

‘메타버스 기술을 이용한 전시 공간과 활용 가능성’에 대한 연구

A Study on the ‘Exhibition Space and Applicability Using Metaverse Technology’.

주 저 자 : 김기라(Kim, Kira)

경기대학교 파인아트학부 초빙교수

salinza@gmail.com

Abstract

Metaverse, which has been spotlighted as a new concept and technology in the 21st century, has been recognized for its explosive potential in line with the innovative development of technology and has launched commercial services in various fields of modern industry. The field of culture and arts has also been placed in the magnetic field of new concepts and new technologies of Metaverse, and among them, the virtual area of Metaverse is particularly valuable in that it has given a new expansion of exhibition spaces and curation for visitors. Metaverse services have already been commercialized as industry services such as Zepeto and Space, and it has been proven through several cases that they have expanded their new sense of exhibition experience. Metaverse technology is also shifting away from the existing physical time and constraints and transforming the exhibition space into a space centered on sharing and enjoyment. It is developing a new concept of exhibition design and experience space called a de-materialized platform exhibition in the traditional face-to-face analog exhibition method focused on real-life and materialization. The Plaintiff raises new issues in the role of traditional exhibition spaces, creates new exhibition viewing behaviors centered on viewers by presenting their utilization and possibilities, provides a clue to reconsider future exhibition spaces and available categories for art galleries and museums to apply to digital archives.

Keyword

Metaverse(메타버스), Contemporary Art and Space(현대미술과 공간), Exhibition in Future(미래전시), 전시공간(exhibition space), Digital Platform (디지털 플랫폼), Smart Space(스마트 스페이스)

요약

21세기 들어 새로운 개념과 기술로 각광받는 메타버스는 기술의 혁신적인 발전과 더불어, 또한 팬데믹 현상과 맞물려 폭발적인 가능성을 인정받고 현대 산업의 다양한 분야에 상용 서비스를 개시하기에 이르렀다. 문화예술 분야 역시 메타버스의 신개념과 신기술의 자장 안에 놓이게 되었고, 그 중에서 메타버스의 가상영역은 특히 전시 공간의 새로운 확장과 관람객의 큐레이션(curation) 역할을 주어져게 했다는 점에서 주목할 만한 가치를 가지고 있다. 이미 메타버스 서비스가 제페토, 스페이셜 등 업계 서비스로 상용화 되었으며, 전시 체험의 새로운 감각을 확장했다는 것은 여러 사례를 통해 입증되었다. 메타버스 기술은 또한 기존의 물리적인 시 공간과 제약에서 벗어나 대안적이면서 획기적으로 전시공간을 공유와 향유 중심인 공간으로 바뀌어가고 있다. 실물과 물질화 위주의 전통적 대면의 아날로그 전시방식을 비 물질화 된 플랫폼 전시라는 새로운 개념의 전시 디자인과 체험 공간으로 발전시키고 있는 것이다. 원고는 메타버스 서비스가 전통적인 전시 공간의 역할에 새로운 문제를 제기하며, 그 활용과 가능성을 제시함으로써 관람자 중심의 새로운 전시 관람 행태를 형성하고, 메타버스의 활용과 메타버스 기술이 미치는 미래 전시 공간과 활용 기능의 범주를 미술관과 박물관이 디지털 아카이브 공간에 적용 가능하도록 재고하는 단초를 제공하며, 나아가 예술 작품의 원본성의 가치를 공고히 할 수 있는 가능성에 대해서도 예측해 보고자 한다.

목차

1. 서론(들어가며)

1-1 연구 배경

1-2. 연구 목적 및 방법

2. 메타버스의 개념과 배경

3. 스마트 전시공간과 메타버스 공간의 등장

4. 메타버스 전시공간의 사례

5. 전시공간으로써의 메타버스의 가능성과 미래

1. 서론

1-1 연구배경

21세기 들어 메타버스 개념의 출현은 현대 사회 다양한 분야에 영향을 미치고 있다. 메타 버스의 개념을 미래의 새로운 전시공간과 활용 한다는 것은 매우 의미하고 가치가 있는 일이다. 현대예술과 박물관들 역시 메타버스 개념으로 인해 전시 공간과 관람 문화에 새로운 반향을 일으키고 있다. 이미 제페토, 스페이셜 등을 이용한 메타버스 가상 전시장 서비스가 상용화 되고 있으며, 이것은 관람자와 더불어 창작자에게도 새로운 개념의 현대미술 창작의 출현과 함께 전시공간의 구성과 환경이 확대되고 있다고 말 할 수 있다.

또한 근래 코로나 바이러스로 인한 언택트 시대에 메타버스의 전시 시도들은 기존의 현대미술과 예술 전시가 갖는 사-공간의 제약을 탈피하기 위한 시도로, 예술의 생존과 향유성을 고민하며 예술의 공공성을 지키기 위한 적극적인 시도로 대차하고 있다.

