrialized high-tech exhibition industry.

I. 서론

1. 연구목적 및 배경

전시산업은 국가 및 지역경쟁력 차원에서 무역인프라 확충 뿐 아니라 전시개최 관련기업들에게 고부가가치의 서비스산업으로 발전하는 계기를 마련하므로 이미 미국, 유럽 및 동아시아를 중심으로 국가 중추산업으로서 육성하여 왔다. 각국 정부의 육성책으로 세제혜택을 제공하거나 적극적인 투자를 하는등 다양한 측면에서 전시의 유치 개척여건 조성을 위해 지원을 아끼지 않고 있다. 우리나라의 경제발전 수준이나 무역규모에 비하면 전시산업의 수준과 규모는 상당히 왜소한 것이 사실이다. 그 이유는 여러 가지가 있지만 하드웨어인 전시장의 부족과 인력의 절대부족이 큰 요인이라 할 수 있다.

아시아 국가 중에서는 홍콩, 싱가포르가 이미 10여년 전에 전시산업에 대한 중요성을 인식하고 국가차원에서 전략 산업부분으로 육성해 온 것에 비해 늦은 감은 있지만 우리나라도 최근들어 전시산업이 국가 전략산업으로 인식되었고 그 발전을 위한 제도적 기반이 구축되고 있는 상황으로 본고에서는 전시 문화산업의 인력양성을목표로 이에 대한 방안과 전망을 제안하고자 한다.

전시는 일정한 장소와 시기에 일반 대중과 직접적인 만남을 통해 전달하고자 하는 특정한 내용을 효과적으로 전달시키는 직접적인 정보전달의 하나라고 할 수 있다. 최근에는 테크놀로지의 발전으로 보다 직접적이고 인터랙티브한 정보매체로 전시의 효용성이 부각되고 있다. 전시문화 산업은 부가가치 및 고용창출이 높고 타산업

에 비해 여러 측면에서 경제적 파급효과가 큰 청정산업으로 “21세기 산업의 꽃”으로 불린다. 전시는 국제적으로 매년 만여회 이상 개최되고, 개최건수는 지속적으로 증가하는 추세이다. 그렇지만 국내 전시산업은 개최되는 전시규모나 전시산업 여건들을 선진국과 비교할 때 이제 시작단계이고 또한 전시산업 육성을 위한 가시적이고 뚜렷한 정책수립과 기타 지원은 아직 미흡하다고 할 수 있다. 최근에는 전시회가 단순히 마케팅 수단에 그치지 않고 기술경연의 장, 종합적 Amusement의 장으로 발전하고 있다. 독일의 경우 무역거래 중 60~70%가 전시회를 통해 성사되고, 미국기업의 91%가 전시회를 가장 중요한 구매와 발굴기회로 인식하고 있으며 특히 중국의 전시산업은 최근 4년간 연 20%의 성장세를 보이고 있다.

산업자원부와 전시산업진흥회가 작성한 민관합동 T/F최종 보고서에 의하면 국제수준의 브랜드를 갖춘 전시회 육성 및 전시장의 단계적 확충 및 운영 효율화 노력 등 다양한 정책과제를 세우고 있으며 이중에서도 선진국 수준의 전시산업기반 구축을 위해서는 무엇보다 전시전문 인력 양성이 시급한 과제라 하였고 이를 위해서는 전시전문 인력 양성 교육 프로그램이 확충이 필요하다고 하였다.¹⁾ 이를 통해 전시전문 인력 인턴제 사업을 시행하여 전시산업 인력고용 확대 및 청년 실업 해소에도 기여하며, 전시회 출품업체, 지자체 전시관계자 등을 대상으로한 전시전문인력 재교육 프로그램도 함께 확충하고, 대학에 EI(Exhibition Incubator)를 설치하여 현장 활용이 가능한 전시전문 인력 양성에 기여하겠다는 것이다. 기획단계에서부터 개최 및 운영에 이르기까지 전시는 그 성격에 따라 매우 다양하며 일반적으로 복잡하고 많은 시간이 요구된다. 그러므로 전시의 성공적인 개최 및 운영을 위해서는 고도의 전문성과 전시에 관한 종합적 지식을 가진 전문인력이 절대적으로 필요하다. 따라서 본고를 통해 국내의 인력양성에 대한 신부가가치를 제고하고 이의 활성화 방안을 제시하고자 한다.

2. 연구방법과 범위

이처럼 전시산업의 경쟁력 강화의 성과를 결정하는 전문인력의 확보차원에서 국내 전시전문 인력의 교육과 육성, 활성화는 매우 시급하고도 중요한 문제이다. 그러나 우리나라의 70여개의 공공단체 전시기획사와 80여개의 민간 전시기획사 그리고 500여개가 넘는 전시회 관

1) 고재운, 전봉주, “우리나라 전시산업의전시기획사 자격증 제도 도입에 관한 연구”, 컨벤션연구 제5권 제1호(통권제9호) 110~111p

런 서비스 제공업체인 장치공사업체에 종사하는 전시기획사들은 국내 전시산업의 전문가로서의 전문성이 부족한 것이 사실이며, 한편 전시전문 인력을 양성하는 교육기관 역시, 고도의 전문성을 지닌 인력을 배출할 수 있는 체계적인 교육 프로그램을 제공하지 못하고 있다.