그도 그럴 것이 예술은 이미 오래전부터 기존의 형식과 제도를 넘는 다양한 시도와 고정관념의 탈피해석을 끊임 없이 시도하고 있었다. 예술과 전시 연결 도구로서 전시공간은 또한 시간 공간적 구애를 받지 않고 언제 어디서나 참여 가능하도록 변화 모색하고 있다.

1-2 연구 목적과 방법

메타버스의 활용과 그 가능성은 미래 전시공간의 기능성과 실험을 넘어서고자 하는 디지털과 매체 혁명, 인터넷의 급진적인 발전이 낳은 '포스트-미디어'

시대의 변화라고 볼 수 있다. 매체를 이용하는 방식의 변화는 각종 디바이스를 활용과 더불어 소통하는 능동적인 주체가 되고 있다.

그래서 본고에서는 메타버스 개념과 기술이 미치는 미래 전시 공간과 활용 가능성, 특히 현대 예술 안에서 전시 공간의 변화와 새로운 유형의 스마트 전시에서

6. 결론(나가며)

참고문헌

어떤 역할과 가능성 가질 수 있는지 알아보려 하는 목적이 있다. 또한 메타버스 개념의 근원을 살펴보고 기존 전시 공간과의 접목을 탐구하고, 현재 상용되고 있는 메타버스 전시 공간의 사례를 분석하며, 이를 통해 전시 공간의 새로운 미래를 가능해 보고자 한다. 이에 본 논문은 다음의 연구 목적과 방법을 갖는다.

첫째 최근 전시의 기반이 되는 디지털 스마트 공간이라는 새로운 특징과 개념에 대해 살펴보고자 한다.

둘째 메타버스를 활용한 스마트 체험형 전시 사례조사와 분석을 통해 보여 지는 중요한 핵심에 대해 몇 가지 살펴보고 미래 진행될 전시공간으로써 메타버스 기술이 가져올 전시공간의 변화와 그 가능성을 예측해 보고자 한다.

2. 메타버스의 개념과 배경

메타버스 개념의 확산은 코로나19 팬데믹 현상으로 인해 가속화되었다. 최근 전 세계적으로 사회적 거리두기와 비대면 만남이 일상으로 자리 잡음에 따라, 직접 만남을 통한 물리적 경험은 현실적으로 어려워졌다. 예전 공상과학 영화에서 봤을 법한 비대면 회의와 미래적 개념의 만남은 기술적인 진화를 거듭하고 있으며, 사람들 역시 점차 이런 환경에 익숙해지고 있는 추세이다. 이런 현상과 더불어 최근 세계적으로 주목받고 있는 키워드는 메타버스(metaverse)이다.

1992년 SF소설가 닐 스티븐슨의 『Snow Crash』라는 소설에서 처음 사용된 단어 메타버스는 '초월' 이 상을 뜻하는 그리스어 메타(meta)와 '세상 또는 우주'를 뜻하는 유니버스(universe)의 합성어로, 현실을 초월한 가상의 세계를 의미한다.¹⁾ 메타버스는 '언제 어디서나' 라는 뜻의 라틴어 유비쿼터스(ubiquitous)의 개

1) 김광집, 「메타버스 사례를 통해 알아보는 현실과 가상세계의 진화」, 방송광미디어, 2021. pp 10-19

념과도 연관 있지만, 최근 급속한 기술 발전과 더불어 가상 체험 방식의 혁명을 가져왔다. 메타버스라는 단어와 개념은 최근 소셜 네트워크 Facebook의 창시자 마크 저커버그와 엔비디아의 젠슨 황 등의 글로벌 IT기업 대표들이 언급하면서 이슈화 되었지만, 이미 오래전부터 연구되었던 분야이고, 영화 <아바타(Avatar)>(2009), SF영화 <메트릭스(The Matrix)>(1999) 등 대중영화에도 그 개념이 소개되었다. 2011년에 출판된 어니스트 클라인 작가의 장편 SF 소설을 기반으로 스티븐 스피버그 감독이 제작한 영화 <레디 플레이어 원> (2018)에서도 메타버스의 아이디어인 가상공간이 소개 되었다. 이렇듯 메타버스는 가상현실을 기반으로 영화나 게임 같은 다양한 대중문화와 접목해 온 4차원 가상공간이라는 특징을 가지고 있으며, 지난 몇 십년간 꾸준한 기술 개발 과정을 거쳐 여러 산업 적용되었고, 일반 대중들에게 소개되었다.

그동안 디지털 테크놀로지는 기술 그 자체의 도구적인 특징을 넘어 탈 지역과 가상공간 개념을 제시하며 현대인에게 새로운 공간 감각을 요구해왔다. 가상공간은 내적인 다양성 의미 전에 불연속적인 시간관, 탈 정체성과 차이의 분열, 위반과 전복 등 공간내의 복수성(Multiplicity), 복잡성(complexity), 혼성(hybridity) 등 기존 3차원 공간의 체험 경험 본질을 뒤흔드는 특징을 가지고 있다. 메타버스의 근간이 되는 중요한 철학적 관점으로는 플라톤의 이데아론과 장 보드리야르의 시뮬라르크 두 가지 이론을 들 수 있다. 플라톤의 이데아론은 ‘물질화된 현실의 바깥세상은 없는 것일까?’ 라는 철학적인 질문에서 출발하였으며, 형이상학적인 존재론을 근본으로 삼고 있다. 이데아론은 존재하지 않는 비존재자의 존재성을 이미지이론을 통해 이론적으로 증명하고자 하였다. 즉, 초월적 존재인 이데아가 시각적 특성을 내재하고 있다는 것은 ‘본다’는 감각적인 시각성과 깊은 연관을 지니고 있고, 시각이 감각 중에서 우위에 있음을 부각시키고 있다. 이는 이미지가 원본과 모사관계에 있다는 것이 아니라 존재 그 자체를 드러낼 수 있다는 것이며, 존재하는 것은 그 현상에서 시각적이 될 수 있음을 의미한다. 또한 이는 이미지가 존재의 모사물이 아니라 그 자체로 존재방식을 지니고 있다는 것을 강조하고 있다. 비물질은 플라톤적 사고방식에서 처럼 물질 너머의 세계가 아니라 스토아 철학에서 말하는 물질의 이면 세계 즉 물질의 ‘표면효과’ 라고 볼 수 있다.²⁾ 이것은 보드리야르의 시뮬라르크 이론에서

새롭게 해석될 수 있으며, 이것은 메타버스와 아바타 등 가상현실과 가상공간의 기초 철학 논제를 제공한다.

장 보드리야르의 시뮬라르크 이론은 발표와 동시에 폭발적인 반향을 불러일으켰다. 시뮬라르크란 실재하지 않는 어떤 존재의 대상을 존재하는 것처럼 하는 인공물을 지칭한다. 예술사적 측면에서 시뮬라르크는 모방의 모방, 재현의 재현이라는 의미에서 출발한다. 플라톤의 이데아 이론을 아리스토텔레스가 재현의 재현을 통한 이데아적 유토피아로 발전시킨 것이 시뮬라르크라고 했듯이, 고대 예술적 의미의 시뮬라르크는 단지 재현의 재현, 즉 미메시스일 뿐이다. 그러나 오늘날 보드리야르가 지칭하는 시뮬라르크는 단순한 모방의 단계를 넘어서, 차별화되고, 변이되는 실체의 존재, 즉 예전의 실재 이상으로 존재하기 때문에 또 다른 실재로 취급되는 것이다. 다르게 말해, 파생실재, 가상 실재이다.³⁾ 시뮬라르크를 플라톤 이데아 이론에서 해석하면 가짜이고 외양이지만, 그것은 경사, 표면, 사건의 경계가 될 수 있으므로 비현실에 머무는 것이 아니라 현실이되 아직 가시화 되지 않은 ‘가상의 세상’을 일컫는다. 가상 세계는 또한 물리적인 세계의 구상을 부재, 생략, 단순화로써의 추상세계, 상징적 코드를 강조하는 예술 작품 속 추상세계와는 차이점을 갖는다. 메타버스의 가상세계는 리얼하지만 3차원의 물리적인 세계로 존재하는 것이 아니라는 점에서 오늘날 하이테크놀로지로 지칭되는 좁은 의미의 가상세계의 개념과는 다르다. 또한 3차원적 공간을 포함하여 물리적인 현실 공간은 사적인 공간에 머무르지만, 4차원적 공간(메타버스)은 사적인 공간을 넘어 공적인 공간으로 소비된다. 여기서 공적 공간과 사적 공간을 구분하는 차이는 물질적인 요소나 어떤 특정 장소로 규정할 수 없으며, 차이의 위치를 지정하기 위해서 존재한다는 중요한 특징을 가진다.

메타버스의 특징은 미디어 테크놀로지 특징과 마찬가지로 3가지로 구분해 볼 수 있다. 그것은 ‘상호 대화성’, ‘네트워크’, ‘비선행성’이다. 이 세 가지 특징은 급변하고 있는 환경과 맞물려 새로운 인식적, 지각 패러다임을 구성하는 핵심이라는 점에서 메타버스는 이제껏 존재하지 않았던 혁신적인 세상이 된다. 한편 이와 관련하여 가상공간 전시 서비스 등은 이미 상용화 되어 시스템을 진화하고 있으며, 그 사례 또한 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 여기서는 이런 사례들을 분석하여 이것이 전통적인 전시 공간과 가지는 차이점, 그리고 그

2) 피종호, 「플라톤의 이미지이론과 가시성」, 한국괴테학회, 2011. (2021, 10, 30) URL: <https://kiss.kstudy.com/search/sch-result.asp>

3) 김현미, 「현대공간에서 나타나는 재현성에 관한 연구 : 장 보드리야르 이론 중심으로」, 국민대학교 디자인 대학원 실내설계 전공, 2008.

로 인해 예측할 수 있는 새로운 전시 공간의 재편과 관람자 행태에 대해 언급하는데 초점을 맞추고자 한다.