본 연구는 국내 전시문화 산업의 전시인력양성 현황을 살펴보고, 향후 발전방안을 찾기위해 다음의 차례로 서술하였다.

첫째, 국내 전시문화 산업의 동향과 특징을 살펴보았다. 이에 전시산업이 시장개척 기회를 제공하며, 기술개발을 촉진하는 역할을 수행함을 알 수 있었다. 전시산업은 상품 및 경영 전략 등에 관한 정보교류가 이루어지게 되고 관련산업에 직·간접적 파급효과를 끼침을 알 수 있었다. 둘째, 국내 전시 관련학과들의 개설현황을 정리하였다. 이에 전시기획사가 급속히 늘어난 것에 비해 전문적인 인력을 양성하는 대학내 개설학과와 인원이 미미한 것을 파악할 수 있었다. 셋째, 전술(前述)한 내용을 토대로 국내 전시산업의 인력양성 문제를 도출하였다.

넷째, 해외전시 문화산업의 인력양성 현황을 살펴보았다. 미국과 유럽 독일 영국 프랑스의 전시산업 양성 기관과 프로그램을 살펴보았고 아시아에서의 전시산업 인력 양성 현황에서 벤치마킹할 수 있는 장점을 토대로 정리하였다.

마지막 전시문화산업 인력양성 방안 및 전망부분에서는 디지털 시대의 전시패러다임을 알아보고 이와 연계하여 인력양성에 관한 구축 모델을 제시해 보았다. 전시문화산업이 디지털문화와 맞물려 인터랙티브하고 쌍방향되는 시점에서 더욱 많은 전시전문 인력들이 필요한 것을 확인할 수 있었다. 이러한 것들을 토대로 전시산업의 인력양성 필요성을 제안하고 기대효과와 함께 결론을 이끌었다.

II. 국내 전시문화산업의 인력양성과 현황

1. 국내 전시문화 산업의 동향과 특징

전시회에 대한 명칭은 Trade Show, Exhibition, Trade Fair, EXPO등 개최국이나 주최자에 따라 다양하게 불리우고 있고 우리나라에서도 박람회, 전시회, 전람회, 견본시등 여러 명칭으로 사용되고 있다.

라틴어인 ‘Exhibitionem’에서 유래된 Exhibition은 제품의 전시를 기반으로 한 용어라고 말하고 있다. (홍성권, 2000) 또 다른 용어인 Fair란 말은 라틴어의 Ferie에서

유래된 영어로 휴일(Holiday)의미를 가지고 있고 전통적으로 시대적인 전시와 시장으로 고유의 오랜 전통을 담고 있다. (이경모, 2003) 초기에는 종교적인 의식과 함께 열렸으나 요즘에 와서는 여흥과 유흥을 포함하고 생산성과 비즈니스와 연관되어 있다.

전시산업의 역할은 크게 교역기회의 제공, 기술 비교, 정보 교류, 그리고 경제 활성화의 네가지로 요약할 수 있다. 구체적으로 살펴보면, 첫째 시장개척을 위한 기회를 제공한다. 산업전시회는 광고와 마케팅이 최고로 집약, 발전된 시스템이다. 따라서 다른 어떠한 마케팅 수단보다 효율적인 역할을 한다. 교역전이라는 시스템을 통해서 상품화된 기업의 제품이나 기술을 판매하고자 하는 판매자와 이를 필요로 하는 잠재 구매자를 모아서 판매 기회와 구매기회를 원스톱(One-Stop)으로 제공하여 홍보, 계약, 판매활동이 가능하게 된다. 둘째, 기술개발 촉진과 산업육성 동기를 부여한다. 타사의 정보나 제품을 비교할 수 있기 때문에 기술개발을 촉진하고 새로운 산업의 육성과 발전에 동기를 부여한다. 셋째, 상품 및 경영전략 등에 관한 정보의 교류가 활발히 이루어진다. 동일한 공간, 동일한 장소에 다양한 국적과 수준의 많은 관련업계 종사자들이 모여 상담회, 설명회 및 세미나 등을 동시에 개최하기 때문에 최신정보, 시장동향 및 고객의 성향까지 파악할 수 있을뿐 아니라 향후의 신제품 개발까지도 계획할 수 있는 기회를 제공한다. 넷째, 관련 산업에 직·간접적인 파급효과를 가져다 준다. 뿐만 아니라 교역전 참가자들을 대상으로 여러 가지 서비스를 제공하게 됨으로써 교통, 숙박, 관광, 식음료, 쇼핑등의 관련산업에도 막대한 간접적인 파급효과를 끼친다.(오성환, 1999) 따라서 국제수준의 대규모 전시교역전이 활성화되면 교역전 개최지역의 경제뿐만 아니라 국가 전체의 경제를 활성화 하는데 크게 공헌한다고 할 수 있다.²⁾ 국내 전시산업의 현황을 살펴보면, 우선 한 국가의 전시산업에 대한 투자와 규모의 척도는 전시센터의 규모라고 할 수 있는데 2001년 기준으로 10,463평의 COEX, 12,568평의 부산 BEXCO, 3,600평의 대구 EXCO와 기타 학여울, 여의도, 대전전시관 등으로서, 이들의 총 전시면적은 34,648평에 달한다. 앞으로 2013년까지 계획된 고양시 일산전시장이 완공될 경우 국내 총 전시면적은 88,648평에 이를 것으로 전망되지만 아직은 상대적으로 선진국에 비해 미흡한 실정이다.³⁾