3. 스마트 전시공간과 메타버스 공간의 등장

박물관이나 미술관 등 전시 공간의 역사는 18세기 이전 서구로 거슬러 올라간다.⁴⁾ 박물관과 미술관의 시초로 알려진, ‘놀라운 것들의 방’이라는 의미의 분더카머(wunderkammer)는 르네상스 시대 탐험과 정복을 통해 들여온 전리품들을 전시하여 당시 유럽의 식자층 사이에서 비밀스러운 취미로 향유됐다. 다만 왕족과 귀족, 페트로나나 딜레탕트와 같은 특정 계층에게만 비공개적으로 공개되던 분더카머 컬렉션과 같은 16세기 서구의 ‘유사 박물관의 형태는 점차 시민사회 형성 역사와 맞물려 일반인과 대중들에게 공개되고 컬렉션이 아카이브의 시스템을 갖추어야 한다는 두 가지의 당위성과 맞물리게 된다. 18세기 프랑스 시민혁명은 이런 맥락에서 중요한 기점으로 작용한다. 프랑스 혁명 직후 1793년 7월 23일 혁명 정부는 파리 그랑 갤러리에 왕실과 망명 귀족으로부터 압수한 예술품을 전시하는 ‘Museum central des arts’를 설립할 것을 공표한다.⁵⁾ 이것은 현재 루브르 박물관이 전시 기능을 하게 만든 계기로 작동하게 되었고, 루브르 박물관은 혁명이 시작된 4년 후 1793년 8월 10일 일반에게 문을 열게 되었다. 19세기에 등장한 만국박람회는 현대 박물관과 미술관의 전신을 형성한 중요한 사건으로서, 작품의 전시 방식과 전시 형식에 대한 많은 부분이 만국박람회를 통해 형성되었다.

제 2차 세계대전이 종식되면서 전시 공간은 기존의 보여주기 방식에서 탈피하여 획일적인 이야기 전달보다 예술품을 전시하는 다양한 관점을 포섭하게 되고, 다양한 해석에 대해 열려 있는 현대로의 박물관 개념을 꾀하게 된다. 또한 기존의 박물관과 미술관의 ‘화이트 큐

브(white cube)’에서 탈피하여 대안 공간, 실험 공간, 아티스트 런 플레이스(artists’ run place) 등 프로젝트 플레이스(Project Place)가 세계적으로 생겨나게 되면서 전시장은 제도권 밖으로 공간을 확장하게 된다. 또한 도시에서 버려진 유휴 공간 등에서 예술가들이 스쿼트(squat) 활동을 벌이고 폐허에서 대규모 전시를 개최하는 등 전시 공간은 기존의 권위에서 탈피하려는 경향을 띠며 좀 더 자유로운 형태로 세력을 확장하기에 이른다. 이와 더불어 21세기 들어 각종 스마트 기기들이 발달하면서 전시 공간과 관람 행태에도 변화가 초래된다. 예를 들어 전시 작품에 대한 QR 코드를 부착하여 작품의 설명을 관람자 개인 스마트 기기로 열람한다던가, VR/AR 기술을 활용하여 작품을 제작하고 관람에 관객을 참여시킨다든가, 원격에서도 VR 기술을 통해 가상공간에서 전시를 체험하게 하는 등의 관람 행태의 변화가 그에 해당한다.

스마트 전시공간은 일차적으로 전시 관람자의 관람의 편의를 돕고, 개인적인 스마트 디바이스에서 관람이 가능한 방식으로 발전하였으나, 메타버스 등 기술의 발전과 매체 확장이 지속적으로 진행됨에 따라 점차 전시 공간의 아카이브 형식과 전시 공간의 재편까지 가능하게 하는 형태로까지 이어지고 있다.

전시공간을 포함한 문화공간을 제3의 공간으로 분류하는 기준이 있다. 인간이 만든 사회적 공간 중 제1의 공간(the first space)을 주거공간으로, 제2의 공간(the second space)을 일하는 공간으로 한다면, 제3의 공간(the third space)은 문화공간으로 편안한 환경 제공 공간이라는 개념으로 분류되어지고 있다.⁶⁾ 제4의 공간(4D space)이란 개념의 논의도 있다. 공간의 진화 방향을 예측한 제4의 공간은 디지털 기술 발달 이후 인간의 행동에 반응하는 공간(reponsive environments)에 대한 새로운 개념이다.⁷⁾ 이는 인터랙티브 디지털 기술에 의해 인간의 행동에 반응하는 공간이 생성된다는 것이다. 인터랙티브 플로어(interactive floor), 미디어 테이블(media table) 등이 인터랙티브 공간을 형성하는 것 중에 하나이며, 유비쿼터스 환경에서 어느 지점에서나 유무선 네트워크로 사용자의 인터랙티브 행위에 따라 특정 콘텐츠를 제공하여 반응이 일어나는 공간이 진정한 제4의 공간이라고

4) 최병진, 「서구 전시공간유형의 역사적 발전과 문화적 의미」, 한국미술과교육학회, 2012 PP. 261-262

5) 신상철, 「루브르 박물관의 설립 역사와 그랑 루브르 프로젝트」 PP. 84-85

URL:

file:///Users/kirakim/Downloads/6.%EB%A3%A8%E B%B8%8C%EB%A5%B4%20%EB%B0%95%EB%AC %BC%EA%B4%80%EC%9D%98%20%EC%84%A4% EB%A6%BD%EC%97%AD%EC%82%AC%EC%99% 80%20(6).pdf

6) C. Mikunda, 최기철, 박성진 역, 『제3의 공간』, 미래의 창, 2005. (2021, 09,21) URL: <https://blog.daum.net/anticp/8729996>

7) L. Bullivant, 김태영 역, 『제4의 공간 대화를 시작하다』, 픽셀하우스, 2007. PP. 38-59

할 수 있는 것이다.

유무선 네트워크 기술을 디지털 전시매체와 조합하고 시스템화하여 다양한 스마트 공간 내에서의 인터랙티브 콘텐츠 구현이 가능하며,⁸⁾ 이미 다음 장에서 소개하는 콘텐츠 등은 이런 기능을 ‘실감 미디어’에 접목하여 상당 부분 실현하고 있다.

4. 메타버스의 전시공간의 사례

메타버스가 산업 전반에서 관심이 높아지는 가운데 미술품 전시도 메타버스 공간에서 열리고 있다.⁹⁾ 메타버스 플랫폼과 전시가 급증하는 것은 코로나19의 영향으로 관람객이 전시 공간에 직접 찾아가는 것이 물리적으로 힘들어진 펜데믹의 영향도 작용한다. 여기에 빅데이터와 가상현실(VR), 증강현실(AR) 등의 기술적인 발전은 메타버스 전시의 사례를 가능하게 하였다. 미국 원격 협업 스타트업 스페이셜(spatial)은 증강현실(AR) 기술을 누구나 접속하여 이용할 수 있도록 자사 플랫폼을 무료로 개방했고, 예술가들이 플랫폼 속에 모여 디지털 미술관을 설계해 전시회를 열었다.



[그림 1] 프린트베이커리 '제네시스 : 인 더 비기닝' 메타버스 전시 _프린트베이커리 제공

일반 유저들이 웹 링크를 눌러서 스페이셜 갤러리에

- 8) 산수진, 「메타버스를 활용한 스마트 공간 전시 기획안 연구」, 경희대학교 경영대학원 문화예술경영학과 문화예술정책, 2015.2.
- 9) 박소영, '메타버스 활용 온라인으로 옮겨간 전시회', it조선, 2021.7.9. (2021.11.01). URL: http://it.chosun.com/site/data/html_dir/2021/07/09/2021070901643.html

아바타로 입장하면 VR 기기 없이도 3차원 가상공간에 전시된 디지털 예술들을 감상하고 공유할 수 있게 하였다. 국내 사례는 미술품 경매사 서울 옥션의 자회사인 프린트베이커리의 NFT 기반 디지털 아트 브랜드 에디션(eddysean) 사례를 들 수 있다. 2021년 7월 프린트베이커리는 메타버스 전시 <더 제네시스 : 인 더 비기닝>을 개최했다. 이 전시는 메타버스 '크립토펙셀' 내에 존재하는 에디션 갤러리에 27명의 작가가 참여했고, 관람객은 메타버스와 연결된 마켓플레이스에서 작품 구매와 소장까지 가능한 새로운 형태의 전시였다. 다른 사례에서 티앤씨재단의 제주도 포도뮤지엄 전시 <너와 내가 만든 세상>은 오프라인 전시와 더불어 메타버스 플랫폼 제페토에서도 함께 전시된 사례이다. 맵에는 뮤지엄 외관과 1층 로비, 카페, 전시 공간이 실제와 동일하게 구현되었으며, 뮤지엄 외부의 제주 풍경도 구현되었다. 전시 <너와 내가 만든 세상>은 3D로 펼쳐지며, 관람객이 아바타의 신분으로 방문하여 전시의 구성을 둘러볼 수 있도록 설계되었다는 특징을 갖는다.



[그림 2] 제주 포도뮤지엄과 개관전 아포브 (APoV : Another Point of View) 전시 '너와 내가 만든 세상' 티앤씨재단 제공

스마트 전시공간에서 메타버스의 구현과 활용은 디지털 콘텐츠 기술 분야의 확장으로 의미를 갖는다. 이 활용은 물리적 공간의 전시형태들을 담아 낼 수 있을 뿐만 아니라 전시 공간에서 전시되고 있는 실물 오브제가 디지털 복제(혹은 복원)을 통해 가상의 3D 그래픽 이미지로 대체될 수 있는 차원을 넘어, 특정 공간을 메타버스로 구현한다면 그 공간은 수많은 오브제와 관

런 콘텐츠를 담아낼 수 있는 획기적인 메타콘텐츠(metacontents)가 될 수 있을 것이다.¹⁰⁾ 메타버스가 전시공간에 접목되었을 때 예측할 수 있는 가능성 중 하나는 사용자의 편의를 무한대로 증진시키고, 더불어 전시 공간의 새로운 발전과 패러다임을 제시할 수 있다는 점일 것이다. 앞서 언급된 제퍼도, 스페셜, 크립 토복셀 등 메타버스 플랫폼의 사례를 들여다보면 몇 가지의 특징을 엿볼 수 있다.