2) 성은희, 전창석 “한국전시산업 현황과 발전방안에 관한연구”, 창업정보학회지 제7권 제2호 2004, 146~148p

3) 최영준, “사례를 통한 국내 전시산업의 발전방안에 관한 탐색적 연구”, 한국지역개발학회지 제17권 제1호 2005, 27p



[그림 1] 전시회 주요 구성원별 혜택사항

2. 국내 전시문화 산업의 인력양성 현황

학교명	대학/대학원	학과명	전공명
추계예술대학교	예술경영 대학원	문화기획예술 전공	전시기획전공
중앙대학교	예술대학원	박물관 미술학과	전시기획 전공
경기대학교	미술디자인 대학원	무대디자인학과	전시환경디자인 전공
명지대학교	문화대학원	박물관과	전시기획전공
홍익대학교	미술대학원	예술기획전공	미술전시기획
계원조형예술대학	디자인대학원	전시디자인학과	
홍익대학교	미술대학	산업디자인학과	전시디자인1,2
용인대학교	디자인학부	호나경디자인전공	전시디자인1,2
한국국제대학교	디자인대학원	전공컨벤션전시학과	2005년 신설
한양여자대학	디자인학부	실내디자인 전공	전시디자인1,2
동덕여자대학교	예술대학	큐레이터학과	큐레이터전공
상명대학교	디자인학부	실내디자인학과	전시디자인전공
국민대학교	디자인대학원	전시학과	전시디자인전공

[표 1] 국내 문화예술(전시)관련학과들의 개설

기획 단계에서부터 개최 및 운영에 이르기까지 전시는 그 성격에 따라 매우 다양하며 일반적으로 복잡하고 많은 시간이 요구된다. 그러므로 전시의 성공적인 개최와 운영을 위해서는 고도의 전문성과 전시에 관한 종합적 지식을 가진 전문인력이 절대적으로 필요하다. 위의 [표1]에서 알 수 있듯이 국내에 전시산업 인력양성과 관련된 대학내 개설된 학과는 미약한 수준이다. 전시전문 기획사인 PEO(Professional Exhibition Organizer)는 전문산업 박람회를 기획하고 실행하는 전문가를 말한다. 우리나라의 COEX전시팀이 대표적이라 할 수

있다. 개별전시회 주최자, 각 산업분야 진흥협회·단체, 쇼프로듀서, 매니저 등이 있으며 이들처럼 전시회를 기획하고 운영하는 역할을 하는 사람을 전시전문기획사라고 한다.

국제민간전시협회(IAEM:international association for exhibition management) 1975년부터 전시기획가(CEM : Certified in Exhibition management)자격제도를 시행하여 제도 시행의 목적을 전시회와 관련된 교육적·실무적 지식을 배양함으로써 전시산업에 종사하는 개인에게 전문자격을 부여하고자 함이라고 하였다.

한편 부산컨벤션 아카데미(BICA:Busan international convention academy)에서는 컨벤션기획사를 전문적인 지식을 바탕으로 국내외의 크고 작은 회의, 이벤트, 문화행사등을 기획하고 진행하는 전문가로 정의하면서 이 컨벤션 기획사를 주요업무별로 세분화할 때 국제회의 기획사, 이벤트 기획사, 관광기획사, 협회기획사 그리고 전시기획사로 나누어 질수 있다는 것으로 전시기획사를 같은 범주에 포함시켜 정의하고 있다.

3. 국내 전시산업의 인력양성과 문제점

첫째, 전시 전문인력의 부족이다. [표1]에서 살펴보았듯이 국내 대학에 전시관련 학과나 전공이 만들어지기 시작한 것이 근래의 일이고 이들 학과의 인원을 모두 합쳐도 현재 발전하는 전시산업의 크기에 비하면 매우 부족한 상황이다. 또한 산업전시에 대한 전문 프로그램 교육이 미흡하고 전시교육에 대한 세부업무의 전문화가 미약하다. 현재국내에서 전시산업에 종사하는 전문가라 하더라도 정작 전시에 대한 학문적 배경을 갖춘 사람은 많지 않다. 전문적인 교육과정을 통해 전시에 대한 지식을 체계적으로 습득하기 보다는 비전공자가 사회에 나아가 일을 통해 관련 지식을 습득하는 것이 현재의 전시 전문인력 양성구조이므로 이러한 구조적 문제가 개선되어야 할것으로 보인다.