첫 번째는 이용자 체험형의 강화로, 체험 전시매체의 발달은 관람자의 새로운 감각을 개발하고 확장하는 형태로 나아가고 있다. 예전에는 전시를 관람하는 관람자가 작품을 통해 감각을 확장했다면 메타버스로 인한 체험 감각의 확장은 시각 외 다른 감각을 통해 다감각적인 확장을 가능하게 한다는 점에서 주목할 만하다. 두 번째는 스마트 디바이스를 활용한 전시 안내 시스템의 진화와 디지털 아카이브 서비스의 폭발적인 진화이다. 기존까지 미술관이나 박물관의 아카이브는 수장고 등 오프라인을 기반으로 한 형태였으나, 메타버스 등 가상공간을 인식하기 시작하면서 박물관의 디지털 아카이브는 훨씬 더 체계적인 형태를 띠고 있을 뿐만 아니라, 아카이브 룸 등 가상공간을 접목한 컬렉션과 소장고를 보여줄 수 있는 행태로까지 진화하고 있다. 이에 관람객은 이미 웹과 아카이브 검색 서비스를 통해 기존 박물관 서비스에서는 경험할 수 없었던 체험을 경험하고 있으며, 이것은 메타버스 출현 이후 전시 공간의 재편과도 깊은 관련이 있을 것으로 예측해 볼 수 있다.

메타버스 기반 혼합현실 안내 시스템은 두 가지 구조로 이루어져 있다. 첫 번째는 전시안내 시스템 구조이다. 메타버스 기반 전시안내 서비스는 다양한 측면에서 전시안내를 위해 사용자와 상호작용 거리에 따른 스마트 기기를 연동하여 전시 안내를 제공한다.¹¹⁾ 두 번째는 통합 SW 플랫폼이다. 통합 SW 플랫폼은 스마트 기기에서의 증강현실 서비스를 제공하기 위한 기본적인 구조로, 상황정보 관리, 객체 인식/추적, 상호작용 관리, 지능형 시각화 및 콘텐츠 관리 모듈로 구성되어 스마트 기기에서 획득한 정보를 수집 및 관리하고, 카메라 영상에서의 대상물을 인식하고 추적한다. 이런 테

크놀로지를 통해 관람객은 전시를 보다 ‘스마트’하게 인식하고 관람할 수 있으며, 전시와 적극적인 인터랙티브 교감을 실현할 수 있다. 예를 들어 관람객은 전시장에서 스마트 디바이스 앱과 전시미디어가 연동하는 전시 안내 시스템으로 모바일과 위치 기반 미디어 특성을 연동하는 다양한 서비스 시나리오를 구현할 수 있다. 개인의 스마트 디바이스에서 생성한 아바타를 통해 인터랙티브 방식의 전시안내 서비스를 받고, 메타버스를 가상투어하며 자신이 생성한 콘텐츠를 업로드할 수도 있다. 메타버스 가상투어는 동시에 다수의 이용자가 참여할 수 있으며, 참여자들은 서로 실시간 채팅형식 등을 통해 적극적으로 소통할 수 있다.



[그림 3] 구글 아트앤 컬처 ‘Google Arts & Culture’ : 가상웹 스마트 스페이스 _ 전시 _ 구글 사이트

대표적인 사례가 국제적 기업 구글의 웹 기반 콘텐츠 ‘구글 아트 앤 컬처(Google Arts and Culture)’이다. 2020년까지 80여 개국 2000여 개 세계 최고 박물관의 박물관 자료를 초고화질로 구축하고, 가상현실 등의 방법으로 서비스하고 있다. 최근 AR 앱(app) 서비스로 현장과 가상 갤러리가 중첩되어 실제 해당 공간에 있듯이 체험한다. 메타박물관의 개념을 도입해 보면, 공간은 더욱 확장되어 박물관 자료가 존재했던 원래 장소(발굴지, 생산지, 활동지 등), 가보기 어려운 장소(심해, 우주 등)로의 이동, 또는 현재 장소와 사라진 장소의 비교라는 갈 수 없는 곳으로 이동 욕망을 충족시켜 주는 방향으로 발전하고 있다. 최근 개발되는 가상현실 우주 콘텐츠 등에서 사례를 발견할 수 있다.¹²⁾

10) 김성희 외, 「스마트공간과 메타버스 전시안내 기술개발 동향」, 한국전자통신연구원, PP. 69-70, 2014.

11) 김성희, 이현우, 류원, 김광진, 「스마트 공간과 메타버스 전시안내 기술개발 동향」, 전자통신동향분석, 제 29권 제3호, pp. 66-73, 2014.

12) 유동환, “메타버스(meta-verse)로 메타박물관(meta-museum)을 꿈꾸다!”, 뮤지엄뉴스, (2021.9.21.). URL: <https://museumnews.kr/293column01/>

5. 전시 공간의로서의 메타버스의 활용 가능성과 미래

이렇듯 다양한 메타버스 플랫폼의 활용은 전시 공간, 큐레이터, 전시기획자 미술관, 박물관 등, 사용자들이 콘텐츠를 제작하고 사용하며 아카이브 활용까지 그 영역을 넓히고 있다. 여기에 더해 인공지능, 5G, 디지털 트윈, 디지털 휴먼, 가상현실, 증강현실 등의 첨단 기술을 바탕으로 하는 메타버스는 미래 전시와 예술 콘텐츠, 문화경쟁력을 견인할 새로운 성장 공간과 분야로 기대를 받고 있다. 메타버스는 또한 언택트 시대를 넘어 문화적, 개념적 파급효과가 기존의 예술의 전통적 전시와 공간으로부터 미래적 공간까지 아우르는 차별화된 기술을 바탕으로 공간이나 장소성의 한정적 특성을 뛰어 넘을 것으로 많은 전문가들이 예측하고 있다. 그러나 현재까지는 신기술을 융합하는 과정에서 단순히 하드웨어나 기술로 구현된 공간, 신기술을 융합된 서비스와 산업형태로의 발전이 동시에 일어날 가능성만을 예측하는데 그친다. 즉, 새로운 시도의 다양한 분야의 활용은 단순히 기술의 확장으로만 해석하는 것이 일반적인 관점이다. 그러나 메타버스는 기술의 확장을 넘어서 새로운 영역으로의 개척으로 보아야 할 것이다. 메타버스의 개념은 메타(meta)와 유니버스(universe)의 개념의 결합으로, 이것은 유비쿼터스의 초기 개념을 따른다. 유비쿼터스는 다시 '언제, 어디서나'라는 라틴어의 어원을 좇고 있는데, 이것은 어디서나 접속 가능하다는 개념으로 현대 사회에서 적용이 가능하다. 따라서 이에 상응하는 메타버스의 활용은 단기적으로 과대평가에서는 안 되며 장기적으로 과소평가 되어서도 안 된다. 즉, 새로운 기술에 대하여 장기적인 관점으로 바라볼 필요가 있다. 가령 단기적으로는 관람자 편의를 고려한 신기술 등이 주목을 받고 있지만, 장기적으로는 미술전시에 있어서 중요한 작품의 물리적 공간감과, 장소적 특성, 아카이브나, 저작권, 아우라(aura) 등 예술작품이 갖는 원본성이나 경험적 측면이 더욱 중요해질 것으로 예측해볼 수 있다. 현장과 역사를 바탕으로 이루어 공간과 장소는 메타버스 안에서 시공간을 넘나드는 재현적 공간과 결합을 과정의 경험을 통해서 가능해질 것 것이다. 나아가 과거의 예술의 작품 이미지와 예술작품은 복제와 카피가 쉬워질 것으로 예상되고 그래서 더욱 창작자와 원본성을 요구받게 될 것이므로 저작권과 네트워크상의 주소가 명확해야 하는 필요성이 대두될 것이다. 그동안 디지털 가상 세계에서 예술작품은 복제성과 모방으로만 치부되었으며, 이것은 앞서 언급한 플라톤의 이데아론과 부합하는 측면이 있다. 그러나 메타버스의 출현으로 현실에 버금가는 가상현실이

펼쳐짐으로써, 디지털 예술 작품은 원본의 아우라를 다시 소환하게 된다. 따라서 원본의 오리지널리티(originality)가 다시 중요한 예술의 핵심 요소로 작동하게 될 것이라고 예측해 볼 수 있다.

메타버스는 현재 여러 측면에서 전시 공간의 전통적인 역할에 문제를 제기함으로써, 탈 영역을 구축하고 있으며, 상용화된 예시는 위의 전시 등에서도 찾아볼 수 있다. 여기서 나아가 메타버스의 활용은 기존의 질서와 체계를 없애며 새로운 관계와 접점을 만들어 내는 특징을 이해해야 전시 공간의 새로운 가능성과 미래를 들여다볼 수 있게 된다. 이 지점은 구조에서 개인으로 중심에서 주변으로 이동시키는 것을 의미하는데, 네트워크를 상호중심으로 우리의 이야기를 나누고 논쟁하며, 지적인 담화에 참여하고, 지식을 교환하며, 정서적 유대와 계획을 세우는 것을 가능하게 한다. 메타버스는 신체적 접촉이 없이 가상공간의 화면을 통해서만 이루어진다는 특징과, 획일적인 전달 방식에서 탈피한 쌍방향 커뮤니케이션의 공간으로 구성된다는 특이점을 가진다. 이런 특징은 디지털 디바이스를 접할 때 인간의 행태로 지적되었던 무의식을 간과하지 않으며, 아날로그 신체를 반드시 매개로 하지도 않기 때문이다. 이런 측면에서 메타버스는 전시 공간에서 새로운 역사를 만들 것으로 기대 된다. 지금껏 육체와 물리적 공간과 장소를 기반으로 구성되었던 기존 구조에서 지금껏 볼 수 없던 새로운 문명이 혁명처럼 다가온다. 그것은 분명 미래적 측면에서 새로운 문명이고 혁명적 공간이 된다.