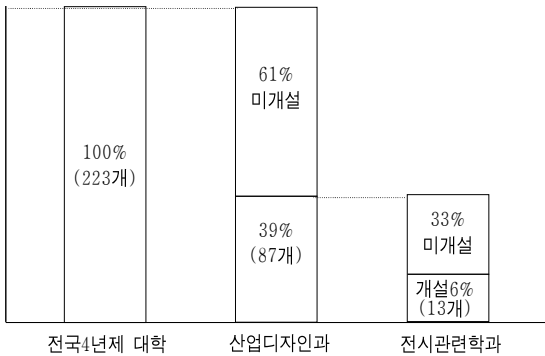
둘째, 산·관·학을 통한 프로그램 구성이 이루어지지 않아 전문전시 인력 양성을 위한 공급기반이 미약하다.

셋째, 전시학에 대한 학문적 정립이 필요하다. 그동안 박물관이나 각종 기획전, 홍보관 등과 같은 전시공간이 꾸준히 증가하며 일반인들에게 전시는 자연스러운 일상 생활의 일부로 자리잡아가고 있다. 이러한 변화에 발맞춰 해당 시장도 꾸준히 증가하고 있으나 전시를 일정한 이론에 체계화된 지식으로 정립시키지 못하고 있다. 따라서 학계에서나 산업계에서 하나의 독립된 전문분야로 인정받기위해 그 분야에 대한 이론적이 정립이 선행되어야 한다. 전시는 각각 독립되어 있는 지식들을 전시를

매개로 한 공간에 모음으로서 새로운 의미를 창출할 수 있는 역할을 하기도 한다.

넷째, 실습교육부분의 강화이다. 실습교육이 크게 강조되어 있음에도 불구하고 교육기관은 물론 업체에서도 관심을 쏟지 못하고 실습생을 위한 특별지도, 전반적인 실무지도 및 이해가 저조하다. 또 현실적으로 현장실습 과정 학생들이 속한 조직 내에서도 일을 진행하는데 시간이 너무 제한되어 있고, 내용이 지나치게 형식화되어 있다.

한국전시공업협동조합2006년 자료



[그림 2] 국내 문화예술(전시)관련학과 개설현황

III. 해외 전시문화 산업의 인력양성과 현황

1. 미국

IAEM(International association exhibition management)는 미국의 대표적인 전시전문가 양성기관으로써 1928년 전시회 및 박람회 종사자들의 이익을 대변하기 위해서 설립되었으며, 현재 3,500명이 회원으로 가입되어 있다.⁴⁾ IAEM은 CEM Program이라는 교육과정을 가지고 있다. 동 교육과정은 전시산업계에서 전문적인 교육과정으로 인식되고 있으며, 전시산업 종사자의 전문성을 입증하는 역할을 하고 있다. 1975년 처음으로 개설되었으며, 3년내에 9개의 과목을 이수해야 하는데, 필수 과목은 7개, 선택과목은 2개이며, 이수자들의 지속적인 재교육을 위한 고급과정도 운영하고 있다. 주요 교육과정은 아래와 같이 3항목으로 구성되어 있는데, 전시회주최 매니저가 기본적으로 갖추어야 할 주요주제와 선택 과목 2개, 고급과정 과목등이 있다.

TSEA(trade show exhibition association)이라는 곳은

전시출품업체들을 대변하기 위해 1966년 설립된 비영리 단체로 회원사는 2100명이고 전시회를 통한 마케팅을 필요로 하는 업체들에게 전시전문 인력양성을 육성·공급해오고 있다.

동 프로그램은 별도의 수업을 통해서 이수되는 것이 아니며, TSEA에서 개최하는 각종 세미나 및 Forum 참석, 대학전공, 전시현장에서의 실무경험, 추천서등을 고려하여 자격을 부여하고 있다.

EMG(exhibitor magazine group)라는 곳은 전시회 및 이벤트 산업의 포괄적인 교육과 정보를 제공하는 전시정보제공 회사이다. 30년 가량 전시전문잡지인 “exhibitor magazine”을 발간하고 있으며, 전시주최자를 위한 전문전시회(exhibitor show)개최, 전시회관련 세미나 개최등을 통해 전시회 및 이벤트 산업 종사자들의 안내자 역할을 해오고 있다.

2. 유럽

전시전문가를 양성하는 교육기관으로는 라텐스부르크 직업전문 대학(Berufsakademie Ravensburg : Ravensburg University of Cooperative Education)이 있고 교육기간은 3년이며 이수 후에는 Diplom(한국의 석사학위)가 수여된다.

교육 내용으로는 이론과 실기가 겸비된 내용을 다루고 있으며, 이밖에 비정규 교육기관으로는 AUMA(독일박람회협회)가 운영하는 관련 실무자 단기연구(3~4일)이 매년 있다. 세계최대 전시산업국가로 도약한 독일전시산업의 특징을 살펴보면, 독일전시(메세)산업은 다양한 상품성격을 지닌 포괄메세(Universalmesse)에서 하나 혹은 몇가지의 경제적 성격을 띠는 전문메세(Fachmesse)로 전환하여 발전하였다는 점이다. 독일에서 개최되는 메세나 전시회의 주제가 세계적으로 가장 높은 지명도와 명성을 지니는 이유는 무엇보다도 이러한 특화에 있으며 전문화된 메세 형태는 오늘날에도 지속되고 있는데, 독일 각 도시에서 개최되는 메세나 전시회의 주제는 각각 다른 산업분야를 선택하여 특색있게 개최된다.

4) 고재운, 전봉주, “우리나라 전시산업의 전시기획사 자격증 제도 도입에 관한 연구”, 컨벤션연구 제5권 제1호(통권제9호) 113~115p

메세	개최메세의 주요주제
하노버메세	실용품, 일상용품 및 내구소비재 중심
프랑크푸르트 메세	자동차메세, 서적메세 등 특화된 전문전시 중심
뒤셀도르프 메세	인쇄, 종이관련, 투자재 전문메세 중심
베를린메세	그뤼네 보헤, 국제관광전, 세계호텔&외식메세 중심
뮌헨메세	스포츠용품과 의복 전문메세 중심

[표 2] 독일 주요전시(메세)센터별 개최메세의 주제⁵⁾

독일전시산업이 세계적인 도약을 할 수 있었던 또 다른 요인들은 위와 같은 오래전부터 실행한 메세별 특화전략 뿐 아니라 입지적인 장점 즉, 유럽대륙의 가장 중심에 위치한 지리적 조건과 세계 어디에서나 쉽게 접근할 수 있는 완벽한 국내 및 국외로의 도로망, 철도망 및 국제항공노선이 잘 구축되어 있었고, 기타 독일 전시산업 협회를 중심으로 전시개최를 위한 다양한 기관과의 유기적인 체계구축, 불편없는 언어소통, 독일의 세계 최고 수준의 상품 및 각 산업기반, 방문객을 위한 완벽한 관광 및 여가산업 기반구축 등이 주요발전요인으로 작용하였다.

영국은 전시전문가를 위한 특별한 교육기관은 없으나 AEO(association of exhibition organizers)가 운영하는 프로그램이 있으며, 이탈리아는 전문교육기관은 없고, 전시장 운영 기관이 대학과 제휴하여 관련 과정을 개설 운영하고 있다. 교육기관으로는 Bocconi대학(경제경영 분야에서 이태리 최고의 권위)이 있으며, 밀라노 전시장(Fiera Milano)에서 Bocconi 대학과 제휴하여 “fair marketing and management”분야의 석사과정이 개설되어 있다. 주요 교육내용으로는 전시회 운영, 마케팅과 관련한 전문가를 양성하는 과정으로 이에 관한 모든 내용의 과목이 개설되어 있다.

한편, 파리경영대학(ESG)에서는 “이벤트 마케팅 및 시청각 관리”라는 교과를 강의와 현장 실습의 방식으로 강의를 하고 있으며 기간은 1년으로 석사학위를 부여하고 있다. 상공회의소(Essonner)에서는 “이벤트 조직”이라는 교과를 가르치고 있으며 강의 형식으로 수업이 이루어진다.

5)최영준, “사례를 통한 국내 전시산업의 발전방안에 관한 탐색적 연구”, 한국지역개발학회지 제17권 제1호 2005, 30p

3. 아시아

일본은 전시전문가 양성기관은 없으나, 관련업계로부터 인재육성을 위한 전문기관을 설립해야 한다는 목소리가 높아가고 있다. 호텔 및 관광, 이벤트 관련학과 및 강좌를 가지고 있는 대학 및 전문학교는 있으나 전시회 관련 학과나 강좌를 전문으로 하는 곳은 없다. 전시주최자, 전시장시설, 협력기업등의 업체가 실시하는 OJT 및 관련 테마를 다루는 몇몇 세미나가 있을 뿐이다.

싱가포르 전시컨벤션협회(Singapore Association of Convention and Exhibition Organizer and Supplies SACEOS)에서 교육을 담당하는데 2가지 코스가 있다.

Professional Exhibition Management Course와 Professional Conference Management Course가 있다. 교육기간은 6일간이며 주요 교육내용은 세일즈 및 마케팅, 홍보 및 광고 등 전시컨벤션 관리 및 운영 전반에 관해 강의한다.