6. 결론(나카며)

21세기 들어 새로운 개념과 기술로 각광받은 메타버스는 기술의 혁신적인 발전과 더불어, 또한 팬데믹 현상과 맞물려 폭발적인 가능성을 인정받고 현대 산업의 다양한 분야에 상용 서비스를 개시하기에 이르렀다. 문화예술 분야 역시 메타버스의 신 개념과 신기술의 자장 안에 놓이게 되었고, 그 중에서 메타버스의 가상 영역은 특히 전시 공간의 새로운 확장과 관람객의 큐레이션(curation) 역할을 주어지게 했다는 점에서 주목할 만한 가치를 가지고 있다. 또한 이미 메타버스 서비스가 제페토, 스페셜 등 업계 서비스로 상용화되었으며, 전시 체험의 새로운 감각을 확장했다는 것은 여러 사례를 통해 입증되었다. 메타버스의 활용과 메타버스 기술이 미치는 미래 전시 공간과 활용 가능성은 기

존의 전시나 코로나와 팬데믹 시대 비대면과 사회적 거리두기의 언택트 시대의 예술의 생존법과 향유성을 고민하여 미술관과 전시장의 공공성을 지키기 위한 적극적이며 대안적인 시도가 되었다. 예술과 전시는 이미 오래전부터 기존의 전시공간을 넘고자하는 시도를 지속해 왔다. 이러한 환경은 원격 온라인 대화, 협업 및 실험을 전담하는 예술가들의 실험을 전담하는 모험이면서 미래의 온라인 원격 예술 작업 및 포스트 팬데믹 세계를 넘는 협업 가능한 공간을 엿 볼 수 있는 장치임에 틀림없다.

이 원고는 특히 메타버스 서비스가 전통적인 전시 공간의 역할에 새로운 문제를 제기하며, 그 활용과 가능성을 제시함으로써 관람자 중심의 새로운 전시 관람 행태를 형성하고, 메타버스의 활용과 메타버스 기술이 미치는 미래 전시 공간과 활용 가능의 범주를 미술관과 박물관이 디지털 아카이브 공간에 적용 가능하도록 재고하는 단초를 제공하며, 나아가 예술 작품의 원본성의 가치를 공고히 할 수 있는 가능성에 대해서도 예측해 보고 있다. 또한 이 연구 논문은 메타버스의 활용과 메타버스 기술이 미치는 미래 전시 공간과 활용을 통해 새로운 사유와 공유와 향유의 소통 방식에 대한 연구에서 시작하여 다시금 사-공간의 경계를 자유롭게 넘나들며 소통하는 예술의 초월성에 대해 가능성을 확인해 보고 있다. 이 탈 물질화와 비 물질화된 메타버스의 기술과 전시 공간은 예술이 물리적인 시간과 공간을 적극 극복하게 할 수 있게 한다는 점과 예술에서의 사-공간은 그 자체가 작품을 구성하는 재료가 되고, 작품을 통해 사-공간을 자유롭게 넘나드는 경험을 활용할 수 있는 활용을 갖게 한다는 점을 확인해 볼 수 있다.

이 원고는 마지막으로 메타버스의 활용과 메타버스 기술이 미치는 미래 전시 공간과 활용 가능성 통해 새로운 공유와 소통 방식을 찾게 되길 기대한다.

참고문헌

1. C. Mikunda, 최기철, 박성신 역, 『제3의 공간』, 미래의 창, 2005.
2. L. Bullivant, 김태영 역, 『제4의 공간 대화를 시작하다』, 픽셀하우스, 2007.
3. 김광집, 『메타버스 사례를 통해 알아보는 현실과 가상세계의 진화』, 방송과미디어, 2021

4. 김성희 외, 『스마트공간과 메타버스 전시안내 기술개발 동향』, 한국전자통신연구원, 2014
5. 김현미, 『현대공간에서 나타나는 재현성에 관한 연구 : 장 보드리야르 이론 중심으로』, 국민대학교 디자인대학원, 2008.
6. 박소영, 『메타버스 활용 온라인으로 옮겨간 전시회』, it 조선, 2021.7.9.
7. 신상철, 『루브르 박물관의 설립 역사와 그랑 루브르 프로젝트』 PDF 년도미상
8. 신수진, 『메타버스를 활용한 스마트 공간 전시 기획안 연구 : DMZ 체험관 기획을 중심으로』, 2015.
9. 차문성, 『근대박물관, 그 형성과 변천과정』, 한국학술정보, 2008.
10. 최병진, 『서구 전시공간유형의 역사적 발전과 문화적 의미』, 한국미술과교육학회, 2012
11. 피종호, 『플라톤의 이미지이론과 가시성』, 한국괴테학회, 2011
12. 유동환, 『“메타버스로 메타박물관을 꿈꾸다!”』 2021.9.21.
13. 홍성희, 신춘성 『메타버스 기반 혼합현실 전시안내 시스템』, 한국정보통신학회지 제16권 1호.
14. www.google.com