중국을 연간 9%에 달하는 높은 경제성장을 바탕으로 제조업에서는 ‘세계의 공장’으로 불리고 있으며, 전시산업에서는 ‘블랙홀’로 인식되고 있다. 중국의 전시산업은 해마다 20%의 속도로 성장하며 놀라운 발전을 이루고 있다. 특히 2008년 북경 올림픽과 2010년 상해 세계박람회는 중국 전시산업 발전의 큰 호재가 될 것으로 보인다. 이러한 외형적 요소로만 볼때 중국 전시산업의 급격한 성장은 우리 전시산업에 분명히 큰 위협으로 느껴진다.⁶⁾

지금까지 유럽과 미국이 세계 전시산업의 중심이었다면 이제는 그 비중이 동북아로 이동하고 있다. 이러한 흐름에서 한·중·일이 협력체제를 구성하고 공동으로 전시회를 개최하여 우리의 입지를 증대시키며 제휴와 협력을 통해 우리 전시산업의 성장을 도모할수 있다.

최근 들어서는 중국의 기존 전시장 외에 상하이(포동 지구), 북경, 광둥시 등도 대규모 전시장을 건립 중에 있는데, 이중에서도 상해신국제전시장의 경우, 독일 하노버, 뒤셀도르프, 뮌헨 메세등이 50% 투자하고 있어 그 의미가 크다.

중국은 중국국제전람 중심에서 전문교육기관인 京慕國際展覽公司를 설립하여 유료로 교육을 실시하나 대부분 단기(3-6개월)과정이다. 과정 중에도 해외연수도 포함되어 있으며 국내 과정은 상해에서 6월과 12월에 각5일씩, 해외과정은 6-7월중 독일에서 2주간 연수를 한다.

우리나라도 2003년 발표한 전시전문가 양성을 위한 주요 추진내용을 보면 전시아카데미 설립, 운영 계획을 가

6)한국전시산업진흥회 “전시저널”, Vol.8 16p. 2006

지고 2002년부터 미국, 독일의 전시유관기관과 공동추진하여 계속 협의, 접촉하고 있다. 2003년 조직개편으로 설립된 KOTRA 아카데미에서는 전시관련 교육을 수행하는 등 전시전문가 양성에 적극 지원하고 있다.

IV. 디지털시대와 전시문화 인력양성방안과 전망

1. 디지털시대의 전시 패러다임

정보통신의 속도가 가속화되고 통신망의 광역화가 빠르게 진행됨에 따라 컴퓨터와 통신장비 뿐 아니라 주변의 생활기기에도 커다란 변화가 일고 있다. 이러한 시대적 상황 속에서 산업혁명의 시대를 지나 초고속 통신망과 함께 정보화 사회가 열리고 있다. 이와 함께 경제, 사회, 문화 및 일상생활 전반에 걸쳐 심대한 변화가 일어나고 있으며 그 변화는 더욱 가속 될 것으로 전망되고 있다.

현대사회의 발달과 디지털기술은 하루가 다르게 빠른 속도로 변모해 나가고 있으며 정보통신의 기술도 눈부시게 발전하고 있다. 실제 박물관과 똑같은 배경에서 전시관의 사진과 상세한 문서, 동영상, 음성정보를 결합함으로써 인터랙티브 멀티미디어 박물관은 관람자에게 실제 박물관을 찾아가 보는 것과 같은 느낌을 갖게 한다. 멀티미디어 기술기반의 과학전시는 전시물과 공간 관객에 있어서 더욱 인터랙티브(Interactive)한 관계로 전환되고 있다. 일반적으로 전시물을 보여주던 과거에서 현재는 상호작용하는 전시로 변화되고 있고 인간의 오감사용을 목표로 보는 전시에서 느껴지는 전시로 되고 있다. 또한 흥미와 즐거움을 느낄수 있도록하는 오락적인 체험학습의 장으로 활용되고 있다.

즉 정지된 전시물에 사건과 이야기를 가미한 생동감을 부여하고 사실에 입각한 스토리텔링을 접목함으로써 오락적인 느낌을 증대하고 있다. 또한 전시물들이 상호작용하여 하나의 서사물로 형성될 수 있도록 유도하고 있고 생물이나 살아있는 전시물은 사육 재배하여 키우는 과정에 서사의 형식을 가미하고 있다. 전시물에 태그(아이콘)에 PDA를 비추어 안내를 음성과 텍스트로 제공하기도 한다.

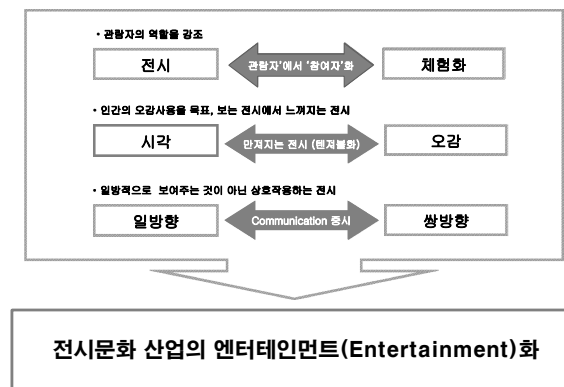


[그림 3] 미션 바이오 스페이스



[그림 4] 풋볼 글로브(Football Globe)

[그림2]의 미션바이오는 관람객들에게 공간 자체를 인터페이스화하여, 해당 공간 안에서 테마를 가진 스페이스를 보여주는 영상과 상호 인터랙션 하는 공간을 제공한다. [그림3]의 풋볼 글로브는 관람객들이 각 개인 콘솔에 앉아서 혹은 원형 서클 비전의 내용을 컨트롤하거나 혹은 영상 내용과 인터랙션할수 있도록 만든 영상 인터페이스이다. 이렇듯 전시연출도 디지털화를 통한 사이버 공간을 구축하고 인터랙티브한 체험적 공간으로서 엔터테인먼트화하고 있다.



[그림 5] 전시산업의 엔터테인먼트화

2. 전시문화 산업의 인식전환

전시관은 시공간적 요소들의 복합된 구성을 통해 목적 대상의 이미지를 부각시키고자 하는 개인 혹은 국가 차원에서 이루어지는 적극적인 문화활동이다. 사람과 사람의 만남, 사람과 전시물과의 만남의 장(場)인 전시공간은 전시의 내용-대상과 관련된 그 사회의 문화적인 정보와 가치를 공유, 교류 가능케 하는 문화 커뮤니케이션의 기능을 갖는다. 따라서 문화공간으로 개방함으로써 모두에게 참여할 수 있는 기회가 가능하도록 일반대중에게 문화적, 사회적 환경을 제공해야 한다. 그렇게 하기 위해서는 휴식, 감상, 관찰 등의 모든 시설이 같은 공간 내에 충족됨으로서 지역문화 발전, 정보교류의 장으로서의 기능을 다할 수 있다. 전시공간은 문화수준을 측정할 수 있는 장소이며 대중의 심미안과 정신을 키울 수 있는 점에서 주요한 공간이라 하겠다.

전시물의 일반적 전달방식에 단순 주입식의 교육은 생활수준의 향상과 사회 구조의 변화로 인해 짧은 시간내에 효과적으로 지식을 습득하기를 갈구하는 시민들의 욕구를 채워주지 못하는 실정이다. 더욱이 다양한 정보화 시대에는 좀더 극적인 효과를 주는 전시 형태의 정보전달 공간을 요구하게 되었다. 앞으로의 전시공간은 인쇄매체, 인터넷, 이동통신, 디지털 위성TV등을 핵심코드로 하여 콘텐츠를 각각으로 사용하고 거대한 미디어망을 형성하여 관람객과 인터랙티브가 가능한 통로를 만들어야 할 것이다.

3. 전시문화 산업의 인력양성 모델

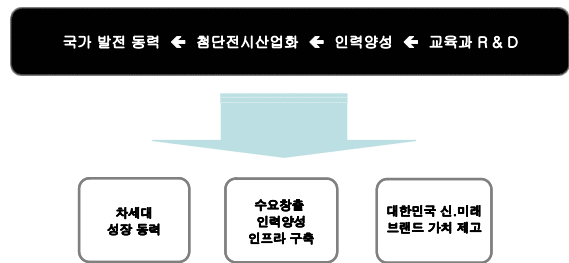
다양한 분야들이 만나는 전시분야의 전문 인력들이 한국에는 아직 없다. 전시연출은 물론이고 건축, 인테리어, 영상, 이벤트, 운영, 보존, 조명등과 같은 무수히 많은 전문 분야들이 모여 완성되어지는 전시의 특수성을 감안할 때 각각의 개성을 조화롭게 조율할 수 있는 프로듀싱의 역할을 수행할 전문가는 좋은 전시공간을 만들어 내는데 필수적이다.⁷⁾ 프로듀서는 행정적인 부분보다는 전시와 직접적인 관계가 있는 다양한 전문 분야들을 균형감있게 조율하며 프로젝트를 이끌어가는 제작자를 말한다. 프로듀서는 인위적인 교육과정을 통해 양성되기 보다는 다양한 실무경험과 일에 대한 객관적인 통찰력을 갖춘 자만이 가능하다. 한국 전시산업의 역사나 현재 시장 상황을 볼때 충분한 경험과 지식을 겸비한 프로듀서와 인력양성의 탄생을 기대하기는 어려우며 이의 극

복을 위해서는 인력양성 교육프로그램의 개발이 뒤따라야 할것이다.

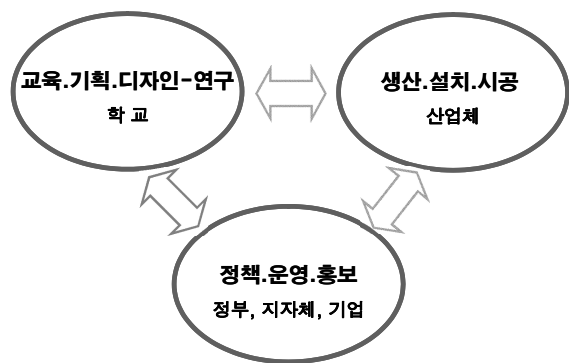
같은 전시내용에 대해서도 나라마다 이해하는 방법이 다르듯이 그 나라 국민이 전시에 대해 어느정도 관심이 있고 경험이 축적되었느냐에 따라 관람을 통해 흡수되는 정보의 양이나 깊이도 달라질 수밖에 없다. 따라서 외국 사례조사는 동향을 수집하는데 머물러야 하고 외국의 수준에 눈높이를 맞추기 보다는 우리 현실에 맞는 방법을 찾는 것이 중요하다.

따라서 핵심적인 전시전문 인력양성이 시급하며 교육기관의 역량 또한 미흡한 상황이다.

이를 극복하기 위해서는 [그림6]와 같은 체계로 산업화 현장과 학교의 교육기관에서 함께 연계하여 활성화 할 수 있는 방안을 구축해 나가야 할것이다.



[그림 6] 전시문화산업 인력양성 기대효과



[그림 7] 전시문화산업 산학연관 구축

또한 전시전문 기술의 체계적 육성체제를 구축하고 전시관련 법규를 제정, 정비가 필요하다. 전시문화산업의 클러스터 연계방안을 구축하여 활용하는 것도 방안이 될 수 있을 것이다. 학문적인 정립이 시급한 만큼 교육에서의 연구도 병행되어야 할 것이다.

7)채민규, "한국 전시산업의 활성화에 관한 연구", 전시디자인 연구 2004, 13p

V. 결론

본 연구에서는 우리나라 전시문화 산업의 전반적인 현황과 전문 인력양성 문제를 살펴보고 인력양성과 관련된 필요성과 방향을 제시하기 위해 서술되었다.

우리나라 무역규모의 5천억불 달성은 이미 우리 경제가 개방화, 글로벌화 되었음을 의미한다. 이에 우리 전시산업의 최대 과제는 이미 글로벌화된 세계전시 산업속에서 어떻게 경쟁력을 확보해 나갈 것인가이다.

주요 시사점으로는 전시산업이 세계적인 규모로 기반시설과 발전되는 만큼 우리나라도 앞으로 이 산업의 중요성을 인식하고 인력양성에 초점을 맞추어 프로그램을 개발하고 양성해야 한다는 것이다.

특히 해외 사례에서 살펴보았듯이 독일은 13세기부터 본격적으로 활성화된 메세산업의 성장으로 수세기에 걸쳐 인적·물적 축적된 노하우를 보유하고 있다.

우리가 이러한 전시산업의 노하우를 구축하기 위해서는 간접적인 인프라 구축과 더불어 이에 활용가능한 인력양성에 힘써야 한다는 것이다.

인재 육성 체제는 이제 시작단계에 있고 전문화된 전시 관련 전문인력의 육성은 아직 미흡하기에 이에 대한 육성책과 제도적 보완이 검토되어야 할 것이다.

전시산업 인력양성에 따른 기대효과로는 첫째, 전시문화 산업의 향상을 들 수 있다. 둘째는 사회전반적인 환경개선과 함께 우리의 전시산업도 해외시장으로 진출할 수 있는 기회를 갖게 될 것이다. 셋째는 미래 트렌드를 주도할 수 있는 인력을 양성함으로써 대한민국의 신, 미래 브랜드 가치를 높일 수 있는 첨단 전문인력을 보유할 수 있게 될 것이다. 넷째는 디지털 기반의 세계적 전시문화 산업을 창출할 수 있을 것이다.

따라서 과학기술과 문화산업을 결합한 새로운 엔터테인먼트를 양성할 수 있는 기반과 환경을 창출할 수 있으리라 본다.

참고문헌

- 1) 홍성권, 국내개최 전시를 통한 전시산업의 변화 추이 분석, 한림대학교 국제학대학원 석사논문, 2000
- 2) 주원영, Trade show의 전략적 의의와 효율적 활용방안에 관한 연구, 서울대 대학원 경영학과 석사논문, 1991
- 3) 성은희, 전창석, 한국전시산업 현황과 발전방안에 관한 연구, 창업정보학회지, 제7권, 제2호, 2004.6
- 4) 황희곤, 한국 전시산업의 경제적 성과에 관한 연구, 국제무역연구 제7권, 제2호, 2001.10
- 5) 최영준, 사례를 통한 국내 전시산업의 발전방안에 관한 탐색적 연구, 한국지역개발학회지 제17권 제1호 2005.3
- 6) 채민규, 한국전시산업의 활성화에 관한 연구, 전시 디자인 연구, 2004.11
- 7) 이상기, 박물관 전시연출의 디지털화에 의한 가상 체험공간 구축에 관한 연구,
- 8) 한국전시산업진흥회, 전시저널, Vol.8 2006